



## FAZE RAZVOJA E-POSLOVANJA

Postoji 6 faza u razvoju e-poslovanja:

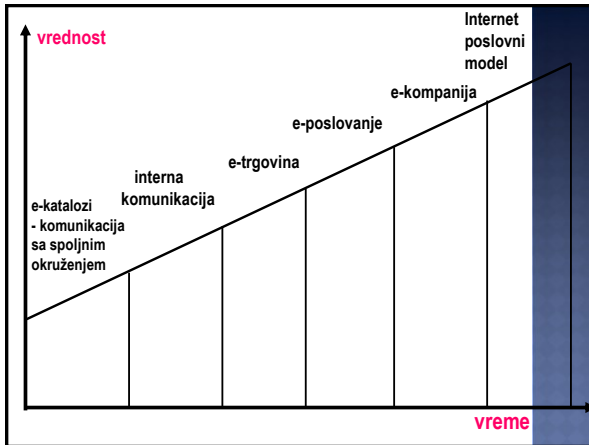
1. Elektronski katalogi -  
protok informacija samo u jednom smeru (statički Web sajtovi)  
Web je mesto sa promotivnim sadržajima koji se distribuiraju poslovnim partnerima
2. Interna komunikacija -  
razvoj Intranet kanala komunikacije unutar kompanija koji stvaraju dobre uslove internim korisnicima za rad  
- bez promena širih razmera

## FAZE RAZVOJA E-POSLOVANJA

3. E-trgovina -  
brza i jeftina platforma za komunikaciju sa formama za naručivanje  
- dvosmerni tokovi informacija
4. E-poslovanje -  
reinženjering unutrašnjih, pozadinskih poslovnih procesa radi ispunjenja zahteva kupaca  
(brzina usluga, personalizacija ponude)

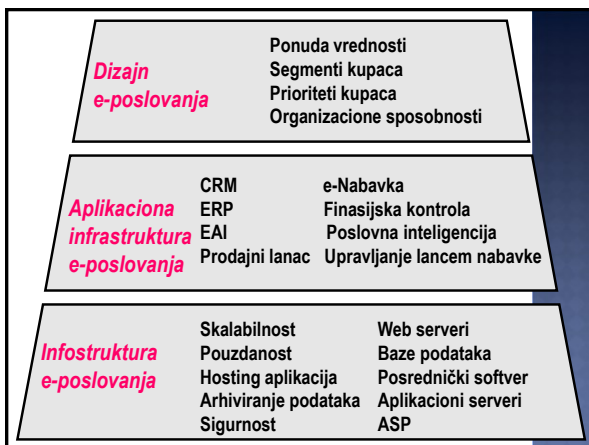
## FAZE RAZVOJA E-POSLOVANJA

5. E-kompanija -  
inteligentno i integralno e-poslovanje omogućava trenutno donošenje odluka, koje se analiziraju u realnom vremenu
6. Internet poslovni model -  
restrukturiranje poslovanja u isključivo elektronski oblik sa neprekidnim učenjem, promenama i inovacijama



## SLOJEVI E-POSLOVANJA

- E-poslovanje karakteriše više promenljivih: tehnologija, kupci, zahtevi, lanci snabdevanja
- Tri osnovna sloja e-poslovanja:
  - Dizajn rešenja e-poslovanja - centralno mesto funkcionisanja strategije
  - Aplikaciona infrastruktura - sloj aplikacija e-poslovanja, mora biti integrisan sa IS u pozadini.
  - Informaciona struktura e-poslovanja - osigurava podršku sloju aplikacija, sadrži pomoćne IKT alate i servise.



## KOLABORATIVNO POSLOVANJE - PARTNERSTVO

- upotreba IKT u zajedničkom radu - dizajnu, razvoju proizvoda, proizvodnji, prodaji i uslugama od strane više kompanija - saradnika
- centar pažnje pomera se sa:
  - razmene transakcija na
  - odnose između učesnika u lancu snabdevanja
- cilj je stvaranje okruženja za obimne komunikacije sa osetljivim dokumentima između poznatih partnera u stvaranju određenih proizvoda/usluga

## TIPOVI PARTNERSTVA

- partnerstvo zajedničkog tržišta
- partnerstvo u okviru industrijske grane
- partnerstvo kupac - snabdevač
- partnerstvo vođeno od strane proizvođača informacionih tehnologija

## PARTNERSTVO ZAJEDNIČKOG TRŽIŠTA

- donosi prednosti svim konkurentima koji se pojavljuju na tržištu
- kombinovani marketinški programi
- primeri:
  - prodaja avionskih karata,
  - rezervacije hotela,
  - iznajmljivanje automobila,
  - bankarske kreditne kartice

## PARTNERSTVO U OKVIRU INDUSTRIJSKE GRANE

- sastoji se iz malih i srednjih kompanija koje vide potrebu da ujedine resurse
- primer:
  - niz finansijskih institucija formiraju zajedničku mrežu elektronskog bankarstva

## PARTNERSTVO KUPAC-SNABDEVAČ

- pruža mogućnost formiranja sistema komunikacije od koje koristi imaju obe strane
- najčešći slučaj partnerstva
- primer:
  - lanac maloprodaje WallMart

## PARTNERSTVO VOĐENO OD STRANE IT PROIZVOĐAČA

- ⦿ IT proizvođač omogućava proizvodnju nestandardnih proizvoda i usluga onima koji koriste njegovu IT platformu
- ⦿ **primer:**  
objava nove (beta) verzije hardvera ili softvera radi testiranja i što bržeg razvoja pratećih proizvoda

## POSLOVNI MODELI E-POSLOVANJA

U odnosu na poslovnu funkcionalnost postoje 3 modela e-poslovanja:

1. rešenja strane koja prodaje (ECR i PIN) - usmerena na prodaju drugim kompanijama i krajnjim korisnicima koja se zasnivaju na Web aplikacijama
2. indirektno naručivanje (industrijski konzorcijumi) - familija rešenja namenjena kompanijama koje kupuju (artikle koji nisu od strateškog značaja za njih)
3. mrežna tržišta predstavljaju mesta na kojima se pojavljuju dve prethodno navedene strane

## ECR - EFIKASAN ODGOVOR POTROŠAČU

- ⦿ ECR - *Efficient Consumer Response* reformiše rad virtuelnih prodavnica preko novih funkcija:
  - razvoj i uvođenje novih proizvoda, promocija i popunjavanje zaliha
  - upotreba barkoda, računarski podržano naručivanje, alternativne metode distribucije
- ⦿ **primer: Proctor & Gamble**  
informacije iz prodavnica sa POS terminala kumulirane kod distributera odmah se prevode u proizvodni plan i dostavljaju glavnim snabdevačima

## PRIVATNE INDUSTRIJSKE MREŽE - PIN

- ⦿ PIN - *Private Industrial Network*  
- najveći segment B2B poslovanja na Internetu
- ⦿ grupa snabdevača okupljena oko jedne velike kompanije - "vlasnika" mreže obično u okviru jedne industrijske grane
- ⦿ "proširene kompanije" sa ERP sistemom velike kompanije na koji se uključuju glavni snabdevači
- ⦿ služe za koordinaciju interorganizacionih poslovnih procesa

## NAMENE PIN-A

- povećanje vidljivosti lanca snabdevanja i upravljanja zalihama
- razvoj efikasnih procesa naručivanja i prodaje u širem okruženju
- čvršće veze između kupaca i prodavaca pomoću predviđanja budućih potreba, komunikacije i rešavanja konflikata
- smanjenje rizika uklanjanjem razlika između ponude i potražnje
- razvoj sistema planiranja resursa kompanije u širem okruženju

## PRIMER: FIAT

- formirana zajednička kompanija Fiat i IBM (IBM pruža usluge logistike na kvalitetnoj komunikacionoj infrastrukturi)
- kompanija prevazilazi svoje fizičke granice i uključuje druge uslužne kompanije - banke, transportere i snabdevače
- koncept proširene kompanije, čvrsto organizovane i standardizovane kooperacije sa centralizovanom logističkom podrškom
- "nervni sistem" koncepta predstavlja snažna IT podrška

## PRIMENA KOLABORACIJE KOD PIN-A

- CPFR - kolaborativno planiranje resursa, predviđanje i popunjavanje - predviđanje potreba, razvoj proizvodnih planova, koordinacija isporuke, proizvodnje i skladištenja.
- Prednosti:
  - vidljivost lanca potreba - saznanja o zalihama u maloprodaji utiču na planove proizvođača, a oni na planove snabdevača, čime se
    - izbegavaju tržišni viškovi i smanjuju potrebe za rasprodajama
  - koordinacija marketinga i dizajna proizvoda - predstavlja "zatvorenu petlju marketinga" gde povratne informacije od kupaca direktno utiču na dizajn i proizvodnju

## PRIMER: WALMART



- Maloprodajni lanac ostvario je 1980. godine prodaju od milijardu dolara
- 1989. nakon izgradnje EDI sistema kolaborativnog poslovanja dostigao 26 milijardi dolara
- 2000. nakon nadgradnje u sistem maloprodajnih veza i prelaska na Ekstranet ukupna prodaja je 91 milijarda dolara

## WALMART



- ⦿ 2006. sistem kolaborativnog predviđanja, planiranja i popune zaliha (CPFR) donosi realizaciju od 163 milijardi dolara
  - služba nabavke dobija agregirane podatke o potrebama svih 6.622 prodajnih centara WalMarta
  - snabdevači slobodno pristupaju podacima o zalihama, narudžbama, stanju računa i predviđanjima prodaje zasnovanim na istorijskim podacima u bazi podataka WalMarta

## PREPREKE UVOĐENJU PIN-A

- ⦿ kompanije teško prihvataju deljenje i vidljivost podataka koje su smatrale za poverljive;
- ⦿ kompleksna integracija ERP aplikacija i EDI mreža u novi ambijent;
  - ⦿ ERP aplikacije nisu dizajnirane da funkcionišu u otvorenom okruženju - zahtevaju ozbiljne intervencije;
- ⦿ zaposleni su godinama usmeravani da budu lojalni svojim kompanijama, a sada treba da prihvate novu privrženost proširenim kompanijama;
- ⦿ svi učesnici osim vlasnika mreže gube deo svoje samostalnosti.

## INDUSTRIJSKI KONZORCIJUMI

- ⦿ tržište upravljano od veće grupe kompanija iste industrijske grane preko kojeg je omogućena direktna kupovina od određene grupe snabdevača
- ⦿ unifikacija snabdevačkog lanca u industrijskoj grani preko zajedničke mreže i računarske platforme
- ⦿ to je vizija vodećih klasičnih kompanija koje su odlučile da izgrade sopstvena tržišta
- ⦿ najpoznatija iskustva:
  - Transora, Covisint, Orbitz, Auction*

## TRANSORA



- ⦿ E-konzorcijum osnovan 2000. od 50 velikih industrijskih kompanija
- ⦿ danas u sastavu ima više od 150 velikih snabdevača maloprodaje (24 od 25 najvećih)
- ⦿ osnivački kapital od 238 miliona dolara
- ⦿ *Coca Cola, Pepsi, Cadbury Schweppes, Nestle, Heinz, Heineken, Cargill, Kellogg, Kraft, Procter & Gamble, Colgate-Palmolive, Johnson & Johnson, Unilever, Gillette, Eastman Kodak*
- ...

## COVISINT

**covisint**  
a subsidiary of Consochem Corporation

- ◉ jedinstveni elektronski konzorcijum proizvođača u automobilskoj industriji
- ◉ osnovala ga 1999. "velika trojka" iz Detroita: *Ford, General Motors i Daimler Chrysler*
- ◉ uloženo 200 miliona dolara
- ◉ pridružili se *Nissan-Renault* i *PSA Peugeot-Citroen*
- ◉ za 3 godine smanjeni troškovi snabdevanja i proizvodnje za 16% kod članova

## AUCTION

**Auction.com**  
Everyone's Internet Market Place

- ◉ Osnovale vodeće medijske kompanije: *Washington Post, New York Times, Tribune Company, Times Mirror...*
- ◉ Ideja: da skupi oglase sa manjih lokalnih izvora na jedan veliki aukcijski sajt

## INDUSTRIJSKI KONZORCIJUMI

Iskustva ovih konzorcijuma pokazuju da ovakva organizaciona rešenja:

- ◉ smanjuju troškove proizvodnje,
- ◉ ubrzavaju isporuku novih proizvoda i
- ◉ revolucionarno utiču na procese proizvodnje i načine naručivanja materijala.

## MREŽNA TRŽIŠTA

- ◉ hiljade snabdevača i stotine glavnih naručilaca, pri čemu se snabdevači takmiče međusobno u ceni i drugim uslovima
- ◉ transakcije su automatizovane i što jeftinije
- ◉ razlikujemo e-distributere, e-nabavljače i razmene