

POSLOVNI INFORMACIJSKI SUSTAV I ELEKTRONIČKO POSLOVANJE

Zubčić, Martina

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:935012>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-27**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij (Menadžment)

Martina Zubčić

**POSLOVNI INFORMACIJSKI SUSTAV I ELEKTRONIČKO
POSLOVANJE**

Završni rad

Osijek, 2021.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij (SMJER)

Martina Zubčić

**POSLOVNI INFORMACIJSKI SUSTAV I ELEKTRONIČKO
POSLOVANJE**

Završni rad

Kolegij: Poslovni informacijski sustav

JMBAG:0010218038

e-mail: martina.zubcic97@gmail.com

Mentori:

1. prof.dr.sc. Jerko Glavaš

2. Bruno Mandić, mag.oec.

Osijek, 2021.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics in Osijek

Undergraduate Study (Management)

Martina Zubčić

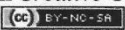
**BUSINESS INFORMATION SYSTEM AND ELECTRONIC
BUSINESS**

Final paper

Osijek, 2021.

IZJAVA

O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je _____ završni (navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Martina Zubčić

JMBAG: 0010218038

OIB: 43972723452

e-mail za kontakt: martina.zubcic97@gmil.com

Naziv studija: Preddiplomski studij, smjer Menadžment

Naslov rada: Poslovni informacijski sustav i elektroničko poslovanje

Mentor/mentorica diplomskog rada: prof.dr.sc. Jerko Glavaš

U Osijeku, _____ 4.2.2021. _____ godine

Potpis Martina Zubčić

Poslovni informacijski sustav i elektroničko poslovanje

SAŽETAK

Za poslovanje poduzeća te stvaranje vrijednosti u istom, svaki poslovni sustav mora primjenjivati poslovni informacijski sustav. Poslovni informacijski sustav poduzeća utječe na upravljačke procese poduzeća, a što poduzeće više razvije svoj poslovni informacijski sustav to će isti doprinijeti razvoju poslovanja. Na razvoj poslovanja poduzeća u posljednjih nekoliko desetljeća utjecali su: internet, komunikacijske tehnologije i informacijske tehnologije. Te nove tehnologije koje se javljaju na tržištu, potiču promjene, donose nove izazove i utječu na dinamiku poslovanja. One su, između ostalog, potaknule i razvoj elektroničkog poslovanja koje poduzeća koriste u svrhu komunikacije unutar poduzeća te komunikacije s potrošačima i poslovnim partnerima. U elektroničko poslovanje uključeni su zaposlenici poduzeća, poslovni partneri i klijenti, tj. potrošači. Infrastruktura elektroničkog poslovanja dio je ekonomske infrastrukture putem koje se obavljaju poslovne i trgovinske transakcije poduzeća. Što je veći utjecaj strategije elektroničkog poslovanja na cjelokupnu strategiju poslovanja to je ista povezanija s ostalim strategijama svih poslovnih funkcija u poduzeću. Elektroničko poslovanje omogućilo je širenje prodaje i pružanja usluga poduzeća te dosega komunikacije između poduzeća s potrošačima i poslovnim partnerima. Također, omogućilo je povezivanje globalnog svjetskog tržišta s virtualnim tržištem. Primjena elektroničkog poslovanja u poduzeću unaprjeđuje poslovne procese, iziskuje manje troškove, inovativnije i jeftinije proizvode te tako stvara veće prihode poduzeća. Razlog popularnosti elektroničkog poslovanja leži u tome što putem istoga poduzeća lakše i brže prenose informacije, posluju te komuniciraju u stvarnom svijetu i virtualnom svijetu.

Ključne riječi: poduzeće, internet, PIS, elektroničko poslovanje

Business information system and electronic business

ABSTRACT

For business operations and the creation of value in the same, every business system must implement a business information system. The business information system of the company influences the management processes of the company, and the more the company develops its business information system, the more it will contribute to business development. Business development in the last few decades has been influenced by: internet, communication technologies and information technologies. These technologies that are emerging in the market are making changes, bringing new challenges, and affecting business dynamics. Among other things, they have encouraged the development of electronic business used by companies for the purpose of intra-corporate communication and communication with consumers and business partners. Electronic business involves company employees, business partners and customers, ie consumers. Electronic business infrastructure is part of the economic infrastructure through which business and trade transactions of a company are carried out. The greater the impact of an electronic business strategy on the overall business strategy, the more closely related it is to other strategies of all business functions in the company. Electronic business has enabled the expansion of sales and service delivery of businesses and the reach of communication between businesses with consumers and business partners. It also enabled the global market to connect with the virtual market. The application of electronic business in the company improves business processes, requires less costs, more innovative and cheaper products, and thus generates higher revenue for the company. The reason for the popularity of electronic business within companies lies in the fact that it is easier and faster to transmit information, do business and communicate in the real world and the virtual world.

Keywords: company, internet, business information system, electronic business

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Metodologija rada	2
3. Poslovni informacijski sustavi.....	3
3.1. Razvoj poslovnih informacijskih sustava.....	3
3.2. Općenito o poslovnim informacijskim sustavima	4
4. Elektroničko poslovanje.....	7
4.1. Internet.....	7
4.2. Razvoj elektroničkog poslovanja	8
4.3. Važnost i obilježja elektroničkog poslovanja.....	9
4.4. Vrste elektroničkog poslovanja	10
4.5. Prednosti i nedostaci elektroničkog poslovanja.....	11
5. Poslovni informacijski sustav i elektroničko poslovanje.....	13
5.1. Uvođenje elektroničkog poslovanja u poduzeće	13
5.2. Važnost elektroničkog poslovanja.....	14
5.3. Mogućnosti elektroničkog poslovanja.....	16
5.4. Važnost komunikacije s potrošačima u virtualnom svijetu	18
5.5. Primjeri elektroničkog poslovanja.....	19
5.5.1. <i>Elektroničko bankarstvo</i>	19
5.5.2. <i>Elektroničko izdavaštvo i nakladništvo</i>	20
6. Zaključak	21
Literatura.....	22

1. Uvod

Poduzeća, kako bi mogla poslovati, u svom radu koriste poslovne informacijske sustave. Poslovni informacijski sustavi poduzeću pomažu prikupiti, obraditi i proslijediti informacije do osoba kojima će iste pomoći u obavljanju posla.

S razvojem interneta te informacijskih i komunikacijskih tehnologija stečene su sve predispozicije za unaprjeđenje i razvoj poslovnih informacijskih sustava. Na tržištu danas postoje na deseci poslovnih informacijskih sustava, a kontinuirano se razvijaju novi poslovni sustavi koji su još napredniji od svojih prethodnika.

Uz nove poslovne informacijske sustave sukladno se razvijalo i elektroničko poslovanje koje je danas sastavni dio većine poduzeća. Na elektroničko poslovanje može se gledati kao na najnapredniji i najsuvremeniji oblik organizijske strukture danas. Koriste ga sva poduzeća koja žele razviti svoje poslovanje i zauzeti veći tržišni udio.

Elektroničko poslovanje odnosi se na svu komunikaciju koje poduzeće ostvaruje između zaposlenika u poduzeću, s potrošačima na tržištu te poslovnim partnerima putem interneta. Popularnost duguje tome što putem njega poduzeća lakše i brže posluju te komuniciraju u stvarnom svijetu i virtualnom svijetu.

2. Metodologija rada

Tema završnog rada je - Poslovni informacijski sustav i elektroničko poslovanje. U završnom radu objasnila se važnost poslovnih informacijskih sustava te utjecaj koji primjena elektroničkog poslovanja u poduzećima ima na isto.

Rad je podijeljen na šest dijelova kako slijedi: uvod, metodologija rada, poslovni informacijski sustavi, elektroničko poslovanje, poslovni informacijski sustav i elektroničko poslovanje, zaključak.

Metode koje su korištene za pisanje rada su sljedeće: metoda analize, metoda sinteze, metoda specifikacije i metoda generalizacije.

3. Poslovni informacijski sustavi

3.1. Razvoj poslovnih informacijskih sustava

Poduzeća se osnivaju kako bi se kroz njihov rad, tj. stvaranje novih vrijednosti u istima zadovoljile potrebe i želje potrošača na tržištu. „Vrijednost koju kompanije stvaraju za svoje kupce treba im biti prihvatljiva, odnosno veća od iznosa koju kupci za nju plaćaju, ali ta vrijednost treba biti veća od vrijednosti koju kupcu za isti iznos mogu ponuditi konkurenti“ (Spremić, 2004: 01).

Vrijednost proizvoda i usluga poduzeća određuju sami potrošači, tj. vrijednost je onolika koliko su potrošači na tržištu spremni platiti za korištenje nekog proizvoda i usluga. Pri razvoju proizvoda i usluga poduzeće mora, između ostalog, u obzir uzeti troškove proizvodnje proizvoda/pružanja usluga, troškove distribucije, troškove marketinga, profit koji se želi ostvariti, cijenu proizvoda/usluga konkurentskih poduzeća te provesti istraživanje koliko su potrošači spremni platiti za određeni proizvod/uslugu.

Za poslovanje poduzeća te stvaranje vrijednosti u istom, svaki poslovni sustav mora primjenjivati poslovni informacijski sustav. Svaki poslovni sustav sastoji se od ulaznih i izlaznih podataka kojima se utječe na upravljačke procese poduzeća. „Poslovni informacijski sustav uključuje unos, obradu, isporuku, pohranjivanje i druge upravljačke aktivnosti, kojima se podaci pretvaraju u informacije“ (Pejić Bach i sur., 2016: 01).

Što poduzeće više razvije svoj poslovni informacijski sustav to će isti doprinijeti razvoju poslovanja. Za opstanak nekog poslovnog sustava potrebno je da isti bude u dodiru sa svojom okolinom te da svoje poslovanje prilagođava promjenama koje se događaju u okolini. U prošlosti je okolina bila puno manje podložna promjenama, a danas se promjene događaju gotovo svakodnevno. Zato je važno stalno osluškivati tržište te prilagođavati poslovanje stanju na tržištu.

Informacijske tehnologije donijele su značajne promjene ne samo na području tehnologije već i na tržištima na kojima poduzeća posluju. „Informacijska tehnologija mijenja način na koji ljudi rade i žive, te mijenja ustroj i način poslovanja suvremenih tvrtki.“ (Srića, 2001: 01). Oni pojedinci i poduzeća koja ne prihvate i ne počnu primjenjivati informacijske tehnologije na vrijeme vjerojatno neće dugoročno opstati u okruženju u kojem rade i posluju.

Vidljivo je kako su na postojeće stanje na tržištu i uređenje poslovanja poduzeća uvelike utjecale nove informacijske i komunikacijske tehnologije koje su se pojavile i počele razvijati s pojavom Interneta. „Burni razvoj elektroničke trgovine uzrokovao je intenzivno povezivanje ljudi i tvrtki preko interneta, što je dovelo do razvoja novih oblika povezivanja, novih poslovnih modela i novih, na webu utemeljenih usluga, podržanih intenzivnim razvojem pametnih telefona i bežičnih mreža“ (Pejić Bach i sur., 2016: 07).

3.2. Općenito o poslovnim informacijskim sustavima

Informacije su oduvijek imale važnu ulogu u poslovnom svijetu. Samo jedna pravovremena i točna informacija može pokrenuti ili urušiti poslovanje. U današnjem svijetu, koje je nepredvidivo, turbulentno i zasićeno, više nego ikad prije informacije imaju važnu ulogu.

Putem informacija, poduzeća stječu konkurentsku prednost tako što razvijaju proizvode, usluge i cjelokupno poslovanje zato prije nego se definira poslovni informacijski sustav, potrebno je definirati što je informacija, a što podatak. Prema Spremić (2004) podatak je „posebna, neutralna i neobrađena poruka o nekoj činjenici, a “informacije nastaju obradom podataka i donose novost, novu vrijednost“.

„Osnovna obilježja informacije su:

- točnost,
- pravodobnost,
- obuhvat (djelokrug),
- razina agregiranja,
- potpunost,
- primjerenost,
- usporedivost“ (Spremić, 2004: 21).

Iz prethodno navedenih obilježja informacija vidljivo je kako nije svaka informacija korisna za poduzeće. Samo informacije koje su točne, pravodobne, obuhvatne, potpune, primjerene i mogu se usporediti s drugim informacijama mogu u određenoj razini pridonijeti i pomoći u poslovanju.

Bez informacija koje se dobijaju i prenose izvan i unutar poduzeća poduzeća ne mogu poslovati. Što znači da je cilj poduzeća prikupiti što više informacija relevantnih za poslovanje te iste pravovremeno iskoristiti. Putem poslovnih informacijskih sustava informacije se prenose do pravih ljudi u poduzeću koje isti potom koriste da bi kvalitetno i stručno obavile svoj posao.

„Cilj informacijskih sustava je dostaviti pravu informaciju pravoj osobi u organizaciji u pravo vrijeme uz minimalne troškove“ (Spremić, 2004: 27).

Informacije pomažu svim razinama poslovanja da neometano djeluju te su središnji dio oko kojeg se razvija svaki informacijski sustav nekog poduzeća. „Informacijski se sustav (IS) sastoji od ljudi, opreme, tehnologije i postupaka koji omogućuju prikupljanje, pohranu, analizu, obradu i distribuciju podataka i informacija korisnicima, odnosno donositeljima poslovnih odluka“ (Spremić, 2004: 28). Pojednostavljeno, bez ljudi, opreme i znanja poslovni informacijski sustavi ne mogu operirati te poduzeća ne mogu poslovati.

„Osnovne funkcije informacijskih sustava jesu:

- prikupljanje podataka,
- obrada podataka i stvaranje informacija,
- analiza i upravljanje informacijama,
- pohranjivanje podataka i informacija, i
- njihova dostava korisnicima i donositeljima odluka“ (Spremić, 2004: 27).

Informacijski sustavi služe da prikupljanje podataka koji se potom pretvaraju u informacije potrebne za poslovanje. Nakon što se dobiju potrebne informacije iste se mora analizirati te ih pohraniti i prenijeti osobama u poduzeću kojima će iste biti od najveće koristi. Poslovni informacijski sustav treba se razviti tako da vrijeme od trenutka kada se informacije prikupe pa do trenutka kada iste dođu do zaposlenika u poduzeću prođe bude što kraće te da u komunikacijskom kanalu ne dođe do pogreške.

„Informacijska organizacija; predstavlja sintezu prethodnih metoda, polazišta i iskustava, temelji se na intenzivnoj primjeni informacijske i komunikacijske tehnologije, pa kao takva čini osnovnu organiziranja poslovanja u dinamičnim tržišnim uvjetima“ (Spremić, 2004: 48).

Informacijske tehnologije nositelji su poslovanja poduzeća, bez njih poduzeća su na današnjem tržištu izgubljena i ne mogu dosegnuti svoj puni potencijal rada. One omogućavaju prilagođavanje uvjetima na tržištu te pravovremene odgovore na probleme koji se mogu javiti u poslovanju.

„Intenzivna upotreba informacijskih sustava i informacijske tehnologije može poslovanju donijeti brojne strateške koristi i utjecati na konkurentsku poziciju“ (Pejić Bach i sur., 2016: 10). Primjena informacijskih sustava i naprednih tehnologija u poslovanju poduzeću donosi

više koristi nego štete. Pravilnom primjenom informacijskih tehnologija poduzeća mogu brže proizvoditi proizvode, stupiti i održavati kontakt s potrošačima, prodavati svoje proizvode i nuditi svoje usluge i slično. Sve to rezultira većim udjelom na tržištu te osnaživanjem konkurentske prednosti na tržištu – što je u interesu poduzeća.

„Poslovni informacijski sustavi izravno utječu na konkurentnost poslovanja na dva osnovna načina:

- pozitivno utječu na operativnu efikasnost poslovanja (podupiru strategiju niskih troškova, odnosno strategiju troškovnog vodstva) i/ili
- u određenim okolnostima postaju pokretači inovativnosti i promjena u poslovanju (podupiru strategiju razlikovanja ili diferencijacije poslovanja“ (Pejić Bach i sur., 2016: 10-11).

Najistaknutije prednosti razvoja i korištenja poslovnih informacijskih sustava za poduzeće su veća operativna efikasnost poslovanje te inovacije i mogućnosti za razvoj koje isti donose za poslovanje.

4. Elektroničko poslovanje

4.1. Internet

Što god da rade, ljudima je danas jako teško zamisliti život bez interneta. U prošlosti se sve odvijalo u realnom vremenu i licem u lice, a s pojavom interneta sve se počelo odvijati brže i u virtualnom svijetu.

Internet je postao primarno sredstvo komunikacije ljudima. Koristi se za sve od prikupljanja i dijeljenja informacija, komunikacije s obitelji i prijateljima pa do prodaje proizvoda i usluga poduzeća.

Srića i Muller (2001) navode kako „internet mnogi smatraju temeljnim sredstvom poslovnog uspjeha, elektroničke trgovine, e-businessa i svekolikoga ekonomskog napretka nacija, institucija i društva“. Što u konačnici i je istina - Internet je unaprijedio svijet i potaknuo razvoj novog načina funkcioniranja svijeta.

„U novoj eri poslovanja Internet se rabi kao osnovna infrastruktura poslovanja i platforma pomoću koje se obavljaju poslovne transakcije i poslovne aktivnosti“ (Spremić, 2004: 14). Poduzeća danas poslovanje baziraju na internetu te mogućnostima koje isti nudi. Internet se koristi interno u poduzeću te za poslovne aktivnosti izvan poduzeća. Gotovo da ne postoji segment poslovanja koji se ne oslanja na internet.

Primjena interneta u poslovanju poduzeća zahtijeva kontinuirano učenje i prilagodbu novitetima koje isti nosi. „Iznimno brzo širenje Interneta i njegove upotrebe nameće poslovnim subjektima nova pravila i nove izazove kojima se moraju prilagoditi ili nestati s tržišta. Promjene postaju prirodno stanje poslovanja“ (Srića i Muller, 2001: 51).

Promjene su sastavni dio života, one su nužnost jer donosi promjene i unaprjeđuju stanje u svijetu. „Intenzivna primjena informacijsko-komunikacijske tehnologije, poglavito globalne javne mreže Interneta, vodi prema virtualnim i mrežnim oblicima poslovanja pri čemu se organizacijska struktura počinje graditi oko tijeka informacija, a ne više isključivo oko tijeka fizičkih proizvoda“ (Spremić, 2004: 11). Informacijske i komunikacijske tehnologije, s naglaskom na internet, započele su revoluciju u poslovanju jer su fokus s fizičkih proizvoda stavile na informacije.

Internet ne jača sam od sebe, na važnost i razinu njegovog utjecaja, utječu sami korisnici istoga. Što više ljudi svakodnevno koristi internet to on sve više jača, a samim time ima i veći utjecaj

na stanje na tržištu. „Internet karakteriziraju velike mogućnosti koje on otvara u poboljšanju poslovanja i veliki potencijal koji se otvara porastom broja njegovih korisnika“ (Srića i Muller, 2001: 106).

Razvoj interneta, između ostalog, potaknuo je i razvoj elektroničkog poslovanja koje poduzeća koriste u svrhu komunikacije unutar poduzeća te komunikacije s potrošačima i poslovnim partnerima.

4.2. Razvoj elektroničkog poslovanja

Gledajući nekoliko desetljeća unazad, najveća revolucija u svijetu dogodila se s razvojem informacijskih tehnologija. IT industrija nikad nije bila razvijenija ni jača nego što je danas. „Informacijsku revoluciju diktirao je brzi razvoj informacijske tehnologije u posljednjih pedesetak godina. Ono što se trenutno događa jest da ona upravo ulazi u fazu zrelosti, u smislu da se težište pri upotrebi informacijske tehnologije u poslovanju pomiče s tehnologije na informacije i na sadržaje koje IT može stvoriti“ (Srića i Muller, 2001: 122).

Među najvećim promjenama koje su donijele informacijske tehnologije su one koje su se odvale na području poslovanja. Poduzeća su u prošlosti imala jednostavnu infrastrukturu te se nisu morala prilagođavati nepredvidivim promjenama na tržištu. Danas poduzeća imaju izrazito složene strukture te se svakodnevno suočavaju s promjenama na tržištu.

„Stalne tehnološke inovacije i globalizacija poslovanja omogućuju stvaranje nove, mrežne infrastrukture poslovanja, što uz intenzivnu primjenu informacijske i komunikacijske tehnologije te elektroničkog poslovanja dramatično utječe na porast broja, vrsta i varijacija postojećih poslovnih modela“ (Spremić, 2004: 02).

Poslovni modeli su se, zbog novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija, počeli razvijati i modificirati na način da bolje odgovaraju poduzeću. Danas na tržištu postoji veliki broj poslovnih modela koji se nastavljaju razvijati i nadograđivati, sukladno novim tehnološkim i komunikacijskim inovacijama.

Za početak primjene elektroničkog poslovanja u poduzećima uzima se 1995. godina. „Koncept elektroničkog poslovanja započinje se praktično primjenjivati u drugoj polovici 1995. godine, dakle onda kada je među poduzetnicima sazrela spoznaja da je u svojoj evoluciji Internet dosegao onu točku u kojoj je prerastao u virtualni gospodarski prostor“ (Panian, 2013: 47).

Razlog popularnosti elektroničkog poslovanja u poduzećima je jednostavan – poduzeća lakše i brže posluju te komuniciraju u stvarnom svijetu te u virtualnom svijetu.

4.3. Važnost i obilježja elektroničkog poslovanja

Ekonomija se stalno razvija, a na njen razvoj utječu nove tehnologije koje se javljaju na tržištu. Nove tehnologije potiču promjene, donose nove izazove i utječu na dinamiku poslovanja. „Osnovno je obilježje nove ekonomije stalan tehnološki razvoj, izrazita nepredvidljivost, ubrzavanje i dinamiziranje poslovanja“ (Spremić, 2004: 13).

Restrukturiranje, modificiranje i uvođenje noviteta u poslovanje pozitivan je iskorak za poslovanje svakog poduzeća. Kako bi se promjene u poduzeću neometano odvale, poduzeća moraju unaprijed pripremiti sve što je potrebno da se iste odvijaju te da se stvore svi uvjeti za razvoj i primjenu novog, boljeg i naprednijeg poslovnog modela poduzeća.

„Prijelaz s tradicionalnog prema elektroničkom poslovanju zahtijeva temeljiti reinženjering i prilagodbu unutarnje organizacije kompanije uvjetima poslovanja u novoj ekonomiji, čime informacijska i komunikacijska tehnologija postaje pokretačem poslovanja modernih kompanija i infrastrukturom razvoja novih modela poslovanja“ (Spremić, 2004: 85).

Kako bi određeno poduzeće razvilo vlastitu strukturu elektroničkog poslovanja isto treba imati određena tehnološka, poslovna, marketinška i menadžerska znanja. „Elektroničko je poslovanje suvremeni oblik organizacije poslovanja koji podrazumijeva intenzivnu primjenu informatičkih i, posebice, internetskih tehnologija u svim ključnim odnosno jezgrenim poslovnim funkcijama i procesima“ (Panian, 2013: 13).

Na elektroničko poslovanje može se gledati kao na najnapredniji i najsuvremeniji oblik organizacijske strukture danas. Koriste ga sva poduzeća koja žele razviti svoje poslovanje i zauzeti veći tržišni udio.

„Pojmovno određenje elektroničkog poslovanja odnosi se na svaki oblik provođenja poslovnih transakcija u kojima stranke ostvaruju međusobnu interakciju elektroničkim putem“ (Spremić, 2004: 85). Poslovne transakcije koje poduzeća mogu obavljati elektroničkim putem obuhvaćaju marketing, logistiku, plaćanje, naručivanja i trgovinu.

„Strategija elektroničkog poslovanja treba biti usklađena sa strategijom ostalih poslovnih funkcija kao i s općom strategijom poslovanja“ (Spremić, 2004: 103). Što je veći utjecaj

strategije elektroničkog poslovanja na cjelokupnu strategiju poslovanja to je ista povezanija s ostalim strategijama svih poslovnih funkcija u poduzeću.

4.4. Vrste elektroničkog poslovanja

Prijelaz s tradicionalnih modela poslovanja na suvremene modele poslovanja bio je očekivan, a potaknuo ga je razvoj novih tehnologija. „Poslovni modeli elektroničkog poslovanja nastaju prilagodbom tradicionalnih modela poslovanja uvjetima nove ekonomije“ (Spremić, 2004: 18).

Infrastruktura elektroničkog poslovanja dio je ekonomske infrastrukture putem koje se obavljaju poslovne i trgovinske transakcije poduzeća. „Infrastruktura elektroničkog poslovanja uključuje hardware, software, mrežnu i telekomunikacijsku infrastrukturu, procese, aktivnosti, poslovne usluge koje dodaju vrijednost i ljudski rad koji se koristi pri obavljanju svih vidova elektroničkog načina poslovanja“ (Spremić, 2004: 89).

Prethodno je istaknuto kako se zahvaljujući informacijskim i komunikacijskim tehnologijama razvio velik broj novih poslovnih sustava s naglaskom na poslovne modele elektroničkog poslovanja. „S obzirom na prirodu transakcija koje se provode razlikujemo ove vrste elektroničkog poslovanja:

- Elektroničko poslovanje među kompanijama (B2B, „business-to-business“),
- Elektroničko poslovanje između kompanija i kupaca (B2C, „business-to-customer“),
- Elektroničko poslovanje među korisnicima (C2C, „customer-to-customer“),
- Elektroničko poslovanje između korisnika i kompanije (C2B, „customer-to-business“),
- Elektroničko poslovanje između državnih tijela i kompanija (G2B, „government-to-business“),
- Elektroničko poslovanje između državnih tijela i građana (G2C, „government-to-citizen“),
- Elektroničko poslovanje između kompanija i državnih tijela (B2G, „business-to-government“),
- Elektroničko poslovanje između građana i državnih tijela (C2G, „citizen-to-government“),
- Elektroničko poslovanje neprofitnih institucija,
- Elektroničko poslovanje unutar poslovne organizacije“ (Spremić, 2004: 87-88).

Svaki od prethodno nabrojanih sustava povezuje nekoliko sudionika. Važnost i utjecaj elektročničkih sustava na sve dijelove života ljudi vidljiv je iz prethodne podjele sustava

elektroničkog poslovanja. Elektroničko poslovanje koriste ljudi, poduzeća, vladine organizacije i institucije, a sve s ciljem postizanjem rezultata i ostvarenjem ciljeva koji će doprinijeti blagostanju i razvoju svijeta.

4.5. Prednosti i nedostaci elektroničkog poslovanja

Poslovne aktivnosti se, također, mijenjaju s razvojem poslovnih sustava u poduzeću. Elektroničko poslovanje omogućilo je širenje prodaje i pružanja usluga poduzeća te doseg komunikacije između poduzeća i potrošača. Svijet nije više podijeljen samo na velika i mala tržišta, već se zahvaljujući tehnologiji i globalizaciji stvara jedno veliko, globalno tržište na kojem mogu svi sudjelovati. Jedino veće tržište od globalnog svjetskog tržišta je virtualno tržište koje se nalazi na internetu te svakim danom sve više i više raste. Virtualno tržište povezuje se s globalnim svjetskim tržištem putem elektroničkog poslovanja.

„Doseg i djelokrug poslovnih aktivnosti u novoj se ekonomiji znatno mijenja, od lokalnih, regionalnih ili nacionalnih tržišta uz promjenu fizičke poslovne infrastrukture i fizičkih resursa poslovanja, do mogućnosti pristupa globalnom tržištu uz uporabu virtualnog, elektroničkog načina poslovanja“ (Spremić, 2004: 10).

Elektroničko poslovanje karakterizira neprekidno poslovanje, brza razmjena, dostupnost, velika i šarolika ponuda proizvoda i usluga te razvoj novih koncepata i modela poslovanja. Prethodno nabrojane karakteristike ujedno su i glavne prednosti elektroničkog poslovanja. „Važna obilježja i važni izvori vrijednosti elektroničkog načina poslovanja su: neprekidno, globalno poslovanje, smanjenje troškova poslovanja, ubrzavanje poslovanja, ponuda ukupne usluge i potpuno novi modeli poslovanja“ (Spremić, 2004: 89).

Nedostaci i ograničenja u elektroničkom poslovanju prema Spremić (2004) su:

- „sigurnost rada i odvijanja poslovanja putem Interneta,
- nedovoljna ili neprimjerena tehnološka infrastruktura,
- nedovoljno razvijena softverska podrška,
- troškovi razvoja elektroničkog načina poslovanja,
- privatnost, zaštita autorskih prava,
- rizik nastanka materijalne štete,
- nedostatak stručnog osoblja i znanja“.

Kao i u svakom poslovanju, tako se i primjenjivanjem elektroničkog poslovanja u praksi došlo do određenih problema i pitanja vezanih za sigurnost primjene istoga. Među najistaknutijim

pitanjima vezanim za ovu vrstu poslovanja su: koliko je primjena poslovanja sigurna, zaštita autorskih prava, količina znanja koju djelatnici u poduzeću imaju o prakticiranju i provođenju ove poslovanja te elektronička infrastruktura u svijetu koja je potrebna za primjenu elektroničkog poslovanja.

5. Poslovni informacijski sustav i elektroničko poslovanje

5.1. Uvođenje elektroničkog poslovanja u poduzeće

Kako bi opstala na tržištu i mogla konkurirati ostalim sudionicima na tržištu, poduzeća moraju inovirati svoje proizvode i usluge, ulagati u razvoj komunikacije na novim tržišnim kanalima koji se pojave na tržištu te ostvariti kvalitetne odnose s potrošačima i poslovnim partnerima. Osim toga, poduzeće mora biti svjesno toga da se danas na tržištu najveći dio komunikacije i poslovanja odvija u virtualnom svijetu kroz digitalne proizvode.

„Poslovanje mora promijeniti svoje ponašanje želi li ostati konkurentnim, prebacujući se sa starih na nove tržišne kanale, s procesa usredotočenih na proizvodnju k onima u čijem žarištu je kupac, od starih posrednika k novima i od fizičkih k digitalnim proizvodima“ (Kalakota i Robinson, 2002: 84).

Elektroničko poslovanje, dokazano u praksi, mijenja poslovanje poduzeća i živote ljudi. Ono pruža nebrojene mogućnosti poduzećima koja su ga spremna usvojiti i prakticirati u poslovanju. „Elektroničko se poslovanje oslanja prvenstveno na World Wide Web servis, tako da Web mjesto predstavlja ključnu, stožernu točku svake tvrtke koja želi prakticirati takav oblik poslovanja“ (Panian, 2013: 16).

Jedna od posebnosti elektroničkog poslovanja je ta što poduzeća ne moraju biti fizički prisutna u svijetu već mogu cjelokupno poslovanje obavljati u virtualnom svijetu. „U uvjetima primjene koncepta elektroničkog poslovanja tvrtke mogu poslovati učinkovito bez ikakvih ili, što je realnija inačica, s minimalnim fizičkim poslovnim prostorima, jer mnogi zaposlenici svoj posao mogu obavljati tzv. radom na daljinu (eng. Teleworking)“ (Panian, 2013:15).

Prema Panian (2013) infrastruktura sustava elektroničkog poslovanja u poduzeću mora imati sljedeće komponente:

- „cjelovita infrastruktura za obradu podataka
- prezentacijska infrastruktura
- infrastruktura za provedbu sigurnih financijskih transakcija s vanjskim subjektima
- infrastruktura za prijenos podataka na daljinu
- pristupna infrastruktura“.

Elektroničko poslovanje u poduzeću, kako bi se isto moglo uspješno primjenjivati i doprinijeti radu poduzeća, treba imati razvijen koncept infrastrukture za obradu podataka, prezentiranje,

provedbu transakcija, prijenos podataka i infrastrukturu za pristupanje. Razvojem pojedinih dijelova infrastrukture elektroničkog poslovanja poduzeće ulaže ne samo u razvoj ovog modela poslovanja već i u budućnost cjelokupnog poslovanja.

„Sudionici u elektroničkom poslovanju mogu se podijeliti u tri velike skupine koje tvore:

- zaposlenici
- poslovni partneri
- klijenti“ (Panian, 2013: 68).

U elektroničko poslovanje uključeni su zaposlenici poduzeća, poslovni partneri koji sudjeluju u radu poduzeća te klijenti, tj. potrošači koji koriste usluge poduzeća i konzumiraju proizvode poduzeća. Za uspješnu primjenu elektroničkog poslovanja svi sudionici moraju sudjelovati u razvoju i primjeni elektroničkog poslovanja u svim segmentima poslovanja.

„Odnos između informacijske tehnologije i poslovnih potreba, tj. kvalitetno usklađivanje i ravnoteža između mogućnosti koje pruža IT ali i unapređenja poslovanja, poslovnih funkcija i procesa, vrlo je važan element uspjeha u suvremenim tvrtkama“ (Srića i Muller, 2001: 125).

Suvremena poduzeća oslanjaju se na informacijske i komunikacijske tehnologije te se trude iste primjenjivati u svom poslovanju. Korištenjem novih, naprednih tehnologija poduzeća ostvaruju prednost na tržištu i povećavaju obujam svog djelovanja.

5.2. Važnost elektroničkog poslovanja

Uspjeh elektroničkog poslovanja leži u tome što suvremena poduzeća poslovanje temelje na informacijama te informacijskim i komunikacijskim tehnologijama. „Svijet poslovanja prelazi iz fizikalne stvarnosti, temeljene na atomima, u digitalnu, temeljenu na bitovima informacija“ (Kalakota i Robinson, 2002: 40).

Razvoj informacijskih tehnologija poraknuo je razvoj poslovnih modela i koncepata koji se danas navelike koriste u poslovanju malih, velikih i srednjih poduzeća. „Neosporno je postojanje vrlo velike korelacije i međupovezanosti razvoja IT-a te razvoja organizacijskih koncepata i struktura. To je zapravo i logično zbog prožetosti cjelokupnoga poslovanja informacijskom tehnologijom“ (Srića i Muller, 2001: 79).

Kako bi nesmetano mogla poslovati i kontinuirano unaprjeđivati svoje poslovanje poduzeća koriste razne tehnologije koje im pomažu da posao obavljaju brže i efikasnije. „Ne koristite tehnologiju samo da biste stvorili proizvod. Tehnologiju koristite da biste unaprijedili, učinili

zabavnim i oplemenili cjelokupne aktivnosti koje okružuju proizvod: od biranja i naručivanja, do primanja i servisiranja“ (Kalakota i Robinson, 2002: 17).

Napredak tehnologije poduzećima otvara nova vrata i stvara nove prilike za poslovanje. „Za učinkovito tržišno nadmetanje u svijetu e-trgovanja, tvrtka mora strukturalno preoblikovati temeljen na kojima počiva. Ta strukturalna promjena zahtijeva da tvrtka razvije inovativnu strategiju e-poslovanja, usredotočujući se na brzu i učinkovitu realizaciju poslova“ (Kalakota i Robinson, 2002: 01).

Bez korištenja naprednih i inovativnih tehnologija koje se pojavljuju na tržištu poduzeća se ne mogu razvijati ni napredovati, a kako vrijeme bude odmicalo, ako ne budu koristila nove tehnologije, bit će im sve teže i teže opstati na tržištu. Danas je vidljivo kako poduzeća moraju brzo reagirati i unaprjeđivati poslovanja, a u budućnosti će se to događati još i brže.

„Organizacijska fleksibilnost i intenzivna primjena elektroničke i mrežne poslovne infrastrukture postaju nužnim pretpostavkama budućeg poslovnog uspjeha jer se smatra da će uspješne kompanije u budućnosti vrlo često i neusporedivo intenzivnije nego prije trebati mijenjati i inovirati svoje modele poslovanja kako bi učinkovito odgovorile dinamici tržišnog nadmetanja i stalnim tehnološkim izazovima“ (Spremić, 2004:01)

Za pokretanje elektroničkog poslovanja treba smisliti koncept na kojem prema kojem će se isti razvijati, prikupiti novčana sredstva za razvoj i implementaciju te okupiti tim ljudi koji imaju potrebna tehnička znanja. „Pokretanje e-poslovanja traži ideje, kapital i praktična tehnička znanja“ (Kalakota i Robinson, 2002: 301). Nakon što se ispune svi prethodno nabrojani uvjeti za razvoj elektroničkog poslovanja može se krenuti u razvoj i realizaciju istoga.

„Sljedeća tri poslovna trenda upravljaju odlukama u pogledu arhitekture e – poslovanja.

- Brzina poslovanja raste.
- Granice poduzeća nestaju.
- Očekivanja od rješenja koja donosi tehnologija rastu“ (Kalakota i Robinson, 2002: 157).

Poduzeća brzo izlaze na tržište i još brže posluju kroz iskorištavanje prilika koje im se nude na tržištu. S obzirom na globalizaciju i povezanost svijeta u virtualnom svijetu granice poduzeća i poslovanja istih se brišu. Zbog mogućnosti koje tehnologija danas nudi, svi od kupaca, zaposlenika i poslovnih partnera poduzeća od poduzeća očekuju puno više i u puno kraćem roku.

5.3. Mogućnosti elektroničkog poslovanja

Poduzeća koja danas posluju na tržištu mogu poslovati u fizičkom svijetu i u virtualnom svijetu. Ona poduzeća koja su svjesna važnosti prisutnosti u virtualnom svijetu dio poslovanja odrađuju u fizičkom svijetu, a dio poslovanja odrađuju u virtualnom svijetu. Tako dobijaju najbolje od oba svijeta - zauzimaju veći dio tržišta i stvaraju svoj brand prepoznatljiv među potrošačima na tržištu.

„Svaki se biznis danas natječe u dva svijeta: fizičkom svijetu opipljivih resursa i u virtualnom svijetu sačinjenom od informacija. Potonji je dao uzmaha elektroničkom poslovanju kao novom načinu kreiranja vrijednosti“ (Srića i Muller, 2001: 40). Kao što je autor Srića istaknuo, virtualni je svijet zamaha uzeo s razvojem elektroničkog poslovanja. Elektroničko poslovanje donijelo je brojne promjene za poslovanja poduzeća i unaprijedilo poslovanje poduzeća na jednu novu, višu razinu.

Informacijski poslovni sustavi i elektroničko poslovanje imaju puno dodirnih točaka, a sve zato što se i u jednom i u drugom koriste informacijske i komunikacijske tehnologije. „U elektroničkom poslovanju, upravo kao i u poslovnim informacijskim sustavima, koristi se informacijska i komunikacijska tehnologija za integraciju i poboljšanje poslovnih procesa što rezultira troškovno jeftinijim i kvalitetnijim proizvodima odnosno uslugama dajući kupcima veću vrijednost, a s druge strane povećavajući profitabilnost“ (Pejić Bach i sur., 2016: 175).

Primjena elektroničkog poslovanja u poduzeću unaprjeđuje poslovne procese, iziskuje manje troškove, inovativnije i jeftinije proizvode te tako stvara veće prihode poduzeća.

„Elektroničkim povezivanjem omogućuje se unaprjeđenje svih aspekata odnosa poduzeća s njegovim dobavljačima i ostalim poslovnim partnerima. Poduzeće pronalazi nove dobavljače, nove izvore sirovina, materijala i usluga na webu. Razmjena informacija s dobavljačima i partnerima pridonosi boljemu upravljanju procesima nabave, a olakšano je i upravljanje računima i plaćanjima“ (Pejić Bach i sur., 2016: 173).

Kroz elektroničko poslovanje poduzeća se povezuju s poslovnim partnerima, dolaze do novih poslovnih suradnika i lakše pribavljaju sirovine i materijale koji su mu potrebni za rad. Osim toga lakše je provoditi i nadgledati poslovne procese koji se odvijaju u poduzeću.

Područja primjene elektroničkog poslovanja prema Pejić Bach i sur. (2016) su:

- „model elektroničke prodaje vlastitih roba i usluga

- model elektroničkog trgovanja
- model elektroničkog marketinga
- model elektroničke zabave i rekreacije itd.“.

Elektroničko poslovanje danas se primjenjuje u različite svrhe. Na primjer, aktualno je za prodaju roba i usluga, trgovanje na internetu, provođenje marketinških aktivnosti te zabavne sadržaje.

Kalakota i Robinson (2002) ističu kako „e-Poslovanje mijenja oblike tržišnog nadmetanja, dinamiku odnosa s kupcima, brzinu realizacije poslova i prirodu vodstva“ te da „novi modeli poslovanja, temeljeni na mrežama, daju novi ključ za uspješnost u tržišnom nadmetanju i stvaranju bogatstva“.

Ovo poslovanje mijenja dinamiku na tržištu te u odnosima između poduzeća i potrošača. Osim toga, služi kao podloga za razvoj novih poslovnih modela što znači da poduzeća primjenom elektroničkog poslovanja ostvaruju bolje rezultate u tržišnom nadmetanju s konkurencijom.

„Uspjeh e-poslovanja ovisi o tome kako dobro izvršni dužnosnici tvrtke donose odluke dok stazu za e-poslovanje utiru vlastitim stopama, a ne gazeći tuđima“ (Kalakota i Robinson, 2002: 118). Kada poduzeće odluči primjenjivati elektroničko poslovanje u svom radu isto će imati bolje rezultate ukoliko razvije vlastiti model elektroničkog poslovanja nego ako primijeni univerzalni elektronički model poslovanja. Što se elektroničko poslovanje više personalizira to će isto više doprinijeti radu poduzeća.

„e-Poslovanje nam daje nove prodajne kanale, kao što su samousluživanje i mobilni prodajni timovi, kojima važnost rapidno raste. Počnemo nazirati softverske aplikacije za upravljanje prodajnim lancem, koje integriraju i čine učinkovitijima cikluse prodaje i naručivanja, brže razmjenjujući podatke između kupaca i prodavatelja, što rezultira time da se kupci na kupnju odlučuju brže i s većim povjerenjem“ (Kalakota i Robinson, 2002: 225).

Elektroničko poslovanje potaknulo je poduzeća na razvoj poslovnih aplikacija, razvoj web sjedišta poduzeća i otvaranje web trgovina na kojima poduzeća prodaju svoje proizvode i nude svoje usluge. Ono što privlači potrošače u elektroničkom poslovanju je jednostavnost pristupa ponudi poduzeća te lakoća komunikacije s poduzećima. A rezultat toga je kupovina što poduzeća u konačnici i žele.

„Prije negoli krenete na put kreiranja poslovnih rješenja za e-poslovanje, prvo morate utvrditi utjecaj najnovijih trendova u pogledu kupaca, poslovanja i tehnologije na vašu tvrtku“ (Kalakota i Robinson, 2002: 123).

Prije nego se krene u razvoj elektroničkog poslovanja treba provesti istraživanje u kojem će se dobiti informacije vezane za najnovije trendove na tržištu, istražiti ciljna skupina potrošača te saznati koje tehnologije je najbolje primijeniti u poslovanju poduzeća.

5.4. Važnost komunikacije s potrošačima u virtualnom svijetu

Zbog novih komunikacijskih i informacijskih tehnologija poduzeća su morala razviti nove komunikacijske tehnologije za komunikaciju s potrošačima te integrirati nove komunikacijske kanale u svoje poslovanje. To je zahtjevan i dugotrajan proces koji se, ako se pravilno provede, dugoročno isplati. Ako poduzeće postavi dobre temelje i razvije kvalitetne komunikacijske kanale iste nastavlja samo razvijati kako dolaze nadogradnje za iste.

„U novoj, digitalnoj ekonomiji, poslovna rješenja za e-poslovanje predstavljaju strateško oruđe prvog sloja“ (Kalakota i Robinson, 2002: 119).

Potrošači su u središtu svih aktivnosti poduzeća. Odnos koji poduzeće ostvaruje s potrošačima je ključ uspješnog poslovanja poduzeća i rasta poduzeća. Pogotovo danas kada se komunikacija odvija putem velikog broja različitih komunikacijskih kanala.

„Potreba za privlačenjem, zadobivanjem, stvaranjem utjecaja na kupce i njihovim zadržavanjem primarni je interes većine poslovnih djelatnosti. Rast dohotka temeljem zadobivanja i zadržavanja kupaca ostaje glavnim preduvjetom uspješnog tržišnog nadmetanja“ (Kalakota i Robinson, 2002: 49).

Potrošači imaju moć, oni svojim postupcima diktiraju koja poduzeća će u konačnici i opstati na tržištu. Zato se poduzeća stalno trude ostvariti drugačiju i zanimljivu komunikaciju s njima. Internet je pomogao poduzećima da se povežu i održavaju odnose s potrošačima kroz plasiranje različitih sadržaja na komunikacijskim platformama.

„Glavni igrači danas su kupci. Danas im je lakše negoli ikada prije uspoređivati trgovine i klikom miša mijenjati tvrtke. Posljedica toga je da su odnosi s kupcima postali nevjrednijom imovinom tvrtke. Ti odnosi vrijede više od tvrtkinih proizvoda, trgovina, tvornica, Web adresa, pa čak i zaposlenika“ (Kalakota i Robinson, 2002: 187).

Bez ulaganja u razvoj odnosa s potrošačima poduzeća ne mogu opstati na tržištu. „Ostvarivanje dobrih veza s klijentima, odnosno kupcima i korisnicima usluga predstavlja temelj kvalitetne primjene koncepta elektroničkog poslovanja“ (Pejić Bach i sur., 2016: 173).

S obzirom na veliki broj poduzeća na tržištu te zasićenost ponude koju ista imaju izgradnja i održavanje odnosa s potrošačima od najvažnijih je stvari za poslovanje poduzeća. Zato je primjena elektroničkog poslovanja u poduzeću važna. Naime, kroz primjenu elektroničkog poslovanja poduzeća razvijaju i održavaju odnose s potrošačima.

„U rano doba revolucije e-poslovanja mnogi su se poslovni subjekti utrkiivali tko će prije dospjeti na Web, samo da bi otkrili – često na prilično bolan način – da prisutnost na Webu ne znači automatski i uspjeh“ (Kalakota i Robinson, 2002: 153).

Potrebno je napomenuti i da sama prisutnost na internetu nije dovoljna da bi se privukli i zadržali potrošači. U razvoj sadržaja za internet poduzeće treba ulagati i vrijeme i novac. Kroz kreiranje i plasiranje sadržaja koji će biti zanimljiv ciljnim potrošačima poduzeća će ostvariti prodaju i imati dobit.

5.5. Primjeri elektroničkog poslovanja

5.5.1. Elektroničko bankarstvo

Banke se svakodnevno u poslovanju bore s konkurencijom te kako bi zadržale ili povećale udio na tržištu moraju ulagati u razvoj konkurentske prednosti. Internet te informacijsko komunikacijske tehnologije pomogle su bankama da razviju nove sustave i koncepte poslovanja te da svojim korisnicima ponude nove načine korištenja usluga banke.

„Pojava sve sofisticiranijih informacijskih i komunikacijskih tehnologija, a posebice onih internetskih, tijekom druge polovice 20. stoljeća izravno je utjecala na organizaciju, tržišne aktivnosti i razvitak funkcionalnosti bankarstva“ (Panian, 2013: 60).

Banke su se kroz proteklih nekoliko godina sve više okretale razvoju virtualnog poslovanja. Time su donijele korjenite promjene u svoje poslovanje te korisnicima pružile posebno korisničko iskustvo.

„Za poslovanje banaka zasnovano na primjeni novih tehnologija koristi se skupni naziv elektroničko bankarstvo (eng. Electronic Banking, e-Banking)“ (Panian, 2013: 62). Elektroničko bankarstvo omogućilo je korisnicima banke uvid u financije, podmirivanje računa te komunikaciju s bankom putem Interneta i aplikacija razvijenih od strane samih banaka. Time

korisnici štede na vremenu, imaju brži uvid u vlastite financije te mogu opravljati računima u banci.

„Virtualni bankarstvo podrazumijeva primjenu Interneta i Weba za obavljanje financijskih transakcija. Korisnici pristupaju Web mjestu banke kao i svakom drugom Web odredištu i nisu im potrebni nikakvi posebni programi, kao što je to bio slučaj u daljinskom i direktnom bankarstvu“ (Panian, 2013: 63).

5.5.2. Elektroničko izdavaštvo i nakladništvo

„Pojam elektroničkog izdavaštva odnosi se na stvaranje i distribuciju elektroničkog sadržaja, uključujući pisane materijale, glazbu i ostale audio zapise, video sadržaje i računalni softver. Elektroničko je nakladništvo nešto širi pojam te obuhvaća stvaranje, uređivanje, prodaju i distribuciju elektroničkih sadržaja“ (Panian, 2013: 64).

Najpoznatiji primjer elektroničkog poslovanja i uspjeha koje isto može ostvariti u svijetu je Amazon.com. Amazon je najpoznatija svjetska virtualna knjižara koju je 1994. godine pokrenuo Jeff Bezos. Bezos je prepoznao priliku da potrošačima koji vole čitati ponudi nešto novo i drugačije – ponudio im je direktnu kupovinu knjiga putem stranice na Internetu. Shvatio je da ljudi kada dođu u knjižaru u istoj provedu puno vremena i teško se snalaze. Zato je odlučio napraviti virtualnu knjižaru u kojoj će ljudi moći putem Interneta pretraživati, razgledati i kupovati knjige na jednostavn način iz svojih kuća. Osim toga, Amazon je prva tvrtka koja je omogućila dijeljenje mišljenja između kupaca, ostavljanje recenzija i kritika o knjigama te sadržaj i opis knjiga.

„Ono što je vjerojatno bilo jedan od ključnih činitelja uspjeha Amazona, jest činjenica da je on izvrsno preslikao proces kupnje iz fizičkog u virtualni prostor. To najbolje ilustrira postojanje „košarice“ u koju kupac dodaje novokupljeni predmet – naš poput procesa kupnje u „fizičkoj“ trgovini. Proces kupnje na Amazonu je kreiran tako da kupcu pruži osjećaj ugone i smirenosti“ (Srića i Muller, 2001: 190).

Amazon svoj uspjeh duguje tome što je pionir u svom području djelovanja i tome što stalno radi na unaprjeđenju svoje ponude i inoviranju poslovnih procesa te tako ostaje uvijek korak ispred konkurencije. Budućnost poslovanja mu je neizvjesna, ali ako nastavi tempom i načinom poslovanja koji do sada primjenjuje ovaj div ni u budućnosti neće imati problema s poslovanjem te će samo nastaviti sve više i više rasti.

6. Zaključak

Cilj poslovanja svakog poduzeća je zadovoljiti potrebe potrošača i ostvariti što veću dobit. Kako bi to ostvarila, poduzeća ulažu u razvoj vlastitih poslovnih procesa. Naglasak kada je u pitanju unaprjeđenje poslovnih procesa u poduzeću leži u primjeni novih modela poslovnih informacijskih sustava te primjeni elektroničkog poslovanja.

S razvojem interneta te komunikacijskih i informacijskih tehnologija došlo je do razvoja novih modela poslovnih informacijskih sustava koja poduzeća danas naveliko koriste u poslovanju te do razvoja i primjene elektroničkog poslovanja koje je ubrzalo i olakšalo komunikaciju između poduzeća i njegovih potrošača te poslovnih partnera.

Poslovni informacijski sustavi, kao i elektroničko poslovanje imaju za glavni zadatak prikupljati, obrađivati te prenositi relevantne informacije unutar poduzeća te izvan poduzeća. Što u prijevodu znači – provoditi komunikaciju između svih osoba koje direktno utječu na poslovanje poduzeća.

Elektroničko poslovanje potaknulo je poduzeća na razvoj poslovnih aplikacija, razvoj web sjedišta poduzeća i otvaranje web trgovina na kojima poduzeća prodaju svoje proizvode i nude svoje usluge. Drugim riječima, ovo poslovanje mijenja dinamiku na tržištu te u odnosima između poduzeća i potrošača. Osim toga, služi kao podloga za razvoj novih poslovnih modela što znači da poduzeća primjenom elektroničkog poslovanja ostvaruju bolje rezultate u tržišnom nadmetanju s konkurencijom.

Razvijen i prilagođen poslovni informacijski sustav te dobro razrađen sustav elektroničkog poslovanja ključni su elementi uz koje se, ukoliko se napravi i provede dobar plan i program razvoja poslovanja, od malog poduzeća može napraviti svjetski poznato i uspješno poduzeće.

Literatura

1. Kalakota, R. I Robinson, M. (2002). *e-Poslovanje 2.0: vodič ka uspjehu*. Zagreb: MATE d.o.o.
2. Panian, Ž. (2013). *Elektroničko poslovanje druge generacije*. Zagreb: Ekonomski fakultet Zagreb
3. Pejić Bach, M. i sur. (2016). *Informacijski sustavi u poslovanju*. Zagreb: Ekonomski fakultet
4. Spremić, M. (2004). *Menadžment i elektroničko poslovanje*. Zagreb: Narodne novine d.d.
5. Srića , V. i Muller, J. (2001). *Put k elektroničkom poslovanju*. Zagreb: Sinergija – nakladništvo d.o.o.