

uvod

Korisnici Interneta sve više imaju odnos prema web-u kao novom tržišnom prostoru. Oni prije kupovine istražuju ponudu, privrženi su određenim sajtovima i ovom načinu kupovine, vode računa o finansijama, sve više koriste servise koji se nude on-line. Potencijalni on-line kupci mogu da provjere cijene i dostupnost proizvoda na različitim sajtovima što je mnogo lakše i jeftinije od obilazaka klasičnih prodavnica. Postoje i softveri i sajtovi koji nude mogućnost pretrage velikog broja on-line prodavnica za određenim proizvodom ili uslugom i informisanje kupca o mjestu gdje se taj proizvod ili usluga mogu kupiti.

Jedna od mogućnosti za on-line kupovinu su i on-line aukcije. Žive aukcije postoje već dugo, ali je njihova praktična primjena bila ograničena skupoćom i teškoćom dovođenja potencijalnih kupaca na mjesto kupovine u isto vrijeme. Internet nudi jedno bolje, jeftinije i efikasnije rješenje kroz on-line aukcije. Sajtovi kao što je eBuy.com na jednom mestu okupljaju kupce i prodavce iz cijelog sveta. Varijacije i novine koje donose ovakvi aukcioni portali su velike i popularnost on-line aukcija je sve veća. Na primer Priceline.com daje kupcima mogućnost da predlože prodavcima cijenu a oni odlučuju da li da je prihvate ili ne. Ili na primer, na sajt Marcata.com cijene se određuju prema broju ljudi koji žele da kupe proizvod – što je veći broj kupaca to su cijene manje.

osnovi elektronskog poslovanja

Elektronsko poslovanje je novi način poslovanja koji donosi mnoštvo posebnih pogodnosti. Elektronsko poslovanje predstavlja sistem poslovanja ili skup akcija koji nastoji da potpuno iskoristi blagodeti napretka informaciono-komunikacione tehnologije, a u cilju unapređenja poslovnog procesa. Iako je elektronsko poslovanje najčešće bazirano na web tehnologijama, definicije koje govore o elektronskom poslovanju kao poslovanju preko Interneta su djelimično tačne. Elektronsko poslovanje je svako poslovanje koje se oslanja na informacioni sistem. Informacioni sistem može da se razume kao baza podataka koja je dostupna na lokalnoj ili globalnoj mreži.

Novi koncept koji donosi elektronsko poslovanje ne donosi i zagaranтовan uspeh. Uspeh elektronskog poslovanja se zasniva na dosljednoj primjeni procedura. Pravila koja važe u klasičnom poslovanju, važe i ovde. U osnovi mora da se nalazi dobra strategija, dosljedno izvršavanje procedura i logična i funkcionalna struktura.. Sekundarni faktori se odnose na osobine pojedinca kao što su: talenat, kreativnost i liderstvo. Rezultati primjene elektronskog poslovanja omogućavaju preduzeću da na vreme i na pravi način zauzme svoje mesto na najvećem svetskom tržištu (Internetu). Onaj koji posjeduje znanje biće lider onih koji manje znaju i vodiće ih putem uspjeha. Preduslov uspjeha je kvalitet poslovanja, a to se postiže kroz dosljednu upotrebu baze znanja koja je u osnovi elektronskog poslovanja i procedura koje su u okviru elektronskog poslovanja definisane. Elektronsko poslovanje smanjuje troškove i utrošak vremena i olakšava ukupan proces poslovanja..

Osnovni modeli elektronskog poslovanja

Teorija elektronskog poslovanja poznaje nekoliko osnovnih modela poslovanja.. Modeli elektronskog poslovanja su definisani na osnovu strana koje učestvuju u poslovnom procesu i prirode njihovog poslovnog odnosa. Treba napomenuti da se u engleskoj terminologiji pod biznis modelima podrazumevaju modeli iz specijalizovane podpodele koji su kod nas poznati kao modeli elektronske trgovine ili online modeli prihodovanja (modeli zarade). O ovim modelima će kasnije biti reči. Opšte prihvaćena teorijska podela sledi:

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

www.maturskiradovi.net

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