

# Problemi i mogućnosti korisnika elektronskog poslovanja

Miloš M. Marinović

**Sadržaj** — U radu su prikazani neki od problema kod povećanja broja korisnika elektronskog poslovanja u Srbiji i mogući načini za njihovo prevazilaženje. Kako informacione tehnologije sve više zauzimaju prostor u našim domovima, a sam tempo života zahteva brže obavljanje svakodnevnih rutinskih poslova, elektronsko poslovanje je idealan način da se sve ove obaveze završe za kratko vreme i na veoma zadovoljavajuć način.

**Ključne reči** — e-poslovanje, e-trgovina, e-transakcije, povećanje broja korisnika.

## I. UVOD

NEOSPORNO je, da bi sve veća zastupljenost računara i Interneta u domovima prosečnih korisnika, trebalo da sa sobom povlači i sve veću upotrebu računara kao sredstva za obavljanje raznih vidova elektronskih poslova, odnosno transakcija.

Elektronsko poslovanje (Electronic Business) ili E-poslovanje (e-Business) se definiše kao vođenje poslova na Internetu, što ne podrazumeva samo kupovinu i prodaju, nego i brigu o klijentima i poslovnim partnerima, kao i organizaciju poslovanja u sopstvenoj firmi i organizaciju prema klijentima [1], [2].

Elektronska trgovina (Electronic Commerce) ili E-trgovina (e-Commerce) predstavlja poslovnu komunikaciju i prenos dobara i usluga (kupovina i prodaja), preko mreže i kompjutera, kao i prenos kapitala, korišćenjem digitalnih komunikacija. Uključuje i ostale poslovne funkcije preduzeća, kao što su marketing, finansije, proizvodnja, prodaja i administrativne funkcije, koje su neophodne u procesu trgovine.

Za razliku od elektronskog poslovanja, e-trgovina je manji podskup e-poslovanja, zajedno sa oblastima kao što su elektronsko bankarstvo, mobilno poslovanje, virtualne organizacije, elektronske berze, elektronsko poslovanje u javnoj upravi, itd...

U delu rada koji sledi, definisano je nekoliko mogućih problema, sa kojima prosečan korisnik, odnosno neko ko želi da koristi računar za obavljanje različitih tipova elektronskih transakcija, može da se susretne.

Problemi obuhvataju različite aspekte sistema i međusobno mogu biti u vezi. Navedena lista nije konačna i može biti proširena ili skraćena u zavisnosti od konkretne situacije i samog okruženja u kome se problem manifestuje.

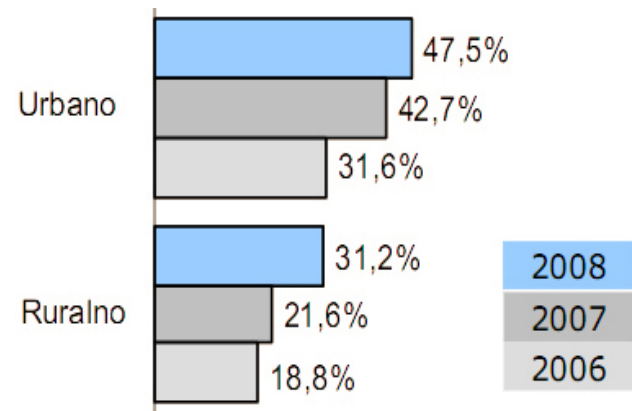
M. M. Marinović, ProCredit bank A.D. Beograd, Srbija (e-mail: marinovic@sbb.rs).

Treći deo ovog rada daje određene smernice u pristupu navedenim problemima, kao i okvir za njihovo prevazilaženje. Ne treba zaboraviti da često postoji više rešenja za jedan problem, pa samim tim treba uvek nastojati da se postojeća rešenja unaprede ili zamene novim, koja će dati bolje rezultate, uz manji nivo upotrebljenih resursa. Samim tim će i učinak biti veći.

Prikazana šema daje vezu između izbora načina obavljanja transakcija i same pojave problema, kao i vremena potrebnog za njegovo rešavanje, u zavisnosti od toga, da li će se korisnik opredeliti da prilikom obavljanja svojih zadataka koristi elektronski ili klasični način poslovanja.

## II. DEFINISANJE PROBLEMA

Po istraživanjima Republičkog zavoda za statistiku Srbije [3], prema tipu naselja, oko 40% domaćinstava u Srbiji poseduje računar. Na sl. 1 prikazana je ova raspodela.



Sl. 1. Procenat domaćinstava koja poseduju računar, prema tipu naselja.

Kao što može da se primeti, prisutan je rast korisnika u odnosu na prethodne godine, pa su samim tim, svi oni i potencijalni korisnici elektronskog načina poslovanja.

Da li je to baš tako i koji su razlozi za eventualno davanje prednosti klasičnom, u odnosu na elektronsko poslovanje?

Ovo pitanje izdvaja nekoliko mogućih razloga za to:

- uzrast korisnika;
- pravna mogućnost obavljanja elektronskih transakcija;
- nedovoljna obučenosť korisnika za rad sa računarem;

- problem sa prihvatanjem novih tehnologija;
- nezainteresovanost;
- nedovoljna informisanost o elektronskom poslovanju;
- problem sa pristupom Internetu (nepostojanje ili nezadovoljavajuću kvalitet veze);
- problem sa zastarelošću hardvera i softvera;
- marketing...

Kao što se vidi, razlozi mogu biti mnogobrojni i ovo svakako nije konačna lista, ali na dobar način modelira prikazani problem.

Po navedenim istraživanjima, veći veo korisnika koji računar upotrebljavaju svakodnevno, nalazi se u uzrastu od 16-24 godine. Ukoliko se zna da se u tom uzrastu računar uglavnom koristi za igru ili druženje preko raznih sajtova za upoznavanje i razgovor, može se donekle prihvatiti i nezainteresovanost ovog dela populacije za elektronske transakcije.

Ne treba zanemariti ni činjenicu, da većina mladih ovog uzrasta, nema sopstvene prihode, pa samim tim ni račun u banci, ni kreditnu karticu, što bi bio jedan od preduslova za elektronski vid poslovanja.

Sa druge strane, ne treba zaboraviti da ne postoji ni zvaničan vid obuke za korišćenje računara u ove svrhe, što na neki način kod korisnika stvara predubeđenje, da je to jedna komplikovana procedura, koju je teško savladati i koja sa sobom nosi veliku opasnost od zloupotrebe i kasnijih posledica po samog korisnika, u vidu skidanja novca sa računa i slično.

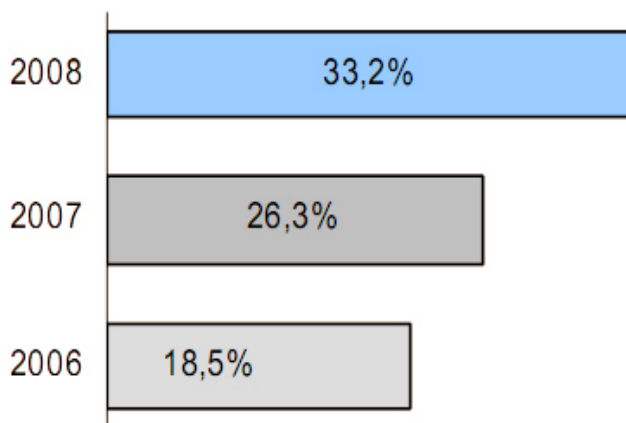
Mora se priznati da je prvi deo ove konstatacije tačan, pošto po saznanju autora, škole računara ne nude obuku za korišćenje računara u oblasti e-poslovanja, odnosno e-transakcija, bilo da je to plaćanje robe i usluga preko Interneta ili elektronsko bankarstvo...

U ovoj oblasti korisnici su prepušteni sami sebi i svojoj inicijativi.

Ukoliko prosečnog korisnika definišemo kao osobu koja uglavnom koristi računar sa Microsoft Windows operativnim sistemom, a od aplikativnih programa Word, Excel i neki klijent za prijem i slanje elektronske pošte, lako je zaključiti da pominjanje novih termina, kao što su sertifikati, smart kartice, pin kodovi, kod istog tog korisnika izaziva osećaj nelagodnosti od nepoznatog.

Problem sa prihvatanjem novih tehnologija takođe može da ima velikog udela, ukoliko korisnik uvidi da mu je potrebno mnogo više vremena da transakciju obavi elektronski, nego koristeći neki od klasičnih načina, koje je do tada koristio, verovatno je da će se odlučiti za drugi način.

Na sl. 2 prikazan je procenat korisnika računara, koji koriste Interneta [3]. Od prikazanog procenta, zastupljenost je najveća u Beogradu i iznosi 45,5%. U Vojvodini ona iznosi 34%, a u centralnoj Srbiji 27,2%.



Sl. 2. Procenat domaćinstava koja koriste Internet kod kuće.

Kada je reč o vremenskom okviru u kom su korisnici Interneta kupovali/poručivali robu ili usluge putem interneta, 6,3% korisnika obavilo je kupovinu/poručivanje u poslednja tri meseca, 4,9% pre više od tri meseca, a 2,5% pre više od godinu dana. Procenat korisnika koji nikada nisu kupovali/poručivali robu ili usluge putem Interneta je 86,3%. Neki od razloga koji su napred navedeni su, sasvim izvesno, uzroci za ovakav rezultat istraživanja.

### III. KREIRANJE ODGOVORA NA PROBLEM

Ukoliko se radi o elektronskom načinu poslovanja i prilikom realizovanja transakcije dođe do problema, a u pitanju je korisnik koji tek počinje da se upoznaje sa ovakvim načinom poslovanja, može se dogoditi da to utiče na njegovo odustajanje i davanje prednosti klasičnom načinu poslovanja. To je prikazano na sl. 3.

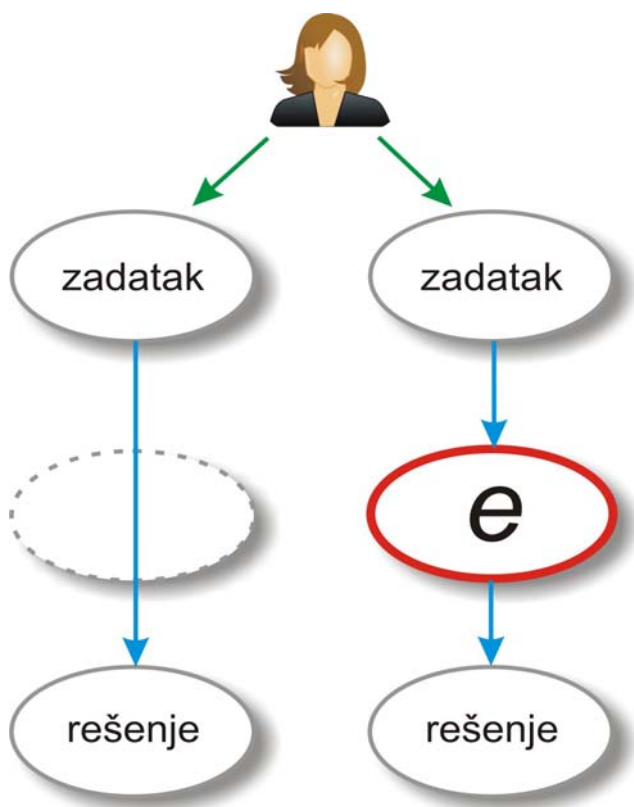
Treba primetiti da prosečan korisnik, koji nema dovoljno iskustva u ovoj oblasti, elektronsko poslovanje tretira od početka kao "problematično" i samim tim dobija utisak da se na klasičan način poslovi završavaju brže. Na slici je korak za klasičan način obavljanja određenog zadatka (npr. odlazak u prodavnicu, banku...) izostavljen, jer ga korisnik tretira kao nešto vezano za zadatak, iako je to u stvari realna komponenta, koja zahteva određeno angažovanje resursa.

Naravno, u najvećem broju slučajeva, problem će biti vezan za jedan od razloga, navedenih u drugom poglavlju ovog rada.

Ukoliko odsustvo regularnosti u nekom procesu  $N$ , predstavimo kroz odnos problema  $P$  i vremena potrebnog za njegovu obradu  $V$ , dobijamo sledeću formulu:

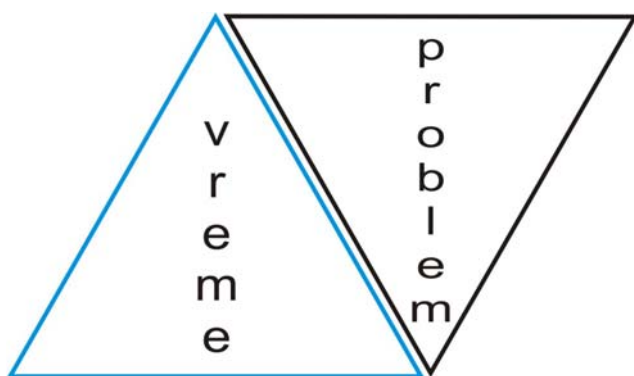
$$N = \frac{P}{V}$$

Što je ovaj odnos manji, to će se neregularnosti u radu ređe pojavljivati i imati manji uticaj na poslovanje.



Sl. 3. Prikaz odnosa prosečnog korisnika prema klasičnom i elektronskom načinu obavljanju transakcija.

Sl. 4 prikazuje odnos pojave i obrade problema u odnosu na vreme, kada se radi o elektronskom načinu poslovanja. Primetno je da, pošto je u pitanju upotreba nove tehnologije, u početku korišćenja može da se pojavi najviše problema, dok se sa vremenom, procenat problema svodi na minimum.

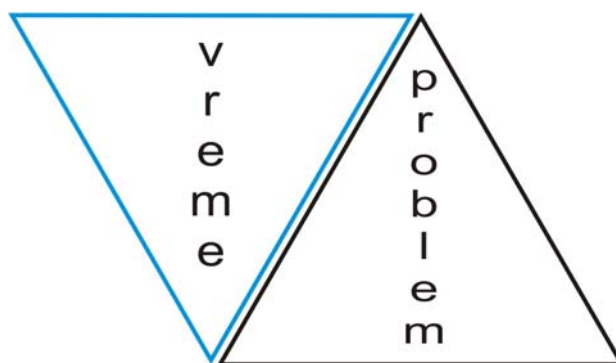


Sl. 4. Odnos vremena i pojave problema kod elektronskog načina poslovanja.

Nasuprot ovome, odnos pojave i obrade problema u odnosu na vreme, kod tradicionalnog načina poslovanja je sasvim suprotan i ovo je prikazano na sl. 5.

Samim uključivanjem više činilaca u proces kompletiranja transakcije u slučaju klasičnog načina poslovanja, daje mogućnost za pojavu više potencijalnih tačaka, na kojima može da dođe do problema, odnosno otkaza, bez obzira da li se radi o ljudskom faktoru ili je u pitanju neki drugi

razlog.



Sl. 5. Odnos vremena i pojave problema kod klasičnog načina poslovanja.

Za razliku od navedenih činilaca, u drugom poglavlju ovog rada, koji definišu razloge eventualnog odustajanja korisnika od korišćenja elektronskog poslovanja, postoji i veoma veliki broj prednosti [4]. Neke od njih su:

- omogućena je trenutna komunikacija;
- smanjenje vremena potrebnog za obavljanje svakodnevnih aktivnosti;
- povećanje produktivnosti;
- mogućnost brze adaptacije postavljenim zahtevima;
- fleksibilnost organizacije;
- povećanje produktivnosti;
- smanjeni troškovi...

I sama elektronska trgovina, pruža dosta pogodnosti u odnosu na klasičan vid trgovine, za obe strane:

- pristup proizvodima 24/7;
- online katalog sa proizvodima;
- obezbeđeno plaćanje (npr. kreditnim karticama i sl.);
- više narudžbina u jednoj transakciji...

Na sl. 6 prikazan je model uticaja komponenti, koje međusobno povezane, mogu uticati na povećanje broja korisnika, koji će dati prednost elektronskom načinu poslovanja nad klasičnim.

Kao što može da se primeti, komponente utiču jedna na drugu po principu spojenih sudova. Izbalansiran odnos sve tri, utiće u velikoj meri na krajnji rezultat, odnosno odluku korisnika.

Svakako da je trenutno najbolji način kombinacija klasičnog i elektronskog poslovanja, kako bi se potrebama klijenata na najbolji način izašlo u susret. Iz ugla firmi, potrebna je otvorenost na novim pravcima razvoja i poslovanja, a iz ugla prosečnih korisnika, potrebno je još dosta angažovanja, kroz obrazovanje, kurseve, seminare i marketing, kako bi im se približila sama ideja elektronskog načina poslovanja, kao način koji skraćuje vreme, štedi novac, a samim tim i povećava produktivnost.

