

A webszolgáltatások előnyei a kis- és közepes vállalatok részére

A webszolgáltatás egy-egy körülhatárolt feladat megoldására irányuló zárt alkalmazást jelent, és az alkalmazási területek közötti kommunikáció-ra épül. Előnyei a kis- és közepes vállalatok számára igen jelentősek.

Tárgyszavak: kisvállalatok; webszolgáltatások; információszolgáltatások; internet.

AKTIVÁLHATÓ SZOLGÁLTATÁSOK • A webszolgáltatások mindenkor és mindenhol aktiválhatók, feltételezve, hogy a felhasználónak megvannak a hozzáférési jogai. A webszolgáltatás alapja az internetoldal, amely adatokat foglal össze a kínált szolgáltatásokról, lehívási lehetőségekről stb. Ezek az adatok lehívhatók a megfelelő alprogramokkal és szolgáltatások kombinálhatók is egymással a futtatási idő alatt. Ennek köszönhetően egyes bázisszolgáltatások egyidejű igénybevétele esetében komplex teljesítmény érhető el.

A webszolgáltatások három fő alkotó elemből állnak:

- a szolgáltatást igénybevevőből,
- a szolgáltatást nyújtóból,
- a listából (regisztrálásból).

A szolgáltatást nyújtó leírja szolgáltatását valamilyen szabványos formában, amit a szolgáltatást igénybevevő lehívhat, és egy lista alapján hozzájuthat a szükséges információkhoz.

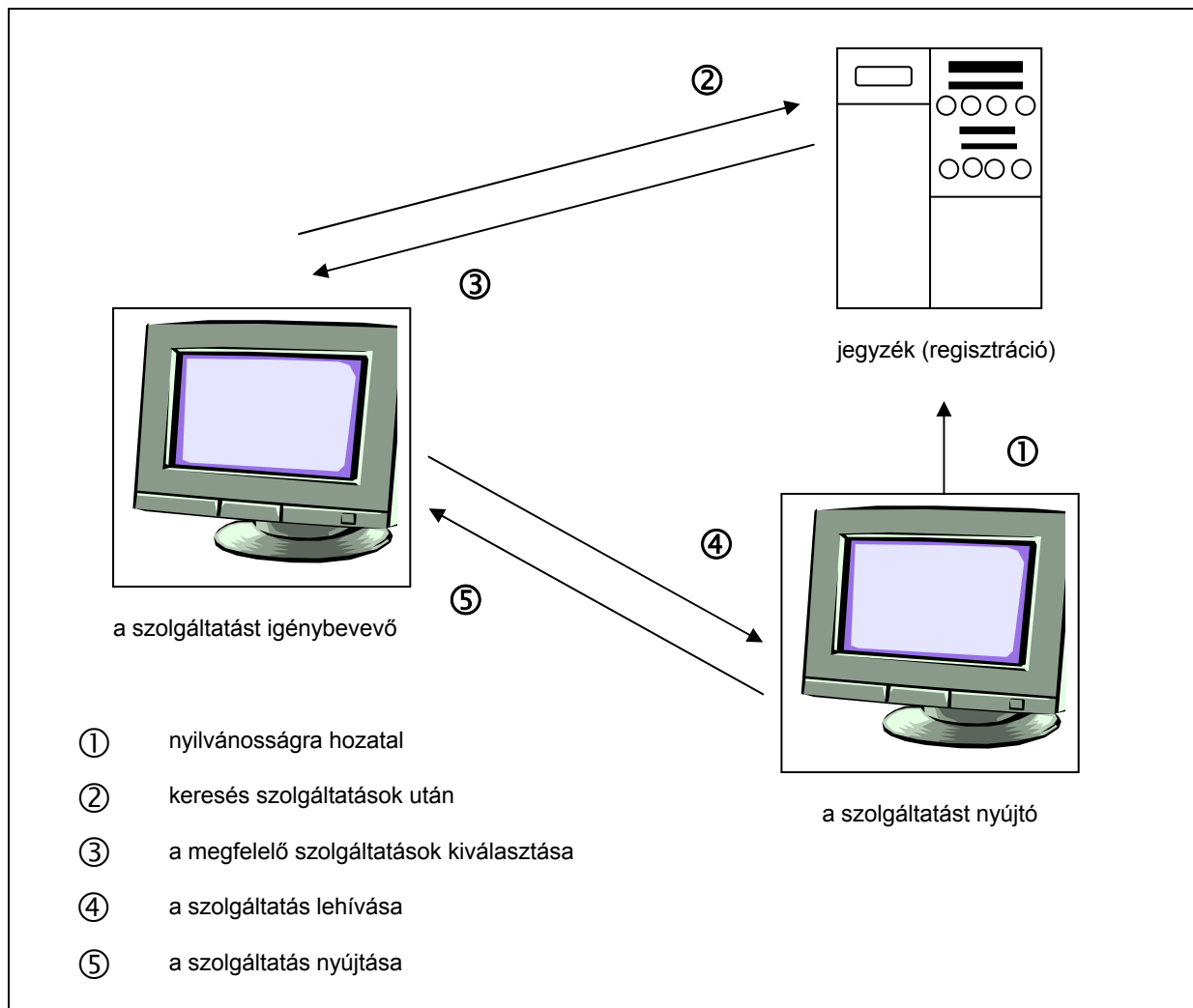
Az alkotóelemek egymáshoz kapcsolódását az 1. ábra mutatja be.

MŰSZAKI NORMÁK • A műszaki szempontok szabványosítására irányuló törekvéseken kívül szükséges a szakmai normák kialakítása is, amelyek elsősorban azokra az egységes hírtartalmakra vonatkoznak, amelyek a felhasználó és a webszolgáltatók között cserélődnek.

A szakmai normák a felhasználó és a szolgáltatást nyújtó között cserélődő egységes hírtartalmakon kívül azokra a szolgáltatásokra is vonatkoznak, amelyeket a webszolgáltató nyújt. Ha pl.: egy szolgáltatást nyújtó cég tőzsdeinformációkat biztosít különböző helyekről, akkor célszerű egységes hírformációkat kidolgozni, hogy ne kelljen a felhasználónak az információkat külön átalakítania.

A piacra érvényes normák kidolgozása főként a piacvezető cégek esetében jellemző. Nem mindig a legjobb megoldás azonban a globális szabványok kidol-

gozása, hanem azokra az egyszerűbb, bővíthető, olcsóbb megoldásokra célszerű törekedni, amelyek idővel egy adott területen átfogó normává fejlődhetnek.



1. ábra A webszolgáltatások elemei és használati folyamata

A WEBSZOLGÁLTATÁSOK ALKALMAZÁSI TERÜLETEI • A webszolgáltatások a műszaki normák adta lehetőségek révén gyors fejlesztést tesznek lehetővé. Mind a vállalaton belüli, mind a vállalatok közötti kooperációs kapcsolatok bővítését szolgáló eszközként vehetők igénybe a webszolgáltatások korszerű formái, amelyek elősegítik a különböző szervezeti egységek által kidolgozott célirányos információk hatékony cseréjét.

Azok a korszerű munkaeszközök, amelyek az egyes feladatok megoldásával kapcsolatos webalapú támogatást megvalósítják, sok vállalatnál ma még elszigetelten, egy-egy szervezeti egységnél jelennek meg, és nem kötik össze őket vállalati szinten. A teljes rendszerre irányuló alkalmazás lassabb terjedésének az az oka, hogy ez a költségek és a különböző rendszerek kö-

zötti hosszantartó egyeztetést igényli. A különböző alkalmazási területek integrációjának a célja sem egyéb, mint az egyes alkalmazások laza összekapcsolása, hogy a fenti költségek elkerülhetők legyenek. A laza összekapcsolásnak köszönhetően az egyes alkalmazások révén nagyfokú rugalmasság érvényesül az üzleti folyamatok formálása során.

VEVŐKAPCSOLATOK • Az üzleti kapcsolatok az ügyfelek és a vállalat között a webszolgáltatások alkalmazásával folyamatosan változtathatók. A szolgáltatások nyilvánossá tételével az igénybevevők számára lehetőség nyílik a megfelelő partnerek gyors megtalálására és kiválasztására. Ha egy vállalat többféle szolgáltatást, ill. terméket kínál, akkor ez a vevők számára lehetőséget nyújt többféle változat kombinációjára. A vevő ily módon hatást gyakorol az összeteljesítményre.

Az egyes vállalatok közötti kooperáció során olyan együttműködés alakul ki, amelynek keretében az egyes partnerek forrásaik egy részét a közös fellépés érdekében használják fel, mégpedig formális és informális megállapodás keretében egyaránt.

VERTIKÁLIS KOOPERÁCIÓ • A vállalatok az értékalkotás folyamatában együttműködnek, de különböző fázisban tevékenykednek. Ilyen pl.: a szállító és vevő közötti kapcsolat. A gyártó cégeknek alapvető érdekük a beszállítókkal kialakított hatékony kapcsolat. Ennek érdekében dolgozzák ki azokat az interneten keresztül működő rendelési, visszaigazolási módokat, amelyek egyrészt kiküszöbölik a papíralapú kapcsolattartást, másrészt gyorsabbá, pontosabbá teszik az adatforgalmat, rövidítik a szállítási időt, csökkentik a raktározási költséget.

A webszolgáltatások igénybevétele a kooperáló vállalatok számára nagyobb betekintést enged a partnerek információs rendszerébe. Ennek alapján pl. egy gyártó cég raktárnyilvántartó rendszerének nyilvánossá tételével a partnerek számára lehetővé válik a közvetlen beavatkozás, ami megkönnyíti a tervezést mindkét oldalon. A szállítások elvégzése is nagymértékben egyszerűsödik a webszolgáltatások igénybevételenek köszönhetően.

HORIZONTÁLIS KOOPERÁCIÓ • A horizontális kooperációban részt vevő vállalatok az értékalkotás folyamatában azonos szakaszban tevékenykednek, de így is hatékonyan együtt tudnak működni a webszolgáltatások igénybevételeivel. Ilyen lehetőség adódik pl. az olyan kereskedelmi vállalatok számára, amelyek hasonló ágazatban tevékenykednek és a webszolgáltatások igénybevételeivel közösen tudják bővíteni választékukat. Az interneten keresztül beérkező megrendelések a megfelelő szakosodott vállalatokhoz kerülnek. Az együttműködés eredményeként hatékony kapacitásnövelés is elérhető. Amennyiben valamely vállalat nem tudja teljesíteni a megrendelést, a partner vállalat megfelelő gyártásprogramozással be tud lépni az üzleti folyamatába.

DIAGONÁLIS KOOPERÁCIÓ • A különböző gazdasági ágazatokban tevékenykedő vállalatok egymáshoz kapcsolódása átfogja a különböző szakmákat. A diagonális kooperáció tartalmazza az ügyletek számára a legnagyobb lehetőséget a jó kapcsolatok kialakítására, hiszen az ügyfél számára a kínálat kombinációja már önmagában véve is hasznot jelent.

A ráfordítások csökkenésének egyik megjelenési formája a keresés idejének rövidülése, a kínálati oldal lokalizálásának köszönhetően. Jó példa erre egy számítógép-konfiguráció összeállítása. Az egyes alkotóelemek, mint pl. az alapgép, a nyomtató, a monitor, a speciális szoftverek, az installálás stb. külön weboldalon szerepelnek, és megfelelőképpen szelektálni kell közülük. Ráadásul egyáltalán nem biztos, hogy sikerül a legjobb változatot kiválasztani. A web-szolgáltatás igénybevételének az az előnye, hogy az ajánlatokat komplex teljesítménnyé integrálja, és így a megrendelő számára jobb lehetőség adódik a legjobb változat kiválasztására. Hasonlóképpen megkönnyíti a webszolgáltatások igénybevétele a legjobb szállító, biztosító vagy egyéb szolgáltató kiválasztását.

VIRTUÁLIS VÁLLALATOK • A hagyományos kooperációs formákon kívül a vállalatoknak lehetőségük van arra is, hogy a „háló-partnerség” formájában kooperáljanak és a megbízásokat a „virtuális vállalatok” segítségével közösen dolgozzák fel. A virtuális vállalat az önállóan tevékenykedő, ideiglenesen kooperáló, független vállalatok együttese. A kooperáció célja a hatékonyság javítása. A virtuális vállalatok kialakulásának legfontosabb feltételeit az 1. táblázat foglalja össze:

1. táblázat

A virtuális vállalat formájában végbemenő kooperáció legfontosabb feltételei

Problémaorientált, dinamikus kompetencia-összekapcsolás	<ul style="list-style-type: none"> – Minden partner rendelkezik a szükséges kompetenciával. – Kizárólag az alapkompenciák kerülnek be a virtuális vállalatba. – Létrejön a lehető legjobb szervezet.
Idő- és telephelyfüggetlen feladatteljesítés	<ul style="list-style-type: none"> – Gyakori, hogy az együttműködés átnyúlik a vállalat és telephely határain.
Nincs túlszervezve a vállalat	<ul style="list-style-type: none"> – A virtuális vállalatot bővítik a kiegészítő képességek fokozása érdekében, de a rugalmasság csökkenése nélkül. – A virtuális vállalat belső koordinációja a kommunikációs technológiák és a kölcsönös bizalom kultúráján alapul.
Nyíltság és rugalmasság	<ul style="list-style-type: none"> – A partnerek cserélhetők, aminek következtében: – a hálózati partnerek alkalmazkodási képessége megnő, – a virtuális gyár összeállításában nyíltság lesz tapasztalható.
Nyereségorientáció	<ul style="list-style-type: none"> – Előnyök jelentkeznek a partnerek és a vevők számára. – A virtuális vállalatok eredetük és céljuk szerint egyaránt nyereségorientáltak.

Összehasonlítva tehát a hagyományos kooperációs formákkal, a virtuális vállalatok számos előnyt nyújtanak. Ezek egyrészt az újfajta vállalati kultúrából adódnak. A 2. táblázat a legfontosabb előnyöket foglalja össze.

2. táblázat

A virtuális vállalatok strukturális előnyei

Szinergia	– a teljes értékalkotó folyamaton keresztül – az értékalkotó folyamat optimalása révén
Megbízások vásárlása	– olyan megbízások hozhatók létre, amelyek egyes vállalatoknál nem valósíthatók meg
Költségmegtakarítás	– a források és képességek közös kihasználása révén – lehetséges skálahatás
Tanulási hatás	– ismeretcsere – tapasztalatcsere a vállalatcsoport tagjai között
Szakosodás	– összpontosítás a döntően fontos kompetenciákra
A termékek konvertálhatósága	– összpontosítás azokra a termékekre, amelyek alkatrészei az erre szakosodott partnervállalatoktól származnak

(Dr. Góber Lajos)

Krammer, A.; Luft, O.: Web Services – wie kleine und mittlere Unternehmen profitieren können. = Die Fachzeitschrift für Information Management and Consulting, 17. k. 3. sz. 2002. aug. p. 51–56.

Hoidn, H-P.; Jungclaus, R.: Web Services aus Sicht der Unternehmensarchitektur. = Die Fachzeitschrift für Information Management and Consulting, 17. k. 3. sz. sz. 2002. aug. p. 31–35.

Röviden...

Call Center – értéktöbblettel

Az értékesítés és a marketing részére értéktöbblettel járó innovatív Call Center-megoldásokat ígér a unitedminds GmbH az ügyfeleinek. A következőkre terjed ki az új cég szolgáltatási forgatókönyve: telemarketing, marketing-logisztika és tanácsadás. A vállalatvezetőség hármasság fogata a szállítási és logisztikai ágazatban szerzett tapasztalatokat.

(Absatzwirtschaft, 45. k. 8. sz. 2002. p. 103.)