



ДИГИТАЛНА ТРАНСФОРМАЦИЈА У КОМПАНИЈИ NIS GAZPROM NEFT НА ПРИМЕРУ АПЛИКАЦИЈЕ „Drive.Go“

DIGITAL TRANSFORMATION IN NIS GAZPROM NEFT COMPANY ON THE EXAMPLE OF THE APPLICATION "Drive.Go"

Јована Карановић, Факултет техничких наука, Нови Сад

Област – ИНЖЕЊЕРСКИ МЕНАџМЕНТ

Кратак садржај – Рад представља теоретску и практичну анализу утицаја и примене дигиталне трансформације у нафтној индустрији кроз пример компаније NIS Gazprom Neft. На основу прегледа литературе и изведене електронске анкете на тему задовољства корисника апликацијом Drive.Go, која представља један од успешних пројеката дигиталне трансформације компаније НИС, добијени су предлози за унапређење апликације и закључци везани за утицај и значај трансформације.

Кључне речи: дигитална трансформација, пројекти, управљање пројектима, компанија NIS Gazprom Neft, апликација Drive.Go

Abstract – This paper presents a theoretical and practical analysis of the impact and application of digital transformation in the oil industry through the example of NIS Gazprom Neft Company. Based on a review of the literature and a electronic survey on the topic of customer satisfaction with the Drive.Go application, which is one of the successful digital transformation projects of NIS company, proposals for improving the application and conclusions related to the impact and importance of transformation, were obtained.

Keywords: digital transformation, projects, project management, NIS Gazprom Neft Company, Drive.Go application

1. УВОД

Данас се свет, па и све гране индустрије, сусреће са променама и побољшањима у области технологије. Овакав напредак може значајно утицати на рад и постојање компанија, па је потребно да се оне максимално посвете истраживању и примени нових технологија.

Са појмом дигиталне трансформације се у данашње време људи све чешће сусрећу, али га у различитој мери познају и примењују. Зато се овом процесу компаније посвећују у различитој мери и налазе се у различитим стадијумима трансформације.

Како би обезбедиле даљу конкурентност на тржишту и додатне приходе, компаније морају константно и

детаљно радити на процесу дигиталне трансформације и сви запослени морају разумети њен појам и значај. Овај процес у значајној мери утиче на процес вођења пројектима. Пројекти постају комплекснији, а захтеви купаца већи. Зато је потребно на њих одговорити на прави начин, пратити њихово задовољство, примедбе и настале проблеме. Под утицајем трансформације, процес анализе и обраде података је олакшан и тиме је омогућен напредак компаније и конкурентска предност.

Компанија NIS Gazprom Neft (у даљем тексту НИС), као једна од највећи и најзначајнијих компанија у Републици Србији, препознала је значај дигиталне трансформације и активно изводи пројекте у овој области. У овом раду биће представљени неки од њих, а посебна пажња биће посвећена апликацији Drive.Go, као један од пројеката у овој области. Како је задовољство корисника и слушавање њиховог мишљења, предлога и критика од великог значаја, биће изведена анкета и дефинисани предлози за унапређење.

2. ДИГИТАЛНА ТРАНСФОРМАЦИЈА КАО ОДГОВОР НА САВРЕМЕНЕ ПОТРЕБЕ ДРУШТВА

2.1. Појам дигиталне трансформације

Дигитална трансформација је појам који се све чешће примењује и који представља основ за опстанак пословања и компанија. У најширем смислу овај појам представља промене настале под утицајем информационо-комуникационих технологија, као што су друштвене мреже, разне врсте апликација, аналитички алати или апликације у облаку и како оне утичу на све аспекте људског живота [1]. Она представља употребу технологија у циљу побољшања перформанси пословања. Применом дигиталних технологија ресурси се претварају у нове приходе, пословне моделе и начине пословања [2].

2.2. Информатизација, дигитализација и дигитална трансформација

Веома је важно дефинисати појмове информатизација, дигитализација и дигитална трансформација. **Информатизација** је процес стварања дигиталних верзија аналогних или физичких ствари попут докумената, фотографија, снимака, звукова и др [3]. Коришћење постојећих технологија за побољшање пословних

НАПОМЕНА:

Овај рад проистекао је из мастер рада чији је ментор био др Бојан Лалић, ванр. проф.

процеса представља дефиницију **дигитализације**. **Дигиталну трансформацију** дефинишемо као интеграцију дигиталних технологија у сва подручја пословања која резултира фундаменталним променама у пословању и испоручивању вредности корисницима. Дакле, коришћење дигиталних технологија које радикално трансформишу модел пословања, генеришу нове токове прихода и комплетно мењају пословне процесе.

2.3. Дигитална трансформација у нафтној и гасној индустрији

Широм света, водеће компаније почеле су процес дигиталне трансформације како би преобликовале своје пословање и повећале продуктивност, ефикасност и оптимизацију трошкова. У индустрији нафте и гаса овај процес је интензивно почео у последњих пар година, међутим употреба иновација и дигиталних процеса започета је још током 1980-их година. Међутим, ова грана индустрије лошије напредује од осталих у овом погледу. Имплементација дигиталне трансформације у нафтној и гасној компанији састоји се од три главна дела: људи, процеса (корпоративна култура, администрација, дигитална стратегија и унапређење процеса) и примена нових технологија. За културу и дигиталну стратегију људски фактор је највећи изазов. Када је искуство слабо, лидери треба да обезбеде прилике за учење пројектном тиму за процес трансформације или да поделе пројекат у различите фазе. За процесе и унапређење, један изазов представља велики број традиционалних процеса које је потребно дигитализовати у дигиталне процесе који захтевају огромне количине времена, радне снаге и технолошких фактора. Други је инерција или отпор нетрадиционалним променама. У међувремену, за примену нових технологија, два највећа изазова су ограничени буџет и ограничена стручност.

3. ОСНОВЕ О УПРАВЉАЊУ ПРОЈЕКТИМА

3.1. Дефиниција пројекта и пројектног менаџмента

Институт за управљање пројектима [4] дефинише пројекат као привремену активност предузету са циљем стварања јединственог производа, услуге или неког резултата. Пројекат се врши само једном, то јест неповољив је, има одређен почетак и крај (временско ограничење), буџет, јасно дефинисан обим посла који треба обавити, ресурсе, и специфичне захтеве који требају бити испуњени. Сваки пројекат има три оквира који чине његове основне елементе, а то су време-трошкови-опсег.

Пројектни менаџмент“ представља примену свих знања, вештина, алата и технике како би се испунили пројектни задаци [5]. Он представља скуп задатака, техника и алата током реализације неког пројекта [6]. Његов непосредни циљ јесте обезбеђивање успешног завршетка пројекта и повезан је уско са управљањем ризицима због сложености и непредвидљивости ситуација. Управљањем ризицима бави се пројектни менаџер, који је веза између спонзора пројекта и пројектног тима. Он треба да препозна потенцијалне

ризике у право време, да их саопшти и дефинише мере за дејствовање у случају њихове појаве.

3.2. Методологије управљања пројектима

Методологија управљања пројектима је оквир и процес који организација налаже или препоручује за управљање својим пројектима. Захваљујући постојању различитих унифицираних методологија, обезбеђено је управљање пројектима на стандардизован, дисциплинован и систематичан начин. Често се употребљавају праксе обезбеђују да ће планирани пројекти испуњавати захтеве и бити завршени на време и у оквиру буџета. Постоји два начина креирања методологије у компанији. Први начин је креирање методологије од нуле, када се састају пројектни менаџери компаније и дискутују о методама које су им познате, које су до сада биле успешне и које могу бити коришћене у пројекту. Други начин је потпуно усвајање методологије коју су креирале друге компаније и које се сматрају најприкладнијим за дати пројекат.

3.2.1. Хибридни приступ управљању пројектима

У циљу добијања методологије која ће обезбедити још већи степен крајњег успеха, узимајући у обзир да се сваки пројекат разликује од осталих, довело је до стварања и увођења хибридног приступа као начин управљања пројектима, који представља комбинацију принципа и пракси традиционалног и агилног приступа управљању пројектима [7]. Хибридни приступ прати и примењује делове везане за структуру традиционалног управљања пројектима и флексибилност од агилног управљање пројектима. Он се примењује на пројектима како би се повећала количина повратних информација свих заинтересованих страна и смањено се ниво ризика и непредвиђених дешавања.

4. УТИЦАЈ ДИГИТАЛНЕ ТРАНСФОРМАЦИЈЕ НА УПРАВЉАЊЕ ПРОЈЕКТИМА

Многе студије показале су велики и значајан утицај дигиталне трансформације на пројектни менаџмент. Већина компанија покушава да се, у што је могуће већем степену, дигитално трансформише и искористи све предности које овај процес доноси. Он се не огледа само у коришћењу нових технологија, већ има утицај и на стратегију, процесе, односе са заинтересованим странама и сам пројектни тим. Међутим, овај утицај може бити и доста шири и укључити промене обима пројекта, промену методологија у управљању пројектима, повећању флексибилности [8]. Појава вештачке интелигенције убрзала је те процесе, нудећи могућности које раније нису биле могуће. Подаци су постали веома доступни, работи се користе више него икада пре, а све то доводи до даљег развоја технологије која мења пословање, ствара нове индустрије и мења тржиште рада [9]. Повећање обима посла, повећани захтеви корисника, веће количине промена, све је већа потреба за успешним и ученим пројектним менаџерима, чија се улога значајно изменила. Како би задржале предност и опстале на тржишту, компаније

морају претрпети низ промена, које такође пролази и сам пројектни менаџер. Они се сусрећу са већим изазовима и морају имати веће компетенције како би адекватно на њих одговорили, а имају и кључну улогу у препознавању потребе за иновацијама и оваквом трансформацијом, заједно са руководством. Зато они морају стално радити на себи и посветити се учењу и личном унапређењу. Они морају увек бити у току са новитетима на пољу дигиталне трансформације и пажљиво пратити трендове и најбоље праксе, како би допринели целом пројекту и додали вредност током фаза стварања производа.

5. ДИГИТАЛНА ТРАНСФОРМАЦИЈА КОМПАНИЈЕ НИС

Како компанија НИС реализује велики број пројеката из области дигиталне трансформације у склопу различитих сфера свог деловања (истраживање и производња, прерада, промет), овим мастер радом биће обухваћени пројекти Блока Промет, као једног од блокова унутар организационог дела Downstream.

Као лидер на домаћем тржишту, а у циљу повећања задовољства корисника и унапређења услуга, 2015. године компанија покрене **програм лојалности „Са нама на путу“** (скраћено СННП) који се користи за остваривање различитих бенефита приликом посете корисника. Приликом сваке куповине, било да је реч о гориву или допунском асортиману компаније, корисници остварују попусте или додатне бодове које могу искористити током наредне куповине или их сакупљати, чиме се могу остварити значајне уштеде. Још један од пројеката дигиталне трансформације компаније НИС је и **мобилна апликација Drive.Go.**, која је објављена у првој половини 2020. године. Апликација служи за плаћање горива и течности за прање стакла на самом тачионом месту, без одласка на касу. Плаћање се врши брзо и једноставно, уз коришћење QR кода, уз максималну сигурност свих корисника.

6. ИСТРАЖИВАЧКИ ДЕО

Циљ истраживања јесте дефинисање значаја апликације за саме кориснике, добијање информација о њиховом задовољству и креирање праваца за будуће унапређење. За потребе истраживања одабрана је метода намерног узорковања.

У истраживању је учествовало 281 људи, од чега су 63,7% били мушкарци, 34,9% жене, а 1,4% испитаника се није изјаснило о свом полу. Сви испитаници су запослени у компанији НИС а.д. Нови Сад, који и јесу циљна група овог истраживања, и припадају различитим организационим деловима компаније. Највећи проценат ради у Блоку Промет (23,8%). Запослени из овог Блока и јесу главни аутори апликације, што има за резултат и највећу информисаност и заинтересованост запослених овом апликацијом, па су добијени резултати очекивани. Испитаници су били свих старосних доби, нарочито између 20-50 година старости, који заједно чине 84% укупног броја учесника истраживања (20-30 година – 26%, 30-40 година – 34,2%, 40-50 година – 23,8%).

Овај податак је од посебног значаја, јер показује да су корисници ове апликације људи свих генерација.

Компанија НИС активно ради на упознавању и едукацији запослених у области дигиталне трансформације и актуелним пројектима, тако да је оправдано што већина испитаника има основне информације о овом појму (59,1% испитаника). Како је већина испитаника раније користила апликације са опцијом за електронско плаћање (83,6%), а упозната је и са појмом дигиталне трансформације, логичан је добијени податак да већина испитаника углавном или потпуно има поверења у овакве врсте апликација (61,2% и 27,8%). Иако је значајно мали проценат испитаника који није упознат са појмом дигиталне трансформације и нема поверења у овакве апликације, корисно би било организовати додатне обуке из ове области и проширити опште знање свих запослених компаније, колико год је то могуће.

Од укупног броја испитаника, 55,5% редовно користи апликацију Drive.Go, 37,7% је раније користило, али је престало са употребом, док је 6,8% не користи. Основни разлог за престанак употребе апликације јесте незадовољство њеним радом, а неки од додатних разлога на основу њихових коментара јесу да је не користе, уколико им је неопходно нешто од додатног асортимана, проблеми на пумпи и навика корисника за употребом папирног новца. Испитаници су за апликацију већином сазнали на послу, мањи број њих преко пријатеља или на друштвеним мрежама, а као додатни извор сазнања неки од испитаника су навели пумпе, портал са информацијама који је доступан и креиран за раднике НИС-а, док су неки радили на развоју или тестирању апликације. Добијене информације су од кључног значаја за дефинисање даљег правца везаног за маркетинг апликације, где је потребно додатно посветити пажњу на ширење информација на друштвеним мрежама, чиме би се повећао број нових корисника.

Анализа задовољства корисника интерфејсом апликације, њеном једноставношћу, безбедношћу, начином логовања, брзином извршења услуге и радом апликације показала је да су представљене ставке веома добре или добре. Предлози испитаника који могу послужити као добра идеја за унапређење датих ставки јесте логовање помоћу отиска прста или лица, на пример. Већина испитаника би апликацију препоручила пријатељима или родбини, што представља значајан податак о генералном задовољству корисника (73,7% испитаника).

Главне предности апликације испитаници виде у скраћењу времена које корисници проведу на пумпи, олакшан је одлазак родитељима са децом или кућним љубимцима, као и добру опцију током пандемије вируса Ковид-19. Са друге стране, испитаници су навели да се апликацијом не смањује контакт са физичким лицима, као и потреба за папирним новцем. Овакви резултати се објашњавају тиме што се и даље, нажалост, не може читав асортиман на пумпи платити овом апликацијом, па корисници морају ипак улазити у бензинску станицу ради наплате.

Чак 96,6% испитаника су упознати са програмом лојалности Са нама на путу и редовно га користе. Овај програм је веома значајан за кориснике, због могућности сакупљања бодова и добијања попушта на одређење артикле и горива, тако да је овај резултат потпуно оправдан и очекиван. Већина испитаника (91,4%) користи овај програм и у склопу апликације Drive.Go и 73,1% њих сматра да би било позитивно спојити ова две апликације у јединствену апликацију. Овакви резултати су значајни и додатно потврђени завршним коментарима, где су испитаници назначили да их постојање две апликације (програма) збуњује и подржало идеју представљену аутором.

Такође, остали предлози за унапређење апликације дати од стране аутора су подржани већином испитаника. Највише позитивних оцена имају идеје везане за стварање могућности за уплату на уређај ЕНП, могућност употребе апликације и у иностранству, могућност плаћања хране и пића овом апликацијом, али и остале ауто опреме и свог асортимана на пумпи, као и могућности праћења потрошње горива, без апликације Са нама на путу. Ово би требало да буду основни правци за унапређење апликације чиме би се повећало задовољство корисника, а као предлози за даљу будућност, такође високо оцењени од стране испитаника, су и плаћање пуњења и прања аутомобила и уплаћивање путног осигурања. Такође, оно што је назначено од стране испитаника у великој мери и што треба обезбедити јесте и формирање могућности спајања корпоративне картице за гориво са Drive.Go апликацијом и могућност употребе једног профила и сакупљених бодова на више мобилних телефона (за све чланове породице, на пример).

7. ЗАКЉУЧАК

Дигитална трансформација представља главни циљ који би свака компанија требала да има. Само радећи на овом процесу, обезбедиће се њен успех, могућност за гашење ће се смањити, а задовољство корисника ће значајно расти.

Утицај дигиталне трансформације на процес вођења пројеката је значајан и велики. Пројектни менаџери сада имају више задатака, њихова укљученост и едукација морају бити на високом нивоу, као и посвећеност корисницима. Такође, тимови су флексибилнији, имају већу слободу и могућности за рад и напредак, подаци о корисницима, њихови коментари и предлози се у већој мери анализирају и користе, предвиђање ризика и њихово спречавање је значајно напредовало.

Компанија НИС је у великој мери посвећена дигиталној трансформацији и реализовала је и и даље реализује пројекте у овој области. Апликација Drive.Go, као једна од њих, служи за плаћање горива и тачности за прање стакла на самом тачионом месту. Захваљујући њој више није потребан одлазак на касу, време се штеди, као и контакт са другим лицима, што је било од великог значаја током пандемије вируса Ковид-19.

Оно што је од нарочитог значаја, а добијено је овим истраживањем, јесте неопходност спајања програма

лојалности Са нама на путу, који значајан број испитаника користи у склопу апликације и Drive.Go у јединствени програм, чиме би се олакшала употреба и спречила нејасноћа која повремено настаје међу корисницима. Такође, како апликација тренутно има опцију плаћања искључиво горива и средстава за прање стакла, истраживање је показало путеве за даље њено унапређење, као што су формирање могућности за уплату на уређај за наплату путарине, плаћање хране и пића, прања и пуњења аутомобила, употребу апликације и у иностранству, куповину ауто опреме и осталог асортимана на пумпи. Значајне идеје за унапређење добијене од испитаника везане су и за побољшање начина логовања помоћу отиска прста или лица, могућност повезивања компанијске картице за гориво, као и стварање опције за коришћење апликације и погодности за све чланове породице заједно.

8. ЛИТЕРАТУРА

- [1] A. Sofronijevic, V. Milicevic, and B. Ilic, "Strategic approach to digital transformation of business," *Tehnika*, vol. 72, no. 2, pp. 273–279, 2017, doi: 10.5937/tehnika1702273s.
- [2] A. Igrac, "Digitalna transformacija," *Kontroling, Financ. i menadzment*, no. 5, pp. 28–30, 2018.
- [3] D. L. Rogers, *Vodič kroz digitalnu transformaciju*. 2019.
- [4] Project Management Institute., *A Guide to the Project Management - Body of Knowledge (Fourth Edition)*. 2008.
- [5] PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE, "A Guide to the Project Management Body of Knowledge," *Management*, vol. 2004, p. 2000, 2000.
- [6] S.Morača, *Predavanja iz predmeta: Upravljanje projektima u IT – u. Fakultet tehničkih nauka u Novom Sadu*.
- [7] *Skripta za predmet: Menadžment projekata*. Novi Sad, Srbija: Univerzitet u Novom Sadu, Fakultet tehničkih nauka, 2021.
- [8] A. Kozarkiewicz, "General and Specific: The Impact of Digital Transformation on Project Processes and Management Methods," *Found. Manag.* Vol. 12, vol. 12, no. 1, pp. 237–248, 2020, doi: 10.2478/fman-2020-0018.
- [9] C. Bolick, "How can Project Managers Prepare for the Fourth Industrial Revolution?," 2019.

Кратка биографија:



Јована Карановић рођена је у Београду 1995.год. Мастер рад на Факултету техничких наука из области Инжењерског менаџмента – Пројектног менаџмента, одбранила је 2022.год.
контакт:
karanovic.jovana@gmail.com