

«Рынки ИКТ и организация продаж»

Лекция 6

Система управления закупками
(e-procurement)

Система управления продажами

Система полного цикла сопровождения клиентов (CRM)

Электронная торговая площадка

Профессор кафедры ИСПИ, д.т.н. Е.Р.
Хорошева

Система управления закупками (e-procurement)

- Данная система предоставляет возможности публикации потребности в материально-технических ресурсах, поиска поставщиков, получения от них коммерческих предложений, организации тендеров, конкурсов и т. д.
- По оценке аналитиков компании AMR Research, стоимость обработки и выполнения заказов на непроизводственные товары составляет около 70% всей стоимости закупки. Для товаров же производственного назначения этот показатель может достигать 90%.
- Процесс снабжения предприятия всегда было трудно регламентировать и контролировать. Поэтому с появлением систем, автоматизирующих данный процесс и делающих его прозрачным, значительно возросла эффективность, исчезла возможность злоупотреблений.
- Система управления закупками позволяет предприятию осуществлять взаимодействие с поставщиками непосредственно со своего интернет-сайта.

Назначение системы e-procurement

- снижение расходов на организацию закупок на предприятии;
 - существенное повышение уровня контроля над закупками;
 - снижение расходов из-за уменьшения стоимости закупок.
 - формирование рынка постоянных поставщиков;
 - существенное увеличение выбора закупаемых товаров.
-
- Такая система позволяет публиковать заявки на материально-технические ресурсы, искать поставщиков и получать от них коммерческие предложения, распределять заявки на тендерные или аукционные площадки, направлять постоянным поставщикам уведомления о планах пополнения производственных запасов и т. д.
 - Исследования показывают, что использование такой системы позволяет снизить расходы на закупку на 5—50%.

Основные элементы системы управления закупками

- база данных зарегистрированных поставщиков;
- единый каталог продукции поставщиков.
- система документооборота, использующая алгоритмы электронной цифровой подписи;
- система тендерных торгов.
- система совместных закупок (объединение нескольких покупателей для снижения стоимости закупки);
- платежная система;
- система кредитования и страхования сделок;
- система управления логистикой;
- модуль интеграции с различными учетными системами (бухгалтерскими, складскими) покупателей и поставщиков;
- система безопасности данных.

- Корпоративные системы закупки — самое эффективное средство для организации централизованных закупок на крупных, территориально распределенных предприятиях.
- С помощью таких систем усиливается контроль над закупками, укорачивается длительность цикла закупок и уменьшаются затраты на документооборот. Однако наибольший экономический эффект от внедрения систем закупки происходит из-за снижения стоимости закупаемых товаров и услуг из-за автоматизации тендерных торгов.

Ambit Systems Innovate Development

Торговая марка Ambit Systems, а также права на все продукты компании Ambit Systems переданы компании ЮРБИТ.

Компания ЮРБИТ (группа компаний ЛАНИТ) работает на рынке с 2001 года, занимается разработкой и внедрением ERP-систем, CRM-систем, систем BI бизнес-анализа, программных продуктов для автоматизации закупок и электронной торговли. Подробная информация - на сайте www.yorbit.ru

© 2003 Ambit Systems

- Все большее количество ведущих компаний из различных отраслей промышленности переходят на использование решения по электронному управлению закупками.
- Например, Ford Motor и Ericsson были в числе пионеров, которые перевели закупки непроизводственных товаров (ежегодным общим объемом несколько миллиардов долларов) еще до начала тысячелетия.
- Компания Ford Motor Company при проведении закупок через электронную систему снабжения сэкономила за 10 месяцев 2010 г. около 70 млн долл., а в 2011 г. экономия при покупке товаров производственного назначения составила около 350 млн долл. Компании удалось сократить расходы на обработку одного заказа с 300 долл. до 15 долл.
- Одной из первых компаний, активно включившейся в оказание консалтинговых услуг по организации систем электронного управления закупками стала PriceWaterhouseCoopers.

Крупнейшие системы e-procurement высокого уровня

Торговая площадка	Информация, Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.	Отрасль	Компании-организаторы
Covisint	www.covisint.com	Автомобилестроение	GM, Ford, DaimlerChrysler, Renault, Nissan, Meritor
Exostar	www.exostar.com	Авиастроение	Boeing, Lockheed Martin, Raytheon, BAE Systems
Quadrem	www.quadrem.-com	Металлургия	Alcoa, Alcan, Anglo American pic, Barrick Gold, BHP, Corporacion Nacional del Cobre de Chile, CVRD, De Beers, Imerys, Inco Limited, Morgan Stanley Dean Witter, Newmont Mining, Noranda, Pechiney, Phelps Dodge, Rio Tinto, WMC Limited
Trade-Ranger	www.trade-ranq-er.com	Энергетика и нефтехимия	Royal Dutch/Shell, BP Amoco, Conoco, Dow Chemical, Equilon Enterprises, Occidental Petroleum, Phillips Petroleum, Repsol YPF, Statoil, Tosco, TotalFinaElf, Unocal
Pantellos	www.pantellos.-com	Энергетика	American Electric Power, Cinergy, Con Ed, Duke Energy, Edison International, Entergy, FPL Group, FirstEnergy, PG&E, Public Services Enterprise Group, Reliant Energy, Sempra Energy, Southern Co.
ForestExpress	www.forestexpre-ss.com	Деревообработка	International Paper, Georgia-Pacific, Weyerhaeuser
Enporion	www.enporion.-com	Энергетика	Allegheny Energy, New Century Energies, Minnesota Power, Northern States Power, PPL Corporation

- 
- По данным Forrester Research, после внедрения систем e-Procurement сокращаются:
 - операционные затраты (со \$107 до \$30 за операцию);
 - время прохождения заказа (с 8 до 2 дней);
 - стоимость закупаемых товаров (от 7 % до 20 % от общей стоимости закупаемых товаров).
 - Forrester Research к 2011 году прогнозирует увеличение объемов электронной торговли между компаниями до \$2,8 трл. По результатам исследования компании Aberdeen Group, автоматизация процессов закупок приводит к снижению цены продукта на 15 %, времени прохождения заказов - на 50-70 %.

- Компания Commerce One предлагает комплекс решений для организации деятельности в Интернете. Решения Commerce One направлены на организацию эффективной торговой площадки в Интернете, осуществление торговли между компаниями, закупок или продаж в Интернете. Пять лет назад этой компанией сначала было создано приложение eProcurement, более известное под названием Commerce One BuySite, которое позволяет автоматизировать анализ каталогов, документооборот, рассылку счетов и заказов и многое другое. В это же время началась разработка портала MarketSite для B2B.
- Основными решениями является пакет решений MarketSite Portal Solution, позволяющий создавать торговую площадку и организовывать бизнес-процессы в Интернете, и Marketsite Portal Solution for Market Makers.
- Главным конкурентом компании Commerce One является Ariba. Ее наиболее известный продукт - пакет Ariba B2B Commerce Platform, включающий приложения Ariba Buyer, Ariba Marketplace, Ariba Dynamic Trade и Ariba Commerce Services Network. Все эти программы интегрируются в системы клиентов по управлению каналами поставок и планированию ресурсов предприятия. Приложения Ariba постоянно совершенствуются. Например, Ariba Dynamic Trade включает новый модуль Negotiate, который позволит торговцам вести переговоры по большому количеству параметров товаров и сделок.
- Программное обеспечение Ariba Marketplace Network Edition представляет собой готовую технологию для производителей электронных рынков, позволяющую быстро создать и запустить собственную онлайн-платформу без необходимости инсталляции коммерческих инфраструктур. Кроме того, B2B-пакет Ariba Sourcing должен помочь онлайн-предприятиям в создании собственных электронных рынков и управлении ими. В основе работы Ariba Sourcing Enterprise Edition лежит использование технологии RFQBuilder, предлагающей множество шаблонов, рассчитанных для разных отраслей. Благодаря этим шаблонам, пользователи могут создавать полные описания, касающиеся спецификации продуктов, условий продажи, материалов, процессов и условий поставки. RFQBuilder также позволит пользователям загружать на Web-сайт различную функциональную информацию и документы, предназначенные для клиентов.

Начиная с 2003 года на российском рынке возник заметный спрос на корпоративные системы.

Перед структурой, решившей внедрять ERP-систему, открывается широкий выбор ПО российских и зарубежных поставщиков. Производителей же систем, реально опробованных в “боевых условиях”, всего шесть - **Ambit** (www.ambit.ru), **“Интертех”** (www.intertech.ru), **“Парус”** (www.parus.ru), **Cognitive Technologies** (www.cognitive.ru), **SAP** (www.sap.ru) и **Oracle** (www.oracle.ru).

Несколько попыток (в целом безуспешных) освоения данного сектора предприняла также компания CommerceOne.

The screenshot displays the Oracle CIS website interface. At the top, there is a navigation bar with the Oracle logo and links for 'Sign In/ Register for Account | Help | Russia | Сообщества | Кто я... | Мне нужно... | Secure Search'. Below this is a secondary navigation bar with categories: 'Продукты и услуги', 'Решения', 'Загрузки', 'Магазины', 'Поддержка', 'Обучение', 'Партнеры', 'Информация', and 'Oracle Technology Network'. The main content area features a large banner for 'Make the Future Java' with the text 'Join Java experts and enthusiasts for an extraordinary week of learning and networking focused on all things Java.' and a 'Register now' button. Below the banner is a 'Newsroom' section with a headline: '«Мосводоканал» перешел к централизованному управлению НСИ на основе решений Oracle'. The bottom of the page is divided into several columns of product categories: 'Технологии', 'Middleware', 'Бизнес Приложения', 'Server and Storage Systems', 'Отраслевые Решения', and 'Лучшие загрузки'. Each column lists various Oracle products and solutions.



Важно также понимать, что подходы к построению решений компаний Ambit, Cognitive и “Парус” сильно отличаются как друг от друга, так и от класса решений, представленного продукцией “Интертех”, SAP и Oracle.

- Скажем, основное преимущество системы Ambit - ее простота, а стало быть, и быстрая окупаемость при определенных условиях (это своего рода “1С-Бухгалтерия” рынка ERP), но иногда такая простота может стать и ограничивающим фактором.
- Система “Парус” ориентирована в первую очередь на региональные госструктуры со сложной иерархией отношений и требует существенно больших усилий на внедрение.
- “Интертех” же хорошо вписывается в сегмент крупных компаний, но пытается выйти и на рынок государственных организаций, предлагая специализированную версию своего ПО.

Примеры

- Для компании Owens Corning (производство стекла и оптоволокна) электронная технология закупок стала важнейшим механизмом снижения издержек. Компания сообщила, что в результате ее внедрения удалось сэкономить до 60% стоимости при закупках питьевой воды, до 25% на упаковочных лентах и 10% в целом на производственных и непроизводственных материалах и услугах.
- Компания Ford Motor Company при проведении закупок через электронную систему снабжения сэкономил за 10 месяцев 2010 г. около 70 млн долл., а в 2011 г. экономия при покупке товаров производственного назначения составила около 350 млн долл. Компании удалось сократить расходы на обработку одного заказа с 300 долл. до 15 долл.

Эти системы позволяют сотрудникам и руководству компании осуществлять в автоматизированном режиме следующие функции:

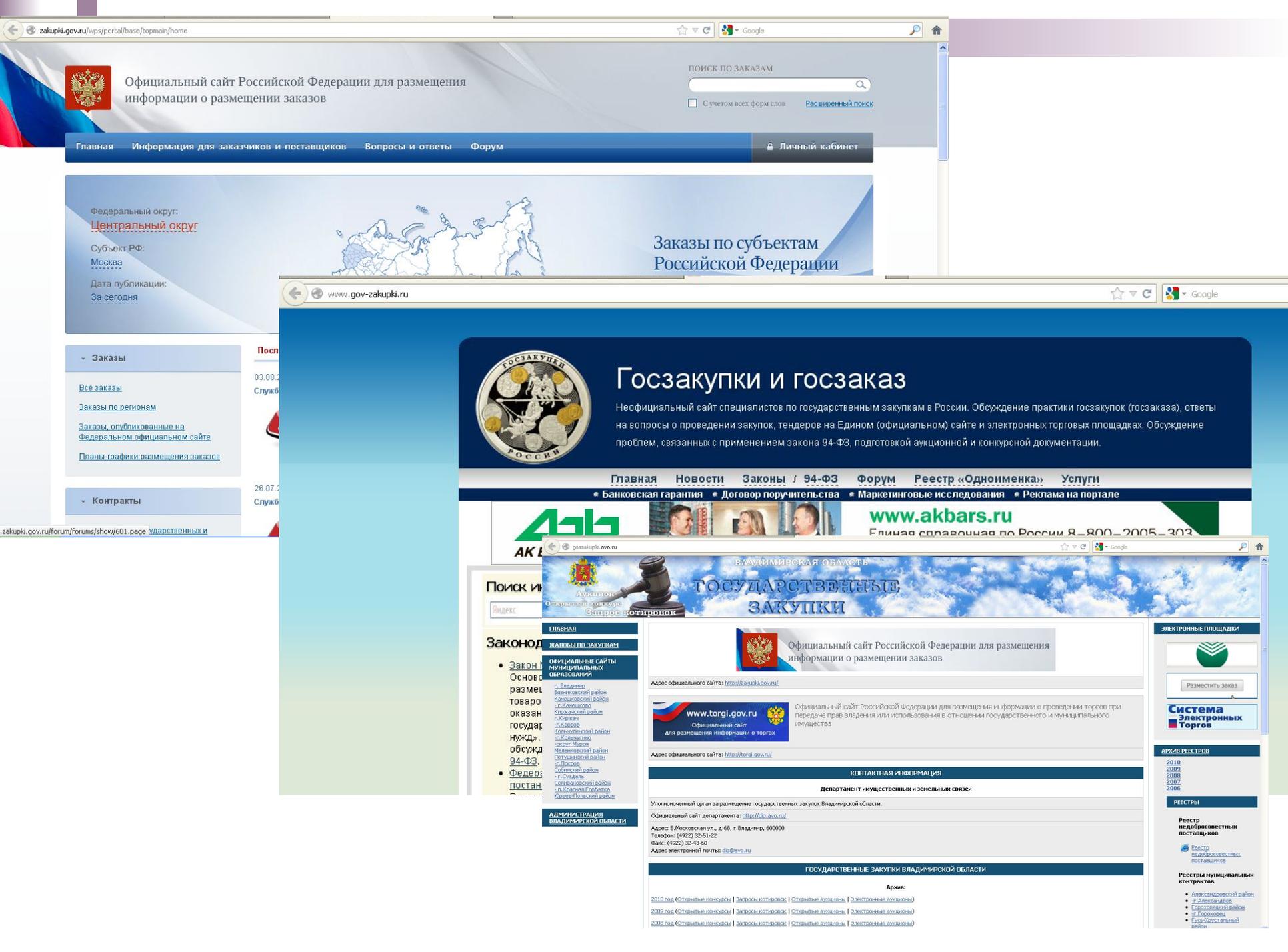
- ✓ генерировать заявки на закупку материалов, сырья, комплектующих для производства, запчастей и услуг для оборудования, офисных принадлежностей и т. д. (функция сотрудников);
- ✓ просматривать поступающие заявки, корректировать их, одобрять или отвергать (функция руководителя);
- ✓ санкционировать платежи выбранным по результатам тендеров поставщикам (функция руководителя);
- ✓ публиковать в Интернете информацию о потребностях компании, планируемых тендерах (сроки, условия), а также направлять уведомления о тендерах или закупках и запросы по ценам различным зарегистрированным поставщикам (функция менеджера, отвечающего за закупки);
- ✓ анализировать цены поставщиков, выбирать приемлемые по заранее установленным критериям (функция менеджера, отвечающего за закупки);
- ✓ проводить обратные аукционы в режиме реального времени по продукции, потребляемой компанией для производственных нужд (функция менеджера, отвечающего за закупки);
- ✓ регистрироваться в базе данных по поставщикам (функция поставщика);
- ✓ заблаговременно получать уведомления о планируемых закупках производимой ими продукции (функция поставщика);
- ✓ участвовать в обратных аукционах в режиме реального времени, имея возможность через Интернет видеть результаты торгов и предложить более низкую цену (функция поставщика).

- Подобные системы электронного снабжения позволяют работать как с внешними каталогами и электронными торговыми площадками, так и с внутренними базами каталогов предприятия. Системы электронного снабжения могут быть обособленными или интегрированными с внутрифирменным ресурсным планированием предприятия - системой ERP, которая учитывает ресурсы компании и играет существенную роль в построении эффективных логистических цепочек. Интеграция позволяет оптимизировать закупочную стратегию предприятий.
- Интернет-системы управления закупками позволяют промышленным и торговым предприятиям расширить круг поставщиков и приобретать товар по более выгодным ценам. Их использование помогает сломить инертность, а часто и нечистоплотность снабженцев, которые в ущерб предприятию продолжают закупать продукцию по высоким ценам у сложившегося круга партнеров.
- Системы управления закупками позволяют значительно повысить производительность труда менеджеров отделов снабжения. Как правило, менеджер, работающий по старой, традиционной схеме, способен осуществить не более 15-20 содержательных телефонных звонков в день. С помощью электронной системы он получает возможность размещать или рассылать предложения о закупке тысячам поставщиков, изучать поступившие от них встречные предложения и выбирать оптимальные для предприятия условия поставки.
- Если потребитель - крупная организация, то с помощью технологий электронных закупок она может упорядочить взаимоотношения между контрагентами, а также внутрикорпоративные связи.



Электронная система закупки i-Buy (Farnell)

- Система предназначена для обеспечения полного контроля над расходами и сокращения времени администрирования закупок. Система i-Buy отличается высокой гибкостью - ее можно настроить так, чтобы она полностью отвечала потребностям вашей компании.
- В сочетании с дополнительными функциями веб-сайта система i-Buy служит специализированным решением для управления закупками и контролем бюджета.
- i-Buy обеспечивает доступ к более чем 450 000 наименований товаров, информации о наличии товаров на складе в режиме реального времени и помощи в подборе альтернативных изделий из нескольких тысяч.



Официальный сайт Российской Федерации для размещения информации о размещении заказов

ПОИСК ПО ЗАКАЗАМ

С учетом всех форм слов [Расширенный поиск](#)

[Главная](#) [Информация для заказчиков и поставщиков](#) [Вопросы и ответы](#) [Форум](#) [Личный кабинет](#)

Федеральный округ:
Центральный округ

Субъект РФ:
Москва

Дата публикации:
За сегодня



Заказы по субъектам
Российской Федерации

- Заказы
 - [Все заказы](#)
 - [Заказы по регионам](#)
 - [Заказы, опубликованные на Федеральном официальном сайте](#)
 - [Планы-графики размещения заказов](#)
- Контракты

Посл
03.09.2
Служб



Гoszakupki и госзаказ

Неофициальный сайт специалистов по государственным закупкам в России. Обсуждение практики госзакупок (госзаказа), ответы на вопросы о проведении закупок, тендеров на Едином (официальном) сайте и электронных торговых площадках. Обсуждение проблем, связанных с применением закона 94-ФЗ, подготовкой аукционной и конкурсной документации.

[Главная](#) [Новости](#) [Законы / 94-ФЗ](#) [Форум](#) [Реестр «Одноименка»](#) [Услуги](#)

• Банковская гарантия • Договор поручительства • Маркетинговые исследования • Реклама на портале



www.akbars.ru

Горячая справочная по России 8-800-2005-303

Поиск и

Индекс



ВЛАДИМИРСКАЯ ОБЛАСТЬ

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ЗАКУПКИ



Официальный сайт Российской Федерации для размещения информации о размещении заказов

Адрес официального сайта: <http://zakupki.gov.ru/>



Официальный сайт Российской Федерации для размещения информации о проведении торгов при передаче прав владения или использования в отношении государственного и муниципального имущества

Адрес официального сайта: <http://torgi.gov.ru/>

КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Департамент имущества и земельных связей

Уполномоченный орган за размещение государственных закупок Владимирской области.

Официальный сайт департамента: <http://dfo.vvo.ru/>

Адрес: Б.Московская ул., д.66, г.Владимир, 600000

Телефон: (4922) 32-51-22

Факс: (4922) 32-43-60

Адрес электронной почты: dfo@vvo.ru

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ЗАКУПКИ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Архив:

2010 год (Открытые конкурсы | Запросы котировок | Открытые аукционы | Электронные аукционы)

2009 год (Открытые конкурсы | Запросы котировок | Открытые аукционы | Электронные аукционы)

2008 год (Открытые конкурсы | Запросы котировок | Открытые аукционы | Электронные аукционы)

ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛОЩАДКИ



Разместить заказ

АРХИВ РЕЕСТРОВ

2010

2009

2008

2007

2006

РЕЕСТРЫ

Реестр недобросовестных поставщиков

Реестр недобросовестных поставщиков

Реестры муниципальных контрактов

Александровский район

г. Александров

Сороковский район

г. Горохово

Список поставщиков

Анализ порталов госзакупок

Страна	Веб-сайт	Объявление	Операции				язык	Комментарии
			e-T	e-RA	e-C	e-Q		
Россия	www.zakupki.gov.ru www.sberbank-ast.ru http://www.etp.roseltorg.ru/ http://etp.zakazrf.ru/ www.etp-micex.ru www.rts-tender.ru	X		X X X X X			Ру Ру Ру Ру Ру Ру	e-RA является обязательным для согласованного перечня закупаемых наименований в соответствии с законом
Беларуссия	http://www.goszakupki.by http://icetrade.by/ http://zakupki.butb.by/auctions/index.html	X		X X			Ру Ру, Анг Ру	ЗГЗ близок к Российскому ЗГЗ в связи с таможенным союзом между Россией, Беларуссией и Кзахстаном. В соответствии с новым ЗГЗ, e-RAs должны использоваться по отношению к определенным товарам, работам и услугам, перечисленным в особом Приказе Совета Министров # 1923 от 31 декабря 2010 года. Перечень включает оборудование, механизмы, офисное оборудование, компьютеры, транспорт, строительные работы. В настоящее время только два предприятия аккредитованы для проведения аукционов: «Национальный Центр Маркетинга и Ценообразования» (http://icetrade.by/) и «Всеобщая Товарная Биржа Беларуссии» (http://zakupki.butb.by/auctions/index.html).
Молдова	www.tender.gov.md	X						В соответствии с ЗГЗ, объявление о возможности участия в государственных закупках и присуждении контракта предоставляется в бумажном виде в Бюллетне Государственных Закупок на еженедельной основе. Веб-сайт предлагает ссылку на Бюллетень Государственных Закупок в формате PDF.
Украина	https://tender.me.gov.ua/EDZFrontOffice/menu/uk/	X					Ук, Ру, Анг	Объявление является обязательным в соответствии с Законом, доступ к веб-сайту после регистрации является бесплатным, 3 языка интерфейса, ограниченная информация по языкам, отличным от украинского; проект изменений к ЗГЗ по электронным закупкам находится в стадии подготовки

e-T ... Эл Торги

e-RA ... эл Обратные Аукционы

e-C ... Эл Каталоги

e-Q ... эл Котировки

Страна	Веб-сайт	Объявление	Операции				язык	Комментарии
			е-T	е-RA	е-C	е-Q		
Армения	http://www.procurement.am http://www.armeps.am *	X	X		X		Ар, Англ, Ру	* ... в процессе реализации
Азербайджан	www.tender.gov.az	X					Аз, Англ	ЗГЗ без электронных закупок, SPA предоставил предложения Министерству финансов по реализации электронных закупок
Грузия	http://procurement.gov.ge	X	X	X			Гр, Англ	Обязательно в соответствии с законом, е-T в качестве первоначальной фазы, предшествующий е-RA по всем контрактам
Албания	https://www.app.gov.al/ep/default.aspx	X	X				Ал, Англ	Обязательно в соответствии с законом
Македония	http://www.bjn.gov.mk/en/rot/intro.html https://e-nabavki.gov.mk/	X					Мк, Англ	Электронные аукционы обязательны для всех закупок с 1 января 2012 года
		X	X	X				
Босния	http://www.javnenabavke.gov.ba	X					Бос, Гц, Серб, Англ	Информация требует уточнения
Косово	http://krpp-rks.gov.net/Default.aspx?LID=2	X					Ал, Серб, Англ	Объявления обязательны в соответствии с законом
Сербия	http://portal.ujn.gov.rs/default.aspx	X					Серб, Англ	Большая функциональность электронных закупок находится в стадии разработки
Черногория	http://www.djn.gov.me	X					Ср, Англ	

е-T ... Эл Торги

е-RA ... Эл Обратные Аукционы

е-C ... Эл Каталоги

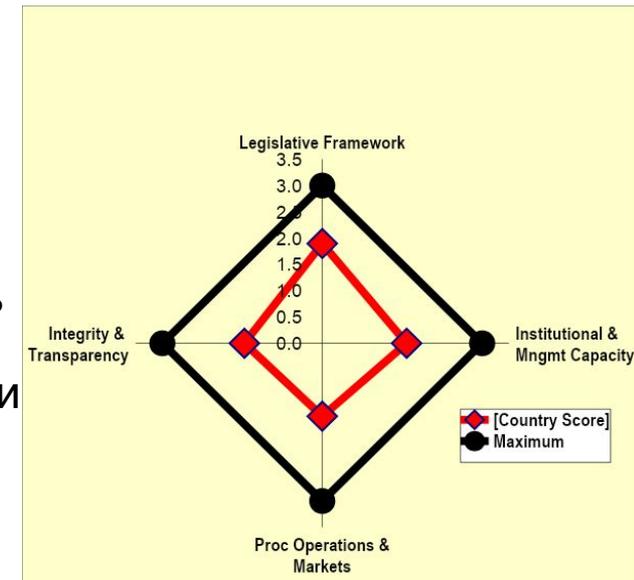
е-Q ... Эл Котировки

Страна	Веб-сайт	Объявление	Операции				язык	Комментарии
			e-T	e-RA	e-C	e-Q		
Болгария	http://www.aop.bg/index.php	X	X	X		X	Бол	Объявления обязательны в соответствии с законом; e-T является произвольным в соответствии с законом
Румыния	http://www.e-licitatie.ro	X	X	X	X	X	Рум, Анг	Объявления обязательны в соответствии с законом
Хорватия	http://www.iavnabava.hr/ www.hakom.hr	X	X*		X*	X*	Хр, Анг	* ... в процессе подготовки; Английский язык применяется только в целях объявления
Польша	http://www.uzp.gov.pl http://licytacie.uzp.gov.pl http://aukcje.uzp.gov.pl www.portal.uzp.gov.pl	X	X	X	X	X	Пл, Анг Пл Пл Пл	
Турция	https://ekap.kik.gov.tr/EKAP/Default.aspx	X	X			X*	Тур	* ... котировки применяются только при закупках товаров в ряде больниц
Казахстан	http://www.goszakup.gov.kz	X	X			X	Ру, Каз	Этапы реализации: 1 ^{ый} этап - "приглашение на предложение цен" (Запрос на котировки); 2 ^{ой} – Конкурентные Торги, и 3 ^й этап - "электронные обратные аукционы"; Конкурентные электронные торги начали разворачиваться во всех государственных закупочных институтах; Обратный аукцион планируется к концу 2012 года
Кыргызская Республика	http://www.goszakupki.gov.kg/	X					Кг, Ру	Электронные закупки включая электронный обратный аукцион включены в ЗГЗ в 2011 году. Правительство работает над процедурами и методологией и стремится к продвижению в отношении электронных закупок
Таджикистан	http://www.goszakupki.tj	X					Тадж, Ру, Анг	
Узбекистан	http://www.goszakupki.uz	X						Информация требует уточнения



Реформы в сфере закупок в Албании

- Базовые индикаторы OECD-DAC-Всемирный Банк разработаны в 2006 году Всемирным Банком.
- Документ под названием “Укрепление системы закупок в стране: Результаты и Возможности” на 4-ом Форуме Высокого Уровня в Бусане, привел Албанию в качестве страны с хорошим показателем развития потенциала в сфере закупок и отразил оценку закупок (MAPS), проведенную в 2010 году, который показал 8% улучшение по Показателю I (который был уже высоким) по сравнению с результатами исследования Всемирного Банка в 2006 году
- Улучшения на 81% по Показателю II и на 25% по Показателю III
- Улучшения на 79% по Показателю IV (Прозрачность и Целостность
- Положительное Развитие в вопросах прозрачности и полноты





Предложения и возможности в будущем

- Электронные закупки: Не являются технологическим решением: они представляют собой изменения мышления на самом высоком уровне правительства
- Участие: В условиях постоянно изменяющейся среды, участие в диалоге и обмен знаниями с надеждой, что это может повлиять на тех, кто принимает решения и окажет положительное влияние на улучшение прозрачности и полноты государственных закупок и лучшим использовании государственных ресурсов.



Перспективы электронных закупок в ЕЦА



Computer



Network



E-Procurement



Internet Explorer



Control Panel



Recycle Bin



Microsoft Outlook



Desktop



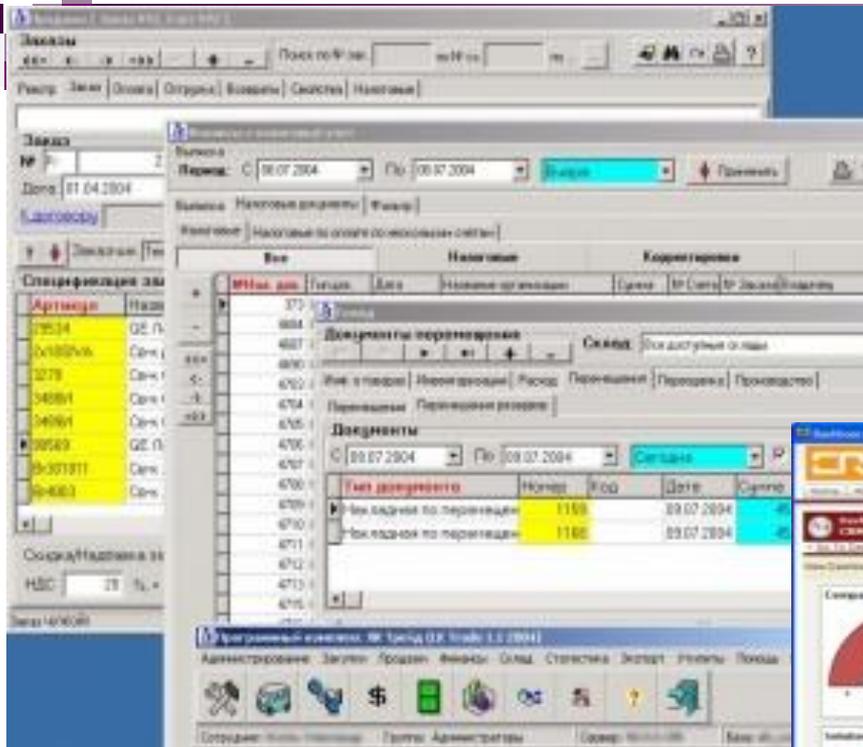
Если бы электронные закупки представляли собой обычное программное обеспечение, то Билл Гейтс включил бы их в стандартные программы Майкрософт.

Системы управления продажами

Sales Force Automation (SFA) — система автоматизации продаж, которая осуществляет автоматическую регистрацию всех этапов продаж компании.

Sales Force Management System (SFMS) — система управления продажами. Она представляет собой информационные технологии, призванные автоматизировать процесс продаж в различных сферах бизнеса и сделать его наиболее эффективным и прибыльным.





Система управления продажами LK Trade



Графическая таблица отображения данных типичной системы Sales Force

Примеры

Retail Execution от Quofore

Многоуровневое мобильное розничное решение Retail Execution от Quofore помогает компаниям, работающим на рынке потребительских товаров, трансформировать выполнение своих розничных операций, таких как выездная торговля, коммерческое планирование производства, маркетинг продаж, прямые поставки в магазины и торговля «с колес», за счет автоматизации ежедневных действий на местах и наличия непрерывного потока информации в реальном времени между мобильным персоналом и главным офисом. Это позволяет компаниям получать ощутимый прирост эффективности и результативности, а также оптимизировать уровень взаимодействия в этой области.

Для представителей, использование Quofore на мобильных устройствах дает им дополнительные функциональные возможности, которые позволяют повысить эффективность ежедневных действий. В главном офисе менеджеры используют Quofore для управления, контроля и мониторинга операций на местах. И для руководителей, Quofore обеспечивает новый важный поток анализа бизнес-данных реального мира для применения в рабочих процессах.

ОПТИМИЗИРУЕТ ЭФФЕКТИВНОСТЬ И РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ



УЛУЧШАЕТ УПРАВЛЕНЧЕСКУЮ ВИДИМОСТЬ И КОНТРОЛЬ

reporting & analytics

Executive data mining, field management analytics, and field representative reporting



ИНТУИТИВНЫЕ МОБИЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ПОВЫШАЮТ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ

Приложение Mobile Suite от Quofores на мобильном устройстве имеет дружелюбный интерфейс с интуитивно понятными производственными процессами и детализированной деловой логикой. Приложения Quofores Field Sales & Merchandising, DSD & Van Sales и Field Audit включают проверенные на практике функциональные возможности, отточенные за многие годы при работе в тесном сотрудничестве с ведущими компаниями на рынке потребительских товаров. Для максимальной гибкости клиентам предлагается как стандартное решение, так и более развитые прикладные конфигурации, способные удовлетворить специфические бизнес-требования.



Решение SFA от «Монолит: CRM»

Реализованное в «Монолит: CRM» SFA-решение позволяет автоматизировать следующие бизнес-процессы:

- прямые продажи — автоматизация управления работой сотрудников службы продаж (торговых агентов, телеселлеров и др.) по схемам Pre-sale и Van-sale
- мерчендайзинг — автоматизация управления работой мерчендайзеров и торговых агентов по сбору маркетинговой информации
- расчет показателей эффективности для торговых представителей
- работа с дистрибьюторами — автоматизация управления работой менеджеров по работе с дистрибьюторами, сбору маркетинговой информации, выполнению Pre-sale и Van-sale в интересах дистрибьютора, контролю выполнения заказов
- учет и обслуживание торгового оборудования.

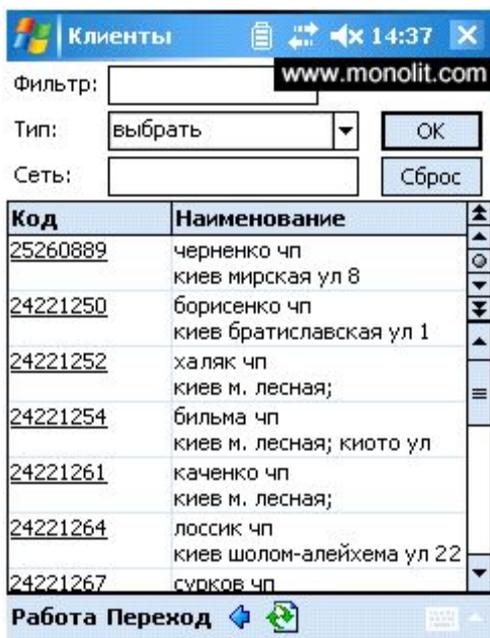
Важной особенностью данного SFA-решения является возможность функционирования либо в составе комплекса ERP Монолит, либо во взаимодействии с ERP-системами других производителей посредством интеграции. Для интеграции с ERP-системами сторонних производителей предназначен модуль обмена данными, который позволяет выполнять обмены в открытом формате XML.

Примеры функциональных возможностей мобильного рабочего места

Мобильное рабочее место реализовано с помощью приложения «Монолит Агент», поставляемого в двух версиях — для устройств на базе Windows Mobile или на базе ОС Android.

Ведение и хранение клиентской базы

Предоставляет возможность просмотра и отбора клиентов и добавления **НОВЫХ КЛИЕНТОВ**



Хранение, модификация и просмотр актуальной карточки клиента по каждой точке продаж

Предоставляет возможность редактирования атрибутов торговой точки

Торговая точка	
Код	CRM9685
Наименование	КИОСК
Юр. наим.	диросово чп
Код организации	
Организация	
Адрес	кито ул 2
Индекс	
Телефон	333 33 33
Факс	
Эл. почта	
Сеть	
Тип точки	С
Территория	ТП Киев 1_6
Комментарий	

www.monolit.com

Работа

Атрибуты ТТ	
Дополнительные атрибуты Контакты Поставщики Обор...	
Код ТТ: 19106 Наименование: Флора НЕПИВО, Санкт-Петербург, Королева д.46.	
Входит в аудит Nielsen	<input type="checkbox"/>
Выкладка на золотой полке	<input checked="" type="checkbox"/>
Запрет на размещение рекламы	<input type="checkbox"/>
ИНН	7819033224
К выдаче БП	
К выдаче БХ	
Кол-ва кранов РП конкуренты	
Кол-ва кранов с РП Балтика	
Кол-во ХО в ремонте	0
Кол-во ХО к списанию	
Кол-во ХО компании	2
Кол-во Холодильников конкурентов (ливо+неливо)	0
Кол-во дней отсрочки платежа	0
Кол-во живых кранов РП в ТТ	

www.monolit.com

Работа

Информация об оборудовании в аренде

Оборудовани

Заявки на установку/ремонт оборудования

Код : CRM814
Клиент : киоск (катова чп)
киев киото ул 3

www.monolit.com

Наименование	Инв. номер	Сер. номер	Налич
Холодильник однодверный Klimasan D372	F2147/01	6/н	1
Холодильник однодверный SEG CMV 395	F1020	A0408	1
Антивандальна: защита для двухдверного холодильника	F294		1

Работа Переход

Список оборудования осн.

Заявки на оборудование

Код ТТ: 191060000
Наименование: Пик ООО НЕПИВО (Пик ООО)

Наименование	Инв. номер	Сер. номер	Наличи
Шкаф холодильный двухдверный FV51000 "Балтика"	7010040044	RU1112749	<input checked="" type="checkbox"/>

Работа

www.monolit.com

Информация о принятых заказах и выполнении заказов компанией или дистрибьютором

Баланс

Счета Оплата Тара

www.monolit.com

Общее сальдо	933317,88
Сальдо без кредита	-566682,12
Кредитный лимит	1500000,00
Свободные авансы	0,00
Деньги (безнал.)	0,00
Деньги (нал.)	0,00
Платежки на руках	0,00
Неоплаченная отгрузка	566682,12
Из них просрочено	0,00
Выставленные счета	0,00
Возвраты покупателя	0,00
Долг по таре	0,00

Работа Переход

Список заказов

Новый заказ Новая отгрузка Новый возврат

Дата	№	Клиент	Тип	Статус	Сумма
29.08.2011	srb1004.33039	Пик ООО НЕПИВО Санкт-Петербург, пр. Богатырский, д14, торговое место №Б12	CustOrder	Принят CRM	4864
30.08.2011	srb1004.33063	Пик ООО НЕПИВО Санкт-Петербург, пр. Богатырский, д14, торговое место №Б12	CustOrder	Принят CRM	4202,03
30.08.2011	srb1004.33053	Полар ООО Санкт-Петербург, Серебристый д.22, корп.3	CustOrder	Принят CRM	4923,68
30.08.2011	srb1004.33061	Флора НЕПИВО Санкт	CustOrder	Принят CRM	

Работа

www.monolit.com

Информация о взаиморасчетах с розничным клиентом или дистрибьютором

Позволяет настроить либо автоматическую блокировку приема новых заказов при наличии задолженности, либо отображение предупреждения о наличии задолженности, либо игнорирование факта наличия задолженности. Включает:

- реестр выставленных счетов к оплате;
- реестр платежных документов;
- реестр документов учета задолженности по таре.

Заказы

Новый заказ Новая отгрузка

Код : CRM8147
Клиент : киоск (катальова чп)
киев киото ул 3

www.monolit.com

Date	№	Status	Sum
18.03.09	KI0026.2146	Заказ передан	768,70
21.03.09	KI0026.2151	Заказ передан	362,56

Работа **Переход** ← X

Расчет показателей эффективности для торговых представителей

Задача	Цель	Вып.
Продажи в дал (пиво)	4445	4928
Среднее кол-во SKU	21	19
Продажи в дал (Пепси)	911	931
Минимальное кол-во ТТ		0

www.monolit.com

Работа Переход

Список отчетов

Отчет по ремонту ХО

Задача	Цель	Вып.
Объем продаж (декалитр) Вся продукция		0
Объем продаж с борта		9,2
Размещение ХО ((()))		0
Выполнение цели по дистрибуции списка целевых SKU		89,86
Показатель выполнения бонусных целей		0

www.monolit.com

Работа

Системы полного цикла сопровождения клиентов CRM

- С ростом урбанизации и наступлением индустриально-прагматической концепции взаимоотношений «продавец-покупатель» персонализация клиента ушла в прошлое. В результате потребитель стал менее постоянен в своем выборе поставщика товаров и услуг.
- Однако в последние годы принципы персонализации и заботы о потребителе возвращаются, воплотившись в концепции CRM.
- CRM- Customer Relationship Management (Управление Взаимоотношениями с Клиентом) - провозглашает вместо заботы о потребителях заботу о ПОТРЕБИТЕЛЕ. Причем, о каждом индивидуально.

Концепция CRM: основные составляющие

Описывая современные системы управления продажами, целесообразно использовать выводы одного из ведущих научных учреждений, занимающихся проблемами экономики, - Центра изучения информационных технологий и организаций Калифорнийского Университета.

По предложенной им классификации данные системы могут включать в себя следующий набор функций:

- **Управление контактами**
- **Управление деятельностью**
- **Управление связью**
- **Прогнозирование**
- **Управление возможностями**
- **Управление заказами**
- **Управление документацией**
- **Анализ продаж**
- **Формирование базы данных о характеристиках продуктов**
- **Информационное обеспечение маркетинга**

Системы клиентского обслуживания

Функции систем клиентского обслуживания (по классификации Центра изучения информационных технологий и организаций Калифорнийского Университета).

- Управление центром обработки обращений клиентов.
- Автоматизированная обработка поступившего запроса.
- Сбор, обобщение, анализ откликов клиентов для оценки исполнения заказа, контроля качества и совершенствования продукции.
- Управление сервисом на местах.
- Распределение, назначение и контроль специалистов, занятых обслуживанием клиентов.
- Регистрация материалов, расходов и времени, затраченных на обслуживание клиента.
- Предоставление истории клиентских взаимоотношений.
- Создание и поддержка базы "знаний" для выбора оправданных и проверенных решений.
- Управление "хот-лайн" поддержкой.
- Решение проблем путем поиска в существующей базе знаний.
- Составление, обработка и сопровождение отчетов о проблемах.
- Оповещение клиентов о новых продуктах и услугах, появляющихся в ассортименте компании.

Задачи CRM

Для поэтапной реализации CRM - концепции необходимо выполнение четырех основных задач.

- **Идентификация клиента.** Чтобы со значительной долей вероятности повысить "ценность" клиента, компания должна составить о нем представление, основываясь на данных подразделения маркетинга, событиях и истории взаимоотношений.
- **Дифференциация клиентов.** Каждый клиент представляет особое значение для компании и имеет право предъявлять к компании свои индивидуальные запросы и требования.
- **Взаимодействие с клиентом.** Клиенту нужны перемены. С позиций CRM важна долгосрочная выгода от сотрудничества с клиентом, поэтому компании необходимо иметь о нем полное представление, включая информацию об изменении его социального статуса, семейного положения и т.п. Задача программы (не ПО, а процесса!) CRM - отслеживать предпочтения и потребности клиента.
- **Персонализация** - процесс, при котором каждый из клиентов оценивается как уникальная единица и обслуживается соответственно этому постулату. Таким образом можно регулировать степень приверженности клиента Вашей компании. Главный администратор одного из ведущих интернет-магазинов очень ярко выразил эту мысль: "Имея 20 миллионов покупателей, мы должны иметь 20 миллионов магазинов для них". В условиях современных технологий задача автоматизации процесса персонализации выглядит вполне осуществимой.

Основные участники рынка CRM-решений

Компания	Продукт	Функции								
		Продакт менеджмент	Территориальные и Web-продажи	SFA	Партнерство	Маркетинг	Аналитика	Брендинг	Клиентский модуль	ERP функция
Baan	Baan Front Office	+	+	+		+			+	+
Clarify	Clarify eFront Office		+	+		+			+	
Great Plains Software	Great Plains Siebel Front Office		+	+	+	+			+	+
IBM	IBM CRM Solutions		+	+		+			+	
Hyperion Solutions	Hyperion CRM analysis Suit	+	+	+		+	+		+	
Onyx	Onyx Front Office	+	+	+	+	+			+	
Oracle	Oracle E-Business Suite/CRM		+	+	+	+		+	+	+
PeopleSoft	Vantive Enterprise		+	+	+	+		+	+	
Pivotal	Pivotal eRelationship 2000	+	+	+	+	+		+	+	
SAP AG	CRM mySAP.com	+	+	+	+	+			+	+
Siebel	Siebel eBusiness solutions	+	+	+	+	+			+	+

Интерфейс пользователя

BAAN Front Office

Opportunity Main

Opportunity Name: ACC Networked Commer(Sarena) | Phase: Present | Territory: Southwest San Diego | Opportunity Type: TAS

Company: ACC Networked Commerce | Status: Suspect | Sales Team: SW Phoenix | Assigned Date: 7/10/99

First Name: Matthew | Last Name: Sarena | Probability: | Disposition: Open | Potential Close: 9/14/99

Contact Phone: (605) 251-5574 | Strategic: | Potential Amt: 20,999.00 | US Dollar

Addresses For: Company | Address: 5 Park Plaza | City: Phoenix | State/Prov: AZ | United States | Postal Code: 85001 | Time Zone: Pacific time zone

Opportunity Main Page -

Opportunity Search

Opportunity Name	Disposition	Oppty Type	Potential Amt	Potential Close	Territory
ACC Networked Commer(Sarena)	Open	TAS	20,999.00	9/14/99	Southwest S
Accounting Hardware Upgrade	Open	Marketing	50,000.00	3/19/00	Northeast Bc
Achtermann(Sannebaum)	Open	TAS	90,000.00	12/20/00	DEGeneral
Achtermann(DVD)SE	Open	TAS	850,000.00	9/6/00	DEGeneral
Axon Chemical(Rodgers)	Open	TAS	150,468.00	10/24/99	Central Dala
Admin Hardware Upgrade	Open	Marketing	23,000.00	6/23/00	Northeast Bc
Administrative Staff Hardware U	Open	TAS	85,000.00	9/27/00	Northeast Bc
Administrative Staff Hardware U	Open	Marketing	110,000.00	3/12/00	Northeast Bc

Opportunity: ACC Networked Commer(Sarena) | Primary Contact: | Territory: Southwest San Diego | Include in Forecast

Company: ACC Networked Commerce | Probability: | Sales Team: SW Phoenix | Potential Amt: 20,999.00

Primary Contact: Matthew Sarena | Summary: | Disposition: Open | Potential Close: 9/14/99

Opportunity Search

Worksheet Search

Opportunity	Company	Active	Worksheet ID	Ver	Effective Date	Status	Amount
Azoles Corporation(Ackson)	Azoles Corporation	<input checked="" type="checkbox"/>	111.0001	1	11/06/98		65,430.00
Boston Health Fibers(Davis)	Boston Health Fibers	<input checked="" type="checkbox"/>	121.0001	1	11/06/98		57,200.00
Boston Switch & Sign(Miller)	Boston Switch & Sign	<input checked="" type="checkbox"/>	121.0001	1	11/06/98		55,250.00
Burghessen Manufacturing	Burghessen Manufact	<input checked="" type="checkbox"/>	201.0001	1	11/05/98		18,700.00
Conservative Legal Aff(Walker)	Conservative Legal A	<input checked="" type="checkbox"/>	211.0001	1	11/05/98		97,300.00
Cruzet Direct(Hall)	Cruzet Direct	<input checked="" type="checkbox"/>	221.0001	1	11/05/98		18,050.00
Extreme Values, Inc(Meritz)	Extreme Values, Inc	<input checked="" type="checkbox"/>	161.0001	1	11/06/98		51,050.00
Hypodermic Labs(Stern)	Hypodermic Labs	<input checked="" type="checkbox"/>	231.0001	1	11/05/98		43,600.00
Interact Corporation(Parkley)	Interact Corporation	<input checked="" type="checkbox"/>	171.0001	1	11/06/98		55,250.00

Active | Quoted to Contact

Quoted by: | Date Quoted: | Expiration Date: | Status: Won | Lost | Neither

Est Book Date: 02/22/99

Worksheet Search

Sales Forecast

For: | Display Currency: US Dollar | Create Currency: US Dollar | Find Now | Clear

Period: February 99 | Last Update: | Submit

Opportunity	Quote Value	Book Date
AirFreight Internat(Bell)	150,079.00	02/20/99
Ekistics Labs(Collina)	99,507.00	03/05/99
Com Components Inc (Ward)	125,074.00	03/05/99
Bayou Chemicals(Ward)	129,566.00	03/05/99
Banali_sarl(Chamanil)	114.25	05/21/99
Banali_sarl(Couchey)	86.25	04/21/99
Boston Switch & Sign(Miller)	155,250.00	02/04/99
Cruzet Direct(Hall)	110,050.00	02/09/99
Hypodermic Labs(Allen)	143,650.00	03/03/99

	February 99	March 99	April 99	May 99	June 99	July 99
Forecast	625,216.00	694,505.00	86.25	42,416.25	.00	.00
Quote	.00	.00	.00	.00	.00	.00

Sales Forecast Page

Siebel Solutions

Siebel Service

File Edit View Navigate Query Tools Help

ORACLE

Saved Queries:

Field Activity:

Home Service Activities Assets Inventory

Activities Home Activity List Activity Chart Explorer Others' Activities List

Service Activities Menu New Delete Query 1 - 10 of 10+

Latest Start	Activity #	Type	Priority	Status	Planned Start	Account	SR #	Comments
> 11/25/2002 09:00 AM	151A-JKRC	Account Call		Planned	11/25/2002 09:00 AM	Brown's Drug		Automatically scheduled on 7/12/2002 01:26 PM
11/26/2002 11:00 AM	151A-JKRE	Account Call		Planned	11/26/2002 11:00 AM	Advantage Pharmac		Automatically scheduled on 7/12/2002 01:26 PM
11/25/2002 09:00 AM	151A-JKRI	Account Call		Planned	11/25/2002 09:00 AM	ACE Health		Automatically scheduled on 7/12/2002 01:26 PM
6/4/2002 10:24 PM	151A-BVSV	Account Call		Planned	6/4/2002 10:24 PM	Albany General Hos		
6/6/2002 05:22 PM	151A-CO93	Account Call		Planned	6/6/2002 05:22 PM	Albany General Hos		
11/25/2002 09:00 AM	151A-JKRK	Account Call		Planned	11/25/2002 09:00 AM	Bristol General Hosp		Automatically scheduled on 7/12/2002 01:26 PM
5/23/2002 08:35 AM	151A-8FSZ	Account Call		Planned	5/23/2002 08:35 AM	WABC Mart France :		
3/8/2004 09:00 AM	251A-1BKJL	Account Call		Planned	3/8/2004 09:00 AM	CIENA Health Care		Standard hospital visit to check on pull-through in all three therapeutic
5/3/2004 09:00 AM	251A-1BKJQ	Account Call		Planned	5/3/2004 09:00 AM	CIENA Health Care		Standard hospital visit to check on pull-through in all three therapeutic
3/2/2004 10:00 AM	251A-1BKJU	Account Call		Planned	3/2/2004 10:00 AM	CIENA Health Care		Automatically scheduled on 3/2/2004 02:45 PM

More Info Assignment Skills Attachments Charges Expense Tracker Expenses Participants Follow Up Instructions Invoices Items Messages Part Tracker Products Prospects Readings Schedule

Menu New Delete Cancel Query Book Appointment Cancel Appointment Insert Activity 1 of 10+

Scheduling Details

Employees: SPORTER

Service Region:

Work Time:

Travel Time:

Duration: 30

Earliest Start:

Latest Start: 11/25/2002 09:00:

Planned Start: 11/25/2002 09:00:

Planned End: 11/25/2002 09:30:

Account Service Location

Account: Brown's Drug

Account Address: 2290 Commerical Boulevard

City: Boonton

Zip Code: 07005

Site: #526

State: NJ

Country: USA

Service Details

Symptoms:

Resolution:

Advanced Scheduling Details

Lock Assignment:

Allow Breaks:

Lock Schedule:

Contact Service Location

First Name:

Contact Address:

City:

Zip Code:

Last Name:

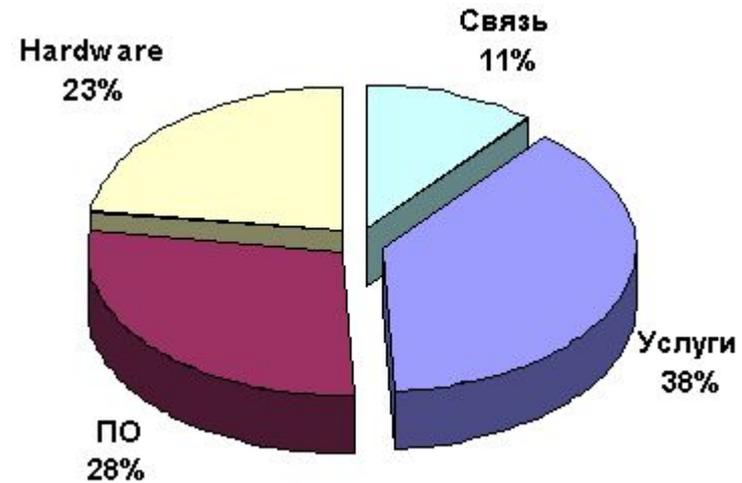
State:

Country:

Calls in Queue 23 The incoming call volume has increased 2 of 4

Стоимость внедрения CRM-решений и экономический эффект

Состав затрат на внедрение проекта CRM:



Среди принципиальных выгод от внедрения CRM-системы особо можно выделить следующие:

- Расширение возможностей компании по привлечению новых клиентов и удержанию уже приобретенных.
- Повышение ценности клиента для компании.
- Повышение уровня услуг без привлечения дополнительных расходов.

Обзор российского рынка CRM-систем

В настоящий момент на отечественном рынке представлено большое количество софта, имеющего функциональность для групповой работы с клиентской информацией и анализа результатов этой работы.



По соотношению "функциональность - стоимость" ПО можно разбить на такие группы:

1. Информационные системы с максимальной функциональностью и стоимостью владения от 1 000 000\$

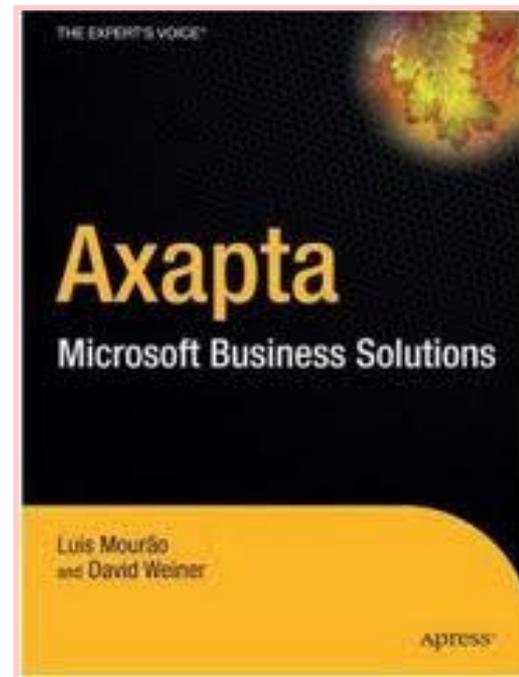
Siebel (CRM-решение с очень большими расширениями)

Oracle E-Business Suite (включает функциональный блок CRM)

SAP/R3 (ERP с функциями CRM)

Microsoft Axapta (ERP с функциями CRM)

Внедрения в России: по неофициальным данным, не больше 15.



2. Информационные системы с мощной функциональностью и стоимостью владения от 200 000\$

Microsoft Axapta (ERP с функциями CRM)

Microsoft Navision (ERP с функциями CRM)

Microsoft CRM

BAAN InvensysCRM

Внедрения в России: по неофициальным данным, около 300.





3. Sales Logix (средняя стоимость владения - 20 000 - 50 000\$)

Отличный продукт по хорошей цене. При желании способен повторить 90% функционала дорогих систем первой и второй группы. Внедряется за один-два месяца на отлаженный бизнес-процесс. Можно обойтись без консультантов по оргразвитию и сэкономить на этом много денег.

Внедрения в России: по неофициальным данным, примерно 40.

4. CRM-решения российских системных интеграторов.

Парус

Галактика

Внедрения в России: несколько сотен.



5. Коробочный CRM-софт российских и украинских поставщиков

Sales Expert

WinPeak CRM

1С-Рарус: CRM Управление продажами

TerraSoft CRM

Внедрения в России: несколько тысяч.



6. Заказные CRM-системы

Здесь все зависит от Подрядчика и Заказчика. Есть много хороших примеров и еще больше - плохих. Как и всякий заказной софт сильно зависит от квалификации Заказчика и Подрядчика.

Можно создать действительно удобную систему, оптимальную для бизнеса и обладающую возможностями для роста функциональности, быстро ее внедрить, удобно интегрировать с другим ПО (чаще всего - со складскими и бухгалтерскими программами) и все это за умеренные деньги.

Если Ваш бизнес нестандартный или быстро меняется или ваш персонал имеет опыт работы с заказным софтом - скорее всего вам подойдет заказной CRM. Он всегда дороже коробочного, в среднем проект может обойтись в 3000\$ -10000\$.

Внедрения в России: несколько тысяч.

7. CRM Lite от компании ViPro

Это решение состоит из двух частей: универсальной и разрабатываемой индивидуально.

В универсальную часть (она стоит 30 000 рублей без НДС) входит:

База данных клиентов (партнеров, поставщиков) с удобной классификацией и поиском.

По каждой компании - история взаимоотношений, список контактных лиц, ссылки на документы.

Планировщик с календарем и будильником.

Отчеты для контроля работы персонала по всем наборам полей.

Модуль "Платежи" - информация о поступлениях и расходах

Статистика активности пользователей системы

Гибкая система настроек

Указанной функциональности, как правило, достаточно для организации работы с универсальной информацией. Все специальные функции (продажи, отгрузки, маркетинг, поступления и др.) - пишутся под конкретные требования Заказчика после изучения его бизнес-процессов. Делается это быстро (1-2 недели) и за умеренные деньги (500 - 1000\$ за один дополнительный модуль).

CRM Lite очень быстро внедряется, все словари и формы являются настраиваемыми, удобно организуется обмен данными с другими системами и интернет-доступ.



Электронная торговая площадка

- Электронная торговая площадка, или **B2B-площадка (Business to business marketplace)** - место, где заключаются сделки купли-продажи между предприятиями - покупателями и продавцами. Существует разные виды площадок - закупочные, сбытовые, многоотраслевые, отраслевые и продуктовые площадки.
- Несмотря на то, что разные категории площадок имеют свои преимущества и недостатки, их общая отличительная черта - снижение издержек предприятий. По оценке компании IBS экономия от использования схем B2B может достигать 15% со стороны закупок и 22% со стороны сбыта.



Электронные торговые площадки можно условно разделить на две большие группы:

- **Вертикальные торговые площадки** - функционируют в определенных областях: энергетика, сельское хозяйство, нефтехимия и т.д. Вертикальные торговые площадки часто являются частью отраслевого портала.
- **Горизонтальные торговые площадки** - специализируются на отдельных бизнес-функциях или бизнес-потребностях, характерных для многих разных отраслей, например приобретение подержанного офисного оборудования.

- **Отраслевая электронная торговая площадка** (вертикальная э. т. площадка) — это рыночное пространство сектора B2B, предназначенное для сделок купли — продажи товаров (услуг) определенной отраслевой принадлежности.
- Обычно в сети интернет они представлены в формате интерактивного портала и строятся по принципу профессиональных сообществ, что позволяет не только осуществлять сделки — основное назначение торговой площадки, но и предоставлять полный спектр информационного обеспечения по отраслевому принципу.

- 
- **Горизонтальные площадки** могут создаваться как закрытые (ориентированные на определенную группу покупателей или продавцов), так и открытые (позволяют взаимодействовать одновременно всем субъектам рынка). По принципам функционирования среди горизонтальных электронных площадок выделяют независимые, отраслевые и частные модели, каждая из которых имеет свои преимущества и недостатки.

Типовые структурные элементы и функции торговой площадки:

- 1) **Контент** – отраслевой каталог, классификация товаров и услуг, БД предприятий отрасли, стандарт электронного документооборота в отрасли, аналитические исследования, конференции, чат.
- 2) **Сервисные функции** - регистрация, аутентификация, торговое место участника (инструментарий трейдера), управление каталогами товаров, система поиска скидок и наценок.
- 3) **Транзакционные услуги** – система контроля процесса торгов, подборка поставщиков и комплектации заказа, оформление заказа на покупку, получение и подтверждение заказа на покупку, информация о статусе заказа, история заказов, оформление сопроводительных документов, депонирование средств.

- 
- 4) **Интеграция с корпоративными системами управления ресурсами** – обеспечение доступа к информации каталога товаров поставщика, средства полной интеграции коммерческих приложение торговых партнеров (ERP- систем).
 - 5) **Бизнес услуги** – система управления логистикой, услуга “генерального подрядчика”, платежная система, система кредитования и страхования сделок.
 - 6) **Система динамических торгов** – аукционы, биржи.
 - 7) **Система статических торгов** – продажи посредством электронных каталогов.

- 
- 8) **Дополнительные услуги** – организация после продажного обслуживания, оценка стоимости, отслеживание доставки, авторизации пластиковых карт покупателей, обновление данных по налоговым ставкам и таможенным условиям.
- 9) **Аналитические услуги** – мониторинг деловой активности на торговой площадке, организация рейтингов предприятий данной отрасли, прогнозирование ситуации на рынке.

Типичные модели торговых площадок

1) Агрегаторы (электронные каталоги) - Консолидация спроса покупателей с предложением продавцов.

Решаемые задачи:

- ❖ У небольших покупателей появляется доступ к крупным продавцам .
- ❖ У небольших покупателей появляется возможность получать объемные скидки .
- ❖ Постоянно актуальные каталоги и цены продавцов .
- ❖ Снижается стоимость процесса закупок.



2) Аукционы - Ликвидация излишков продукции у продавцов. Решаемые задачи:

- ❖ Ускоряется цикл продаж продавца .
- ❖ Снижается стоимость хранения товара у продавца.
- ❖ Продавцы выходят непосредственно на покупателей.
- ❖ Покупатель получает доступ к необходимым товарам/услугам.



3) Биржи - Свести покупателей и продавцов из одной отрасли промышленности. Решаемые задачи:

- ❖ Излишки продукции продаются по рыночным ценам .
- ❖ Покупатель получает возможность делать экстренные закупки по ценам не выше рыночных .
- ❖ Покупатели имеют текущую информацию о доступных продуктах и ценах .
- ❖ Повышается ликвидность товара.



Анализ структурных элементов и функций отраслевой торговой площадки позволяет выделить ее основные модули:

- 1) **административный модуль**, позволяющий разграничить права пользователей по деловым ролям и возможностям работы на площадке;
- 2) **модуль аналитической информации**, формирующий отчеты о динамике цен на продукцию, динамике товарного предложения и спроса, динамике продаж;
- 3) **модуль маркетинговой информации**, в рамках которого интегрируется информация о появлении новой продукции, «хитах продаж», пресс-релизы, рекламные материалы и т. п.

Преимущества торговых площадок

- 1) дополнительные доходы для компании, работающей на электронной торговой площадке;
- 2) увеличение капитализации за счет первоначального публичного размещения акций;
- 3) снижение операционных затрат и оптимизация бизнес-процессов для участников рынка;
- 4) сокращение времени на обработку заказов, на выведение товаров на рынок;
- 5) доступ к предложениям в режиме реального времени;
- 6) усиление позиции при ведении переговоров;
- 7) ликвидация устаревших товаров и излишков продукции;
- 8) взаимодействие с партнерами и получение более полной информации о рынке;
- 9) концентрация отраслевого опыта, стандартизация;
- 10) равные возможности для небольших организаций: доступ на более широкий, в перспективе - глобальный рынок.

WebSphere

- **IBM WebSphere Commerce** – семейство продуктов состоящее из ряда готовых к работе интегрированных решений для создания решений B2C и B2B, предназначенных для предприятий различного масштаба (включая и мелкие предприятия, для которых создан относительно недорогой продукт WebSphere Commerce — Express).
- **Microsoft Commerce Server 2009** - позволяет создавать масштабируемые приложения типа B2B (сеть двустороннего обмена между продавцами и покупателями) и B2C (электронный магазин). Commerce Server предоставляет своим пользователям разнообразные возможности, связанные с управлением бизнес-процессами, с их оперативным анализом и персонализацией.





ORACLE®

E-BUSINESS SUITE

- **Oracle E-Business Suite** — это интегрированный комплекс готовых приложений для электронного бизнеса, автоматизирующих бизнес-процессы компании. Он позволяет автоматизировать операции во всех областях деятельности предприятия, таких как маркетинг, продажи, обслуживание заказчиков, заключение контрактов, выполнение заказов, разработка новой продукции, поставки, производство, бухгалтерия, управление проектами, кадрами и автоматизация профессиональных услуг.

- **Ariba** - одно из крупных достижений компании - союз с IBM и i2 Technologies в целях создания всестороннего программного обеспечения для онлайн-овых B2B площадок. Дополнительно Ariba приобрела новый рынок сбыта в лице сотен тысяч клиентов IBM.





- **Commerce One** – основные стратегические партнёры компании являются General Motors, British Telecom и Shell International, а среди ее крупных клиентов можно назвать Wells Fargo, Boeing, BellSouth и Eastman Chemical. Ключевые сделки - участие в разработке портала TradXchange компании GM, роль одного из основных технологических партнеров в создании автомобильной биржи Covisint, инициаторами которого выступили Ford, GM, DaimlerChrysler и Oracle. В дальнейшем это способствовало заключению новых крупных сделок с Boeing и Shell International.

В качестве одного из успешных примеров российских торговых площадок приведем систему eMatrix.

Если следовать приведенной выше классификации, ее можно отнести к биржевому виду. Это первая торговая система в России, позволяющая проводить сделки с компьютерной техникой и оборудованием через Интернет.

Основной идеей eMatrix является объединение поставщиков и покупателей в рамках независимой автоматизированной торговой системы.

- 
- Основой функционирования электронных торговых площадок на западе являются альянсы, прозрачность, отлаженный бизнес и технологическая готовность участников. В противоположность им большинство российских площадок не отвечает этим свойствам в полной мере.
 - Именно невозможность совместных стратегических действий конкурентов является основным препятствием для появления электронных торговых площадок в России. По этой самой причине на сегодняшний день в нашей стране отсутствует эффективная система биржевой торговли в целом.