

Predmet : Organizacija i ekonomika biznisa

Šifra: I-10 OEB

ESPB: 5

Predavač:

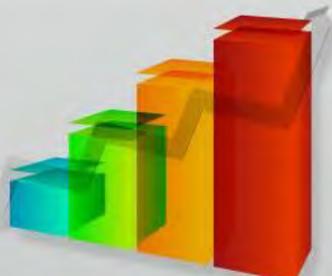
Mr Nikola Radivojević

PLAN NASTAVE

- Business model
- Business strategija
- Disruptive atributi

OČEKIVANI ISHODI

- Razumete i shvatite ulogu i značaj business modela i business strategije
- Razumete značaj disruptive atributa interneta
- Razumete mogućnosti e-business u Srbiji



Biznis model

- Svaka firma koja želi da posluje na internetu mora da poseduje svoj biznis model. Biznis model predstavlja plan poslovanja firme tj. način na koji firma zarađuje novac.
- Istraživanja ukazuju da je jasno shvaćen biznis model preduslov za uspeh, ali presudna stvar za uspeh ili neuspeh je sposobnost kompanije da prilagodi biznis model dinamici tržišta.

Tabela 1. Lista poslovnih modela

	Opis	Primer
Virtualna prodavnica	Prodaja proizvoda direktno potrošačima ili partnerima	Amazon.com EPM.com.
Posrednik informacija	Obezbeđuje informacije o proizvodima, cenama i dostupnosti proizvođačima i partnerima. Generiše prihode od reklama ili direktne prodaje i kupovine	Ednunds.com Kbb.com Inweb.com IndustrialMall.com
Posrednik u transakcijama	Štedi se novac i vreme korisnika i izvođenjem on-line transakcija i generiše dobitak svaki put kada se izvede transakcija. Takođe se daju informacije o odnosima cena i uslovima	Expedia.com
On-line tržište	Obezbeđuje digitalno okruženje gde se sreću kupci i prodavci. Služi za odnose sa potrošačima ili B2B aktivnosti, generiše se prihod pri svakoj transakciji	eBay.com Priceline.com Pantellos.com
Provajder sadržaja	Stvara prihod od obezbeđanja digitalnog sadržaja	WSJ.com The Street.com
On-line provajder usluga	Obezbeđuje on-line servise za pojedince ili partnere. Prihod se generiše od pretplata, oglašavanje ili prikupljanja marketing informacija od potrošača	Xdrive.com Employease.com Salesforce.com
Virtualna zajednica	Obezbeđuje on-line mesto za sastanke pojedinaca sa sličnim interesovanjima da bi komunicirali	FortunaCity.com lVillige.com
Portal	Inicijalno mesto za ulaz na Web sajt sa specijalizovanim sadržajem i uslugama	MNS.com Yahoo.com StarMedia.com

Proces odlučivanja

Razlikujemo de vrste odluka:

Programirane – koje se donose u uslovima sigurnosti, kada donosilac odluka poznaje i razume stanje u okruženju.

Osnovne karakteristike programiranih odluka su:

1. rutinske tj. odluke koje se ponavljaju
2. postoje procedure za njihovo donošenje
3. ne izazivaju dilemu kad ih ponovo treba doneti
4. donose se u situacijama kada postoje jasni kriterijumi za njihv odabir

Neprogramirane odluke – donose se u uslovima neizvesnoti, kada donosilac ne poznaje ili ne može da razume i stanje u okruženju. Odnose se na složene i kompleksne probleme

Osnovne odlike ovih odluka su:

- nerutinske, neponavljaju
- nove, ne postoje procedure za njihvo donošenje niti kriterijumi za njihov odabir
- nestrukturirane odluke

Biznis model

- Većina neuspešnih Internet prodavaca je neuspešna zato što biznis model koji poseduju zanemaruje dva suštinska pitanja poslovanja na Internetu.
 - 1) Da li model sledi osnovne principe internet ekonomije?
 - 2) Da li model omogućava kompaniji da kapitalizuje “*disruptive*” attribute interneta?

Internet

Uspešnost firme da ostane u trci sa konkurencijom zavisice od njene mogućnosti eksploatisanja sledećih “*disruptive*” atributa internet ekonomije.

- *Efekat mreže*
- *Otvorena platforma*
- *Konektivnost i digitalizacija*
- *Razmena informacija*

Internet

Uspešnost firme da ostane u trci sa konkurencijom zavisice od njene mogućnosti eksploatisanja sledećih “*disruptive*” atributa internet ekonomije.

- *Efekat mreže*
- *Otvorena platforma*
- *Konektivnost i digitalizacija*
- *Razmena informacija*

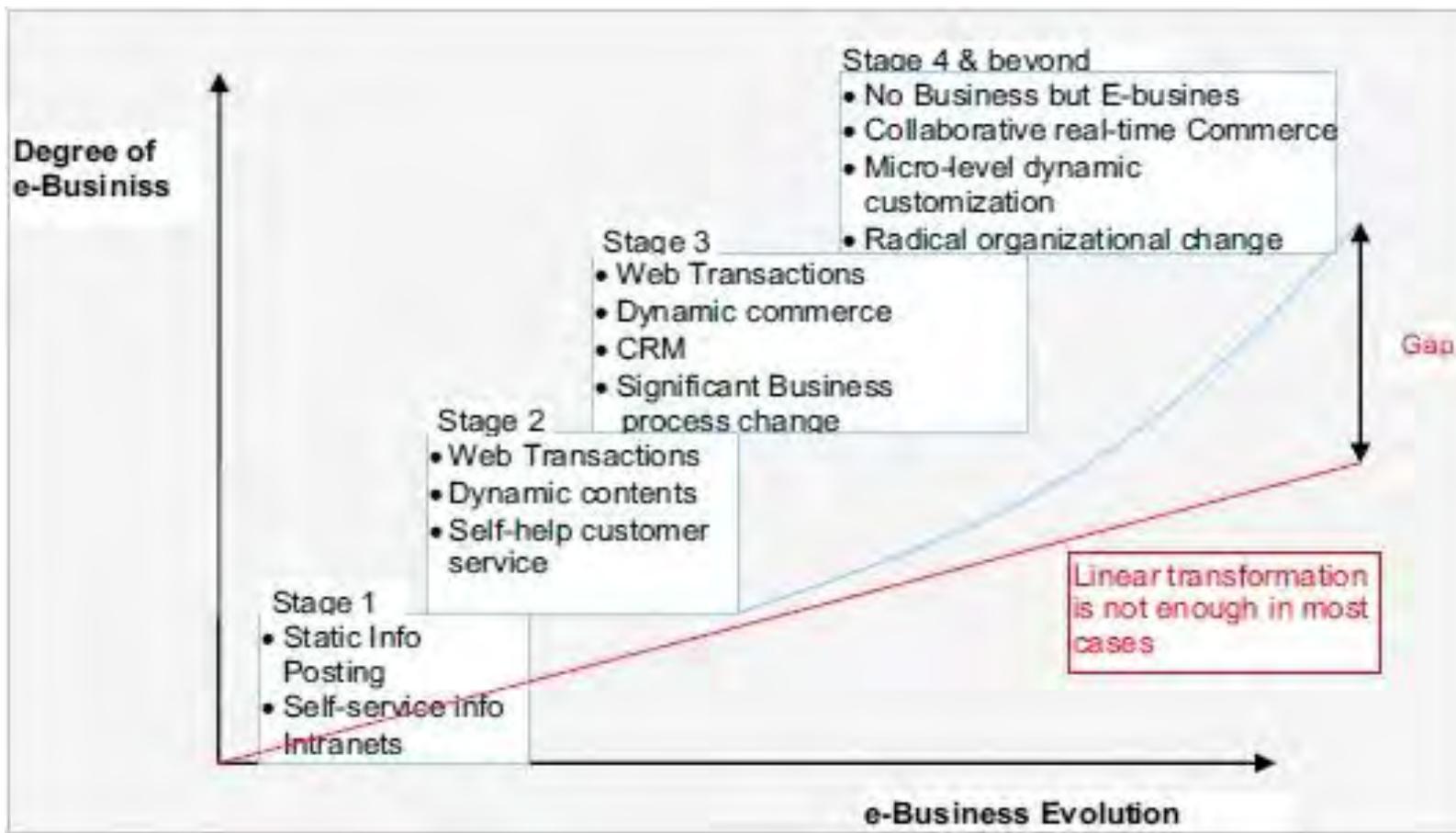
Internet

- *Digitalna aktiva kao input u procesu poslovne transformacije*
- *Transparentnost troškova*
- *Brzina i učestalost promena*
- *Virtualna prodavnica*
- *Granica industrije*

(Ne)uspeh dotcom kompanija

Naziv kompanije	Razlozi uspeha/ne	Opis
<i>Cisco</i>	Razvio mrežu vrednosti na bazi poznavanja principa e-biznisa	prelazak sa linearnog lanca vrednosti ka mreži vrednosti, čime se postiže balans tri toka vrednosti. Glavne karakteristike ovog modela mogu se prikazati preko 4V - koncepta (Velocity, Volume, Variability, Visibility)
<i>General Electric</i>	Trading Process Network (poznavanje principa)	zahtev od partnera da se priključi Web mreži nabvake za GE rezultirao je u smanjenju troškova po jedinici porudžbine sa 100 na 20\$. U 2003. godini ušteda iznosila je 200 miliona \$
<i>FedEX Fitolay</i>	Kreirali virtualni lanac vrednosti i iskoristili prednosti digital assest i IT	uvode Digital Assisted Dispatch System za prenos inforamcija sa terena, čime je omogućena lakša personalizacija ponude i Super Tracker barkod sistem za skeniranje kojim se može upravljati isporukama u realnom vremenu
<i>The Intel Corporation</i>	Inforamciona tehnologija	pionir u korišćenju savremenih inforamcionih tehnologija
<i>Priceline</i>	Razvio jedinstveni biznis model tzv. kvazi-naredbodavni (poznavanje	postignuta idealna ravnoteža između tri toka vrednosti za 1)kupce i partnere, 2)logističkog toka i 3)toka prihoda

Razvoj elektronskog poslovanja



Strategija e-poslovanja

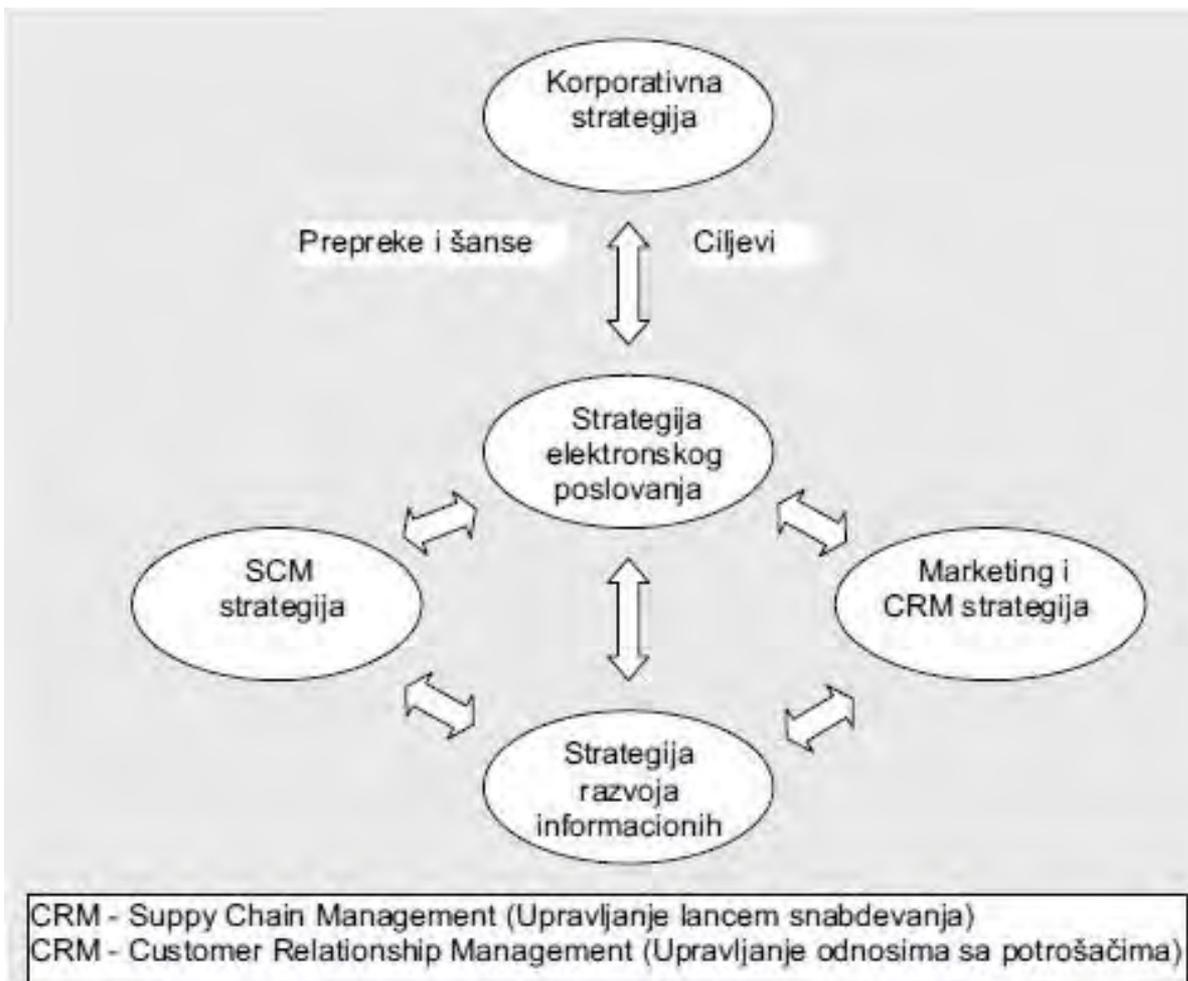
- Danas postoji tendencija izjednačavanja strategije elektronskog poslovanja sa funkcionalnim strategijama.
- Primeri uspešnih kompanija poput *Dell*-a i *EasyJet*-a, ukazuju da je e-poslovanja element koji se mora razumeti kod razvoja korporativne strategije preduzeća.

Strategija e-poslovanja

Ukoliko strategija nije definisana, može doći do:

- Neuočavanja šansi
- Neodgovarajućeg usmerenja strategije e-poslovanja
- Ograničenje integracija e-poslovanja na tehničkom nivou
- Trošenja resursa dupliranjem aktivnosti u razvoju e-poslovanja pri različitim funkcijama ili ograničenog učešća u trci za prestiž.

Strategija e-poslovanja



Budućnost e-poslovanja

- Uprkos opadanju svetske ekonomije i stalnim pretnjama recesije na globalnom nivou, poslovanje preko interneta beleži rast.
- Potencijal koji e-poslovanje nudi preduzećima je od značaja zbog mogućnosti da se ovim poslovanjem poveća:
 - *Produktivnost*
 - *Smanjenje troškova*

Budućnost e-poslovanja

- *Efikasnost menadžmenta*
- *Potencijal novih tržišta*
- *Brža penetracija u već postojeća tržišta kupaca i potrošača*

Application Service Provider

- ASP je kompanija koja obezbeđuje pojedincima ili preduzećima pristup, preko internet ili drugih mreža, aplikacionim programima.
- Najpoznatije ASP kompanije:
 - Alextra
 - AdminiTrack
 - The CarsleyGroup
 - Minicom
 - Imagine Native. Inc

Application Service Provider

➤ Prednosti usluga ASP kompanija:

- Minimalni startni troškovi (Instaliranje, licenciranje, obuka i angažovanje stručnjaka iz oblasti IT i sl.) i tekući troškovi (održavanje, update-ovanje i sl.)
- Pristup najkvalitetnijim aplikacionim programima
- Provajder garantuje ispravnost IT tokom perioda korišćenja
- Brža implementacija
- Veća fleksibilnost
- Omogućava razmenu resursa i znanja između kompanija koje koriste isti ASP

Reference:

- Radiojević, N., Lazić, J., Cvijanović, J., (2007), "Mogućnosti i ograničenja e-business-a", Industrija, br. 4./2007.

Hvala na pažnji

