

## 4 – Tržišta e-poslovanja



M. Zekić-Sušac, Digitalno gospodarstvo

## Što ćete naučiti u ovom poglavlju?



- Što je elektroničko tržište?
- Koje su funkcije e-tržišta?
- Koja je razlika između tradicionalnih i e-tržišta?
- Koji su sudionici i kategorije e-tržišta?
- Što karakterizira svaku od kategorija e-tržišta?
- Kako biti konkurentan na e-tržištu?

M. Zekić-Sušac, Digitalno gospodarstvo

## Što je elektroničko tržište?



- Tržišta omogućuju razmjenu dobara i usluga, ali i informacija i znanja
- Prema Schmid, Malone et al. (Spremić, 2004) e-tržište je:
  - Elektronički posrednik preko kojega mnogobrojni kupci i prodavači posluju
- Napomena: U e-tržišta ne pripadaju e-posredovanja putem bilateralne (1:1) veze kod EDI mreža (gdje prodavač ima direktnu privatnu vezu s partnerom-kupcem), nego multilateralne veze
- Svako tržište, pa tako i elektroničko sastoji se od:
  - Kupaca
  - Prodavača
  - Trgovaca
  - Posrednika

Specifičnost e-tržišta: SVE VEZE IZMEĐU SUDIONIKA SU DIGITALIZIRANE.

M. Zekić-Sušac, Digitalno gospodarstvo

## Koje su funkcije e-tržišta?



Tri glavne funkcije e-tržišta (Bakos, 1998, u Spremić, 2004):

- Približavaju kupce i prodavače
- Omogućuju provođenje poslovnih transakcija
- Pružaju institucionalnu infrastrukturu (zakonski i dr. okviri) za funkcioniranje tržišta Približavanje kupaca i prodavača

Zbog digitalnih veza, e-tržište omogućuje bolju povezanost i niže troškove pretraživanja informacija na tržištima.

Internet – osnovna infrastruktura e-tržišta

M. Zekić-Sušac, Digitalno gospodarstvo

## Približavanje kupaca i prodavača



U ovoj skupini funkcija, tržište treba omogućiti:

- Informacije o ponudi proizvoda ili usluge
- Obilježja proizvoda ili usluge
- Ponudu različitih vrsta proizvoda ili usluge
- Pretraživanje
- Informacije o cijenama i obilježjima proizvoda
- Podudarnost ponude s potrebama kupaca
- Provođenje ponude i razmjene
- Određivanje cijene
- Proces određivanja cijene
- Usporedbu cijena

M. Zekić-Sušac, Digitalno gospodarstvo

## Provedba poslovnih transakcija



U ovoj skupini funkcija, tržište treba omogućiti:

- Logistiku i nabavu
- Isporuku informacija, dobara ili usluga kupcima
- Plaćanje
- Prijenos uplate prodavaču
- Povjerenje
- Agencije za zaštitu potrošača, sustave odobravanja kredita, agencije za procjenu ugleda, specijalne online agencije za povjerenje pri kupnji i sl.

M. Zekić-Sušac, Digitalno gospodarstvo

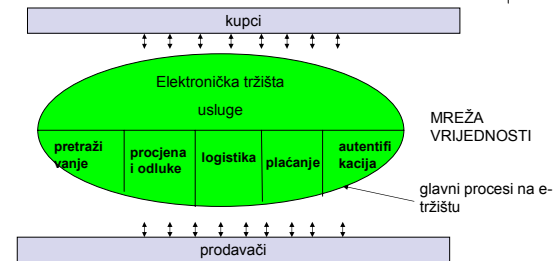
## Institucionalna infrastruktura

U ovoj skupini funkcija, tržište treba omogućiti:

- Pravnu funkciju
- Poslovnu etiku, ugovorne obveze, zaštitu intelektualnog vlasništva
- Zakonodavnu funkciju
- Zakone, pravilnike, sustav nadzora

M. Zekić-Sušac, Digitalno gospodarstvo

## Struktura e-tržišta



Izvor: Spremić, 2004, modificirano

M. Zekić-Sušac, Digitalno gospodarstvo

## Koja je razlika između tradicionalnih i e-tržišta?

- Digitalni proizvodi - E-tržišta imaju mogućnost razmjene digitalnih proizvoda
  - Drugacije troškovne krivulje u odnosu na fizičke proizvode: fiksni troškovi visoki, varijabilni mali (ne povećavaju se s povećanim brojem prodanih proizvoda)
  - Primjeri digitalnih proizvoda: vidi Tablicu 3.5., u (Spremić, 2004), str. 135.
- Korisnici – broj potencijalnih kupaca je veći, jer su to svi korisnici Interneta, ali su to i zahtjevniji kupci
- Prodavači – broj prodavača je također veći, izraženija diferencijacija i profiliranje, dodavanje vrijednosti proizvodu
- Infrastrukturne kompanije – velik broj tvrtki koje omogućuju funkcioniranje Interneta i e-tržišta
- Posrednici – važan dio e-tržišta, oni često stvaraju nova tržišta (npr. eBay), povezuju kupce i prodavače, omogućuju provođenje i dovršenje transakcija, podržavaju sve funkcije tržišta često nudeći dodanu vrijednost (npr. posrednik u prodaji nekretnina, Wer Liefert Was, i dr.)
- Kompanije koje nude popratne usluge – briga o sigurnosti transakcija, certifikati, autorizacija plaćanja i dr.
- Kompanije koje nude neke dodatne sadržaje na svojim web mjestima – ponudom različitih dodatnih sadržaja nastoji se privući kupce, npr. mogućnosti pretraživanja weba, e-mail usluga, i dr.

M. Zekić-Sušac, Digitalno gospodarstvo

## Osnovna obilježja e-tržišta

E-tržišta imaju ova osnovna obilježja:

- Agregiraju sadržaje i informacije
- Stvaraju i pružaju usluge virtualnih zajednica
  - To je specifičnost e-tržišta, jer se omogućuje okupljanje ljudi i tvrtki oko pojedinog proizvoda, što je kod tradicionalnih tržišta bilo preskupo
- Provode poslovne transakcije
  - Specifično kod e-tržišta je mogućnost dinamičkog određivanja cijene na dražbama i dr. razmjenama

M. Zekić-Sušac, Digitalno gospodarstvo

## Koji su sudionici i kategorije e-tržišta?

- Sudionici e-tržišta su:
  - Poslovni subjekti
  - Pojedinačni kupci
  - Tijela državne ili javne administracije
- Pojedini sudionici mogu u isto vrijeme biti u više gore navedenih uloga

Osnovne kategorije ili modeli e-tržišta su:

- Business-to-business (B2B)
- Business-to-consumer (B2C)
- Consumer-to-consumer (C2C)
- Government-to-business (G2B)
- Government-to-citizen (G2C)

M. Zekić-Sušac, Digitalno gospodarstvo

## Business-to-business (B2B)

- B2B = poslovne transakcije koje se putem e-tržišta odvijaju između poslovnih subjekata i njihovih dobavljača, partnera ili drugog poslovnog subjekta
- To znači potpunu elektroničku povezanost s partnerima s ciljem stvaranja nove vrijednosti i profita
- Fokus: elektronički integrirati obavljanje poslovnih transakcija
- Razvoj:
  - EDI (Electronic Data Interchange) – tehnologija koja se koristi za direktnu vezu između poslovnih subjekata putem privatne mreže
    - Nedostatak: visoki troškovi, specifični standardi
  - 90-ih godina, nakon razvoja Interneta, on postaje osnovna infrastruktura za B2B
- Tehnologija: alati temeljeni na XML načinu zapisa dokumenata
  - Microsoft – BizTalk
  - IBM – RosettaNet

M. Zekić-Sušac, Digitalno gospodarstvo

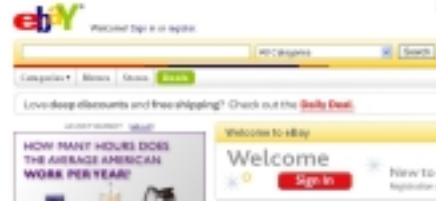
## Business-to-consumer (B2C)

- B2C = obavljanje poslovnih transakcija s korisnicima
- Internet se koristi kao glavni kanal promocije, ali i obavljanja transakcije prodaje i komunikacije s potrošačima
- E-malls – e-prodajni centri na kojima se na jednom mjestu može kupovati od velikog broja ponuđača, npr.
  - Amazon.com – prodaja knjiga, CD-ova, igračaka, DVD-ova, elektronike, i dr.)
  - Poklon.hr – prodaja različitih vrsta poklona

M. Zekić-Sušac, Digitalno gospodarstvo

## Consumer-to-consumer (C2C)

- C2C = izravno e-poslovanje među krajnjim kupcima uz potporu e-posrednika
- Web aukcije (dražbe) gdje se trguje različitim predmetima, npr. eBay (nastao 1995.), aukcija.hr i dr.



M. Zekić-Sušac, Digitalno gospodarstvo

Izvor: www.ebay.com

## Government-to-business (G2B)

- G2B = kategorija e-tržišta koja omogućuje pružanje servisa i provođenje transakcija između tvrtki i državnih tijela
- Primjeri transakcija:
  - E-obrasci za administrativne dozvole
  - Javne nabave (e-procurement) – smanjuje troškove 10-15%
  - Carinsko poslovanje, transport
  - Plaćanje poreza na dodanu vrijednost

Primjer: [www.vlada.hr](http://www.vlada.hr)

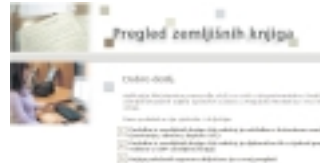


Mogućnost preuzimanja: Zakona i uredbi, odluka vlade i dr. publikacije

Izvor: <http://www.vlada.hr>

## Government-to-citizen (G2C)

- G2C = kategorija e-tržišta koja omogućuje komunikaciju između javne administracije i građana
- Primjeri komunikacije: plaćanje poreza, zahtjevi za socijalna davanja, traženje posla, prijava policiji, građevinska dozvola, vlasnički list i dr. dokumenti
- U Hrvatskoj: Državni ured za internetizaciju potiče nove oblike poslovanja kroz G2C
- Primjer: E-gruntovnica – pregled zemljišnih knjiga, nedostatak: ne može se putem Interneta dobiti pismeni dokument, nego samo uvid



Izvor: <http://e-izvadak.pravosudje.hr>

M. Zekić-Sušac, Digitalno gospodarstvo

## Kako biti konkurentan na e-tržištu?

- E-tržište ima ove prednosti kojima omogućava konkurentnost tvrtki:
  - Niži troškovi pretraživanja informacija
  - Mogućnost smanjenja troškova poslovanja
  - Brza usporedba ponude
  - Izrazita diferencijacija proizvoda i usluga
  - Jedinstvena obilježja digitalnih proizvoda
  - Mehanizmi dinamičkog određivanja cijena
- Za objašnjenje ovih prednosti vidi (Spremić, 2004)

M. Zekić-Sušac, Digitalno gospodarstvo

## Tehnologije koje se koriste kod e-tržišta

- Da bi neki model e-tržišta mogao funkcionirati, potrebno je izraditi i na web poslužitelj (server) instalirati web aplikaciju.
- Web aplikacija = aplikacija kojoj se pristupa putem web-a koristeći Internet ili intranet mrežu ([http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_application](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_application))
- Internet = javna mreža temeljena na TCP/IP protokolu (TCP/IP = Transmission Control Protocol/Internet Protocol)
- intranet = privatna mreža neke tvrtke ili institucije kojom se podaci također prenose putem TCP/IP protokola (zaštićen pristup samo korisnicima unutar tvrtke)

M. Zekić-Sušac, Digitalno gospodarstvo

## Razlika između klijent-server i web aplikacija



- Kod **klijent-server aplikacija** svaka aplikacija sastoji se od dijela koji se izvodi na poslužitelju (serveru) i dijela koji treba instalirati na korisničko računalo (klijent). Klijent preko svog sučelja daje zahtjeve serveru koji ih izvodi, klijent dobiva izvještaje.
- U slučaju da tvrtka ima veliki broj klijenata, instaliranje i održavanje aplikacija na korisnička računala je tada sporo i zahtjevno.
- Kod **web aplikacija**, nasuprot tome, nije potrebno instalirati aplikaciju na korisničko računalo.
- Web aplikacija umjesto izvršne datoteke (.exe) generira skup dokumenata koji se mogu vidjeti s pomoću web preglednika (npr. Internet Explorer, Mozilla Firefox i dr.) koji podržavaju html/xhtml/xml.

M. Zekić-Sušac, Digitalno gospodarstvo

## Što rade web aplikacije?



*Web aplikacije se najčešće sastoje od sljedećih aktivnosti (Sol, 2008):*

1. Korisnik aktivira web preglednik
2. Putem web sučelja postavi određeni upit (npr. traži cijenu nekog artikla i sl.)
3. Sučelje za upite šalje zahtjev programu na poslužitelju
4. Program na poslužitelju daje odgovor na zahtjev (npr. cijenu artikla) koristeći neki izvor podataka (bazu ili dr. pozadinsku uslugu)
5. Odgovor se iz baze prosjeđuje preko poslužitelja na klijent
6. Odgovor preko web sučelja postaje vidljiv korisniku

M. Zekić-Sušac, Digitalno gospodarstvo

## Tehnologije izrade web aplikacija (Web application development)



- Skriptni jezici (ugrađeni u web stranice, izvršavaju se na strani poslužitelja)
  - [Ajax](#)
  - [ASP](#)
  - [ASP.NET](#)
  - [CSS](#)
  - [ColdFusion](#)
  - [JavaScript](#)
  - [Perl](#)
  - [PHP](#)
  - [Ruby](#), including [Ruby on Rails](#)
  - [CGI](#)
- Alati za razvoj web aplikacija (mogu se testirati na lokanom site-u, zatim se instaliraju na web poslužitelj)
  - Visual Web Developer – koristi Microsoft tehnologiju (programske jezike ugrađene u .NET razvojnu okolinu: C++, C#, Visual Basic .NET, Jscript)

M. Zekić-Sušac, Digitalno gospodarstvo

## Literatura



1. Spremić, M., Menadžment i elektroničko poslovanje, Narodne novine, Zagreb, 2004.
  2. Panian, Ž., Izazovi e-poslovanja, Narodne novine, Zagreb, 2000.
- Web izvori:
1. Amazon.com, <http://www.amazon.com> (15.03.2009)
  2. E-bay, <http://www.ebay.com> (15.03.2009)
  3. Vlada Republike Hrvatske, <http://www.vlada.hr> (15.03.2009)
  4. E-gruntovnica, <http://e-izvadak.pravosudje.hr/> (15.03.2009)

M. Zekić-Sušac, Digitalno gospodarstvo