

Sadržaj

UVOD 2

Osnove elektronske trgovine 2

1.1. Istorija i pregled 2

1.2. Okvir elektronske trgovine 2

1.3. Prednosti i ograničenja elektronske trgovine 3

1.3.1. Prednosti za organizacije 4

1.3.2. Prednosti za korisnike 4

1.3.3. Prednosti za društvo 4

1.3.4. Ograničenja elektronske trgovine 5

1.4. Modeli elektronske trgovine 5

1.5. Infrastruktura elektronske trgovine 6

Implementacija elektronskog poslovanja 7

2.1. Plan uvođenja e-poslovanja 7

2.2. Arhitektura e-poslovanja 8

2.3. Implementacija, priprema kadrova i strategija 9

Ekonomija informacionog kapitala 10

3.1. Cost-benefit analiza na primeru kompanije

„World of Widgets“ 12

3.2. Prednosti uvođenja tehnologije e-poslovanja 13

3.3. Troškovi uvođenja tehnologije

elektronskog poslovanja 15

ZAKLJUČAK 17

LITERATURA 18

UVOD

Poslovni svet se suočava sa velikim i nepoznatim mogućnostima savremene informacione i digitalne tehnologije, i menja sve elemente poslovnih aktivnosti, ali i ukupan način života i rada ljudi. Menadžeri i rukovodioci velikih i moćnih kompanija, ali i malih i srednjih preduzeća, moraju, pre svega, da shvate značaj i brojne prednosti koje im omogućava korišćenje računara, mreža i savremene tehnologije u kreiranju novih poslovnih rešenja. Najvažnije je da iskoriste te mogućnosti za kreiranje novih proizvoda i usluga, koje će plasirati na tržište radi proširenja izbora svojim potencijalnim kupcima, sniženja troškova i, na taj način, ostvarenja uslova za brži i efikasniji rast svojih nacionalnih ekonomija. U toj novoj digitalnoj eri mogućnost i prednosti elektronskog poslovanja i elektronskog trgovanja čine značajan potencijal koji treba iskoristiti na najbolji i najefikasniji način.

Osnove elektronske trgovine

Elektronska trgovina (EC – e-commerce) uključuje u sebe pravljenje poslovnih transakcija putem telekomunikacionih mreža, pre svega Interneta. E-trgovina se može pojaviti između biznisa i kupca (takav je slučaj kada kupac naruči knjigu od Amazon.com) ili između poslovnih partnera. Ona se takođe može obavljati između vlade i drugih strana, između pojedinačnih kupaca, i između kompanije i njenih radnika (B2E).

Elektronsku trgovinu neki posmatraju samo kao transakcije koje se odvijaju na elektronskom tržištu. Tako mnogi, umesto da koriste izraz elektronsko poslovanje, koriste širu definiciju EC-a koja uključuje u sebe ne samo prodaju i kupovinu, već takođe pružanje usluge kupcima, saradnju sa poslovnim partnerima i sprovođenje elektronskih transakcija unutar jedne organizacije.

Istorija i pregled

Primene elektronske trgovine počele su od ranih 70-ih godina prošlog veka sa inovacijom koja je bila

poznata kao elektronski transfer fondova. Međutim, aplikacije su bile ograničene na velike korporacije i veoma mali broj malih poslovnih kompanija. Tada je došlo do elektronske razmene podataka (EDI), što je proširilo elektronsku trgovinu od finansijskih transakcija do drugih vrsta obrade transakcija. Ovaj razvoj je proširio tipove kompanija, koje su učestvovala u ovim poslovima, sa finansijskih institucija na proizvođače, prodavce na malo i usluge. Kako je komercijalizacija Interneta i uvođenje Web-a počelo ranih 90-ih godina (prošlog veka), primene elektronske trgovine su se brzo širile. Poslednjih godina smo svedoci mnogih novih primena, počev od široke direktne trgovine do aukcija i elektronske nabavke. U stvari, kupovina hrane iz automata pomoću pametnih kartica ili pomoću mobilnog telefona se takođe posmatra kao elektronska trgovina. Danas gotovo svaka kompanija ima Web sajt, od kojih mnogi imaju hiljade strana i veoma raznovrsne aplikacije.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com