



---

Elektroničko poslovanje i digitalne inovacije

# UVOD U ELEKTRONIČKO POSLOVANJE

# SADRŽAJ

---

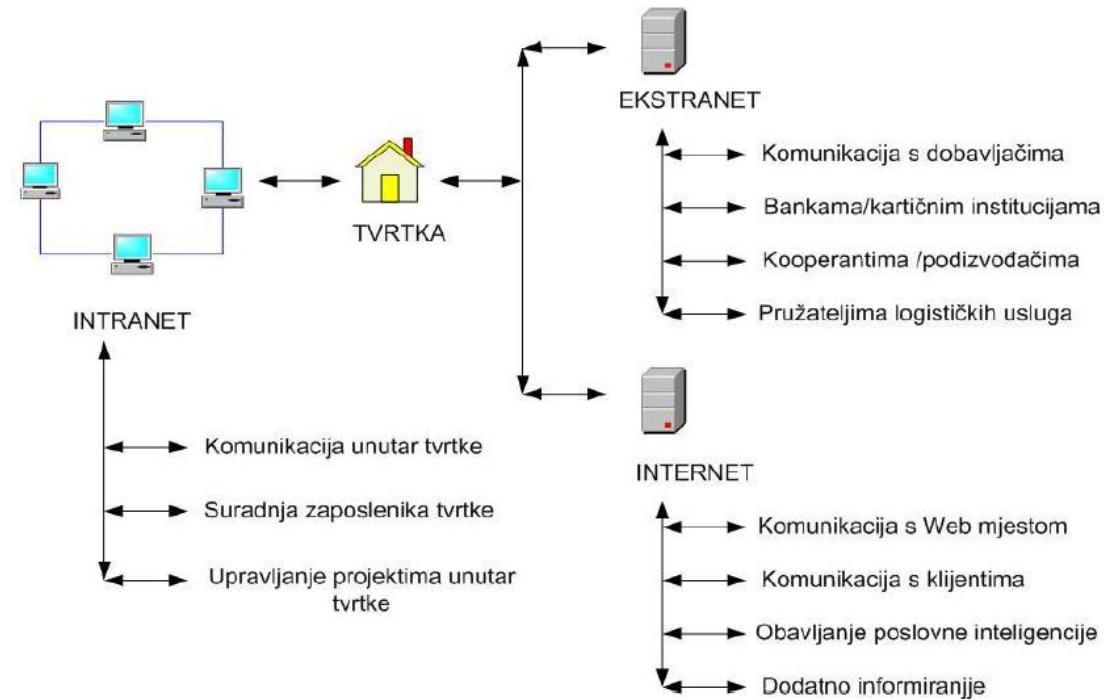
- Što je elektroničko poslovanje?
- Razvoj elektroničkog poslovanja
- Prednosti i nedostaci e-poslovanja
- E-tržište
- Poslovni modeli e-trgovine

# ŠTO JE E-POSLOVANJE?

- Elektroničko poslovanje kao koncept, moguće je definirati na više načina:
  - Elektroničko poslovanje je svojevrsna transformacija klasičnog poslovanja temeljena na integraciji poduzeća, suradnji, globalnom mrežnom povezivanju i korištenju Interneta kao medija za to.
  - Elektroničko poslovanje sustav je izvršavanja svih elemenata poslovnih aktivnosti ekonomskog procesa elektroničkim putem, odnosno stvaranje dodatnih vrijednosti koristeći se informacijskim i komunikacijskim tehnologijama.
  - Elektroničko poslovanje suvremen je oblik organizacije poslovanja, koji podrazumijeva intenzivnu primjenu informatičke tehnologije pri ostvarivanju svih ključnih poslovnih funkcija tvrtke.

# ŠTO JE E-POSLOVANJE?

- Elektroničko poslovanje kao koncept, moguće je definirati na više načina:
  - Elektroničko poslovanje je pojam koji se odnosi na aktivnosti subjekata koje se provode pomoću računala i računalne tehnologije, a koriste jedan od oblika mrežne tehnologije kao što su:
    - Intranet (umrežena računala unutar organizacije) - privatna mreža za podjelu raznih informacija i dokumenata koji su važni za učinkovitije obavljanje zadataka te poboljšanje komunikacije između vlastitih zaposlenika.
    - Ekstranet (vrlo slično Intranetu, ali uz dozvolu dopušta pristup korisnicima koji nisu dio organizacije) - najčešće u svrhu ubrzanja komunikacije između proizvođača, dobavljača, distributera i poslovnih partnera.
    - Internet - javno dostupna globalna paketna podatkovna mreža koja povezuje računala i računalne mreže korištenjem odgovarajućih protokola



- Ne treba miješati pojmove elektroničkog poslovanja i elektroničke trgovine.
  - Pojam elektroničkog poslovanja puno širi od pojma elektroničke trgovine.
  - Elektronička trgovina je sastavni dio elektroničkog poslovanja te omogućuje na E-tržištu svojim kupcima naručivanje proizvoda putem Interneta.
  - Kupnja preko Interneta može biti najbrži i često najjeftiniji način kupovine određenog proizvoda.
    - Smatra se najprofitabilnijim oblikom trgovine, zbog jednostavnosti i niskih troškova.

- Elektroničko poslovanje je puno širi pojam i od Internetskog poslovanja.
  - Korisnik može elektronički poslovati, a da ne koristi Internet (već Intranet ili Ekstranet).
  - Da bi se elektronički poslovalo potrebna je cijela infrastruktura unutar jednog poduzeća koja se na Internetu ne vidi, odnosno nije dostupna korisnicima koji nemaju pristup.
- Razlike postoje i između elektroničkog poslovanja i elektroničke javne uprave.
  - Javna uprava može elektronički poslovati i to sve više i čini, ali javnim poduzećima glavni cilj nije identičan cilju privatnih poduzeća.
  - Za razliku od privatnih poduzeća (kojima je glavni cilj ostvariti što veći profit), javna poduzeća moraju u prvom redu podignuti kvalitetu života svojih korisnika, građana, državljana.
  - Također, privatna poduzeća posluju na tržištu i natječu se s drugim tvrtkama, dok javna poduzeća po samoj definiciji imaju neku vrstu monopolja i za njih nema konkurenčije.

# RAZVOJ E-POSLOVANJA



Sveučilište u Rijeci  
Fakultet informatike  
i digitalnih tehnologija

- Najvažniji poticaj razvoju elektroničkog poslovanja je bio razvoj Interneta - najvećeg svjetskog tržišta na kojem se trguje informacijama, uslugama, radom, kapitalom i robom.
- Značajke elektroničkog poslovanja, u kombinaciji s Internetom, doveli su do toga da elektroničko poslovanje preuzme glavnu ulogu u današnjem načinu poslovanja.
- 1994. i 1995. počinju sejavljati prva web sjedišta koja su potaknula stvaranje koncepta elektroničkog poslovanja.
  - Manje tvrtke su prve prepoznale elektroničko poslovanje kao svoju konkurenčku prednost nad većim kompanijama, a kasnije su se trendu pridružile i veće tvrtke

# RAZVOJ E-POSLOVANJA



- Elektroničko poslovanje je tvrtkama izvrsna prilika za smanjenje troškova, povećanje efikasnosti i ulazak na neka nova tržišta.
- Nakon brzog razvoja web sjedišta, razvijaju se i Internetska (elektronička) tržišta.
  - Sve veća konkurenca među ponuđačima.
- Elektroničko poslovanje se razvija u relativno kratkom razdoblju (oko jedno desetljeće).
- Od samog početka do danas ono, uz manje poteškoće, bilježi stalni rast u svojoj primjeni.
- Internet je tada postao novi kanal distribucije roba, usluga, kapitala, rada i informacija, a ostao je to i do danas.
- Elektroničko poslovanje omogućilo je povezivanje dobavljača, brzu/trenutnu razmjenu informacija, integriranje svih procesa unutar lanca vrijednosti te značajno snižavanje troškova (a time i cijena).

# RAZVOJ E-POSLOVANJA

- Jedan od najbitnijih proizvoda vezanih za elektroničko poslovanje je sustav planiranja resursa organizacije - ERP sustav (eng. *Enterprise Resource Planning*).
- ERP je poslovni informacijski sustav koji omogućuje potpunu kontrolu nad poslovnim procesima u poduzeću.
  - Računovodstvo, ljudski resursi, odnos s klijentima, prodaja, ...
  - Glavna odlika ERP-a je da svime upravlja iz iste baze podataka, pružajući tako priliku različitim poslovnim sektorima da dođu do njima relevantnih podataka.
- ERP je poslovni program koji objedinjuje više procesa i odjela u tvrtki te omogućava da korisnik iz jednog sustava kontrolira više modula unutar kompanije te tako kontrolira veliki broj informacija i dobije relevantne izvještaje koji su neophodni za uspješno poslovanje.

# RAZVOJ E-POSLOVANJA

- Širenjem elektroničkog poslovanja stvorila se i gotovo nemjerljiva količina podataka koje treba pohraniti.
- Gledajući iz perspektive poslovnog subjekta, postoje i zakonske obveze o arhiviranju podataka (kao što su računi, otpremnice, podaci o plaćanju i sl.).
- U početku su bili dovoljni klasični nosači podataka kao što su tvrdi disk ili serveri za pohranu podataka, a danas se kao alternativno rješenje nudi i računalni oblak.
  - On omogućuje stalan i jednostavan pristup skupu djeljivih računalnih resursa (poput računalnih mreža, poslužiteljskih računala, medija za pohranu podataka, aplikacija i usluga) koje je moguće konfigurirati i stavljati na raspolaganje korisnicima uz njihov minimalni osobni angažman ili uz najmanju moguću interakciju s pružateljem tih resursa.
  - Važan je i financijski aspekt, odnosno mogućnost povećanja i smanjenja kapaciteta računalnog oblaka, a samim time i smanjenje troškova tvrtke.

# RAZVOJ E-POSLOVANJA



- Najčešći razlozi za elektroničko poslovanje:
  - Težnja što boljem iskorištenju svih raspoloživih poslovnih resursa, a posebice onih informacijskih
  - Nastojanje da se ostvari što bolja tržišna, odnosno konkurentska pozicija tvrtke, u odnosu prema prijašnjem stanju
  - Želja za ostvarivanjem boljih poslovnih učinaka, posebice onih najtočnije mjerljivih (financijskih), u odnosu prema ranijim razdobljima
  - Veća fleksibilnost i ugoda u radu radnika, izvršnih djelatnika i menadžera
  - Praćenje tehnološkog razvijanja
  - Ostvarivanje socijalne, političke, makroekonomске, psihološke itd. koristi u svakodnevnom životu
- Temeljni razlozi su uvijek ekonomski prirode, a u drugom planu su oni socijalne, političke i druge.

# RAZVOJ E-POSLOVANJA



- Razvoj elektroničkog poslovanja može se promatrati kroz 3 razvojne faze:
  - 1. faza: 1994. do 1997.
    - Započinje pojava prvih maloprodajnih web mjesta, pri čemu se u početku prvenstveno radi o B2C poslovanju, odnosno poslovanju između kompanije i kupca pojedinca. Kasnije se javlja i B2B poslovanje u kojem poslovni subjekti razmjenjuju informacije i proizvode korištenjem web infrastrukture. U ovoj fazi nameće se teza kako bi sve kompanije koje drže do svoga poslovanja trebale imati svoju web stranicu.
  - 2. faza: 1998. do 2001.
    - Dolazi do nagle i velike ekspanzije transakcija e-poslovanja. Glavni cilj ove faze je povećanje obujma prodaje, pri čemu 2000. godine dolazi do naglog pada tržišta, poznatijeg pod nazivom „sumrak dot.com-a“ (tijekom 2000. godine bankrotiralo je preko 6000 dot.com kompanija, uglavnom u SAD-u).
  - 3. faza: 2000. godina nadalje
    - 2002. godine dolazi do blagog oporavka tržišta, nakon čega slijedi kontrolirani rast. Naglasak ove faze jest na povećanju profitabilnosti korištenjem Interneta. Prvenstveni cilj je pri tome povećanje marže, ali ne i nužno samog volumena prodaje.

# PREDNOSTI E-POSLOVANJA



- Može poboljšanim marketingom povećati prodaju, veličinu prodajnog programa te smanjiti troškove vezane za upite kupca.
- Proširuje tržište poslovanja te time povećava različite mogućnosti kupovine.
  - Kupcima su informacije o proizvodima i uslugama dostupnije, imaju veći izbor istih ili sličnih proizvoda po nižim cijenama, a kupovina im postaje praktičnija i prilagodljivija zbog dostupnosti proizvoda 24 sata dnevno, sedam dana u tjednu.
- Smanjuju se transakcijski troškovi kojima su izloženi i kupci i proizvođači.
  - Poboljšava se tok informacija i koordinacija aktivnosti.
- Jednom kad je prednost elektroničkog poslovanja prepoznata unutar pojedine tvrtke, najvažnije što treba razmotriti jest infrastruktura internetski zasnovanog poslovanja
  - Od pojedinačnog internetskog poslužitelja (što je povoljno za manju tvrtku) pa sve do sustava informacijski intenzivne online obrade transakcija (kakve grade npr. velike zrakoplovne kompanije i turističke agencije).
- Najbolju osnovu za stvaranje kvalitetne arhitekture e-poslovanja čini kombinacija Interneta, Intraneta, Ekstraneta, tehnologije web baziranih usluga, integriranih unutarnjih informacijskih sustava te sustava upravljanja odnosima s kupcima (eng. *Customer Relationship Management, CRM*).

# NEDOSTACI E-POSLOVANJA



- Prebrzo mijenjanje tehnologije te međunarodne kulturološke i zakonske poteškoće.
- Neki proizvodi nisu prikladni za ovaj vid prodaje (lako kvarljivi proizvodi).
- Nedostatak osobnog kontakta s kupcem.
  - uz takav kontakt se kupcu može bolje objasniti prednost kupovine proizvoda.
- Nedovoljna prihvaćenost elektroničkog poslovanja u poslovnom okruženju, u nekim domenama poslovanja i regijama.
- Nedovoljna educiranost i/ili nesklonost tehnologijama djelatnika poduzeća koje prelazi iz klasičnog u elektroničko poslovanje.
- Sigurnost informacija.
  - Dostupnost i prava pristupa.

- Elektronička tržišta su tržišta podržana tehnološkom infrastrukturom (osnovna infrastruktura je Internet), koja omogućuje razmjenu dobara i usluga u raznim fazama provođenja poslovnih transakcija.
- Unutar tog tržišta djeluju četiri sektora:
  - Sektor proizvođača i ponuđača osnovnih proizvoda Internetske infrastrukture.
    - Tvrte koje svojim proizvodima i uslugama potpomažu uspostavljanje, održavanje i usavršavanje telekomunikacijske infrastrukture potrebne da bi Internet uopće funkcionirao.
  - Sektor ponuđača osnovnih internetskih servisa.
    - Djelom tradicionalne telekomunikacijske kompanije, a djelom i nove tvrtke koje su prepoznale nove prilike i konkuriraju tradicionalnim tvrtkama. Nude različite internetske servise poput internetskog prostora, stranica, e-pošte i sl.
  - Sektor poduzetnika i trgovaca u okruženju elektroničkog poslovanja.
    - Tisuće tvrtki koje su postojale i u „predinternetsko“ vrijeme, ali i nastale u „postinternetsko“ vrijeme, a da su prihvatile nove tehnologije i nova tržišta kao mogućnost za proširenje poslovanja.
  - Sektor posrednika u elektroničkom poslovanju.
    - Tvrte koje djeluju kao posrednici među tvrtkama iz ostalih sektora i njihovih klijenata, ali i među samim tim tvrtkama (npr. Ekipi - posrednik između ponuđača dobara i usluga iz raznih grana i kupaca koji iz vlastitih domova mogu pretraživati, ocjenjivati i kupiti ta dobra i usluge).

- E-tržište okuplja na istom mjestu kupce i prodavače (ponuđače) te omogućuje:
  - približavanje kupaca i prodavača
    - informacije o ponudi proizvoda, pretraživanje, određivanje cijene, ...
  - provođenje poslovnih transakcija
    - logistika i nabava, plaćanje, povjerenje, ...
  - osiguranje institucionalne infrastrukture
    - pravne i zakonodavne
- Međusoban odnos sudionika e-tržišta opisuje se kroz modele:
  - Business-to-business (B2B), Business-to-consumer (B2C), Consumer- to-consumer (C2C), Government-to-business (G2B), Government-to-citizen (G2C)

- Koncept na kojem se temelji elektroničko poslovanje praktički je primjenjiv u svim djelatnostima, no neke su se djelatnosti istaknule iz razloga što su polučile znatan uspjeh:
  - Elektronička trgovina
  - Elektroničko izdavaštvo i nakladništvo
  - Online prodaja dobara i usluga
  - Elektroničko bankarstvo i online financijske transakcije
  - Online zabava i rekreacija

# E-TRŽIŠTE I E-BANKARSTVO



Sveučilište u Rijeci  
Fakultet informatike  
i digitalnih tehnologija

- Pojava elektroničkog poslovanja imala je jak utjecaj na elektroničko bankarstvo, koje se razvijalo u četiri faze:
  - inicijativa - spoznaja da razvoj tehnologije u bankarstvu otvara niz prednosti (brži i bolji način rada, veća učinkovitost i sl.)
  - interaktivnost - klijent više ne mora dolaziti u banku, već dio posla može obavljati sam preko Interneta, uz tehnologiju koju mu banka stavlja na raspolaganje
  - personalizacija - potreba personalizacije usluga, kako bi se zadovoljile želje i potrebe klijenata
  - virtualizacija - razvijaju se virtualne banke
- Mobilno bankarstvo je zapravo inačica virtualnog bankarstva.
  - U početku je nedostatak ovakvog bankarstva bio relativno maleno sučelje mobilnog telefona, ali razvojem mobilnih uređaja i bankarskih softvera ovo se više ne smatra relevantnim problemom.
  - No, i dalje je nedostatak povećani sigurnosni rizik svojstven primjeni mobilnih telefona.

# E-TRŽIŠTE I E-BANKARSTVO

- Nešto složenija usluga e-bankarstva je omogućavanje korisnicima uvid u njihov račun, prenošenje novca s računa na račun, plaćanje s računa i/ili slanje zahtjeva za kredit.
- Bankama e-bankarstvo omogućava učinkovit način komuniciranja s klijentima i pružanja poslovnih usluga, dok klijentima može pružiti veći izbor načina za poslovanje i učinkovitiji način gdje i kada mogu koristiti e-bankarstvo.
- Trgovac treba otvoriti tzv. trgovački račun u banci da bi imao mogućnost kartičnog plaćanja i samog korištenja digitalnog novca. Naplata kreditnim karticama je moguća uz odgovarajuću opremu, tzv. kartične terminale (eng. *Point-of-Sale, POS*) i programsku podršku.
- Programska podrška je softver koji izvršava uslugu informiranja banke i/ili kartične kuće o izvršenim transakcijama.
  - Na primjer, softver s protokolom SET (eng. *Secure Electronic Transactions*).
  - SET je standard za obavljanje transakcija kreditnim karticama preko interneta, zajednički ga razvijaju Visa i MasterCard, ali može se koristiti i za sve vrste kreditnih kartica.
  - Za obavljanje transakcije sa SET-om i trgovac i kupac trebaju imati softver sa SET-om. SET koristi certifikate za provjeru identiteta. Certifikate izdaje osoba od povjerenja i oni se proslijeđuju između kupca, trgovca i banke.

# E-TRŽIŠTE I E-BANKARSTVO



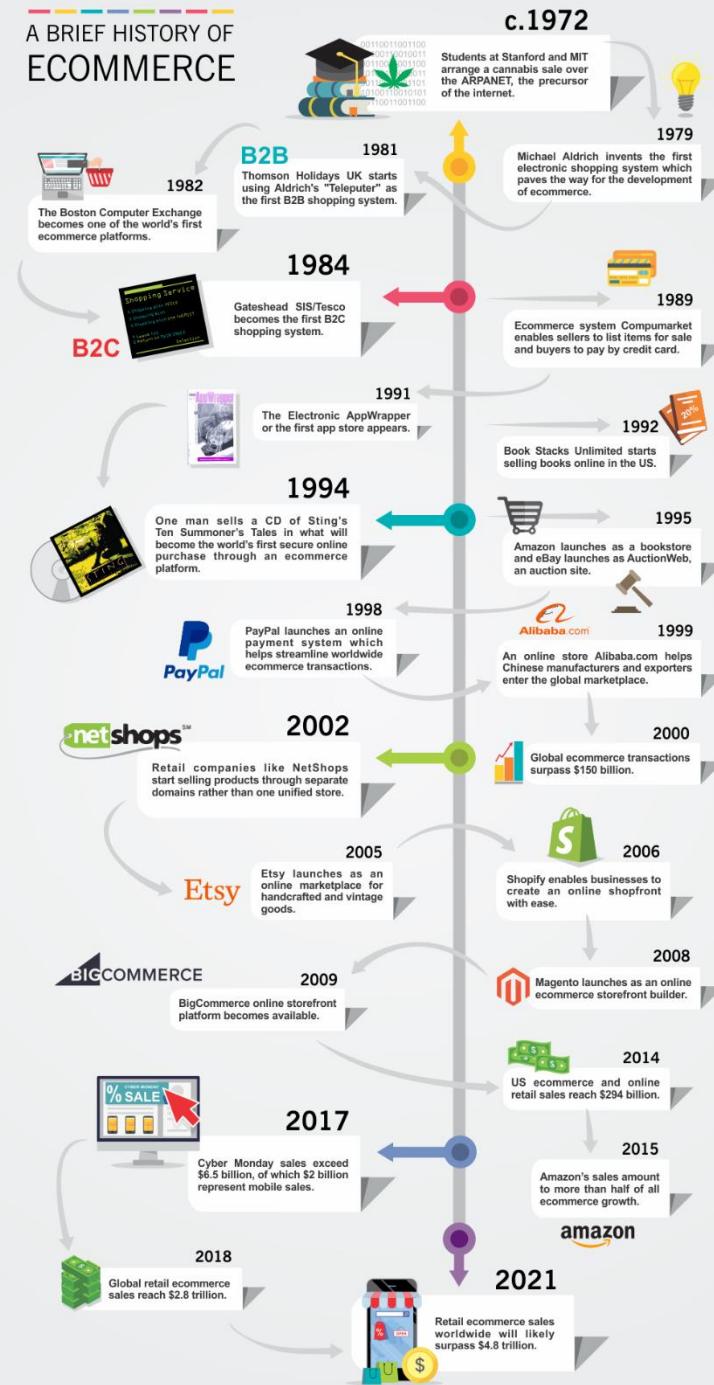
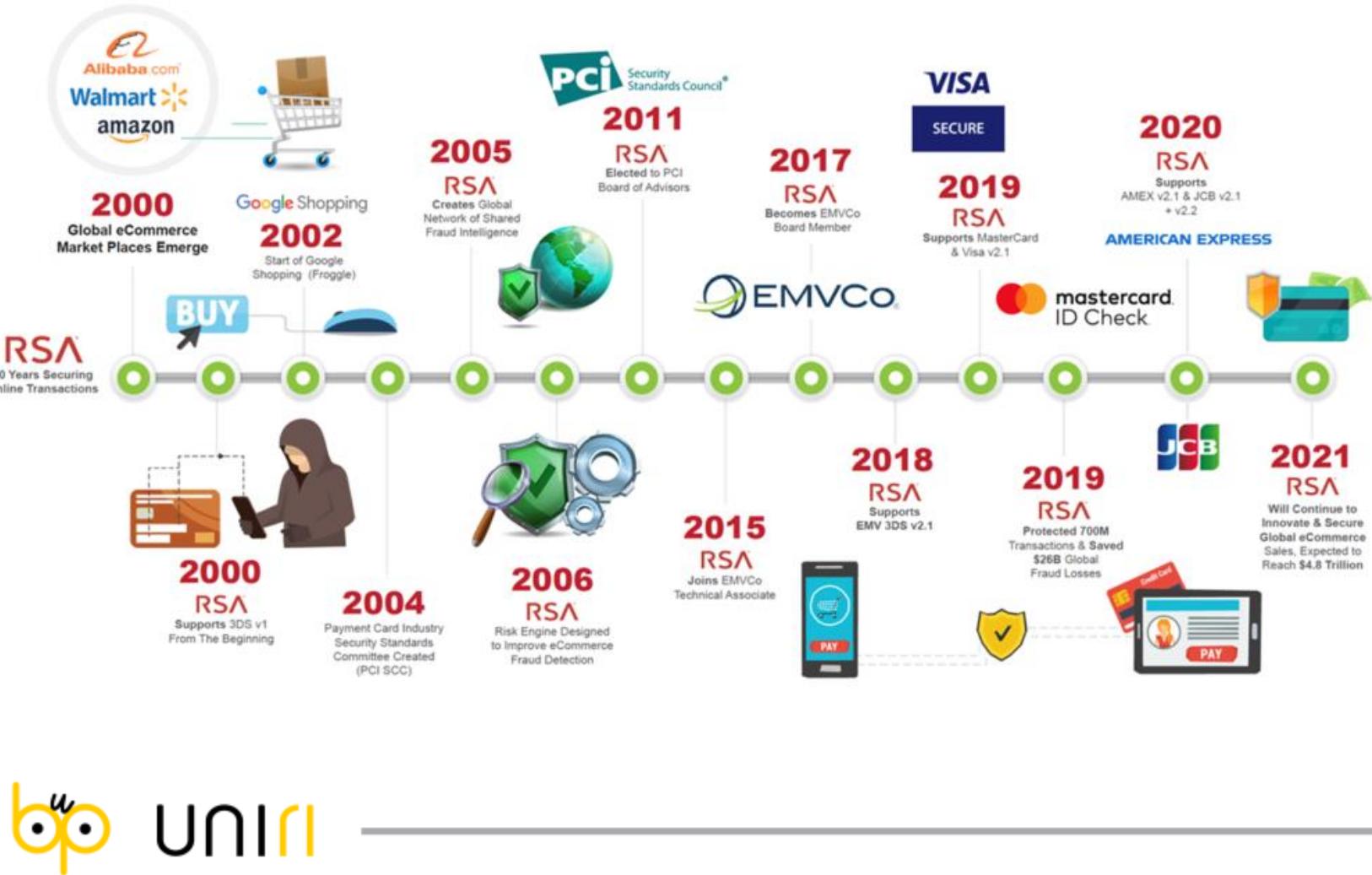
Sveučilište u Rijeci  
Fakultet informatike  
i digitalnih tehnologija

- Tok informacija kupnje proizvoda tvrtke preko specijaliziranog servisa/sustava za elektroničko plaćanje je:
  1. Korisnik na web mjestu prodavača zatraži kupnju proizvoda.
  2. Web mjesto prodavača obavještava specijalizirani servis/sustav za elektroničko plaćanje da je korisnik zatražio kupnju proizvoda.
  3. Specijalizirani servis/sustav za elektroničko plaćanje obavještava o tome banku prodavača.
  4. Banka prodavača obavještava izdavača platežne kartice klijenta.
  5. Izdavač kartice zatim obavještava obrađivača kartičnih transakcija.
  6. Obrađivač kartičnih transakcija obavještava specijalizirani servis/sustav za elektroničko plaćanje je li klijent u stanju platiti proizvod.
  7. Specijalizirani servis/sustav za elektroničko plaćanje šalje dobivenu informaciju prodavaču.
  8. Prodavač zaključuje hoće li se transakcija izvršiti.
- Primjer specijaliziranog sustava/servisa za elektroničko plaćanje je PayPal.

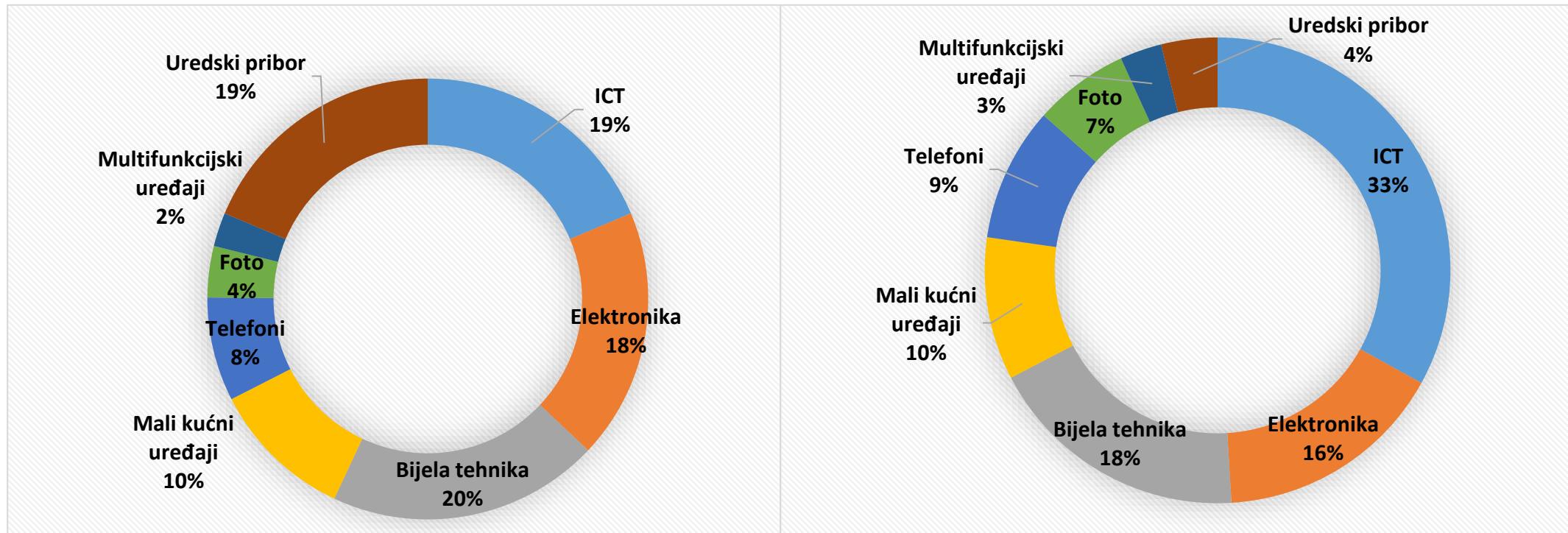
# E-TRŽIŠTE I E-BANKARSTVO

- Digitalni novac (eng. *Digital Cash*) su poruke koje imaju vrijednost kao nalog za isplatu ili polaganje novca.
  - Korisnik kod digitalnog novca ne uzima, niti mu je potrebno odobravanje ni za jednu vrstu kredita, za razliku od plaćanja kreditnim karticama.
- Pametne kartice (eng. *Smart Card*) pohranjuju digitalne poruke u memorijsko/procesorskim čipovima na kartici, koje služe kao verifikacija ili elektronički novac pri elektroničkom plaćanju i običnom plaćanju.
- Elektronički novčanik (eng. *Electronic Wallet*) je softver na poslužiteljskom računalu prodavatelja, koji korisnicima daje uvid u obveze elektroničkog plaćanja i izvršene isporuke roba.
  - Može se naći na web mjestu prodavatelja.
- Mikroplaćanje (eng. *Micropayment*) je razvila tvrtka MilliCent, a najčešća gornja granica za izvršavanje mikroplaćanja je 10 dolara.
  - Mikroplaćanje je uvedeno jer ponekad prodavaču naknada za transakciju premašuje iznos same transakcije.

# RAZVOJ E-TRŽIŠTA



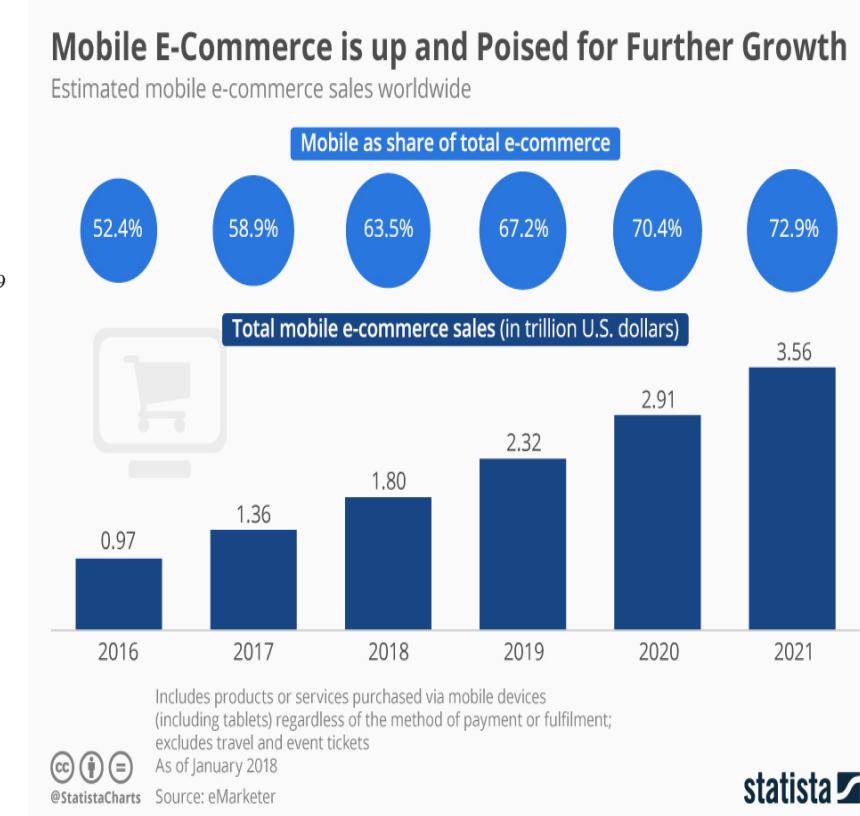
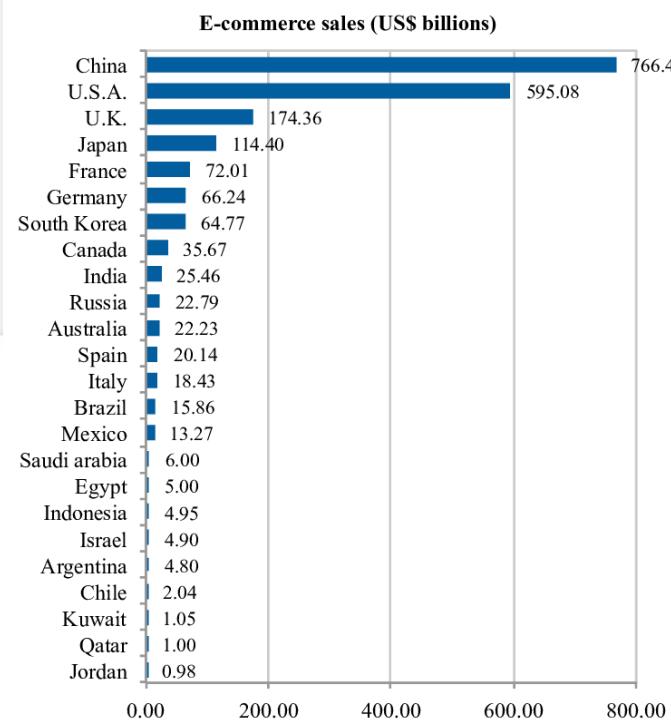
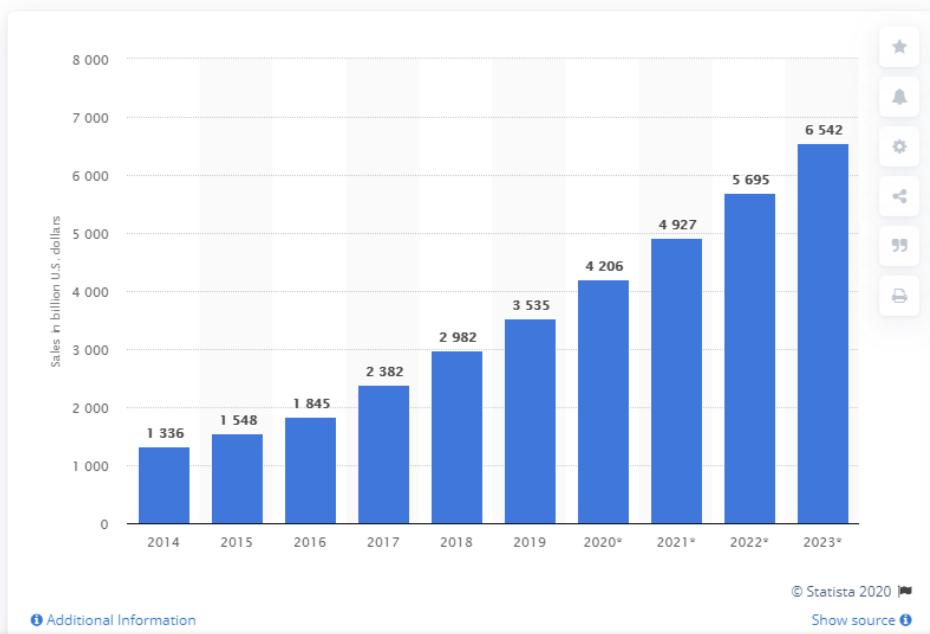
# RAZVOJ E-TRŽIŠTA



Tradicionalna  
prodaja

On-line prodaja

# RAZVOJ E-TRŽIŠTA



- Modeli elektroničkog poslovanja mogu se svrstati prema dva kriterija:
  - Prema broju sudionika (subjekata) u elektronički obavljenim poslovima
    - B2C, B2B, B2E, B2G, C2C, C2G, C2B, G2B, G2C
  - Prema kriteriju prirode obavljenih poslova
    - model prodaje vlastitih proizvoda i usluga, model elektroničkog trgovanja, model elektroničkog marketinga, model elektroničke zabave i rekreacije

# MODELI PREMA BROJU SUDIONIKA



- Neki modeli e-poslovanja prema broju sudionika u elektronički obavljenim poslovima:
  - Model poslovanja tvrtke s krajnjim potrošačima, B2C.
    - Prodaja roba ili usluga krajnjim korisnicima preko Interneta osnovna je odlika B2C ekonomije (podrazumijeva odnos između organizacije i krajnjeg korisnika).
  - Model elektroničkog poslovanja među tvrtkama, B2B.
    - Označava vrstu elektroničkog poslovanja koje je okrenuto razmjeni roba, servisa i usluga između organizacija, tj. pravnih osoba, tj. podrazumijeva formalni kooperativni odnos dvije ili više organizacija koje dijele resurse (informacije, dobra, usluge ili investicije).
  - Model elektroničkog poslovanja u kojem posluju pojedinci međusobno, C2C.
    - Sudionici su fizičke osobe, dok se tvrtke javljaju kao posrednici, tj. nude aplikacijske usluge (npr. elektroničke dražbe - eBay).
    - Da bi prodavač nešto prodao, on prijavljuje robu koju želi prodati, a prijava sadrži opis artikla, najnižu cijenu, neke komercijalne uvijete te može sadržavati i sliku. Ako netko želi nešto kupiti, šalje svoju cjenovnu ponudu. U ovakvim slučajevima, tvrtka uglavnom zadržava postotak transakcije kao naknadu za posredovanje ili se naplaćuje preko oglasa koje zakupljuju treće strane.

# MODELI PREMA BROJU SUDIONIKA

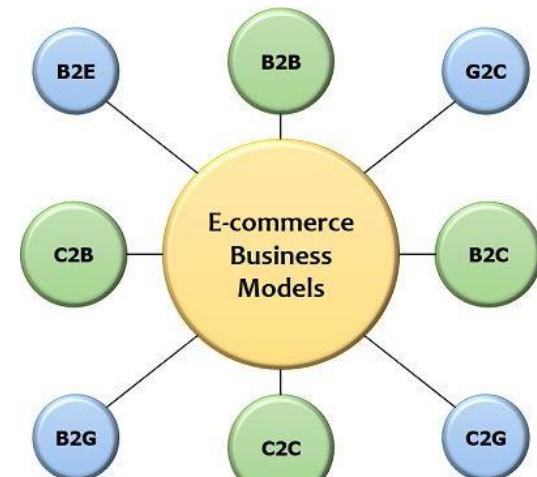
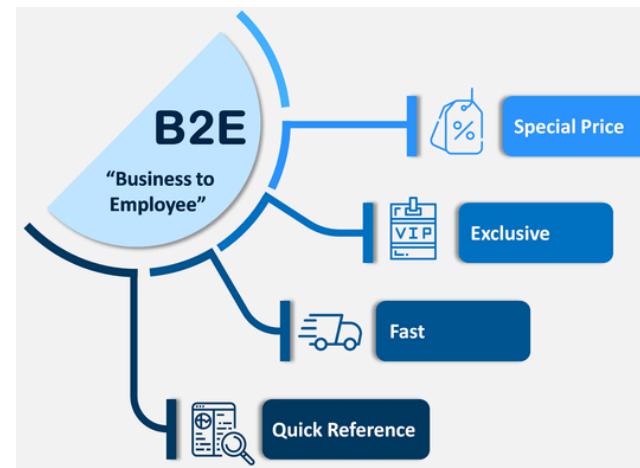


- Neki modeli e-poslovanja prema broju sudionika u elektronički obavljenim poslovima:
  - Model elektroničkog poslovanja u kojem se država i tvrtke iz javnog sektora javljaju kao ponuđači, a privatne tvrtke kao kupci, G2B.
    - E-poslovanje između tijela državne uprave i poduzeća, odnosno nekomercijalna interakcija između lokalne i/ili državne vlasti i komercijalnog i/ili poslovnog sektora (npr. projekt e-Pula).
  - Model elektroničkog poslovanja u kojem se država i tvrtke iz javnog sektora javljaju kao kupci dobara i usluga nuđenih od strane privatnih tvrtki, B2G.
    - Organiziraju se javni natječaji putem kojih privatne tvrtke vredi i državnim institucijama nude svoje proizvode i usluge.
  - Model elektroničkog poslovanja između javne administracije i građana, G2C.
    - Državna tijela otvaraju se prema građanstvu putem web portala te na taj način informacije postaju dostupnije široj javnosti. Na primjer, e-zemljišne knjige, e-građani, ...

# MODELI PREMA BROJU SUDIONIKA

- Zadatak: istražite preostale modele i njihove karakteristike

From: Supplier of content/service		
Consumer	Business	Government
Consumer		
<b>Consumer-to-Consumer (C2C)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>eBay</li><li>Peer-to-peer (Skype)</li><li>Blogs and communities</li><li>Product recommendations</li><li>Social networks</li></ul>	<b>Business-to-Consumer (B2C)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Transactional: Amazon</li><li>Relationship building: BP</li><li>Brand building: Unilever</li><li>Media owner</li><li>News Corp</li><li>Comparison Intermediary</li></ul>	<b>Government-to-Consumer (G2C)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>National government transactional: Tax</li><li>Inland revenue</li><li>National Government information</li><li>Local government services</li></ul>
<b>Consumer-to-Business (C2B)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Priceline</li><li>Consumer-feedback, communities or campaigns</li></ul>	<b>Business-to-Business (B2B)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Transactional: Eurooffice</li><li>Relationship-building: BP</li><li>Media owned: Emap business publications</li><li>B2B marketplaces: EC21</li></ul>	<b>Government-to-Business (G2B)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Government services and transactions: tax</li><li>Legal regulations</li></ul>
<b>Consumer-to-Government (C2G)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Feedback to government through pressure group or individual sites</li></ul>	<b>Business-to-Government (B2G)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Feedback to government businesses and non-governmental organisations</li></ul>	<b>Government-to-Government (G2G)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Inter-government services</li><li>Exchange of information</li></ul>



# MODELI PREMA PRIRODI POSLOVA



- Modeli e-poslovanja prema prirodi obavljenih poslova
  - Koncept elektroničkoga poslovanja može se primijeniti gotovo u svakoj ljudskoj djelatnosti i gospodarskoj grani pa je stoga popis modela e-poslovanja prema kriteriju prirode obavljenih poslova iznimno dug
- Izdvojeni su samo neki modeli:
  - Model elektroničke prodaje vlastitih proizvoda i usluga
    - Prodaja se ostvaruje uspostavom web stranice .
  - Model elektroničkog trgovanja
    - Internetski poduzetnik posreduje između proizvođača i kupca te spaja ponudu i potražnju. Dva su modela elektroničkog trgovanja: elektronička maloprodaja B2C i elektronička veleprodaja B2B .
  - Model elektroničkog marketinga
    - Da bi tvrtka bila uspješna u elektroničkom poslovanju, mora imati dobar elektronički marketing.
  - Model elektroničke zabave i rekreacije
    - Rastuća i najprofitabilnija gospodarska djelatnost. Internet je postao glavni distribucijski kanal za filmove, videe, glazbu, igre i sl.