

**ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

**ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ : ΑΝΑΛΥΣΗ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΠΡΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ (B2C)**

1

**Παρουσίαση πτυχιακής εργασίας από την Τζέκου
Σταυρούλα υπό την επίβλεψη του καθηγητή
κ. Γιαννακόπουλου**

Αντικείμενο εργασίας

Μελέτη και επέκταση στο ηλεκτρονικό εμπόριο, στα ηλεκτρονικά καταστήματα και στις ηλεκτρονικές αγορές οι οποίες έχουν δημιουργήσει ένα νέο πλαίσιο στις συναλλαγές, ανοίγοντας νέους ορίζοντες και δημιουργώντας ευκαιρίες τόσο στις επιχειρήσεις όσο και στους καταναλωτές.

Στόχος εργασίας

Παρουσίαση του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν το οποίο δημιούργησε νέες προοπτικές στις επιχειρήσεις, οι οποίες επεκτείνονται πέρα από τις υπάρχουσες συμβατικές μορφές εμπορίου, υιοθετώντας νέες μορφές τεχνολογίας.



Ορισμός Ηλεκτρονικού Εμπορίου

«Ηλεκτρονικό Εμπόριο» εννοούμε κάθε εμπορική συναλλαγή, η οποία εκτελείται αποκλειστικά σε ηλεκτρονικό επίπεδο.

Διακρίσεις Ηλεκτρονικού Εμπορίου

- Έμμεσο Ηλεκτρονικό Εμπόριο
- Άμεσο Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Πλεονεκτήματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Πλεονεκτήματα ως προς τον Καταναλωτή

- Αγορές 24 ώρες το 24ωρο
- Χαμηλό κόστος
- Εύρεση εκπτώσεων και αγοραστικών ευκαιριών
- Παγκόσμια Αγορά
- Συναλλαγή γρήγορη και άμεση



Πλεονεκτήματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Πλεονεκτήματα ως προς την Εταιρεία

- Αύξηση της ανταγωνιστικότητας
- Καλύτερη Πολιτική
- Ελάττωση της αλυσίδας προμηθειών

Μειονεκτήματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου

- Θύματα Διαδικτύου
- Ανασφάλεια σε κωδικούς (passwords)
- Επιβάρυνση στα έξοδα αποστολής
- Αμεσότητα με το αντικείμενο



Κύκλος Ηλεκτρονικού Εμπορίου



Τύποι Προϊόντων Ηλεκτρονικού Εμπορίου

- Αγαθά (φυσικά αντικείμενα)
- Εργασίες (εργασίες ανάπτυξης και κατασκευής αγαθών)
- Υπηρεσίες (διάθεση και πώληση υπηρεσιών)
- Άυλα Αγαθά (αξία προϊόντων δεν συνδέεται με κόστος παραγωγής)

Κύριοι Τομείς Διεξαγωγής Η.Ε. στις Επιχειρήσεις

- Άμεσο μάρκετινγκ, πώληση και υπηρεσίες
- Ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές και λογαριασμοί
- Ασφαλή διακίνηση πληροφοριών
- Αλυσίδα αξίας (value-chain) στις συναλλαγές και την εταιρική αγορά



Κατηγορίες Ηλεκτρονικού Εμπορίου

- Επιχείρηση προς Επιχείρηση (Business-to-Business ή B2B)
- Επιχείρηση προς Κυβέρνηση (Business-to-Government ή B2G)
- Καταναλωτή προς Κυβέρνηση (Customer-to-Government ή C2G)
- Κυβέρνηση προς Κυβέρνηση (Customer-to-Government ή G2G)
- Επιχείρηση προς Καταναλωτή (Business-to-Customer ή B2C)
- Καταναλωτή με Καταναλωτή (Customer-to-Customer ή C2C)
- Εσωτερικό ή Ενδοεπιχειρησιακό Ηλεκτρονικό Εμπόριο
- Κινητό εμπόριο (mobile commerce - m-commerce)



Ερευνά από Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου(ELETRUN)

- **Ημερομηνία** : Σεπτέμβριος & Οκτώβριος 2010
- **Καθηγητής –Επιμελητής**: Δουκίδης
- **Συμμετέχοντες**: **1106** online Έλληνες Καταναλωτές.
- **Αποτελέσματα**: **37%** των Ελλήνων online καταναλωτών χρησιμοποιεί το διαδίκτυο πάνω από **30** ώρες της εβδομάδα

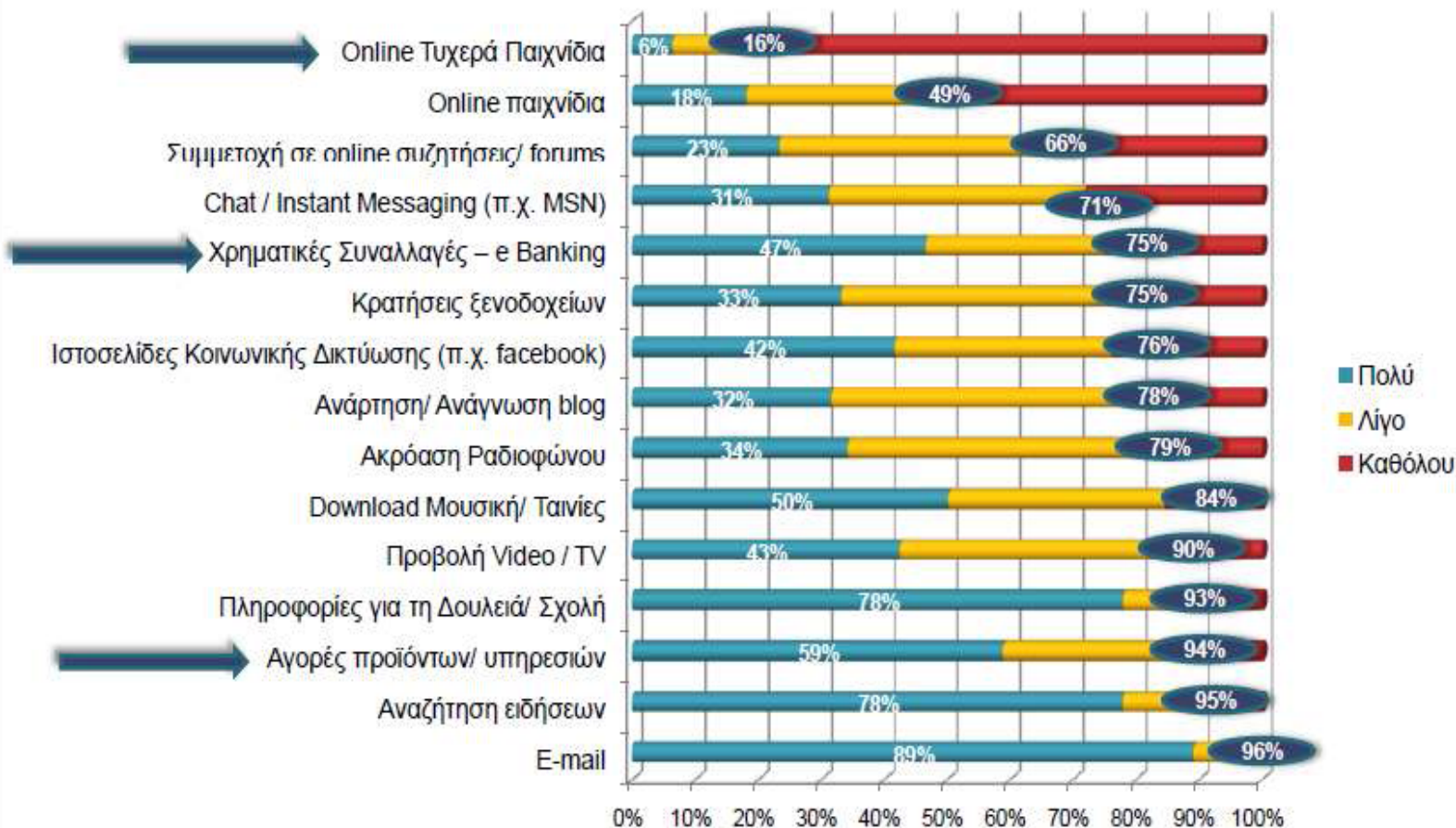




ELTRON

THE e-Business Center

Λόγοι χρήσης Internet των online καταναλωτών

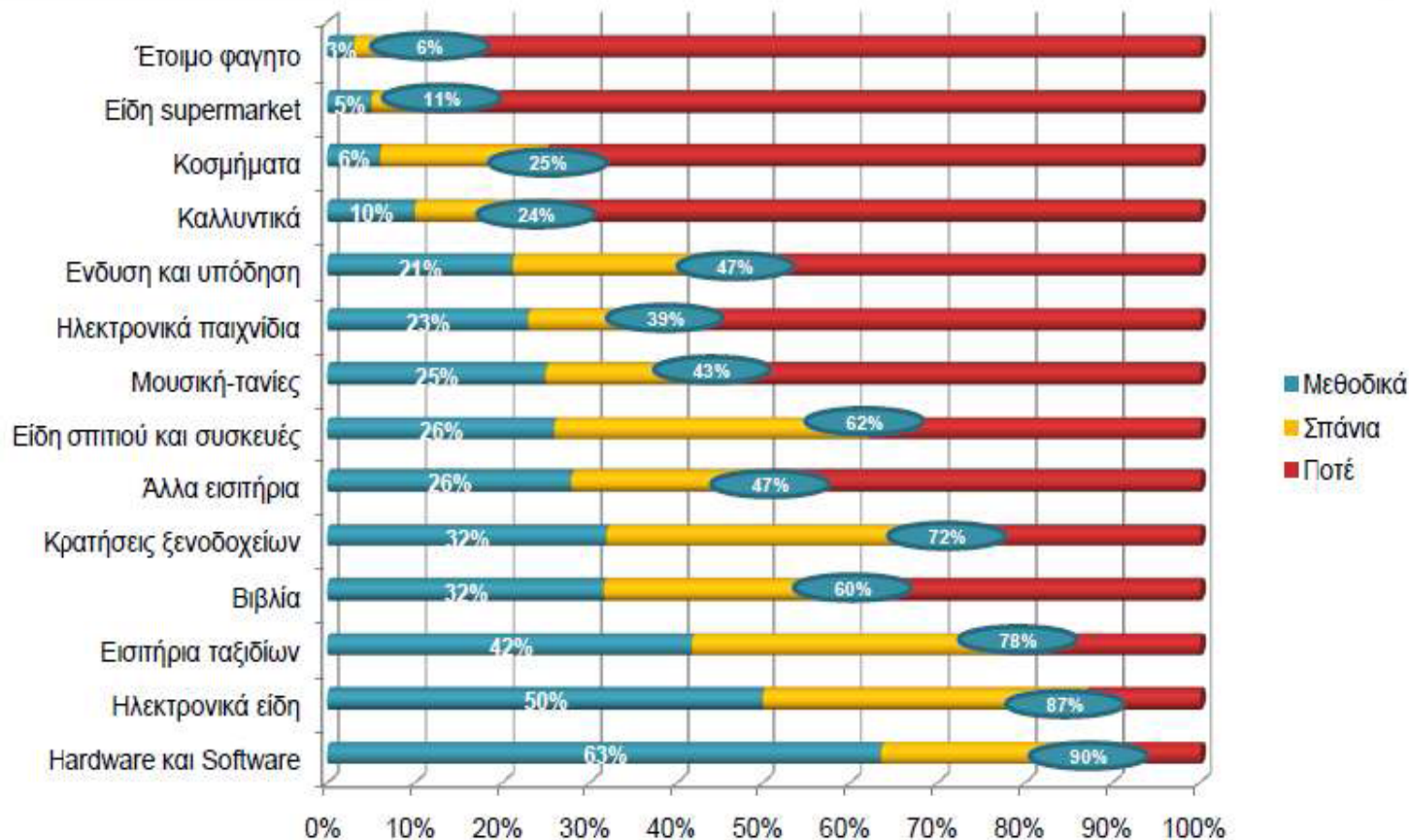




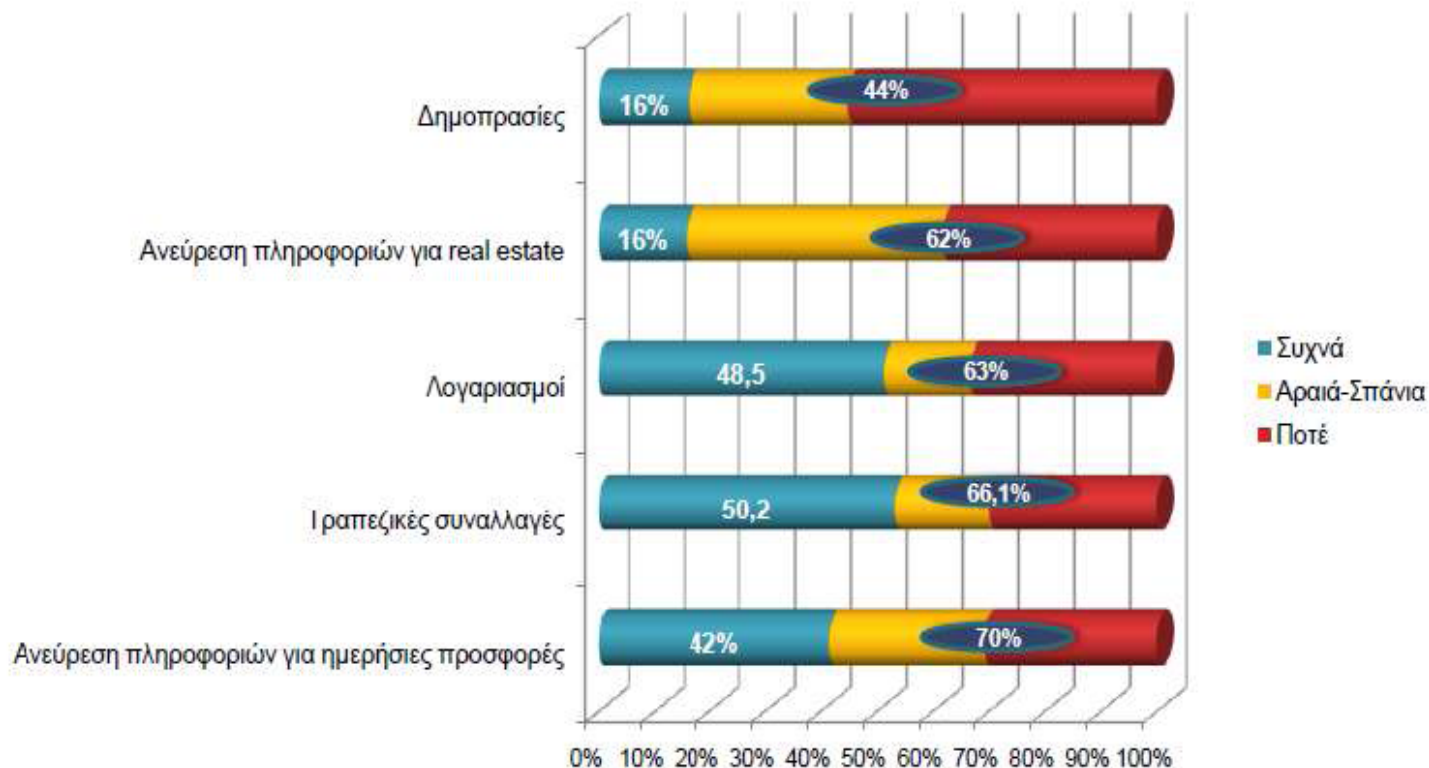
ELTRON

THE e-Business Center

On-line αγορές



On-line συναλλαγές

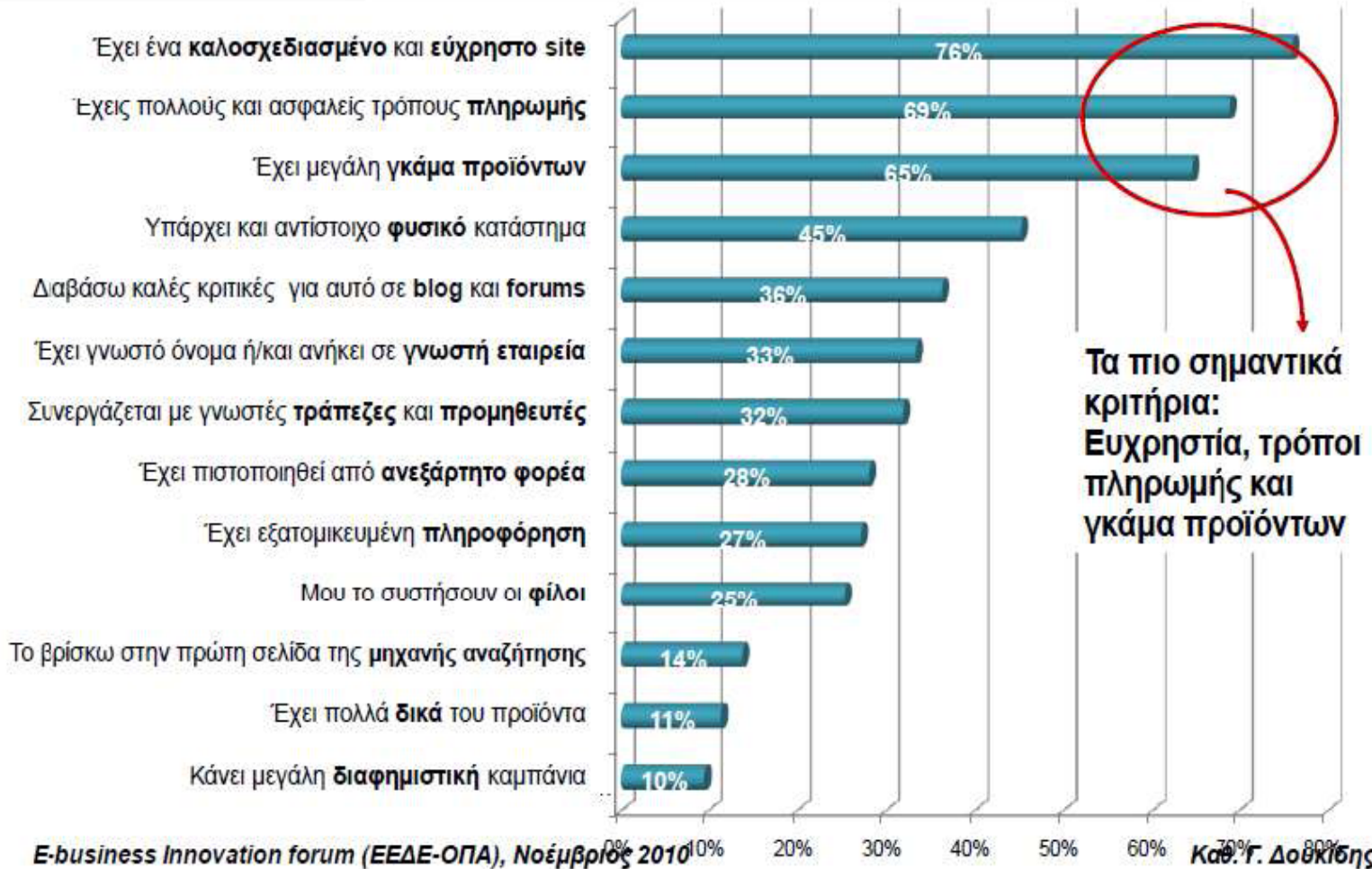




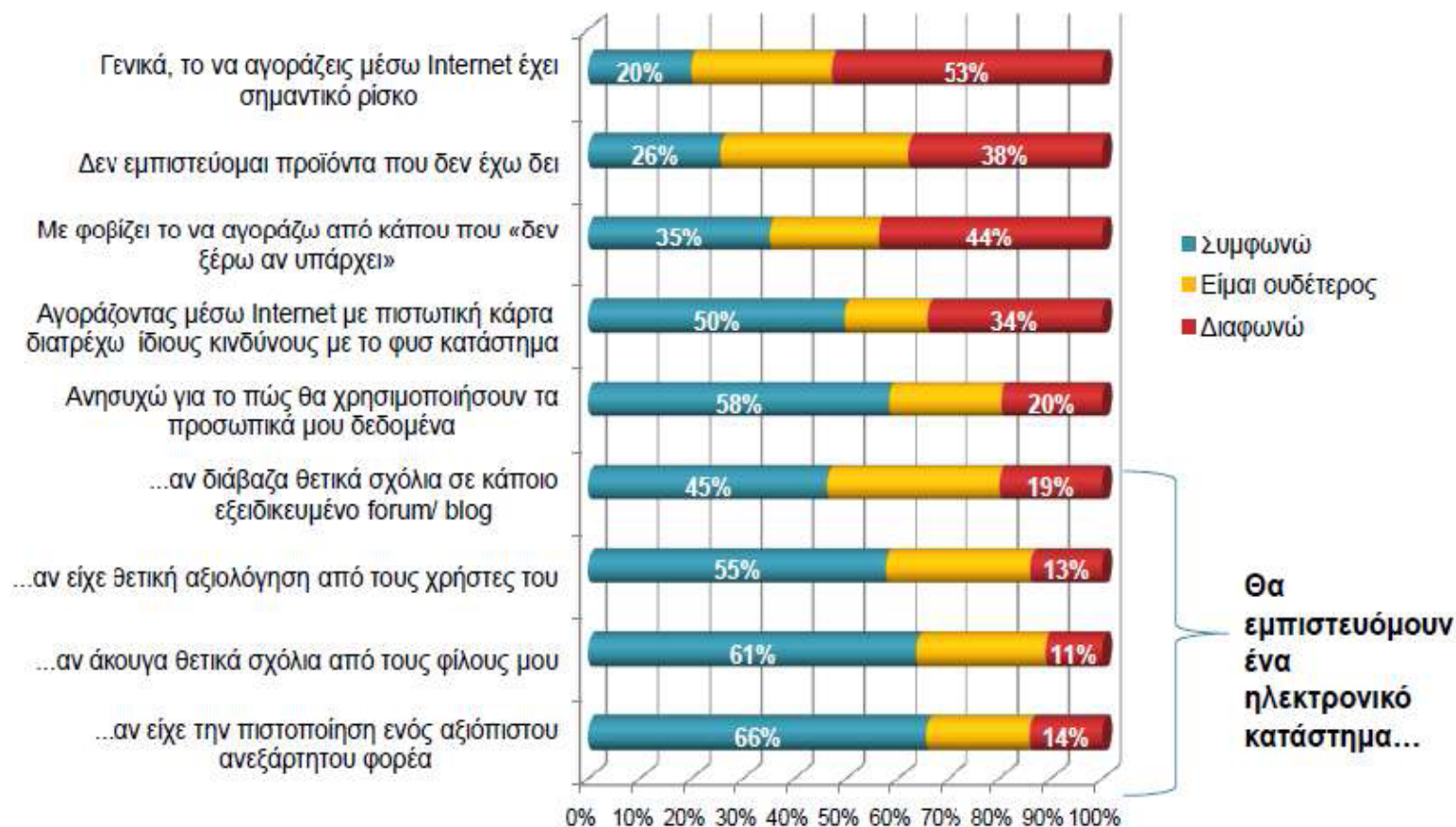
ELTRUN

THE e-Business Center

Αγοράζω από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα αν:



Εμπιστοσύνη για το διαδίκτυο και τα ηλεκτρ. καταστήματα

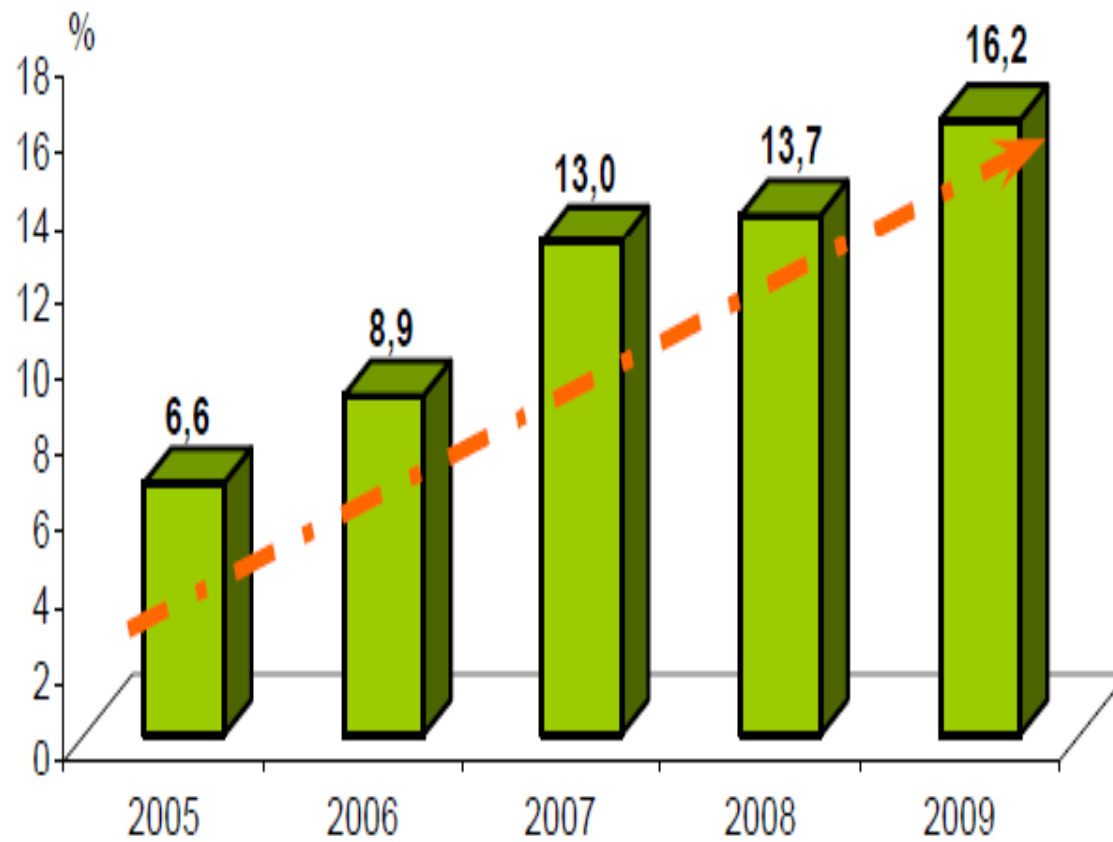


Έρευνα Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος

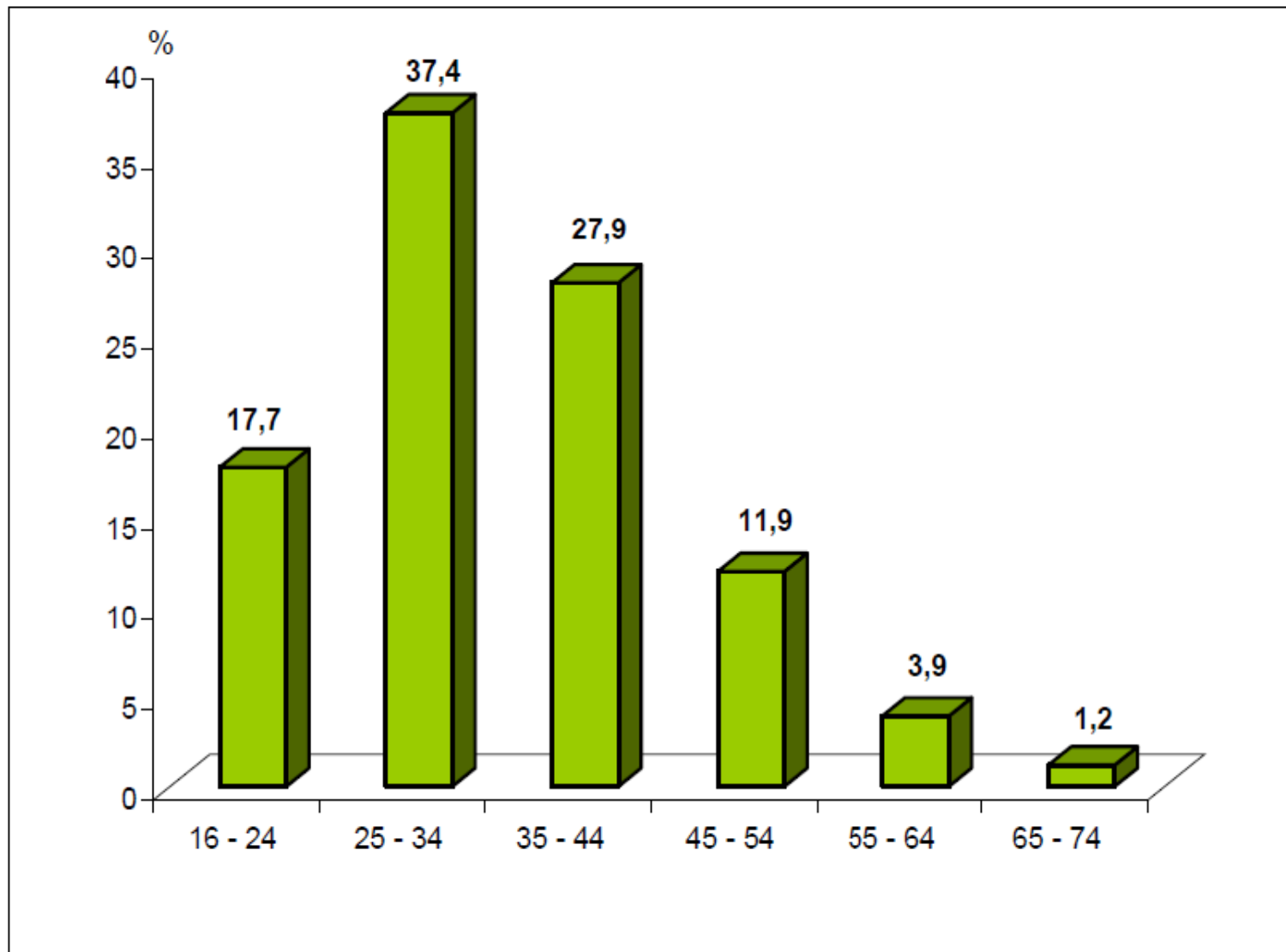
- **Ημερομηνία :** 2009
- **Ερευνητές :** Γενική Γραμματεία Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας
- **Έρευνα:** Ηλεκτρονικό Εμπόριο στην Ελλάδα το Έτος 2009

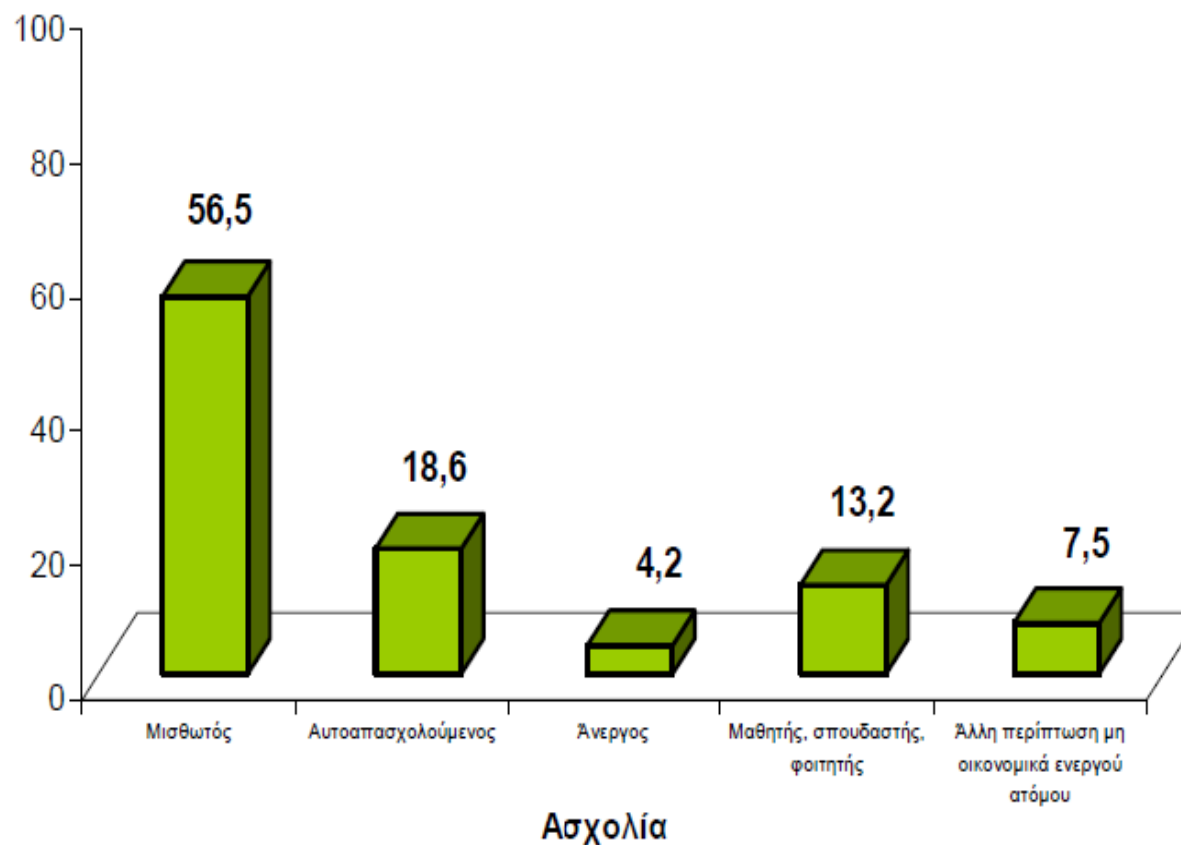


Ηλεκτρονικό εμπόριο: Α' τρίμηνο 2005 – 2009



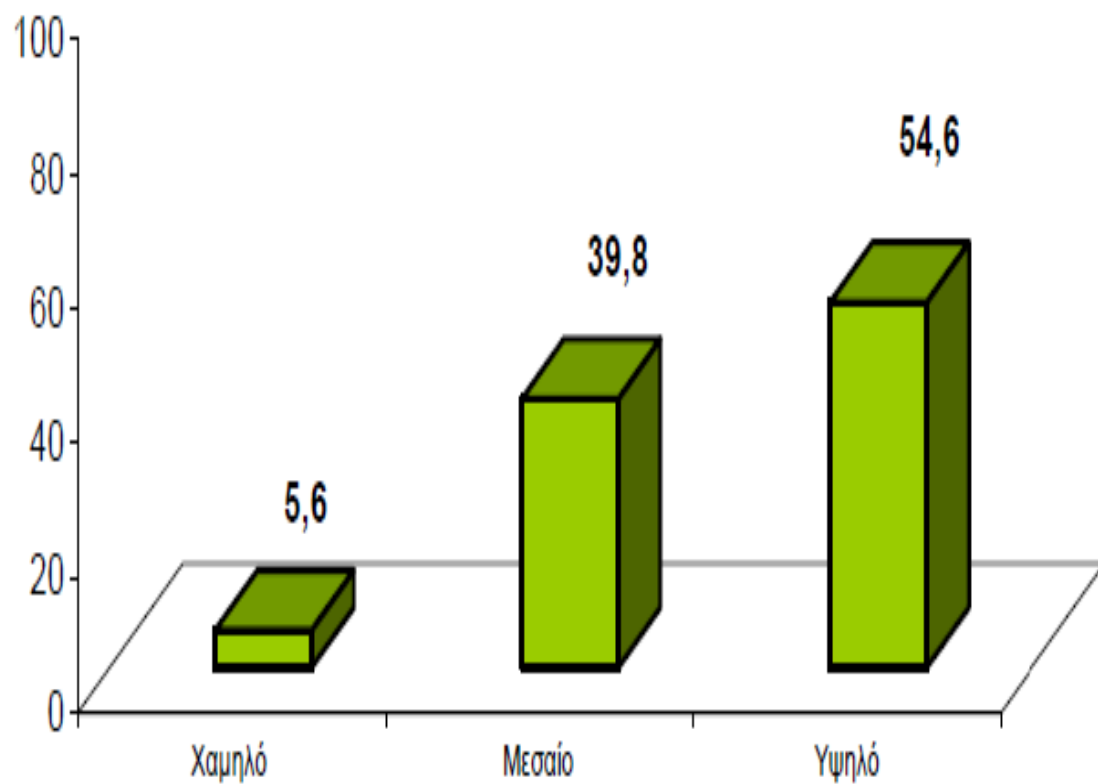
Γράφημα 1. Ηλεκτρονικό εμπόριο, κατά ηλικιακή ομάδα χρήστη: Α' Τρίμηνο 2009





Γράφημα 3. Ηλεκτρονικό εμπόριο, κατά επίπεδο εκπαίδευσης χρήστη: Α' Τρίμηνο 2009





Επίπεδο εκπαίδευσης



Έρευνα Δικτύου Ευρωπαϊκών Κέντρων Καταναλωτή

- **Ημερομηνία :** 2006-2008
- **Ερευνητές :** Ευρωπαϊκά Κέντρα Καταναλωτή Ελλάδας, Ιρλανδίας και Ολλανδίας
- **Έρευνα:** Ηλεκτρονικό Εμπόριο εντός των κρατών μελών της ευρωπαϊκής ένωσης



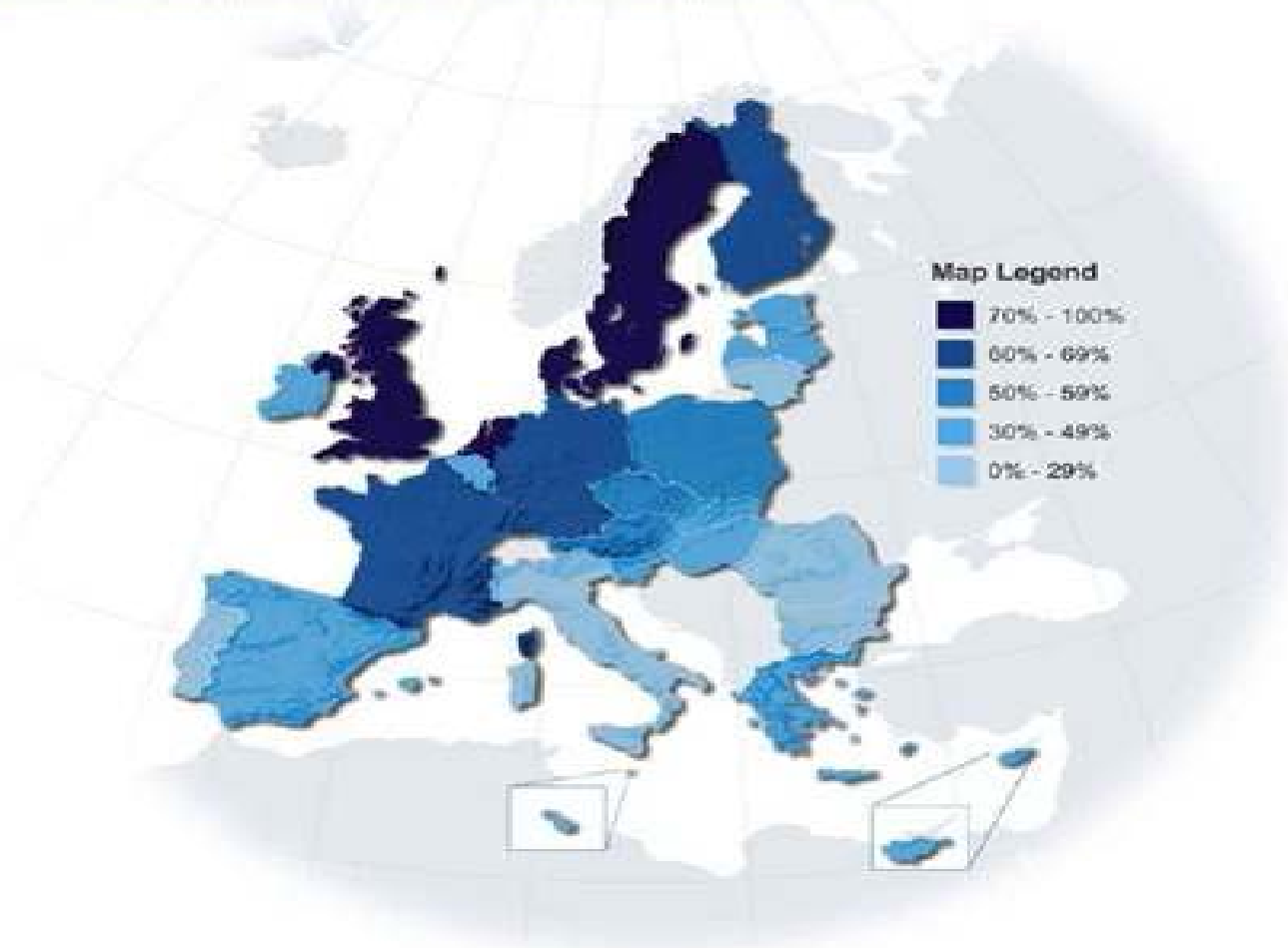
ΑΓΟΡΑ ΑΓΑΘΩΝ Η ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΣΤΟΥΣ ΤΕΛΕΥΤΑΙΟΥΣ 12 ΜΗΝΕΣ ΣΤΗΝ Ε.Ε.

 UK	77%
 NL	74%
 SE	74%
 DK	72%
 FR	67%
 DE	61%
 FI	61%
 LU	57%
 EU27	56%
 CZ	54%
 AT	52%
 PL	51%
 LV	48%
 IE	48%
 BE	44%
 MT	44%
 EE	38%
 ES	36%
 SK	36%
 EL	34%
 CY	33%
 SI	31%
 HU	30%
 IT	26%
 LT	21%
 RO	21%
 PT	19%
 BG	14%

Question: Q01.1. Please tell me if you have purchased any goods or services in the last 12 months, in (OUR COUNTRY) or elsewhere in any of the following ways?

Answers: Yes

BASE: Those Respondents who have internet connection at home



Ορισμός Ηλεκτρονικών Καταστημάτων

Τα ηλεκτρονικά καταστήματα είναι δικτυακοί τόποι μέσω των οποίων πραγματοποιούνται ηλεκτρονικές συναλλαγές. Μέσω ενός ηλεκτρονικού καταστήματος μία επιχείρηση ή ένας οργανισμός μπορεί να προβάλλει και να προωθήσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του

Βασικές Λειτουργίες Ηλεκτρονικού Καταστήματος

- η παρουσίαση των προϊόντων
- το καλάθι αγορών
- η δυνατότητα παραγγελίας
- η παρακολούθηση των παραγγελιών
- η ύπαρξη μηχανισμού πληρωμών
- η καταγραφή στοιχείων που αφορούν τους πελάτες και τις αγορές τους
- οι μηχανισμοί ασφαλείας



Χαρακτηριστικά Ηλεκτρονικών Καταστημάτων

- Να έχει γνώση του internet marketing
- Να αποφασίσει τι προϊόντα θα πουλήσει
- Να έχει πολύ καλή εξυπηρέτηση πελατών
- Να μην έχει υποχρεωτική εγγραφή
- Να έχει σωστό σχεδιασμό η ιστοσελίδα
- Να μην υπάρχουν κρυμμένα κόστη
- Να μην υπάρχουν φτωχές περιγραφές προϊόντων
- Να πραγματοποιούνται συχνές δοκιμές στην ιστοσελίδα
- Να μην υπάρχει αποπροσανατολισμός από στον στόχο
- Να υπάρχουν συχνές ανανεώσεις



Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου (CMS)

Ηλεκτρονικών Καταστημάτων

Το σύστημα διαχείρισης περιεχομένου (CMS) είναι μια εφαρμογή που χρησιμοποιείται για να δημιουργήσει, να επεξεργαστεί, να διαχειριστεί και για να δημοσιεύσει ιστοσελίδες στο διαδίκτυο. Τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου (CMS) μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να κατασκευάσουν ιστοτόπους όπως τα ηλεκτρονικά καταστήματα

Το **Joomla** είναι ένα δωρεάν σύστημα διαχείρισης περιεχομένου (CMS). Το βασικό χαρακτηριστικό του είναι ότι οι σελίδες που εμφανίζει είναι δυναμικές, δηλαδή δημιουργούνται την στιγμή που ζητούνται



Ορισμός Ηλεκτρονικού Επιχειρείν

Ο όρος ηλεκτρονικού επιχειρείν ή e-Επιχειρείν (e-business) περιγράφει μια ευρύτερη έννοια από το ηλεκτρονικό εμπόριο. Είναι ο συνδυασμός των βασικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων μιας εταιρίας, των υποδομών της σε πληροφορική και των τεχνολογιών /υπηρεσιών που υπάρχουν στο διαδίκτυο

Η-Επιχειρείν Μοντέλα

- Το μοντέλο καταστήματος (Storefront Model)
- Το μοντέλο δημοπρασιών (Auction Model)
- Το μοντέλο πύλης (Portal Model)
- Το μοντέλο δυναμικής τιμολόγησης (Dynamic Pricing Model)



Επιτυχημένες Περιπτώσεις για Ε-Κ

- Εταιρίες Λογισμικού(www.shareware.com)
- Η – Επιχειρήσεις(www.dell.com)
- Η – Εμπορικά Κέντρα(www.imall.com)
- Η – Επιχειρήσεις προϊόντων (www.fashionmall.com)
- Η – Επιχειρήσεις Δώρων(www.virtualflorist.com)
- Η- Επιχειρήσεις Μουσικής (www.ticketmaster.com)
- Η – Δημοπρασίες / Η – Οικονομικές Υπηρεσίες(www.travelocity.com)

