

SADRŽAJ

UVOD 2

TIJEK POSLOVNOG PROCESA PRI E- PRODAJI 3

FRONT OFFICE 4

E-POSLOVANJE 6

prednosti i nedostaci 8

obilježja 9

PRIMJER 10

ZAKLJUČAK 11

LITERATURA 12

1. UVOD

Upotrebom suvremene informacijske tehnologije dolazi do promjena u svim sferama ljudskog života. Svrhovitom primjenom informacijske tehnologije u poslovanju, dosadašnji poslovni procesi mogu se izvršiti brže i kvalitetnije, a pojavljuju se i sasvim novi poslovni procesi.

Dok se pri konvencionalnom načinu poslovanja poslovni proces trebao prilagođavati uredskom poslovanju, korištenjem informacijske tehnologije prilagodba se odvija u obrnutom smjeru jer se uredsko poslovanje sada može prilagoditi poslovnom procesu.

U poduzećima u Hrvatskoj informacijska tehnologija se koristi za obavljanje nekih uredskih poslova, no informacijska struktura nije dovoljno iskorištena za poboljšanje poslovanja.

Zbog toga je cilj rada pokazati kako informacijska tehnologija omogućuje promjenu načina uredskog poslovanja od konvencionalnog do elektroničkog te utjecaj ove promjene na kvalitetu poslovnih procesa, uz osobit naglasak na poslovni proces prodaje. Također ovaj rad govori što je to Front Office te kako i zšto je dobro koistiti se e-poslovanjem.

TIJEK POSLOVNOG PROCESA PRI E-PRODAJI

Tijek poslovnog procesa pri e-prodaji gotovo je identičan tijeku konvencionalnog poslovnog procesa prodaje i može se raščlaniti na iste faze kao i konvencionalni poslovni proces:

promocija ili inicijativa

operativno poslovanje:

zaključak posla

isporuka robe

plaćanje

Temeljna razlika između konvencionalne i e-prodaje su medij i način prijenosa informacija od prodavača kupcu i obrnuto. Tako se u fazi promocije kod e-prodaje ponuda ne pojavljuje u papirnatom, nego u elektroničkom, Web obliku. Zaključak posla izvršava se utem elektroničkih obrazaca (narudžba) i e-maila (potvrda primitka narudžbe).

Dio poslovnog procesa koji se i dalje izvršava u klasičnom obliku je isporuka robe s dokumentacijom jer se roba (u većini slučajeva, iznimka su digitalna dobra – glazba, software) isporučuje u fizičkom obliku zajedno s poslovnom dokumentacijom ispisanom na papiru (račun, otpremnica, carinska deklaracija i sl.), jedina elektronička komunikacija u ovom dijelu poslovnog procesa je e-mail obavijest o isporuci robe. Proces plaćanja može se izvoditi u različitim oblicima, a prema ponuđenim opcijama prodavača.

Razlikujemo nekoliko načina plaćanja pri e-prodaji:

kreditnom karticom tako da kupac prodavaču ne e-obrascu upisuje podatke o kreditnoj kartici (pri samom naručivanju robe),

pouzećem u domaćem prometu,

bezgotovinskom uplatom te slanjem obavijesti o plaćanju u elektroničkom obliku (e-mailom), ili

elektroničkim plaćanjem (izravnim elektoničkim transferom sredstava na elektronički račun prodavača).

Najčešći slučaj za e-prodaju u svijetu je opcija plaćanja kreditnom karticom, a kod hrvatskih poduzeća to je plaćanje pouzećem (za fizičke osobe) ili bezgotovinski uz obavijest o podmirenju obveze (za pravne osobe – poduzeća). Potrebno je naglasiti i da posljednji oblik, tj.e-plaćanje izravno s Web mjesta, niti u nas niti u svijetu nije dovoljno u uporabi. Da bi poduzeća putem Weba mogla trgovati, trebaju se razmotriti komponente bitne za e-prodaju, a to su: Web prodavaonica ili prednji ured (eng. Front Office) te aktivnosti podrške Web prodaji u pozadinskim uredima (eng. Back Office).

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

www.maturskiradovi.net

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