

Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο
Σχολή Ηλεκτρολόγων Μηχανικών & Μηχανικών Υπολογιστών



Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα
Τεχνο-οικονομικά Συστήματα

ΜΑΘΗΜΑ: Ηλεκτρονικές Συναλλαγές
ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ
- B2C -

Διδάσκοντες:

Επικ. Καθηγήτης Δ. Ασκούνης, Δρ. Ι. Χαραλαμπίδης



1. INTERNET ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟ

- Επισκόπηση ηλεκτρονικού λιανεμπορίου

Ηλεκτρονικό λιανεμπόριο (Electronic retailing – e – tailing): λιανικό εμπόριο που διεξάγεται ηλεκτρονικά μέσω του διαδικτύου.

Ηλεκτρονικοί έμποροι λιανικής (e – tailers): αυτοί που διεξάγουν λιανικές πωλήσεις μέσω του διαδικτύου.



1. INTERNET ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟ

■ Μέγεθος και ανάπτυξη της αγοράς B2C

Οι αναφερόμενες ποσότητες ηλεκτρονικών πωλήσεων διαφέρουν σημαντικά, ανάλογα με τον τρόπο άντλησης των στοιχείων.

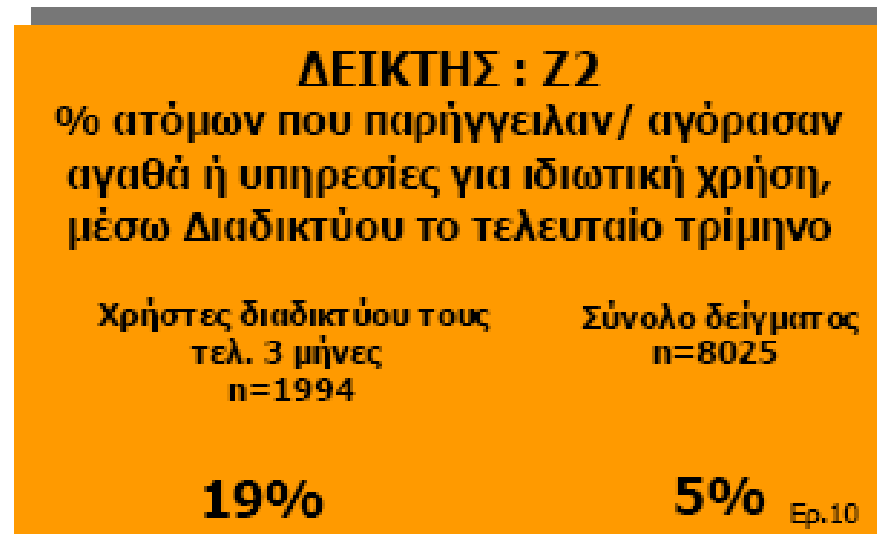
- Οι ετήσιες ηλεκτρονικές αγορές στις ΗΠΑ το 2004 εκτιμώνται ότι είναι περίπου \$70 δις. στις ΗΠΑ.
- Ο μέσος ηλεκτρονικός αγοραστής ξοδεύει περίπου \$350 ανά τετράμηνο.
- Η Forrester Research Institute εκτιμά ότι το ηλεκτρονικό λιανεμπόριο θα φτάσει τα \$500 δις. το 2010.



Top 10 forecasts for 2007, US

- Online Ad Spending Will Hit **\$20 Billion**
- Some Money and Lots of Hype for Online Video Advertising
- Social Networks Are Set for a \$1 Billion Windfall
- Downloadable Games Will Get Hotter
- **Thirty-Seven Million Strong:** A 'Minority' Bigger than Canada
- Mobile TV Arrives
- **US B2C E-Commerce Will Cruise Past \$200 Billion**
- The Retail Power of Word-of-Mouth
- Broadband Services Will Matter as Much as Speed
- DVRs Pump Up TV Viewing

Ελλάδα: 5% χρησιμοποιούν το Internet για αγορές (B2C)



Σφάλμα εκτίμησης ποσοστού: $\pm 1,72$ Σφάλμα εκτίμησης ποσοστού:

EU25	18%
EU15	21%
Μέγιστη τιμή: Σουηδία	36%
Ηνωμένο Βασίλειο:	36%

Πηγή: Eurostat 2005

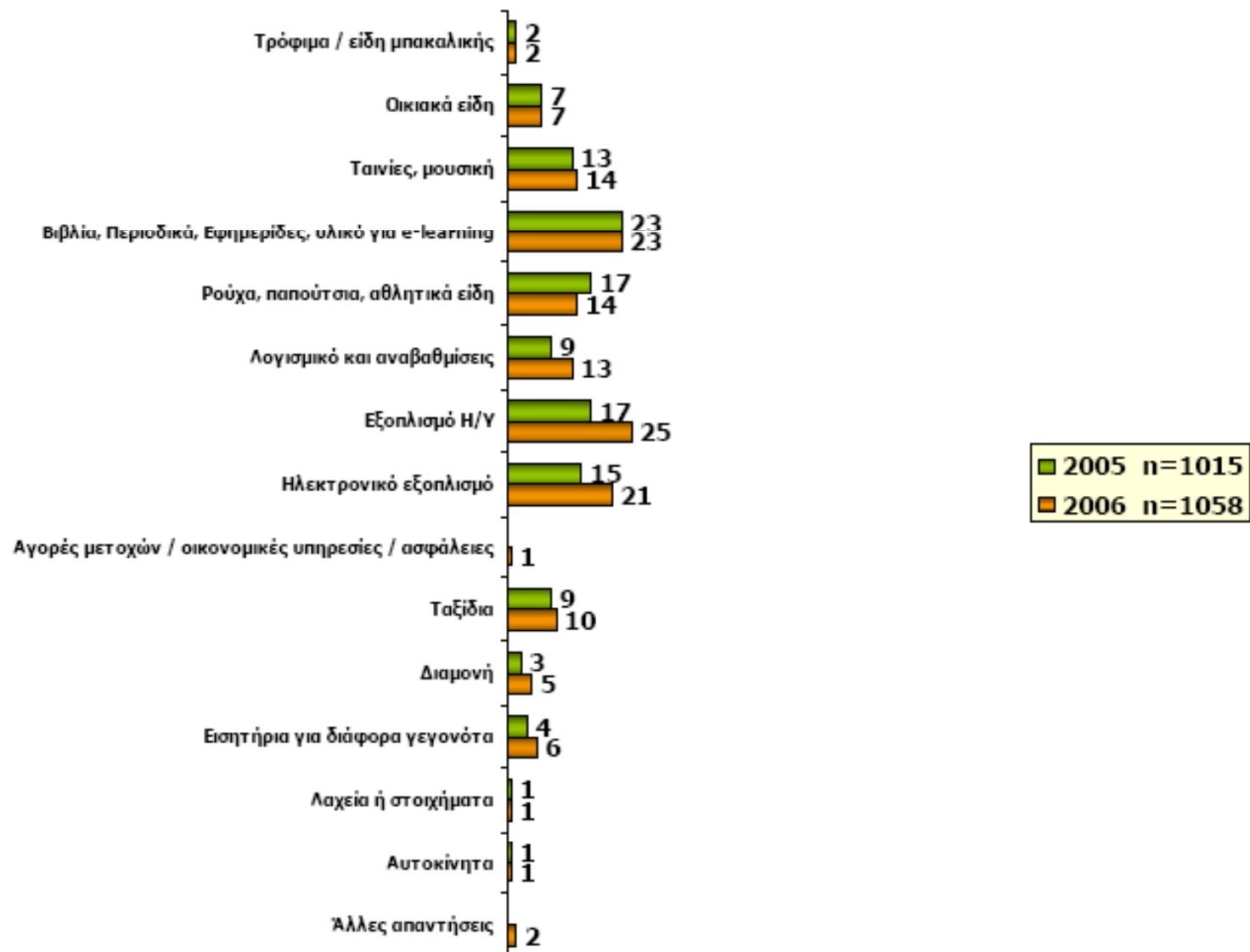


1. INTERNET ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟ

Τι πωλείται καλά στο διαδίκτυο;

- Υλικό και λογισμικό υπολογιστών
- Ηλεκτρονικά καταναλωτικά είδη
- Είδη γραφείου
- Είδη άθλησης
- Βιβλία και μουσική
- Παιχνίδια
- Προϊόντα υγείας και ομορφιάς
- Είδη ένδυσης και διασκέδασης
- Κοσμήματα
- Αυτοκίνητα
- Υπηρεσίες
- Άλλα.

ΕΛΛΑΔΑ: ΤΙ ΠΩΛΕΙΤΑΙ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ





1. INTERNET ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟ

Χαρακτηριστικά επιτυχημένου ηλεκτρονικού λιανικού εμπορίου

- ☑ Ευρεία αναγνώριση επωνυμίας (π.χ. Land's End, Dell, Sony),
- ☑ Εγγύηση που να παρέχεται από ένα πολύ αξιόπιστο ή γνωστό προμηθευτή (π.χ. Dell, L.L. Bean),
- ☑ Ψηφιακή μορφή (π.χ. λογισμικό, μουσική ή βίντεο)
- ☑ Σχετικά φθηνά είδη (π.χ. είδη γραφείου)
- ☑ Είδη που αγοράζονται συχνά (π.χ. είδη παντοπωλείου, φάρμακα)
- ☑ Εμπορεύματα με σταθερές προδιαγραφές (π.χ. βιβλία, CD, αεροπορικά εισιτήρια), που δεν καθιστούν αναγκαία τη φυσική παρουσία,
- ☑ Γνωστά συσκευασμένα είδη, που δεν μπορούν να ανοιχτούν ακόμη και σε ένα παραδοσιακό κατάστημα (π.χ. τρόφιμα)



2. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Κατάταξη με βάση το κανάλι διανομής

- i. Έμποροι λιανικής με ταχυδρομικές παραγγελίες, οι οποίοι μετατρέπονται σε ηλεκτρονικούς,
- ii. Απευθείας μάρκετινγκ από κατασκευαστές,
- iii. Αμιγώς ηλεκτρονικοί έμποροι λιανικής,
- iv. Έμποροι λιανικής μερικού Η,
- v. Ηλεκτρονικά εμπορικά κέντρα.



2. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Απευθείας μάρκετινγκ (direct marketing)

Με την ευρεία έννοια, ορίζεται η προώθηση πωλήσεων που γίνεται χωρίς διαμεσολαβητές ανάμεσα στους κατασκευαστές και τους αγοραστές. Στις διαφάνειες αυτές, θεωρείται η πώληση που γίνεται ηλεκτρονικά ανάμεσα σε έναν αγοραστή και έναν πωλητή.



2. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

➤ Απευθείας πωλήσεις από κατασκευαστές

Οι πωλητές κατανοούν καλύτερα τις αγορές τους, λόγω της απ' ευθείας σύνδεσης με τους καταναλωτές.

Οι καταναλωτές μαθαίνουν περισσότερες πληροφορίες για τα προϊόντα μέσω της απευθείας σύνδεσης τους με τους κατασκευαστές.



2. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Εικονικοί ηλεκτρονικοί έμποροι λιανικής (virtual [pure – play] e – tailers): εταιρείες που πωλούν απευθείας σε καταναλωτές μέσω του Internet, χωρίς να διατηρούν ένα κανάλι φυσικών πωλήσεων.

Έμποροι λιανικής μερικού ΗΕ (click – and – mortal retailers): παραδοσιακοί έμποροι λιανικής, με ιστοθέση για συναλλαγές, από την οποία διεξάγουν εμπορικές συναλλαγές.



2. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Παραδοσιακοί έμποροι λιανικής (brick – and – mortal retailers): έμποροι λιανικής οι οποίοι διεξάγουν εμπορικές συναλλαγές στον εκτός Internet φυσικό κόσμο, σε παραδοσιακά, φυσικά καταστήματα.

Πολυκαναλικό επιχειρηματικό μοντέλο (multichannel business model): περιγράφει μία εταιρεία που πωλεί ταυτόχρονα σε πολλά κανάλια πωλήσεων (φυσικά και ηλεκτρονικά καταστήματα)



2. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

➤ Λιανικό εμπόριο σε ηλεκτρονικά εμπορικά κέντρα

Κατάλογοι αναφοράς, αυτό ο τύπο εμπορικού κέντρου είναι βασικά ένας κατάλογος οργανωμένος κατά τύπο προϊόντος.

Εμπορικά κέντρα με υπηρεσίες κοινής χρήσης: το εμπορικό κέντρο παρέχει τη δυνατότητα στον καταναλωτή να βρει το προϊόν που θέλει, να το παραγγείλει, να το πληρώσει και να διακανονίσει την αποστολή του, αλλά οι υπηρεσίες αυτές εκτελούνται από κάθε κατάστημα ανεξάρτητα.



3. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΑΞΙΔΙΩΝ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

⇒ Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες ταξιδιών είναι πιθανόν η πιο σημαντική εφαρμογή του ηλεκτρονικού εμπορίου.

⇒ Οι παρεχόμενες υπηρεσίες περιλαμβάνουν:

Γενικές πληροφορίες

Κράτηση και αγορά εισιτηρίων, διαμονής και διασκέδαση.

Ηλεκτρονικά περιοδικά ταξιδιών

Συγκρίσεις



3. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΑΞΙΔΙΩΝ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

⇒ Οφέλη ηλεκτρονικών υπηρεσιών ταξιδιών

Οφέλη προς τους καταναλωτές

- Οι δωρεάν παρεχόμενες πληροφορίες είναι πάρα πολλές και προσπελάσιμες ανά πάσα στιγμή, από οποιαδήποτε τοποθεσία.
- Μπορούν να βρεθούν σημαντικές εκπτώσεις.

Οφέλη προ τους παρόχους υπηρεσιών

- Αεροπορικές εταιρείες, ξενοδοχεία και ακτοπλοϊκές εταιρείες πωλούν χώρο, που σε άλλη περίπτωση θα έμενε κενός
- Οι απευθείας πωλήσεις εξοικονομούν στον πάροχο προμήθειες και επεξεργασία τους.



3. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΑΞΙΔΙΩΝ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

⇒ Επιπτώσεις ΗΕ στον κλάδο των ταξιδιών

- Πολλοί δεν χρησιμοποιούν το Internet.
- Ο χρόνος και η δυσκολία χρήσης των εικονικών ταξιδιωτικών πρακτορείων μπορεί να είναι σημαντικός.
- Τα σύνθετα ταξίδια ή εκείνοι που απαιτούν ενδιάμεσες στάσεις μπορεί να μην είναι απευθείας προσβάσιμα επειδή απαιτούν εξειδικευμένη γνώση και ρυθμίσεις.



3. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΑΞΙΔΙΩΝ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

⇒ Εταιρικά ταξίδια

- Για να μειωθεί το κόστος των εταιρικών ταξιδιών, οι εταιρείες μπορούν να κάνουν διακανονισμούς, οι οποίοι επιτρέπουν στους υπαλλήλους να προγραμματίζουν και να κάνουν κρατήσεις για τα δικά τους ταξίδια, χρησιμοποιώντας ηλεκτρονικά εργαλεία βελτιστοποίησης, που παρέχονται από εταιρείες ταξιδιών, όπως από την Rosenbluth International.
- Λογισμικό πιστοποίησης ταξιδιών, που ελέγχει τη διαθεσιμότητα πόρων και τη συμμόρφωση με εταιρικές οδηγίες παρέχεται συνήθως από ταξιδιωτικές εταιρείες.



3. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΑΞΙΔΙΩΝ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

⇒ Ευφυείς πράκτορες στις υπηρεσίες ταξιδιών

- Οι πράκτορες προσομοιώνουν την εργασία και τη συμπεριφορά ανθρώπινων πρακτόρων κατά την εκτέλεση επιχειρηματικών διεργασιών, όπως είναι οι εξουσιοδοτήσεις ή ο προγραμματισμός ταξιδιών.
- Κάθε πράκτορας είναι σε θέση να λειτουργεί αυτόνομα, συνεργατικά και συλλογικά για να επιτυγχάνει το στόχο που του έχει τεθεί.



ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΓΙΑ ΥΠΟΨΗΦΙΟΥΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΥΣ ΚΑΙ ΕΡΓΟΔΟΤΕΣ

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΥΠΟΨΗΦΙΟΥΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΥΣ

- Μπορούν να βρουν πληροφορίες για μεγάλο αριθμό θέσεων εργασίας σε όλο τον κόσμο.
- Μπορούν να επικοινωνούν γρήγορα με πιθανούς εργοδότες.
- Μπορούν να προωθούν απευθείας τους εαυτούς τους σε πιθανούς εργοδότες.
- Μπορούν να γράφουν και να δημοσιεύουν βιογραφικά σημειώματα για μεγάλη διανομή.
- Μπορούν να λαμβάνουν αρκετές υπηρεσίες υποστήριξης χωρίς κόστος.
- Μπορούν να αξιολογήσουν την αξία τους στην αγορά.
- Μπορούν να μάθουν πώς να χρησιμοποιούν τη φωνή τους αποτελεσματικά σε μία συνέντευξη.
- Μπορούν να προσπελάσουν ομάδες ειδήσεων, που συζητούν το θέμα την εύρεσης εργασίας.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΕΡΓΟΔΟΤΕΣ

- Μπορούν να διαφημιστούν σε ένα μεγάλο αριθμό υποψήφιων υπαλλήλων.
- Μπορούν να εξοικονομήσουν από το κόστος δημοσίευσης μικρών αγγελιών.
- Μπορούν να μειώσουν το κόστος επεξεργασίας αιτήσεων, χρησιμοποιώντας ηλεκτρονικά έντυπα αιτήσεων.
- Μπορούν να παρέχουν ίσες ευκαιρίες σε υποψήφιους υπαλλήλους.
- Υπάρχει αυξημένη πιθανότητα εύρεσης υπαλλήλων με τα κατάλληλα προσόντα.

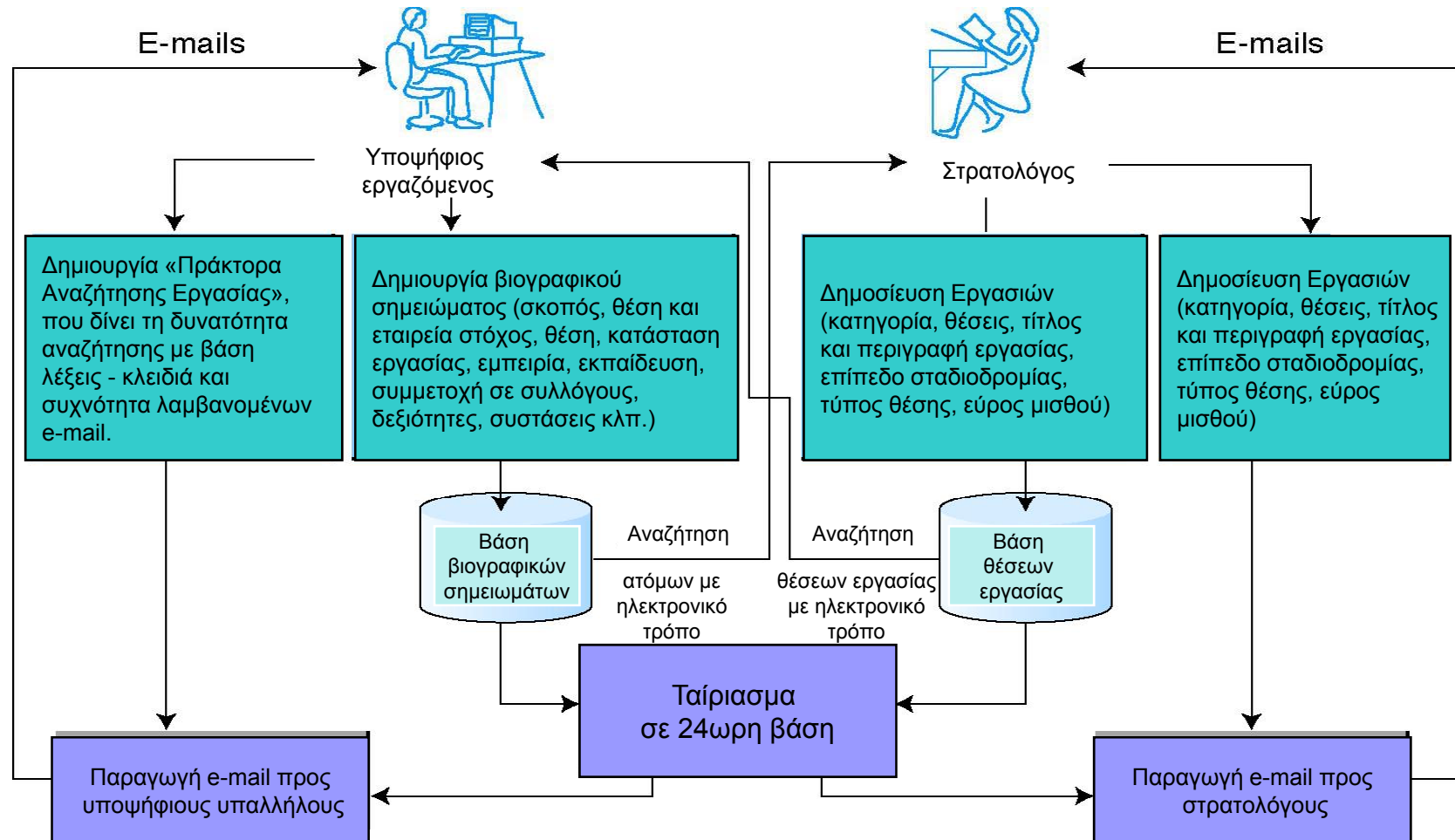


4. ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ & Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

☑ Περιορισμοί ηλεκτρονικής αγοράς εργασίας

- Πολλοί άνθρωποι δεν χρησιμοποιούν το Internet. Αυτός ο περιορισμός είναι ακόμη εντονότερος όταν αναφερόμαστε σε μη τεχνολογικές εργασίες.
- Ασφάλεια και διασφάλιση απορρήτου: τα βιογραφικά σημειώματα και άλλες ηλεκτρονικές επικοινωνίες συνήθως δεν είναι κρυπτογραφημένες, οπότε οι δραστηριότητες ενός ατόμου που ψάχνει για δουλειά μπορεί να μην είναι ασφαλείς.

ΕΞΥΠΝΟΙ ΠΡΑΚΤΟΡΕΣ ΤΑΙΡΙΑΖΟΥΝ ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ ΜΕ ΔΙΑΘΕΣΙΜΕΣ ΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ





5. ΚΤΗΜΑΤΟΜΕΣΙΤΙΚΕΣ, ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ & ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ ΜΕΤΟΧΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ

↪ Κτηματομεσιτικές εφαρμογές (1/2)

- Συμβουλές προς καταναλωτές για αγορά ή πώληση ενός σπιτιού
- Λίστες ακινήτων για επιχειρηματική χρήση
- Λίστες ακινήτων για οικιστική χρήση σε πολλαπλές βάσεις δεδομένων
- Το επιμελητήριο κτηματομεσιτών National Association of Realtors (realtor.com) έχει δεσμούς προς λίστες σπιτιών σε όλες τις μεγάλες πόλεις των ΗΠΑ.
- Χάρτες είναι διαθέσιμοι
- Διατίθενται πληροφορίες για επιτόκια δανείων



5. ΚΤΗΜΑΤΟΜΕΣΙΤΙΚΕΣ, ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ & ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ ΜΕΤΟΧΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ

↳ Κτηματομεσιτικές εφαρμογές (2/2)

- Μεσίτες δανείων μπορούν να προωθήσουν αιτήσεις δανείων μέσω του διαδικτύου και να δεχθούν προσφορές από εταιρείες παροχής δανείων.
- Ηλεκτρονικές εταιρείες παροχής δανείων, που μπορούν να εγκρίνουν δάνεια ηλεκτρονικά.
- Αυτοματοποιημένο κλείσιμο συμφωνιών κτηματομεσιτικών συναλλαγών.
- Εταιρείες διαχείρισης ακινήτων (οικιστικών, επιχειρηματικών και βιομηχανικών) χρησιμοποιούν το Internet για πολλές εφαρμογές, από εφαρμογές ασφάλειας μέχρι εφαρμογές επικοινωνίας με ενοίκους.
- Ιστοθέσεις για πωλητές σπιτιών, που παρέχουν έναν χώρο που μπορούν οι άνθρωποι να πωλούν τα σπίτια τους ιδιωτικά, χωρίς να χρησιμοποιούν κτηματομεσίτες.

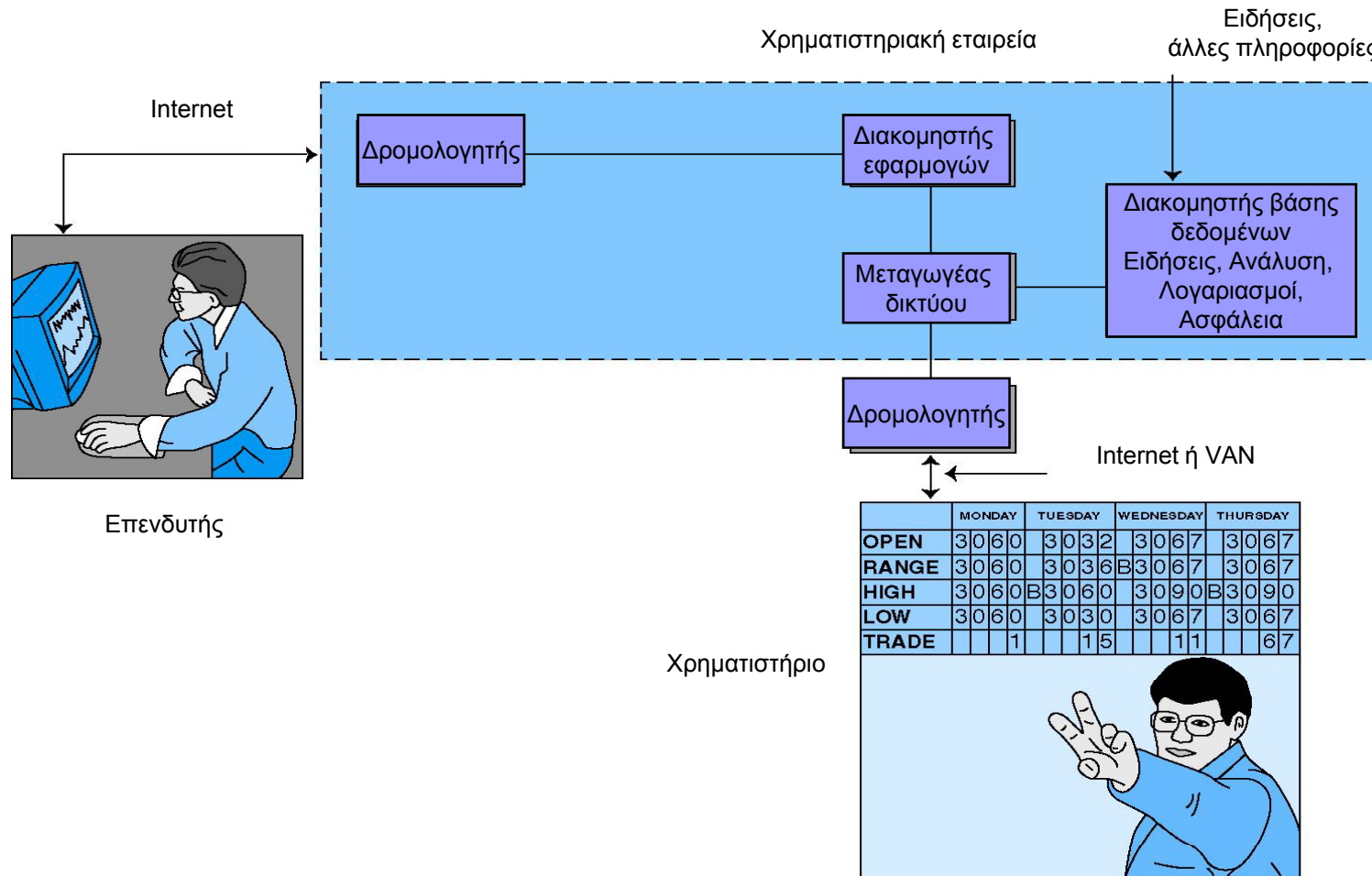


5. ΚΤΗΜΑΤΟΜΕΣΙΤΙΚΕΣ, ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ & ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ ΜΕΤΟΧΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ

↳ Ηλεκτρονική ασφάλιση

- Όλο και περισσότερες εταιρείες χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για να προσφέρουν βασικές πολιτικές ασφάλειας (για αυτοκίνητα, σπίτια, ζωή και υγεία) σε σημαντικές εκπτώσεις.
- Τρίτοι συναθροιστές προσφέρουν δωρεάν συγκρίσεις διαθέσιμων πολιτικών.
- Αρκετές μεγάλες ασφαλιστικές εταιρείες και εταιρείες διαχείρισης κινδύνου προσφέρουν πλήρη ασφαλιστικά συμβόλαια ηλεκτρονικά.

Ηλεκτρονική διαπραγμάτευση μετοχών





5. ΚΤΗΜΑΤΟΜΕΣΙΤΙΚΕΣ, ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ & ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ ΜΕΤΟΧΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ

↪ Ηλεκτρονικές πληροφορίες επενδύσεων

- Πρόσφατες οικονομικές ειδήσεις
- Τιμές δημοτικών ομολόγων
- Πολλά εργαλεία διατίθενται για να βοηθούν τους επενδυτές στην αγορά ομολόγων.
- Δωρεάν πληροφορίες από «γκουρού» της αγοράς
- Εργαλεία παρακολούθησης και αποτίμησης μετοχών
- Άρθρα από το Journal of the American Association of Individual Investors
- Αποτιμήσεις κερδών



6. ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΣΥΝΝΑΛΑΓΕΣ & ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ

Ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές

(e – banking): διάφορες τραπεζικές δραστηριότητες που διεξάγονται από το σπίτι ή από το δρόμο χρησιμοποιώντας μια σύνδεση Internet. Είναι επίσης γνωστές ως κυβερνοτραπεζικές συναλλαγές, εικονικές τραπεζικές συναλλαγές και τραπεζικές συναλλαγές από το σπίτι.



ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ

Informational	General bank information and history Financial education information Employment information Interest rate quotes Financial calculators Current bank and local news
Administrative	Account information access Applications for services Personal finance software applications
Transactional	Account transfer capabilities Bill-pay services Corporate services (e.g., cash management, treasury) Online insurance services Online brokerage services Online trust services
Portal	Links to financial information Links to community information Links to local business Links to nonlocal businesses (and/or advertisers)
Others	Wireless capabilities Search function



6. ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΣΥΝΝΑΛΑΓΕΣ & ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ

☒ Εικονικές τράπεζες

Οι εικονικές τράπεζες δεν έχουν φυσική υπόσταση, αλλά κάνουν μόνο ηλεκτρονικές συναλλαγές.

☒ Διεθνείς τραπεζικές εργασίες και τραπεζικές εργασίες σε πολλαπλά νομίσματα

- Hong Kong και Shanghai Banking Corporation (*hsbc.com.hk*)
- Tradecard και MasterCard για παγκόσμιες συναλλαγές (*tradecard.com*)
- Bank of America και οι περισσότερες άλλες μεγάλες τράπεζες
- *Fxall.com* είναι μία υπηρεσία διαπραγμάτευσης συναλλάγματος, που επιτρέπει ταχύτερες και φθηνότερες συναλλαγές σε συνάλλαγμα.



6. ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΣΥΝΝΑΛΑΓΕΣ & ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ

- ☒ Θέματα υλοποίησης στις ηλεκτρονικές οικονομικές συναλλαγές
 - Διασφάλιση χρηματοοικονομικών συναλλαγών
 - Προσπέλαση του ενδοδικτύου τραπεζών από έξω
 - Χρήση συστημάτων εικονοποίησης
 - Κοστολόγηση ηλεκτρονικών και παραδοσιακών υπηρεσιών
 - Κίνδυνοι



6. ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΣΥΝΝΑΛΑΓΕΣ & ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ

- ☒ Ηλεκτρονική χρέωση και πληρωμή λογαριασμών
 - Αυτόματη μεταφορά πληρωμών δόσεων δανείων
 - Αυτόματη μεταφορά κεφαλαίων για πληρωμή μηνιαίων λογαριασμών
 - Πληρωμή λογαριασμών από ηλεκτρονικούς τραπεζικούς λογαριασμούς
 - Απευθείας χρέωση εμπόρων προς πελάτες
 - Χρήση διαμεσολαβητή για συνένωση λογαριασμών
 - Άτομο προς άτομο απευθείας πληρωμή
 - Φόροι



7. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ ΚΑΤ' ΑΠΑΙΤΗΣΗ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΙ ΠΑΝΤΟΠΩΛΗΤΕΣ

Υπηρεσία παράδοσης κατ' απαίτηση (on demand delivery service): ταχεία παράδοση μετά τη λήψη μιας παραγγελίας

Ηλεκτρονικός παντοπωλητής (e – grocer): ένας παντοπωλητής που δέχεται παραγγελίες ηλεκτρονικά και κάνει παραδόσεις σε ημερήσια βάση ή σε τακτά χρονικά διαστήματα, είτε σε μικρότερα χρονικά διαστήματα.



8. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΠΑΡΑΔΟΣΗ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ, ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗΣ ΚΑΙ ΜΕΣΩΝ

- ⇒ Ορισμένα αγαθά (λογισμικό, μουσική ή ειδήσεις) μπορούν να διανέμονται σε μία φυσική μορφή ή μπορούν να ψηφιοποιούνται και να παραδίδονται μέσω του Internet.
- ⇒ Για τους πωλητές το κόστος που σχετίζεται με την κατασκευή, αποθήκευση και διανομή φυσικών προϊόντων μπορεί να είναι τεράστιο.
- ⇒ Η διαχείριση αποθεμάτων μπορεί επίσης να αποτελέσει κρίσιμο παράγοντα κόστους, όπως και η παράδοση και η διανομή.



8. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΠΑΡΑΔΟΣΗ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ, ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗΣ ΚΑΙ ΜΕΣΩΝ

∞ Διασκέδαση ηλεκτρονικά

- Περιήγηση στο web
- Παιχνίδια στο διαδίκτυο
- Παιχνίδια ενός και πολλών παικτών
- Διασκέδαση ενηλίκων
- Ιστοθέσεις συμμετοχής
- Διάβασμα

∞ Μη διαδραστική διασκέδαση

- Εισιτήρια για εκδηλώσεις
- Εστιατόρια
- Ανάκτηση πληροφοριών
- Ανάκτηση ηχητικής και οπτικής διασκέδασης



9. ΒΟΗΘΗΜΑΤΑ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΓΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Ηλεκτρονικές πύλες αγορών (shopping portals): πύλες προς καταστήματα και εμπορικά κέντρα, μπορούν να είναι γενικής χρήσης ή για ειδικές αγορές.

Πράκτορες αγορών, ρομπότ αγορών (shopping robots, shopping agents, shopbots): εργαλεία που ψάχνουν στο web για λογαριασμό καταναλωτών, οι οποίοι καθορίζουν κριτήρια αναζήτησης.

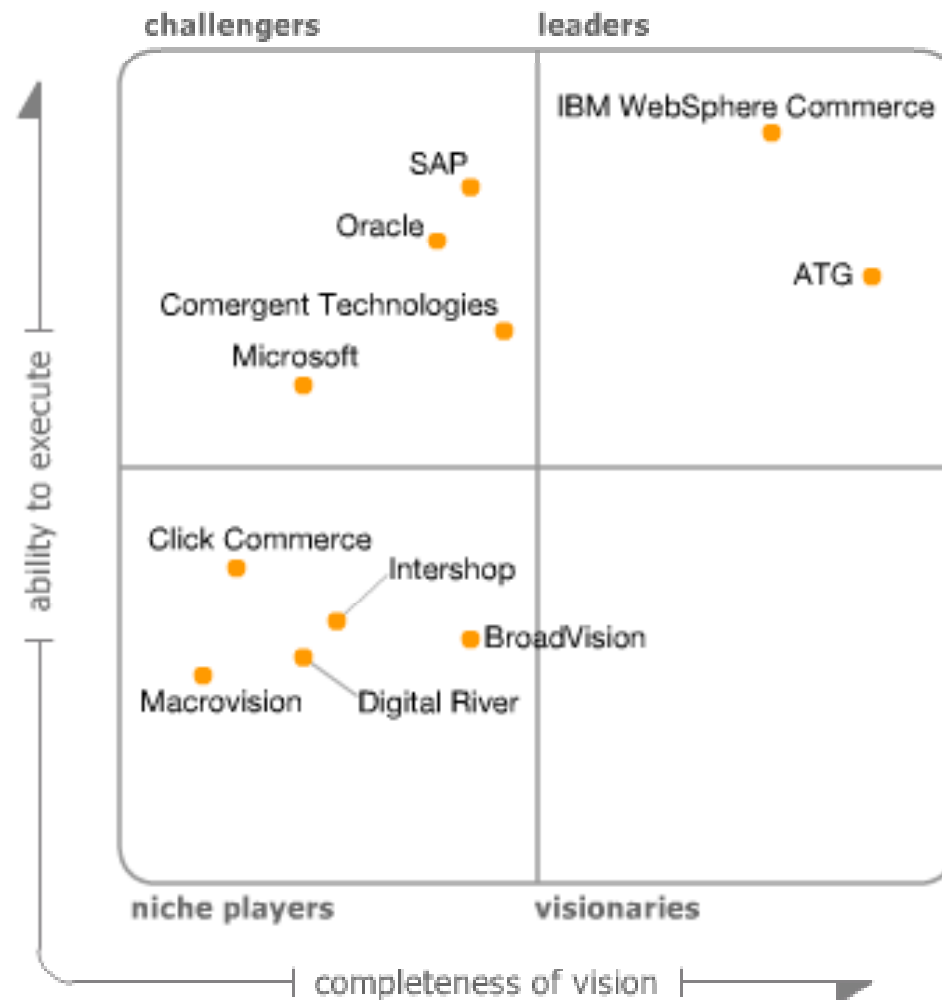
- Συγκρίσεις αγορών με ασύρματα μέσα – επιτρέπει σε αγοραστές να συγκρίνουν τιμές ανά πάσα στιγμή, από οπουδήποτε, περιλαμβανομένων και των φυσικών καταστημάτων.



9. ΒΟΗΘΗΜΑΤΑ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΓΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

- Ιστοθέσεις αξιολόγησης επενδύσεων
- Ιστοθέσεις επιβεβαίωσης αξιοπιστίας
- Άλλα εργαλεία για αγοραστής
 - Εταιρείες τριτεγγύησης
 - Κοινότητες καταναλωτών που προσφέρουν συμβουλές και γνώμες για προϊόντα και για ηλεκτρονικούς εμπόρους λιανικής
 - Ηλεκτρονικό πορτοφόλι (e – purse)

B2C Tools: Gartner MQ



As of January 2007



10. ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΜΕΡΙΚΟΥ – ΗΕ

■ Ένα παραδοσιακό κατάστημα με μία ώριμη ιστοθέση χρησιμοποιεί μία στρατηγική μερικού ΗΕ για :

- Μια φωνή, μία εταιρεία μπορεί να συνδέει όλα τα νωτιαία συστήματά της για να δημιουργήσει μία ολοκληρωμένη διασύνδεση προς το χρήστη.
- Ενδυνάμωση του πελάτη ,ο πωλητής πρέπει να δημιουργήσει ένα δυνατό κανάλι 24/7 για παροχή υπηρεσιών και πληροφοριών.
- Εκμετάλλευση πολλαπλών καναλιών, ο έμπορος λιανικής με νεωτερίστικες ιδέες θα παρέχει τα οφέλη κάθε καναλιού προώθησης πωλήσεων στους πελάτες του, μέσω όλων των καναλιών.



11. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΔΙΔΑΓΜΑΤΑ

- ▶ Μην αγνοείτε την κερδοφορία
- ▶ Διαχείριση της έκθεσης σε νέους κινδύνους
- ▶ Προσέξτε το κόστος της επωνυμίας
- ▶ Μην αρχίζετε με ανεπαρκή κεφάλαια
- ▶ Η ιστοθέση πρέπει να είναι αποδοτική
- ▶ Η ιστοθέση πρέπει να είναι ενδιαφέρουσα



12. ΘΕΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Εξάλειψη διαμεσολάβησης (disintermediation): η αφαίρεση των επιπέδων εταιρικών ή επιχειρησιακών διεργασιών, που είναι υπεύθυνες για ορισμένα ενδιάμεσα βήματα μέσα σε μια δεδομένη αλυσίδα προμηθειών.

Εισαγωγή διαμεσολάβησης (reintermediation): η διαδικασία με βάση την οποία οι διαμεσολαβητές (είτε νέοι, είτε αυτοί που είχαν εξαλειφθεί) παίρνουν νέους ρόλους διαμεσολάβησης.

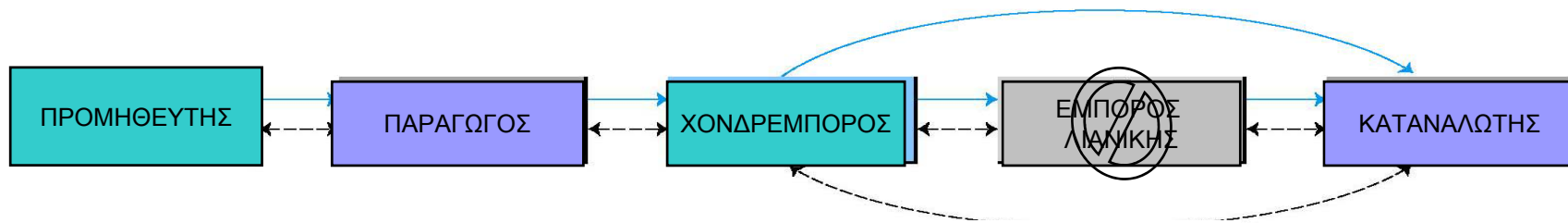
ΕΞΑΛΕΙΨΗ ΚΑΙ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΔΙΑΜΕΣΟΛΑΒΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΛΥΣΙΔΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ B2C



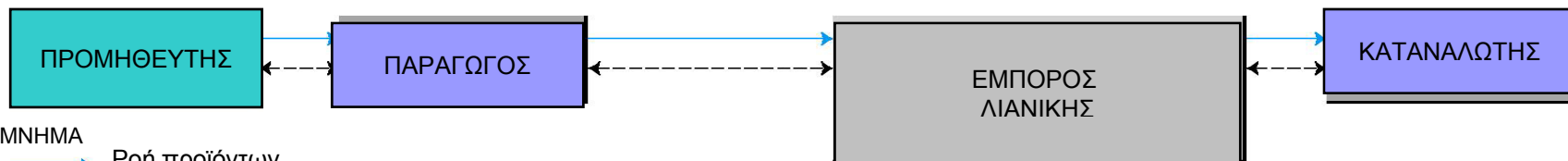
(Α) ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ



(Β) ΕΞΑΛΕΙΨΗ ΔΙΑΜΕΣΟΛΑΒΗΣΗΣ ΣΤΟ ΑΠΕΥΘΕΙΑΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (εξάλειψη όλων των διαμεσολαβητών)



(Γ) ΕΞΑΛΕΙΨΗ ΤΗΣ ΔΙΑΜΕΣΟΛΑΒΗΣΗΣ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΟΥ ΛΙΑΝΙΚΗΣ



(Δ) ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΔΙΑΜΕΣΟΛΑΒΗΣΗΣ

ΥΠΟΜΝΗΜΑ

→ Ροή προϊόντων

← Ροή πληροφοριών



Λειτουργία εξάλειψης διαμεσολάβησης



12. ΘΕΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Ηλεκτρονική διαμεσολάβηση, κυβερνοδιαμεσολάβηση (cybermediation, electronic intermediation): η χρήση ευφυών πρακτόρων λογισμικού για διευκόλυνση της διαμεσολάβησης.

Υπερδιαμεσολάβηση (hypermediation): εκτεταμένη χρήση ανθρώπινης και ηλεκτρονικής διαμεσολάβησης, για παροχή βοήθειας σε όλες τις φάσεις ενός εγχειρήματος ηλεκτρονικού εμπορίου.



12. ΘΕΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Σύγκρουση καναλιών (channel conflict): κατάσταση κατά την οποία ένα ηλεκτρονικό κανάλι πωλήσεων δημιουργεί προβλήματα στα παραδοσιακά κανάλια, λόγω της πραγματικής ή αντιληπτής ζημιάς που προέρχεται από τον ανταγωνισμό.

- Καθορισμός σωστής τιμής

- Εξατομίκευση

- Παράνομες δραστηριότητες

- Πως να ικανοποιείς τους πελάτες



ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

- i. Ποια πρέπει να είναι η στρατηγική μας θέση;
- ii. Είμαστε οικονομικά βιώσιμοι;
- iii. Πρέπει να ψάξουμε να προσλάβουμε κόσμο από άλλες πόλεις;
- iv. Υπάρχουν διεθνείς νομικές επιπλοκές σε ό,τι αφορά στην ηλεκτρονική πρόσληψη;
- v. Υπάρχουν κατευθυντήριες οδηγίες κώδικα ηθικής και απορρήτου;
- vi. Πώς δρουν οι διαμεσολαβητές στον κυβερνοχώρο;
- vii. Πρέπει να διαμορφώνουμε συμμαχίες;