

Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο
Σχολή Ηλεκτρολόγων Μηχανικών & Μηχανικών Υπολογιστών



Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα
Τεχνο-οικονομικά Συστήματα

ΜΑΘΗΜΑ: Ηλεκτρονικές Συναλλαγές

ΔΙ-ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ
- B2B -

Διδάσκοντες:

Επικ. Καθηγήτης Δ. Ασκούνης, Δρ. Ι. Χαραλαμπίδης



1. ΑΡΧΕΣ, ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΟΥ ΗΕ Β2Β

↳ Βασικές αρχές Β2Β

Ηλεκτρονικό εμπόριο επιχείρησης με επιχείρηση, ΗΕ Β2Β (business – to – business e – commerce, Β2Β ΕC): Συναλλαγές ανάμεσα σε επιχειρήσεις, που διεξάγονται ηλεκτρονικά μέσω του Internet, εξωδικτύων, ενδοδικτύων ή ιδιωτικών δικτύων.

Επίσης είναι γνωστό ως ηλεκτρονικό Β2Β, ή απλώς Β2Β.

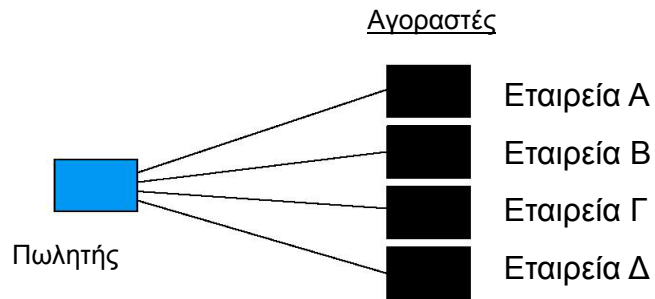


1. ΑΡΧΕΣ, ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΟΥ ΗΕ Β2Β

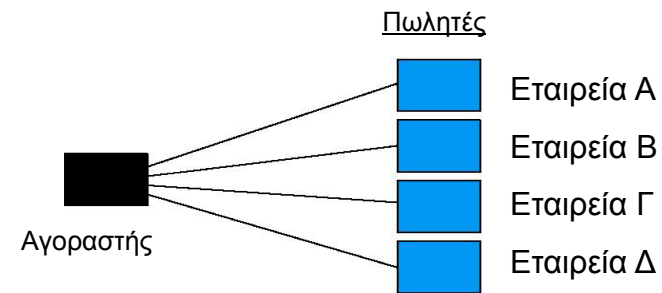
Κύριοι παράγοντες καθοδήγησης Β2Β:

1. Η διαθεσιμότητα μιας ασφαλούς πλατφόρμας ευρυζωνικού Internet, ιδιωτικές και δημόσιες θέσεις αγορών Β2Β,
2. Η ανάγκη συνεργασίας ανάμεσα σε προμηθευτές και αγοραστές,
3. Η δυνατότητα να κερδίσουν χρήματα, να μειώσουν τις καθυστερήσεις και να βελτιώσουν τη συνεργασία, και
4. Η εμφάνιση αποτελεσματικών τεχνολογιών για ενδο – επιχειρησιακή ολοκλήρωση.

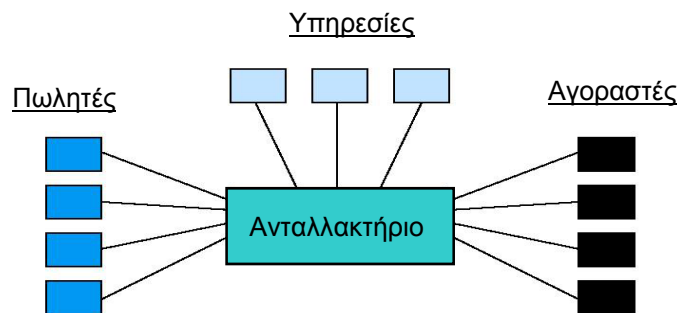
ΤΥΠΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ B2B



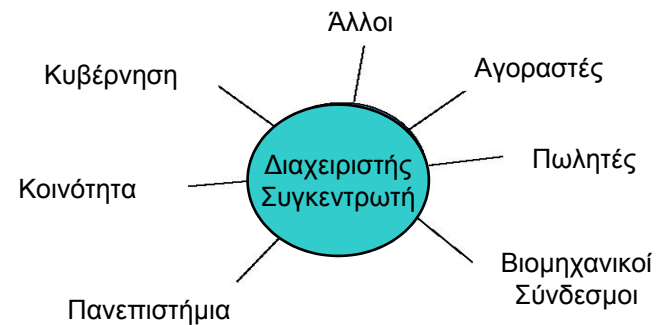
(α) B2B στην πλευρά του πωλητή



(β) B2B στην πλευρά του αγοραστή



(γ) Ηλεκτρονική (δικτυακή) Θέση Αγορών



(δ) Συνεργατικό Εμπόριο



1. ΑΡΧΕΣ, ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΟΥ ΗΕ Β2Β

↪ Βασικοί τύποι συναλλαγών Β2Β

▷ Ένας προς πολλούς και πολλοί προς ένα:

Επιχειρηματοκεντρικό ΗΕ (company – centric EC), ηλεκτρονικό εμπόριο: που εστιάζεται στις ανάγκες αγορών (πολλοί προς ένα ή πλευρά αγοραστή) ή στις ανάγκες πωλήσεων (ένας προς πολλούς ή πλευρά πωλητή) μίας μόνο επιχείρησης.

Ιδιωτικές ηλεκτρονικές θέσεις αγορών (private e – marketplaces): αγορές στις οποίες μία μόνο εταιρεία στην πλευρά του πωλητή ή στην πλευρά του αγοραστή έχει τον πλήρη έλεγχο σχετικά με το ποιος συμμετέχει στη συναλλαγή αγοράς ή πώλησης.



1. ΑΡΧΕΣ, ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΟΥ ΗΕ Β2Β

- Διαμεσολαβητές χρησιμοποιούνται συχνά:

- Δημοπρασίες

- Συγκεντρώσεις μικρών αγοραστών

- Σύνθετες συναλλαγές

- Πολλοί προς πολλούς: ανταλλακτήρια

Ανταλλακτήρια (exchanges, trading communities, trading exchanges): ηλεκτρονικές θέσεις αγορών πολλών προς πολλούς, που συνήθως είναι ιδιοκτησία και η λειτουργία τους ελέγχεται από έναν τρίτο ή από ένα κονσόρτιουμ, μέσα στο οποίο συναντώνται ηλεκτρονικά πολλοί αγοραστές και πολλοί πωλητές για να διαπραγματευθούν μεταξύ τους. Καλούνται, επίσης, κοινότητες διαπραγμάτευσης ή ανταλλακτήρια διαπραγματεύσεων.



1. ΑΡΧΕΣ, ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΟΥ ΗΕ Β2Β

▸ Πολλοί προς πολλούς: ανταλλακτήρια

Δημόσιες ηλεκτρονικές θέσεις αγορών (public e – marketplaces): ανταλλακτήρια τρίτων, που είναι ανοικτά σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (πωλητές και αγοραστές).

B2B2C: μία επιχείρηση πουλά σε μία επιχείρηση, αλλά μεταφέρει μικρές ποσότητες σε μεμονωμένους ή επιχειρησιακούς πελάτες.



1. ΑΡΧΕΣ, ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΟΥ ΗΕ Β2Β

▸ Τύποι συναλλαγών

Άμεσες αγορές (spot buying): η αγορά αγαθών και υπηρεσιών, όταν χρειάζονται, συνήθως στις επικρατούσες τιμές της αγοράς.

Στρατηγικές προμήθειες (strategic sourcing): αγορές που περιλαμβάνουν μακροχρόνια συμβόλαια, τα οποία συνήθως βασίζονται σε ιδιωτικές διαπραγματεύσεις ανάμεσα σε πωλητές και αγοραστές.



1. ΑΡΧΕΣ, ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΟΥ ΗΕ Β2Β

▸ Τύποι υλικών / προϊόντων που διακινούνται

Πρώτες ύλες (direct materials): υλικά που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή ενός προϊόντος (π.χ. χάλυβας για αυτοκίνητα ή χαρτί για βιβλία).

Βοηθητικές ύλες (indirect materials): υλικά που χρησιμοποιούνται για υποστήριξη της παραγωγής (π.χ. γραφική ύλη ή υλικά συσκευασίας).

Υλικά συντήρησης, επισκευής και λειτουργίας, ΣΕΛ (maintenance, repairs and operations, MRO): βοηθητικές ύλες, οι οποίες χρησιμοποιούνται για δραστηριότητες που υποστηρίζουν την παραγωγή.



1. ΑΡΧΕΣ, ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΟΥ ΗΕ Β2Β

▸ Κατεύθυνση του εμπορίου

Κάθετες θέσεις αγορών (vertical marketplaces): αγορές που ασχολούνται με έναν κλάδο ή ένα τμήμα ενός κλάδου της βιομηχανίας (π.χ. χάλυβας, χημικά).

Οριζόντιες θέσεις αγορών (horizontal marketplaces): αγορές που επικεντρώνονται σε μια υπηρεσία, σε υλικά ή σε ένα προϊόν, που χρησιμοποιείται σε όλους τους κλάδους της βιομηχανίας (π.χ. είδη γραφείου, PC).



1. ΑΡΧΕΣ, ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΟΥ ΗΕ Β2Β

↪ Σχέσεις αλυσίδας προμηθειών στο Β2Β

- ▶ Μία ιδιωτική ηλεκτρονική θέση αγορών Β2Β παρέχει σε μία εταιρεία μία ισχυρή αλυσίδα προμηθειών και μεγάλες δυνατότητες για ηλεκτρονικές αλληλεπιδράσεις.
- ▶ Η δημόσια ηλεκτρονική θέση αγορών παρέχει σε μία επιχείρηση μεγάλες δυνατότητες αγορών και πωλήσεων, αλλά έχει ως αποτέλεσμα μικρή ισχύ της αλυσίδας προμηθειών.
- ▶ Χρησιμοποιώντας έναν διαμεσολαβητή για να κάνει τις αγορές και τις πωλήσεις, θα έχουν μικρή ισχύ αλυσίδας προμηθειών και δυνατότητες αγορών / πωλήσεων.

ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΗΡΙΩΝ B2B

	Πρώτες Ύλες	Βοηθητικές Ύλες
Συστηματική προμήθεια	<p>(1) Κάθετοι διανομείς plastics.com epapertrade.com</p> <p>Μέθοδοι: Συγκέντρωση, σταθερές / διαπραγματευόμενες τιμές</p>	<p>(2) Οριζόντιοι διανομείς mro.com</p> <p>Μέθοδοι: συγκέντρωση, σταθερές / διαπραγματευόμενες τιμές</p>
Άμεση προμήθεια	<p>(3) Κάθετα ανταλλακτήρια isteelasia.com chemconnect.com</p> <p>Μέθοδοι: ταίριασμα, Δυναμική διαμόρφωση τιμής</p>	<p>(4) Οριζόντια ανταλλακτήρια employease.com</p> <p>Μέθοδοι: ταίριασμα, δυναμική διαμόρφωση τιμής</p>



1. ΑΡΧΕΣ, ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΟΥ ΗΕ Β2Β

↪ Εικονικές εταιρείες υπηρεσιών στο Β2Β

- ▶ Υπηρεσίες ταξιδιών και διασκέδασης
- ▶ Κτηματομεσιτικές υπηρεσίες
- ▶ Χρηματοοικονομικές υπηρεσίες
- ▶ Ηλεκτρονική διαπραγμάτευση μετοχών
- ▶ Ηλεκτρονική χρηματοδότηση
- ▶ Άλλες ηλεκτρονικές υπηρεσίες



1. ΑΡΧΕΣ, ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΟΥ ΗΕ Β2Β

↪ Οφέλη του Β2Β

- ▶ Εξαλείφει τη γραφειοκρατία.
- ▶ Μειώνει το χρόνο κύκλο εργασιών.
- ▶ Μειώνει το κόστος και το χρόνο αναζήτησης για τους αγοραστές.
- ▶ Αυξάνει την παραγωγικότητα των υπαλλήλων που ασχολούνται με αγορές ή / και πωλήσεις.
- ▶ Μειώνει τα σφάλματα και βελτιώνει την ποιότητα των υπηρεσιών.
- ▶ Μειώνει τα επίπεδα και το κόστος των αποθεμάτων.
- ▶ Αυξάνει την ευελιξία την παραγωγής, επιτρέποντας να γίνεται έγκαιρη παράδοση.
- ▶ Διευκολύνει τη μαζική εξειδίκευση.
- ▶ Αυξάνει τις ευκαιρίες συνεργασίες.



1. ΑΡΧΕΣ, ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΟΥ ΗΕ Β2Β

↪ Περιορισμοί του Β2Β

- ▶ Σύγκρουση καναλιών
- ▶ Λειτουργία δημόσιων ανταλλαγών
- ▶ Αποβολή του διανομέα ή του εμπόρου λιανικής



2. ΕΝΑΣ ΠΡΟΣ ΠΟΛΛΟΥΣ: ΘΕΣΕΙΣ ΑΓΟΡΩΝ ΣΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΠΩΛΗΤΗ

✎ Μοντέλα και δραστηριότητες στην πλευρά του πωλητή

Ηλεκτρονική θέση αγορών στην πλευρά του πωλητή (sell – side e – marketplace): μία θέση αγορών μέσω του Web, στην οποία μία εταιρεία πωλεί σε πολλούς επιχειρηματικούς αγοραστές από ηλεκτρονικούς καταλόγους ή από δημοπρασίες, συνήθως επάνω σε ένα εξωδίκτυο (extranet).



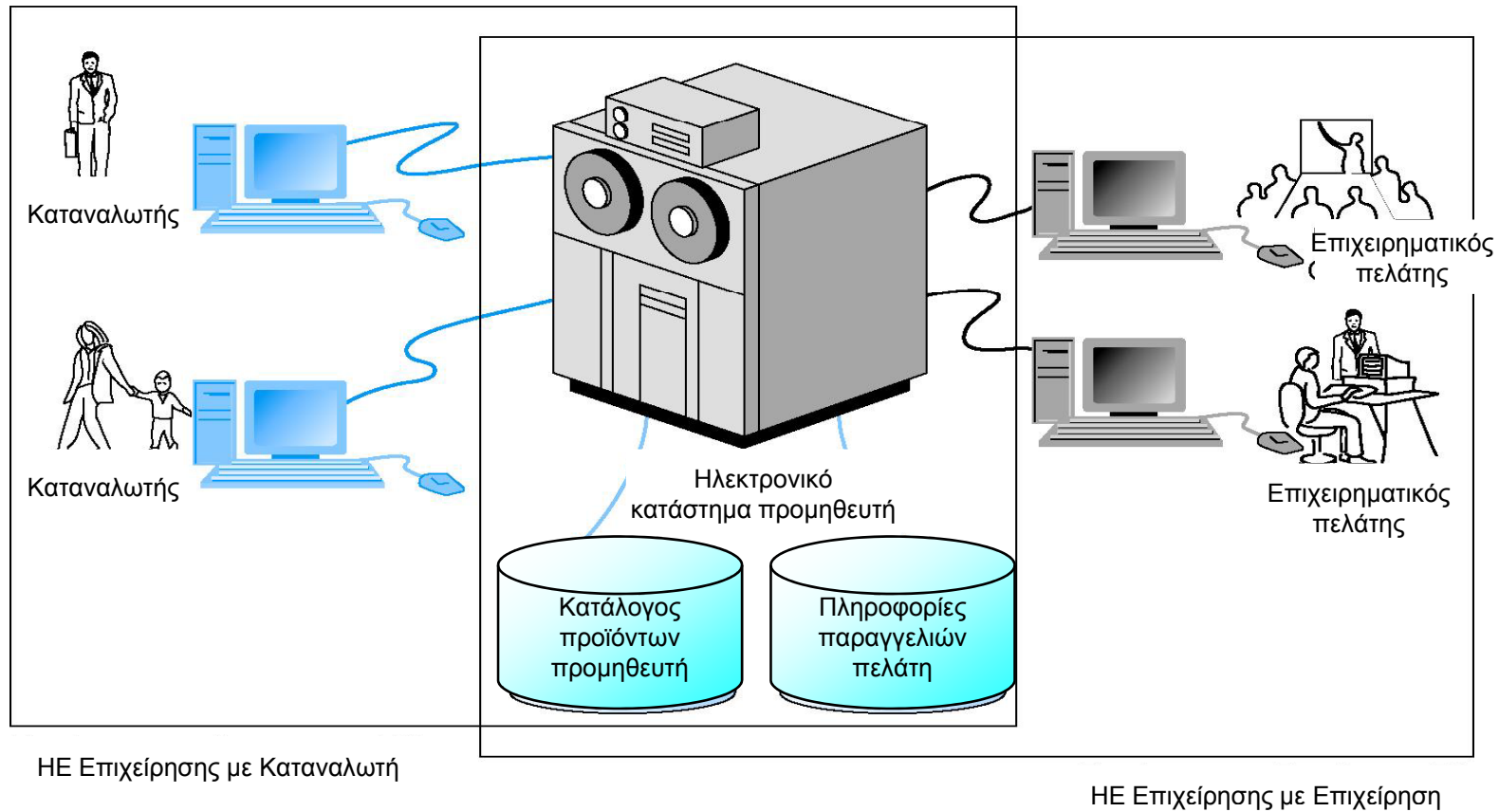
2. ΕΝΑΣ ΠΡΟΣ ΠΟΛΛΟΥΣ: ΘΕΣΕΙΣ ΑΓΟΡΩΝ ΣΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΠΩΛΗΤΗ

✎ Μοντέλα και δραστηριότητες στην πλευρά του πωλητή

Τρεις κύριες μεθόδους απευθείας πωλήσεων:

1. Πώληση από ηλεκτρονικούς καταλόγους,
2. Πώληση μέσω προωθητικών δημοπρασιών,
3. Πώληση ένα προς ένα, συνήθως μέσω της διαπραγμάτευσης ενός μακροχρόνιου συμβολαίου.

ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΘΕΣΗΣ ΑΓΟΡΩΝ B2B ΣΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΠΩΛΗΤΗ





2. ΕΝΑΣ ΠΡΟΣ ΠΟΛΛΟΥΣ: ΘΕΣΕΙΣ ΑΓΟΡΩΝ ΣΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΠΩΛΗΤΗ

✎ Απευθείας πωλήσεις από καταλόγους

- ▶ Μία εταιρεία μπορεί να παρέχει έναν κατάλογο για όλους τους πελάτες της ή έναν εξειδικευμένο κατάλογο για κάθε πελάτη.
- ▶ Οφέλη:
 - Χαμηλότερο κόστος επεξεργασίας παραγγελιών,
 - Ταχύτερος χρόνος εξυπηρέτησης παραγγελίας,
 - Λιγότερα λάθη,
 - Μικρότερο κόστος αναζήτησης για εύρεση αγοραστών.




2. ΕΝΑΣ ΠΡΟΣ ΠΟΛΛΟΥΣ: ΘΕΣΕΙΣ ΑΓΟΡΩΝ ΣΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΠΩΛΗΤΗ

✎ Απευθείας πωλήσεις από καταλόγους


Περιορισμοί:

- ▶ Οι μικροί απευθείας πωλητές αντιμετωπίζουν το πρόβλημα πως θα βρουν αγοραστές.
- ▶ Αν χρησιμοποιείται παραδοσιακό EDI, το κόστος για τον πελάτη μπορεί να είναι υψηλό. Αυτό λύνεται με τη μεταφορά εγγράφων μέσω του διαδικτύου ή μέσω εξωδικτύων.



3. ΕΝΑΣ ΠΡΟΣ ΠΟΛΛΟΥΣ: ΘΕΣΕΙΣ ΑΓΟΡΩΝ ΣΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΑΓΟΡΑΣΤΗ & ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΣ


Ηλεκτρονική Θέση αγορών στην πλευρά του αγοραστή (buy – side e – marketplace): μία εταιρική ιστοθέση προμηθειών, που χρησιμοποιεί αντίστροφες δημοπρασίες, διαπραγματεύσεις, ομαδικές αγορές ή οποιαδήποτε άλλη μέθοδο ηλεκτρονικού εφοδιασμού.



3. ΕΝΑΣ ΠΡΟΣ ΠΟΛΛΟΥΣ: ΘΕΣΕΙΣ ΑΓΟΡΩΝ ΣΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΑΓΟΡΑΣΤΗ & ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΣ


⇒ Μέθοδοι εφοδιασμού

- ▶ Αγορά από κατασκευαστές, χονδρέμπορους ή εμπόρους λιανικής από τους καταλόγους τους και πιθανώς μετά από διαπραγματεύσεις.
- ▶ Αγορά από τον κατάλογο ενός διαμεσολαβητή, που συγκεντρώνει καταλόγους πωλητών ή αγορά σε βιομηχανικά εμπορικά κέντρα.
- ▶ Αγορά από τον εσωτερικό κατάλογο ενός αγοραστή, στον οποίο έχουν συγκεντρωθεί κατάλογοι προμηθευτών που περιλαμβάνουν και συμφωνημένες τιμές.



3. ΕΝΑΣ ΠΡΟΣ ΠΟΛΛΟΥΣ: ΘΕΣΕΙΣ ΑΓΟΡΩΝ ΣΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΑΓΟΡΑΣΤΗ & ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΣ

- ▶ Διεξαγωγή δημοπρασιών ή αντίστροφων δημοπρασιών μέσα σε ένα σύστημα, όπου οι προμηθευτές ανταγωνίζονται μεταξύ τους, μέθοδος που χρησιμοποιούνται για μεγάλα αντικείμενα ή για μεγάλες ποσότητες.
- ▶ Αγορά σε ιστοθέσεις ιδιωτικών ή δημόσιων δημοπρασιών, όπου ο οργανισμός συμμετέχει ως ένας από τους αγοραστές.
- ▶ Σύνδεση σε ένα σύστημα ομαδικών αγορών, που συγκεντρώνει τη ζήτηση των συμμετεχόντων, δημιουργώντας μεγάλο όγκο.
- ▶ Συνεργασία με προμηθευτές για μοίρασμα πληροφοριών περί πωλήσεων και αποθεμάτων, για να μειωθούν τα αποθέματα και να μειωθεί η πιθανότητα εξάντλησης αποθεμάτων και να βελτιωθεί η υπηρεσία έγκαιρης παράδοσης.




3. ΕΝΑΣ ΠΡΟΣ ΠΟΛΛΟΥΣ: ΘΕΣΕΙΣ ΑΓΟΡΩΝ ΣΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΑΓΟΡΑΣΤΗ & ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΣ

⇒ Οφέλη ηλεκτρονικού εφοδιασμού

Ηλεκτρονικός εφοδιασμός (e – procurement): η ηλεκτρονική κτήση αγαθών και υπηρεσιών για επιχειρήσεις.


Αυτοματοποιώντας και ομαλοποιώντας τις περίπλοκες ρουτίνες της διαδικασίας αγορών, οι επαγγελματίες αγορών μπορούν να εστιάσουν την προσοχή τους σε πιο στρατηγικές αγορές.



3. ΕΝΑΣ ΠΡΟΣ ΠΟΛΛΟΥΣ: ΘΕΣΕΙΣ ΑΓΟΡΩΝ ΣΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΑΓΟΡΑΣΤΗ & ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΣ

⇒ Στόχοι ηλεκτρονικού εφοδιασμού


- ▶ Αύξηση παραγωγικότητας των πρακτόρων αγορών.
- ▶ Μείωση των τιμών αγορών μέσω προτυποποίησης προϊόντων και συνένωσης αγορών.
- ▶ Βελτίωση της ροής και διαχείρισης πληροφοριών.
- ▶ Ελαχιστοποίηση αγορών που γίνονται από προμηθευτές, με τους οποίους δεν υπάρχει σύμβαση.
- ▶ Βελτίωση διαδικασίας πληρωμών.
- ▶ Καθορισμός αποδοτικών, συνεργατικών σχέσεων με προμηθευτές.
- ▶ Επιβεβαίωση έγκαιρης παράδοσης.
- ▶ Μείωση των απαιτήσεων δεξιοτήτων και των αναγκών εκπαίδευσης των πρακτόρων αγορών.



3. ΕΝΑΣ ΠΡΟΣ ΠΟΛΛΟΥΣ: ΘΕΣΕΙΣ ΑΓΟΡΩΝ ΣΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΑΓΟΡΑΣΤΗ & ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΣ

⇒ Στόχοι ηλεκτρονικού εφοδιασμού (συνέχεια)

- Μείωση του αριθμού των προμηθευτών.
- Ομαλοποίηση της διαδικασίας αγορών, καθιστώντας την απλή και γρήγορη.
- Μείωση του διαχειριστικού κόστους επεξεργασίας ανά παραγγελία, μέχρι και 90%.
- Εύρεση νέων προμηθευτών και πωλητών, οι οποίοι μπορούν να παρέχουν αγαθά και υπηρεσίες ταχύτερα ή / και φθηνότερα.
- Ολοκλήρωση διαδικασίας εφοδιασμού με έλεγχο προϋπολογισμού με ένα αποδοτικό και αποτελεσματικό τρόπο.
- Ελαχιστοποίηση ανθρώπινων λαθών κατά τη διαδικασία αγοράς και αποστολής.
- Παρακολούθηση και ρύθμιση αγοραστικής συμπεριφοράς.



3. ΕΝΑΣ ΠΡΟΣ ΠΟΛΛΟΥΣ: ΘΕΣΕΙΣ ΑΓΟΡΩΝ ΣΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΑΓΟΡΑΣΤΗ & ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΣ

⇒ Υλοποίηση ηλεκτρονικού εφοδιασμού

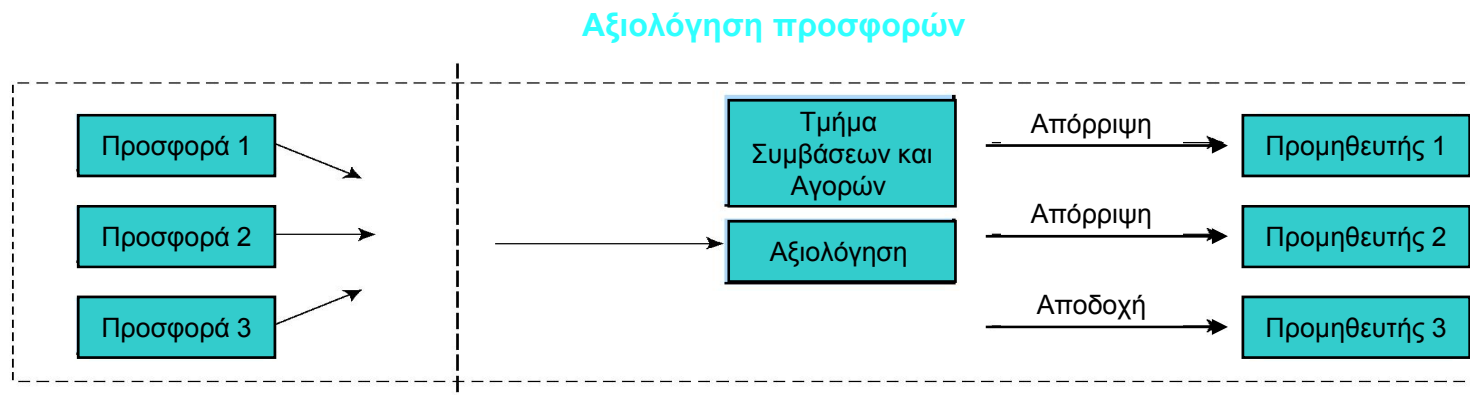
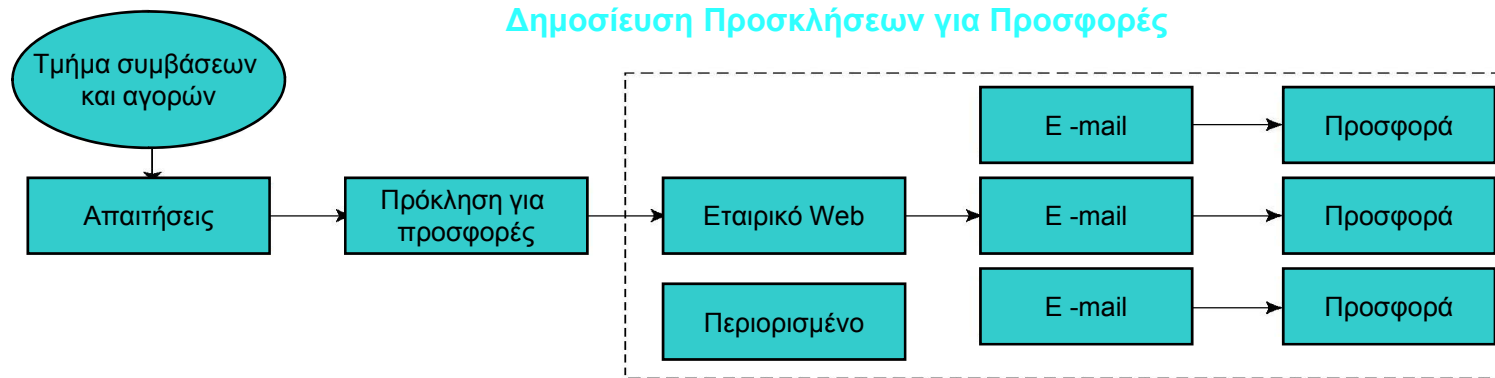
- ▶ Τοποθέτηση ηλεκτρονικού εφοδιασμού μέσα στη στρατηγική ΗΕ της εταιρείας.
- ▶ Επισκόπηση και αλλαγή της ίδιας της διαδικασίας εφοδιασμού.
- ▶ Παροχή διασυνδέσεων ανάμεσα στον ηλεκτρονικό εφοδιασμό και στα ολοκληρωμένα πληροφοριακά συστήματα της επιχείρησης, όπως το ERP ή το σύστημα διαχείρισης της αλυσίδας προμηθειών.
- ▶ Συντονισμός του πληροφοριακού συστήματος του αγοραστή με τα πληροφοριακά συστήματα των πωλητών.
- ▶ Συνένωση με τα πληροφοριακά συστήματα των τακτικών προμηθευτών και με τις επιχειρησιακές τους διεργασίες.



4. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΘΕΣΕΙΣ ΑΓΟΡΩΝ ΣΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΑΓΟΡΑΣΤΗ: ΑΝΤΙΣΤΡΟΦΕΣ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΕΣ

Πρόσκληση για υποβολή προσφοράς (request for quote, RFQ): η «πρόσκληση» για συμμετοχή σε ένα σύστημα υποβολής προσφορών.

Η ΔΙΕΡΓΑΣΙΑ ΑΝΤΙΣΤΡΟΦΗΣ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΑΣ





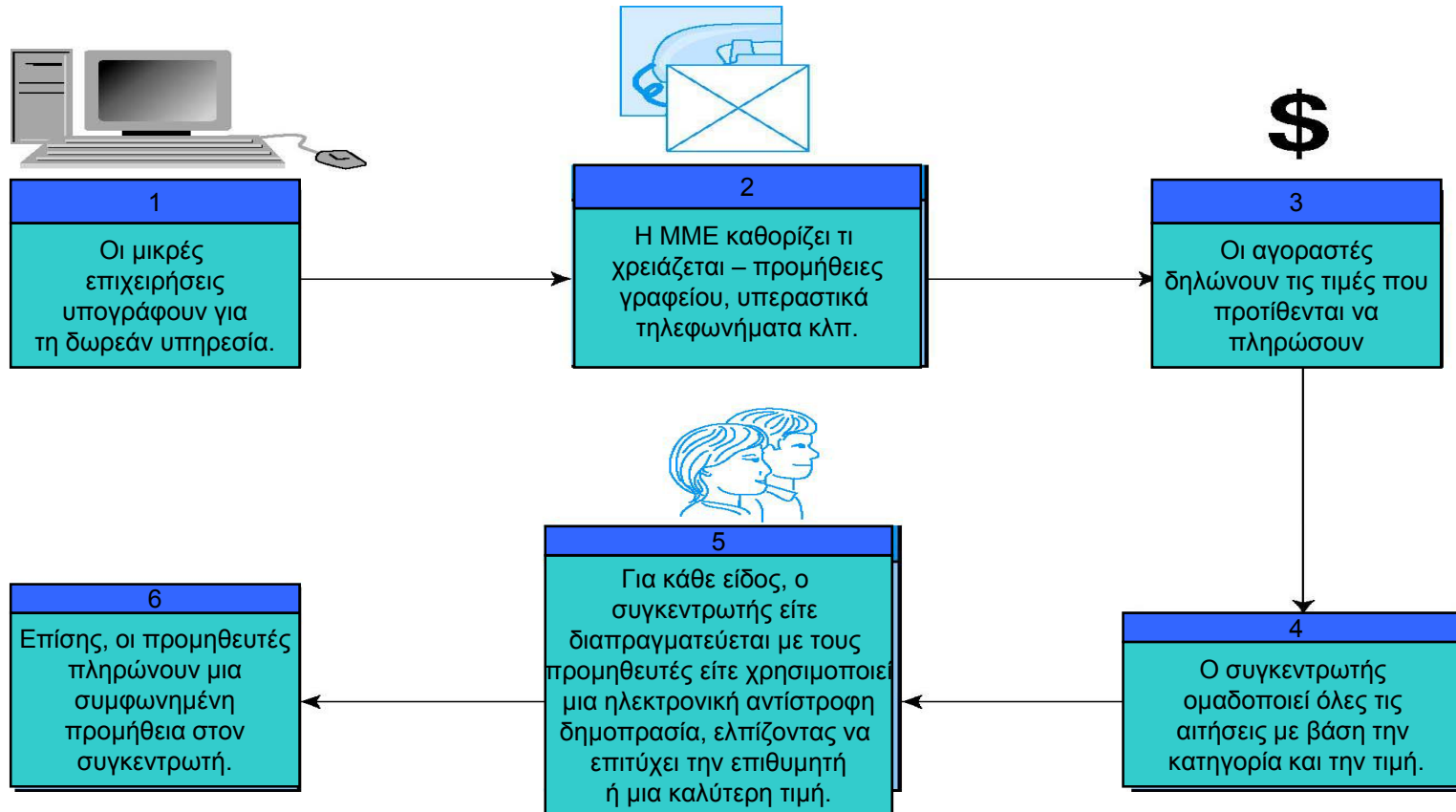
5. ΑΛΛΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΥ

Εσωτερική θέση αγορών (internal marketplace): οι συγκεντρωτικοί κατάλογοι όλων των εγκεκριμένων προμηθευτών, συνδυασμένοι σε ένα μόνο εσωτερικό κατάλογο.

Αγορές από το γραφείο (desktop purchasing): απευθείας αγορές από εσωτερικές θέσεις αγορών, χωρίς την έγκριση προϊσταμένων και χωρίς την παρέμβαση του τμήματος εφοδιασμού.

Συστήματα αγορών από το γραφείο (desktop purchasing systems): λογισμικό που αυτοματοποιεί και υποστηρίζει λειτουργίες αγορών για επαγγελματίες, η εργασία των οποίων δεν έχει σχέση με τους πράκτορες αγορών και τους περιστασιακούς τελικούς χρήστες.

6. Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΟΜΑΔΙΚΩΝ ΑΓΟΡΩΝ (Demand Aggregation)





7. ΥΠΟΔΟΜΗ, ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΟΡΕΣ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ ΣΤΟ ΗΕ Β2Β

☞ Υποδομή για Β2Β

Ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων (EDI): η ηλεκτρονική μεταφορά ειδικά μορφοποιημένων προτύπων επιχειρηματικών εγγράφων, όπως λογαριασμών, παραγγελιών και επιβεβαιώσεων, που στέλνονται ανάμεσα σε επιχειρηματικούς εταίρους.

Δίκτυα προστιθέμενης αξίας (Value Added Networks – VPN): ιδιωτικά δίκτυα που τα διαχειρίζονται άλλοι, τα οποία προσθέτουν υπηρεσίες και ασφάλεια επικοινωνιών σε υπάρχοντες φορείς. Χρησιμοποιούνται για την υλοποίηση παραδοσιακών συστημάτων EDI.

EDI μέσω Internet (Internet – based EDI): EDI που εκτελείται στο Internet και είναι ευρέως προσπελάσιμο στις περισσότερες εταιρείες, περιλαμβανομένων και των ΜΜΕ.



7. ΥΠΟΔΟΜΗ, ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΟΡΕΣ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ ΣΤΟ ΗΕ Β2Β

Ολοκλήρωση για Β2Β

- ▶ Ολοκλήρωση με υπάρχουσες δομές
- ▶ Ολοκλήρωση με υπάρχουσες / νέες εφαρμογές
- ▶ Ολοκλήρωση με επιχειρηματικούς εταίρους



7. ΥΠΟΔΟΜΗ, ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΟΡΕΣ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ ΣΤΟ ΗΕ Β2Β

 Ο ρόλος των προτύπων στην Β2Β ολοκλήρωση

XML (eXtensible Markup Language): πρότυπο (και οι παραλλαγές του) που χρησιμοποιείται για να βελτιώσει τη συμβατότητα ανάμεσα σε διακριτά συστήματα επιχειρηματικών εταιρών, ορίζοντας τη σημασία των δεδομένων μέσα σε επιχειρηματικά έγγραφα.

Υπηρεσίες Web (Web services): μία αρχιτεκτονική που επιτρέπει τη σύνθεση κατανεμημένων εφαρμογών από υπηρεσίες λογισμικού και τη σύνδεσή τους.



ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

- 1) Μπορούμε να δικαιολογήσουμε το κόστος των εφαρμογών B2B;
- 2) Ποιους προμηθευτές πρέπει να επιλέξουμε;
- 3) Ποιο μοντέλο B2B πρέπει να χρησιμοποιήσουμε;
- 4) Πρέπει να αναδιαρθρώσουμε το σύστημα εφοδιασμού μας;
- 5) Ποια αναδιάρθρωση πρέπει να γίνει για μετατόπιση σε ηλεκτρονικό εφοδιασμό;
- 6) Ποια ολοκλήρωση θα ήταν χρήσιμη;
- 7) Ποια είναι τα ηθικά θέματα που σχετίζονται με το B2B;



CASE STUDY

THE GENESIS PROJECT