



Elektronska trgovina

dr Đorđe Ćuzović

Pojam elektronske trgovine

- Elektronska trgovina predstavlja kupovinu i prodaju robe i usluga koja se odvija uz značajnu primenu savremenih, informaciono-komunikacionih tehnologija;
- Dostava informacija, proizvoda i usluga ili plaćanje preko telekomunikacionih linija ili računarskih mreža;
- Primena tehnologije u cilju automatizacije poslovnih procesa;
- **Internet trgovina**

- Glavni oblici privatnih računarskih mreža koje su se koristile u poslovne svrhe pojavili su se još sedamdesetih godina sa stvaranjem međubankarskih računarskih mreža za prenos naloga o plaćanjima, kao što je bio **SWIFT**;
- Kasnije su razne privatne mreže korišćene za razmenu poslovne dokumentacije, u segmentu trgovine na veliko, kao što je **EDI**;
- Privatne mreže su korišćene i u oblasti trgovine na malo, **MINITEL** (francuska pošta);
- MINITEL je prvenstveno korišćena za razvoj elektronske trgovine na malo, koja je učestvovala sa 90% u ukupnom prometu na ovoj mreži;
- Mreža se brzo širila pa je sa 120.000 terminala (1983) njihov broj narastao na 6 miliona

Minitel



- **America on-line (AOL)** privatna mreža koja je od velikog pružaoca usluga priključenja na Internet postala velika privatna mreža za elektronsko trgovanje;
- 1997. god. ova mreža je imala 8 miliona pretplatnika
- AOL Marketplace (virtuelni tržišni centar) ostvaren je promet od preko 100 miliona USD;

- Jedan od oblika elektronske trgovine koji se takođe izdvaja po specifičnosti tehnologije koji primenjuje je **mobilna trgovina**;
- **Mobilna trgovina** predstavlja obavljanje trgovine preko mobilnih uređaja, kakvi su mobilni telefoni ili mali računari, a neki autori u ovaj vid trgovine ubrajaju transakcije koje se obavljaju preko bežičnog Interneta;

- Razlika između **potpune i delimične elektronske trgovine** meri se **stepenom digitalizacije** same elektronske trgovine;
- Razlike u digitalizacije se mogu pojaviti u:
 1. **Vrsti samog proizvoda** (fizički proizvod ili elektronski);
 2. **Vrsti procesa trgovanja** (u zavisnosti od stepena korišćenja elektronske tehnologije samog trgovca)
 3. **Vrsti dostave proizvoda** (klasična distribucija ili elektronska distribucija)

- **Klasična trgovina** podrazumeva razmenu fizičkih proizvoda uz minimalno korišćenje informaciono-komunikacionih tehnologija u procesu trgovanja i obavljanje klasične distribucije razmenjenog proizvoda;
- Svi ostali modaliteti saradnje gde u bilo kom od tri navedena segmenta imamo značajnu primenu informaciono-komunikacionih tehnologija spadaju u oblast **elektronske trgovine**;
- **Delimična elektronska trgovina** podrazumeva primenu informaciono-komunikacionih tehnologija u nekom od navedenih segmenata, najviše dva;

- **Potpuna elektronska trgovina** podrazumeva razmenu elektronskih proizvoda, kojima se trguje primenom informaciono-komunikacionih tehnologija, i koji se kupcu ostavljaju elektronski;
- **Globalna elektronska trgovina** je aktivnost trgovine koja intenzivno koristi informaciono-komunikacione tehnologije u svom izvršenju, obuhvata izvršenje u svim delovima sveta;
- Danas se u poslovanju sve više gubi jasna granica između domaćeg i inostranog, između nacionalnog i nadnacionalnog;

- Nastanak globalne elektronske trgovine se podudara sa nastankom klasičnih oblika elektronske trgovine (EFT, EDI);
- Razmena sredstava i dokumenata u elektronskom obliku se razvijala preko privatnih telekomunikacionih mreža, mreža koje su preduzeća razvijala i održavala;
- Prava revolucija u razvoju elektronske trgovine, a posebno one globalne, se desila devedesetih godina XX veka sa komercijalnom upotrebom Interneta;

- Globalna elektronska trgovina se definiše kao korišćenje Interneta i drugih oblika elektronskih tehnologija za kupovinu i prodaju;
- Globalna elektronska trgovina podrazumeva da se elektronsko trgovanje ne može ograničiti na jednu zemlju već se ono sprovodi u međunarodnim okvirima;
- Danas se često pojmovi elektronska trgovina i globalna elektronska trgovina koriste kao sinonimi;

- 1995. god. Internet postaje ozbiljno poslovno okruženje (Dell, Amazon, Cisco);
- U početku je za preduzeće bili važno da obezbedi svoje prisustvo na Internetu (promotivni karakter);
- Ozbiljniji začeci su zabeleženi 1997. god. kada mnoga preduzeća u svoj fokus poslovne primene Interneta stavljaju prodaju proizvoda, a ne samo promociju;
- Od 2000. god. kada je Internet postao dominantan poslovni kanal elektronske trgovine preduzeća akcenat stavljaju na smanjenje troškova poslovanja na Internetu i posmatraju kako Internet utiče na njihovu produktivnost;

- Faze u razvoju elektronske trgovine;
- ✓ **Prva faza je samo prisustvo na Internetu** (što je preduzeće obezbeđivalo izradom Internet stranice);
- ✓ **Druga faza** je bila razvoj internih računarskih mreža u preduzeću, intraneta, i sve veće korišćenje elektronske pošte;
- ✓ **Treća faza** se označava kao faza razvoja transakcija, jer preduzeća sve više koriste elektronsku trgovinu za razvoj transakcija sa dobavljačima, prijem narudžbina od kupaca kao i praćenje robe;
- ✓ **Četvrta faza** u savremenom razvoju elektronske trgovine je faza integracije čitavog lanca nabavke što omogućava još efikasnije poslovanje;

Rast prihoda od globalne elektronske trgovine 2010-2013. u mlrd. USD



Privreda	2010	2013	Rast 2010-2013 (procenat)
	(milijarde USD)		
SAD	165,8	235,3	12,4
Evropa	195,2	283,0	13,2
Azija	155,7	323,1	27,5
Ostatak sveta	55,8	121,7	29,7
Svet	572,5	963,0	19,4

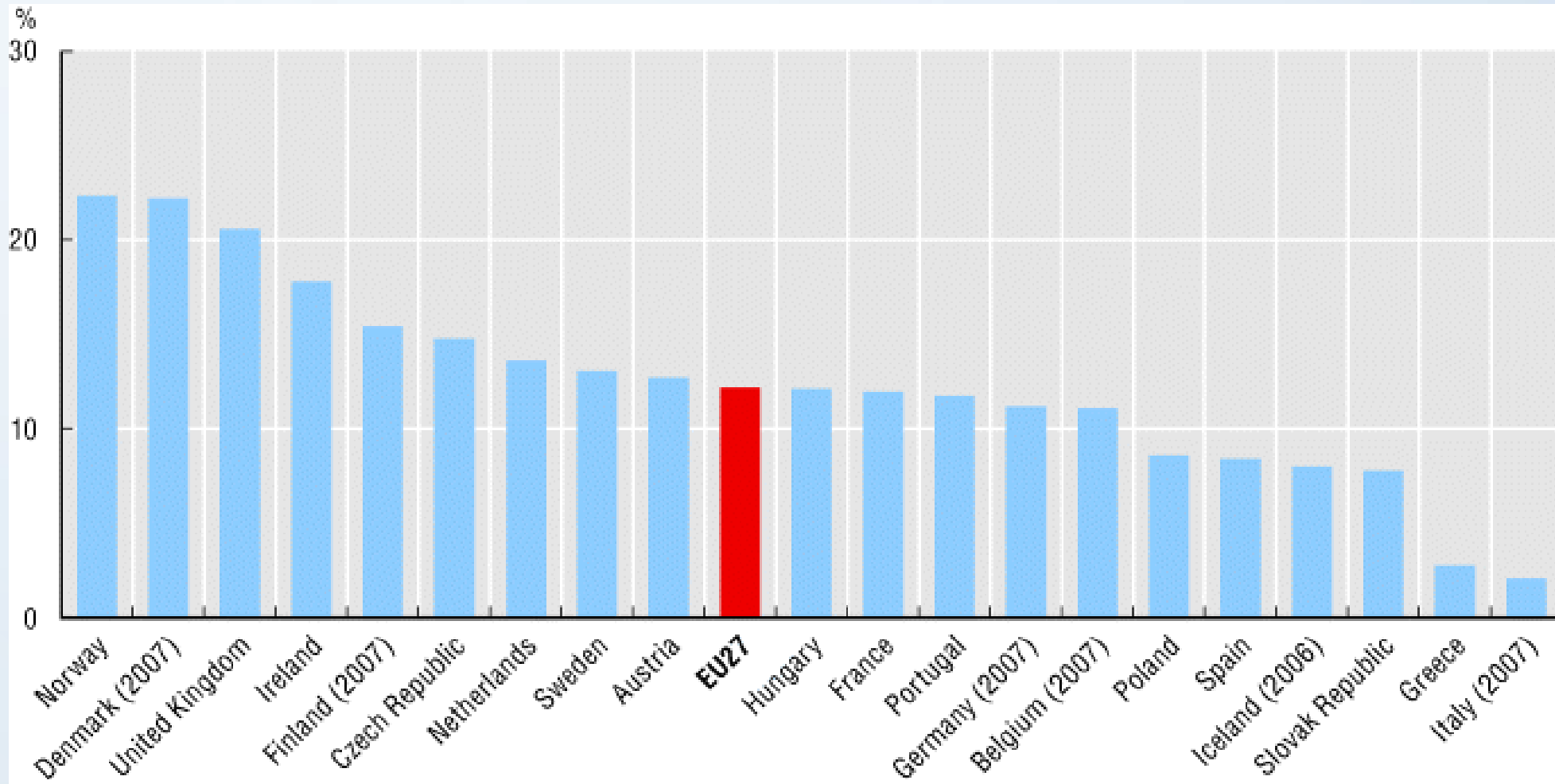
Figure 3: Percentage of total business turnover from e-commerce in selected EU countries, 2009 to 2013

	2009	2010	2011	2012	2013
					%
United Kingdom	16	18	19	18	20
Sweden	18	19	20	14	18
France	13	14	14	14	15
Germany	18	17	17	14	13
Poland	8	11	10	11	12
Italy	5	5	6	7	7
EU28	14	14	15	14	15

Source:
Office for
National
Statistics

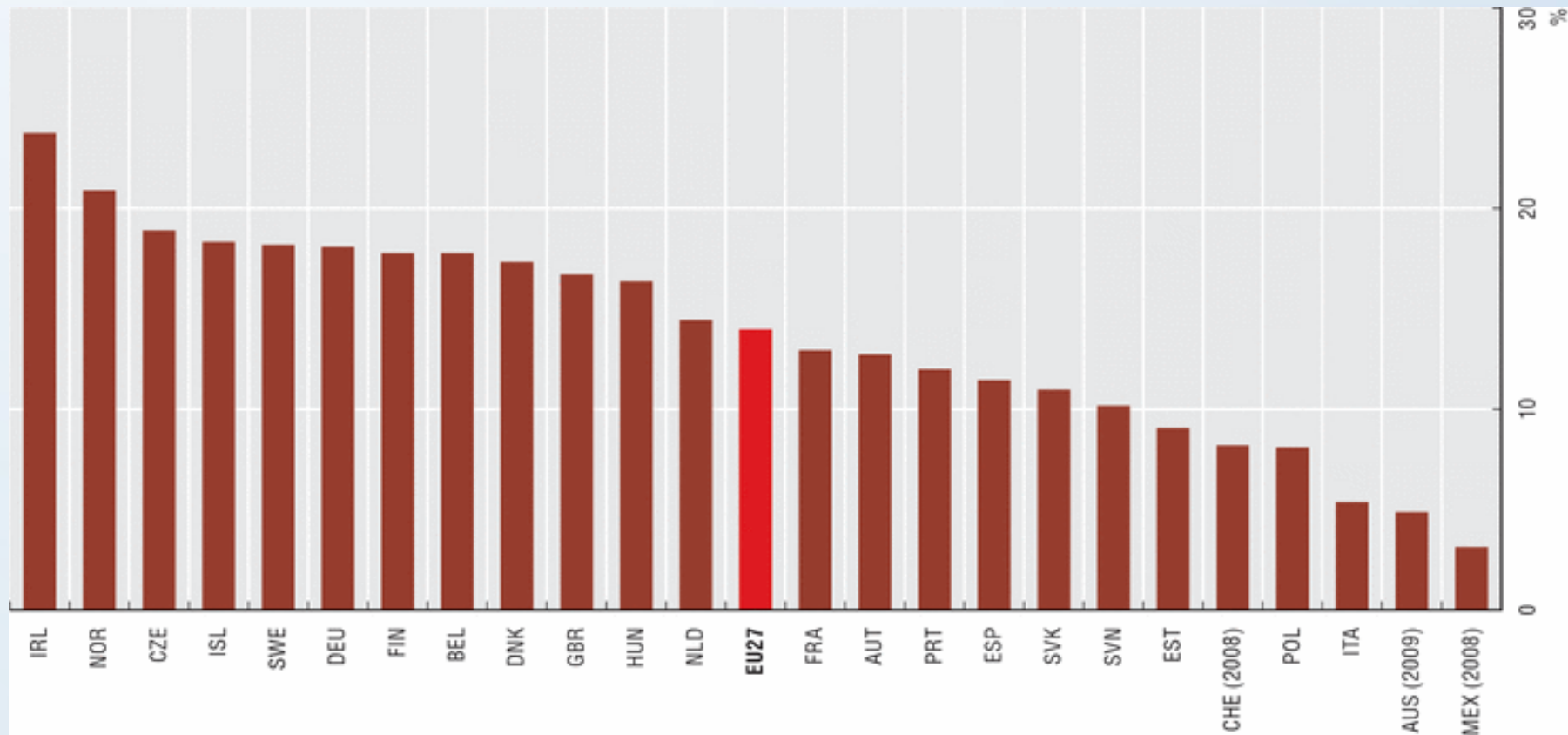
Percentage of enterprises' total turnover from e-commerce, 2008

As a percentage of total enterprise turnover



Firms' turnover from e-commerce, 2010

As a percentage of total firm turnover



- Benefiti koji proizilaze iz primene elektronske trgovine:
 - **Smanjenje troškova** poslovanja u raznim segmentima poslovanja od nabavke i skladištenja do troškova poslovne komunikacije;
 - **Uštede u vremenu** potrebnom za izvršenje prodaje odnosno usluga jer se brže reaguje na zahteve kupca i ostvaruje veća fleksibilnost u snadbevanju kupaca;
 - **Poboljšanje kontakta sa potrošačima**, uključujući i izbacivanje posrednika u trgovini;

- **Unapređenje poslovanja**, kroz povećanje prihoda i pristup novim tržištima;
- **Povećanje produktivnosti rada**, naročito u uslužnom sektoru;
- **Smanjeno angažovanje poslovnih sredstava**, jer su često ulaganja u elektronsku trgovinu manja nego u tradicionalne forme trgovinskog poslovanja

Oblici elektronske trgovine

- **Kriterijumi – vrednost transakcija i priroda subjekta** koji učestvuje u određenom vidu elektronske trgovine;
 - **Elektronska trgovina na veliko** ili elektronska veleprodaja, koja uključuje transakcije velikih vrednosti i elektronsku trgovinu koja se odvija između preduzeća (B2B);
 - **Elektronsku trgovinu na malo** ili elektronsku maloprodaju, koja uključuje transakcije manjih vrednosti, i uglavnom se odvija sa potrošačima kao glavnim akterima (B2C, C2C, C2B);

Oblici elektronske trgovine

Prodavac	Kupac Preduzeće (Business)	Potrošač (Consumer)	Vlada (Government)
Preduzeće (Business)	Elektronska trgovina na veliko (B2B)	Elektronska trgovina na malo (B2C)	Trgovina sa Vladom (B2C)
Potrošač (Consumer)	C2B	C2C	B2G
Vlada (Government)	G2B	G2C	G2G

Karakteristike pojedinih oblika elektronske trgovine

Karakteristike	Elektronska trgovina na veliko	Elektronska trgovina na malo	
	B2B	B2C	C2C
Lanac snadbjevanja	Lanac nabavke	Potrošački lanac	Društveni lanac
Akteri	Preduzeća	Preduzeća i potrošači	Potrošači
Vrsta robe	Specifična roba i roba sa visokom cenom	Roba sa standardnim cenama	Roba male vrednosti
Način plaćanja	bezgotovinsko	Bezgotovinsko/ gotovinsko	gotovinsko

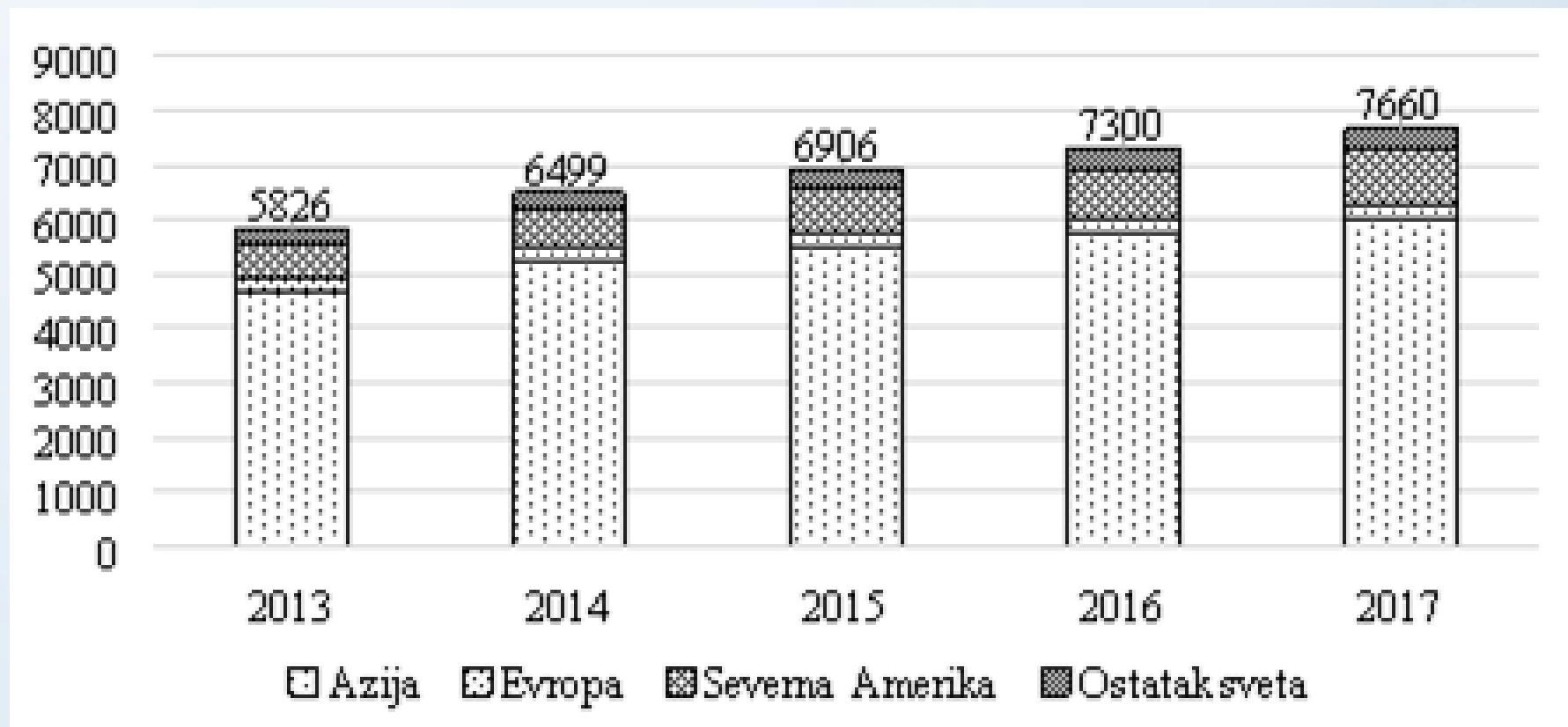
Elektronska veleprodaja

- **Elektronska veleprodaja** podrazumeva trgovanje koje se obavlja elektronskim putem između preduzeća kao glavnih subjekata trgovine i radi se o trgovinskim transakcijama velike vrednosti;
- Prvi oblici elektronske veleprodaje su zabeleženi 2000. god.
- Ukupan promet elektronske veleprodaje u svetu iznosi oko 9.929 milijardi USD;
- Rast prometa u periodu 2003-2008. bio je 30%;

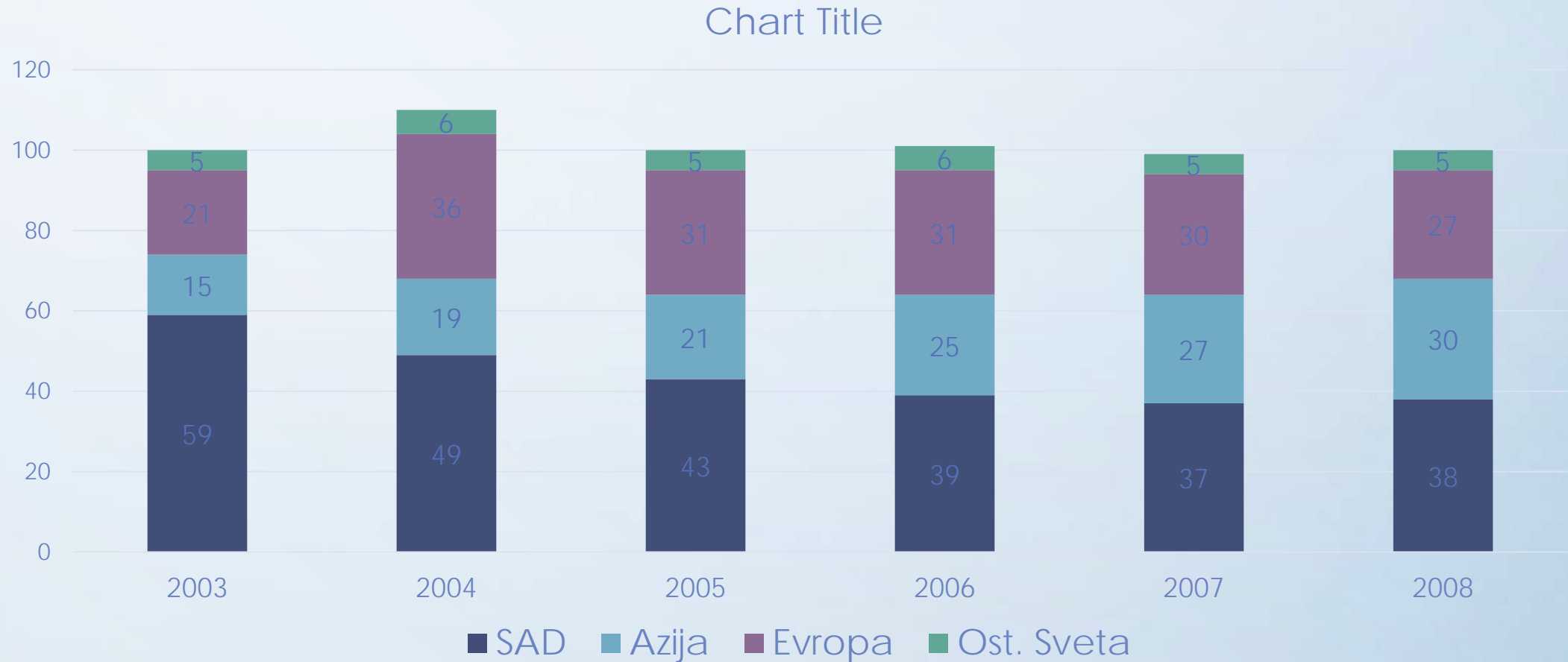
Promet elektronske veleprodaje u svetu 2003-2008. god. mlrd EUR



Vrednost globalnog trgovanja u okviru B2B modela u periodu 2013-2017. god. (vrednost u milijardama dolara)



Struktura prometa elektronske veleprodaje u svetu 2003-2008. god. procenti



Vrednost elektronske veleprodaje 2003-2008. god. mlrd EUR

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
SAD	848	979	1.159	1.436	1.862	2.517
Azija	217	375	578	936	1.375	2.026
Zap. Evropa	303	519	832	1.138	1.528	1.828
Ostatak sveta	75	109	148	205	253	305

Elektronska veleprodaja u SAD 2008 i 2009. god. mlrd. USD

	2008			2009			Godišnja procentualna promena
	ukupno	elektronska	Udeo (%)	ukupno	elektronska	Udeo (%)	
Veleprodaja	11.630	3.482	29,9	9.602	3.073	32,0	-11,8
Proizvođači	5.468	2.171	39,7	4.436	1.862	41,9	-14,2
Veletrgovci	6.162	1.311	21,3	5.166	1.211	23,4	-7,6

- U Evropi najznačajniji promet u elektronskoj veleprodaji se obavlja u **Nemačkoj** i u 2008. god. je iznosio **562 mlrd. EUR** (31% ukupnog prometa el. veleprodaje u Zapadnoj Evropi);
- Posle Nemačke slede: **Velika Britanija (18%), Francuska (15%); Italija (11%), Španija (6%), sve ostale zemlje (19%);**
- U Japanu elektronska veleprodaja je 2000. god. iznosila **139 mlrd. USD**, da bi 2005. god. iznosila **955 mlrd USD**;

- **Tradicionalne poslovne organizacije** (Brick-and-Mortar Organizations);
- **Virtuelne poslovne organizacije** (Virtual Organizations);
- Većina preduzeća kombinuje segment elektronskog poslovanja sa svojim tradicionalnim poslovnim aktivnostima i ove organizacije nazivamo **kompozitnim organizacijama** (Click-and-Mortar Organizations)