

Информационные системы электронной коммерции



Электронные торговые площадки



Функции электронных торговых площадок

Каждый участник ЭТП, ведущий бизнес на ней в онлайн-режиме, вполне способен самостоятельно решать самые разные вопросы, неожиданно появляющиеся в его деле, поскольку указанные системы обладают необходимым для этого функциональным набором:

- ❑ **информационная** — открывает доступ к перечню организаций, которые работают на ЭТП, и данных о них;
- ❑ **маркетинговая** — дает возможность искать потребителей и заказчиков интересующего вида продукции, а также всегда иметь «на руках» актуальные сведения о спросе и предложениях, размещаемых поставщиками или конкурентами;
- ❑ **рекламная** — как только вы разместите данные о своей компании, она сразу станет частью общего информационного пространства;
- ❑ **торговая** — организаторы торгов могут выполнять различные торговые манипуляции, а их участники имеют все возможности для хорошего сбыта предоставляемых товаров и услуг;
- ❑ **аналитическая** — предоставляет возможность сравнения показателей деятельности любой организации и выбора контрагентов, занимающихся поставками, предоставлением других услуг в интересующей вас области;
- ❑ **защитная** — обеспечивает полную безопасность всех проводимых операций (в частности и электронного оборота документов), благодаря применению сертифицированного средства криптографической защиты данных.

Принцип работы электронной торговой площадки B2B

Существует несколько основных принципов функционирования торговых площадок типа B2B:

- ❑ онлайн каталог;
- ❑ аукцион;
- ❑ биржа.



ERP — **enterprise resource planning**, нацеленные на автоматизацию информационных составляющих всех бизнес-процессов компании (управленческий учет, документооборот, снабжение, продажи, отношения с подрядчиками и многое другое). Система выстраивает единую базу корпоративных знаний о производимой продукции, предоставляемых услугах, качественных и количественных параметрах работы служб предприятия.

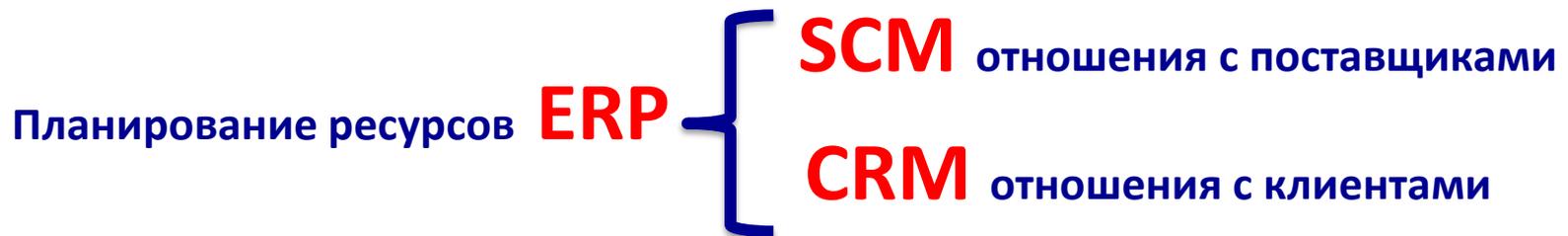
Развитие концепции ERP

В основе ERP-систем лежит принцип создания единого хранилища данных, содержащего всю корпоративную бизнес-информацию и обеспечивающего одновременный доступ к ней любого необходимого количества сотрудников предприятия, наделённых соответствующими полномочиями.

Эволюционным развитием концепции ERP стала концепция ERP II, сформулированная Gartner Group в 2000 году. Согласно концепции ERP II в состав ERP-систем должны входить продукты классов:

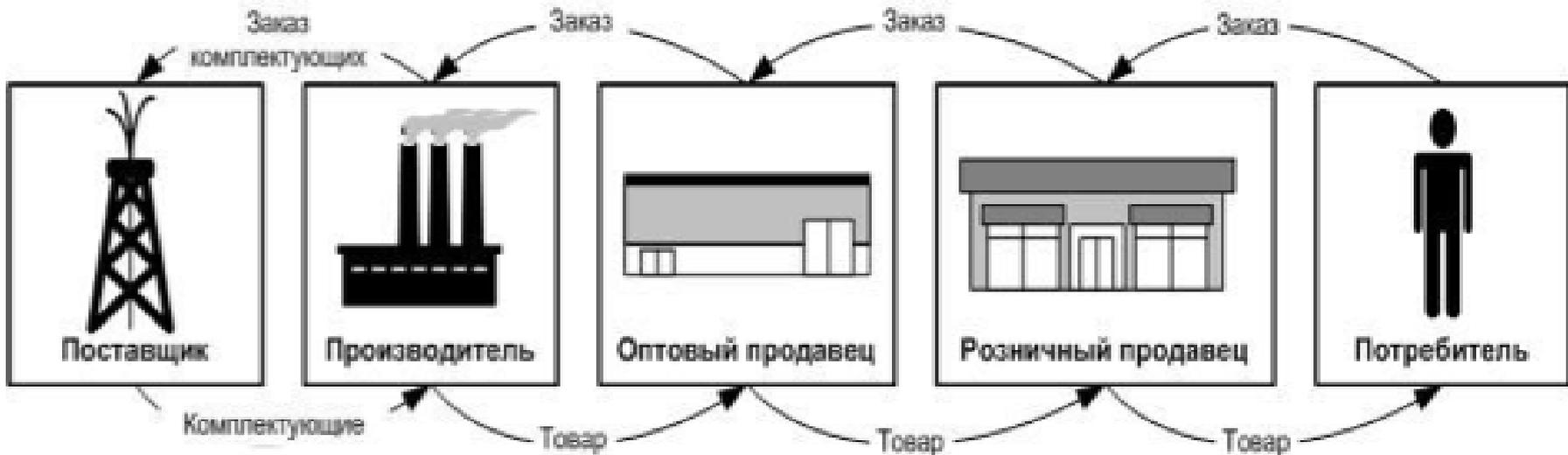
SCM (Supply Chain Management) — управление отношениями с поставщиками

CRM (Customer Relationship Management) — управление отношениями с клиентами, а также инструменты для ведения электронного бизнеса.



Системы SCM

SCM предназначены для автоматизации и управления всеми этапами снабжения и контроля товародвижения на предприятии [16]. Сегодня бизнес-процессы, как правило, выходят за рамки отдельной компании. SCM-системы затрагивают значительное число партнеров, которые вносят свой вклад в производство и дистрибуцию конечной продукции.



Самые популярные ЭТП

- ❑ **B2B-center** – это не просто отдельная торговая площадка, а целая система из таких платформ, созданная еще в 2002 году «Центром развития экономики». Она специализируется на проведении закупок и продаж корпоративного типа с помощью больше 40 разных торговых процедур, обеспечиваемых b2b-center. Это способствует объединению закупок в самых разных сферах экономической деятельности: нефтехимии, автомобильной промышленности, энергетике  металлургии и т.д.
- ❑ **B2B-Сибур** — это отраслевая ЭТП, которая выступает собственностью нефтехимической компании «Сибур».
- ❑ **B2B-Энерго** можно назвать не только торговым плацдармом, но и информационно-аналитической структурой. Она считается официальным ресурсом «ЕЭС России» с 2005 года
- ❑ **B2B Мечел** объединяет в себе больше 326 тыс. участников из разных стран мира

SCM Supply Chain Management — управление отношениями с поставщиками

