



Co-funded by
the European Union

Elektronsko poslovanje

Koncepti i modeli elektronskog poslovanja

dr Ljiljana Pecić

dr.sc. Danijela Zubac, prof.

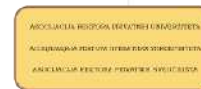
doc.dr.sc. Ermina Habibi



UNIVERSITY OF LJUBLJANA
Faculty of Electrical Engineering



University of Pristina
Kosovska Mitrovica



Kategorije

- Reč "model" - u najširem smislu - znači opšti obrazac ponašanja, strukture i akcije.
- Uže značenje: Poslovni model je organizacija proizvodnih procesa, usluga i protoka informacija, čiji je cilj postizanje profitabilnog poslovanja i zadovoljstva za sve učesnike u poslovanju.
- Šire značenje: Poslovni model je strategija sa metodama, plan, ciljevi, i resursi koje kompanija koristi za generisanje profita od svojih proizvoda i usluga koje se nude na tržištu.
- U nekim zemljama, poslovni modeli su oblici intelektualne svojine i mogu biti zaštićeni patentom. "



Poslovni modeli su zanimljivi iz dve perspektive:

- Postojeće kompanije moraju da pronađu nove, inovativne poslovne modele kako bi preživele na tržištu sa rastućom konkurencijom.
- Nova preduzeća i preduzetnici moraju da pronađu poslovni model kroz koji mogu da uđu u prezasićeno tržište, često u marketinškoj niši (veoma mali i specifičan deo tržišta).

Inovativnost poslovnog modela je jednako važna kao i inovativnost proizvoda / usluge.

Digitalna ekonomija i IKT pružaju mogućnosti za usvajanje potpuno novih poslovnih modela - modela elektronskog poslovanja!"



Poslovni model ima 9 gradivnih blokova:

- Tržišna vrednost
- Ciljni kupci
- Metode komunikacije sa klijentima i isporuka proizvoda i usluga
- Odnosi sa klijentima
- Ključni zahtevi - resursi - za implementaciju modela
- Ključne akcije za realizaciju tržišta
- Ključni partneri
- Model generisanja prihoda
- Troškovi implementacije modela"



Oliver Gassman vidi poslovni model kroz 4 dimenzije:

- Ko - ko je kupac
- Šta - šta se nudi ciljnom kupcu
- Kako - kako stvoriti i isporučiti predloženu vrednost ciljnom kupcu
- Vrednost - vrednost modela iz perspektive profita

Gassman navodi 55 najopštijih modela.



Neki od opštih obrazaca su:

- Pripadnost - AFFILIACIJA - fokus je na podršci drugima da prodaju svoju robu i zarađuju novac (primer: Amazon)
- Aukcija - AUKCIJA - prodaja robe i usluga najvećem ponuđaču na osnovu principa ko nudi više (primer: eBay)
- Digitalizacija - DIGITALIZACIJA - usvajanje postojećih proizvoda ili usluga u digitalnom okruženju (primer: Spiegel Online, Wikipedia, Facebook, Dropbox)
- Direktna prodaja - DIREKTNA PRODAJA - eliminiše posrednike u prodaji, postižući bolje cene (primer: Dell, Nestle Nespresso)
- Freemium - FREEMIUM - nudi uslugu sa ograničenim mogućnostima besplatno, kako bi privukli i stekli kupce (primer: Hotmail, LinkedIn, Skype, Dropbox)
- Skriveni model prihoda - SKRIVENI PRIHOD"



"Podaci o kupcima - LEVERAGE CUSTOMER DATA - prikupljanje podataka o pojedincima i njihova obrada za prodaju trećim licima (primer: Twitter)

Open Documentation - OPEN SOURCE - zarada od usluga održavanja (primer: IBM, Red Hat)

Dugoročno - LONG TAIL - nudi veliki broj malih, specifičnih proizvoda i usluga, umesto jednog blockbustera (primer: Apple iPod / iTunes, YouTube...)"

MAJKL RAPPA:

Poslovni model je način rada kojim kompanija preživljava i zarađuje!"



Rappa je 9 kategorija modela:"

1. Broker - Brokerska kuća - povezivanje prodavaca i kupaca i zarada od završenog. prodaja (eBai, PayPal, Amazon),
2. Oglašavanje - Oglašavanje - (Yahoo, NYTimes, Google),
3. Posrednik u podacima o kupcima i proizvodima - INFOMEDIARY - (DoubleClick),
4. Trgovac - trgovac - maloprodaja (Amazon, Apple iTunes Music Store),
5. Proizvođač-prodavac - Proizvođač (direktno) - direktna kupovina od proizvođača."
- "6. Pripadnost - Affiliate - (eBay, PayPal, Amazon),
7. Društvena zajednica - Zajednica - (Red Hat, Vikipedija),
8. Pretplata - Pretplata - (Netflik, Kolege, Amerika Online, Listen.com), 9.
- Usluga na zahtev - Uslužni program - plaća se po korišćenju usluge kada je to potrebno korisniku (Slashdot).

MODEL 1: Prodavnica

Store (shopfront) - STOREFRONT - je model e-poslovanja u kojem kupac i prodavac direktno komuniciraju, a mogu se sprovesti i transakcije plaćanja putem interneta.

Karakteristike:

- Trgovci kreiraju online kataloge roba i usluga,
- Obezbediti sigurne elektronske platne transakcije,
- Prikupljanje i upravljanje podacima o klijentima (profilima),
- Kupci koriste virtuelne korpe
za kupovinu (korpa).
- **PRIMERI:**
 - www.wolfram.com - vodeći matematički softver,
 - www.keytometals.com - osnovao Viktor Pocajt,
 - www.more.com - za kozmetiku,
 - www.ticketmaster.com - za prodaju karata,
 - www.amazon.com - implementacija korpa za kupovinu (1994),
 - www.etoys.com - virtuelna kolica - moderna, sopstvena i treće strane,
 - www.ecrater.com, www.shopping.com, www.shopzilla.com - online tržišni centri.



MODEL 2: Nadmetanje (aukcija, aukcija....)

Licitiranje - model u kojem veb stranica funkcioniše kao forum

Karakteristike modela:

- Posetioci se registruju i kreiraju svoje naloge.
- Oni mogu da deluju i kao kupci i prodavci.
- Prodavac određuje početnu cenu i rok za aukciju.
- Lokalni pretraživač na aukcijskom sajtu omogućava kupcima da traže stavke / usluge od interesa.
- Prihod se ostvaruje uzimanjem procenta transakcija učesnika, kao i od oglašavanja treće strane.

Primeri:

- www.ebay.com
- www.sothebys.com
- www.ubid.com
- www.ibidilive.com
- www.sothebys.com

Postoji i obrnuti model: kupac navodi šta im je potrebno, određuje maksimalnu cenu koju su spremni da plate i postavlja rok za prodavce da dostave svoje ponude.



Model 3: Portal ...

Portal je model koji omogućava korisnicima da pronađu gotovo sve na jednom mestu.

Karakteristike modela:

- Često objavljivanje vesti i korisnih informacija, kao što su vremenske prognoze, rezultati sportskih događaja, najnovije ekonomske i političke vesti, ažuriranja berze i funkcionalnosti pretraživanja interneta.
- Prihod se ostvaruje putem oglašavanja treće strane, retko od direktne prodaje.

Dve vrste portala:

1. **Horizontalni portal** - Portal koji prikuplja i povezuje informacije u širokom spektru tema.
 - Funkcioniše kao **internet pretraživač**.
 - **Primer:** www.yahoo.com
2. **Vertikalni portal** - Portal fokusiran na određenu oblast interesovanja, pružajući detaljne informacije u okviru tog domena.
 - **Primeri:** www.imdb.com, www.hotels.com, www.booking.com, www.paris.com



Model 4: Kliknite i ekran

"Click-and-monitor" je model koji uključuje i tradicionalne poslovne operacije od opeke i maltera i online poslovanje putem klikova.

Primer 1: Barnes & Noble prodaje knjige i ima i fizičke i virtuelne prodavnice u <http://www.barnesandnoble.com>. Primer 2: Veliki evropski knjižar Foyles (koji datira iz 19. veka) ima Google Maps na svom sajtu koji precizno locira svoje prodavnice (knjižare).

CILJ: Kombinovati tradicionalne i moderne poslovne prakse koje se međusobno dopunjuju i poboljšavaju.



Modeli zasnovani na učesnicima ...

B2B - Poslovna saradnja između pravnih lica, kompanija, koja podrazumeva razmenu informacija, proizvoda i usluga putem elektronskih mreža, najčešće putem interneta. Prednosti: poslovne transakcije su olakšane, integracija lanca snabdevanja je omogućena, i online nabavka robe od jedne kompanije do druge je moguća.

B2C - Direktna poslovna saradnja između preduzeća (pravnog lica) i fizičkih lica, kupaca (fizičkih lica), gde kompanija prodaje proizvod/uslugu/informacije kupcu putem elektronskih mreža, najčešće putem interneta.



Modeli zasnovani na učesnicima ...

C2C (Customer to Customer, Consumer to Consumer, Citizen to Citizen) - model poslovne saradnje između dva građana (pojedince) koji razmenjuju proizvode/usluge/informacije putem elektronskih mreža, najčešće putem interneta. Ove vrste saradnje najčešće se olakšavaju preko online posrednika - kao što su aukcijski sajtovi ili tržišta.

B2E (Business to Employee) - odnos između preduzeća (pravnog lica) i zaposlenog (fizičkog lica), u okviru kojeg se definišu procedure rada unutar kompanije, a od zaposlenog i od kompanije se očekuje da ih se pridržavaju.

Tipično, B2E model se zasniva na intranetu kompanije, preko kojeg su zaposleni informisani o svojim pravima i obavezama, procedurama rada, odnosima sa kolegama i klijentima, hijerarhijskoj organizaciji i odgovornostima.



E-usluge državnih organa...

E-uprava (G2B, G2C, G2G) - je oblik poslovanja između:

- vlada i pravna lica,
- vlada i pojedinci,
- vladine institucije, ili
- vlada i strana država.

Cilj: Približavanje vlade građanima, preduzećima ili poreskim obveznicima, omogućavajući obavljanje administrativnih poslova bez čekanja u redovima na šalterima državnih institucija.

Primjer: Pribavljanje dokumenata (izvod iz matične knjige rođenih, evidencija državljanstva) putem interneta.



E-usluge državnih organa...

B2B2C – model e-poslovanja koji kombinuje B2B i B2C modele.

Primer ovog modela: saradnja više kompanija (pravnih lica) na poboljšanju sistema upravljanja odnosima sa klijentima (CRM).

Prednosti: S jedne strane, poboljšava poslovanje kroz uzajamnu pomoć između kompanija, dok s druge strane, bolje zadovoljava potrebe kupaca i potencijalnu potražnju, jer više kompanija zajedno nudi niz usluga i podrške nakon prodaje.

C2B2C – model e-poslovanja koji predstavlja transakciju između građana (pojedinaца) preko posrednika – poslovnog sajta.

Primer: <http://www.autotrader.com> – kupovina i prodaja automobila.

Objašnjenje:

Sajt predstavlja kompaniju, pravno lice, koje prodaje automobile građanima (pojedincima) – B2C.

Sajt takođe deluje kao posrednik između građana koji prodaju svoje automobile i kupuju polovna vozila, što je C2B2C.



Poslovni model ...

Al-Dabei at al.

"Posao je apstraktni prikaz organizacije, bilo da se radi o konceptualnom, tekstualnom i / ili grafičkim, svih osnovnih međusobno povezanih arhitektonskih, kooperativnih i finansijskih aranžmana dizajniranih i razvijenih od strane organizacije trenutno i u budućnosti, kao i svih osnovnih proizvoda i / ili usluga koje organizacija nudi, ili će ponuditi, na osnovu ovih aranžmana koji su potrebni za postizanje svojih strateških ciljeva. "



Pokretanje

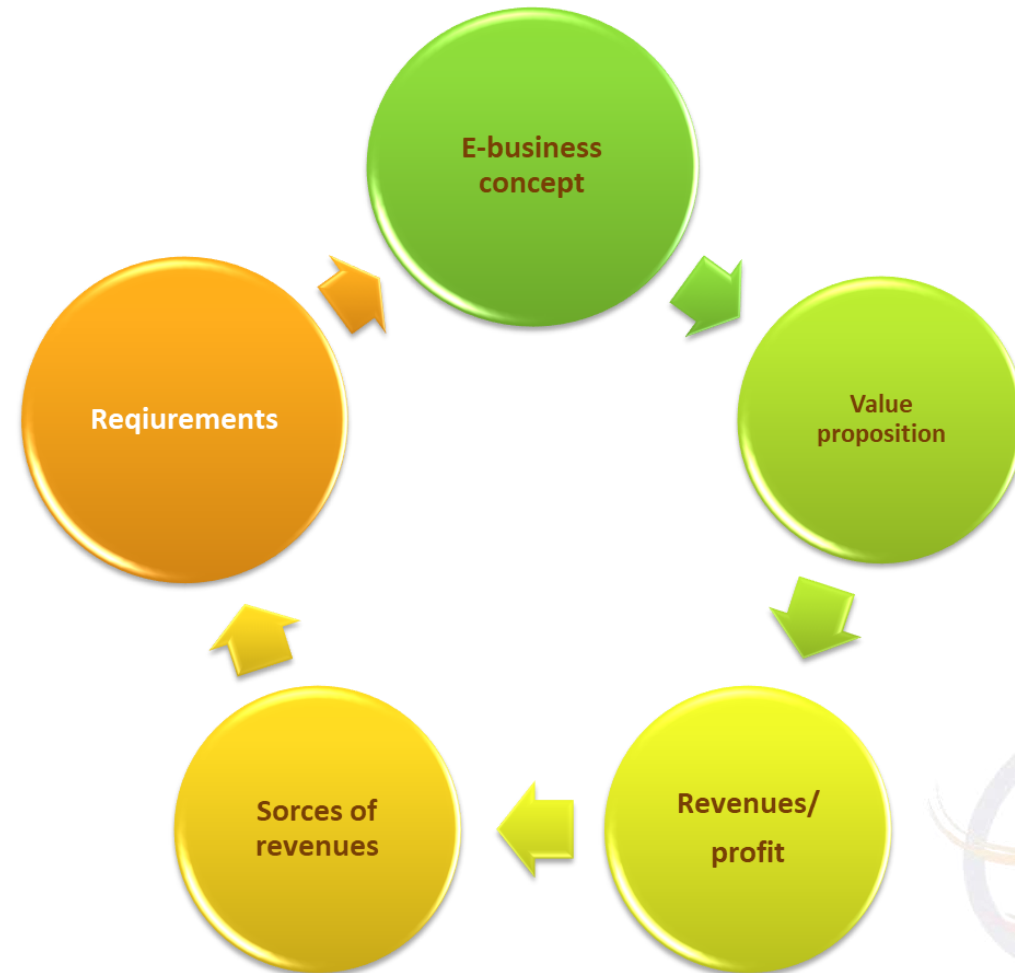
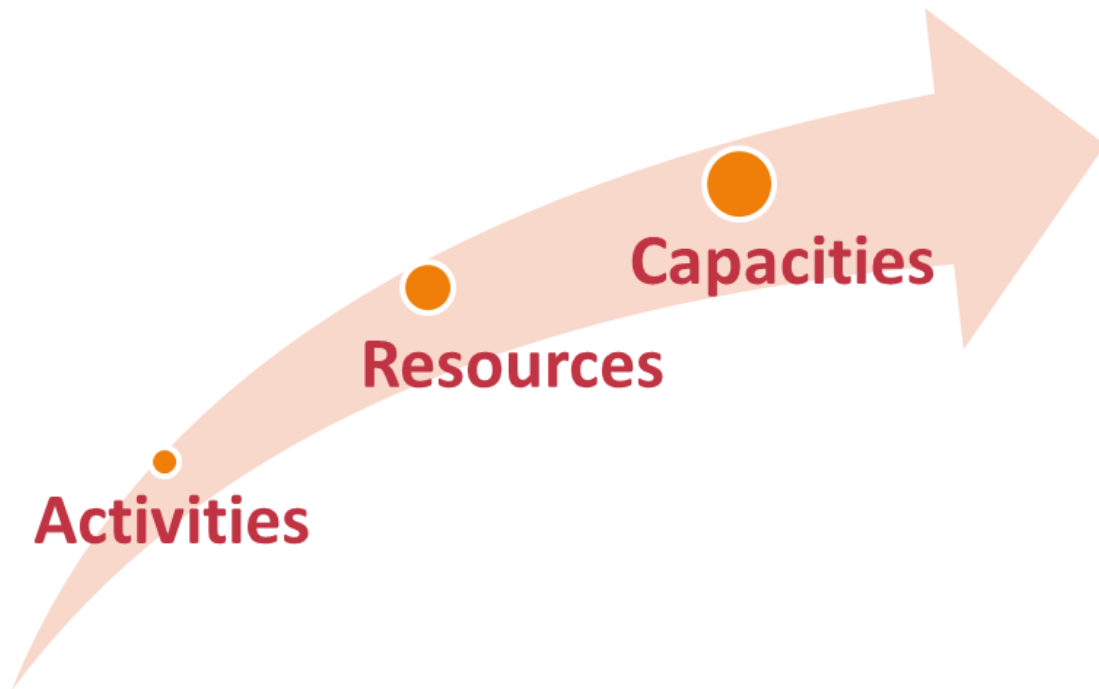
Mogućnosti...

Digitalna ekonomija i e-poslovanje omogućavaju malim preduzećima i pojedincima da uđu na tržište uz minimalna početna ulaganja.

Da biste započeli svoj posao, morate:

- Posvetiti vreme razvoju dobre poslovne ideje (koncept e-biznisa),
- Jasno identifikujte i definišite vrednost koju nudite tržištu (predlog vrednosti),
- Proceniti prihod (prihodi) i proceniti dobit (profit),
- Razmotrite izvore prihoda (izvori prihoda),
- Procenite uslove (zahteve) koje treba ispuniti da bi se pokrenuo posao.





Poslovna ideja...



Business Idea



Profit



Poslovni koncept

Poslovni koncept se zasniva na:

- Strateški, glavni ciljevi i
- Operativni ciljevi.

Strateški ciljevi su ili postignuti ili ne,

Operativni ciljevi su:

- Merljiv
- Postignuto: u potpunosti ili delimično
ili, na primer, u e-poslovanju: 15 jedinica prodatih
dnevno.



Cena proizvoda / usluge...

Cena proizvoda / usluge je važan deo poslovnog koncepta.

Cena zavisi od:

- Kupovna moć ciljnih kupaca,
- Takmičenje (takmičenje),
- Kvalitet proizvoda / usluge,
- Potražnja...

Elektronsko poslovanje omogućava lakši pristup informacijama (pretraživanje konkurentskih sajtova, kontaktiranje klijenata putem Skype-a, e-pošte, SMS-a).



Nova vrednost (dodata vrednost)

Nova vrednost koju pružate klijentima je vrednost koju nudite. To bi trebalo da bude prepoznato od strane ciljnih kupaca. Na osnovu ove vrednosti, oni odlučuju da izaberu NAŠ proizvod / uslugu, a ne konkurenta.

Nova vrednost može biti:

- Niža cena,
- Poboljšana usluga,
- Jednostavnija i praktičnija kupovina (npr. kupovina jednim klikom),
- Brza isporuka,
- Kratko vreme odziva za podršku ili podršku nakon prodaje.



Izvori prihoda i profita...

Izvori prihoda i profita zavise od poslovnog koncepta i usvojenog modela e-poslovanja.

Obično su višestruki izvori.

Uobičajeni izvori prihoda su:

- Direktna prodaja,
- Indirektna prodaja,
- Oglašavanje,
- Pripadnost,
- Naplata naknade ili provizije za usluge treće strane,
- Pokroviteljstvo,
- Pretplata,
- Punjenje za jednokratne usluge ...



Zahtevi (poslovni zahtevi)...

Zahtevi čine čitavu mrežu:

- Akcije (aktivnosti),
- Resursi (materijali) i
- Kapaciteti (mogućnosti)
kako bi započeli posao i počeli da zarađuju.

Aktivnosti obuhvataju širok spektar zadataka, od:

- pribavljanje dozvola i drugih zakonski potrebnih dokumenata,
- Sprovođenje istraživanja tržišta, i
- Priprema radnog prostora.

Resursi mogu uključivati:

- Radna snaga (ljudski resursi, HR),
- Materijali,
- Oprema,
- Radni prostor,
- Prevoz, i
- Vreme (vremenska linija, vremenski okvir).



Društveno i ekonomsko okruženje (e-poslovno okruženje)

Društveno i ekonomsko okruženje (e-poslovno okruženje) je skup svih faktora koji utiču na poslovanje, a koje preduzetnik (vi) ne može da kontroliše.

To može uključivati:

- Poreske promene,
- Tehnološke promene,
- Zakonske izmene,
- Kursna lista ...

Prilikom kreiranja poslovnog modela, promene u bliskoj budućnosti moraju se predvideti i proceniti, barem u naredne tri godine.

Zbog brzih tehnoloških promena, predviđanje duže od tri godine često je nerealno.





Co-funded by
the European Union

Pitanja i odgovori

"Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them."

Network of centers for regional short study programs in the countries of the Western Balkans

Call: ERASMUS-EDU-2023-CBHE

Project number: 101128813



UNIVERSITY OF LJUBLJANA
Faculty of Electrical Engineering



University of Pristina
Kosovska Mitrovica

