

James A. Senn's
Informaciona tehnologija

Poglavlje 9

Elektronska trgovina i elektronsko poslovanje



Ciljevi

- ▶ Objasniti značenje pojma elektronske trgovine.
- ▶ Navesti dva glavna segmenta elektronske trgovine.
- ▶ Opisati prednosti e-trgovine u odnosu na klasičnu trgovinu.



Ciljevi

- ▶ Opisati razlike između 4 postojeća oblika B2C e-trgovine.
- ▶ Objasniti integraciju lanca snabdevanja i razloge zbog kojih oni predstavljaju osnovni cilj e-trgovine za mnoge kompanije.
- ▶ Nabrojati karakteristike e-nabavke.
- ▶ Objasniti svrhu e-razmene i navesti koji njeni oblici danas postoje.



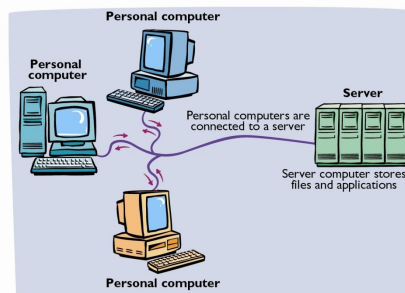
Definicija e-trgovine

- ▶ *E-trgovina*
 - ▶ kupovina, prodaja i razmena informacija o proizvodima i uslugama preko javnih ili privatnih komunikacionih mreža.
 - ▶ Transakcije e-trgovine idu preko Interneta ili privatnih intranet i ekstranet mreža.
- ▶ Kompanije koje nude svoje proizvode i usluge isključivo putem Internet-a nazivaju se dot-com (.com) kompanije.



INTRANET = "Privatni Internet"

- **Intranet** – privatna mreža unutar preduzeća koja koristi **Internet standarde** kako bi se omogućilo zaposlenima da razmenjuju informacije putem e-mail-a i web-a (informacije su ograničene unutar jednog preduzeća).

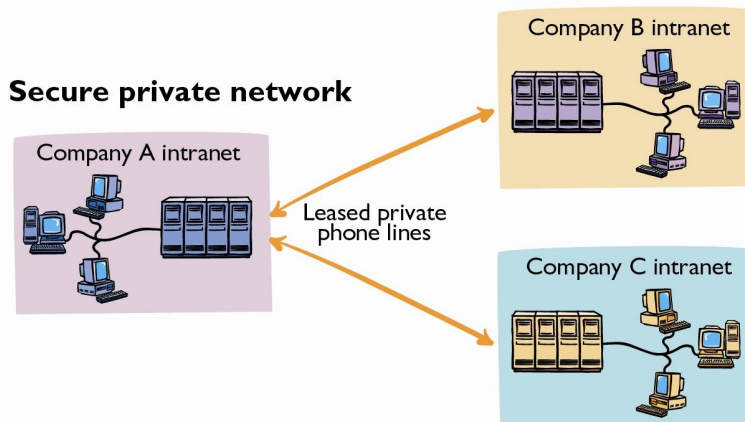


Komponente Intraneta su:

- računarska mreža (LAN ili WAN). Najmanje jedan računar sa server operativnim sistemom (i TCP/IP protokolom)
- jedan ili više klijent računara sa TCP/IP protokolom i web browser-om.

Ekstranet

- Ekstranet = povezivanje intranet mreža preko iznajmljenih privatnih linija.



Tipovi (segmenti) e-trgovine

- ▶ E-trgovina se obično deli na dva segmenta:

1. Business-to-Consumer (B2C) e-trgovinu:

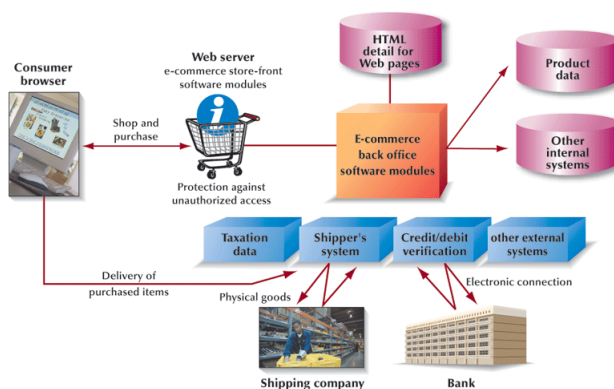
- ▶ e-trgovina koju poslovna preduzeća obavljaju u cilju direktne prodaje svojih proizvoda i usluga potrošačima.

2. Business-to-business (B2B) e-trgovina:

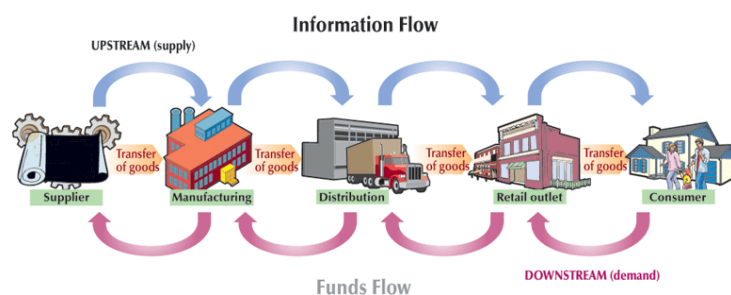
- ▶ Kompanije koje elektronskim putem obavljaju poslove sa drugim kompanijama.



Ciklus kupovine i isporuke robe kod dot-com kompanija – B2C



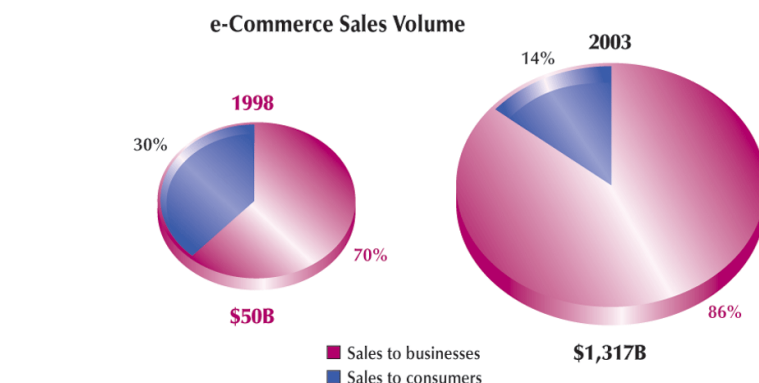
Tokovi robe informacija i novca u lancu snabdevanja B2B



Prednosti e-trgovine

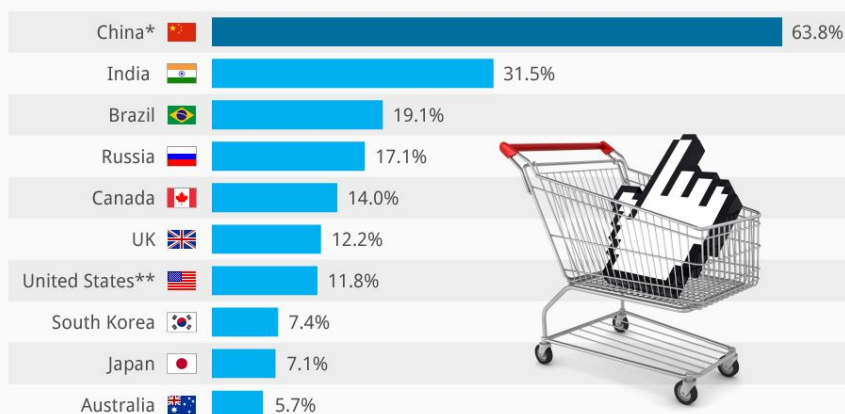
1. Geografski domet
2. Brzina
3. Produktivnost
4. Deljenje informacija
5. Nove usluge (automatsko obaveštavanje potrošača o novim proizvodima)
6. Niži troškovi
7. Prednost u odnosu na konkurenciju

Kom segmentu pripada najveći deo aktivnosti u oblasti e-trgovine?



China on Path to World Domination in Ecommerce

Forecast: B2C ecommerce sales growth in selected countries in 2014



Includes products and services ordered and leisure and unmanaged business travel sales booked using the Internet.

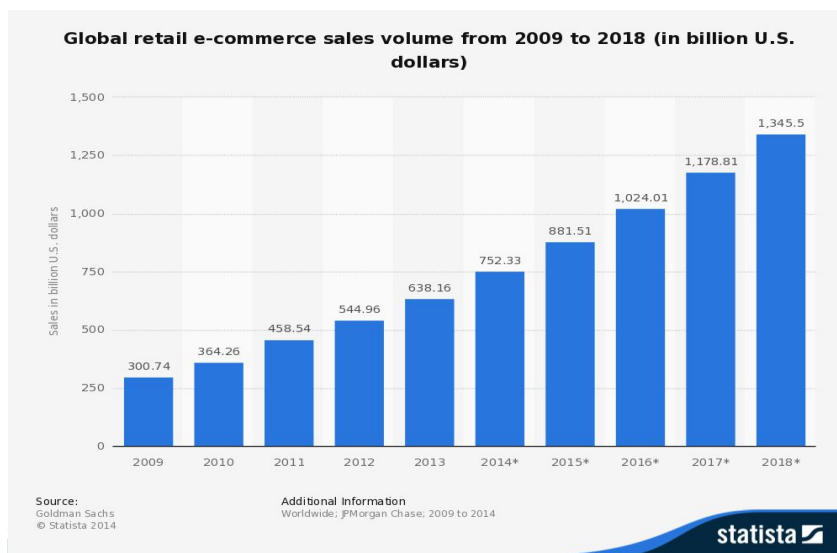
* includes sales from businesses that occur over C2C platforms; excludes Hong Kong

** excludes event tickets

Source: eMarketer

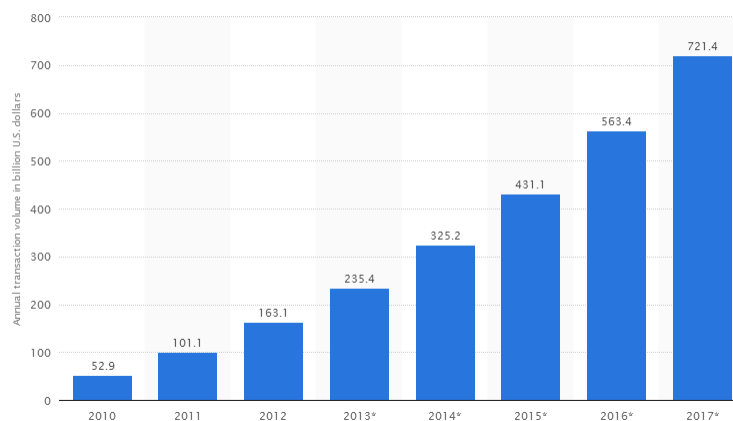
Mashable statista

Obim B2C e-trgovine



Obim e-trgovine preko prenosivih uređaja (smart telefona, tablet računara)

Global mobile payment transaction volume from 2010 to 2017 (in billion U.S. dollars)



Oblici e-trgovine u B2C

▶ *Unutar B2C sektora postoje sledeća 4 oblika e-trgovine:*

1. *Online maloprodaja:*

- ▶ kupovina i prodaja putem Interneta.

2. *Elektronski marketi (e-market):*

- ▶ Home stranica na Internetu na kojoj se nalazi više različitih, srodnih "prodavnica".
- ▶ Aukcije (klasična, inverzna i Holandska)



Vrste aukcija

▶ **Klasična aukcija:**

- ▶ Cena proizvoda postepeno raste, dok se ne dostigne maksimalna cena koju je neko spreman da plati.

▶ **Holandska aukcija:**

- ▶ Vid aukcije kod koje se cena postepeno smanjuje u unapred definisanom vremenskom intervalu, sve dok se ne pojavi kupac koji je spreman da plati ponuđenu cenu.

▶ **Inverzna aukcija:**

- ▶ Vid aukcije kod koje ponuđači iznose svoje liste zahteva za proizvodima ili uslugama zajedno sa max. cenama koje su voljni da za njih plate.



Oblici e-trgovine u B2C

3. *Portali* –

- ▶ web sajtovi koji predstavljaju jednu centralnu pristupnu tačku, preko koje kupci mogu pronaći željeni proizvod.
- ▶ **Portali omogućavaju:**
 - ▶ pretraživanje Interneta,
 - ▶ personalizaciju sadržaja,



Oblici e-trgovine u B2C

4. *Online servisi* - obuhvataju širok spektar usluga uključujući:

- ▶ *Elektorno bankarstvo*
- ▶ Upravljanje ličnim finansijama i plaćanje dažbina,
- ▶ Kupoprodaju akcija,
- ▶ Investiranje u razne projekte i
- ▶ Širok spektar turističkih servisa.



Elektornsko bankarstvo

Klasične i virtualne banke

- ▶ Klasične banke
 - ▶ ekspoziture; sav posao se obavljao na šalteru banke.
- ▶ Sredinom 90-tih osnovane su prve virtuelne banke.
 - ▶ Rad isključivo preko Interneta,
 - ▶ uključile su sve usluge klasičnih banaka i 24h pristup računima,
 - ▶ Uštede u radu odrazile su se na povećanje pozitivnih kamata na štednju i smanjenje troškova obrade kredita.
- ▶ Da ne bi izgubile klijente klasične banke i smanjile svoje troškove i klasične banke su uvele elektronsko bankarstvo.



Funkcije koje obavljaju B2C sajtovi

1. Upravljanje katalogom i sadržajem
 - *Sadržaj*: Informacije koje se distribuiraju preko Interneta.
2. Kupovina i naplata
3. Back Office obrada podataka. Ona uključuje:
 - Obrada isplate kupca,
 - Ažuriranje stanja robe na zalihama,
 - Priprema proizvoda za distribuciju.
4. Oglašavanje (Reklamiranje)



Vidovi oglašavanja na Internetu

1. **Pretraživači**
2. **Baneri**
3. **Interaktivni marketing: oglašavanje prilagođeno ciljnoj grupi.**
 - ▶ Podaci koje posetioci sajta unose (ime, prezime, e-mail adresa,...) koriste se za dizajniranje reklaminih poruka koje će tom posetiocu biti prikazane.
4. **E-Mail**
 - ▶ *Spam*: Neželjeno reklamiranje putem e-mail.



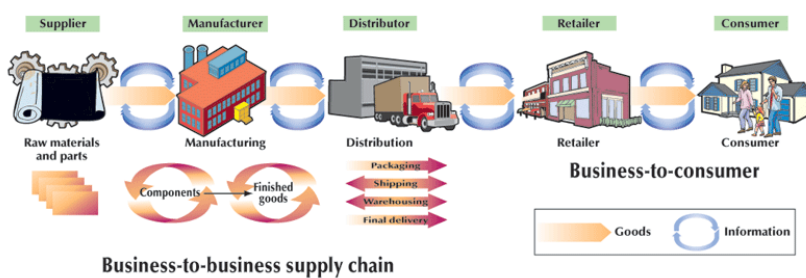
Aplikacije B2B segmenta e-trgovine

- ▶ Najvažnije aplikacije B2B su:
 1. Upravljanje lancem snabdevanja
 2. Elektronska nabavka i
 3. Elektronska razmena



1. Upravljanje lancima snabdevanja

- ▶ Lanac snabdevanja – protok robe, novca i informacija između kupaca i dobavljača.
- ▶ Upravljanje lancima snabdevanja – Kontrola svih aktivnosti između kupaca i dobavljača.



IS za upravljanje lancem snabdevanja

- ▶ Ovaj informacijski sistem obuhvata:
 - ▶ Planiranje zahteva za kapacitetom (usaglašavanje planirane i stvarne količine naručene robe sa proizvodnim mogućnostima; prati opterećenje proizvodnih kapaciteta).
 - ▶ Modul za planiranje potražnje,
 - ▶ Modul za planiranje proizvodnje,
 - ▶ Modul za planiranje distribucije,
 - ▶ Modul za planiranje logistike
 - ▶ Modul za planiranje transporta.

Strategije integracije lanaca snabdevanja

- ▶ **Integracija lanaca snabdevanja**
 - ▶ sinhronizovanje aktivnosti svih strana koje učestvuju u lancu snabdevanja sa ciljem da se zadovolje potrebe dobavljača, prodavaca i krajnjih potrošača.
- ▶ **Strategije**
 - ▶ *Efikasna reakcija na zahteve potrošača (neprekidno obnavljanje zaliha).*
 - ▶ *Upravljanje zalihama od strane prodavaca*



2. E-nabavka

- ▶ **E-nabavka**
 - ▶ Sistem koji zaposlenima omogućava pristup online katalogima sa opisima proizvoda i usluga koje nude različiti dobavljači.
- ▶ **Roba koja se kupuje spada u jednu od dve kategorije:**
 - ▶ roba koja je neophodna za izradu nekog proizvoda ili pružanje određene usluge. Nabavka takve robe predstavlja direktnu potrošnju.
 - ▶ Nabavka robe ili usluga koje služe za podršku funkcionisanju date kompanije kao celine predstavlja indirektnu potrošnju.



Ciljevi e-nabavke

- ▶ Danas se sve veća pažnja posvećuje nabavkama koje spadaju u oblast indirektne nabavke pri čemu je težište na ispunjenju sledećih ciljeva:
- ▶ Smanjenje troškova kupovine
- ▶ Omogućavanje "samoposluživanja" zaposlenima
- ▶ Poboljšanje saradnje sa zaposlenima

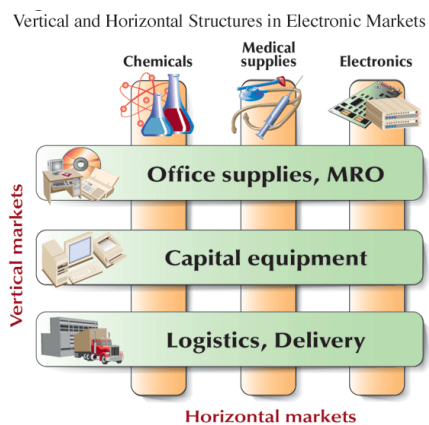


E-razmene

- ▶ *E-razmena*
 - ▶ komercijalni web sajtovi gde se kupci i prodavci okupljaju radi kupovine, razmene informacija ili obavljanja transakcija, obično uz posredovanje treće strane (operatora marketa).
- ▶ Na javnim (nezavisnim) razmenama, treća strana je zadužena za pouzdano funkcionisanje marketa, i njegovu otvorenost prema svima.
- ▶ Javne razmene mogu biti usmerene prema:
 - ▶ vertikalnoj ili
 - ▶ horizontalnoj industrijskoj razmeni.



Horizontalna i vertikalna razmena



E-razmene

- ▶ **Privatna e-razmena**
 - ▶ to je trgovački forum implementiran od strane jedne jedine kompanije i uz učešće odabrane grupe dobavljača i kupaca.