

# Kolaborativna trgovina i mobilna B2B trgovina

Marijana Vidas-Bubanja

# Kolaborativna trgovina

- Definiše se kao upotreba digitalne tehnologije sa ciljem da organizacije počnu da saraduju u oblastima dizajniranja, razvoja, kreiranja i upravljanja proizvodom u toku njegovog životnog ciklusa

# CILJ

- Pomak sa fokusa automatskog obavljanja transakcija na fokus razvoja partnerskih odnosa izmedju kompanija učesnika lanca snabdevanja

# Kako funkcioniše

- Podržava podelu osetljivih internih informacija izmedju snabdevača i kupaca
- U svojoj suštini ima znanje i sposobnost koje informacije i sa kim treba podeliti
- Širi se izvan aktivnosti lanca snabdevanja da bi uključila saradnju u oblasti razvoja novih proizvoda i usluga od strane više firmi koje medjusobno saradjuju

# Ko prihvata

- Velike kompanije
- Male kompanije koje sada mogu ostvariti prednosti e-saradnje sa velikim sistemima
- Deluju kao privatne industrijske mreže, koje povezuju strateške partnere u lancu snabdevanja
- ToySolutions

# Barijere širenja c-trgovine

- Nedostatak interne integracije u kompanijama učesnicama,
- Nedostatak standarda,
- Problem mreža,
- Brige za sigurnost i privatnost,
- Odredjeno nepoverenje u smislu ko sve ima pristup i kontrolu nad informacijama koje su pohranjene u partnerovoj bazi podataka,
- Interni otpori ka podeli informacija i novim pristupima
- Nedostatak internih znanja potrebnih za realizaciju c-trgovine.
- Dostići sporazum sa partnerima o tome kako deliti troškove i profite takodje može biti problem.

# Virtualne korporacije

- Značajna poslovna forma koja je podržana pojavom kolaborativne trgovine su virtualne korporacije
- VK je organizacija sastavljena od nekoliko poslovnih partnera koji dele troškove i resurse u cilju proizvodnje proizvoda ili usluga.
- Cilj je da proizvodnju ostvare brzo, konkurentno i da na jednom mestu okupe širok izbor potrebnih resursa za takvu proizvodnju.

- Krievanje, funkcionisanje i menadžment virtualnom korporacijom u velikoj meri zavisi od B2B ET platforme
- Dakle VK se može posmatrati kao mreža kreativnih ljudi, resursa i ideja povezanih online.



# Ciljevi formiranja VK

- Sinergija znanja i reursa
- Upotreba ljudi i resursa na optimalan način sa odredjenim nivoom angažovanja kapaciteta
- VK može bolje pronaći i iskoristiti tržišne mogućnosti od svakog pojedinog partnera povezanog u kompaniju

# Mobilna B2B trgovina

- B2B kupci sve više koriste mobilne uređaje za sve faze nabavnog procesa, od pronalaženja snabdevača, do odluke i realizacije samog procesa kupovine
- Važnost dostupnosti B2B e-trgovinskih sajtova sa mobilnih uređaja kako bi bilo moguće pratiti različite aspekte funkcionisanja lanca snabdevanja

# B2B u klauđu

- U B2B sistemima zasnovanim na oblaku mnogi troškovi se pomeraju sa kompanije na B2B mrežne provajdere, tzv. data hubove ili B2B portale.
- Mrežni efekti: niži troškovi obavljanja procesa, rast sposobnosti rada i delovanja svih partnera u sistemu koji sada mogu bliže da saraduju i ostvaruju koordinirani tok aktivnosti duž lanca snabdevanja
- Na oblaku zasnovane B2B mreže se mogu implementirati u mnogo kraćem periodu
- Vlasnik klauđ platforme obavlja sledeće aktivnosti za ceo B2B sistem:
  - obezbeđuje računarske i telekomunikacione resurse,
  - uspostavlja vezu između kompanije i njenih partnera,
  - obezbeđuje softver po zahtevu (*software as service SaaS*) da bi povezo sisteme kompanije i sisteme partnerskih firmi,
  - izvršava prikupljanje i čišćenje podataka,
  - upravlja kvalitetom podataka svih članova (firmi) B2B sistema.