

الباب الرابع

تجارة الأعمال-للأعمال (نماذج B2B)

إعداد:

معتز خالد سعد

المصادر:

- ✓ Turban, E. (2015). Electronic commerce : a managerial and social networks perspective

Alibaba.com

- كانت البداية عام 1999
- رؤية الشركة هي توصيل المشترين الأجانب بالمصنعين الصينيين
- بدأت الشركة كبوابة B2B ثم تطورت الى سوق B2B
- في عام 2004 طورت خدمة دفع خاصة بالشركة
- في عام 2007 طورت الشركة برامج لإدارة الأعمال وأسست alisoft.com

تجارة الأعمال-للأعمال B2B

- هي الأعمال والعمليات transaction التي تتم بين الشركات إما عبر extranet أو intranet أو الإنترنت أو شبكة خاصة
- أنواع العمليات الـ B2B :
 - Sell side سوق فيه شركة تبيع المنتجات لعدة شركات مشترية . الشركة البائعة هي التي تدير هذا السوق
 - Buy side سوق فيه شركة تشتري المنتجات من عدة شركات بائعة . للشركة المشترية هي التي تدير هذا السوق
 - Exchange سوق في عدة مشترين و عدة بائعين طرف ثالث هو الذي يدير هذا السوق
- إدارة سلسلة التوريد SCM

فوائد و محددات B2B

• الفوائد

- خفض التكاليف
- تحسين الإنتاجية
- زيادة فرص التوسع

• المحددات

- تعارض القنوات
- الافتقار إلى الاتصال وجها لوجه
- صعوبة تقنية

تطور B2B عبر الأجيال

- 1995: الاعتماد على البوابات لتكوين علاقات وشركات بين الشركات
- 1997: ظهور السوق الإلكتروني و المزايدات والمناقصات
- 2000: ظهور الحكومة الإلكتروني
- 2001: ظهور أنظمة CRM
- 2002: ظهور RFID (تتبع الأشياء عبر موجات الراديو)، وظهور الأنظمة الذكية المساعدة في اتخاذ القرارات، والأنظمة الخبيرة (التي تحاكي خبرة الإنسان مثل طبيب أو محامي)

كيف تشتري عادة الشركات

- عند الحاجة spot buying

- شراء المنتجات والخدمات عند الحاجة لها بسعر السوق السائد
- مثال: شركة ما تحتاج إلي ورق، فتشتري كمية بسعر السوق السائد وعند نفاد الكمية تشتري مرة أخرى بسعر السوق وهكذا

- شراء بعقود طويلة الأجل strategic sourcing

- شراء المنتجات والخدمات بعقود طويلة الأجل والتي تكون ناتجة مفاوضات خاصة
- مثال: الجامعة عادة تحتاج لأقلام السبورة بشكل مستمر وبكثرة، لذلك تتعاقد مع مصنع للأقلام لتوريد الأقلام و يكون التعاقد طويل الأجل و بسعر مميز وخاص

ماذا تشتري عادة الشركات

- مواد مباشرة direct materials : هي مواد أساسية تستخدم في الإنتاج مثل الحديد في مصانع السيارات والورق في دور النشر لطباعة الكتب
- مواد غير مباشرة indirect materials : هي مواد تستخدم لدعم الإنتاج مثل توريدات المكاتب مصابيح الإضاءة
- مواد تستخدم في الصيانة والتشغيل MRO :
 - maintenance, repair and operation
 - هي كذلك مواد غير مباشرة تستخدم لدعم الإنتاج مثل قطع الغيار لخطوط الإنتاج و الوقود ...

اتجاه التجارة

- السوق الرأسى vertical market

- سوق يتعامل مع المنتجات التي تخص صناعة أو قطاع معين مثل سوق الحديد والصلب أو سوق الصناعات الكيمائية ...

- السوق الأفقى horizontal market

- سوق يتعامل مع المواد أو الخدمات أو المنتجات التي تُستخدم في عدة صناعات مثل تجهيزات المكاتب و أجهزة الحاسوب ...

الشراكة في نموذج الأعمال-للأعمال partnership in B2B

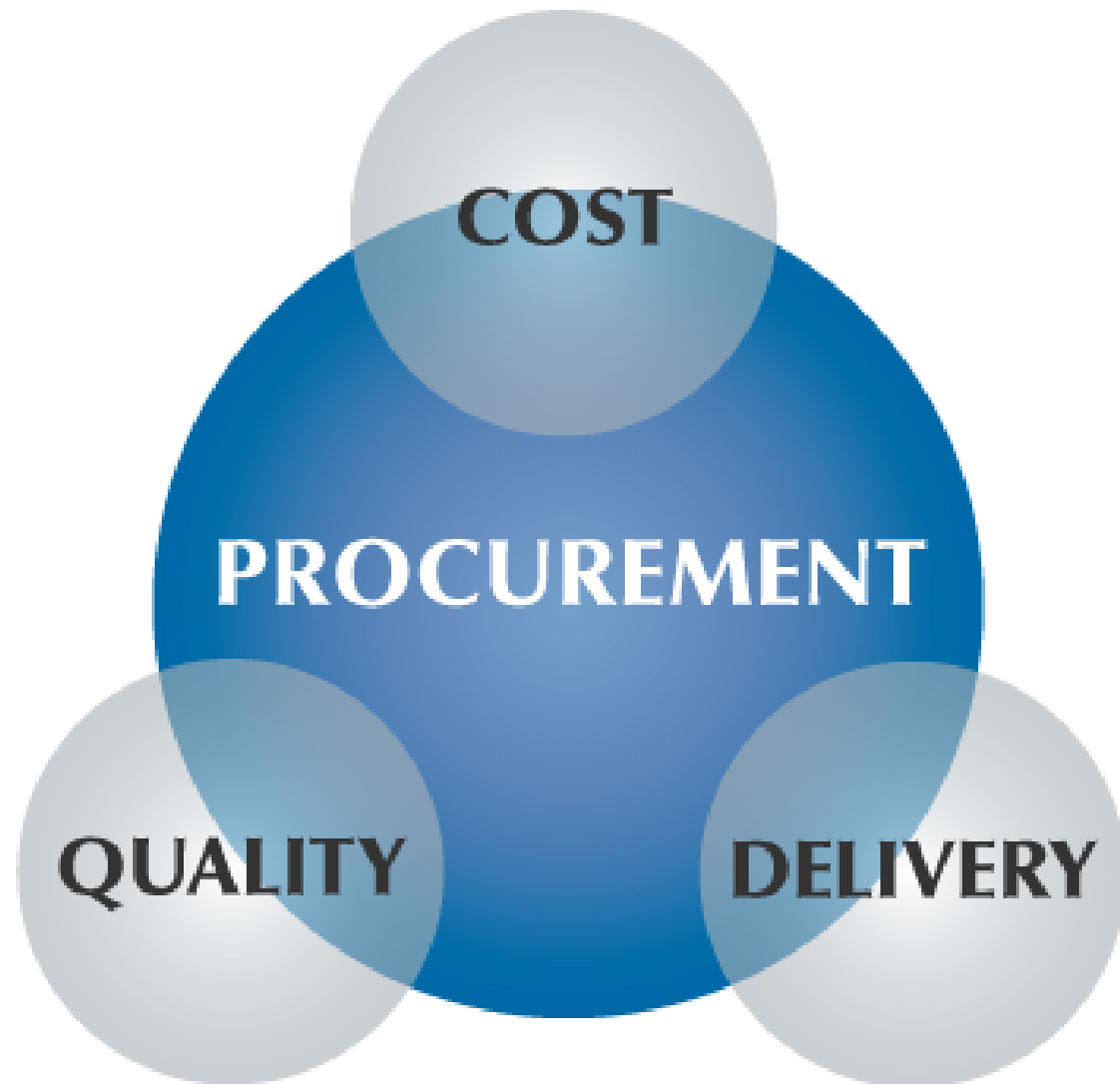
- إدارة علاقة الشركاء PRM
 - partner relationship management
 - إدارة للعلاقة التي تقدم فيها الشركة خدمة للشركاء
- إدارة علاقة الموردين SRM
 - Supplier relationship management
 - إدارة للعلاقة التي تتعامل في الشركة مع الموردين

نظام إدارة المشتريات e-procurement system

- قبل الحديث عن نظام إدارة المشتريات يجدر التعريف أولاً بما هي إدارة المشتريات
- إدارة المشتريات: هي تخطيط و تنظيم و تنسيق كافة الأعمال المتعلقة بشراء المنتجات أو الخدمات التي تحتاج إليها شركة ما لإنجاز عملها
- الشراء الغير منظم maverick buying
 - الشراء الغير مخطط لمواد يُحتاج إليها بسرعة وعادة ما يتم الشراء بدون مفاوضات وبسعر عالي نسبياً
 - مثال: مستشفى تحتاج لمولد كهرباء بشكل طارئ

نظام إدارة المشتريات e-procurement system

- نظام إدارة المشتريات هو عبارة عن سوق خاص بالشركة المشتريّة buy side e-marketplace و تستخدمه الشركة لشراء مستلزماتها لإنجاز العمل بعدة طرق منها المناقصات أو الشراء الجماعي أو المفاوضات أو أي طريقة أخرى
- أي انه نظام إلكتروني للاستحواذ على الخدمات والمنتجات التي تحتاج إليها الشركة



أنواع أنظمة المشتريات الإلكترونية

ERP •

E-MRO •

E-sourcing •

- هو نظام لإعلام الموردين إلكترونياً بالحاجات الشرائية للشركة

E-tendering •

- هو نظام لإرسال واستلام طلبات عروض الأسعار إلكترونياً من الموردين

E-reverse-auction •

E-informing •

- هو نظام لجمع وتوزيع معلومات الحاجات الشرائية من الداخل إلى الخارج

فوائد و تحديات نظام المشتريات الإلكترونية

- الفوائد

- تحسين إدارة سلسلة التوريد
- تحسين الإنتاجية (إنجاز المعاملات الإدارية وزيادة الإنتاج)

- التحديات والصعوبات

- صعوبة التعاون مع الموردين إلكترونيا وربط الأنظمة المختلفة ببعضها البعض

طرق أو أنظمة أخرى لإدارة المشتريات الإلكترونية

- السوق الداخلي للمشتريات

- هو تجميع لكاتالوجات الموردين المعتمدين في كاتالوج إلكتروني واحد

- Desktop purchasing

- الشراء المباشر من السوق الداخلي بدون الحاجة لموافقة أو تدخل دائرة المشتريات
- تقلل الوقت والتكلفة عند الحاجة لشراء حاجيات ذات قيمة صغيرة
- تعتمد هذه الأنظمة على الشفافية
- مفيدة جدا في حالات الحاجة لشراء معدات للصيانة MRO

طرق أو أنظمة أخرى لإدارة المشتريات الإلكترونية

- الشراء الجماعي group purchasing
 - تجميع طلبات الشراء داخليا
 - تجميع طلبات الشراء خارجيا
- الشراء من خلال المقايضة

سوق الأعمال-للأعمال

B2B exchange

- وظائف B2B exchange
 - الموافقة بين البائعين والمشتريين
 - تسهيل عمليات البيع والشراء
 - المحافظة على سياسة السوق بنيته التحتية
- خدمات B2B exchange نوع الخدمات يعتمد على طبيعة السوق ومنها
 - خدمات التسجيل والتنسيق
 - صيانة الكاتالوجات للشركات المتعددة من حيث الإدارة والدمج والتحويل
 - توفير خدمات متعلقة بتكنولوجيا المعلومات
 - إدارة المزادات والمناقصات
 - توفير خدمات استشارية
 - توفير تقارير وإحصاءات

ملكية سوق سوق الأعمال-للأعمال

B2B exchange ownership

- طرف ثالث (غير البائعين والمشتريين)
- اتحاد الشركات

الاعمال-للاعمال في الويب 2.0

- بوابات B2B
- مجتمعات B2B على الشبكات الاجتماعية
- فرص B2B في social commerce
- - هل فرص B2B في التجارة في الشبكات الاجتماعية كفرص B2C ؟
- استخدام الويب 2.0 في B2B

التسويق في شبكات الأعمال-للأعمال

B2B marketing

- التسويق من قبل المصنعين وتجار الجملة على طول سلسلة التوريد
- سلوك الشركة المشتري
 - organizational buyer behavior
 - كما هناك سلوك للمستهلك الفرد، يوجد سلوك للشركة المستهلكة
- الإعلان والتسويق في B2B

نموذج الشركة المشتريّة

- هناك عدة عوامل تؤثر على قرار الشراء في الشركة منها
 - تأثير الفرد (عمره وجنسه وتعليمه وطريقة حياته قيمه ...)
 - التأثير الشخصي: تأثير الفرد على زملائه من حيث سلطته و منصبه
 - تأثير المؤسسة: السياسات والإجراءات المتبعة
 - محفزات السوق (السعر والعلامة التجارية والعروض)
 - طبيعة الأنظمة الإلكترونية المستخدمة في الشركة
- ERP , e-procurement
- القرار عبارة عن عدة قرارات (اشترى ام لا؟ ماذا اشترى؟ متى؟ ممن؟ كم سأنفق؟

نهاية الباب الرابع

