

SADRŽAJ : Strana

UVOD.....	3
EDI.....	4
POSLOVNI MODELI.....	5
ODNOS ELEKTRONSKE I	
KLASIČNE TRGOVINE.....	9
ELEKTRONSKE PRODAVNICE.....	12
PREDNOSTI ELEKTRONSKE TRGOVINE.....	14
SLEDEĆA GENERACIJA.....	15
BEZEDNOST.....	18
SET.....	18
ZAKLJUČAK.....	19
LITERATURA.....	20

ELEKTRONSKA TRGOVINA

“ Sve se kreće,sve se menja,na svetu ništa nije trajno “ Heraklit

UVOD

Internet je izmenio u potpunosti način poslovanja. Ruše se geografske granice, jezičke barijere, čak i valutna ograničenja, a za to je zaslužna ili kriva tehnologija elektronske trgovine. U zavisnosti od toga sa koje se strane osoba nalazi, elektronska trgovina, kako se uobičajeno naziva, je ili blagodat ili prava muka. Povremeni korisnik weba, jr verovatno makar jednom pregledao sajtove kao što su CDNow, ili Amazon.com, a možda je i nešto kupio. U 2001-oj godini oko deset procenata korisnika kupilo je neki proizvod online. Do kraja 2004 godine taj broj se povecao na oko trideset procenata i konstantno raste. Za one ljude koji čine taj mali deo, online kupovina je postala apsolutno neophodna, a radnje koje prodaju muziku, ili knjige kao da nemaju ni izbor, ni komoditet svojih online pandana.

Slika 1 : Razvoj elektronskog poslovanja

EDI

Zastareli EDI se sastojao od dve posvećene (dedicated) mašine: jedne kod korisnika i jedne kod velikog i vrlo važnog kupca, na primer. Kada bi zalih kupca opale, njegov sistem bi tu činjenicu primetio i zatim, izdao naredbu korisnikovom posvećenom terminalu, preko standardne modemske veze. Njegov sistem bi izbacio porudžbinu i automatski generisao informacije o isporuci i naplati.

Na ovaj način su ljudi (i samim tim, greške) odstranjeni koliko god je to moguće. Ovo je, takođe, bio i sjajan n

.....**NAMERNO UKLONJEN DEO TEKSTA**.....

z EDI sistem koji radi na Mreži, uz dodatak sigurne virtualne privatne mreže (virtual private network - VPN).

Dok je Internet mesto na kojem vlada anarhija, VPN šifrira saobraćaj do i od sajtova od poverenja (trusted site), kao što je kompanije svih partnera, štiteći tako sve vrste transakcije od potencijalnog nedozvoljenog upadanja i špijunskih pogleda.

POSLOVNI MODELI

Osnovna podela različitih B2B mehanizama mogla bi da izgleda ovako:

E - prodaja (E - Selling)

E - kupovina (E- buying)

E - tržišta (E - markets)

Mehanizmi za podršku (E - Collaboratio)

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

www.maturskiradovi.net

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