

MODELI JAVNIH NABAVKI U SISTEMU ODBRANE I ELEKTRONSKA TRGOVINA

Branko Tešanović, Miloš Dašić
Vojna akademija u Beogradu

Sadržaj: *Da bi se adekvatno zadovoljile potrebe svih korisnika informacija o snabdevanju Ministarstva odbrane, potrebno je razraditi model kibernetičke organizacije upravljanja i kontrole izvršenja svih procesa u sistemu. Izučavanjem koncepta elektronskih javnih nabavki, odnosno elektronske trgovine, koji je još uvek u fazi razvoja, potrebno je izraditi početni model koji bi se mogao implementirati. Primenom takvog modela povećala bi se transparentnost, smanjila mogućnost zloupotrebe i korupcije, smanjili troškovi Vojske Srbije i privrednih subjekata, konkurencija bi se poboljšala, kao i kvalitet nabavke i pristup informacijama što je bitno u uslovima ograničenih resursa gde racionalno i ekonomično obezbeđenje sredstava u oblasti odbrane sve više dobija na značaju ne samo u zemljama u tranziciji, među kojima je Srbija, već i u razvijenim zemljama.*

Ključne reči: *snabdevanje, javne nabavke, model, Ministarstvo odbrane, elektronske javne nabavke, elektronska trgovina.*

1. Uvod

Elektronsko poslovanje se pojavilo sedamdesetih godina 20-og veka, sa pojavom elektronskih sistema plaćanja. Evolucija elektronskih sistema plaćanja se kretala od razvoja interbankarskih sistema zatvorenih mreža (kao na primer *S.W.I.F.T.*) i elektronskog transfera sredstava (*electronic funds transfer - EFT*) na mestu kupovine (*point-of-sale - POS*), do plaćanja na otvorenim mrežama, kao što je Internet (*Cyber payments*).

Pre elektronskih komunikacionih sistema u poslovnoj komunikaciji su primenjivani telekomunikacioni sistemi: telegram, telefon, teleks i telefaks. Ubrzo se, zahvaljujuću dinamičnom razvoju informacionih tehnologija i njihovom primenom u telekomunikacijama pojavljuju i drugi sistemi elektronskih komunikacija: elektronska pošta (*E-mail*), koja je bila prva korišćena za privatno, a kasnije i za poslovno komuniciranje i elektronske konferencije (*computer conferencing systems*) kao najnoviji sistemi.

Najnovije aktivnosti elektronskog poslovanja, koje se razvijaju su: elektronska proizvodnja (*electronic manufacturing*) i elektronska distribucija (*electronic distribution*).

Elektronska proizvodnja predstavlja proizvodnju proizvoda u informacionom okruženju, koja je danas, usled stepena razvijenosti tehnologije, ograničena na elektronske proizvode. Ti proizvodi se mogu proizvesti i egzistirati u informacionim sistemima dok se elektronskom distribucijom, ili čak fizičkom, ne dostave krajnjem korisniku.

Tabela 1: *Razvoj aktivnosti elektronskog poslovanja*

period	Aktivnost
1970	Elektronska plaćanja
1980	Elektronske komunikacije
1990	Elektronska trgovina
2000	Elektronska proizvodnja i distribucija

U poslednjih 20 godina na svetskom tržištu je zabeležen porast broja multinacionalnih i tansnacionalnih kompanija. One kao veliki ponuđači, a i kupci proizvoda i usluga su uzeli primat na svetskom tržištu pa mala i srednja preduzeća bukvalno da ne mogu da se nose sa tim kompanijama i njihovim masovnim sistemom proizvodnje. Upravo elektronsko poslovanje i njegovi elementi su ti koji mogu da učine da mala i srednja preduzeća konkurentno istupaju na svetsko tržište. Naime, zahvaljujući informacionim tehnologijama i Internetu, preduzeća će moći da savladaju prostorne barijere na lakši i jeftiniji način nego što je to bio do sada slučaj.

Značaj elektronskog poslovanja se ogleda u:

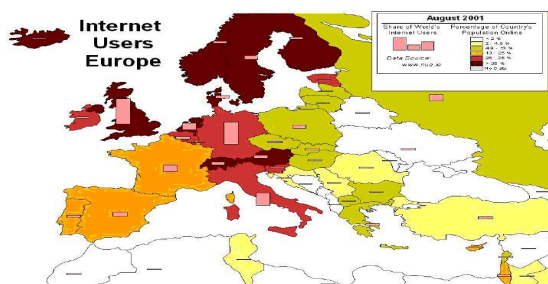
- smanjenju angažovanja radne snage u poslovnim procesima koji ne dovodi do rasta nezaposlenosti jer se kapital koji se oslobodi ovom prilikom preusmerava i angažuje u drugim delatnostima i tako dolazi do otvaranja novih radnih mesta,
- porasti produktivnosti rada,
- smanjenju troškova poslovanja,
- porastu potreba za visoko obrazovanim kadrom,
- malom početnom kapitalu i
- globalizaciji tržišta.

2. Elektronsko poslovanje i elektronska trgovina u Srbiji

Elektronsko poslovanje u Srbiji je određena novina u svakom pogledu ako se uzmu u obzir dosadašnji načini poslovanja i svetski trendovi u ovoj oblasti. Kao jedan od razloga spore implementacije sistema elektronskog poslovanja u Srbiji je taj što su u preduzećima bili zastupljeni zastareli informacioni sistemi koji su razvojem novih tehnologija postali prevaziđeni i koji se moraju zameniti novim, a taj proces u većini preduzeća ide otežano.

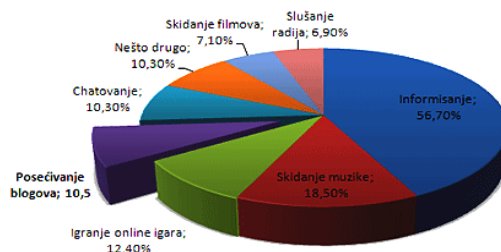
Internet je mreža koja objedinjava najveći broj subjekata u svetu i kao takav on

je značajan poslovni kanal, a i na njemu se ostvaruju najniži troškovi komunikacije u odnosu na privatne komunikacione mreže. Broj korisnika Interneta u Srbiji je relativno mali, upoređujući prema broju korisnika u razvijenim zemljama sveta. Međutim, ako uporedimo broj korisnika Interneta u Srbiji sa brojem korisnika u susednim državama videćemo da naša zemlja ne zaostaje za drugim državama u tranziciji.



Slika 1. Korisnici interneta u Evropi¹

U Republici Srbiji, 91,5% preduzeća ima Internet priključak, što je za 0,9% više u odnosu na 2007. godinu, a za 1,3% više u odnosu na 2006. godinu. Analiza preduzeća prema veličini pokazuje da od ukupnog broja velikih preduzeća Internet priključak poseduje 96,8%. Kada je reč o srednjim preduzećima, Internet priključak ima 96,1% preduzeća. Situacija je neznatno drugačija kod malih preduzeća, gde 89,9% tih preduzeća ima Internet priključak.²



Slika 2: Korišćenje interneta u Srbiji³

Prema aktivnostima koje se obavljaju, elektronsko poslovanje se može razvrstati na nekoliko oblasti poslovanja koje nisu strogo izdvojene već se međusobno prepliću, i to⁴:

- elektronske usluge (učenje na „daljinu“, knjigovodstvene usluge na

¹ Izvor: Internet, http://www.link-learning.com/linkdl/mestoZaUploadFajlove/IIT_38_slika1.JPG

² Republički zavod za statistiku Srbije, studija: *Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Srbiji, 2008. godina, Beograd*

³ Izvor: Internet, <http://img299.imageshack.us/img299/3117/blogsrbijar16.gif>

⁴ Predrag Bjelić: „Elektronsko poslovanje u Jugoslaviji i perspektive razvoja“, Centar za proučavanje informacionih tehnologija, Beogradska otvorena škola, oktobar 2002. Godine, str.4

„daljinu“..),

- elektronsku trgovinu (naručivanje, naplata i isporuka robe),
- elektronske finansije (bankomati, kreditne kartice...),
- elektronske komunikacije (e-mail, elektronska razmena dokumenata...),
- elektronsku proizvodnju (softveri, elektronske prezentacije).

Elektronska trgovina osim procesa naručivanja robe podrazumeva i elektronsku naplatu za prodatu robu, elektronsku isporuku prodate robe kao i elektronske usluge koje dolaze nakon prodaje. U prvoj fazi razvoja elektronske trgovine u Srbiji samo je proces naručivanja robe išao preko Interneta, dok se plaćanje za robu obavljalo pouzecom uz fizičku isporuku robe. Elektronska distribucija i elektronske prodajne usluge, koje čine treću fazu razvoja elektronske trgovine u Srbiji i koja nas vodi ka totalnoj elektronskoj trgovini, obezbeđuje mali broj elektronskih proizvoda. Budući da je elektronska distribucija tehnički ograničena mogućnošću elektronizacije (pretvaranja u elektronski oblik) proizvoda, ona se uglavnom vrši kod prodaje softvera preko Interneta i elektronskih knjiga. Primenom input - output analize dolazi se do zaključka da elektronska trgovina, prosečno, učestvuje 29,6% u novostvorenoj vrednosti u društvenom proizvodu 14 industrijski razvijenih država, u prvoj polovini devedesetih godina XX veka, a da je taj procenat danas znatno veći.

3. Model procesa elektronske javne nabavke u Ministarstvu odbrane

Da bi se adekvatno zadovoljile potrebe svih korisnika informacija o snabdevanju Ministarstva odbrane potrebno je razraditi model kibernetске organizacije upravljanja i kontrole izvršenja svih procesa u sistemu snabdevanja.

Odlukom je predviđeno da je za nabavku pokretnih stvari i usluga nadležan rukovodilac organizacione jedinice Ministarstva odbrane, osim onih pokretnih stvari koje su date u nadležnost drugim organima.

Izučavanjem koncepta elektronskih javnih nabavki, koji je još uvek u fazi razvoja, predlažemo početni model organizovanja elektronskih javnih nabavki koji bi se mogao implementirati u sistemu snabdevanja Vojske Srbije, kao jednoj od najbitnijih funkcija u Vojski Srbije i Ministarstvu odbrane. Elementi ovog modela bili bi: e-aukcije, e-tender i dinamički sistem nabavki, menadžment ugovaranja, menadžment nabavki i menadžment prodaje.

Menadžment nabavki bio bi odgovoran za kreiranje i pripremu elektronskih tendera i elektronskih aukcija, kao i za stvaranje same strukture sistema za realizaciju elektronskih javnih nabavki.

Elektronski tender bi obuhvatio *online* prikupljanje ponuda, preuzimanje tenderske dokumentacije, potvrda prijema ponuda; otvaranje ponuda i objavljivanje dodele ugovora (sve operacije bi se obavljale *online*).

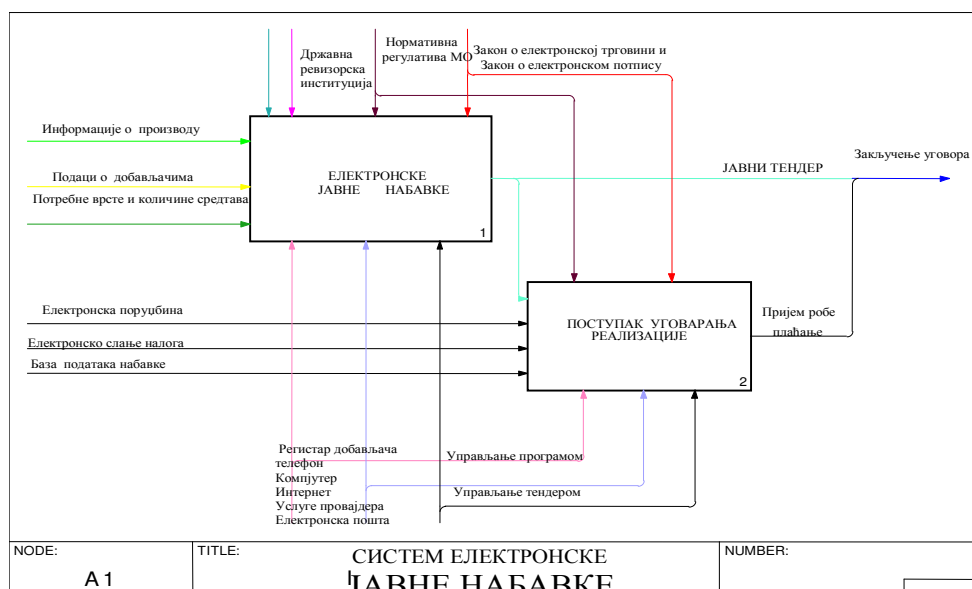
Elektronske aukcije podrazumevale bi mogućnost sprovođenja rastuće i opadajuće aukcije. Rastuća aukcija bi se koristila prilikom prodaje viška nepotrebnih stvari, a opadajuća aukcija prilikom nabavke standardnih stvari, proizvoda i usluga. E-katalozi su uobičajena vrsta kataloga koju dobavljači objavljuju na Internetu. U elektronskoj *revers* aukciji, kupac inicira aukciju sa specifikacijom svog zahteva. Tokom aukcije dobavljači su u prilici da prihvate ponuđene zahteve i da vide trenutne ponude ostalih dobavljača. Kada istekne vreme aukcije, ponuđači potvrđuju svoju konačnu

ponudu i vide konačne ponude ostalih dobavljača. Nasuprot „Engleskoj aukciji“ koju inicira prodavac i gde cena raste tokom nadmetanja, u *revers* aukciji cena pada tokom aukcije sve do poslednje ponude poznate svim dobavljačima. U nekim slučajevima, veliki dobavljači mogu da se udruže i da dobiju veće popuste na količini i tako ponude veću količinu i nižu cenu proizvoda što je za vojsku kao sistem izuzetno dobro.

Menadžment ugovaranja je neizostavni elemenat sistema čiji je zadatak da elektronski podrži sve procese prilikom zaključivanja i realizacije ugovora. Tako bi, npr., menadžment ugovaranja vršio *online* isplate dobavljačima.

Menadžment prodaje, osim organizovanja prodaje velikog broja suvišnih pokretnih stvari na tržištu, imao bi zadatak da formira i održava bazu podataka o dobavljačima, odnosno skladišti sve relevantne informacije o ranijim i trenutnim dobavljačima kako bi se u svakom trenutku mogla dobiti pouzdana informacija o konkretnom dobavljaču.

Proces „Funkcionisanje sistema elektronske javne nabavke“ se dekomponuje na potprocese prikazane na Slici 3.



Slika 3. Dekompozicioni dijagram koncepta elektronske javne nabavke

Postoje dve faze otvorenog postupka javne nabavke, odnosno dva potprocesa. Ulazne informacije u potproces „*I. faza otvornog postupka javne nabavke*“ se odnose na: brojno stanje potrošača (lica po kategorijama); rezerve određenih sredstava i proizvodne mogućnosti privrednih subjekata. Kontrolni elementi su: Regulatorna za logistiku, Zakon o javnim nabavkama, Državna revizorska institucija, Zakon o elektronskoj trgovini i Zakon o elektronskom potpisu, a mehanizme čine: privredni subjekti, preduzeća, dobavljači, informacione i komunikacione tehnologije.

Izlazne informacije čine prikupljanje ponuda, preuzimanje tenderske dokumentacije, potvrda prijema ponuda, otvaranje ponuda, objavljivanje dodele ugovora i zaključenje ugovora.

Potproces "2. faza Otvorenog postupka javne nabavke" dekomponuje se na potprocese: dostavljanje konkursne dokumentacije, prijem i javno otvaranje ponuda, izbor najpovoljnije ponude, saglasnost direkcije za imovinsko-pravne poslove, zaključenje ugovora i obaveštenje o dodeli ugovora u Službenom glasniku.

Potproces „Restriktivni postupak javne nabavke“ se sastoji od utvrđivanja tenderske dokumentacije, poziva za aukciju, kao i prikupljanje ponuda pomoću portala i elektronskog kataloga. Ulazne informacije u proces su zahtevi i potrebe jedinica za određenim sredstvima, izveštaj o stanju zaliha u magacinima u logističkoj bazi i ostalim jedinicama Vojske Srbije. Izlazne informacije iz ovog potprocesa su slanje ponuda i elektronsko slanje naloga i porudžbina za nabavku potrebnih sredstava.

Postojao bi i proces "Postupka sa pogađanjem bez objavljivanja" koji bi podrazumevao izradu dokumenata realizacije i dekomponovao bi se na potprocese: izradu porudžbine, elektronsko slanje naloga i potvrdu o prijemu robe. Ulaznu informaciju u procese činili bi podaci o vrstama i količinama potrebnih sredstava za naručioca, vršila bi se izrada i elektronsko slanje naloga za preuzimanje sredstava od dobavljača, a na osnovu brojnog stanja potrošača i norme pripadanja određenih sredstava. Izlazna informacija iz procesa bile bi proračunate količine nedostajućih sredstava, koja ustvari predstavlja ulaz u proces "Izrada zahteva za popunu", gde se navode sva sredstva koja nedostaju jedinicama.

Primenom modela elektronskih javnih nabavki povećala bi se transparentnost, omogućilo praćenje i kontrola procesa javnih nabavki u Ministarstvu odbrane i Vojsci Srbije, smanjili troškovi Vojske Srbije koji nastaju sprovođenjem postupaka javnih nabavki, ali i troškovi privrednih subjekata koji konkurišu za dobijanje poslova nabavki za potrebe Vojske Srbije. Konkurencija bi se pojačala, što bi uzrokovalo sniženje cena i poboljšanje kvaliteta nabavke. Pristup informacijama od javnog značaja bio bi neuporedivo brži nego što je to trenutno.

Predstavljeni model sistema elektronskih javnih nabavki u Vojsci Srbije značio bi pionirski pokušaj u uvođenju i razvoju sistema elektronskih javnih nabavki koji bi se dalje nadograđivao i čije pozitivne efekte bi osetili kako organi Ministarstva odbrane i Vojske Srbije tako i privredni subjekti i društvo u celini.

Model elektronske javne nabavke u Vojsci Srbije verno opisuje realni sistem, a svi zahtevi za informacijama koji se postavljaju u realnom sistemu biće zadovoljeni preko tog modela. Zbog toga je za njegovo postavljanje korišćen pristup direktnog modelovanja. Takav pristup modelovanju podataka, bez uzimanja u obzir konkretnih zahteva za obradama, ima za cilj da se podaci, zajedno s njihovom opštom strukturom, organizuju i memorišu sa što manje redundanse.⁵ Kao model podataka odabran je model objekti – veze jer je veoma jednostavan, s malim brojem koncepata i lako razumljiv za korisnike. Ovaj model raspoložive semantički bogatim i korisniku bliskim konceptima, pa se najčešće koristi u modelovanju. Njegova dobra osobina je da se lako transformiše u bilo koji od komercijalnih modela podataka.

Analizom sistema elektronskih javnih nabavki u Vojsci Srbije, identifikovani su sledeći entiteti u vremenu:

⁵ Zagušenje nepotrebnim informacijama

Elektronski dokument - skup podataka u elektronskom obliku koji se koristi za poslovanje;

Elektronska poruka - niz podataka koji su elektronski generisani, poslani, primljeni ili sačuvani na elektronskim, optičkim i drugim medijumima;

Elektronski ugovor - ugovor u elektronskom obliku koji je zaključen razmenom elektronskih poruka i u kome ugovorne strane svoju saglasnost na uslove koji su u njemu navedeni potvrđuje elektronskim potpisom;

Elektronski potpis - skup podataka u elektronskom obliku koji je pridružen elektronskim porukama ili dokumentima i služi kao metod za identifikaciju potpisnika;

Verifikacija elektronskog potpisa - postupak utvrđivanja autentičnosti potpisnika elektronske poruke koji se vrši primenom sredstava i podataka za verifikaciju elektronskog potpisa;

Pošiljalac elektronske poruke - potpisnik elektronske poruke koji je lično poslao datu elektronsku poruku, ili je poruka poslata u njegovo ime i u skladu sa njegovom voljom. Posrednik u prenosu elektronske poruke ne smatra se pošiljaocem te elektronske poruke;

Primalac elektronske poruke - lice koje je primilo elektronsku poruku, bilo je verifikator elektronskog potpisa te poruke, ili je potpis verifikovan u njegovo ime i u skladu sa njegovom voljom. Posrednik u prenosu elektronske poruke ne smatra se primaocem te elektronske poruke;

Elektronski sertifikat - elektronsko uverenje kojim se potvrđuje veza između podataka za verifikaciju elektronskog potpisa i identiteta potpisnika;

Vremenski pečat - elektronsko uverenje koje je izdalo ovlašćeno lice i kojim se potvrđuje da sadržaj određenog elektronskog dokumenta nije izmenjen od trenutka overe.

Predstavljeni model mogu da koriste vojne jedinice nadležne za nabavku i ponuđači koji žele da dobiju ugovor o nabavci za vojne potrebe. Ove dve grupe mogu se povezati preko Interneta, kako bi mogli da pretražuju podatke koji su memorisani u bazi podataka. Pristup korisnika može da se odredi upoređivanjem njihove lozinke koja je memorisana u toj bazi podataka. Kada naručilac želi da sprovede nabavku, može da komunicira sa sistemom preko korisničkog interfejsa traženjem sličnih slučajeva u bazi podataka nabavke. Najbolje je da se preuzmu iskustva Evropske unije i koristi rečnik nabavke u kojem bi bili grupisani svi proizvodi i gde bi im bilo dodeljeno elektronsko ime.

Procedura elektronske nabavke koja bi se realizovala kroz predstavljeni model obuhvatila bi pripremu konkursne dokumentacije za raspisivanje tendera i njeno pretvaranje u elektronski oblik, a zatim i objavljivanje i oglašavanje elektronske javne nabavke. Zainteresovani ponuđači podnosili bi ponude i uplaćivali garancije elektronskim putem. Nakon isteka roka za podnošenje ponuda vršio bi se pregled ispravnosti ponuda i ukoliko nema dovoljno ispravnih ponuda, nabavka bi se prekinula, a ukoliko je dovoljan broj ponuđača podneo ispravne ponude, nastavio bi se postupak pregleda i procene ponuda i izbora najpovoljnije ponude, osim ukoliko nije postignuta minimalna cena koja odgovara naručiocu. Ukoliko dva ili više dobavljača ponude istu minimalnu cenu, nastavlja se *online* takmičenje u virtualnoj sobi za osvajanje tendera i ponuđač koji ponudi najnižu cenu dobija poslove. Rezultati nadmetanja moraju da budu javni, a potpisivanje ugovora mora da bude izvršeno u okviru pravno propisanog perioda.

Da bi pristupili portalu, naručiocu i ponuđaču prethodno prolaze postupak inicijacije, gde se registruju i ukoliko zadovoljavaju uslove, dobijaju korisničko ime i lozinku.

Postupak nabavke je zvanično uspostavljen kada se novi predmet nabavke pošalje u bazu podataka. Posle uspostavljanja predmeta nabavke, kupci će moći, preko korisničkog interfejsa, da otvore, ispitaju, odaberu ponude i potpišu ugovore, a u isto vreme sistem će prihvatiti i implementirati najnovije podatke o nabavci.

Internet-stranica „podaci o proizvodu“ sadržala bi specifične vojne standarde na osnovu kojih se vrši nabavka konkretnog proizvoda, dok bi preko internet stranice „uzorak dokumenta“ mogli da se nađu uzorci dokumenata o raspisivanju elektronske nabavke i ponudama na tenderu, ugovorima i finansijskim izveštajima, instrukcije o davanju ponuda na tenderu, strana sa cenom ponuđenom na tenderu i zapisom o početnoj ponudi. Internet stranica bi bila prilagođena tako da korisnici mogu da preuzmu uzorke elektronskih dokumenata koji su im potrebni za učešće u postupku. Nakon izbora najpovoljnijeg ponuđača, podaci o nabavci šalju se i skladište u bazi podataka o nabavci. Ponuđači preuzimaju konkursnu dokumentaciju u Upravi za snabdevanje, preko ovlašćenih predstavnika koji dolaze lično u prostorije Uprave i svojim potpisom potvrđuju preuzimanje konkursne dokumentacije. Garancija za izvršenje podnete ponude daje se podnošenjem menice ili polaganjem depozita u banci; pomoću operativnog sistema elektronske nabavke, ova uplata se može izvršiti elektronskim transferom sredstava.

Primenom modela elektronskih nabavki za potrebe Vojske Srbije, kruženje poslovnih informacija će biti brže, a stepen nadmetanja će se povećati, što će Vojsci smanjiti troškove transakcija i nabavke. Istovremeno, zbog transparentnosti poslovnih informacija, mogućnosti zloupotreba i korupcije značajno bi se smanjile.

Znanje i iskustvo o ponuđačima koji su dobili ugovore o nabavci za potrebe Vojske Srbije, u narednom periodu, pomoglo bi naručiocima koji bi koristili iskustvene informacije iz baze podataka o nabavkama, čime bi povećali kvalitet informacija o tržištu i sprečili mogućnost da ponuđač koji to ne zaslužuje ponovo dobije vredne poslove.

4. Zaključak

U uslovima ograničenih resursa, racionalno i ekonomično obezbeđenje sredstava u oblasti odbrane sve više dobija na značaju ne samo u zemljama u tranziciji, među kojima je Srbija, već i u razvijenim zemljama. Zbog toga je trošenje budžetskih sredstava uopšte predmet kontrole, a posebno trošenja sredstava u budžetu odbrane.

Jedan od osnovnih uslova za izbor najpovoljnije ponude i uspešno izvršenje nabavke je blagovremeno definisanje kriterijuma efikasnosti i njihova dosledna primena u postupku dodele ugovora. Pored kvaliteta, jedan od osnovnih kriterijuma pri izboru najpovoljnije ponude je pouzdanost ili sigurnost dobavljača. Značaj tog kriterijuma proizilazi iz činjenice da je snabdevanje neprekidan proces i jedna od osnovnih funkcija logistike.

Još uvek nije izrađen jedinstven informacioni sistem za potrebe nabavki koji bi povećao efikasnost i efektivnost u radu nabavnih organa u Vojsci i značajno unapredio sistem snabdevanja. Bitan preduslov za unapređenje poslovanja su zakonsko regulisanje, obučeni kadrovi i adekvatna informatička infrastruktura.

U „Strategiji razvoja informatike u SRJ“ još 1997. godine, predviđeno je da elektronsko poslovanje treba da bude jedan od prioriteta. Ali, od tada pa do danas nije se nešto značajnije promenilo po tom pitanju. Još uvek nije usvojena: „*Strategija razvoja*

informatičkog društva“. Informatička infrastruktura je u Vojsci na zadovoljavajućem nivou, ali se koristi za druge namene. Potrebna su izvesna novčana sredstva kako bi se postojeći informatički sistem povezao na Internet i time bi bili rešeni početni problemi. Timovi stručnjaka moraju rešiti problem zaštite podataka. Što se tiče obučeniosti stručnjaka, ona je dobra, kako u Vojsci tako i u civilnim strukturama. Za obuku kadrova za potrebe nabavke potrebno je organizovati permanentno usavršavanje kroz različite oblike seminara, kurseva, itd.

Sprovođenjem ovih mera obezbedila bi se racionalna upotreba budžetskih sredstava uz povećanje efikasnosti nabavke. Istovremeno to bi ubrzalo reformu Vojske, kao i njeno brže prilagođavanje i uključenje u evroatlantske integracione procese.

Najznačajniji nedostatak postojećeg sistema javnih nabavki u Republici Srbiji je što, za sada, Državna revizorska institucija nije počela sa radom u oblasti javnih nabavki i što Komisija za zaštitu prava nije nezavisna u svom radu, pa ne postoji adekvatna kontrola planiranja i sprovođenja postupaka javnih nabavki, posebno nabavki koje vrši Ministarstvo odbrane.

Za neke organizacije, bivše pouzdane poslovne partnere Vojske, Vojska kao da i ne postoji. One su se davno promenile ili prilagodile zahtevima okruženja ili su se promenile ili su nestale. Ako su nestale, naravno, za Vojsku je to gubitak, jer su bile pouzdani partneri i snabdevale su Vojsku u najtežim vremenima kroz koje je prolazila. Ako su se promenile i ne vide više Vojsku kao partnera (ne javljaju se na tendere), za Vojsku je to još veći gubitak pošto se nismo prilagodili trenutku vremena ili pak kasnimo sa prilagođavanjem.

Marketing nabavki i marketing nastup na tržištu, kao rezultat marketing informacionog sistema, ili nemamo ili je nedelotvoran. A, on bi u nabavkama trebalo uvek da za rezultat ima bar jedno do više pouzdanih konkurentskih preduzeća u svakoj oblasti nabavki. Smatramo da se marketing informacioni sistem koji se koristi za potrebe menadžmenta privrednih subjekata može prilagoditi i implementirati u organizacionu strukturu nabavne službe u Vojsci, čime bi se ostvarili višestruko korisni efekti. On bi trebalo da bude brižljivo, planski i organizovano ugrađen u organizacionu strukturu Uprave za snabdevanje.

Primenom koncepta elektronskih javnih nabavki povećava se efikasnost i efektivnost državnih operacija, snizili bi se troškovi transakcija, od čega bi imali koristi privredni subjekti, poreski obveznici i cela zajednica.

Literatura

- [1] Predrag Bjelić: „Elektronsko trgovanje“, Institut za međunarodnu politiku i privredu, Beograd, 2000., str.12
- [2] Izvor: www.linke-learning.com
- [3] Republički zavod za statistiku Srbije, studija: Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Srbiji, 2008.godina, Beograd
- [4] Izvor: Internet, <http://img299.imageshack.us/img299/3117/blogsrbijar16.gif>
- [5] Predrag Bjelić: „Elektronsko poslovanje u Jugoslaviji i perspektive razvoja“, Centar za proučavanje informacionih tehnologija, Beogradska otvorena škola, oktobar 2002. Godine, str.4

Abstract: *To adequately meet the needs of all users supply information about the Ministry of Defense, it is necessary to develop a cybernetic model of organization management and control of execution of all processes in the supply system. Studying the concept of electronic public procurement, which is still in development stage, it is necessary to develop the initial model could be implemented. Using such a model would increase transparency, reduce the potential for abuse and corruption, reduce the costs of the Army of Serbia and businesses, competition would improve, and quality of supply and access to information that is important in conditions of limited resources where the rational and economical provision of funds in the Defense increasingly gaining importance not only in the transition countries, including Serbia, but also in developed countries.*

Keywords: *supply, procurement, model, the Ministry of Defense, electronic procurement, electronic commerce.*

MODELS OF PUBLIC PROCUREMENT IN THE DEFENCE SYSTEM AND ELECTRONIC COMMERCE

Branko Tešanović, Miloš Dašić