

BUĐUĆI PRAVCI RAZVOJA E-TRGOVINE I ULOGA POŠTANSKIH ORGANIZACIJA
FUTURE DIRECTIONS OF E-COMMERCE DEVELOPMENT AND THE ROLE OF
POSTAL ORGANIZATIONSDarko Žebeljan, *Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad***Oblast – SAOBRAĆAJ**

Kratak sadržaj - *Uloga informacionih tehnologija, promenila je tradicionalni način poslovanja licem u lice i stvorila je pogodne uslove za dalji razvoj e-trgovine (engl. e-commerce), kao jednog od oblika e-poslovanja (engl. e-business). Rad je kao svoj osnovni predmet izdvojio sagledavanje veza između e-trgovine i poštanskih usluga, jer je osnovna delatnost poštanske mreže obavljanje tradicionalnih poštanskih usluga. Međutim, pojava globalnih promena na tržištu, izvršila je promene i u poštanskom sistemu, zahtevajući od njega, modernizaciju i proširivanje. U cilju razvoja poštanskog sistema, rad je pružio osvrt na digitalnu platformu .POST, navedeni su primeri svetskih poštanskih operatora, koji su unapredili svoje poslovanje, sagledan je status poštanskog sektora u Srbiji i sagledane su mogućnosti za buduću razvoj poštanskog sistema.*

Gljučne reči: *e-trgovina, informacione tehnologije, poštanski sistem, modernizacija*

Abstract – *The role of information technologies has changed business method face to face and has created suitable conditions for further development of e-commerce, as a part of e-business. The main subject of this paper is connection between e-commerce and postal services, because the main postal activities are traditional. However, occurrence of global changes on the market has changed also the postal system, demanding of it modernization and expansion. In order to future development of the postal system, this paper represents digital platform .POST. It gives examples of the world's postal services which make their activities successful, postal system in Serbia and it represents future possibilities for development of the global postal system.*

Keywords: *e-commerce, information technology, postal system, modernization*

1. UVOD

Pojavom Interneta i informacionih tehnologija, mnogo toga se promenilo u pogledu poslovanja, trgovine, i pružanju poštanskih usluga. Klasična trgovina, podrazumevala je princip poslovanja licem u lice, a danas, pojavom Interneta, učesnici u trgovini se ne moraju poznavati, sresti, ni videti.

Internet je omogućio jednostavnu i brzu komunikaciju, trenutno prenošenje velike količine podataka, a informacije su dostupne u svakom trenutku.

NAPOMENA:

Ovaj rad proistekao je iz master rada čiji mentor je bila dr Dragana Šarac, vanr.prof.

Sve nabrojane inovacije predstavljaju elemente novog oblika poslovanja, odnosno e-poslovanja (engl. electronic business). Ono se definiše kao koncept koji obuhvata sve oblike poslovnih transakcija, posredstvom informacione i komunikacione tehnologije i koji se mogu obavljati na više relacija (između više preduzeća, između preduzeća i njihovih kupaca, odnosno između preduzeća i javne administracije). Elektronsko poslovanje u svom okviru obuhvata i elektronsku trgovinu (engl. e-commerce), koja obuhvata sve oblike poslovnih transakcija, koje mogu da vrše pravna i fizička lica, a koja se zasnivaju na obradi i prenosu digitalnih podataka.

Prepoznavanje inovativnih poslovnih prilika kao i razvoj digitalnog odgovora na potrebe korisnika, izdvaja se kao ključni zadatak poštanskog sektora. Imajući u vidu fizičku dimenziju transakcija e-trgovine, poštanski sektor treba da transformiše „klikove” korisnika u pakete i pakovanja u rukama kupca. U radu su navedeni primeri nekoliko poštanskih sektora, koji daju konkretne aktivnosti i koji obezbeđuju fleksibilna rešenja, a ujedno ukazuju i na buduća ponašanja većine poštanskih operatora.

2. POJAMI I ZNAČAJ E-TRGOVINE

Kao što je pomenuto u uvodu, e-trgovina predstavlja kupovinu i prodaju robe, usluga i informacija, putem Interneta, ili se može definisati kao obavljanje poslovnih transakcija elektronskim putem. Transakcija se izvršava u okviru određenog poslovnog procesa elektronskog poslovanja i smatra se završenom nakon saglasnosti između kupca i prodavca o korišćenju roba ili usluga. Primeri transakcija e-trgovine su: kupovina knjiga preko Interneta, rezervacija hotelske sobe preko Interneta, naručivanje i preuzimanje računarskog softvera preko Interneta i drugo. E-trgovina obuhvata sve vrste transakcija koje se vrše putem Interneta, telefona, bankarske mreže, bez obzira da li se plaćanje vrši materijalnim ili elektronskim novcem. Učesnici u e-trgovini su:

- *kupci* - korisnici Interneta širom sveta ujedno predstavljaju potencijalne kupce, jer im globalno tržište nudi veću ponudu, kao i bolju mogućnost pregovaranja,
- *prodavci* - prodavci svoj robu mogu prodavati direktno putem veb - sajta ili preko posrednika,
- *posrednici* - predstavljaju treću stranu koja radi i za kupca i za prodavca. Onlajn posrednici mogu upravljati e-tržištima, pružati infrastrukturu za e-trgovinu i drugo [1], [2].

3. MESTO I ULOGA POŠTE U E-TRGOVINI

Dostava proizvoda e-trgovine jedan je od najpoznatijih načina na koji poštanski sektor pomaže e-trgovini, ali daleko od toga i da je jedini. Poštanski operatori mogu da igraju ulogu u finansijskoj transakciji koja je povezana sa onlajn razmenom roba i usluga. Onlajn kupci često koriste kreditne kartice kako bi platili svoje transakcije, iako to znači da plaćanje ponekad može biti onemogućeno iz više razloga. Otuda poštanski operatori nude rešenja zamene u obliku ponovo punjive (engl. reloadable) pripreme kartice ili pružaju elektronske usluge plaćanja.

Takođe, inovativno korišćenje novih tehnologija omogućilo je Poštama da predlažu čitav niz usluga koje su povezane sa posećivanjem veb-sajtova e-trgovine i stvaranjem e-tržišta. Ova rešenja obično donose vrednosti vezane za poštanski sektor (poput poverenja od strane korisnika) i povezuju poštanske e-usluge ključnim sredstvima poštanskog sektora. Ovakve vrste usluga su posebno namenjene malim i srednjim preduzećima. Većina poštanskih operatora sada pruža rešenja za praćenje i lociranje pošiljaka, što je važna karakteristika pouzdanosti prilikom transakcija u e-trgovini.

Pojava elektronske trgovine učinila je da je i broj paketa u porastu. Istraživanja su pokazala da pošte u mnogim zemljama doživljavaju godišnju stopu rasta od 2% što se tiče obima paketskih usluga i to sve zahvaljujući prodaji preko Interneta. Pošte sada nude drugačije mogućnosti, odnosno elektronske mogućnosti poput pružanja finansijskih usluga, kao i elektronske usluge koje su prilagođene klijentima, različite administrativne usluge i drugo. 65% svetskih državnih pošta danas nudi onlajn usluge (plaćanje računa onlajn, usluge elektronske poštarine, dostava pošiljaka se vrši uz elektronski potpis). Stiglo se čak dotle da kupovina preko Interneta doprinosi dodatnom popustu od 12%.

Primeri svetskog poštanskog sektora koji su ponudili kompletna logistička rešenja za svrhu razvoja i unapređenja elektronske trgovine:

1. *Američka poštanska služba (USPS)* obezbedila je pošiljaocima robe da naprave i s lakoćom odštampaju pripremu otpremne nazivnice koje ispunjavaju standarde prilikom slanja paketa. Ovakav proizvod je posebno prilagođen transakcijama e-trgovine, što ukazuje na partnerstvo između USPS i onlajn aukcijske kuće eBay. Prodavci na eBay-u mogu da pristupe opciji *ClickNShip* sa aukcijskog veb-sajta, a da ne moraju da surfuju preko veb sajta poštanske službe. Američka poštanska služba omogućila je svojim korisnicima i brojne druge usluge, poput [4]:

- onlajn provera statusa pošiljke,
- mogućnost traženja preuzimanja paketa narednog dana za Ekspresnu poštu i za Prioritetnu poštu, bez dodatne naplate, da bi se izbegao odlazak do pošte,
- nalaženje vrednosti ZIP koda,
- kupovina osiguranja preko eBay-a,

Ovakva usluga koju nudi USPS pokazuje da poštanski operatori mogu lako da obezbede i stimulišustalni porast C2C e-trgovine, što je prikazano eBay poslovnim modelom.

2. *Italijanska pošta* - Tokom protekle decenije, Pošta Italije transformisala se od tradicionalnog poštanskog

operatora, do integrisanog provajdera za administraciju i preduzeća. Transformacija Pošte Italije vođena je od strane višeg menadžmenta preko posebne poslovne jedinice - *Postecom* u okviru Pošte, a koja je zasnovana na inovacijama i digitalizaciji. Postecom ima nadležnost nad standardizacijom digitalnih poslovnih inicijativa širom grupe, što je omogućilo Pošti Italije da postane fleksibilnija u svom pristupu inovacijama.

Postecom obezbeđuje četiri stuba digitalizacije:

- digitalna komunikacija
- e-trgovina
- Cloud servis
- E-uprava

Pošta Italije saraduje sa svojih 150.000 zaposlenih i njihovim porodicama takođe, radi promocije korišćenja platforme, kako bi postala nosilac i učesnik e-trgovine.

Treba istaći da je Postecom ostvario vezu između Posteshop-a i veb-sajta *posteitaliane.com*. Glavna zamisao bila je da se razvije tržište, koje će promovisati proizvode napravljene u Italiji. Ovo je ostvareno kao partnerski odnos sa lokalnim poštanskim operatorima, kao i potpisivanjem memoranduma o saradnji sa poštama Rusije i Kine. Lokalni poštanski operatori su odgovorni za carinu, uručenje robe na adresi, povratnu logistiku i lokalna plaćanja. Pošta Italije nudi svojim korisnicima pripremu „punjivu“ karticu koja omogućava svojim korisnicima da plaćaju i kupuju bilo gde u Italiji i bez ikakvog rizika. Ovakva vrsta usluge ne podrazumeva da morate imati otvoreni bankovni račun, već je dovoljno da date određeni identifikacioni dokument u bilo kojoj pošti u Italiji. Ovakva vrsta Postepay kartice ima ključnu ulogu u razvoju elektronske trgovine, jer omogućava i onim korisnicima koji su skeptični po pitanju onlajn plaćanja da vrše uplatu za robu putem elektronske trgovine. Sporazum sa Italijanskom poštom predstavlja veliki korak za PayPal, eBay i e-trgovinu uopšte [4].

3. *Pošta Tunisa* - je tvorac usluge pod nazivom e-*DINAR*, koja je specijalizovana za plaćanje preko Interneta. To je jedna vrsta virtuelnog računa, koji je zadužen za iznos digitalnih transakcija i uvećan je za vrednost dopunskih kartica (one se mogu kupiti u poštama u različitim vrednostima), putem transfera sa nekog drugog virtuelnog računa ili putem umanjenja sa poštanskog računa ili nekog drugog e-DINAR računa [4].

4. *Brazilaska pošta* - je tvorac idejnog rešenja *CorreiosNet Shopping* koji predstavlja kompletno rešenje e-kupovine za onlajn trgovce u Brazilu. Ovakvo rešenje obuhvata veb platformu za vođenje onlajn prodavnice, rešenje za platni promet i usluge dostave/povraćaja. Platforma može da ugosti oko 500 prodavnica sa tendencijom rasta. Trgovci mogu da koriste ovu platformu ili da vode sopstvenu prodavnicu. Uvedena je takođe i oznaka poverenja – *dostavio Correios*, koji garantuje kvalitet trgovca i dostave [4].

5. *Švajcarska pošta* - osmislila je model *PickPost*, koji omogućava korisnicima da pakupe svoj paket tamo gde im najviše odgovara (u nekoj drugoj pošti, železničkoj stanici i drugo) [4]. Švajcarska je odredila čak 300 tački za preuzimanje paketa širom Švajcarske i pokrenuta je činjenicom da ljudi uglavnom nisu kod kuće kada im paket stigne [4].

Prednost se sastoji u tome da te predviđene tačke preuzimanja paketa obično imaju duže radno vreme, a otvorene su čak i preko vikenda. Trebalo bi napomenuti da je ova usluga besplatna (osim troška za SMS koji se šalje Švajcarskoj pošti za prijavu), a čak nudi i sistem elektronskog obaveštavanja klijenata preko e-pošte ili sms-a kada im stigne paket [4]. Treba napomenuti da Švajcarska pošta, zahvaljujući rešenju za klijente direkcije za logistiku, omogućava klijentima da kao klijenti onlajn marketa *leshop.ch/mogrosshop.ch*, dobijaju sveže proizvode i robu direktno na vrata svog stana. Lanac snabdevanja kojim upravlja Švajcarska pošta nudi mnogo mogućnosti, poput dostavljanja robe u velikim količinama i svuda u okviru države, takođe nudi dostavu u velikim gradovima u fiksno vreme, a logistika Švajcarske pošte potvrđuje kvalitet dostave. Kao i za Švajcarsku poštu, LeShop.ch predstavlja rastući izvor prihoda ali ujedno i način da se započne preorijentacija njenih osnovnih delatnosti [4].

6. *Nemačka pošta DHL* - sprovodi svoju digitalnu transformaciju podstičući elektronsku komunikaciju, razvoj modela dostave, koji će uključivati sve veće poverenje korisnika usluga. Tokom 2007. godine *E-Postbrief* rešenje je razvijeno kao digitalni komunikacijski kanal, koji direktno povezuje kupce i krajnje potrošače. Ključ transformacije Nemačke pošte nalazi se u prihvatanju digitalne komunikacije krajnjih potrošača. Fokus elektronske pošte zasniva se na poverenju koje je dobijeno od krajnjih potrošača, objavljivanjem niza servisa i solucija, koji olakšavaju svakodnevni život. To pre svega zahteva značajnija ulaganja u novu IT infrastrukturu, koja omogućava dinamičnu proizvodnju, koja uključuje redefiniciju i relokaciju jedinica, kao i zapošljavanje novih stručnjaka sa odgovarajućim veštinama. Od 2013. godine *PostBrief* je pokrenuo glavni proizvodsa postavljanjem cilja od 100 miliona evra prihoda. Danas, Nemačka pošta ima ključnu ulogu u oblastima digitalne ekonomije: digitalnom identitetu, rešenjima plaćanja i rešenjima poslovnih procesa, koji se integrišu sa postojećim specifičnim sektorskim rešenjima. Neke od glavnih rešenja koje nudi Nemačka pošta su sledeći:

- *E-Post zahlung* - jednostavan sistem plaćanja pokrenut da preuzme Paypal i bankarske uplate,
- *E - Postscan* - rešenje za skeniranje dokumenata za pojedinačne korisnike i mala i srednja preduzeća,
- *E- Postsafe* - rešenje za arhiviranje i čuvanje dokumenata,
- *E- Postident* - rešenje koje omogućava dodatne prihode od novih segmenata kao što su lutrija, kockanje,
- *E-Postbusiness Connect* - predstavlja set aplikacija koje omogućavaju malim preduzećima da generišu račune,
- *E-POST App* - skup mobilnih aplikacija.

7. *Kanadska pošta* - u cilju osmišljavanja rešenja za kanadske mušterije koje kupuju preko Interneta i na veb-sajtovima američkih firmi (zbog svih vrsta troškova taksa, carinskih dažbina, varijacija u deviznom kursu) koji se dodaju na trošak kojise prikazuje onlajn, pojavio se *Borderfree* (bez granica). On se zasniva na principu da kanadska pošta obezbeđuje američke kompanije koje

žele da budu njen sastavni deo sa proizvodom koji im omogućava da instaliraju kanadsku proveru na njihovom veb - sajtu. Ovakav deo obračunava sve troškove vezane za slanje proizvoda u Kanadu i olakšava kupcima da tačno znaju šta će platiti kada kupuju na američkom veb - sajtu.

4. POŠTANSKISEKTORUSRBIJI

Pošta Srbije dostigla je visok nivo kvaliteta u domenu izgradnje informaciono - komunikacione strukture za internu podršku poslovanju, koje se pre svega ogleda u implementaciji rešenja u službi svakodnevnog pružanja usluga, kao i efikasnog funkcionisanja čitavog sistema. Ovi servisi trenutno nisu dostupni eksternim korisnicima.

IKT infrastruktura - *PostNet* je interna informaciono - komunikaciona mreža Pošte, koja automatizuje rad preko 1500 pošta, povezuje sve poslovnice, šaltere i poslovne zgrade u sedištim radnih jedinica, čime se veliki broj elemenata povezuje u jedinstven sistem [3]. Takođe, *PostNet* obezbeđuje prenos podataka, za potrebe sistema Pošte, onlajn transakcije na šalterima, prenos podataka za potrebe eUprave i trećih lica. Strateška čvorišta ove mreže nalaze se u Beogradu, Nišu i Novom Sadu, povezana su brzim Internet linkovima.

Komunikaciona oprema u potpunosti je pod administracijom stručnjaka Pošte. Sistem je baziran na IP/IMLS tehnologiji, koja omogućava različite klase saobraćaja, kreiranje virtuelnih mreža i mehanizama koji obezbeđuju kvalitet servisa. Informatizacija i informatička podrška poslovanju Pošte obuhvata veliki broj aplikativnih rešenja, među kojima se posebno izdvaja *PostTIS* - informacioni sistem koji se koristi kao aplikativna podrška osnovnoj delatnosti Pošte i obuhvata sledeće segmente rada: pošiljke (prijem, predaja, uručenje), track and trace, Web Express, novčano poslovanje (blagajna, naplata računa, banke, platni promet), elektronska saopštenja (telegram, uputnica),

Keš ekspres, trgovina (nabavka, distribucija, prodaja), biznis servis (kataloška prodaja, dopunske poštanske usluge), kontakt centar (Post expres, telegrami, uputnice reklamacioni postupak), centralizovana administracija i monitoring. Pošta je 2008. godine implementirala *PostSap*, integrisani informacioni sistem za upravljanje korporativnim resursima Pošte. Ovaj sistem se primenjuje kroz sledeće segmente: finansijsko knjigovodstvo i operativa, upravljanje nabavkama i praćenje zaliha, finansijska analiza i planiranje, upravljanje budžetom i drugo [3], [5].

U cilju daljeg unapređenja poštanskog sektora i e-trgovine na teritoriji naše države, Privredna Komora Srbije istakla je važnost implementiranja *PKSinsatmPAY* aplikacije, koja omogućava naplatu proizvoda i usluga mobilnim telefonom ili tablet uređajem. Ovo može znatno da unapredi i pojednostavi poslovanje kurirskih službi u Srbiji tokom 2020. godine i u budućnostida doprinese bržem razvoju e-trgovine na području naše zemlje. Takođe, predstavnici Pošte Srbije istakli su da je bezgotovisno plaćanje od prevelike važnosti za efikasno poslovanje i jedan od ključnih parametara digitalizacije i razvoja e-trgovine. *PKSinsatmPAY* aplikacija sadrži standardizovani IPS QR kod koji se razmenjuje putem mobilnog telefona.

Plaćanje se vrši skeniranjem koda, koji se nalazi u okviru m-banking aplikacija svih banaka, dok novac leže na račun trgovca u roku od nekoliko sekundi, dostupan 24 sata. Kako je mobilni telefon postao deo svakodnevice, očekuje se sada ovakav vid naplate postane i najzastupljeniji. Početkom septembra 2020. godine Komercijalna banka omogućila je trgovcima i svojim klijentima da naplate usluge putem gore navedene aplikacije, dok je Pink taksi prvi klijent koji je uveo ovakav vid plaćanja. Aplikaciju je sertifikovala i Narodna Banka Srbije.

5. DIGITALNA PLATFORMA.POST

.POST je međunarodna elektronska platforma, regulisana od strane Svetskog poštanskog saveza, koja je predstavljena Internet domenom prvi put 2009. godine [5]. Ova platforma, projekat italijanskog operatora Poste Italiane, objedinjuje fizičku, finansijsku i elektronsku dimenziju poštanskih usluga, tako što omogućava efikasne i kvalitetne e-post, e-commerce, e-government usluge i omogućava korisnicima korišćenje sigurnog pristupnog kanala navedenim uslugama.

Bezbednost ojačana primenom *DNSSEC* sistema (Domain Name System Security Extensions) protiv Internet prevara i krađe identiteta, čini ovu platformu sigurnu u pogledu bezbednosti, odbrane od SPAM aktivnosti i kibernetičkog kriminala. Ovo predstavlja suštinski značaj za sve korisnike koji žele da svoje lične i poslovne transakcije obavljaju na Internetu bezbedno i sa pouzdanim partnerima.

Prednosti platforme:

- smanjenje broja neuručivih pošiljaka,
- smanjenje troškova pružanja univerzalne usluge,
- dostava na bilo kojem mestu u svetu,
- podstiče stvaranje inovativnih poslovnih modela u segmentu međunarodnih usluga i omogućava Poštama da razvijaju i unapređuju prekogranične elektronske poštanske usluge, posebno u domenu e-trgovine,
- garantuje bezbednost podataka.

Poštanski centar za tehnologiju Svetskog poštanskog saveza razvio je globalnu *track and trace* aplikaciju, uz pomoć koje korisnici mogu da prate status naručenih proizvoda. Uz sve navedeno, Pošte bi na ovakav način mogle da primenjuju strategiju svojih vlada i e-uprave o uključivanju digitalnog medijuma u poslovanje i komunikaciju sa građanima. Sve države članice Svetskog poštanskog saveza mogu da se pridruže ovoj grupi uz plaćanje članarina i na taj način učestvuju u oblikovanju budućnosti .post projekta. SAD, Zimbabve, Maroko, Saudijska Arabija samo su neke od članica [5].

6. ZAKLJUČAK

Iako su danas Pošte angažovane u mnogim digitalnim inicijativama, većina njih još uvek ne koristi digitalne mogućnosti sa ciljem potpune transformacije preduzeća. Kao neke od primera modernizacije poslovanja, rad je izdvojio poslovanje nekoliko poštanskih sektora, koje su utrle put budućem načinu poslovanja. Nakon analize njihovog procesa rada, možemo da izdvojimo neke od glavnih smernica, koje će doprineti budućem razvoju poštanskog sektora, poput prihvatanja digitalne platforme .post sa svim njenim navedenim prednostima, primenu e-računa, koji će dovesti do pada tradicionalnih poštanskih usluga, ali će osloboditi prostor i za njenu modernizaciju, primenu PostePay kartice koja će doprineti daljem razvoju e-trgovine, primenu modela PickPost kao rešenje bržeg i jednostavnijeg načina primanja paketa, kao i prihvatanje digitalne komunikacije krajnjih potrošača. Sa stanovišta kupaca, pošta bi trebalo da obezbedi niže cene poštanskih usluga, dostavu pošiljaka u istom danu, neizostavan pristup informacijama o statusu poštanske usluge, kao i jednostavnije opcije povrata pošiljaka. S obzirom da Pošta Srbije ima veliki potencijal, očekuje se njena svetla budućnost, digitalna transformacija, i uvođenje novih usluga počev od 2020. godine i primenom *PKSinsatnPAY* aplikacije.

7. LITERATURA

- [1] B. Radenković, „Elektronsko poslovanje“, FON, Beograd, 2015.
- [2] M. Milosavljević, V. Mišković, „Elektronska trgovina“, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2011.
- [3] I. Gligorić, „Elektronsko poslovanje i budućnost poštanskih usluga“, 2016.
- [4] V. Petrović, „Elektronska trgovina u Pošti Srbije“, 2010.
- [5] D. Đurović, „Poštanska digitalna platforma“, Republička agencija za poštanske usluge, 2016.

Kratka biografija:



Darko Žebeljan rođen je 08.06.1990. godine u Zrenjaninu. Nakon završene srednje EGŠ škole „Nikola Tesla“ u Zrenjaninu upisuje FTN (Fakultet Tehničkih Nauka) u Novom Sadu, smer - poštanski saobraćaj i telekomunikacije. Osnovne studije završava 2013. godine. Master studije upisuje iste godine.