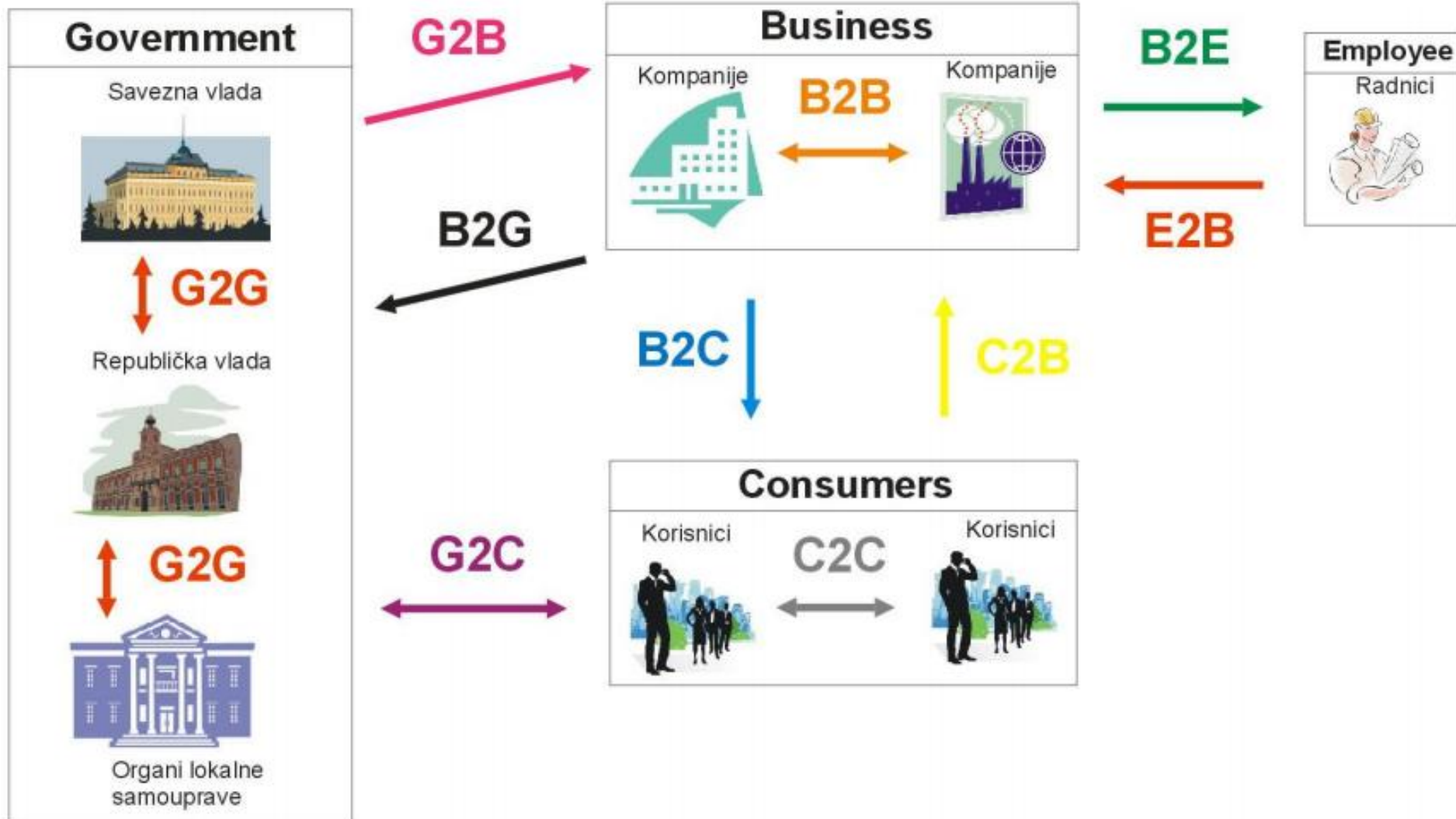


E-POSLOVANJE

Neki od oblika e-poslovanja u
lancima snabdevanja

Učesnici modela e-poslovanja



Najčešće korišćeni oblici e-poslovanja

- Komunikacije između kompanija i krajnjih korisnika obuhvataju sledeće oblike e-poslovanja:
 - ❖ **B2B(Business to Business)** – podrazumeva poslovnu saradnju između poslovnih kompanija koje razmenjuju resurse u obliku proizvoda , usluga ili informacija.
 - ❖ **B2C(Business to Customer)** – podrazumeva elektronsko poslovanje između kompanije i klijenta, gde kompanija klijentu prodaje proizvode, usluge ili informacije.
 - ❖ **C2B(Customer to Business)** – Ovu kategoriju čine pojedinci koji prodaju proizvode ili usluge organizaciji, kao i pojedinci koji traže prodavce i sa njima ostvaruju transakcije,odnosno potrošači su proaktivni(samoinicijativni) prema biznisu (primer ponuda cene za avionsku kartu).

Najčešće korišćeni oblici e-poslovanja

- ❖ **B2E(Business to Employees)** – podrazumeva sistem koji definiše interne procedure i komunikaciju između kompanije i zaposlenih.
- ❖ **E2B(Employees to Business)** – Ovaj oblik e-poslovanja pruža zaposlenima mogućnost poslovne saradnje preko odgovarajućih servisa kompanije koja upotpunjuje njihove poslovne veze.
- ❖ **C2C(Customer to Customer)** – Podrazumeva poslovnu saradnju između klijenata koji razmenjuju resurse u obliku proizvoda, usluga ili informacija.

Najčešće korišćeni oblici e-poslovanja

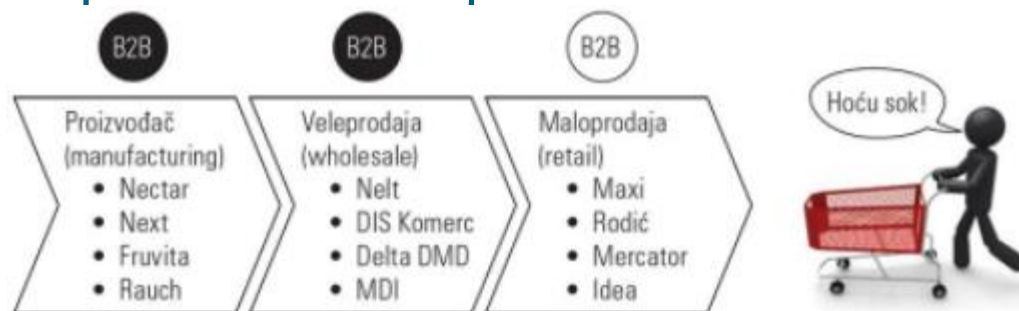
- Komunikacija u elektronskoj Vladi obuhvata:
 - ❖ **G2B(Government to Business)** - Saradnja vlade i poslovnih subjekata kao i drugih pravnih lica. Predstavlja najveću mogućnost za povećanje efikasnosti ekonomije. Postiže se skraćanje vremena izvršenja složenih transakcija i stvara dobra podloga za kvalitetno odlučivanje.
 - ❖ **B2G(Business to Government)** – Je noviji model koji je proizašao iz B2B modela poslovanja.
 - ❖ **G2G(Government to Government)** – Je online ne komercijalna interakcija između Vladinih organizacija, ministarstava i nadležnih organa i drugih Vladinih organizacija.
 - ❖ **G2C(Government to Consumer)** – Je online ne komercijalna interakcija između Vladinih organizacija i privatnih lica.
 - ❖ **G2E(Government to Employees)** - Korišćenje informacione i komunikacione tehnologije u cilju saradnje i koordinacije zaposlenih u Vladinim organima.

Najčešće korišćeni oblici e-poslovanja

- Višestruke transakcije mogu biti :
 - ❖ **P2P(Peer to Peer)** – Je internet protokol za deljenje fajlova.(FileSpree, Blubster)
 - ❖ **B2B2C** – predstavlja noviji model koji je kombinacija korišćenja modela B2B koji podržava preduzeća po modelu B2C.
 - ❖ **C2B2C** – uključuje sprovođenje transakcija između potrošača koristeći online preduzeća kao posrednika.

Strategija B2B

- ❖ B2B je elektronsko poslovanje koje primenjuju kompanije koje svoje proizvode, usluge ili informacije prodaju pravnim licima tj. drugim kompanijama.
- ❖ Radi boljeg razumevanja B2B koncepta može se navesti primer kupovine soka u prodavnici.



- ❖ Kompanija može istovremeno koristiti više različitih oblika e-poslovanja u lancu snabdevanja u zavisnosti od toga ka kome je to poslovanje usmereno.

B2B – specifičnosti u metodologiji

❖ Razlozi za pokretanje B2B koncepta:

- **Smanjeni troškovi transakcija** - Troškovi transakcija nastaju kao posledica transakcija tj. troškova obrada narudžbenica ili poslovnih ponuda, angažovanja radnika u nabavci, a ovi troškovi se smanjuju automatizacijom procesa, eliminacijom duplog rada, smanjenjem grešaka u administraciji i smanjenja vremena naručivanja.
- **Poboljšana efikasnost na tržištu** - Kompanije koje koriste e-poslovanje mogu agregirati narudžbine korisnika i tako dobiti bolju pregovaračku poziciju vezanu za popust na količinu pri naručivanju. E-poslovanjem se stiče bolji uvid u zahteve korisnika, tako da kompanija ima veće izglede da uklopi višak proizvoda u ponudi i ne realizovane zahteve korisnika.
- **Koristi za lanac snabdevanja** - Proizilaze iz bolje koordinacije i saradnje između različitih učesnika u lancu; bolja koordinacija poboljšava stepen iskorišćenja raspoloživih resursa, dok bolja saradnja omogućava raznim učesnicima u lancu da iskoriste raspoložive informacije tako da se omogući ostvarivanje profita za sve.

B2B – specifičnosti u metodologiji

Transakcioni troškovi–koliko oni doprinose kreiranju vrednosti B2B

❖ Uslovi pod kojima se mogu sniziti transakcioni troškovi:

- Ako su transakcije česte i male veličine
- Ako se trenutno za prijem narudžbina korisnika koristi telefon ili faks
- Ako se ulaže mnogo truda da se ukrste materijalni i finansijski tokovi

❖ Transakcioni troškovi se mogu sniziti tako što se proces automatizuje i mnoge aktivnosti (Izbor proizvoda i provera njegove raspoloživosti u skladištu, kao i cene; Identifikacija mogućnosti za supstituciju; Provera platežnih sposobnosti i samo plaćanje; Praćenje narudžbina tokom procesa isporuke)prebace na samog korisnika.

B2B – specifičnosti u metodologiji

Transakcioni troškovi–koliko oni doprinose kreiranju vrednosti B2B

- ❖ Korišćenje e-poslovanja baziranog na Internetu može značajno da smanji transakcione troškove (90% ovih troškova je smanjeno u British Telecom-u).
- ❖ B2B poslovanje bazirano na Internetu se međutim ne isplati mnogo kompanijama koje su već povezane sa svojim glavnim snabdevačima i korisnicima preko EDI-ja, ali je dobra alternativa za povezivanje sa privremenim i korisnicima koji nemaju dovoljno resursa za skupe informacione sisteme i softvere koje zahteva EDI.

B2B specifičnosti u metodologiji

aspekt - poboljšana tržišna efikasnost - koliko ona doprinosi kreiranju vrednosti B2B

- ❖ Efikasnost na tržištu se može postići snižavanjem cena, što opet može da se postigne pod sledećim uslovima:
 - Ako postoji fragmentisano tržište sa mnogo konkurenata bilo sa strane snabdevača, bilo sa strane korisnika (na ovaj način se najbolje može uklopiti prekomerna ponuda sa neispunjenim zahtevima korisnika).
 - Ako se veliki broj korisnika i snabdevača može privući da učestvuje u e-poslovanju (jer se onda mogu iskoristiti prednosti agregiranja, tako da kompanija na kraju dobija relativno stabilnu tražnju i ponudu).
 - Ako se striktno ne zahteva da korisnici ili snabdevači ispunjavaju određene kvote za zaključivanje poslova (onda se stvarno može pronaći korisnik ili snabdevač koji je najpovoljniji za dati posao).

B2B specifičnosti u metodologiji

aspekt - koristi za lanac snabdevanja - koliko one doprinose kreiranju vrednosti B2B

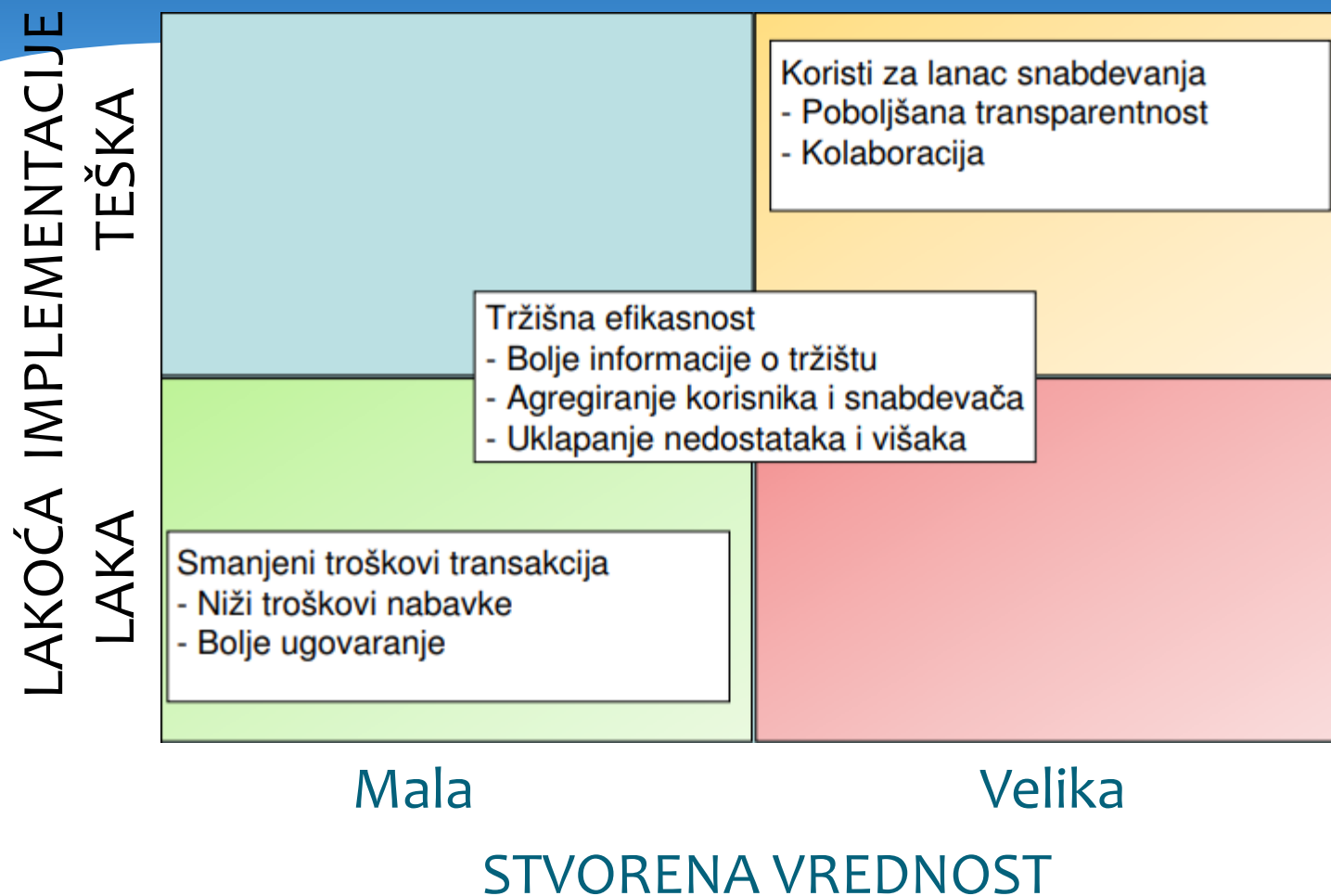
❖ Koristi će najverovatnije biti najveće za industrije koje imaju sledeće karakteristike:

- Izražen Bullwhip efekat (nastao usled distorzije informacija)
- Nizak koeficijent obrta zaliha i mala raspoloživost proizvoda na nivou lanca snabdevanja
- Svaki učesnik ima slabu transparentnost ili sa strane korisnika ili sa strane snabdevača
- Nizak nivo saradnje u lancu sa aspekta promocija i plasmana novog proizvoda
- Kratak životni vek proizvoda

Osnovne razlike B2B i B2C modela

- * B2B sistem je složeniji: firme obično žele da pregovaraju o cenama, rokovima isporuke, strukturi proizvoda, garanciji, tehničkoj i materijalnoj podršci.
- * B2C trgovina zasniva se, najčešće, na izboru proizvoda iz kataloga sa predefinisanim cenama od strane prodavca.
- * B2B sistemi zahtevaju integraciju informacionih sistema firmi koje medjusobno posluju.
- * B2C sistemi ne zahtevaju takvu integraciju (arhitektura sistema “običnih kupaca” može se najčešće ignorisati).

B2B – motivacioni faktori



Primeri

- * Postoji dosta nepoznanica o tome šta sve podrazumeva B2B koncept poslovanja. Najcesce misljenje je da B2C predstavlja prodaju proizvoda na malo, a B2B prodaju na veliko – putem interneta. Mada je prodaja na veliko sastavni deo B2B koncepta, on je mnogo širi od toga.
- * Ako se prepostavi da preduzeća X, Y i Z medjusobno saradjuju. Preduzece X nabavlja materijale, delove i sklopove... iz preduzeca Y i Z, a preduzece Z od preduzeca Y. Da bi se uopšte razmisljalo o B2B konceptu poslovanja – podrazumeva se da svako preduzece ima razvijen racunarom podrzan informacioni sistem i da na pocetku izrade svog operativnog plana za naredni vremenski period poseduje tacan terminski plan izvodjenja svih procesa u preduzecu. B2B koncept poslovanja omogućuje da preduzeca planiraju i izvorsavaju svoje procese uskladjujuci ih sa zahtevima i mogućnostima svojih poslovnih partnera.

Primeri

- * Pioniri ovakvog nacina poslovanja bile su kompanije Fedeks I Del. Ove kompanije su bile fokusirane na prodaju, potrosacke servise I nabavku.
- * Intel prodaje mikroprocesore mnogim proizvođačima racunara, kao što je Dell, Sony
- * Takodje kompanija Merkator S u Srbiji koristi B2B oblik elektronskog poslovanja tako sto je sa svojim dobavljacima povezana elektronskim putem, odnosno elektronskim putem salje trebovanje dobavljacu i nakon odredjenog vremena, od svojih dobavljacka dobija fakturu u elektronskom obliku i detaljne informacije o fizickoj isporuci robe.
- * Kompanija Transpotsped je jos jedan primer kompanije koja koristi B2B oblik elektronskog poslovanja. Transportsped je elektronskim putem povezan sa kompanijom Soko Stark i koja na prijem elektronskog dokumenta(trebovanja) u odredjenom roku uvozno carini kikiriki I isporucuje ga Soko Starku, a takodje je elektronskim putem povezana sa osiguravajucom kompanijom Dunav osiguranje, kojom elektronskim putem salje podatke o robi i vozilu koje je potrebno osigurati, potom u odredjenom vremenskom periodu prima elektronsku verziju polise, dok original stize u roku od 2 radna dana kurirskom sluzbom.



HVALA NA PAŽNJI