

Sadržaj

1) Definicija, vrste i prednosti, faze razvoja i dimenzije elektronskog poslovanja (slajdovi).....	2
Definicija.....	2
Vrste (forme).....	2
Prednosti.....	3
Faze razvoja.....	4
Dimenzije.....	4
2) Modeli elektronskog poslovanja – e-aukcije, brokeri, elektronske prodavnice (e-shops), el. tržišni centri, agregatori kupaca, oglašavanje, posrednički model (infomediaries), elektronska nabavka (slajdovi).....	5
Definicija.....	5
E-aukcije.....	5
Brokeri.....	5
Elektronske prodavnice (e-shops).....	6
Elektronski tržišni centri (E-malls).....	6
Agregacija kupaca.....	6
Oglašavanje (Classifieds).....	6
Posrednički model (infomediaries).....	6
Elektronska nabavka.....	7
3) Modeli elektronskog poslovanja – distributivni model, portali, platforma za kolaboraciju, e-business integratori (value chain integrators and providers), proizvodni model, Affiliate model, pretplatnički model (slajdovi).....	7
4) Strategije elektronskog poslovanja (e-knjiga – tačke 4.1-4.5).....	7
5) Računarstvo u oblaku (e-knjiga – tačka 2.4).....	7
Razvojni modeli računarstva u oblaku.....	7
Infrastruktura kao servis (IaaS).....	7
Platforma kao servis (PaaS).....	8
Virtuelizacija.....	8
Prednosti i nedostaci računarstva u oblaku.....	9
6) Poslovni procesi u elektronskom poslovanju (e-knjiga – tačke 6.1, 6.2, 6.4 i 6.6).....	10
7) Internet biznis plan (e-knjiga – tačka 8.).....	10
8) E-nabavke i upravljanje lancima snabdevanja (e-knjiga – tačka 10.).....	10
9) Sistemi plaćanja na internetu (e-knjiga – tačka 11.).....	10
10) Internet marketing (e-knjiga – tačke 12.1-12.4).....	10
11) SEO (slajdovi).....	10
12) Društveni mediji (e-knjiga – tačka 13.).....	10
13) Upravljanje odnosima sa kupcima (CRM) (e-knjiga – tačka 14.).....	10
14) E-bankarstvo (e-knjiga – tačka 15.).....	10
15) E-uprava (e-knjiga – tačka 16.).....	10
16) E-obrazovanje (e-knjiga – tačka 17.).....	10
17) E-zdravstvo (e-knjiga – tačka 18.).....	10
18) WordPress/WooCommerce (instalacija, konfiguracija i upotreba).....	10
19) XML (PDF materijal).....	10
20) ebXML (slajdovi).....	10

1) Definicija, vrste i prednosti, faze razvoja i dimenzije elektronskog poslovanja (slajdovi)

Definicija

Korišćenje informacionih tehnologija za povezivanje partnera i unapređenje poslovnih procesa, elektronske trgovine, kao i komunikacije i saradnje u okviru organizacije i između svih učesnika u lancu vrednosti.

Vrste (forme)

- **B2B (business to business)** - elektronsko poslovanje između dva ili više poslovnih sistema najvećim delom se odnosi na automatizaciju poslovnih procesa elektronske trgovine i stvaranje elektronskih tržišta
- **B2C (business to customer)** - elektronsko poslovanje preduzeća s klijentima obuhvata poslovne modele okrenute ka individualnim potrošačima, elektronsku maloprodaju, kreiranje i isporuku sadržaja, posredovanje u različitim tipovima transakcija itd.
- **C2C (customer to customer)** - elektronsko poslovanje između individualnih klijenata odnosi se na poslovne modele koji omogućavaju povezivanje krajnjih korisnika
- **G2B (government to business)** - elektronsko poslovanje državne uprave koje se odnosi na usluge za preduzeća
- **G2C (government to citizen)** - elektronsko poslovanje državne uprave koje se odnosi na usluge za građane
- **G2B (government to business)** - У пракси овај модел је више познат као Интранет, вебсајт створен да запосленим и компанији пружи информације
- **G2G (government to government)** - interoperabilno elektronsko poslovanje između različitih organa državne uprave

Prednosti

- Brža i lakša komunikacija
- Lakše povezivanje sa drugim organizacijama
- Bolje upravljanje odnosima sa klijentima i podrška
- Pristup većem tržištu i novim klijentima
- Veće mogućnosti za marketinške aktivnosti
- Unapređene marketinške i promotivne aktivnosti
- Duže vreme rada (npr. web sajt može da funkcioniše 24 sata dnevno 7 dana u nedelji)
- Pristup većoj količini informacija
- Stvaranje dodatnih prihoda
- Smanjenje troškova i veća efikasnost
- Smanjenje troškova transakcija i veća efikasnost

Faze razvoja

Postoji 4 faze elektronskog poslovanja:

1. **Kanal** – brochureware (sajt sa jednostavnim izlistavanjem proizvoda i usluga; malo više od brošure) i kupovina/prodaja. 50% organizacija se nalazi u ovoj fazi: imaju web prisutnost, ali nemaju infrastrukturu za elektronsko poslovanje
2. **Integracija** – visok nivo integracije sa kupcima i dobavljačima. Manje od 15% organizacija se nalazi u ovoj fazi
3. **Transformacija** – industrijska transformacija, postiže se konkurentna prednost (pokretači??)
4. **Konvergencija** – konvergencija međuindustrijskih kupaca i dobavljača

Ovim redosledom raste i poslovna vrednost.

Dimenzije

Svaka komponenta elektronske trgovine može imati dve dimenzije: fizičku i digitalnu.

(Potpuna) Elektronska trgovina (ili EP) se odnosi na prodaju digitalnog proizvoda u digitalnoj prodavnici u digitalnom procesu trgovine. Primer: Audible

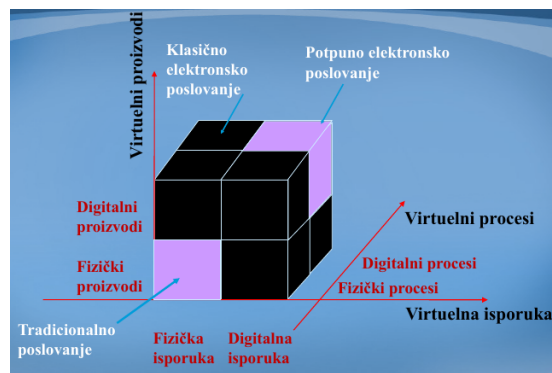
Tradicionalna trgovina (ili EP) se odnosi na prodaju fizičkog proizvoda u fizičkoj prodavnici u fizičkom procesu trgovine.

Delimično elektronsko poslovanje se odnosi na kombinaciju digitalnog i fizičkog elektronskog poslovanja. Primer: Amazon

Pitanje za određivanje pozicije/dimenzija:

Da li su sledeće stavke digitalne ili fizičke?

- Proizvodi (y-osa)
- Procesi (z-osa)
- Način isporuke (x-osa)



2) Modeli elektronskog poslovanja – e-aukcije, brokeri, elektronske prodavnice (e-shops), el. tržišni centri, agregatori kupaca, oglašavanje, posrednički model (infomediaries), elektronska nabavka (slajdovi)

Definicija

Model elektronskog poslovanja može se definisati i kao opis uloga i relacija između potrošača, dobavljača, i drugih partnera, koji identifikuje glavne tokove proizvoda, informacija i novca, kao i glavne koristi za učesnike.

E-aukcije

E-aukcije pružaju kanal za komunikaciju kroz koji se odvija proces aukcije između ponuđača i kupaca.

Provajderi ostvaruju prihod kroz korišćenje platforme i infrastrukture koja omogućava proces aukcija. Najčešće se naplaćuje procenat od svake transakcije, kao i reklamiranje na sajtu. Potrošači imaju korist u smislu lakog pristupa informacijama o proizvodima i uslugama, efikasnosti i (potencijalno) nižih cena.

Tipovi e-aukcija:

- **Online auction sajtovi** - prodavci postavljaju proizvode koje žele da prodaju i čekaju ponude kupaca
- **Rezervisane cene** - minimalna cena koju je prodavac spreman da prihvati
- **Reverzne aukcije** - omogućava da kupac postavi cenu, a da se prodavci (ponuđači) nadmeću u smislu cene i kvaliteta

Primer: Ebay

Brokeri

Brokeri su posrednici koji povezuju kupce i prodavce i omogućavaju izvršavanje transakcija.

U jednostavnom prodaja/kupovina modelu, prihod se ostvaruje tako što broker firma naplaćuje određeni iznos za svaku obavljenju transakciju.

U takozvanom market exchange modelu, broker naplaćuje određeni iznos od prodavca u zavisnosti od vrednosti ostvarene prodaje.

Elektronske prodavnice (e-shops)

Elektronske prodavnice predstavljaju kanal za komunikaciju sa kupcima, pružanje informacija u vezi sa proizvodima i uslugama, kao i prodaju.

Takođe predstavljaju prvi korak u izlasku na globalno tržište jer je cena ulaska mala, a šanse velike.

Primeri:

- specijalizovani e-commerce softver
- hosting kompanija
- konsultanati
- sistema za naplatu

Elektronski tržišni centri (E-malls)

Elektronski tržišni centri predstavlja skup elektronskih prodavnica.

Koristi za firme koje su u sastavu elektronskog tržišnog centra jesu veći broj posetilaca, dodatne usluge reklamiranja, ICT podrške i slično.

Vlasnici elektronskih tržišnih centara mogu da naplaćuju hostovanje, dodatne usluge održavanja, dizajna i slično.

Agregacija kupaca

Ovaj model spaja veći broj individualnih kupaca kako bi ostvarili određene popuste.

Posrednici koji organizuju kupce ostvaruju zaradu tako što naplaćuju određeni iznos od prodavca i to procentualno od svake kupovine.

Oglašavanje (Classifieds)

Online oglašavanje radi na istom principu kao i klasično oglašavanje u novinama. Provajderi usluga održavaju listing oglasa za prodaju, kao i potražnju.

Najčešće su oglasi grupisani po kategorijama.

Prihod se ostvaruje naplaćivanjem oglasa, bez obzira da li je ostvarena prodaja. Prednost za kupce je veći broj posetilaca i niža cena oglasa.

Posrednički model (infomediaries)

Posrednici su firme specijalizovane za prikupljanje vrednih informacija o potrošačima i koje prodaju iste drugim firmama.

Ove firme analiziraju te podatke i koriste ih u svojim marketinških kampanjama. Posrednici takođe nude potrošačima niz usluga, poput informacija o relevantnim web sajtovima i poređenje cena.

Elektronska nabavka

Odnosi se na upravljanje svim aktivnostima nabavke putem elektronskih sredstava.

Model je zasnovan na efikasnijem pristupu informacijama o dobavljačima, dostupnosti proizvoda, cenama kvalitetu, vremenima isporuke, kao i uštedama usled korišćenja IT sistema i bolje integracije.

3) Modeli elektronskog poslovanja – distributivni model, portali, platforma za kolaboraciju, e-business integratori (value chain integrators and providers), proizvodni model, Affiliate model, pretplatnički model (slajdovi)

4) Strategije elektronskog poslovanja (e-knjiga – tačke 4.1-4.5)

5) Računarstvo u oblaku (e-knjiga – tačka 2.4)

Razvojni modeli računarstva u oblaku

Računarstvo u oblaku (cloud computing) je koncept u računarstvu koji omogućava da se računarski resursi isporučuju korisnicima na osnovu njihovog zahteva u vidu usluge, i putem Interneta.

Računarstvo u oblaku se zasniva na tehnologiji virtuelizacije i podrazumeva da se servisi i podaci hostuju u deljenom, dinamički skalabilnom skupu resursa provajdera.

Tri osnovna tipa razvojnih modela (u zavisnosti od tipa usluge koja se isporučuje korisniku):

- infrastruktura kao servis
- platforma kao servis
- softver kao servis

Infrastruktura kao servis (IaaS).

Računarski i mrežni resursi (procesorska snaga, prostor na disku, memorija, mrežni kapacitet,) korisniku se isporučuju kao usluga.

Instalacija i konfiguracija sistema su u nadležnosti korisnika. Korisnik može kod provajdera oblaka rezervisati resurse koji su mu potrebni i dinamički menjati te resurse u skladu s potrebama.

Korisnik provajderu plaća za infrastrukturu koju koristi na sličan način kao što plaća račun za električnu energiju ili za mobilni telefon. Iznos računa zavisi od potrošnje i/ili od predefinisnog tarifnog paketa.

Neki od alata za upravljanje oblakom su:

- OpenStack,
- OpenNebula,
- Eucalyptus
- AppLogic

Као глобални провајдери облака истичу се:

- Amazon Web Services (AWS)
- Rackspace

Platforma kao servis (PaaS)

Platforma omogućava korisniku skup alata i aplikativnih programskih interfejsa (API) koji se mogu koristiti za razvoj aplikacija.

Korisnik ne može da upravlja hardverskim resursima na kojima se aplikacija izvršava, već samo ima kontrolu nad aplikacijom koju razvija.

Primeri platformi su:

- Google AppEngine
- Microsoft Azure

Virtuelizacija

Osnovna tehnologija računarstva u oblaku je virtuelizacija. U najširem smislu, pojam virtuelizacije se odnosi na logičku podjelu računarskih resursa između više klijenata ili udruživanje više fizičkih resursa u jednu logičku celinu.

Osnovne prednosti primene tehnologija virtuelizacije su konsolidacija resursa, ušteda energije, jednostavnost održavanja, jednostavnost kreiranja rezervnih kopija sistema i oporavka sistema, nezavisnost od operativnog sistema itd. Virtuelizacija zapravo omogućava skalabilnost i ekonomičnost infrastrukture oblaka.

Postoji više tipova virtuelizacije od kojih svaka ima primenu u okviru cloud computing koncepta:

- **Virtuelizacija servera:** jedan ili više fizičkih servera se organizuju kao niz virtuelnih servera nezavisnih od fizičke infrastrukture
- **Virtuelizacija aplikacija:** aplikacije se izvršavaju bez potrebe za instalacijom na računaru s koga se pokreću. Omogućeno je pokretanje aplikacije nezavisno od operativnog sistema
- **Virtuelizacija desktopa:** Desktop se razdvaja od fizičkog korisničkog računara i prikazuje korisniku, na primer kroz web browser.

- **Virtuelizacija mrežne infrastrukture:** u okviru jedne fizičke mrežne infrastrukture moguće je kreirati veći broj logički razdvojenih mreža.

Prednosti i nedostaci računarstva u oblaku

Kao osnovne prednosti računarstva u oblaku mogu se navesti:

- **Servisi na zahtev:** resursi se koriste samo onda kada su potrebni
- **Visoko apstrahovana infrastruktura:** računarske resurse korisnici koriste ne znajući gde se ti resursi nalaze niti kako su fizički organizovani
- **Elastičnost:** resursi se fleksibilno obezbeđuju i oslobađaju, u zavisnosti od potreba
- **Merljivost:** korišćenje resursa se može izmeriti i naplatiti po utrošku
- **Skalabilnost:** infrastruktura može pratiti rast poslovnih potreba u realnom vremenu
- **Bolja iskorišćenost resursa:** iste resurse može koristiti veći broj korisnika bez međusobnih uticaja.

Osnovni nedostaci cloud computing pristupa odnose se na još uvek neadekvatnu pravnu regulativu i nejasnoće u nadležnostima. Na primer, preduzeća iz jedne države mogu koristiti usluge provajdera oblaka iz druge države, a podaci se mogu fizički čuvati u računarskom centru lociranom u trećoj državi. Bez usklađenosti u pravnoj regulativi svih država učesnica, vlasništvo nad podacima može biti nejasno.

Takođe, postoji nedostatak jasnoće u pogledu licenci za softver, problemi u upravljanju digitalnim identitetima i pristupom, kao i problemi u garanciji dostupnosti servisa od strane provajdera.

6) Poslovni procesi u elektronskom poslovanju (e-knjiga – tačke 6.1, 6.2, 6.4 i 6.6)

7) Internet biznis plan (e-knjiga – tačka 8.)

8) E-nabavke i upravljanje lancima snabdevanja (e-knjiga – tačka 10.)

9) Sistemi plaćanja na internetu (e-knjiga – tačka 11.)

10) Internet marketing (e-knjiga – tačke 12.1-12.4)

11) SEO (slajdovi)

12) Društveni mediji (e-knjiga – tačka 13.)

13) Upravljanje odnosima sa kupcima (CRM) (e-knjiga – tačka 14.)

14) E-bankarstvo (e-knjiga – tačka 15.)

15) E-uprava (e-knjiga – tačka 16.)

16) E-obrazovanje (e-knjiga – tačka 17.)

17) E-zdravstvo (e-knjiga – tačka 18.)

18) WordPress/WooCommerce (instalacija, konfiguracija i upotreba)

19) XML (PDF materijal)

20) ebXML (slajdovi)