

SADRŽAJ

UVOD	3	Elektronska
trgovina.....	4	Elektronska maloprodaja
.....	5	Poslovni model
.....	5	Veb sajt
.....	6	Domen
.....	6	Podaci o firmi
.....	10	Način plaćanja
.....	10	Pogodnosti prilikom kupovine preko
interneta.....	11	
Distribucija.....	12	Marketing aktivnosti
.....	12	Zaključna razmatranja
.....	15	
LITERATURA.....	16	

2

UVOD

Tradicionalno poslovanje zasniva se na korišćenju strukturiranih papirnih dokumenata u dobro definisanoj i opšte prihvaćenoj komunikaciji između učesnika u procesu poslovanja. Savremene digitalne tehnologije omogućavaju efikasnije poslovanje, bez korišćenja papirnih dokumenata i bez neposrednog kontakta između učesnika. Poslovanje u kome se poslovne transakcije prevashodno ostvaruju elektronskim putem poznato je pod imenom elektronsko poslovanje. Electronic Business (EB - elektronsko poslovanje) jeste vođenje poslova na Internetu, što ne podrazumeva samo kupovinu i prodaju, nego i brigu o klijentima i poslovnim partnerima, kao i organizacija poslovanja u sopstvenoj firmi onlajn i organizacija prema klijentima. Pod e-poslovanjem podrazumevamo transformaciju ključnih poslovnih procesa upotrebom Internet tehnologija i elektronsko poslovanje tretiramo kao širi pojam od pojma elektronska trgovina. Procenjuje se da ukupan godišnji promet elektronskog poslovanja iznosi 750 milijardi dolara. Danas je elektronsko poslovanje putem Interneta opšte poznati pojam i nešto bez čega se moderno poslovanje ne može ni zamisliti. Za većinu ljudi koji su razvoj Interneta doživeli od samog početka, elektronsko poslovanje je bila ideja koja se vremenom menjala i stalno širila obuhvatajući nove ideje i pojmove. Interesantno je da ispočetka niko poslovanje na Internetu nije doživljavao ozbiljno i trebalo je dosta vremena da se shvati njegova prava upotrebljivost i korisnost. Od tridesetak godina svog postojanja tek zadnjih osam godina Internet je počeo i praktično da se koristi u poslovne svrhe. Tek zadnjih četiri godine može se reći da je on postao i neophodno sredstvo poslovanja većine firmi na zapadu a od sada i kod nas. Jedna od osnovnih karakteristika Interneta je da je većina njegovog sadržaja dostupna svakome ko na njega pristupi. Internet je globalna računarska mreža, koja se sastoji od više manjih lokalnih računarskih mreža i miliona kompjutra koja povezuje kompanije, obrazovne institucije, vladine agencije i pojedince (Vidas-Bubanja, 2007). Internet je pre svega komunikacioni medij, što znači da cilj kvalitetnog prisustva firme na Internetu treba koncipirati kao stalnu komunikaciju sa potencijalnim, ostvarenim i stalnim klijentima, ili poslovnim partnerima, radi poboljšanja prodaje proizvoda i usluga. Prisustvo firme na Internetu ima smisla i doneće uspeh ako je adekvatno osmišljena strategija marketinga i poslovanja firme na Internetu. Inače prva komercijalizacija Interneta desila se tek 1996. godine posle skoro četvrtine veka njegovog postojanja. Čuveni je slučaj bračnog para iz Arizone koji je poslao reklamnu poruku hiljadama učesnika News grupa o njihovoj advokatskoj firmi. Kao rezultat, došlo je do protesta gotove kompletne zajednice korisnika Interneta. Stizale su im čak i pretnje smrću, ali je istovremeno njihovo poslovanje udesetostručeno. Na bolje ili na gore, tek od tada Internet se promenio zauvek. Mnogi se sa nostalgijom sećaju vremena kad je Internet bio mesto gde se o novcu nije razmišljalo, gde su ideje tekle slobodno, a

svako mu je doprinosiso koliko je mogao, bez želje za naknadom. Danas je Internet, između ostalog, i jedan od najvažnijih alata savremenog poslovanja, i omogućuje kako povećanje efektivnosti poslovanja i optimizacije samog procesa tako i marketinga i

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

www.maturskiradovi.net

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