

УНАПРЕЂЕЊЕ СИСТЕМА ПЛАЋАЊА НА ИНТЕРНЕТУ КАО ФАКТОР РАЗВОЈА ДИГИТАЛНЕ ЕКОНОМИЈЕ У СРБИЈИ

IMPROVEMENT OF PAYMENT ON THE INTERNET AS A DEVELOPMENT FACTOR OF DIGITAL ECONOMY IN SERBIA

Марко Закић¹

Висока пословна школа струковних студија Блаце, Србија

Сажетак: Појава електронске трговине изазвала је и нове финансијске потребе, које се у бројним случајевима нису могле задовољити кроз традиционални систем плаћања. С друге стране, осим потребе за новим решењима, технологија електронске трговине је омогућила креирање нових система наплате или унапређење постојећих платних механизма и система. Такође, не сме се занемарити чињеница, да је ефикасна и сигурна наплата основа за даље ширење електронске трговине, јер убирање прихода као и у свакој трговини, остаје срж успешног пословања и у дигиталном окружењу. Према неким проценама, електронско плаћање, преко веба или преко неких других мрежа, повећава се годишње за око 75 милијарди долара (Kristina Knight, 2008).

Кључне речи: интернет, е-трговина, дигитална економија, системи плаћања, платне картице.

Abstract: The emergence of e-commerce has also brought new financial needs that in many cases could not meet the traditional payment system. On the other hand, apart from the need for new solutions, e-commerce technology has enabled the creation of new billing system or the improvement of existing payment mechanisms and systems. Also, we should not ignore the fact that efficient and secure payment basis for further expansion of electronic commerce, as revenue collection as well as in every store, it remains the core of a successful business in the digital environment. According to some estimates, the electronic payments via the internet or through other networks, increasing annually by about \$ 75 billion.

Keywords: Internet, e-commerce, digital economy, payment systems, payment cards.

УВОД

Током историје, економије су преобликовала од стране револуционарних проналазака. Ови продори, попут железнице, телеграфа и аутомобила - сваки је изазвао зачаран круг раста у економијама и дао им прилику да их искористе. Разлика са интернетом је та, да је глобалан сам по себи, тако да погодује развијеним и земљама у развоју.

"Интернет је један од најкомплекснијих ствари икада направљених. Подиже људску организацију на виши ниво." Као таква, дигитална економија "покреће трећи талас капитализма који

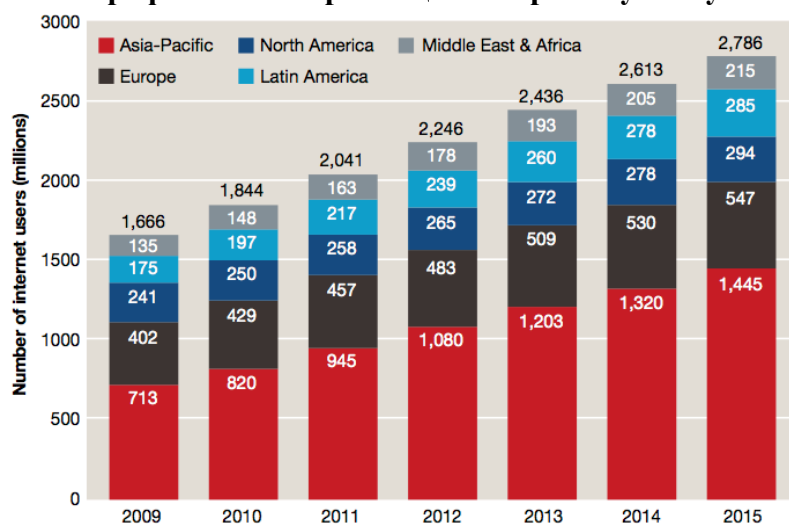
¹ m.zakic@its.rs

ће трансформисати пословање и владе, и довести до стварања изузетног богатства" широм света.²

Интернет је покренуо трансформацију многих аспеката на глобалном тржишту - од понашања потрошача до нових пословних модела. Мобилности, клауд компјутинг, пословна интелигенција и друштвени медији подупиру ову промену, која се одржава у развијеним и земљама у развоју.

Процењено је да 1,8 милијарди (готово 27%) светске популације сада користи интернет, а тај број ће порастати на скоро 2,8 милијарди (око 38%) до 2015. (eMarketer, 2011). Није изненађујуће, највећи скок ће бити у Азији, који ће чинити више од половине светских корисника интернета до 2015. Истовремено, очекује се да В2С (Business-To-Consumer) е-трговина скочи од 572 милијарди долара у 2010. на преко 1 билион долара до 2014. године. Међутим, ове цифре не укључују В2В (Business-To-Business) и онлине травел продаје, која чине далеко веће парче колача е-трговине (J.P. Morgan, 2012).

Графикон 1.: Корисници Интернета у свету



Извор: eMarketer, март 2011.

Према истраживању компаније ИДЦ,³ обим укупне светске е-трговине, када се глобалне В2В и потрошачке трансакције саберу, се процењује на 16 билиона долара у 2013. Када се на то дода тржишту дигиталних производа и услуга, које се процењује на 4,4 билиона

² John Sviokla, Partner, Strategy and Innovation Advisory Group, PwC

³ International Data Corporation, <http://www.idc.com/>

долара у 2013. - укупна величина дигиталне економије се процењује на 20,4 билиона долара, што је једнако приближно 13,8% укупне продаје кроз светску економију. Имајући у виду висину цифара, јасно је да је дигитална економија стасала.

1. ЕЛЕКТРОНСКИ НОВАЦ

Да би систем дигиталне валуте могао да оствари своју намену, неопходно је испуњење неких услова, а то је пре свега постојање могућности тренутног сравњења средстава и обезбеђење пуне безбедности трансакција, кроз снажан систем енкрипције. Неопходни су и велика брзина преноса података, једноставан и економичан приступ сервисима, као и персонални рачунари са одговарајућим софтвером.

Технологије дигиталне енкрипције и потписа (видљивих и невидљивих) управо омогућују постојање електронског новца. Ови системи укључују, једноставно речено, две врсте кључева за шифрирање: приватни, који је познат само власнику средстава и јавни, који је доступан свима. Информације које приватни кључеви шифрирају, јавни могу да дешифрирају и обрнуто.

Нове технологије електронског новца обухватају читав низ приступа у којима је монетарна „вредност”, у форми електронских сигнала, смештена било на пластичну картицу (системи картица са ускладиштеном вредношћу) или на фиксни диск у рачунару (системи дигиталног новца). Картице са ускладиштеном вредношћу тренутно обухватају две базичне технологије:

- картице са ускладиштеном вредношћу на магнетној траци (тзв. картице са магнетном пистом) и
- картице са ускладиштеном вредношћу на микрочипу (тзв. интелигентне или смарт картице).

У основи, постоје две врсте е-новца: идентификован и анониман (дигитални новац у ужем смислу). Идентификован је онај електронски новац који садржи информацију о идентитету особе која њиме манипулише и који, слично кредитним картицама, банци омогућује да прецизно прати циркулацију новчаних средстава на тржишту. Анониман е-новац ради слично папирном новцу: када се такав новац једном повуче са рачуна, више не постоји начин да му се уђе у траг, односно да се води евиденција о његовој трансакцији, што је у првом случају лако изводљиво (Станкић, 2009).

2. ИНСТРУМЕНТИ ЕЛЕКТРОНСКОГ ПЛАЊАЊА

Електронска (дигитална) готовина (енгл. Electronic or digital cash) представља електронске импулсе који се као средство плаћања размењују између учесника електронских система плаћања. Дигитална готовина је дигитална форма чувања и размене вредности која има ограничену конвертибилност у друге форме (роба, услуге), па је потребан посредник који врши процес конвертовања вредности (Видас-Бубања, 2005).

Електронски чекови (енгл. Electronic cheques) су електронски платни инструменти који се путем специјалних софтвера исписују на рачунару и преко разних комуникационих средстава упућују кориснику плаћања. Концепцијски се заснивају на класичним папирним чекovima, али имају електронски облик и потписују се и индосирају⁴ применом дигиталних потписа. Пошто су папирни чекови и даље најважнији инструмент безготовинског плаћања, сматра се да ће и њихов електронски облик бити популарнији од електронске готовине. Предности које пружају електронски чекови су: попуњавају се на сличан начин као и класични чекови, могу се користити и за плаћања малих вредности, јер систем њихове криптографске заштите их чини погодним за клиринг (Бјелић, 2000).

Платне картице се у сврху плаћања на Интернету користе већ годинама. Ипак, иако је могуће на Интернету купити ствари сопственом кредитном или дебитном картицом, то није увек и најбезбедније решење.

Довољно је да један непоуздан сајт, на коме оставите податке о вашој платној картици, постане плен злонамерних хакера, па да она постане предмет могуће злоупотребе. Међутим, исти ризик крађе података с картица постоји и приликом употребе платних картица за подизање готовог новца на банкоматима или приликом плаћања на POS терминалима у продавницама.

Оно што разликује куповину на Интернету, јесте додатна могућност обезбеђења, која се састоји у отварању посебне платне картице за куповину на Интернету.

Банке нуде већи број специјализованих картица које се не могу користити на банкоматима или у продавницама, већ су намењене само за интернет куповину (рецимо, Visa Internet или Virtuon картица).

⁴ Индосамент је техника преношења чекова у власништво другог лица и састоји се од наредбе са потписом старог власника

На ову картицу се може уплаћивати новац тек када желимо нешто да купимо и на њој никада нећемо имати више средстава него што је потребно за следећу куповину. Тако се значајно умањује штета, која може настати ако неко дође у посед података са картице и покуша да их злоупотреби.

Уз картицу која се користи за плаћање на Интернету добија се и додатну картицу која служи за уплату или подизање новца са рачуна.

Пре него што се обави плаћање на Интернету помоћу платне картице, обавезно треба проверите да ли је веза осигурана. Након тога, интернет продавница ће тражити да се одабере врста платне картице, унесе њен број, име носиоца које је уписано на картици, месец и годину истицања картице, као и безбедносни код.

Ако приликом плаћања на сајту постоји знак „3-D Secure“, „Verified by Visa“ или „MasterCard Secure Code“ знаћете да је присутан и додатни слој заштите, који се огледа у провери аутентичности трговца, његове банке и банке која је издала картицу, а корисник ће бити преусмерен на посебно заштићен сајт ради уношења података о плаћању.

Потврда о обављеном плаћању стиже на имејл адресу и њу би требало чувати као доказ о уплати, ради евентуалне рекламације, повраћаја новца и сл.

2.1. Сервиси за посредовање у плаћању на Интернету

Постоји више различитих сервиса за посредовање у куповини на Интернету, који се међусобно разликују по начину посредовања.

Најпопуларнији сервис за посредовање у безбедном обављају платних трансакција на Интернету су рецимо Google Checkout, Skrill/Moneybookers, PayPal и други, док је у Србији популаран ваучерски систем QVoucher. Неки сајтови су развили сопствене системе за посредовање у безбедном обављању купопродајних трансакција⁵ или, у ту сврху, користе сличне специјализоване сервисе других фирми (тзв. escrow системи).

3. СИСТЕМИ ПЛАЋАЊА НА ИНТЕРНЕТ

Чак 87% сајтова који се баве е-трговином не користе неки провајдер за наплату производа/услуга, 8% сајтова који се баве трговином наплаћују преко неког иностраног провајдера, док свега

⁵ домаћи пример је аукцијски сајт <http://limundo.com>

5% то обавља преко провајдера у Србији (ФТН Нови Сад и МТУ РС, 2012).

Непостојање система наплате електронским плаћањима у огромном проценту представља доказ више пута истицаног доминантног проблема е-трговине у Србији са системима електронске наплате.



Извор: Министарство спољне и унутрашње трговине и телекомуникација РС, 2012.

Како би нека банка имала могућност пружања услуге наплате картица путем Интернета за своје клијенте (компаније), потребно је да банка има одређени статус код конкретног картичара (Visa, MasterCard), који у овој држави тренутно испуњава 5 или 6 банака. У зависности од пословне политике банака зависи и њихова пословна одлука да ли уопште желе да испуне предуслове картичарских компанија да би омогућиле систем наплате путем Интернета.

Банке нису заинтересоване за имплементацију онлајн процесинга интернационалним картицама због великих трошкова имплементације и очекиваних малих прихода у односу на остале услуге које банке пружају.⁶

Да би нека банка ушла у процес кандидовања за могућност наплате најчешће коришћених картица путем Интернета, потребна су значајна средства (Visa и MasterCard према званичној политици пословања појединачно наплаћују увођење онлајн система наплате по тарифи од 150 000 евра – укупно 300 000 евра), и одређени предуслови које испуњава веома мали број банака у Србији (неколицина банака у Србији задовољава услове за могућност онлајн

⁶ Сви детаљи о потребним условима за онлајн процесирање картица и тренутни статус заинтересованости банака за увођење ове услуге може да се провери преко Удружења банака Србије.

процесирања картица Visa и MasterCard према званичној пословној политици ових компанија).

Поред наведених система плаћања и наплате путем Интернета постоје и неки додатни, алтернативни домаћи системи као што су Q-voucher, m-payment, PikPay, или Limundo Cash, зависи од способности компанија власника ових система. Овакви системи плаћања и наплате могу постати значајније заступљени што се у последњих неколико месеци дешава са системом плаћања Q-voucher.

Обзиром на постојање проблема електронске наплате, као последица појављују се интернационални системи наплате (као што је 2CO.com) и њихов број ће бити све већи у случају да се ускоро не појави већи избор услуга из области пејмент провајдинга (payment providing).

PayPal, један од најпознатијих сервиса за плаћање преко интернета доступан је и код нас од 10. априла 2013. године. За ово време, колико тај електронски сервис код нас ради, интернет корисници могу само да купују у иностранству.

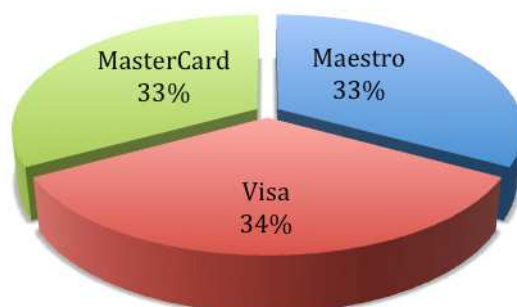
Препрека да грађани Србије отварају онлајн продавнице, међутим, јесу прописи Народне банке, који морају да буду промењени да би све у интернет трговини било у складу са законом.

Сада је потребно да Народна банка Србије измени регулативу која је у њеној надлежности да би могли у да продајемо преко “Пејпала”. У Србији не можемо да плаћамо никако другачије него у динарима, а на “Пејпалу” не постоји та опција. И ако ја, на пример, одлучим да отворим онлајн продавницу ципела, одмах ћу имати проблем с валутом у којој ће да ми плаћају.⁷

Када је реч о врсти картица које се нуде као могућност за плаћање на иностраном тржишту, готово у истом проценту су заступљене три врсте картица: Visa, Maestro и MasterCard (ФТН Нови Сад и МТУ РС, 2012).

⁷ Зоран Торбица, директор Центра за развој интернета, 24sata.rs, <http://www.24sata.rs/vesti/ekonomija/vest/prodaja-preko-pejpala-tek-kad-se-promene-propisi/89342.phtml> (05.06.2013.)

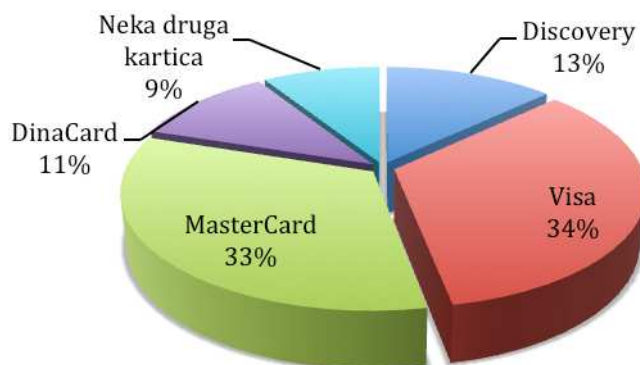
Графикон 3.: Могућност плаћања картицама које нуде е-трговци на иностраном тржишту



Извор: Министарство спољне и унутрашње трговине и телекомуникација РС, 2012.

У Србији постоји могућност једноставне имплементације интернационалне картице Diners, али је број домаћих корисника ове картице веома мали, па се ни сами е-трговци веома ретко одлучују да имплементирају овај систем наплате, иако је то могуће урадити, и процедура је једноставна и јефтина.

Графикон 4.: Могућност плаћања картицама које нуде е-трговци на домаћем и на иностраном тржишту



Извор: Министарство спољне и унутрашње трговине и телекомуникација РС, 2012.

Поред картица које се користе само на иностраном тржишту, на домаћем тржишту је у значајном проценту присутна и домаћа ДИНА картица.

Е-трговци који послују глобално, на свим тржиштима поред наведених могућности плаћања картицама, нуде плаћање Маестро картицом (Maestro), Динерс (Diners), Експрес (Express), Амекс (Amex) и ЈЦБ (JCB) картицама.

4. УНАПРЕЂЕЊЕ СИСТЕМА ПЛАЋАЊА НА ИНТЕРНЕТУ

Сви учесници у процесу е-трговине у Србији су истакли побољшање могућности плаћања односно наплате на Интернету као највећи проблем остваривања квалитетније е-трговине. У том контексту, наводе се следеће сугестије у вези са побољшањем ситуације на пољу плаћања и наплате преко Интернета:

1. Промоција плаћања и наплате путем постојећих е-банкинг система

Побољшање могућности домаће е-трговине веома брзо и ефикасно се може извести промоцијом система плаћања и наплате путем постојећих е-банкинг система. Проблеми уочени у овој области су следећи:

- Е-трговци у већини немају свест о могућностима (једноставност) овог система плаћања и наплате (генерално низак ниво знања и свести о могућностима е-трговине).
- На Веб сајтовима е-трговаца у већини случајева не постоји експлицитно наведена могућност плаћања путем банкинг система, који подсећају купце да овакав систем плаћања могућ.
- Велики број постојећих корисника е-банкинг система (физичка лица) не размишља о могућности плаћања путем е-банкинга када се нађе на продајном Веб сајту.
- Одређени број банака има дуготрајне процедуре за остварење е-банкинга физичких лица.
- Е-банкинг (али и остале видове електронског плаћања) не могу да остварују особе које немају отворене рачуне у банкама (преко 2 милиона становника Србије).

Ова мера се може најбрже и најједноставније применити, од свих предложених мера у циљу побољшања услова за е-трговину у Србији, и у оквиру ње би требало још омогућити:

- Промоција могућности е-банкинга за е-трговце и е-купце.
- Договор са банкама о изједначавању могућности е-банкинга за правна и физичка лица.

- Промоција рачуна специјално намењених е-банкингу – Електронска општа уплатница (једноставна процедура отварања рачуна у банци).

2. *Израда прописа који ће створити услове за улазак на тржиште већег броја банака које ће нудити могућност наплате платним картицама*

У Србији тренутно само једна банка омогућује Интернет наплату преко најзаступљенијих картичарских система (Visa, MasterCard), и цене ових услуга за компаније су превисоке (трошкови трансакција), искључиво због непостојања конкуренције. Једна банка (Banca Intesa) има *de facto* монопол на наплату најчешће коришћених картица путем Интернета и држи високе провизије за коришћење овог сервиса. Законски не постоји ограничење, већ остале банке не проналазе пословни интерес за имплементацију онлајн процесинга картица.

Овде се уочавају следећи проблем:

- Да би нека банка ушла у процес кандидовања за могућност наплате најчешће коришћених картица путем Интернета, потребна су значајна средства, и одређени предуслови које испуњава веома мали број банака у Србији (неколицина банака у Србији задовољава услове за могућност онлајн процесирања картица Visa и MasterCard према званичној пословној политици ових компанија).
- Банке нису заинтересоване за имплементацију онлајн процесинга интернационалним картицама због великих трошкова имплементације и очекиваних малих прихода у односу на остале услуге које банке пружају.
- У Србији постоји могућност једноставне имплементације интернационалне картице Diners, али је број домаћих корисника ове картице веома мали, па се ни сами е-трговци веома ретко одлучују да имплементирају овај систем наплате, иако је то могуће урадити, и процедура је једноставна и јефтина. Овај систем наплате има традиционално високе провизије по трансакцији.
- Банке имају могућност примене домаће ДИНА картице која има разрађену (веома квалитетну) варијанту наплате путем Интернета, уз једноставну и јефтину имплементацију (трошак банке за увођење овог система наплате је веома мали). Проблем је у потреби замене постојећих ДИНА картица (ако се другачије не договори са НБС, која и даље стоји иза ове картице). Највећи проблем лежи у незаинтересованости банака

за овај систем плаћања, јер је позадина креирања ове картице политичка, па банке не могу да процене колико дуго ће опстати ова картица.

Наведени проблеми захтевају одређене активности како би се омогућило брже решавање истих, сугестије су:

- Одређивање прецизне ситуације са плановима банака за имплементацију наплате платним картицама путем Интернета.
- Обавештавање јавности о могућностима Интернет плаћања и наплате путем Динерс картице.
- Састанак са НБС и представницима банака на тему што једноставније имплементације могућности онлајн плаћања и наплате ДИНА картице.
- Промоција могућности домаћих плаћања и наплате преко Интернета са ДИНА картицом.

3. Промоција варијанти платних картица које имају могућност плаћања путем Интернета

Већина банака нема свест о значају онлајн плаћања и наплате, и практично спутавају своје кориснике са аспекта коришћења картица на Интернету из разлога побољшане сигурности ако се не обављају онлајн плаћања. У том смислу, очени проблем су:

- Велики број банака у Србији саветује кориснике да не користе картице на Интернету, а код неких банака се чак и у уговорима о коришћењу картица које имају могућност плаћања преко Интернета стављају клаузуле у вези са забраном коришћења картице на Интернету.
- У неким банкама постоји генерално подстицање корисника да користе Интернет плаћања, али се често дешава да запослени службеници поступају супротно са званичним ставовима банака о Интернет плаћањима и саветују кориснике да не користе картице за Интернет плаћања.

Као сугестија у вези са решавањем наведених проблема, препоручује се:

- Израда прописа којима ће се подстаћи активније учешће банака у онлајн систему плаћања.
- Подстицање електронских начина плаћања преко Интернета као најбржих и најповољнијих.
- Договор са банкама на тему промоције Интернет плаћања платним картицама.

5. ЗАКЉУЧАК

Веб продавнице за групну куповину, које доживљавају значајну експанзију у последњих неколико месеци, промовисале су једноставност куповине путем Q-voucher система плаћања за све оне категорије корисника Интернета који немају поверење у плаћање картицама. Код ове врсте е-продавница преко 70 одсто свих продаја остварује се преко класичне и електронске опште уплатнице, уз доминацију плаћања класичном општом уплатницом.⁸ У последњих 6 месеци систем плаћања Q-voucher у просеку се процентуално исто или више користи на овим веб сајтовима у односу на плаћање картицама.

У случају да се у наредном периоду од годину или две дана значајније не побољша ситуација са могућностима онлајн наплате, процењује се да ће интернационални сервиси за наплату платних картица значајније ући на домаће тржиште.

Појавом већег броја интернационалних сервиса за плаћање платним картицама, смањују се приходи банака и повећава се могућност појаве већег процента сиве економије у е-трговини, обзиром да се овакви системи наплате формално појављују у процесу е-трговине као посредници у продаји (што је сасвим легална форма интернационалног пословања). Ови интернационални посредници у продаји омогућују различите варијанте исплате прихода, које укључују и системе које је немогуће финансијски пратити у Србији (поред легалне уплате на девизни жиро-рачун компаније).

ЛИТЕРАТУРА

1. Colecchia, A. and P. Schreyer (2002b), *ICT Investment and Economic Growth in the 1990s: Is the United States a Unique Case?* A Comparative Study of Nine OECD Countries. *Review of Economic Dynamics* 5, 408442.
2. eMarketer 2011., <http://www.emarketer.com/>
3. Guerrieri, P. and P.-C. Padoan, eds. (2007), *“Modelling ICT as a General Purpose Technology: Evaluation Models and Tools for Assessment of Innovation and Sustainable Development at the EU level.”* Report prepared for the European Commission, Collegium 35, College of Europe, Bruges, Belgium.

⁸ Извор: Kupime.com i Kolektiva.rs

4. J.P. Morgan (2012). *US, Global e-Commerce Industry Set For Significant Growth*, J.P. Morgan Report, US
5. Kristina Knight (2008). *Forrester: online shopping growth to slow*, BizReport, Copenhagen, Denmark.
6. OECD (2012b), *Report on Consumer Protection in Online and Mobile Payments*, OECD, Paris.
7. Бјелић, П. (2000). *Електронско трговање*, Институт за међународну политику и привреду, Београд.
8. Видас-Бубања, М. (2005). *Е-ПОСЛОВАЊЕ: Менаџмент, технологије, апликације*, Београдска пословна школа, Београд.
9. Станкић, Р. (2009). *Електронско пословање*, Економски факултет, Београд.
10. ФТН Нови Сад и МТУ РС (2012). *Истраживање и анализа постојећег стања у електронској трговини и предлози развоја електронске трговине у Србији*, Београд.

Рад је примљен: 30.03.2014.

Рад је прихваћен за штампање: 05.10.2014.