



# ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

## Διάλεξη #3

26/10/2020

Διδάσκουσα: Δρ. Ελένη Καρφάκη  
Τμήμα: Ψηφιακών Συστημάτων  
2020 – 2021



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα  
Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού,  
Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση  
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης





# Ηλεκτρονικό Εμπόριο & Επιχειρείν



# Ηλεκτρονικό εμπόριο

- Η χρήση του internet, του web καθώς και των εφαρμογών φορητών συσκευών και των προγραμμάτων περιήγησης για επιχειρηματικές συναλλαγές.
- Πιο επίσημα, εμπορικές συναλλαγές με ψηφιακές δυνατότητες που διεξάγονται μεταξύ οργανισμών και ιδιωτών, αλλά και εσωτερικά σε οργανισμούς.



# Ηλεκτρονική επιχείρηση

- Η ψηφιακή δυνατότητα διεξαγωγής συναλλαγών και διεργασιών μέσα σε μια εταιρεία με τη συμμετοχή πληροφοριακών συστημάτων υπό τον έλεγχο της εταιρείας.

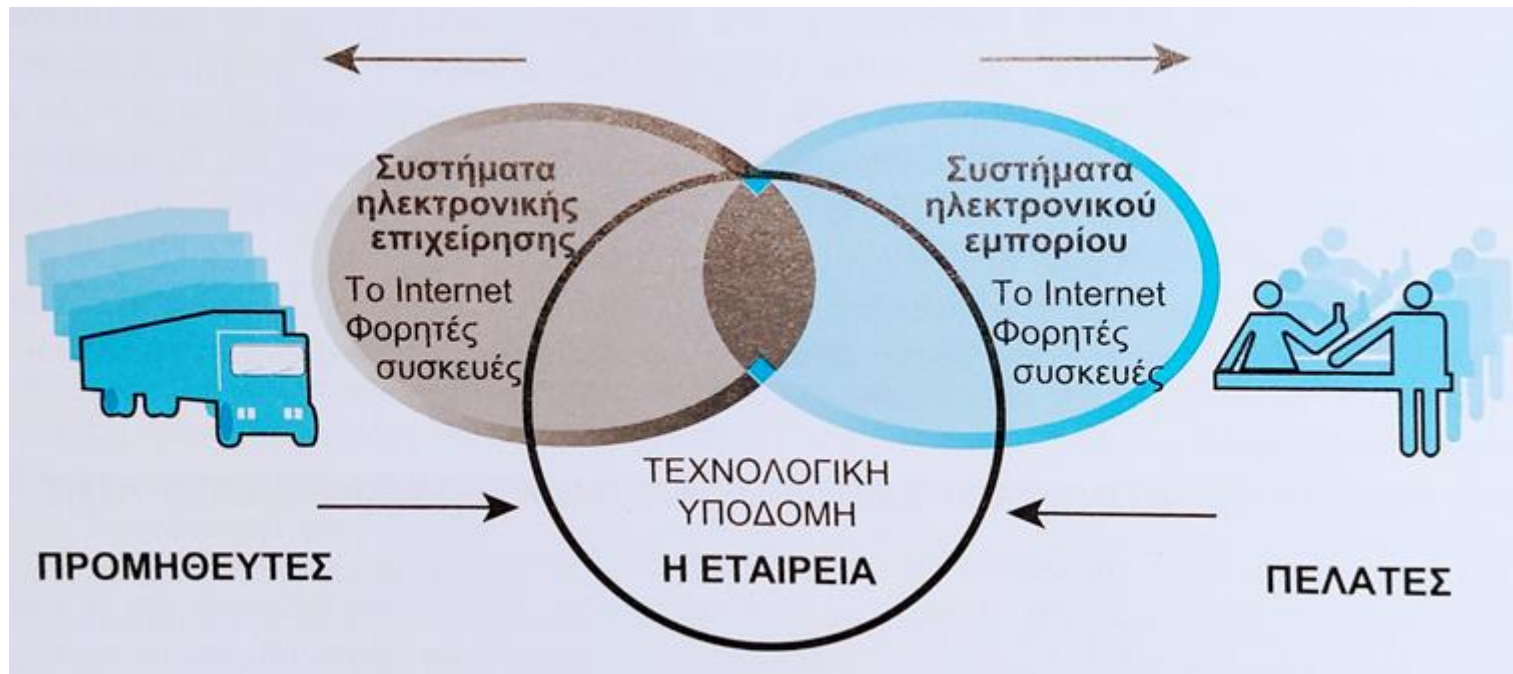


# Ηλεκτρονικό εμπόριο & ηλεκτρονική επιχείρηση

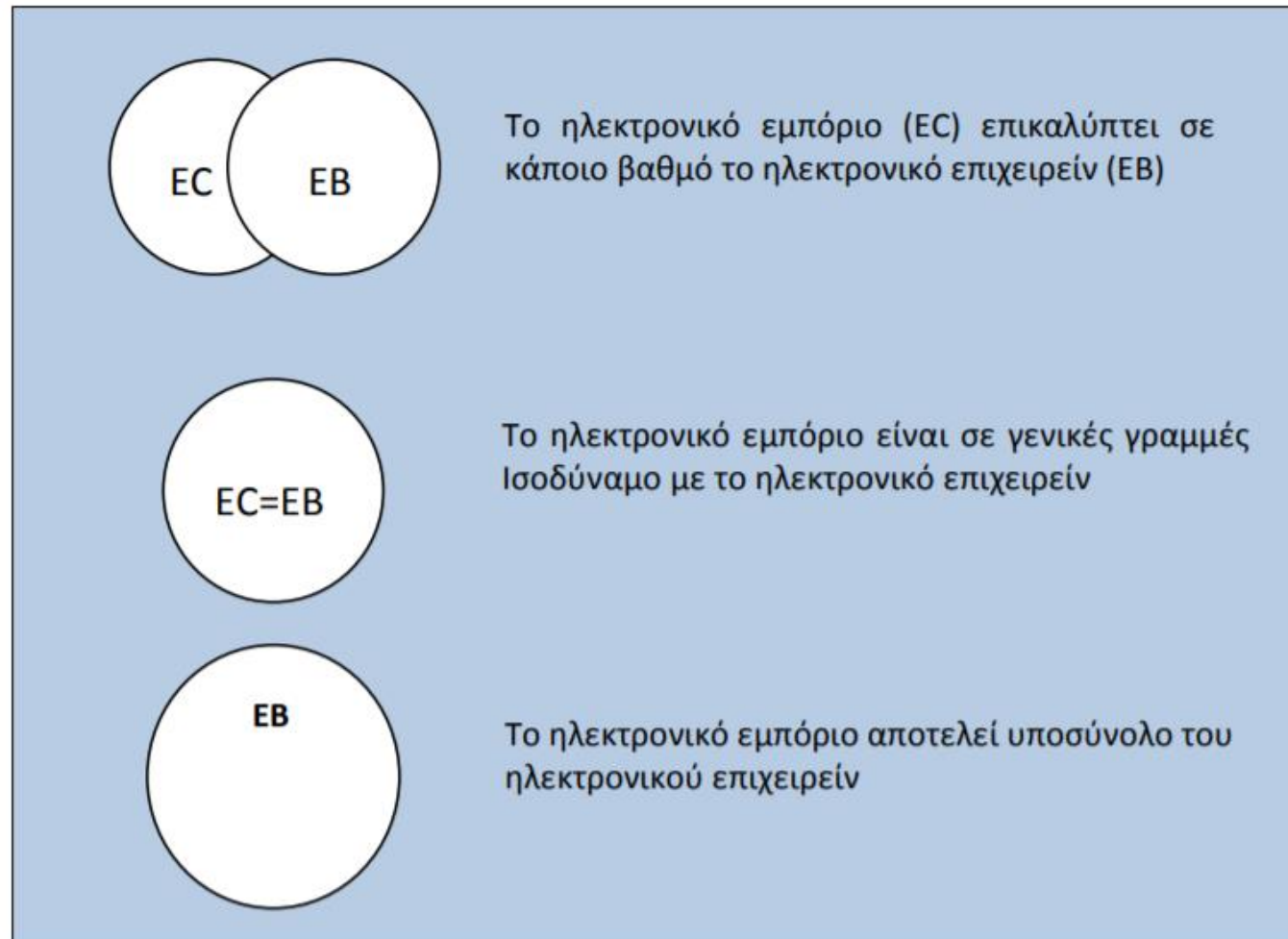
- Διαμάχη για το όριο που τελειώνει ένας όρος και ξεκινά ο άλλος.
- Οι εφαρμογές της ηλεκτρονικής επιχείρησης μετατρέπονται σε ηλεκτρονικό εμπόριο όταν συμβαίνει ανταλλαγή αξίας.
- Η ηλεκτρονική επιχείρηση δεν περιλαμβάνει συναλλαγές που έχουν να κάνουν με ανταλλαγή αξίας πέρα από τα όρια της επιχείρησης, πχ η ηλεκτρονικές εφαρμογές logistics δεν παράγουν αξία από τους καταναλωτές όπως συμβαίνει με το ηλεκτρονικό εμπόριο.



# Διαφορά μεταξύ Ηλεκτρονικού εμπορίου & Ηλεκτρονικής επιχείρησης



# Σχέση ηλεκτρονικού εμπορίου & ηλεκτρονικής επιχείρησης



# Στάδια ανάπτυξης του ηλεκτρονικού επιχειρείν

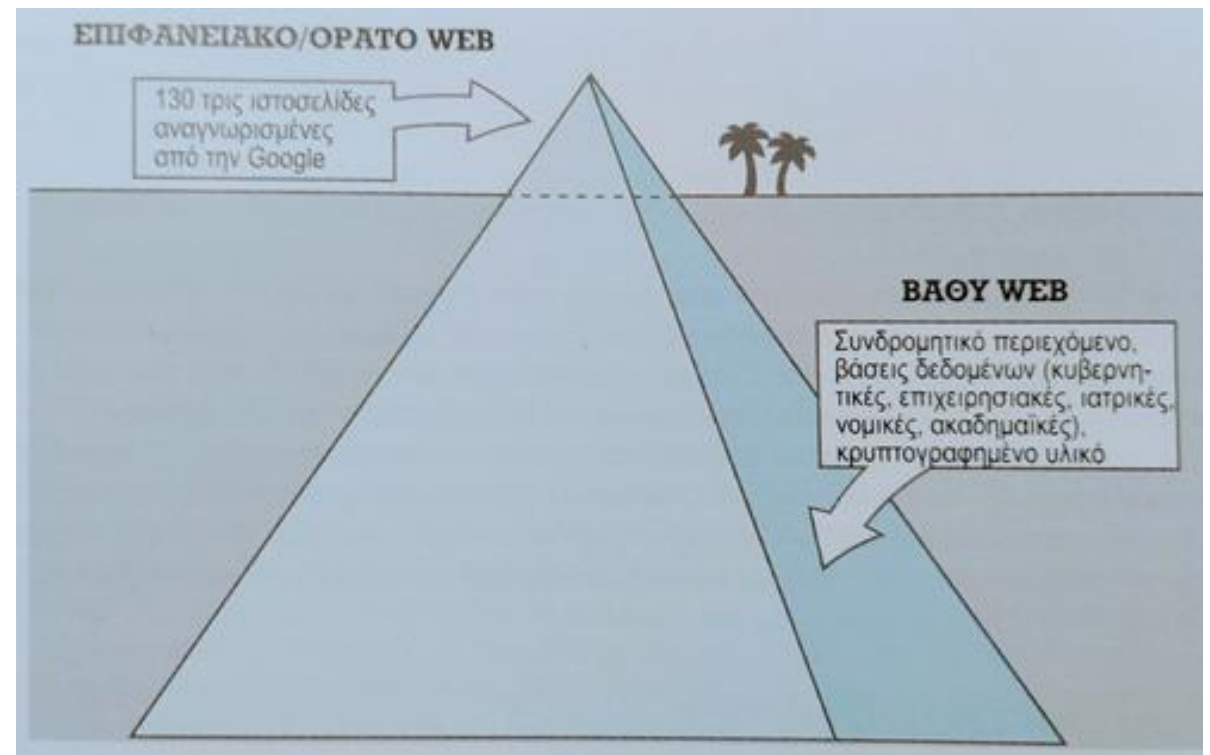
Chaffey, 2008

	1. Παρουσία στο Διαδίκτυο	2. Ηλεκτρονικό εμπόριο	3. Ολοκληρωμένο ηλεκτρονικό εμπόριο	4. Ηλεκτρονικό επιχειρείν
Προσφερόμενες υπηρεσίες	Ηλεκτρονική προσούρα ή αλληλεπίδραση με καταλόγους προϊόντων και εξυπηρέτηση πελατών	Ηλεκτρονικό εμπόριο συναλλαγών αγορών ή πωλήσεων	Το εμπόριο αγορών και πωλήσεων ενσωματώνεται στα επιχειρησιακά συστήματα διαχείρισης πόρων (ERP) ή στα κληρονομημένα συστήματα. Εξατομίκευση υπηρεσιών	Πλήρης ολοκλήρωση όλων των εσωτερικών διαδικασιών του οργανισμού και των στοιχείων του δικτύου αξίας
Εύρος οργανισμού	Μεμονομένα τμήματα, π.χ. τμήμα μάρκετινγκ	Διατμηματικό	Διατμηματικό	Εντός και εκτός επιχείρησης
Μετασχηματισμός	Τεχνολογική υποδομή	Καθορισμός τεχνολογίας και νέων ευθυνών για το ηλεκτρονικό εμπόριο	Εσωτερικές επιχειρηματικές διεργασίες και δομή εταιρείας	Αλλαγή σε κουλτούρα ηλεκτρονικού επιχειρείν, σύνδεση επιχειρηματικών διαδικασιών με συνεργάτες
Στρατηγική	Περιορισμένη	Στρατηγική ηλεκτρονικού εμπορίου πωλήσεων, όχι πλήρως ενσωματωμένη στην επιχειρηματική στρατηγική	Στρατηγική ηλεκτρονικού εμπορίου ενσωματωμένη στην επιχειρηματική στρατηγική με τη χρήση προσέγγισης της αλυσίδας αξίας	Στρατηγική ηλεκτρονικού επιχειρείν ενσωματωμένη στην επιχειρηματική στρατηγική



# Συστατικά

- Internet: παγκόσμιο δίκτυο δικτύων υπολογιστών που βασίζονται σε κοινά πρότυπα επικοινωνίας κυρίως μέσω.
- Web: ένα πληροφοριακό σύστημα που λειτουργεί πάνω στη βάση του internet που του προσέδωσε δυνατότητα για χρώμα, φωνή, βίντεο κ.α., και παρέχει εύκολη πρόσβαση σε δισεκατομμύρια χρήστες.
- Πλατφόρμα φορητότητας: δυνατότητα πρόσβασης στο internet από διάφορες φορητές συσκευές, όπως smartphone, tablet, laptops.



# Κύριες τάσεις σήμερα Επιχειρηματικές

- Ανάπτυξη του λιανικού εμπορίου με διψήφιο ρυθμό.
- Ισχυρή η παρουσία του mobile commerce.
- Ανάπτυξη του οικοσυστήματος για φορητές συσκευές, όλο και περισσότεροι χρήστες.
- Το κοινωνικό ηλεκτρονικό εμπόριο, που προέρχεται απ' οτα κοινωνικά δίκτυα και βασίζεται στη διαφήμιση συνεχίζει να αναπτύσσεται.
- Το ηλεκτρονικό εμπόριο με βάση την τοποθεσία αυξάνεται ωθούμενο από τύπου Uber ανάπτυξη υπηρεσιών κατά παραγγελία.
- Αυξημένα έσοδα από B2B ηλεκτρονικό εμπόριο.
- Εταιρίες τύπου Uber, Airbnb, προσελκύουν δις κεφάλαια επενδυτών.
- Η mobile διαφήμιση αντιστοιχεί στο 70% της συνολικής για ηλεκτρονική διαφήμιση.
- Μικρές επιχειρήσεις συρρέουν στο πεδίο του ηλεκτρονικού εμπορίου εκμεταλλευόμενοι υποδομές Apple, Ebay, Facebook, Amazon, Google.



# Κύριες τάσεις σήμερα Τεχνολογικές

- Η πλατφόρμα φορητότητας δημιουργεί νέα πλατφόρμα για διαδικτυακές συναλλαγές, μάρκετινγκ, διαφήμιση και προβολή μέσων.
- Το instant messaging αυξάνεται.
- Το cloud computing επιτρέπει πρόσβαση από οποιαδήποτε διασυνδεδεμένη συσκευή.
- Το internet of things αναπτύσσεται θεαματικά.
- Τα Big data παράγονται από τα τρις συναλλαγών που πραγματοποιούνται καθημερινά.
- Πάνω στα big data αναπτύσσονται λογισμικά και συστήματα προτάσεων που αναγνωρίζουν τάσεις και μοτίβα αγοραστικής συμπεριφοράς σε χιλιοστά του δευτερολέπτου.

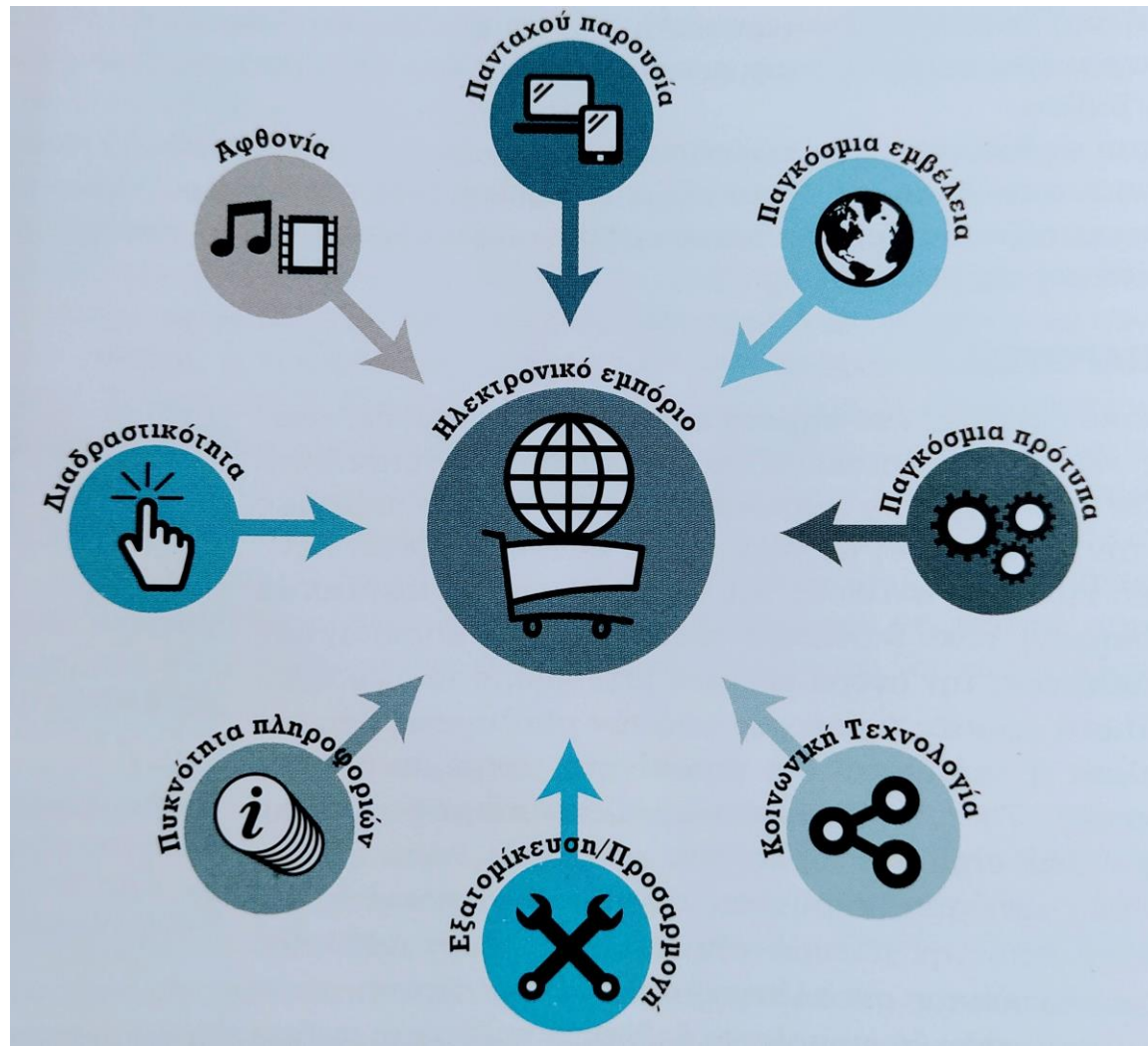


# Κύριες τάσεις σήμερα Κοινωνικές

- Αύξηση απήχησης του περιεχομένου που παράγεται από χρήστες (posts, blogs, tweets, pins, videos, photos) ως αυτοδιαφήμιση.
- Ραγδαία αύξηση των GB που καταναλώνει ο μέσος καταναλωτής.
- Ζητήματα προστασίας ιδιωτικού απορρήτου και προσωπικών δεδομένων από τα κοινωνικά δίκτυα.
- Διεύρυνση της χρήσης κοινωνικών δικτύων και από μεγαλύτερες ηλικίες.
- Ζητήματα ρύθμισης και ελέγχου του περιεχομένου μεταξύ παρόχων Internet και κατόχων πνευματικής ιδιοκτησίας.
- Κρατικός παρεμβατισμός σε ορισμένες χώρες μέσω παρακολούθησης των επικοινωνιών στο ίντερνετ.
- Η φορολόγηση των πωλήσεων μέσω ίντερνετ διευρύνεται.
- Αυξημένη ανησυχία για εισβολή στην εμπορική και κυβερνητική ιδιωτικότητα όσο διαρρέουν τα προσωπικά δεδομένα από εταιρείες.
- Ζητήματα ασφαλείας στο ίντερνετ με επιθέσεις σε μεγάλες ιστοσελίδες.
- Το πρόβλημα του spamming παραμένει.
- Πολλές προσωρινές αλλά κακοπληρωμένες θέσεις εργασίας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου.



# Μοναδικά χαρακτηριστικά



# Μοναδικά χαρακτηριστικά

- **Ασυμμετρία πληροφοριών:** οποιαδήποτε ανακολουθία σε πληροφορίες της σχετικής αγοράς μεταξύ των μερών μιας συναλλαγής.
- **Πανταχού παρουσία:**
  - Σημείο αγοράς: φυσικός χώρος που επισκέπτονται οι πελάτες για να πραγματοποιήσουν συναλλαγές,
  - Πανταχού παρουσία: το ηλεκτρονικό εμπόριο διατίθεται σχεδόν παντού, οποιαδήποτε στιγμή.
  - Χώρος αγοράς: σημείο αγοράς που εκτείνεται πέρα από τα παραδοσιακά όρια και δεν οριοθετείται χρονολογικά και γεωγραφικά.
- **Παγκόσμια εμβέλεια:** ο συνολικός αριθμός χρηστών ή πελατών που μπορεί να αποκτήσει μια επιχείρηση ηλεκτρονικού εμπορίου.
- **Παγκόσμια πρότυπα:** πρότυπα που υιοθετούνται από όλες τις χώρες του κόσμου, ενώ στο συμβατικό εμπόριο διαφοροποιούνται από χώρα σε χώρα.



# Μοναδικά χαρακτηριστικά

- **Αφθονία:** η πολυπλοκότητα και το περιεχόμενο ενός μηνύματος.
- **Διαδραστικότητα:** τεχνολογία που επιτρέπει αμφίδρομη επικοινωνία μεταξύ εμπόρου και καταναλωτή.
- **Πυκνότητα πληροφοριών:** η συνολική ποσότητα και ποιότητα πληροφοριών που είναι διαθέσιμες σε όλους όσοι μετέχουν στην αγορά.
- **Εξατομίκευση και προσαρμογή:**
  - Εξατομίκευση: η στόχευση μηνυμάτων marketing σε συγκεκριμένους ιδιώτες προσαρμόζοντας το μήνυμα στο όνομα, στα ενδιαφέροντα και σε παλαιότερες αγορές ενός ατόμου.
  - Προσαρμογή: αλλαγή του παραδιδόμενου προϊόντος ή υπηρεσίας σύμφωνα με τις προτιμήσεις ή παλαιότερη συμπεριφορά ενός χρήστη.
- **Κοινωνική Τεχνολογία:** περιεχόμενο που παράγεται από τους χρήστες και κοινωνική δικτύωση.



# Τύποι Ηλεκτρονικού Εμπορίου

- **B2C (Business to Consumer):** ηλεκτρονικές επιχειρήσεις που πωλούν σε ιδιώτες καταναλωτές, πχ Amazon.
- **B2B (Business to Business):** ηλεκτρονικές επιχειρήσεις που πωλούν σε άλλες επιχειρήσεις πχ Go2Paper.com.
- **C2C (Consumer to Consumer):** καταναλωτές που πωλούν σε άλλους καταναλωτές, πχ Ebay, Etsy, Craigslist, AirBnb, Uber.
- **Ηλεκτρονικό εμπόριο για φορητές συσκευές m-commerce:** χρήση φορητών συσκευών για διεξαγωγή ηλεκτρονικών συναλλαγών.
- **Κοινωνικό ηλεκτρονικό εμπόριο (social e-commerce):** ηλεκτρονικό εμπόριο το οποίο υποστηρίζεται από τα κοινωνικά δίκτυα και τις διαδικτυακές κοινωνικές σχέσεις, πχ buy me button στα site: Facebook, Instagram, Pinterest, Youtube.
- **Ηλεκτρονικό εμπόριο με βάση την τοποθεσία (local e-commerce):** μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου που επικεντρώνεται στην ενημέρωση του καταναλωτή βάσει της τρέχουσας γεωγραφικής θέσης του, πχ Groupon, Uber.





# Τύποι ηλεκτρονικού εμπορίου

## Τύπος Ηλεκτρονικού Εμπορίου

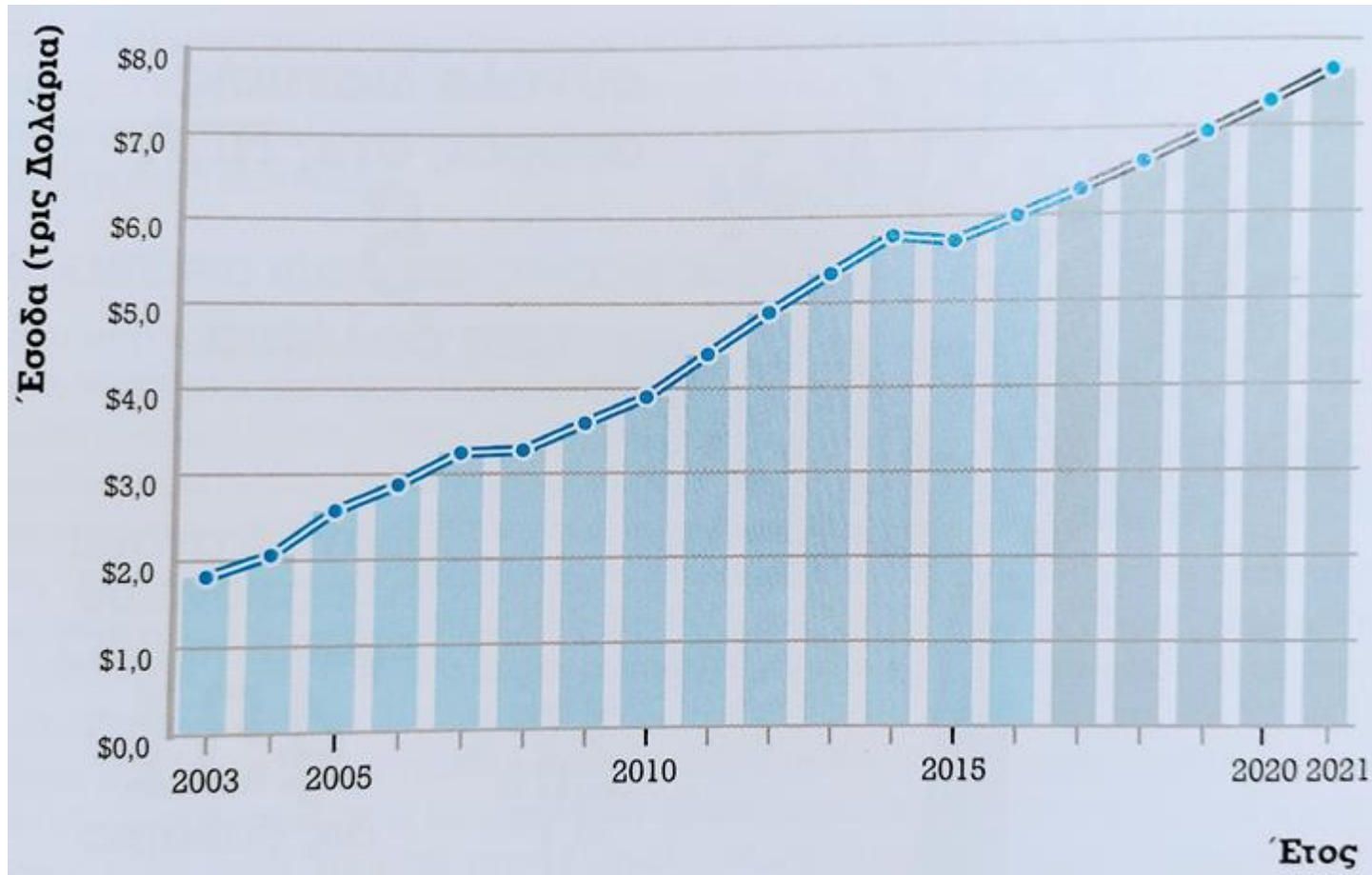
- B2C – Business-to-Consumer – μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών
- B2B – Business-to-Business – μεταξύ επιχειρήσεων
- C2C – Consumer-to-Consumer – μεταξύ καταναλωτών
- M-commerce – Mobile Commerce – εμπόριο μέσω φορητών συσκευών
- Κοινωνικό ηλεκτρονικό εμπόριο
- Ηλεκτρονικό εμπόριο με βάση την τοποθεσία

## Παράδειγμα

- Amazon
- Go2Paper
- eBay, Craigslist
- Everything on tablet/smartphone
- Facebook
- Groupon



# B2C – USA Statistics



# B2C – Χώρος για ανάπτυξη



σύνολο λιανικής  
αγοράς στις ΗΠΑ

**5**

τρεις δολάρια



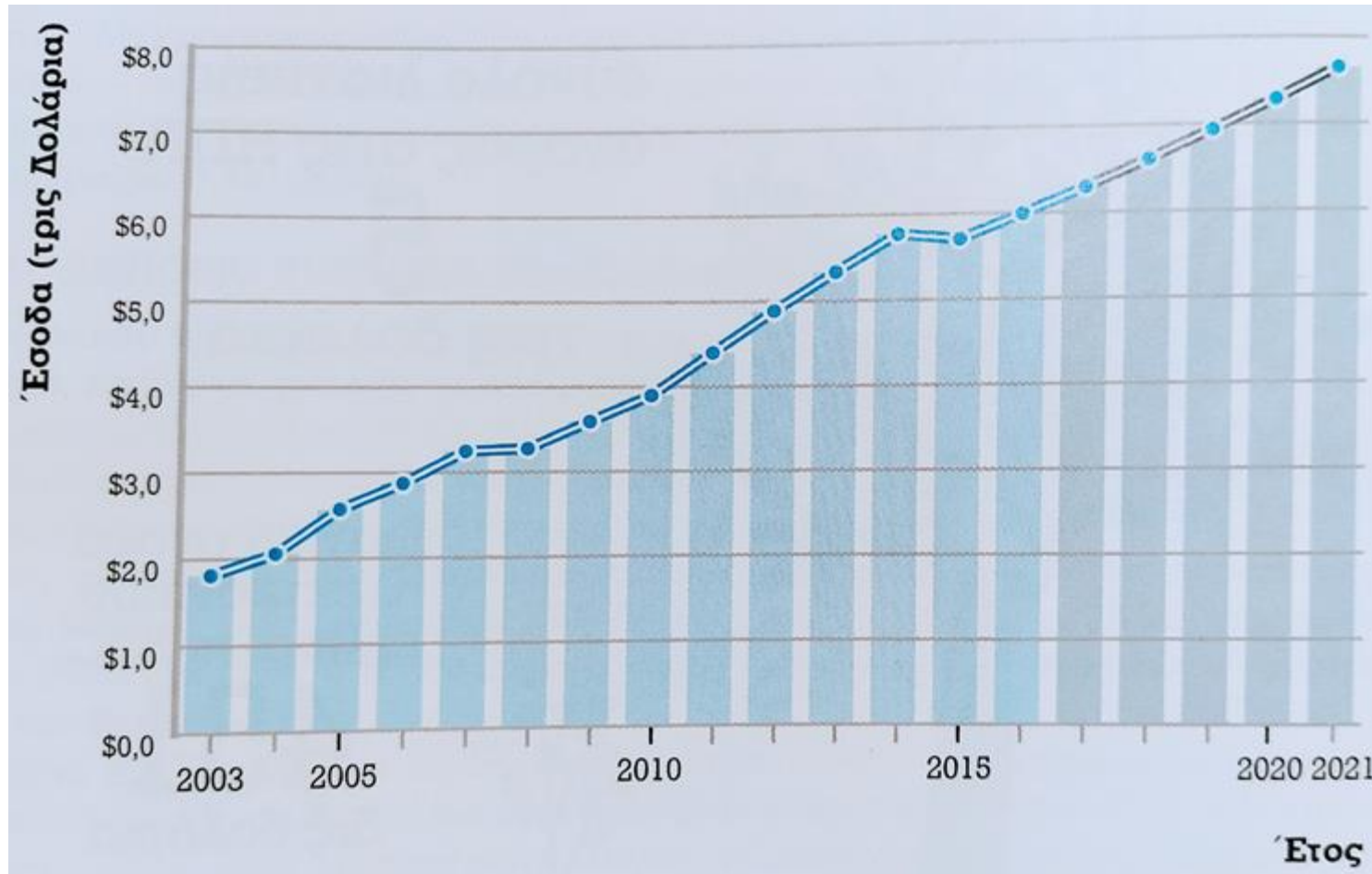
λιανική αγορά  
ηλεκτρονικού  
εμπορίου B2C

**451**

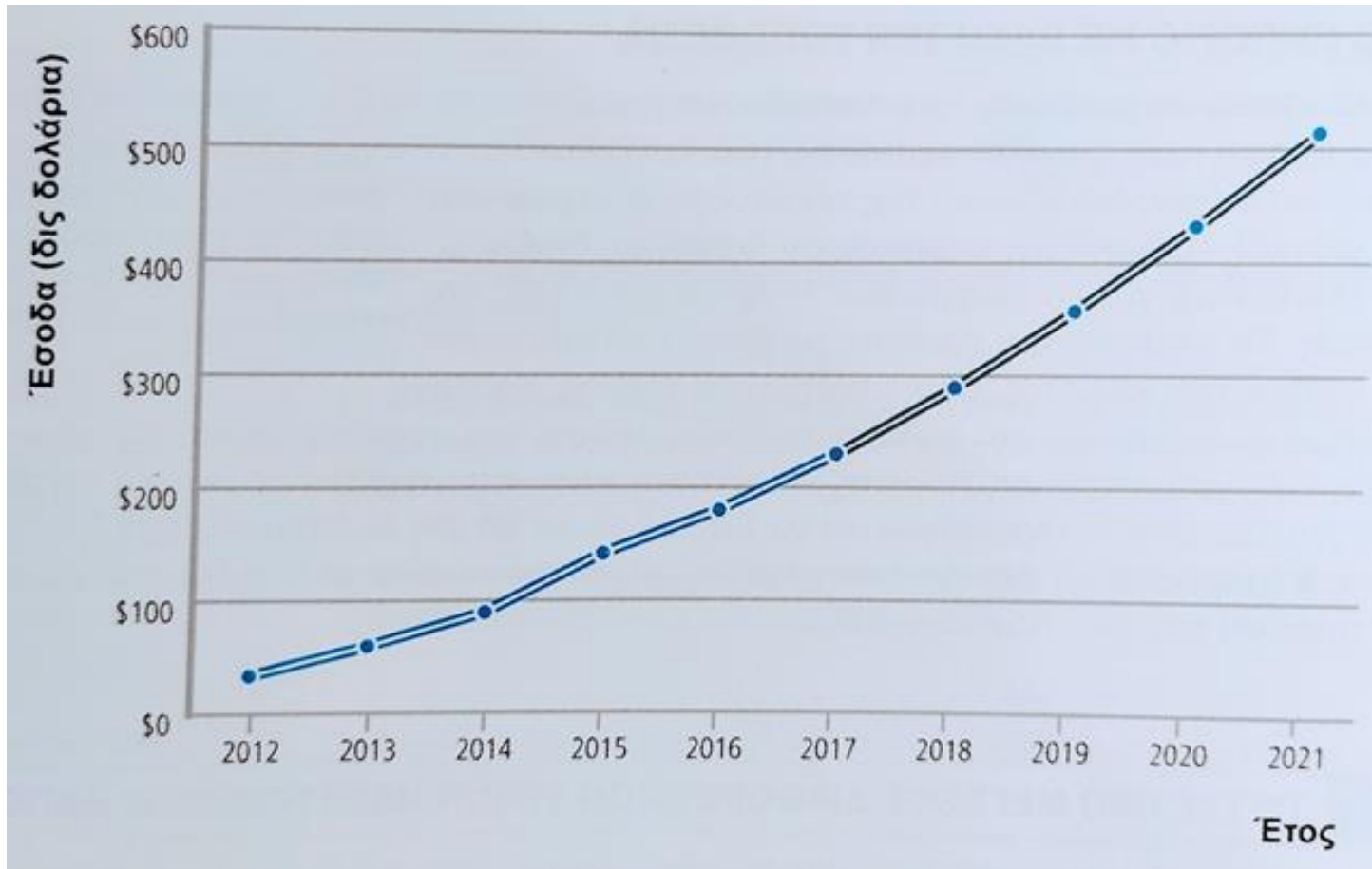
δισ δολάρια



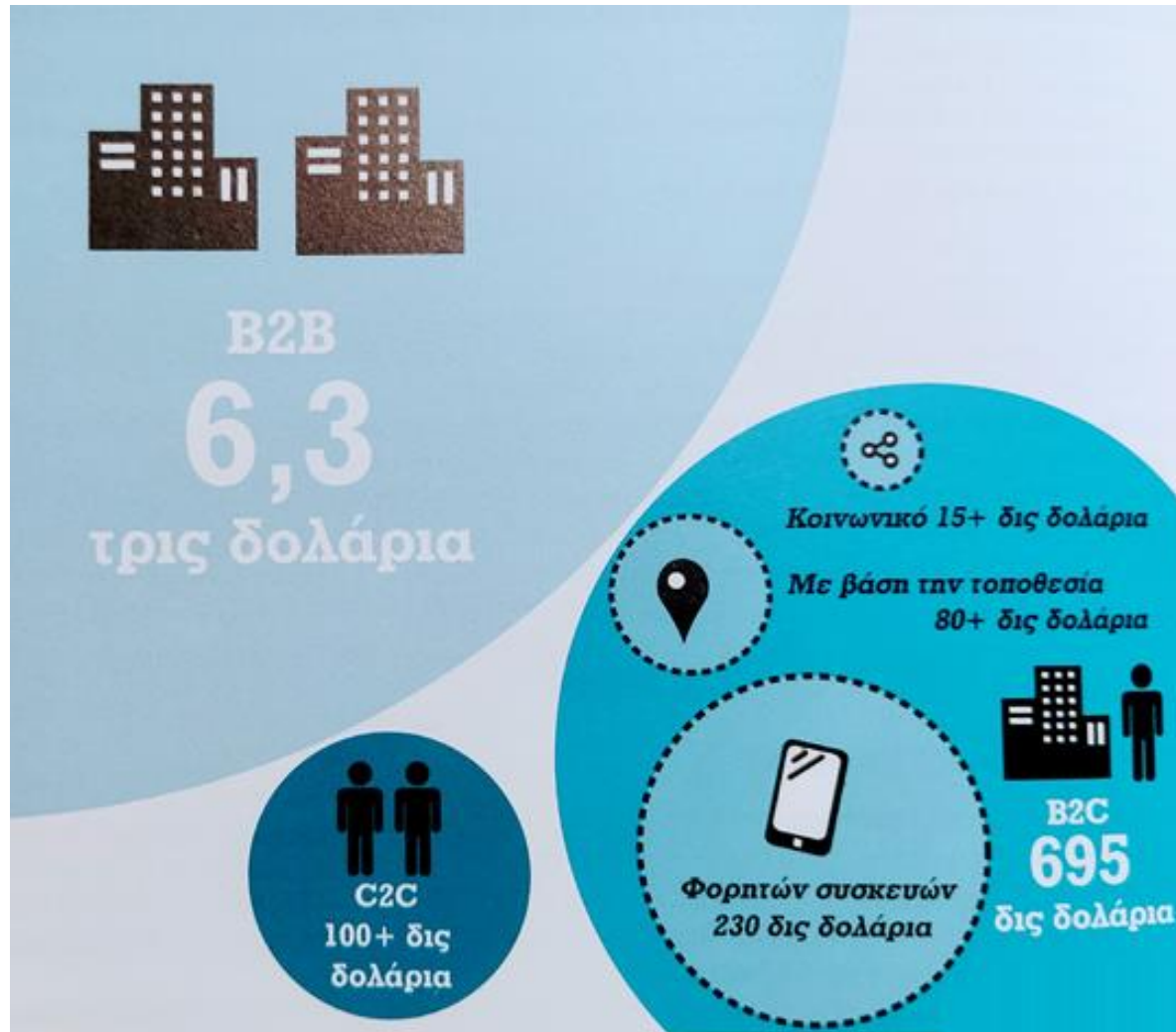
# B2B – USA Statistics



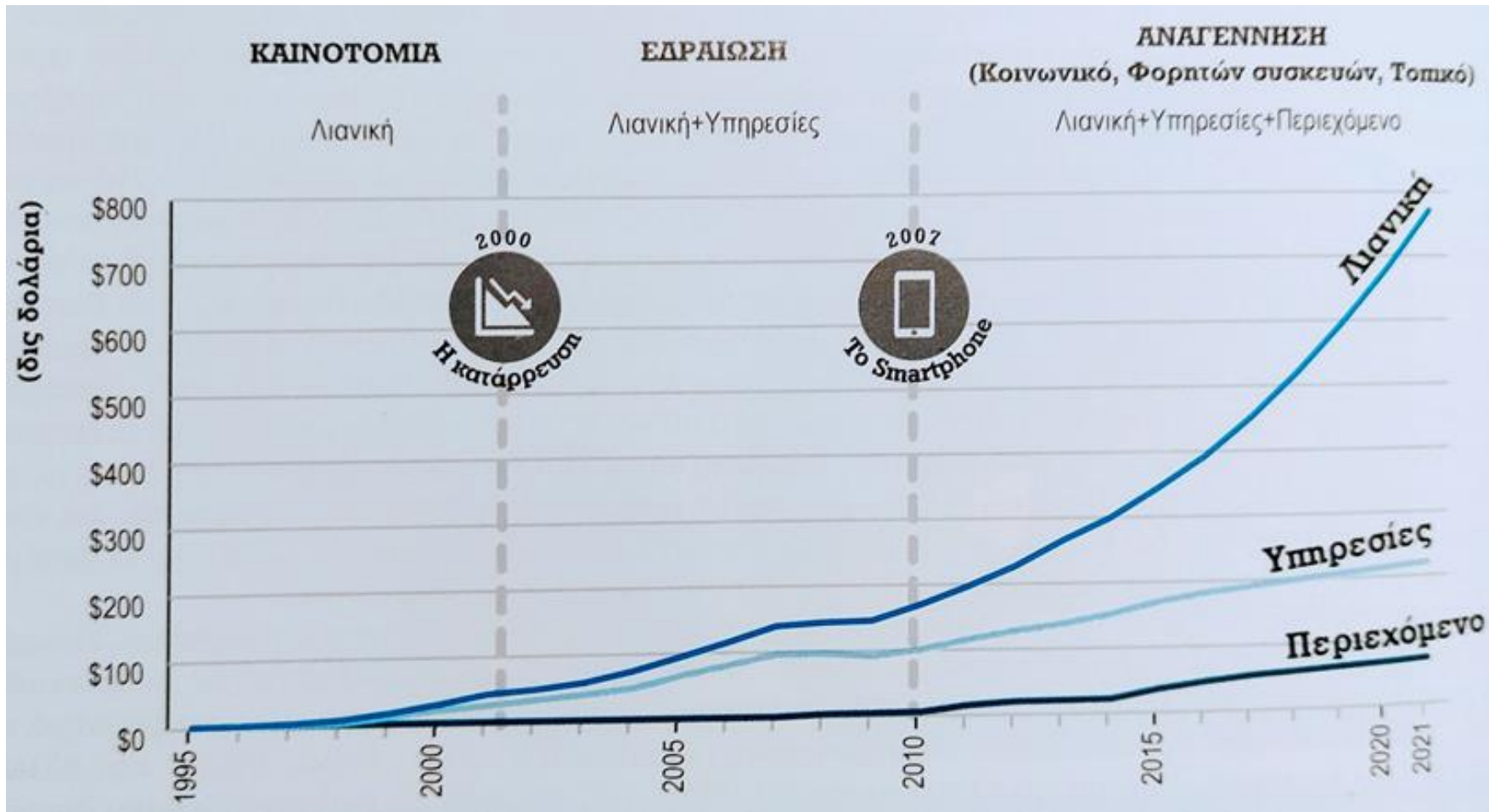
# E-commerce



# Σύγκριση μεγεθών



# Εξέλιξη ηλεκτρονικού εμπορίου – επιχειρείν



# 1995-2000

## Καινοτομία

- Καθοδήγηση από την τεχνολογία
- Έμφαση στην ανάπτυξη εισοδήματος
- Χρηματοδότηση από κεφάλαια για καινοτομίες
- Ακυβέρνητο
- Νέοι επιχειρηματίες
- Κατάργηση μεσολάβησης
- Τέλειες αγορές
- Στρατηγικές αποκλειστικής παρουσίας στο ιντερνετ
- Πλεονεκτήματα first movers
- Χαμηλής πολυπλοκότητας προϊόντα λιανικής





# 2001-2006

## Εδραίωση

- Καθοδήγηση από την επιχειρηματικότητα
- Έμφαση στα κέρδη
- Παραδοσιακή χρηματοδότηση
- Ισχυρότεροι κανόνες και έλεγχος
- Μεγάλες παραδοσιακές εταιρείες
- Ενίσχυση ενδιάμεσων
- Ατελείς αγορές, εμπορικά ονόματα και φαινόμενα δικτύου
- Μεικτές στρατηγικές φυσικών και ηλεκτρονικών καταστημάτων
- Ενίσχυση στρατηγικής, συμπληρωματικοί πόροι
- Υψηλής πολυπλοκότητας προϊόντα λιανικής



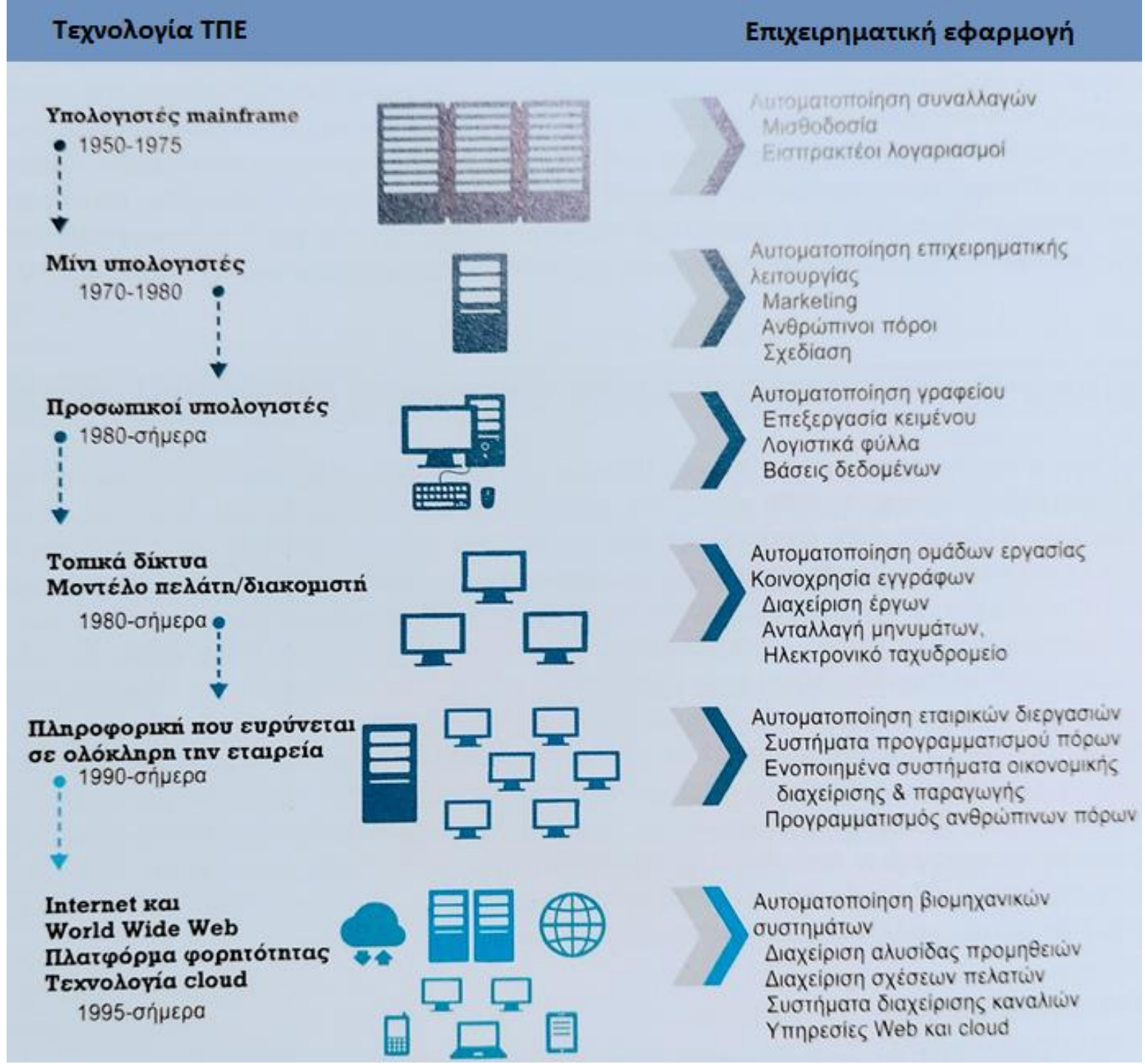
# 2007-σήμερα

## Αναγέννηση

- Η τεχνολογία φορητών συσκευών υποστηρίζει το κοινωνικό και με βάση την τοποθεσία εμπόριο
- Έμφαση στην ανάπτυξη κοινού και κοινωνικών δικτύων
- Επαγεμφάνιση επενδύσεων κεφαλαίων σε καινοτομία, εξαγορές μικρών πρωτοποριακών εταιρειών από μεγάλες εταιρείες
- Εκτεταμένη κυβερνητική επίβλεψη
- Νέοι επιχειρηματίες δραστηριοποιούνται στο κοινωνικό εμπόριο, εμπόριο για φορητές συσκευές και με βάση την τοποθεσία εμπόριο
- Εξάπλωση των μικρών ηλεκτρονικών μεσολαβητών που νοικιάζουν επιχειρηματικές διεργασίες μεγαλύτερων εταιρειών
- Συνέχιση των ατελειών στην ηλεκτρονική αγορά, ανταγωνισμός προϊόντων σε επιλεγμένες αγορές
- Επιστροφή των καθαρά ψηφιακών στρατηγικών σε νέες αγορές και επέκταση μεικτών καταστημάτων σε παραδοσιακές αγορές λιανικής
- Τα πλεονεκτήματα των first movers επιστρέφουν σε νέες αγορές και οι παραδοσιακοί παίκτες του Web προσπαθούν να ακολουθήσουν
- Λιανικό εμπόριο, υπηρεσίες και περιεχόμενο



# Εξέλιξη Τεχνολογίας



# Επιστημονικές βάσεις

- Τεχνικές προσεγγίσεις, δίνουν έμφαση στην τεχνολογική ανάπτυξη του ηλεκτρονικού επιχειρείν
- Συμπεριφορικές προσεγγίσεις, δίνουν έμφαση το ανθρώπινο στοιχείο μέσω της συμπεριφοράς καταναλωτή



