



- **«Бізнес для бізнеса» («B2B»)** (англ. «*Business to business*» — рус. «*бизнес для бизнеса*», сокращённо произносится — «би ту би») — термин, определяющий вид информационного и экономического взаимодействия, классифицированного по типу взаимодействующих субъектов, в данном случае это — юридические лица, которые работают не на конечного рядового потребителя, а на такие же компании, то есть на другой бизнес.

# СИСТЕМЫ B2B

- **Корпоративные системы B2B**

Корпоративные информационные системы (КИС) являются ядром для создания систем B2B, поскольку именно они, автоматизируя и оптимизируя процессы взаимодействия между подразделениями внутри предприятия, позволяют эффективно организовать взаимодействие с поставщиками и клиентами.

В состав **КИС** обычно входят следующие модули:

- Управление финансами
- Управление производством
- Управление складскими запасами
- Управление кадрами
- Управление взаимоотношениями с поставщиками
- Управление взаимодействием с клиентами

Но КИС еще не является полноценной торговой системой B2B, хотя некоторые ее модули могут выполнять ряд функций по торгово-закупочной деятельности предприятия.

## • ***Электронные торговые площадки***

- Электронные торговые площадки предназначены для организации коммерческой деятельности предприятий-участников. Торговые площадки B2B по принципам создания можно разделить на три основные группы:
  - Независимые,
  - Отраслевые
  - Частные.

# ВАЖНОСТЬ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА И ПРИВЛЕЧЕНИЕ И УДЕРЖАНИЕ КЛИЕНТОВ



# ТОВАРНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОТОКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

- Прежде, чем рассматривать варианты организации систем B2B, имеет смысл напомнить, как происходит движение физических товаров и информации на промышленных предприятиях.



# ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГОВЫЕ СИСТЕМЫ



- Первым шагом на пути обеспечения электронного взаимодействия предприятия с внешним миром является корпоративный сайт компании в Интернет. На первых порах он используется как интерактивный информационный канал для создания положительного образа компании и продвижения ее товаров и услуг на рынок. В дальнейшем в него могут быть включены те или иные функции CRM, SRM и/или SCM, превращающие его в коммерческий корпоративный торговый портал B2B или B2C.

# КОРПОРАТИВНЫЙ КОММЕРЧЕСКИЙ САЙТ

- Элементы
  - каталог товаров и услуг с указанием цен и условий поставки
  - связанные с ним разделы и интерактивные функции сайт
- Должен иметь возможность перехода на страницы, на которых указаны:
  - условия поставок и формы расчетов,
  - организована возможность оформления заказа и получения подтверждения о принятии его к исполнению

# ВИДЫ ТОРГОВЛИ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ

Продвижение	Оформление заказа	Тип продаж
Подробный каталог товаров	Через интернет	Прямая Интернет продажа
с ценами в Интернет	Электронная почта, факс, телефон	Косвенная Интернет продажа
Общая информация	Лично у продавца	Интернет - маркетинг

# ЕДИНЫЕ ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ



- Еще более сложными является интеграция внутренних информационных систем с онлайн-системами других участников рынка.
- Наиболее полно и эффективно технологии B2B могут быть реализованы в специализированных онлайн-торговых площадках (marketplace), услугами которых могут пользоваться группы предприятий, выступающих либо в качестве продавцов, или в качестве покупателей. За счет специализации торговые площадки позволяют организовать полноценную Интернет - торговлю с предоставлением участникам необходимого набора услуг.

# ТИПЫ ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДОК B2B

Независимые торговые площадки	Отраслевые торговые площадки	Частные торговые площадки
<p>в свое время привлекли огромное внимание прессы и инвесторов. Они обычно создавались молодыми энергичными Интернет - компаниями для обслуживания определенных отраслей промышленности или товарных групп. Они предлагали участникам решение проблем поиска торговых партнеров, единое место для ведения бизнеса, виртуальное управление деловыми взаимоотношениями и возможность сравнивать цены различных поставщиков</p>	<p>стали ответом традиционного бизнеса на засилье новоиспеченных Интернет - компаний. Эти торговые площадки позволили промышленным гигантам самим воспользоваться преимуществами онлайн-бизнеса и управлять процессами развития B2B - коммерции в своем секторе экономики. Российская информационно-торговая система e-Metex.ru объединила практически всех отечественных производителей труб, в совокупности владеющих 90% рынка, а учредителями портала Metalcom.ru стали семь организаций, входящих в Российскую ассоциацию металлоторговцев.</p>	<p>Частные торговые площадки создаются крупными фирмами с целью максимального использования возможностей онлайн-технологий для углубления интеграции со своими торговыми партнерами. Частные торговые площадки объединяют существующие внутренние информационных системы участников для улучшения работы цепочек поставок и сокращения издержек на транзакции между ними. Примерами российских систем этого типа можно назвать системы Dealine и RSI Dealers Network.</p>

# СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДОК B2B

## • Вертикальные узлы

Вертикальные (отраслевые) ЭТП обслуживают вертикальные рынки (машиностроение, металлопрокат, нефтепродукты). Они предоставляют специфическую для данной отрасли информацию и учитывают специфику взаимоотношений, сложившихся в ней.

Успеху вертикальных узлов способствуют следующие факторы:

- Увеличение фрагментации среди продавцов и покупателей.
- Снижение эффективности действующих систем поставок.
- Глубокое знание специфики рынка и взаимоотношений между участниками.
- Создание главных каталогов и удобной системы поиска.
- Наличие сопутствующих вертикалей, балансирующих клиентскую базу.

## Функциональные (горизонтальные) узлы

Функциональные площадки B2B сфокусированы на выполнение определенных функций или автоматизацию определенного процесса (логистика, страхование, проведение платежей) для различных отраслей. Их опыт обычно сосредоточен вокруг определенного бизнес - процесса, который является горизонтальным, т.е. легко трансформируемым на различные вертикальные рынки.

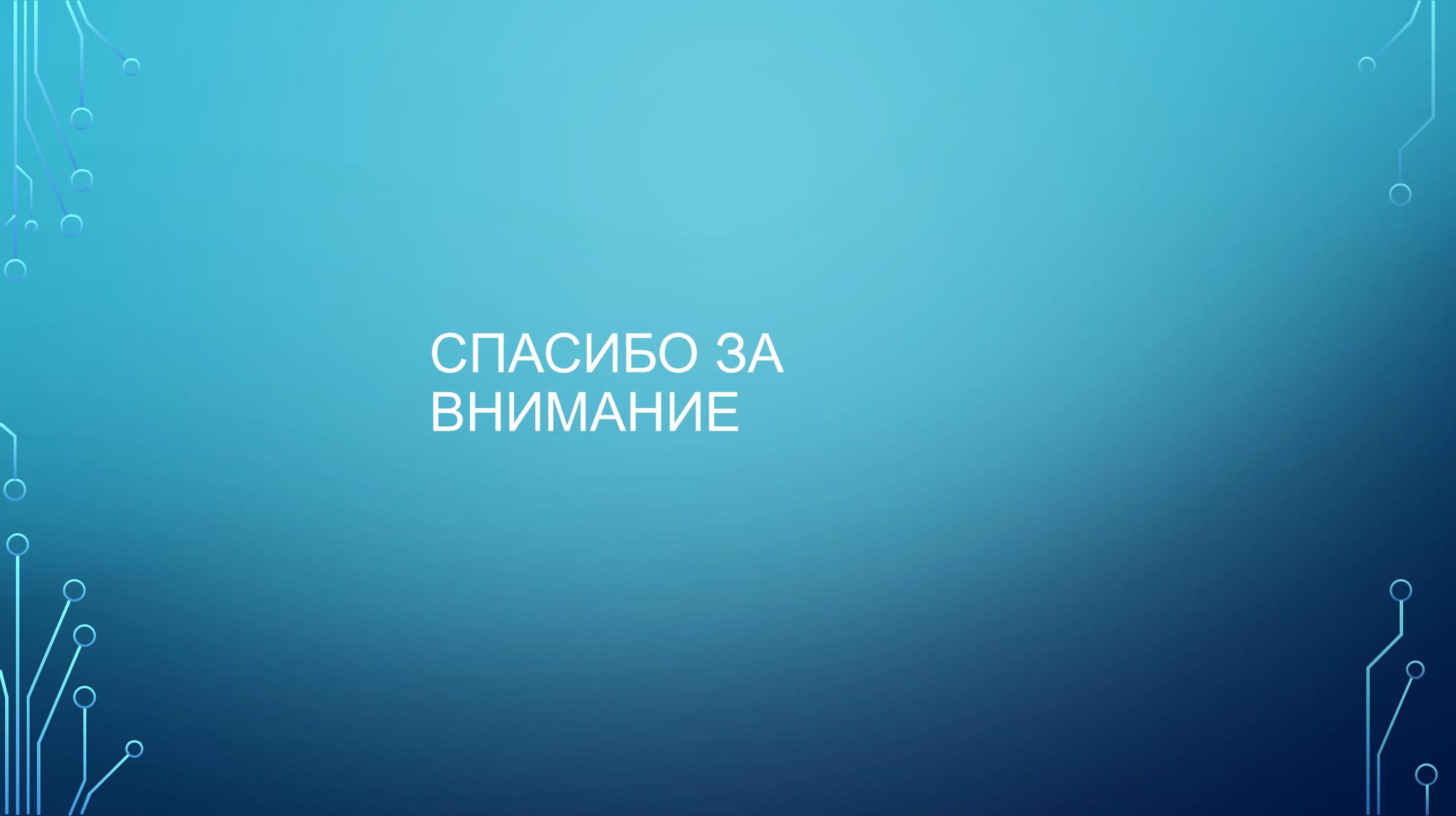
# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

- **Заключение**

- Каждая из рассмотренных моделей построения торговой площадки B2B позволяет повысить эффективность одной или нескольких важнейших функций в процессе купли-продажи:

- Поиск поставщика
- Прозрачность цен
- Отслеживание движения продукта по цепочке поставки
  - Логистика
  - Разработка продукта
  - Закупка и снабжение
- Планирование цепочки поставок
- Управление услугами

- Но ни одна из моделей торговой площадки не может предоставить все эти преимущества одновременно. Поэтому компания, желающая наиболее полно использовать преимущества технологий B2B необходимо использовать стратегически и динамично управляемый комплексный подход, который наиболее эффективно использует возможности той или иной модели для наиболее полного удовлетворения ее потребностей.
- **Умелое использование комбинации различных моделей станет в ближайшем будущем важным фактором обеспечения конкурентного бизнеса. По мере развития технологий B2B, компании, считающие, что электронная коммерция - всего**

The background is a dark blue gradient. In the corners, there are decorative white and light blue lines that resemble a circuit board or a network diagram, with small circles at the end of the lines.

СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ