



# Κεφάλαιο 10

## Η-εμπόριο: Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### ΜΑΘΗΣΙΑΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

- Ποια είναι τα μοναδικά χαρακτηριστικά του ηλεκτρονικού εμπορίου, των ψηφιακών αγορών και των ψηφιακών αγαθών;
- Ποια είναι τα κύρια επιχειρηματικά μοντέλα και μοντέλα εσόδων του η-εμπορίου;
- Με ποιον τρόπο έχει μετασχηματιστεί το μάρκετινγκ με το η-εμπόριο;



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### ΜΑΘΗΣΙΑΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

- Σε τι έχουν αλλάξει οι συναλλαγές μεταξύ των επιχειρήσεων λόγω του η-εμπορίου;
- Ποιος είναι ο ρόλος του «κινητού εμπορίου», ή κ-εμπορίου, στην επιχειρηματική δραστηριότητα και ποιες είναι οι σημαντικότερες εφαρμογές του;
- Ποια ζητήματα πρέπει να αντιμετωπιστούν κατά τη δημιουργία της παρουσίας μιας επιχείρησης στον χώρο του η-εμπορίου;



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### ΠΡΟΣΘΕΤΟ ΥΛΙΚΟ ΓΙΑ ΜΕΛΕΤΗ και ΒΙΝΤΕΟ

## Πρόσθετο υλικό για μελέτη

- 1.E-Commerce Challenges: The Story of Online Groceries (Προκλήσεις του η-εμπορίου: Η περίπτωση των διαδικτυακών παντοπωλείων)
- 2.Build an E-Commerce Business Plan (Κατάρτιση επιχειρηματικού σχεδίου για η-εμπόριο)
- 3.Hot New Careers in E-Commerce (Οι νέες μεγάλες ευκαιρίες σταδιοδρομίας στον κλάδο του η-εμπορίου)
- 4.E-commerce Payment Systems (Συστήματα πληρωμών στο η-εμπόριο)
- 5.Building an E-Commerce Web Site (Δημιουργία τοποθεσίας Ιστού για η-εμπόριο)

## Βίντεο

- Περ. Μελέτη 1:** Groupon: Deals Galore (Groupon: Από ευκαιρίες άλλο τίποτα)
- Περ. Μελέτη 2:** Etsy: A Marketplace and Community (Etsy: Αγορά, αλλά και κοινότητα)
- Περ. Μελέτη 3:** Ford AutoXchange B2B Marketplace (Η διεπιχειρησιακή αγορά Ford AutoXchange)



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

Pinterest: Τελικά, πόσο αξίζει μια εικόνα;

- **Πρόβλημα:** Πώς θα μπορέσει το Pinterest να αποκομίσει κέρδη από την εκτεταμένη βάση χρηστών του
- **Λύση:** Βοηθά τις επιχειρήσεις να αναπτύξουν την αναγνωρισιμότητα των προϊόντων και της εταιρικής τους υπόστασης και να οδηγούν τους χρήστες στους ιστοτόπους πωλήσεων για την πραγματοποίηση αγορών



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

Pinterest: Τελικά, πόσο αξίζει μια εικόνα;

- Το **Pinterest** πραγματοποίησε μεγάλες επενδύσεις σε τεχνολογίες για:
  - Εκτεταμένη βάση δεδομένων με εικόνες, τεχνολογία σήμανσης εικόνων με ετικέτες
  - Εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης των χρηστών
- Φαίνεται η χρησιμότητα των τεχνολογιών κοινωνικής δικτύωσης στη δημιουργία νέων επιχειρηματικών μοντέλων
- Φαίνονται και οι δυσκολίες που αντιμετωπίζουν πολλές τοποθεσίες κοινωνικής δικτύωσης σε επίπεδο κερδοφορίας και στην κεφαλαιοποίηση της δραστηριότητάς τους.



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

**Pinterest: Τελικά, πόσο αξίζει μια εικόνα;**

- Κατάρτιση νέου «οπτικοκεντρικού» επιχειρηματικού μοντέλου

- Αξιοποίηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης
- Πρόσκληση εταιρειών για συμμετοχή

- Ανάπτυξη βάσης δεδομένων με εικόνες
- Ανάπτυξη εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης





## **Το η-εμπόριο σήμερα**

- **Η-εμπόριο:** Η χρήση του Διαδικτύου και του Ιστού για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας· μέσω ψηφιακών συναλλαγών.
- Ξεκίνησε το 1995 και αναπτύχθηκε με εκθετικούς ρυθμούς – σταθερή πορεία παρά την ύφεση.
- Οι εταιρείες που επιβίωσαν μετά τη φούσκα των διαδικτυακών εταιρειών (dot-com) σήμερα ευημερούν.
- Η επανάσταση του η-εμπορίου είναι ακόμα στα πρώιμα στάδιά της.



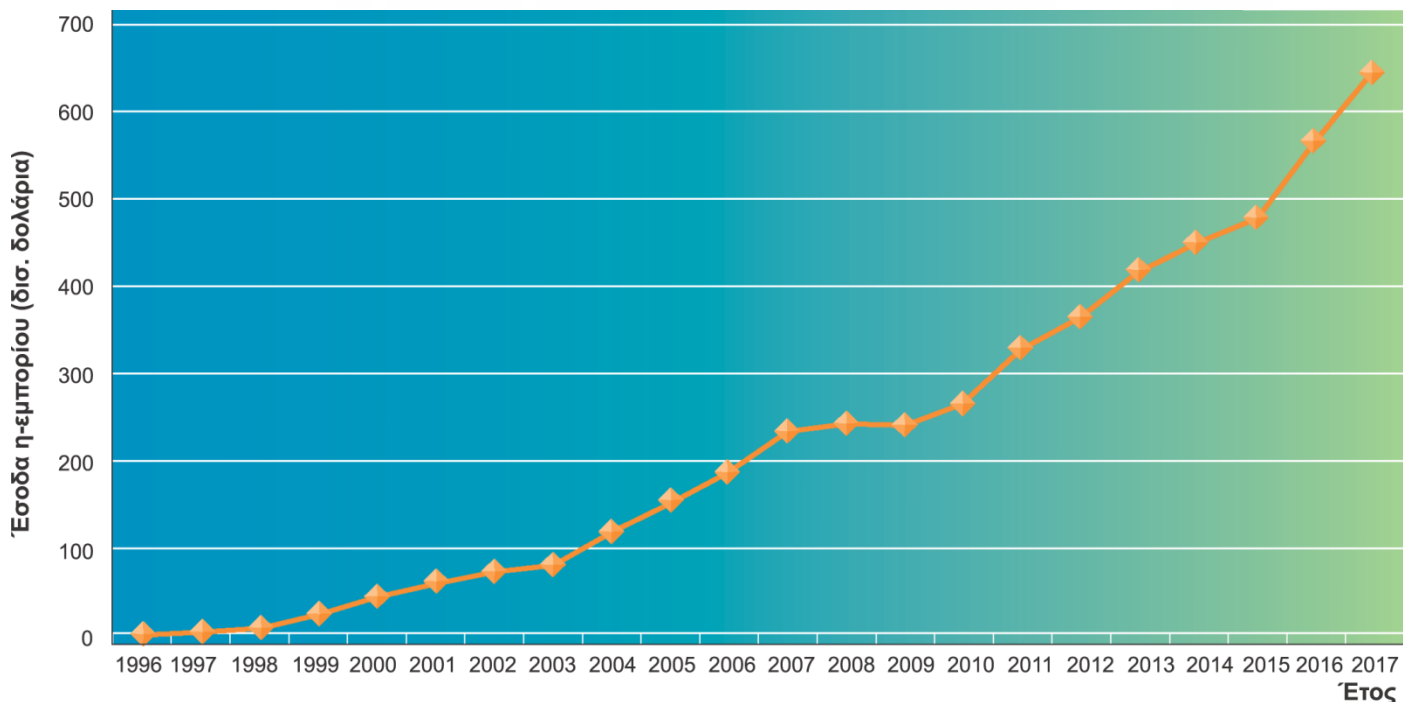


# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Ηλεκτρονικό εμπόριο και Διαδίκτυο

## Η αύξηση του η-εμπορίου



Τα έσοδα του λιανικού η-εμπορίου αυξάνονταν κατά 15–25% κατ' έτος μέχρι την οικονομική ύφεση του 2008–2009, όταν επιβραδύνθηκαν αισθητά. Από το 2013, τα έσοδα του η-εμπορίου παρουσιάζουν και πάλι αύξηση με ρυθμό που εκτιμάται ότι φτάνει στο 12% κατ' έτος.

**Εικόνα 10-1**



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Ηλεκτρονικό εμπόριο και Διαδίκτυο

## Το νέο η-εμπόριο: Κοινωνικό, φορητό, τοπικό

- **«Παραδοσιακό» μάρκετινγκ για η-εμπόριο:**
  - Τοποθεσίες Ιστού
  - Πλαίσια προβολής διαφημίσεων
  - Μετρίεται το πλήθος των μοναδικών επισκεπτών που δέχεται μια τοποθεσία Ιστού (δηλαδή πόσοι τη «βλέπουν») και το πλήθος των εμφανίσεων
- **Μάρκετινγκ για κοινωνικό, τοπικό, φορητό η-εμπόριο:**
  - Μέσα κοινωνικής δικτύωσης: Facebook, Twitter, Pinterest
  - Διαφημίσεις και εφαρμογές για κινητά, ανάλογα με την τοποθεσία
  - Μετριοούνται οι συνομιλίες (conversations) και ο βαθμός εμπλοκής του χρήστη και σύσφιξης της σχέσης του με την επιχείρηση (engagement)



## **Γιατί διαφέρει το η-εμπόριο**

- **Πανταχού παρουσία**
  - Η τεχνολογία του Διαδικτύου και του Ιστού είναι διαθέσιμη παντού και κάθε στιγμή: στη δουλειά, στο σπίτι, και αλλού
  - **Αποτέλεσμα:**
    - Η αγορά επεκτείνεται πέρα από παραδοσιακά σύνορα και παύει να συνδέεται με χρονική και γεωγραφική θέση
    - Ενισχύεται η ευκολία των καταναλωτών, μειώνεται το κόστος πραγματοποίησης αγορών



## **Μοναδικά χαρακτηριστικά της τεχνολογίας του η-εμπορίου**

- **Παγκόσμια εμβέλεια**
  - Η τεχνολογία ξεπερνά τα εθνικά σύνορα, φτάνει παντού στη Γη
  - **Αποτέλεσμα:**
    - Εμπόριο πέρα από πολιτισμικά και εθνικά σύνορα, απρόσκοπτα και χωρίς ανάγκη για τροποποίηση.
    - Ο χώρος της αγοράς δυνητικά περιλαμβάνει δισεκατομμύρια καταναλωτές και εκατομμύρια επιχειρήσεις από ολόκληρο τον κόσμο.



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Ηλεκτρονικό εμπόριο και Διαδίκτυο

## Μοναδικά χαρακτηριστικά της τεχνολογίας του η-εμπορίου

- **Οικουμενικά πρότυπα**
  - Ένα ενιαίο σύνολο από πρότυπα τεχνολογίας: Τα πρότυπα του Διαδικτύου
  - Αποτέλεσμα:
    - Ακόμα και ετερογενή υπολογιστικά συστήματα μπορούν να επικοινωνούν εύκολα μεταξύ τους πλέον.
    - Μειωμένο κόστος εισόδου στην αγορά για τους εμπόρους—δηλαδή τα έξοδα τα οποία πρέπει να επωμιστούν οι έμποροι απλώς και μόνο για να φέρουν στην αγορά τα προϊόντα τους.
    - Μειωμένο κόστος αναζήτησης για τους καταναλωτές—δηλαδή η προσπάθεια που χρειάζεται να καταβάλουν για να βρουν κατάλληλα προϊόντα.



## Μοναδικά χαρακτηριστικά της τεχνολογίας του η-εμπορίου

- Πλούτος περιεχομένου
  - Υποστήριξη βίντεο, ήχου, κειμένου
  - Αποτέλεσμα:
    - Είναι δυνατό να αποστέλλονται μηνύματα πλούσια με κείμενο, ήχο και βίντεο σε μεγάλο αριθμό ανθρώπων ταυτόχρονα.
    - Είναι δυνατή η ενοποίηση βίντεο, ήχου και κειμένου σε ένα ενιαίο μήνυμα μάρκετινγκ και σε μία ενιαία καταναλωτική εμπειρία.



## Μοναδικά χαρακτηριστικά της τεχνολογίας του η-εμπορίου

- **Αλληλεπιδραστικότητα**
  - Η τεχνολογία λειτουργεί μέσω της αλληλεπίδρασης με τον χρήστη
  - **Αποτέλεσμα:**
    - Ο καταναλωτής επιδίδεται σε μια διαδικασία διαλόγου, η οποία προσαρμόζει δυναμικά την εμπειρία στο άτομο.
    - Ο καταναλωτής καθίσταται συμμετοχος στη διαδικασία κυκλοφορίας των αγαθών στην αγορά.



## Μοναδικά χαρακτηριστικά της τεχνολογίας του η-εμπορίου

- Πυκνότητα πληροφοριών
  - Αυξημένη πυκνότητα πληροφοριών—δηλαδή η συνολική ποσότητα και ποιότητα των πληροφοριών που είναι διαθέσιμες σε όλους τους συμμετέχοντες στην αγορά, καταναλωτές και εμπόρους
  - Αποτέλεσμα:
    - Μεγαλύτερη διαφάνεια στις τιμές
    - Μεγαλύτερη διαφάνεια στο κόστος
    - Δίνει στους εμπόρους τη δυνατότητα να επιδίδονται σε διαφοροποίηση/διάκριση τιμών





## Μοναδικά χαρακτηριστικά της τεχνολογίας του η-εμπορίου

- **Εξατομίκευση/προσαρμογή**
  - Η τεχνολογία δίνει τη δυνατότητα μετατροπής των μηνυμάτων και των αγαθών
  - **Αποτέλεσμα:**
    - Η τεχνολογία επιτρέπει τη μετάδοση εξατομικευμένων μηνυμάτων σε άτομα και ομάδες.
    - Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες μπορούν να παραμετροποιούνται και να εξατομικεύονται ώστε να ταιριάζουν στις προδιαγραφές κάθε πελάτη.



## Μοναδικά χαρακτηριστικά της τεχνολογίας του η-εμπορίου

- **Κοινωνική τεχνολογία**
  - Η τεχνολογία προωθεί τη δημιουργία περιεχομένου από τους χρήστες και την κοινωνική δικτύωση
  - **Αποτέλεσμα:**
    - Τα νέα διαδικτυακά κοινωνικά και επιχειρηματικά μοντέλα επιτρέπουν τη δημιουργία και διανομή περιεχομένου από τους χρήστες και υποστηρίζουν τα κοινωνικά δίκτυα.
    - Μοντέλο μαζικής επικοινωνίας πολλών προς πολλούς



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Ηλεκτρονικό εμπόριο και Διαδίκτυο

## Βασικές έννοιες: Ψηφιακές αγορές και ψηφιακά αγαθά

- **Επιπτώσεις των ψηφιακών αγορών:**
  - Μείωση της πληροφοριακής ασυμμετρίας
  - Μείωση του κόστους αναζήτησης προϊόντων και του κόστους συναλλαγών
  - **Καθυστερημένη ικανοποίηση:** η επίπτωση εξαρτάται από το προϊόν
  - Μείωση του κόστους αλλαγής τιμοκαταλόγου
  - Ενίσχυση της δυνατότητας δυναμικού καθορισμού τιμών
  - Ενίσχυση της δυνατότητας διαφοροποίησης τιμών
  - Ενίσχυση της τμηματοποίησης της αγοράς
  - **Κόστος αλλαγής:** η επίπτωση εξαρτάται από το προϊόν
  - Ενίσχυση της επίπτωσης του κοινωνικού κύκλου
  - Ενίσχυση της απομεσολάβησης



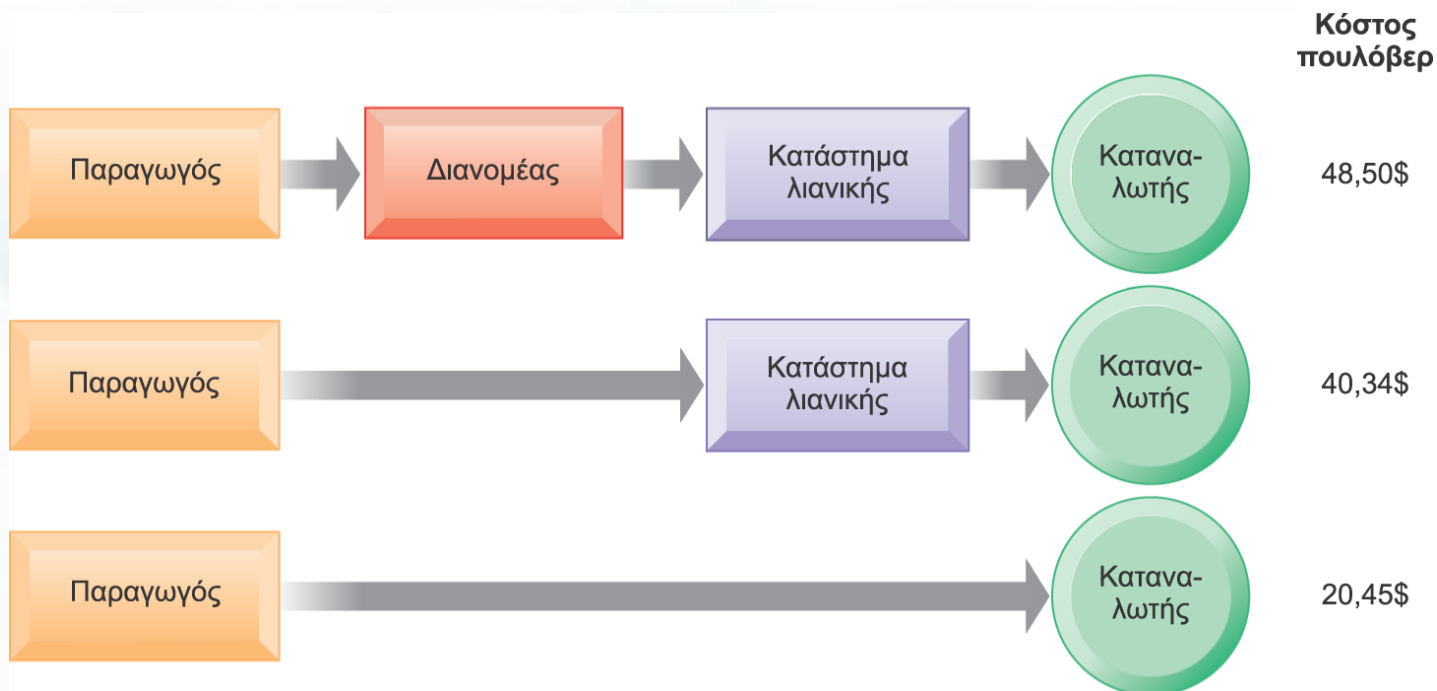
# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Ηλεκτρονικό εμπόριο και Διαδίκτυο

## Τα οφέλη της απομεσολάβησης για τον καταναλωτή

Κάθε δίκτυο διανομής έχει αρκετά ενδιάμεσα στάδια, καθένα από τα οποία προσθέτει κόστος στην τελική τιμή ενός προϊόντος, όπως ενός πουλόβερ. Η αφαίρεση κάθε ενδιάμεσου σταδίου μειώνει το τελικό κόστος για τον καταναλωτή.



Εικόνα 10-2



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Ηλεκτρονικό εμπόριο και Διαδίκτυο

- **Ψηφιακά αγαθά**
  - Είδη που μπορούν να παραδοθούν μέσω ψηφιακών δικτύων
    - Για παράδειγμα: κομμάτια μουσικής, βίντεο, λογισμικό, εφημερίδες, βιβλία
  - Το κόστος παραγωγής της πρωτότυπης πρώτης μονάδας είναι σχεδόν το συνολικό κόστος του προϊόντος: Το οριακό κόστος της παραγωγής κάθε επιπλέον μονάδας είναι περίπου μηδενικό
  - Το κόστος παράδοσης μέσω του Διαδικτύου είναι πολύ χαμηλό
  - Το κόστος μάρκετινγκ παραμένει το ίδιο· η τιμή μπορεί να είναι εξαιρετικά μεταβλητή.
  - Οι κλάδοι που διαθέτουν ψηφιακά αγαθά υφίστανται επαναστατικές αλλαγές (εκδοτικοί οίκοι, δισκογραφικές εταιρείες, κ.λπ.)



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

Η-εμπόριο: Επιχειρηματικότητα και τεχνολογία

### Τύποι ηλεκτρονικού εμπορίου

- **Εμπόριο μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών (business-to-consumer, B2C)**
  - BarnesandNoble.com
- **Εμπόριο μεταξύ επιχειρήσεων (business-to-business, B2B)**
  - ChemConnect
- **Εμπόριο μεταξύ καταναλωτών (consumer-to-consumer, C2C)**
  - eBay



## Επιχειρηματικά μοντέλα του η-εμπορίου

- Διαδικτυακή πύλη (portal)
- Εικονικό κατάστημα ή η-λιανοπωλητής/επιχείρηση λιανικού εμπορίου μέσω δικτύου (e-tailer)
- Πάροχος περιεχομένου (content provider)
- Διαμεσολαβητής συναλλαγών (transaction broker)
- Δημιουργία εικονικής αγοράς (market creator)
- Πάροχος υπηρεσιών (service provider)
- Ηλεκτρονικές κοινότητες ή κοινωνικά δίκτυα (community providers ή social networks)



## **Μοντέλα εσόδων του η-εμπορίου**

- **Διαφήμιση**
- **Πωλήσεις**
- **Συνδρομές**
- **Συνδυασμός δωρεάν και ειδικών επί πληρωμή υπηρεσιών**
- **Τέλη συναλλαγών**
- **Συνεργατική προώθηση προϊόντων**





# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

Η-εμπόριο: Επιχειρηματικότητα και τεχνολογία

### **Περ. Μελέτη: Οργανισμοί** **Η Pandora θα πετύχει συνδυάζοντας δωρεάν** **και επί πληρωμή υπηρεσίες;**

- **Διαβάστε την περιπτωσιολογική μελέτη και μετά συζητήστε τις παρακάτω ερωτήσεις:**
- Να αναλύσετε το επιχειρηματικό μοντέλο της Pandora με βάση τα μοντέλα της αλυσίδας αξίας και των ανταγωνιστικών δυνάμεων. Ποιες ανταγωνιστικές δυνάμεις πρέπει να αντιμετωπίσει η εταιρεία; Ποια είναι η αξία που προσφέρει σε κάθε πελάτη της;
- Να εξηγήσετε με ποιον τρόπο λειτουργεί το επιχειρηματικό μοντέλο συνδυασμού δωρεάν και ειδικών επί πληρωμή υπηρεσιών που εφαρμόζει η Pandora. Με ποιον τρόπο προσπορίζει έσοδα η εταιρεία;
- Μπορεί να πετύχει η Pandora με τον συνδυασμό δωρεάν και ειδικών επί πληρωμή υπηρεσιών; Ναι ή όχι και γιατί; Ποιοι ανθρώπινοι, οργανωσιακοί και τεχνολογικοί παράγοντες παίζουν ρόλο στην επιτυχία της εταιρείας με αυτό το επιχειρηματικό μοντέλο;



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

Η-εμπόριο: Επιχειρηματικότητα και τεχνολογία

### Κοινωνική δικτύωση και η σοφία του πλήθους

- Κοινωνικά δίκτυα
  - Ένας από τους πιο ταχέως αναπτυσσόμενους τομείς εσόδων του ηλεκτρονικού εμπορίου
  - Κοινωνικές τοποθεσίες για αγορές προϊόντων: Pinterest, Kaboodle, ThisNext
- Η «σοφία του πλήθους» (wisdom of crowds)
- Πληθοπορισμός (crowdsourcing)
  - Η αντίληψη ότι ένας μεγάλος αριθμός ανθρώπων μπορεί να λάβει καλύτερες αποφάσεις για θέματα ή προϊόντα απ' ό,τι μπορεί ένα άτομο μόνο του.
- Αγορές ή ανταλλακτήρια προβλέψεων (prediction markets)
  - Αγοραπωλησία στοιχημάτων μεταξύ ομότιμων χρηστών για συγκεκριμένα αποτελέσματα (όπως ποιος θα αναδειχθεί νικητής σε μια εκλογική αναμέτρηση)



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

Η-εμπόριο: Επιχειρηματικότητα και τεχνολογία

### Μάρκετινγκ στο η-εμπόριο

- Με το Διαδίκτυο, οι υπεύθυνοι μάρκετινγκ έχουν νέους τρόπους για να ανακαλύπτουν υποψήφιους πελάτες και να επικοινωνούν μαζί τους.
- Μάρκετινγκ σε ειδικές ολιγομελείς κατηγορίες καταναλωτών ή μάρκετινγκ «ουράς» (long tail marketing): Η προσέγγιση μεγάλου κοινού με ελάχιστο κόστος.
- Διαφημιστική στόχευση βάσει συμπεριφοράς (behavioral targeting): Η παρακολούθηση της διαδικτυακής συμπεριφοράς του χρήστη σε χιλιάδες τοποθεσίες Ιστού.
- Μορφές διαφήμισης στο Διαδίκτυο: μάρκετινγκ μέσω μηχανών αναζήτησης, πλαίσια προβολής διαφημίσεων, εμπλουτισμένα πολυμέσα, και μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Η-εμπόριο: Επιχειρηματικότητα και τεχνολογία

## Παρακολούθηση επισκεπτών τοποθεσίας Ιστού

Οι τοποθεσίες Ιστού για ηλεκτρονικό εμπόριο διαθέτουν εργαλεία για να παρακολουθούν κάθε βήμα του επισκέπτη στα διαδικτυακά καταστήματα. Η προσεκτική εξέταση της συμπεριφοράς των πελατών σε μια τοποθεσία Ιστού που πουλά, λόγω χάρη, γυναικεία ενδύματα δείχνει τις πληροφορίες που θα μπορούσε να αντλήσει το κατάστημα σε κάθε βήμα και σε ποιες ενέργειες θα μπορούσε να προχωρήσει για να αυξήσει τις πωλήσεις.



Εικόνα 10-3

Η πελάτισσα επισκέπτεται την αρχική σελίδα. Ο υπεύθυνος του καταστήματος μπορεί να δει ότι η πελάτισσα κατέφθασε προερχόμενη από τη δικτυακή πύλη Yahoo! στις 2.30 μ.μ. (πληροφορία που μπορεί να χρησιμοποιήσει στον καθορισμό της στελέχωσης των κέντρων εξυπηρέτησης πελατών), καθώς και πόση ώρα παρέμεινε στην αρχική σελίδα (πράγμα που θα μπορούσε να σημαίνει ότι υπάρχει πρόβλημα πλοήγησης στην τοποθεσία). Ιστοκοριοί φορτώνουν «μπισκότα» στον φυλλομετρητή Ιστού της πελάτισσας για να παρακολουθείται η δραστηριότητά της στον Ιστό.

Η πελάτισσα πατά στις μπλούζες, επιλέγει να δει μια άσπρη γυναικεία μπλούζα, και μετά πατά για να δει το ίδιο προϊόν σε χρώμα ροζ. Κατόπιν επιλέγει το είδος σε μέγεθος 10 και χρώμα ροζ, και πατά για να το τοποθετήσει στο «καλάθι» της. Οι πληροφορίες αυτές μπορούν να βοηθήσουν τον υπεύθυνο να προσδιορίσει ποια μεγέθη και χρώματα είναι τα πιο δημοφιλή. Αν η πελάτισσα επισκεφθεί κάποια άλλη τοποθεσία Ιστού, τότε θα δει διαφημίσεις για ροζ μπλούζες από τον ίδιο προμηθευτή και από άλλους εμπόρους.

Από τη σελίδα του καλαθιού, η πελάτισσα πατά για να κλείσει τον φυλλομετρητή και να φύγει από την τοποθεσία Ιστού χωρίς να αγοράσει την μπλούζα. Η ενέργεια αυτή θα μπορούσε να σημαίνει ότι η πελάτισσα άλλαξε γνώμη ή ότι αντιμετώπισε κάποιο πρόβλημα με τη διαδικασία πληρωμής στην τοποθεσία. Η συμπεριφορά αυτή θα μπορούσε να αποτελεί ένδειξη ότι η τοποθεσία δεν ήταν καλά σχεδιασμένη.



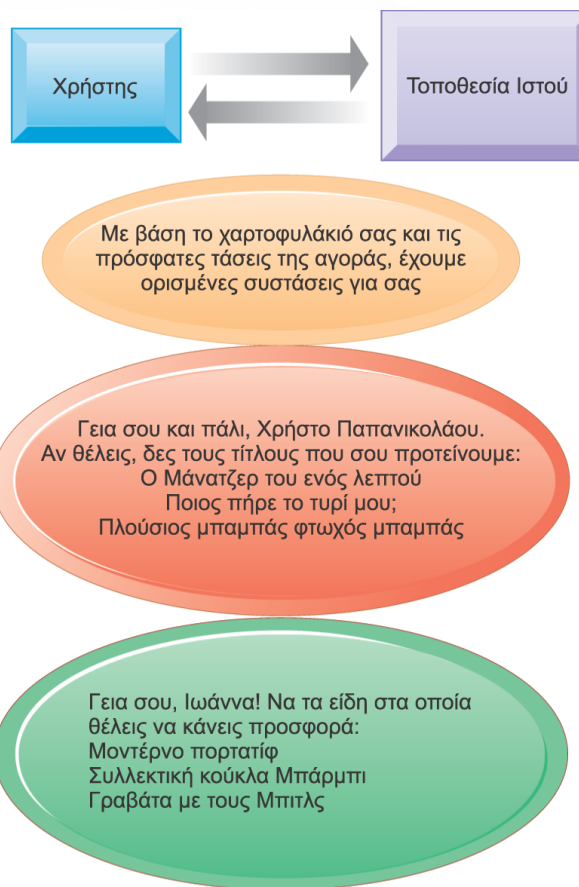
# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Η-εμπόριο: Επιχειρηματικότητα και τεχνολογία

## Εξατομίκευση τοποθεσιών Ιστού

Οι εταιρείες μπορούν να δημιουργούν μοναδικές εξατομικευμένες ιστοσελίδες οι οποίες παρουσιάζουν περιεχόμενο ή διαφημίσεις για προϊόντα ή υπηρεσίες που ενδιαφέρουν κάθε χρήστη ξεχωριστά, βελτιώνοντας έτσι την εμπειρία των πελατών και δημιουργώντας πρόσθετη αξία.



Εικόνα 10-4



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

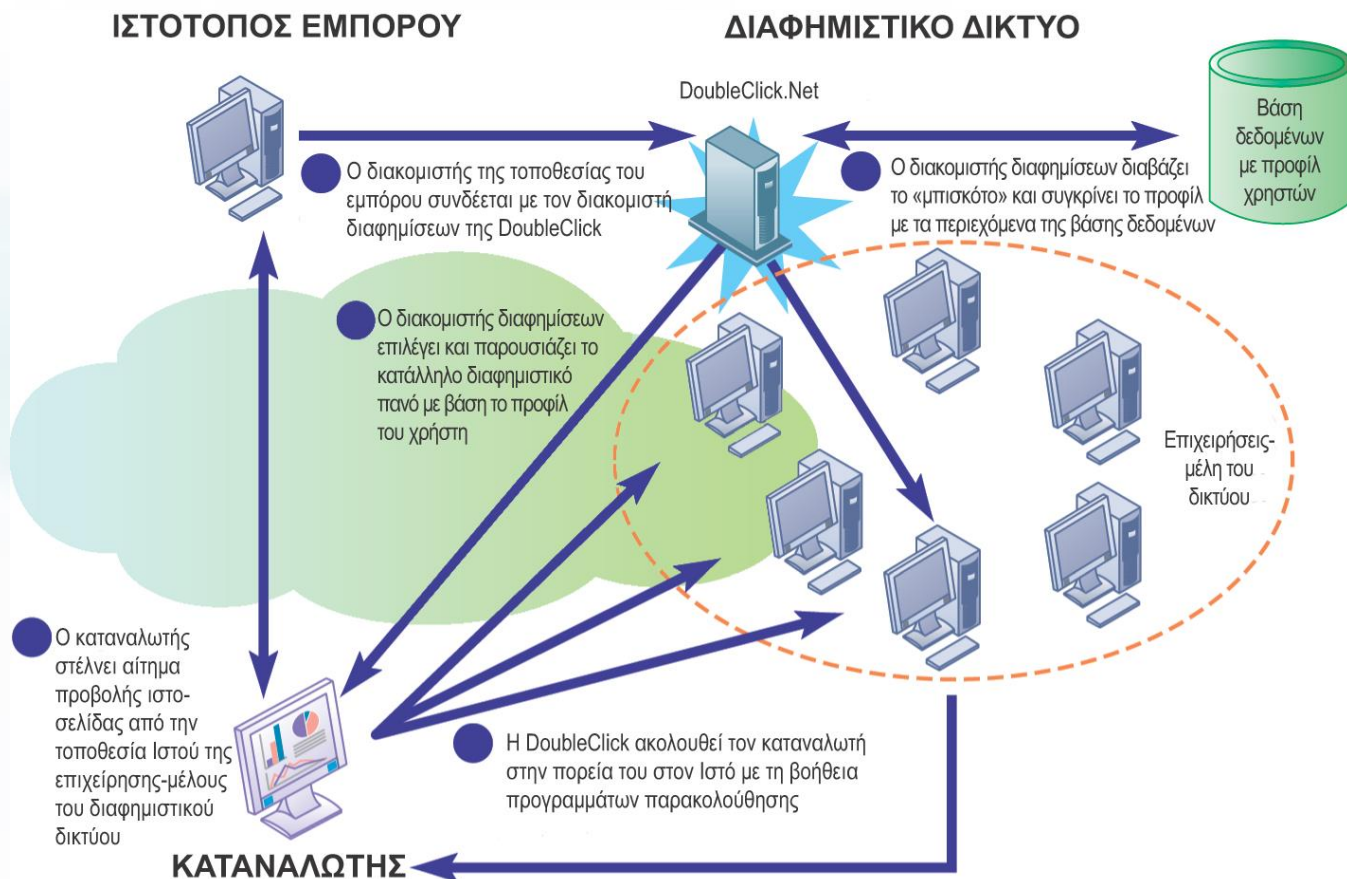
## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Η-εμπόριο: Επιχειρηματικότητα και τεχνολογία

## Πώς λειτουργεί ένα διαφημιστικό δίκτυο

Τα διαφημιστικά δίκτυα και η χρήση προγραμμάτων παρακολούθησης των χρηστών έχουν προκαλέσει πολλές συζητήσεις και διχογνωμίες στους κόλπους των υπερχώρων του προσωπικού απορρήτου λόγω της δυνατότητας εποπτείας των κινήσεων κάθε χρήστη στο Διαδίκτυο.

Εικόνα 10-5





# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Η-εμπόριο: Επιχειρηματικότητα και τεχνολογία

## Κοινωνικό η-εμπόριο και μάρκετινγκ μέσω των κοινωνικών δικτύων

- **Κοινωνικό η-εμπόριο**
  - Βασίζεται στην έννοια του ψηφιακού κοινωνικού γράφου (digital social graph)
    - Αποτύπωση όλων των σημαντικών διαδικτυακών κοινωνικών σχέσεων ενός χρήστη
  - Οι αγορές ενός ατόμου επηρεάζουν εκείνες που πραγματοποιούν άλλα άτομα
- **Τέσσερα χαρακτηριστικά του κοινωνικού εμπορίου που αποτελούν βασικούς παράγοντες της ανάπτυξής του**
  - Σύνδεση σε τοποθεσίες Ιστού μέσω λογαριασμού στα κοινωνικά δίκτυα
  - Συνεργατική έρευνα αγοράς
  - Ειδοποιήσεις μέσω δικτύου
  - Αναζήτηση μέσω κοινωνικών δικτύων (συστάσεις)



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Η-εμπόριο: Επιχειρηματικότητα και τεχνολογία

## **Κοινωνικό η-εμπόριο και μάρκετινγκ μέσω των κοινωνικών δικτύων**

- **Μέσα κοινωνικής δικτύωσης:** Τα πιο ταχέως αναπτυσσόμενα μέσα που επιτρέπουν τη δημιουργία εταιρικής εικόνας και την προώθηση προϊόντων
- **Μάρκετινγκ μέσω των κοινωνικών δικτύων:**
  - Προσπαθεί να εκμεταλλεύεται την επιρροή κάποιων ατόμων σε κάποια άλλα που ανήκουν στον κοινωνικό γράφο
  - Κοινό-στόχος είναι πλέον ένα κοινωνικό δίκτυο ανθρώπων που έχουν κοινά ενδιαφέροντα και ανταλλάσσουν συμβουλές
  - Το κουμπί Like (Μου αρέσει) του Facebook
- **Τα κοινωνικά δίκτυα έχουν τεράστιο πλήθος χρηστών**
  - Facebook: 144 εκατομμύρια επισκέπτες από τις ΗΠΑ σε μηνιαία βάση





# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Η-εμπόριο: Επιχειρηματικότητα και τεχνολογία

## Η-εμπόριο μεταξύ επιχειρήσεων: Πρωτόγνωρη αποτελεσματικότητα και νέες ευκαιρίες

- **Η-εμπόριο μεταξύ επιχειρήσεων (business-to-business, B2B)**
  - **Εμπορικές συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων**
    - Σύνθετες
    - Απαιτούν την ανθρώπινη παρέμβαση σε σημαντικό βαθμό
    - Απασχολούν σημαντικούς πόρους
      - Για παράδειγμα: Κόστος διοικητικής διαχείρισης για κάθε αγορά: 100 δολάρια
  - **Προκλήσεις:**
    - Αλλαγή των υφιστάμενων συστημάτων πραγματοποίησης αγορών
    - Υλοποίηση νέων διαδικτυακών λύσεων B2B



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Η-εμπόριο: Επιχειρηματικότητα και τεχνολογία

## Η-εμπόριο μεταξύ επιχειρήσεων: Πρωτόγνωρη αποτελεσματικότητα και νέες ευκαιρίες

- Ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων (electronic data interchange, EDI)
  - Οι υπολογιστές δύο οργανισμών ανταλλάσσουν με αυτόνομες διαδικασίες τυποποιημένα έγγραφα συναλλαγών, όπως τιμολόγια, φορτωτικές, ή εντολές αγοράς.
  - Οι μεγάλοι κλάδοι έχουν θεσπίσει πρότυπα EDI που ορίζουν τη δομή και τα πεδία πληροφοριών.
  - Πολλοί οργανισμοί παύουν να χρησιμοποιούν ιδιωτικά δίκτυα και όλο και πιο συχνά πλέον καταφεύγουν στον Διαδίκτυο για τη σύνδεση με άλλες επιχειρήσεις.
    - Για παράδειγμα, οι προμήθειες: Οι επιχειρήσεις μπορούν πια να χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για να εντοπίζουν τον προμηθευτή με το χαμηλότερο κόστος, να κάνουν αναζητήσεις σε ηλεκτρονικούς καταλόγους προϊόντων προμηθευτών, να διαπραγματεύονται με τους προμηθευτές, να υποβάλλουν παραγγελίες, κ.ο.κ.

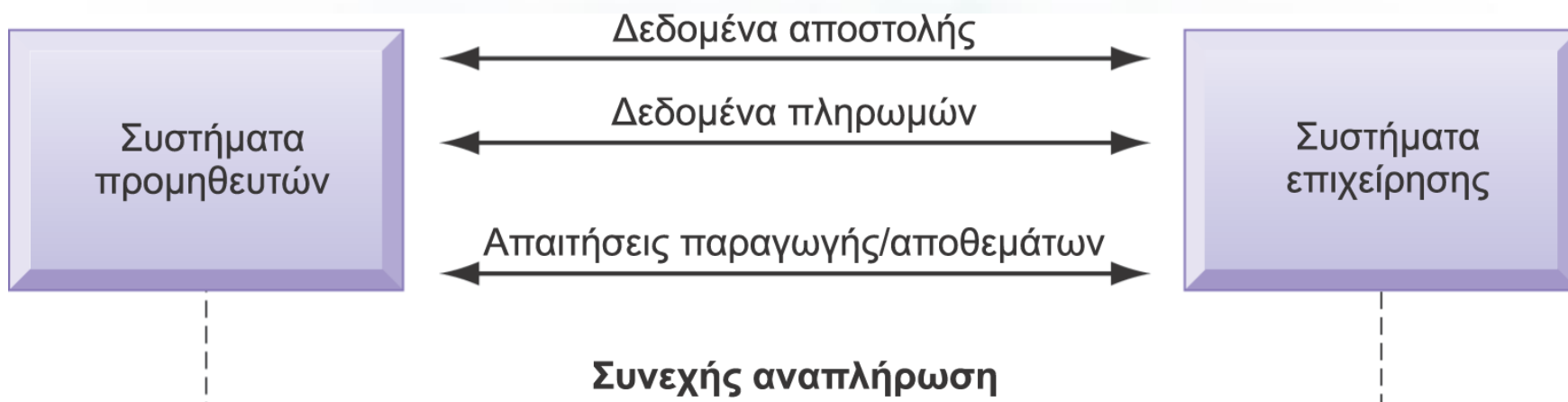


# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

Η-εμπόριο: Επιχειρηματικότητα και τεχνολογία

### Ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων (EDI)



Οι εταιρείες χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων για να αυτοματοποιούν τις συναλλαγές ηλεκτρονικού εμπορίου μεταξύ επιχειρήσεων και να υλοποιούν το σύστημα συνεχούς αναπλήρωσης των αποθεμάτων τους. Οι προμηθευτές μπορούν αυτόματα να στέλνουν δεδομένα για αγορές στις αγοράστριες επιχειρήσεις. Οι αγοράστριες επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων για να ενημερώνουν τους προμηθευτές για τις ανάγκες παραγωγής και αποθεμάτων και να στέλνουν στοιχεία πληρωμών.

Εικόνα 10-6



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Η-εμπόριο: Επιχειρηματικότητα και τεχνολογία

## Η-εμπόριο μεταξύ επιχειρήσεων: Πρωτόγνωρη αποτελεσματικότητα και νέες ευκαιρίες

- **Ιδιωτικό κλαδικό δίκτυο ή ιδιωτικό ανταλλακτήριο (private industrial network/private exchange)**
  - Μια μεγάλη επιχείρηση χρησιμοποιεί ένα δίκτυο extranet (εξωδίκτυο) για να συνδέεται με τους προμηθευτές της και άλλους βασικούς επιχειρηματικούς συνεργάτες της
  - Ανήκει στον αγοραστή
  - Επιτρέπει την από κοινού διενέργεια δραστηριοτήτων:
    - Σχεδιασμού και ανάπτυξης προϊόντων
    - Μάρκετινγκ
    - Χρονοπρογραμματισμού παραγωγής και διαχείρισης αποθεμάτων
    - Μη δομημένης επικοινωνίας (εικόνων και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου)



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

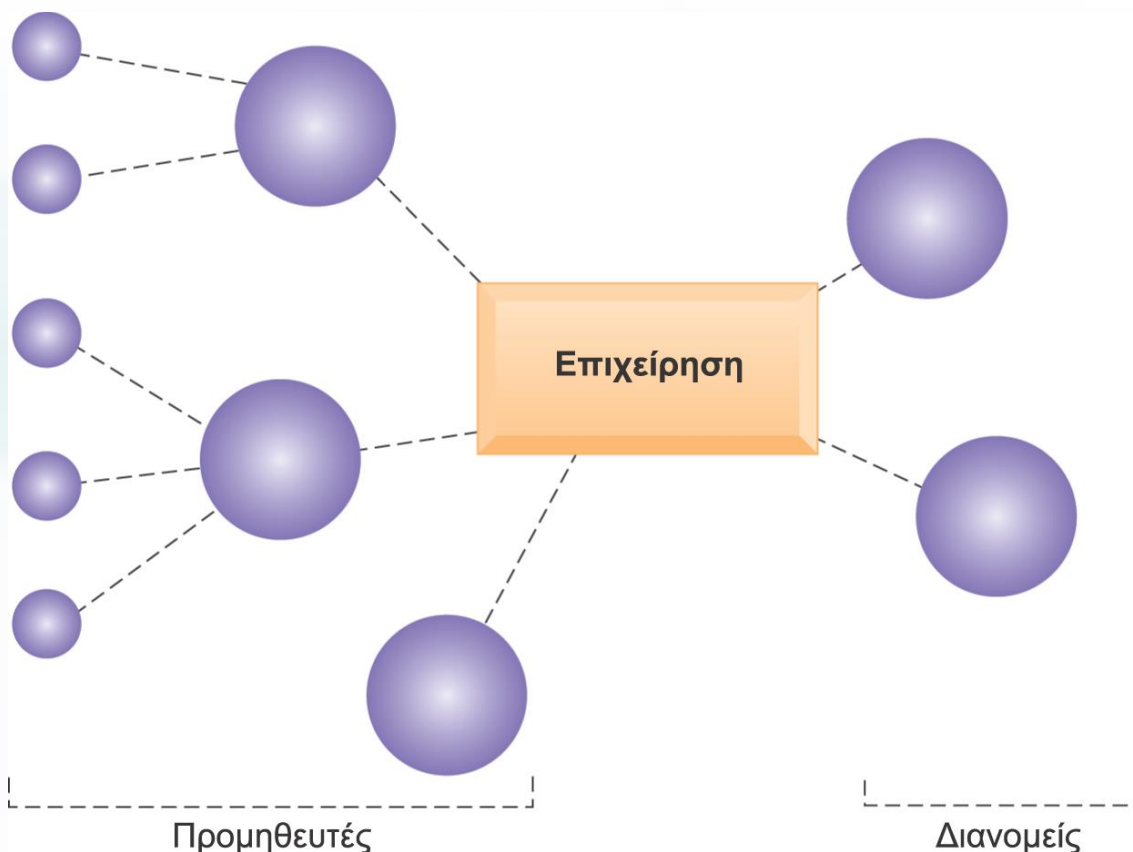
## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Η-εμπόριο: Επιχειρηματικότητα και τεχνολογία

Το ιδιωτικό κλαδικό δίκτυο, που είναι επίσης γνωστό ως ιδιωτικό ανταλλακτήριο, συνδέει την επιχείρηση με τους προμηθευτές, τους διανομείς και άλλους βασικούς επιχειρηματικούς συνεργάτες της, με σκοπό την αποτελεσματική διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας και άλλες δραστηριότητες συνεργατικού εμπορίου.

Εικόνα 10-7

### Ένα ιδιωτικό κλαδικό δίκτυο





# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Η-εμπόριο: Επιχειρηματικότητα και τεχνολογία

- **Δικτυακή αγορά (net marketplace)**

- Μία ενιαία αγορά για πολλούς αγοραστές και πωλητές.
- Ανήκουν σε έναν κλάδο ή λειτουργούν ως ανεξάρτητοι ενδιάμεσοι φορείς.
- Προσπορίζουν έσοδα από τις συναλλαγές αγοραπωλησιών και από τις άλλες υπηρεσίες που παρέχουν στους πελάτες.
- Χρησιμοποιούν τιμές που καθορίζονται μέσω ηλεκτρονικών διαπραγματεύσεων, δημοπρασιών ή αιτήσεων προσφοράς τιμής, ή μπορούν να χρησιμοποιούν και σταθερές τιμές.
- Μπορούν να επικεντρώνονται είτε σε **άμεσα** είτε σε **έμμεσα αγαθά**.
- Οριζόντιες ή καθετοποιημένες.



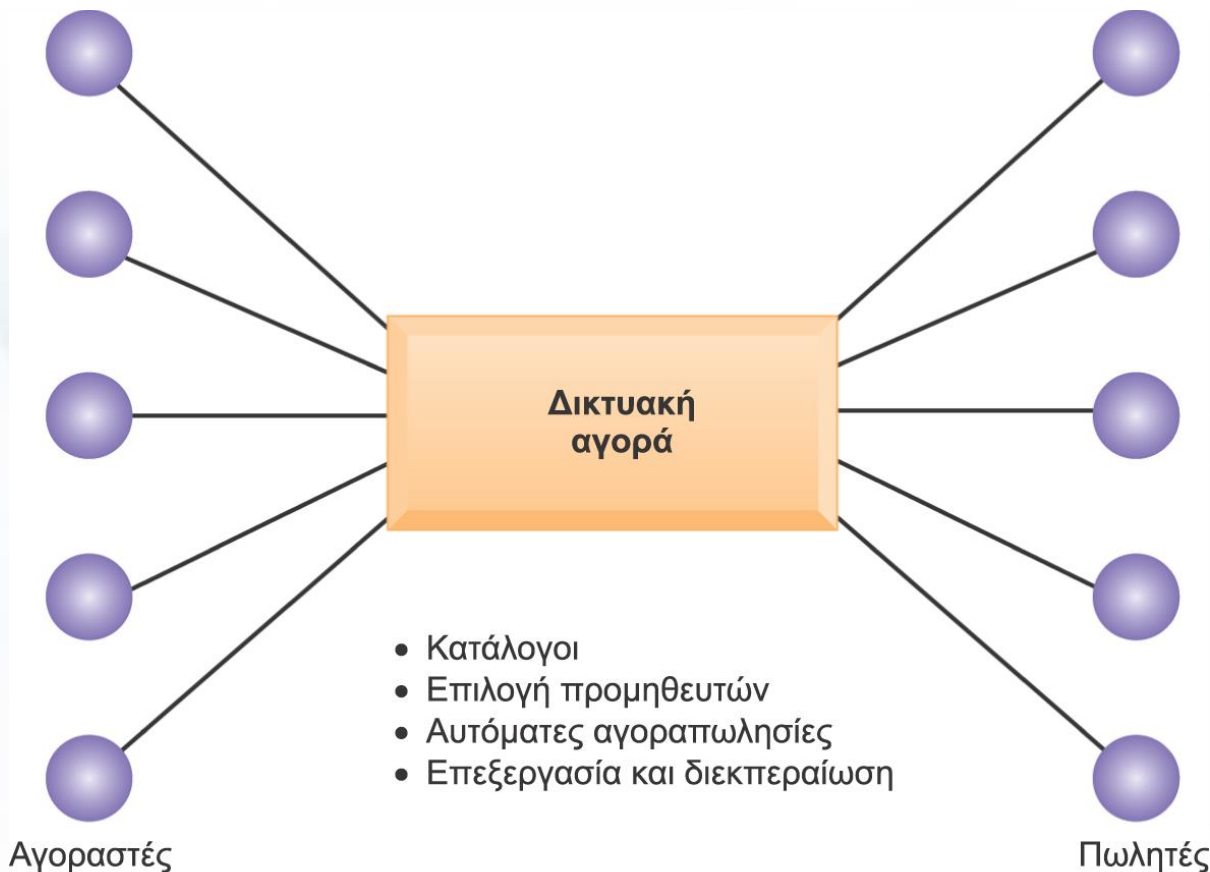
# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Η-εμπόριο: Επιχειρηματικότητα και τεχνολογία

## Μια δικτυακή αγορά

Οι δικτυακές αγορές είναι ηλεκτρονικές αγορές όπου πολλοί αγοραστές μπορούν να αγοράζουν από πολλούς πωλητές.



Εικόνα 10-8



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Η-εμπόριο: Επιχειρηματικότητα και τεχνολογία

- **Ανταλλακτήρια (exchanges)**
  - Δικτυακές αγορές που ανήκουν σε ανεξάρτητους τρίτους
  - Συνδέουν χιλιάδες προμηθευτές και αγοραστές για άμεσες αγορές τοις μετρητοίς.
  - Κατά κανόνα εξυπηρετούν καθιετοποιημένες αγορές άμεσων αγαθών για έναν μόνο κλάδο (π.χ. τρόφιμα, ηλεκτρονικά είδη).
  - Άκμασαν κατά τα πρώτα χρόνια του ηλεκτρονικού εμπορίου, αλλά πολλά από αυτά έχουν πλέον χρεοκοπήσει.
    - Ο ανταγωνισμός έριχνε τις τιμές, χωρίς να προσφέρει μακροπρόθεσμες σχέσεις με τους αγοραστές ή υπηρεσίες ώστε να αξίζει τον κόπο η μείωση των τιμών.





# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

Η-εμπόριο στις φορητές συσκευές και θεσιπαγές η-εμπόριο

### Κ-εμπόριο

- **10% του συνόλου του η-εμπορίου**
- **Μία από τις πιο γρήγορα αναπτυσσόμενες μορφές η-εμπορίου**
  - Ιδιαίτερα δημοφιλές στον κλάδο τουριστικών και ταξιδιωτικών υπηρεσιών
  - Κύριοι τομείς ανάπτυξης:
    - Πωλήσεις των κορυφαίων εταιρειών λιανικής
      - Amazon, Apple
    - Πώληση ψηφιακού περιεχομένου
      - Μουσική, τηλεοπτικά προγράμματα και ταινίες

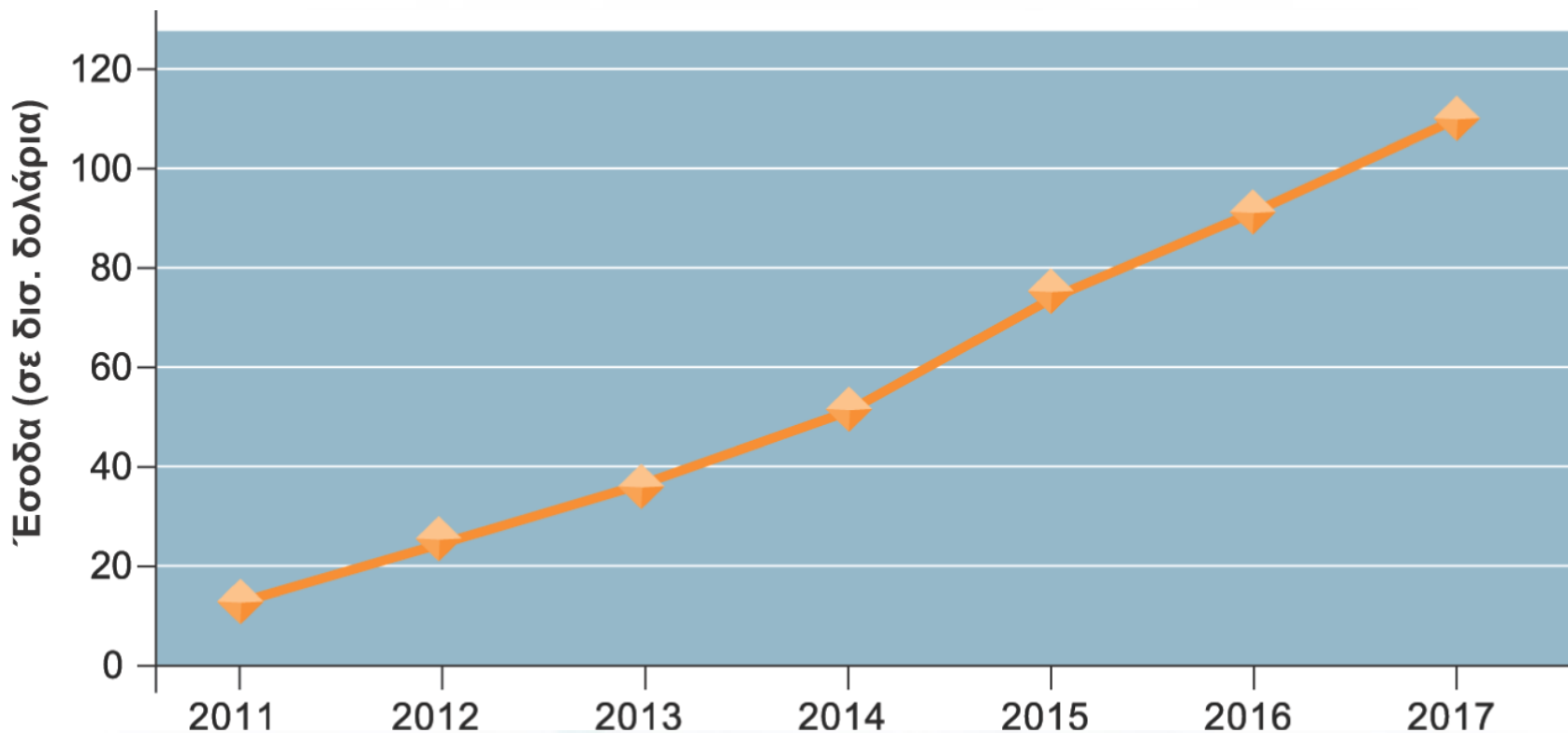


# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

Η-εμπόριο στις φορητές συσκευές και θεσιπαγές η-εμπόριο

### Συγκεντρωτικά έσοδα κ-εμπορίου



**Εικόνα 10-9** Το η-εμπόριο μέσω φορητών συσκευών και κινητών τηλεφώνων είναι η πιο γρήγορα αναπτυσσόμενη μορφή η-εμπορίου μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών (B2C), αν και είναι μόνο ένα μικρό μέρος του συνόλου του η-εμπορίου (πραγματικά στοιχεία έως το 2013).



## Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

### Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

Η-εμπόριο στις φορητές συσκευές και θεσιπαγές η-εμπόριο

## Περ. Μελέτη: Τεχνολογία Θα δώσει την πρωτοπορία στην Orbitz η τεχνολογία της κινητής;

- **Διαβάστε την περιπτωσιολογική μελέτη και μετά συζητήστε τις παρακάτω ερωτήσεις:**
  - Πόσο σημαντική θέση κατέχει η τεχνολογία της κινητής στην επιχειρηματική στρατηγική της Orbitz; Γιατί;
  - Ποιους ανθρώπινους, οργανωσιακούς και τεχνολογικούς παράγοντες έπρεπε να συνεκτιμήσει η Orbitz κατά τη χάραξη της στρατηγικής της;
  - Για ποιον λόγο είναι πολύ μεγαλύτερη η πιθανότητα οι χρήστες κινητών τηλεφώνων να πραγματοποιούν κρατήσεις δωματίων ή αεροπορικών εισιτηρίων που αφορούν την ίδια ημέρα;



## Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

### Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

Η-εμπόριο στις φορητές συσκευές και θεσιπαγές η-εμπόριο

## Περ. Μελέτη: Τεχνολογία Θα δώσει την πρωτοπορία στην Orbitz η τεχνολογία της κινητής;

- Διαβάστε την περιπτωσιολογική μελέτη και μετά συζητήστε τις παρακάτω ερωτήσεις (συνέχεια):
  - Ποιον ρόλο κατέχει η τοποθεσία Orbitz for Business στην επιχειρηματική στρατηγική της εταιρείας;
  - Πόσο επιτυχημένη είναι η στρατηγική που ακολουθεί η Orbitz στον τομέα των φορητών συσκευών και των κινητών τηλεφώνων; Να δικαιολογήσετε την απάντησή σας.



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Η-εμπόριο στις φορητές συσκευές και θεσιπαγές η-εμπόριο

- **Θεσιπαγείς υπηρεσίες και εφαρμογές**
  - Γεωκοινωνικές υπηρεσίες (geosocial services)
  - Διαφήμιση βάσει γεωγραφικής θέσης (geoadvertising)
    - Η οικονομική βάση για το κ-εμπόριο
  - Γεωπληροφόρηση (geoinformation)
- **Άλλες υπηρεσίες κ-εμπορίου**
  - Τραπεζικές συναλλαγές μέσω κινητού
  - Προβολή διαφημίσεων στο κινητό
  - Ηλεκτρονικά «κουπόνια»



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Δημιουργία παρουσίας στον χώρο του η-εμπορίου

## Δημιουργία παρουσίας στον χώρο του η-εμπορίου

- **Οι πιο σημαντικές προκλήσεις σε διοικητικό επίπεδο**
  - Η πλήρης και σαφής κατανόηση των αντικειμενικών στόχων της επιχείρησης
  - Η επιλογή των κατάλληλων τεχνολογικών μέσων για την επίτευξη αυτών των στόχων
- **Ανάπτυξη οδικού χάρτη για την παρουσία στον χώρο του η-εμπορίου**
  - **Τέσσερις τομείς:** Τοποθεσία Ιστού, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, και μέσα εκτός Διαδικτύου
- **Κατάρτιση χρονοδιαγράμματος: ορόσημα (ενδιάμεσοι στόχοι)**
  - Διακριτές φάσεις σε κάθε έργο



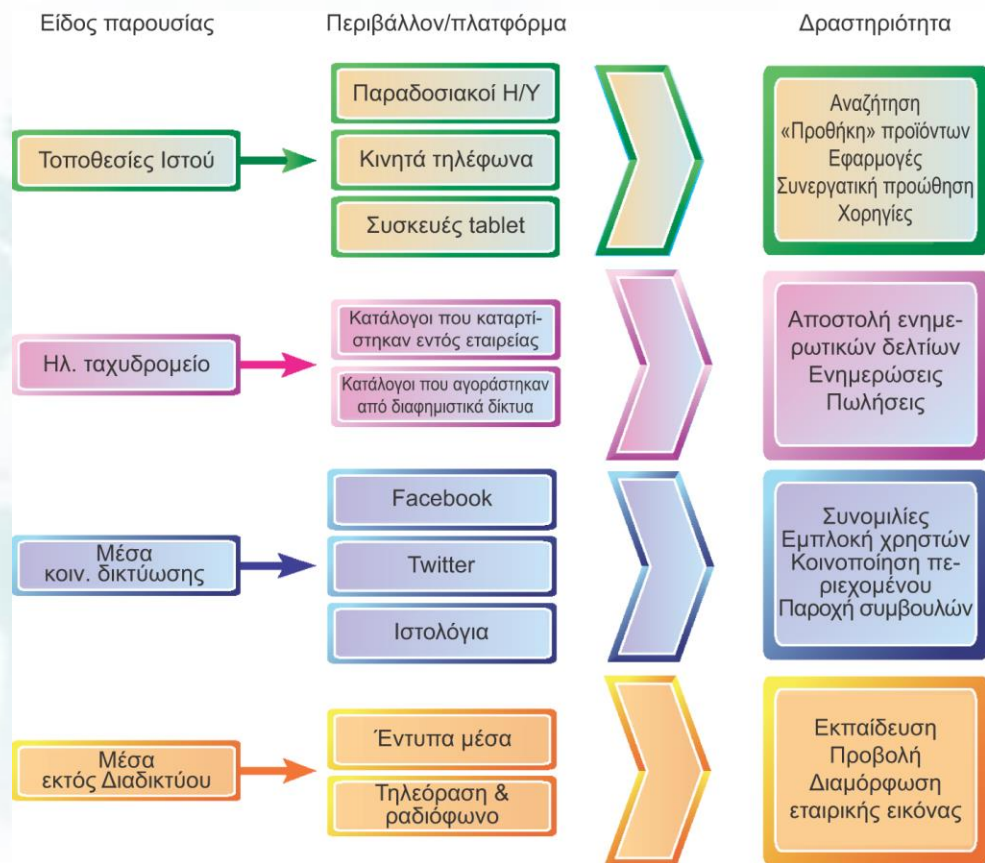
# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Δημιουργία παρουσίας στον χώρο του η-εμπορίου

## Οδικός χάρτης δημιουργίας της εταιρικής παρουσίας στον χώρο του η-εμπορίου

Για τη δημιουργία της εταιρικής παρουσίας τους στον χώρο του η-εμπορίου, οι επιχειρήσεις πρέπει να λάβουν υπόψη τέσσερα διαφορετικά είδη παρουσίας, καθένα από τα οποία περιλαμβάνει συγκεκριμένα υπολογιστικά περιβάλλοντα, πλατφόρμες και δραστηριότητες.



Εικόνα 10-10



# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

## Κεφάλαιο 10: Η-εμπόριο– Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

### Δημιουργία παρουσίας στον χώρο του η-εμπορίου

#### Χρονοδιάγραμμα δημιουργίας της εταιρικής παρουσίας στο η-εμπόριο (Πίνακας 10-8)

Φάση	Δραστηριότητα	Ορόσημο
Φάση 1: Σχεδιασμός	Καθορισμός του είδους παρουσίας στον Ιστό, επιλογή και ανάθεση σε προσωπικό	Διατύπωση του στόχου της εταιρικής δραστηριότητας στον Ιστό
Φάση 2: Ανάπτυξη τοποθεσίας Ιστού	Απόκτηση (με δημιουργία ή αγορά) περιεχομένου, ανάπτυξη της μορφής της τοποθεσίας Ιστού, φιλοξενία τοποθεσίας Ιστού από πάροχο	Προσχέδιο τοποθεσίας Ιστού
Φάση 3: Υλοποίηση της παρουσίας στον Ιστό	Ανάπτυξη λέξεων-κλειδιών και ετικετών με μεταδεδομένα, βαρύτητα στη βελτιστοποίηση για τις μηχανές αναζήτησης, προσδιορισμός υποψήφιων χορηγών	Μια τοποθεσία Ιστού με πλήρη λειτουργία
Φάση 4: Σχέδιο εκμετάλλευσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης	Προσδιορισμός των κατάλληλων κοινωνικών δικτύων και του απαραίτητου περιεχομένου που σχετίζεται με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της εταιρείας	Η κατάστρωση του σχεδίου εκμετάλλευσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης
Φάση 5: Υλοποίηση του σχεδίου εκμετάλλευσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης	Ανάπτυξη παρουσίας σε Facebook, Twitter, Pinterest και άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	Ενεργή παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
Φάση 6: Σχέδιο εκμετάλλευσης των δυνατοτήτων των φορητών συσκευών και των κινητών τηλεφώνων	Ανάπτυξη σχεδίου, εξέταση επιλογών που αφορούν τη μεταφορά της τοποθεσίας Ιστού στα έξυπνα τηλέφωνα (δημιουργίας ειδικής έκδοσής της για κινητά)	Κατάστρωση του σχεδίου εκμετάλλευσης των δυνατοτήτων των φορητών συσκευών και των κινητών τηλεφώνων





**This work is protected by United States copyright laws and is provided solely for the use of instructors in teaching their courses and assessing student learning. Dissemination or sale of any part of this work (including on the World Wide Web) will destroy the integrity of the work and is not permitted. The work and materials from it should never be made available to students except by instructors using the accompanying text in their classes. All recipients of this work are expected to abide by these restrictions and to honor the intended pedagogical purposes and the needs of other instructors who rely on these materials.**

Με την επιφύλαξη κάθε δικαιώματος. Απαγορεύεται η αναπαραγωγή ή η μετάδοση οποιουδήποτε τμήματος αυτού του βιβλίου και του συνοδευτικού υλικού, σε οποιαδήποτε μορφή ή με οποιαδήποτε μέθοδο, ηλεκτρονική ή μηχανική, συμπεριλαμβανομένης της φωτοτυπίας, της καταγραφής, ή μέσω οποιουδήποτε συστήματος συλλογής και ανάκτησης πληροφοριών, χωρίς την άδεια των Pearson Education, Inc και των Εκδόσεων Κλειδάριθμος. Εκτύπωση στις ΗΠΑ (αμερικανική έκδοση) και στην Ελλάδα (ελληνική έκδοση).

Πνευματικά δικαιώματα © 2014 Pearson Education, Inc. Για την ελληνική έκδοση: Πνευματικά δικαιώματα © 2014 Εκδόσεις Κλειδάριθμος  
Έκδοση (ΗΠΑ) υπό την επωνυμία Prentice Hall