

ISTORIJA ELEKTROMSKE TRGOVINE

Značenje izraza e-trgovina se menjalo tokom vremena. Prvobitno, označavao je olakšavanje poslovnih transakcija elektronski, korišćenjem tehnologije kao što je Elektronska Razmena Podataka (EDI, koji se pojavio krajem 70-tih godina), u cilju slanja poslovnih dokumenata kao narudžbenica i faktura elektronski. Kasnije, uključene su i aktivnosti zajednički nazvane "Mrežna trgovina", kupovina i prodaja robe i usluga putem mreže (World Wide Web) preko sigurnih servera (kao HTTPS, specijalni serverski protokol koji kriptuje poverljive podatke radi zaštite potrošača) putem elektronskih servisa plaćanja, kao što su kreditne kartice. Kada je Mreža postala mnogo poznatija među širom publikom 1994, mnogi eksperti su predviđali da će e trgovina ubrzo postati vodeći ekonomski sektor. Međutim, trebalo je nekoliko godina da sigurnosni protokoli (kao HTTPS) postanu dovoljno razvijeni široko rasprostranjeni. Kao posledica, između 1998. i 2000. godine, veliki broj kompanija u SAD-u i Evropi razvio samo osnovne sajtove. Nakon 2005. godine, e-trgovina se veoma afirmisala u svim većim gradovima širom Severne Amerike, Zapadne Evrope, i određenih istočno azijskih država. Takođe, e-trgovina se i dalje sporo razvija u nekim industrijalizovanim državama, a praktično ne postoji uzemljama trećeg sveta. Pa ipak e-trgovina ima neograničeni potencijal kako za razvijene tako i nerazvijene zemlje, nudeći velike koristi u veoma neregulisanom okruženju.

2. POJAM ELEKTROMSKE TRGOVINE

Pod pojmom elektronske procesa i drastično smanjenje troškova, trgovine (e commerce) podrazumeva se jednostavan i jeftin izlaz na široko korišćenje jedne ili više svetsko tržište i efikasno održavanje telekomunikacionih tehnologija u cilju komunikacije s kupcima putem ostvarivanja kontakta ili direktne elektronske pošte.

Niži troškovi trgovine s partnerima – kupcima i plasiranja proizvoda na tržište rezultuju dobavljačima, odnosno pribavljanje nižim prodajnim cenama i većom informacija o tržištima, konkurenciji i konkurentnošću u trci za kupcima, što je poslovnim prilikama. U užem smislu, naročito pogodno za mala i srednja ovim pojmom označava se kupoprodaja preduzeća.

Osim jeftinijih proizvoda, putem Interneta, koja uključuje ne samo kupci od elektronske trgovine mogu razmenu novca i proizvoda, već i očekivati i daleko raznovrsniji izbor i vođenje proizvodnje elektronskim mogućnost brzog pretraživanja i putem, organizovanje logistike i podrške odabiranja određenih ponuda, koje su za kupce i drugo.

Ovaj proces oslanja se dostupne na globalnom nivou, 24 časa na napredne komunikacione tehnologije tokom svih sedam dana u nedelji. kao što su Internet World Wide Web i Najvažnija pogodnost elektronskog elektronska pošta, a tehnički se ne poslovanja odnosi se na skromna razlikuje bitnije od klasičnog inicijalna ulaganja (potrebni su računar, poslovanja, osim što se obavlja brže i modem i pristup Internetu) i jeftinije. globalizaciju tržišta, koje više ne Prednosti elektronske trgovine poznaje geografske pojmove vremena i su višestruke. Za dobavljače, osnovne prostora. Pogodnosti odnose se na automatizaciju.

3. ELEKTROMSKE TRGOVINE U PRAKSI

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

www.maturskiradovi.net

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