



Visoka tehnička škola Niš

Savremene računarske tehnologije



Predmet: **Elektronsko poslovanje**

Prof. dr Zoran Veličković, dipl. inž. el.

2019/20.

Prof. dr Zoran Veličković, dipl. inž. el.

Elektronsko poslovanje



E-poslovanje, e-trgovina i
automatizacija poslovanja na Webu

(2)

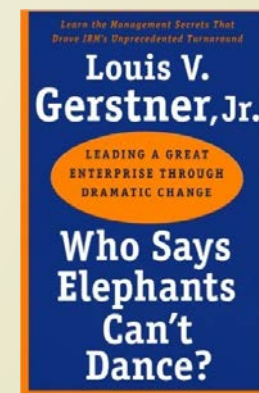


Sadržaj

- ▶ **E-POSLOVANJE/TRGOVINA**
 - ▶ E-poslovanje nasuprot e-trgovine
 - ▶ Poslovni procesi e-trgovine
- ▶ **CILJEVI UVOĐENJA E-POSLOVANJA**
 - ▶ Neophodne promene u poslovnom modelu
 - ▶ e-zablude
 - ▶ Rešenja koja treba da ponudi elektronsko poslovanje
 - ▶ Nedostaci uvođenja e-poslovanja
- ▶ **WEB SAJT KAO ON-LINE PRODAVNICA**
 - ▶ Standardna procedura on-line kupovine
 - ▶ Funkcionalnosti on-line Web stranica
 - ▶ Lista funkcionalnosti on-line Web stranice

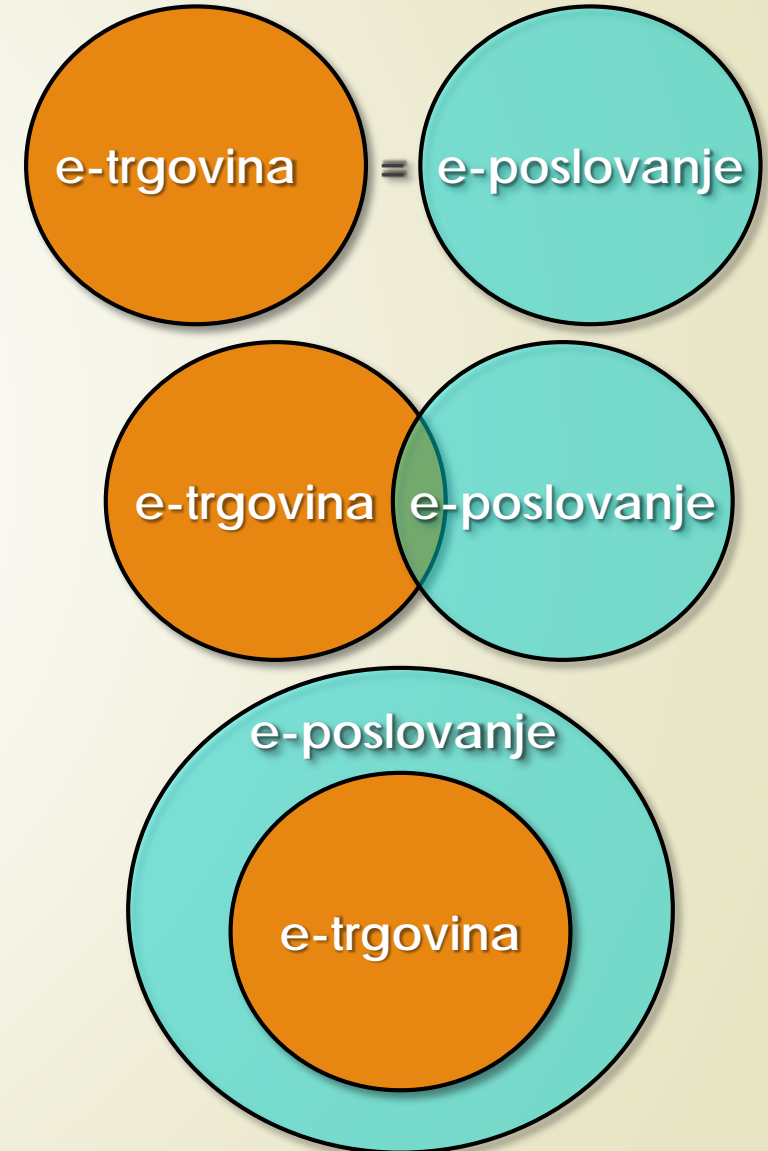
E-poslovanje nasuprot e-trgovine

- Zbog toga što **NE POSTOJI** opšteprihvaćena definicija elektronskog poslovanja, u praksi se često **NEKOREKTNO KORISTE** pojmovi e-poslovanje (*e-business*) i e-trgovina (engl. *e-commerce*).
- Čak i velike enciklopedije kao što je **BRITANIKA** ne prave razliku između pojmova e-COMMERCE i e-BUSINESS (a trebalo bi!).
- **LOUIS (LOU) GERSTNER** (CEO, predsednik i izvršni direktor IBM-a 1993-2002) je prvi napravio **RAZLIKU** između upotrebe pojmova e-poslovanje i e-trgovina.
- **GERSTNER** je napisao poznatu knjigu „*Who says elephants can't dance?*“ u kojoj pokazuje kako se i **ORGANIZACIONI DŽINOVI** (kakav je IBM) mogu uspešno prilagoditi i poslovati na **DINAMIČNOM** globalnom tržištu.
- Louis Gerstner je u pomenutoj knjizi zaključio da je: „elektronsko poslovanje **SINONIM** za **SAVREMENO** poslovanje“



Razlike u shvatanju e-poslovanja i e-trgovine

- ▶ U početku primene ovih pojmova, **NIJE** pravljena razlika u njihovom korišćenju. Tom prilikom je pojam e-trgovine **POTPUNO EKVIVALENTAN** sa pojmom e-poslovanja. Po ovom shvatanju, pojam e-poslovanja je **SINONIM** za e-trgovinu.
- ▶ Neki autori smatraju, da pojam e-trgovine poseduje samo izvesni - **MALI STEPEN POKLAPANJA** sa pojmom e-poslovanje. Dakle, pravi se razlika između pojmova, ali nigde nije jasno na koje segmente se tačno odnosi stepen poklapanja.
- ▶ **SAVREMENO SHVATANJE** ovih pojmova podrazumeva da je pojam e-trgovina samo **PODSKUP** pojma e-poslovanja. Ovo shvatanje je najbliže shvatanju Gerstnera i preporučuje se kao definicija.



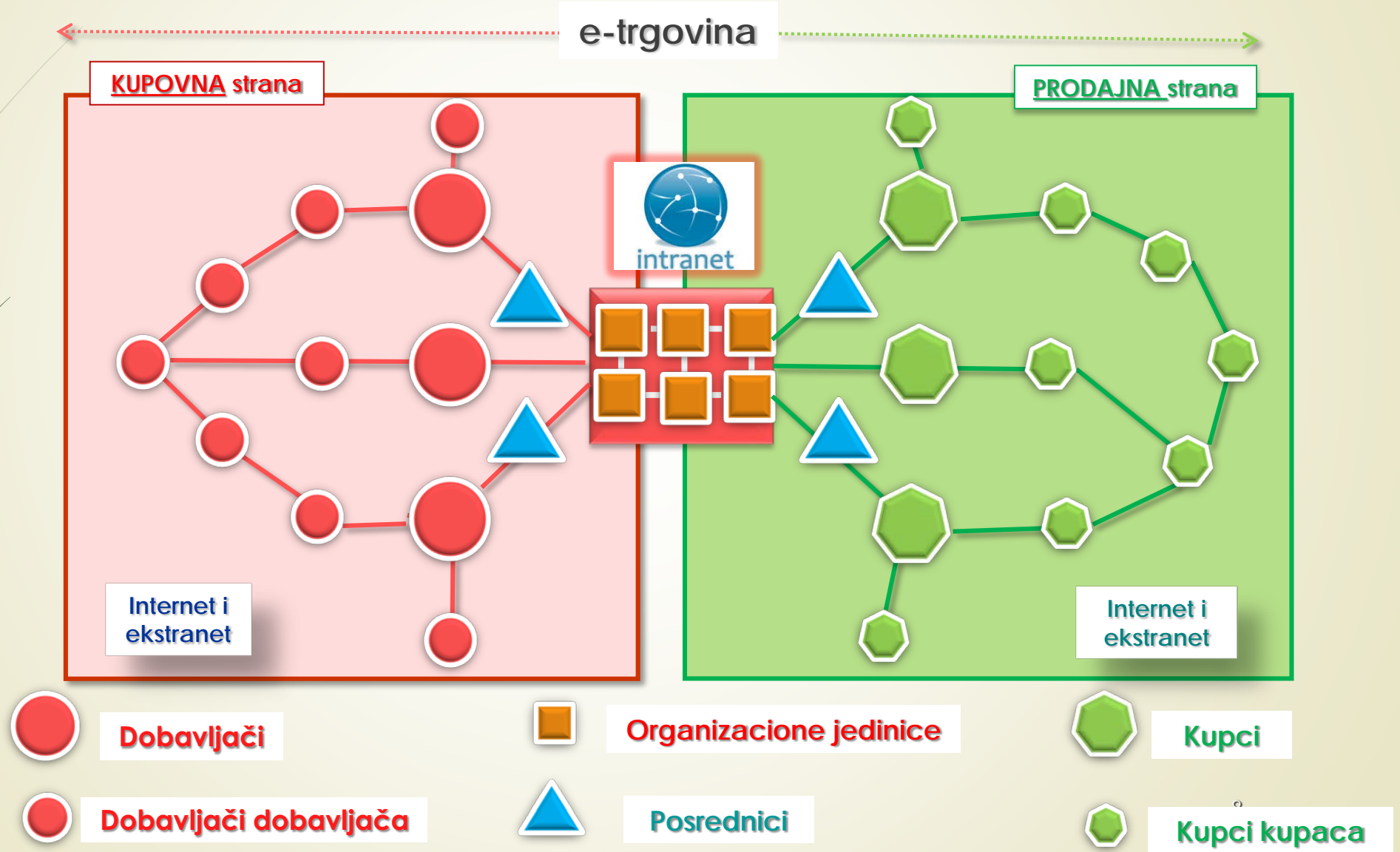
Elektronsko poslovanje

- ▶ **ELEKTROELEKTRONSKO POSLOVANJE** (engl. *e-business*) je **SKUP POSLOVNIH AKTIVNOSTI** u poslovnoj organizaciji koji se odvijaju posredstvom **INFORMACIONO-KOMUNIKACIONIH** tehnologija, a posebno Interneta, a koje podrazumevaju:
 1. **OPTIMIZACIJU POSLOVNIH PROCESA** u
 - ▶ proizvodnji, marketingu, veleprodaji,
 - ▶ distribuciji, prodaji, naplati,
 - ▶ isporuci, dopuni zaliha;
 2. **UNAPREĐENJE ODNOSA SA CILJNIM JAVNOSTIMA** a posebno
 - ▶ klijenata, zaposlenih,
 - ▶ dobavljača, distributera, ...
 3. **UNAPREĐENJE OSTALIH POSLOVNIH SERVISA PODRŠKE** kao što su
 - ▶ banke, advokatske agencije,
 - ▶ računovodstvene agencije, zakonodavstvo i vladine agencije.

Elektronska trgovina

- ▶ Za razliku od definicije e-poslovanja, kod definicije e-trgovine **NEMA** većih nesuglasica!
- ▶ **ELEKTRONSKA TRGOVINA**, (engl. *e-commerce*), predstavlja samo **KOMPONENTU** elektronskog poslovanja, i opisuje sledeće poslovne procese:
 - ▶ Kupovinu,
 - ▶ Prodaju,
 - ▶ Razmenu dobara, usluga i informacija,posredstvom **IKT TEHNOLOGIJE** koja uključuje Internet.
- ▶ Prihvatajući Gerstnerovu ideju, IBM je 1997. godine počeo sa selektivnim korišćenjem termina **e-BUSINESS**, da bi napravio **KONCEPTUALNU RAZLIKU** u odnosu na termin **e-COMMERCE**.
- ▶ Na sledećem slajdu su prikazani **POSLOVNI PROCESI** koji obuhvataju **KUPOVNU** i **PRODAJNU** stranu e-trgovine.

Poslovni procesi e-trgovine



Različiti pogledi na e-trgovinu

- ▶ U većini organizacija se još uvek može prepoznati **POGREŠNO UVERENJE**, da je elektronsko poslovanje **SAMO INTERNET STRANICA**, a ne i Internet trgovina.
- ▶ Evo još nekoliko pogleda iz različitih uglova na e-trgovinu:

1. KOMUNIKACIONI POGLED

- ▶ Isporuka informacija, proizvoda, usluga ili plaćanje elektronskim sredstvima.

2. POGLED NA POSLOVNE PROCESE

- ▶ Primena novih tehnologija na proces automatizacije poslovnih procesa i transakcija.

3. SERVISNI POGLED

- ▶ Snižavanje cena uz istovremeno popravljavanje kvaliteta u isporuci usluga.

4. ON-LINE POGLED

- ▶ Nabavka i prodaja proizvoda i informacija putem Interneta.

Ciljevi uvođenja elektronskog poslovanja

- ▶ **GERSTNER:** Ako organizacija želi da bude **KONKURENTNA NA TRŽIŠTU**, uvođenje e-poslovanja je samo **PITANJE VREMENA**.
- ▶ **ZNAČAJ I CILJEVE** uvođenja e-poslovanja treba **UGRADITI** u sve **STRATEŠKE DOKUMENTE** organizacije.
- ▶ Osnovni **CILJ** uvođenja e-poslovanja bi trebalo da bude **POBOLJŠANJE KONKURENTNOSTI** organizacije kako na **LOKALNOM** tako i na **GLOBALNOM** tržištu.
- ▶ Ulazak organizacije (preduzeća) na **CILJNA TRŽIŠTA** je jednostavnije ako se ono **POVEŽE** sa drugim organizacijama na različitim nivoima, što dovodi do uvođenja koncepta **POSLOVNE SARADNJE** (engl. *collaborative commerce*).
- ▶ Preduzeće treba da postavi **OTVORENU ORGANIZACIJU** koja omogućava formiranje **VIRTUALNIH PREDUZEĆA** ili **PROJEKTNIH GRUPA** - organizacija.
- ▶ Ovako primenjena IT infrastruktura mora omogućiti **KOMPATIBILNU PLATFORMU** za poslovnu saradnju koja je osnova modernih preduzeća.

Neophodne promene u poslovnom modelu

- ▶ Uvođenje e-poslovanja zahteva od organizacija **TEMELJNU REORGANIZACIJU** poslovnih procesa.
- ▶ **PROMENE U POSLOVANJU** nameću da se organizacija **OKRENE PREMA TRŽIŠTU**.
- ▶ U prvom redu organizacija treba da se okrene **KORISNICIMA**, odnosno, **PARTNERIMA** sa kojima **SARAĐUJE** u poslovnom procesu.
- ▶ Sa druge strane, organizacija takođe mora komunicirati i sa **SVOJIM ZAPOSLENIMA** i formirati specifičan odnos **POVERENJA** i **RAZUMEVANJA**.
- ▶ Po ovom konceptu, **ZAPOSLENIMA** treba omogućiti **PLATFORMU** (najčešće elektronsku) za efikasno angažovanje u poslovnim procesima.
- ▶ Jedna od najvažnijih aktivnosti organizacija je da zaposlenima omogućiti:
 - ▶ sticanje **NOVIH** ali i
 - ▶ očuvanje **POSTOJEĆIH** znanja.

Odmah na početku: e-zablude

- ▶ Uvođenje elektronskog poslovanja zahteva **KORENITE ORGANIZACIJSKE PROMENE** i promene **MENTALITETA** unutar samog preduzeća (nimalo jednostavan zadatak) !
- ▶ Elektronsko poslovanje **NIJE** samo **TEHNOLOŠKO REŠENJE** već zahteva novi koncept poslovanja organizacije!
- ▶ Uloga **NOSIOCA** poslova informacionih rešenja je veoma značajna jer povezuje **POSLOVNU LOGIKU** sa **NOVIM REŠENJIMA**.
- ▶ Više se **NE POSTAVLJA PITANJE** hoće li preduzeće uvesti elektronsko poslovanje, već **KAKO** će taj posao **ŠTO BOLJE** obaviti.
- ▶ Obezbeđenje **INFRASTRUKTURE ELEKTRONSKOG POSLOVANJA** je neophodna aktivnost ako se želi prednost nad tržišnim konkurentima.
- ▶ Nekada skupa, danas je infrastruktura e-poslovanja **JEFTINA** i skoro **SVUDA DOSTUPNA**.

Šta nudi elektronsko poslovanje (1)

- ▶ Uvođenje **ELEKTRONSKOG POSLOVANJA** u organizacije treba da **OBEZBEDITI REŠENJA** za sledeća područja delatnosti:
 - ▶ **SAVETOVANJE** pri izradi **STRATEGIJE** uvođenja elektronskog poslovanja.
 - ▶ **VOĐENJE PROJEKATA** za uvođenja elektronskog poslovanja.
 - ▶ **INTEGRACIJU APLIKACIJA** na nivou organizacije i između organizacija koje participiraju u poslovnim procesima.
 - ▶ **UPRAVLJANJE LANCIMA SNABDEVANJA – SCM** (engl. *Supply Chain Management*).
 - ▶ **ARHITEKTURU ZA ELEKTRONSKO TRŽIŠTE – eMarketplace**.

Šta nudi elektronsko poslovanje (2)

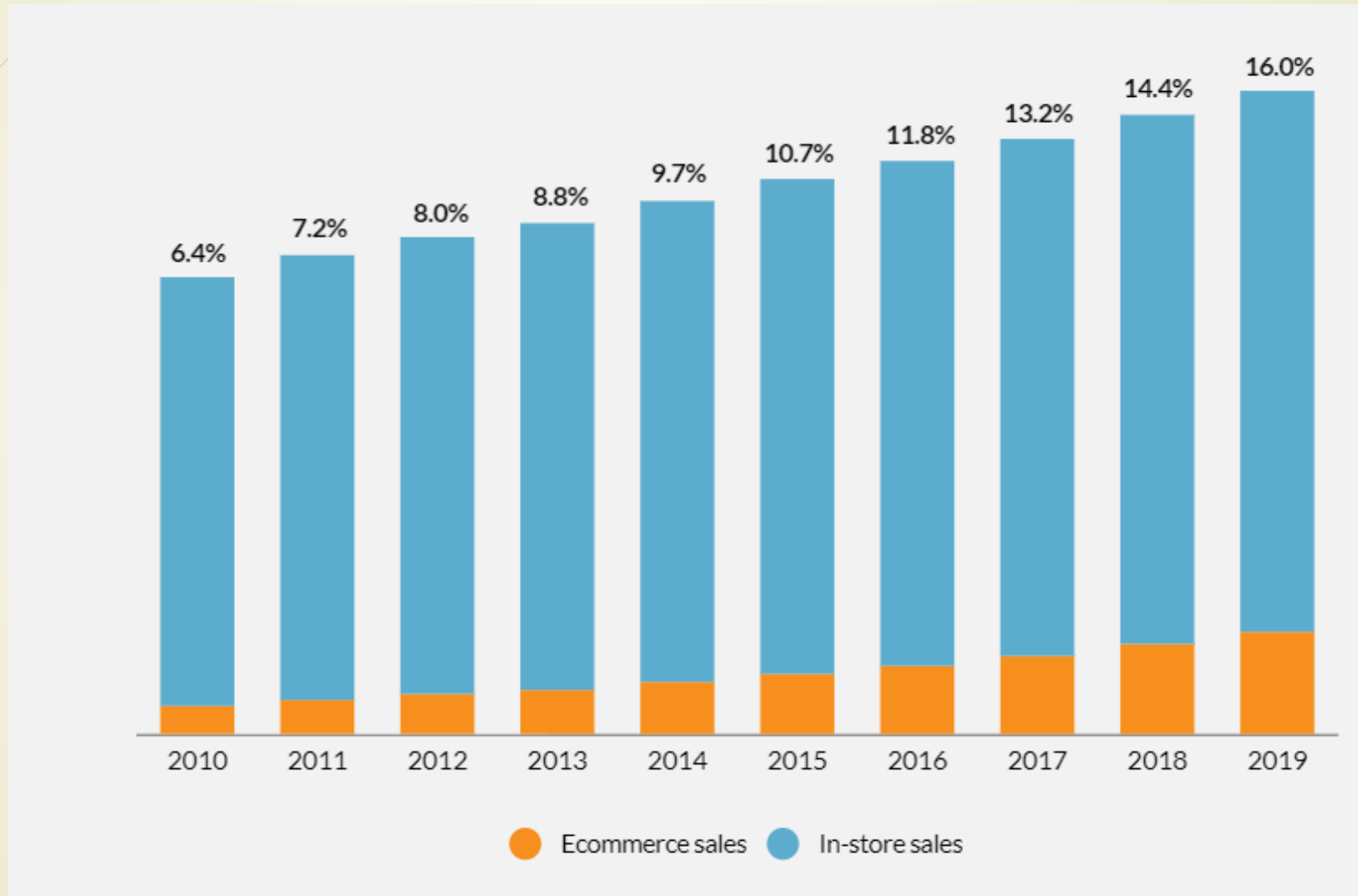
- ▶ **UPRAVLJANJE ODNOSIMA SA STRANKAMA** (korisnicima) – **CRM** (engl. *Customer Relationship Management*);
- ▶ **FORMIRANJE** poslovnih intra/Internet portala;
- ▶ **UPRAVLJANJE KORPORATIVNIM PERFORMANSAMA** – **CPM** (engl. *Critical Path Method*);
- ▶ **PLANIRANJE RESURSA U KORPORACIJAMA** – **ERP** (engl. *Enterprise Resource Planning*);
- ▶ Za sva pomenuta rešenja realizovani su **SOFTVERI ZA PODRŠKU** ovom cilju;
- ▶ Na nekim od **OS REŠENJA** će se bazirati Lab. cežbe prvog cikusa.

Nedostaci uvođenja e-poslovanja

▶ NEDOSTACI:

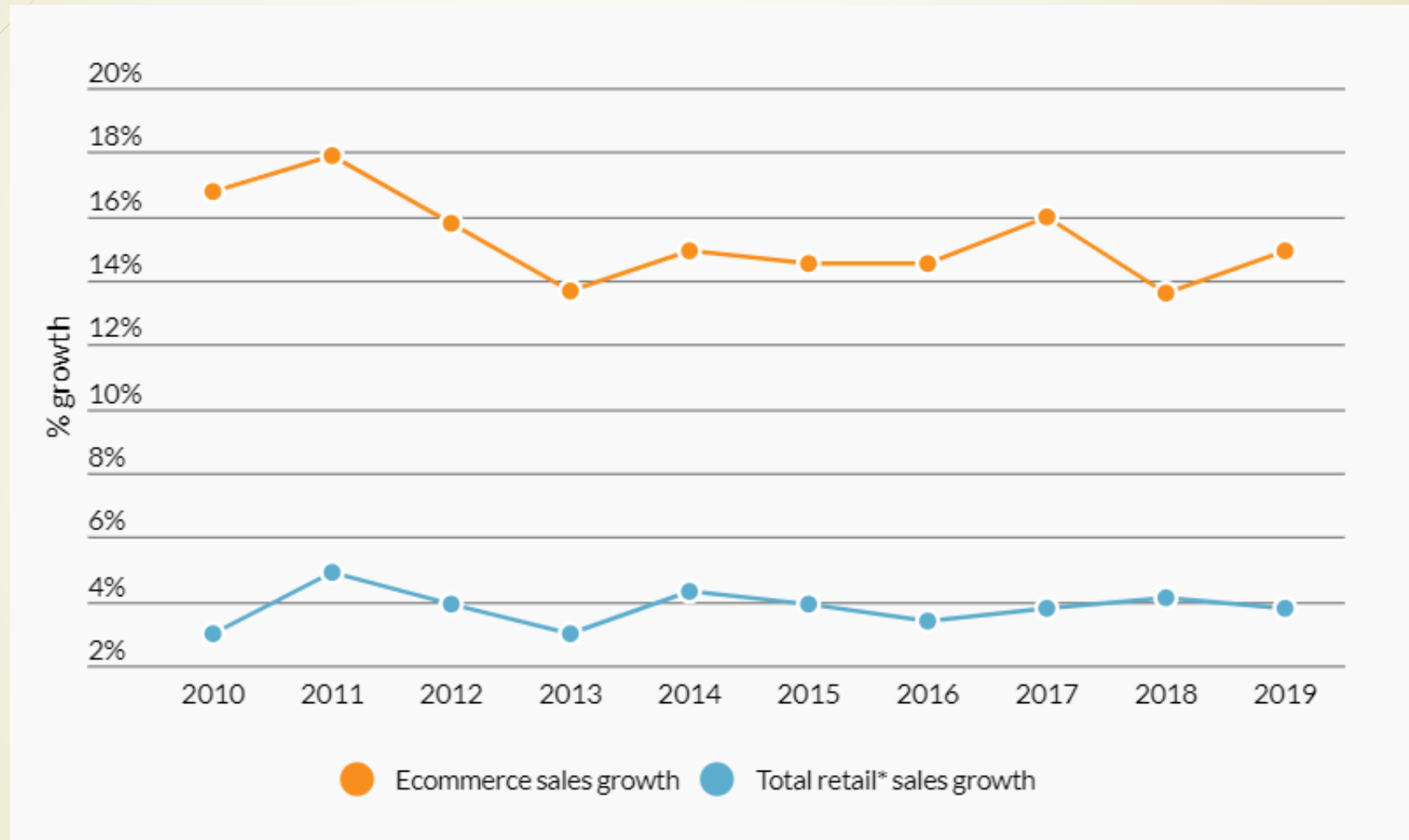
- ▶ Nepostojanje **SOCIJALNOG ASPEKTA** klasičnih trgovina - kupac odmah **BEZ ČEKANJA** uzima kupljenu robu.
- ▶ Potreba za izradom **ATRAKTIVNIH WEB STRANICA** (to je deo posla za našu struku, te se može smatrati dobrom osobinom za nas!)
- ▶ Formiranje **ADEKVATNE PONUDE** dobijene marketinškim aktivnostima.

Porast trgovine/e-trgovine u USA (1)



<https://www.digitalcommerce360.com/article/us-ecommerce-sales/>

Rast trgovine/e-trgovine u USA



<https://www.digitalcommerce360.com/article/us-ecommerce-sales/>

Web sajt kao online prodavnica

- ▶ Još uvek je prisutno **POGREŠNO UVERENJE** da je elektronsko poslovanje **SAMO INTERNET STRANICA**.
- ▶ Elektronsko poslovanje podrazumeva da se **SVE POSLOVNE AKTIVNOSTI INTEGRIŠU** sa Web stranicom.
- ▶ Organizacija sa razvijenim e-poslovanjem posmatra svoj Web sajt kao **EFIKASNO PRODAJNO SREDSTVO**.
- ▶ Klijenti se upućuju na Websajt gde se korišćenjem **VIRTUELNIH ALATA** može obaviti **KONFIGURACIJA** i **SELEKCIJA** proizvoda.
- ▶ Organizacija sa razvijenim e-poslovanjem se prvo na Web sajtu objavljuju prezentacije **NOVIH PROIZVODA** i dostupne su **ON-LINE BROŠURE** i **KORISNIČKA PODRŠKA**.
- ▶ Websajt se u tom slučaju koristi za **HOSTOVANJE**:
 - ▶ Često postavljanih pitanja,
 - ▶ Zakazivanje isporuka i
 - ▶ Obaveštava kupce o dolasku novih proizvoda.



Prednosti online prodavnice

- ▶ Prednosti internet prodavnica nad tradicionalnom
 - ▶ Internet prodavnice
 - ▶ Niži troškovi pokretanja i vođenja internet prodavnica
 - ▶ Olakšan pristup tržištima
 - ▶ Jednostavna merljivost i lako profilisanje kupaca
 - ▶ Vođenje online poslova sa bilo kog mesta
 - ▶ Integrisana analitika za efikasnije upravljanje zalihama i prodajom
 - ▶ Nema ograničenja radnog vremena
 - ▶ Izmene podataka bez muke

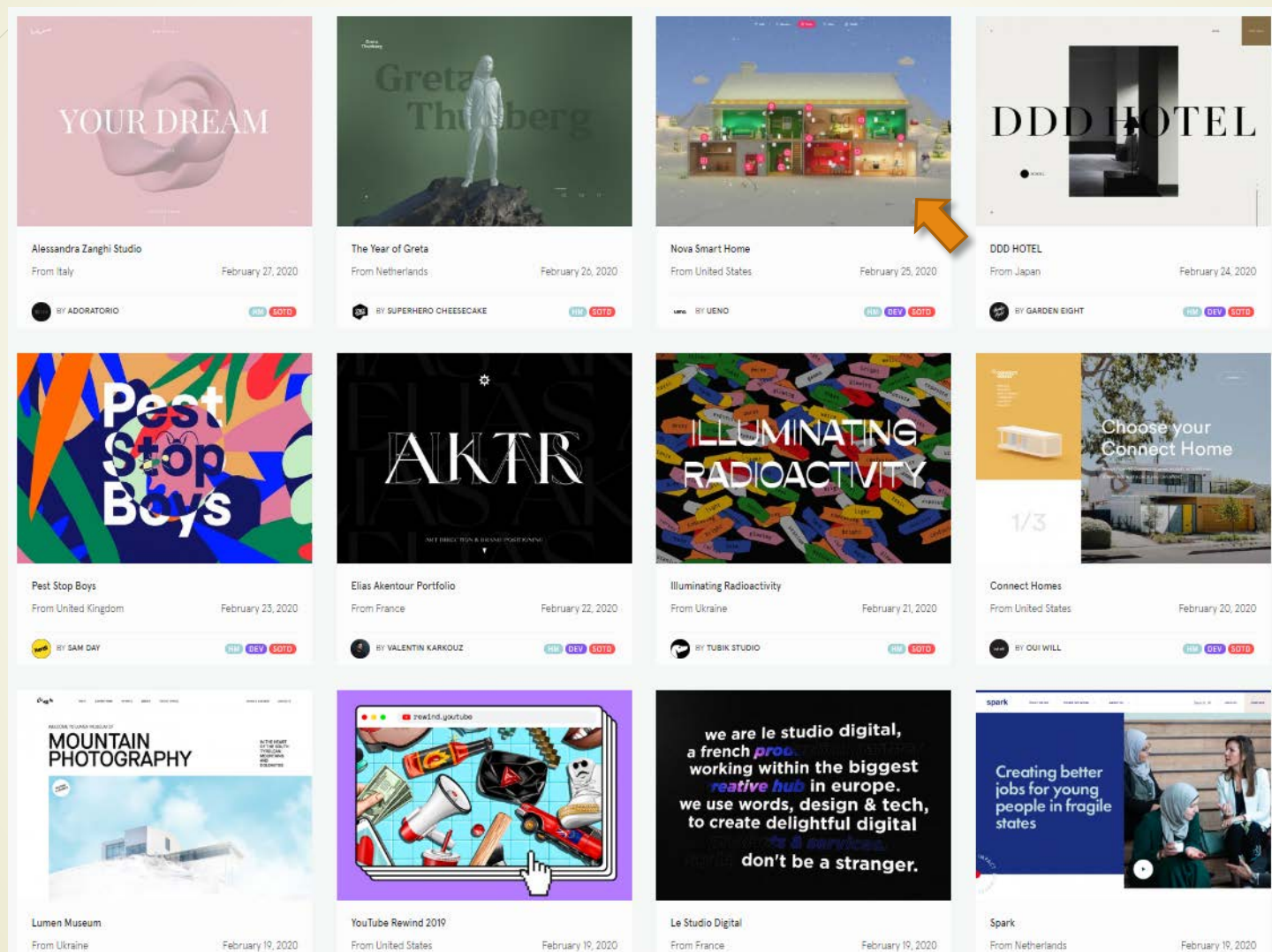
Standardna procedura on-line kupovine

- ▶ **PRETRAŽIVANJE** Interneta o proizvodima ili uslugama predstavlja početnu proceduru on-line kupovine.
- ▶ Uobičajena procedura ON-LINE KUPOVINE se posle pronalaženja odgovarajućeg proizvoda svodi na njegovo smeštanje u e-KORPU (engl. *shopping cart*), izračunavanja **UKUPNE CENE** i **AKTIVACIJU DUGMETA ZA KUPOVINU**.
- ▶ Aktivacija dugmeta za kupovinu odvodi kupca na **BEZBEDNU WEB LOKACIJU** kako bi se završila **ON-LINE TRANSAKCIJA** i time obavila kupovina izabranih proizvoda.
- ▶ Za **ZAVRŠETAK TRANSAKCIJE**, moraju se pored
 - ▶ **DOSTAVNE ADRESE** popuniti i elementi
 - ▶ **platne kartice** (broj i zaštitni kod).
- ▶ Ovo su osnovni **PROCESI ONLINE KUPOVINE** I **PRIPADAJU** e-trgovini.

The screenshot shows a payment interface with the following elements:

- Two buttons at the top: "PAY BY CARD" and "PAY BY PAYPAL". Orange arrows point to each.
- A "Card number" input field containing "XXXX XXXX XXXX XXXX (XXX)". An orange arrow points to the field.
- An "Expiration date" section with "Month" and "Year" dropdown menus.
- A "Security code" input field with a question mark icon.
- A green button at the bottom labeled "Start my access now".
- A small "20" in the bottom right corner.

Nagrađivani Web sajtovi za e-poslovanje



<https://www.awwwards.com/websites/e-commerce/>

https://www.awwwards.com/sites/nova-smart-home

awwwards.

REGISTER / LOG IN

SUBMIT YOUR SITE!

MENU

Site of the Day February 25, 2020

68 Collect

Nova Smart Home

BY **UENO** FROM UNITED STATES WITH 7.88

Category	Score
DESIGN	8.04
USABILITY	7.36
CREATIVITY	8.31
CONTENT	7.91
MOBILE	7.20
DEVELOPER	7.68

Visit Site

Navigation arrows

A 3D animated microsite created for Icelandic telco Nova as a part of their holiday campaign for smart

Kako od klasičnog do e-poslovanja?

- ▶ **FAZA 0:** Organizacija **NE RAZUME** kako se može iskoristiti Internet za poslovanje.
- ▶ **FAZA 1:** Angažuje se kompanija koja radi na stvaranju Web sajta koji je obično **STATIČAN** i sličan je **ON-LINE BROŠURI**.
- ▶ **FAZA 2:** Upravljačke strukture odlučuju **DA INTEGRISU** e-trgovinu na Web sajtu. Većina zaposlenih smatraju da je Web sajt **PRETNJA** njihovom poslovanju - a ne integralni alat za obavljanje posla.
- ▶ **FAZA 3:** Upravljačke strukture **JAČAJU ULOGU i ZNAČAJ** Web sajta.
- ▶ **FAZA 4:** Upravljanje sadržajem Web sajta se dodeljuje **VAŽNOM ČLANU** upravljačkog osoblja.
- ▶ **FAZA 5:** Web sajt postaje važan **SVIM** zaposlenima. Zaposleni se fokusiraju na korišćenje Web sajta u poslovanju i organizacija postaje elektronsko poslovanje.

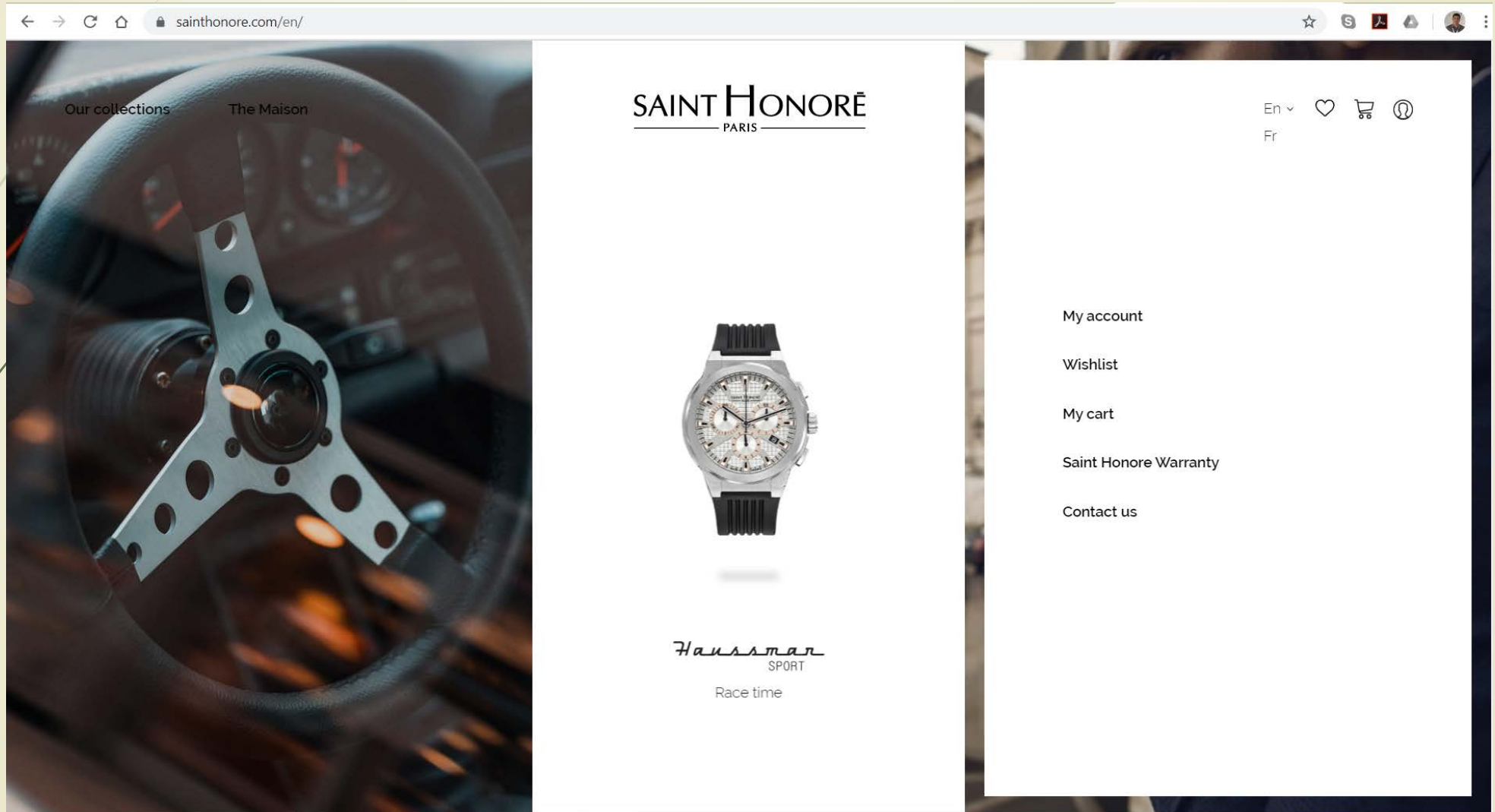
Funkcionalnosti on-line prodavnice

- ▶ **AUTOMATIZOVANE** on-line aplikacije treba da poseduju sistem za:
 - ▶ Naručivanje,
 - ▶ Kupovinu i
 - ▶ Plaćanje.
- ▶ Na taj način se **POJEDNOSTAVLJUJU PROCEDURE** i obrađuju plaćanja u **TRENUTKU NARUČIVANJA** kao i automatsko **AŽURIRANJE ZALIHA**.
- ▶ Ovo ima za posledicu **SMANJENJE TROŠKOVA**.
- ▶ Internet stranica za e-trgovinu može imati mnoge **KOMPONENTE** i različitu **FUNKCIONALNOST** u zavisnosti od **POSLOVNIH ZAHTEVA I CILJEVA**.
- ▶ Najvažnije je da se **KOMPONENTE** i **FUNKCIONALNOSTI** uklapaju u **POSLOVNE PROCESE** i željeno **KORISNIČKO ISKUSTVO**.
- ▶ **LISTA NAJČEŠĆIH KOMPONENTI I FUNKCIONALNOSTI** koje treba uključiti na **WEB STRANICAMA** e-TRGOVINE je data na sledećem slajdu.

Lista funkcionalnosti on-line prodavnice

- ▶ Prva Lab. vežba se odnosi na procenu funkcionalnosti izabrane on-line prodavnice. Razmotrite sledeće funkcionalnosti:
 - ▶ Sistem za naručivanje,
 - ▶ Različite metoda pretraživanja,
 - ▶ sertifikat sigurnosti,
 - ▶ Sistem e-korpe,
 - ▶ Sistem rezervacija,
 - ▶ Informacije o špediterima/poštadini/manipulativni kalkulatori,
 - ▶ Prijavljivanje korisnika,
 - ▶ Informacije o diskontnim cenama,
 - ▶ Ažuriranje baze proizvoda,
 - ▶ Integracija računovodstvenog sistema,
 - ▶ Obrada platnih kartica (preko banke ili drugih organizacija - Paypal®),
 - ▶ Nivo i stanje zaliha,
 - ▶ Detaljne informacije o proizvodu - karakteristike, prednosti i benefiti,
 - ▶ Naručivanje od dobavljača,
 - ▶ Sistemi lojalnosti,
 - ▶ Promotivni popusti,
 - ▶ SMS ili on-lajn razgovor o prodaji.

https://www.sainthonore.com/en/



The screenshot shows the homepage of the Saint Honore website. The browser address bar displays "sainthonore.com/en/". The page features a large background image of a steering wheel with a racing-style metal center. The navigation menu includes "Our collections" and "The Maison". The main content area displays the "SAINT HONORÉ PARIS" logo at the top, followed by a silver chronograph watch with a black strap. Below the watch, the brand name "Hausman" is written in a script font, with "SPORT" underneath, and the slogan "Race time" at the bottom. On the right side, there is a utility menu with links for "My account", "Wishlist", "My cart", "Saint Honore Warranty", and "Contact us". The utility menu also includes language options for "En" and "Fr", and icons for a heart, a shopping cart, and a user profile.

Sistem e-korpe



← → ↻ 🏠 sainthonore.com/panier/ 🔍 ☆ S 📄 🗑️ 👤

Nos collections **La Maison**

[Continuer mes achats](#)

SAINT HONORÉ
PARIS

Fr ▾ ❤️ 🛒 2 👤

Produit	Prix	Quantité	Total
 <p>Opéra by Kiera Chaplin - 766011 8TFR</p> <p>Modèle: OPERA BY KIERA CHAPLIN Montre femme - Cadran beige et saphirs roses, bracelet cuir façon léopard Taille du boîtier: 37mm</p>	465,00€	1	465,00€
 <p>Haussman Sport - 886149 7CDIV</p> <p>Modèle: HAUSSMAN SPORT Montre homme chronographe - Finition titane, cadran carbone et bleu Taille du boîtier: 42mm</p>	750,00€	1	750,00€

Code promotionnel Appliquer Mettre à jour le panier

Ceci est un cadeau (emballage gratuit)

Sous-total (TTC) 1 215,00€

🔄 Приватност - Услови

Dodatne informacije

The screenshot shows the 'help-faq' page of the Saint Honore website. The browser address bar displays 'sainthonore.com/en/help-faq/'. The page features a navigation menu with 'Our collections' and 'The Maison'. The main header includes the 'SAINT HONORÉ PARIS' logo and utility icons for language selection ('En'), heart, shopping cart (with '2' items), and user profile. A secondary set of utility icons is visible below. The footer contains a grid of links: 'Ladies watches', 'Gents watches', 'Exclusive Tour Eiffel watches', 'My account', 'Blog', 'Stores', 'Legal notices', 'General Terms & Conditions of Sale', 'Saint Honore Warranty', 'Help - FAQ', and 'Contact us'. On the right side of the footer, there is contact information for Saint Honore Paris, including the address 'Zone Artisanale Le Grand Crot, BP 31, 25140 Charquemont, FRANCE', phone number '+33 381 686 688', and email 'contact@sainthonore.com'. The page is copyrighted by SAINT HONORÉ 2020 and designed by PIXIES AGENCY. A small logo with the text 'Приятности - Успехи' is located in the bottom right corner.

← → ↻ 🏠 🔒 sainthonore.com/en/help-faq/ 🔍 ☆ 📧 📺 🗑️ 👤 ⋮

Our collections The Maison

SAINT HONORÉ
PARIS

En ▾ ❤️ 🛒 2 👤

En ▾ ❤️ 🛒 👤

Ladies watches My account Legal notices

Gents watches Blog General Terms & Conditions of Sale

Exclusive Tour Eiffel watches Stores Saint Honore Warranty

Help - FAQ

Contact us

SAINT HONORÉ
PARIS

Saint Honore Paris

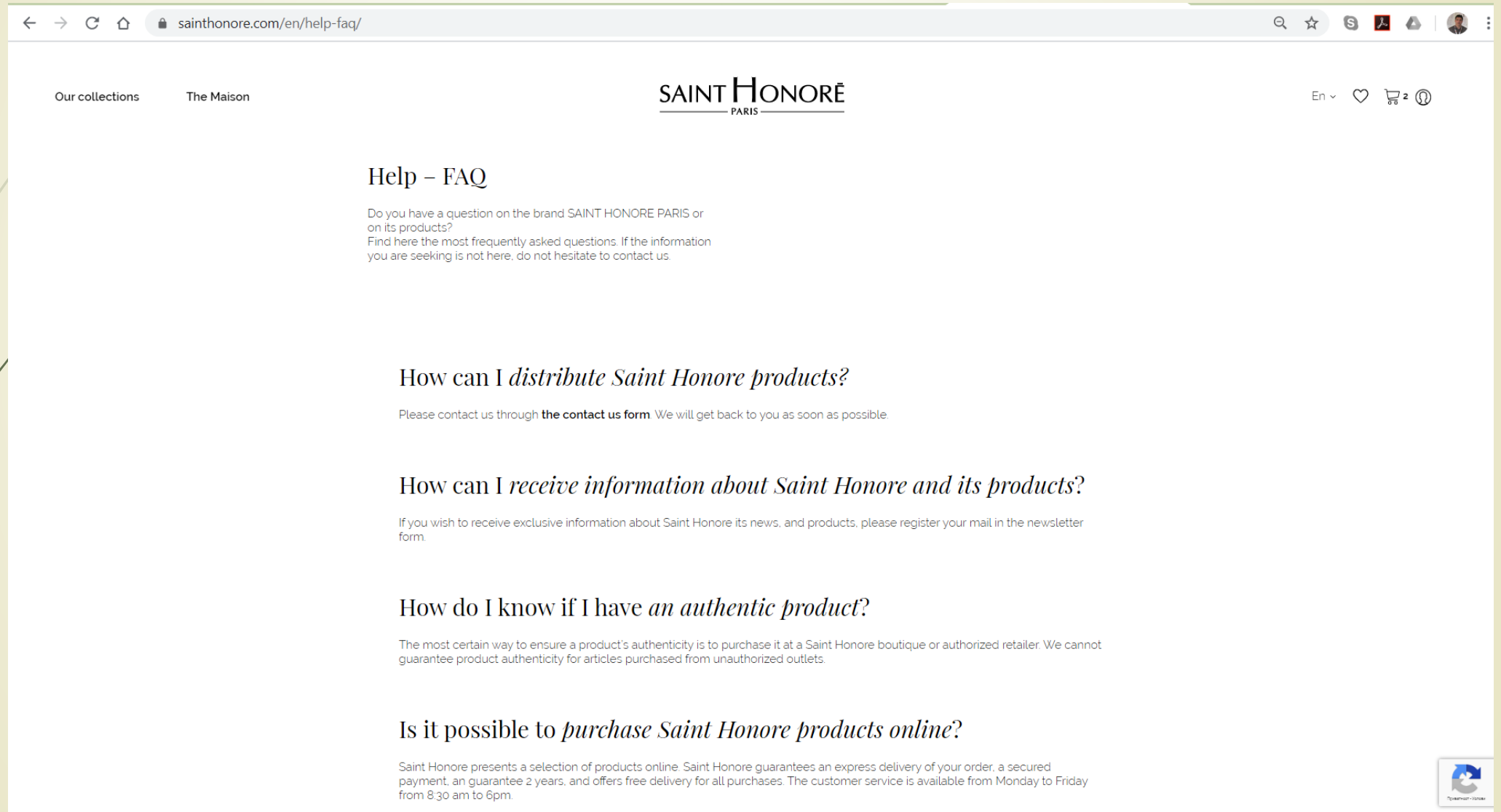
Zone Artisanale Le Grand Crot
BP 31
25140 Charquemont
FRANCE
T +33 381 686 688
contact@sainthonore.com

© SAINT HONORÉ 2020

Designed by **PIXIES AGENCY**

Приятности - Успехи

Često postavljana pitanja



The screenshot shows a web browser window with the URL sainthonore.com/en/help-faq/. The page features the Saint Honore Paris logo at the top center. Navigation links for 'Our collections' and 'The Maison' are on the left. Utility icons for language (En), heart, shopping cart, and help are on the right. The main content area is titled 'Help – FAQ' and contains four FAQ items, each with a question and a brief answer.

Our collections The Maison

SAINT HONORÉ
— PARIS —

En ♥ 🛒 ⓘ

Help – FAQ

Do you have a question on the brand SAINT HONORE PARIS or on its products?
Find here the most frequently asked questions. If the information you are seeking is not here, do not hesitate to contact us.

How can I *distribute Saint Honore products*?

Please contact us through **the contact us form**. We will get back to you as soon as possible.

How can I *receive information about Saint Honore and its products*?

If you wish to receive exclusive information about Saint Honore its news, and products, please register your mail in the newsletter form.

How do I know if I have *an authentic product*?

The most certain way to ensure a product's authenticity is to purchase it at a Saint Honore boutique or authorized retailer. We cannot guarantee product authenticity for articles purchased from unauthorized outlets.

Is it possible to *purchase Saint Honore products online*?

Saint Honore presents a selection of products online. Saint Honore guarantees an express delivery of your order, a secured payment, an guarantee 2 years, and offers free delivery for all purchases. The customer service is available from Monday to Friday from 8:30 am to 6pm.

