

Ovo je pregled **DELA TEKSTA** rada na temu "**Elektronska trgovina**". Rad ima **18 strana**. Ovde je prikazano **oko 500 reči** izdvojenih iz rada.

**Napomena:** Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo **DEO TEKSTA** izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti. Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati [ovde](#).

---

UNIVERZITET U TRAVNIKU  
EKONOMSKI FAKULTET  
SEMINARSKI RAD  
ELEKTRONSKO POSLOVANJE  
TEMA: ELEKTRONSKA TRGOVINA

Travnik Januar 2010.g

SADRŽAJ

uvod elektronske trgovine

Pojam elektronske trgovine

Elektronska trgovina u praksi

Resursi elektronske trgovine

Elektronska trgovina kod nas

Bezbjednost

Digitalna lična karta

Elektronski potpis

Lakše i teže strane elektronske trgovine

Razlika između tradicionalnih i digitalnih kanala distribucije

Poslovni modeli

Uvod

Značenje izraza e-trgovina se mijenjalo tokom vremena. Prvobitno, označavao je olakšavanje poslovnih transakcija elektronski, korištenjem tehnologije kao što je Elektronska Razmjena Podataka (EDI, koji se pojavio krajem 70-tih godina), u cilju slanja poslovnih dokumenata kao narudžbenica i faktura elektronski. Kasnije, uključene su i aktivnosti zajednički nazvane "Mrežna trgovina", kupovina i prodaja robe i usluga putem mreže (World Wide Web) preko sigurnih servera (kao HTTPS, specijalni serverski protokol koji kriptuje povjerljive podatke radi zaštite potrošača) putem elektronskih servisa plaćanja, kao što su kreditne kartice.

Kada je Mreža postala mnogo poznatija među širom publikom 1994, mnogi eksperti su predviđali da će e-trgovina ubrzo postati vodeći ekonomski sektor. Međutim, trebalo je nekoliko godina da sigurnosni protokoli (kao HTTPS) postanu dovoljno razvijeni široko rasprostranjeni. Kao posljedica, između 1998. i 2000. godine, veliki broj kompanija u SAD-u i Evropi razvio samo osnovne sajtove.

Nakon 2005. godine, e-trgovina se veoma afirmisala u svim većim gradovima širom Sjeverne Amerike, Zapadne Evrope, i određenih istočno azijskih država. Takođe, e-trgovina se i dalje sporo razvija u nekim industrijalizovanim državama, a praktično ne postoji u zemljama trećeg sveta. Pa ipak e-trgovina ima neograničeni potencijal kako za razvijene tako i nerazvijene zemlje, nudeći velike koristi u veoma neregulisanom okruženju.

Pojam elektronske trgovine

Pod pojmom elektronske trgovine (e-commerce) podrazumjeva se korištenje jedne ili više

telekomunikacionih tehnologija u cilju ostvarivanja kontakta ili direktne trgovine s partnerima – kupcima i dobavljačima, odnosno pribavljanje informacija o tržištima, konkurenciji i poslovnim prilikama. U užem smislu, ovim pojmom označava se kupoprodaja putem Interneta, koja uključuje ne samo razmjenu novca i proizvoda, već i vođenje proizvodnje elektronskim putem, organizovanje logistike i podrške za kupce i drugo. Ovaj proces oslanja se na napredne komunikacione tehnologije kao što su Internet World Wide Web i elektronska pošta, a tehnički se ne razlikuje bitnije od klasičnog poslovanja, osim što se obavlja brže i jeftinije.

Prednosti elektronske trgovine su višestruke. Za dobavljače, osnovne pogodnosti odnose se na automatizaciju procesa i drastično smanjenje troškova, jednostavan i jeftin izlaz na široko svjetsko tržište i efikasno održavanje komunikacije s kupcima putem elektronske pošte. Niži troškovi plasiranja proizvoda na tržište rezultuju nižim prodajnim cjenama i većom konkurentnošću u trci za kupcima, što je naročito pogodno za mala i srednja preduzeća. Osim jeftinijih proizvoda, kupci od elektronske trgovine mogu očekivati i daleko raznovrsniji izbor i mogućnost brzog pretraživanja i odabiranja određenih ponuda, koje su dostupne na globalnom nivou, 24 časa tokom svih sedam dana u nedelji. Najvažnija pogodnost elektronskog poslovanja odnosi se na skromna inicijalna ulaganja (potrebni su računar, modem i pristup Internetu) i globalizaciju tržišta, koje više ne poznaje geografske pojmove vremena i prostora.

...

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE  
PREUZETI NA SAJTU. -----**

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

**MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**