ZNAČAJ I ULOGA KORIŠĆENJA ELEKTRONSKIH KOMUNIKACIJA U PREDUZETNIČKOM KOMPANIJAMA

Mersad Mujević

Uprava za javne nabavke, Crna Gora

mersadm@t-com.me

Safet Korać

Fakultet za državne i evropske studije u Podgorici

sajo_fkn@hotmail.com

Apstrakt

Razvojem računarskih nauka, a time i računarskih mreža, u prvom redu Interneta, kao i sve većom upotrebom informaciono komunikacione tehnologije u poslovanju kompanija, ustaljuje se jedan novi oblik poslovanja, pa time i ekonomije. Već nekoliko godina računarstvo je visoko rangirano u političkim agendama u Evropi i svijetu. Evropska komisija danas računarstvo smatra pismenošću, što je osnova za razumijevanje kako digitalne tehnologije funkcionišu i služe razvoju vještina 21. vijeka kao što je između ostalog “elektronsko poslovanje tj. digitalna ekonomija i analitičko razmišljanje.

Elektronsko poslovanje djeluje po različitim načelima u dosnosu na staru ekonomiju i zahtijeva drugačiju ekonomsku filozofiju. Informacija, ideja, inovacija i znanje osnov su stvaranja vrijednosti, rasta i produktivnosti.

Savremeni način vođenja posla daje garanciju za kvalitetniji pristup tržištu i na taj način povećava poziciju preduzeća naročiti malih i srednjih preduzeća a time i bolje korišćenje sopstvenih resursa koje informaciono komunikacione tehnologije obezbjeđuju.

Preduzeća tj. mala i srednja preduzeća u svojim izazovima u kasnijim fazama razvoja biće upravo, što bolja pozicija na svjetskom globalnom Internet tržištu sa svojim osnovnom premisom stvaranje dobre materijalne baze a time čineći svoju ponudu pristupačnijom potencijalnim potrošačima.

Ključne riječi: Internet, elektronsko poslovanje, digitalna ekonomija, prednosti elektronskog poslovanja.

SIGNIFICANCE AND ROLE OF USING ELECTRONIC COMMUNICATIONS IN ENTREPRENEURIAL COMPANIES

Abstract

With the development of computer science, time and computer networks, primarily the Internet, as well as the increasing use of information and communication technologies in the company's business, it establishes a new form of business, and thus the economy. For several years, computing has been ranked high on political agendas in Europe and the world. Today, the European Commission considers computing to be literacy, which is the basis for understanding how digital technologies work and serves the development of 21st century skills, such as, among other things, "electronic business, ie. digital economics and analytical thinking.

E-business operates on different principles in relation to the old economy and requires a different economic philosophy. Information, ideas, innovation and knowledge that create values, growth and productivity.

The modern way of doing business guarantees a better access to the market and thus increases the position of companies, especially small and medium enterprises, in time and better use of their own resources provided by information and communication technologies.

Companies, ie. SMEs in their challenges in the later stages of development will be precisely that, the better position in the global Internet market with its basic premises of creating good material bases and time make their offer accessible to potential consumers.

Keywords: Internet, e-business, digital economy, advantages of e-business.

JEL codes: L63

UVOD

Početak primjene računara u poslovne svrhe, još ranih 60-ti godina prošlog vijeka, otvorio je novo poglavlje ne samo u informaciono komunikacionim tehnologijama već i u ekonomskoj praksi i ekonomskoj teoriji. Naime, zahvaljujući primjeni računara kompanije su uspjele, preko automatizacije, da smanje troškove obrade podataka, a potom, integracijom softverskih aplikacija efikasnost organizacije i kvalitet poslovnog odlučivanja.

Efekti koje Internet/računari tj. novi tehnološki razvoj sami po sebi stvara drugačije uslove i inovativnije pristupe poslovanju, tzv. digitalnu ekonomiju ili e-ekonomiju će se svakako zasnivati na savremenijim i za sada ne opipljivim robama, radovima i uslugama kao i inoformacijama, kretivnim idejama a sve u cilju stvaranja bolje i jače ekonomske baze.

Njen nastanak prati, ili je uzrok, većeg nivoa integracije i globalizacije poslovanja te povezivanje robe, usluga i kapitala na nivou svetskog tržišta. Informaciono komunikacione tehnologije mijenjaju način poslovanja i omogućavaju da se poslovi odvijaju brže, uz niže troškove, manje greške. Od tada do danas, sve se odvijalo kroz isprepletanost i uslovljenost informaciono komunikacionim rješenja, poslovnih modela i obrazaca, informacija, inovacija i znanja, a sve sa jednim ciljem prezentovanim kroz maksimalne satisfakcije potrošača i maksimalni porast profita.

Sredinom 2019 godine pristup mreži ostvarilo je oko 4,8 milijardi ljudi (preko 60% svjetskog stanovništva od oko 7,7 milijardi).

I. ELEKTRONSKO POSLOVANJE

Nove tehnologije, naročito internet tehnologija su dovele do velikih promjena u poslovanju preduzetničkih kompanija, i omogućavaju stvaranje novih poslovnih modela. Elektronska revolucija djeluje u širokom ekonomskom kontekstu, obuhvatajući interne procese i poslovanja organizacija ali i tržišno okruženje. Kao ključna karakteristika savremenog načina poslovanja mogu se navesti globalna finansijska međuzavisnost, deregulacija, informatizaciju, kao i

savremenu geopolitičku stvarnost koja u osnovi predstavlja osnovni zanajac nove ekonomske stvarnosti.

Kao glavni poslovni izazovi danas se javljaju brzina, centralna tačka na potrošača, centralna tačka na ključne kompetencije i poslovne procese, masovna kustomizacija, fleksibilnost IK arhitekture, interoperabilnost infrastructure, aplikacije i dr.

U tom smislu današnju savremenu digitalnu ekonomiju reprezentuju [1];

- infrastruktura za podršku elektronskom poslovanju,
- elektronski poslovni procesi
- transakcije elektronske trgovine.

Njajznačajniji uticaj i ako je tu u suštini još bilo značajnih subjekata na razvoj elektronskog poslovanja iaml je IKT.

Rast i širenje internet [2] i preferencije on line potrošača usloveli su brz i dinamičan razvoj digitalne ekonomije. Ekspanzijom i rastom internet stvorena je tehnološka platforma digitalne ekonomije. Nijedan medij u istoriji civilizacije nije imao tako ekspozitivan rast kao što je to sa internetom.

Nastupanjem komercijalizacije interneta javile su se mnoge mogućnosti za poslovanje:

- elektronska trgovina na globalnom tržištu – tržište,
- umrežavanje i integracija sa poslovnim partnerima – ponašanje,
- novi poslovni modeli zasnovani na ekonomiji obima – vrijednost,
- pravovremenost, i dr.

Nardeni talas razvoja elektronskog poslovanja ili pak digitalne ekonomije razvio se u duhu faktora “pravovremenosti”. Šta je zapravo pravovremenost i kako je uticala? Čitava civilizacija je bila zaokupljena strahom od 2000 godine ,zbog “milenijumskog бага”.

Naime, od šesestih godina prošlog vijeka jedan od osnovnih problema u razvoju računarske tehnologije, između ostalog bila je dilemma kako sa što manje memorije sačuvati što više podataka.

Ovo načelo nije važno samo za aplikativni softver već i za sistemski softver koji, je zahvaljujući masovnoj primjeni računara, kontrolisao i upravljao čak i složenim organizacijama kao što su banke, željeznice, nuklearne elektrane i slično. Ideja koja je postala ustaljena bazirala se na tome da se kod memorisanja podataka o godini, zato što se uvijek ponavljaju iste prve dvije cifre, (npr. Umjesto 1971, koristi se i binarno memoriše samo 71, ili 1979, koristi se binarno memoriše 79). Ovo je mnogo pomoglo u ubrzanju procesa obrade i podiglo efikasnost operativne memorije. Međutim, kako se približavala 2000 godina, po istoj logici memorisale bi se posljednje dvije cifre (00), što bi računarski sistemi vjerovatno prepoznavali kao 1900.godinu, i sve bi to izazvalo kaos. Tražeći rješenja sva računarska tehnologija i softverski inženjering bili su usmjereni ka pronalasku neke dugoročne platforme i prelazak na istu, gdje bi se na taj način prevazišao ovaj problem. Na svu sreću pravovremeno se pojavila i razvila web platforma. Engleski naučnik Tim Bernes –Lee, zajedno sa timom iz Instituta CERN, na čijem čelu je bio, 1989. Godine lansirao je World Wide Web.

Ova tehnologija je do pojave novog vijeka usavršena i predstavljala je sigurnu platform, pa su kompanije i sistemi prošlog vijeka masovno prešli na novu

tehnologiju koja omogućuje on line poslovanje. To je bio presudan podsticaj za razvoj elektronskog poslovanja. Pravovremenost je bila i u drugom pogledu. Početkom novog vijeka Baby Boom generacija SAD "stasala je za penziju". Kako su svojevremeno poslodavci sedamdesetih godina prošlog vijeka za potrebe firme forsirali njihovo informatičko obrazovanje i vještine, to sada oni opskrbljeni tim znanjem i uz činjenicu da imaju mnogo slobodnog vremena postaju pioniri on line trgovine i forsiraju digitalnu ekonomiju.

Na osnovu rečenog uopšteno možemo zaključiti da je razvoju digitalne-informatičke ekonomije prethodio razvoj internet kao medija. Nije dugo trebalo da korisnici shvate da osim obične komunikacije, internet tj. mreža, nudi niz prednosti i da se može koristiti gotovo za sve vrste poslovanja.

Sa novim vijekom elektronsko poslovanje kao strategiju ne prihvataju samo velike kompanije nego i države. Pomenimo Australiju, Kanadu, Dansku, Finska, Japan, Koreja, Singapur, Estonija idr.

No, liderstvo u elektronskom poslovanju podrazumijeva:

- obezbjeđenje pristupa širokopojasnom internetu velike brzine skoro svim građanima,
- digitalnu pismenost stanovništva
- da država svoje usluge obavlja on line, i

da IT dominira u saobraćaju, energetici, zdrastvu i poslovanju preduzeća [3].

Sve ovo pomenuto predstavlja elemente novog oblika poslovanja, tzv. Elektronsko poslovanje (electronic business ili jednostavno e-Business). Elektronsko poslovanje ne podrazumijeva prije svega kupovinu i prodaju, nego i poštovanje klijenta i poslovnog partnera, kao i način poslovanja u sopstvenom preduzeću on line i organizacija prema klijentima. E-poslovanje je integralna komponenta poslovanja preduzeća i kao takav je sastavni dio svih poslovnih aktivnosti u preduzeću. Za intergaciju elektronskog poslovanja u preduzeće potrebno je biti spreman na promjene. Mijenjajući koncepciju poslovanja, nove tehnologije integrišu skup promjena u odnosu na okruženje ali istovremeno i unutar same organizacije. Implementacija ovog vida poslovanja pomjera granice dosadašnjih aktivnosti [4].

Produkcijom e-tržišta neminovno su nestali razni posrednici, međutim taj način je omogućio nastajanje nove vrste posrednika koji povezuju ponuđače i korisnike roba, radova i usluga nudeći informacije o robi, radovima ili uslugama, a ponuđačima markentiške podatke te osiguravaju povjerenje između ponuđača i korisnika i osiguravaju integritet tržišta [5].

Elektronsko poslovanje donosi:

- rad na daljinu,
- obrazovanje na daljinu,
- kupovanje na daljinu,
- telemedicine,
- teledemokratija,
- virtuelna stvarnost,
- upravljanje na daljinu
- rat na daljini i dr

Slika 1. Elektronsko poslovanje

Elektronsko poslovanje donosi novi koncept poslovanja u kompanijama, međutim ne garantuje i poslovni uspjeh. Propisi koja važe u starom poslovanju važe i u elektronskom poslovanju. Poslovne strategije, menadžmenti, poslovni principi i sve ostale metode koje su vodile ka uspješnom tradicionalnom poslovanju, koriste se i u elektronskom poslovanju preduzetničkih kompanija. Zemlje Zapadnog Balkana imaju u suštini iste problem kao i sve druge zemlje u razvoju. Najčešće prepreke su nedostatak infrastructure za uvođenje elektronskog poslovanja, neshvatanje prednosti koje nosi elektronsko poslovanje (posebno u smislu povratka investicije i brzine rada), pravna pitanja, odbijanje većine starije populacije da se “elektronski opismene” i nedostatak bezbjednosti u obavljanju elektronskog poslovanja, posebno transakcija.

II. KARAKTERISTIKE ELEKTRONSKOG POSLOVANJA

Dilema koja se postavila ili koja je tražila odgovor na rečeno je, da li je u novoj ekonomskoj stvarnosti promijenjena struktura tržišta i da li su se te promjene takvog karaktera da su uslovile drugačija ekonomska pravila, podrazumijevalo bi potrebu novog pristupa u tumačenju pojava i procesa. Iz toga bi, vjerovatno, slijedilo izvođenje drugačijih zakonitosti na čijim osnovama bi se moglo predviđati, zbog čega i postoji ekonomska nauka i njena veza sa IKT.

Na početku 21 vijeka mali broj naučnika i teoretičara upuštao se u analizu i pokušaj preciznog odgovora na ovako formulisano dilemu. Posljednjih godina primijetan je porast ekspertskih radova na pomenute teme. No, i pored toga, još uvijek nemamo utemeljen i makar djelimično usaglašen set fundamentalnih znanja koja bi nam pomogla u tumačenju elektronsko-digitalne ekonomije. Umjesto toga, postoje neka okvirna saznanja do kojih se došlo u analizi

digitalnih transformacija tržišnih struktura i substrukture i efekata koji se tim putem ostvaruju.

Već sam u predhodnom dijelu rada ukazao na promjene koje donijela informatička ekonomija i elektronsko poslovanje i koliko sui male dubok odraz na stranj ponude i potražnje. Prije svega na kreiranje proizvoda, organizacionim ustrojstvima kompanija, tretmanom rad i dr. takođe se prešlo na sa masovne proizvodnje na proizvodnju koja se prilagođavala pojedincu, radon vrijeme više nije bilo bitno...

Ove činjenice, a i još neke druge, same po sebi, mogu biti dovoljne za potvrdu polazne teze digitalna ekonomija-digitalno poslovanje u suštinskom smislu uslovljava drugačije ponašanje kupca i prodavca u odnosu na njihovo ponašanje u okvirima tradicionalnog tržišta.

Koje su to osnovne promjene koje su izdvojile elektronsko poslovanje i stavilo ga u fokus preduzetničkog poslovanja.

1. Tržište ponude transformiše se pojavom nove forme proizvoda i usluga sa specifičnim karakterom i namjenom, ovdje se javljaju digitalni, virtuelni, imaginarni proizvodi i usluge, koje proizvode i nude digitalni, virtuelni proizvođači. Pri tome, nije samo u pitanju tehnološka forma, prezentacija i distribucija tih preduzeća, nego i karakter i način njihovog konzumiranja koji determiniše proces proizvodnje, tip i struktura ponude, a to paralelno prate procesi specijalizacije i koncentracije svih segmenata IT biznisa.

Na osnovu kazanog mogu se uočiti tri glavne industrije digitalne ekonomije:

- proizvodnja softvera,
- internet kompanije,
- kompjuterske komunikacione usluge dizajnirane da podrže predhodne dvije industrije [6].

2. Digitalno tržište je potpuno novo tržište tražnje. To je tržište virtuelnih kupaca. Ovo tržište je skoro podjednako veličini korisnika interneta. Tržište potencijalnih elektronskih kupaca svake se godine povećava za novih 250 miliona korisnika. Ovo tržište tražnje ima svoja pravila. To je tržište veoma informisanih i zahtjevnih potrošača. I zato je povećana odgovornost ponuđača koji se obraća ovom tržištu.

3. Digitalizacija je napravila revoluciju u posredničkim djelatnostima i prodajnim kanalima. Digitalni kanali nude mogućnosti direktne komunikacije potrošača i prodavca, ostvarujući na taj način optimalnu integraciju trgovinskog lanca. Ukidanjem posrednika bitno se mijenja i ubrzava saobraćaj i on se odvija uz mnogo manje troškova, kvalitetnije, ostvaruje se simbioza saopštena kroz maksimu "kupac prelazi na stran prodavca, a prodavac prelazi na strani kupca" [7].

4. Digitalizacija je uzrokovala promjene u načinu plaćanja. Novac, kapital, globalni je resurs i to je jedan od posebnih karakteristika digitalne ekonomije tj. elektronskog poslovanja.

5. Promjena u kompaniji. Tradicionalni način organizacije u potpunosti zamire.

6. Promjene na tržištu rada. Radna snaga je takođe resurs jer su u svakoj kompaniji, zahvaljujući mrežama, dostupni radnici čitavog svijeta koji su na

mreži. U fokusu je pitanje novih vještina, znanja kao i pitanje globalne konkurentnosti. Promjene na tržištu rada se mogu manifestovati i kroz :

- promjene u troškovima radne snage,
- promjene u menadžmentu na svim nivoima,
- promjene u ljudskim kadrovima i obrazovanju.

7. Promjene u strukturi sektora u ekonomiji i relativizacija klasičnih ekonomskih agregata kao indikatora stepena razvijenosti. Na osnovu ovih nekoliko karakteristika da se izvesti zaključak da je u uslovima elektronskog poslovanja-digitalne ekonomije došlo do bitnih promjena u skoro svim segmentima i nivoima tržišne strukture. Utemeljenje ovog stava elaboriraću savremene ekonomske misli...da li digitalno tržište drugačije funkcionise i kao se ponašaju kompanije u tom i takvom okruženju. Jedna bitna osobina digitalnog tržišta daje odgovor na ovo pitanje.

Digitalno tržište je umreženo i globalno. Širenjem internet stvorena je tehnološka platforma na mrežnu – globalnu ekonomiju. Šta nova ekonomija pruža umreženom pojedincu-kompaniji? Prvo, umreženi pojedinac-kompanija može više da radi nego što je mogao usmljen/a, Drugo, povećava se njegova sposobnost da radi više u slobodnoj kooperaciji sa drugima, bez ograničenja da taj odnos uspostavi kroz sistem cijena ili tradicionaln eforme organizacije i treće, poboljšava se kapacitet umreženih umreženih pojedinaca da učine više u formalnim organizacijama koje funkcionišu izvan standardne tržišne sfere.

Možemo da zaključimo da je digitalno tržište kao globalno i umreženo, zasnovano na drugačijim interakcijama njegovih konstituenata, u organizacionom, komunikacionom i interesnom smislu. Jednostavno, načela funkcionisanja tržišta promijenili su se pod uticajem digitalne mreže.

III. ZNAČAJ I ULOGA KORIŠĆENJA ELEKTRONSKIH KOMUNIKACIJA U PREDUZETNIČKOM KOMPANIJAMA

Elektronsko poslovanje pruža mogućnost stvaranja potpuno novog modela poslovanja. Elektronske tehnologije nam obezbjeđuju slanje ogromnog broja informacija, na veoma velike daljine i u veoma kratkom vremenu. Ovako dobijene informacije preduzećima omogućuju da u svom poslovanju koriste e-tehnologije da ostvare uštede u svojim troškovima poslovanja, brže obave svoje poslovne transakcije i i na taj način budu konkurentnije na tržištu [8].

Zrelost i visok nivo kvaliteta IT rješenje koja se koriste za razmjenu informacija između preduzeća, dobavljača i kupaca, značajan napredak u definisanju i prihvatanju standard za razmjenu podataka, primjena najnovijih koncepata i tehnologija kao što su:

- računarstvo u obalku,
- mobilne tehnologije,
- sveprisutno računarstvo,
- društvene mjere i sl.

uticale su na to da tzv. “E” element poslovanja postane ključna komponenta savremene poslovne razmjene. Osnovni razlozi primjene IKT u poslovnim procesima su:

- smanjenje troškova,
- pružanje usluge klijentima i podrška za rast i razvoj preduzeća.

U osnovi, uvođenje e-poslovanja u bilo koj fazi kompanija može se smatrati kao inovacija. Dok većina kompanija koristi ove tehnologije kako bi uštedjela u troškovima i lakše realizovala poslovne procese, samo kompanije lideri ih primjenjuju za realizaciju inovativnih ideja, sticanje konkurentske prednosti i korišćenje potencijalnih tržišta.

E – poslovanje nije tehnologija za realizaciju procesa, već promjena načina poslovanja. Promjene se moraju implementirati unutar preduzeća u okviru infrastrukture, upravljanje ljudskim resursima, u ekstremnim vezama sa kupcima i dobavljačima, i drugim poslovnim procesima. Brži protok informacija može se omogućiti korišćenjem pojedinih aplikacija i servisa koji povezuju različite djelove lanca vrijednosti u relanom vremenu.

slika 2. Uticaj e-poslovanja moguće je posmatrati kroz Porterov lanac vrijednosti u kompaniji [9-11]

Dalje, uticaj e-poslovanja na definisanje strategije i analize konkurencije može se posmatrati kao jak uticaj na polje pozicioniranje kompanije na tržištu i to upravo kroz pomenuti uticaj pet sila Porterovog lanca i to [12]:

- **Prijetnja ulaska novih konkurenata na tržište.** E-poslovanje omogućava preduzećima da svoje proizvode i usluge nude na globalnom tržištu.

Na jednostavan način (web sajt), kompanija može da uđe na svjetsko tržište. Za ulazak na on line tržište nijesu potrebna visoka ulaganja, a troškovi nabavke i prodaje se smanjuju. S druge strane, za većinu kompanija, internet povećava opasnost ulaska novih konkurenata i ukida tradicionalne modele ulaska na tržište. Ovo može predstavljati opasnost kod onih industrija koje igraju posredničku ulogu, kao i kod onih industrija kod kojih su primarni proizvodi ili usluge digitalizovane. Geografski domet internet omogućava prostorno udaljenim konkurentima da postanu direktni konkurenti.

- **Pregovaračka moć dobavljača.** Primjenom savremenih IKT u e-poslovanje omogućava se povezivanje svih elemenata u lancu vrijednosti. Povećava se transparentnost procesa u velikoj mjeri se umanjuje monopol. Kupci mogu lako pronaći alternativne dobavljače i na taj način lakše uporediti cijene i uslove kupovine i tako smanjiti pregovaračku moć dobavljača.

- **Pregovaračka moć kupca.** WEB u velikoj mjeri olakšava kupcima pristup informacijama o proizvodima i dobavljačima. Internet može smanjiti troškove kupca. Kupci mogu jednostavnije birati između većeg broja dobavljača. Ovo ukazuje da internet povećava moć pregovaranja potrošača i zahtjeva od kompanija da ulože veći napore ne bi li uspješno upravljalo odnosima sa kupcima.

- **Opasnost od proizvoda/usluge supstituta.** Industrije koje se baziraju na informacijama u najvećoj su opasnosti od supstituta. Primjenom tehnologije e-poslovanja moguće je razviti supstitute uz niža ulaganja.

- **Rivalstvo između preduzeća unutar iste industrijske grane.** Primjena IKT u poslovanju omogućava razvoj velikog broja novih servisa i proizvoda, naprednih metoda na tržištu i sticanje kompetitivne prednosti. Istovremeno, e-poslovanje uklanja sve barijere za ulazak novih učesnika na tržište i na taj način otežava preduzećima očuvanje tržišne pozicije.

Usvajanje e-poslovanja podrazumijeva restrukturiranje postojeće organizacione structure, usvajanje strategije e-poslovanja i tehnosloške infrastrukture za poslovanje u on line okruženju. E-poslovanje i razvoj IKT utiču na promjene u postojećim poslovnim procesima. On line okruženje omogućava jednostavniju saradnju između poslovnih partnera i pogodno je za realizaciju B2B modela e poslovanja.

IV. ZAKLJUČAK

Brz razvoj i usvajanje IKT uvele su ljudsko društvo u fazu transformacije iz industrijskog doba u informaciono doba. Digitalna revolucija promenila je način proizvodnje dobara i obezbjeđivanja usluga, transformisala gotovo sve industrijske grane, kreirala širok spektar novih proizvoda, usluga i poslova i kreirala novo životno okruženje u obliku informacionog društva koje će olakšati svakodnevni život ljudi. Veliki broj država u svijetu započeo je projekat e-društva u cilju stvaranja digitalno pismenog društva u kojem bi svakog svog građanina, poslovni sistem i državnu instituciju približili digitalnom dobu i koje bi zarad toga, bilo spremno da finansira i razvija nove ideje, obezbjeđujući tako svojim građanima prednosti koje donosi informaciono društvo.

Cijeneći da je pored jedinstvenog tržišta za ukupnu politiku bitna i zajednička strategija za digitalnu ekonomiju, EU je lansirala dvije kompatibilne strategije, Digitalna agenda i Strategiju jedinstvenog digitalnog tržišta.

U fokusu digitalne politike su:

1. Integracioni motivi - jedinstveno digitalno tržište obezbijediće veću digitalnu koheziju članica i njenih građana, a time i veću integraciju unutar EU. Tu se prije svega misli na bolji pristup građana informacijama, otvorenim podacima, elektronskim servisima, javnom upravom i dr.

2. Ekonomski motivi – jednostavno i jedinstveno digitalno poslovanje i digitalna trgovina na cijelom prostoru EU obezbijedila bi više od 415 milijardi eura godišnje dobiti za evropsku ekonomiju i generisala oko 3,8 miliona radnih mjesta.

Da bi se sve ovo ostavilo, kroz Agendu i Strategiju pokušaju se naći adekvatni odgovori na sljedeće izazove:

- na koji način obezbijediti jedinstvenost ovog tržišta u smislu eliminisanja barijera između zemalja članica, što je veoma bitno kako sa ugla potrošača tako i iz ugla proizvođača digitalnih proizvoda i usluga?

- kako na naprednom nivou razviti telekomunikacionu infrastrukturu koja obezbjeđuje širokopojasni pristup u zemljama članicama i kako tu infrastrukturu pod jednakim uslovima obezbijediti dostupnom svima?

- kako definisati politiku jedinstvene regulacije digitalnog tržišta unutar EU i kako obezbijediti zaštitu ličnih podataka?

I na kraju samo preduzeće koje ulaže u svoj razvoj i napredak, koje je spremno na usvajanjem inovacija u sferi poslovanje može opstati na poslovnoj sceni u budućnosti.

BIBLIOGRAFIJA

1. [1] Radenković, B., Despotović Zrakić, M., Bogdanović, Z., Barać, D., Labus, A. (2015), Elektronsko poslovanje, Fakultet organizacionih nauka, Beograd
2. [2] Lazović, V., Đuričković, T. (2018) Digitalna ekonomija, Autorsko izdanje, CIP – Kalogizacija u publikaciji Nacionalna biblioteka Crne Gore, Cetinje
3. [3] Atkinson, Robert D., i Ezell, Stephen, J., (2014) Ekonomika Inovacija: utrka za globalnu prednost, Mate, Zagreb
4. [4] Viduka, D., Viduka, B. (2011), Priručnik: Elektronsko poslovanje za MSPP, Bluewaters doo, Novi Sad
5. [5] Majkić, M., (2007), Magistarski rad, Elektronsko poslovanje u funkciji savremene trgovine, Banja Luka
6. [6] Posner, Richard A (2000), Antitrust in the New Economy, University Of Chicago, Law&Economics
7. [7] Lazović, V., Đuričković, T. (2018) Digitalna ekonomija, Autorsko izdanje, CIP – Kalogizacija u publikaciji Nacionalna biblioteka Crne Gore, Cetinje (strana 206-210)
8. [8] Stojanovic, I. (2011), Master rad: Elektronska trgovina i kupovina putem Interneta u Srbiji, Beograd, Univerzitet Singidunum
9. [9] D. Chaffey, (2007), E-Business and E-Commerce Management, 3rd Edition. New Jersey: Prentice Hall,

10. [10] „ICT and e-Business Impact in the Transport and Logistics Services Industry”, (2008) European Commission, DG Enterprise & Industry, Brussels, Study report No. 05/2008,
11. [11] M. E. Porter, (1985), *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, New York: The Free Press,
12. [12] M. E. Porter, (1979), *How Competitive Forces Shape Strategy*. Cambridge. Harvard Business Review,

RESUME

With the development of computer science, time and computer networks, primarily the Internet, as well as the increasing use of information and communication technologies in the company's business, it establishes a new form of business, and thus the economy. For several years, computing has been ranked high on political agendas in Europe and the world. Today, the European Commission considers computing to be literacy, which is the basis for understanding how digital technologies work and serves the development of 21st century skills, such as, among other things, "electronic business, ie. digital economics and analytical thinking.

E-business operates on different principles in relation to the old economy and requires a different economic philosophy. Information, ideas, innovation and knowledge that create values, growth and productivity.

The modern way of doing business guarantees a better access to the market and thus increases the position of companies, especially small and medium enterprises, in time and better use of their own resources provided by information and communication technologies.

Companies, ie. SMEs in their challenges in the later stages of development will be precisely that, the better position in the global Internet market with its basic premises of creating good material bases and time make their offer accessible to potential consumers.