

SADRŽAJ

| | |
|--|----|
| UVOD | 3 |
| I OSNOVNI POJMOVI ELEKTRONSKE TRGOVINE | 6 |
| 1.1 DEFINICIJA I RAZVOJ ELEKTRONSKE TRGOVINE | 6 |
| 1.2. OSNOVNA SVOJSTVA I ELEMENTI ELEKTRONSKE TRGOVINE | 9 |
| 1.3 MODELI ELEKTRONSKOG TRŽIŠTA I TRGOVINE | 13 |
| 1.3.1 B2B (Business to Business) model elektronske trgovine..... | 16 |
| 1.3.2. B2C(Business to Consumer) model elektronske trgovina | 18 |
| 1.3.3 C2C(Consumer to Consumer) model elektronske trgovine..... | 19 |
| 1.3.4. P2P(Peer to Peer) model elektronske trgovine | 19 |
| 1.3.5 M-commerce (Mobilna trgovina) model elektronske trgovine | 20 |
| 1.4. MODELI I MEHANIZMI PLAĆANJA NA INTERNETU | 21 |
| 1.5 PREDNOSTI I NEDOSTACI ELEKTRONSKE TRGOVINE U ODNOSU NA TRADICIONALU TRGOVINU . | 26 |
| 1.5.1 Prednosti i nedostaci elektronske trgovine sa stanovišta firmi i kupaca..... | 26 |
| 1.6 PRAVNO REGULISANJE ELEKTRONSKE TRGOVINE | 29 |
| 1.6.1 Direktiva o elektronskoj trgovini(2000)..... | 29 |
| 1.6.2 Kodeks EU o pravima na Internetu | 31 |
| 1.7 SIGURNOSNI ASPEKTI ELEKTRONSKE TRGOVINE | 34 |
| 1.7.1 Bezbjednost i sigurnost elektronske trgovine | 34 |
| 1.7.2 Oblici zaštite pri elektronskoj kupovini | 36 |
| 1.8 NAJPOZNATIJE ONLINE TRGOVINE | 39 |
| II ONLINE KUPOVINA U RS/BIH | 42 |
| 2.1 RAZVOJ I UPOTREBA ONLINE KUPOVINE U RS/BIH | 42 |
| 2.2 ZAKONSKA REGULATIVA ONLINE KUPOVINE U BIH | 43 |
| 2.2.1 Zakon o trgovini | 44 |
| 2.2.2 Zakon o elektronskom pravnom i poslovnom prometu..... | 44 |
| 2.2.3 Zakon o carinskoj politici BIH..... | 45 |
| 2.2.4 Zakon o zaštiti potrošača | 45 |
| 2.2.5 Osnovni propisi online trgovine u BIH..... | 47 |
| 2.3 ONLINE TRGOVINE U RS/BIH | 48 |
| III STAVOVI I PREFERENCIJE KUPACA PREMA ONLINE KUPOVINI | 52 |

| | |
|---|-----------|
| 3.1 POJAM I VAŽNOST PROUČAVANJA PONAŠANJA KUPACA | 52 |
| 3.2 PONAŠANJE KUPACA U ONLINE TRGOVINI | 54 |
| 3.3. PRAĆENJE PONAŠANJA KUPACA U ONLINE TRGOVINI | 60 |
| 3.4 UPOREĐIVANJE PONAŠANJA KUPACA KROZ TRADICIONALNE I ONLINE KANALE PRODAJE..... | 61 |
| IV ISTRAŽIVANJE STAVOVA KUPACA O INTERNETU KAO KANALU PRODAJE | 62 |
| 4.1 PREDMET, CILJ I HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA | 62 |
| 4.2 ANALIZA REZULTATA ISTRAŽIVANJA | 63 |
| 4.3 ANKETNI UPITNIK..... | 77 |
| ZAKLJUČAK..... | 81 |
| POPIS SLIKA | 82 |
| POPIS TABELA..... | 82 |
| POPIS GRAFIKONA | 83 |
| LITERATURA..... | 84 |