

UVOD

Predmet istraživanja ovog diplomskog rada jeste elektronska trgovina i mogućnosti njenog unapređivanja putem elektronskog marketinga. Dakle, u radu ćemo se baviti dvjema osnovnim cjelinama, elektronskom trgovinom i elektronskim marketingom. Ove dvije cjeline gotovo da predstavljaju zasebne nauke, po obimnosti i po ekonomskom značaju svake od njih. Rad će definisati svaku ponaosob, a zatim i predstaviti njihove osnovne osobine. Dalje u radu će biti riječi o njihovoj sintezi i međusobnim prožimanjima, odnosno o uticaju elektronskog marketinga na elektronsku trgovinu.

Osnovni cilj i zadaci ovog diplomskog rada proizilaze iz teme, a to su:

- definisanje elektronske trgovine;
- definisanje elektronskog marketinga;
- prikazivanje međusobnog uticaja elektronske trgovine i elektronskog marketinga;
- definisanje tehničkih zahtjeva za odvijanje elektronske trgovine.

Današnjica se odlikuje povećanjem globalizacije tržišta i ekonomske regionalizacije, te se u takvom okruženju ne može uspješno poslovati bez upotrebe savremenih informacionih tehnologija. Ove tehnologije omogućavaju umrežavanje preduzeća i javne administracije, što je zajedno sa konstantnim razvojem interneta dovelo do povećanja efikasnosti poslovanja preduzeća. Savremene tehnologije su promijenile način komuniciranja i poslovanja, one su obrisale granice, jezičke prepreke i komplikacije u transakciji novca. One su omogućile jednostavnu i brzu komunikaciju, trenutnu razmjenu podataka na većim udaljenostima i većim količinama, zatim su omogućile jednostavno ažuriranje elektronskih dokumenata i napravile ih globalno dostupnim. Pored toga internet je omogućio i digitalnu isporuku dobara i usluga, kao i direktno plaćanje i stvaranje virtuelnih organizacija.

Ovo predstavlja činioce novog oblika poslovanja popularno nazvanog elektronsko poslovanje (*electronic business*). Elektronsko poslovanje je opšti oblik poslovanja kojeg sačinjavaju sve poslovne transakcije i razmjene informacija koje su omogućene putem internet, odnosno putem informacione i komunikacione tehnologije. Ove komunikacije se odvijaju: između dvije firme, između firme i klijenata, te između firme i javnih institucija. U pogledu komunikacije elektronsko poslovanje je isporuka informacija, proizvoda i usluga putem

interneta, kao i elektronsko plaćanje preko računara. U pogledu poslovanja elektronsko poslovanje se odnosi na korišćenje računarskih mreža i savremene tehnologije u svrhu automatizacije poslovanja i poslovnih transakcija. U pogledu usluga elektronsko poslovanje predstavlja alat koji smanjuje troškove poslovanja i ujedno povećava kvalitet i efikasnost pružanja usluga.

Elektronsko poslovanje uključuje i elektronsku trgovinu (*electronic commerce*) koja opisuje proces kupovine, prodaje, transfera ili razmjene proizvoda, usluga ili informacija putem kompjuterskih mreža, uključujući i internet. Elektronska trgovina je skup neopipljivih veza koje održavaju ekonomski agenti. Ova definicija podrazumijeva bilo koju transakciju koja se odvija preko interneta, telefona, bankarske mreže, itd. kao i bilo koji drugi metod plaćanja nezavisno od toga da li se koristi stvarni ili elektronski novac.

Ovaj novi način poslovanja i trgovine je u početku prihvaćen sa velikim skepticizmom, prvenstveno zbog novih tehnologija i njihovog ne poznavanja. Međutim, stvarni problem koji elektronsko poslovanje i elektronsku trgovinu sve vrijeme karakteriše jeste problem sigurnosti. Osnova ovog problema leži u konstrukciji računarskih mreža koje su osnova elektronske trgovine i elektronskog poslovanja. Potraga za mogućim rješenjima i povećanjem sigurnosti na internet je svakodnevna. Pomaci na ovom polju su vidljivi itekako. Svi učesnici u transakciji su zaštićeni, čak i kada se desi krađa.