

ЕЛЕКТРОНСКИОТ БИЗНИС КАКО ПРЕДУСЛОВ ЗА РАЗВОЈ НА ЕЛЕКТРОНСКОТО БАНКАРСТВО

Дигитализацијата на производите и услугите е евидентен процес речиси во сите сфери на општественото живеење. Сведоци сме на дигитализацијата во домовите, работните места, бизнисот, образовните институции, болниците, банките, патиштата па дури и воените активности. Таа има свое влијание и врз економијата креирајќи еден нов облик на економија т.н. **дигитална економија**.

Дигиталната економија укажува на економија базирана на дигитални технологии вклучувајќи дигитални комуникациски мрежи (интернет, интранет, екстранет и мрежи со додадена вредност-VAN), компјутери, софтверски апликации и други слични информациски технологии. Дигиталната економија честопати се нарекува и интернет економија, нова економија или web економија. Во оваа нова економија, дигиталното вмрежување и комуникациската инфраструктура обезбедуваат глобална платформа преку којашто луѓето и организациите се во меѓусебна интеракција, соработка и начин на размена на информации. Според Choi и Winston оваа платформа ги вклучува следниве карактеристики:

- **Широко поле на дигитализирани производи** – бази на податоци, пари, вести и информации, книги, списанија, ТВ и радио програми, филмови, компјутерски игри, музички цедиња и софтверски апликации – се доставуваат преку дигитална инфраструктура во секое време, од и до кое било место на земјината топка;
- **Потрошувачите и фирмите извршуваат финансиски трансакции на дигитален начин** користејќи дигитални пари што можат да се пренесуваат преку компјутерски мрежи и мобилни уреди;
- **Микропроцесорските и мрежните способности се вградени во физичките добра** како што се апаратите за домаќинство и автомобилите.

Дигиталната економија креира на некој начин дигитална револуција со големи економски перформанси и долг период на непрекината економска експанзија во историјата на развиените држави (на пример во периодот 1991-2000 САД не бележи поголеми економски потреси) комбинирана со ниска инфлација.

Дигиталната револуција ги забрза е-бизнис процесите првенствено преку обезбедување бројни конкурентски и стратегиски предности за деловните субјекти. Таа овозможи голем број иновациски активности и можности за остварување дополнителен профит и додадени вредности за сите нејзини партиципиенти.

Во денешниот современ начин на живеење, честопати се соочуваме со термините електронска трговија, електронско банкарство, интернет маркетинг и сл. Сите овие концепти се дел од еден поширок концепт на електронски бизнис. **Електронска трговија** претставува процес на купување, продавање или размена на производи, услуги или информации преку компјутерски мрежи вклучувајќи го и интернетот. Терминот **електронски бизнис** е со пошироко значење од терминот електронска трговија и вклучува користење интернет или друга информациско-комуникациска технологија во поддршката како на трговијата така и во подобрувањето на бизнис процесите и перформансите на деловните субјекти. Значи, е-бизнис, покрај мрежно купување и продавање производи и услуги, вклучува **давање услуги на потрошувачите односно клиентите, соработка со бизнис партнерите и овозможување електронски трансакции меѓу деловните субјекти.**

Покрај овие општи дефиниции, електронскиот бизнис може да се дефинира од повеќе различни перспективи:

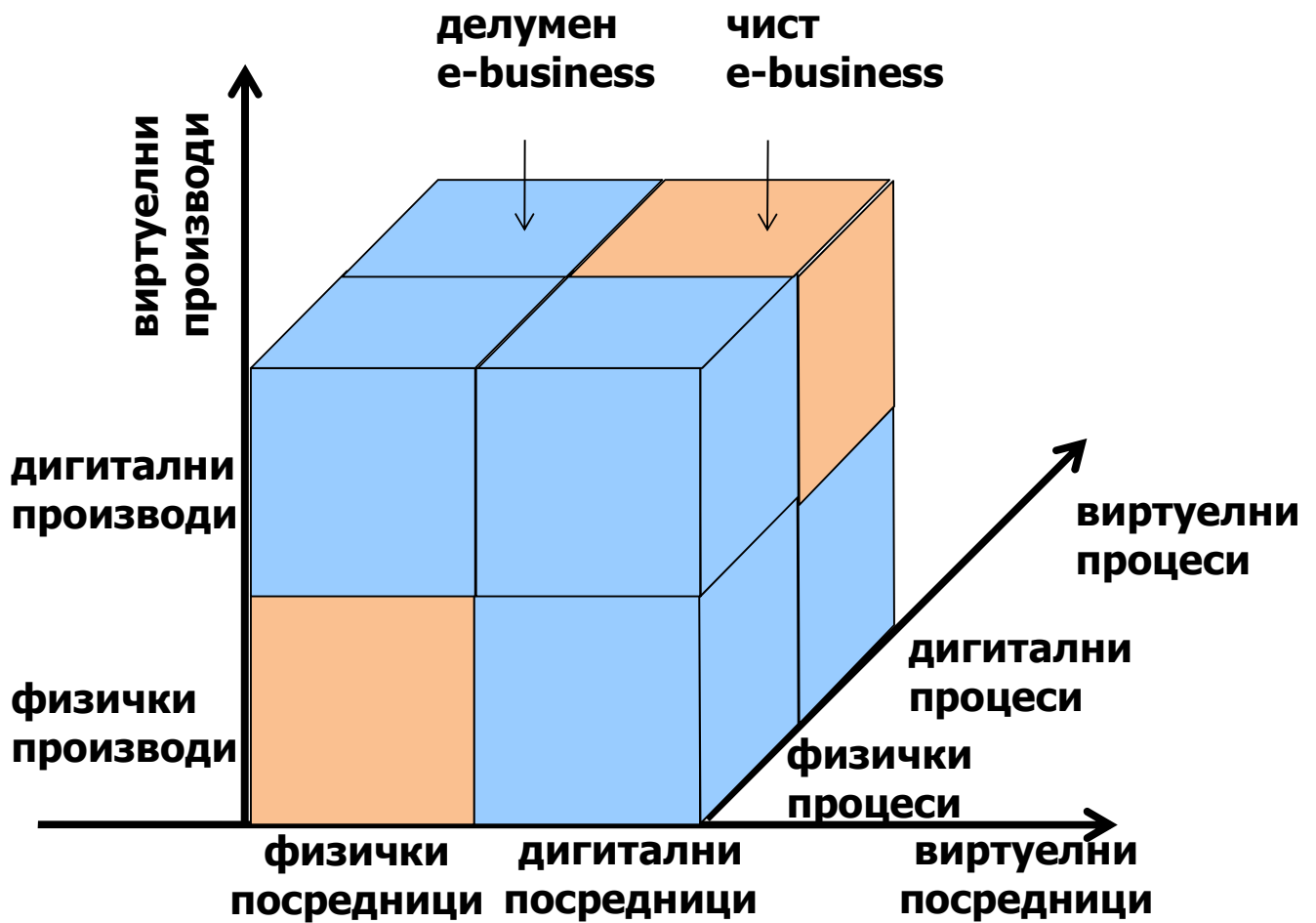
- **комуникациска перспектива** – пренос на добра, услуги, информации или плаќања преку компјутерски мрежи;
- **комерцијална перспектива** – способност за купување производи, услуги или информации преку интернет или други online сервиси;
- **перспектива на бизнис процеси** – вршење на бизнисот електронски со комплетирање на бизнис процесите преку електронски мрежи;
- **перспектива на услуги** – алатка за пренос на услуги од страна на владините институции, фирмите, потрошувачите и менаџментот во функција на намалување на трошоците и подобрување на квалитетот и брзината за достава на овие услуги;

- **перспектива на учење** – од перспективата на учење електронскиот бизнис овозможува мрежни (online) обуки и едукации во училиштата, универзитетите и другите институции и организации вклучувајќи го и бизнисот;
- **перспектива на соработка** – од оваа перспектива електронскиот бизнис е добра рамка за интраорганизациска и интерорганизациска соработка;
- **перспектива на заедница** – од перспектива на заедницата електронскиот бизнис нуди можности на членовите на заедницата меѓусебно да соработуваат, разменуваат знаења и вршат трансакции.

Форми на електронски бизнис според степенот на дигитализација

Во зависност од степенот на дигитализација (трансформацијата од физички кон дигитални) на *(1) производите и/или услугите што се продаваат (нудат), (2) процесите и (3) доставувачите (посредниците)*, електронскиот бизнис може да се појави во неколку форми. Овие форми графички се прикажани на слика 1.1.

Производите, процесите и посредниците можат да бидат физички или дигитални. Според тоа, со комбинација на овие алтернативи може да се креираат осум различни коцки што формираат една коцка со три димензии. Во традиционалниот бизнис, сите три димензии на коцката се физички (ова е прикажано во левиот долен агол од сликата); во т.н. "чист" електронски бизнис сите димензии се дигитални (коцката горе-десно на сликата). Сите други коцки вклучуваат микс на физичките и дигиталните димензии на производите и/или услугите, процесите и посредниците.



Слика 1.1. Димензии на електронскиот бизнис

Значи ако постои барем една дигитална димензија станува збор за делумен е-бизнис концепт. Така на пример, набавката на компјутер од интернет страницата на Dell или пак книга од Amazon.com е концепт на делумни е-бизнис активности бидејќи производите се физички и се доставуваат по физички пат но се порачуваат електронски. Меѓутоа, купувањето е-книга од Amazon.com или некој софтверски производ од Buy.com претставува чист електронски бизнис концепт бидејќи производот, доставата, плаќањето и трансферот до купувачот се изведуваат по електронски пат.

Типови е-бизнис компании

Деловните субјекти што оперираат во традиционалната економија и најголем дел од нивните бизнис активности ги извршуваат класично, физички (off-line) се нарекуваат **brick-and-mortar (тула и малтер) компании**.

Деловните субјекти чиешто бизнис активностите се извршуваат единствено online се нарекуваат **виртуелни или pure-play (чисто мрежни) компании**.

Деловните субјекти во коишто дел од бизнис активностите се изведуваат online, но примарните бизнис активности се извршуваат во физичкиот свет се нарекуваат **делумно мрежни, click-and-mortar или click-and-brick (клик и малтер) компании**.

Вообичаена класификација на електронскиот бизнис се прави според **природата на трансакциите како и врските меѓу партиципиентите**. Можеме да ги издвоиме следниве клучни е-бизнис типови:

Бизнис кон бизнис (business-to-business B2B). Сите учесници во B2B е-бизнис типот се деловни субјекти. На пример некои од апликациите на Dell и Marks & Spencer's вклучуваат B2B врски со нивните снабдувачи. Најголем дел од е-бизнис трансакциите во светот припаѓаат токму на овој е-бизнис модел.

Бизнис кон потрошувач (business-to-consumer B2C). B2C типот вклучува малопродажни трансакции на производите или услугите од бизнисот кон индивидуалните е-купувачи. Овој е-бизнис тип честопати се нарекува и е-малопродажба или e-tailing.

Потрошувач кон бизнис (consumer-to-business C2B). Оваа категорија ги вклучува индивидуалците што користат интернет со цел да ги продаваат своите производи или услуги на одредени деловните субјекти како и индивидуалци коишто бараат продавачи да лицитираат за одредени производи или услуги. Пример за C2B е Priceline.com како еден од најпознатите организатори на C2B трансакции.

Потрошувач кон потрошувач (consumer-to-consumer C2C). Со оваа категорија се опишуваат трансакциите што се извршуваат меѓу индивидуалци преку интернет. Примерите за C2C вклучуваат индивидуалци што online ги продаваат своите имоти, автомобили или други сопствени предмети. Рекламирањето на сопствените услуги преку

интернет што ги нудат индивидуалците како и online нудењето и продажбата на знаење и експертиза се други примери на C2C. Исто така голем број аукциски сајтови овозможуваат индивидуалците да поставуваат свои предмети на аукција. Таков е примерот со eBay.

Апликации за рамноправен пристап при размена (peer-to-peer applications P2P). P2P технологијата може да се користи во C2C, B2B и B2C е-бизнис типовите. Оваа технологија овозможува мрежните (peer) компјутери да ги делат своите документи и процесирања меѓусебно и директно со било кој друг компјутер. На пример во C2C peer апликациите луѓето можат да разменуваат (трампаат) музички фајлови, видео записи, софтверски апликации и други дигитализирани добра по електронски пат.

Трговија преку мобилни уреди (mobile commerce, m-commerce). Е-бизнис трансакциите и активностите што делумно или целосно се извршени во online безжично (wireless) окружување со едно има се означуваат со mobile commerce или m-commerce. На пример луѓето можат да користат мобилни телефони со интернет конекција за да ги извршуваат нивните банкарски активности или да порачаат книга преку некоја интернет страница за таа намена како што е Amazon.com. Голем дел од m-commerce апликациите вклучуваат не само мобилни телефони туку и други мобилни уреди како што се PDA, преносни компјутери и сл.. Ако одредени трансакции се таргетирани на индивидуалци од специфична локација и во специфично време станува збор за локално базирана електронска трговија или l-commerce. Некои дефиниции што се однесуваат на m-commerce укажуваат на трансакции што ги извршуваат луѓето надвор од своите домови или канцеларии.

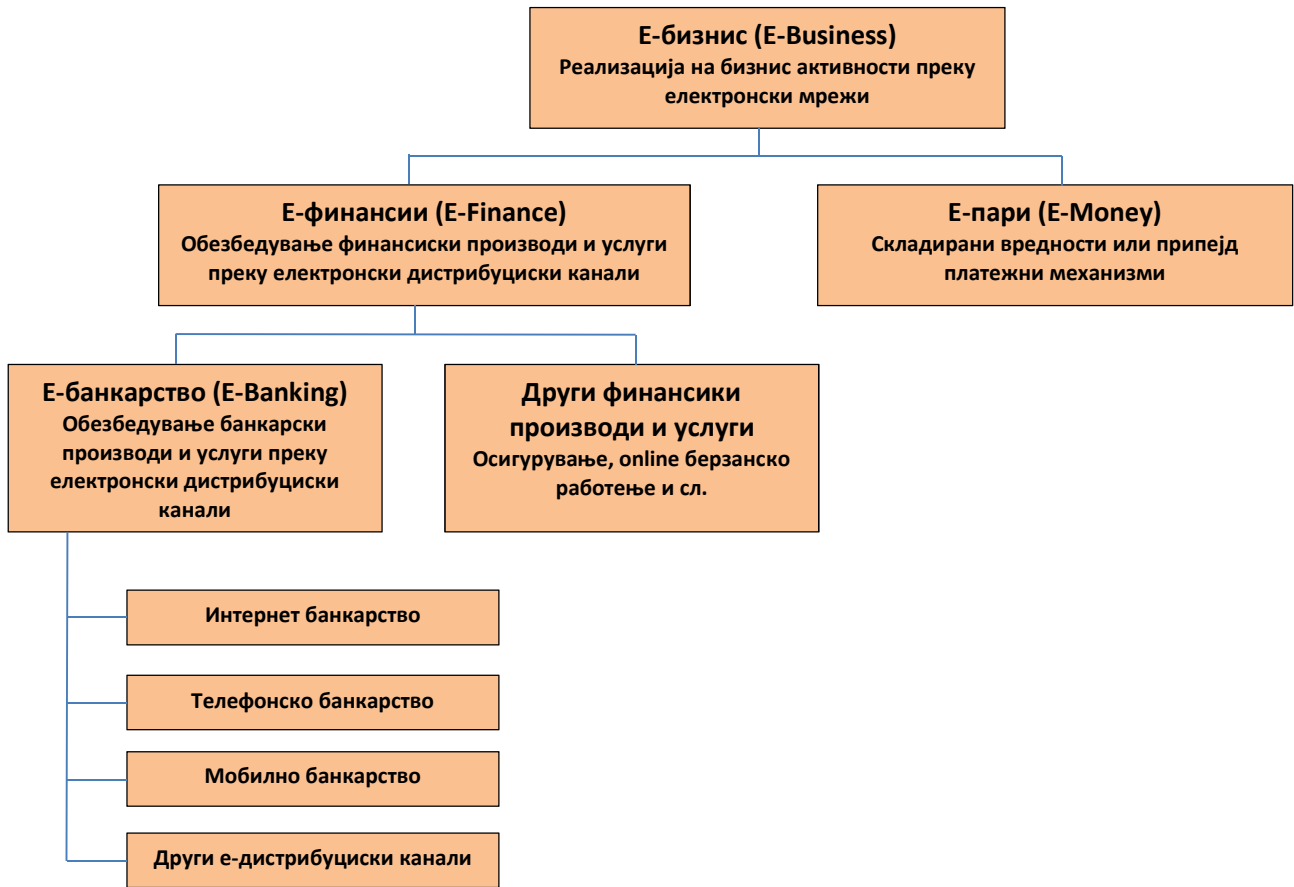
Интрабизнис е-бизнис. Интрабизнис категоријата ги вклучува сите интерни организациски активности што вклучуваат размена на добра, услуги или информации меѓу различните бизнис единици и индивидуаци во деловниот субјект. Активностите можат да се движат од продавање корпоративни производи на вработените па се до online обуки и меѓусебна соработка. Интрабизнис активностите вообичаено се извршуваат преку интранет или корпоративните портали.

Бизнис кон вработени (business-to-employees B2E). Бизнис кон вработени категоријата е подмножество од интрабизнис категоријата каде што деловниот субјект доставува услуги, прозводи или информации до своите вработени.

Бизнис соработка (collaborative commerce). Кога индивидуалците или групите комуницираат или соработуваат меѓу себе online, тие практикуваат collaborative commerce или c-commerce. На пример бизнис партнерите од различни локации можат заеднички да дизајнираат производ; online да менаџираат со залихите како што тоа го прави Dell; или пак заеднички да ја предвидат побарувачката за некој производ како што тоа го прави Mark&Spencer со своите снабдувачи.

Неделовни е-бизнис активности. Порастот на институциите чии активности не спаѓаат во бизнис сферата како што се на пример академските институции, непрофитните организации, религиозните организации, социјалните институции, владините агенции и сл., практикуваат е-бизнис во насока на редуцирање на нивните трошоци или подобрување на нивното работење и нудењето услуги на нивните клиенти.

Е-влада (e- government). Владините ентитети (без разлика дали се на локално или државно ниво) купуваат или обезбедуваат добра, услуги или информации од или за бизнисите (концепт познат како **влада кон бизнис** или government-to-business G2B) или од или за граѓани (концепт познат како **влада кон граѓани** или government-to-citizens G2C).



ОСНОВНИ КАРАКТЕРИСТИКИ И РАЗВОЈ НА ЕЛЕКТРОНСКОТО БАНКАРСТВО

Во последните неколку децении, а особено со појавата и масовното користење на интернетот, банкарскиот сектор доживеа огромна трансформација и стана водечки сектор во користењето на информациско-комуникациските технологии. Овие технологии направија крупни промени во функционирањето на банките и креираа нови постапки и техники коишто со себе носат нови предизвици и можности.

Техничко-финансиските иновации водат кон интензивирање на конкуренцијата во сите бизнис сегменти. Доаѓа, не само до реинженеринг на деловните процеси во банките, туку и до реинженеринг на бизнис процесите во односите меѓу различни банки, банката и нејзините клиенти и сл. Класичното банкарско работење и личните средби со клиентите се повеќе се заменуваат со автоматизирано работење и испорака на услуги. Трошоците на големите трансакции се намалуваат а банкарските и финансиските услуги добиваат друга димензија.

Заради брзиот раст и ширење на системите на електронското банкарство доаѓа до големи пресврти во суштината на самото е-банкарство, кои се повеќе почнуваат да стануваат синоним за модерното банкарство. Денес, банкарското работење во потполност е базирано на техничко-технолошките ресурси, а информациско-комуникациските технологии стануваат водич за стратегија и реинженеринг.

Трендот на модерното банкарство е автоматизација на сите функции односно финансиски операции со примена на компјутерски технологии. Примарната цел на воведувањето на системите на електронско плаќање е решавање на порблемите на системите за плаќање засновани на хартија преку користење на потенцијалните предности на информациско-комуникациските технологии (ИКТ). Појавата на електронските пари наметна потполно нова филозофија во банкарството која се базира на електронската размена на податоци и средства (Electronic Funds Transfer). Главната цел на електронското банкарство е што побрзо и поефикасно да ги поврзе клиентите со информациските текови без разлика на географската оддалеченост. Тајната на успешниот современ информациски систем е флексибилната инфраструктура базирана на персонални компјутери, модерни компјутерски мрежи и интернет. Значи, развојот на информациско-комуникациските

технологии создаде услови за глобализација во банкарското работење т.е. до воведување нови канали на дистрибуција на банкарските услуги.

Се поизразената дерегулација во банкарскиот сектор, како и се поголемото значење на информациско-комуникациските технологии доведе до воведување нови дистрибуциски канали на банкарските услуги и трансформација на класичниот начин на реализација на банкарските активности. Имајќи го претходното предвид, ИКТ овозможува настанување виртуелни банки (односно банки што немаат физичка локација и за кои не е потребно голем број вработени) што стимулира се поголемо користење на електронските пари. Современото банкарство денес речиси и да не може да се замисли без користење компјутери. Никогаш во историјата на банкарството не се направени толку големи и коренити промени како за последните триесетина години. Појавата на платежните картички и на дигиталните пари направија пресврт кон потполна дематеријализација и виртуелизација на парите. Интернетот направи банките да излезат од своите физички граници а банкарските активности наместо од шалтерите да се реализираат од дома, од работното место или, пак, од која било локација преку користење мобилни телефони.

Банкарското работење кое со векови функционираше на традиционален начин преку “face to face” комуникација, однадеж се најде во вртлогот на информациската технологија.

Трансформациите што се во тек доведоа и банките да се приклучат кон класификацијата на типовите деловни субјекти, па истите можат да се опишат на следниов начин:

- **“brick and mortar”** односно **“тули и малтер”** банки – традиционални банки со физичка инфраструктура и услугите исклучиво се даваат од страна на шалтерски работник; овој тип банки денес речиси и да не постои особено во поразвиените држави;
- **“brick and click”** односно **“тули и клик”** банки – банки со физичка инфраструктура кои даваат и интернет банкарски услуги;
- **Интернет базирана или “виртуелна банка”** – банка што функционира исклучиво преку интернет и нема сопствена физичка локација;

Но, денешното банкарско работење е незамисливо без ИКТ ресурси. Тоа значи дека современото банкарство денес не е иманентно само за моќните банки туку ваквиот начин

на работење е застапен речиси во сите банки. Според тоа, многумина истакнуваат дека е непотребно да се користи терминот електронско банкарство туку, едноставно, терминот банкарство денес треба да подразбира вклученост на електронска инфраструктура т.е. со терминот банкарство да се подразбира и електронско банкарство односно да се однесува на “brick and click” или “тули и клик” банки.

Споредувајќи го традиционалното и модерното електронско банкарство се забележуваат важни разлики. Новата деловна филозофија на банката од која произлегуваат нови стратегии се карактеризира со ориентација кон клиентите. Поради порастот на животниот стандард на населението ширум светот и поради порастот на конкуренцијата во глобални размери, промените во начинот на функционирање на банките беше неизбежен. Но, иако е направен колем исчекор, процесот на премин од традиционален кон нов пристап со клиентите е се уште во тек како во развиените така и во земјите во развој.

Под терминот електронско банкарство се подразбира *употреба на нови технолошки решенија во банкарскиот сектор што овозможува работење надвор од временските и просторните граници што ги има воспоставено традиционалното банкарство а корисниците со помош на кумпјутерските мрежи да можат да реализираат финансиски трансакции со што во голема мера се олеснува трансферот на паричните средства.*

Електронското банкарство е вид на банкарско работење во кое интензивно се користат компјутерските мрежи, интернетот, web технологијата и телекомуникациските медиуми. За негова имплементација потребно е хардверско-софтверска платформа, прецизно дефинирани мрежни компоненти, соодветна организациска структура, стандардизација и сл.

Историски развој на електронското банкарство

Првиот систем за којшто би можело да се рече дека има карактеристики на електронски трнсфер е Системот на федерални резерви за телеграфски плаќања на САД и се среќава уште во 1918 година. Во педесеттите години од минатиот век, Bank of America ги применува овие елементи во обработката на чекови, а, во седумдесеттите години доаѓа до брзо зголемување на бројот на пристапи до системот. Процесот започнува најнапред со

воведувањето банкомати, а потоа, кон средината на деведесеттите, со воведувањето на т.н. телебанкарството односно телефонско банкарство. Но, интернет технологијата придонесува до воведување на првата генерација online банкарски услуги. Првата интернет банка (Security First Network Bank) започна со работа во 1995 година во САД.

Основната тенденција на развојот на банкарскиот сектор се карактеризира со напорите информациско комуникациската технологија да се искористи за намалување на трошоците на банкарското работење и промена на начинот на банкарските услуги. Тие промени донесоа и нови начини на креирање услуги и нивна директна испорака преку новите канали (телефон, банкомат, интернет, дигитална телевизија). Со воведувањето на секој нов комуникациски канал растеше и нивото на очекување што се однесува на банкарските услуги и прилагодување на потребите на секој поединечен клиент.

Најзначајните промени што досега се остварени во доменот на електронското банкарство првенствено се однесуваат во доменот на рутински трансакции во банките и тоа пред се во платниот промет. Системите за електронски пренос на средства (Electronic Funds Transfer System) преставуваат прва манифестација на воведување технолошки иновации на база на примена на ИКТ така што за рана фаза на е-банкарство практично се смета воведувањето ИКТ во системите за плаќање.

Како основна компонента на системите за електронски пренос на средства се појавуваат автоматизираните клириншки куќи и елементите на т.н. далечинско банкарство. Во оваа категорија на дистрибуирани системи спаѓаат: АТМ системите, домашното банкарство, POS системите и EFTPOS системите. Нивниот развој тесно е поврзан со појавата и развојот на различните варијанти на платежни картички и електронски пари.

Развојот на електронското банкарство во голема мерка е условен од голем број различни фактори. Првенствено, мотивот поради кој банката вложува во примената на новите технологии во своето работење е желбата за конкурентска предност и поголема ефикасност со цел генерирање поголем профит. Според тоа, **факторите што предизвикаа структурни реформи во банкарство генерално се следниве:**

- Високото ниво на развој на нови компјутерски технологии погодни за примена во финансиските институции;

- Ценовната конкурентност;
- Растот на профитабилноста и ефикасноста;
- Промените во барањата на клиентите;
- Промените во меѓународните регулативи

Значи, примарната цел за воведување на системите за електронско плаќање како една од компонентите на електронското банкарство било решавањето на проблемите на системите за плаќање засновани на хартија. Но, подоцна праксата покажала дека овие процеси значат многу повеќе од замена на хартиените документи и нивни физички пренос по електронски пат т.е. дека ефикасното и ефективно користење на овие технологии бара реинженеринг на деловните процеси и меѓу односите на учесниците.

Со текот на времето бројот на трансакции во банкарството нараснал до невидени размери па така обработката на трансакциите со користење традиционални методи била речиси невоможна. Во САД и Велика Британија овој проблем бил особено изразен а се согледал од огормниот број чекови и друга банкарска документација, па проблемот се заканувал да ја загрози стабилноста на целиот финансиски систем. Поради тоа, кон средината на шеесеттите години од минатиот век преземени се мерки за автоматизација на трансакциите. Како резултат на тоа настануваат автоматските клириншки банки и големите национални платни системи како што е Federal Reserve Wire Network (Fedwire). Овие меѓубанкарски системи се развиле за плаќање на големи износи во националните граници на земјата. Но, потребата за автоматизација на трансакциите надвор од националните граници довело до создавање на меѓународен меѓубанкарски платен систем. Имено, на почетокот на седумдесеттите е основан SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication или Здружение на светски меѓубанкарски финансиски телекомуникации).

Кога во седумдесеттите години банките почнале да поставуваат своја мрежа од банкомати, сватиле дека е нерационално секоја банка да развива сопствена компјутерска мрежа. Па така, се развива идејата за стандардизација и поврзување на разнородни банкарски мрежи на еден проект т.е. проектот на мрежа на банкомати. Тоа овозможило без разлика на банката на клиентот, тој да може да биде услужен, а, банките дополнително ќе ги израмнат своите сметки. Овој систем на автоматизација се покажал исклучително

успешен, но, инвестицијата во инфраструктура на банкомати и понатаму била многу скапа.

На почетокот на 80. години од минатиот век се појавуваат првите телефонски сервиси кои масовно се применуваат, но, основен недостаток им е нивната (не)сигурност бидејќи јавните мрежи преку кои се комуницира честопати се подложни на прислушкување. Сепак, ваквиот начин на работење на банките со своите клиенти е задржан и денес, но, во изменети услови.

Појавата на персоналните компјутери и особено интернетот овозможи дел од банкарските работи да се дислоцира во домот на корисникот или на неговото работно место. Предностите не само за корисниците ами и за банката од ваквиот начин на работење набргу станале евидентни. Прво, инвестицијата во опрема и софтвер е на товар на корисникот. Потоа за ваков начин на работење не е потребен шалтер ниту шалтерски работник и не е потребна експозитура. Се што е потребно е добро осмислен софтвер и сигурни, доверливи системи за заштита.

Натаму, појавата на мобилните телефони и нивната масовна употреба отвори нови перспективи, па, голем број финансиски институции понудија комплетно мобилно работење на своите клиенти.

Имајќи го предвид сето претходно наведено, може да се заклучи дека е-банкарството донесе револуционерна промена во банкарското работење. Треба да се нагласи дека сепак тоа е се уште нова технологија и резултатите од примената допрва ќе станат видливи. Но, **досегашниот развој на технологиите и спектарот на новите сервиси со сигурност доведе до:**

- Привлекување нови корисници
- Зголемување на бројот на трансакции
- Намалување на цената на реализираните трансакции
- Зголемување на задоволството и лојалноста на клиентите
- Зголемување на профитот што го остварува банката преку нудењето нови сервиси во однос на класичните банкарски услуги

Според тоа, банките е потребно да се стреми кон исполнување на т.н. **4А (или 4С) цели** (*any place, any time, any service, any device*) или (од *секое место, во секое време, секоја услуга, од секаков уред*).