



XXVII Интернационални научни скуп
Стратегијски менаџмент
 и системи подршке одлучивању
 у стратегијском менаџменту
SM2022

Subotica (Srbija), 20. Maj 2022. godine

Ђина Ивановић
 Институт економских наука
 Београд, Србија
 djina.ivanovic@ien.bg.ac.rs

Ивана Домазет
 Институт економских наука
 Београд, Србија
 ivana.domazet@ien.bg.ac.rs

Марија Антонијевић
 Институт економских наука
 Београд, Србија
 marija.antonijevic@ien.bg.ac.rs

НИВО ДИГИТАЛНИХ КОМПЕТЕНЦИЈА ЖЕНА ПРЕДУЗЕТНИЦА У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

Апстракт: Појава пандемије COVID19 променила је начин функционисања како приватног, тако и пословног живота, где се са физичког прелази на дистанцирано (онлајн) окружење. С тим у вези, информационо-комуникационе технологије (ИКТ) постају незаобилазни фактор успешне пословне комуникације. Паралелно са тим, повећава се тражња за дериватима ИКТ, што последично доводи до дисперзије неопходних компетенција за њихово коришћење. Циљ овог рада био је да се утврде нивои дигиталних компетенција жена предузетница, на основу две области оквира дигиталних компетенција-DigComp, као методолошког оквира. Уз то, идентификоване су компетенције жена предузетница које би требало унапредити, како би биле у складу са захтевима пословног тржишта, али и тржишта рада. Истраживање је спроведено на узорку од 114 предузетница у периоду фебруар-мај 2021 године у Србији. Резултати истраживања су показали да је највећи јаз између постојећих и потребних дигиталних компетенција код српских предузетница у интеракцији са трећим лицима путем дигиталних технологија. Наиме, потребна је додатна едукација предузетница у Србији у сегменту „Комуникација и колаборација“ у дигиталном окружењу

Кључне речи: COVID19, дигиталне компетенције, предузетнице, ИКТ, DigComp

THE DIGITAL COMPETENCES LEVEL OF WOMEN ENTREPRENEURS IN THE REPUBLIC OF SERBIA

Abstract: The emergence of the COVID19 pandemic has changed the way the world and business function, where the physical environment is shifting to a remote (online) environment. The fact emphasizes the importance of information technology (ICT) and its tools. The demand for ICT derivatives leads to the dispersion of the necessary competences for their use. The importance of this paper is reflected in the fact that the authors determine the level of women entrepreneurs' knowledge (based on two Digital Competences framework areas) and identify which competences should be improved to be in line with market requirements. The research was conducted on a sample of 114 women entrepreneurs from February-March 2021. Based on the analysis, the authors identified the enormous gap in the second area of "Communication and Collaboration", which concerns the interaction with third parties through digital technologies.

Key words: COVID19, digital competences, women entrepreneurs, ICT, DigComp

1. УВОД И ПРЕГЛЕД ЛИТЕРАТУРЕ

Након појаве глобализације, информационо-комуникационе технологије (ИКТ) су допринеле „да свет постане глобално друштво” (Спасић, 2012, стр. 1). Слично тврде и Милићевић, Подовац и Секулић (2013), да ИКТ представљају „кључни фактор развоја и напретка савременог друштва” (стр. 1).

У том процесу појава информационих-комуникационих технологија (ИКТ) омогућила је бржи проток информација и аутоматизацију дневних пословних процеса (Јовичић, Ђокић и Станић 2018). Сходно ауторима Breuer, Defina и Hook (2017) ИКТ који представља шири појам од информационих технологија (ИТ) обухвата у „ужем смислу шест а у ширем смислу двадесет три категорије” (стр. 76). У табели 1. су приказане тако дефинисане ИКТ категорије, те можемо видети збирно дефинисане области Бизнис менаџмент, Технички менаџмент, Дизајн, Развој, Сервис и операције и Подршка. Свака ова област садржи припадајуће подобласти (категорије) којих укупно има двадесет и три.

Табела 1: ИКТ категорије

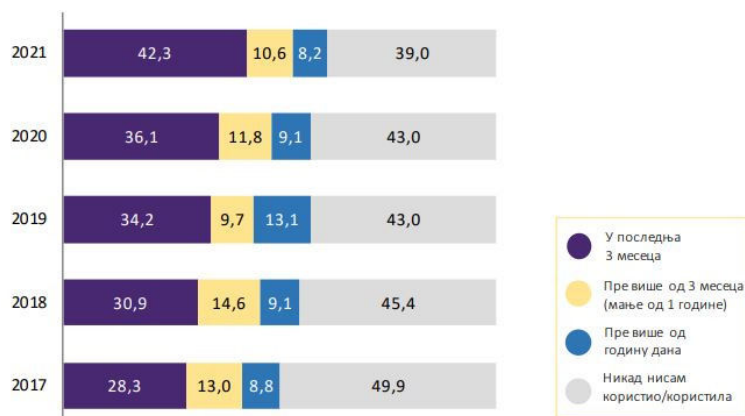
Бизнис менаџмент	Технички менаџмент	Дизајн	Развој	Сервис и операције	Подршка
Менаџер пословних информација	Менаџер гаранција квалитета	Бизнис аналитичар	Програмер	Администратор базе података	Менаџер
Главни службеник за информисање	ИКТ менаџер сигурности	Систем аналитичар	Специјалиста за дигиталне медије	Администратор система	ИКТ едукатор
ИКТ менаџер операција	Пројектни менаџер	Архитекта	Специјалиста за тестирање	Специјалиста за рачунарске мреже	Специјалиста за безбедност ИКТ
	Менаџер услуга	Систем архитекта		Технички специјалиста	ИКТ Консултант
				Сервисни деск агент	

Извор: Аутори на основу Јовичић и сар., 2018., Breuer и сар., 2017.

Појава пандемије COVID19, проузрокована вирусом SARS-CoV-2, додатно наглашава значај ИКТ, које су допринеле повећању коришћења интернет и мобилних услуга. Вирус COVID19 изазива код грађана тежак акутни респираторни синдром. Назив COVID19 добијен је по години 2019. када се овај облик коронавируса први пут идентификује код људи. (Европски центар за спречавање и контролу болести, 03.03.2022.) С обзиром на чињеницу да овај вирус спада у оне који се брзо шире, Владе земаља донеле су одређене мере за превенцију његовог ширења. Неке од мера државе Србије, током пандемије обухватале су (Ивановић & Антонијевић, 2020): забрану кретања становништва у одређеном временском интервалу и затварање тржних центара, угоститељских објеката и занатских радњи. Забрана кретања довела је до трансформације пословања субјеката са традиционалног, односно рада из канцеларије, на хибридни начин рада и "рада на даљину" оних пословних субјеката код којих је та опција била могућа.

Рад на даљину, који је експоненцијални раст доживео током пандемије COVID19, представља обављање пословних активности са било које локације где запослено лице има приступ. Појам "рад на даљину" се према Belzunegui-Eraso & Erro-Garcés (2020) дефинише као радни модел где запослени могу да раде ван својих канцеларија. Хибридни модел представља комбинацију рада на даљину и рада из канцеларије (традиционални модел). С обзиром на већ поменути чињеницу утицаја државних мера на начин пословања, односно приступање пословним активностима путем интернета, многи пословни субјекти су, како би одржали континуитет рада, имплементирали и/или развијали платформе и деривате ИКТ-а. Пример тога је развој многобројних и различитих мобилних апликација и онлајн банкарство (за банке), онлајн продавнице (као и мобилне апликације) робе широке потрошње (Maxi, Idea, Sportvision...), Zoom, Google Meet и многе друге платформе за организовање састанака и слично.

С тим у вези, на слици 1. приказано је учешће корисника који су куповали и/или продавали путем интернета у Републици Србији, у периоду 2017-2021, односно пре и током пандемије.



Слика 1: Проценти корисника који су куповали и/или продавали путем интернета у годинама пре и након појаве COVID19 у Србији

Извор: РЗС, 2021.

Резултати указују на то да је дошло до значајног пораста (година 2020. у односу на 2019.) учешћа корисника који су куповали и/или продавали путем интернета у Србији у последња 3 месеца, пре више од 3 месеца (а мање од годину дана), док се проценат корисника који је куповао и/или продавао пре више од годину дана и оних корисника који никада нису користили услуге куповине и/или продаје путем интернета, смањило односно остао непромењен (2020 година у односу на 2019).

Када се пореди 2021. година и 2020. година може се закључити да је такође дошло до пораста учешћа корисника који су куповали и/или продавали производе и услуге путем интернета у последња 3 месеца тих година. Такође, смањило се проценат оних који су куповали и/или продавали пре више од годину дана и оних који никада нису то радили. Са друге стране, проценат корисника у Србији који су куповали и/или продавали пре више од 3 месеца (а мање од годину дана) се незнатно смањило (са 11,8 на 10,6%).

У корист чињеници да је дошло до пораста куповине и/или продаје путем интернета након појаве вируса говоре и резултати истраживања Вуџи, Шала, Зибери & Муфтарџ (2021) који су показали да је на узорку од 1250 испитаника 72% куповало путем интернета производе током пандемије, 20% понекад а свега 9% је одговорило да није уопште. Такође, аутори Ребиазина & Хаддоди (2022) су установили да је онлајн куповина драстично порасла у Русији током 2020. године као последица пандемије, на глобалном нивоу.

У Табели 2. су приказани типови коришћења интернета (у приватне сврхе) у последња три месеца за 2021, 2020. и 2019. годину у Србији.

Табела 2: Типови коришћења интернета (у приватне сврхе) у последња три месеца за 2021, 2020. и 2019. годину

Тип коришћења*	% КОРИШЋЕЊА ПРЕМА ГОДИНИ		
	2021. година	2020. година	2019. година
Телефонирање преко интернета, видео разговори	93,7	80,5	81,6
Слање онлајн порука преко Skype-а, Messenger-а, Whatsapp-а, Viber-а	84,7	84,0	83,3
Учешће у друштвеним мрежама	74,3	71,2	70,8
Читање онлајн новина, часописа	76,8	73,6	69,9
Тражење информација о роби и услугама	73,5	69,6	68,2
Тражење информација у вези са здрављем	69,0	57,3	70,0
Интернет банкарство	25,6	Нема података	Нема података
Тражење посла	14,1	Нема података	Нема података
Слање и примање имејла	56,4	48,4	56,5

*Оригинална табела је редукована за типове коришћења са најмањим процентом

Извор: Аутори на основу РЗС, 2019., 2020., и 2021.

Сходно подацима приказаним у табели 2. може се закључити да је у све три године интернет у Србији коришћен највише за:

- Телефонирање преко интернета, односно за видео разговоре.
- Слање онлајн порука преко Skype-а, Messenger-а, Whatsapp-а, Viber-а.
- Учешће у друштвеним мрежама.

Раст процента коришћења се може видети за категорије Слање онлајн порука преко Skype-а, Messenger-а, Whatsapp-а, Viber-а и категорије Учесће у друштвеним мрежама у годинама 2020. и 2021. (након појаве вируса) у односу на годину 2019. (пре појаве вируса). Процент категорије Телефонирање преко интернета, видео разговори 2020. године у односу на 2019. је смањен. Са друге стране 2021. године у односу на 2020. годину дошло је до раста на 93.7%.

На основу наведених чињеница може се закључити да је коришћење интернета и ИКТ технологија од изузетног значаја за појединце и привредне субјекте, како у 'нормалним' условима, тако и у периодима након појаве пандемије. С тим у вези Домазет (2018) наглашава да примењивање ИКТ-а у бизнису доводи и до веће компететивности. Како би се успоставио баланс између неопходних компетенција за коришћење ИКТ-а (дигиталних компетенција) и већ постојећих, мора се радити на континуираном унапређивању и додатној едукацији. Поред тога, како аутори Домазет, Лазић & Симовић (2014) наводе на нашим просторима постоји велики неискоришћени тржишни потенцијал производа и услуга ИКТ-а, који треба искористити улагањем у додатну едукацију запослених из области информационих технологија, те развијањем додатних компетенција из ове перспективног пословног оквира.

ИКТ захтевају одређене дигиталне компетенције како би њихово коришћење било ефикасно и ефективно. Такође, резултати новијих истраживања указују на постојање јаза између тражених компетенција на тржишту рада и њихових стварних нивоа (Симовић & Домазет, 2021). Постоје одређена истраживања на тему мерења нивоа дигиталних компетенција, те према Брадић-Мартинковић & Бановић (2018) идентификован је низак ниво адигиталних компетенција код већине испитаника у старосном сегменту од 16-64 године у Србији. Резултати истраживања спроведеног у Србији (Брадић-Мартинковић & Бановић, 2018) указују на постојање разлика између компетенција жена и мушкараца. Наиме, око 63% од укупног женског дела узорка не поседује одређене дигиталне компетенције или поседује веома низак ниво. Резултати новијих истраживања (Ивановић, Симовић, Домазет & Антонијевић, 2021) су показала низак ниво подударња између тестова самоевалуације и тестова са реалним (практичним) задацима у обе испитиване области (Информисање и дигитална писменост и Комуникација и колаборација) оквира дигиталних компетенција (DigComp), односно испитанице (жене предузетнице) су прецениле своје знање у тестовима самоевалуације, с обзиром да су њима припадајућа практична питања сигнализирала на нетачан резултат.

Имајући у виду значај развоја ИКТ-а, деривата и потребних дигиталних компетенција за њихово коришћење, појаву пандемије COVID19 која је последично довела до нових радних модела (рада на даљину и хибридног), као и низак ниво дигиталних компетенција жена у односу на мушкарце у наставку ће бити представљени оквир, методологија и резултати истраживања везани за испитивање нивоа дигиталних компетенција жена предузетница у Републици Србији, базираних на постојећем DigComp-у као референтном оквиру.

1.1. МЕТОДОЛОГИЈА ИСТРАЖИВАЊА

Полазна основа за креирање методологије истраживања, чији су резултати представљени у овом раду, је референтни оквир дигиталних компетенција DigComp, који је креиран са циљем мерења дигиталне писмености, превасходно у Европи. DigComp оквир је креиран 2013. године (верзија 1.0) од стране Европске Комисије. Његове ажуриране (новије верзије) су креиране 2016. (верзија 2.0) и 2017. године (верзија 2.1.), док је најновија верзија 2.2. најављена за публикавање у првој половини 2022. године. Значај овог оквира огледа се у чињеници да је то једини признат оквир за мерење дигиталних компетенција у Европи. Сходно томе DigComp оквир је коришћен као референтни методолошки оквир у овом истраживању и то верзија 2.0.

DigComp 2.0 оквир се састоји из пет (збирних) области компетенција и њима припадајућим под-областима. Укупан број под-области обухваћених овим оквиrom је двадесетједан:

1. Информисање и дигитална писменост:
 - Прегледавање, претраживање и филтрирање података, информација и дигиталног садржаја
 - Евалуација података, информација и дигиталног садржаја
 - Управљање подацима, информацијама и дигиталним садржајем
2. Комуникација и колаборација:
 - Интеракција путем дигиталних технологија
 - Делење путем дигиталних технологија
 - Укључивање у грађанство путем дигиталних технологија
 - Колаборација путем дигиталних технологија
 - Нетикета
 - Управљање дигиталним идентитетом
3. Креација дигиталног садржаја:
 - Развој дигиталног садржаја
 - Интегрисање и дорада дигиталног садржаја
 - Ауторска права и лиценце
 - Програмирање
4. Сигурност
 - Заштита уређаја

- Заштита личних података и приватности
 - Заштита здравља и добробити
 - Заштита животне средине
5. Решавање проблема:
- Решавање техничких проблема
 - Идентификација потреба и технолошких одговора
 - Креативно коришћење дигиталних технологија
 - Идентификација недостатака у дигиталној компетенцији” (стр. 84-85)

За истраживање је креиран онлине упитник којим су биле обухваћене прве две области DigComp 2.0 оквира (1. Информисање и дигитална писменост, 2. Комуникација и колаборација). Поменуто две области су изабране јер представљају примарне области и служе као основа за наредне области, а уједно су и најобухватније.

Област „Информисање и дигитална писменост” се састоји из под-области „Прегледавање, претраживање и филтрирање података, информација и дигиталног садржаја” која се тиче компетенција усмерених на прикупљање информација и података на мрежи (онлајн) путем веб претраживача, њихово управљање, филтрирање и сортирање у дигиталном окружењу. Друга под-област „Евалуација података, информација и дигиталног садржаја” обухвата компетенције анализирања и поређења прикупљених информација и података као и њиховог оцењивања (да ли су те информације поуздане). Трећа под-област „Управљање подацима, информацијама и дигиталним садржајем” обухвата компетенције „организовања, чувања и преузимања информација и садржаја у дигиталном окружењу”.

Област „Комуникација и колаборација” се састоји из шест под области где прва „Интеракција путем дигиталних технологија” обухвата компетенције „интеракције кроз различите дигиталне технологије”. Друга под-област „Дељење путем дигиталних технологија” обухвата компетенције као што сам назив области каже, дељења информација и података као и дигиталног садржаја са другим лицима уз помоћ одређених дигиталних технологија. Трећа под-област „Укључивање у грађанство путем дигиталних технологија” обухвата компетенције које омогућавају и олакшавају веће ангажовање грађана у јавно-доступне дигиталне услуге. Четврта под-област „Колаборација путем дигиталних технологија” обухвата компетенције које омогућавају сарадњу корисника са другим лицима уз помоћ дигиталних технологија. Пета под-област „Нетикета” обухвата компетенције које се тичу норми понашања у интеракцији на онлајн мрежи. Шеста под-област „Управљање дигиталним идентитетом” обухвата компетенције креирања дигиталних идентитета на више различитих платформи уз њихову заштиту.

2. РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Главни циљ овог рада је да представи ниво кључних дигиталних компетенција жена предузетница у Републици Србији током трајања пандемије изазване вирусом COVID19. Истраживање је спроведено путем онлајн упитника (Гугл форма) у периоду фебруар-мај 2021 године. Упитник је креиран на основу пројекта Европске Уније "Digital Competences Development System" и прве две области DigComp 2.0 оквира (Информисање и дигитална писменост; Комуникација и колаборација). Питања из упитника су била базирана на тестовима самопроцене и практичним питањима (из реалног живота). За потребе анализе овог рада коришћени су секундарни подаци већ добијених резултата из спроведеног истраживања на узорку од 114 предузетница.

У табели 3. приказана је структура узорка истраживања према одређеним карактеристикама (ниво образовања, пребивалиште и интервал године старости предузетнице). Највећи број испитаница је завршио основне студије (око 37%), из Новог Сада и Крагујевца су (по 29%, укупно 58%) и припадају групи од 18-24 године (45%). Са друге стране, најмање испитаница има завршене докторске студије (2%), из Ужице су (3%) и имају преко 55 година (3%).

Табела 3: Структура узорка

Ниво образовања	%*	Пребивалиште	% *	Године старости	%*
Основне студије	37	Нови Сад и Крагујевац	29	18-24	45
Средња школа	32	Београд	21	35-44	21
Мастер	29	Суботица	10	45-54	18
Докторске студије	2	Ужице	3	25-34	13
		Остало	63	55-64	3

*проценти су заокружени

Извор: Аутори на основу Ивановић, Симовић, Домазет и Антонијевић (2021)

На основу података презентованих у табели 3. може се претпоставити да испитанице које заврше средњу школу (32%) имају већу иницијативу за покретање сопственог бизниса (одређене самосталне занатске услуге- нпр. фризерски салони) као начина финансирања сопствених потреба. С обзиром да највећи проценат испитаница

има 18-24 година (45%), а најмањи има 55-64 година (3%), може се додатно претпоставити да се са растом година смањује вероватноћа за покретање сопственог бизниса због повећаног ризика (због мање склоности од ризика погрешне одлуке, због потенцијалног пропадања идеје, због начина финансирања почетног капитала и др.).

У табели 4. приказана су питања и три области из упитника са најмањим процентом тачности (односно одговора) испитаница обухваћених овим истраживањем

Табела 4: Питања (и области) са најмањим процентом тачности

Питање из упитника	Процент предузетница које нису одговориле тачно или уопште на питање
Погледај слику испод који приказују на гугл претраживачу резултате за соларне панеле. Који од заокружених појмова представља оглас?	89,5
Да ли можеш да поделиш слику (да је поставиш) на сајт који посећујеш?	63,1
Област	100
Укључивање у грађанство путем дигиталних технологија	
Колаборација путем дигиталних технологија	
Нетикета	

Извор: Аутори на основу Ивановић, Симовић, Домазет и Антонијевић (2021)

Резултати из табеле 4. су показали да је највећи јаз између постојећих и потребних дигиталних компетенција предузетница у области "Комуникација и колаборација", односно ниједна жена предузетница из узорка испитаника није тачно одговорила на питања из под-области "Укључивање у грађанство путем дигиталних технологија", Колаборација путем дигиталних технологија" и "Нетикета". Са друге стране, знање из прве области "Информисање и дигитална писменост" је знатно боље, тачније, на питања из под-области "Прегледавање, претраживање и филтрирање података, информација и дигиталног садржаја" више од 90% жена је одговорило тачно. У корист томе су издвојена одређена питања са процентом тачних одговора у табели 5.

Табела 5: Одређена питања из прве области "Информисање и дигитална писменост" са процентима тачности

Питање из упитника	Процент предузетница које су одговориле тачно на питање
Шта значи преузимање датотеке са интернета на ваш уређај?	97,4
Отворите два линка и одговорите на питање. Која је званична веб страница компаније Рајан аир?	92,1
Креирате контакт на паметном телефону. Које информације би укључили у контакт како бисте ефикасно комуницирали са пријатељем?	92,1

Извор: Аутори на основу Ивановић, Симовић, Домазет и Антонијевић (2021)

На основу табеле 5. можемо закључити да се испитанице најбоље сналазе у свакодневним активностима које се тичу дигиталних канала попут преузимања датотека са интернета, проналажење информација путем претраживача уз отварање одређених страница, креирање контакт налога и сл. У корист томе говори и чињеница да је на питање "Ако желите да пошаљете кратку поруку свом пријатељу послаћете је путем":

- Гугл драјва (Google drive)
- Ви трансфера (We Transfer)
- **Ватс ап апликације (WhatsApp)**
- Не знам

највећи проценат тачних одговора (100%) с обзиром на то да се данас WhatsApp апликација већином користи уместо класичних СМС порука за комуникацију са људима у близини (локално) и онима у широј (глобално).

3. ЗАКЉУЧАК

Резултати спроведеног истраживања, заснованог на референтном оквиру дигиталних компетенција DigComp, су показали да су предузетнице оствариле боље резултате у првој области „Информисање и дигитална писменост” у поређењу са другом области „Комуникација и колаборација”, што значи да испитанице (предузетнице) треба да побољшају компетенције које се односе на сарадњу са другим лицима путем интернета.

На основу резултата истраживања можемо закључити да јаз који постоји код предузетница у Србији, у оквиру под-области двеју тестираних области DigComp-а, говори о недовољном праћењу трендова у ИКТ индустрији и самим тим недовољним 'радом на себи', односно унапређењу сопствених постојећих дигиталних компетенција и развоју нових. У прилог томе говори и чињеница да су електронски јавни сервиси након појаве COVID19 били неопходни, како због провере статуса одређених медицинских тестова тако и због других елемената који

нису могли да се обаве физичким путем на локацијама тих сервиса (нпр. електронско добијање термина за вађење личних докумената).

Позитивна страна добијених резултата је та да су основне компетенције (област „Информисање и дигитална писменост“) на релативно задовољавајућем нивоу код предузетница у нашој земљи, што може да олакша и убрза унапређење компетенција из друге области. Како би њихове компетенције биле у складу са потребама тржишта и како би индиректно дошло до економског раста Републике Србије, потребно је да сва лица, а специјално 'водичи' (предузетници и предузетнице) економског раста и развоја буду пре свега свесни свог нивоа дигиталних компетенција, те да буду спремни за усавршавање до потребног нивоа дигиталних компетенција потребних за успешно бављење предузетничким бизнисом.

Ограничење овог истраживања је што није спроведено на репрезентативном узорку, међутим оно чини добру полазну основу за даља истраживања која ће се бавити мерењем нивоа осталих ИКТ области DigComp оквира, њиховим поређењем са нивоима у другим државама; мерењем нивоа дигиталних компетенција предузетника и њихово поређење са женама предузетницама.

ЗАХВАЛНИЦА

Истраживања реализована у оквиру рада су потпомогнута средствима Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

РЕФЕРЕНЦЕ

- Belzunegui-Eraso, A., & Erro-Garcés, A. (2020). Teleworking in the Context of the Covid-19 Crisis. *Sustainability*, 12(9), 3662.
- Bytyçi, S., Shara V., Ziberi, B., & Myftaraj, E. (2021). Transforming traditional business into online: the impact of COVID-19 pandemic on consumer behavior. *Journal of Governance and Regulation*, 10(2), 300-308.
- Брадић-Мартинковић А., & Бановић Ј. (2018). Assessment of Digital Skills in Serbia with Focus on Gender Gap. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*, 1-2, 54-67.
- Breyer, J., Defina, R. & Hook, T. (2017). European ICT Professional Profiles in action - Towards a European ICT Professional Profiles second release. *CEN Support Systems*, 97, 1-11.
- Домазет И., Лазић М., & Симовић В. (2014). Могућности и претпоставке за развој ИКТ индустрије у Србији. У Драшковић, Б. (Ур.), *Деиндустријализација у Србији: могућности ревитализације индустријског сектора* (стр. 619-637). Београд: Институт економских наука; Београдска банкарска академија, Факултет за банкарство, осигурање и финансије.
- Домазет И. (2018). Digital transformation: new challenges and business opportunities. У Домазет, И, Радовић-Марковић, М. & Брадић-Мартинковић, А. (Ур.), *Digital Transformation of Business Portfolio Through DCRM* (стр. 214-235).
- Европски центар за спречавање и контролу болести. (2022). Приступљено 03.03.2022 са <https://www.ecdc.europa.eu/en>
- Ивановић Ђ., & Антонијевић М. (2020). The Role of Online Shopping in the Republic of Serbia During COVID-19. *Economic Analysis*, 28-41.
- Ивановић Ђ., & Симовић В. (2020). Методолошки оквир за мерење дигиталних компетенција. *Трендови у пословању*, 83-92
- Ивановић Ђ., Симовић В., Домазет И., & Антонијевић М. (2021). Average Matching Levels for Two DigComp Competence Areas of the Female Entrepreneurs in Serbia. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*, 42-60
- Јовичић А., Ђокић А., & Станић Т. (2018). Значај информационих технологија за ефикасност менаџмента предузећа. *Економски сигнали*, 13(2), 75-87.
- Kluzer, S., & Priego, L. P. (2018). *Digcomp into action: Get inspired, make it happen. a user guide to the european digital competence framework* (No. JRC110624). Joint Research Centre
- Милићевић С., Подовац М., & Секулић Д. (2013). *Улога и значај информационих технологија за развој туризма Србије*. Међународна конференција "Research and Development in Mechanical Industry" Србија: Врњачка бања
- Rebiazina, V. & Haddadi, M. (2022). Covid-19 Pandemic Impact on Customer Loyalty factors in Russian e-commerce market. Digital transformation and global society У Alexandrov, D. и сар. (Ур.) *Digital Transformation and Global Society. DTGS 2021. Communications in Computer and Information Science* (стр. 431-445). Springer.
- Републички завод за статистику (РЗС). (2019). *Употреба информационо-комуникационих технологија у Републици Србији, 2019: домаћинства, појединци, предузећа*. Приступљено 04.03.2022., са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G201916014.pdf>
- Републички завод за статистику (РЗС). (2020). *Употреба информационо-комуникационих технологија у Републици Србији, 2020: домаћинства, појединци, предузећа*. Приступљено 04.03.2022., са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2020/Pdf/G202016015.pdf>

Републички завод за статистику (РЗС). (2021). *Употреба информационо-комуникационих технологија у Републици Србији, 2021: домаћинства, појединци, предузећа*. Приступљено 04.03.2022., са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2021/Pdf/G202116016.pdf>

Симовић В., & Домазет И. (2021). An Overview of the Frameworks for Measuring the Digital Competencies of College Students: A European Perspective. У Neimann, Т. и сар. (Ур.), *Stagnancy Issues and Change Initiatives for Global Education in the Digital Age* (стр. 259-282). IGI Global.

Спасић И. (2012). *Основе информационих технологија*. Приступљено 04.03.2022. са <https://ivanaspasic.files.wordpress.com/2012/02/osnove-informacionih-tehnologija.pdf>