

4.1. DEFINISANJE POJMA "E - COMMERCE"

Elektronska trgovina ili e-commerce nije sasvim novi ili nepoznat pojam. Čak 70-tih godina, velike kompanije su koristile elektronsku trgovinu u cilju razmjene narudžbi, računa i drugih poslovnih dokumenata putem zatvorenih privatnih mreža koristeći sistem elektronske razmjene podataka (EDI- Electronic Data Interchange). Ovaj oblik elektronske trgovine može biti označen kao konvencionalna elektronska trgovina (E - commerce). Internet danas predstavlja najznačajniji medij omogućavajući komunikaciju između miliona korisnika širom svijeta ujedno predstavljajući ogroman potencijalni broj kupaca. Elektronska trgovina se često poistovjećuje sa prodajom i kupovinom putem interneta. Međutim elektronska trgovina podrazumjeva mnogo više od elektronskog obavljanja finansijskih transakcija između kompanije i korisnika. Mnogi elektronskom trgovinom smatraju sve elektronski podržane transakcije između kompanije i njene okoline. Po ovoj definiciji u elektronsku trgovinu spadaju i sve transakcije koje nisu finansijske prirode, kao što su zahtjevi korisnika za dodatnim informacijama, odnosno razmjena podataka. Veoma je teško definisati ovakav termin. Jedna od najadekvatnijih definicija je: »E-commerce je svaka forma poslovne transakcije u kojoj sve strane komuniciraju isključivo elektronskim putem«.

Kalakota and Whinston (1997) definišu e – trgovinu sa različitih aspekata: — sa aspekta komunikacije — pružanje informacija, ponuda proizvoda / usluga ili mogućnost plaćanja elektronskim putem, — sa aspekta poslovnog procesa — primjena interneta u cilju automatizacije poslovnih transakcija i tokova, — sa aspekta usluge — instrument koji omogućuje smanjenje troškova i u isto vrijeme povećanje brzine i kvaliteta pružanja usluge, — iz "on line " perspektive — kupovina i pružanje usluga "on line"

1

Od svih definicija najprihvatljivija je definicija elektronske trgovine koju je dala Europska Unija, a koja daje opis poslovnih aktivnosti obuhvaćena ovom tehnologijom, a ona glasi: "Elektronska trgovina obuhvata bilo koje aktivnosti koje uključuju interakciju i poslovanje kompanije sa korisnicima, između dvije kompanije ili sa javnim institucijama, a koje se obavljaju elektronskim putem. To obuhvata porudžbu proizvoda i usluga koje se dostavljaju tradicionalnim kanalima kao što je pošta ili kurirska služba (tzv. indirektna e–trgovina), zatim elektronsku porudžbu, plaćanje i dostavu neopipljivih (nematerijalnih) proizvoda i usluga kao što su software, elektronski časopisi, usluge zabave i davanje informacija (direktna e–trgovina), elektronski transfer novca – elektronsko plaćanje, razmjena poslovnih informacija, elektronskih dokumenata, komercijalne aukcije, saradnju u dizajniranju i inženjeringu, "on line " istraživanje i postprodajne usluge. "1

1 Chaffey D. "Management of e-business and e-commerce" UK 2001.

Naprijed navedena definicija nam detaljnije opisuje nivo poslovnih aktivnosti obuhvaćene elektronskom trgovinom. Dakle elektronska trgovina se ne svodi samo na prodaju i kupovinu proizvoda, već i na predprodajne i postprodajne aktivnosti. Iako najjačem pokretaču razvoja elektronske trgovine. Prava snaga ove tehnologije nije u tome što stare procese može da popravi, već u tome što omogućava organizacijama da prekrše stara pravila i da stvore nove načine poslovanja, odnosno da isprave postojeće. Ovakav sistem poslovanja i princip prikupljanja statističkih podataka, u okviru takvog sistema otvaraju mogućnosti kompanijama sa malih tržišta, da veoma jednostavno i bez većih materijalnih ulaganja prate svjetske trendove i da na globalnom tržištu budu ravnopravna konkurencija multinacionalnim kompanijama. Zemlje koje ulažu u informacione tehnologije ne samo da povećavaju učešće tih tehnologija u obavljanju poslova, već i podižu obim prometa roba i usluga, a samim tim i kapitala uopće. Korist od ovakvog pristupa imaju svi, država preko količine naplaćenog poreza, kompanija preko pojednostavljenog obrta kapitala, a kupci kroz veći izbor i ekonomičniji život. Statistika je kao oslonac modernog poslovanja, primjenom ovih tehnologija dobila na neophodnoj brzini. Prikupljanje informacija preko interneta postala je neophodnost. Nažalost, potrebno je urediti mnoge segmente društva (telekomunikacije, zaštita intelektualne svojine, računarski kriminal...) da bi se stimulisao ovaj sistem poslovanja. Do tada, menadžmentu i institucijama ostaje da prate i prilagođavaju se svjetskim trendovima, te da iščekuju trenutak u kome će njihovo učešće na tržištu opravdati takav pristup. Slika 1. prikazuje protok novca na EU web stranicama u periodu '97-'02. elektronska trgovina podrazumjeva korištenje različitih elektronskih medija, najveća pažnja se posvećuje internetu kao

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

www.maturskiradovi.net

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