

Nataša Golik Klanac, as2con – alveus ltd., Rijeka, Croatia
Ksenija Čuković, as2con – alveus ltd., Rijeka, Croatia

PERCEIVED VALUE OF WEBSITES FOR USERS IN THE SHIPPING INDUSTRY

Abstract

The shipping industry is of immense importance for the European and the world's economy. To allow efficient interaction in the industry, the actors in the industry employ a variety of websites and the use of the internet continuously increases, facing also a lot of problems. In order to develop websites that will be used by the companies in the shipping industry i.e. that will be of value to them, we need to understand how website characteristics drive benefits or incur sacrifices to the users. Despite that, research on value of the internet for the companies in the industry is lacking. Hence, the aim of the paper is to define and describe value of websites for users in the shipping industry. The paper draws upon studies dealing with user value, business-to-business relationships and websites. The empirical part involves four qualitative case studies of ship-owner companies. Their perceived value of websites was captured through personal interviews. Results point at a number of benefits as well as at an array of potential sacrifices of the use. Moreover, exact conflicts in perceptions between ship-owners and shipyards are elicited. The paper makes contributions both to the literature on value of business-to-business websites and to the use of websites in practice.

Keywords: value, websites, business-to-business, shipping industry

PERCIPIRANA VRIJEDNOST INTERNET STRANICA ZA KORISNIKE U BRODARSKOJ INDUSTRIJI

Sažetak

Brodarska je industrija od nepresušnog značaja za europsku i svjetsku ekonomiju. Kako bi se omogućila efikasna interakcija između poduzeća u brodarskoj industriji, koriste se različite internet stranice te se njihova uporaba kontinuirano povećava. Istovremeno, korisnici internet stranica susreću se s mnogobrojnim problemima. Da bi se izradile internet stranice koje odgovaraju potrebama korisnika, tj. koje će onda biti i korištene, potrebno je razumjeti vrijednost tih stranica za korisnike odnosno nužno je spoznati kako karakteristike internet stranica rezultiraju u koristima ili u problemima za korisnike. Unatoč spomenutoj važnosti korištenja internet stranica, istraživanja njihove vrijednosti za korisnike, tj. istraživanja njihovih koristi kao i mogućih nedostataka praktički ne postoje. Stoga je cilj ovog rada definirati i opisati percipiranu vrijednost internet stranica za korisnike u brodarskoj industriji, bazirajući se na teorijama vrijednosti i karakteristika internet stranicama. Empirijski dio uključuje četiri studije slučaja brodarskih kompanija. Njihova percipirana vrijednost internet stranica dobivena je pomoću tehnike osobnih intervjuja. Rezultati ukazuju na postojanje velikog broja koristi

kao i nedostatak. Pored toga, rad eksplicitno ukazuje na konflikte u percepciji između brodarskih kompanija i brodogradilišta. Na taj način, rad doprinosi kako teoretskom tako i praktičnom aspektu korištenja internet stranica u brodarskoj industriji.

Keywords: value, websites, business-to-business, shipping industry