

UVOD

Poslovni svet se na početku novog veka sučeljava 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.

Jednu od prvih definicija e-poslovanja dala je kompanija IBM: "E-poslovanje je transformacija ključnih poslovnih procesa upotrebom Internet tehnologija". Pod ključne poslovne procese mogu se podvesti sledeći procesi u organizaciji: istraživanje i razvoj, marketing, proizvodnja i ulazna i izlazna logistika.

Pojam i definicija

Većina ljudi o elektronskoj trgovini misli kao o online kupovini. Ovo se obično naziva e-komerc tipa potrošač-prodavac (consumer-to-business, t.j. C2B). Ovo je tradicionalna prodaja na malo, ili storefront tip poslovanja.

Pod pojmom elektronske trgovine najčešće se podrazumeva upravljanje trgovinom roba i usluga, uz pomoć telekomunikacionih i telekomunikaciono baziranih alati, odnosno obavljanje različitih poslovnih transakcija, uz upotrebu Interneta kao aktivnog medija. Sa širenjem primena Interneta razvijaju se ideje a ubrzo i praksa njegove masovne primene u elektronskoj trgovini, što treba shvatiti kao ozbiljan ekonomski fenomen. U prilog tome, govori i činjenica da promet robe i usluga, na ovaj modernizovan način, u svetu 2000. godine dostiže nivo od 377 milijardi dolara, dok je već za 2002. projektovan nivo od 1.234 milijarde dolara (prema istraživanju Active Media Research-a, 2000). Brojke koje svakodnevno pristižu svedoče o intenzivnom razvoju elektronske trgovine. Svet ne miruje pa tehnološke inovacije stavljaju pred svršen čin učesnike u poslovnom lancu, od proizvođača do prodavaca i isporuča oca krajnjem potrošaču - ili se prilagoditi i uključiti se u savremene tokove, ili rizikovati skorou propast.

Elektronsko tržište pruža jednake šanse svima da se predstave. Ovo tržište je ogromno budući da zapadne navode broj od više od 300 miliona korisnika Interneta, od kojih se najveći deo upravo nalazi u zemljama sa najvišim standardom, gde se u elektronskoj trgovini najdalje otišlo. Koncept elektronske trgovine, sa svim svojim elementima kompjuterske i telekomunikacione tehnologije, podrazumeva brže i efikasnije obavljanje različitih poslovnih transakcija.

Značaj elektronske trgovine

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

www.maturskiradovi.net

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