

EKONOMIJA NOVOG DOBA / ECONOMY OF THE NEW AGE

Džejlana Čejvan ¹, Aida Mehić ¹

¹ Internacionalni univerzitet Travnik u Travniku, Aleja Konzula – Meljanac bb, Travnik, BiH,
email: dzejlanacejvan@gmail.com,; aidamehi54@gmail.com

UDK / UDC 330.8
Pregledni članak

Sažetak

Digitalizacija, inovacije i komunikacione tehnologije koje su zastupljene u današnjem svijetu razlog su mijenjanja strategije ekonomskog rasta iz tradicionalnog oblika u ekonomiju novog doba. Prelaskom na digitalizaciju, u ekonomskog području, prostorna udaljenost više nije ograničenje u radu, komunikaciji, proizvodnji, prodaji i poslovanju. Informacija, inovacija i ideja su faktori stvaranja nove vrijednosti koje „masovnu proizvodnju“ zamjenjuju „masovnom personalizacijom“ potreba tržišta. Motivi digitalne ekonomije jesu smanjenje troškova poslovanja, efikasnije upravljanje, povećanje mogućnosti pristupa većim tržištima, veća produktivnost i efektivnost poslovanja. Prethodno navedeni motivi su faktori koji će dovesti do pametne proizvodnje i same digitalizacije. Ekonomija novog doba će ostvariti veće prihode, manje birokratije, veći obim informacija, te ono najvažnije, dovesti će do veće motivacije zaposlenika, ali i povećanog broja zadovoljnih kupaca.

Ključne riječi: digitalizacija, ekonomija, inovacija, poslovanje

Abstract

Digitization, innovations and communication technologies that are present in today's world are the reason for changing the strategy of economic growth from the traditional form to the economy of the new age. With the transition to digitalization, in the economic area, spatial distance is no longer a limitation in work, communication, production, sales and business. Information, innovation and ideas are factors of new value creation that replace "mass production" with "mass personalization" of market needs. The motives of the digital economy are the reduction of business costs, more efficient management, increased access to larger markets, greater productivity and business effectiveness. The aforementioned motives are factors that will lead to smart production and digitalization itself. The economy of the new age will achieve higher incomes, less bureaucracy, a greater volume of information, and most importantly, it will lead to greater employee motivation, but also an increased number of satisfied customers.

Keywords: digitization, economy, innovation, business

UVOD

U današnjem svijetu poslovanja, digitalizacija, inovacije i komunikacione tehnologije postaju ključni faktori koji oblikuju ekonomski rast. Ekonomija novog doba obuhvata širok spektar inovacija koje stvaraju savremeno poslovanje i društvo unutar njega. Samim tim digitalna transformacija postaje temelj ekonomije novog doba. Tradicionalni modeli poslovanja prelaze u nove strategije koje se temelje na prilagodljivosti, agilnosti i kreativnosti. Informacija, prostor i vrijeme postaju novi faktori ekonomskog rasta i razvoja u okviru nove ekonomske nauke, čijih promjenama su prethodovale tehnološke revolucije. Nova ekonomija je ekonomija zasnovana na znanju, visokoj tehnologiji, razvijenoj infrastrukturi s informacijama, idejama i inovacijama kao najznačajnijim izvorima poboljšanja životnog standarda i stvaranja novih radnih mjesta. Utjecaj tehnologije omogućio je bržu komunikaciju između svih subjekata na tržištu, automatizaciju procesa koji se na njemu obavljaju, veću efikasnost u poslovanju iz čega proizlazi novi pojam „ekonomija djeljenja“. Taj pojam označava dijeljenje resursa kao što su prijevoz, usluge, i smještaj putem raznih platformi dostupni na internetu koji postaju sve popularniji. Ekonomija djeljenja pruža veće mogućnosti zarade. Nije više bitna dostupnost kapitala već informacija, proizvodni proces se pretvara u naučni, fizički radnici se zamjenjuju umnim radnicima. Najvažniji proizvodni resurs je znanje, tj. intelektualni kapital. Svrha komuniciranja postaje ne samo informisanje, motivacija zaposlenih i upravljanje resursima, već trajanje i nametanje na tržištu prepunom izazova i prohtjeva. Novi brendovi su najviše zastupljeni u oblasti digitalnih komunikacija i integrisane komunikacije na više platformi.

DIGITALIZACIJA

Digitalizacija u ekonomskom smislu se odnosi na termin korištenja digitalnih tehnologija i podataka radi stvaranja prihoda, poboljšanja poslovanja i stvaranja digitalne kulture u kojoj su digitalne informacije najvažniji segment svih procesa. Pretvara preduzeća na tržištu u efikasnije, produktivnije i profitabilnije. Digitalizacija u današnjici postaje sastavni dio poslovanja preduzeća, koja koristeći digitalne kanale i tehnologiju poboljšavaju uspješnost poslovanja. Veliku ulogu za razvoj ekonomije novog doba ima digitalizacija koja je doprinijela bržem toku informacija. Kao glavni pokretači digitalizacije smatraju se kupci te je samim tim stepen primjenjivanja digitalizacije određen potražnjom od strane kupaca. Uvođenjem digitalizacije pred preduzećima su se pojavili brojni izazovi kao što su: znanja koja je potrebno usvojiti, tehnologije koje je potrebno uvesti, kada je pravo vrijeme za to i kako poboljšati veze sa svojim kupcima, te kako na najbolji način višestruko iskoristiti digitalne tehnologije. Digitalne tehnologije su omogućile inovativne poslove koje su ujedno olakšale proces proizvodnje, smanjujući troškove, ali i poboljšale usluge krajnjim kupcima. Samim tim konkurencija na tržištu počinje značajno da uvodi digitalnu tehnologiju kao glavni faktor razvoja i napretka preduzeća kako bi se probili na tržištu. Jedan od osnovnih naznaka koji naglašavaju ekonomiju novog doba jeste sama digitalizacija. Dinamične promjene u poslovanju i okruženju, odažavajući se na sve poslovne sfere (od infrastrukture, poslovnih procesa, ljudi, organizacione strukture do svih organizacionih funkcija) izazvane su od strane trendova u digitalizacija.

INOVACIJA I PERSONALIZACIJA

U svijetu nove ekonomije značajnu ulogu za uspjeh predstavljaju inovacije. Obzirom da se na tržištu pojavljuju novi brendovi koji vrše personalizaciju nad korisničkim grupama inovacije su pravi način da se pridobiju novi i ostvare želje trenutnih kupaca. Inovacije poslovanje oblikuju kroz tehnološke inovacije, proizvodne inovacije, poslovne modele, korisničko iskustvo i kroz marketing i komunikaciju. Inovacija podrazumjeva stvaranje nečeg „novog“ npr. nova tehnologija, proizvod ili usluga, dok se personalizacija odnosi na prilagođavanje proizvoda ili usluga potrebama i željama pojedinačnih korisnika. Ova dva koncepta se međusobno prepliću jer inovacija može dovesti do personalizacije, a personalizacija također može dovesti do inovacije. Kada preduzeće pažljivo prati potrebe korisnika i na taj način prilagođava svoje proizvode ili usluge, to često dovodi do stvaranja nečeg novog ujedno inovativnog. U suštini, inovacija i personalizacija su ključni faktori za uspjeh modernih preduzeća.

INFORMACIJE

U svijetu savremene ekonomije dostupnost informacija bitnija je nego dostupnost kapitala. Kvalitetna informacija je ključ uspjeha u modernom poslovanju. Neke od uloga informacija su sljedeće:

- ključ za donošenje odluka – pravovremene i relevantne informacije omogućavaju menadžerima da donose ispravne odluke jer bez provjerenih i tačnih informacija rizik od donošenja pogrešnih odluka se povećava
- konkurentska prednost – preduzeća koja imaju mogućnost da pristupe kvalitetnim informacijama mogu se bolje pozicionirati na tržištu i biti konkurentniji. Pa tako npr. ukoliko imaju informacije o konkurenciji i potrebama kupaca samim tim mogu stvoriti bolju poslovnu strategiju
- smanjenje rizika – praćenjem informacija identifikiraju mogući rizici i može se pravovremeno reagovati kako ne bi došlo do poteškoća u poslovanju. Npr. ukoliko preduzeća prate finansijske pokazatelje to im može pomoći u izbjegavanju većih finansijski problema.

Međutim, postoje izazovi prilikom prikupljanja informacija u poslovanju kao što su:

- promjerna podaci – danas je dostupna velika količina informacija tako da preduzeća moraju biti pažljiva prilikom odabira informacija koje su im najrelevantnija
- netačne informacije – nepotpune i netačne informacije dovode do pogrešnih odluka, zato je pouzdanost informacija vrlo bitna
- brzina promjena – na tržištu savremene ekonomije poslovna okruženja se brzo mijenjaju pa su takon danas informacije od jučer već zastarjele.

Već prethodno spomenuta inovativnost je uspješna zato što kreativnost često proizlazi iz informacija. Informacione tehnologije omogućavaju brz pristup i analizu velikim količinama informacija.

INTELEKTUALNI KAPITAL

Koncept intelektualnog kapitala se odnosi na nematerijalne resurse i znanje koje preduzeće posjeduje. Najvažni proizvodni resurs je znanje, tj. intelektualni kapital. Znanje postaje odlučujući faktor uspješnog poslovanja, jer predstavlja konkurentsku prednost za preduzeće. Tako su menadžeri primorani da znaju kako da znanje pretvore u intelektualni kapital. Preduzeća treba da razvijaju strategije u skladu sa intelektualnim kapitalom, da vrše obuku zaposlenika, dokumentovanje procesa, zaštitu intelektualne svojine. Uvođenjem novih tehnologija, obučavanje i kultura preduzeća zavise od efikasnog upravljanja intelektualnim kapitalom. Prema brojnim autorima mogu se izdvojiti tri osnovne komponente intelektualnog kapitala, a to su:

- ljudski kapital – odnosi se na vještine, znanja i iskustva zaposlenih, on je ključan za inovacije, produktivnost i prednost na tržištu.
- Strukturalni kapital – ovdje spadaju svi ostali resursi koji podržavaju rad preduzeća i on omogućava efikasno poslovanje, npr. sistemi, patenti, softveri, baze podataka...
- relacijski kapital – podrazumjeva odnos sa interesnim grupama (kupci, poslovni partneri, dobavljači..), kvalitetni odnosi doprinose boljem bonitetu i dugoročnijem uspjehu jedne organizacije.

Intelektualni kapital podstiče inovacije i kreativnost tako da se preduzeća koja uključuju ljudski i strukturalni kapital često smatraju inovativnijim. Trenutno je on jedan od ključnih konkurentskih prednosti koje izdvajaju preduzeće na tržištu. Jedna od ključnih prednosti intelektualnog kapitala je ta što se on ne može lako kopirati, jer su znanja i vještine jedinstveni.

DIGITALNI MARKETING

Ključan aspekt savremenog poslovanja je digitalni marketing koji je fokusiran na korištenje digitalnih kanala za promociju. U svijetu digitalnog doba društvene mreže postale su neizostavan alat za poduzetnike koji im pomaže izgradnju uspješnog poslovanja. Danas sve više velike svjetske kompanije plaćaju influensere, koji su najpopularniji na društvenim mrežama, kako bi dosegli do šire publike. Neki od aspekata koji pokazuju kako društvene mreže doprinose uspjehu su:

- izgradnja imidža i brenda – društvene mreže omogućuju preduzećima da stupe u komunikaciju sa željenim potrošačima na potpuno neformalan, a direktan način. Za stvaranje imidža potrebno je redovno prisustvo na društvenim mrežama, dosljednost i strpljenje

- komunikacija sa potrošačima – sve više aplikacija društveni mreža danas uvode anketni upitnik, pogotovo kada se radi o preduzećima koja vrše online usluge kupovine, preko kojih na jednostavan, brz i lak način odgovaraju na pitanja, rješavaju probleme i dobivaju feedback informacije, što im olakšava dvosmjernu komunikaciju
- segmentacija i ciljanje – preduzeća mogu ciljati specifične skupine, interese i ponašanje korisnika što im povećava učinkovitost marketing kampanje i smanjuje potrebne resurse
- influencer marketing – osobe koje sa velikim brojem pratitelja mogu snažno utjecati na percepciju proizvoda i usluga, povećati njihovu vidljivost i privući nove kupce kroz reklamiranje i ličnu potrošnju
- analiza i praćenje rezultata – skoro sve društvene mreže danas omogućavaju statističke podatke na osnovu kojih se mogu pratiti performanse projekata, brojevi pratitelja, pozitivne ili negativne reakcije korisnika na osnovu čega mogu vršiti analizu i praćenje rezultata, te shodno tome provoditi strategiju.

Bitno je spomenuti i tzv platformsko poslovanje, razvoj platformi kao što su amazon, google, zoom, fb, instagram i druge, mijenja način na koji se obavljaju poslovi, proces trgovine, i komunikacija. Ove platforme povezuju potencijalne kupce sa ponuđačima usluga i proizvoda čak na globalnom nivou. Obzirom da se sve više trgovanja i poslovanja provodi digitalnim platformama razvile su se i digitalne valute kao i mjenjačnice kriptovaluta. Digitalna komunikacija mijenja način na koji su ljudi komunicirali, radili, učili i povezuje ih sa svijetom oko sebe, pružajući nove mogućnosti i izazove.

PREDNOSTI I MANE EKONOMIJE NOVOG DOBA

Ekonomija novog doba donosi različite prednosti i mane.

Prednosti:

- tehnološki napredak – generativna umjetna inteligencija (AI) je jedan od glavnih tehnoloških trendova u 2024 godini. Ova tehnologija stvara novi sadržaj, slike i tekstove na temelju postojećih podataka. Industrijski metaverzum se koristi za digitalne blizance, simulaciju prostora i upute za rad sa proširenom stvarnosti. Visoko kvalitetni 3D proizvodi omogućavaju stvaranje poslovne i prostorne mreže koja ubrzava načine rada;
- troškovna učinkovitost – ekonomski koncept koji podrazumjeva što veću proizvodnju kojoj digitalna tehnologija pomaže da ostvari uz što manje uložene troškove;
- jednostavan pristup informacijama – internet omogućava, bez posebnih znanja i vještina, pristup raznim informacijama u velikim količinama na online platformama;
- bolja komunikacija – društvene mreže, platforme za poslovnu saradnju omogućuju komunikaciju sa ljudima širom svijeta bez prelaženja granica;
- održivost i društvena odgovornost – ekonomija novog doba sve više teži održivom poslovanju i društvenoj odgovornosti, preduzeća se fokusiraju na ekološke, društvene, etičke aspekte poslovanja kao i prava i zahtjeve potrošača, te regulatornih tijela.

Mane:

- gubitak radnih mjesta – vještačka inteligencija i automatizacija izazivaju pitanja o budućnosti zaposlenja, jer se ljudski rad zamjenjuje robotikom;
- ovisnost o tehnologiji – postaje sve značajniji problem u današnjem društvu jer je internet i digitalna tehnologija postao sastavni dio naših života, pa ljudi postaju ovisni o društvenim mrežama, online igrama, kupovini putem interneta, online kockanju i dr. Posljedice ovisnosti su socijalna izolacija, problemi sa spavanjem, smanjenje produktivnosti, pogoršavanje zdravstvenih stanja i povećanje anksioznosti i stresa.
- sigurnosni rizici – digitalna komunikacija nosi rizike vezane za privatnost podataka i bezbjednost informacija zbog čega je potrebno pažljivo upravljati ličnim podacima i koristiti sigurnosne mjere kako bi se zaštitila privatnost i integritet komunikacije.

ZAKLJUČAK

Digitalna ekonomija omogućava efikasnije poslovanje, veću globalnu povezanost i inovacije, ali istovremeno postavlja izazove vezane za privatnost podataka, digitalnu nejednakost, sigurnost i regulativu. Kao što je u radu izloženo može se zaključiti da su brojne prednosti ekonomije novog doba koje su tek počele da se razvijaju, razlog zbog kojeg će brojni poslovni procesi morati biti transformisani i prilagođeni trendovima prisutnim na tržištu, a sve to kako bi opstali u poslovanju i spriječili konkurenciju. Zasigurno je da će nova tehnologija još dodatno izmijeniti trenutno stanje razvoja digitalne ekonomije, ali stručnjaci smatraju da će se ipak na kraju ekonomija vratiti starom modelu poslovanja nakon što ekspanzija zarazi cijelo tržište digitalnom transformacijom. Iako su brojne prednosti koje olakšavaju živote pojedincima, ali i privrednicima ujedno postoje i brojne poteškoće prilagođavanju novitetima dolaskom do mogućnosti njihovog korištenja, stvaranj novog znanja kako bi se mogli koristiti njima što stvara nove izazove i uveliko mijenja poslovne strategije i tjera ljude da budu primorani koristiti ono što im digitalna tehnologija nameće. Važno je da društvo i privreda budu spremni da se prilagode ovim promjenama, jer je očigledno da se od tih promjena ne može pobjeći i da njihovo negiranje dovodi do smanjenja obima poslovanja i stvaranju poteškoća kako u poslovnom svijetu tako i u društvenom okruženju. Tako da je potrebno koristiti maksimalan potencijal digitalnih tehnologija uz istovremeno rešavanje pitanja kao što su zaštita privatnosti, održivost tržišta rada i inkluzivni ekonomski rast.

Literatura

- (1) Zbornik radova internacionalnog univerziteta Travnika u Travniku 20 Međunarodna konferencija, Ekonomija i globalizacija, vladavine prava i mediji u uslovima digitalizacije zemalja Zapadnog Balkana, decembar 2019. godine Travnika
- (2) Digitalna ekonomija, Mladen Radivojević, Banja Luka, 2010
- (3) Menadžment znanja, dr. Cariša H. Bešić, dr. Dejan Đorđević, Univerzitet u Kragujevcu, Čačak, 2014.

- (4) <https://www.capital.ba/sasa-grabovac-ekonomija-novog-doba/>
 - (5) <https://www.vijesti.me/vijesti/ekonomija/680577/liderke-novog-doba-promo>
 - (6) <https://kreativnasrbija.rs/heroji-novog-doba-sta-zaista-stoji-iza-ekonomije-kreativnosti/>
 - (7) <https://biznis.kurir.rs/odrziva-buducnost/3520957/zelen-ekonomija-zasadi-drvo-budimo-provajderi-novog-doba>
 - (8) <https://hr.thpanorama.com/articles/tecnologa/10-ventajas-y-desventajas-de-la-tecnologa.html>
 - (9) <https://www.danas.rs/vesti/ekonomija/prednosti-i-mane-drzave-blagostanja/>
 - (10) <https://www.bbc.com/serbian/lat/srbija-66880480>
 - (11) <https://studentski.hr/vijesti/svijet/saznali-smo-koje-su-prednosti-i-mane-ai-tehnologije>
 - (12) <https://mobiteli13.weebly.com/prednosti-i-mane-nove-mobilne-tehnologije.html>
 - (13) <https://repozitorij.efos.hr/islandora/object/efos%3A1273>
 - (14) <https://dekra-arbeit.hr/article/inovativnost-u-poslovnomsvijetu-kako-se-izdvojiti-odgomile/>
 - (15) <https://www.lq.hr/20-zlatnih-pravila-poslovnekomunikacije/>
 - (16) <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:951828>
 - (17) <https://repozitorij.aukos.unios.hr/islandora/object/aukos:153/datastream/PDF/download>
 - (18) <https://repozitorij.efzg.unizg.hr/en/islandora/object/efzg3A7215/datastream/PDF/view>
- pristupano dana 15.4. 2024 i 10.04.2024

