



The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

DIGITALNA EKONOMIJA

Uvodna razmatranja

U zadnjih pola veka, svet je doživeo sveobuhvatni socijalni, ekonomski, politički i kulturološki fenomen poznat kao Informaciono društvo. Sa informaciono komunikacionom tehnologijom (IKT) kao motorom i znanjem kao pokretačem esencijalno je promenjen način života ljudi. Današnja ekonomija znanja je glavna karika u vodećim industrijskim zemljama. Za zemlje u razvoju Informaciono društvo je pokretačka snaga ka mnogo bržem razvoju i predstavlja fenomen uz pomoć koga mogu da poboljšaju i pospeše svoju ekonomiju i postanu modernije i razvijenije zemlje.

Informaciono društvo je nova socijalna era, i informacija preuzima primat nad ostalim kategorijama, baš kao što je za industrijsko doba bila karakteristična parna mašina i ljudski rad. Prednost se ne ogleda više u ljudskom radu i mašinama, već u informacijama i inovacijama kao vodećem ekonomskom učinku. Takođe, informaciono društvo je sada globalnije, a odnosi se na proizvodnju, potrošnju, usluge, koje su sada prebačene van fizičkih granica i prelaze na virtuelni teren. Informacije menjaju načine naših života, jer sada, kao individue provodimo više vremena organizujući, procenjujući i obrađujući informacije.

Praksa govori da IKT donose prednost ne samo razvijenim zemljama, već i zemljama u razvoju, koje svojim međusobnim povezivanjem otvaraju nove mogućnosti za razvoj novih proizvoda, čime se povećava protok informacija, količina znanja, a i povećava broj zaposlenih. Pored toga, najznačajniju ulogu ima i politička volja kao pokretač, jer Vlada može biti pokretač i regulator Informacionog društva. Čak i ako sama Vlada prepozna svu prednost Informacionog društva, njen razvoj zavisi od konkretnih poteza, pretočenih u zakone i uredbe koje omogućuju, razvoj i primenu nove digitalne ekonomije.

Nova paradigma poslovanja – Digitalna ekonomija

Analizom poslednja dva veka potvrdila bi se teza o kontinuiranom industrijskom razvoju, koji se odvijao različitom dinamikom i ispoljavao kroz nove forme. Iz industrijske i postindustrijske ere, kompjuterska revolucija i dinamičan razvoj informacionih i telekomunikacionih tehnologija vode nas u tzv. informatičku i postinformatičku eru. Za

industrijsku eru bio je karakterističan koncept masovne proizvodnje čija je ekonomija bila vezana za proizvodnju jedinstvenim metodama, koje su se ponavljale i koje su mogle da se primenjuju na bilo kojem prostoru i u bilo koje vreme.

Za savremeno društvo često se kaže da je informaciono društvo, jer se informacija javlja kao roba. Osnovna karakteristika informatičkog društva jeste visoka efikasnost društvenih i ekonomskih organizacija. Znanje postaje dominantan činilac ekonomije takvog društva, pa se kaže da se ekonomija informacionog društva zasniva na znanju.

Treba imati na umu da je jedan od osnovnih proizvoda ekonomije baziran na znanju – novo znanje, koje se potom javlja na tržištu kao roba. Osnovni zadatak informacionog društva jeste da stvori uslove i mehanizme pomoću kojih će novo znanje efektivno, racionalno i u što kraćem vremenskom roku biti vraćeno u proces proizvodnje kao element sredstava za rad, predmete rada i život rada. Zatvaranjem pozitivne povratne sprege u procesu proizvodnje na gore pomenut način, ekonomija informacionog društva uspostavlja se na kvalitetno višem nivou.

Novi način proizvodnje zadržava mnoge karakteristike industrijske proizvodnje, znanje predstavlja dominantni činilac ekonomije koje se time sve više transformiše u postindustrijsku, informacionu ekonomiju. Nova ekonomija menja ustaljene obrasce poslovanja, i stvara se još jedan novi model, novu paradigmu poslovanja, novi digitalnu ekonomiju.

U informatičkoj eri, u čijem centru je kompjuter, u proizvodnji se ostvaruje slična ekonomija obima, ali uz sve manji značaj prostorne i vremenske komponente. Proizvodnja delova postala je moguća u celom svetu, u bilo koje vreme, uz mogućnost pomeranja između udaljenih lokacija. Uspeh ili neuspeh preduzeća, Vlada i svih ostalih društvenih činilaca počinje značajno da zavisi od stepena korišćenja svih prednosti i mogućnosti informacione tehnologije, menadžmenta u umreženim sistemima, poslovne strategije zasnovane na znanju i, kao vrhunac, od Interneta i elektronske trgovine. Informatičko-komunikacione tehnologije, predstavljaju tehnologije opšte namene, koje izazivaju promene u brojnim sektorima i industrijskim granama, i utiču na metode proizvodnje, odnose između industrijskih grana, organizaciju rada, strukturu i profil potrebne radne snage.

Paralelno sa sve većim mogućnostima za proizvodnju, menjaju se uslovi plasma-na, kao i obuhvat i poimanje ciljnog tržišta, koje dobija globalne dimenzije. Govori se o ekonomskoj globalizaciji, koja se definiše kao promena u ponašanju proizvođača i kupaca uzrokovana opadanjem ekonomskih udaljenosti i velikom brzinom tehničkog progressa. Povećava se uniformnost potreba i zahteva potrošača, ali i mogućnost industrije da bazno iste proizvode brzo i lako prilagodi specifičnim zahtevima probirljivog potrošača.¹

Pojam konkurencija, finansijska nestabilnost i nesigurnost tržišta, nameću kao imperativ stalno smanjenje troškova poslovanja, odnosno povećanje produktivnosti i efikasnosti. Izlaz se traži u različitim inovativnim sadržajima i odgovarajućim tehnološkim rešenjima. Veća konkurentnost se može ostvariti uvođenjem sistema menadžmenta kvalitetom, reinženjeringom poslovnih procesa, ali mnoge delatnosti i poslovne aktivnosti potrebno je graditi od početka na dugoročnoj osnovi, prilagođenoj novom poretku stvari i činjenici da je za savremeno poslovanje ključna primena najnovijih informaciono komunikacionih tehnologija.

¹ Dehejia, M. (1996) „Technology Trends - Towards the Post- Information Age“, 30 Years of Industrial Development 1966-1996., UNIDO, Wiena.

Nove tehnologije utiču na stvaranje nove ekonomije, a nova ekonomija je stalno „gladna“ novih tehnologija. Postavlja se pitanje: „Da li su nove tehnologije razvijale kao odgovor na narasle potrebe nove ekonomije, ili je potencijal savremenih tehnologija inicirao nastajanje nove ekonomije?“. U svakom slučaju najbitnija stvar je da postoji očigledna uzajamna veza zavisnosti i povratne sprege tehnologije i ekonomije.

Proizvoditi znači menjati svet oko sebe, tj. stvarati dodatnu vrednost. Čovečanstvo je prešlo dug put od proizvodnje zasnovane na snazi ljudskih mišića do fleksibilnih, automatizovanih proizvodnih pogona. U novoj ekonomiji dodatna vrednost je pre svega rezultat angažovanja umnih mogućnosti čoveka, a ne njihovog fizičkog rada.

Živimo u doba rađanja nove ekonomije, nove politike i novog društva. Naravno, nova ekonomija ne podrazumeva samo primenu novih tehnologija već i novih organizacionih modela, novih proizvoda i novih usluga.

Internet iz osnova menja odnose između proizvođača i potrošača. Mnogi ga uprošćeno posmatraju samo kao novi marketinški kanal ili način za ubrzanje poslovnih transakcija, ali Internet je mnogo više od toga – tehničko-tehnološka osnova za kreiranje novog ekonomskog poretka, nastala kao rezultat konvergencije primene digitalnih tehnologija: računarskih, telekomunikacionih i multimedijalnih.

Veze Interneta i ekonomije su brojne i raznovrsne, pa mnogi autori u literaturi daju različite nazive:

- Peter Drucker: „*networked organization*“ – umrežena organizacija;
- Peter Senge: „*learning organization*“ – organizacija koja uči;
- Davidov i Malone: „*virtual organization*“ – virtuelna korporacija;
- Peter Keen: „*relation organization*“ – relaciona organizacija;
- Tom Peters: „*crazy organization*“ – luda organizacija;
- James Brian Quinn: „*intelligent organization*“ – inteligentno preduzeće;
- Hammer i Champy: „*reengineered corporation*“ – reinženjerska korporacija;

Jedan od opšte prihvaćenih i možda najtačnijih naziv je digitalna ekonomija ili e-ekonomija.

Zemlje u razvoju i zemlje u tranziciji u novoj digitalnoj ekonomiji

Osnovna karakteristika zastupljenosti elektronskih komunikacija jeste neravnomenost. Skoro tri četvrtine informacionih potencijala i elektronske trgovine ostvaruju američke kompanije, ali se na mrežu brzo uključuju i kompanije iz Evrope, Japana i azijskog regiona. Širenje mreže je takvo, da nije izostavljen nijedan deo sveta, od Kine, preko Južne Amerike, do Afrike. Da su razlike ipak znatne možemo potvrditi uporednim pregledom procenata prema kojem 70% Amerikanaca i Kanađana ima pristup Internetu, dok slične mogućnosti postoje za samo 4,7% Afrikanaca.²

Budući da mnoge prognoze razvojne perspektive i izvozne mogućnosti svih kompanija i zemalja vezuju za uključjenje u elektronski sistem poslovanja, za zemlje u razvoju (ZUR) i zemlje u tranziciji (ZUT) ne postoji dileme u vezi s tim da li se treba uključiti, već kako da se to učini što brže i jeftinije da bi se izbegla opasnost od niskih stopa ekonomskog rasta i razvoja. Nejednaka raspoloživost infrastrukture, hardvera i softvera u razvijenim

² <http://www.internetworldstats.com/stats2.htm>, 22.10.2007.

regionima u odnosu na ZUR i ZUT značajna je prepreka bržem uključenju tih kategorija zemalja u savremene informacione tendencije i elektronsku trgovinu. Nekoliko ključnih faktora gde postoji velika razlika između razvijenih zemalja i ZUT i ZUR:

- broj telekomunikacionih priključaka (fiksne i mobilne telefonije). Osim fizičke raspoloživosti telekomunikacione strukture, značajne su razlike i u ceni korišćenja postojećih potencijala, pri čemu su cene tih usluga u ZUR-u i ZUT-u mnogo veće;

- broj računara,

- broj Internet hostova,

- broj korisnika koji koriste Internet. Na vrhu liste je Island sa neverovatnim procentom od 86.3% stanovništva koji koristi Internet. Zatim slede Švedska, Holandija i Portugalija sa oko 74%. Zemlje u tranziciji kao što su Poljaka, Rumunija i Bugarska sa oko 23%, i na samom začelju liste Srbija, Vatikan, Ukrajina, Albanija sa manje od 14%.

U ZUR-u i ZUT-u informaciona tehnologija i elektronska trgovina delovale bi kao značajan činilac bržeg ekonomskog i socijalnog razvoja. Širenje Interneta omogućilo bi tim zemljama da lakše i brže dolaze do svih vrsta informacija - od obrazovanja, preko ekonomije do zdravstva. Preko Interneta kompanije iz ZUR-a i ZUT-a mogu da pristupe globalnom tržištu, što bi mnogo teže ostvarile na bilo koji drugi način, i tako postanu znatno ravnopravniji snabdevači i partneri kompanijama iz razvijenih zemalja.

Tokom tranzicije sa jednog na drugi model rasta stvaraju se tri mogućnosti za unapređenje poslovanja preduzeća iz ZUR-a ili ZUT-a. Prvo, nove tehnologije i organizacioni principi mogu da se iskoriste za modernizovanje i podmlađivanje kompanija iz zrelih industrija, kao što su automobilska industrija, brodogradnja, industrija čelika, i slično. Druga mogućnost je direktno uključivanje kompanija u nove industrije kao što je proizvodnja softvera i mikroelektronskih proizvoda koje su u fazi ekspanzije, rasta i ostvarivanja značajnih profitnih stopa. Takve poteze su učinile mnoge firme iz zemalja u razvoju, ali su za to bili neophodni podrška domaćeg okruženja, konstantno inoviranje, intenzivno investiranje i veoma mudar menadžment u vezi sa izborom tržišta i ulaskom u saveze s moćnijim partnerima iz razvijenih zemalja. Treća mogućnost je vezana za razvoj globalizacije i činjenicu da su mnoge industrijske grane počele globalno da deluju od svoje rane faze. Time je omogućeno učešće u globalnim mrežama i kompanijama iz ZUR-a i ZUT-a na više različitih načina i na osnovu različitih tipova ugovora. Odnosno, stvorena je mogućnost da kao pojedinačne firme proizvode lokalno za globalne trgovinske kompanije, ili da preko kooperativnih veza i odnosa rade i sarađuju s kompanijama iz razvijenih zemalja i da tako prihvataju savremeni menadžment i informacione tehnike rada i poslovanja.³

Ostvarenje tzv. digitalne jednakosti postaje važna etapa u realizaciji globalne prirode informaciono - telekomunikacionih tehnologija i razvoja digitalne ekonomije, a samim tim i uslov za realizaciju prednosti koje kompanije i zemlje u svim regionima sveta stiču, na osnovu njih. Savladavanje razlika na relaciji razvijene zemlje - zemlje u tranziciji i razvoju, velike kompanije - male kompanije, gradski i urbani centri - ruralna periferija postaje važna preokupacija mnogih vlada razvijenih zemalja i međunarodnih tela i organizacija koje se bave tom problematikom. Uključenje malih i srednjih preduzeća takođe je presudno za nastavak ekonomskog razvoja privrede. Osim toga, razvijene zemlje sve veću

³ Dehejia, M. (1996) „Technology Trends - Towards the Post- Information Age“, 30 Years of Industrial Development 1966-1996, UNIDO, Wiena.

pažnju posvećuju savladavanju digitalnih razlika u okviru sopstvenih privreda, da bi se obezbedio jednaki pristup informacionoj tehnologiji i znanjima svim građanima, bez obzira na nivo dohotka, obrazovanje, rasu ili geografsku lokaciju (urbani centri i periferija).

Nova digitalna ekonomija i domaća privreda

Otvaranjem prema svetu i demokratizacijom društva u domaćim uslovima, stvorene su osnovne pretpostavke za radikalnu reformu privrednog sistema, njegovu tranziciju na tržišni sistem privređivanja i prelazak na razvojnu strategiju kojom će se uvažiti uslovi nove digitalne ekonomije. Ta razvojna strategija mora da bude orijentisana prvenstveno na postizanje makroekonomske stabilnosti, na radikalno restrukturiranje ukupnih privrednih potencijala i na privredne grane koje mogu da ostvare proizvod ili uslugu za mnogo konkurentnije svetsko tržište, sa kojeg smo bili odsutni poslednjih petnaestak godina. Potreba radikalne reforme svih privrednih sektora možda je idealan trenutak da IKT tehnologije dobiju mesto koje im pripada i u domaćim uslovima.

U sva tri koraka transformacije domaćih privrednih subjekata mogućnosti i potencijali informaciono-telekomunikacionih tehnologija moraju da dobiju odlučujući značaj u:⁴

- organizaciji - moraju se promeniti organizaciona struktura i menadžment domaćih preduzeća prema savremenim tendencijama, zasnovanim na moćima IKT tehnologija. Zbog savremene mrežne organizacione strukture stranih partnera biće neophodna domaća organizacija rada koja će omogućiti da se posluje 24 sata dnevno i da se elektronski organizuju poslovne transakcije;

- tehnologiji - neophodna je modernizacija i poboljšanje performansi instaliranih privrednih kapaciteta koji sada imaju visok stepen tehnološke zastarelosti u pravcu veće automatizacije rada i poslovanja, uvođenja savremenih CAD (Computer Aided Design) metoda i uopšte većeg korišćenje računara u organizaciji i realizaciji proizvodnje;

- sektoru radne snage - biće potrebna visoko obrazovana radna snaga, sposobna da brzo i lako menja posao (multiskills), da radi timski i da koristi sve prednosti informacionih i komunikacionih tehnologija. Informatičko opismenjavanje i obrazovanje mora da dođe do potpunog izražaja, a veće ulaganje u obrazovanje kadra i usvajanje metoda kontinuiranog učenja treba da postanu prioritet domaćih upravljačkih privrednih struktura. Savremeno obrazovan menadžerski kadar neophodna je karika između tako organizovanog radnog potencijala i stranih partnera.

U svetu svi segmenti transakcionog lanca - od isporučioaca sirovina, preko proizvođača do transporta i distributera - uglavnom funkcionišu elektronski, što se mora uzimati u obzir i u domaćim uslovima. Zbog toga reorganizacija rada na principima informacione intenzivnosti mora da se sprovede ne samo u domaćim industrijskim preduzećima već i u uslužnom sektoru, posebno u domenu trgovine i bankarstva. Isto tako, vanprivredne delatnosti, kao što su zdravstvo ili obrazovanje, dobiće nove i veće mogućnosti za rad i delovanje i u informatičko-komunikacionom okruženju.

Uporedo sa reformama u privredi, i novi institucionalni sistem mora da se postavi na redefinisanim osnovama. Uvođenje i upotreba savremenih informacionih sistema moraju

⁴ Vidas – Bujanja Marijana, „E-poslovanje: menadžment, tehnologije, aplikacije“, Beogradska poslovna škola, Beograd, 2005.

da dođu do potpunog izražaja i prilikom formiranja državne administracije, sudstva, carinskog sistema, i slično. Te delatnosti će tako dobiti nove mogućnosti da deluju efikasnije i rade jeftinije, sa manje propusta i grešaka.

U realizaciji svih tih promena postoje i brojne prepreke, za čije je rešenje neophodna finansijska i tehnička podrška. Nedovoljno razvijena domaća telekomunikaciona infrastruktura, mali broj hostova Interneta, skromni hardverski i softverski potencijali, informatička nepismenost i nepostojanje odgovarajuće zakonske regulative, prilagođene poslovanju u virtuelnom prostoru, samo su neki od najakutnijih problema. Za njihovo rešenje potreban je, pre svega, stratejski pristup, na osnovu kojeg će se izdvojiti prioriteti i na najadekvatniji način usmeriti u te segmente očekivana sredstva strane finansijske podrške. Ulazak stranog kapitala u formi stranih direktnih investicija ili razni drugi kooperativni oblici saradnje između domaćih preduzeća i stranih kompanija, možda su najkvalitetniji i najpoželjniji način za rešenje tih problema.

Investicioni paketi, u slučaju stranih direktnih investicija obuhvataju osim kapitala, i nove tehnologije, znanja, menadžment i organizacionu praksu, koja je sigurno postavljena prema principima nove informacione ere poslovanja. S druge strane, kroz različite kooperativne ugovore o proizvodnji, licenci, franšizingu itd., strani partner će usloviti domaća preduzeća da pređu na savremene metode poslovanja, za šta će dobiti i finansijsku i tehničku podršku. Pri tome, uvažavanje svih navedenih činilaca (od značaja makroekonomske i strukturne politike, preko pitanja kadrovskog potencijala, do nove uloge države) postaje izuzetno važno i neophodno i u domaćim uslovima.

Organizacija koja uči

*Ima samo jedna gora stvar od toga da školujete ljude
pa da Vam odu a to je da ih ne školujete pa da Vam ostanu!*

Zig Ziglar

Na početku novog milenijuma sve je jasnije da je sadašnji sistem obrazovanja u krizi. On ne zadovoljava tekuće potrebe adekvatno, a moraće da se suoči sa još većim pritiscima u godinama koje dolaze. Postojeći sistem obrazovanja, utemeljen još u XIX veku zasnovan je na pretpostavci da su promene u znanju relativno spore, zato je bilo optimalno prvo određeno vreme učiti, a potom do kraja radnog veka koristiti naučeno. Imajući u vidu brzinu promena u poslednjim decenijama, zahtevi društva kao celine, za obrazovanje drastično se menjaju.

Nekada su budući stručnjaci odlazili na fakultete kako bi se pripremili za određenu profesionalnu karijeru, jer su osnovne veštine i znanja sporije menjali u nauci, inženjerstvu, finansijama, pravu, ekonomiji i dr. Međutim, prema predviđanjima stručnjaka, prosečan radnik budućnosti imaće bar šest do sedam karijera, od kojih će svaka zahtevati nove veštine, znanja, iskustva i sl. Ranije je cilj obrazovanja bio da čovek ovlada postojećim znanjem, a sada do pored toga nauči kako da stalno usvaja nova znanja. Stara kineska poslovica kaže: „Gladnog čoveka nahrani tako što ćeš ga naučiti da hvata ribu“.

Kako savremeno poslovanje zahteva sve intenzivniju primenu znanja, multidisciplinarnost i saradnju, obrazovanje mora da daje i nove veštine: pronalaženje informacija, kritičkog razmišljanja, efikasnog komuniciranja, rada u timovima, upravljanje projektima, upravljanje konfliktima i kriznim situacijama. Na primer, velika preduzeća smatraju da nije dovoljno osnovno fakultetsko obrazovanje, jer se pravila poslovanja toliko brzo men-

jaju da uvek ima novih koja se moraju naučiti. Ono što ove firme žele nisu diplomirani studenti koji „sve znaju“, već oni koji osim znanja poseduju sposobnost i spremnost da stalno uče.

Nažalost, konvencionalan organizacija preduzeća orjentisana je prvenstveno na obavljanje osnovne delatnosti, a ne na učenje.

Organizacija koje su promenile načina rada tako da zaposleni pored obavljanja osnovne delatnosti u okviru radnog vremena moraju i da upotpunjuju i nadograđuju svoje znanje, nazivaju se „organizacije koje uče“ (*learning organization*). Takva preduzeća inoviranjem svojih proizvoda i usluga povećavaju šansu za opstanak na tržištu. U novoj ekonomiji sposobnost i spremnost da se permanentno uči postaju presudni za opstanak i uspeh na globalnom tržištu.

„Organizacija koja uči“ podstiče novu kulturu rada, koju karakterišu stimulaciju kreativnosti i inovacije. Ona zaposlenima daje sposobnost da „zdravo“ rasuđuju i omogućava im da lakše i brže rešavaju probleme. Organizacije koje prihvate ovaj koncept biće ispred svoje konkurencije.

Izazov za one koji upravljaju znanjem odnosi se pre svega na implementiranje sistema koji će koordinirati tok informacija kako bi zaposleni mogli da pristupaju specifičnom znanju važnom za njihov posao i stvaranje procesa uz koji će pojedinci moći da dele i koriste znanje. Svrha je da organizacija obezbedi maksimalno iskorišćenje raspoloživih resursa znanja.

Mnoge organizacije rade na ubrzanju poslovnih procesa i paralelno izgrađuju svoje resurse znanja. Međutim, mali broj je iskoristio priliku, radi boljeg poslovanja, da kombinuje brzinu sa znanjem. Kada do toga dođe, organizacija će biti u stanju da spremnije apsorbuje nove informacije i da novo znanje iskoristi za bolju strategiju i efikasnije poslovanje. Kada oseti promene na tržištu organizacija će biti spremna da izvrši relokaciju resursa i preusmeri svoje tržišne aktivnosti. Ukratko, organizacija će postati inteligentnija i brza, i tu sposobnost će koristiti za povećanje svoje konkurentnosti i tržišne vrednosti. Osim toga, znanje postaje i proizvod koji se može nuditi na tržištu i po tom osnovu ostvariti značajan profit.

Mnogi podaci obuhvaćeni informacionim sistemom preduzeća implicitno sadrže nepoznata, neotkrivena znanja, koja mogu biti značajna za poslovanje. Za otkrivanje i analizu ovakvih znanja takođe se koriste savremene informacione tehnologije: skladišta podataka (*data warehouse*), kopanje (rudarenje) po podacima (*data mining*), mašine za pretraživanje (*data search*), inteligentni agenti (*intelligent agent*) i sl.

Umesto zaključka

Kad god se pomenu savremeni načini rada, nove tehnologije, novi načini obrazovanja, postoji pregršt primera stranih kompanija i uspešnih preduzeća u razvijenim zemljama koje su dokaz o uspešnosti primene ovakvih novih koncepta poslovanja. Uvek nakon toga sledi priča, kako su te nove paradigme prihvatile i zemlje u razvoju kako bi ostale u trci za globalno pozicioniranje i poboljšanje svog ekonomskog položaja. Nažalost priča o Srbiji uvek ima tužan kraj. Uvek mi nismo u stanju da primenimo već gotova i postojeća rešenja, naše firme i preduzeća su previše inertna na uvođenje novotarija, uvek nam smeta nasleđe, uvek na fale resursi, novac... Niko od nas ne traži spektakularna otkrića i neverovatne pronalaskе, već „samo“ primenu već postojećeg i proverenog.

Ključ za uspešno suočavanje sa ovim „novim“ izazovima leži u razvoju digitalne globalne infrastrukture. Zadatak je olakšan činjenicom da Internet, kao globalna računarsko-komunikaciona mreža predstavlja okosnicu i srž ovakvog novog sistema poslovanja. Ovakav sistem odstupa od klasičnog naučenog modela. Granice se proširuju izvan realnih i omogućuje umrežavanje globalnih organizacija. Ovakva globalna digitalna infrastruktura ima potencijal da fundamentalno unapredi i transformiše postojeću ekonomiju u novu digitalnu ekonomiju. Međutim, nova ekonomija zahteva i nove metode upravljanja, koji se odnose ne samo na upravljanje klasičnim resursima, već pre svega na upravljanje znanjem, konfliktima, projektima, promenama i sl.

LITERATURA

1. Dehejia, M. (1996) „Technology Trends – Towards the Post- Information Age“, 30 Years of Industrial Development 1966-1996., UNIDO, Wiena.
2. <http://www.internetworldstats.com/stats2.htm>, 22.10.2007.
3. Vidas – Bujanja Marijana, „E-poslovanje: menadžment, tehnologije, aplikacije“, Beogradska poslovna škola, Beograd, 2005.
4. Kalakota R., Robinson M., „E-business 2.0“, Addison-Waly, New York, 2002.