

**mr. sc. Niko Sadrić**

**"PRAVNO-EKONOMSKI ASPEKTI UPRAVLJANJA PRODAJOM U DIGITALNOM OKRUŽENJU"**

**Doktorski rad**

**Sažetak**

Informacijsko-komunikacijske tehnologije i digitalizacija poslovanja u zadnjih nekoliko desetljeća promijenile su svjetsku ekonomiju. Današnja globalna ekonomija se razlikuje od tradicionalne ekonomije. Razvoj globalne ekonomije i globalnih računalnih mreža omogućio je razvoj elektronskog poslovanja, kao novog segmenta suvremenog poslovanja. Promjene na tržištu utjecale su na preokret u procesu prodaje koje zahtijevaju promjene u načinu upravljanja prodajom. Rast konkurencije, globalizacija tržišta, kraći životni ciklus proizvoda, porast neizravne konkurencije u svim sferama poslovanja utjecali su na novi pristup upravljanju procesom prodaje.

Predmet istraživanja ovog rada su suvremeni pravni, ekonomski i tehnološki aspekti upravljanja prodajom u digitaliziranom poslovnom okruženju.

Suvremena prodaja postaje vrlo ovisna o informacijsko-komunikacijskim tehnologijama i kada je u pitanju tradicionalna trgovina, a posebno kada se radi o elektronskoj trgovini. Globalne računalne mreže donijele su ogromne prednosti trgovini, ali i nove probleme, naročito u odnosu na zakonsku regulativu, koja neminovno mora biti prilagođena novoj situaciji, a prije svega elektronskoj, a ne papirnoj dokumentaciji.

Osnovni cilj rada je istražiti značaj i dostignutu razinu usklađenosti pravnih, ekonomskih i tehnoloških aspekata upravljanja prodajom u suvremenom digitaliziranom poslovnom okruženju. U radu je izvršena detaljna komparativna analiza zakonske regulative koja se odnosi na ovu oblast u zemljama i regijama diljem svijeta. Posebno je izvršeno istraživanje sukladnosti zakonske regulative Bosne i Hercegovine sa suvremenim svjetskim trendovima i praksom. Nakon što je u teorijskom dijelu rada analiziran i opisan utjecaj pravno-ekonomsko regulative na upravljanje prodajom u digitalnom okruženju, cilj je bio provjeriti postojanje ovog utjecaja kroz empirijsko istraživanje u praksi. Empirijskim istraživanjem potvrđene su postavljene hipoteze.

**Ključne riječi:** upravljanje prodajom, digitalno okruženje, pravni aspekti, ekonomski aspekti

## **Legal and economic aspects of sales management in the digital environment**

### **Abstract**

Information and communication technologies and business digitalisation have changed the world economy in the last few decades. Today's global economy is different from the traditional economy. The development of the global economy and global computer networks has enabled the development of electronic commerce, as a new segment of modern business. Changes in the market have led to a turnaround in the sales process that requires changes in how sales are managed. The growth of competition, the globalization of the market, the shorter product life cycle, the increase in indirect competition in all spheres of business have all influenced the new approach to managing the sales process. The subject of this paper is contemporary legal, economic and technological aspects of sales management in a digitized business environment.

Contemporary sales are becoming highly dependent on information and communication technologies, both for traditional commerce and especially for e-commerce. Global computer networks have brought tremendous benefits for commerce, but also new problems, especially in relation to legal regulations, which must inevitably be adapted to the new situation, and above all electronic, not paper documents.

The main objective of the paper is to investigate the importance and the achieved level of alignment of legal, economic and technological aspects of sales management in today's digitalized business environment. The paper provides a detailed comparative analysis of the legislation related to this area in countries and regions around the world. In particular, research was conducted on the compliance of the legislation of Bosnia and Herzegovina with contemporary world trends and practices. After analyzing and describing the impact of legal and economic regulation on sales management in the digital environment in the theoretical part of the dissertation, the aim was to verify the existence of this influence through empirical research in practice. Empirical research confirmed the hypotheses.

**Key words:** sales management, digital environment, legal aspects, economic aspects