

Tartalom

Előszó	
Új üzleti modellek és a gazdagság megalapozása	11
Néhány szó előljáróban	13
Miről szól ez a könyv?	14
Köszönetnyilvánítás	17
ELSŐ FEJEZET	
AZ E-KERESKEDELEMTŐL AZ E-ÜZLETIG	19
Készen áll?	21
Mi köze a ma üzletének a holnap technológiájához?	22
Az e-üzlet meghatározása: szerkezeti átalakulás	25
A hagyományos érték meghatározások megkérdőjelezése	30
Egységes, megbízható értékírányzatok kialakítása: e-üzleti hálózatok	37
A partnerkapcsolatok kihasználása: e-üzleti alapképességek.....	40
Az új, technológián alapuló vállalkozás létrehozása:	
egységesítés, egységesítés, egységesítés.....	42
Az e-üzleti vezetők új generációjára van szükség	47
Néhány szó a vezérigazgatókhoz	48
MÁSODIK FEJEZET	
TRENDEK AZ E-ÜZLETBEN	51
Az e-üzletet irányító trendek	54
A vásárlókkal kapcsolatos trendek	55
Az e-szolgáltatási trendek.....	61
Szervezeti trendek	67
Alkalmazotti megatrendek	70
Vállalkozástechnológiai trendek	72

Általános technológiai trendek	75
A hús trend közös vonása	81
Néhány szó a vezérigazgatókhoz	82

HARMADIK FEJEZET

AZ E-ÜZLET DIGITALIZÁLÁSA: AZ E-ÜZLET TÉNYEZŐI	85
Az e-üzlet tényezői: szerkezeti alapok	86
Az e-csatorna	94
Hús-kattintás cégek	99
Az e-portálok	104
Az e-piacok kialakítói	108
A tiszta „e-digitális” termékek	110
Néhány szó a vezérigazgatókhoz	118

NEGYEDIK FEJEZET

AZ E-ÜZLETI TERVEZÉS: TÖBB MINT TECHNOLÓGIA	121
Versenyfutás a modern e-üzleti terv kialakításáért	124
1. lépés: Önvizsgálat	126
2. lépés: Az értéklánc átalakítása	128
3. lépés: Válasszunk fókuszot	130
4. lépés: Hibátlan megvalósítás	135
Az e-üzleti terv tanulságai	150
Néhány szó a vezérigazgatókhoz	152

ÖTÖDIK FEJEZET

AZ E-ÜZLET SZERKEZETI FELÉPÍTÉSE: VÁLLALKOZÁSI ALKALMAZÁSOK	155
Az e-üzleti szerkezetet irányító trendek	168
Az egységesítés hiányából fakadó problémák	163
A keresztfunkciós, egységesített alkalmazások új korszaka	165
Az e-üzleti szerkezet = integrált alkalmazásrendszerek	180
Néhány szó a vezérigazgatókhoz	183

HATODIK FEJEZET

FOLYAMATINTEGRÁCIÓ A KAPCSOLATOK KIÉPÍTÉSÉÉRT:	
ÜGYFÉLKAPCSOLAT-SZERVEZÉS	185
Az ügyfélkapcsolat-szervezés alapjai	187
Az új ÜKSZ-szerkezet: szerveződjünk a vásárló köré	193
A következő generációs ÜKSZ-infrastruktúra integrációs feltételei	203
Következő generációs ÜKSZ-trendek	208
Útikalauz cégvezetőknek	213
Néhány szó a vezérigazgatókhoz	217

HETEDIK FEJEZET

AZ ÜGYFÉLKAPCSOLAT BEVÉTELLÉ ALAKÍTÁSA:

ÉRTÉKESÍTÉSILÁNC-SZERVEZÉS	221
Az értékesítésilánc-szervezés alapjai	222
Az értékesítésilánc-szervezést szükségessé tevő üzleti erők	233
Az értékesítésilánc-szervezést szükségessé tevő technológiai erők	237
Általános üzleti probléma: a rendelésszerzés folyamatának kézben tartása	242
Az értékesítési lánc infrastruktúrájának elemei	245
Esettanulmányok az értékesítésilánc-szervezésről	252
Néhány szó a vezérigazgatókhoz	256

NYOLCADIK FEJEZET

AZ E-ÜZLET GERINCÉNEK KIÉPÍTÉSE: VÁLLALKOZÁSI FORRÁSTERVEZÉS	259
A vállalkozási forrástervezés alapjai	263
VFT-döntés = a vállalkozás szerkezetének kidolgozása	272
A VFT használat a valós világban: három esettanulmány	276
A VFT megvalósítása: ragadjuk meg az alkalmat	281
A VFT-szerkezet és az eszközkészlet fejlődése	285
Néhány szó a vezérigazgatókhoz	289

KILENCEDIK FEJEZET

AZ ELLÁTÁSILÁNC-SZERVEZÉS ÉS AZ E-TELJESÍTÉS MEGVALÓSÍTÁSA	291
Az ellátásilánc-szervezés alapjai	294
Internet-alapú ELSZ	300
Az e-ellátási lánc egyesítése	309
Szervezési problémák az e-ellátási lánc egyesítése során	312
Az e-ellátási láncok folyamatos fejlődése	315
Útmutató cégvezetők számára	323
Néhány szó a vezérigazgatókhoz	326

TIZEDIK FEJEZET

AZ E-BESZERZÉS KÖRÜLI HOMÁLY ELOSZLATÁSA:

VÁSÁRLÓI OLDAL, ÉRTÉKESÍTŐI OLDAL, NETPIACOK ÉS KERESKEDELMI GÓCOK	329
Az e-beszerzési modellek fejlődése	331
A beszerzési folyamatok fejlődése	344
Az e-beszerzés infrastruktúrája: a megrendelés, a teljesítés és a fizetés integrálása	348
Az e-beszerzéshez tartozó elemzési és adminisztrációs alkalmazások	354
Piacok kialakítását segítő cégek	356
Útmutató az e-beszerzésért felelős vezetők számára	360
Néhány szó a vezérigazgatókhoz	369

TIZENEGYEDIK FEJEZET

ÜZLETI INTELLIGENCIA: A TUDÁSKEZELÉS KÖVETKEZŐ GENERÁCIÓJA	371
A tudáskezeléssel (TK) kapcsolatos alkalmazások fejlődése	373
Az üzleti intelligenciával kapcsolatos alkalmazások összetevői	382
Üzleti intelligenciával kapcsolatos alkalmazások a gyakorlatban	391
Az üzleti intelligencia rendszer műszaki összetevői	396
Alaptechnológiák: adatraktár-építés	399
Útikalauz cégvezetők számára	402
Néhány szó a vezérigazgatókhoz	404

TIZENKETTEDIK FEJEZET

AZ E-ÜZLETI TERV KIDOLGOZÁSA: A STRATÉGIA KIALAKÍTÁSA	407
Útikalauz az e-üzleti átalakuláshoz	410
Az e-üzleti terv a gyakorlatban: esettanulmány az E*TRADE-ről	437
Néhány szó a vezérigazgatókhoz	442

TIZENHARMADIK FEJEZET

AZ E-ÜZLETI STRATÉGIA A GYAKORLATBAN: AZ E-PROGRAM KIDOLGOZÁSA	445
Az e-program megtervezésének előkészületei	447
Az e-program tervezésének alapszakaszai	455
Kommunikáció, kommunikáció, kommunikáció	474
Az e-üzleti programtervezést komolyan kell vennünk	475
Néhány szó a vezérigazgatókhoz	480

TIZENEGYEDIK FEJEZET

A SZERVEZET MOZGÓSÍTÁSA: TAKTIKAI MEGVALÓSÍTÁS	483
A taktikai megvalósítás útikalauza	485
Az e-projekt taktikai irányítása	488
Az e-kidolgozás folyamata	493
Az infostruktúra irányítása	507
A projekt elfogadásának irányítása	514
A tanulás és a fejlődés felmérése	515
Néhány szó a vezérigazgatókhoz	516

JEGYZETEK	519
------------------------	-----

NÉVMUTATÓ	533
------------------------	-----

Előszó

Új üzleti modellek és a gazdagság megalapozása

A huszadik században az Ipari Kor egységesített vállalatai alapozták meg a gazdagságot. Egyértelműen modellezték a céget, számos feltételezéssel. A szervezetekben hierarchia működött: az alacsonyabb szint jelentést tett a magasabbnak, és a cégnek saját belső gazdagsága volt. Marketingen alapuló terjesztési technológiák szabályozták a bevételszerzést. A különböző iparágakban hasonlóak voltak a gépek és a folyamatok.

A stratégiai üzleti gondolkodásmód hagyományos kiindulópontja az önálló vállalat, és ezen nincs mit csodálkozni. A digitális gazdaságban azonban ez már nem megfelelő. A versenysztratégia alapja egyre inkább az értékalkotás új formája. Fokozatosan belépünk egy új korba, az üzleti hálózat, röviden ü-hálózat korába. Ü-hálózatnak nevezünk bármely rendszert – beszállítók, terjesztők, szolgáltatók, infrastruktúra-szolgáltatók és vásárlók rendszerét –, amely az internetet használja az üzleti kommunikációhoz és tranzakciókhoz.

A digitális gazdaságban folyó verseny legfontosabb tényezője az üzleti modell modernizálása, kihasználva az üzleti hálózatok hatalmát. Az üzleti hálózatok egyik iparágban a másik után semmisítik meg az elavult cégmodellt.

A gazdaságban végbemenő alapvető átalakulás megértéséhez érdemes elolvasni a Nobel-díjra jelölt közgazdász, Ronald Coase korai műveit. Több mint hat évtizeddel ezelőtt Coase felvetette: „Miért léteznek cégek?” Ha a piac ennyire eredményes, miért nem működhet minden egyes munkás, a termelési folyamat minden egyes lépése önálló vásárlóként és eladóként? Coase szerint a piac elméleti tettekészsége és a cég állóképessége között húzóó ellentmondás alapja a *tranzakciós költség*. A cég akkor támaszt tranzakciós költségeket, amikor a saját belső forrásai helyett a piacon keres terméket vagy szolgáltatást.

A tranzakciós költség három részből épül fel, és ezek együtt – vagy akár külön-külön is – megfizethetetlenek lehetnek.