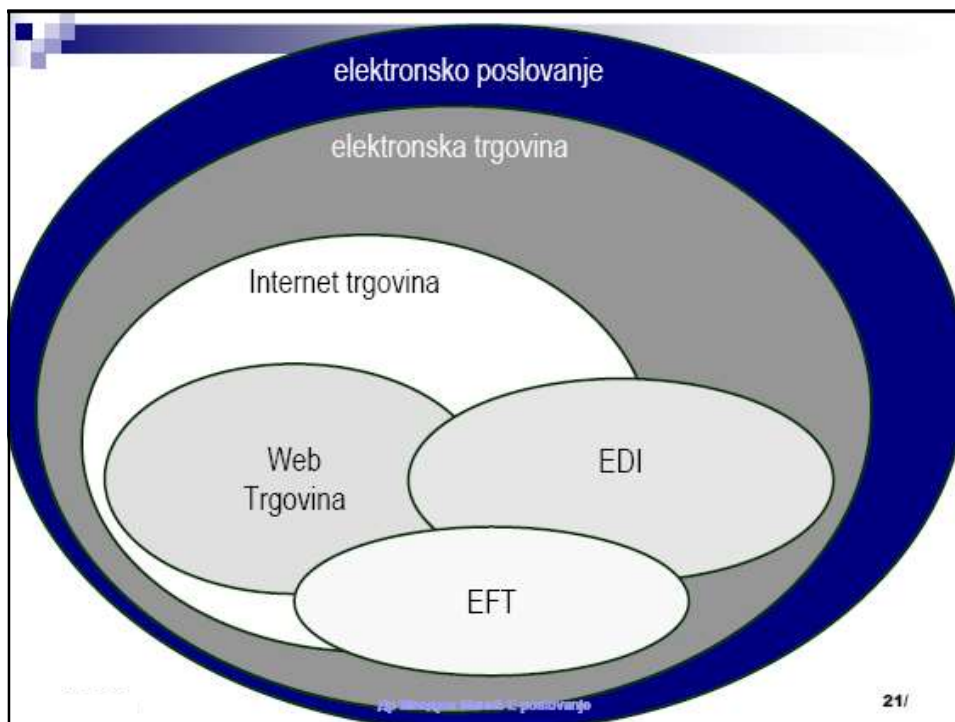
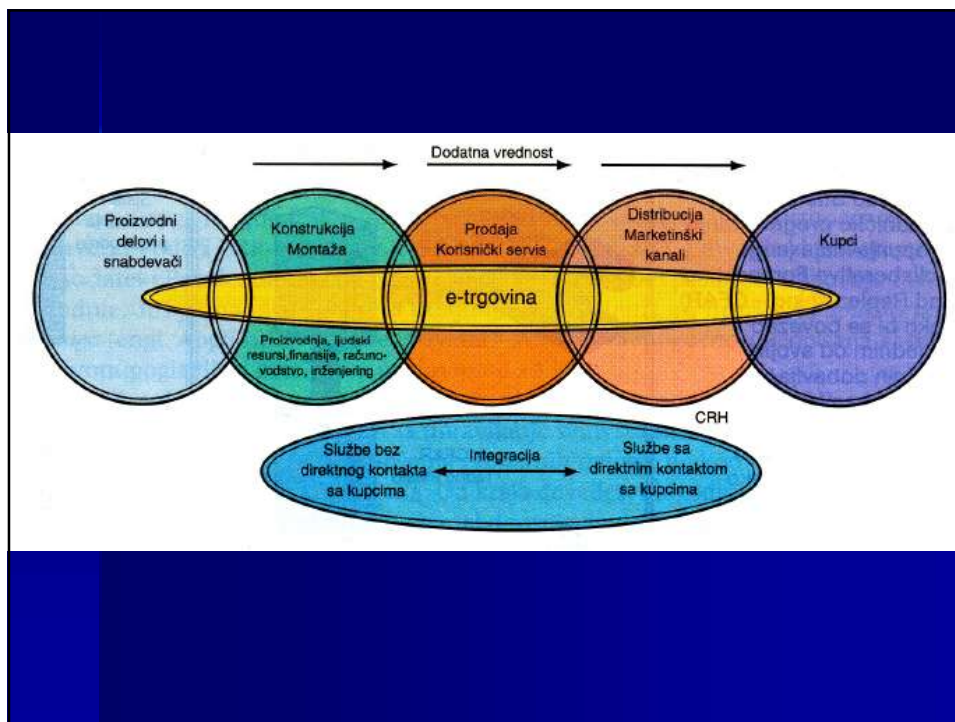


ELEKTRONSKO POSLOVANJE

ELEKTRONSKA TRGOVINA

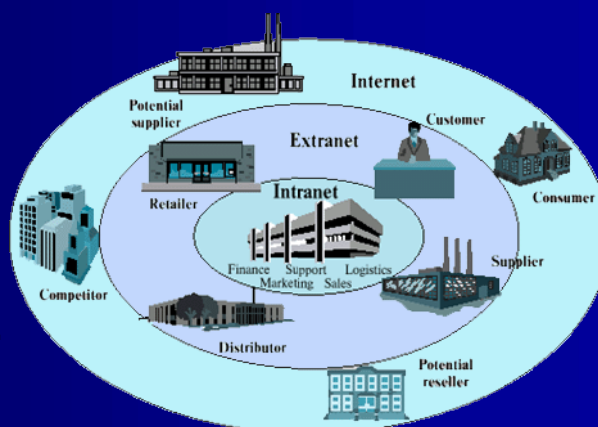
- Elektronska trgovina podrazumijeva :
 - Prodaju, distribuiranje, kupovinu, marketing i servisiranje robe (proizvoda) i usluga putem elektronskih sistema kao što je Internet i druge kompjuterske mreže, kao i prihode od reklame, elektronsku razmjenu dokumenata koji prate robu, novac i usluge.
 - poslovanje putem elektronskih sredstava EDI, elektronska pošta, ftp...



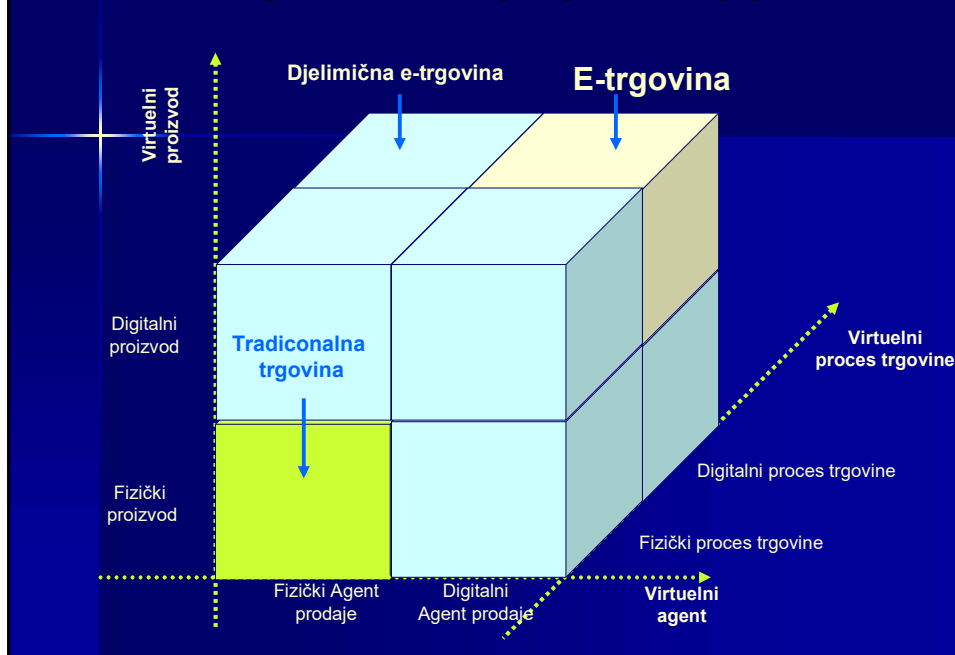


ELEKTRONSKA TRGOVINA (E-commerce)

- Standardi :
 - ISO
 - IEC
 - ITU
 - CEFAC
 - WTO
 - UNCITRAL
 - UNCTAD



DIMENZIJE ELEKTRONSKE TRGOVINE



Koncept elektronskog poslovanja sa stajališta djelatnosti

1. Online prodaja vlastitih dobara i usluga (eng. *e-Sales*)
2. Online nabavka dobara i usluga (eng. *e-Procurement*)
3. Elektronsko trgovanje (eng. *e-Commerce*)
4. Online zabava i rekreacija (eng. *e-Entertainment, e-Recreation*)
5. Elektronsko bankarstvo i online finansijske transakcije (*e-Banking, e-Payment, EFT*)
6. Elektronsko izdavaštvo (*e-Publishing*)

Poslovni sistemi se danas mogu podijeliti u tri grupe, prema online prisustvu na tržištu:

- **"cigla-i-malter"** (eng. brick-and-mortar) je metafora za sisteme koji koriste isključivo tradicionalne metode prodaje i distribucije i tradicionalne komunikacione medije,
- **"cigla-i-klik"** (eng. brick-and-click) predstavljaju poslovne sisteme koji klasične kanale prodaje i komunikacije široko podupiru Internet servisima (nabavke, prodaja, komunikacija),
- **"dot-com"** su poslovni sistemi koji kompletno poslovanje vrše u virtuelnom svetu Interneta i e-trgovine

Razlika između tradicionalnih i digitalnih kanala distribucije

1. Veći obim porudžbina, manja pojedinačna porudžbina

Mnogi tradicionalni prodavci su dizajnirani da operišu sa velikim porudžbenim konfiguracijama kao što su palete ili sanduci. Oni mogu rukovati sa stotinama, pa i hiljadama porudžbina dnevno, koje su obično poprilično velike, i većina se isporučuje putem kamiona i sl. Nasuprot njima, e-trgovci obrađuju desetine hiljada narudžbenica dnevno, koje mogu biti samo stoti dio veličine njihovih tradicionalnih pandana. Pa tako umjesto da šalje sto kutija jednoj prodavnici, može poslati proizvode stotinama potrošača u malim isporukama. Da bi se ovo postiglo e-trgovci moraju opremiti svoje distributivne centre drugačije, ali ovakva automatizacija nije jeftina, i može iznositi od tri do pet puta više po kvadratnom metru od tradicionalnog centra.

Razlika između tradicionalnih i digitalnih kanala distribucije

2. Više proizvoda

Virtualne prodavnice mogu ponuditi veći asortiman proizvoda. Ali ovo predstavlja veliki izazov za online distributivne centre, koji moraju imati više mjesta za skladištenje, pokretnih traka i više ljudi da upravlja ovako povećanim izborom. Takođe moraju biti kompjuterizovani, jer što je veći asortiman, teže je imati tačan inventar, i izbjeći najveću grešku e-trgovine, zaostale porudžbine.

Razlika između tradicionalnih i digitalnih kanala distribucije

3. Više ljudi

Tradicionalni distribicioni kapaciteti koji koriste pokretne trake obično raspoređuju od trećine do četvrtine svoje radne snage na ovu aktivnost. Nasuprot njima, 75 do 90 % zaposlenih u e-trgovini je raspoređeno na ovom zadatku. Kod e-trgovine, funkcija ljudskih resursa je posebno važna, jer ne samo da će ovakav distributivni centar morati da zaposli više radnika, već će morati i da njima upravlja mnogo efikasnije kako bi obezbijedio zadovoljavajuće rezultate. Upošljavanje dodatne radne snage zahtijeva veće prostorije za odmor, dodatni parking prostor, i sl.

Razlika između tradicionalnih i digitalnih kanala distribucije

4. Slanje upakovanih proizvoda

Kada se termin "pakovanje" upotrebi kod tradicionalnih distributivnih centara, obično se odnosi na zatvaranje palete u plastični omot radi zaštite. Ali kod e-trgovine označava aktivnost koja za rezultat ima paket nalik onom koji se može naći ispod novogodišnje jelke.

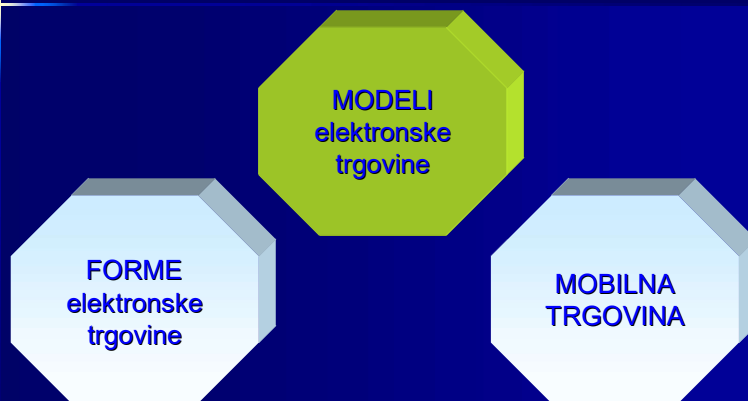
Distributivni centri e-trgovine moraju biti eksperti za male pakete, što znači da im trebaju odjeljenja namijenjena pakovanju. Takođe moraju biti više vični u rukovanju sa malim paketima.

Razlika između tradicionalnih i digitalnih kanala distribucije

5. Distributivni centri moraju biti zaduženi za prodaju

Možda i najvažnija razlika jeste kritična uloga distributivnih centara e-trgovine u prodaji. Nivo nezadovoljstva online potrošača opada, a najveća njihova primjedba usmerena je, prema istraživanju *Jupiter Communications, Inc*, na isporuku proizvoda. Takođe, istraživanja su pokazala da potrošači otkazu više od 50 % zaostalih porudžbina.

ELEKTRONSKA TRGOVINA



MODELI ELEKTRONSKE TRGOVINE realizacije na Web stranici

- Storefront model
- Aukcijski model
- Portal modeli
- Dynamic Pricing model
- Online trading and lending model

STOREFRONT MODEL

- Omogućava proizvođačima da prodaju svoje proizvode na Webu 24 časa dnevno širom svijeta.
- Sadrži:
 - online katalog sa proizvodima
 - proceduru kupovine
 - obezbijeđeno plaćanje
 - server proizvođača
 - bazu podataka proizvođača
- Pruža veliki izbor proizvoda i usluga.
- Više narudžbina u jednoj transakciji.

The screenshot displays the Texas Instruments Storefront website. At the top, the title "Storefront model Texas Instruments" is visible. The browser window shows the URL "http://www.ti.com". The website header includes the Texas Instruments logo and navigation links for "Products", "Applications", "Design Support", and "Sample & Buy". A search bar is also present. A prominent news update is highlighted with a red border, titled "Update from TI on earthquake damage to factories in Japan". Below this, a product promotion for a "High-Speed Data Converter DACs484" is featured, highlighting "65% Lower Power Consumption". The page also includes a "Sample & Buy" section with a "View Cart" button. The footer contains navigation menus for "Products", "Applications", "Design Support", and "Sample & Buy".

Storefront model Texas Instruments

Audio IC | Audio IC Applications | Analog and Digital Audio Solutions - TI.com - Windows Internet Explorer

http://focus.ti.com/analog/docs/audio/enreview.tsp?familyId=276§ionId=420&tabId=270

File Edit View Favorites Tools Help

Product Search | Overview | Product Search | What's New | Applications | Documents | Tools | Support

Texas Instruments (TI) end equipment solutions for Audio IC Applications integrate best-in-class systems expertise, providing increased application flexibility, higher performance and design longevity. TI is committed to providing the silicon, software, application knowledge and local technical support to help you get to market faster.

Product Tree

- Audio Subsystem (3)
- Speaker Amplifier and Modulator
 - Portable Amplifier (62)
 - Hi/High-Power Amplifier (24)
 - PWM Processor (12)
- Headphone Amplifier (17)
- Line Driver / Receiver (13)
 - 2W/3Wms Line Driver (7)
 - Professional Audio Line Driver (5)
 - Professional Audio Line Receiver (4)
- Audio Operational Amplifier (14)
- Microphone Preamplifier (6)
- Volume Control (4)
- Audio Clock (2)
- Audio Converter
 - Audio ADC (18)
 - Audio CODEC (52)
 - Audio DAC (33)
- Digital Audio Interface
 - Digital Audio Transmitter (2)
 - Digital Audio Receiver (2)
 - Digital Audio Transceiver (Tx/Rx) (5)
 - Sample Rate Converter (8)
 - Lin Sync Delay IC (11)

Audio: Home [Learn more](#)

Solutions for Next-Generation Audio IC Applications

Today's consumers demand the best performance in their Audio products. They want crystal-clear sound wherever they are - in whatever format they want to use.

Texas Instruments provides the technology to enhance a listener's Audio experience. Offering high performance, unparalleled integration and design flexibility, TI's programmable components help you build Audio systems with true, life-like sound and broad functionality at a competitive cost. Our portfolio features all-digital Audio IC components as well as digital and analog Audio IC solutions. From industry-leading DSPs and high-performance analog to an extended portfolio of application software, TI delivers the most reliable, scalable and power-efficient solutions for simple and complex audio systems alike.

Quick Audio Resources

- Audio Selection Tool
- Audio Guide IQ 2011 (Rev. F)
- Audio Support on TI's E2E Community
- Competitor Cross Reference Search
- Professional Audio Quick Reference Guide

Storefront model Texas Instruments

Product Search - Audio Applications - TI.com - Windows Internet Explorer

http://focus.ti.com/parametrisation/parametrisationsearch?paramId=630&tabId=270&familyId=276§ionId=420&tabId=270&templateId=AUDIO_PDFSEARCH_T6&w=

File Edit View Favorites Tools Help

Product Search - Audio Applications - TI.com

62 Results - Show All Results | 1 - 10 of 62 Results | Next > | Page: 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Next > > | Customize Columns | Download Spreadsheet

Part Number	Status	Headphone Channels	Speaker Channels	Output Power (W)	THD+N @ 1 kHz (%) (kHz)	Iq per Channel (mA)	Load (ms) (ohms)	PSRR (dB)	VCC / VDD (min) (V)	VCC / VDD (max) (V)	Supply (V)	Additional Features	BTL Output	Class-B
TPA2015D1	ACTIVE	None	Mono	2	0.1	0.2	8	85	2.0	5.2	2.0 - 5.2			Yes
TPA2026D2	ACTIVE	None		3.2	0.1	0.2	4	80	2.5	5.5	2.5 - 5.5			Yes
TPA2028D1	ACTIVE	None		3	0.1	1.8	0.2	4	80	2.5	5.5	2.5 - 5.5		Yes
TPA2039D1	ACTIVE	None	Mono	3.2	0.18	1.5	0.1	4	86		2.5 - 5.5			Yes
TPA2011D1	ACTIVE	None	Mono	3.2	0.18	1.5	0.1	4	86		2.5 - 5.5			Yes
TPA6013A4	ACTIVE	Stereo	Stereo	3	0.04	7.5	1	70			4.5 - 5.5			
TPA6012A4	ACTIVE	Stereo	Stereo	3	0.06	7.5	1	3	70		4.5 - 5.5			
TPA2027D1	ACTIVE	None	Mono	3.2	0.18	1.5	0.1	4	86		2.5 - 5.5			Yes
TPA2018D1	ACTIVE	None	Mono	3	0.1	1.8	0.2	4	80		2.5 - 5.5	AGC/DR, I2C Control		Yes
TPA2017D2	ACTIVE	None	Stereo	2.0	0.1	1.05	0.2	4	80		2.5 - 5.5	Easy ASRC/DR, H/W Control	Yes	Yes

62 Results - Show All Results | 1 - 10 of 62 Results | Next > | Page: 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Next > > | Customize Columns | Download Spreadsheet

AUKCIJSKI MODEL

- Organizovani su kao forumi za online kupovinu
- Korisnici se loguju kao licitant ili prodavac
- Prodavac šalje podatke o predmetu prodaje, minimalnu cijenu i krajnji rok za završetak aukcije
- Licitant pretražuje sajt, pregleda trenutne licitatorske aktivnosti i licitira
- Aukcijski sajtovi po završetku posla dobijaju procenat od obje strane



PORTAL MODELI

Obično nude vijesti, sport, vrijeme kao i mogućnost pretraživanja Web-a.

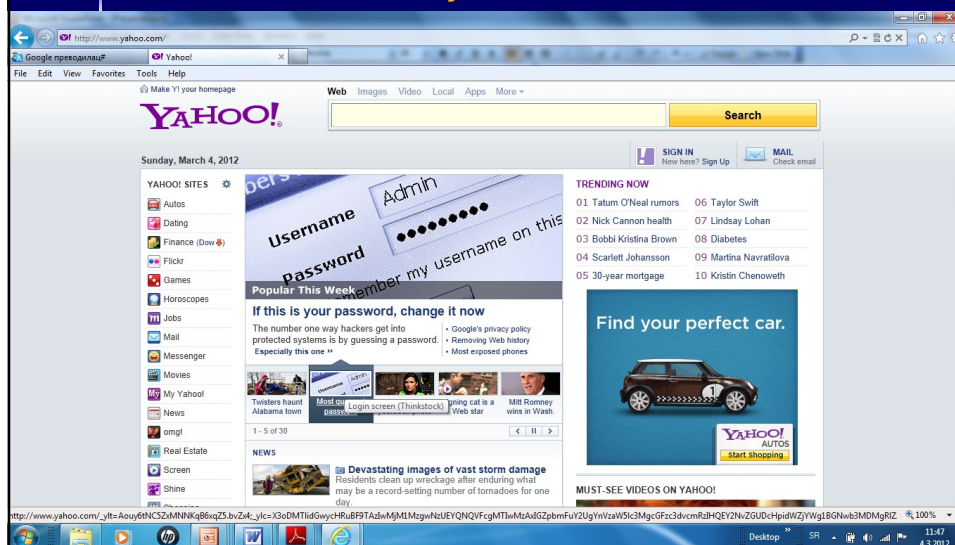
Portali su podijeljeni na tri vrste:

- Horizontalni – agregiraju informaciju o širokom opsegu tema
- Vertikalni – nude veliki broj informacija koje pripadaju jednoj oblasti
- Afinitetni – kao vertikalni ali tačno usmjereni ka specifičnom segmentu tržišta ili ka određenom događaju

Online kupovina je popularni dodatak većini portala.

PRIMJER HORIZONTALNOG PORTALA

www.yahoo.com



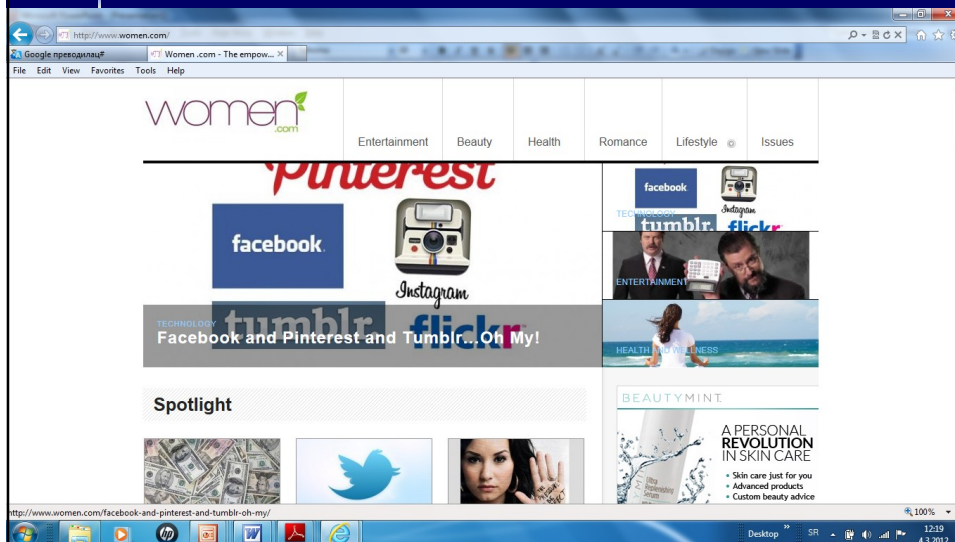
PRIMJER VERTIKALNOG PORTALA

www.acm.org – Association for Computing Machinery



PRIMER AFINITETNOG PORTALA

www.women.com



DYNAMIC PRICING MODELI

- Internet je promijenio način određivanja cijena - spajanje velikog broja kupaca snižava cijene proizvoda
- Dynamic Pricing modeli:
 - **Name-Your-Price model** – korisnik postavlja svoju cijenu
 - **Comparison pricing model** – sajt sa mehanizmom za pronalaženje najniže cene za određeni proizvod
 - **Demand-sensitive pricing model** – kupovina veće količine proizvoda po nižoj ceni
 - **Bartering model** – zamjena nepotrebno za potrebno
 - **Rebate model** – sajtovi koji nude popuste na maloprodaju proizvoda vodećih proizvođača u zamenu za reklamiranje ili proviziju
 - **Free offering model** – besplatni proizvodi i usluge generišu veliki promet na websajtu

DYNAMIC PRICING MODELI primjer

<http://www.priceline.com/>

The screenshot displays the priceline.com website interface. At the top, there's a navigation bar with links for flights, hotels, rental cars, vacation packages, cruises, tours & attractions, pricebreaker deals, hotel guides, and groups. The main content area is titled "search flights" and includes a search form with fields for "round-trip", "one-way", "multi-destination", and "Name Your Own Price". Below the form, there are options for "flight only", "flight + hotel", and "flight + hotel + car". The form also includes fields for "from (city or airport)", "to (city or airport)", "departing", and "returning". There are also dropdown menus for "Anytime" and "Anytime", and a "passengers" section with "1 Adult" and "0 Children" options. A "search flights now!" button is prominently displayed. To the right of the search form, there are several promotional banners. One banner advertises "last minute flights up to 50% off" with a "FLIGHTS UNDER \$150 RT" offer. Another banner promotes "Name Your Own Price" with a "save up to 40%" guarantee. A third banner offers "Save Up To 50% On Last Minute Flights!" with a "50% OFF" badge. The website also features a "sign in" link and a "my profile" link in the top right corner.

ONLINE TRADING I LANDING MODEL

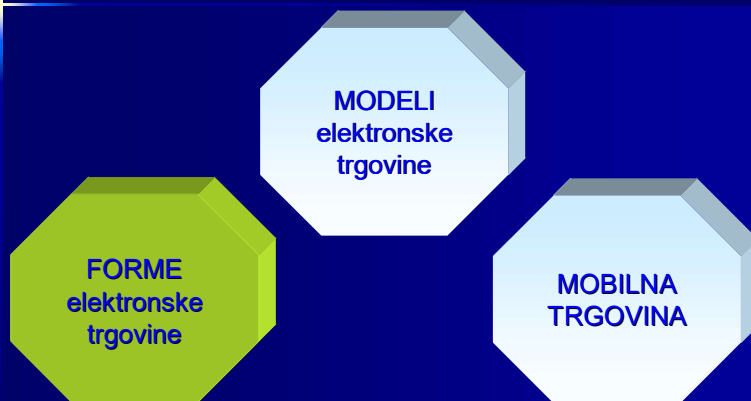
- Brokerska preduzeća su definisala način realizacije poslova osiguranja i trgovine nekretninama i hartijama od vrijednosti preko Web-a.
- Na sajtovima je moguće realizovati kupovinu, prodaju i upravljanje svim investicijama sa desktopa.
- Transakcije preko Web-a manje koštaju.

PRIMJER ONLINE TRADING I LANDING MODEL

<http://www.afsd.com.au/>

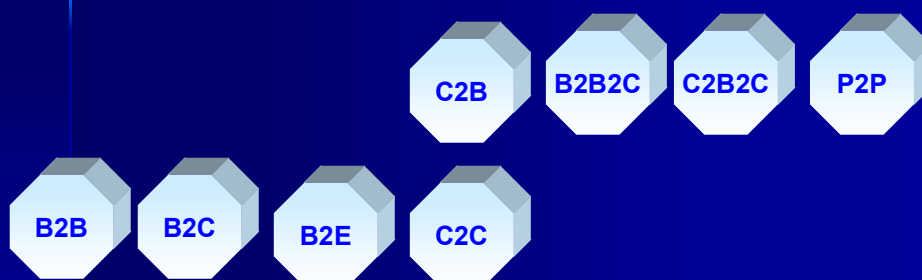
The screenshot shows the website <http://www.afsd.com.au/> displayed in Microsoft Internet Explorer. The browser's address bar shows the URL. The website features a navigation menu on the left with categories like 'ADVICE CENTRE', 'SHARE ANALYSIS', 'NEWSLETTERS', 'EDITORIALS', 'OVERNIGHT MARKETS', 'INVESTMENT SHOP', 'CALCULATORS', and 'BUSINESS RESOURCE CENTRE'. The main content area includes a 'Cover Story' section titled 'Capital Guaranteed Funds ...' with a sub-headline 'Rising Interest Rates ... Sharemarket High?'. There is also a 'Find a Professional' section listing services like Stockbrokers, Financial Planners, Insurance Brokers, Accountants, Solicitors, and Associations. A 'Share Analysis' sidebar on the right offers 'FREE Stock Quotes, Charts & Company Research for ... Australian stock exchange listed companies'. The top of the page has a banner for a 'FREE 14-day trial' and a 'This Month's Specials at the AFSD Investment Shop' link.

ELEKTRONSKA TRGOVINA



FORME ELEKTRONSKE TRGOVINE

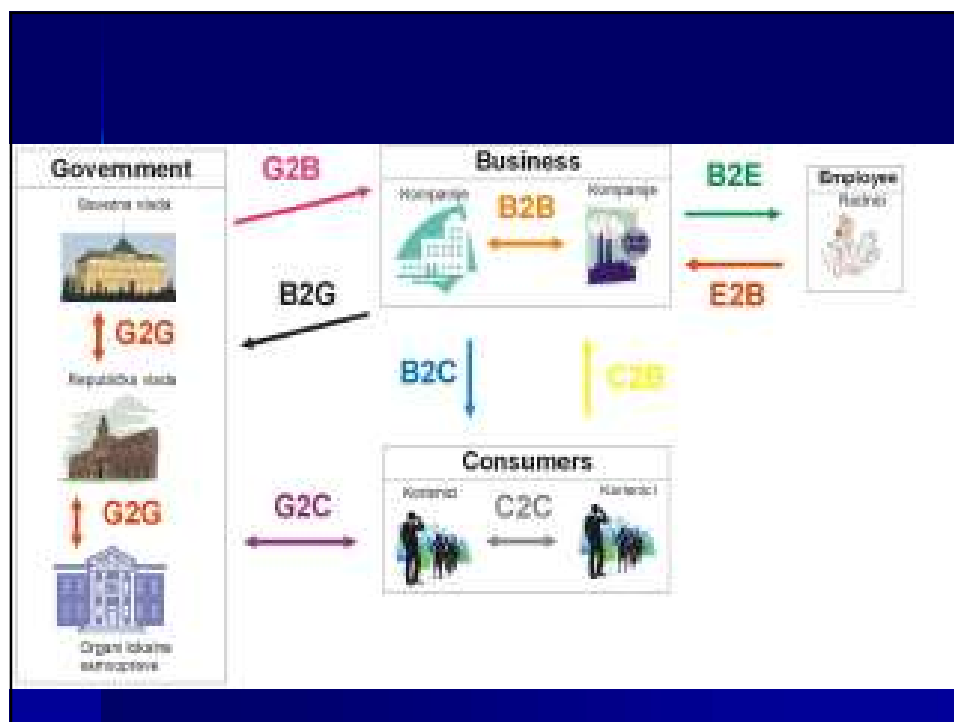
RELACIJE IZMEĐU UČESNIKA



POSLOVNE FORME

(SA ASPEKTA SARADNJE MEĐU UČESNICIMA)

- Elektronske transakcije se mogu obavljati između tri strane:
 - *Vlada* (Government) , *Kompanije* (Business) i *Klijenti* (Consumer)
- Komunikacije između kompanija i krajnjih korisnika**
 - Business to Business (B2B) (kompanija-kompanija)
 - Business to Consumer (B2C) (kompanija-korisnik)
 - Consumer to Business (C2B) korisnik-kompanija
 - Consumer to Consumer (C2C) korisnik-korisnik
 - Business to Employee (B2E) kompanija-zaposleni
 - Employee to Business (E2B) zaposleni-zaposleni
- Komunikacija u elektronskoj vladi Citizen(građanin)**
 - Business to Government (B2G)
 - Government to Business (G2B)
 - Government to Government (G2G)
 - Government to Consumer (G2C)
- Višestruke transakcije (B2B2C, C2B2C,P2P ...)**



KOMUNIKACIJE IZMEĐU KOMPANIJA I KRAJNJIH KORISNIKA



Kategorija posao-posao: B2B

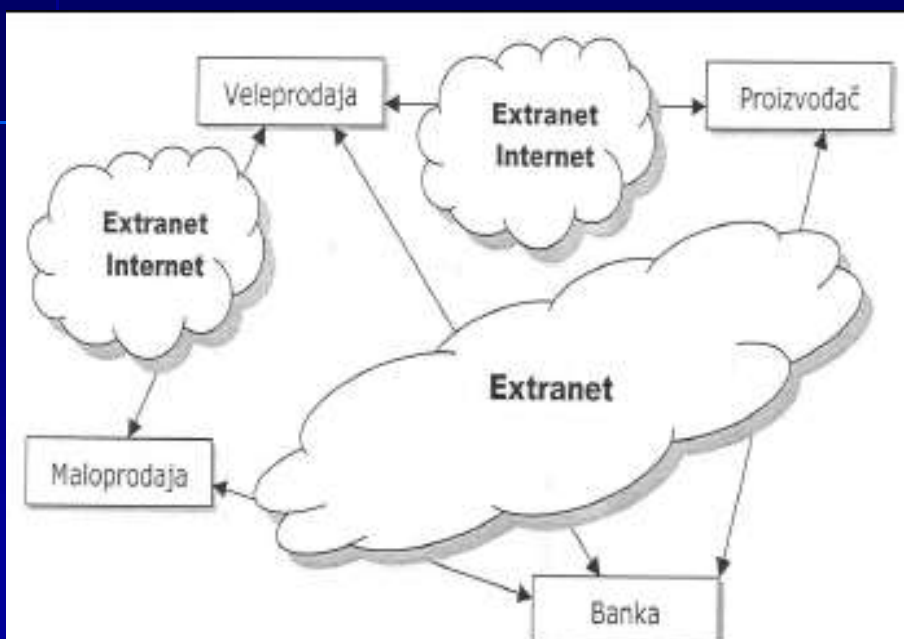
Business-to-Business

- upravlja inter-organizacionim poslovnim transakcijama
- kompanije koje koriste računarske mreže za razmjenu poslovnih transakcija sa poslovnim partnerima
- način rada karakterističan za EDI, ali sve više i za XML aplikacije na Internetu
- najviši nivo: neposredna razmjena podataka između dvije aplikacije sa svake strane razmjene
- finansijski obuhvata značajno najveći deo tržišta ET (šest puta veći od B2C)

B2B (Business to Business)

- B2B prednosti:
 - Smanjenje troškova
 - Integraciju lanca nabavke
 - Online pribavljanje robe jedne firme za drugu
 - Mogućnost pristupa novim tržištima
 - Nove efikasnije i fleksibilnije transakcione metode
- Problemi za primjenu B2B aplikacija:
 - pravni aspekti integracije
 - bezbjednost, brzina i fleksibilnosti u B2B aplikacijama
- Začetnici ovakvog poslovanja su:
 - www.fedex.com
 - www.cisco.com
 - www.dell.com

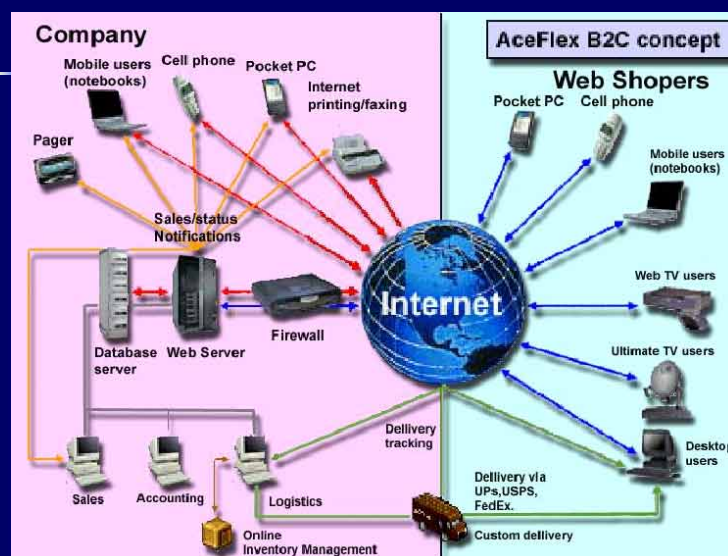
B2B (Business to Business)

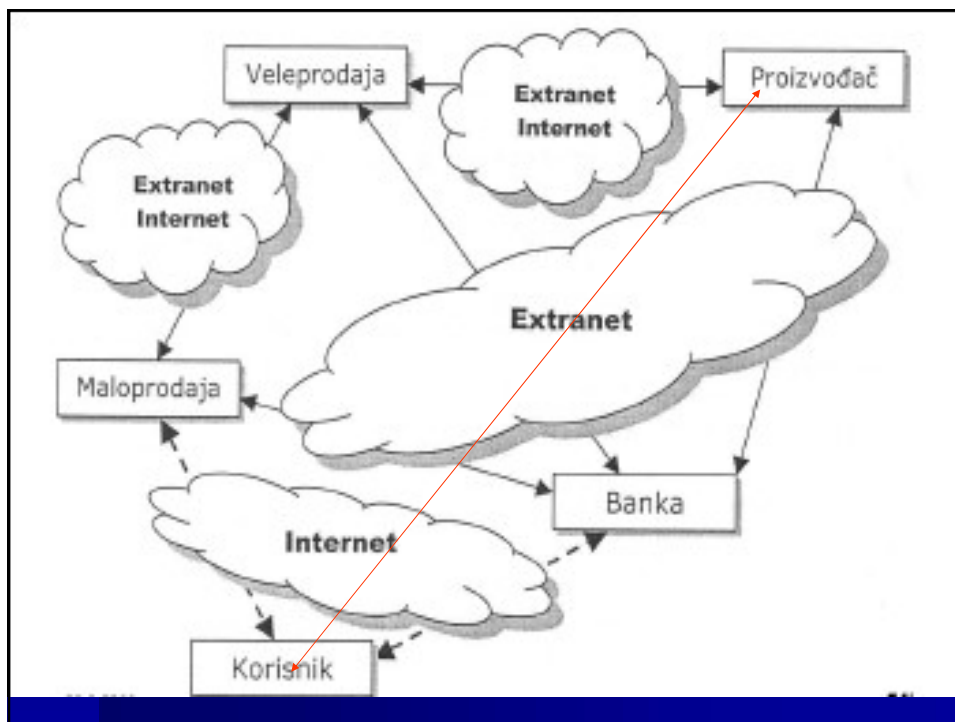


Kategorija posao-korisnik B2C (Business to Customer)

- Oblici poslovanja na Internetu koji daju direktan interfejs između preduzeća i potrošača.
- Primer B2C aplikacije je sajt maloprodaje proizvoda ili usluga.
- Mnogo je jeftinije otvoriti sajt nego prodavnicu.
- Obuhvata ubjedljivo najveći broj transakcija elektronskog poslovanja
- Za preduzeća koja imaju posrednike u distribuciji, reklami i prodaji proizvoda, B2C nije efikasan model.

B2C (Business to Customer)





Business to Consumer (B2C)

- B2C označava prodaju roba ili uluga krajnjim potrošačima posredstvom Interneta.
- Dostupnost 24 časa 7 dana u nedelji
- Uobičajeni procesi od ideje do izvršenja kupovine:
 - Pronalaženje kvalitetne robne marke
 - Potraga za najpovoljnijom cenom
 - Kupovina u najpovoljnijoj online ili offline trgovini
- Jedan od glavih nosilaca elektronske trgovine i B2C načina poslovanja je Amazon (www.amazon.com)
- Prepreke razvoja B2C načina poslovanja:
 - Nerazvijenost transportne i telekomunikacione infrastrukture
 - Nedostatak kulture korišćenja plastičnog novca
 - Nedovoljna pravna sigurnost
 - Nerazvijenost "brzih net konekcija" i dominantnost modemskeg pristupa net-u
 - Sigurnost brzog transfera novca

Kategorija posao-zaposleni **B2E (Business to employee)**

- E-commerce forma kojim organizacija pruža servise, informacije i druge proizvode svojim zaposlenima.
- Spada u širi kontekst e-poslovanja
- Zaposleni elektronskim putem naručuju sredstva i materijal koji im je potreban za rad.
- Koncept **ERM** (Employee Relationship Management) omogućava upravljanje ekspertima u kompaniji pomoću kadrovskih informacija i specijalnih alata
- Zaposleni preko ovog modela kupuju proizvode organizacije sa popustom, povoljnije dobijaju osiguranje, uzimaju časove obuke.

Kategorija zaposleni-zaposleni: **E2E**

- Employee-to-Employee
- slična prethodnoj kategoriji
- zasnovana na **intranetu** i lokalnom portalu kompanije preko kojeg su moguće komunikacije zaposlenih ili članova određenih timova
- zajednice koje međusobno dijele znanje ili imaju ista interesovanja

C2C (Customer to Customer)

- Nov oblik trgovine u kome potrošači prodaju jedni drugima uz pomoć Internet kompanija.
- Potrošači trguju direktno sa drugim potrošačima. Obično su u modelu aukcija.
- Kompanija koja podržava ove transakcije mora naći neki ne tradicionalni način za naplatu usluge.
- Cijena usluge je obično mali procenat transakcije, članarina, reklamiranje ili neka kombinacija. Davaoc usluge formira katalog, pretraživač i mehanizme plaćanja
- Primjeri ove forme poslovanja su www.e-Bay.com, www.amazon.com, www.craigslist.org

C2B (Customer to Business)

- **Pojedinci koje koriste Internet kako bi prodali proizvode ili pružili usluge organizacijama i-ili kako bi tražile prodavce koji nude proizvode i usluge koje su njima potrebne.** www.priceline.com
www.letsbuyit.com
- sve vrste okupljanja korisnika u cilju zajedničkog nastupa
- postizanje boljih tržišnih uslova
- razmjena informacija o ponudi i proizvodima određene kompanije

Višestruke transakcije

- Nastaju kao kombinacije postojećih poslovnih formi
- Sve su popularnije i u stalnom su porastu korišćenja

Ističu se:

-**B2B2C (Business to Business to Consumer)**- primjer:
aplikacija koja povezuje jedan on-line katalog sa drugim

-**C2B2C (Cosumer to Business to Consumer)** -primjer
www.autrader.com obezbeđuje potrošačima dinamički katalog i
prodaju polovnih i novih automobila

- **P2P (Peer to Peer)** razmjena podataka između korisnika
posredstvom Interneta preko aplikacija kao što su e-Mule, torrent

B2B2C (Business to Business to Customer)

- Noviji model elektronske trgovine.
- Korišćenje modela B2B koji podržava poslovanje preduzeća po modelu B2C.
- Doprinosi uspjehu B2B i zadovoljava potencijalnu tražnju B2C.
- Aplikacija koja povezuje jedan online katalog sa drugim može se smatrati kao B2B2C aplikacijom.

B2B2C (Business to Business to Customer)

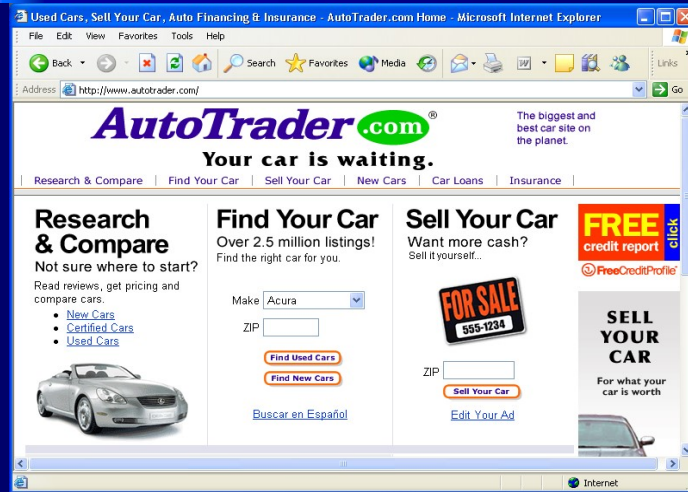


C2B2C (Customer to Business to Customer)

- Uključuje potrošače sprovodeći transakciju sa ostalim potrošačima koristeći online preduzeće kao posrednika.
- Primer C2B2C aplikacije - www.autotrader.com.
 - Katalog i prodaja, novih i polovnih automobila, kao i prodaja polovnih automobila između korsnika sajta.

C2B2C (Customer to Business to Customer)

www.autotrader.com



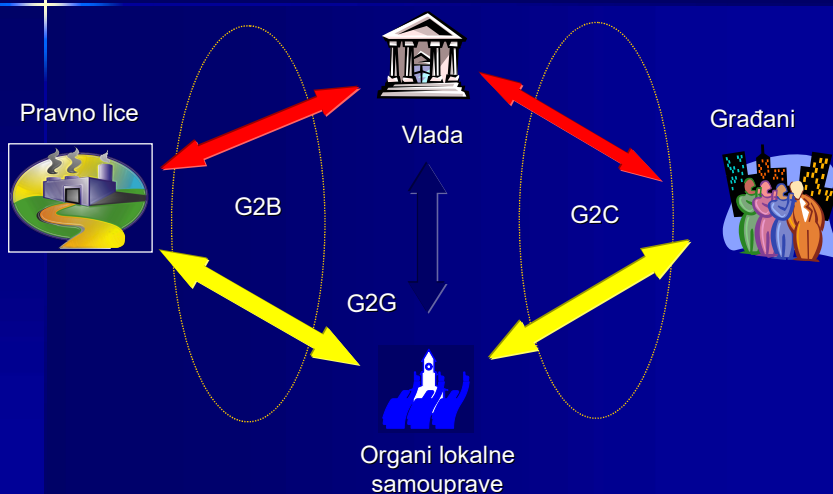
P2P (Peer to Peer)

- Tehnologija koja omogućava mrežno povezanim računarima direktnu komunikaciju pri podjeli resursa kao što su podaci i procesi. (pr.C2C, B2B i B2C)

ELEKTRONSKO POSLOVANJE U JAVNOJ UPRAVI

- Način organizovanja državne uprave, poslovanje partnerima, građanima, zaposlenima i drugim vladinim organizacijama.
- "Online" pružanje usluga, servisa i informacija državnih organa i javnih službi.
- Podrazumijeva integraciju različitih procesa javne uprave i novi tehnološki pristup, kao i promjenu preraspodjele nadležnosti.
- Elektronska vlada koristi IT tehnologije i EC kako bi obezbijedila:
 - **Pogodan pristup vladinim servisima i informacijama**
 - **Isporuku javnih servisa**
 - **Efikasno i efektivno obavljanje transakcija.**

KOMUNIKACIJA U ELEKTRONSKOJ VLADI



FORME ELEKTRONSKE VLADE



G2B (Government to Business)

- Saradnja vlade i poslovnih subjekata kao i drugih pravnih lica.
- Predstavlja najveću mogućnost za povećanje efikasnosti ekonomije.
- Postiže se skraćanje vremena izvršenja složenih transakcija i stvara dobra podloga za kvalitetno odlučivanje.
- Kanali Internet i VAN-ovi
- Najznačajniji primjeri: Švedska, SAD i Irska



G2C (Government to Citizens)

Kategorija korisnik-administracija: C2A

- E-government forma preko koje vlada obezbeđuje dobra, servise i informacije poslovnim licima i građanima
- Servis je dostupan 24 časa dnevno
- Single touch point – jednim ulaskom na Internet korisnik pristupa svim potrebnim informacijama
- Korisnik plaća administrativnu taksu i plaćanje se obavlja preko Interneta



G2C (Government to Citizens)

- Građani na ovaj način mogu da:
 - Pronađu informacije koje su im potrebne
 - Postavljaju pitanja i primaju odgovore
 - Plaćaju takse i račune
 - Primaju isplate i dokumenta
- Electronic benefits transfer (EBT) je primer G2C aplikacije
 - Jedna smart kartica preko koje se pristupa kešu i drugim beneficijama.
 - Primaocu se vrši elektronski transfer novca na bankovni račun ili se iznos skida sa smart kartice.
 - Smanjuje broj nelegalnih radnji.

G2G (Government to Government)

Državni organi efikasno koriste Internet servise na svim nivoima upravljanja

- Između Vlade i lokalnih organa samouprave
- Pri međuresornom upravljanju



G2E (Government to Employers)

Korišćenje informacione i komunikacione tehnologije u cilju saradnje i koordinacije zaposlenih u vladinim organima

Omogućava:

- Bolju komunikaciju između zaposlenih
- Blagovremeno obaveštavanje i protok informacija
- Potrebe e-obrazovanja u vladi i javnim službama
- Upravljanje znanjem

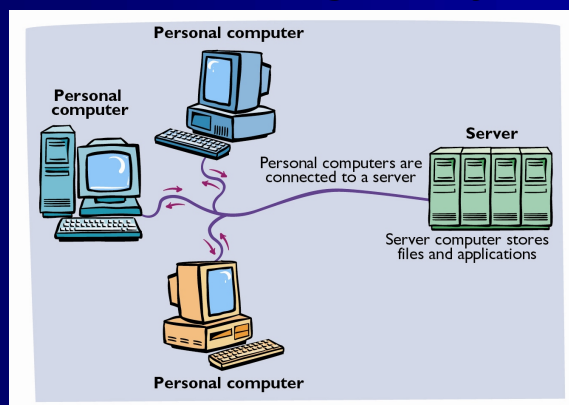
ELEKTRONSKO POSLOVANJE UNUTAR ORGANIZACIJE (intrabusiness)

- Intrabusiness e-commerce uključuje sve organizacione aktivnosti koje obuhvataju razmjenu dobara, servisa i informacija:
 - **Između i unutar jedinica organizacije**
Velike organizacije imaju nezavisne jedinice koje međusobno jedna drugoj "prodaju" i "kupuju" materijale, proizvode i usluge
 - **Između zaposlenih u organizaciji**
Dodatak intranetu preko kog zaposleni mogu da "prodaju" i "kupuju" jedni od drugih. Naročito popularno na univerzitetima.

INTRANET **EXTRANET** INTERNET

- E-commerce predstavlja razmjenu poslovnih informacija, održavanje poslovnih veza i vođenje poslovnih veza putem telekomunikacionih mreža i posebno Interneta
- E-commerce je doveo do reorganizacije unutrašnjeg poslovnog procesa i udruženja poslovnih organizacija kao i do kreiranja proizvoda u skladu sa potrebama kupca
- Postoje tri glavne e-commerce konfiguracije koje se zasnivaju na Internet tehnologiji: intranet, extranet i javni Web sajtovi

Intranet: interni informacion sistem zasnovan na Internet client/server aktivnostima između pojedinaca i pojedinih sektora organizacije



Intranet: E-Commerce kao podrška internih poslovnih procesa

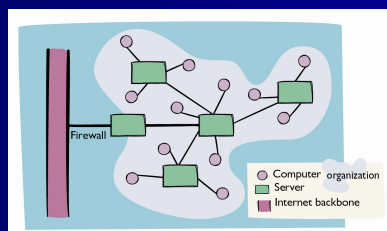
- Sačinjavaju ga fizičke komponente i informacioni sadržaj
- Fizički elementi intraneta su:
 - mreža (može biti LAN ili WAN)
 - bar jedan računar sa instaliranim server softverom (uključujući TCP/IP)
 - dodatni računari sa klijentskim softverom (uključujući TCP/IP i Web browser)

Intranet: E-Commerce kao podrška internih poslovnih procesa

- Komunikacioni softver za intranet obuhvata *middleware* i TCP/IP
 - **Middleware** upravlja aktuelnom komunikacijom između računara, skenera, štampača i drugih delova mreže
 - **TCP/IP** upravlja intranet komunikacionim protokolima za prenos poruka koje se prenose između servera i klijentskih računara

Intranet: E-Commerce kao podrška internih poslovnih procesa

- Intranet takođe obuhvata firewall softver za zaštitu mreže
 - **firewall** štiti intranet od neautorizovanog pristupa korisnika iz drugih mreža ili organizacija
- Softver za autentifikaciju i identifikaciju korisnika, softver za šifrovanje podataka i softver za zaštitu od virusa se takođe koriste za zaštitu intraneta



Kako organizacije koriste B2E Intranet

- Kao pristup informacijama za zaposlene
 - Mnoge velike kompanije imaju velike količine informacija koje čuvaju u bazama podataka na njihovom intranetu
 - Bilo koji zaposleni koji ima mogućnost konekcije na intranet može pristupiti informacijama primenom Web browser-a

Kako organizacije koriste B2E Intranet

- Saradnja i timski rad
 - Postaje očekivani način rada u mnogim organizacijama
 - Intranet omogućava lak pristup i distribuciju informacija unutar organizacije, bez obzira gde se zaposleni nalaze u geografskom smislu
- Interne poslovne transakcije
 - Zaposleni u mnogim organizacijama koriste Web browser-e za vođenje internih poslovnih transakcija na intranetu
 - Omogućavanje rada zaposlenih putem intraneta: povećava efikasnost, smanjuje troškove papirnog poslovanja i povećava brzinu znavljanja informacija

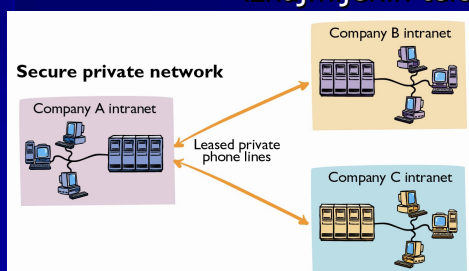
Extranet za povezivanje poslovnih udruženja

- **Extranet:** privatni inter-organizacijski informacijski sistem
 - Povezuje intranet dvije ili više kompanija u poslovno udruženje
 - Takođe je poznat kao prošireni intranet
 - ta udruženja se ponekad nazivaju e-tržište (**e-marketplaces**)
- Imaju važnu ulogu u opštoj poslovnoj strategiji mnogih kompanija
 - Omogućavaju im da izgrade udruženja sa dobavljačima i drugim organizacijama na međunarodnom nivou

Extranet za povezivanje poslovnih udruženja

Karakteristike B2B extranet-a

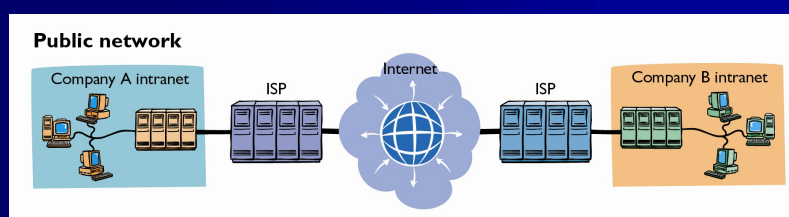
- Organizacije mogu postaviti extranet na jedan od tri načina:
 - Secure private network
 - **secure private network** fizički povezuje više intranet mreža preko iznajmljenih telefonskih linija



Extranet za povezivanje poslovnih udruženja

–Public network

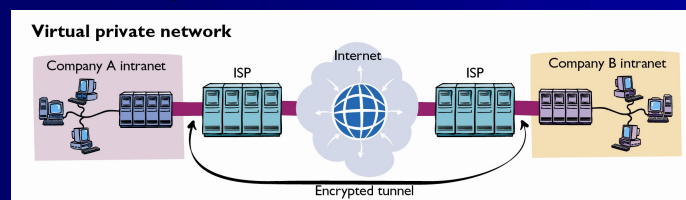
- **public network** koristi javne komunikacione mreže kao što su javni servisi telekomunikacionih mreža ili Internet



Extranet za povezivanje poslovnih udruženja

–Virtual private network (VPN)

- **virtual private network (VPN)** koriste javne mreže sa posebnim protokolima koji obezbeđuju siguran „tunnel“ za povezivanje intraneta poslovnih partnera
- extranet se naziva **Internet VPN** kada je javna mreža koja se koristi Internet



Extranet za povezivanje poslovnih udruženja

Kako poslovna udruženja koriste B2B Extranet

- **Dobre strane upotrebe extranet-a**
 - Povećanje brzine business-to-business transakcije
 - Smanjenje grešaka u među kompanijskim transakcijama
 - Smanjenje telekomunikacionih troškova
 - Povećanje obima poslovanja sa partnerima
 - Razmjena poslovnih dokumenata
 - Provjera stanja i porudžbine od dobavljača
 - Saradnja sa poslovnim partnerima na zajedničkim projektima
- **Kompanija može koristiti extranet za odgovarajuće planiranje i saradnju sa poslovnim partnerima**

Rezime

- **Intranet** je interni informacijski sistem zasnovan na Internet tehnologiji, koji obuhvata TCP/IP protokole i Web alate i međusobno povezuje pojedince i delove odeljenja unutar organizacije
- **Intranet** čine fizičke komponente (tehnologija) i informacijski sadržaj
- **Extranet** je privatni, međuorganizacijski informacijski sistem koji povezuje intranet dvije ili više kompanija u poslovnom udruženju
- **Extranet** proširuje kros-funkcionalne aktivnosti među poslovnim partnerima i unapređuje njihove poslovne veze

B2C: Konekcija kupca

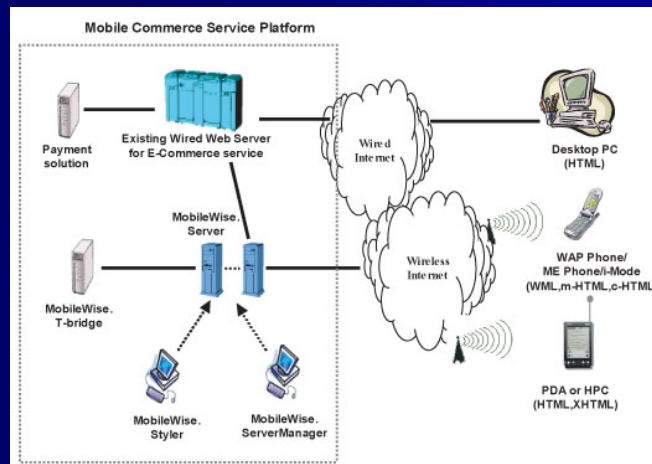
- Web dizaj po mjeri kupca
- Karakteristike efektnih B2C Internet sajtova:
 - Brzina transakcija
 - Veliki, ažuran izbor proizvoda
 - Laka upotreba
 - Sigurne transakcije
 - Usluge nakon kupovine
- Tri interaktivna servisa su često deo javnih Web sajtova: e mail, diskusione grupe i chat rooms

B2C: Konekcija kupca

- Customer Relationship Management
- **Customer relationship management**, ili **CRM**, može biti različit u zavisnosti od uspeha kompanije
 - Posebno u e-business oblastima, gdje kupci rijetko imaju mogućnost da razgovaraju s predstavnicima kompanije
- Obično se odnosi na metodologiju, softver i mogućnosti Interneta za obradu potreba kupaca na organizovan način

MOBILNA TRGOVINA (m-commerce)

- Svaka elektronska trgovina u bežičnom okruženju naročito ona koja se obavlja preko Interneta.
- Koristi bežične komunikacione uređaje.



GENERACIJE MOBILNIH TEHNOLOGIJA

- **1G** - prva generacija bežične tehnologije.
- **2G** - druga generacija digitalne bežične tehnologije; prilagođena uglavnom tekstu.
- **2.5G** - Interim bežična tehnologija dijelom prilagođena i grafici.
- **3G** - treća generacija digitalne bežične tehnologije; prilagođena bogatijim medijima kao što je video klip.
- **4G** - četvrta generacija bežične tehnologija.

UREĐAJI I SERVISI MOBILNOG POSLOVANJA

- **PDA (Personal digital assistant)** – džepni bežični računar
- **SMS (Short Message Service)** – tehnologija koja omogućava slanje kratkih tekstualnih poruka na neki mobilni telefon
- **EMS (Enhanced Messaging Service)** – SMS ekstenzija koja podržava proste animacije, male slike, melodije
- **MMS (Multimedia Messaging Service)** – omogućava isporuku multimedijalnih informacija
- **Smartphone** – Internet mobilni telefoni koji podržavaju mobilne aplikacije

APLIKACIJE MOBILNOG POSLOVANJA

- Mobilne finansijske aplikacije (B2C, B2B)
- Mobilno reklamiranje (B2C)
- Mobilno upravljanje inventarom (B2C, B2B)
- Proaktivni servis menadžment (B2C, B2B)
- Proizvod, lokacija i kupovina (B2C, B2B)
- Bežični reinžinjeri (B2C, B2B)
- Mobile aukcija i povratna aukcija (B2C)
- Mobilni servisi za zabavu (B2C)
- Mobilna kancelarija (B2C)
- Mobilno učenje na daljinu (B2C)
- Bežično skladište podataka (B2C, B2B)
- Mobilna muzika na zahtjev (B2C)

INFRASTRUKTURA MOBILNOG POSLOVANJA

- Podešena konfiguracija bežičnog WAN modema, bežični LAN adapter, ili bežični metro-area network adapter.
- Web server sa bežičnom podrškom, WAP gateway, server za komunikaciju, i/ili mobile communications server switch (MCSS).
- Aplikacija ili server baze podataka sa aplikacionom logikom i baza podataka poslovne aplikacije koja obezbeđuje e-business funkcionalnost.
- GPS lokator koji se koristi da bi se utvrdila lokacija osobe koja nosi mobilni računarski uređaj.

Prednosti mobilnog poslovanja

- štedi novac
- štedi vrijeme
- poboljšava kvalitet informacija
- povećava zadovoljstvo i lojalnost potrošača

Mobilna poslovanje se realizuje kroz:

- Mobilna radna mjesta
- Menadžment odnosa sa potrošačima
- Logistiku mobilnog poslovanja
- Menadžment putovanja
- Mobile Procurement Mobile
- Supply Chain Management

E-PROCUREMENT I SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

E-procurement - način nabavke putem Interneta koji omogućava drugačiji odnos između kupca i prodavca, smanjenje administracije i troškova.

Supply chain management podrazumijeva dostavljanje pravog proizvoda, na pravo mjesto u pravo vrijeme i po pravoj cijeni.

Elektronsko bankarstvo

Specifičan dio elektronskog poslovanja, ima mnoge prednosti u odnosu na klasično bankarstvo kao što su:

- smanjenje troškova transakcija,
- brži obrt sredstava kao i siguran i bezbjedan platni promet,
- ušteda u vremenu i mogućnost obavljanja transakcija bez odlaska u banku,
- stalni uvid u stanje na računu i promet,
- omogućeno je i korišćenje usluga 24 časa dnevno

MODELI PLAĆANJA U POSLOVNIM TRANSAKCIJAMA

cash-like - pretplata, suma novca se uzima od kupca pre nego što se trgovina obavi

- Smart card,
- elektronski keš i
- bankarski čekovi

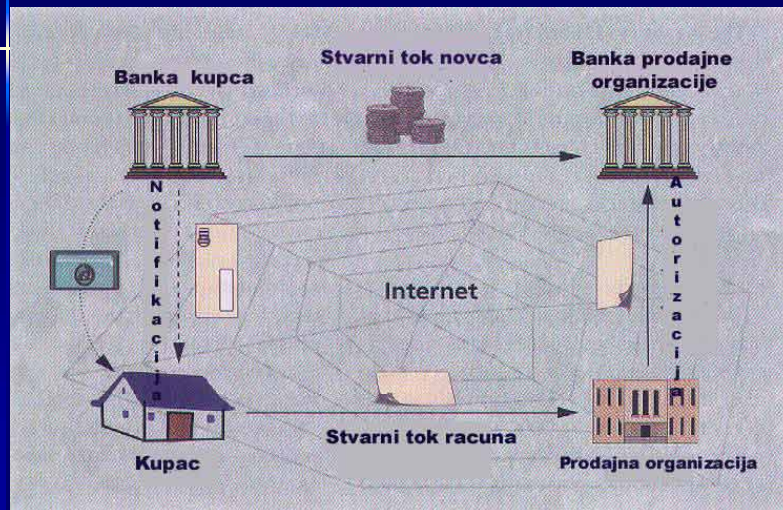
check-like - plaćanje se obavlja u trenutku kupovine (pay-now) ili po obavljenoj kupovini (pay-latter);

- pay-now
 - bankomati (ATM - Automated teller mashine)
- pay-later
 - sistem kreditnih kartica

CASH-LIKE MODEL PLAĆANJA



TOK NOVCA U CHECK-LIKE SISTEMU PLAĆANJA




HOME-BANKING

- Integracija hardvera, softvera i telekomunikacija.
- '70-tih se u svijetu koristi telefonski pristup bankovnim računima
- '80-tih se pojavljuje i pristup pomoću kablovske televizije
- '90-tih na scenu stupaju Internet tehnologije
- Osnovni tipovi kućnog bankarstva:
 - veza korisnika putem modema sa njihovim računima
 - softver za kućne finansije
 - on-line bankarstvo pomoću on-line servisa
 - WWW (virtuelno) bankarstvo

HOME BANKING

<http://www.bofa.com/>



Bank of America *Sign In* HOME ?

HomeBanking

Please enter the last 9 digits of your VERSATEL Card number:

Please enter your HomeBanking Passcode:

OK

- ▶ Tell Me More About HomeBanking
- ▶ Tell Me More About WebTV Access
- ▶ Security Information
- ▶ Service Agreement

ZAKLJUČAK

- Razvoj Interneta je stvorio uslove za nov pristup poslovanju
- Virtuelne organizacije su promijenile tradicionalni radni ambijent
- Elektronska trgovina postaje efikasan metod regulisanja ponude i potražnje
- Elektronsko bankarstvo omogućava brže i jednostavnije finansijske transakcije
- Elektronsko poslovanje u javnoj upravi omogućava efikasniju realizaciju poslovanja države sa preduzećima i građanima
- Bez obzira na recesiju u računarskoj industriji, narednih godina se predviđa rast e-biznisa