

ORGANIZACIONI OBLICI ELEKTRONSKOG POSLOVANJA

ORGANIZACIONI OBLICI E-POSLOVANJA

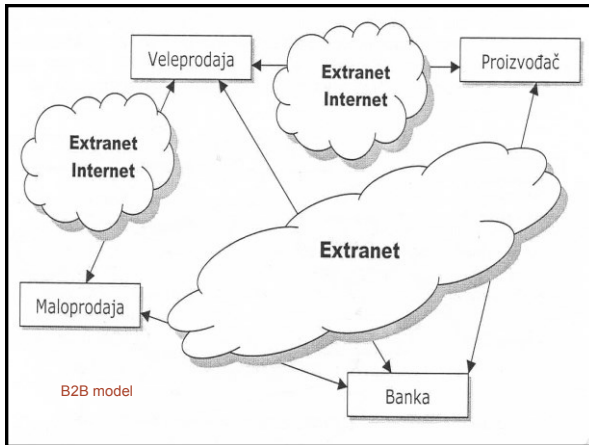
- **off-line (bricks and mortar):**
 - posluju isključivo u svom poslovnom prostoru, prodajući kupcima robu koju oni mogu videti i neposredno testirati - **klasično**
- **on-line (dot-com, clicks):**
 - nastali na Internetu,
 - nemaju klasičnu organizaciju, ni prostor gde se nalaze sa klijentima
 - pružaju posetiocima Web sajta mogućnost da putem dijaloga izvrše izbor i sklope posao
- **hibridni (clicks & bricks):**
 - najčešći u praksi, **podržava oba navedena oblika** poslovanja,
 - pruža šansu kupcima da upoznaju klasičnu kompaniju i ostanu uz nju i u elektronskom obliku poslovanja

KATEGORIJE ELEKTRONSKOG POSLOVANJA PREMA UČESNICIMA

- posao-posao B2B
- posao-korisnik B2C (B2B2C)
- korisnik-posao C2B
- korisnik-korisnik C2C (C2B2C)
- posao-administracija B2A
- korisnik-administracija C2A
- posao-zaposleni B2E
- zaposleni-zaposleni E2E
- poslovna kolaboracija P2P
- poslovanje brzinom svetlosti CALS

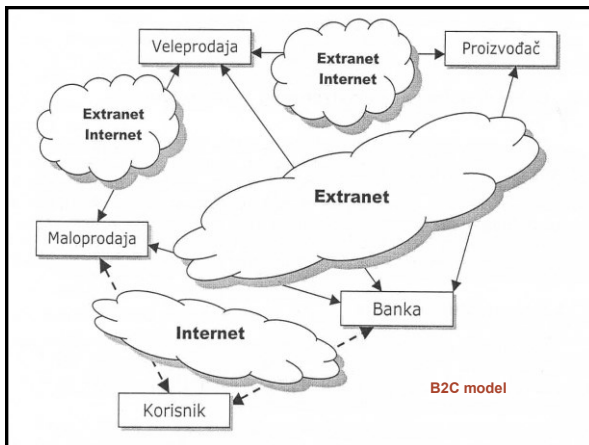
KATEGORIJA POSAO-POSAO: B2B (BUSINESS-TO-BUSINESS)

- Kada kompanije koriste **računarske mreže za razmenu poslovnih transakcija sa poslovnim partnerima**
- interorganizacione poslovne transakcije
 - najviši nivo je: neposredna razmena podataka između dve aplikacije sa svake strane razmene
- obuhvata **finansijski najveći deo tržišta ET** (šest puta veći od B2C kategorije)



KATEGORIJA POSAO-KORISNIK: B2C (BUSINESS-TO-CONSUMER)

- uglavnom se sastoji iz elektronske maloprodaje
- osnovni model primene: virtuelne prodavnice
- obuhvata najveći broj transakcija elektronskog poslovanja



KATEGORIJA POSAO-POSALO-KORISNIK: B2B2C (BUSINESS-TO-BUSINESS-TO-CONSUMER)

- model koji predstavlja kombinaciju modela B2B koji podržava poslovanje preduzeća po modelu B2C.
- **Primer:**
udruživanje više preduzeća kako bi ponudili kompletnu uslugu krajnjim korisnicima (često preduzeća nemaju sve delove CRM softvera za upravljanje odnosima sa kupcima)

KATEGORIJA KORISNIK-POS AO: C2B (CONSUMER-TO-BUSINESS)

Sve vrste **okupljanja korisnika** u cilju:

- zajedničkog nastupa
- postizanja boljih tržišnih uslova, cena
- razmene informacija o ponudi i proizvodima određene kompanije - komentari

Primeri:

klub korisnika, fanova, zajednica korisnika i sl.

KATEGORIJA KORISNIK-KORISNIK: C2C (CONSUMER-TO-CONSUMER)

- ⊙ omogućava pojedincima međusobnu trgovinu preko online tržišta
 - **elektronske aukcije** (ili C2B2C)
- ⊙ tržište 2001. iznosilo preko 5 milijardi dolara
- ⊙ ima veoma ubrzan rast
- ⊙ **prodavac priprema proizvod** za prodaju ili aukciju
- ⊙ **pružalac usluge formira katalog, pretraživač i mehanizme aukcije i plaćanja**

KATEGORIJA KORISNIK-POS AO-KORISNIK: C2B2C (CONSUMER-TO-BUSINESS-TO-CONSUMER)

- ⊙ sprovođenje transakcija između korisnika koristeći online preduzeće kao posrednika.
- ⊙ Npr. **FreeLance sajtovi** gde klijenti traže stručnjake za realizaciju određenih poslova/projekata, dok se stručnjaci predstavljaju svojim kompetencijama.

KATEGORIJA POS AO-ADMINISTRACIJA: B2A (BUSINESS-TO-ADMINISTRATION)

- ⊙ pokriva sve **transakcije između kompanija i vladinih organa**
- ⊙ negde se naziva i **B2G (Business-to-Government)**
- ⊙ komunikacioni kanali:
 - Internet i VAN-ovi
- ⊙ prvi primeri primene:
 - Švedska, SAD i Irska

KATEGORIJA KORISNIK-ADMINISTRACIJA: C2A (CONSUMER-TO-ADMINISTRATION)

- ⦿ model e-poslovanja, ali ne i e-trgovine
- ⦿ transakcije koje stanovništvo - pojedinci obavljaju sa organima državne uprave na svim nivoima
- ⦿ primena počela kasnije u odnosu na druge modele zbog velikih ulaganja, a male zarade
- ⦿ prvi primer u Srbiji:
 - opština Indija

KATEGORIJA POSAO-ZAPOSLjeni: B2E (BUSINESS-TO-EMPLOYEE)

- ⦿ spada u širi kontekst e-poslovanja
- ⦿ primena Intraneta u svakodnevnoj razmeni informacija unutar kompanije
- ⦿ koncept ERM (*Employee Relationship Management*) omogućava upravljanje odnosima sa zaposlenima (ekspertima) u kompaniji pomoću specijalnih alata

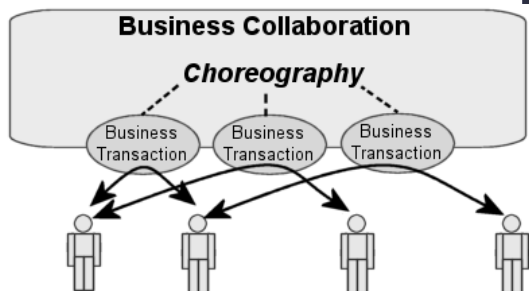
KATEGORIJA ZAPOSLENI-ZAPOSLjeni: E2E (EMPLOYEE-TO-EMPLOYEE)

- ⦿ slična prethodnoj kategoriji
- ⦿ zasnovana na Intranetu i lokalnom portalu kompanije preko kojeg su moguće komunikacije zaposlenih ili članova određenih timova
- ⦿ u kompaniji postoje zajednice koje međusobno dele znanje ili imaju ista interesovanja

POSLOVNA KOLABORACIJA: P2P (PEER-TO-PEER)

- ⦿ decentralizovani model
- ⦿ tehnološki zasnovan na upotrebi *peer-to-peer* komunikacije između računara
- ⦿ kupac nabavlja specijalizovani softver za komunikaciju sa softverom na računaru prodavca
- ⦿ ne kontaktira se Web sajt, već se direktno pretražuje baza podataka
- ⦿ primeri: Napster, Kazbaa i Gnutella - sajtovi za nabavku/razmenu muzike

KOREOGRAFIJA POSLOVNE KOLABORACIJE

POSLOVANJE BRZINOM SVETLOSTI:
CALS (COMMERCE AT LIGHT SPEED)

- Uglavnom za razmenu tehničkih podataka vezanih za istraživanje, razvoj, konstrukciju, proizvodnju i dokumentaciju
- principi rada slični EDI tehnologiji - postoje **privatni komunikacioni kanali**
- nastaje 1985. godine u SAD kao podrška avijaciji u okviru ministarstva odbrane (DoD)
- prvi korisnici iz DoD, kasnije se primena širi i van ovog sistema

MODELI E-TRGOVINE
(U ODNOSU NA NAČIN REALIZACIJE POSLA
ODN. FUNKCIONALNOST)

- on-line prodavnice (virtuelne prodavnice)
- virtuelne zajednice
- elektronski prodajni centri
- portali
- e-aukcije
- snabdevači sadržajima (content providers)
- brokери informacija
- transakcioni komisijoni
- pružaoci usluga
- sajtovi proizvođača

MODELI E-TRGOVINE
(U ODNOSU NA NAČIN REALIZACIJE POSLA
ODN. FUNKCIONALNOST)

- društveni organizatori
- tržnice ili menjačnice
- e-distributeri
- B2B pružaoci usluga
- e-učenje
- provodadžije
- posrednici informacija
- zajedničke kupovine (C2B)
- dinamičko određivanje cena
- besplatni proizvodi i usluge

ON-LINE PRODAVNICA

- ⊙ osnovni poslovni model e-trgovine
- ⊙ Sinonimi:
 - virtuelna prodavnica, on-line prodavnica, e-prodavnica (elektronska prodavnica)
- ⊙ mesto gde kupci mogu da kupuju 24/7 iz kuće ili sa radnog mesta
- ⊙ osnova prodavnice: katalog roba i usluga
- ⊙ niži nivo ovog modela pokriva samo:
 - jednostavne prezentacije kataloga
 - prikazi proizvoda sa njihovim cenama i karakteristikama
 - elementarne funkcije narudžbe, plaćanja i isporuke

ON-LINE PRODAVNICA

- ⊙ Složeniji oblici ovog modela poseduju napredne funkcije prodaje i marketinga:
 - potrošačka korpa
 - otvaranje ličnog naloga sa podacima
 - napredni sistemi plaćanja
 - izbor tipa isporuke
 - praćenje lista isporuke
 - iskustva ranijih kupaca
 - promocije
 - nivoje kupaca
 - ...

VIRTUELNE ZAJEDNICE

- ⊙ su nadgradnja on-line prodavnica
- ⊙ nova funkcija je:
 - moгуćnost komunikacije između kupaca
 - alati za komunikaciju:
 - mailing liste, oglasne table, FAQ liste, komentari, blogovi
- ⊙ Svrha virtuelne zajednice:
 - ⊙ držanje kupaca na okupu
 - ⊙ izgradnja lojalnosti kupaca
 - ⊙ veliki broj povratnih informacija
- ⊙ Najčešći korisnici modela:
 - ⊙ proizvođači softvera i pratećih usluga
 - ⊙ proizvođači visoko sofisticiranih proizvoda

ELEKTRONSKI PRODAJNI CENTRI

- ⊙ virtuelni prostor sa kolekcijom on-line prodavnica namenjen susretima prodavaca i kupaca
- ⊙ cene se usklađuju na osnovu ponude i potražnje
- ⊙ vlasnik prodajnog centra naplaćuje usluge od on-line prodavnica
- ⊙ prednost za kupca:
 - ⊙ na jednom mestu ima pristup širem asortimanu robe
- ⊙ prednost za prodavce:
 - ⊙ udruživanjem vrednost svake od e-prodavnica raste eksponencijalno
 - ⊙ prodavci koriste povoljno složenu tehnologiju prodajnog centra

PORTALI

- ⊙ pružaju integrisani paket e-usluga i sadržaja: pretraživanje, vesti, e-pošta, čatovanje, muzika, pregled filmova, kalendari...
- ⊙ često objedinjuju kataloge kompanija (ponudu) sa velikim količinama informacija
- ⊙ smatraju ih kapijom za ulaz u druge sajtove
- ⊙ **model prihoda:** od reklama i usmeravanja kupaca na druge sajtove (ne zarađuju direktno)
- ⊙ **glavne funkcije:** privlačenje korisnika (ulaz za druge sajtove), inteligentno pretraživanje informacija, Internet servisi
- ⊙ **VORTALI** su specijalna vrsta portala koji nude proizvode i usluge na specijalizovanom tržištu

AUKCIJE

- ⊙ sprovode aukcijsku prodaju novih ili polovnih artikala
- ⊙ najčešća prodaja pojedincima C2B2C, ali postoje i kao prodaja drugim kompanijama B2B
- ⊙ mogućnosti **pogadanja oko cena**
- ⊙ različite varijante sprovođenja aukcija i dostave ponuda potencijalnih kupaca
- ⊙ **model prihoda:** određeni iznos za oglašavanje i taksa na izvršene transakcije
- ⊙ **ostale usluge:** sklapanje posla i potpis ugovora, mehanizmi plaćanja, briga o isporuci, reklamacije

SNABDEVAČI SADRŽAJIMA (CONTENT PROVIDERS)

- ⊙ on-line izvori najnovijih vesti (novine, sportski sajtovi), specijalizovanih sadržaja, raznih vodiča itd.
- ⊙ nude **informacije i zabavu**
- ⊙ **ključ uspeha:** imati prvi tražene sadržaje
- ⊙ **model prihoda:**
 - pretplata
 - prodaja oglasnog prostora
- ⊙ postojeći izdavači imaju prednost u odnosu na nove
- ⊙ **primer:** sajtovi B92, N1, MojNoviSad ...

BROKERI INFORMACIJA

- ⊙ specijalni slučaj predhodnog modela
- ⊙ bave se **prodajom poslovnih informacija** (rezultati istraživanja, tržišni trendovi, kretanja na berzi, analize poslovanja kompanija)
- ⊙ **osnovni alat:** **agregiranje informacija** (prikupljanje, kategorizacija i grupisanje)
- ⊙ **model prihoda:**
 - pretplata,
 - naplata troškova transakcija,
 - reklame, promocije
- ⊙ **podmodeli:**
 - pronalaženje najpovoljnijih ponuda
 - povezivanje e-prodavnic sa distributerima

TRANSAKCIONI KOMISIONI

- ⊙ obrađuju različite on-line transakcije:
 - kupoprodaja akcija i obveznica,
 - turističke agencije i dr.
- ⊙ **Nedostaci:**
 - većina kupaca akcija radije se odlučuje za poznate klasične posrednike, jer veruju u lične savete i poznata lica
 - podaci turističkih agencija su češće osnova za posetu samoj agenciji

PRUŽAOCI USLUGA (SERVICE PROVIDERS)

- ⊙ ovaj model se naziva i **model učlanjenja** (affiliate model)
- ⊙ nude usluge **boljih performansi rada u on-line režimu**
- ⊙ **model prihoda:**
 - taksa za pružene usluge
 - od reklama
 - sakupljanje informacija i prodaja marketinškim agencijama

SAJTOVI PROIZVOĐAČA

- ⊙ su e-prodavnice samih proizvođača
- ⊙ koriste Web da direktno stignu do kupaca
- ⊙ predstavljaju kombinaciju ostalih modela sa informacionim sistemom u pozadini
- ⊙ na ovaj način se **robna marka snažno integriše sa sadržajima koje nudi proizvođač**
- ⊙ **primer:**
BMW je lansirao pojam 'advertising' (kombinacija *entertainment* (TV, film, muzika...) sa elementima *advertising*-a za promociju proizvoda ili brenda)
kreirajući robnu marku kroz kreativne reklamne filmove koji su postavljeni na sajtu

DRUŠTVENI ORGANIZATORI

- ⊙ sajtovi koji okupljaju ljude sa sličnim interesima
- ⊙ **trguju, komuniciraju i pretražuju informacije od interesa za određeni profil okupljenih korisnika**
- ⊙ **model prihoda:**
 - pretplata,
 - učlanjenje,
 - reklama,
 - naplata transakcija,
 - procenat od sklopljenog posla
- ⊙ **primer:**
Open Source Model okuplja programere oko Linux platforme

TRŽNICE ILI MENJAČNICE

- ◉ elektronski prostor na kome snabdevači i kupci vrše poslovne transakcije
- ◉ funkcije: sprovođenje poslovnih transakcija, sigurni mehanizmi plaćanja, praćenje statusa narudžbi, logističke usluge, garancija kvaliteta, promocija robnih marki
- ◉ podmodel: elektronski sajam (e-bazar), na kojem članovi međusobno posluju
- ◉ izvor prihoda:
 - naplata takse za izvršene transakcije

ELEKTRONSKI DISTRIBUTERI

- ◉ kompanije koje vrše snabdevanje proizvodima i uslugama direktno do pojedinačnih poslovnih organizacija
- ◉ značajno se skraćuje prodajni ciklus proizvoda
- ◉ postižu se niže cene
- ◉ stvara se bolja saradnja sa poslovnim partnerima

B2B PRUŽAOCI USLUGA

- ◉ prodaju poslovne usluge drugim kompanijama:
 - vođenje knjigovodstva,
 - finansijske usluge,
 - upravljanje kadrovima,
 - štampa, skeniranje,
 - arhiviranje podataka,
 - aplikativne usluge i dr.
- ◉ podmodel: pružaoци aplikativnih usluga prodaju pristup do specijalizovanih softvera

ELEKTRONSKO UČENJE E-LEARNING

- ◉ prodaja obrazovnih materijala - kurseva kompanijama i pojedincima preko Interneta
- ◉ kursevi mogu biti različitih nivoa složenosti:
 - običan linearni tekst,
 - materijal sa on-line izborima pojedinih lekcija,
 - materijal sa testovima sa višestrukim izborima,
 - iskustvene simulacije za pređenu lekciju - najstroženiji model

PROVODADŽIJE

- ◉ specijalizovane virtuelne kompanije koje ostvaruju zaradu povezujući poslovne organizacije tako da im ostvare što bolje uslove poslovanja
 - najčešće im smanjuju troškove poslovanja

POSREDNICI INFORMACIJA

- ◉ sakupljaju informacije o potencijalnim kupcima i prodaju ih zainteresovanim kompanijama
- ◉ njihov glavni problem je zaštita privatnosti
- ◉ oni su metaposrednici
 - omogućavaju veze između prodavaca i kupaca, ali ne učestvuju u trgovini
- ◉ model prihoda:
 - takse
 - reklame

C2B MODELI ZAJEDNIČKE KUPOVINE

- ◉ povezuju grupe korisnika zainteresovanih za kupovinu određenog artikla
 - grupe dobijaju popust na količinu
- ◉ model prihoda:
 - od članarina,
 - od promocija ili
 - od ostvarenog prometa.

MODELI ZASNOVANI NA CENAMA

- ◉ dinamičko određivanje cena (*dynamic pricing*)
- ◉ besplatni proizvodi i usluge (*free products and services*)

DINAMIČKO ODREĐIVANJE CENA

- ⊙ model tretira **cenu** kao **promenljivu** otvorenu za **pregovaranje**
- ⊙ može se naći **u sastavu drugih poslovnih modela**
- ⊙ varijante:
 - **odredi svoju cenu**: kupac nudi svoju cenu prodavcu koji odlučuje da li da je prihvati
 - **poređenje cena**: objedinjuje više sajtova i omogućava kupcu pretragu za najnižom cenom određenog proizvoda (*Cenoteka, ePonuda, Trivago..*)
 - **određivanje cena osetljivo na potražnju**: prodavci daju **popuste na naručenu količinu** proizvoda
 - **razmena**: omogućava razmenu proizvoda ili usluga

BESPLATNI PROIZVODI I USLUGE

- ⊙ najčešće se **besplatno nude**: igre, lutrijski taloni i softver
- ⊙ takvi sajtovi **ne ostvaruju zaradu od ponuđenih proizvoda**
- ⊙ **model prihoda**
 - mogu zarađivati **od oglasa koji se moraju proći da bi se dobila besplatna usluga**
 - **softverske kompanije** zarađuju **na kasnijem održavanju, isporuci CD verzija** i drugim uslugama
 - **besplatni uzorci** povećavaju kasniju prodaju

MODELI USLUŽNIH SAJTOVA

- ⊙ bezbednosni brokeri
- ⊙ anonimni preusmerivači pošte
- ⊙ kolaboracione platforme
- ⊙ sajtovi za proveru linkova
- ⊙ arhivski sajtovi
- ⊙ izvestioci promena
- ⊙ pružaoci usluga elektronske pošte
- ⊙ pretraživači (*search engines*)

MODELI USLUŽNIH SAJTOVA

- ⊙ **Bezbednosni brokeri** obezbeđuju **usluge vezane za sigurnost i poverenje** kao što su:
 - registracija autorstva
 - provera delatnosti kompanije
 - provera vlasništva određenog sajta
- ⊙ **Anonimni preusmerivači pošte** omogućavaju slanje elektronske pošte u kojoj primalac ne dobija povratnu adresu
 - pružaju zaštitu od kasnijih reklamnih poruka, tj. od spama

MODELI USLUŽNIH SAJTOVA

Kolaboracione platforme

- ◉ nude međusobno udaljenim korisnicima mogućnost da zajednički rade
- ◉ najčešća primena je na kompleksnim projektima

Sajtovi za proveru linkova

- ◉ često proveravaju mogućnost pristupa određenom sajtu
- ◉ koriste ih kod e-prodavnica, radi kontrole nad "ulaznim vratima" u njihovu radnju

MODELI USLUŽNIH SAJTOVA

Arhivski sajтови

- ◉ omogućavaju odlaganje podataka na sigurne lokacije
- ◉ pružaju zaštitu od katastrofalnog gubitka podataka - prestanka pristupa podacima na mreži računara korisnika ove usluge

Izvestioci promena

- ◉ javljaju svojim korisnicima kada su određeni Web sajтови promenili sadržaj

MODELI USLUŽNIH SAJTOVA

Pružaoци usluga elektronske pošte

- ◉ pružaju korisnicima ključne funkcije vezane za elektronsku poštu sa svih lokacija
- ◉ posebno zanimljivi ljudima koji često putuju

Pretraživači

- ◉ pružaju jednu od najpopularnijih usluga na Internetu
- ◉ omogućavaju svojim korisnicima da pronalaze Web sajtove sa specificiranim sadržajem