

САДРЖАЈ

УВОД.....	1
1. ЕЛЕКТРОНСКА ТРГОВИНА.....	2
1.1 Појам електронске трговине.....	2
1.2 Технолошке претпоставке електронске трговине.....	2
1.3 Фактори који утичу на развој електронске трговине.....	3
1.4 Елементи електронске трговине.....	4
2. ОСНОВНИ МОДЕЛИ ЕЛЕКТРОНСКЕ ТРГОВИНЕ.....	5
2.1 Business-to-Business (B2B) модел.....	6
2.2 Business-to- Consumer (B2C) модел.....	8
2.3 Consumer-to-Consumer (C2C) модел.....	9
2.4 Business-to-Business-to-Customer (B2B2C) модел.....	9
2.5 Customer-to-Business-to-Customer (C2B2C) модел.....	10
ЗАКЉУЧАК.....	11
ЛИТЕРАТУРА.....	12

УВОД

Као битна прекретница у пословању, која доводи до рушења географских граница, језичких баријера, и валутних ограничења, јесте интернет. Интернет омогућава корисницима једноставну и брзу комуникацију, тренутно преношење великих количина података на велике удаљености, једноставно објављивање података, вести и информација, ажурирање мултимедијалних докумената и њихову глобалну доступност, затим дигиталну испоруку производа и услуга, директно плаћање путем интернета, стварање виртуелних организација итд.

Интернет представља визуелно друштво компјутера, и компјутерских мрежа из свих делова света. Постао је највећа светска компјутерска мрежа, са великим бројем корисника, а сваким даном се тај број увећава, што представља велико достигнуће у његовом развоју. Такође, представља значајну електронску технологију, и савршен спој телекомуникационих и информационих технологија. Комбинација ових технологија се назива и електронским технологијама.

Са настанком ових промена, јавља се и електронска, или е-трговина (*e-commerce*), која представља процес куповине, продаје, трансфера или размене производа, услуга и информација путем компјутерских мрежа, укључујући и интернет. Електронска трговина обухвата и остале пословне функције предузећа, као што су маркетинг, финансије, производња, продаја и административна функција, које су неопходне у процесу трговине.

У испуњавању својих задатака, користи електронске комуникационе технологије као што су интернет, екстранет, електронска пошта, електронске књиге, базе података и мобилни телефони. Интернет тржиште је једно од највећих светских тржишта у развоју, а е-трговина један од најпрофитабилнијих облика трговине. Разлог томе су једноставност, и ниски трошкови. Е-трговина нема радно време, могуће је куповати 24 сата дневно, а производи су доступни и оним најудаљенијим интернет корисницима. Уколико постоји и квалитетна понуда, корисници се лако одлучују на куповину путем интернета јер она подразумева већи избор, једноставно упоређивање цена различитих продаваца, услугу доставе на кућна адресу, што самим тим значи значи уштеду времена.

Након укратког упознавања са значајем развоја интернета, и његовог утицаја на појаву е-трговине, у наредном тексту ће детаљније бити анализирана е-трговина, подела е-трговине, односно најзначајнији модели исте.