κώστας βεργίδης

λέκτορας τμ. Εφαρμοσμένης Πληροφορικής

γραφείο 322 – κτίριο Γ’

kvergidis@uom.gr

2310 891 637

συστήματα ηλεκτρονικού εμπορίου

δευτέρα, 06 οκτωβρίου 2014

ορισμοί του ηλεκτρονικού επιχειρείν (ΗΕ)

- Από τη σκοπιά των επικοινωνιών, το ΗΕ είναι η διανομή πληροφοριών, προϊόντων/υπηρεσιών ή πληρωμών μέσω τηλεφωνικών γραμμών, δικτύων υπολογιστών ή οποιουδήποτε άλλου ηλεκτρονικού μέσου.

- Από τη σκοπιά των επιχειρηματικών διαδικασιών, το ΗΕ είναι η εφαρμογή της πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών με στόχο την αυτοματοποίηση επιχειρησιακών συναλλαγών και ροών εργασίας.

- Από τη σκοπιά της εξυπηρέτησης, το ΗΕ είναι ένα εργαλείο το οποίο απευθύνεται στις απαιτήσεις των εταιρειών (και των πελατών) για να μειώσουν τα κόστη εξυπηρέτησης ενόσω βελτιώνουν την ποιότητα των προϊόντων και αυξάνουν την ταχύτητα και ποιότητα παροχής της υπηρεσίας.

Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Εμπόριο

- Ηλεκτρονικό Επιχειρείν
  - Ευρύτερος όρος του Η.Ε που περιλαμβάνει όχι μόνο την αγορά και πώληση προϊόντων – υπηρεσιών – πληροφοριών αλλά και:
    - Την εξυπηρέτηση πελατών,
    - Την επικοινωνία και συνεργασία με επιχειρηματικούς εταίρους, και
    - Την διεξαγωγή ενδο-επιχειρησιακών ηλεκτρονικών συναλλαγών

- Ηλεκτρονικό Εμπόριο

  Όρος που αναφέρεται βασικά στη διαδικασία αγοράς, πώλησης ή ανταλλαγής προϊόντων, υπηρεσιών και πληροφοριών μέσα από υπολογιστικά δίκτυα.

Ολικό και Μερικό Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Τρεις διαστάσεις

1. βαθμός ψηφιοποίησης του προϊόντος/υπηρεσίας που πωλείται [φυσικό / ψηφιακό]
2. διαδικασία [φυσική / ψηφιακή]
3. ο τρόπος παράδοσης (ή ο ενδιάμεσος) [φυσικός / ψηφιακός]

Παραδοσιακό εμπόριο

- Όλες οι διαστάσεις είναι φυσικές

Ολικό Ηλεκτρονικό Εμπόριο

- Όλες οι διαστάσεις είναι ψηφιακές (π.χ. αγορά λογισμικού)

Μερικό Ηλεκτρονικό Εμπόριο

- Όλες οι άλλες πιθανότητες περιέχουν ένα μείγμα από ψηφιακές και φυσικές διαστάσεις

Εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου

•Απευθείας Πωλήσεις • Εργασίες • Online τραπεζικές εργασίες
• Προμήθειες και αγορές• Εμπορικά κέντρα • On-line μάρκετινγκ και διαφήμιση
•Αγορές από το σπίτι • Δημοπρασίες • Ταξίδια • On-line εκδόσεις

Άνθρωποι: Αγοραστές, πωλητές ενδιάμεσοι, υπηρεσίες, άτομα ΠΣ, και διοίκηση

Δημόσια πολιτική: Νομικά θέματα και προστασία δεδομένων

Μάρκετινγκ και διαφήμιση: Έρευνα αγοράς, Προωθήσεις, Περιεχόμενο Web,

Υπηρεσίες Υποστήριξης Εκπλήρωση Παραγγελίας, Πληρωμές, Ασφάλεια

Οργανισμοί: συνεργάτες, ανταγωνιστές, συνεταιρισμοί, Κυβερνητικές υπηρεσίες

Υπηρεσίες Υποστήριξης

(1) Υποδομή τυπικών επιχειρησιακών υπηρεσιών (ασφάλεια με έξυπνες κάρτες, ηλεκτρονική πληρωμή, κατάλογοι)

(2) Υποδομή ανταλλαγής μηνυμάτων και διανομής πληροφοριών (EDI, e-mail, Hyper Text Transfer Protocol)

(3) Υποδομή περιεχομένου πολυμέσων και δημοσίευσης στο διαδίκτυο (HTML, JAVA, World Wide Web, VRML)

(4) Δικτυακή Υποδομή (Τηλεπικοινωνίες, καλωδιακή τηλεόραση, ασύρματα δικ., Διαδίκτυο) (VAN, WAN, LAN, Intranet, Extranet)

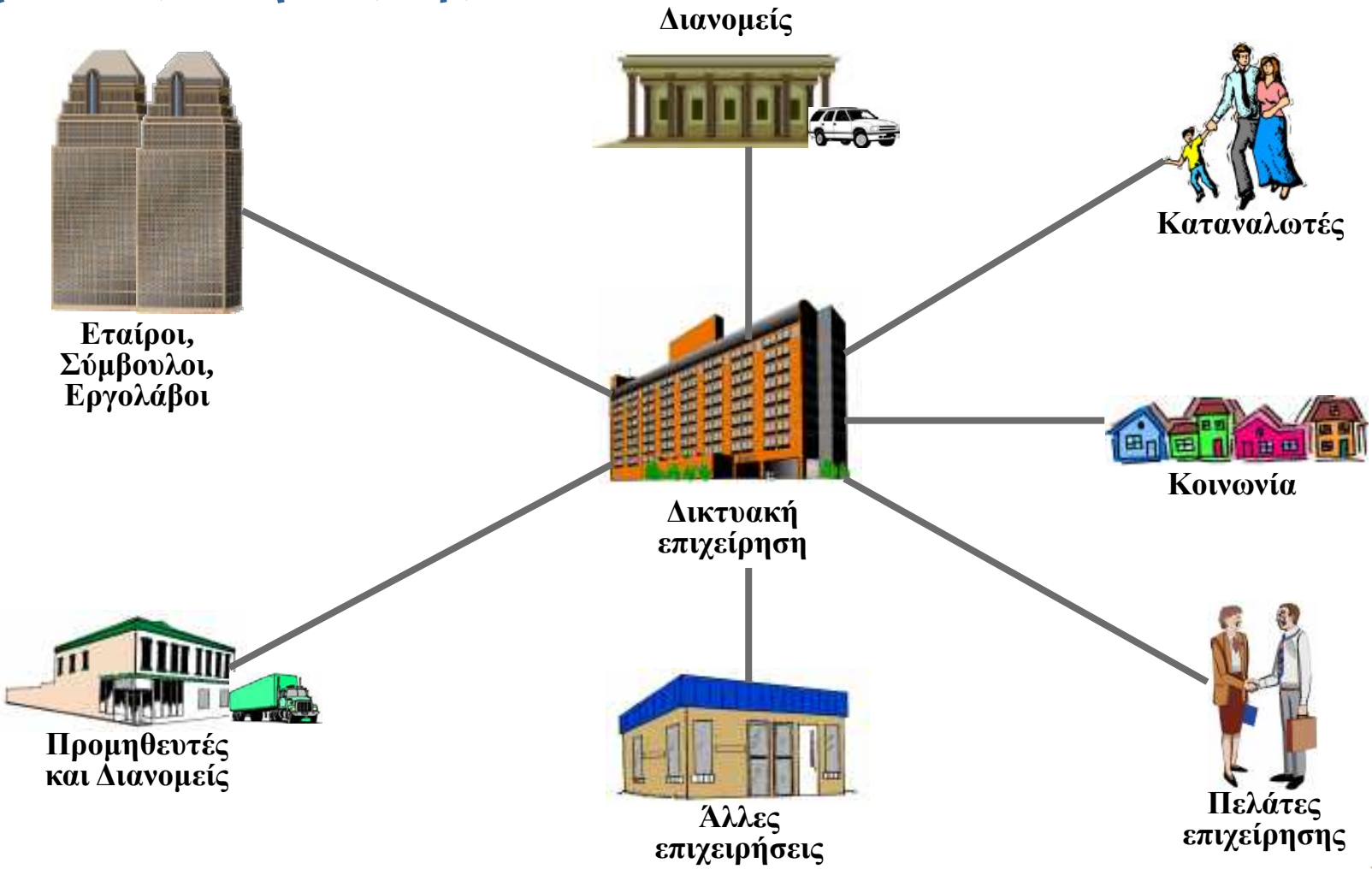
(5) Υποδομή Διασύνδεσης (Οι βάσεις, δεδομένων, πελάτες και εφαρμογές)

Υποδομή

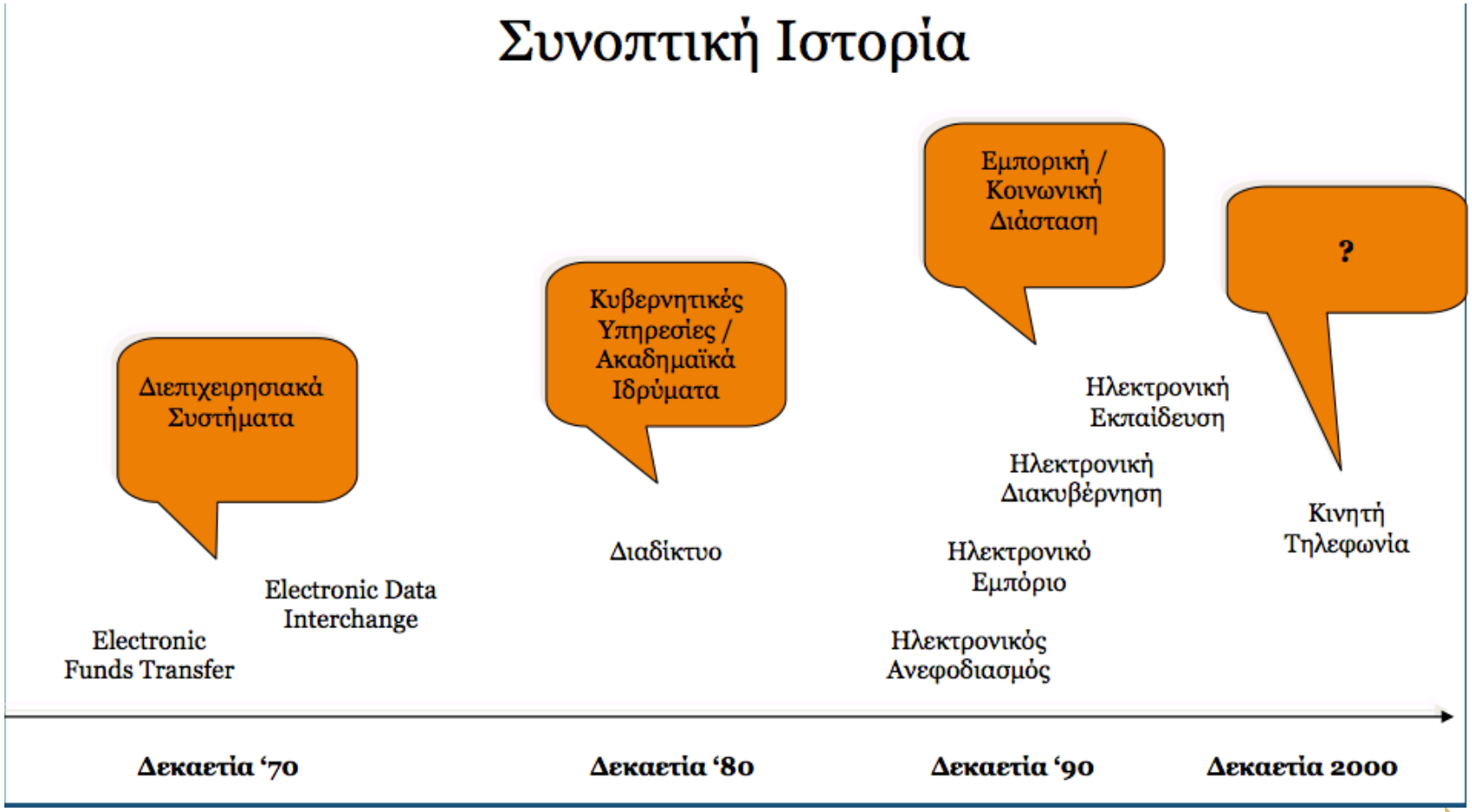
Διοίκηση

ΠΛΑΙΣΙΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Η Ηλεκτρονική Επιχείρηση αυτοματοποιεί τις συναλλαγές με τους εταίρους της



Ιστορία Ηλεκτρονικού Επιχειρείν



Ηλεκτρονικό Επιχειρείν

Βασικά «στοιχεία» του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν:

- Επιχειρησιακά Μοντέλα: περιγράφουν τη δομή και τη μέθοδο των εμπορικών δραστηριοτήτων προσδιορίζοντας τη ροή παραγγελιών, αγοράς και πληρωμών, τη συνεργασία των βασικών μετεχόντων και τις συνθήκες της εικονικής αγοράς με σκοπό τη δημιουργία «αξίας» και «κέρδους» για την επιχείρηση

- Τεχνολογία: το υλικό, το λογισμικό και τα δίκτυα που αναπτύσσονται για να υποστηρίξουν την «επικοινωνία» σε επίπεδο πληροφοριών μεταξύ διαφορετικών κοινοτήτων προσδιορίζοντας την αρχιτεκτονική και την παρουσίαση της πληροφορίας.

Ηλεκτρονικό Επιχειρείν

Ελληνική Πραγματικότητα:

- χαμηλά ποσοστά υιοθέτησης ΗΕ (κυρίως στις συναλλαγές με τους προμηθευτές)
- έλλειψη σταθερού νομικού πλαισίου
- υψηλές τιμές στην αγορά των τηλεπικοινωνιών
- περιορισμένη Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση
- έλλειψη ενημέρωσης όσον αφορά στις πηγές χρηματοδότησης ηλεκτρονικών επιχειρηματικών πρακτικών
- έλλειψη χρηματοδότησης από χρηματοπιστωτικά ιδρύματα σε έργα και εφαρμογές ΗΕ
- δυσπιστία λόγω της «ηλεκτρονικής κόπωσης»

Η Ανάγκη για Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Αλλαγές στο επιχειρηματικό περιβάλλον και στις συμπεριφορές των καταναλωτών

Τεχνολογικές Εξελίξεις

Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Παγκοσμιοποίηση του Εμπορίου

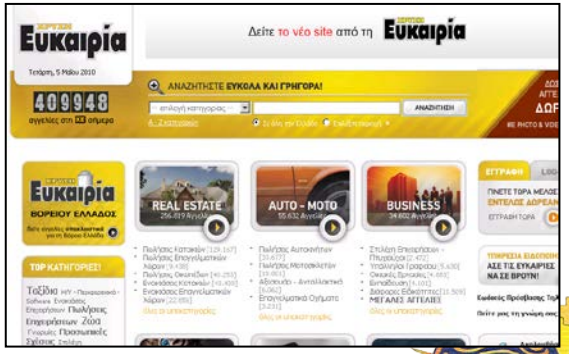
Συνεχώς αυξανόμενος ανταγωνισμός

Κατηγοριοποίηση ΗΕ σύμφωνα με τη φύση των συναλλαγών

- Επιχείρηση προς Καταναλωτή (Business-to-Consumer B2C).
  Πρόκειται για συναλλαγές λιανικού εμπορίου, με μεμονωμένους αγοραστές (π.χ. Amazon.com).

- Επιχείρηση προς Επιχείρηση (Business-to-Business B2B).
  Η πλειοψηφία του ΗΕ σήμερα ανήκει σ' αυτόν τον τύπο. Περιλαμβάνει τις συναλλαγές ηλεκτρονικής αγοράς μεταξύ οργανισμών.

- Καταναλωτής προς Καταναλωτή (Consumer-to-Consumer C2C).
  Παραδείγματα είναι άτομα που σε ταξινομημένες αγγελίες πωλούν ακίνητη περιουσία, αυτοκίνητα , κτλ. Αρκετές ιστοσελίδες δημοπρασιών επιτρέπουν στους ιδιώτες να προσφέρουν αντικείμενα προς δημοπράτηση.



Πως Λειτουργούν οι Ηλεκτρονικές Αγορές

- ✓ **Γιατί συμμετέχουν οι Αγοραστές και Προμηθευτές**
- ✓ **Τι προϊόντα / υπηρεσίες αγοράζονται / πουλιούνται**
- ✓ **Ποιος είναι ο ρόλος των ενδιαμεσων**

πλεονεκτήματα για τους Οργανισμούς

- Επεκτείνει εύκολα τις πωλήσεις σε εθνικές και διεθνείς αγορές
- Μειώνει το κόστος δημιουργίας, επεξεργασίας, διανομής αποθήκευσης και ανάκτησης πληροφοριών
- Διασφαλίζει μειωμένα αποθέματα και περισσότερες πωλήσεις με την εγκαθίδρυση στενότερης συνεργασίας με προμηθευτές και αγοραστές
- Επιτρέπει την προσαρμογή των προϊόντων και υπηρεσιών, και γενικά την 1:1 σχέση με τους πελάτες
- Υποστηρίζει τον ανασχεδιασμό επιχειρησιακών διαδικασιών (business processes reengineering - BPR) που σχετίζονται με τις πωλήσεις, εξυπηρέτηση πελατών, διανομή, αποθήκευση κλπ.
- Βοηθάει στην δημιουργία νέων επιχειρηματικών μοντέλων στο Internet (πχ. Amazon)

πλεονεκτήματα για τους πελάτες

- Επιτρέπει στους πελάτες να ψωνίσουν ή να κάνουν οποιαδήποτε συναλλαγή 24 ώρες το 24ωρο, καθόλη τη διάρκεια του χρόνου, από σχεδόν οποιαδήποτε τοποθεσία
- Δίνει στους πελάτες περισσότερες επιλογές
- Παρέχει στους πελάτες φθηνότερα προϊόντα και υπηρεσίες επιτρέποντάς τους να ψωνίζουν από πολλά μέρη και να κάνουν γρήγορες συγκρίσεις
- Επιτρέπει την ταχεία αποστολή προϊόντων και υπηρεσιών, ειδικά στα ψηφιοποιημένα προϊόντα
- Οι πελάτες μπορούν να λάβουν σχετικές και λεπτομερείς πληροφορίες σε δευτερόλεπτα, κι όχι σε μέρες ή εβδομάδες
- Επιτρέπει στους πελάτες να αλληλεπιδρούν με άλλους πελάτες σε ηλεκτρονικές κοινότητες, ανταλλάσσοντας ιδέες και συγκρίνοντας τις εμπειρίες τους

τεχνικοί περιορισμοί

- Έλλειψη ικανοποιητικής ασφάλειας, αξιοπιστίας, προτύπων, και πρωτοκόλλων επικοινωνίας των συστημάτων
- Ανεπαρκές εύρος ζώνης τηλεπικοινωνιών
- Τα εργαλεία ανάπτυξης λογισμικού ακόμα αναπτύσσονται και αλλάζουν με ταχύ ρυθμό
- Δυσκολίες στην ενοποίηση του Διαδικτύου και λογισμικού ηλεκτρονικού εμπορίου με υπάρχουσες εφαρμογές και βάσεις δεδομένων
- Η ανάγκη για ειδικούς εξυπηρετητές Διαδικτύου και άλλων υποδομών, σε συνδυασμό με του εξυπηρετητές δικτύου (επιπλέον κόστος)
- Πιθανά προβλήματα διαλειτουργικότητας, που σημαίνει ότι κάποια προγράμματα λογισμικού ΗΕ δεν είναι συμβατά με κάποια υλικά, ή με κάποια λειτουργικά συστήματα ή άλλα εξαρτήματα

μη τεχνικοί περιορισμοί

- Κόστος και αιτιολόγηση

  Το κόστος ανάπτυξης υπηρεσιών ΗΕ «in house» μπορεί να είναι πολύ υψηλό, και λάθη που οφείλονται στην έλλειψη εμπειρίας μπορεί να οδηγήσουν σε καθυστερήσεις. Υπάρχουν πολλές ευκαιρίες για εξωτερική ανάθεση (outsourcing), άλλα το πώς και σε ποιόν δεν είναι απλό ζήτημα. Επίσης, για να αξιολογήσει κανείς το σύστημα πρέπει να αντιμετωπίσει μη χειροπιαστά πλεονεκτήματα τα οποία είναι δύσκολο να ποσοτικοποιηθούν.

- Ασφάλεια και Ιδιωτικά Δεδομένα

  Τα μέτρα για την ασφάλεια και την προστασία ιδιωτικών δεδομένων βελτιώνονται συνεχώς. Ωστόσο, οι πελάτες θεωρούν αυτά τα θέματα ιδιαίτερα σημαντικά, και συνεπώς ο κλάδος του ΗΕ έχει το δύσκολο έργο να πείσει τους καταναλωτές ότι οι online συναλλαγές και τα προσωπικά τους δεδομένα είναι ασφαλή.

- Έλλειψη εμπιστοσύνης και αντίσταση χρηστών

  Οι καταναλωτές δύσκολα εμπιστεύονται έναν άγνωστο απρόσωπο πωλητή, μη χειρόγραφες συναλλαγές, ηλεκτρονικό χρήμα ή έναν εικονικό ενδιάμεσο. Έτσι η μετάβαση από ένα φυσικό σε ένα εικονικό περιβάλλον αγορών και πωλήσεων μπορεί να είναι δύσκολη.

τι βελτιώνει το ηλεκτρονικό εμπόριο (1/2)

- Προώθηση προϊόντος. Το ηλεκτρονικό εμπόριο επαυξάνει την προώθηση των προιόντων και υπηρεσιών μέσα από την άμεση, πλούσια σε πληροφορίες και διαδραστική επαφή με τους πελάτες.

- Νέα κανάλια πωλήσεων. Το ηλεκτρονικό εμπόριο δημιουργεί ένα νέο κανάλι διανομής για υπάρχοντα προϊόντα, λόγω της άμεσής πρόσβασή του σε πελάτες και της αμφίδρομης φύσης της επικοινωνίας.

- Άμεσες εξοικονομήσεις. Το κόστος της παράδοσης πληροφορίας στους πελάτες μέσω Διαδικτύου έχει ως αποτέλεσμα ουσιαστικές εξοικονομήσεις στους αποστολείς (σε σύγκριση με τη μη-ηλεκτρονική παράδοση ή την παράδοση μέσω VAN συστημάτων). Σημαντικές εξοικονομήσεις υπάρχουν και στην παράδοση ψηφιοποιημένων προϊόντων (όπως μουσικής και λογισμικού) σε σύγκριση με τη φυσική παράδοση.

τι βελτιώνει το ηλεκτρονικό εμπόριο (2/2)

- Χρόνος ως την αγορά (μειωμένος χρόνος κύκλου). Η παράδοση ψηφιοποιημένων προϊόντων και υπηρεσιών μειώνεται σε δευτερόλεπτα. Επίσης, το διοικητικό έργο σε ΄σχέση με τη φυσική παράδοση, ειδικά μέσω διεθνών συνόρων, μπορεί να μειωθεί σημαντικά μειώνοντας το χρόνο κύκλου περισσότερο από 90%.. Ένα παράδειγμα είναι η TradeNet στη Σιγκαπούρη, η οποία μειώνει το χρόνο των σχετικών με το λιμάνι συναλλαγών από ημέρες σε λεπτά.

- Εξυπηρέτηση Πελατών. Η εξυπηρέτηση πελατών μπορεί να ενισχυθεί σημαντικά επιτρέποντας στους πελάτες να βρίσκουν λεπτομερείς πληροφορίες online (για παράδειγμα, η FedEx επιτρέπει στους πελάτες να εντοπίζουν την κατάσταση των δεμάτων τους). Επίσης, έξυπνοι μεσάζοντες μπορούν να απαντούν τυπικές email ερωτήσεις σε δευτερόλεπτα. Τέλος, οι υπηρεσίες των ειδικών μπορούν να βοηθηθούν, για παράδειγμα με τη χρήση λογισμικού βοήθειας.

- Εικόνα για τη μάρκα ή την εταιρεία. Στο Διαδίκτυο, οι νεοεισερχόμενοι μπορούν να δημιουργήσουν την εικόνα της εταιρείας τους πολύ γρήγορα. Αυτό που κατάφερε το Amazon.com σε τρία χρόνια, το πέτυχαν παραδοσιακές εταιρείες μετά από γενιές ολόκληρες. Η εταιρική εικόνα συνεπάγεται εμπιστοσύνη, που είναι απαραίτητη για τις άμεσες πωλήσεις. Οι παραδοσιακές εταιρείες όπως οι Intel, Disney, Wal-Mart, Dell, και Cisco χρησιμοποιούν τις δραστηριότητες μέσω Διαδικτύου για να ενισχύσουν την εταιρική ταυτότητα και το brand image τους.

άλλες επιδράσεις στο Μάρκετινγκ & τις διανομές (1/2)

Προσαρμογή (Customisation)

- Το ΗΕ παρέχει τη δυνατότητα προσαρμογής προϊόντων και υπηρεσιών, σε αντιπαραβολή με την αγορά από κατάστημα ή την παραγγελία από την τηλεόραση, τα οποία συνήθως περιορίζονται σε τυποποιημένα προϊόντα.
- Σήμερα, μπορεί κανείς να προσωπικοποιήσει όχι μόνο τον υπολογιστή του, αλλά και αυτοκίνητα, κοσμήματα, δώρα και εκατοντάδες άλλα προϊόντα και υπηρεσίες (ταξιδιωτικές, ασφάλειες).

Διαφήμιση

- Με το άμεσο μάρκετινγκ και την προσαρμογή, προκύπτει διαφήμιση ένας-προς-έναν η οποία είναι πολύ πιο αποτελεσματική από τη μαζική διαφήμιση.
- Αυτό δημιουργεί μια θεμελιώδη αλλαγή στον τρόπο με τον οποίο διεξάγεται η διαφήμιση, όχι μόνο για τις online συναλλαγές αλλά και για προϊόντα και υπηρεσίες που παραγγέλνονται και αποστέλλονται με παραδοσιακούς τρόπους.

άλλες επιδράσεις στο Μάρκετινγκ & τις διανομές (2/2)

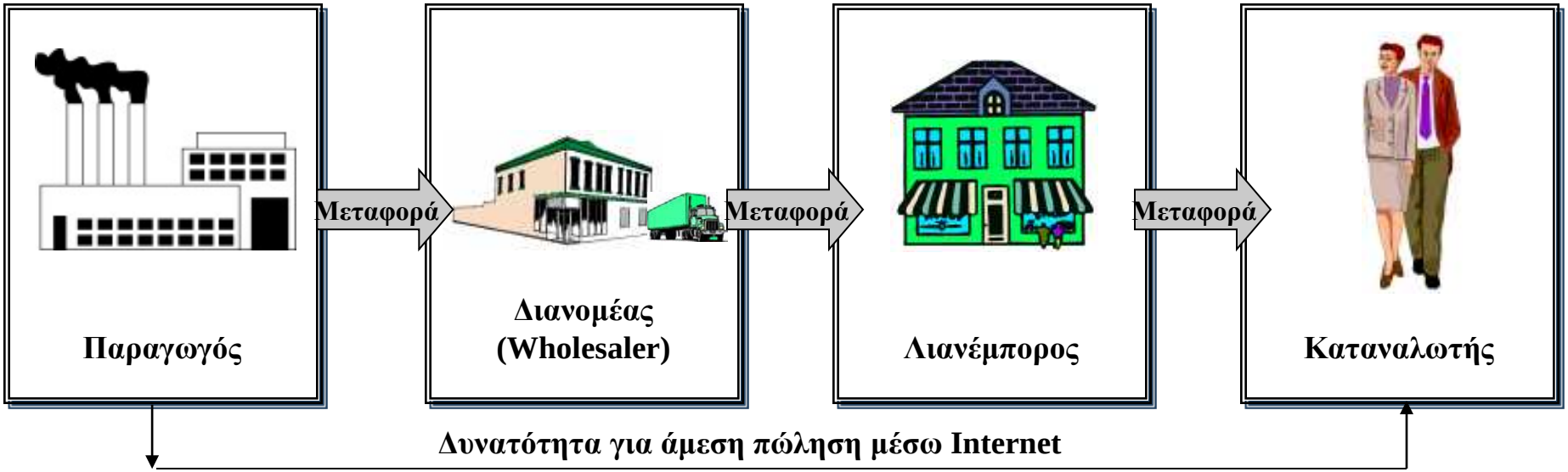
Συστήματα Παραγγελιοληψίας

- Η λήψη παραγγελίας από πελάτες μπορεί να βελτιωθεί σημαντικά αν γίνεται online. Σημειώνονται λιγότερα λάθη.
- Όταν γίνονται ηλεκτρονικά, οι παραγγελίες μπορούν να δρομολογηθούν γρήγορα στον κατάλληλο τόπο επεξεργασίας παραγγελίας. Αυτό εξοικονομεί χρόνο και μειώνει τα έξοδα, έτσι ώστε οι πωλητές να έχουν χρόνο να ασχοληθούν με το έργο τους.

Αγορές (Markets)

- Σε μια ηλεκτρονική αγορά, τα αγαθά παραδίδονται άμεσα στους αγοραστές όταν αυτοί αγοράζουν, κάνοντας έτσι την αγορά πολύ πιο αποτελεσματική
- Για τα προϊόντα με ψηφιακή βάση, οι αλλαγές είναι δραματικές γιατί παραδίδονται άμεσα με ελάχιστο κόστος.

Εξάλειψη ενδιάμεσων
Δημιουργία νέων ψηφιακών ενδιάμεσων



- ✓ **Απ' ευθείας πώληση μέσω Internet**
- ✓ **Σύγκρουση με υπάρχοντα φυσικά κανάλια συνεργατών**
- ✓ **Αντί για εξάλειψη εμφανίζονται νέοι ενδιάμεσοι (πχ. Skroutz, Yassas)**

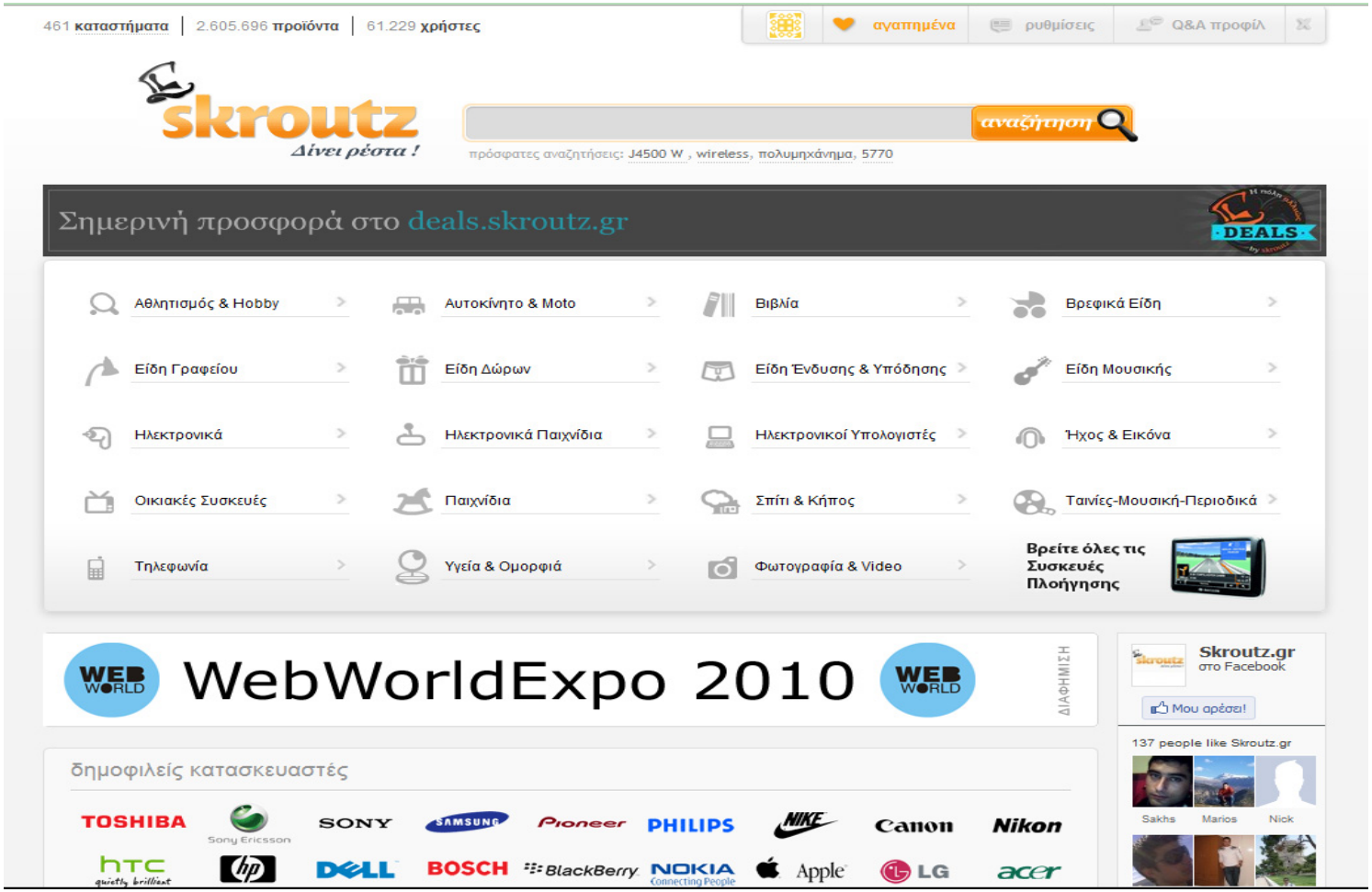
Ηλεκτρονικό Εμπόριο δεν είναι μόνο το PC

- Παροχή εξατομικευμένης πληροφόρησης βάσει της τρέχουσας θέσης του χρήστη

- Βασική τεχνολογία
  - Global Positioning System (GPS)

- Ενδεικτικές εφαρμογές
  - Emergency Services
  - Εύρεση θέσης σε χάρτη – Navigation
  - Traffic Control

στην Ελλάδα;


461 καταστήματα | 2.605.696 προϊόντα | 61.229 χρήστες
αγαπημένα
ρυθμίσεις
Q&A προφίλ
skroutz
Δίνει ρέστα !
αναζήτηση
πρόσφατες αναζητήσεις: J4500 W , wireless, πολυμηχάνημα, 5770
Σημερινή προσφορά στο deals.skroutz.gr
DEALS
Αθλητισμός & Hobby
Αυτοκίνητο & Moto
Βιβλία
Βρεφικά Είδη
Είδη Γραφείου
Είδη Δώρων
Είδη Ένδυσης & Υπόδησης
Είδη Μουσικής
Ηλεκτρονικά
Ηλεκτρονικά Παιχνίδια
Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές
Ήχος & Εικόνα
Οικιακές Συσκευές
Παιχνίδια
Σπίτι & Κήπος
Ταινίες-Μουσική-Περιοδικά
Τηλεφωνία
Υγεία & Ομορφιά
Φωτογραφία & Video
Βρείτε όλες τις Συσκευές Πλοήγησης
WEB WORLD
WebWorldExpo 2010
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ
Skroutz.gr στο Facebook
Μου αρέσει!
137 people like Skroutz.gr
Sakhs
Marios
Nick
δημοφιλείς κατασκευαστές
TOSHIBA
Sony Ericsson
SONY
SAMSUNG
Pioneer
PHILIPS
NIKE
Canon
Nikon
htc
hp
DELL
BOSCH
BlackBerry
NOKIA
Apple
LG
acer

ερωτήσεις

case study

Αρχικό σετάρισμα ενός ηλεκτρονικού καταστήματος

χρησιμοποιώντας το λογισμικό OpenCart