



ePoslovanje

ZA KONKURENTNOST
VAŠEG PREDUZEĆA U
DIGITALNOM SVETU

PRAKTIČNI VODIČ ZA MALA I SREDNJA PREDUZEĆA I PREDUZETNIKE U SRBIJI



Projekat finansira
Evropska unija



Република Србија
Министарство трговине,
туризма и телекомуникација



Република Србија
Министарство привреде

**PROJEKAT:**

Razvoj elektronskog poslovanja
www.eposplovanje.biz

Nacionalni direktor projekta:

Željko Rakić, Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija

Direktor projekta:

Sara Šrivz (*Sarah Shreeves*), Exemplas Ltd.

Vođa projekta:

Lešek Jakubovski (*Leszek Jakubowski*), Exemplas Ltd.

Korisnici projekta:

Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija
Ministarstvo privrede
Nacionalna agencija za regionalni razvoj

Autor:

Siniša Begović, ekspert projekta *Razvoj elektronskog poslovanja*

Urednik:

Lešek Jakubovski

Saradnici:

Željko Rakić, Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija
Bojana Amanović, Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija
Vladimir Jovanović, Nacionalna agencija za regionalni razvoj
Jelena Uzelac, Nacionalna agencija za regionalni razvoj
Snežana Pavlović, projekat *Razvoj elektronskog poslovanja*

Priprema i štampa:

MaxNova Creative

Tiraž:

1000 kopija

ISBN: 978-86-80388-00-7

Ova publikacija izrađena je u okviru projekta *Razvoj elektronskog poslovanja* koji finansira Evropska unija. Sadržaj publikacije apsolutno izražava stanovišta, mišljenja i stavove projekta *Razvoj elektronskog poslovanja* i ne predstavlja nužno stavove i mišljenja Evropske unije.

Projekat sprovodi konzorcijum predvođen *Exemplas Ltd* u saradnji sa: *ACE Consultants*, *European Profiles*, *Imorgon*, *Seidor* i *Teamnet International*.



ePoslovanje ZA KONKURENTNOST VAŠEG PREDUZEĆA U DIGITALNOM SVETU

PRAKTIČAN VODIČ ZA MALA I SREDNJA PREDUZEĆA I
PREDUZETNIKE U SRBIJI



SADRŽAJ

Predgovor	6
Uvod	7
1. Definicija e-poslovanja	9
Šta je e-poslovanje, a šta e-trgovina?	9
Zašto bi me zanimalo e-poslovanje?	10
Koje su prednosti e-poslovanja?	10
2. e-Usluge za srpska mala i srednja preduzeća i preduzetnike	12
B2G: Državne e-Usluge	12
B2B: Elektronski potpis	13
B2B: Elektronski sertifikati	13
B2B: Bankarske usluge	15
B2C: Zapošljavanje putem interneta	16
3. Procena vaših potreba i spremnosti za e-poslovanje	17
Da li već koristim e-poslovanje?	17
Da li je e-poslovanje pravi put za napredak mog preduzeća?	17
Da li sam spreman/spremna za e-poslovanje?	21
4. Ulaganje u e-poslovanje	23
Koji su glavni razlozi za ulaganje u e-poslovanje?	23
Koliko košta e-poslovanje?	25
5. Pronalaženje poslovnih informacija na internetu	27
Kako pronaći poslovne informacije na internetu?	27
Pronalaženje proizvoda i usluga za vaše poslovanje	27
Internet izvori poslovnih informacija	28
Istraživanje tržišta putem interneta	28
6. Rešavanje problema e-poslovanja	30
Kako savladati probleme pri uvođenju e-poslovanja?	30
7. Rad s pružaocima usluga e-poslovanja	32
Ko pruža usluge e-poslovanja?	32



CLOUD - Šta je informatički oblak?	34
Kako pronaći odgovarajućeg pružaoce usluga e-poslovanja?	35
Kako efikasno saradivati s pružaocem usluga e-poslovanja?	36
8. Zaštita vašeg poslovanja - privatnost, bezbednost i pravna pitanja	37
Kako svesti rizike u pogledu privatnosti i bezbednosti na najmanju meru?	37
Koja su glavna pravna pitanja?	39
9. Izrada vlastitih web stranica	42
Kako napraviti vlastite web stranice?	43
Kako oglašavati vlastite web stranice?	46
Kako koristiti društvene mreže za unapređenje poslovanja?	50
Kako predstaviti svoje preduzeće korisnicima pametnih telefona i tableta?	50
10. Uvođenje internet naručivanja na vašim stranicama	52
Šta je potrebno razmotriti pri uvođenju naručivanja putem interneta?	52
Koje mogućnosti postoje za obradu plaćanja?	52
Koji su mogući načini isporuke naručenih proizvoda?	53
Čega se trgovac mora pridržavati?	54
11. Integrisanje e-poslovanja u vaše celokupne poslovne aktivnosti	56
Šta treba razmotriti?	56
„Investors in People interactive“	57
Planiranje resursa u preduzeću (ERP)	58
12. Pet stvari koje morate učiniti pri uvođenju e-poslovanja	60
13. Gde mogu dobiti podršku i informacije za razvoj e-poslovanja?	61
Mreža Regionalnih razvojnih agencija za poslovnu podršku	61
Reference	63
Neki od izvora informacija i besplatni alati za e-poslovanje	63
Prilog Glosar e-poslovanja	64

PREDGOVOR



Današnje poslovanje nije moguće bez primene modernih tehnologija i alata, ali i bez modernog načina razmišljanja, nezavisno od sektora ili vertikalne delovanja. E-poslovanje nije stvar budućnosti, već sadašnjosti i toga moramo biti svesni ako želimo biti konkurentni na domaćem ili stranom tržištu.

Brz rast digitalne ekonomije u poslednjih nekoliko godina dovodi mnoge privredne subjekte u dilemu. S jedne strane, oni mogu zadržati svoj stari poslovni model koji je do sada funkcionisao, a s druge strane mogu ga modifikovati implementacijom e-alata i tehnologije i učiniti pomak prema ozbiljnijem e-poslovanju. Držati se starog poslovnog modela obično je mnogo lakše u kratkom roku, ali na duži rok, to sigurno znači opadanje efikasnosti i produktivnosti u odnosu na druge naprednije i kompetitivnije konkurente.

Ova knjiga obrađuje mnoge teme i svojevrsan je vodič koji će vam, uz konkretne primere i uputstva, pomoći da primenite različite alate e-poslovanja u vašoj organizaciji. E-poslovanje ne podrazumeva samo *online* marketing ili internet trgovinu, već uključuje i korišćenje tehnologije u različitim poslovnim aspektima kako bi svako područje vašeg poslovanja bilo efikasnije i kako biste smanjili troškove i povećali profit.

Vlada Republike Srbije zalaže se za izgradnju dinamičnog poslovnog okruženja u kojem sva mala i srednja preduzeća i preduzetnici mogu učestovati u elektronskom poslovanju. Ova knjiga opisuje niz naprednih e-alata i aplikacija koje će vam pomoći da to ostvarite.



Rasim Ljajić

Potpredsednik Vlade i ministar trgovine,
turizma i telekomunikacija



Željko Sertić
Ministar privrede



UVOD

E-poslovanje je korišćenje internet i mobilnih tehnologija za lakše obavljanje poslovnih aktivnosti. Cilj je unaprediti efikasnost, konkurentnost i profitabilnost preduzeća primenom tehnologije.

Ovaj vodič za mala i srednja preduzeća i preduzetnike (MSPP) u Republici Srbiji pokazuje da aktivnosti e-poslovanja ne moraju biti komplikovane ili skupe da bi se ostvarila značajna korist. Ako se tek upoznajete sa svetom e-poslovanja, ovde ćete pronaći informacije i alatke koje će vam pomoći u snalaženju.

Vodič sadrži primere srpskih malih i srednjih preduzeća i preduzetnika koji uspešno koriste e-poslovanje kao i glosar e-poslovanja pomoću kojeg ćete lakše razumeti ideje i tehnologiju e-poslovanja.

Ovaj vodič će vam pomoći da odgovorite na sledeća pitanja:

- Šta je e-poslovanje?
- Da li je e-poslovanje potrebno mom preduzeću?
- Da li sam spreman/spremna za e-poslovanje?
- Koji su glavni razlozi za ulaganje u e-poslovanje?
- Koji su troškovi e-poslovanja?
- Koje su mrežne usluge dostupne mom preduzeću?
- Kako pronaći pružaoce usluga e-poslovanja i raditi s njima?
- Kako svesti rizike u pogledu privatnosti, sigurnosti i pravnih pitanja na najmanju meru?
- Kako otvoriti svoje web stranice?
- Kako uvesti sistem naručivanja putem interneta na svojim web stranicama?
- Kako integrisati rešenja e-poslovanja u svoje celokupno poslovanje?

Način na koji se obavlja e-poslovanje ubrzano se menja zbog novih kretanja do kojih dolazi usled tehnoloških promena, stoga MSPP ne mogu zanemarivati nove trendove i mogućnosti koje mogu povećati njihovu konkurentnost, kao što su:

- korišćenje društvenih mreža za pronalaženje kupaca,
- korišćenje video materijala u različite svrhe, od marketinga do edukacije,
- korišćenje mobilnih aplikacija radi pronalaženja novih kupaca,
- korišćenje informatičkog oblaka za uštedu novca i povećanje produktivnosti kada smo van kancelarije.



1. DEFINICIJA E-POSLOVANJA

Šta je e-poslovanje, a šta e-trgovina?

E-poslovanje je primena informacionih i komunikacionih tehnologija (ICT) kao podrške poslovnim aktivnostima. Omogućava kompanijama da povežu poslovne procese i time znatno pojednostave odnos sa kupcima i dobavljačima.

E-trgovina je grana e-poslovanja koja koristi internet kao medij za obavljanje transakcija - kupovinu, prenos ili razmenu roba, usluga i/ili informacija putem interneta. Primer e-trgovine je web dućan, koji ne može funkcionisati bez interneta.

E-poslovanje je širi pojam i može uključivati komunikacije, promociju vašeg poslovanja, prikupljanje poslovnih informacija, kupoprodaju putem interneta, internet bankarstvo i rad sa državnim organima (poput plaćanja poreza putem interneta).

E-poslovanje znači mnogo više od jednostavne internet stranice ili portala. Svrha e-poslovanja je poboljšanje konkurentnosti organizacije, širenje tržišta i povećanje broja kupaca. E-poslovanje se ne odnosi samo na tehnologiju - ono je kombinacija tehnologije, procesa, organizacije i novog načina razmišljanja.

Primeri e-poslovanja uključuju:

- poboljšanje interne komunikacije kroz internet portal vaše kompanije,
- korišćenje jeftinih modela poslovnog marketinga kao što su društvene mreže ili *Google*-ove marketinške alatke,
- traženje poslovnih informacija na internet portalima,
- korišćenje uspostavljenih internet dućana kao što je **www.nonstopshop.rs**,
- praćenje isporuke robe,
- zapošljavanje osoblja putem interneta,
- istraživanje tržišta putem interneta.

Zašto bi me zanimalo e-poslovanje?

E-poslovanje može:

- poboljšati usluge i pristup kupcima izvan vašeg lokalnog tržišta,
- pomoći vam da promovirate vaše poslovanje na troškovno efikasan način,
- pomoći vam u efikasnijem organizovanju poslovnih procesa,
- osigurati brz pristup mreži preduzeća,
- omogućiti vam upoređivanje proizvoda i cena da biste pronašli najbolju ponudu,
- omogućiti vašem preduzeću da drži korak sa konkurencijom ili je prestigne,
- sniziti troškove poslovnih transakcija,
- povećati vašu vidljivost i poboljšati pristup za vaše kupce i dobavljače,
- omogućiti vam komunikaciju i poslovanje izvan kancelarije,
- olakšati komunikaciju s partnerima kao što su dobavljači, banke i državni organi,
- olakšati naručivanje potrepština.

Koje su prednosti e-poslovanja?

E-poslovanje nudi sledeće prednosti u odnosu na ne-elektronske poslovne modele:

- novi poslovni modeli s većim prihodima,
- fleksibilnost i efikasnost: mogućnost obrade složenih informacija, proizvodnih asortimana i profila kupaca,
- produženo radno vreme: 24 sata dnevno, 7 dana u nedelji, 365 dana godišnje,
- ažurirani materijali kompanije,
- ušteda troškova i vremena: manje rada, papirologije, unosa podataka, kraća priprema transakcija i brža isporuka,
- bolji odnosi sa kupcima i povećana prodaja korišćenjem marketinških tehnika na internetu,
- bolja saradnja s poslovnim partnerima,
- lakše poslovno istraživanje, analiza i predviđanje
- dvosmerna komunikacija sa kupcima,
- nova tržišta u zemlji i inostranstvu,
- smanjenje troškova komunikacije putem engl. VoIP (Glasovna komunikacija internetom) kao što je Skype (www.skype.com), ooVoo (www.oovoo.com) i Viber (www.viber.com).



Skype

Najpopularniji VoIP sistem je Skype. Možete besplatno razgovarati video pozivima s računara ili „smart“ mobilnog uređaja s bilo kim na svetu, ukoliko primalac takođe ima pristup internetu i Skype-u. Takođe, možete da obavljate konferencijske pozive (uz nadoknadu) i da pozivate fiksne ili mobilne brojeve. Ostale značajne informacije uključuju:

- „SkypeOut“: nazvati telefonski broj sa zemaljske mreže putem Skype-a
- „Skypeln“: možete nazvati svoj Skype račun sa svog fiksnog ili mobilnog telefona
- Deljenje datoteka: razmena dokumenata
- Tekst poruke: koristite Skype za slanje tekstualnih poruka na bilo koji mobilni telefon na svetu
- Skype Klik na Poziv: kupci sa Skype-om mogu kliknuti na ikonu na vašoj internet stranici i nazvati vas.

Skype je vrlo jednostavan za korišćenje - preuzimate softver za računar s www.skype.com ili Skype aplikacije za vaš mobilni telefon.



2. E-USLUGE ZA SRPSKĄ MALA I SREDNJA PREDUZEĆA I PREDUZETNIKE

B2G

Državne e-Usluge

Širok raspon državnih e-usluga već je dostupan srpskim kompanijama iz javnog i privatnog sektora. Popis svih aktuelnih e-servisa nalazi se na Internet portalu e-Uprave Republike Srbije www.euprava.gov.rs/eusluge





B2B

Elektronski potpis

Srpska preduzeća moraju da posluju u skladu s državnim propisima o računovodstvu i finansijama, uključujući izdavanje računa u određenom formatu i dokumentovanje prodaje pomoću POS („Point of Sale”) tehnologije. Preduzeća takođe moraju redovno da dostavljaju finansijske izveštaje u poreske svrhe i uplaćuju socijalno osiguranje zaposlenima.

Svi ovi procesi olakšavaju postupak e-poslovnih rešenja. Međutim, preduslov je da kompanije imaju elektronski potpis, oblik identifikacije u virtuelnom svetu.

Elektronski potpis

Elektronski potpis, poput svojeručnog potpisa, koristi se kao dokaz o autorstvu ili dogovor o sadržaju potpisanog dokumenta. Osoba koja elektronski želi potpisati dokument može to učiniti koristeći svoj privatni ključ (poznat samo toj osobi). Osoba koja prima dokument može ga dekodirati pomoću javnog ključa osobe koja ga je potpisala.

Napredni elektronski potpis je potpis koji je povezan isključivo s potpisnikom i stvoren isključivo u skladu sa njegovom ili njenom kontrolom. Napredni elektronski potpisi imaju istu pravnu snagu kao potpisi rukom ili pečatom.

Sigurnosni zahtevi osigurani elektronskim potpisom su:

- **Poricanje:** pošiljalac ne može poreći da je poruka poslata.
- **Integritet:** poslata poruka stiže nepromenjena od pošiljaoca do primaoca.
- **Provera autentičnosti:** učesnici u komunikaciji su stvarno oni koji tvrde da jesu.

Elektronski sertifikat

Elektronski sertifikat je elektronski dokument koji izdaje sertifikaciono telo. To je elektronska potvrda kojom se potvrđuje veza između podataka za proveru elektronskog potpisa i identiteta potpisnika. Elektronski sertifikat može da se shvati kao digitalni identifikacioni dokument jer sadrži podatke o korisniku sertifikata kao i podatke o njegovom izdavaocu.

Sertifikaciono telo je pravno lice koje drugim pravnim i fizičkim licima pruža usluge izdavanja elektronskih sertifikata, kao i druge usluge povezane sa ovom delatnošću. U ovom trenutku postoje četiri registrovana sertifikaciona tela u Republici Srbiji na čijim web stranicama se mogu naći procedure za izdavanje elektronskih sertifikata, kao i neophodan softver za njihovu upotrebu.

Instaliranje elektronskog sertifikata

Preduslov za instaliranje elektronskog sertifikata, sva četiri registrovana sertifikaciona tela, je instalirani drajver za čitač *smart* kartica ili USB *token*.

Izdavanje kvalifikovanih elektronskih sertifikata

Rešenjem Ministarstva za telekomunikacije i informaciono društvo (MTID) broj 345-01-00084/2009-01 od 11.09.2009. godine, Sertifikaciono telo Privredne komore Srbije (PKS CA) je upisano u Registar sertifikacionih tela za izdavanje kvalifikovanih elektronskih sertifikata, pod rednim brojem 2 (dva).

Sertifikaciono telo (CA) je pravno lice koje izdaje elektronske sertifikate u skladu sa odredbama Zakona o elektronskom potpisu. Elektronski sertifikati PKS CA su namenjeni svim učesnicima elektronskog poslovanja u Republici Srbiji.

Elektronski sertifikati se formatiraju u standardnom formatu (X.509 standard) i sadrže: ime vlasnika sertifikata, javni ključ (formira se na osnovu asimetričnog kriptografskog sistema) i dodatne informacije kao što su: datum izdavanja i rok važnosti, ime CA koje je izdalo sertifikat. PKS CA je kao „treća strana od poverenja”, koja garantuje da dati javni ključ pripada definisanom korisniku i da svojim potpisom sertifikuje da je to istinito.

Kvalifikovani elektronski sertifikat se izdaje na rok od 3 (tri) godine. PKS CA zaključuje sa korisnikom Ugovor o izdavanju i korišćenju kvalifikovanog elektronskog sertifikata. Ugovor reguliše uslove pod kojima PKS CA izdaje korisniku kvalifikovani elektronski sertifikat.

PKS CA izdaje sledeće vrste sertifikata:

- kvalifikovani elektronski sertifikati
- elektronske sertifikate za Web servere



Korisnici kvalifikovanih elektronskih sertifikata mogu biti:

- ovlašćena fizička lica (fizička lica koja su ovlašćena od strane odgovornog lica da zastupaju pravno lice u određenim slučajevima),
- fizička lica

Kvalifikovani elektronski sertifikati pored elektronskog bankarstva, mogu se upotrebljavati i za sve ostale aplikacije, za usluge na nivou Republike Srbije koje zahtevaju njihovu upotrebu.

Kvalifikovani elektronski sertifikat koji izdaje Sertifikaciono telo Halcom BG CA namenjeni su korisnicima elektronskog poslovanja za:

Elektronsko bankarstvo

E-fakture

APR, Potpisivanje finansijskih izveštaja

Poresku upravu, E-porezi

Centralni registar obaveznog socijalnog osiguranja

SAOP, miniMAX & iCenter – internet knjigovodstvo

Republički fond za zdravstveno osiguranje, Elektronska prijava

Portal eUprava

Narodnu banku Srbije

Upravu carina, ePoslovanje

RATEL, internet šalter

Kriptovanje (šifriranje) dokumenata (MS Office, PDF, Outlook...)

Bankarske usluge

Ključno za e-fakturisanje, a i prodaju putem interneta je internet bankarstvo, koje sada koristi veliki broj srpskih preduzeća. Internet bankarstvo omogućava korisnicima da pregledaju svoje finansijske transakcije i stanja putem sigurne internet stranice banke. Svaka kompanija može postati korisnik *online* bankarstva. Internet bankarstvo može se koristiti nakon dobijanja odobrenja i posebnog sertifikata od banke.

Prednosti internet bankarstva za preduzeća su:

- dostupnost 24 sata dnevno, 7 dana u nedelji, 365 dana u godini
- pristup s bilo kojeg mesta u svetu putem interneta
- nema čekanja

- lakše internacionalne transakcije plaćanja
- niže bankarske provizije putem *e-banking*-a

Neke banke takođe nude određene usluge (kao što je provera stanja) za korisnike mobilnih telefona. Više informacija o specifičnim internet i mobilnim uslugama koje nude, mogu se naći na stranicama svake banke.

B2C

Zapošljavanje putem interneta

Portali za zapošljavanje daju priliku za oglašavanje novog osoblja onima koji direktno traže posao i pronalazak osoblja sa specifičnim veštinama i iskustvom koje vi tražite.

Neke od najpopularnijih stranica u Srbiji su: poslovi.infostud.com, www.lakodoposla.com, www.nsz.gov.rs, www.poslovi.rs





3. PROCENA VAŠIH POTREBA I SPREMNOSTI ZA E-POSLOVANJE

Da li već koristim e-poslovanje?

Možda već koristite e-poslovanje za poslovne svrhe, a da o tome niste mnogo razmišljali. To pokazuje kako je jednostavno započeti e-poslovanje. Postavite sebi sledeća pitanja:

	Da / Ne
1. Da li koristim e-mail u poslovne svrhe?	
2. Da li pretražujem proizvode i usluge za svoj posao putem interneta?	
3. Da li koristim internet bankarske usluge?	
4. Da li moje preduzeće ima internet stranicu?	
5. Da li koristim socijalne mreže poput Facebook-a za promovisanje svoga preduzeća?	
6. Da li koristim internet aplikacije, poput Skype-a, kako bih uštedeo/la na telefonskim računima?	
7. Da li koristim svoj mobilni telefon za nešto više od telefonskih poziva?	

Ako ste odgovorili „da“ na neke od gore navedenih pitanja, onda već uživate u prednostima e-poslovanja, a sada bi trebalo da razmotrite da li ga možete koristiti i u drugim područjima, što je prikazano u ovoj knjizi.

Da li je e-poslovanje pravi put za napredak mog preduzeća?

Tri su ključna razloga zašto bi e-poslovanje moglo biti pravi potez za vaše preduzeće. Ono vam može pomoći da:

- bolje organizujete svoje interne poslovne i komunikacijske procese,
- efikasnije oglašavate svoje poslovanje prema postojećim i potencijalnim kupcima,
- napravite lakše transakcije s drugim preduzećima.

Sledeći kontrolni popisi omogućuju vam da proverite kako vam e-poslovanje može pomoći da ispunite ove tri glavne potrebe.

Korišćenje e-poslovanja za organizaciju poslovnih komunikacijskih procesa

Pomoću sledećeg kontrolnog popisa procenite može li vam e-poslovanje pomoći da efikasnije organizujete svoje poslovne komunikacijske procese.

Primena e-poslovanja u komunikacijskim procesima

Da biste lakše procenili svoje poslovne potrebe u pogledu poslovnih komunikacijskih procesa, navedite da li se **slažete** ili **ne** sa sledećim izjavama.

	Slažem se / Ne slažem se
Da li mi je potrebna poslovna adresa e-pošte?	
1. Želim da efikasnije komuniciram sa svojim zaposlenima, kupcima i dobavljačima.	
2. Zaposleni, kupci i dobavljači kažu da žele da koriste e-poštu u komunikaciji sa mnom.	
Da li mi je potrebna računarska mreža?	
3. Zaposleni kažu da žele lakše razmenjivati informacije i ideje.	
4. Računarska mreža bi uštedela troškove pri kupovini softvera.	
5. Računarska mreža bi uštedela troškove pri kupovini opreme (npr. štampača).	
6. Želim da na praktičan način razmenjujem informacije sa zaposlenima.	
7. Želim da zaposlenima omogućim brzo i lako popunjavanje obrazaca.	



Ako se slažete s izjavama **1 ili 2**, otvorite adresu e-pošte za vaše preduzeće. Ako se slažete s bilo kojom od izjava **od 3 do 6**, razmislite o uvođenju računarske mreže u svom preduzeću.

Korišćenje e-poslovanja za organizaciju poslovnih procesa

Molimo vas da navedite da li se slažete ili ne sa sledećim izjavama u vezi sa vašim poslovnim procesima.

	Slažem se / Ne slažem se
1. Želim efikasnije knjigovodstvo.	
2. Želim efikasniji postupak prijave poreza.	
3. Teško je osigurati usaglašenost redovnog poslovanja mog preduzeća s internet sistemom.	
4. Teško je pratiti naručivanje putem telefona i interneta.	
5. Prodaja putem interneta je važan deo mog poslovanja.	
6. Moje preduzeće ima problema s praćenjem dostave.	
7. Kupci ili dobavljači se žale da primaju proizvode naručene putem interneta sa zakašnjenjem.	

Ako se slažete s izjavom **1 ili 2**, razmislite o korišćenju softverskih programa za računovodstvo, finansijsko upravljanje i obračun poreza. Ako već vodite e-trgovinu i slažete se s bilo kojom od izjava **3 do 7**, razmislite kako najbolje integrisati vaše poslovanje s mrežnim sistemima.

Primena e-poslovanja u oglašavanju vašeg preduzeća prema kupcima

Možete promovisati svoje preduzeće putem sopstvenih web stranica ili oglašavanjem na drugim web stranicama. Pomoću sledećeg popisa možete proceniti da li je otvaranje web stranica pravi potez za vaše preduzeće.

Otvaranje web stranica za kupce

Navedite da li se slažete ili ne sa sledećim izjavama.

	Slažem se / Ne slažem se
1. Želim da proširim svoj posao izvan lokalnog tržišta.	
2. Moji konkurenti imaju svoje web stranice.	
3. Moji kupci pitaju da li imam svoje web stranice.	
4. Želim da pružim informacije o svom preduzeću i proizvodima na efikasan način.	
5. Želim da poboljšam korisničku podršku.	
6. Želim da omogućim lakši kontakt sa svojim preduzećem.	

Ako se slažete s bilo kojom od navedenih izjava, razmislite o otvaranju web stranica za vaše preduzeće.

Prodaja putem interneta

Možete početi s jednostavnim informativnim web stranicama kako biste procenili svoje tržište pre nego što odlučite da li vam je potrebno ulaganje u složenije web stranice. Pomoću sledećeg kontrolnog popisa proverite da li su vam potrebne naprednije web stranice.

Ako se slažete s bilo kojom od navedenih izjava, razmislite o uvođenju rešenja e-trgovine za vaše kupce.

	Slažem se / Ne slažem se
1. Moji postojeći kupci žele da naručuju i kupuju putem interneta.	
2. Potencijalni kupci mogli bi da budu zainteresovani za kupovinu putem interneta.	
3. Želim povećati svoju prodaju izvan lokalnog tržišta.	
4. Konkurencija ima web stranice koje omogućavaju porudžbinu i prodaju.	



Primena e-poslovanja za potrebe saradnje između preduzeća

E-poslovanje može olakšati saradnju s drugim preduzećima kroz poboljšan pristup poslovnim informacijama, proizvodima i uslugama. Time se mogu smanjiti troškovi nabavke.

Primena e-poslovanja u nabavci putem interneta

Navedite da li slažete ili ne sa sledećim izjavama.

	Slažem se / Ne slažem se
1. Konkurencija ima web stranice s mogućnostima e-trgovine.	
2. Druga slična preduzeća aktivno se bave e-trgovinom.	
3. Postoje internet pijace koje mogu umanjiti moje troškove nabavke.	

Ako se slažete s bilo kojom od navedenih izjava, treba da razmislite o tome da li ste spremni da kupujete od svojih dobavljača putem interneta.

Da li sam spreman/spremna za e-poslovanje?

Odgovorite na sledeća pitanja da biste videli da li je vaše preduzeće spremno za e-poslovanje.

Procenite svoje preduzeće	
Razmotrite svoje postojeće i potencijalne kupce.	<ul style="list-style-type: none">• Da li vaši kupci koriste internet?• Da li vas kupci pitaju da li imate svoje web stranice?• Da li možete da privučete nove kupce kroz e-poslovanje?• Koje je potencijalno tržište za vaše proizvode i usluge?
Razmotrite svoje dobavljače.	<ul style="list-style-type: none">• Da li vaši dobavljači imaju svoje web stranice?• Da li vaši dobavljači imaju mogućnost naručivanja sa svojih web stranica?

Procenite različite mogućnosti e-poslovanja	
Razmotrite svoje proizvode ili usluge.	<ul style="list-style-type: none"> • Da li bi bilo lako opisati vaše proizvode ili usluge na internetu? • Da li bi bilo lako oglašavati vaše proizvode ili usluge na internetu? • Da li biste mogli prodavati vaše proizvode ili usluge na internetu?
Procenite različite mogućnosti e-poslovanja	
Procenite svoje znanje o e-poslovanju.	<ul style="list-style-type: none"> • Da li ste upoznati s različitim mogućnostima koje su dostupne? • Razgovarajte s drugim MSPP o e-poslovanju. • Pogledajte web stranice sličnih preduzeća kako biste videli koje mogućnosti e-poslovanja ona koriste. • Procenite troškove različitih mogućnosti e-poslovanja.
Procenite svoju konkurenciju	<ul style="list-style-type: none"> • Posetite stranice vaše konkurencije. • Razmislite na koji način bi vam vaše web stranice osigurale prednost nad konkurencijom.
Procenite kako bi e-poslovanje moglo unaprediti vaše ukupno poslovanje	<ul style="list-style-type: none"> • Razmislite o tome šta želite postići uvođenjem e-poslovanja (npr. širenje izvan lokalnog tržišta, veću efikasnost, niže troškove, bolju podršku za kupce, lakše poslovne transakcije, oglašavanje proizvoda itd.) • Procenite potencijalne koristi u odnosu na troškove različitih mogućnosti e-poslovanja. • Razmislite o tome da za početak krenete malim koracima koje kasnije možete unaprediti.
Uvođenje e-poslovanja	<ul style="list-style-type: none"> • Da li imate pristup internetu? • Da li imate adresu e-pošte i ime domena? • Ako razmišljate o uvođenju e-trgovine, razmislite o načinima dostave, troškovima i rasporedu prevoza. • Ako želite privući međunarodne kupce, razmotrite izvozne zahteve poput dozvola, osiguranja i tarifa. • Razmotrite marketinške strategije za privlačenje kupaca na vaše web stranice.
Procenite potrebe zaposlenih za uvođenje e-poslovanja.	<ul style="list-style-type: none"> • Da li je vašim zaposlenima potrebna dodatna obuka? • Da li treba da zaposlite nove ljude?
Procenite da li imate pravu opremu i razmotrite bezbednosna pitanja.	<ul style="list-style-type: none"> • Da li imate pravi hardver i softver za vaše rešenje e-poslovanja? • Da li imate sistem za bezbedno čuvanje informacija i zaštitu od računarskih virusa?



4. ULAGANJE U E-POSLOVANJE

Koji su glavni razlozi za ulaganje u e-poslovanje?

- 10. Može da poveća efikasnost vašeg poslovanja.** E-poslovanje može povećati brzinu i tačnost vaših transakcija. Na primer, sistem naručivanja putem interneta može da eliminiše ili smanji papirologiju i broj porudžbina putem telefona.
- 9. Može da smanji troškove.** E-poslovanje može da smanji troškove skraćivanjem vremena potrebnog za sprovođenje poslovnih procesa, npr. uštedom komunikacijskih troškova pomoću internet alatki kao što je Skype. Računi se mogu obrađivati brže i tačnije. Istraživanja pokazuju da automatizovani sistem može da uštedi dve trećine troškova ručne obrade porudžbina kupaca.
- 8. Omogućava malim preduzetnicima da se takmiče s većim preduzećima.** Profesionalno izradene web stranice mogu učiniti da kupcima vaše preduzeće izgleda podjednako atraktivno kao i krupnija konkurencija, pa se time može uvećati verodostojnost vašeg preduzeća.
- 7. Omogućava brzu i široku distribuciju informacija.** Korišćenjem web stranica koje se lako mogu dopunjavati, moći ćete da brzo pružite aktuelne informacije kupcima. Na primer, proizvode i cene na svojim web stranicama možete brže i efikasnije promeniti nego u štampanom katalogu.
- 6. Poboljšava podršku za kupce.** E-poslovanje vam omogućava da ponudite više izbora vašim kupcima, kao i jednostavan pristup informacijama o vašem preduzeću. Na primer, rubrika često postavljanih pitanja i odgovora (*eng. FAQ*) na vašim stranicama, jednostavan je način unapređenja odnosa sa kupcima. Internet vam omogućava i da uslužujete vaše kupce 24 sata dnevno, 7 dana u nedelji.
- 5. Može da vam pomogne pri širenju poslovanja na nova tržišta.** E-poslovanje može da vam pomogne u pronalaženju novih kupaca, uključujući i one izvan vašeg lokalnog tržišta. Čak i ako ne prodajete ništa putem interneta, web stranice će pomoći potencijalnim kupcima da vas lakše pronađu.
- 4. Pomaže vam da poboljšate vaše marketinške strategije.** Rešenja e-poslovanja olakšavaju sažimanje i analizu informacija o kupcima koji posećuju vaše stranice i kupuju na njima. Ove informacije možete iskoristiti za prilagođavanje promotivnih strategija i povećanje prodaje.
- 3. Može da poveća vašu prodaju.** Web stranice mogu da povećaju vašu prodaju obezbeđivanjem većeg tržišta, omogućavanjem vašim kupcima i dobavljačima da lakše vide, upoređuju i kupuju vaše proizvode ili usluge.

2. Može vam pomoći da prodete jeftinije. Možete koristiti internet za pronalaženje informacija o proizvodima, uslugama i dobavljačima, uključujući recenzije proizvoda i upoređivanje cena.

Razlog broj jedan za ulaganje u e-poslovanje:

1. Ne možete priuštiti da to ne učinite. Troškovi nekorišćenja e-poslovanja uključuju odlazak kupaca konkurenciji koja ima kvalitetne web stranice i gubitke u pogledu potencijalne prodaje. Postoje brojne alatke i softveri, od kojih su mnogi namenjeni MSPP, i nude jeftina rešenja za ispunjavanje vaših poslovnih potreba.

E-poslovanje je sve više u upotrebi:

- U Evropskoj uniji ima više od 380 miliona korisnika interneta.
- 76% od ukupnog broja domaćinstava u EU ima internet.
- 53% građana EU ide na internet najmanje jedanput dnevno.
- Samo 29% građana EU nikad nisu koristili internet.
- Samo 33% građana EU nema pristup internetu u svom domu.
- 53% korisnika interneta u EU kupuje proizvode i usluge putem interneta.
- 52% korisnika interneta u EU koristi društvene mreže.
- 48% koristi internet bankarstvo.
- *u Srbiji 100% preduzeća koristi računare, 100% ima pristup Internetu, a 74% ima sopstvenu internet stranicu*
- 40,4% srpskih preduzeća naručuje proizvode i usluge *online*
- 92% preduzeća u Srbiji koristi elektronske servise javne uprave

**Primeri srpskih preduzeća
koja uspešno koriste
e-poslovanje:
internet trgovina**

NonStop Shop





Koliko košta e-poslovanje?

E-poslovanje može da obuhvati troškove dizajna i izrade web stranica, hardvera i softvera (troškovi nabavke i održavanja), troškove pristupa internetu i bezbednosti (sigurnosno čuvanje u slučaju gubitka podataka, zaštita od neovlašćenog pristupa informacijama, antivirusna zaštita).

Saznajte koji su troškovi za opcije i usluge koje će vam biti potrebne. Za dizajn i *hosting* web stranica ne tražite više opcija nego što vam je potrebno ili će vam biti potrebno u bliskoj budućnosti. Na primer, ako imate samo jednostavne web stranice s osnovnim informacijama kao dopunu vašem uobičajenom poslovanju, 24-satna telefonska podrška nije potrebna.

Razmotrite troškove sledeće opreme i usluga koje će vam biti potrebne.

Hardver	Troškovi računarskih sistema, uređaja i materijala.
Softver	Uključuje operativne sisteme i podatke koji se čuvaju elektronskim putem. Softver može biti licenciran (plaćen) ili otvorenog koda (besplatan).
Održavanje	Manja preduzeća često imaju dežurnog tehničara koji će servisirati tehnologiju i softver i tako rešavati moguće probleme. Saznajte koji su troškovi vezani za to.
Pružalac internet usluga	Za početak će vam biti potreban pristup internetu koji osigurava pružalac internet usluga (eng. skraćenica: ISP). Troškovi mogu biti vrlo različiti, u zavisnosti od toga koliko brzu internet vezu želite.
Izrada web stranica	Možete besplatno izraditi jednostavnu web stranicu, koristeći obrazce dostupne na internetu. Međutim, za to će vam biti potrebno dosta vremena i učenja. Web stranice može dizajnirati specijalizovani pojedinac ili kompanija. Neke kompanije za <i>hosting</i> takođe pružaju ove usluge.
Internet dućan	Uključuje korpu i sistem obrade plaćanja na vašim stranicama. Niz postojećih softverskih paketa nudi jeftina rešenja e-trgovine. Umesto plaćanja za izradu posebnih stranica za vas, možete koristiti rešenja e-trgovine koja uzimaju proviziju od prodaje, bez ikakvih drugih nadoknada.

Stvaranje sadržaja / izrada / održavanje web stranica	<p>Osim ako to sami ne radite, imaćete i troškove pisanja sadržaja i skeniranja slika. Ako ne znate ili nemate vremena, zaposlite marketinšku agenciju koja će za vas pripremati sav sadržaj vaših web stranica.</p> <p>Godišnje održavanje vaših stranica će verovatno iznositi oko 20% početnog ulaganja. Možete koristiti rešenje e-trgovine kojim ćete sami uređivati sadržaj. To je lakše pomoću sistema za upravljanje sadržajima (sistem koji omogućava MSPP da sami uređuju sadržaj web stranica). Ugovori o održavanju i uređivanju web stranica mogu biti različiti, u zavisnosti od broja radnih sati i količine sadržaja koji je potrebno dopunjavati i uređivati.</p>
Registracija imena domena	<p>Isto ime domena može da košta samo 840 din godišnje (.cp6), ali možda će biti potrebno da registrujete nekoliko imena da biste zaštitili svoje ime ili robnu marku. Registraciju imena domena često je potrebno obnoviti nakon nekog vremena.</p>
Web hosting	<p>Da li kompanija za <i>hosting</i> osigurava mesto vašim stranicama na internetu? Umesto kupovine paketa <i>web hosting</i>-a, možete odabrati rešenje e-trgovine pomoću kojeg ćete imati besplatan <i>hosting</i> vaših stranica.</p>





5. PRONALAZENJE POSLOVNIH INFORMACIJA NA INTERNETU

Kako pronaći poslovne informacije na internetu?

Jednostavno korišćenje pretraživača kao što su Google ili Bing štedi vreme preduzećima koja žele pronaći najbolje cene nabavke. Jednostavnim upisom fraze „jeftin papir” u Google-u dobijate popis internet dobavljača čiji su proizvodi jeftiniji, jer su njihovi troškovi niži.

Pored toga, postoje i brojne opšte ili specijalizovane poslovne stranice na kojima možete upoređivati proizvode ili usluge i njihove cene.

Pronalaženje proizvoda i usluga za vaše preduzeće

Sistematičniji pristup od jednostavnog korišćenja pretraživača su „e-pijace”, internet stranice na kojima se kupci i prodavci registruju kako bi sprovedili transakcije između preduzeća (eng. *business-to-business*, B2B) preko interneta. Neke od njih su specijalizovane za određene delatnosti, kao na primer **www.ekupi.rs** u Srbiji i **www.ebay.com** ili **www.alibaba.com** u međunarodnoj trgovini (s većim fokusom na kineske proizvode).

Neke od prednosti ovog pristupa su:

- finansijske uštede jer imate pristup velikom broju dobavljača koji se takmiče za saradnju s vama
- vremenske uštede u procesu nabavke.

Mogući nedostatak je rizik vezan za rad s nepoznatim dobavljačima iz inostranstva, pravna pitanja, troškove dostave i sl. Stranice kao što je **www.alibaba.com** nude mere zaštite za kupce kao što je zalag sredstava kod treće osobe kojoj obe strane veruju i akreditacija dobavljača.

Internet izvori poslovnih informacija

Neki od korisnih internet izvora poslovnih informacija u Srbiji i svetu su:

Srpske stranice:

- E-Uprava **www.euprava.gov.rs**
- Pretraga i provera (**www.pretraga-provera.com**): Javni registri - Provera i pretraga
- Republički zavod za statistiku **webzrs.stat.gov.rs**
- Digitalna agenda (**www.digitalnaagenda.gov.rs**) Direkcija za elektronsku upravu
- Preduzetnički servis **www.preduzetnickiservis.rs**:
- Agencija za privredne registre **www.apr.gov.rs**
- Privredna komora Srbije **<http://www.pks.rs>**

Međunarodne stranice:

- Europe Enterprise Network (**www.een.rs**): Informacije o načinu poslovanja u EU
- eBSN eBusiness Solutions Guide (**http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/ict/ebsn/index_en.htm**): Web stranica Evropske komisije o e- poslovanju za mala preduzeća s prikazima uspešnih kompanija
- e-Trgovina Evrope (**www.ecommerce-europe.eu**): uključuje besplatan registar za prekogranične web trgovine
- Evrostranice (**www.europages.com**): pretraživač podataka o kompanijama u EU
- Alibaba (**www.alibaba.com**): internet pijaca za mala preduzeća
- eBay (**www.ebay.com**): internet pijaca

Istraživanje tržišta pomoću interneta

Internet pruža mogućnosti za jeftino istraživanje tržišta u cilju testiranja novih proizvoda/ usluga i pristup potencijalnim novim tržištima. Primeri uključuju: **www.freeonlinesurveys.com**, **www.kwiksurveys.com** i **www.surveymonkey.com**.

Jednostavno kreirajte svoj upitnik na njihovim web stranicama, a zatim postavite link za istraživanje na vašoj web stranici. Kasnije link možete distribuirati e-poštom i društvenim medijima kako biste postigli veći broj odgovora. Kako vam pristižu odgovori tako ih u realnom vremenu možete i analizirati.

Ukoliko već imate web stranicu, **Google Analytics** (**www.google.com/analytics**) je besplatan softver koji omogućava praćenje i analizu poseta na vašim web stranicama. Između ostalog,



primete podatke o broju posetilaca na svojoj web stranici, koliko su stranica pregledali, kako su pronašli vašu web stranicu (prema pretraživaču, kao i koliko vremena su proveli na vašoj web stranici. Prednosti korišćenja ovog softvera uključuju:

- Bolje poznavanje posetilaca vaše web stranice (postojeći ili potencijalni kupci)
- Moći ćete da vidite koje su informacije ključne, a koje nisu.
- Otkrićete koliko je vaša web stranica efikasna.



6. REŠAVANJE PROBLEMA U E-POSLOVANJU

Kako savladati probleme pri uvođenju e-poslovanja?

U sledećoj tabeli navedeni su neki od uobičajenih problema pri usvajanju e-poslovanja. O problemima u pogledu privatnosti, zakonodavstva i bezbednosti govori se u sledećem odeljku.

Problemi u e-poslovanju	Moguća rešenja
Nemam vremena	<ul style="list-style-type: none"> • Planirajte svoj projekat tako što ćete ga podeliti na manje, ostvarive ciljeve. • Uvedite samo neke vidove e-poslovanja • Potrebno je određeno vreme za uspostavljanje e-poslovanja, ali ćete uštedeti puno vremena nakon što se ono u potpunosti implementira. • Razmislite o angažovanju spoljnih pružalaca usluga (eng. <i>outsourcing</i>). • Istražite da li već postoje neke alatke ili softver pomoću kojih ćete uštedeti na vremenu.
Nemam novca	<ul style="list-style-type: none"> • Razmotrite troškove neuvođenja e-poslovanja. • Procenite troškove u odnosu na potencijalnu korist. • Razmislite o primeni jednostavnijih i jeftinijih rešenja. • Utvrdite svoje konkretne potrebe i prioritete.
Ne snalazim se s računarima. Ne znam dovoljno o internetu.	<ul style="list-style-type: none"> • Upoznajte se sa glavnim konceptima i pojmovima. • Povećajte svoja znanja uz pomoć stručnjaka • Pohađajte kurs u lokalnoj instituciji za podršku MSPP ili se raspitajte u lokalnoj privrednoj ili zanatskoj komori o seminarima ili prilikama za edukaciju.



To nije važno za moj posao.

- Pogledajte šta radi vaša konkurencija. Pogledajte njihove web stranice.
- Proverite da li vaši dobavljači aktivno koriste internet.
- Raspitajte se u lokalnoj instituciji za podršku MSPP o koristima e-poslovanja.
- Razmotrite da li vaši kupci već kupuju preko interneta.

Nisam spreman/spremna za uvođenje e-poslovanja. Nema pripremljen plan za uvođenje e-poslovanja

- Ako razmatrate jednostavnija rešenja e-poslovanja, možda bi trebalo da unapred imate kompletnu strategiju.
- Razmislite o uvođenju e-poslovanja korak po korak.
- Zaposlite nekoga sa potrebnim veštinama
- Pošaljite zaposlene na kurs koji nudi vaša lokalna institucija za podršku MSPP, komora ili obrazovna institucija.



7. RAD S PRUŽAOCIMA USLUGA E-POSLOVANJA

Ko pruža usluge e-poslovanja?

Ako tek započinjete s e-poslovanjem, prvo se upoznajete s vrstama usluga koje nude pružaoci usluga e-poslovanja. Pružaoci usluga obično poseduju određeni skup veština. Pobrinite se da razumete koje su to veštine i kako one mogu najbolje ispuniti vaše potrebe.

Jedan pružalac može da vam ponudi više od jedne vrste usluga. Na primer, pružalac internet usluga može imati i usluge *web hostinga*. Pružaoci usluga e-poslovanja nude sledeće vrste usluga:

Pružaoци usluga e-poslovanja

Šta rade	Šta treba da tražite
Pružalac internet usluga (ISP)	<ul style="list-style-type: none"> • Povezuje vaše računare i druge uređaje s internetom. • Pruža pristup za pregled web stranica i korišćenje e-pošte. • Pouzdana internet usluga. • Ugovor kojim se garantuje određeni nivo učinka. • Nivo i vrsta podrške za pružane usluge.
Programer / dizajner / arhitekt web stranica	<ul style="list-style-type: none"> • Dizajnira izgled i organizaciju web stranica. • Programira vaše stranice kako bi one sigurno radile. • Oblikuje i organizuje sadržaj (sadržaj možete da napišete i sami ili možete da zaposlite nekoga da to čini umesto vas). • Programira posebne funkcije koje želite da vaše web stranice sadrže. • Web stranice koje će ispunjavati vaše poslovne potrebe (npr. informacije, marketing, prodaja, ažuriranje informacija o proizvodima). • Bezbednosne mere (npr. zaštita od virusa, sigurnosne kopije, plaćanje i zaštita podataka). • Ugovorom treba regulisati plaćanje, usluge, podršku putem interneta i održavanje. • Pojašnjenje o tome ko će održavati i ažurirati web stranice (vi sami ili spoljni saradnik - pružalac usluga).



Web hosting	<ul style="list-style-type: none">• Kompanija za <i>hosting</i> osigurava mesto vašim stranicama na internetu.• Usluge <i>hostinga</i> su različitih nivoa složenosti.• Postoje besplatne i plaćene usluge <i>hostinga</i>.• Pouzdanost <i>hostinga</i> - prekid usluge znači troškove za vaše poslovanje.• Razmotrite da li količina prostora, brzina prenosa podataka i softver servera ispunjavaju vaše potrebe. Za jednostavne <i>web</i> stranice nije potrebno mnogo prostora na serveru, niti velika brzina prenosa podataka.• Za jednostavne informativne stranice nije potrebno mnogo dodatnih opcija (npr. <i>flash</i> animacije).• Kod plaćene usluge <i>hostinga</i>, ugovorom o pružanju usluga pojašnjava se nivo usluga koje ćete dobiti. Neki ugovori uključuju povraćaj ili smanjenje troškova ako ugovoreni nivo usluge nije ispunjen.• Razmotrite da li plan ispunjava vaše potrebe (npr. e-pošta za poslovni domen, vrsta i količina podrške, broj računa e-pošte, sistem za upravljanje sadržajem).• Razmotrite da li usluge besplatnog <i>hostinga</i> ispunjavaju vaše potrebe. One obično nisu prikladne za složenije <i>web</i> stranice i mogu biti nepouzdana uz slabu ili nikakvu korisničku podršku.
Pružalac aplikacijskih usluga (eng. <i>Application Service Provider - ASP</i>)	<ul style="list-style-type: none">• Rešenje zasnovano na informatičkom oblaku pruža pristup softverskim aplikacijama putem interneta za određenu nadoknadu.• Pružalac usluge u celini poseduje softversku aplikaciju i upravlja njome.• On kontroliše i održava servere koji podržavaju softver.• Pružalac aplikacijskih usluga može da pruža jednu vrstu usluge (npr. obradu kartičnih plaćanja na internetu) ili širok raspon aplikacijskih usluga.• Održavanje ažuriranih usluga.• Dovoljna tehnička podrška.• Sigurnosne mere.• Ugovor o izvršenju usluga kojim se garantuje određeni nivo usluga.• Fakturisanje koje će da ispunji vaše potrebe (na osnovu korišćenja ili mesečne/godišnje nadoknade)• Što je softver prilagođeniji korisniku, to će biti i skuplji. Brojne postojeće aplikacije ispunjavaju potrebe različitih malih i srednjih preduzeća i preduzetnika.• Neki pružaoci aplikacijskih usluga nude jeftine pakete usluga na svojim <i>web</i> stranicama.

CLOUD - Šta je informatički oblak?

Informatički oblak je danas ključna alatka e-poslovanja. To znači da su vaši računarski programi i podaci sačuvani na internet serverima („oblak”) umesto na vašem računaru ili kancelarijskom serveru. Na primer, umesto da imate svoj primerak paketa programa, možete mu pristupiti putem interneta kad vam zatreba. Dobar primer je Microsoft Office 365 koji nudi sve opcije baziranog kompjuterskog softvera.

Ideja nije nova - ljudi već godinama koriste sisteme čuvanja e-pošte poput Gmail-a ili Hotmail-a koji se temelje na informatičkom oblaku. Sada se informatički oblak ubrzano širi i na druge vidove e-poslovanja. Jedan brzorastući aspekt je čuvanje podataka i njihova razmena putem serverskih „oblaka” kao što su MicrosoftskyDrive, GoogleDrive i Dropbox.

S informatičkim oblakom i pristupom mobilnom internetu možete raditi na različitim mestima u bilo koje vreme. Ovaj koncept omogućava veću fleksibilnost. To znači i da je održavanje u potpunosti briga pružaoca usluge, a vi se ne morate brinuti oko nadogradnje softvera, servera ili zapošljavanja internih stručnjaka za IT.

Preduzeću koje koristi informatički oblak potreban je samo računar ili pametni telefon s internet vezom. Sve ostalo će osigurati pružalac usluga informatičkog oblaka, uključujući operativni sistem, softverske programe i aplikacije.

Neke od prednosti informatičkog oblaka su:

- nema potrebe za redovnim nadogradnjama hardvera,
- manji troškovi održavanja informatičkih sistema,
- podaci su dostupni bilo kada i bilo gde,
- možete se usredsrediti na svoju osnovnu delatnost bez gubljenja vremena na probleme vezane za IT.

Neki od ponuđača *cloud* usluga u Srbiji su: **www.eunethosting.com**, **www.oblaci.rs**, **www.mcloud.rs**. Besplatni servisi nude se putem Google Drive (15 GB besplatno, <http://drive.google.com>), Dropbox (2 - 16 GB besplatno, www.dropbox.com) and Mega (50 GB besplatno, <https://mega.co.nz>).



Kako pronaći odgovarajućeg pružaoca usluga e-poslovanja?

Pronalaženje odgovarajućeg pružaoca usluga je ključno za uspeh. Evo nekih saveta koji će vam pomoći u tome:

Saveti za pronalaženje odgovarajućeg pružaoca usluga e-poslovanja

- Utvrdite svoje potrebe u pogledu e-poslovanja. Definišite potrebne usluge, proizvode i veštine.
- Pitajte druga preduzeća i preduzetnike koje pružaoce usluga koriste.
- Pogledajte primere rada pružalaca usluga. Kompanija bi trebalo da ima primere svog rada i referenci.
- Razmislite o prikupljanju ponuda od različitih pružalaca usluga kako biste uporedili cene i cenovne modele (fiksna cena, po obavljenoj usluzi, po utrošenom vremenu).
- Koristite pretraživače ili baze podataka na internetu da biste pronašli pružaoce usluga,
- koristite pretraživače za pronalaženje recenzija o pružiocima usluga.

Ocenite potencijalnog pružaoca usluga u sledećim područjima:

- Koje su njegove ključne veštine?
- Da li su njegovi klijenti zadovoljni s njegovim radom?
- Da li je pružalac usluga već radio na proizvodu sličnom onome koji je vama potreban?
- Koliko dugo se pružalac usluga bavi ovom delatnošću?
- Da li pružalac usluga jasno ističe na koji način će se posao obavljati?
- Da li pružalac usluga može da opiše kako će proizvod ili usluga izgledati i koliko će koštati?
- Ako jasno opišete svoje potrebe, kompanija može ponuditi fiksnu cenu.

Neki od pružalaca *hosting* usluga u Srbiji su: Eunet hosting (www.eunethosting.com), Contra Team (www.contrateam.com), Hosting Srbija (www.hostingsrbija.com), Adria Host (www.adriahost.rs), Hosting 90 (www.hosting90.rs) SBB (www.sbb.rs).

Kako efikasno saradivati s pružaocem usluga e-poslovanja?

Ključ za efikasan rad s vašim pružaocem usluga je aktivno učešće u projektu. Vaše učešće je važno kako biste osigurali da pružalac usluga jasno razume vaše potrebe čime ćete dobiti kvalitetnu uslugu. U sledećoj tabeli navedeni se neki ključni saveti za uspešan rad s vašim pružaocem usluga e-poslovanja.

Saveti za uspešnu saradnju s pružaocem usluga e-poslovanja

- Započnite s jasnim ugovorom kojim se utvrđuje opseg rada. Ugovor treba da jasno odredi ko je za šta odgovoran. Ugovor treba da sadrži troškove, ključne rezultate i rokove.
- Jasno istaknite svoja očekivanja. Pobrinite se da vaša očekivanja budu u skladu s opsegom projekta i sredstvima koja imate na raspolaganju.
- Zatražite od pružaoca usluga da izradi projektni plan (ili radni plan) kojim se definiše kako će rad biti obavljen i jasno opisuje rezultate i rokove.
- Ako je rezultat rada pružaoca usluga proizvod (npr. web stranica) obavezno testirajte proizvod.
- Dajte korisnicima da testiraju web stranicu i pošalju svoje povratne informacije pre završetka projekta.
- Razgovarajte s pružaocem usluga o tome šta će se dogoditi ako obaveze ne budu ispunjene.
- Osigurajte pružaocu usluga potrebne informacije i materijale.
- Redovno komunicirajte s pružaocem usluga. Aktivno pratite napredak kako biste osigurali valjano ispunjenje rokova i rezultata.



8. ZAŠTITA VAŠEG POSLOVANJA - PRIVATNOST, BEZBEDNOST I PRAVNA PITANJA

Kako svesti rizike u pogledu privatnosti i bezbednosti na najmanju meru?

Bezbednost i privatnost su vrlo važna pitanja za e-poslovanje. Postoje bezbednosni mehanizmi koji poboljšavaju zaštitu podataka kupaca i osetljivih poslovnih informacija. Neke od uobičajenih sigurnosnih pretnji su:

- *Spam*: neželjene poruke e-poštom.
- Virus: programi koji štete drugim programima na vašem računaru.
- *Phishing*: poruka e-poštom koja izgleda kao da dolazi iz službenog izvora, ali *link* vodi na lažnu web stranicu na kojoj možete otkriti lične informacije.
- Krađa računara i/ili informacija.

Pobrinite se da vi i vaši pružaoci usluga sledite ova uputstva kako biste sveli bezbednosne rizike na najmanju meru:

	Da / Ne
Proverite koje sigurnosne mere su uključene u ugovore s vašim pružiocima internet usluga, <i>hostinga</i> , web dizajna i drugih e-usluga.	
Da li imate instaliran <i>firewall</i> i podršku za sprečavanje neovlašćenog pristupa računaru i serveru?	
Da li koristite filtere za <i>spam</i> ?	
Da li vodite računa o tome da otvarate samo poruke e-pošte (i priloge) koje dolaze iz poznatih izvora?	
Da li redovno čuvate sigurnosne kopije važnih podataka? Da li redovno testirate vaš sistem za sigurnosno čuvanje podataka (eng. <i>backup</i>)?	

Da li vaši računari imaju lozinke koje nije lako pogoditi, za zaštitu od neovlašćenog pristupa?	
Da li imate instaliran antivirus program na računarima?	
Da li imate najnoviju verziju tog programa?	
Da li čuvate sigurnosne kopije svog softvera?	
Da li imate bezbednosnu politiku unutar vašeg preduzeća?	
Da li na adekvatan način štite svoje računare od krađe?	
Da li koristite internet na siguran način (npr. otvarate samo proverene web stranice)?	

Pružaoци usluga e-poslovanja često nude niz bezbednosnih mera u cilju zaštite informacija.

Trebalo bi da poznajete sve te opcije. Primeri tipičnih bezbednosnih opcija i usluga uključuju:

- antivirusnu zaštitu i podršku,
- instalaciju *firewall*-a i podrške za isti (uz napomenu da *firewall* odvaja jedan deo mreže od drugog),
- osiguravanje servisa i računara (sistem i računari su podešeni s odgovarajućim nivoima bezbednosti),
- otkrivanje neželjene pošte i upada u sistem,
- ugovor o nivou usluge kojim je utvrđeno koliko brzo će pružalac usluga reagovati na bezbednosne probleme te vrste i stepen naknadne podrške,
- enkripciju - osetljive informacije treba da budu enkriptirane ili šifrirane kako bi bile zaštićene.

Bezbednosna politika

Trebalo bi da imate bezbednosnu politiku kojom se detaljno određuje kako će se štititi lični podaci i ključne poslovne informacije. Ona treba da opiše na koji način će se prikupljati i koristiti podaci.

Privatnost

Prema zakonu, privatnost vaših kupaca mora biti zaštićena. Na primer, ako redovno kontaktirate svoje kupce putem e-biltena, morate im dati mogućnost isključivanja iz ove korespondencije.



Koja su glavna pravna pitanja?

Intelektualna svojina

Intelektualna svojina (eng. skraćenica IP) je pravno područje koje štiti ideje. Kada se radi o internetu, opšte gledano postoje četiri oblasti intelektualne svojine: autorsko pravo, žigovi, imena domena i patenti. Više informacija dostupno je na stranicama Zavoda za intelektualnu svojinu (www.zis.gov.rs) i Autorske agencije za Srbiju (www.autorska-agencija.com).

Autorsko pravo

Autorsko pravo je pravo na kopiranje i odnosi se na slikovne i pisane materijale na vašim web stranicama. U Srbiji, ljudi koji stvaraju izvorna dela automatski imaju zaštitu autorskih prava nad svojim radom. Ono se može odnositi i na računarske kodove koji se koriste za izradu računarskih programa.

	Da / Ne
Da li imate li pravo da koristite sve materijale (uključujući tekst i slike) na vašim stranicama?	
Da li ste dobili dozvolu za korišćenje bilo kakvog materijala zaštićenog autorskim pravom (uključujući informacije pronađene na internetu)?	
Da li imate li ugovor sa svojim web programerom u pogledu autorskog prava? Vaš web programer možda ima autorska prava za materijal (informacije i slike). Ako želite posedovati autorska prava za sadržaj na vašim web stranicama, potreban vam je pisani ugovor kojim se ta prava prenose na vas.	

Žigovi

Žigovi su imena ili oznake povezane s vašim proizvodima i uslugama. Iako se prava na žig stiču upotrebom, registracija vašeg žiga u Državnom zavodu za intelektualnu svojinu će ojačati vaša prava. Ako imate jedinstveno ime za vaše preduzeće ili proizvod, potrebno je da se posavetujete s iskusnim advokatom za pitanja intelektualne svojine.

Imena domena

Imena domena potrebno je pažljivo birati tako da ne povredite žig nekog drugog preduzeća. Posavetujte se s advokatom ako mislite da ste povredili žig drugog preduzeća. Ime vašeg domena ne sme sadržati ime drugog preduzeća ili tuđeg proizvoda.

Pravna nadležnost

Vaše poslovanje podleže zakonima svake države ili pravnim nadležnostima područja u kojem želite da prodajete svoje proizvode ili usluge.

Pravila sklapanja ugovora mogu se razlikovati od jednog do drugog zakonodavstva, a mogu postojati i posebna pravila za internet ugovore. Važno je razmotriti ove zahteve pri donošenju odluke gde i sa kim poslovati putem interneta.

Pravna nadležnost

	Da / Ne
Da li na vašim web stranicama postoji definisano geografsko područje prodaje?	
Da li ste upoznati sa zakonima u državama ili pravnim nadležnostima područja u kojima želite da prodajete? Na primer, u nekim zemljama kada se koristi kreditna kartica kupac ima pravo da otkáže ugovor tokom određenog perioda. To može dovesti do troškova za vas, ako kupac zatraži od izdavača kartice povraćaj plaćenog iznosa.	
Da li ste upoznati s propisima o sklapanju ugovora u državama ili područjima sa odgovarajućim pravnim nadležnostima u kojima želite da prodajete?	
Da li ste se posavetovali s računovodstvenim, poreskim i pravnim stručnjacima za zemlje ili područja sa odgovarajućim pravnim nadležnostima u kojima želite da prodajete?	

Zaštita potrošača i ugovori na daljinu

Većina država ima zakonodavstvo koje štiti potrošače od neetičkih poslovnih postupaka. U Srbiji, Zakon o zaštiti potrošača utvrđuje obaveze dobavljača i opisuje prava potrošača u obavljanju poslovnih transakcija na internetu. Svi detalji o zaštiti potrošača nalaze se na: <http://zastitapotrosaca.gov.rs>

Ugovori na daljinu

Ugovori na daljinu su kupoprodajni ugovori s potrošačima koji su sklopljeni putem organizovane prodaje na daljinu, tj. kada nema kontakta sa kupcem uživo, npr. pomoću:

- interneta
- telefona (s ljudskom interakcijom ili bez nje)
- e-pošte
- telefaksa
- standardnog dopisa



Vaše obaveze kao MSPP su:

- pružanje informacija kupcima pre sklapanja ugovora
- dostava pismene potvrde o ugovoru kupcima
- omogućavanje kupcima raskid ili odustajanje od ugovora
- dostava vašeg proizvoda / pružanje usluga
- post-prodajna briga o proizvodu / usluzi

Raskid ugovora na daljinu

Potrošač ima pravo, ne navodeći razloge za to, da u roku od 14 dana jednostrano raskine ugovor sklopljen izvan poslovnih prostorija ili sklopljen na daljinu.

Ako je trgovac obavestio potrošača o njegovom pravu na jednostrani raskid ugovora o kupoprodaji, rok od 14 dana počinje da teče od dana kada je potrošaču ili trećoj osobi određenoj od strane potrošača, a koja nije prevoznik, roba koja čini predmet ugovora predata. Ako je jednom porudžbinom potrošač naručio više komada robe koji treba da budu isporučeni odvojeno, odnosno ako je reč o robi koja se dostavlja u više komada ili više pošiljki, rok od 14 dana za jednostrani raskid ugovora počinje da teče od dana kada je potrošaču ili trećoj osobi određenoj od strane potrošača, a koja nije prevoznik, predat poslednji komad ili poslednja pošiljka robe.

Ako je ugovorena redovna isporuka robe za određeni period, rok od 14 dana za jednostrani raskid ugovora počinje da teče od dana kada je potrošaču ili trećoj osobi određenoj od strane potrošača, a koja nije prevoznik, predat prvi komad ili prva pošiljka robe.

U slučaju sklapanja ugovora o uslugama, ugovora o isporuci vode, plina ili električne energije koji se prodaju u neograničenom obimu ili neograničenoj količini, pri isporuci toplotne energije, kao i u slučaju sklapanja ugovora čiji je predmet digitalni sadržaj koji nije isporučen na fizičkom mediju, rok od 14 dana za jednostrani raskid ugovora počinje da teče od dana sklapanja ugovora.

Oporezivanje

Važno je da znate koji porezi se primenjuju na proizvode i usluge koje prodajete.

Poreska pitanja

	Da / Ne
Da li ste dobili stručni savet o tome koji porezi se primenjuju na proizvode ili usluge u zemljama ili područjima sa odgovarajućim pravnim nadležnostima u kojima želite da prodajete?	

9. IZRADA WEB STRANICA

Web stranice mogu se kretati od jednostavnih informativnih stranica do složenih stranica za e-trgovinu, koje su duboko integrisane s vašim poslovanjem. Vaše stranice treba da budu dovoljno privlačne da povećaju interes kupaca, što će za rezultat imati povećanje prihoda za vaše preduzeće.

Određivanje svrhe vaših stranica

Možete koristiti sledeću tabelu kao pomoć pri određivanju kakve web stranice vam odgovaraju.

Vrsta web stranica	Kakva će biti namena
<p>Informativne web stranice</p> <p>Ovakve stranice pružaju informacije o sledećem: vašoj delatnosti, proizvodima i uslugama, lokaciji i radnom vremenu; tehničke informacije kao pomoć kupcima i dobavljačima u razumevanju proizvoda.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Prikladne su za pružanje informacija o vašem preduzeću, proizvodima i uslugama. • Za ovakve stranice obično je potrebno manje ulaganje. • Primerena početna tačka pri usvajanju e-poslovanja po fazama. • Dobar način za promociju vašeg preduzeća i širenje vašeg poslovanja izvan lokalnog tržišta. • Dobar način za poboljšanje usluge za vašu postojeću klijentelu. • Postoje delotvorne marketinške strategije kojima ćete osigurati dolazak dovoljnog broja posetilaca na vaše stranice. • Postoje troškovno efikasna rešenja za održavanje informativnih web stranica.
<p>Interaktivne web stranice.</p> <p>Primeri interaktivnih opcija uključuje rubriku „kontakt“ koja omogućava korisnicima slanje e-pošte vašem preduzeću, internet obrasce, rubriku gde kupci mogu redovno ostavljati svoje komentare (npr. <i>forum</i> ili <i>blog</i>).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kupci i dobavljači će rado prihvatiti ovakve opcije. • Ovakve stranice su dobre za poboljšanje korisničke podrške. • Kupcima želite da omogućite slanje e-pošte putem web stranica. • Prikladne su za davanje brzog pristupa obrascima. • Za implementiranje ovih opcija dostupne su alatke e-poslovanja.



Vrsta web stranica	Kakva će biti namena
Transakcijske web stranice Takve stranice omogućavaju kupcima ili dobavljačima naručivanje i plaćanje putem interneta.	<ul style="list-style-type: none">• Razmislite kako se e-poslovanje uklapa u vaše prodajne cikluse i poslovne potrebe.• Pogledajte šta radi vaša konkurencija.• Proverite da li vaši dobavljači aktivno koriste internet.• Planirajte kako ćete distribuirati proizvode i ispunjavati porudžbine.• Na tržištu su dostupni jeftiniji softverski paketi za e-trgovinu koji će možda biti dovoljni za vaše potrebe.
Integrisane web stranice Ovde se radi o integrisanju web sistema i transakcijskih procesa s ostalim sistemima, poput računovodstva, skladišta, prodaje itd.	<ul style="list-style-type: none">• Vaše stranice imaju mogućnosti e-trgovine (tj. kupci mogu kupovati na vašim web stranicama).• Pomažu pri eliminisanju nepotrebnog rada kako bi se osigurala usaglašenost redovnog poslovanja s internet sistemom.• Zahtevaju veća ulaganja i naprednije održavanje sistema.

Kako napraviti svoje web stranice?

Uspeh vaših stranica zavisice od njihovog dizajna, načina na koji se promovišu i stalnog održavanja. Za ostvarivanje prisutnosti na internetu potrebno je napraviti pet glavnih koraka.

1. Odabir i registracija imena domena
2. Izrada web stranica
3. *Hosting* web stranica
4. Oglašavanje vaših stranica
5. Održavanje vaših stranica

Svaki od ovih koraka objašnjen je u nastavku.

Korak 1: Odabir i registracija imena domena

Odabir i registracija imena domena ne mora biti vaš prvi korak. Neki pružaoci usluga *hostinga* će to učiniti za vas. Međutim, ako želite ime kojim ćete se isticati u odnosu na konkurenciju, važno je da razmislite o tome i unapred rezervišete ime svog domena.

Ime domena je ime koje identifikuje vaše web stranice na internetu. To ime je adresa vaših stranica ili URL (eng. *uniform resource locator*). Imena domena za srpska preduzeća obično se završavaju sa **.rs**, ali se mogu koristiti i drugi nastavci poput **.com** ili **.eu**. Ime domena koje odaberete mora biti jedinstveno. Sledeći saveti mogu vam pomoći pri odabiru imena domena:

- Ime domena treba da bude povezano s vašim preduzećem.
- Ime domena treba da bude lako pamtljivo, po mogućnosti kratko i treba da sadrži uobičajene reči.
- Potrudite se da odaberete ime domena koje je lako razlikovati od drugih naziva domena.
- Ime domena treba da vam pomogne u brendiranju vašeg preduzeća.

Ime vašeg domena treba da označava vaš identitet na internetu. Možete odabrati više od jednog imena kako biste zaštitili vašu robnu marku i podstakli više korisnika interneta da posete vaše stranice (na primer, možete koristiti dva imena domena - jedno koje se završava nastavkom **.rs** i drugo koje se završava sa **.eu**).

Nakon što odaberete moguća imena domena možete proveriti na internetu da li su ta imena već zauzeta. Stranice za registraciju domena obično imaju funkciju pretraživanja koja će vam to omogućiti.

Prosečni godišnji troškovi za registraciju imena domena su sledeći:

- **.rs** adresa: oko 2.000 din
- **.com**, **.net**, **.org**, **.biz**, **.name**, **.ws**, **.eu** adrese: 1.500 din ili više

Korak 2: Izrada web stranica

Postoje dve mogućnosti kad se radi o dizajnu web stranica:

1. Dizajnirajte stranice sami pomoću softvera instaliranog na vašem računaru ili softvera dostupnog na internetu. Brojni pružaoci usluga *hosting*-a nude obrazce ili naplaćuju nominalnu naknadu za dizajn web stranica.
2. Naručite izradu web stranica od spoljnog web programera ili dizajnera.

Bez obzira na to da li ćete stranice da izrađujete sami ili ćete da zaposlite nekoga da to učini za vas, treba da odlučite kako će one da izgledaju i šta će da sadrže. Stranice mogu biti čisto informativne ili vam mogu omogućiti da prodajete svoje proizvode putem interneta. Možete sami da kreirate sadržaj vaših stranica, čak i ako zaposlite spoljnog web programera za njihovu izradu (npr. da odredi izgled i organizaciju stranica).



Pet grešaka koje treba da izbegnete pri izradi web stranica

Kao što je važno znati šta treba učiniti pri izradi web stranica, isto tako je važno znati koje probleme treba izbeći. Sledi pet uobičajenih grešaka koje treba izbeći.

1. Pretrpane stranice	Web stranica treba da izgleda čisto i pregledno. Na stranici ne treba da bude previše teksta. Stranica treba da ima dosledan izgled (boje, fontovi i veličina teksta). Iako slike i grafički detalji izgledaju sjajno, nemojte preterivati s njima. Podelite tekst odgovarajućim naslovima i podnaslovima. Ako imate previše animacija, to može ometati i usporavati rad vaših stranica.
2. Teškoće s pronalazanjem informacija	Korisnici bi trebalo da lako pronalaze informacije koje su im potrebne. Opcije i rubrike menija treba da budu razumljive same po sebi, a linkovi treba da izgledaju kao linkovi.
3. Nedostatak pravih informacija	Frustrirajuće je doći na web stranicu i ne naći ono što tražite. Korisnici obično žele saznati adresu kompanije, radno vreme, informacije za kontakt i videti koji proizvodi i usluge se nude.
4. Neisticanje koristi koje vaši proizvodi i usluge donose	Ljudi žele da im vaši proizvodi pomognu na neki način. Svakako istaknite prednosti i koristi vaših proizvoda i usluga.
5. Zastarele informacije o vašem preduzeću i proizvodima	Redovno ažurirajte informacije o svojim proizvodima, uslugama, cenama i druge ključne informacije. Postarajte se da svi linkovi rade kako treba.

Korak 3: *Hosting* web stranica

Kompanija za *hosting* čuva, servisira i održava datoteke za web stranice. Osim ako ne odlučite da *hosting* za vaše stranice radite sami (ne preporučuje se internet početnicima), moraćete da izaberete kompaniju za *hosting* kako bi vaše stranice bile dostupne na internetu. Kako je istaknuto u koraku 1, vaš pružalac usluga *hostinga* može biti i registrator web domena, čime izbegavate sklapanje ugovora s dve različite kompanije.

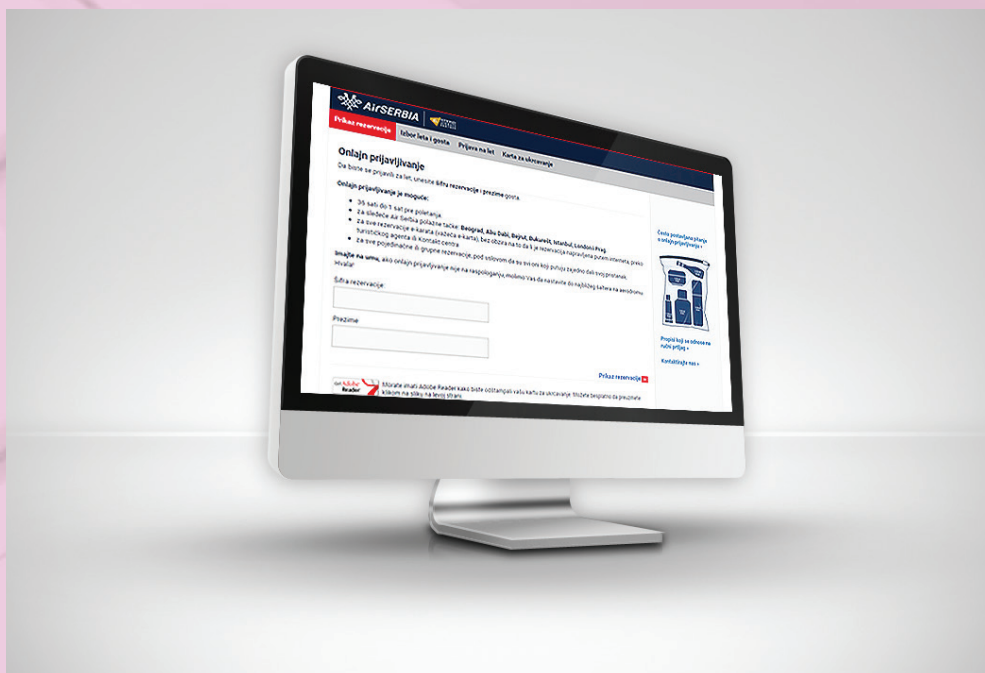
Na internetu su dostupni brojni paketi za web *hosting*, a cene su vrlo različite. Kad se odlučujete za paket usluga *hostinga*, ocenite svoje pojedine poslovne potrebe pre kupovine. Kako vaše preduzeće raste i kako se vaše potrebe menjaju, u skladu sa tim možete nadograditi vaš paket.

Korak 4: Oglašavanje vaših stranica

Nije dovoljno samo izraditi web stranice. Važno je oglašavati vaše stranice kako biste osigurali dolazak dovoljnog broja posetilaca. Oglašavanje vaših stranica može da bude jednostavno isticanje vašeg URL-a na svim promotivnim materijalima. Možete takođe pratiti broj posetilaca („promet“) vaših stranica. Takođe, možete promovisati vaše poslovanje putem internet oglašavanja.

Marketinške strategije koje koristite zavise od ciljne publike i prirode vaše delatnosti. Iako postoje neke jeftine strategije e-marketinga, internet oglašavanje može da bude vrlo skupo. Važno je tražiti strategije koje odgovaraju vašim raspoloživim sredstvima i poslovnim potrebama.

Primeri srpskih preduzeća koja uspešno koriste e-poslovanje: avio prevoz **Air Serbia**





Kako oglašavati web stranice?

Strategije za oglašavanje vaših web stranica

- Možete oglašavati vaše web stranice izvan interneta (tradicionalni marketing). Na primer, možete staviti svoju web adresu i QR (eng. *Quick Response*) kodove na štampane promotivne materijale.
- Možete uvrstiti svoje web stranice u pretraživače i imenike (direktorijume). Imenici obično proveravaju da li su vaše web stranice relevantne za njih. Kod nekih imenika, ova provera se naplaćuje.
- Razmislite o tome da zatražite od drugih preduzeća i javnih i stručnih udruženja da uvrste adresu vaših stranica na svoje stranice. Budite spremni da isto učinite za njih (**recipročni linkovi**).
- Možete se oglašavati putem pretraživača. Možete kupiti zagarantovan prikaz u rezultatima pretraživača zakupom ključnih reči.
- Oglašavajte svoje stranice preko trećih osoba. Možete da platite naknadu za oglašavanje *banner*-ima ili *pop-up* oglasima na drugim web stranicama. Naknadu za to možete plaćati svaki put kad neko klikne na vaš oglas ili svaki put kad ostvarite prodaju kao rezultat oglašavanja.
- Članke o vašem preduzeću dajte za objavljivanje portalima ili informativnim stranicama. Svakako uključite i svoju web adresu.
- Koristite društvene mreže (npr. **Facebook, Twitter, LinkedIn**) i blogove. Poslovni blogovi mogu se koristiti za raspravu i opisivanje proizvoda ili usluga, odnosno specifične poslovne teme.
- Napravite video zapis i stavite ga na internet kako biste promovisali svoje proizvode i usluge. Izrada kratkih video zapisa nije skupa, a mogu imati veliki uticaj. Video zapis koji napravite, osim postavljanja na web stranici, može se postaviti i na **YouTube** i preko YouTube-a povući na vašu web stranicu odgovarajućim linkom.
- Pri izradi vaših stranica treba da imate u vidu potrebe pretraživača. Ako vaše stranice sadrže prave ključne reči, više ljudi će ih posetiti. Ako već imate web stranice, razmislite o angažovanju pružaoca usluga e-poslovanja koji će prilagoditi vaše stranice u cilju povećanja prometa.

Pojam **optimizacije pretraživača** odnosi se na unapređivanje web stranica tako da budu visoko rangirane u pretraživačima, što će dovesti do povećanog broja poseta.

Kvalitetno dizajnirane stranice mogu biti i marketinški alat za vaše preduzeće. Na primer, svaka stranica treba da sadrži istaknute glavne informacije, tako da nema velike potrebe za pretraživanjem sadržaja pomicanjem stranice prema dole.

Google Maps



Google Maps je izvrstan alat za promociju vašeg preduzeća. Možete pregledavati klasične ili prilagođene karte, kao i informacije o lokalnim preduzećima, uključujući i njihove adrese, podatke za kontakt i uputstva kako doći do njih. Možete kliknuti i povući kartu da biste videli susedna područja i satelitske snimke željene lokacije.



Upravljanje odnosima sa kupcima (eng. *customer relationship management - CRM*) i e-poslovanje

Kvalitetna usluga za kupce je ključni sastojak svake marketinške strategije. CRM uključuje razumevanje, upravljanje i unapređivanje interakcije kompanije s njenim kupcima. Da biste imali kvalitetan odnos sa kupcima, važno je razumeti njihove potrebe i želje. U okruženju e-poslovanja kupci obično očekuju brz pristup informacijama o vašem preduzeću i proizvodima. Utvrdite šta kupci očekuju od vaših web stranica.

Takođe je potrebno i da pratite kako kupci koriste vaše stranice da biste lakše prilagodili svoju poslovnu praksu. Boljim razumevanjem kupaca možete odrediti da li vaše web stranice ispunjavaju njihove potrebe.

Korak 5: Održavanje vaših stranica

Održavanje web stranica uključuje raznolike poslove poput uređivanja sadržaja, redovnog uvrštavanja vaših stranica u pretraživače, softverskih nadogradnji i proveravanja funkcionalnosti linkova.

Možete sklopiti ugovor o održavanju sa svojim pružaocem internet usluga ili web programerom. Za ovu uslugu obično se plaća mesečna ili godišnja nadoknada. Razmotrite ovu opciju ako vaše stranice zahtevaju česta ažuriranja. Možete zaposliti i pružaoca usluga koji će ažurirati vaše stranice po potrebi, ako su vam potrebna samo povremena ažuriranja. Budite svesni činjenice da ako ažurirate web stranice sami, to može zahtevati dosta rada.

Ipak, postoje razni sistemi za upravljanje sadržajem (CMS) koji su jednostavni za korišćenje i mogu vam pomoći u ažuriranju stranica. CMS je softverski program koji omogućava korisnicima bez specijalizovanih tehničkih veština da stvaraju, uređuju, ažuriraju i održavaju web stranice koristeći ugrađene obrazce. Dostupni su brojni sistemi za upravljanje sadržajem koji su besplatni i otvorenog koda. Postoji mnogo dobrih i besplatnih CMS paketa koji su dostupni, na primer www.wordpress.org, www.joomla.org ili www.openso-urcecms.com.

Uspeh vaših web stranica

Uspeh vaših web stranica kao poslovnog alata zavisi od njihovog dizajna, reklame i stalnog održavanja, kao i od toga u kojoj meri one privlače korisnike i olakšavaju im poslovanje s vama.

Pet tajni uspeha web stranica

1. Vaše stranice su zanimljive i informativne.
2. Na vašim stranicama je lako pronaći informacije.
3. Vaše stranice ispunjavaju potrebe korisnika.
4. Redovno ažurirajte sadržaj web stranica.
5. Oglašavajte svoje web stranice

Kako koristiti društvene mreže za unapređenje poslovanja?

Sama prisutnost na društvenim mrežama kao što su Facebook, Google+, YouTube ili LinkedIn dramatično će povećati vašu vidljivost na internetu. Ove mreže ubrzano postaju važnije od web stranica za širenje informacija.

Otvaranje (osnovnog) profila na mrežama Facebook, Google+ i LinkedIn ili kanala na YouTube-u ništa ne košta. Sve ove mreže, međutim, nude napredne, plaćene opcije za oglašavanje i reklamiranje vašeg preduzeća. Uporedite troškove s drugim oblicima oglašavanja: na primer, za manje od 20.000 din. oglas na Facebook-u može videti više od 300.000 Srba koji koriste Facebook.

Pomoću moderne tehnologije moguće je snimati i kratke promotivne video snimke o vašim proizvodima ili uslugama, uz relativno niske troškove, i objavljivati ih na vašim stranicama ili YouTube-u. Kratki video snimci mogu služiti i kao uputstva kupcima za korišćenje vaših proizvoda.

Kako oglašavati svoje preduzeće korisnicima pametnih telefona i tableta?

Velik deo e-poslovanja danas se odnosi na **mobilno računarstvo**. Uređaji koji nisu vezani za jedno mesto, poput tableta, mobilnog telefona ili prenosnih računara, komuniciraju s računarskim mrežama putem sopstvenih bežičnih ili mobilnih mreža i imaju mogućnosti internet poslovanja. To dovodi do preoblikovanja e-poslovanja kao posledice sve većeg broja mobilnih uređaja, što ih čini idealnim kanalom za ponudu brojnih naprednih usluga mobilnim korisnicima.



Mobilno računarstvo ima dramatičan efekat na marketing, jer su korisnici pametnih mobilnih telefona i tableta većinu vremena povezani na internet, tako da MSPP mogu kupcima pružati vremenski, lokacijski i posebno njima prilagođene informacije.

Postoje brojne poslovne aplikacije za pametne telefone koje su dostupne besplatno ili vrlo jeftino. Na primer, Salespod (www.salespod.net) je aplikacija koja pomaže trgovcima da prate aktivnosti putem interneta i razmenjuju podatke na licu mesta.

Jednako dramatičan je i učinak na sisteme plaćanja - plaćanje se sada može vršiti mobilnim uređajem (npr. Kiosci Tiska). Aplikacije koje to omogućavaju su npr. *Mobile Money* i *Mobile Wallet*. Kupac može pomoću mobilnog telefona da plati različite usluge i proizvode umesto gotovinom ili karticom.

Korišćenje **QR kodova** (eng. *Quick Response Code*) je sve popularnije. Ovi kvadratni barkodovi sadrže podatke o proizvodu ili usluzi koji se mogu skenirati i očitati pametnim telefonom. Trenutno je to obično link prema web stranici koja sadrži više informacija, ali u bliskoj budućnosti može se očekivati veliki porast primene QR kodova u maloprodajnom sektoru, koji omogućuju naručivanje i plaćanje „smart“ mobilnim telefonom.

Primeri srpskih preduzeća koja uspešno koriste e-poslovanje: trgovina eLakolije



10. UVOĐENJE INTERNET NARUČIVANJA NA VAŠIM STRANICAMA

Šta je potrebno razmotriti pri uvođenju internet naručivanja?

Potrebno je razmotriti niz stvari pri uvođenju sistema internet naručivanja. Neke od njih su:

- Da li postoji tržište za vaše proizvode i usluge na internetu? (Uključite i druga tržišta osim lokalnog.)
- Šta radi vaša konkurencija. Po čemu se vaši proizvodi razlikuju? Da li vaši konkurenti imaju sistem naručivanja putem interneta? Kako oni prodaju svoje proizvode?
- Da li je potrebno da napravite internet katalog proizvoda ili usluga? Koji sistem obrade plaćanja ćete koristiti?

Koje mogućnosti postoje za obradu plaćanja?

Postoje različite mogućnosti obrade plaćanja na internetu.

1. Konvencionalna obrada plaćanja (bez interneta)
2. Plaćanje kreditnom karticom preko finansijskih institucija
3. Korišćenje posrednika - pružaoca usluge koji će vam iznajmiti softver za obradu plaćanja.

Konvencionalna obrada plaćanja je prikladna kad očekujete mali broj porudžbina na vašim stranicama. Za drugu opciju moraćete se prijaviti kod banke ili kompanije koja ima ugovor s bankom.

Uz otvaranje računa biće vam potreban i softver koji omogućava obradu kartičnih plaćanja. Nakon što otvorite internet račun, moći ćete da primete plaćanja kreditnim i debitnim karticama na vašim stranicama za e-trgovinu.

Popularan treći pristup je obrada plaćanja preko posrednika - pružaoca usluge obrade plaćanja. Pružalac usluge prikuplja uplate, obrađuje transakcije i polaže primljena sredstva na vaš račun. Pružalac usluge vam naplaćuje transakcijsku proviziju za svaku transakciju. Ključno je imati u vidu pitanja bezbednosti i privatnosti kada razmišljate o korišćenju takvog posrednika u plaćanju. Na primer, kako sistem štiti podatke kupaca? PayPal (www.paypal.com) je najpopularniji pružalac usluga posredovanja za plaćanja putem interneta.



Korpe za internet kupovinu

Pojam korpe se koristi za opisivanje softvera koji omogućava korisniku da odabere i dodaje artikle iz kataloga u korpu. Korpa obično uključuje:

- bazu podataka u kojoj se čuvaju informacije poput podataka o proizvodima, kupcima i porudžbinama, itd.
- izlog koji prikazuje ove informacije posetiocima,
- administrativni prostor za upravljanje vašom prodavnicom.

Dostupne su stotine različitih korpi. To mogu biti jednostavna rešenja - koja se mogu prilagoditi vašim potrebama - ili celovita rešenja za e-trgovinu. Postoji niz mogućnosti u pogledu rešenja za korpu. To su:

- Licencirani softver (plaća se jednokratna nadoknada). Nadoknada ne uključuje uslugu web *hostinga* ili održavanja softvera.
- Aplikaciju koju u najam daje pružalac aplikacijskih usluga, pri čemu se obično plaća mesečna nadoknada. Pružalac aplikacijskih usluga instalira i održava softver.
- Softver otvorenog koda (besplatan, npr. www.zen-cart.com). Dobijanje odgovarajuće tehničke podrške može biti problematično.

Pitanja koja je potrebno razmotriti pri odabiru korpe web dućana:

- Razmotrite potrebe vaših postojećih kupaca. Ko su vaši potencijalni budući kupci?
- Da li će softver moći da podnese povećan broj porudžbina i linija proizvoda?
- Koje funkcionalnosti softver uključuje?
- Potražite na internetu primere korpi. Pročitajte recenzije o korpama na internetu.
- Posavetujte se s drugim preduzećima i preduzetnicima koji su implementirali rešenja e-korpe.
- Koji su sigurnosni elementi softvera?
- Kakvu tehničku podršku softver uključuje?
- Kolike su provizije?

Koji su mogući načini isporuke naručenih proizvoda?

Uobičajeni načini isporuke su sledeći:

1. Isporuka na adresu naručioca
2. Isporuka u prodavnici
 - a. Isporuka u centralnoj prodavnici
 - b. Isporuka u bilo kojoj prodavnici (ukoliko ih imate više)

U svakom slučaju treba da omogućite sve opcije isporuke kako biste svom kupcu osigurali *multichannel* kupovinu, tj. kupovinu putem više kanala.

Ukoliko imate više trgovina i želite omogućiti isporuku naručenih proizvoda u svakoj od njih, imajte na umu da će distribucija ipak nešto da košta, bez obzira da li već imate organizovanu internu distribuciju ili ćete morati da angažujete neku spoljnu kurirsku službu. Pri kalkulaciji razmislite o navedenom trošku, i onda odlučite da li ćete ovu opciju ponuditi kupcima besplatno ili uz neku nadoknadu.

Primeri srpskih preduzeća koja uspešno koriste e-poslovanje: turizam

Travelland



Čega se trgovac mora pridržavati?

Osnova svakog poslovanja temelji se na određenim zakonima, pa tako imamo zakone koji su u direktnoj vezi sa e-poslovanjem:



- Zakon o elektronskoj trgovini
- Zakon o zaštiti potrošača
- Zakon o zaštiti podataka o ličnosti
- Zakon o elektronskom dokumentu
- Zakon o elektronskom potpisu
- Zakon o trgovini (trgovina i ugovori na daljinu)
- Zakon o platnim uslugama (2015)

Pojednostavljeno, primena ovih zakona na primeru Internet trgovine značila bi da Internet stranica mora sadržati:

- Podatke o vašoj kompaniji (naziv, adresa, PIB, telefon, odgovorno lice...)
- Uputstva o korišćenju stranice
- Uputstva o naručivanju
- Uputstva o načinu reklamacija za uslugu / proizvod
- Uputstva i naknade za dostavu
- Jasno definisane MPC cene (VPC+PDV u B2B sistemima)

Takođe, ako niste dobili dozvolu korisnika:

- privatne podatke o korisniku ne smete zadržavati
- ne smete slati nikakve reklamne poruke

Sve transakcije koje uključuju tajnost podataka moraju biti enkriptirane – npr. obrada kreditnih kartica / online plaćanje

Svaki trgovac mora da izdaje račun. U zavisnosti od toga za koju delatnost je registrovana trgovina, potrebno je imati fiskalnu kasu ili ne. Npr. ako je reč o nespecijalizovanoj trgovini na malo, šifra delatnosti 4711 trgovac mora imati fiskalnu kasu, ali ako je registrovan za delatnost 47.91, trgovina na malo posredstvom pošte ili Interneta, koja je oslobođena od obaveze držanja fiskalne kase Uredbom o određivanju delatnosti kod čijeg obavljanja ne postoji obaveza evidentiranja prometa preko fiskalne kase (Sl. glasnik RS br. 61/10, 101/10, 94/11, 83/12, 59/13, 100/14), nema obavezu da izdaje fiskalni račun. Svi proizvodi koji se prodaju moraju imati istaknutu cenu u skladu sa Zakonom o trgovini, član 41.

11. INTEGRISANJE E-POSLOVANJA U VAŠE CELOKUPNE POSLOVNE AKTIVNOSTI

Šta je potrebno razmotriti?

Ako ste pokrenuli web stranice s mogućnostima e-trgovine i vaša prodaja se uglavnom odvija putem interneta, razmislite o integrisanju internet trgovine s vašim internim procesima, poput skladišta ili računovodstva.

Složeniji internet sistem znači i da treba da budete spremni na sledeće kad integrišete svoj web sistem i poslovanje:

- zahtevi,
- odobrenja,
- kupovni nalozi,
- zaostali nalozi,
- praćenje isporuke: službe za dostavu poput Pošte Srbije, UPS-a ili Federal Express-a nude napredne metode elektronskog praćenja. Svojim kupcima ćete moći da date broj za praćenje isporuka njihovih porudžbina.
- odlaganje isporuke i drugi problemi s dostavom: mnogi sistemi za internet kupovinu nisu podešeni za komunikaciju potrebnu između kupca i prodavaca, u slučaju da nešto s isporukom ode po zlu. U takvim slučajevima moraćete da izvučete te informacije iz vašeg internet sistema i da ih rešite na uobičajen način.
- fakturisanje: internet dućan sa kompletnom uslugom obično će automatski slati račune kupcima. Taj račun će verovatno biti drugačiji od standardnog računa i imaće drugačije numerisanje. To može dovesti do problema s vašim računovodstvenim i skladišnim sistemima.
- plaćanja: plaćanja putem interneta mogu završiti na drugom računu umesto tamo gde obično primete plaćanja. Možda će biti potrebno da usaglasite informacije o kupcima i proizvodima na jednom mestu kako biste ispunili svoje računovodstvene i evidencijske potrebe.
- određivanje cena: neka preduzeća se u velikoj meri oslanjaju na dnevne cene prirodnih resursa ili kurseve stranih valuta za zalihe koje nabavljaju u inostranstvu. U nekim slučajevima teško je kontinuirano ažurirati cene i usklađivati cene istaknute na internetu sa stvarnim cenama.



- povraćaj plaćanja: nesuglasice sa kupcima oko plaćanja mogu se dogoditi na internetu i u stvarnom svetu. Kartične kompanije kao što su Visa i MasterCard unapredile su svoje bezbednosne provere na internetu kako bi svele broj prevara na minimum. Internet informacije koje imate o svojim kupcima (adresa e-pošte, IP broj) će vam možda zatrebati u slučaju spora.
- integrisanje vaših unutrašnjih računarskih sistema (npr. sistema za kontrolu залиha) s vašim internet sistemom: postoji niz tehničkih opcija za integrisanje vaših unutrašnjih sistema s internet sistemom. Ako ste u ovoj fazi, treba da potražite savet od pružaoca usluga e-poslovanja.

Ako već imate sistem e-trgovine, verovatno primećujete da morate da unosite veliki broj dvostrukih upisa za svaku transakciju. Prodaje putem interneta se evidentiraju i odobravaju na internetu, ali još uvek morate ispuniti vaše uobičajene evidencije za svrhe računovodstva i naručivanja. Poželećete da ovaj višak rada svedete na minimum.

U drugom primeru, ako vam u trgovini ponestane određenog artikla, treba da privremeno obustavite njegovu prodaju na internetu, tako da kupci ne budu frustrirani zbog dugog čekanja na isporuku. Postavlja se pitanje kako će vaš web dućan znati da ste sve prodali? Moraćete ažurirati stanje i na internetu i izvan njega. Ako integrišete ova dva sistema, veliki deo posla potrebnog za usklađivanje podataka svešćete na minimum.

„Investors in People Interactive”

Integracija e-poslovanja s vašim drugim aktivnostima uključuje i korišćenje alata e-poslovanja za unapređivanje područja vašeg poslovanja koja se ne temelje na internet tehnologijama. Tako alate e-poslovanja možete koristiti i kako biste razvili svoju celokupnu poslovnu strategiju i planiranje.

Odličan primer je besplatan i međunarodno priznat alat za unapređenje poslovanja *„Investors in People Interactive”*, za ocenu vaših postojećih poslovnih aktivnosti i utvrđivanje načina za poboljšanje efikasnosti i konkurentnosti.

Ocenjivanje organizacijske izvrsnosti, kroz upitnik, u ključnim područjima, kao što su:

- strateško planiranje,
- efikasno upravljanje,
- razvoj ljudi,

- kultura i komunikacija,
- upravljanje radnim učinkom

omogućava svakom preduzeću i preduzetniku da utvrdi svoje prednosti i područja u kojima su potrebna poboljšanja. Motivacijom i uključivanjem zaposlenih u poslovne procese povećava se njihova efikasnost, čime se povećava i konkurentnost firme u kojoj su zaposleni na širem tržištu.

Takvo upravljanje vodi ka stvaranju pozitivne radne (organizacijske) kulture. Aplikacija „*Investors in People Interactive*” pokazuje kako ljudi treba da budu uključeni u sve aspekte upravljanja, budući je to način koji doprinosi stvaranju poverenja, odgovornosti i samim tim i stvaranju bolje efikasnosti.



Planiranje poslovnih resursa (ERP)

ERP (Planiranje poslovnih resursa) je set softverskih aplikacija koje objedinjuju poslovne procese kao što su računovodstvo, planiranje i prodaja/porudžbina čime unapređuju poslovanje. Jednostavno rečeno ERP je centralna aplikacija koja sadrži sve podatke o preduzeću kao što su proizvodi, poslovni partneri, nabavka, logistika, računovodstvo, knjigovodstvo itd.

ERP sistem pruža preduzeću sledeće koristi:

- Objedinjavanje svih poslovnih aktivnosti, smanjenje papirologije, nepotrebne dokumentacije, preklapanja poslova itd.
- ERP softver može biti modularnog tipa, što znači da preduzeće može odabrati module u zavisnosti od svojih potreba.



- Korišćenjem ERP-a smanjuju se troškovi, bolje se prate poslovni procesi, a informacije se dobijaju u realnom vremenu što omogućava bolje planiranje.
- Ako se bavite proizvodnom delatnošću, ERP vam omogućava celovito planiranje proizvodnih procesa čime se povećava opšta efikasnost.
- ERP prati stanje zaliha i utvrđuje trenutno stanje u svakom trenutku.

Dva su glavna obeležja ERP sistema, grupa objedinjenih softverskih modula i centralna baza podataka koja se može razmenjivati. Korisnikova dopuna podataka i ažuriranje baze podataka u drugim modulima znači da bilo koji podatak treba uneti samo jedanput, a informacija će uvek biti ažurirana.

ERP sistem može biti skup. Stoga, ukoliko mislite da bi ERP sistem koristan u vašem poslovanju, uporedite troškove i odlučite se samo za module koji su vam potrebni.



12. PET GLAVNIH STVARI KOJE TREBATE UČINITI NA POČETKU E-POSLOVANJA

Ovo su najvažniji koraci koje treba da preduzmete da biste započeli e-poslovanje:

1. Otkrijte kako se e-poslovanje uklapa u vaše poslovne potrebe i koji e-alati bi za vas bili najkorisniji.
2. Razgovarajte s lokalnim institucijama za podršku MSPP i poslovnim udruženjima o e-poslovanju.
3. Preduzimajte male korake. Počnite s jednostavnijim alatima kao što su informativne web stranice.
4. Odredite koliko je potrebno uložiti i koje su potencijalne prednosti.
5. Razmotrite probleme pri uvođenju e-poslovanja i kako ih rešiti.

13. GDE MOGU DOBITI PODRŠKU I INFORMACIJE ZA RAZVOJ E-POSLOVANJA?

Kontaktirajte svoju najbližu agenciju koji se nalazi na sledećem popisu.

Regionalna razvojna agencija za razvoj istočne Srbije „RARIS“

Adresa: Trg oslobođenja bb, Zaječar
Telefon: 019/426-376, 019/426-377
E-mail: office@raris.org
www.raris.org

Regionalni centar za društveno ekonomski razvoj „BANAT“

Adresa: Čarnojevićeva 1, Zrenjanin
Telefon: 023/510-567, 023/561-064
E-mail: office@rcrbanat.rs
www.banat.rs

Centar za razvoj Jablaničkog i Pčinjskog okruga

Adresa: Pana Đukića 42, Leskovac
Telefon: 016/233-440
E-mail: info@centarzarazvoj.org
www.centarzarazvoj.org

Regionalna agencija za prostorni i ekonomski razvoj Raškog i Moravičkog okruga

Adresa: Cara Dušana 77, Kraljevo
Telefon: 036/397-777
E-mail: office@kv-rda.org
www.kv-rda.org

Regionalna razvojna agencija „JUG“

Adresa: Obrenovićeva 38/I, Niš
Telefon: 018/515-447, 018/522-659
E-mail: info@rra-jug.rs
www.rra-jug.rs

Regionalna razvojna agencija „Zlatibor“

Adresa: Petra Čelovića bb, Užice
Telefon: 031/523-065, 031/510-098
E-mail: office@rrazlatibor.rs
www.rrazlatibor.co.rs

Regionalna razvojna agencija Bačka

Adresa: Bulevar Mihajla Pupina 20/II sprat, Novi Sad
Telefon: 021/557-781
E-mail: office@rda-backa.rs
www.rda-backa.rs

Regionalna razvojna agencija Srem

Adresa: Glavna 172, Ruma
Telefon: 022/470-910
E-mail: info@rrasrem.rs
www.rrasrem.rs

Regionalna razvojna agencija Sandžaka - SEDA

Adresa: 7. jula bb, Novi Pazar
Telefon: 020/332-700, 317-551
E-mail: office@seda.org.rs
www.seda.org.rs

**Regionalna agencija za ekonomski razvoj
Šumadije i Pomoravlja**

Adresa: Kralja Petra I broj 22, Kragujevac
Telefon: 034/302-701; 302-702
E-mail: officekg@redasp.rs
www.redasp.rs

**Regionalna agencija za razvoj i evropske
integracije Beograd**

Adresa: Topličin venac 11/4, Beograd
Telefon: 011/2186-730
E-mail: office@rrabeograd.rs
www.rrabeograd.rs

**Regionalna razvojna agencija Podrinja,
Podgorine i Rađevine**

Adresa: Jovana Cvijića 20, Loznica
Telefon: 015/876-096
E-mail: office@rrappr.rs
www.rrappr.rs

**Regionalna razvojna agencija Braničevo-
Podunavlje**

Adresa: Stari korzo 30/3, Požarevac
Telefon: 012/510-824
E-mail: office@rra-bp.rs
www.rra-bp.rs

Regionalna razvojna agencija PANONREG

Adresa: Trg Cara Jovana Nenada 15,
Subotica
Telefon: 024/554-107
E-mail: office@panonreg.rs
www.panonreg.rs

**Agencija za regionalni razvoj opština
Kolubarskog okruga – ARROKO**

Adresa: Omladinski trg 1, Lajkovac
Telefon: 014/3433-196
E-mail: arrokolajkovac@gmail.com
www.arroko.rs

**Agencija za regionalni razvoj Rasinskog
okruga**

Adresa: Balkanska 63, Kruševac
Telefon: 037/418-520
E-mail: rakrusevac@gmail.com

**Regionalna agencija za ekonomski
razvoj i preduzetništvo pčinjskog
okruga - VEEDA**

Adresa: 22. decembra bb, Vranje
Telefon: 017/405-641
E-mail: info@veeda.rs
www.veeda.rs



Reference

Web stranica projekta Razvoj e-poslovanja Srbije www.eposlovanje.biz

Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija: www.mtt.gov.rs

Nacionalna Agencija za Regionalni razvoj: www.narr.gov.rs

Preduzetnički servis: www.preduzetnickiservis.rs

Republički zavod za statistiku www.webrzs.stat.gov.rs

Digitalna agenda www.digitalnaagenda.gov.rs

Agencija za privredne registre www.apr.gov.rs

Privredna komora Srbije www.pks.rs

Zaštita potrošača www.zastitapotrosaca.gov.rs

Za izradu ove knjige korišćeni su materijali sa projekta IPA — EuropeAid/127939/D/SER/HR

Neki od izvora informacija i besplatnih alata za e-poslovanje

Open Office: niz besplatnih 'office software-a': www.openoffice.org

Open Office: niz besplatnih 'office software-a': www.libreoffice.org

File Hippo – free software downloads and software update checker: www.filehippo.com

Ninite – free software downloads and automatic updates with installer: www.ninite.com

CNET – free software downloads: www.download.cnet.com

AVG – free anti-virus software: www.free.avg.com/eu-en/homepage

Skype – free video calls and other services: www.skype.com

ooVoo – free video calls and messenger: www.oovoo.com

Viber – free calls and messages to other users: www.viber.com

Adobe Acrobat Reader – free PDF reader: www.get.adobe.com/reader

PDF Creator – free PDF creator: www.sourceforge.net/projects/pdfcreator

WordPress – free website design and content management software:

<https://sr.wordpress.org/>

Google Analytics – free software to track and analyse website visits:

www.google.com/analytics

Free online surveys – create and analyse your own survey: www.freeonlinesurveys.com

PRILOG

GLOSAR E-POSLOVANJA

B2B (eng. *Business to Business*): poslovanje između preduzeća

B2C (eng. *Business-to-Consumer*) – poslovanje između preduzeća i potrošača

B2G (eng. *Business-to-Government*) je poslovni model u kojem preduzeća prodaju proizvode, usluge ili informacije državnim organima ili agencijama. B2G se takođe odnosi i na marketing u javnom sektoru.

Baza podataka – organizovan skup povezanih informacija

Blog – internet dnevnik ili druge redovno ažurirane informacije/mišljenja koja na internetu objavljuje pojedinac ili organizacija.

CPC (cena po kliku, eng. *Cost Per Click*) je iznos koji oglašivač plaća pružaocu usluga pretraživanja interneta ili drugim internet izdavačima svaki put kad posetilac klikne na link u sklopu prikazanog oglasa.

CPI (cena po prikazu, eng. *Cost Per Impression*) odnosi se na iznos koji je oglašivač pristao da plati za 1.000 prikaza određenog oglasa.

CRM (upravljanje odnosima sa kupcima, eng. *Customer Relationship Management*) – sveobuhvatan pristup razvoju i održavanju dugoročnih odnosa sa kupcima

Digitalni potpis – digitalni potpis je elektronski ekvivalent ručnog potpisa koji se koristi za odobrenje identiteta pošiljaoca poruke ili osobe koja potpisuje dokument, kojim se,

prema potrebi, garantuje da je originalni sadržaj poruke ili dokument koji se šalje nepromenjen.

DMS (sistem za upravljanje dokumentacijom, eng. *Document Management System*) – sistem za čuvanje, katalogizaciju i pretraživanje dokumenata u elektronskom obliku.

Društvena mreža – internet usluga koja pomaže ljudima da razviju odnose na osnovu zajedničkih interesa (npr. prijateljstvo, poslovni kontakti) – primeri su Facebook, Twitter, Google+ i (za poslovno umrežavanje) LinkedIn.

E-poslovanje – svi elektronski alati / metodi koji podržavaju poslovne aktivnosti preduzeća (bilo šta, od mobilnih telefona do potpuno funkcionalnih internet stranica).

ERP (planiranje poslovnih resursa, eng. *Enterprise Resource Planning*) – sveobuhvatan elektronski sistem koji se koristi za upravljanje informacijama o organizaciji (npr. materijali, proizvodi/usluge, zaposleni) kako bi isporučivali proizvode i/ili usluge.

E-trgovina – sve aktivnosti vezane uz elektronske transakcije između organizacije i kupca/korisnika, npr. kupoprodaja putem interneta.

Firewall – sistem koji štiti podatke pojedinca ili organizacije od neovlašćenog pristupa osoba sa strane.



Hardver – fizički predmeti koji podržavaju e-poslovanje (npr. računari, internet serveri, kablovi).

ICT (informacijska i komunikacijska tehnologija, eng. *information and communication technology*) – softver, hardver i komunikacijski sistemi koji podržavaju e-poslovanje.

Internet – globalni sistem međusobno povezanih računarskih mreža koje su povezane nizom elektronskih, bežičnih i optičkih mrežnih tehnologija koje služe korisnicima širom sveta.

Intranet – mreža slična internetu, ali dostupna isključivo korisnicima unutar jedne organizacije.

Informatički oblak znači da su vaši programi i podaci sačuvani na internet serverima („oblak“), a ne na vašem računaru ili kancelarijskom serveru.

Marketing putem društvenih medija odnosi se na tehnike kojima se putem društvenih mreža i aplikacija širi svest o robnim markama ili reklamiraju pojedini proizvodi.

Mobilna e-trgovina (m-trgovina) je pojam koji opisuje kupoprodaju putem interneta pri kojoj se koriste bežični elektronski uređaji poput tableta, mobilnog telefona ili prenosnih računara.

Mobilno plaćanje odnosi se na usluge plaćanja koje se obavljaju prema finansijskim propisima putem mobilnog uređaja.

Kvalifikovani elektronski potpis regulisan je Zakonom o elektronskom potpisu. Ako je izrađen u skladu s odredbama Zakona, ima istu pravnu snagu i zamenjuje svojeručni potpis i otisak pečata. Potpuno zamenjuje potpis na papiru. Njegovim korišćenjem uz autentičnost i integritet osiguravate i valid-

nost dokumenta, a to znači da pošiljalac ne može opovrgnuti, odnosno poreći potpisano.

Otvoreni kod (eng. *Open Source*) je filozofija koja promovise besplatan pristup i distribuciju gotovog proizvoda, obično softvera ili programa, iako se može proširiti i na implementaciju i dizajn drugih predmeta.

Pretraživači – alati za jednostavan pristup internet stranicama (npr. Microsoft Internet Explorer, Mozilla Firefox, Opera, Google Chrome)

QR kod (eng. *Quick Response Code*) je barkod ili optička oznaka koja se može očitati elektronskim uređajem, koja sadrži podatke o predmetu na kojem se nalazi.

SCM (upravljanje lancem nabave, eng. *Supply Chain Management*) – koordinisanje svih aktivnosti nabavke preduzeća od njegovih dobavljača do kupaca.

SEM (oglašavanje na pretraživačama, eng. *Search Engine Marketing*) je proces u kojem se koristi nekoliko metoda za povećanje vidljivosti i izloženosti robne marke, proizvoda ili usluge na tržištu. Mehanizmi SEM-a uključuju optimizaciju pretraživača (SEO), društvene mreže, aukcije, oglašavanje plaćanjem po kliku (*pay-per-click* - PPC), kontekstualno oglašavanje, plaćeno uključivanje u rezultate pretraživanja, geomapiranje, AdSense i AdWords, kao i različite medijske formate, poput YouTube-a i geospecifičnog marketinga, npr. Foursquare.

SEO (optimizacija pretraživača, eng. *Search Engine Optimisation*) – tehnika koja olakšava korisnicima pretraživača pronalaženje vaših internet stranica.

Server – uređaj na kojem se nalaze i sa kojeg su dostupne internet stranice

Softver – instrukcije koje upravljaju računarskim sistemima, u obliku programa (npr. Word, Excel).

Spyware je infiltracijski softver koji tajno prati korisnike bez njihovog znanja. Može omogućiti hakeru dolazak u posed osetljivih informacija.

Pretraživači – internetske stranice koje se koriste za pretraživanje informacija na svetskoj mreži upotrebom ključnih reči.

URL (*universal resource locator*): niz znakova koji služi kao internet adresa (na primer, <http://www.eposlovanje.biz>).

Virusni marketing – proces u kojem pojedinci prenose marketinške poruke jedni drugima (internet verzija marketinga „usmenom predajom“).

VOIP (eng. *Voice Over IP*) – tehnologija za telefonske pozive putem Interneta, po pravilu jeftinija od klasičnih telefonskih poziva (Skype je najpoznatiji primer programa koji se temelji na VOIP tehnologiji).

World Wide Web (svetska mreža, engl. skr. WWW) – najrasprostranjeniji sistem za objavljivanje informacija na internetu kojem se pristupa putem pretraživača.



www.eposlovanje.biz 



CIP - Каталогизација у публикацији -
Народна библиотека Србије, Београд

004.738.5:339

БЕГОВИЋ, Сениша, 1974-

ePoslovanje za konkurentnost vašeg preduzeća u digitalnom svetu :
praktičan vodič za mala i srednja preduzeća i preduzetnike u Srbiji /
Siniša Begović. - Beograd : Projekat Razvoj elektronskog poslovanja,
2015 (Beograd : Bigraf plus). - 66 str. : ilustr. ; 24 cm

Tiraž 1.000. - Str. 6: Predgovor / Rasim Ljajić, Željko Sertić. - Glosar
e-poslovanja: str. 64-66. - Bibliografija: str. 63.

ISBN 978-86-80388-00-7

a) Електронско пословање
COBISS.SR-ID 217863948

