

## Comertul colaborativ

Lect.dr. Carmen TIMOFTE

Catedra de Informatica Economica, A.S.E. Bucuresti

*În domeniul comertului electronic si al afacerilor pe Internet, o data cu stingerea euforiei, cauzate în buna parte de racirea mediilor de afaceri americane s-a constatat ca o serie de probleme legate de solutiile initiale din domeniul B2B erau statuate gresit si s-a ajuns la concluzia ca si acest domeniu este guvernate de principiile generale colaborative. Astfel, asistam azi la aparitia unui nou domeniu denumit C-Commerce, adica comert colaborativ.*

**Cuvinte cheie:** c-commerce, Web Services, portal Web.

### Introducere

În ultimii doi ani, comertul colaborativ a capatat o importanta deosebita pentru majoritatea companiilor. Comertul colaborativ optimizeaza canalele de aprovizionare si distributie pentru a face o organizatie mai competitiva si mai profitabila. Colaborarea pentru bunurile de uz comun trebuie sa fie principala factor de motivare în obtinerea de valoare de pe urma initiativei comertului colaborativ. Comertul colaborativ merge dincolo de marketing si vânzari on-line. El implica un schimb dinamic de informatii si idei prin intermediul Web-ului între partenerii de afaceri si în interiorul întreprinderilor pentru maximizarea eficientei proiectarii si dezvoltarii produsului, furnizarea lantului de actiuni si a proceselor de fabricatie. Comertul colaborativ îi da posibilitatea fiecarui membru al acestor comunitati virtuale sa beneficieze de competentele, capitalul intelectual si pregatirile în afaceri ale celorlalti. Comertul colaborativ reprezinta o schimbare fundamentala în modelul traditional de afaceri. Decât sa-si rezolve problemele de unele singure, companiile, mai degraba cauta sa gaseasca solutii integrându-se în cadrul unei comunitati comerciale. Comertul colaborativ pune mai mult accent pe rezultate si mai puțin pe mijloacele folosite pentru obtinerea acestor rezultate.

### Modele de afaceri ale comertului colaborativ

Comertul colaborativ necesita modele de afaceri inovatoare. Pe masura ce necesitatea de îmbunatatire a performantei afacerii continua

sa creasca, apar inovatii în modelele de afaceri. Modelele organizationale beneficiaza de avantajul instrumentelor tehnologiei digitale si utilizeaza comertul electronic pentru cresterea colaborarii în cadrul lantului de distributie.

Companiile cele mai importante pentru tranzitia la comertul colaborativ au inclus câteva concepte cheie în modelele lor de afaceri:

- Definirea unei viziuni clare asupra calitatii lantului comercial care furnizeaza valoare afacerii.
- Folosirea puterii tehnologiei digitale pentru a se concentra pe problemele industriei si cautarea de solutii care sa ofere un avantaj pe piata.
- Luarea în considerare a provocarilor din domeniul industrial si utilizarea resurselor în cadrul mai multor afaceri pentru dezvoltarea de solutii.
- Colaborarea cu toti membrii constituinti ai retelelor comerciale pentru dezvoltarea de solutii printr-o identificare eficienta a nevoilor distribuite.
- Comunicarea în cadrul lantului comercial la preturi scazute, colaborarea privind proiectarea si utilizarea capacitatilor tehnologiei digitale.

Modelul aparut pentru companiile care lupta sa obtina avantajele oferite de comertul colaborativ include puternice cunostinte industriale, o înțelegere a rezultatelor din industrie, constientizarea celor mai bune practici si a tehnologiei care face informatia accesibila tuturor membrilor lantului comercial. Toate acestea contribuie la cresterea performantelor întregii retele comerciale, furnizând

companiilor principale noi posibilitati pentru inovatie. Modelele de afaceri colaborative furnizeaza un avantaj competitiv în actuala economie prin scaderea costurilor, cresterea eficientei operatiilor si crearea de noi relatii care sa aduca plus de valoare afacerii.

Toate organizatiile, indiferent de specificitatea afacerilor lor, vor beneficia în mod direct de pe urma aplicarii principiilor comertului colaborativ în cadrul întreprinderii. Dintre beneficiile aduse se pot enumera minimizarea costurilor, cresterea transparenteii pietei si a desfasurarii proceselor, îmbunatatirea relatiilor cu clientii.

### Arhitectura unui sistem de comert colaborativ

În tehnologia *Web Services*, comertul colaborativ ar putea gasi o modalitate noua de redefinire a modelului sau de afaceri. Tehnologia *Web Services* da comertului colaborativ posibilitatea de a oferi noi produse, servicii si colaborare multidimensionala, aducând întreprinderile globale un pas mai aproape de îndeplinirea promisiunii privind cresterea eficientei în lanturile de distributie si în cadrul proceselor desfasurate între întreprinderi.

Arhitectura unui sistem de comert colaborativ poate fi definita pe patru niveluri (figura 1).

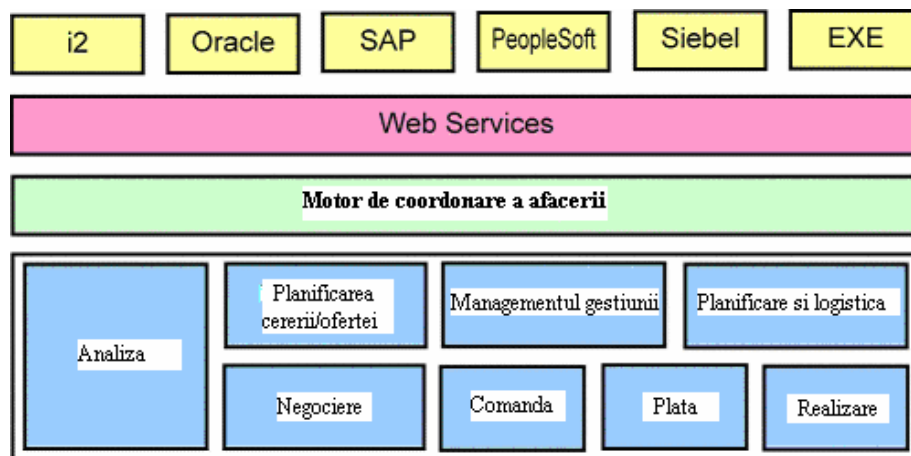


Fig. 1. Arhitectura comertului colaborativ

➤ Nivelul 1 este reprezentat de firmele care realizeaza aplicatii necesare desfasurarii proceselor din cadrul comertului colaborativ. Aceste aplicatii sunt legate de procesele de baza ale afacerii: planificarea resurselor materiale, gestiunea resurselor umane, automatizarea vânzării și managementul tranzacțiilor financiare.

➤ Nivelul 2 este reprezentat de *tehnologia Web Services* care furnizeaza o platforma integratoare pentru diferitele tipuri de aplicatii. El furnizeaza o integrare a aplicatiilor și, de asemenea, este un nivel transparent între procesele de baza ale afacerii și portalul Web al întreprinderii.

➤ Nivelul 3 este reprezentat de *motorul de coordonare a afacerii* și este definit de expertii de afaceri ai întreprinderilor. Regulile

vor fi pastrate în cadrul unui instrument de inteligența artificială care declanșează o serie de evenimente când întâlnește anumite indicații, în timp ce procesează datele afacerii.

➤ Nivelul 4 este reprezentat de *portalul Web* multidimensional de comert colaborativ al întreprinderii.

### Criterii pentru succes în implementarea comertului colaborativ

Prin analizarea caracteristicilor principalelor companii putem identifica următorii factori pentru a realiza trecerea cu succes de la comertul electronic la comertul colaborativ:

➤ *Dorința și capacitatea pentru schimbări fundamentale*. Comertul colaborativ este mai întâi de toate o nouă modalitate de a face afaceri; el schimbă structurile de luare a decizi-

lor, procesele organizationale și modalitatea în care oamenii își îndeplinesc sarcinile. Astfel, atât dorința de schimbare cât și abilitatea de a realiza schimbări sunt esențiale. Managerii trebuie să aibă puterea să renunțe la prejudecăți și să caute în afara organizației resursele necesare rezolvării problemelor afacerii. Companiile trebuie să aibă puterea să-și integreze propria tehnologie și procesele de afaceri cu alte companii constituite ale la ntului comercial. Informațiile relevante trebuie să fie disponibile tuturor partilor din cadrul rețelei comerciale, în interiorul și în afara companiei.

➤ *Abilități interne pentru colaborare.* Comerțul colaborativ necesită capacitate pentru planificare, negociere, monitorizare și acces la informație dincolo de granițele companiei. Companiile care nu și-au dezvoltat abilitățile interne de colaborare și nu au o experiență în acest sens au slabe șanse de succes în ceea ce privește colaborarea cu partenerii externi. Cultura companiei și structura afacerii trebuie să suporte colaborarea internă și procese interfuncționale. Trebuie să existe mecanisme pentru a împărtăși ceea ce funcționează de ceea ce nu funcționează și pentru a impune cele mai bune practici în cadrul organizației.

➤ *Toleranța față de managementul riscului.* Riscurile inerente nu pot fi eliminate, dar trebuie gestionate. Nu toate inițiativele privind trecerea la comerțul colaborativ pot reprezenta un succes, făcând ca riscul să devină un aspect important în determinarea oportunităților de urmărit.

➤ *Abilitatea organizației.* Obținerea succesului în cadrul comerțului colaborativ necesită procese organizationale rapide, cum ar fi luarea rapidă a deciziilor și capacitatea de implementare rapidă a noilor soluții de afaceri. Ferestrele de oportunitate se pot deschide și închide rapid, astfel ca organizațiile trebuie să fie capabile să răspundă rapid la schimbările pieței, la noile oportunități și amenințări competitive.

➤ *Eficiența implementării.* Schimbările elementare necesare pentru succesul comerțului colaborativ arată că companiile au nevoie de mijloace eficiente pentru a introduce și a facilita noile procese de afaceri, structur-

le de luare a deciziilor și îndeplinirea sarcinilor. Comunicarea, pregătirea, programele stimulatoare și alte forme de sprijinire a implementării sunt esențiale pentru a ajuta oamenii să accepte noile modalități de lucru.

➤ *Existența unei discipline pentru a obține performanțe.* Comerțul colaborativ aduce multiple variabile în joc, conducând la mai mulți factori care pot afecta rezultatul strategiilor de afaceri. Din acest motiv, comerțul colaborativ necesită o ordine și o disciplină bine puse la punct pentru a obține performanță, cu creșterea accentului pus pe rezultatele măsurabile. Companiile trebuie să masoare performanțele în termeni de standard de competitivitate. Măsurarea se concentrează pe procesele și inițiativele care diferențiază afacerea și creează un avantaj competitiv.

### Concluzii

Conform experților în industrie, inițiativele privind comerțul colaborativ vor deveni o prioritate de vârf a afacerii în următorii ani. Organizațiile care adoptă principiile comerțului colaborativ pot obține un avantaj competitiv enorm față de companiile care folosesc modelele de afaceri tradiționale. Practicile comerțului colaborativ cum ar fi împărtășirea cunoștințelor, sistemele deschise și o cooperare mai mare în interiorul rețelelor comerciale pot conduce la scăderea costurilor totale, creșterea satisfacției clienților și crearea de relații de afaceri durabile care continuă să genereze valoare distribuită și beneficii reciproce.

### Bibliografie

1. William M. Ulrich, Collaboration Counts in C-Commerce, Computerworld, Feb, 2002
2. [http://www.b2business.net/Business\\_Resources/E-Business\\_services](http://www.b2business.net/Business_Resources/E-Business_services), 2003
3. <http://www.webservicesarchitect.com/content/articles>, 2003
4. [http://www.systemtransformation.com/transformation\\_articles.htm](http://www.systemtransformation.com/transformation_articles.htm), 2002