



ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА  
СТРУКОВНИХ СТУДИЈА – БЛАЦЕ  
Часопис из области економије, менаџмента и  
информатике „БизИнфо“  
Број 1/2010, стр. 147 – 161  
Адреса: Краља Петра I, бр.70, 18420 Блаце

## ПРИМЕНА ИНФОРМАЦИОНИХ ТЕХНОЛОГИЈА У ПОШТАНСКОМ СЕКТОРУ

## APPLICATION OF INFORMATION TECHNOLOGY IN THE POSTAL SECTOR

Биљана Бранковић  
Факултет организационих наука, Београд  
Марко Павловић  
Факултет за образовање дипломираних правника и дипломираних  
економиста за руководеће кадрове, Нови Сад

**Резиме:** *Савремене технологије несумњиво доносе велике промене у пословним односима. Оне имају пресудну улогу у обављању послова уз смањење трошкова и истовремено истраживање нових могућности. Поштанске организације као учесници у развоју друштва прихватају нове технологије, модернизују традиционалне услуге, уводе електронски начин пословања, а све у циљу задовољења корисника.*

**Кључне речи:** *е-пословање, поштански саобраћај, пошта, Интернет.*

**Apstakt:** *Modern technology is undoubtedly bring major changes in business relationships. They have a vital role in conducting by reducing costs and at the same time exploring new mogućnosti. Postal organizations as participants in the development of the society to accept new technologies, modernize traditionalne services, introduced an electronic way of doing business, in order to satisfy customers.*

**Key words:** *e – business, postal services, post office, Internet.*

## 1. УВОД

Савремено друштво свакако карактерише развој дигиталне и телекомуникационе технологије. Управо је то један од узрока за појаву и електронског пословања.

Електронско пословање представља систем извршавања свих или дела елемената пословних активности електронским путем. Било која пословна трансакција се извршава електронским путем између свих страна укључених у економски процес. А да би се пословна трансакција обавила електронским путем неопходан је низ предуслова: удруживање преузећа у процесу сарадње кроз мрежно повезивање употребом интернета.

Стога можемо рећи да је електронско пословање комплексан феномен јер развијена савремена технологија омогућава интерактивну размену догатог садржаја информација било где, било када, свакоме ко је спреман да такав облик информације прихвати. Електронско пословање утиче на целу организацију при том захтевајући њено реструктурирање и ревизију целокупног тока информације употребљавајући при том нове технологије.

Садашњи глобални процеси на свим нивоима друштвене заједнице захтевају универзалност, једноставност, расположивост уз знатна смањења трошкова трансакција, повећане мреже и брзе координације. Традиционалан начин пословања тражи нове пословне моделе као би задовољио ове захтеве.

Електроничко пословање мењало се као што се мењао и интернет. На почетку су интернет користила предузећа искључиво за своје представљање, али данас то више није довољно. Почело је да се размишља о понуди роба и услуга па су предузећа прешла на каталоге, а после тога су почеле и прве поручбине путем е-маил-а или електронских формулара, што је на крају довело до развоја нових модела пословања правних и физичких лица и правних лица међусобно - В2С односно В2В.

Тако се напушта традиционални однос купац-продавац, а купци све више учествују у креирању нових роба и услуга, дакле све се више користи интерактивност у пословању. Купац је данас заиста постао краљ, јер захваљујући могућностима интернета, лако

може да промени онлине продавницу према својим жељама и потребама. То продавце роба и услуга тера на стално тражење начина како да задрже купца, како да му омогуће да оствари свој сан. Е-пословање донело је повећање брзине и реакција друштва на глобалне промене, удаљеност је престала да буде пресудан фактор у пословању. Ширењем е-пословања, развили су се и разни пословни модели у оквиру њега.

## **2. МОГУЋНОСТИ Е-ПОСЛОВАЊА**

Концепт пословног модела нове економије ослања се на претпоставку да менаџери у новој економији уважавају утицај и улогу интернетске технологије на моделирање пословања и да максимално покушавају да искористе прилике и потенцијале које могу да настану применом тих технологија.

Интернет сервиси и развој модерне технологије намећу глобалне стандарде, како у социјалној сфери, тако и у домену пословања. Присуство на интернету је све важније и неопходније, јер се скоро све социјалне и пословне акције изводе много брже и ефективније посредством неког Интернет сервиса. Интернет пословање је веома важан вид деловања сваког привредног субјекта, јер Интернет тржисте представља зону у којој најчешће нема ограничења која намеће класично пословање (географско подручје и уска локализација деловања). Како један привредни субјекат врши позиционирање и освајање класичног тржишта, тако је потребно да се уложе одређена средства и ресурси ради позиционирања на интернет тржишту. Наиме, примена сервиса и могућности које нуди интернет утиче на смањивање разлика између развијених и неразвијених земаља, дајући прилику компанијама из земаља у развоју или у транзицији да равноправније учествују у светској економској утакмици. Наведене позитивне промене у пословању представљају мотив за све већи број компанија са простора Србије, које схватају пословни потенцијал и шансе које интернет доноси, да ангажовањем сопственог интелектуалног потенцијала покушају да надокнаде финансијске, организационе и законско-регулативне недостатке у односу на компаније из осталих европских земаља. Зато је неопходно да домаће компаније, упоредо са константним развојем интернета пропорционално развијају и могућности његове употребе, анализе његових

результата и оптимизовање сопственог наступа, што захтева непрекидно усвајање знања потребног за успешно коришћење.

## 2.1. ПРИМЕНА ИНТЕРНЕТА У Е-ПОСЛОВАЊУ

Према резултатима истраживања америчке компаније Форрестер Ресеарч, глобални број корисника Интернета ће значајно порастати у наредних неколико година: 2013. године ће 43% корисника Интернета долазити из Азије, а само Кинези ће чинити 17%. Овакво предвиђање Кину први пут ставља на прво место по броју корисника Интернета, те ће се у блиској будућности иза ње налазити САД, Индија, Јапан и Бразил.<sup>1</sup> Велики пораст броја корисника се очекује у земљама Блиског Истока и Африке (које сада чине око 8% глобалне Интернет популације), посебно у Нигерији, Ирану и Египту. Највиша издавања за Интернет ће ипак остати у Европи, САД-у и развијеним азијским земљама, али процентуални односи броја корисника ће се највероватније променити. Према истраживањима Републичког завода за статистику, „46,8% домаћинстава у Републици Србији поседује рачунар, што чини повећање од 6% у односу на 2008. годину, 12,8% у односу на 2007. годину, а 20,3% у односу на 2006. годину. Заступљеност рачунара у домаћинствима варира у зависности од територијалне целине: у Београду износи 59,8%, у АП Војводини 46,1%, а у централној Србији 41,3%. У Републици Србији 36,7% домаћинстава поседује Интернет прикључак, што чини повећање од 3,5% у односу на 2008. годину, 10,4% у односу на 2007. годину, а 18,2% у односу на 2006. годину. Резултати истраживања показују да 97,8% предузећа на територији Републике Србије користи рачунар у свом пословању, што нам указује на повећање од 0,1% у односу на 2008. годину. Заступљеност рачунара највећа је код великих предузећа (предузећа с више од 250 запослених) и средњих предузећа (предузећа са 50-249 запослених) и износи 100%, док заступљеност рачунара у малим предузећима (10-49 запослених) износи 97%. Заступљеност рачунара у предузећима варира у зависности од територијалне целине: у Београду она износи 98,5%, у АП Војводини 98,2%, а у централној Србији 96,4%.“<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> <http://www.personalmag.rs/tag/forrester-research/>

<sup>2</sup> <http://webrzs.stat.gov.rs/axd/dokumenti/ict/2009/IKT2009.pdf>

## 2.2. ЗНАЧАЈ И УЛОГА ПОШТАНСКОГ СЕКТОРА У РАЗВОЈУ ДРУШТВА

„На улазу централне поште у Вашингтону (Washington-SAD) налази се натпис чији нас садржај упознаје на најсажетији начин са значајем и улогом поште и поштанског саобраћаја у друштву. У слободнијем преводу садржај је следећи:

Пошта је:

- носилац свести и знања људског ума,
- средство за размену материјалних и културних добара,
- поборник мира и добре воље међу људима и нацијама,
- гласоноша симпатија и љубави,
- посредник између раздвојених пријатеља,
- утешитељица ожалашћених и усамљених душа,
- веза између чланова раздвојених породица,
- одраз радости друштва у коме живимо.“<sup>3</sup>

Дакле, пошта и поштански саобраћај су важан фактор у егзистенцији сваког појединца, у развоју друштва ма ког подручја или порекла људске цивилизације и културе. Кроз своју делатност и организацију, пошта као барометар региструје све многобројне манифестације људских заједница, друштва и појединца. Она је чинилац који се увукао у сваку пору друштвеног живота, па се с првом каже да је поштанска делатност стара колико и цивилизација, развијала се истовремено с производним снагама друштва.

Данас је мало оних који не користе бар негу од многих услуга поштанске делатности. доминантни захтеви наше епохе у задовољавању потреба из области политичког, социјалног, културног и економског живота људи и оних свакодневних потреба за комуникацијом било ког облика, стављају пред пошту своје бројне задатке.

Савремена улога и задатак поштанског сектора је интегрална вредност више фактора од којих су најбитнији:

---

<sup>3</sup> Гулан, Н., *Организација и експлоатација поштанског саобраћаја I*, Београд 1982.

- брзина у вршењу поштански услуга применом савремене информационе технике и научне организације поштанског саобраћаја,
- пословање на економским принципима у свим фазама процеса рада,
- остваривање рационалне организације са високим степеном продуктивности и хуманизације рада,
- остваривање оптимализације поштанског саобраћаја.

Посматрамо ли пошту као важан фактор у економији државе, у први план ставићемо њену улогу великог технолошко-техничког система који обезбедјује информације за убрзану циркулацију протока пословне кореспонденције, што објективно доноси опште повећање у ефикасности пословања и функционисања читавог пословног система.

### **2.3. ЕЛЕКТРОНСКО ПОСЛОВАЊЕ У ПОШТИ СРБИЈЕ**

Предузеће Поште Србије је најстарији поштански оператор за организовани пренос поштанских пошиљака. Прва пошта у Србији отворена је 7. јуна 1840. године у Београду и до данас скоро 170 година успешно опстаје на тржишту услуга. Сектор поштанских услуга је од незанемариве важности за привреду Републике Србије, јер просечно остварује готово два одсто укупног бруто домаћег производа и запошљава 0,5 одсто свих запослених. Сектор поштанских и курирских услуга утиче на тржиште комуникација, оглашавања и транспорта у позитивној корелацији – раст и развој тржишта поштанских и курирских услуга утичу на раст и развој сва три наведена тржишта.

Предвиђање будућег кретања обима поштанских услуга на српском тржишту је из данашње перспективе тешко је предвидети. Електронска пошта ће замењивати све већи број рачуна и извештаја које шаљу, понајприје телекомуникацијске и финансијске институције, као и већину личне и пословне комуникације. С друге стране, повећање В2С интеракције, кроз разне програме лојалности купаца, каталошку куповину и повећане директне маркетиншке активности предузећа, покренуће додатни ниво поштанских услуга. Оно што ће се знатно променити јесте структура тржишта. Поједини ће се сегменти значајно развити, нпр. специјализована решења за

различите клијенте у погледу сигурности, тачности услуга и спајања с другим медијима, “упстреам” активности (најпре консолидација), као и даљњи развој директне поште. Раст тржишта ће у овом сегменту бити подстакнут од стране понуде: традиционални ланац вредности поштанских услуга непрестано ће се раслојавати и проширивати у повезане активности, као што су припрема пошиљака, дизајн садржаја пошиљака, штампање и њихово паковање, а те нове услуге ће стварати додатну потражњу. Како показује свјетска пракса, али ће показати и пракса на српском тржишту, највећи покретачи иновација на тржишту су нови поштански оператори. Тај процес подстиче либерализација светског поштанског тржишта, а наставак либерализације на српском тржишту поштанских услуга утицаће на такву праксу више од развоја технологије или других фактора.

Поштанске услуге у земљама Европске уније већ су деломично либерализоване, односно укинут је концепт резервисаног сектора, двема поштанским директивама из 1997. и 2002. године. Одбор за саобраћај Европске комисије у јулу 2008. године је усвојио предлог да се потпуна либерализација тржишта у Европској унији одложи до 2011. године, иако је првобитни план дефинисао 2009. годину као годину од које ће приватни оператори моћи клијентима достављати писма лакша од 50 грама. Заговорници одлагања упозорили су да појединим земљама чланицама ЕУ треба више времена за стварање стабилног регулаторног оквира који ће осигурати испоруку поштанских пошиљки у целој Унији уз прихватљиве цене свим становницима. Такође, свим оператерима треба времена како би се прилагодили новим условима на тржишту и припремили одговоре на конкуренцију у свим сегментима.

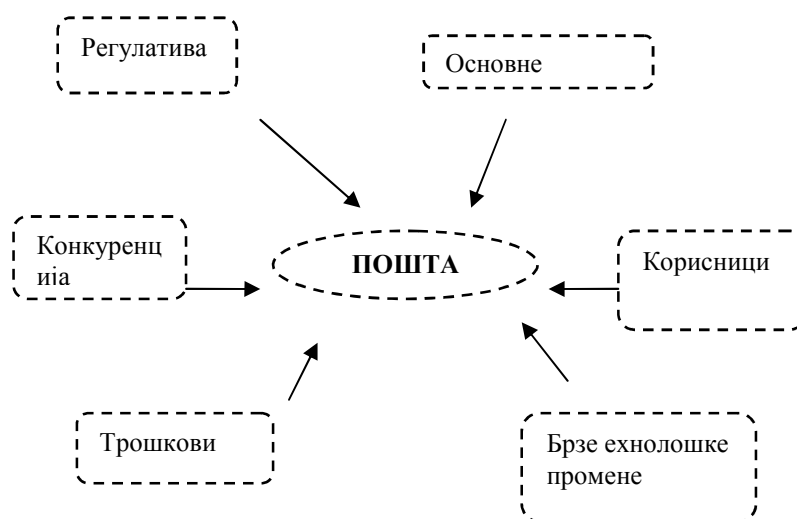
По узору на ону у Европској унији, даљња либерализација поштанских услуга може се ускоро очекивати и у Србији, што је дефинисано у Стратегији развоја поштанског саобраћаја у Републици Србији до краја 2012. године. Стратегија одређује либерализацију с обзиром на остваривање предуслова које либерализација намеће.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Стратешки план за период 2010-2010.године, ЈП ПТТ саобраћаја Србија, 2009. година

Поштански сектор данас је суочен са великом конкуренцијом нових технологија заснованих на информатици и телекомуникацијама, као и са потпуном неизвесношћу у погледу даљег раста поштанских услуга. На XXIV Конгресу Светског поштанског савеза, одржаном је у Женеви, дефинисана је поштанска стратегија базирана на идејама стратегијског планирања процеса, унапређењу привреде и промовисању економије и друштвеног развоја. Стратегија предвиђа низ активности којима ће се побољшати квалитет поштанских услуга и ефикасност поштанске мреже. Један од циљева је и стимулација раста на тржиштима кроз примену нових технологија.

На слици 1. је представљена Пошта са својим окружењем које утиче на њену функцију и улогу у друштвеним односима било да је реч о кориснику као појединцу или о пословним организацијама. такође пошта има и своје унутрашње окружење које је јако битно у укупном сагледавању пословног процеса.



Слика 1. Пошта и њено окружење<sup>5</sup>

Анализа и предвидјања у окружењу значајна су за свако предузеће које на промене не реагује под принудом, већ треба да се мења у складу са својим окружењем.

<sup>5</sup> Бранковић, Б., *Електронско пословање у пошти*, специјалистички рад, ФОН, 2003, стр. 10

У оквиру наведених циљева, Стратегијом су дефинисане обавезе Влада држава чланица, јавних поштанских оператора, Ужих савеза и Сталних органа УПУ, као учесника у реализацији циљева који ће посебно бити разрађени Акционим планом. Посебно су истакнути следећи захтеви:

- да међународне финансијске институције повећају своју подршку поштанском сектору како би ојачао своју улогу у економском развоју државе;
- да јавни поштански оператори изврше трансформацију у компаније конкурентне на тржишту комуникација, а које су способне да пружају квалитетну универзалну поштанску услугу целокупном становништву;
- да ужи регионални савези пруже сву потребну помоћ својим чланицама у реализацији поштанских реформи.

Позиционирање и повећање активности Интернет пословања представљају неопходност и потребу. Пошта Србије се труди да поштује златна правила нове економије:

- ❖ Убрзај све што радиш
- ❖ Повежи све са свиме
- ❖ Учини да ти неопипљиво расте брже него опипљиво
- ❖ Угради производ у сваку услугу и услугу у сваки производ
- ❖ Индивидуализирај сваки производ или услугу
- ❖ Антиципирај потребе и жеље својих купаца
- ❖ Прикупи информацију из сваке трансакције
- ❖ Унеси емоцију у сваки аспект пословања
- ❖ Буди мален и велик истодобно
- ❖ Прихвати нову ранглисту вриједности: интелектуална имовина, финансијска имовина, физичка имовина
- ❖ Стално иновирај и мијењај
- ❖ Дијели информације са свима у саставу
- ❖ Вреднуј твртку по томе колико има интелектуалног капитала, а не колико је велика
- ❖ Стално учи
- ❖ Делегирај ауторитет и моћ на “периферију”
- ❖ Створи стандард и наметни га другима<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Паниан, Ж., *Богатство интернета*, е-књига у пдф формату

Пошта Србије се адекватно препорукама Светског поштанског савеза труди да уведе и примени нове трендове у свом пословању како би постала конкурентна на тржишту поштанских услуга: у последњој деценији, иновативно је допринела побољшању асортимана својих услуга. Упркос економској кризи, Пошта Србије је 2008. године имплементирала електронску поштанску услугу- поштанска упутница која је универзална услуга поштанских оператера. Тако модернизована поштанска упутница је добила на значају посебно за правна лица која могу путем веб сајта да креирају своје електронске спискове за слање и исто тако да изврше и електронско плаћање за ову услугу.

Бринући о својим корисницима, Пошта Србије је омогућила и слање новца путем Western Union што до сада није постојала могућност овакве услуге у земљи. И ова услуга сланаја и пријема новца је аутоматизована у оквиру постојећих информатичких ресурса.

Током 2008. године Пошта Србије је реализовала пројекат *"Уређаји за самоопслуживање корисника поштанских услуга"* који је имплементиран у две фазе и једини су уредјаји у Србији који пружају услугу плаћања рачуна са бар кодом. Да би све те услуге презентовала на порталу [www.posta.rs](http://www.posta.rs) је омогућила корисницима битне информације.

Нови PostGIS пројекат савремене технолошке мреже који ће бити имплементиран, допринеће даљој аутоматизацији свих услуга у пошти и неопходно је да тај систем буде комуникацијски повезан на интернет и веб портал као би корисници имали конфорност у погледу коришћења поштанских услуга. Наиме корисници не морају да чекају дуге редове да би обавили своју услугу већ би могли простом конекцијом да све то обаве помочу софтвера који им пружа комуникација интернета, а убрзо и имплементација и на мобилним уређајума. Технологија посебно информатичка је све више заступњена, и самим тим корисници немају потребу да своје драгоцене време потроше чекајући у реду. То време је прошлост и зато Пошта Србије мора да размишља и прати нови савремене кориснике.

Поред основних традиционалних услуга које је успешно модернизовала или ће их у скорије време модификовати, према

захтевима Светског поштанског савеза Пошта Србије мора да развије и модел е-трговине који ће омогућити да на тржишту послује као пословни партнер. Е-трговина би омогућила да као и пројекат Е-Post да развије модел В2В који је битан на глобалном тржишту. Поштанске услуге су доступне свим корисницима, али да би се приближили и пословним партнерима, у смислу да им олакшају кореспонденцију са својим клијентима, пошта би требало да изради модел пословне комуникације нудећи лепезу својих услуга:

- Логистичку подршку
- Он лине Плаћање
- Сервис који би нудио базу нових корисника
- Провајдер између предузећа која пословно нису комуницирала
- Продају производа преко свог веб портала за заинтересована предузећа за овакав вид сарадње
- Међународно умрежавање са поштанским оператерима како би корисници могли да користе јединствену базу података и да имају увид у сваком трентку у сваком делу земљине кугле у ток своје услуге, било да су примаоц или пошиљаоц поштанске услуге.

Електронско пословање не може да буде комплетно ако не постоји и електронско плаћање. Да би се омогућила ова услуга, неопходна је пословна сарадња са банкарским сектором . Медјутим, још увек је низак ниво новчаних трансакција због страха корисника од злоупотребе. Такође постоји и проблем корисника који немају отворен рачун у банци а самим тим ни могућнос да врши онлине трансакције плаћања. У земљама у развоју као и код нас има много корисника који немају ни кредитну картицу ни рачун, па не могу да користе чак ни алтернативне начине онлине трансакција. Нови иновативни начин плаћања таквим корисницима омогућује да плаћају путем посебних е-рачуна на које прво пребаце готовину или путем СМС-а тако што нпр. на оближњем киоску купе препаид ваучер у жељеном износу. Тржиште е-валута и е-новца јако је развијено у Русији, Африци и Средњем Истоку, где још увек постоје многобројни корисници којима банке ради ниске кредитне способности, малих или нередовитих примања не одобравају кредитне картице, и немају отворен рачун, јер користе искључиво

готовину. Такви корисници не могу да користе облике онлине плаћања који се темељи на коришћењу интернет банкарства. За такве су осмишљени нови иновативни системи засновани на е-рачуну који се користи за онлине плаћања. Уобичајено је да корисници прво морају да положе стварни новац на е-рачун, а тај корак је максимално поједностављен.

Плаћање путем е-рачуна интересантно су решиле блискоисточни cashU (у саставу познате онлине групације Maktoob Group) и руски WebMoney Transfer. Њихови корисници прво морају да пребаце новац на е-рачун путем којег могу на подржаним веб трговинама плаћати рачуне. Средства на е-рачун корисник може да пребаци тако што уплати жељени износ готовине у мењачници или банци (није потребно да притом има отворен рачун). CashU је развио нарочито иновативан модел уплаћивања средстава на е-рачун. Њихови корисници могу на киоску једноставно да купе препаид ваучер с одређеним износом, попут ваучера за допуну за мобилни телефон. Када код с ваучера пошаље СМС-ом, означена вредност са ваучера се пребацује на е-рачун корисника. Кад се готовина пребаци на е-рачун, корисник може сигурно да купује у било ком веб дућану који подржава такав начин плаћања. Онлине трговци могу бити сигурни да свака таква трансакција није илегална јер је корисник лично на свој е-рачун уплатио готовину која се приликом плаћања пребацује с е-рачуна на рачун продавца робе или услуге. Средства која има на е-рачуну корисник може врло лако да претвори у било коју валуту, пребаци на друге рачуне или путем банкомата претвори поново у готовину. WebMoney је основан 1998. године и водећи је у онлине плаћању у Русији и балтичким земљама, с готово 4 милиона отворених корисничких рачуна и 2500 онлине трговаца који прихватају WebMoney за онлине плаћање. Годишње кроз WebMoney прође више од 4 милијарде долара трансакција. На Средњем Истоку, у Африци, Русији и балтичким републикама постоји највише корисника без кредитних картица и рачуна. У споменутим регијама системи онлине плаћања попут WebMoney-ја или цасхУ расту експлозивном стопом. То је можда још један начин да се омасови е-плаћање и у нашој земљи, а у чему би и Пошта имала јасан циљ имплементације електронског плаћања. Све су ово услуге које би омогућиле да пошта послује на тржишним основама, да глобално буде у мрежи пословних комуникација што је неопходни услов. Велики поштански

оператери попут Америчке, Канадске, Индијске поште на својим приступним каналима нуде већ све ове услуге, а Пошта Србије као члан Светског поштанског савеза би требало само да се повеже овим великим поштанским алијансама што је један од дугорочних циљева либерализације поштанске индустрије.

### **2.3. УТИЦАЈ СВЕТСКЕ ЕКОНОМСКЕ КРИЗЕ НА ЕЛЕКТРОНСКО ПОСЛОВАЊЕ ПОШТЕ И ИЗАЗОВИ КОЈЕ ОНА НОСИ**

Медјутим, светска економска криза успорава реализацију циљева из донете Стратегије. Постоји стварна опасност како ће успоравање глобалне економије да у одређеном опсегу подстакне предузећа да у пословним сегментима у којима то није само непотребно, већ и контрапродуктивно претерано контролишу трошкове. Такав приступ ће допринети губитку свести о значају континуираних инвестиција у иновацију и људе. Јер, чињеница је како у свакој економији иновација чини основу стварања нових пословних прилика, успеха и нове вредности. Само предузећа која наставе да улажу у иновацију знатно ће једноставније пребродити тешка економска раздобља и уједно ће створити плодно тло за брзи раст када се услови побољшају. Глобално тржиште ушло је у период у којем се предузећа и појединци сусрећу с новим економским изазовима. Истовремено, то је и време у којем кључни технолошки трендови, попут знатно моћнијих машина и уређаја, нових начина повезивања људи и размене информација и начина на који се човечанство служи рачунарима, међусобно спајају, стапају и испреплићу, мењајући основне концепте кориштења рачунара у нашим животима, у нашим домовима и на нашим радним мјестима. Само ће они с довољно слуха за наведене трендове предузети корак, преобликовати своје процесе и понудити нове и иновативне технологије, производе и услуге својим клијентима. Само ће такви моћи остварити и осигурати смислену конкурентску предност над својим супарницима – како за данас, тако и за године које тек долазе.

### **3. ЗАКЉУЧАК**

Пословни модели почели су да се мењају захваљујући електронском пословању. Тако је напуштен традиционални послови однос па клијенти све више учествују у креирању нових

роба и услуга, дакле све се више користи интерактивност у пословању. Клијент је данас заиста постао центар пословања, јер захваљујући могућностима интернета, лако може да промени онлине трансакције.

Према томе, одабир правилног пословног модела електронског пословања је претпоставка његове успешне примене на остварењу постављених пословних циљева у смислу стварања нове вредности и трајне профитабилности. Развој и примена електронског пословања је и претпоставка успешног уласка на светско, глобално тржиште. Емпиријско истраживање је указало на заостајање за развијеним земљама у сегменту развоја и примене е-пословања у целини, па је тако, нпр, истраживање указало на чињеницу да само 17% анкетираних предузећа у Србији користи пословне апликације е-пословања заједно са својим пословним партнерима. Ово има, а у будућности би засигурно имало и све негативнији утецај на стање и одржив развој и целокупну привреду. Развој информацијске и комуникацијске технологије треба ускладити тако да буду усаглашене са корисницима који је услуг електронског пословања намењена. Потребно је спровести промоцију новог модела пословања, анализу друштвеног уначаја у коришћењу нових поштанских услуга, и увести механизме мерења и праћења напретка у употреби информацијске и комуникацијске технологије у поштанском сектору. Уз то, потребно је да држава спроведе мере које ће се подстакнути домаће предузетништво, јер, међусобна сарадња и повезаност утичу и на услуге поштанског саобраћаја, на обим и квалитет. А примена модела и система електронског пословања као незаобилазне претпоставке за повећање услуга и стицање конкурентности, доводи до постизања нашег општег друштвеног напретка.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Бранковић, Б., *Електронско пословање у пошти*, специјалистички рад, ФОН, 2003,
- [2] Гулан, Н., *Организација и експлоатација поштанског саобраћаја I*, Београд 1982.
- [3] Паниан, Ж., *Богатство интернета*, е-књига у пдф формату
- [4] *План пословања ЈП ПТТ саобраћаја Србија за 2010. годину*

- [5] *Стратешки план за период 2010-2010. године*, ЈП ПТТ саобраћаја Србија, 2009. година
- [6] <http://www.personalmag.rs/tag/forrester-research/>
- [7] <http://webrzs.stat.gov.rs/axd/dokumenti/ict/2009/ИКТ2009.pdf>
- [8] [www.posta.rs](http://www.posta.rs)
- [9] [www.upu.org](http://www.upu.org)

