

**PREDUSLOVI ZA RAZVOJ ELEKTRONSKOG POSLOVANJA U CRNOJ GORI**  
**SUPPOSITIONS FOR DEVELOPMENT OF E-BUSINESS IN THE MONTENEGRO**

BILJANA RONDOVIĆ  
Univerzitet Crne Gore, Ekonomski fakultet Podgorica

**Apstrakt:** Rad predstavlja analizu prihvatljivosti ICT u kompanijama koje imaju mogućnost uvođenja koncepta elektronskog poslovanja. Glavni cilj ovog rada je da se identifikuju i razumiju barijere za ulazak na elektronsko tržište. U radu će, pored pregleda trenutnog stanja, biti definisani strateški prioriteti i pravci djelovanja u razvoju elektronskog poslovanja, kao važnog segmenata u ukupnom razvoju informacionog društva Crne Gore. Uprkos pozitivnom stavu prema elektronskom poslovanju, njegovi potencijali u Crnoj Gori nijesu još razvijeni

**Ključne riječi:** ICT, digitalna ekonomija, elektronsko poslovanje, informacija, globalizacija, znanje, razvoj.

**Abstract:** The paper presents analysis of acceptability of ICT in companies, and which are the companies that have the possibility to introduce the concept of electronic business. The main goal of this paper is to understand barriers of entering in electronic market.

In this paper, beside current issues, strategic priorities and directions will be defined for the development of e-business, as the main segment for the development of information society in Montenegro. In spite of positive attitude toward e-business, its potentials in the countries of Montenegro are not yet developed.

**Key words:** ICT, New Economy, e-business, information, globalization, knowledge, development.

JEL Classification: L 81;

Review; Received: October 06, 2010

## 1. Uvod

Cilj ovog rada je da ponudi pregled trenutnog stanja, uoči ključne prepreke na putu veće upotrebe ICT u poslovnim procesima subjekata u Crnoj Gori, predloži mjere za uklanjanje evidentiranih prepreka, kao i da podstakne razvoj elektronskog poslovanja (kroz definisanje ciljeva, predloga aktivnosti i projekata, mehanizama za njihovu realizaciju, definisanje nosioca tih aktivnosti...). Uzimajući u obzir iskustva razvijenih tržišnih privreda i preporuke EU, potrebno je prepoznati prioritete i tamo gdje je moguće predložiti terminski plan. U skladu sa tim, potrebno je promovirati mjerne sisteme i ukazati na potrebu nadzora i praćenja sumarnih pokazatelja razvoja elektronskog poslovanja.

Pregled i analiza stanja temelje se istraživanjima sprovedenim na manjem uzorku preduzeća različite veličine i vrste djelatnosti. Uzet je u obzir mali uzorak preduzeća i ispitanika iz dva osnovna razloga koja bi svako proširenje učinila nepotrebnim: a) relativno ujednačen stepen prihvatanja informaciono-telekomunikacione tehnologije i b) potreba da se izbjegne mogućnost preklapanja ponuđenih odgovora na postavljena pitanja.

Istraživanja su rađena u preduzećima koja imaju pozitivan stav o e-biznisu, ali su obuhvaćeni i ispitanici kod kojih je uočen otpor prema informaciono-telekomunikacionoj tehnologiji i njenom uplivu u poslovnim sferama. Jasno je da sve to doprinosi kako povećanju produktivnosti kompanija, tako i njihovom budućem razvoju, ali elektronsko poslovanje, u svom punom značenju, u Crnoj

Gori jos uvijek ne postoji. Ovaj rad će pokazati zašto je to tako i na koji način se mogu prevazići uočeni problemi.

## 2. Elektronsko poslovanje – esencijalna dimenzija digitalne ekonomije

Da bi se istražili, predvidjeli i shvatili socio-ekonomski uticaji elektronskog poslovanja (e-biznisa), neophodno ga je definisati. Kao što je to slučaj sa mnogim novim djelatnostima, jedinstvena definicija još uvijek ne postoji, a jedan od razloga je i preklapanje raznih termina u pokušajima definisanja poslovnih aktivnosti koje se obavljaju putem Interneta. U literaturi se mogu sresti brojna nastojanja pojedinaca i institucija da daju svoj doprinos definisanju pojma elektronskog poslovanja i njegovog izdvajanja iz ukupnog sistema poslovanja. Moguće je primjetiti da sve one tretiraju e-biznis kao dio jednog razvojnog pristupa biznisu i administraciji, koji se bazira na aplikacijama informacionih i telekomunikacionih tehnologija. On je revolucionarno nov način obavljanja poslovnih aktivnosti posredstvom računarskih i komunikacionih sistema u čijoj je osnovi znanje.

Neslućen razvoj e-biznisa doveo je do stvaranja novih i modifikacije postojećih institucija i usvajanja i razumijevanja specifičnih pojmova: e-tržište (engl. *e-marketplace*), e-marketing (engl. *e-marketing*), e-bankarstvo (engl. *e-banking*), e-novac (engl. *e-money*), e-aukcije (engl. *e-auction*)... Tehnologije elektronskog poslovanja se oštro suprotstavljaju i uspješno otklanjaju tradicionalne prepreke međunarodne poslovne komunikacije oličene geografskim, jezičkim i kulturološkim disparitetima između eventualnih pos-

lovnih partnera. Riječ je o biznisu bez vremenskih i prostornih ograničenja.

Razvoj informacione tehnologije i njena implementacija u organizam savremene privrede i otvaranje procesa tehnološke revolucije predstavljaju *šumpeterijanski odgovor* iznalaženja novih impulsa za dalji razvoj svjetske trgovine. Kombinovanjem funkcionalnih mogućnosti kompjuterskih i telekomunikacionih sistema, kompanije sada mogu razmjenjivati podatke elektronski, čime se stiču značajne prednosti u tačnosti, brzini i efikasnosti. Praksa svjedoči o sljedećoj zakonitosti: *Što su sredstva korišćena pri poslovanju sofisticiranija, veće su šanse za kreiranje tržišta koje će se po zakonitostima što na njemu vladaju više približavati perfektnom ili idealnom*. Istovremeno, međutim, povećavaju se rizici od malverzacija različitih tipova i vrsta, pa je potreban pojačan društveni nadzor i pravna regulativa.

Savremene promjene implementirane na elektronskom tržištu imaju niz posljedica po odnose ekonomskih snaga u virtuelnom svijetu. Elektronsko poslovanje je postalo velika šansa za preduzeća i privredu, velika prednost za kupce i društvo uopšte.

### 3. Trenutno stanje na polju elektronskog poslovanja u Crnoj Gori

U nedostatku rezultata zvaničnih ciljnih mjerenja i praćenja upotrebe ICT u crnogorskim kompanijama, nemoguće je napraviti potpunu prezentaciju indeksa spremnosti za elektronsko poslovanje, koji bi kao sumarni pokazatelj najvjernije prikazao stanje i sa aspekta ICT opremljenosti i sa aspekta upotrebe ICT tehnologija za njegovu realizaciju. Na bazi podataka kojim bi bila popunjena tabela 1, mogao bi se analizirati kompozitni indeks spremnosti (eng. Business readiness index), kao jedan od sumarnih pokazatelja iz ove oblasti.

Tabela 1: Podaci potrebni za analizu kompozitnog indeksa spremnosti

Prosječan broj preduzeća koja su kupila robu/usluge putem Interneta, EDI sistema ili bilo koje druge mreže, s tim da je takva kupovina činila >1% ukupnih godišnjih izdataka preduzeća
Prosječan broj preduzeća koja su primila narudžbe putem Interneta, EDI sistema ili bilo koje druge mreže, s tim da su takve narudžbe činile >1% ukupnog godišnjeg prometa kompanije
Prosječan broj preduzeća u kojima su IT sistemi za upravljanje narudžbama ili kupovinom automatizovani i povezani s ostatkom internih aplikacija
Prosječan broj preduzeća u kojima su IT sistemi automatizovani i povezani na IT sisteme kompanija iz okruženja
Prosječan broj preduzeća s pristupom Internetu koja se koriste mrežnim bankarskim i finansijskim uslugama
Prosječan broj preduzeća koja su prodala proizvode drugim preduzećima putem interneta

Iz tog razloga, za potrebe ovog rada, procjene su urađene na bazi rezultata istraživanja urađenog od strane ISSP, UNDP, iskustva iz prakse i neposrednog zapažanja načina odvijanja poslovnih procesa u crnogorskim kompanijama. Ukupni status po pitanju elektronskog poslovanja može se okarakterisati kao nedovoljno razvijen. Problem nije u nedostatku ICT i investicija u ICT, već u inicijativama i njihovoj većoj implementaciji. Preduzeća koja prepoznaju potencijale elektronskog tržišta, uglavnom se fokusiraju na on-line oglašavanje (a ne na elektronske transakcije), ali i kod njih postoji problem nedostatka kritične mase korisnika. Mali broj preduzeća posjeduje komercijalno orijentisanu Web stranu. Kod korisnika, evidentan je otpor prema novim tehnologijama, nerazumijevanje njihovog potencijala, preferiranje ličnog kontakta, nepovjerenje u ICT. Postoje značajne razlike na relaciji Sjever-Jug.

Društvena svijest o elektronskom poslovanju kao bezuslovnom imperativu dobre organizacije poslovnih aktivnosti, u Crnoj Gori je na jako niskim granama. Internetska infrastruktura je dovoljno razvijena i pouzdana, postoji poprilično interesovanje za Internet, top menadžment je uglavnom upoznat sa mogućnostima elektronskog poslovanja, ali ovaj koncept i dalje nije prioritet u planovima javnih i privatnih firmi u Crnoj Gori.

Firme koje su bile predmet ispitivanja, Internet koriste jedino kao kanal za plasman informacija o sebi i svojim proizvodima i uslugama. Mada ove firme preko svojih Web lokacija daju mogućnost naručivanja proizvoda (kontakt e-mailom), elektronsko poslovanje u svom pravom značenju ne postoji. Na tržištu vlada inercija. Razloge malih koraka na ovom polju, generalno, treba tražiti u samim preduzećima i u okruženju u kome ista posluju.

*Problemi u samim preduzećima:* zastarjela informaciona tehnologija; nedostatak informatički obrazovanih kadrova; proizvodnja neprilagođena zahtjevima tržišta; strah od prihvatanja računarske i mrežne tehnologije; pasivan stav menadžerskih struktura prema ovim novitetima...

*Problemi u poslovnom okruženju:* neadekvatna ekonomska politika, carinski i poreski režim; hronično nepovjerenje u pravni poredak, važnije društvene ustanove i državne institucije; izgubljeno povjerenje domaćih investitora u finansijski sektor; poslovanje ograničeno usled zatvorenosti privrede i sl. Analitički posmatrano, razlozi takvog stanja su brojni:

- ❑ Skoro sva, tehnologijom uplašena preduzeća, ponašaju se inertno. Čekaju da se stvari slegnu, da neko prvi krene, da se nauče na tuđim greškama, pa tek onda da startuju sa elektronskim poslovanjem;
- ❑ Najveći broj preduzeća ima dugoročne planove razvoja, a u trenutku njihovog koncipiranja Internet i nije baš previše značio;
- ❑ Većina preduzeća komercijalni nastup na Webu smatra skupom investicijom, dobar broj njih stvarno nema novca, a skoro nijedno ni entuzijazma za takve poduhvate;
- ❑ Usled neizliječene tzv. *Internet miopije* većina firmi na Internet gleda kao na prolazni i neispitani trend. U

Internet terminologiji izraz Internet miopija upotrebljava se da opiše nerazumijevanja ili kratkovidost pri razumijevanju mogućnosti što ih pruža Internet;

- ❑ Neinformisani, neupućeni i Internet needukovani, ne žele da se takmiče sa »velikim igračima«;
- ❑ Zadovoljni uobičajenim kanalima prodaje proizvoda i pružanja usluga, nemaju namjeru da mijenjaju prodajnu platformu;
- ❑ Zbog neizvjesne ekonomsko-političke situacije i nepodsticajnog poslovnog okruženja, nemaju namjeru da se udaljavaju od tradicionalnog načina poslovanja;
- ❑ Većina crnogorskih firmi smatra da trenutno ne postoji, niti će uskoro postojati kritična masa korisnika koji su svjesni mogućnosti kupovine preko Interneta;
- ❑ Plaše se da će elektronsko poslovanje porušiti godinama građen način poslovanja i već uspostavljene veze sa poslovnim partnerima;
- ❑ Menadžeri nemaju sluha za nove tehnologije, tako da izostaje njihova podrška u ovom smjeru;
- ❑ Na polju elektronskog trgovačkog prava još uvijek nije dovoljno urađeno;
- ❑ Neizvjesnost u kom smjeru će ići procesi međunarodnog pregovaranja i kako će u sukobu interesa biti pronađen zadovoljavajući kompromis;
- ❑ Rizici vezani za osiguranje podataka od degradacije i uništavanja, zaštite privatnosti i zaštite tajnosti informacionih sadržaja;
- ❑ Nerazvijen i nekompletiran sistem standarda;
- ❑ Problemi koji proizilaze iz socijalne podijeljenosti;
- ❑ Nedostatak IT personala;
- ❑ Nepostojanje optimalnog nacionalnog sistema elektronskog plaćanja...

Pored navedenih, ograničavajućih faktora, velika kočnica za razvoj elektronskog poslovanja na našim prostorima je podozrivost potrošača. Nepovjerenje u elektronske transakcije proizilazi iz:

- ❑ Nemogućnosti potrošača da se uvjere u bezbjednost transakcija;
- ❑ Nemogućnosti potrošača da se uvjere u renome prodavca na Webu;
- ❑ Mogućnost zloupotreba različitih vrsta i oblika;
- ❑ Nepostojanje adekvatnog pravnog okvira u slučaju nastanka problema;
- ❑ Obaveza plaćanja sadržaja koji su prije Interneta često bili besplatni;

#### 4. Strategijski pravci djelovanja u cilju afirmacije elektronskog poslovanja

Program afirmacije elektronskog poslovanja podrazumijeva rad u brojnim pravcima. U ovom radu, strateški ciljevi, pravci i smjernice razrađeni su po pojedinim predloženim područjima djelovanja. Njihova detaljnija razrada treba da bude predmet pojedinačnih akcionih planova na nivou države.

*Promocija informaciono-telekomunikacionog okruženja* - Tranzicija sa fizičkog na virtuelno neminovno će zahtijevati

promociju telekomunikacionog okruženja. Sve dok se koordiniranom akcijom ne promovise telekomunikaciono okruženje uporedo sa ulaganjima u Internet infrastrukturu, elektronsko poslovanje će ostati na niskoj stepenici egzistiranja po principu konvencionalne narudžbine. Elektronsko poslovanje može biti podržano mnogim vrstama mrežnih okruženja, ali ni jedna izdvojena mrežna tehnologija ili konfiguracija tehnologija neće podržavati elektronsku trgovinu u pravom smislu. Privredne subjekte je potrebno informisati da im je za komercijalne transakcije i pravovremenu razmjenu informacija na elektronskom tržištu dostupna i javna Internet sfera (dostupna bilo kome sa Internet konekcijom) u javnoj telekomunikacionoj mreži i privatna sfera sačinjena od mreža podržanih Internet protokolima.

Preduzeća moraju postati svjesna da je mrežna paradigma postavljena od Interneta optimalna za sve segmente elektronskog poslovanja, čak i kad je stanje nekih uređaja ispod optimalnog. Treba promovisati Internet kao primjer unitarnog komunikacionog saobraćajnog sredstva koji može da podrži komercijalne transakcije na svim nivoima složenosti.

*Promjena načina razmišljanja* - Potrebno je promijeniti način razmišljanja u samim preduzećima, što će dovesti do promjena u oblasti proizvodnje, prodaje, marketinga... Preduzećima treba pomoći da shvate Internet okruženje, da spoznaju nove aspekte virtuelne ekonomije (koristi i moguće prepreke) i da upoznaju "*Internet ekonomiju darivanja*". Takođe im je potrebno pomoći u razvoju strateškog plana Web pozicioniranja. Da bi iskoristila napredne tehnologije Interneta za postizanje poslovnih ciljeva, naša preduzeća moraju razviti namanje pet strategija nastupa na elektronskom tržištu:

- ❑ Strategiju personalizacije (engl. *Personality Strategy*) – Web lokaciju treba pretvoriti u pristupačno, prijatno i prijateljski nastrojeno mjesto koje će mnogo govoriti o samom preduzeću i njegovom profesionalnom nastupu na elektronskom tržištu. Dobar način personalizacije mogao bi se postići "zapošljavanjem" izmišljenog personala (u liku finansijera, knjigovođe, šalter-skog službenika, turističkog vodiča...) koji će kupcima odgovarati na postavljena pitanja i pomagati pri kupovini.
- ❑ Strategiju aplikacije (engl. *Application strategy*) – Treba obezbijediti integraciju Web interfejsa sa postojećim aplikacijama preduzeća. Na ovaj način bi se uspostavila direktna aplikaciona veza između kupaca i prodavaca.
- ❑ Strategiju globalizacije (engl. *Global strategy*) – Treba obezbijediti potpunu globalnu podršku za sve kupce. Bez obzira koliko "virtuelna" će naša preduzeća postati, elektronsko poslovanje obećava mnoge neposredne prednosti za firme koje se suoče sa povećanom globalizacijom tržišta. Povećana poslovna efikasnost biće u sprezi sa razvojem novih proizvoda i osvajanjem novih tržišta. Da bi crnogorska preduzeća stvorila ponudu globalnog tipa potrebno je prevesti sadržaj Web strana na što više jezika i obezbijediti kadro-

ve koji su kvalifikovani za pružanje odgovora i pomoći koja je zatražena sa heterogenih jezičkih područja, ali i prilagoditi sadržaj Web strane specifičnim zahtjevima korisnika iz različitih zemalja.

- Strategiju formiranja strateških alijansi (engl. *Strategic Alliance strategy*) – Ova strategija bi trebala da se temelji na kooperativnim aranžmanima firmi koje planiraju zajednički nastup na elektronskom tržištu. Strateške alijanse na bazi udruženih poslovnih sistema doprinjele bi smanjenju troškova poslovanja, ostvarenju konkurentskih prednosti i uspješnijem nastupu na globalnom tržištu. Strategiju formiranja strateških alijansi na Webu trebalo bi naročito sprovesti u crnogorskom turizmu. Osiguravajuće firme, kompanije za promet nekretnina i obrazovne institucije su takođe dobri kandidati za sklapanje on-line strateških alijansi. U početnim fazama komercijalnog nastupa na Webu crnogorske firme bi takođe trebalo da posluju na bazi tzv. *lokalnog udruživanja* sa poznatim kompanijama. Potrebno je razmotriti mogućnost uspostavljanja veza sa poznatim i priznatim institucijama jer bi to bio dobar vid garancije za potrošače. Za poboljšanje kredibiliteta crnogorske firme treba što prije da postanu punopravan član Better Business Bureau (BBB) i da njen logo oglašavaju na svojoj lokaciji. Na taj način bi se smanjila podozrivost potrošača i njihova briga oko toga na koga mogu da se oslone u slučaju spora.
- Strategija kontrole (engl. *Closed loop strategy*) – Ova strategija podrazumjeva stalnu provjeru kvaliteta Web strana na osnovu praćenih i analiziranih rezultata statističkih istraživanja. Na osnovu ove faze firme treba da izvlače zaključke o posjećenosti lokacije i potrebi prilagođavanja i modifikacije on-line nastupa. Trebalo bi da se radi i na osnivanju on-line potrošačkih centara (engl. *Consumer Information Center*), koji bi pratili aktivnost pojedinih subjekata na Webu i koristili primjedbe podnešene tijelu koje bi moglo igrati ulogu trgovačke komisije. Osnovni cilj ovih centara bio bi pružanje pomoći potrošačima.

*Primjena on-line formi marketinga* - Preduzeća u Crnoj Gori treba da počnu sa primjenom novih on-line marketinških formi, koje bi otklonile probleme sa postojećim strategijama skladištenja marketinških sadržaja (dupliranje podataka i poslova, zastarjele informacije i sl.). Prilikom prelaska na on-line marketing potrebno je primijeniti plan postepene tranzicije, kojim bi bila obuhvaćena pitanja dizajna, sadržaja, pristupa, korisnosti, ulaganja, koordinacije poslova i sl. Preduzeća ne bi smjela da cjelokupnu marketing strategiju zasnivaju na samo pasivnom pokretanju Web prezentacije (*Inbound Marketing Strategy*), već bi trebalo da izgrade kvalitetne odnose partnerstva na bazi proaktivnih strategija na Internetu (*Outbound marketing Strategy*).

*Promjena kadrovske politike* - Da bi se maksimalno iskoristili potencijali Interneta, crnogorske firme moraju formirati timove stručnjaka različitih specijalnosti. Akcent na bi trebalo staviti na kadrove koji znaju da koriste tehničko-tehnološke trendove za razvoj on-line poslova firme za koju rade. Prelaz na digitalno poslovanje treba da stvori

zahtjeve za novim osposobljenjima, koji će postaviti nove zahtjeve pred obrazovne institucije i školska sredstva za obuku. Potrebno je pokrenuti inicijative koje će označiti revoluciju u korišćenju novih Internet tehnologija. Ovim potrebama treba prilagoditi nastavni proces, nastavna sredstva i metode. Da bi se generacije pripremile za digitalno doba potrebno je omogućiti javni pristup novim tehnologijama u školama, poštanskim holovima, javnim bibliotekama i drugim alternativama kućnog pristupa.

Potrebno je pokrenuti programe kojim će sve škole i univerzitetske jedinice biti priključene na Internet i međusobno povezane, kao i prateće programe koji će se pobrinuti da korišćenje Interneta bude tako obično kao i korišćenje telefona ili televizije. Takođe je potrebno omogućiti usavršavanje domaćih eksperata kroz učešće u radu u inostranim organizacijama koje razvijaju elektronske poslovne sisteme, kao i dati mogućnost učešća stranih eksperata u procesu sprovođenja ovog koncepta u našem okruženju. S druge strane, potrebna je permanentna identifikacija posebnih vještina potrebnih za elektronsku trgovinu i mogućih načina za prekvalifikaciju zaposlenih. Buduća istraživanja treba fokusirati na ulogu radnika u biznis reinžinjeringu i na osnovu toga ojačati politiku koja će se boriti protiv problema neosposobljavanja. Takođe treba sprovođiti praksu tzv. *radnih mjesta visokih performansi* (engl. *High-Performance Workplace*) i u skladu s tim raditi na razvoju mehanizama prilagođavanja za različite kategorije IT personala. Mjera do koje će se firme reorganizovati u novom okruženju sigurno će zavisiti od fleksibilnosti i prilagodljivosti kadrova.

*Povećati ulogu Vlade u afirmaciji elektronskog poslovanja* - U procesu afirmacije elektronskog poslovanja ne bi trebalo očekivati ekskluzivno učešće Vlade, mada ona ne bi smjela ni da ostane po strani u ulozi pasivnog posmatrača. Iskustva iz poslednjih par decenija pokazuju da su Vlade često igrale značajnu ulogu u razvoju informaciono-telekomunikacione tehnologije. U našem okruženju vladini eksperti bi trebalo da pod zastavom „*elektronske demokratije*“ spremno dočekaju promjene u monetarnoj, fiskalnoj i investicionoj sferi i da ubrzaju tranziciju iz fizičkog u virtualno.

*Stvoriti adekvatan pravni okvir* - Da bi se omogućilo nesmetano korišćenje računarskih sistema u poslovnom okruženju, potrebno je stvoriti adekvatnu pravnu regulativu, odnosno, *Nacionalni Model Zakon* koji bi maksimalno uvažavao međunarodne pravne smjernice. Pošto elektronsko poslovanje nudi veće mogućnosti za izigravanje zakona od klasičnih uslova trgovine, aktivnosti pravnih eksperata treba što prije pretočiti u pravne norme koje se uklapaju u međunarodnu pravnu regulativu.

*Usvajanje međunarodno priznatih standarda* - Uvođenje elektronskog poslovanja u našem okruženju zahtjevaće usvajanje međunarodno priznatih standarda, pratećih uputstava i dokumentacije. Pošto se bez njih korišćenje EDI-ja i realizacija elektronskog poslovanja ne mogu zamisliti, potrebno je raditi na razvoju nacionalnog Zavoda za standardizaciju u oblasti elektronskog poslovanja. Zavod bi trebao da bude uključen u rad svih tijela Međunarodne organizacije za standardizaciju (ISO). Takođe je

potrebno definisati set mjera zaštite od izmjena i odstupanja od međunarodno usvojenih standarda, kao i riješiti probleme koji se javljaju usled razlika u njihovom razumijevanju i interpretaciji.

*Zaštita potrošača* - U sklopu mjera koje bi doprinjele razvoju elektronskog poslovanja, bitno mjesto pripada pitanju zaštite potrošača. Za procvat elektronskog poslovanja potrebno je obezbijediti najmanje toliki stepen povjerenja u elektronsku trgovinu koliki postoji u tradicionalnim vrstama transakcija. Da bi se zaštitili potrošači i partneri sa kojim firma posluje potrebno je regulisati odnose sa odgovarajućim domenima, poddomenima i davaocima Internet usluga iz Inostranstva.

Da bi se podozrivost potencijalnih potrošača u on-line okruženju svela na minimum potrebno je primjeniti niz tehnika koje bi pomogle potrošaču da napravi razliku između firme profesionalca i firme koja „lovi u mutnom“. Niža cijena, veći kvalitet usluge, bogatiji izbor, brza isporuka i niz olakšavajućih okolnosti pri online kupovini, trebalo bi da doprinesu migraciji potrošača u elektronsko okruženje. U programima usmjerenim na razvoj elektronskog poslovanja potrošačkoj dimenziji treba dati poseban značaj, iz razloga što će njen napredak na prostoru Crne Gore zavistiti od postojanja kritične mase kupaca.

*Riješiti problem elektronskog plaćanja* - Nepostojanje optimalnog rješenja elektronskog prenosa finansijskih sredstava je velika barijera razvoja elektronskog poslovanja u Crnoj Gori.

Pretpostavka stvaranja i korišćenja elektronskih sredstava plaćanja je kreiranje i usvajanje pravnih pravila o prenosu sredstava. U slučaju opredjeljenja za tehnologiju platnih transakcija elektronskim putem, naše banke bi trebalo da se oslone na praksu američkog bankarstva. Finansijski i pravni eksperti u Crnoj Gori treba detaljno da prouče osnovne sisteme na kojima se temelji bankarsko poslovanje u SAD-a i da na bazi njih stvore optimalan nacionalni sistem za prenos novčanih sredstava u elektronskom okruženju.

## 5. Ekonomska opravdanost afirmacije elektronskog poslovanja u Crnoj Gori

Postoje temeljni razlozi za usvajanje, prihvatanje i razvoj koncepta elektronskog poslovanja u Crnoj Gori. Prilikom obrazlaganja opravdanosti široke i intenzivne primjene mrežno-računarske tehnologije, odnosno Interneta u poslovanju, potrebno je uzeti u obzir kako kupce i prodavce i njihove interese, tako i ekonomsko i socijalno okruženje u kome bi se elektronsko poslovanje odvijalo. Koji bi bili dometi elektronskog poslovanja u Crnoj Gori?

*Ubrzan protok kvalitetnih informacija među tržišnim učesnicima.* U otvorenom informacionom prostoru obezbijedio bi se brz i jeftin pristup informacijama i povećala bi se svijest o njihovoj vrijednosti. To bi dalje ubrzalo distribuciju znanja i doprinjelo porastu demokratizacije društvenih odnosa.

*Brzi prelaz sa energetske intenzivne u informacionu ekonomiju.* Informaciona ekonomija (engl. *Information Economy*) će postati ekonomija u kojoj će korisne i vrijedne informa-

cije biti spremne da zamjene materijalne i energetske resurse, čime će se djelimično riješiti problem oskudnih resursa.

*Korišćenje prednosti mrežnih organizacija.* Tranzicija iz fizičkog u virtuelno će obezbijediti:

- prelaz od specijalizovanih znanja i vještina ka generalizovanim znanjima i vještinama,
- prelaz od nefleksibilnih proizvodnih sistema zaduženih za „izbacivanje“ standardizovanih proizvoda sa propratnom uslugom ka fleksibilnim proizvodnim sistemima koji „izbacuju“ prilagođene usluge sa propratnim proizvodom,
- od korišćenja ponuđenih poslovnih prilika ka permanentnom stvaranju i iskorištavanju novih poslovnih prilika i
- od hijerarhijskog upravljanja u državnom vlasništvu i pod državnom kontrolom ka upravljanju bez državne koordinacije.

*Podsticaj za razvojne i obrazovne aktivnosti.* Elektronsko poslovanje bi podstaklo kreativnost i preduzetnost učesnika u trgovačkim aktivnostima. Mogućnost jednostavnije i brže analize tržišta i tržišnih potreba, mogućnost lakšeg uočavanja devijacija na njemu i lakše procjenjivanje učinaka sopstvenih poteza, doprinjeli bi razvoju novih poslovnih strategija, novih proizvoda i usluga i novih tehnika rada. Razvojne aktivnosti bile bi praćene novim obrazovnim aktivnostima (saradnja sa stručnjacima, on-line primanje savjeta i pomoći, on-line edukacija, uvježbavanje novih radnih postupaka i sl.).

*Značajne uštede u vremenu i troškovima.* Smanjenje troškova proizvodnje, komuniciranja po principu „iz tačke u tačku“ (engl. *Point to Point Communication*) i na bazi toga, podjela troškova komuniciranja, transfer poslovne dokumentacije uz minimalne troškove kašnjenja, gubitke i oštećenja, mogućnost korišćenja brojnih besplatnih resursa i sl., stvorice dodatne prednosti i koristi.

*Civilizacijski koraci.* Elektronsko poslovno okruženje i njemu svojstvena kultura, obezbijediće bolju civilizacijsku poziciju građanima u Crnoj Gori, doprinjeće održavanju koraka sa opštim tehnološkim razvojem, obezbijediće svjetski prihvatljivo komercijalno okruženje, olakšati međunarodnu mobilnost preduzeća i stvoriti povoljno tlo za ekonomiju obima (engl. *Economy of Scale*) i ekonomiju diversifikacije (engl. *Economy of Scope*). I to nije sve...

## 6. Zaključak

Stanje na polju elektronskog biznisa u Crnoj Gori nije na zavidnom nivou. Postoji puno otvorenih pitanja, skepticizma po pitanju problema zaštite, načina plaćanja, garancija, mogućnosti povraćaja robe kupljene u elektronskom okruženju i sl. Ohrabrujuće je što raste svijest o dometima poslovanja crnogorskih preduzeća u elektronskom okruženju. E-poslovanje (u početnoj fazi) je podržalo kreativnost učesnika u trgovinskim aktivnostima. Mogućnost brže i jednostavnije procjene tržišta i njegovih potreba stvara nove tehnike rada i usluga. Razvojne aktiv-

nosti su praćene obrazovnim aktivnostima (saradnja sa ekspertima, on-line savjeti...). Smanjenje troškova proizvodnje, komuniciranja po principu „iz tačke u tačku« i na bazi toga, podjela troškova komuniciranja, transfer poslovne dokumentacije uz minimalne troškove kašnjenja, gubitke i oštećenja, mogućnost korišćenja brojnih besplatnih resursa i sl., stvorice dodatne prednosti i koristi.

Elektronsko poslovno okruženje i njemu svojevrsna kultura, obezbijediće bolju civilizacijsku poziciju građanima u Crnoj Gori, doprinjeće održavanju koraka sa opštim tehnološkim razvojem, obezbijediće svjetski prihvatljivo komercijalno okruženje, olakšati međunarodnu mobilnost preduzeća i stvoriti povoljno tlo za ekonomiju obima i ekonomiju diversifikacije. Uz sve pozitivne procese, ne treba zanemariti značaj negativnih pojava nove ekonomije, na prvom mjestu ekonomsku nejednakost i kao posljedica toga digitalni jaz, koji se u posljednje vrijeme tumači kao oblik nepismenosti.

Da bi se ICT još uspješnije iskoristila za budući ekonomski rast i razvoj, potrebna je odgovarajuća stimulativna politika koja će se bazirati na jakoj naučnoj osnovi, odgovarajućim kadrovskim i finansijskim resursima i adekvatnoj tehnološkoj i poslovnoj infrastrukturi. Kao što je to slučaj sa svakom revolucijom, i u doba informatičke revolucije, postoji prostor za optimizam i prostor na kome vladaju sumnje. Koliko god granice novog sistema nisu poznate, kako vrijeme odmiče njegovi elementi postaće sve jasniji.

## Conclusion

*Situation in the field of electronic business in Montenegro is at an enviable level. There are a lot of open questions, regarding on skepticism protection problems, method of payment, guarantees, possibility of return of goods purchased in the electronic environment, etc. Encouraging is the growing awareness of the achievements of Montenegrin enterprises operating in an electronic environment. E-business (in starting faze) has supported creativity of participators in trading activities. Possibility of faster and simplified assessment of market and its needs, has created new techniques of work and services. Development activities are followed with educational activities (cooperation with experts, on-line advices and help, practice of new working steps etc).*

*Cutting costs of production, communication on principles 'from point to point' and based on that, division of communicational costs, transfer of business documentation with minimal losses in time and damages, possibility of usage of numerous free resources etc, have created additional advantages. E-business environment and culture connected with it, will provide better position to citizens of MNE, will contribute to maintaining steps with general technological development, will secure broadly accepted commercial environment, ease international mobility of companies and create fertile ground for Economy of Scope.*

*With all the positive processes, we should not ignore the importance of negative side effects of the new economy, primarily, economic inequality and as a consequence of that the digital divide, which has recently been interpreted as a form of illiteracy.*

*For more successfully using ICT for future economic growth and development it is necessary a corresponding stimulating a policy which will be based on: strong scientific basis, adequate human and financial resources and adequate technological and business infrastructure. Like in any revolution, in the era of information revolution, there is room for optimism and the area where rule of doubt. As far as the boundaries of the new system are not known, as time goes on its elements will become increasingly clear. Additional info of companies owners, and higher degree of understanding of e-business and advantages it enables will also be the chance for promotion of it, and future usage. This will further create chance for production and company's profit increase, opening of new jobs, increasing of educational level, and transformation of present way of doing business.*

## Literatura

Castells, Ma. (2009), *The Information age: Economy, Society and Culture- The rise of the Network society*, Blackwell.

European Comission (2005), *'The European e-Business Report'*, Brisel.

Institute for strategy studies, (2006), *'ICT SURVEY '06'*, (ISSP), Podgorica.

McKeen, J. (2003), *Making IT happen, critical issues on IT management*, John Wiley & Sons, Ltd, England.

Peacey, B. (2002), *Socio-Economic impacts of ICT – eGovernment@ the Local Level – A discussion paper*, Department of Sociology and Anthropology, University of Canterbury.

Radojević, G. (2005), *Sektorska analiza tržišta telekomunikacija Crne Gore*, Center for applicational researches and analysis (CARA).

Riley, T. B. (2003), *The Digital Divide And Information Sharing: Examining The Issues*, Commonwealth Centre for E-Governance

UNDP (2006), *E-SEEurope- Regional and Information and Communications Technologies Sector Status and Usage Reports*, Sarajevo.

Vlada Crne Gore, Ministarstvo za informaciono društvo (2009), *Strategija razvoja Informacionog društva u Crnoj Gori od 2009. do 2013. godine.*

[http://www.ebusiness-watch.org/news/2005\\_11\\_30.html](http://www.ebusiness-watch.org/news/2005_11_30.html)

<http://www.morganstanley.com/institutional/techresearch/gsb112005.html>

<http://www.esceinitiative.org>