

Изабрана поглавља из Електронског пословања
Електронска трговина

Проф.др Светлана Митровић, svetlana.mitrovic@pmc.edu.rs

Садржај

- Електронска трговина
 - ❑ Дефиниција електронске трговине
 - ❑ Концепт електронске трговине
 - ❑ Компоненте електронске трговине
 - ❑ Форме електронске трговине
 - ❑ Предности електронске трговине
 - ❑ Недостаци електронске трговине
- Online тржишта



Електронска трговина

Електронска трговина

4



Дефиниција е-трговине

5

- Е - трговина (E-commerce) предствља куповину и продају добара (производ или услуга) путем Интернета, као и приходе од рекламе, електронску размену докумената који прате робу, новац и услуге, пословање путем електронских средстава: EDI, e-mail, ftp, итд.
- Електронска трговина (е-трговина) се дефинише као трансакција преко рачунарске мреже, и укључује пренос власништва или права за коришћење роба или услуга.
- Трансакција се извршава у оквиру одређеног пословног процеса електронског пословања и сматра се завршеном након сагласности између купца и продавца о коришћењу роба или услуга.
- Трансакција може, али и не мора, бити новчано изражена.

Концепт е-трговине

6

- Продавци користе веб-сајтове за е-трговину да би привукли додатну продају или да би обезбедили вредна истраживања производа.
- Сваке године све више потрошача истражује и купује производе на мрежи. Е-трговина постала је пословна потреба.
- Клијентима је важно да online трансакција буде безбедна како у обради података тако и за online плаћања.

Компоненте електронске трговине

7

- Основне компоненте електронске трговине су:
 - ❑ Производи и услуге, и
 - ❑ Учесници који учествују у процесу електронске трговине.
- Једна од главних предности електронске трговине, у односу на традиционалну, огледа се у дигитализацији производа и услуга који се могу понудити путем интернета. У оба случаја трговине се могу продавати и физички и дигитални производи.
- Примери дигиталних производа су: софтвер, музика, електронске књиге и слично.
- Када размишљате о томе како да развијете веб-локације за е-трговину да бисте продали свој производ или услугу, важно је узети у обзир основне компоненте таквог веб-сајта.

Учесници у електронској трговини

8

- Купци.
- Продавци.
- Посредници.
- Други пословни партнери.

Електронска трговина

9

- Електронска трговина нарочито се обавља као:
 - ❑ Продаја робе/услуга преко електронске продавнице;
 - ❑ Продаја робе/услуга преко електронске платформе која повезује трговце и потрошаче;
 - ❑ Продаја робе преко електронске продавнице или преко електронске платформе, при чему се роба испоручује потрошачу директно од произвођача.

Покретање е-продавнице

10

- Пример основних алата потребних за покретање успешне продавнице е-трговине:
 - ❑ Одговарајућа платформа за е-трговину.
 - ❑ Интеграције плаћања (Payment Gateway).
 - ❑ Интеграције испоруке и превозника.
 - ❑ Канали маркетинга путем е-поште.
 - ❑ Алати за аналитику.
 - ❑ Менаџмент за односе са купцима (Customer relationship management – CRM) софтвер.
 - ❑ Referral маркетинг софтвер.
 - ❑ Плаћени маркетинг и алати за поновно циљање.
 - ❑ Апликација за социјално осигурање (Social Proof Apps) .
 - ❑ Правни и финансијски алати за управљање.

Извор: М.Томас, (2021), Top 10 E-Commerce Tools You Need To Run a Profitable Online Store, <https://www.bluehost.com/resources/top-10-e-commerce-tools-you-need-to-run-a-profitable-online-store/>, приступљено 08.12.2021.

Процес е-куповине

11

- Процес куповине почиње приступом купца online каталогу у оквиру електронске продавнице.
- Претрага електронског каталога је једна од најважнијих функционалности сваке електронске продавнице.
- Када купац пронађе жељени производ, може поставити производ у виртуелну куповну корпу. Електронска куповна корзпа има исту улогу као и традиционална куповна корзпа, али се активности везане за корпу реализују електронским путем.
- Корза за куповину је софтверска апликација која обично ради на рачунару на којем се налази ваша веб-локација (веб сервер) и омогућава вашим клијентима селекцију производа, додавање у корпу, преглед артикала у корпи, мењање количине, брисање артикла из корпе и слично.
- Купац може наставити куповину, или одабрати опцију за завршетак куповине (checkout). Купац потврђује поруџбину, бира опције испоруке и плаћања.
- Коначно, купац добија информацију о успешности плаћања и тиме се процес куповине завршава.

Разлози за online куповину

12

3 Key Online Shopping Statistics You Should Know

 **FinancesOnline**
REVIEWS FOR BUSINESS

1 Top reasons for shopping online

Source: National Public Radio



2 What consumers look up on their mobiles while inside physical stores

Source: Global Online Consumer Report



3 Channels through which consumers see a product before purchasing

Source: Global Online Consumer Report



Трансакције у е-трговини

13

- Куповина књига преко Интернета.
- Резервација хотелске собе преко Интернета.
- Наручивање и преузимање бесплатног софтвера преко Интернета.
- Бесплатно позивање телефонског броја и наручивање неког производа преко интерактивног телефонског система продавца.
- Набавка канцеларијске опреме преко електронске аукције, плаћање платном картицом на физичком месту продаје, подизање новца с банкомата и слично.

Платформе за е-трговину

14

- Најбоље платформе за е-трговину (софтвер за електронску продавницу) у 2021. Упоређене су карактеристике, перформансе, једноставност коришћења, дизајн, теме и интеграције врхунских платформи за е-трговину користећи стварне податке са веб-сајта.

[1. BigCommerce](#)

[2. Shopify](#)

[3. Wix](#)

[4. Shift4Shop](#)

[5. WooCommerce](#)

[6. Volusion](#)

[7. Prestashop](#)

[8. Weebly](#)

[9. Squarespace](#)

[10. Magento](#)

Платформе за е-трговину за мала предузећа

15

- BigCommerce
- WooCommerce
- Wix

Форме е-трговине

16

- **B2B** (енгл. Business to Business) – Предузеће ка предузећу.
- **B2C** (енгл. Business to Customer) – Предузеће ка потрошачу.
- **C2B** (енгл. Customer to Business) – Потрошач ка предузећу.
- **C2C** (енгл. Customer to Customer) – Потрошач ка потрошачу.
- **D2C** (енгл. Direct to Customer) – Директно ка потрошачу.
- **Mobile e-commerce** – Мобилна е-трговина.
- **Social commerce** – Друштвена трговина.

B2B електронска трговина

17

- Електронско пословање између два или више пословних система.
- Највећим делом се односи на аутоматизацију пословних процеса електронске трговине и стварање електронских тржишта.
- Основна подела различитих B2B механизма могла би да изгледа овако:
 - ❑ Е - продаја (E-selling)
 - ❑ Е - куповина (E-buying)
 - ❑ Е - тржишта (E-markets)
 - ❑ Механизми за подршку (E-collaboration)

B2C електронска трговина

18

- **B2C** је форма пословања, трговине и трансакција између пословног субјекта и индивидуалног потрошача (нпр. малопродаја грађанима).
- **B2C** односи се на процес продаје производа и услуга директно између предузећа и потрошача који су крајњи корисници његових производа или услуга. B2C је међу најпопуларнијим и надалеко познатим моделима продаје.
- Michael Aldrich је први пут користио идеју B2C 1979. године. Користио је телевизију као примарни медиј за допирање до потрошача. B2C се традиционално односио на куповину у тржним центрима, храну у ресторанима, филмове који се плаћају по гледању и рекламе.
- Развој интернета створио је потпуно нови B2C пословни канал у облику е-трговине или продаје роба и услуга преко интернета.

B2C електронска трговина

19

- Кључна функционалност софтверског решења за B2C електронску трговину је електронски каталог.
- Електронски каталог је презентација с информацијама о производима у електронској форми.
- Савремени електронски каталози обухватају мултимедијалне материјале и интегрисани су са активностима у оквиру продаје и куповине.

Електронски каталог

20

The screenshot displays the Polcar electronic catalog interface. On the left, a sidebar lists various car parts categories such as 'Amortizeri haube', 'Brzaci, nosaci, mehanika brzaca i delovi prikolice', 'Delovi sistema za gorivo', 'Delovi sistema za protok vazduha', 'Karoserijski delovi', 'Karteni i prateci delovi', 'Podvozni prostor', 'Predaci', 'Pretoci', 'Retrovizori i prateci delovi', 'Sigurnosni sistemi', 'Sme', 'Stega i montazni delovi', 'Svetlosna oprema', and 'Unutrašnji delovi enterijera'. The main area shows a table of parts with columns for 'Brz', 'Starga', 'Starga Polcar', 'Naziv dela', 'Kod', 'Novi s...', and 'Altern.'. A detailed view of a front fender (133401) is shown in the center, with a watermark 'Polcar' and '© Polcar PPH. All rights reserved.' The right sidebar shows the part's details, including '133401', 'Naziv dela', 'Karoserijski delovi', 'Brzaci, podvozje, bojni delovi', 'Blatobran', 'P3', 'Prednji', 'leva', 'AUC', 'A4 (M), 11.00-11.04', and '800211098'.

Brz	Starga	Starga Polcar	Naziv dela	Kod	Novi s...	Altern.
133401	0	>25	Blatobran	P3	M+	
133401-1	0	>25	Blatobran	PC		
133402	0	>25	Blatobran	P3	M+	
133402-1	0	35	Blatobran	PC		
1334962JA	0	1	Branci, zadnji - oštreni	P3	W	
133403	0	>25	Hauba	P3		
133403-1	0	1	Hauba	PC		
1334033JC	0	0	Hauba	PC		
133404M	0	0	Izolacija haube	P3		
1380310	0	24	Kula za sleperje	P		
133407-7	0	>25	Nosac branika	P3	M+	
133407-8	0	>25	Nosac branika	P3		
133496-8	0	0	Nosac branika	P3	W	
1334097V	0	>25	Nosac fara	Q		
1334107V	0	>25	Nosac fara	Q		
1334033JA	0	0	Odeljaka hauba	PC	W	
1334PL-1	2	2	Plastino poderko	Z3	M+	
1334PL17	0	17	Plastino poderko	P3		
1334PL27	0	0	Plastino poderko	P3		
1334PL37	0	0	Plastino poderko	P3		
1334PL47	0	0	Plastino poderko	P3	Z	
1334PP-1	0	8	Plastino poderko	Z3	M+	
1334PP27	0	0	Plastino poderko	P3		
1334PP27	0	1	Plastino poderko	P3		
1334PP27	0	8	Plastino poderko	P3		
1334PP47	0	0	Plastino poderko	P3	Z	
13340711	0	0	Poklopac prikolice pranja farova	P3		
13340712	0	0	Poklopac prikolice pranja farova	P3		
133407-9	0	0	Poklopac rupe lukar za sleperje	P3	M+	

B2C пословни модели

21

- B2C пословни модели које већина компанија користи на мрежи за циљање потрошача.
 1. Модел директних продаваца.
 2. Модел online посредника.
 3. B2C модел заснован на оглашавању.
 4. Модел заснован на заједници.
 5. Модел на основу накнада.
- Amazon, Meta (раније Facebook) и Walmart су неки од примера B2C компанија.

Smart каталог

22



Извор: Al.Moulded, <http://184.175.124.195/go/ecatalog/>, приступљено 08.12.2021.



Smart Shop katalog

Akcija

Katalog je istekao

Извор: Idealno.rs,
<https://katalozi.idealno.rs/Katalog/23500/smart-shop-katalog-akcijska-ponuda>, приступљено 08.12.2021.

mКаталог

23

- mКаталог је динамичан - понуде и акције се редовно ажурирају, а постоји и посебна категорија "посао дана" која се ажурира свакодневно.
- mКаталог у интерактивним презентацијама производа које нису доступне у веб каталозима омогућава његово зумирање, умањење приказа и ротирање слике производа да би се видели сви детаљи поставке са сваке тачке, могућност слушања аудио презентације или гледања видеа.
- Могућност манипулисања сликама и слушања аудио презентација (када их трговци обезбеде) олакшава коришћење mКаталога чак и на паметним телефонима са мањим екранима, а не само на таблетима.

mКаталог

24



Извор: APKPure App, <https://apkpure.com/mcatalog-catalog-of-deals/com.ahg.mCatalog>, приступљено 08.12.2021.

Класификација online продавница и молова - B2C

25

- Опште и специјализоване продавнице.
- Регионалне и глобалне продавнице.
- Чисте и мешовите online продавнице.

Опште и специјализоване продавнице

26

- **Опште продавнице** представљају велика тржишта на вебу која продају све типове производа. Најпознатији пример је www.Amazon.com.
- **Специјализоване** продавнице продају само један или неколико типова производа, као што су књиге, бела техника, или нешто друго. Amazon је започео своје пословање као специјализована продавница књига.
- Власници продавница морају да имају системе за откривање превара како би спречили ширење лажних поруџбина. Такође, успостављање online продавнице укључује креирање заштитног зида тако да хакери не могу да прођу кроз податке ваших купаца.

Dropshipping

27

- **Dropshipping** се појавио као један од најпрофитабилнијих и најприкладнијих пословних модела е-трговине.
- Дигиталне платформе као што су Shopifi i VooCommerce учиниле су техничку страну вођења online продавнице доступнијом него икада раније.
- Међутим, упркос томе колико је сада лако поставити веб локацију, маркетиншки аспекти вођења online пословања и даље су збуњујући за многе предузетнике. Знати како да направите веб локацију за е-трговину је једна ствар, али знати како продати је друга.
- Dropshipping продавнице се могу категорисати између три главне опције: општа продавница, ниша продавница и продавница једног производа.

Dropshipping

28



Source: *TurnKey*

Извор: 8 Things You Need to Know About E-Commerce Dropshipping, <https://sleeknote.com/blog/e-commerce-dropshipping>, приступљено 08.12.2021.

Опште dropshipping продавнице

29

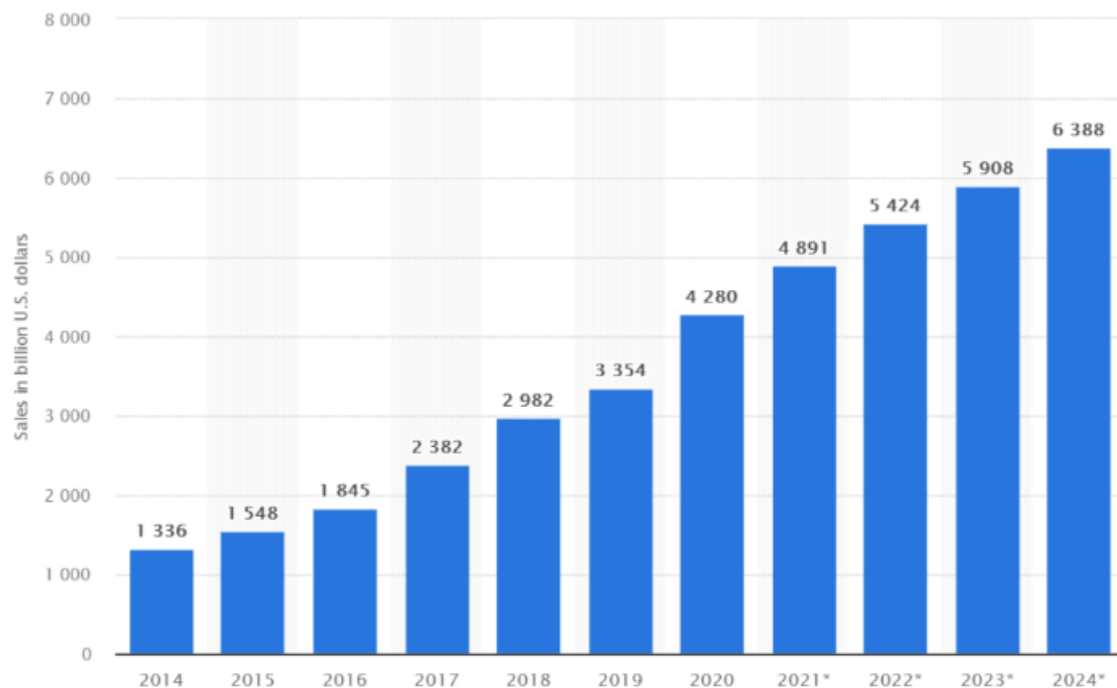
- Dropshipping је пословни модел е-трговине у којем online продавац продаје робу коју чак и нема на залихама. Након што купац обави куповину у online продавници, продавац наручује робу од велетрговца или произвођача, који је затим шаље директно купцу.
- Општа dropshipping продавница (general dropshipping store) је продавница која продаје производе у различитим нишама. Ове нише могу бити потпуно неповезане једна са другом, и то је оно што чини продавницу „општом“.
- Опште dropshipping продавнице могле би да продају скоро све производе на једном месту, од плишаних производа до кухињских алата. Једина разлика је у томе што online dropshipping продавница обично не продаје храну и пиће.



Опште online продавнице

30

- Online куповина један од, ако не и најбрже растућих сегмената малопродајне индустрије.



Retail ecommerce sales worldwide from 2014 to 2024 ([Source](#))

Извор: [Patryk](#), (2021), How to Start a General Online Store in 2022 (8 Tips), <https://dodropshipping.com/how-to-start-a-general-online-store/>, приступљено 08.12.2021.

Специјализована продавница

31

- **Специјализована** продавница је продавница која нуди широк асортиман брендова, стилова или модела унутар одређене категорије робе.
- Продавнице намештаја, цвећаре, продавнице спортске опреме и књижаре су све специјализоване продавнице.
- Продавнице као што је Athlete's Foot (само спортска обућа) се сматрају суперспецијализованим продавницама.
- Специјализоване продавнице се такмиче са другим врстама трговаца на мало, као што су робне куће, велике продавнице, опште продавнице, супермаркети и разноврсне продавнице.

Niche Store

32

- Нише продавнице (Niche Store) су dropshipping продавнице у којима се сви производи односе на одређену тему, иначе познату као ниша.
- Предности нише продавнице:
 - ❑ Потенцијална могућност рангирања за кључне речи у претраживачима који се односе на вашу нишу.
 - ❑ Позиционирање бренда за одређену публику или нишу.
 - ❑ Лакше је изградити публику на друштвеним мрежама.
 - ❑ Могућност креирања блога који ће покривати теме везане за вашу нишу.
 - ❑ Могућност измене понуде производа током времена све док останете у оквиру своје нише.
 - ❑ Лакше управљање него у продавницама општег типа због мањег броја (производа, добављача и нивоа залиха за праћење).

Продавница са једним производом

33

- Продавница са једним производом (One Product Store) је постављена да се фокусира на продају једног производа.
- Oberlo – dropshipping апликација коју је направио Shopify омогућава вам да пронађете трендовске производе за продају на мрежи од AliExpress добављача.
- Производ око којег је изграђена ваша продавница се назива вашим „водећим“ производом. Предности Shopify продавнице једног производа свођење ваше понуде на један производ може вам омогућити да се фокусирате на оно што је најважније и подстакнете стварни раст.
- Предвиђа се да ће успешних Shopify продавница са појединачним производом постати будућност dropshippinga.

Регионалне и глобалне продавнице

34

- Регионалне продавнице опслужују локално тржиште; док глобалне робу продају широм света.
- Глобалне продавнице морају да обезбеде ниже цене и механизме за брзу и јефтину испоруку која ће их учинити конкурентним у односу на локалне продавнице.

Чисте и мешовите online продавнице

35

- Поједине продавнице послују само преко Интернета (нпр. Amazon), док неке поседују и физичка места продаје (нпр. Walmart).
- Интернет (online) тржни центри. Овај вид малопродаваца обухвата велики број независних продавница.

Е-Тржни центри

- Е-Тржни центри познати и као Electronic Malls или Online Malls су као тржни центри, али функционишу на мрежи у облику веб-странице или апликације.
- Као што тржни центар има много продавница и брендова присутних у себи, слично, веб-локација или апликација E-Mall-а има бројне брендове и добављаче који наплаћују провизију од ових брендова и добављача у зависности од броја продаја које обављају.
- Е-Тржни центри можемо назвати online трговачки центар са колекцијом више online продавница на једној платформи. Све трансакције од одабира робе до куповине и продаје роба и услуга одвијају се уз помоћ интернета.
- Е-Тржни центри је концепт е-трговине и један је од најпопуларнијих и најпрофитабилнијих облика пословања.
- Продавци који имају своје брендове и продавнице на овим Е-Тржни центри платформама су познати као E-Tailers.

Разлике између B2B и B2C електронске трговине

37

- B2B модел електронске трговине спроводи маркетиншке кампање усмерене да покажу вредност производа или услуге.
- B2C модел електронске трговине је модел који обично код својих купаца изазивају емоционални одговор на свој маркетинг.

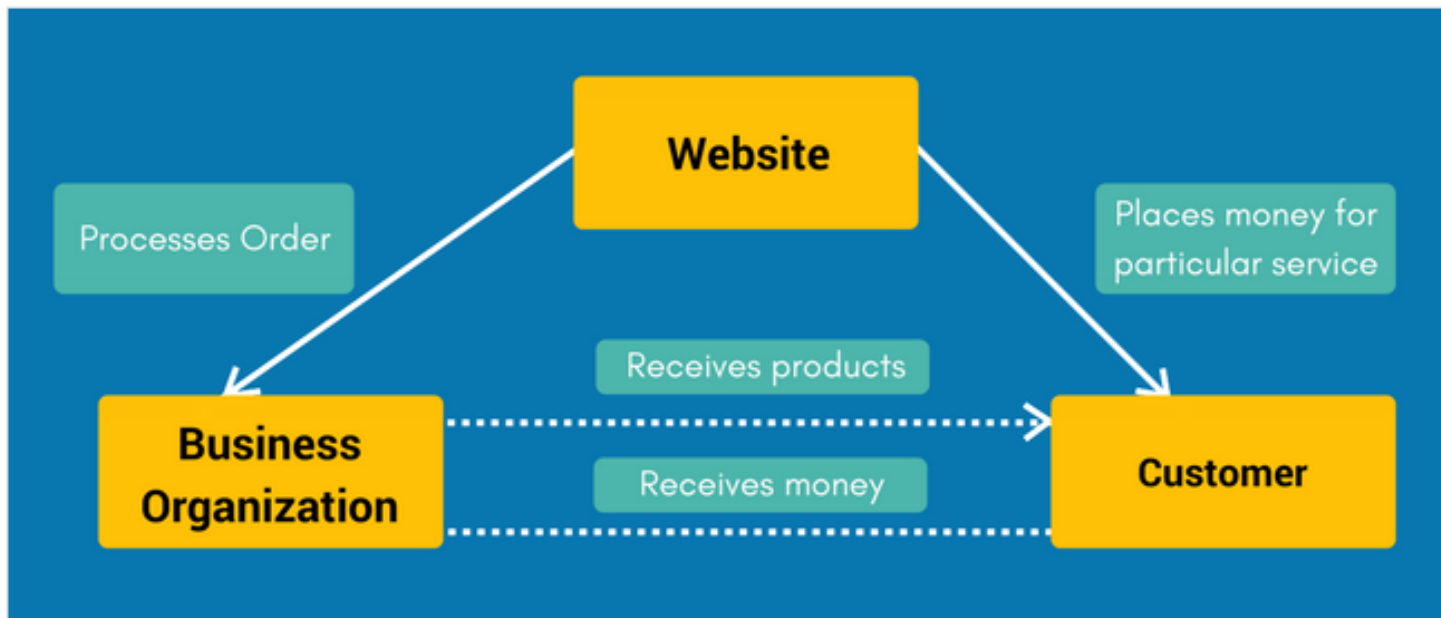
C2B електронска трговина

38

- C2B е-трговина је такође позната као трговина од потрошача до предузећа.
- Ова промена најављује потпуни преокрет традиционалног модела, при чему они који би иначе били крајњи корисници стварају производе и услуге које конзумирају предузећа и организације од којих сами купују.
- У овом конкретном трансакцијском односу, предузеће је профитна институција која купује робу или услуге од појединаца. То може бити из више разлога, и то на директан или индиректан начин.

C2B електронска трговина

39



Извор: Vivian, (2020), What Is C2B Ecommerce And How Does It Work?, <https://seopressor.com/blog/what-is-c2b-ecommerce/>, приступљено 08.12.2021.

C2C електронска трговина

40

- Потрошачи тргују директно са другим потрошачима.
- Компанија која подржава ове трансакције мора наћи неки не традиционални начин за наплату услуге.
- Цена услуге је обично мали проценат трансакције, чланарина, рекламирање или нека комбинација.
- Пример: аукцијски модели.

D2C електронска трговина

41

- Традиционални пословни модел малопродаје реализује се од произвођача до трговца на велико до дистрибутера до продаваца и коначно до потрошача.
- Дигитална трансформација мења индустрије. Као резултат тога, имплементација стратегије директног потрошача **D2C** (Direct-to-Consumer) брзо постаје популаран начин да брендови уђу на тржиште директно уместо преко посредника.

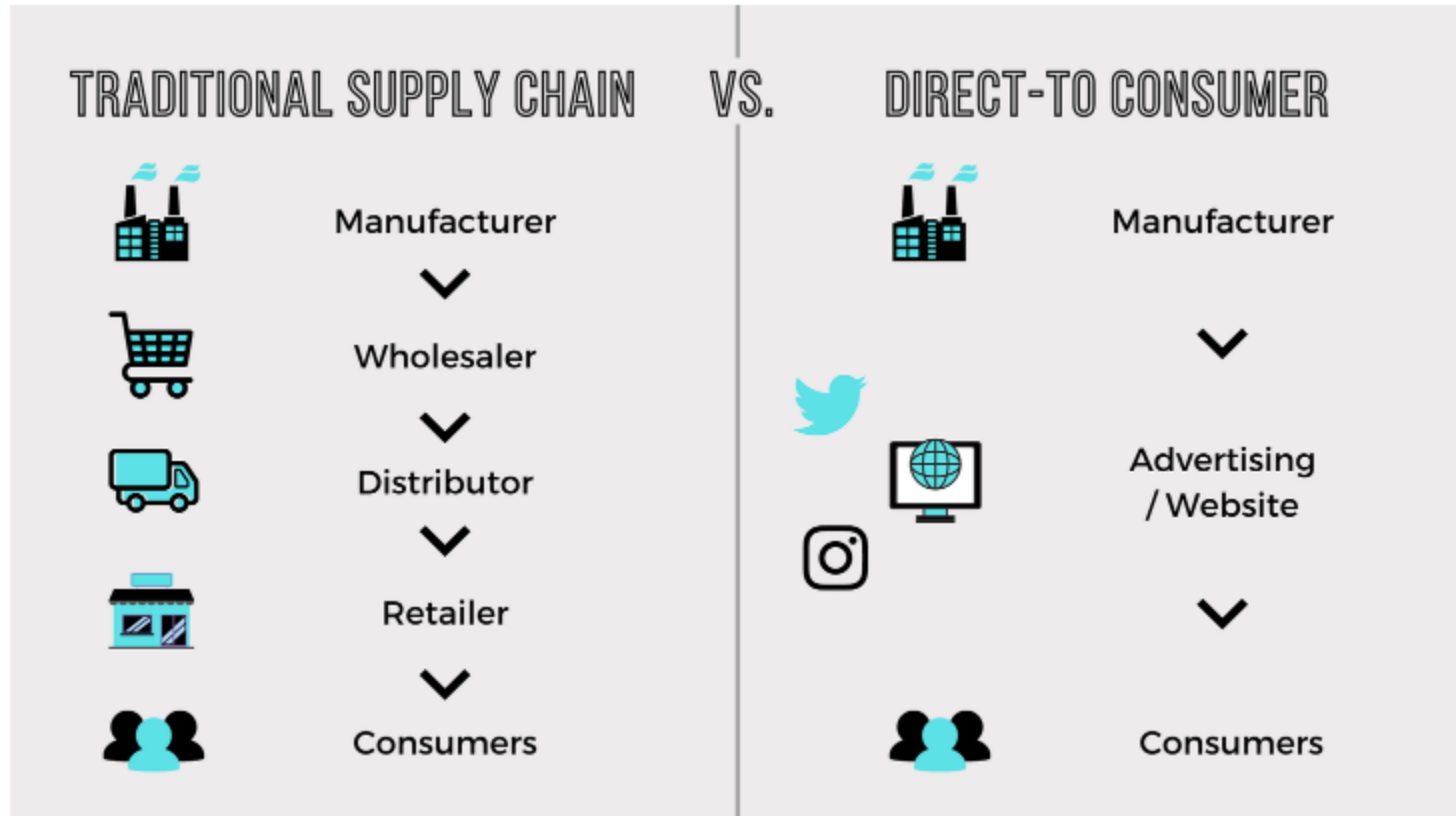
D2C електронска трговина

42

- D2C је стратегија трговине коју брендови користе да уклоне велетрговце, трговце на мало и дистрибутере из свог ланца снабдевања и уместо тога одржавају директне односе са крајњим потрошачима.
- D2C електронска трговина је када произвођач продаје своје производе директно потрошачима из своје веб продавнице. D2C модел е-трговине буквално „искључује“ посредника.
- Истраживање је такође показало да 55% потрошача радије купује директно код произвођача бренда него код продаваца.

D2C електронска трговина

43



Извор: [J.Singh , H.Kapoor](https://futurex.substack.com/p/the-world-of-d2c-brands-and-the-potential), The world of D2C brands and the potential, <https://futurex.substack.com/p/the-world-of-d2c-brands-and-the-potential>, приступљено 08.12.2021.

Мобилна трговина

44

- **Мобилна** трговина (Mobile commerce) се дефинише као коришћење бежичних уређаја као што су мобилни телефони или таблети за обављање комерцијалних активности, укључујући:
 - ❑ Продаја и куповина производа.
 - ❑ Online трансакције.
 - ❑ Плаћање рачуна.
 - ❑ Интернет банкарство.
- CBN (Stock Markets, Business News, Financials, Earnings) предвиђа да ће 72,6% корисника интернета широм света приступити веб-страници само са мобилних уређаја пре 2025. године. Са растућим трендом, комуникација све више зависи од мобилних уређаја.
- Очекује се да мобилни уређаји буду главни приступни канал вашим клијентима.

Разлика између е-трговине и м-трговине

45



E-COMMERCE



M-COMMERCE

Разлика између е-трговине и м-трговине

46

- Активности е-трговине се обављају уз помоћ десктоп рачунара и лаптопа, тако да корисници морају да траже место за обављање трансакција. То је широк појам који се односи на куповину и плаћање на мрежи уз помоћ електронских уређаја као што су лаптоп и рачунари.
- М-трговина подразумева употребу мобилних уређаја за активности куповине и обављање пословних трансакција где год да оду, они то могу да ураде само уз интернет конекцију. Са мобилном трговином, апликације за куповину имају већу брзину обраде од традиционалних веб-локација.

Друштвена трговина

47

- Друштвена трговина (Social commerce) је употреба друштвених мрежа у контексту трансакција е-трговине.
- Друштвена трговина користи веб-сајтове као што су Facebook, Instagram и Twitter као средства за промоцију и продају производа и услуга.
- Друштвене платформе и апликације за куповину омогућавају брендовима да претворе своје друштвене медије у друштвене излоге.

Друштвена трговина

48

- Успех кампање друштвене трговине мери се степеном до којег потрошачи ступају у интеракцију са маркетингом компаније путем ретвитова (retweets) лајкова (likes) и дељења (shares).
- Апликације и платформе за друштвену трговину пружају брзе услуге мобилног плаћања.
- Стручњаци за друштвену трговину креирају и постављају поруке и интерактивне функције које промовишу online продају и друге иницијативе е-трговине.

Друштвена трговина

49

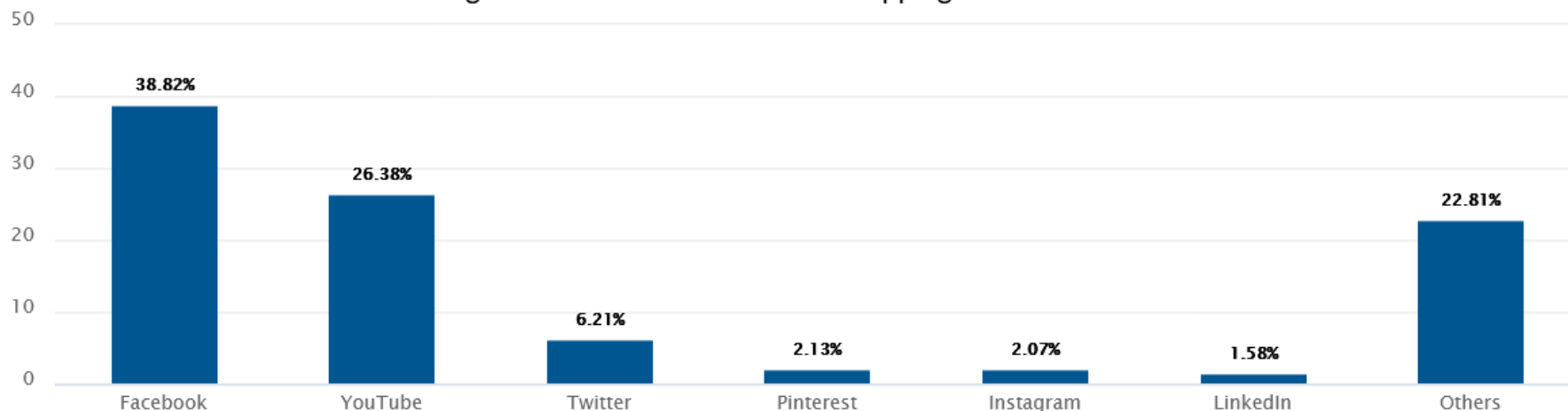
- Неке од маркетиншких тактика које друштвена трговина користи укључују:
 - ❑ Позивање корисника да гласају за изглед производа или избор производа,
 - ❑ Персонализоване опције за купца,
 - ❑ Примену велике и упечатљиве графике за привлачење кликова гледалаца,
 - ❑ Коришћење видео записа за приказ препорука за примену производа и приказ производа из више углова,
 - ❑ Стимулисање фотографија, коментара и повратних информација које су послали корисници,
 - ❑ Коришћење препорука познатих личности за линију производа,
 - ❑ Повезивање директно на касу или корпу за куповину,
 - ❑ Друштвена трговина подстиче алате за друштвену куповину као што су форуми и заједнице и др.

Куповина преко друштвених мрежа 2020/2021

50

State of Social Shopping

The leading social media sites for online shopping and their market shares



Source: Socialnomics

Designed by  FinancesOnline

Извор: Online Shopping Statistics: 2020/2021, <https://financesonline.com/online-shopping-statistics/>, приступљено 08.12.2021.

Глобални трендови е-трговине 2015-2021

51



Извор: A.Medvedev, (2020), The Future of E-commerce: 10 Global E-commerce Trends, <https://www.converginе.com/blog/the-future-of-e-commerce-10-global-e-commerce-trends/>, приступљено 08.12.2021.

Предности електронске трговине

52

- Као основне предности електронске трговине издвајају се:
 - ❑ Аутоматизација процеса и драстично смањење трошкова.
 - ❑ Једноставан и јефтин излаз на широко светско тржиште и ефикасно одржавање комуникације с купцима путем електронске поште.
 - ❑ Нижи трошкови пласирања производа на тржиште резултују нижим продајним ценама и већом конкурентношћу.
 - ❑ Разноврснији избор и могућност брзог претраживања и одабирања одређених понуда, које су доступне на глобалном нивоу, 24 часа током свих седам дана у недељи.
 - ❑ Скромна иницијална улагања (потребни су рачунар, модем и приступ Интернету).

Недостаци електронске трговине

53

- Изостаје социјални аспект класичних трговина и тржних центара.
- Недостатак личног додира.
- Немогућност испробаног и тестираног производа.
- Пад веб-сајта.
- Касна испорука.
- Безбедност.
- Превара са кредитним картицама.
- Недостатак приватности.
- Пореска питања.
- Правна питања.



Online тржишта

Online тржишта

55

- Технологија је напредовала: примењују се бољи алати за е-трговину, повећано је прилагођавање купцима, боље је праћење и побољшана је интеграција са системима куповине.
- Понашање купаца је еволуирало: потрошачи су дигитално спремнији за давање личних података. Online тржишта се користе за свакодневне куповине са транспарентношћу и лаким упоређивањем цена.
- Запослени преферирају дигитално пословање: миленијалци и генерација Z чине све већи део радне снаге и више су „дигитално вођени менаџери набавке“.
- Дигитална трансформација се убрзала: COVID-19 је захтевао потребу за дигиталном интеракцијом како би ланци снабдевања несметано радили са удаљеном радном снагом.

Online тржишта

56



Online тржишта

57

- Online тржиште је веб-сајт за е-трговину који нуди много различитих производа од много различитих продаваца.
- Online тржиште је веб-локација или апликација која повезује купце са продавцима и служи као посредник између купаца и компанија или појединаца који желе да продају своје производе или услуге у B2B или B2C секторима.
- Online тржиште је платформа на којој различити продавци продају своје производе и плаћају власнику „ пијаце“ провизију за сваку успешну продају.

Online тржишта

58

- Online тржиште олакшава размену робе, услуга и ствари „продаваца“.
- Роба која се продаје на тржишту није власништво власника веб-странице „пијаце“, она се понаша само као посредник.
- Online тржиште и online продавнице су потпуно различите категорије.
- Примери најпознатијих online тржишта укључују: Amazon, eBay, Walmart, Etsy, Alibaba.com, and Google Express.

Класификација online тржишта

59

- **Хоризонтално** тржиште: На овој врсти тржишта продају се различити производи са сличним карактеристикама.
- **Вертикална** тржиште: Ова врста тржишта нуди исту врсту производа различитих добављача.
- **Хиперлокално** тржиште: Фокусира се на малу циљану заједницу или географску област.
- **Хибридно** тржиште: Власник тржишта продаје своје производе заједно са производима других добављача.
- **Глобално** тржиште: Продаје све врсте производа различитих добављача.

Гиганти online малопродаје

60

- Amazon,
- eBay,
- Rakuten,
- Alibaba.

Најпопуларнија online тржишта у Европи 2021.

61

#	Marketplace	Category	Region	Monthly online visits
1	Amazon	General	Global	1.4B
2	eBay	General	Global	664.8M
3	Allegro	General	Poland	185.5M
4	AliExpress	General	Global	180.9M
5	Wildberries	General	Russia	149.9M
6	Zalando	Fashion	Europe	131.2M
7	Ozon	General	Russia	86.2M
8	Bol.com	General	Netherlands	79.0M
9	Esty	Arts, Crafts & Gifts	Global	59.1M
10	OTTO	General	Germany	55.0M

Извор: Who Are the Leading Online Marketplaces in Europe in 2021? <https://www.arcade.global/blog/online-marketplaces-europe-2021/>,
приступљено 08.12.2021.

Online kupovina у Србији 2020.

62

	udeo kupaca	prosečna vrednost kupovine	udeo kupovne vrednosti
ukupno	88 %	2.857 RSD	
moda	28 %	3.020 RSD	25 %
elektronika	25%	2.614 RSD	19 %
kuća i bašta	13 %	3.204 RSD	13 %
sport#	9%	3.748 RSD	10 %
ostalo	9 %	2.723 RSD	8 %
zdravlje i lepota	9 %	2.479 RSD	6 %
deca	7 %	2.854 RSD	6 %
kancelarija i škola	8 %	2.069 RSD	5 %
namirnice	4 %	3.090 RSD	4 %
auto-moto	3 %	2.535 RSD	2 %
naručivanje hrane	2 %	2.320 RSD	2 %
kućni ljubimci	1 %	2.809 RSD	1 %

Предности online тржишта

63

- Интернационализација компаније.
- Развијање бренда компаније.
- Повећање продаје.
- База лојалних купаца.
- Повећање шанси за проналазак нових купаца.
- Боље профитне марже.
- Аутоматизација, свуда.
- Транспарентност на нивоу залиха и цена.
- Боље управљање залихама.
- Побољани маркетинг.
- Смањење трошкова маркетинга.
- Мањи ризик.

Литература

- Б.Раденковић, М.Деспотовић-Зракић, З.Богдановић, Д.Бараћ, А.Лабус. (2015), Електронско пословање, ФОН, Универзитет у Београду, ISBN 978-86-7680-304-0, Београд,
линк: <https://elab.fon.bg.ac.rs/udzbenik-elektronsko-poslovanje/>
- Други извори наведени у презентацији електронска трговина.

Изабрана поглавља из Електронског пословања
III Електронска трговина

Проф.др Светлана Митровић, svetlana.mitrovic@pmc.edu.rs