

Glava IV

Elektronska trgovina

deo 3.

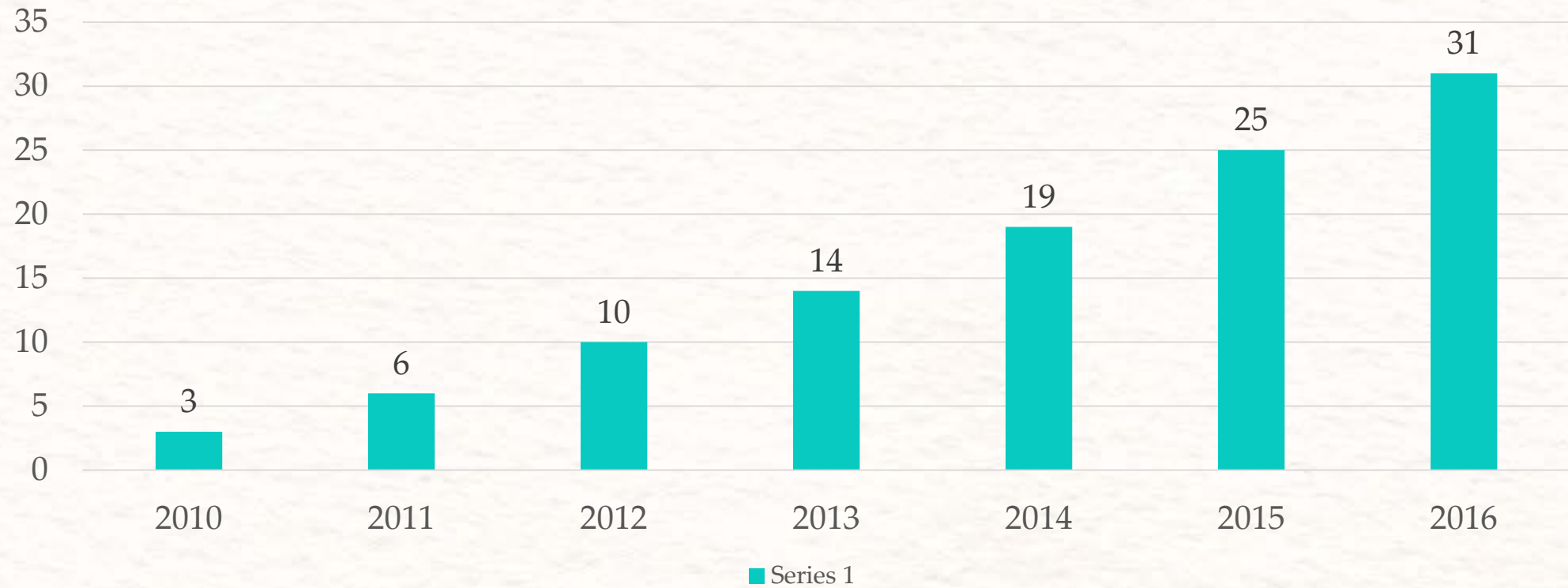
Visoka poslovna škola strukovnih studija, Novi Sad
Predmet: Elektronska trgovina

Mobilna trgovina

- Pod **mobilnom trgovinom** podrazumevamo onaj segment elektronske trgovine koji se obavlja **primenom bežičnih uređaja ili prenosivih uređaja**;
- Mobilna trgovina predstavlja sve poslovne transakcije i plaćanja koja se obavljaju bez primene računara;
- **Mobilna trgovina** predstavlja obavljanje trgovinskih transakcija **korišćenjem mobilnih uređaja** odnosno tehnologija, a njihovo korišćenje podrazumeva i **bežični pristup Internetu**;

- Mobilna trgovina je aktivnost elektronske trgovine koja najdinamičnije raste početkom XXI veka;
- Prema nekim procenama, mobilna trgovina će sa nivoa od oko 3 milijarde USD, udesetostručiti za 6 god

Promet u globalnoj mobilnoj trgovini, milijarde USD



- Očekivanja su da će mobilna trgovina da poveća svoj udeo u ukupnoj elektronskoj trgovini **na 7% u 2016. god.**
- 2009. god. 4% trgovaca imalo je Internet strane namenjene pristupu sa mobinog telefona, 2010. god. 12%; 2011. god. 37%;
- Japanski operater NTT je razvio DoCoMo servis koji omogućava mobilnu trgovinu od 1999. god.

- Prednost mobilnih uređaja je što su mali i prenosivi i zahtevaju manja ulaganja nego što su ulaganja u nabavku računara;
- Mobilni uređaji skoro isključivo koriste bežični Internet tako da se mogu koristiti sa bilo kog mesta, i nisu lokacijski ograničeni kao desktop računari;

- Istraživanja pokazuju da su najčešći razlozi zbog kojih potrošači kupuju putem mobilnih uređaja:
 - Zato što je zgodno jer se kupovina može obaviti sa bilo kog mesta (68%);
 - Zato što postoje specijalne ponude u mobilnoj trgovini (52%);
 - Zato što je lako uporediti cene i naći najbolju ponudu (48%)
 - Zato što proizvodi koji se kupuju u mobilnoj trgovini nisu raspoloživi u prodavnici (41%)

Najznačajniji trgovci u globalnoj mobilnoj trgovini, 2011. god.

| Rang | Preduzeće | Promet u mobilnoj trgovini (mil.) | | Rang po rastu 2011/2010 |
|------|-------------------------------|-----------------------------------|---------|----------------------------|
| | | 2011 | 2010 | |
| 1. | Amazon.com | 2.000,0 | 1.000,0 | 1 |
| 2. | Apple Inc | 933,8 | 747,0 | 2 |
| 3. | Marriott International | 144,0 | 72,0 | 4 |
| 4. | Walmart Stores Inc | 127,6 | 45,9 | 3 |
| 5. | InterContinental Hotels & Spa | 120,0 | 65,0 | 6 |
| 6. | Hilton Worldwide | 100,0 | 50,0 | 7 |
| 7. | Gilt Grupe | 85,0 | 13,6 | 5 |
| 8. | Orbitz LLC | 46,6 | 22,4 | 9 |
| 9. | Staples Inc | 45,3 | 18,0 | 8 |
| 10. | Praceline Inc | 38,8 | 18,0 | 10 |

- Kod mobilne maloprodaje veoma je važno da kupovina bude **brza, ugodna i pouzdana**;
- Indeks uspešnosti u mobinoj trgovini (Keynote);
- Indeks prati dva kriterijuma:
 - **Vreme odziva**, koje se meri u sekundama i predstavlja vreme koje je potrebno da se Internet strana učita na mobilnom telefonu;
 - **Stopa uspešnosti**, koja predstavlja odnos ukupnih uspešnih učitavanja Internet strane prema ukupnom broju pokušaja učitavanja te Internet strane;

| Rank | Target | Response Time (sec) | Success Rate (%) | Page Size (KB) | Elements | Score |
|------|----------------------|---------------------|------------------|----------------|----------|--------|
| 1 | CVS | 4.78 | 100.00 | 724 | 123 | 898.00 |
| 2 | Dell | 5.37 | 100.00 | 2454 | 47 | 863.00 |
| 3 | Staples | 4.26 | 99.85 | 821 | 61 | 850.00 |
| 4 | Toolfetch.com | 1.62 | 99.55 | 108 | 11 | 848.00 |
| 5 | eBay | 5.00 | 99.84 | 648 | 75 | 838.00 |
| 6 | Rakuten.com Shopping | 7.34 | 100.00 | 1992 | 174 | 814.00 |
| 7 | Amazon.com | 5.51 | 99.83 | 916 | 106 | 811.00 |
| 8 | Grainger | 4.58 | 99.65 | 238 | 56 | 794.00 |
| 9 | L.L. Bean | 8.56 | 100.00 | 1759 | 102 | 770.00 |
| 9 | Foot Locker | 7.12 | 99.85 | 1486 | 146 | 770.00 |
| 11 | Newegg.com | 8.31 | 99.85 | 655 | 51 | 743.00 |
| 12 | Walgreens | 6.65 | 99.70 | 1182 | 111 | 740.00 |
| 13 | HSN | 9.47 | 100.00 | 1916 | 150 | 737.00 |
| 14 | J Crew | 10.67 | 100.00 | 2851 | 144 | 689.00 |
| 15 | Sears | 10.14 | 100.00 | 2147 | 219 | 685.00 |

Elektronska trgovina između fizičkih lica

- Pre pojave elektronske trgovine razmena između fizičkih lica je bila sporadična (prodaja putem novinskih oglasa, sajmovi razmene zimske opreme, garažne prodaje u SAD);
- Elektronska tehnologija je omogućila da se ovaj kontakt mnogo brže i efikasnije uspostavi;

- Većina autora smatra da je ovakav vid trgovine nastao na osnovama **virtuelnih društvenih zajednica** koje postoje na Internetu i okupljaju ljude istih interesovanja ili sličnog porekla, statusa i sl.
- Virtuelne zajednice predstavljaju popularne društvenu sredinu u kojoj ljudi komuniciraju razmenom informacija, ideja i saveta vezanih za njihov zajednički interes;
- Ova vrsta trgovine se u literaturi naziva i *elektronska trgovina zasnovana na društvenim mrežama* (E-commerce based on social networks – ENS)

- Najčešći vidovi elektronske trgovine između fizičkih lica se ostvaruje putem:
 1. Elektronskih aukcija, i
 2. Klasifikovanih elektronskih oglasa;

- **Elektronske aukcije** podrazumevaju aukcijski metod trgovine koji se obavlja primenom informaciono-komunikacionih tehnologija;
- Prednosti internet aukcija su to što uključuju potencijalno **veliki broj kupaca i prodavaca, geografski nisu ograničene, mogu se obaljati u bilo koje vreme;**
- Ipak, roba se ne može tako lako vratiti prodavcu i ostaju nerešena pitanja vezana za poreski i carinski tretman;

- Aukcije su veoma formalizovane aktivnosti. Procedura Internet aukcija se sastoji iz nekoliko faza:
 - **Registracija prodavca i kupaca** (kreiranje profila);
 - **Pripreme odgovarajućeg aukcijskog događaja**, što uključuje i opisivanje proizvoda, ustanovljenje pravila;
 - **Planiranje i oglašavanje aukcije**, što podrazumeva pažljivo planiranje prodaje sličnih predmeta i uspešno oglašavanje;
 - **Nadmetanje na aukciji**, prikupljanjem i registrovanjem ponuda, određivanjem minimuma mogućeg podizanja cene;
 - **Ocena ponuda i zaključenje aukcije**, izborom najbolje ponude;
 - **Likvidacija aukcijske robe**, organizovanje plaćanja po postignutoj ceni na aukciji;

Deset najvećih aukcijskih portala na Internetu

| Rang | Portal | Internet adresa |
|------|-------------------|--|
| 1. | eBuy | www.ebuy.com |
| 2. | uBid | www.ubid.com |
| 3. | Bidz.com | www.bidz.com |
| 4. | Online Auctions | www.onlineauctions.com |
| 5. | WeBidz | http://webidz.com/ |
| 6. | WebStore | www.webstore.com |
| 7. | Cqout | www.cqout.com |
| 8. | Auction-Warehouse | www.auction-warehouse.com |
| 9. | ePier | http://epier.com/ |
| 10. | Its Gotta Go | www.itsgottago.com |

First Item Sold on eBay

- Sold for USD 14 – A laser pointer that was broken



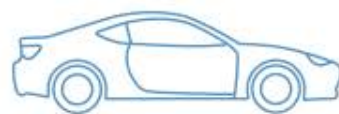
- **Elektronski klasifikovani oglasi** predstavljaju elektronsku verziju oglasa pojedinca koji su se pre isključivo pojavljivali u dnevnim novinama;
- Internet je doveo do revolucije u oglasima jer je omogućio bolje pretraživanje oglasa i privukao globalnu publiku;
- Oglasi su klasifikovani jer se njihova sistematizacija vrši po sličnosti u određene grupe, radi lakšeg pronalaženja



Nekretnine
83932



Posao
716



Polovni automobili i delovi
69103



Računari
8860



Građevinarstvo
8501



Poljoprivreda
12015



Mašine, alati i oprema
15769



Usluge
9259



Telefoni
12991



Kućni aparati
7253



Nameštaj i pokućstvo
11971



Odmor
4193



Audio, TV, foto



Knjige



Antikviteti i kolekcionarstvo



Odeća, obuća, dodaci



Kućni ljubimci



Sport i rekreacija



Elektronsko poslovanje u spoljnoj trgovini

- Tri glavne pokretačke snage ekonomske globalizacije su **liberalizacija, deregulacija kretanja kapitala i otvaranje nacionalnih tržišta za trgovinu** i sve veća primena **informaciono-komunikacionih tehnologija** u savremenom poslovanju;
- Primena informaciono-komunikacionih tehnologija čini da poslovanje preduzeća postane globalna aktivnost;

- Značajan napredak u razvoju međunarodne trgovine donela je primena Interneta;
- Značaj primene informaciono-komunikacionih tehnologija u međunarodnoj trgovini se može pratiti po pojedinim fazama;
- **Prva faza je faza pregovora i zaključenja ugovora o konkretnom spoljnotrgovinskom poslu;**

- Najveću revoluciju u poslovnim komunikacijama omogućila je primena **elektronske razmene podataka** (Electronic Data Interchange – **EDI**);
- Podrazumeva razmenu standardizovanih elektronskih poruka između poslovnih partnera koje zamenjuju papirne dokumente;
- Ove poruke se kreiraju po međunarodnim UN/EDIFACT standardima;

- Prvi korak u kreiranju spoljnotrgovinskog dokumenta u elektronskoj verziji bio je rad brojnih međunarodnih organizacija na standardizaciji poslovne dokumentacije;
- Međunarodna trgovinska komora iz Pariza (ICC) – standardizacija trgovinske dokumentacije;
- Međunarodna federacija udruženja špeditera (FIATA) – standardizacija transportne dokumentacije;
- Svetska carinska organizacija (WCO) – standardizacija carinskih dokumenata;

- **Standardizacija** podrazumeva određivanje **formata određenih dokumenata**, tako da se oni mogu kreirati samo u tako propisanom formatu;
- Ovo omogućava da se svako polje sa podacima u dokumentu može digitalizovati, odnosno prevoditi u elektronski oblik;
- Tako digitalizovani podaci sa dokumenta se razmenjuju između računara poslovnih partnera;

- Studija STO o elektronskoj trgovini, (dokument od 42 strane):
- Aviopoštom slanje košta \$7,40 i traje 5 dana;
- Putem kurira troškovi su \$26,25 i stiže na odredište za 24h;
- Slanje telefaksom košta \$28,83 i dokument stiže za 21 min;
- Elektronskom poštom košta 10 centi i stiže na odredište za 2 minuta;

- Kada se ugovor zaključi pristupa se realizaciji ugovora, što podrazumeva dostavu robe od strane prodavca kupcu, dok je kupac dužan da plati robu;
- U dostavi robe najznačajniji je **segment transporta robe** od prodavca kupcu, kao i **fazi carinjenja**, kada roba prelazi nacionalnu granicu;

- U fazi transporta se primenjuju odgovarajuće EDI poruke, od kojih su najznačajnije:
- **Nalog o otpremi (IFTMIN)**- kojim se špediteru daju instrukcije;
- **Otpremnica (DESADV)** – kojom se roba predaje transporteru;

- Studija Azijsko-pacifičkog ekonomskog foruma (APEC) da su uštede primenom elektronske dokumentacije:
- Kod transporta uglja 1,5% od vrednosti transportovane robe;
- Kod transporta pirinča 2,2%;
- Kod transporta delova za mašine 3,1%;
- Kod transporta šećera 4,4%;
- Uštede mogu ići i do 15% vrednosti transportovane robe ako se vrši avionskim putem;

- U transportu su posebno značajna **dokumenta čijim posedovanjem se dokazuje vlasništvo robe**, dokumenti sa statusom HOV;
- Takvi dokumenti su **konosman** (Bill of Lading) i **skladišnica**;
- U prevođenju ovih dokumenata na elektronski oblik pojavio se problem kako označiti koja elektronska verzija dokumenta predstavlja original;
- Ovo je rešeno primenom elektronskog potpisa;

- **Praćenje robe (Tracking)** je važna funkcija prilikom transporta koju omogućava primena IKT;
- Praćenje robe u transportu je omogućeno primenom tehnologija **elektronske numeracije artikala (GS1)** i **radiofrekvencijske identifikacije (RFID)**;
- **Serijski kod kontejnera za otpremu (Serial Shipping Container Code) SSCC**;
- Ovaj broj se dodeljuje jednom kontejneru i on ga nosi dok god je u upotrebi;

- Struktura SSCC broja se sastoji od dopunske cifre, broja kompanije, serijskog broja kontejnera i kontrolnog broja i ima ukupno 18 cifara;

Primjer logističke naljepnice:



Naljepnica formata A5

PROBNA TVRTKA d.o.o.
Probna ulica bb
12345 GRAD

LOGOO
LOGOO

PROBNI PROIZVOD

PALETA - 16 kom x 20 Kg

EAN BROJ POJEDINAČNOG PAKIRANJA: **385 1234 00001 7** KOLIČINA: **16 KOM**
UPOTREBLJIVO DO: **15.06.2005.** BATCH: **ABCD1234**

SSCC: **0 385 1234 000000123 6**


(02)03851234000017(37)16


(15)050615(10)ABCD1234


(00)038512340000001236

- **Radiofrekventna identifikacija** je tehnologija koja koristi radio talase za automatsko prikupljanje podataka koji omogućavaju prihvatanje i prenos podataka bežičnim putem u okviru poslovnih procesa;
- **RDIF** tehnologija prati proizvod pomoću jedinstvenog elektronskog koda određenog za svaki proizvod (EPC) i koji predstavlja univerzalni identifikacioni broj za određene proizvode gde god da se u svetu nalaze;

- Praćenje je moguće jer se ovaj kod skenira na odabranim mestima, prilikom ulaska u luku, prilikom ulaska u transportno sredstvo, prilikom ulaska u skladište i sl.
- Koristi od RFID tehnologije potiču od njenih sposobnosti pružanja blagovremenih informacija, gde se razmena podataka između objekta i sistema ostvaruje automatski i povezane su sa **efikasnosti, preciznosti i bezbednosti upravljanja lancima snabdevanja i zalihama uz propratne uštede u troškovima;**

- Zahvaljujući primeni IKT i Interneta razmena dokumenata između osiguravajućih kompanija i preduzeća koja osiguravaju robu u međunarodnom transportu ostvaruje se elektronskim putem;
- UN/EDIFACT predviđeno je nekoliko elektronskih poruka:
- INSPRE – Premija osiguranja koja služi kao elektronska polisa osiguranja;
- PRPAID – Potvrda o uplati premije osiguranja;

- U fazi carinjenja robe ostvaruju se najveće uštede od primene IKT;
- Kao najznačajnije funkcije carine navode se:
 1. Prikupljanje prihoda od carina i poreza;
 2. Prikupljanje podataka za statistiku spoljne trgovine;
 3. Primena mera iz oblasti spoljnotrgovinskog režima, vezanih za očuvanje dobrobiti i zdravlja stanovništva;
 4. Primena mera zaštite domaće privrede od inostrane konkurencije;

- Carinska procedura podrazumeva da se ova registracija izvoza i uvoza vrši predajom odgovarajuće dokumentacije carinskoj službi, najčešće nazvana **carinska deklaracija**;
- **CUSDEC** – carinska deklaracija u elektronskom obliku
- Primena elektronske tehnologije u carinskom postupku može da dovede do značajnih ušteda u poslovanju, jer procene su da troškovi pripreme dokumentacije za carinjenje koštaju 8% pa čak i 15% vrednosti robe kojom se trguje;

- **Automatizovani sistem za izvoz** razvijen od Carinske službe SAD još 1995. god.;
- U početku je veza sa američkom carinom ostvarivana privatnim mrežama, a od 1999. god. sistemu se može pristupiti preko Interneta;
- Od 2008. god. elektronska prijava je obavezna i jedina moguća prijava izvoza;
- Od 2008. god. i EU je donela odluku da se radi na stvaranju okruženja za carinjenje i međunarodnu trgovinu u kome neće biti potrebe za papirnom dokumentacijom;

- **Automatizovani sistem za carinske podatke (ASYCUDA)** je program za organizaciju carinjenja robe elektronskim putem koji je UNCTAD razvio za pomoć zemljama u razvoju;
- Ovaj sistem pokriva većinu procedura kako izvoz i uvoz, tako i tranzit i prilagođen je za prikupljanje statističkih podataka o spoljnoj trgovini;
- Danas ovaj sistem koristi preko 90 država;

- On se zasniva na principima elektronske razmene podataka i koristi UN/EDIFACT standarde za kreiranje elektronskih poruka;
- Ovaj program je unapređen tako da se danas koristi ASYCUDA++;
- 1996. Svetska carinska organizacija je osnovala Potkomitet za upravljanje informacijama;
- Najznačajniji doprinos je WCO Data Model koji propisuje harmonizovane zahteve za podacima u komunikaciji između svih subjekata uključenih u spoljnu trgovinu i nadzor granice;

- U **fazi plaćanja** je IKT primenjena još od sedamdesetih godina XX veka;
- Elektronska plaćanja su najrazvijeniji segment u oblasti elektronskog poslovanja;
- Međunarodna plaćanja su olakšana pojavom elektronskih interbankarskih mreža, npr. SWIFT;