

Uvod

Elektronsko poslovanje, poznatije kao e-Business, mora biti definisano kao određeni trgovinski proces, baziran na automatizovanom informacionom sistemu, što se danas najčešće realizuje uz pomoć naprednih Web tehnologija i sve većim brojem raspoloživih mrežnih servisa koji generalno olakšavaju sve procese koji posredno i neposredno opslužuju elektronsko poslovanje. Metode elektronskog poslovanja omogućavaju kompanijama povezivanje njihovih internih i eksternih sistema obrade podataka još efikasnije i fleksibilnije, u cilju veće zatvorenosti u odnosima sa dobavljačima i poslovnim partnerima i mnogo bolje zadovoljavanje potreba njihovih mušterija. U praksi, elektronsko poslovanje (e-Business) je mnogo više od elektronske trgovine (e-commerce). Elektronsko poslovanje stavlja akcenat na funkcijama koje se realizuju uz pomoć savremenih elektronskih dostignuća, dok je elektronska trgovina deo globalne strategije elektronskog poslovanja i teži da ostvari prihode putem World Wide Web-a, odnosno Interneta kako bi poboljšala veze sa klijentima i partnerima u cilju povećanja efikasnosti.

Elektronsko poslovanje u širem smislu reči predstavlja organizaciju poslovanja firme u mrežnom okruženju kao i organizovanje poslovne komunikacije i brigu o njima, dok se njegov uži smisao može odnositi na vođenje poslova na Internetu odnosno kupovinu i prodaju. Američka kompanija IBM jeste kompanija koja je prva upotrebila izraz „Elektronsko poslovanje“ što je aludiralo na poslovanje koje se realizuje primenom savremene elektronske tehnologije. U to vreme ovaj izraz se odnosio samo na poslovanja u sektoru elektronike dok se danas ovaj izraz upotrebljava kada podrazumevamo obavljanje poslovnih procesa uz primenu savremenih elektronskih tehnologija, koje su zasnovane na simbiozi telekomunikacionih i informacionih tehnologija. Savremene tehnologije omogućavaju slanje velikog broja informacija u kratkom vremenskom periodu na velike razdaljine što u stvari omogućava preduzećima da efikasnije obavljaju svoje svakodnevne zadatke i budu konkurentnija na tržištu. U dosadašnjem periodu elektronsko poslovanje doživelo je posebnu ekspanziju u maloprodaji, izdavaštvu i finansijskim uslugama. Prednosti elektronskog poslovanja u odnosu na tradicionalno su značajne, vezane su za povećanje kvaliteta i za sniženje prodajnih cena, smanjenje vremena izlaska na tržište kao i realizovanje transakcija. Ono što je danas posebno popularno jeste razvoj elektronskih partnerstava, baziran na zajedničkom nastupu pojenih firmi na elektronskom tržištu.

Elektronska trgovina (e-commerce) jeste jedan podrazumevani deo elektronskog poslovanja. Da bi pojam elektronske trgovine bilo moguće definisati treba se osloniti na poznavanje pojma trgovine uopšte. Reč trgovina vodi poreklo od engleske reči commerce koja može označavati različite tipove društvenih odnosa u smislu razmene ideja, osećanja ili mišljenja, kao i proces robonovčane razmene i transport robe od mesta do mesta. Kao i u klasičnoj trgovini, i u elektronskoj prisutni su elementi: proizvod, mesto, marketing, način za prijem narudžbina, način za prijem novca, isporuka, mogućnost vraćanja proizvoda, garancija i tehnička podrška. Za njih je karakteristično da u zavisnosti od stepena razvijenosti preduzeća u elektronskom smislu, neki manje a neki više, imaju prepoznatljiv tradicionalni karakter.

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

www.maturskiradovi.net

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