

DIPLOMSKI RAD



ELEKTRONSKA TRGOVINA

Autor: Marko Vasić



POJAM

- Korišćenje jedne ili više telekomunikacionih tehnologija u cilju ostvarivanja kontakta ili direktne trgovine s partnerima.
- Pribavljanje informacija o tržištima, konkurenciji i poslovnim prilikama.
- Kupovina i prodaja proizvoda, usluga i informacija putem mreže.

Slično klasičnoj trgovini, elektronska razmena roba i usluga podrazumeva nekoliko etapa razvoja:

- proizvodnju ili dobavljanje robe,
- oglašavanje,
- primanje narudžbina,
- novčane transakcije,
- isporuku,
- reklamacije i drugo.

PREDNOSTI I OGRANIČENJA

Prednosti:

- Smanjenje troškova
- Brzo poslovanje
- Veća konkurentnost na tržištu
- Brži odgovor potrošaču
- Dostupnost proizvoda
- Kupovina iz fotelje

PREDNOSTI I OGRANIČENJA

Ograničenja:

- kupac ne može izbliza da vidi ili dodirne proizvod i da ga kupi odmah, bez čekanja na isporuku
- Poteškoće vezane za tehničke aspekte realizacije elektronskog biznisa

ISTORIJA

- Izraz “e-trgovina” prvobitno označavao korišćenje Elektronske Razmene Podataka (EDI).
- uključene su i aktivnosti zajednički nazvane “Mrežna trgovina”.
- Tek nakon 2005 e-trgovina doživljava ekspanziju.

E-TRGOVINA KOD NAS

- U začetku
- Ograničavajući faktori (mali broj platnih kartica, nerazvijeno elektronsko bankarstvo..)

BEZBEDNOST

- Zaštita tajnosti informacija (sprečavanje otkrivanja njihovog sadržaja)
- Integritet informacija (sprečavanje neovlašćene izmene informacija)
- Autentičnost informacija (definisanje i provera identiteta pošiljaoca)

REGULISANJE ELEKTRONSKE TRGOVINE

U svetu:

- U okviru UN Model zakona o elektronskoj trgovini (1996) i Model zakona o elektronskom potpisu (2001)
- Konvencija o upotrebi elektronske komunikacije u međunarodnim ugovorima UN (2005)
- Uputstvo EU o elektronskom potpisu (1999), Uputstvo EU o elektronskoj trgovini (2000)

REGULISANJE ELEKTRONSKE TRGOVINE

U Srbiji:

- Zakon o elektronskom potpisu (2004)
- U pripremi Zakon o elektronskoj trgovini

VRSTE ELEKTRONSKIH TRANSAKCIJA

- B2B (business to bussines) elektronske transakcije između preduzeća
- B2C (business to consumer) elektronske transakcije između firmi i potrošaca (knjige, karte, itd)
- C2C (consumer to consumer) elektronske transakcije između potrošaca (aukcije)
- A2A (administration to administration) elektronske transakcije između državnih organa
- B2A (business to administration) elektronske transakcije između kompanija i državnih organa
- C2A (consumer to administration) elektronske transakcije između potrošaca i državnih organa

B2B POSLOVANJE

- Odnosi se na korišćenje Interneta i veb tehnologija za kupovinu, prodaju, jeftiniju, bržu i bolju saradnju poslovnih subjekata.
- Predstavlja poslovanje između preduzeća, tj. razmenu proizvoda, usluga ili informacija sa drugim firmama iz okruženja.

B2B POSLOVANJE

Tri faze razvoja:

- EDI - razmena podataka izvršena elektronskim putem posredstvom standardizovanih poruka koje zamenjuju tradicionalne papirne dokumente
- osnovni B2B e-commerce
- Electronic Marketplaces (eMarkets) - Web sajtovi na kojima veliki broj prodavaca i kupaca na jednom mestu prezentuje svoju ponudu i tražnju u određenoj oblasti

B2C POSLOVANJE

- B2C (business to consumer) predstavlja trgovačku delatnost koja prodaje proizvode i usluge do krajnjih potrošača posredstvom internet tehnologija
- Virtuelni trgovinski centri (online prodavnice) - skup dve ili više elektronskih prodavnica, u kojima se potrošačima nude neki proizvodi ili usluge, uz koje može biti uključen i program pratećih usluga ili zabavnih sadržaja.

B2C POSLOVANJE

Funkcionisanje online prodavnica posmatra se sa dva stanovišta:

- sa stanovišta prodavca (dostupnost elektronskog tržnog centra , cena korišćenja prostora elektronskog tržnog centra i dodatne usluge koje se nalaze u ponudi).
- sa stanovišta potrošača (dolazak na home page virtuelnog tržnog centra, pronalaženje traženog proizvoda ili kategorije proizvoda, preusmeravanje na prezentaciju, tj. prodavnicu koja prodaje te proizvode).

MARKETING NA INTERNETU

- Učešćem u diskusionim grupama Interneta, službenici marketinga mogu dobiti korisna saznanja o zahtevima i potrebama kupaca;
- Službenici preduzeća mogu da posete Web lokacije konkurencije i na taj način se upoznaju sa karakteristikama njihove ponude, sagledaju njihovu strategiju i uslove prodaje i o tome obaveste odsek za razvoj proizvoda i usluga;
- Na osnovu ovih informacija pomenuti odsek za razvoj proizvoda ili usluga razvija novi proizvod ili modifikuje postojeći;
- Nakon toga, odsek za marketing uvodi i plasira ponudu novog ili modifikovanog proizvoda na tržište posredstvom Web lokacije preduzeća;
- Učešćem u diskusionim grupama na Internetu službenici marketinga ostvaruju podršku za realizovane ponude.

ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA PUTEM INTERNETA

- Slanje upita diskusionim grupama
- Slanje anketnog lista na svoju Web lokaciju
- Slanje strateških upita na svoju Web lokaciju
- U okviru sadržaja koji se šalje diskusionim grupama treba naznačiti pokazivačem anketu na Web lokaciji.

PROAKTIVNE MARKETINŠKE STRATEGIJE NA INTERNETU

- Korišćenje biltena koji se dostavljaju preko elektronske pošte, dotoka profilisanih informacija i diskusionih lista
- Registrovanje Vaše Web prezentacije na mašinama za pretraživanje, direktorijumima i lokacijama sajber trgovinskih centara,
- Integrisanje konvencionalne marketinške aktivnosti sa elektronskim marketingom,
- Usmerenje marketing aktivnosti na proizvođače Internet medija,
- Oglašavanje na elektronskim oglasnim tablama (BBS),
- Distribucija elektronskih medija kao što su CD-ROM-ovi.

KRIPTOGRAFIJA

- **Zaštita tajnosti informacija** (sprečavanje otkrivanja njihovog sadržaja)
- **Integritet informacija** (sprečavanje neovlašćene izmene informacija)
- **Autentičnost informacija** (definisanje i provera identiteta pošiljaoca)

KRIPTOGRAFIJA

Osnovni elementi:

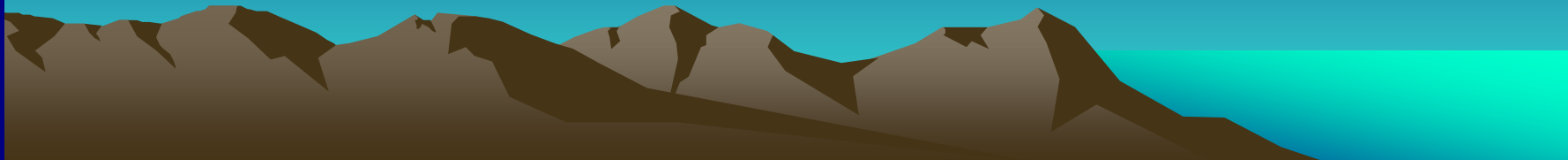
- **šifrovanje** - postupak transformacije čitljivog teksta u oblik nečitljiv za onoga kome taj tekst nije namenjen.
- **dešifrovanje** - postupak vraćanja šifrovanog teksta u čitljiv oblik
- **ključ** - početna vrednost algoritma kojim se vrši šifrovanje.

KRIPTOGRAFIJA

- **Digitalni potpis** - potvrđuje autentičnost sadržaja poruke i obezbeđuje garantovanje identiteta pošiljaoca poruke.
- **Digitalni sertifikat** - elektronski dokument kojim se pouzdano utvrđuje identitet korisnika.
- **SSL protokol** - najčešće korišćen metod za obavljanje sigurnih transakcija na mreži.

UVOD, OSNOVNI POJMOVI, PROCES PLAĆANJA

- **Kreditna kartica** - mali komad kartona ili plastike koji sadrži neko sredstvo za identifikaciju (recimo potpis ili sliku), što omogućava osobi na koju kartica glasi da kupuje robu ili usluge na teret svog računa, koji se periodično zadužuje.
- Prvi put se javile u SAD tokom 1920-ih.
- Prva univerzalna kreditna kartica izdata je od strane Diners' Club, Inc., 1950. godine.
- Prvi bankarski sistem bio je BankAmericard 1959. god. Od 1977. god. nosi naziv VISA.
- Ostale značajne bankarske kartice su MasterCard i Barclay's.



UVOD, OSNOVNI POJMOVI, PROCES PLAĆANJA

Osnovni pojmovi:

Poslovna banka , autorizacija, autorizaciona šifra, bankarska kartica, naknadno zaduženje, elektronsko prevođenje podataka, nezavisna prodajna organizacija, zamena, provizija za zamenu, trgovački diskont, trgovački status, račun..

UVOD, OSNOVNI POJMOVI, PROCES PLAĆANJA

Proces plaćanja:

- Trgovci moraju da plate poslovnoj banci ili nezavisnoj prodajnoj organizaciji diskontnu proviziju zasnovanu na ukupnom iznosu prodaje.
- poslovna banka ili nezavisna prodajna organizacija mora da plati emitentu kartice proviziju za zamenu onda kada izvrše obradu računa trgovca

UVOD, OSNOVNI POJMOVI, PROCES PLAĆANJA

Bezbednost:

- Bezbednost na aplikativnom nivou:
 - HTTP (HTTPS) i
 - Secure Socket Layer (SSL)
- Kriptovanje:
 - algoritmi sa simetričnim ključem i
 - algoritmi sa javnim ključem

DIGITALNI NOVAC

- može se efikasno koristiti za elektronsku trgovinu samo ako postoji infrastruktura visokog tehničkog nivoa
- Velika brzina prenosa podataka je osnovni preduslov za istovremeni prenos informacija o proizvodima potencijalnim klijentima
- Pristup mora biti jednostavan i ekonomičan
- Domaćinstva moraju biti opremljena personalnim računarima sa odgovarajućim softverom
- Postojanje mera bezbednosti - kriptografske metode i transakcioni brojevi

DIGITALNI NOVAC

On-line sistemi:

- E-Cash firme DigiCash
- NetCash, sistem koji je razvijen na Univerzitetu južne Kalifornije

of-lajn sistemi:

- Mondex
- VisaCash.

DIGITALNI ČEKOVI

- Zasniva se na ideji da elektronski dokument može da zameni papirni i da kriptografski potpis može da zameni svojeručni.
- Prednosti:
 - ne zahtevaju da korisnik obelodanjuje informacije o svom računu drugim pojedincima, prilikom učestvovanja na online aukcijama
 - ne zahtevaju da kupci neprestano šalju vrlo povereljive finansijske informacije putem Web-a
 - jeftiniji su za prodavce od kreditnih kartica
 - transakcije digitalnim čekovima su mnogo brže od transakcija baziranih na tradicionalnom, papirnom čeku

DIGITALNI ČEKOVI

sistemi digitalnog plaćanja čekovima:

- **eCheck** - Konzorcijum sačinjen od 15 banaka, državnih organa i kompanija koje se bave savremenom tehnologijom. Zahteva se digitalni novčanik.
- **Achex Inc.** - Jednostavno proširenje postojećeg sistema čekova. Nema digitalnog novčanika.
- **BillPoint Elektronic Checks** (elektronski čekovi) - eBay, WellsFargo izlaze na tržište online digitalnih čekova. Koriste se samo za eBay. Nema digitalnog novčanika.

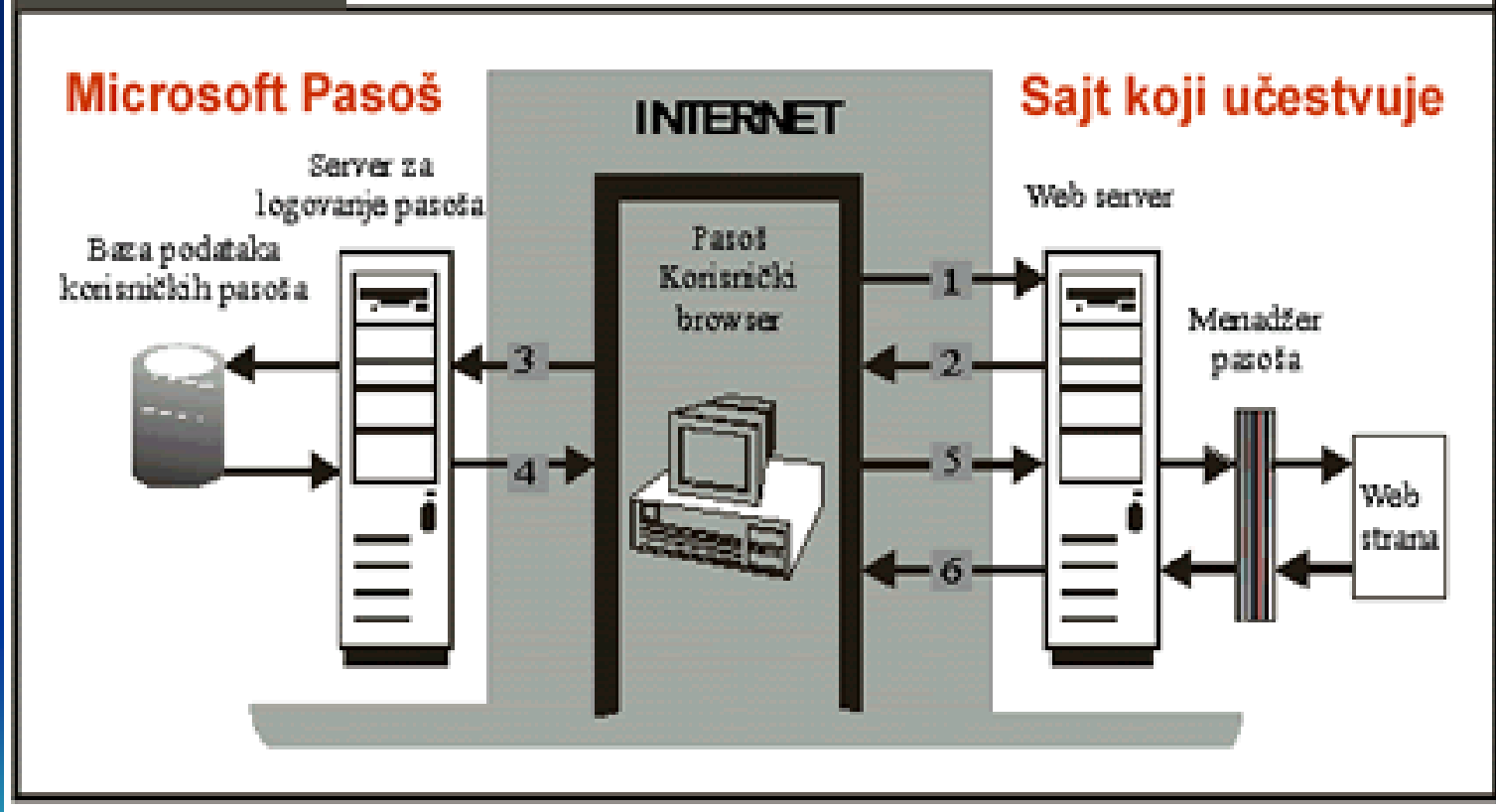
DIGITALNI NOVČANIK

- Potvrđuje identitet korisnika putem digitalnih sertifikata ili drugih šifrovanih metoda
- čuva i prenosi novčanu vrednost
- osigurava proces plaćanja od kupca do prodavca
- Dve osnovne kategorije
 - Client-based digitalni novčanik (digitalni novčanik smešten na desktop-u klijenta)
 - Server-based digitalni novčanik (digitalni novčanik smešten na udaljenom serveru)

DIGITALNI NOVČANIK

Slika 4

Digitalni novčanik: Microsoft Pasoš



OSNOVNI SISTEMI PLAĆANJA

- **CyberCash** počeo je sa radom 1995 god. i predstavljao je platni sistem zasnovan je na programu, digitalnom novčaniku Cyber Cash Wallet, koji kupci moraju koristiti prilikom kupovine.
- **FirstVirtual (FV)** - Glavni cilj je da se stvori jedan platni sistem na Internetu koji je jednostavan za upotrebu.
- **E-Cash** je anonimni digitalni novac čija se ispravnost proverava on-line, od strane odgovarajuće finansijske institucije. E-Cash sistem razvila je firma DigiCash osnovana 1994 god.
- **NetCash** - Značajna karakteristika ovog projekta jeste upotreba već postojećih računovodstvenih sistema i procedura u finansijskim institucijama, što bi trebalo da utiče na smanjivanje početnih investicija.

OSNOVNI SISTEMI PLAĆANJA

- **Mondex** sistem digitalnog novca razvija firma Mondex U.K., koja je, nakon kupovine kontrolnog paketa akcija od strane MasterCard-a, postala deo kompanije MasterCard.
- **VisaCash** je projekat kompanije Visa. Ovim sistemom Visa pokušava da parira MasterCard Mondex projektu. I ovaj sistem funkcioniše na bazi sertifikata koji glasi na donosioca, a zasnovan je na karticama sa mikročipom.

NEDOSTACI, REŠENJA I PLANIRANJE DISTRIBUCIJE

- najveća slabost e-Commerce sistema je neispunjenje potpunih očekivanja potrošača u pogledu vremena isporuke naručenih proizvoda
- Najefikasnije rešenje je stvaranje strateških alijansi sa poštanskim i kurirskim kompanijama na domaćim i internacionalnim tržištima
- Jedno od najvažnijih pitanja u procesima planiranja distribucije online naručenih proizvoda je izbor distributera

TRENDOVI DISTRIBUCIJE

- Jedan od najznačajnijih trendova je veća saradnja između proizvodnih i distributivnih tačaka.
- Drugi značajni trend je nepredvidljivost rada više kanala distribucije, koje su često nepremostiva prepreka za većinu transportnih kompanija, ali ne i za poštanske kompanije.
- Treći značajan trend u upravljanju procesima dostave je spremnost e-Commerce kompanija da prihvate manju zaradu po prodatom proizvodu.



M-COMMERCE

- predstavlja svaku transakciju novčane vrednosti koja je realizovana preko mobilne telekomunikacione mreže
- M-Commerce aplikacije omogućavaju primenu bežičnih mobilnih uređaja za kupovinu različitih roba i usluga.

GENERATORI RAZVOJA M-COMMERCE-A

- Masovno tržište mobilne telefonije,
- Nagli razvoj Interneta i elektronske trgovine,
- Usavršavanje opreme i uređaja za mobilnu telefoniju,
- Novi principi tarifiranja servisa, i
- Uspeh u podeli licenci za UMTS (3G).

M-COMMERCE SERVISI

- Bankarske usluge,
- Berzanske usluge,
- Online kupovina (šoping), i
- Servisi sadržaja (novosti, vremenska prognoza, horoskop).

E-TRGOVINA KOD NAS U ODNOSU NA SVETSKE STANDARDE

Uzročnici nerazvijenosti e trgovine kod nas:

- visoke carinske dažbine
- visoke provizije banaka
- kompjuterski neobrazovano stanovništvo
- nepotpunost zakonskih odredbi

E-TRGOVINA KOD NAS U ODNOSU NA SVETSKE STANDARDE

Šta učiniti ?:

- smanjiti carinske dažbine
- smanjiti provizije banaka
- raditi na kompjuterskoj edukaciji stanovništva
- doneti nove i potpunije zakonske odredbe