

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Uticaj učesnika na forme elektronske trgovine". Rad ima 21 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

Seminarski rad

Tema:

Uticaj učesnika na forme elektronske trgovine

U v o d

Elektronska trgovina pokriva pretežno dva tipa aktivnosti: indirektnu elektronsku trgovinu - elektronsko naručivanje opipljivih roba, koje još uvek moraju da se isporučuju upotrebom tradicionalnih kanala kao što su poštanske usluge ili komercijalne kurirske službe; i direktnu elektronsku trgovinu - naručivanje preko mreže (on-line), plaćanje i isporuka neopipljivih roba i usluga kao što je kompjuterski softver, zabavni sadržaj ili informacione usluge na globalnom nivou. Direktna, kao i indirektna elektronska trgovina nude specifične pogodnosti. Često iste kompanije upražnjavaju obe vrste trgovine - na primer prodaju softver na mreži (direktno) ali i «sa polise». Indirektna elektronska trgovina, međutim, zavisi od brojnih spoljašnjih faktora, kao što je efikasnost transportnog sistema, Direktna elektronska trgovina - koja omogućava elektronske transakcije bez posrednika, preskačući geografske granice - koristi puni potencijal globalnih elektronskih tržišta . U tabeli upoređena je klasična i Internet trgovina. Za tradicionalnu elektronsku trgovinu mreža je sredstvo za prenos podataka; za elektronsku trgovinu na Internetu, mreža je tržište.

Poređenje klasicne i Internet trgovine

TRADICIONALNA e-TRGOVINA

INTERNET e-TRGOVINA

Posao-posao

Posao-potrošači

Posao-posao

Posao-javna administracija

Korisnik-korisnik

Zatvoreni «klubovi», često specifični industrijski

Otvoreno tržište na globalnom

nivou

Ograničen broj poslovnih partnera

Neograničen broj partnera

Zatvorene privatne mreže

Otvorene, nezaštićene mreže

Poznati i poverljivi partneri

Poznati i nepoznati partner

Bezbednost je ugrađena u projektovanje

mreže

Bezbednost i potvrda autentičnosti potrebni

TRŽISTE JE KLUB

MREŽA JE TRŽIŠTE

izvor: Bank for International Settlements, Security of Electronic Money, 1996.

Internet trgovina je uticala na transformaciju poslovnih veza. Četri nova poslovna modela su implementirana da bi poduprela novu paradigmu. Ovi modeli, poslovnih veza, su fokusirani na tri do četiri specifične oblasti:

Business to business (posao-posao);

Business to consumer (posao-kupac);

Enterprise (preduzece) I opcionaino business to goverment (posao-vlada);

COIN (community of interest network model).

Kreira sposobnost da se optimaino mešaju i spajaju

najboiji od predhodno navedenih modela, koristeći ih kao osnovu za novu paradigmu o elektronskoj trgovini.

Model: posao - posao (business to business)

Da bi povećale efikasnost, mnoge prodajne firme, dobavljanje i distribuciju, počele su da njihov posao sa drugim firmama obavljaju elektronski. Ovakva praksa, mogla bi doprineti rapidnom rastu ako Internet postane primarna mreža za ovakve transakcije. Pre nego sto Internet potpuno podrzi posao-posao trgovinu, firme moraju prevazići nekoliko tehnoloških i sigurnosnih prepreka.

"U predhodnim godinama, veliki broj firmi je izvestavao o zaradama, kroz operativnu efikasnost koju su dobijale korišćenjem posao-posao elektronske trgovine ili kretanjem informacija elektronskim putem, preko računarskih mreža, između partnera" .

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com