

Ασκήσεις Αυτοαξιολόγησης – και ερωτήσεις πολλαπλών από εξετάσεις

Επανάληψη Κεφάλαια 1-9



ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

Απαντήστε στις ακόλουθες ερωτήσεις:

i. Το ΗΕπ περιλαμβάνει τις επιχειρηματικές διαδικασίες που εκτείνονται σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας

(Σωστό ή Λάθος)

ii. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν είναι υποσύνολο του ηλεκτρονικού εμπορίου

(Σωστό ή Λάθος)

iii. Η επιμόρφωση των υπαλλήλων μιας εταιρείας κάνοντας χρήση ηλεκτρονικών μέσων αποτελεί μια B2B δραστηριότητα.

(Σωστό ή Λάθος)

iv. Το περιεχόμενο της Wikipedia διαμορφώνεται από ειδικό επιστημονικό προσωπικό.

(Σωστό ή Λάθος)

v. Ένα βασικό πλεονέκτημα του ΗΕπ είναι ότι επιτρέπει την αυτοματοποίηση των συναλλαγών και της ροής εργασιών των επιχειρήσεων

(Σωστό ή Λάθος)

vi. Η υποστήριξη των εσωτερικών επιχειρηματικών διαδικασιών αποτελεί αντικείμενο του ηλεκτρονικού εμπορίου

(Σωστό ή Λάθος)



ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

Απάντηση Άσκησης Αυτοαξιολόγησης 1 /Κεφάλαιο 1

i. Σωστό : Ευρύτερος όρος ο οποίος περιλαμβάνει όχι μόνο την αγορά και την πώληση αγαθών και υπηρεσιών μέσω ηλεκτρονικών δικτύων, αλλά και πεδία, όπως αυτά της εξυπηρέτηση πελατών, του συνεργατικού εμπορίου, της διανομής και αποθήκευσης, ακόμη και την πραγματοποίηση ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσα σε ένα οργανισμό.

ii. Λάθος Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο αφορά αποκλειστικά αγορά, πώληση ή ανταλλαγή προϊόντων και υπηρεσιών. Συνεπώς αποτελεί υποσύνολο του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν.

iii. Λάθος Όχι αφορά την εσωτερική οργάνωση μιας εταιρείας, δηλαδή εφαρμογές επικοινωνίας και συνεργασίας μεταξύ υπαλλήλων της επιχείρησης (Business to Employee, B2E).

iv. Λάθος Κάθε χρήστης, ειδικός ή μη μπορεί να δημοσιεύσει πληροφορία στον ιστότοπο της Wikipedia.

v. Σωστό Τα επιχειρησιακά πληροφοριακά συστήματα, εφόσον ενσωματωθούν αποτελεσματικά στην καθημερινή λειτουργία ενός οργανισμού, μπορούν να συμβάλλουν στην εσωτερική οργάνωση του, μέσω της αυτοματοποίησης των διαδικασιών και τον έλεγχο της ροής των εργασιών.

vi. Λάθος Όχι διότι η υποστήριξη των εσωτερικών επιχειρηματικών διαδικασιών αποτελεί αντικείμενο μελέτης του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν και όχι του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, το οποίο επικεντρώνεται στις B2C και B2B συναλλαγές.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

3



ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

Να παραθέσετε παραδείγματα διαδικτυακών τύπων για τους παρακάτω τύπους συναλλαγών:

- Consumer to Consumer:
- Government to Citizen:
- Business to Business:
- Business to Consumer:

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

4

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

Απάντηση

- a. Consumer to Consumer: www.ebay.com
- b. Government to Citizen: www.kep.gov.gr
- c. Business to Business: <http://www.ge.com/b2b>
- d. Business to Consumer: www.plaisio.gr

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

Άσκηση Αυτοαξιολόγησης 1 /Κεφάλαιο 4

- i. Να ορίσετε την εξατομίκευση.
- ii. Να ορίσετε το μάρκετινγκ ενός – προς – ένα.
- iii. Ποια η χρησιμότητα της διαφήμισης;
- iv. Να αναφέρετε μερικούς λόγους που η διαφημιστική αγορά στρέφεται ολοένα και περισσότερο στο Διαδίκτυο.

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

Απάντηση

i. Η προσαρμογή υπηρεσιών, προϊόντων αλλά και του περιεχομένου ενός ιστοχώρου στις προτιμήσεις των πελατών του.

ii. Τακτική και μέθοδος μάρκετινγκ βάσει της οποίας η ηλεκτρονική επιχείρηση έχει την ικανότητα να συμπεριφέρεται σε κάθε της πελάτη ξεχωριστά, προσομοιώνοντας την προσωπική πώληση.

iii. Πληροφορεί, ενισχύει την φήμη μιας μάρκας, παρέχει θέσεις εργασίας, μειώνει το κόστος διανομής των προϊόντων και αυξάνει την αγοραστική ζήτηση, βοηθά την εισαγωγή στην αγορά νέων προϊόντων, προσδίδει χρησιμότητα στο προϊόν.

iv. Οι καταναλωτές ολοένα και περισσότερο καθημερινά χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο μειώνοντας αντίστοιχα τις ώρες που απασχολούνται στα άλλα παραδοσιακά διαφημιστικά μέσα (π.χ. τηλεόραση, εφημερίδες). Στις περισσότερες χώρες το Διαδίκτυο είναι μαζικό μέσο επικοινωνίας, επιτυγχάνοντας ευρεία πληθυσμιακή κάλυψη, ενώ παράλληλα υπάρχει αρκετή ευελιξία στη διαχείριση του διαφημιστικού προϋπολογισμού.

Επιπρόσθετα, πλέον στο Διαδίκτυο υπάρχουν αξιόπιστες και αναλυτικές μετρήσεις σχετικά με τα δημογραφικά στοιχεία των ατόμων που το χρησιμοποιούν και έτσι δημιουργούνται ολοκληρωμένα προφίλ πελατών, βάσει των κλικ που κάνουν και του ιστορικού αγορών. Τέλος, οι ηλεκτρονικές διαφημίσεις είναι χαμηλού κόστους και ειδικότερα η διαφήμιση μέσω της μηχανής αναζήτησης της Google είναι πολύ στοχευμένη, φθάνοντας στον σωστό πελάτη, την κατάλληλη στιγμή.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

7

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΧΕΣΕΩΝ (ΕΝΟΣ ΠΡΟΣ ΕΝΑ)

- Το μάρκετινγκ σχέσεων διαφέρει από το παραδοσιακό μάρκετινγκ καθώς εστιάζεται στο κτίσιμο μακροχρόνιων σχέσεων με πελάτες. Για να το κάνει αυτό ο πωλητής πρέπει να κατανοεί πλήρως τους πελάτες του σε ατομική βάση. Τέτοιες πληροφορίες μπορούν να ληφθούν ταχύτερα, ευκολότερα και με μικρότερο κόστος για ηλεκτρονικούς πελάτες.
- Αν και η τμηματοποίηση εστιάζεται σε ενοποιημένες ομάδες πελατών, μπορεί να μην είναι πολύ καλή, επειδή οι περισσότεροι ανταγωνιστές μπορούν να υιοθετήσουν παρόμοιες στρατηγικές. Για αυτό είναι καλύτερα να αλλάξει ο στόχος του μάρκετινγκ από μια ομάδα καταναλωτών σε κάθε ατομικό πελάτη.
- Κτίσιμο μοναδικών σχέσεων με ατομικούς πελάτες σε βάση ενός προς ένα.
- Με αυτόν τον τρόπο μαθαίνουν τους πελάτες τους καλύτερα και παρέχουν εξατομικευμένη επικοινωνία μάρκετινγκ
- Παροχή ακόμα και εξειδικευμένων προϊόντων και προσαρμοσμένων μηνυμάτων, με βάση τις προτιμήσεις του πελάτη.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

πως
εφαρμόζονται
οι σχέσεις ενός
προς ένα.
4 φάσεις:

- Αναγνώριση της προτίμησης του πελάτη
- Διαφοροποίηση του ενός πελάτη από τους άλλους
- Αλληλεπίδραση με πελάτες και
- Εξειδίκευση / εξατομικευμένη υπηρεσία



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

Ηλεκτρονική
εξατομίκευση

Χρησιμοποιώντας **εξατομικευμένες ιστοσελίδες**, οι πελάτες μπορούν να αλληλεπιδρούν με μια εταιρεία, να μαθαίνουν για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της σε πραγματικό χρόνο ή να λαμβάνουν εξειδικευμένα προϊόντα ή υπηρεσίες. Οι εταιρείες μπορούν να επιτρέπουν σε πελάτες να παραμετροποιούν μόνοι τους τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που θέλουν. Η εξειδίκευση μπορεί να γίνει επίσης ταιριάζοντας προϊόντα με προφίλ πελατών. Η εξατομίκευση περιλαμβάνει την σύσταση προϊόντων και παράδοση περιεχομένου, το οποίο θέλουν οι πελάτες.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

Ηλεκτρονική εξατομίκευση

- Η εξατομίκευση αναφέρεται στο ταίριασμα του περιεχομένου μιας διαφήμισης και των υπηρεσιών προμηθευτών με πελάτες, με βάση τις προτιμήσεις και τις ατομικές τους ανάγκες. Η διεργασία βασίζεται στο προφίλ του χρήστη.
- Το ταίριασμα μπορεί να γίνει με συνεργατικό φιλτράρισμα, με εργαλεία εξατομίκευσης και με cookies. Τα cookies είναι μικρά αρχεία, τα οποία στέλνονται από ένα ιστότοπο και αποθηκεύονται σε μια καθορισμένη περιοχή μέσα στον υπολογιστή σας. Επιτρέπουν σε εταιρείες να αποθηκεύουν ορισμένες πληροφορίες για μελλοντική χρήση. Πρόκειται για μια δημοφιλή μέθοδο, που επιτρέπει σε υπολογιστές να φαίνονται πιο έξυπνοι και απλοποιεί την πρόσβαση στο ίντερνετ.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

i. Ποιο είναι το βασικό μοντέλο εσόδων που υιοθετεί η Aegean Airlines μέσω του συστήματος πώλησης εισιτηρίων στην ιστοθέση της:

- α) προμήθεια,
- β) έσοδα από διαφημίσεις,
- γ) άμεσες πωλήσεις, και
- δ) συνδρομή

ii. Ποια από τις παρακάτω πρακτικές δεν είναι Government to Citizen συναλλαγή:

- α) ανανέωση άδειας οδήγησης πολίτη ηλεκτρονικά,
- β) ηλεκτρονική υποβολή αίτησης πολίτη για θέση εργασίας μέσω της ιστοσελίδας ενός Δήμου,
- γ) πρόσβαση στους πολίτες στα αποτελέσματα διαγωνισμού για την πλήρωση θέσεων στο Δημόσιο, και
- δ) ηλεκτρονικό δημοψήφισμα για τον τρόπο διεξαγωγής εκλογών σε μια χώρα από ηλεκτρονική εφημερίδα

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

i. Ποιο είναι το βασικό μοντέλο εσόδων που υιοθετεί η Aegean Airlines μέσω του συστήματος πώλησης εισιτηρίων στην ιστοθέρση της:

i. Άμεσες πωλήσεις, εφόσον ο ταξιδιώτης αγοράζει απευθείας το ηλεκτρονικό εισιτήριο από τον ιστότοπο της αεροπορικής εταιρείας. Μάλιστα, ο ίδιος ταξιδιώτης μπορεί να κάνει απευθείας web check-in μέσω του προσωπικού του υπολογιστή ή ακόμη και mobile check-in έχοντας το boarding pass στο κινητό του τηλέφωνο.

ii. Ποια από τις παρακάτω πρακτικές δεν είναι Government to Citizen συναλλαγή:

- α) ανανέωση άδειας οδήγησης πολίτη ηλεκτρονικά,
- β) ηλεκτρονική υποβολή αίτησης πολίτη για θέση εργασίας μέσω της ιστοσελίδας ενός Δήμου,
- γ) πρόσβαση στους πολίτες στα αποτελέσματα διαγωνισμού για την πλήρωση θέσεων στο Δημόσιο, και
- δ) ηλεκτρονικό δημοψήφισμα για τον τρόπο διεξαγωγής εκλογών σε μια χώρα από ηλεκτρονική εφημερίδα

iii. Ηλεκτρονικό δημοψήφισμα για τον τρόπο διεξαγωγής εκλογών σε μια χώρα από ηλεκτρονική εφημερίδα. Η ηλεκτρονική εφημερίδα δεν αποτελεί κομμάτι του Δημοσίου και συνεπώς η συναλλαγή αφορά επιχείρηση και καταναλωτή (B2C).

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

13

iii. Η ηλεκτρονική διακυβέρνηση επιφέρει σημαντικές οργανωτικές αλλαγές όχι μόνο στο δημόσιο αλλά και στις επιχειρήσεις

(Σωστό ή Λάθος)

iv. Η διαλειτουργικότητα των πληροφοριακών συστημάτων των δημόσιων φορέων είναι ο ουσιαστικότερος παράγοντας για την ολοκληρωμένη ανάπτυξη της Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης

(Σωστό ή Λάθος)

v. Πόσα είναι τα στάδια για την ολοκληρωμένη υλοποίηση του οράματος της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης:

- α) 2,
- β) 3,
- γ) 4,
- δ) 5, και
- γ) 7

vi. Συνήθως τα εμπλεκόμενα μέρη στις ηλεκτρονικές αγορές (e-marketplaces) είναι:

- α) οι προμηθευτές,
- β) οι αγοραστές,
- γ) ο διαχειριστής της πλατφόρμας της ηλεκτρονικής αγοράς,
- δ) όλα τα προηγούμενα, και
- ε) κανένα από τα προηγούμενα

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

14

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ



iii. Σωστό. Η βελτίωση της παροχής ηλεκτρονικών δημοσίων υπηρεσιών επιφέρει αύξηση της παραγωγικότητας και της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων. Ωστόσο, για να έρθει αυτή η ανάπτυξη, οι επιχειρήσεις πρέπει να ακολουθήσουν τις όποιες διοικητικές και οργανωτικές αλλαγές στο δημόσιο. Έτσι για παράδειγμα, οφείλουν να αναπτύξουν διαλειτουργικές υπηρεσίες, να ακολουθούν κοινά πρότυπα και πρωτόκολλα, όπως το Ελληνικό Πλαίσιο Παροχής Υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης. Περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να βρείτε στον σύνδεσμο www.e-gif.gov.gr, τελευταία πρόσβαση 10 Ιανουαρίου 2013. 79

iv. Σωστό. Ένα από τα σημαντικότερα εμπόδια που πρέπει να αντιμετωπίσει η κυβέρνηση στον ηλεκτρονικό δημόσιο τομέα είναι η διαλειτουργικότητα. Η διαλειτουργικότητα με βάση το ευρωπαϊκό σχέδιο δράσης «ICT for Government and Public Services - Action plan 2011-2015» είναι σε πρώτη προτεραιότητα, διότι αποτελεί αναγκαία συνθήκη για την υλοποίηση διασυνοριακών Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών σε Ευρωπαϊκό επίπεδο.

v. Στάδιο 1 – Πληροφόρηση, Στάδιο 2 – Αλληλεπίδραση, Στάδιο 3 – Αμφίδρομη αλληλεπίδραση, Στάδιο 4 – Συναλλαγή, Στάδιο 5 – Προσωποποίηση

vi. Όλα τα προηγούμενα. Σε μια ηλεκτρονική αγορά συναντώνται αγοραστές και πωλητές για να ανταλλάσσουν αγαθά και υπηρεσίες. Για να γίνεται απρόσκοπτα αυτή η ανταλλαγή συνήθως χρησιμοποιείται ένας ενδιάμεσος, δηλαδή μεσάζων, ο οποίος διευκολύνει τη ροή της πληροφορίας και των κεφαλαίων.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

15

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

Πώς θα ορίζατε το ηλεκτρονικό εμπόριο και ποιες θα κρίνατε ως σημαντικές διαφορές μεταξύ ηλεκτρονικού και παραδοσιακού εμπορίου;

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



16

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

Απάντηση

Το ηλεκτρονικό εμπόριο καλύπτει οποιαδήποτε μορφή επιχειρηματικής ή διοικητικής συναλλαγής ή ανταλλαγής πληροφοριών η οποία εκτελείται με τη χρησιμοποίηση οποιασδήποτε τεχνολογίας πληροφορικής ή τηλεπικοινωνιών. Οι διαφορές μεταξύ ηλεκτρονικού και παραδοσιακού εμπορίου περιλαμβάνουν τη συλλογή πληροφοριών για προϊόντα και υπηρεσίες, τη σύγκριση τιμών και χαρακτηριστικών, τον τρόπο παραγγελίας και πληρωμής και τέλος τον τρόπο παραλαβής και υποστήριξης μετά την αγορά.

Ενέργειες	Παραδοσιακό Εμπόριο	Ηλεκτρονικό Εμπόριο
Συλλογή πληροφοριών για προϊόν/υπηρεσία (στάδιο προαγωγαστικής απόφασης)	Διαφήμιση (Τηλεόραση, Τύπος κ.α.) Επίσκεψη στο κατάστημα Φιλικό/Οικογενειακό περιβάλλον.	Επίσκεψη σε Ηλεκτρονικό Κατάστημα (E-shop) Ηλεκτρονική διαφήμιση /επικοινωνία Πληροφόρηση μέσα από δικτυακούς τόπους, φόρουμ, chat κ.τ.λ.
Σύγκριση τιμών και χαρακτηριστικών Προϊόντων/Υπηρεσιών	Επίσκεψη σε Καταστήματα	Shopping Agents
Παραγγελία	Φυσική παρουσία ή τηλεφωνική επαφή	Χρήση ηλεκτρονικής αλληλογραφίας ή ηλεκτρονικής φόρμας παραγγελίας
Τρόπος πληρωμής	Μετρητά , Πιστωτική Κάρτα , Επιταγή	Πιστωτική Κάρτα
Παραλαβή	Στο κατάστημα	Ταχυδρομική αποστολή ή και ηλεκτρονική παραλαβή
Υποστήριξη μετά την αγορά	Τηλεφωνική ή με επίσκεψη στο κατάστημα	Ηλεκτρονική αλληλογραφία, ηλεκτρονική συνομιλία, on site

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



17

ΤΟ ΝΕΟ ΠΡΟΣΩΠΟ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ: ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΟΙ ΉΝΑΝΤΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΩΝ

Κύριες μεταβλητές των ηλεκτρονικών αγοραστών που επηρεάζουν τον ανταγωνισμό και φέρνουν αλλαγές στην προσφορά και ζήτηση:

- Κόστος αναζήτησης για τους πελάτες
- Χρόνος Παράδοσης
- Κόστος διανομής
- Διαφορές Φορολογίας
- Τιμή
- Διαθέσιμες πληροφορίες σε αγοραστές
- Άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν τον ανταγωνισμό πχ χαρακτηριστικά αγοραστών, πωλητών , κανάλια διανομής κτλ

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

Έπειτα από τη μελέτη της παραπάνω ενότητας και σύμφωνα με τη δική σας κρίση, αναφέρετε και τεκμηριώστε τα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου. Για την καλύτερη τεκμηρίωσή τους χρησιμοποιείστε ένα παράδειγμα γνωστής σε εσάς ηλεκτρονικής επιχείρησης. Στη συνέχεια προχωρήστε σε σύγκριση με ένα παράδειγμα παραδοσιακής επιχείρησης που δραστηριοποιείται μόνο στο φυσικό κόσμο.

Απάντηση

Ως πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου θεωρούνται η μείωση του επιχειρησιακού κόστους λειτουργίας, οι χαμηλότερες τιμές, η εξατομικευμένη και μαζική επικοινωνία, το χαμηλό αρχικό κόστος επένδυσης, η χρήση ηλεκτρονικής εφοδιαστικής αλυσίδας, το χαμηλότερο κόστος ενεργειών μάρκετινγκ και η εξάλειψη των γεωγραφικών και χρονικών περιορισμών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι αλυσίδες ηλεκτρονικών πωλήσεων όπως Πλαίσιο (www.plaisio.gr), E-shop (www.eshop.gr) κ.α.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



19

Πλεονεκτήματα Ηλεκτρονικού Λιανικού εμπορίου

- Χαμηλότερο κόστος προϊόντος, με επακόλουθο την αύξηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος
- Προσέγγιση περισσότερων πελατών, πολλοί από τους οποίους βρίσκονται εκτός της περιοχής του προμηθευτή
- Αλλαγή τιμών και καταλόγων γρήγορα, περιλαμβάνοντας και οπτική παρουσίαση
- Χαμηλότερο κόστος εφοδιαστικής αλυσίδας
- Παροχή σε πελάτες μιας πληθώρας πληροφοριών ηλεκτρονικά, ως μια επιλογή αυτοεξυπηρέτησης, εξοικονομώντας έτσι κόστος εξυπηρέτησης πελατών
- Γρήγορη αντίδραση σε ανάγκες των πελατών, σε παράπονα, σε εκτιμήσεις κοκ
- Παροχή εξειδίκευσης προϊόντων και υπηρεσιών, αυτοδιαμόρφωση και εξατομικευση φροντίδας πελατών
- Δυνατότητα σε μικρές εταιρείες να ανταγωνίζονται με μεγαλύτερες εταιρείες.
- Καλύτερη κατανόηση των πελατών και αλληλεπίδραση με αυτούς
- Πώληση εξειδικευμένων ειδών σε όλη τη χώρα ή και σε όλο τον κόσμο
- Εμπλοκή πελατών σε ενδιαφέρουσες δραστηριότητες αναζητήσεων, συγκρίσεων και συζητήσεων
- Επαφή με πελάτες που δεν μπορούν να προσεγγιστούν με παραδοσιακές μεθόδους επικοινωνίας

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



20

Οφέλη για αγοραστές

- Πληρώνουν λιγότερο από ότι στα παραδοσιακά ή ακόμη και τα εκπτώτικα καταστήματα
- Βρίσκουν προϊόντα/υπηρεσίες, που δεν διατίθενται σε τοπικά καταστήματα
- Αγοράζουν από όλο τον κόσμο: συγκρίνουν τιμές και υπηρεσίες
- Κάνουν αγορές όποτε θέλουν και από όπου θέλουν
- Θεωρούν άχρηστο να πάνε στο κατάστημα και να ξοδέψουν χρόνο και βενζίνη και να πιέζονται από πωλητές
- Δημιουργούν τα δικά τους σχέδια και προϊόντα
- Βρίσκουν συλλεκτικά είδη
- Αγοράζουν σε ομάδες : μαζί με φίλους και εμπλέκονται σε κοινωνικές αγορές

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



21

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



22

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

Σύμφωνα με αυτά που διαβάσατε στην παραπάνω ενότητα και ανάλογα με την κρίση σας, αναφέρετε και σχολιάστε τους περιορισμούς που εντοπίζονται στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Να εντοπίσετε τους περιορισμούς αυτούς σε ηλεκτρονικές επιχειρήσεις επιλογής σας και να κάνετε μια σύγκριση με τη λειτουργία και τα χαρακτηριστικά επιχειρήσεων του φυσικού κόσμου.

Απάντηση

Στους περιορισμούς του ηλεκτρονικού εμπορίου αναφέρονται τα ζητήματα ασφαλείας και προσωπικών δεδομένων, ο βαθμός διάδοσης και χρήσης των εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου, η έλλειψη της προσωπικής επαφής και των αισθήσεων, η ύπαρξη κρυφού κόστους λειτουργίας, τα θέματα συμβατότητας και σχηματισμού κρίσιμης μάζας και τέλος τα φορολογικά και νομικά θέματα προστασίας του καταναλωτή.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



23

Περιορισμοί ηλ. Εμπορίου τεχνολογικοί περιορισμοί

- Ανάγκη για παγκόσμια αποδεκτά πρότυπα σε θέματα ποιότητας, ασφάλειας και αξιοπιστίας
- Ανεπαρκές εύρος ζώνης τηλεπικοινωνιών
- Τα εργαλεία ανάπτυξης λογισμικού είναι υπό ανάπτυξη
- Δυσκολίες ολοκλήρωσης του ίντερνετ και του λογισμικού ΗΕ με ορισμένες εφαρμογές ή και βάσεις δεδομένων
- Ακριβή προσπέλαση στο ίντερνετ
- Η ικανοποίηση παραγγελιών για B2C μεγάλης κλίμακας απαιτεί ειδικές αυτοματοποιημένες αποθήκες

Περιορισμοί ηλ. Εμπορίου Μη τεχνολογικοί περιορισμοί

- τα προβλήματα ασφάλειας και διασφάλισης απορρήτου αποτρέπουν τους χρήστες από αγορές
- Έλλειψη εμπιστοσύνης στους πωλητές, στους υπολογιστές και στις απρόσωπες συναλλαγές
- Αντίσταση στην αλλαγή
- Πολλά νομικά θέματα και θέματα δημόσιας πολιτικής, περιλαμβανομένης και της φορολόγησης, δεν έχουν επιλυθεί ακόμα
- Εθνικές και διεθνείς κυβερνητικές ρυθμίσεις που δυσκολεύουν τις συναλλαγές
- Δυσκολία μέτρησης οφελών του ΗΕ
- Δεν υπάρχουν αρκετοί πελάτες. Υπάρχει έλλειψη συνεργασίας στην εφοδιαστική αλυσίδα

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

Αναπτύξτε τα χαρακτηριστικά των 3 υποδειγμάτων Β2Β ηλεκτρονικού εμπορίου δίνοντας για κάθε ένα από αυτά τα τρία ένα παράδειγμα επιχείρησης της επιλογής σας. Για το σκοπό αυτό μπορείτε να ανατρέξετε στο διαδίκτυο αναζητώντας επιχειρήσεις που εφαρμόζουν τα συγκεκριμένα υποδείγματα.

Απάντηση

Τα βασικά υποδείγματα Β2Β είναι:

- α) προσανατολισμένο στον αγοραστή
- β) προσανατολισμένο στον πωλητή και
- γ) προσανατολισμένο στους μεσάζοντες.



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΤΥΠΟΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩ Ν ΚΑΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤ ΗΤΩΝ B2B

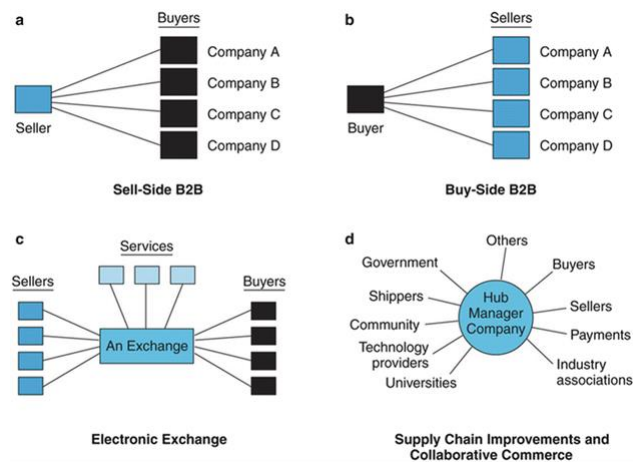
Ο αριθμός των πωλητών και των αγοραστών και η μορφή της συμμετοχής που χρησιμοποιείται στο B2B καθορίζουν τους πέντε βασικούς τύπους δραστηριοτήτων συναλλαγών B2B:

- Προσανατολισμένο στον πωλητή. Ένας πωλητής προς πολλούς αγοραστές
- Προσανατολισμένο στον αγοραστή. Ένας αγοραστής από πολλούς πωλητές
- Προσανατολισμένο στην αγορά. Πολλοί πωλητές προς πολλούς αγοραστές
- Βελτιώσεις της εφοδιαστικής αλυσίδας
- Συνεργατικό εμπόριο

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΤΥΠΟΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩ Ν ΚΑΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤ ΗΤΩΝ B2B



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

Ποια τα σημεία εκείνα στα οποία πρέπει από τεχνολογικής απόψεως να εστιάσουν οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο ηλεκτρονικό εμπόριο; Να αναφέρετε παραδείγματα επιχειρήσεων μέσα από αναζήτηση στο διαδίκτυο που δεν αντιμετώπισαν με επιτυχία κάποιο από τα παραπάνω προβλήματα.

Απάντηση

Τα στοιχεία εκείνα είναι:

- (α) αντιμετώπιση της κατάρρευσης της ιστοσελίδας,
- (β) αντιμετώπιση της ασυμβατότητας των προγραμμάτων περιήγησης,
- (γ) ανάγκη χρήσης εξελιγμένων πολυμεσικών εφαρμογών,
- (δ) αποφυγή διακοπής λειτουργίας της ιστοσελίδας,
- (ε) πρόβλεψη επισκεψιμότητας ποσοτικά και χρονικά
- (στ) ανάγκη χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου για την κάλυψη της παγκόσμιας αγοράς
- (ζ) πολυπλοκότητα των αναγκών των καταναλωτών,
- (η) δημιουργία ασφαλούς διαδικτυακού περιβάλλοντος.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



29

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

Αφού αναζητήσετε τρεις ηλεκτρονικές επιχειρήσεις B2B στο διαδίκτυο εντοπίστε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που αυτές εμφανίζουν

Απάντηση

Τα πλεονεκτήματα B2B ηλεκτρονικού εμπορίου είναι (α) η μεγάλη επιλογή των εμπορικών συνεργατών, προμηθευτών και μεταφορικών υπηρεσιών, (β) η εμφάνιση πολλών ευκαιριών, ιδιαίτερα κατά τον προγραμματισμό της εφοδιαστικής αλυσίδας, (γ) η δραστική μείωση του κόστους από τις άμεσες αγορές, (δ) η μείωση του χρόνου αγοράς με αποτέλεσμα την ταχύτερη λήψη αποφάσεων, (ε) η δραστηριοποίηση μικρών επιχειρήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο, με αποτέλεσμα τη στόχευση σημαντικότερων πελατών, (στ) η γρήγορη και φθηνή ανεύρεση προμηθευτών εκ μέρους της επιχείρησης, (ζ) η δραματική μείωση έντυπων διαδικασιών, (η) η διαδραστικότητα μεταξύ πελατών και αγοραστών.

Τα μειονεκτήματα B2B ηλεκτρονικού εμπορίου είναι: (α) ο έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων, (β) το B2B ηλεκτρονικό εμπόριο δεν είναι κατάλληλο για κάθε επιχείρηση, (γ) οι προκύπτουσες επιχειρηματικές δραστηριότητες B2B ηλεκτρονικού εμπορίου, ενδέχεται να οδηγήσουν σε πιθανή έλλειψη ασφάλειας της εμπορικής συμφωνίας μεταξύ των δύο μερών καθώς η επιχειρηματική διαδικασία πραγματοποιείται σε ηλεκτρονικό περιβάλλον. Ενδεικτικά παραδείγματα μπορούν να αντληθούν στη δικτυακή διεύθυνση <http://www.europages.gr/katalogos-epikheiriseis.html>

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



30

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

Επιλέξτε τρεις ηλεκτρονικές επιχειρήσεις B2C και αναφέρετε τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον. Επιχειρήστε να συγκρίνετε τις προκλήσεις αυτές με τις τρεις B2B επιχειρήσεις που επιλέξατε στην προηγούμενη άσκηση. Ποιές είναι οι ομοιότητες και ποιές οι διαφορές;

Απάντηση

Οι μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζει μια επιχείρηση B2C όπως αναπτύσσονται στην υποενότητα 2.2. είναι (α) το φαινόμενο της σύγκρουσης των καναλιών διανομής (β) η επιτυχημένη εφαρμογή του δικτυακού τόπου της επιχείρησης (γ) ο μειωμένος χρόνος παραμονής του καταναλωτή στην ιστοσελίδα (δ) η αναγνώριση της μοναδικότητας του κάθε καταναλωτή (ε) η απουσία ανθρώπινης επαφής. Παραδείγματα επιχειρήσεων B2C είναι τα ηλεκτρονικά καταστήματα των www.amazon.com, www.avon.com, www.eshop.gr, www.plaisio.gr, κ.α.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



31

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

Να αναφέρετε ένα τουλάχιστο παράδειγμα δραστηριότητας :

α) επιχειρήσεις προς κυβέρνηση και αντίστροφα (B2G/G2B)

β) καταναλωτές/πολίτες προς κυβέρνηση και αντίστροφα (C2G/G2C)

γ) κυβερνήσεις προς κυβερνήσεις (G2G)

δ) καταναλωτές προς καταναλωτές (C2C). Ποια τα χαρακτηριστικά του παραδείγματος που σας οδήγησαν να εντοπίσετε τη δραστηριότητα;

Απάντηση

Οι μορφές E-Governance όπως αναφέρονται στην υποενότητα 2.3. είναι α) επιχειρήσεις προς κυβέρνηση και αντίστροφα (B2G/G2B) όπως για παράδειγμα η πληρωμή φόρων ηλεκτρονικά

β) καταναλωτές/πολίτες προς κυβέρνηση και αντίστροφα (C2G/G2C) όπως η έκδοση πιστοποιητικών για τους πολίτες

γ) κυβερνήσεις προς κυβερνήσεις (G2G) όπως η ανταλλαγή ταξιδιωτικών εγγράφων.

Δ) Η μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου C2C., αφορά τις ηλεκτρονικές συναλλαγές μεταξύ καταναλωτών οι οποίες συνήθως διευκολύνονται μέσω κάποιου τρίτου με πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτό του Ebay.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



32

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

- Αναφέρατε τους τύπους Δημοπρασιών

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



33

ΤΥΠΟΙ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΩΝ

- ΕΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣΤΗΣ, ΕΝΑΣ ΠΩΛΗΤΗΣ
- ΕΝΑΣ ΠΩΛΗΤΗΣ, ΠΟΛΛΟΙ ΠΙΘΑΝΟΙ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ
- ΕΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣΤΗΣ, ΠΟΛΛΟΙ ΠΙΘΑΝΟΙ ΠΩΛΗΤΕΣ
- ΑΝΤΙΣΤΡΟΦΕΣ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΕΣ – ΣΥΣΤΗΜΑ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΩΝ (Ο ΑΓΟΡΑΣΤΗΣ ΘΕΤΕΙ ΕΝΑ ΕΙΔΟΣ ΣΕ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΑ ΣΕ ΕΝΑ ΣΥΣΤΗΜΑ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΩΝ)
- ΠΟΛΛΟΙ ΠΩΛΗΤΕΣ, ΠΟΛΛΟΙ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ
- ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΕΣ ΜΕ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

- Αναφέρατε τα οφέλη των δημοπρασιών για πωλητές, αγοραστές και δημοπράτες

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



35

ΟΦΕΛΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΩΝ

• ΟΦΕΛΗ ΓΙΑ ΠΩΛΗΤΕΣ:

- Αυξημένα έσοδα από την διεύρυνση της πελατειακής τους βάσης και την μείωση του χρόνου κύκλου εργασιών. Μπορούν να πωλούν οπουδήποτε, σε όλο τον κόσμο
- Πιθανότητα διαπραγμάτευσης αντί να πωλούν σε σταθερή τιμή. Μπορούν να πωλούν οποτεδήποτε και να διεξάγουν συχνές δημοπρασίες.
- Βέλτιστη ρύθμιση της τιμής, που καθορίζεται από την αγορά (περισσότεροι αγοραστές, περισσότερες πληροφορίες)
- Οι πωλητές μπορούν να πάρουν περισσότερα χρήματα από τους πελάτες προσφέροντας είδη απευθείας (εξοικονομηση των προμηθειών προς διαμεσολαβητές. Επίσης, οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες είναι πιο οικονομικές από τις χρεώσεις των συμβατικών δημοπρασιών).
- Μπορούν να ρευστοποιούν μεγάλες ποσότητες γρήγορα
- Βελτιωμένη σχέση και πίστη πελατών (ειδικά στην περίπτωση των εξειδικευμένων ιστοτόπων για δημοπρασίες B2B και ηλεκτρονικών ανταλλακτηρίων).

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



ΟΦΕΛΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΩΝ

ΟΦΕΛΗ ΓΙΑ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ:

- Ευκαιρίες να βρουν μοναδικά αντικείμενα και συλλεκτικά είδη
- Ψυχαγωγία. Η συμμετοχή σε ηλεκτρονικές δημοπρασίες μπορεί να είναι διασκεδαστική και συναρπαστική
- Ευκολία. Οι αγοραστές μπορούν να υποβάλλουν προσφορές από οπουδήποτε, ακόμη και από το κινητό τους τηλέφωνο. Δεν χρειάζεται να ταξιδέψουν για να βρεθούν σε φυσικό δημοπρατήριο
- Ανωνυμία. Με την βοήθεια ενός τρίτου μέρους, οι αγοραστές μπορούν να μείνουν ανώνυμοι
- Πιθανότητα εύρεσης ευκαιριών τόσο για άτομα όσο και για οργανισμούς

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



ΟΦΕΛΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΩΝ

ΟΦΕΛΗ ΓΙΑ ΔΗΜΟΠΡΑΤΕΣ:

- Υψηλότερο ποσοστό επαναλαμβανόμενων αγορών. Η marketresearch.com βρήκε ότι ισότοποι δημοπρασιών όπως το ebay, επιτυγχάνουν υψηλότερα ποσοστά επαναλαμβανόμενων αγορών σε σχέση με κορυφαίους ιστότοπους Ηλεκτρονικού Εμπορίου B2C όπως η Amazon.com
- Υψηλότερος βαθμός προσκόλλησης στον ιστότοπο (τάση των πελατών να παραμένουν για περισσότερο χρόνο και να επανέρχονται πιο συχνά). Οι ιστότοποι δημοπρασιών συχνά έχουν μεγαλύτερο βαθμό προσκόλλησης από τους ιστότοπους σταθερής τιμής. Έτσι παράγουν περισσότερα έσοδα από διαφημίσεις για τον ηλεκτρονικό δημοπράτη.
- Εύκολη επέκταση της εμπορικής δραστηριότητας των δημοπρασιών.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

- Τμηματοποιήστε την ηλεκτρονική αγορά μιας επιχείρησης της επιλογής σας.
- Αναφέρατε τις διαφορετικές στρατηγικές τιμολόγησης. Παραθέστε παραδείγματα τις επιλογής σας.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



39

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

Τμηματοποιήστε την ηλεκτρονική αγορά μιας επιχείρησης της επιλογής σας.

Απάντηση

Τα βασικά κριτήρια τμηματοποίησης των αγοραστών προϊόντων/ υπηρεσιών στο διαδίκτυο είναι (α) δημογραφικά, (β) γεωγραφικά, (γ) ψυχογραφικά, (δ) προϊόντικά.

Αναφέρατε τις διαφορετικές στρατηγικές τιμολόγησης. Παραθέστε παραδείγματα τις επιλογής σας.

Απάντηση

Οι δυο βασικές μορφές διαμόρφωσης της τιμής των προϊόντων/υπηρεσιών είναι ο άμεσος (διαφορετικά τμήματα αγοράς, διαφορετικές περιοχές) και ο έμμεσος διαφορισμός (ανάλογα με τύπους προϊόντων, παροχή εκπτώσεων, μη γραμμική τιμολόγηση, τιμολόγηση δέσμης)

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



40

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

- Τι είναι ο ηλεκτρονικός αντιπραγματισμός;

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



41

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΑΝΤΙΠΡΑΓΜΑΤΙΣΜΟΣ

- **Αντιπραγματισμός** είναι η ανταλλαγή αγαθών και υπηρεσιών. Είναι η παλαιότερη μέθοδος συναλλαγών. Σήμερα διεξάγεται ανάμεσα σε επιχειρήσεις. Είναι δύσκολο να ταιριαστούν εμπορικοί εταίροι. Ο **ηλεκτρονικός αντιπραγματισμός** βελτιώνει τη διαδικασία ταιριάσματος προσεγγίζοντας περισσότερους εταίρους. Το ταιρίασμα μπορεί να γίνει ταχύτερα και να γίνουν καλύτερα ταιριάσματα.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

- Περιγράψτε τα οφέλη του B2B

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



43

ΟΦΕΛΗ B2B

- Δημιουργεί νέες ευκαιρίες πωλήσεων
- Εξαλείφει την γραφειοκρατία και μειώνει το διαχειριστικό κόστος
- Επιταχύνει την επεξεργασία και μειώνει τον χρόνο κύκλου συναλλαγής
- Μειώνει το κόστος αναζήτησης και το χρόνο για να μπορέσουν να βρουν οι αγοραστές προϊόντα και προμηθευτές
- Αυξάνει την παραγωγικότητα των υπαλλήλων που ασχολούνται με αγορές και πωλήσεις
- Μειώνει τα σφάλματα και βελτιώνει την ποιότητα των υπηρεσιών
- Κάνει ευκολότερη την διαμόρφωση προϊόντων
- Μειώνει το κόστος μάρκετινγκ και πωλήσεων
- Μειώνει τα επίπεδα και το κόστος αποθεμάτων
- Μειώνει το κόστος αγοράς, μειώνοντας τη χρήση διαμεσολαβητών
- Επιτρέπει την δημιουργία εξειδικευμένων ηλεκτρονικών καταλόγων με διαφορετικές τιμές για διαφορετικούς πελάτες

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



ΟΦΕΛΗ B2B

- Αυξάνει την ευελιξία της παραγωγής, επιτρέποντας να γίνεται παράδοση κατ' απαίτηση
- Μειώνει το κόστος προμήθειας
- Διευκολύνει την εξειδίκευση μέσω διαμόρφωσης
- Παρέχει αποτελεσματική εξυπηρέτηση πελατών
- Αυξάνει τις ευκαιρίες συνεργασίας
- Το βασιζόμενο στο WEB HE είναι περισσότερο οικονομικά ανεκτό από την παραδοσιακή ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων
- Επιτρέπει να προσεγγίζονται περισσότεροι επιχειρηματικοί εταίροι σε σχέση με όσους προσεγγίζονται με EDI
- Προσεγγίζει μια περισσότερο γεωγραφικά εγκατασπαρμένη βάση πελατών
- Παρέχει ένα καλύτερο τρόπο επικοινωνίας
- Παρέχει κάλυψη 24/7 του μετωπικού καταστήματος
- Βοηθά στην εξισορρόπηση των μικρών επιχειρήσεων

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

- Περιγράψτε τα χαρακτηριστικά του κινητού εμπορίου

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



46

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

- Πανταχού παρουσία. Σημαίνει να βρίσκεστε παντού και ειδικά την ίδια ώρα. Διευκολύνεται από ασύρματη υπολογιστική. Δεδομένου ότι η πρόσβαση WiFi είναι διαθέσιμη σε όλο και περισσότερες θέσεις κι σχεδόν τα μισά κινητά τηλέφωνα είναι smartphones έχουμε ευκολότερη πανταχού παρουσία
- Ευκολία χρήσης και δυνατότητες. Η ύπαρξη μιας κινητής συσκευής αυξάνει την ευκολία της επικοινωνίας. Η λειτουργικότητα και η ευχρηστία των κινητών συσκευών αυξάνεται, ενώ το φυσικό τους μέγεθος παραμένει μικρό και το κόστος ανεκτό. Σε αντίθεση με τους παραδοσιακούς υπολογιστές, οι κινητές συσκευές συνδέονται με το internet σχεδόν άμεσα.
- Διαδραστικότητα. Τα κινητά συστήματα επιτρέπουν την ταχεία και εύκολη διάδραση
- Εξατομίκευση. Οι κινητές συσκευές είναι προσωπικές συσκευές. Ενώ αρκετοί άνθρωποι μοιράζονται τον ίδιο προσωπικό υπολογιστή, μια συγκεκριμένη κινητή συσκευή χρησιμοποιείται συνήθως από ένα άτομο.
- Εντόπιση. Η γνώση του που βρίσκεται φυσικά ένας χρήστης σε πραγματικό χρόνο παρέχει την ευκαιρία να του προσφέρετε κινητές διαφημίσεις, κουπόνια, και άλλες υπηρεσίες σχετικές με την θέση του. Βλ. Ηλεκτρονικό εμπόριο βάσει τοποθεσίας (ενότητα 6.6)

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

- Περιγράψτε τα οφέλη του κινητού εμπορίου

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

Τα οφέλη του κινητου εμποριου

Τα οφέλη για οργανισμούς

Αυξάνει τις πωλήσεις λόγω της ευκολίας παραγγελίας από πελάτες από οπουδήποτε και ανά πάσα στιγμή

Επιτρέπει το εμπόριο βάσει τοποθεσίας, ώστε να επιτυγχάνονται περισσότερες πωλήσεις και έσοδα

Παρέχει ένα πρόσθετο κανάλι για διαφήμιση και διανομή κουπονιών

Αυξάνει την πίστη των πελατών

Βελτιώνει την ικανοποίηση των πελατών, μέσω εφαρμογών πραγματικού χρόνου

Παρέχει την δυνατότητα δημιουργίας πολλών επιχειρησιακών εφαρμογών

Διευκολύνει το CRM και την συνεργασία

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

Τα οφέλη του κινητου εμποριου

Τα οφέλη για οργανισμούς

Μειώνει τον χρόνο κατάρτισης των υπαλλήλων και τους πόρους του γραφείου βοήθειας

Βελτιώνει την χρησιμοποίηση του χρόνου και την παραγωγικότητα των κινητών υπαλλήλων

Επιταχύνει την ροή πληροφοριών προς και από κινητούς υπαλλήλους

Παραδίδει ψηφιακά προϊόντα και υπηρεσίες απευθείας σε κινητές συσκευές

Μειώνει τον κύκλο χρόνου προ της παραγγελίας και εκπλήρωσης της παραγγελίας

Επιτρέπει την διαμόρφωση χαμηλότερων και ανταγωνιστικών τιμών.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

Τα οφέλη του κινητου εμποριου

Τα οφέλη για άτομα και πελάτες

- Επιτρέπει το ηλεκτρονικό εμπόριο από οποιαδήποτε θέση και ανά πάσα στιγμή
- Βοηθά τις αγορές παρέχοντας πληροφορίες και άλλα βοηθήματα αγορών σε πραγματικό χρόνο
- Βοηθά την οργάνωση και την επικοινωνία κατά τον χρόνο του ταξιδιού
- Διευκολύνει τις τραπεζικές και τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες
- Παρέχει ψυχαγωγία με πλούσια μέσα ανά πάσα στιγμή και οπουδήποτε
- Διευκολύνει την εύρεση νέων φίλων και πληροφοριών για το που βρίσκονται υπάρχοντες φίλοι
- Παρέχει μια μεγάλη επιλογή κινητών συσκευών για διεξαγωγή συναλλαγών
- Διευκολύνει την επικοινωνία
- Αυξάνει την οικονομική ανεκτικότητα έναντι του κόστους χρήσης επιτραπέζιων υπολογιστών σε ορισμένες χώρες.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

Τα οφέλη του κινητου εμποριου

Τα οφέλη για την κοινωνία

- Πχ. Αυτοκίνητα χωρίς οδηγό => μείωση των ατυχημάτων
- Το κινητό εμπόριο συνεισφέρει στην υγειονομική περίθαλψη
- Εκπαίδευση διευκολύνεται
- Επιβολή του νόμου
- Εξοικονομήσεις σε έξοδα ενέργειας με χρήση έξυπνων πλεγμάτων
- Μείωση κυκλοφοριακής συμφόρησης χρησιμοποιώντας ασύρματους αισθητήρες

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

Ασκήσεις Αυτοαξιολόγησης

- Αναφέρεται τους παράγοντες, στους οποίους εστιάζονται οι εφαρμογές / υπηρεσίες που παρέχονται από υπηρεσίες εμπορίου βάσει τοποθεσίας

eclass4U
ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ - ΜΑΡΓΑΡΙΤΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ

ΚΙΝΗΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΒΑΣΗ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ ΚΑΙ ΚΙΝΗΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ

Ο όρος κινητό εμπόριο βάσει τοποθεσίας αναφέρεται στην χρήση συσκευών εντοπισμού, όπως το GPS, για να μάθετε που βρίσκεται ένας πελάτης και να του παραδώσει προϊόντα και υπηρεσίες με βάση τη θέση του. Οι υπηρεσίες που παρέχονται από υπηρεσίες εμπορίου βάσει τοποθεσίας τείνουν να εστιάζονται σε ένα ή περισσότερους από τους παρακάτω παράγοντες:

- Τοποθεσία. Εύρεση του που βρίσκεται ένα άτομο
- Πλοήγηση. Εύρεση και εμφάνιση διαδρομής
- Ιχνηλασία – παρακολούθηση των κινήσεων και της θέσης ατόμου
- Χαρτογράφηση. Δημιουργία χαρτών συγκεκριμένων γεωγρ. Θέσεων.
- Χρονισμός. Καθορισμός ώρας άφιξης ή αναχώρησης κάποιου με συγκεκριμένη θέση πχ. λεωφορεία

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

- Αναφέρατε τους φραγμούς του εμπορίου βάσει τοποθεσίας

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

- Αναφέρατε τους φραγμούς του εμπορίου βάσει τοποθεσίας

- Έλλειψη GPS σε ορισμένα κινητά τηλέφωνα
- Ακρίβεια συσκευών
- Αιτιολόγηση κόστους οφέλους
- Περιορισμένο εύρος ζώνης δικτύων
- Παραβίαση απορρήτου

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

- Αναφέρεται μερικά οφέλη του κοινωνικού εμπορίου

Τα οφέλη του ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Τα οφέλη για πελάτες

- Είναι εύκολο να πάρετε συστάσεις από φίλους και άλλους πελάτες. Οι συστάσεις έχουν ως αποτέλεσμα μεγαλύτερη εμπιστοσύνη και βοηθούν πελάτες να αποφασίσουν για την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών
- Οι πελάτες εκτίθενται σε ειδικές προσφορές ώστε να πετύχουν μεγάλες εξοικονομήσεις
- Οι αγορές ταιριάζουν καλύτερα με ιδιαίτερες ανάγκες, θελήσεις, γούστα και επιθυμίες πελατών. Αυτό αυξάνει την ικανοποίηση και μειώνει τον χρόνο λήψης απόφασης για την επιλογή προϊόντος
- Είναι εύκολο οι πελάτες να χρησιμοποιούν την τεχνολογία ΚΕ

eclass4U
ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ - ΠΡΩΤΟΚΟΛΛΟ - ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Τα οφέλη του κοινωνικού εμπορίου

Τα οφέλη για πελάτες

- Το ΚΕ ταιριάζει καλά με τον τρόπο ζωής που χρησιμοποιεί κινητές συσκευές.
- Αναπτύσσεται αυξημένη εμπιστοσύνη σε προμηθευτές
- Το ΚΕ επιτρέπει σε πελάτες να βοηθούν άλλους πελάτες
- Οι πελάτες μπορούν να λαμβάνουν καλύτερη εξυπηρέτηση πελατών από προμηθευτές
- Οι πελάτες μπορούν να συναντούν νέους φίλους και να κάνουν κοινωνικές επαφές με ηλεκτρονικό τρόπο
- Οι πελάτες μπορούν να λαμβάνουν μια πλούσια κοινωνική συνάφεια και σχετικότητα κατά την διάρκεια λήψης αποφάσεων αγορών
- Οι πελάτες μπορούν να συνδέονται με άτομα και επιχειρήσεις, που σε διαφορετική περίπτωση δεν θα μπορούσαν να προσπελάσουν

Τα οφέλη του κοινωνικού εμπορίου

Τα οφέλη για Λιανεμπόρους

- Οι καταναλωτές μπορούν να παρέχουν ανάδραση για την στρατηγική επικοινωνίας της αγοράς και για την σχεδίαση προϊόντων
- Οι προμηθευτές λαμβάνουν δωρεάν μάρκετινγκ φήμης
- Αυξημένη κίνηση στον ιστότοπο που αυξάνει τα έσοδα και τις πωλήσεις
- Αυξημένες πωλήσεις, επειδή χρησιμοποιείται συνεργατικό φιλτράρισμα και άλλες μέθοδοι κοινωνικής επιρροής

Τα οφέλη του κοινωνικού εμπορίου

Τα οφέλη για άλλους τύπους επιχειρήσεων

- Επιτυγχάνουν ταχύτερες και φθηνότερες προσλήψεις με μεγαλύτερη προσέγγιση σε ένα μεγάλο αριθμό υποψηφίων
- Μειώνουν το κόστος μέσων καινοτόμων μεθόδων, όπως η χρήση συλλογικής νοημοσύνης υπαλλήλων και επιχειρηματικών εταίρων
- Καλλιεργούν καλύτερες εξωτερικές σχέσεις, πχ με εταίρους και μέλη του καναλιού διανομής
- Αυξάνουν τη συνεργασία και βελτιώνουν την επικοινωνία μέσα στην επιχείρηση και με επιχειρηματικούς εταίρους
- Καλλιεργούν καλύτερες εσωτερικές σχέσεις
- Παρέχουν δωρεάν συμβουλές σε μικρές επιχειρήσεις
- Κατανοούν ότι συνήθως δεν είναι ακριβό να εγκαθιστούν και να λειτουργούν συστήματα ΚΕ

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

Τα οφέλη του κοινωνικού εμπορίου

Τα οφέλη για άλλους τύπους επιχειρήσεων

- Εντοπίζουν ειδικούς γρήγορα, τόσο εσωτερικά, όσο και εξωτερικά, όταν χρειάζεται
- Διεξάγουν έρευνα αγοράς γρήγορα και φθηνά και λαμβάνουν ανάδραση από πελάτες, υπαλλήλους και επιχειρηματικούς εταίρους
- Αυξάνουν το μερίδιο τους στην αγορά και τα περιθώρια κέρδους
- Κτίζουν εμπορικές επωνυμίες μέσω συζητήσεων και προωθήσεων σε κοινωνικά μέσα
- Κάνουν μικροτμηματοποίηση για να προσεγγίσουν πολύ μικρές αγορές με πρόσφορες με πολύ μικρό κόστος
- Διαχειρίζονται ηλεκτρονικά την φήμη της επωνυμίας και της εταιρείας
- Κτίζουν κοινότητες εμπορικής επωνυμίας για να δημιουργείται θετική φήμη με ηλεκτρονικό τρόπο

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

Τα οφέλη του κοινωνικού εμπορίου

Τα οφέλη για άλλους τύπους επιχειρήσεων

- Εμπλουτίζουν την εξυπηρέτηση και την υποστήριξη των πελατών
- Αυξάνουν την κίνηση και τις πωλήσεις στον ιστότοπο της εταιρείας και σε φυσικούς λιανεμπόρους
- Διευκολύνουν την έρευνα αγοράς, παρακολουθώντας ηλεκτρονικές συζητήσεις
- Αυξάνουν την κατάταξη της εταιρείας και της εμπορικής επωνυμίας σε αποτέλεσμα αναζήτησης μηχανών αναζήτησης.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

- Αναφέρατε τα Βασικά χαρακτηριστικά των ηλεκτρονικών διαφημίσεων

Βασικά χαρακτηριστικά των ηλεκτρονικών διαφημίσεων

- ✓ Μπορούν να ανανεώνονται ανά πάσα στιγμή με ελάχιστο κόστος.
- ✓ Μπορούν να θεαθούν από μεγάλο μερίδιο πιθανών καταναλωτών σε παγκόσμιο επίπεδο. · Είναι πιο φθηνές από τα παραδοσιακά μέσα προβολής (τηλεόραση, ραδιόφωνο κλπ).
- ✓ Μπορεί να χρησιμοποιηθεί κείμενο, γραφικά, ήχος και κίνηση, όπως ακριβώς και στην τηλεόραση.
- ✓ Μπορούν να είναι διαδραστικές και να στοχεύουν σε πάρα πολύ συγκεκριμένο κοινό.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

- Αναφέρατε πόσοι και ποιοι είναι οι ρόλοι στο κοινωνικό εμπόριο

Οι ρόλοι στο κοινωνικό εμπόριο

1. Σύνδεσμοι. Αυτοί είναι οι άνθρωποι με επαφές, που συστήνουν ανθρώπους μεταξύ τους. Οι σύνδεσμοι προσπαθούν να επηρεάσουν ανθρώπους, να κάνουν αγορές. Αυτό το ρόλο τον παίζουν οι σύμβουλοι και οι συνδεδεμένοι άνθρωποι (affiliates).
2. Πωλητές. Όπως οι παραδοσιακοί πωλητές, η κύρια προσπάθεια των πωλητών είναι να επηρεάσουν τους αγοραστές να κάνουν αγορές. Έχουν καλές συνδέσεις, έτσι ώστε να μπορούν να εντυπωσιάσουν τους αγοραστές
3. Αναζητούντες. Αυτοί οι καταναλωτές ψάχνουν συμβουλές και πληροφορίες για αγορές και υπηρεσίες από γνώστες, φίλους και ειδικούς.
4. Ειδικοί. Είναι αναγνωρισμένοι, αλλά ανεπίσημοι γνώστες σε ορισμένους τομείς, οι οποίοι μπορούν να δώσουν θετικές ή αρνητικές συστάσεις, για να συμβουλέψουν τους αναζητούντες.
5. Αυτάρκεις. Αυτοί εργάζονται μόνοι τους και δεν τους αρέσει να επηρεάζονται.
6. Αταξινομήτοι. Οι περισσότεροι άνθρωποι δεν ανήκουν σε καμία κατηγορία από τις παραπάνω.

eclass4U
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ ΓΗΣΗΣ

- Αναφέρατε τους Παίκτες στην διεργασία λήψης απόφασης από τον καταναλωτή

Παίκτες στην
διεργασία
λήψης
απόφασης
από τον
καταναλωτή

- Εκκινητής
- Επηρεάζων
- Αποφασίζων
- Αγοραστής
- Χρήστης



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

ΑΣΚΗΣΕΙΣ
ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟ
ΓΗΣΗΣ

- Πως να αυξήσετε την εμπιστοσύνη στο HE

ΠΩΣ ΝΑ ΑΥΞΗΣΕΤΕ ΤΗΝ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ ΣΤΟ ΗΕ

- **Βελτιώστε τον Ιστότοπο σας.** Η ποιότητα του ιστότοπου της εταιρείας επηρεάζει σημαντικά την εμπιστοσύνη. Η ευκολία πλοήγησης, η οπτική εμφάνιση και η σχεδίαση των πληροφοριών ενός ιστοτόπου επηρεάζει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών.
- **Αντικειμενικές σφραγίδες τρίτων.** Η πιστοποίηση με σφραγίδες έγκρισης τρίτων παρέχουν διασφάλιση της ποιότητας και της φήμης και μερικές φορές ακόμα και μεσεγγύηση.
- Η **αξιοπιστία** μπορεί να διευκολυνθεί από την χρήση ακεραιότητας, επάρκειας, ασφάλειας
- Τα **συστήματα που βασίζονται στην υπόληψη** χρησιμοποιούνται για καθορισμό εμπιστοσύνης ανάμεσα σε μέλη ηλεκτρονικών συστημάτων εμπορίας, όπου, μέρη δεν έχουν συναλλαγή ποτέ πριν μεταξύ τους, χρησιμοποιούν ανάδραση από άλλους.
- **Ηλεκτρονική προφορική φήμη.** Μπορεί να επηρεάσει το επίπεδο εμπιστοσύνης και μπορεί να επιδράσει στην υπόληψη θετικά ή αρνητικά. Έχει ενισχυθεί λόγω της αύξησης των ηλεκτρονικών συνομιλιών και της κοινωνικής δικτύωσης

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

1. Να επιλέξετε ποια από τις παρακάτω προτάσεις είναι σωστή:
 - A. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο περιλαμβάνει τις επιχειρηματικές διαδικασίες που εκτείνονται σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας
 - B. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν είναι υποσύνολο του ηλεκτρονικού εμπορίου
 - Γ. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν είναι μόνο οι συναλλαγές ηλεκτρονικού εμπορίου ή η αγορά και πώληση στον ιστό.
 - Δ. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν ορίζεται ως η χρήση του Διαδικτύου από τις εμπορικές επιχειρήσεις για τη βελτίωση των επιχειρηματικών τους δραστηριοτήτων και της εξυπηρέτησης των πελατών τους.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

1. Να επιλέξετε ποια από τις παρακάτω προτάσεις είναι σωστή:

A. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο περιλαμβάνει τις επιχειρηματικές διαδικασίες που

εκτείνονται σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας

B. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν είναι υποσύνολο του ηλεκτρονικού εμπορίου

Γ. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν είναι μόνο οι συναλλαγές ηλεκτρονικού εμπορίου ή η αγορά

και πώληση στον ιστό.

Δ. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν ορίζεται ως η χρήση του Διαδικτύου από τις εμπορικές επιχειρήσεις για τη βελτίωση των επιχειρηματικών τους δραστηριοτήτων και της εξυπηρέτησης των πελατών τους.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



73

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚ Ο ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

Ο όρος ηλεκτρονικό επιχειρείν ή e-business διαθέτει μια σειρά από ορισμούς που

κυμαίνονται από την διατύπωση «διεξαγωγή κάθε είδους επιχειρηματική δραστηριότητα μέσω του διαδικτύου» (Carter, 2001) μέχρι την ευρύτερη αντίληψη «συμπεριλαμβάνει όλες τις μορφές ηλεκτρονικού διαμοιρασμού πληροφοριών»(Chaffey, 2009).

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



74

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ Τι περιλαμβάνει

- Όλες αυτές τις διεργασίες μιας επιχείρησης που περιλαμβάνονται στην αλυσίδα αξίας της.
- Αναβαθμίζει το επίπεδο των σχέσεων της επιχείρησης με τους πελάτες ή προμηθευτές
- Ενισχύει την επιχειρηματική της θέση στο εξωτερικό αλλά και εσωτερικό της περιβάλλον
- Εσωτερική οργάνωση για την ενίσχυση της επικοινωνίας και συνεργασίας εντός του οργανισμού
- Ενισχύει τις B2B και B2C συναλλαγές

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



75



Εικόνα 4 Το ηλεκτρονικό εμπόριο ως υποσύνολο του ΗΕπ

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



76

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

2. Στα δίκτυα διανομής με ηλεκτρονικούς διαμεσολαβητές:

A. Δεν υπάρχει δυνατότητα διασφάλισης της ανωνυμίας του καταναλωτή.

B. Χρησιμοποιούνται αποκλειστικά μηχανές αναζήτησης.

Γ. Αυξάνει ο χρόνος αναζήτησης επιχειρήσεων από τους καταναλωτές.

Δ. Οι διαμεσολαβητές παρέχουν συμβουλευτικές υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



77

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

2. Στα δίκτυα διανομής με ηλεκτρονικούς διαμεσολαβητές:

A. Δεν υπάρχει δυνατότητα διασφάλισης της ανωνυμίας του καταναλωτή.

B. Χρησιμοποιούνται αποκλειστικά μηχανές αναζήτησης.

Γ. Αυξάνει ο χρόνος αναζήτησης επιχειρήσεων από τους καταναλωτές.

Δ. Οι διαμεσολαβητές παρέχουν συμβουλευτικές υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



78

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

3. Η ηλεκτρονική διακυβέρνηση:

A. Επιφέρει σημαντικές οργανωτικές αλλαγές όχι μόνο στο δημόσιο τομέα αλλά και στις

επιχειρήσεις

B. Έχει ως βασικό παράγοντα επιτυχίας τη διαλειτουργικότητα των πληροφοριακών

συστημάτων των δημόσιων φορέων

Γ. Επιτρέπει τη συμμετοχική δημοκρατία

Δ. Όλα τα παραπάνω.



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eClass4U 2020

79

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

3. Η ηλεκτρονική διακυβέρνηση:

A. Επιφέρει σημαντικές οργανωτικές αλλαγές όχι μόνο στο δημόσιο τομέα αλλά και στις

επιχειρήσεις

B. Έχει ως βασικό παράγοντα επιτυχίας τη διαλειτουργικότητα των πληροφοριακών

συστημάτων των δημόσιων φορέων

Γ. Επιτρέπει τη συμμετοχική δημοκρατία

Δ. Όλα τα παραπάνω.



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eClass4U 2020

80

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

6. Το επιχειρηματικό μοντέλο του paypal κατατάσσεται:

- A. Στα ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shops)
- B. Στην αγορά τρίτου φορέα (third-party marketplace)
- Γ. Στις πλατφόρμες συνεργασίας (collaboration platforms)
- Δ. Στους παροχείς υπηρεσιών υποστήριξης (Value-chain service providers)



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

81

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

6. Το επιχειρηματικό μοντέλο του paypal κατατάσσεται:

- A. Στα ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shops)
- B. Στην αγορά τρίτου φορέα (third-party marketplace)
- Γ. Στις πλατφόρμες συνεργασίας (collaboration platforms)
- Δ. Στους παροχείς υπηρεσιών υποστήριξης (Value-chain service providers)



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

82

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

10. Ένα ξενοδοχείο δίνει την δυνατότητα απευθείας κρατήσεων με ειδικές τιμές σε

εταιρικούς πελάτες. Τότε έχουμε μια εφαρμογή:

- A. C2B
- B. B2C
- Γ. B2B
- Δ. G2C



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eClass4U 2020

83

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

10. Ένα ξενοδοχείο δίνει την δυνατότητα απευθείας κρατήσεων με ειδικές τιμές σε

εταιρικούς πελάτες. Τότε έχουμε μια εφαρμογή:

- A. C2B
- B. B2C
- Γ. B2B**
- Δ. G2C



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eClass4U 2020

84

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

11. Ποιος όρος περιγράφει τη συλλογή από υπηρεσίες Web που δίνουν τη δυνατότητα

επικοινωνίας των χρηστών με ιστοτόπους στους οποίους οι χρήστες αλληλεπιδρούν

μεταξύ τους και δημιουργούν περιεχόμενο;

A. Διαλειτουργικότητα (Interoperability)

B. Web 2.0

Γ. Πλατφόρμα ως Υπηρεσία (Platform as a Service)

Δ. Λογισμικό ως Υπηρεσία (Software as a Service)



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eClass4U 2020

85

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

11. Ποιος όρος περιγράφει τη συλλογή από υπηρεσίες Web που δίνουν τη δυνατότητα

επικοινωνίας των χρηστών με ιστοτόπους στους οποίους οι χρήστες αλληλεπιδρούν

μεταξύ τους και δημιουργούν περιεχόμενο;

A. Διαλειτουργικότητα (Interoperability)

B. Web 2.0

Γ. Πλατφόρμα ως Υπηρεσία (Platform as a Service)

Δ. Λογισμικό ως Υπηρεσία (Software as a Service)



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eClass4U 2020

86

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

12. Το χαρακτηριστικό του ηλεκτρονικού επιχειρείν στο οποίο ο χρήστης βρίσκεται σε συνεχή, άμεση και αμφίδρομη επικοινωνία με άλλους χρήστες ή υπολογιστικά συστήματα, αναφέρεται ως:

- A. Αφθονία
- B. Διαδραστικότητα
- Γ. Συνεχής κάλυψη
- Δ. Προσωποποίηση και προσαρμογή



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eClass4U 2020

87

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

12. Το χαρακτηριστικό του ηλεκτρονικού επιχειρείν στο οποίο ο χρήστης βρίσκεται σε συνεχή, άμεση και αμφίδρομη επικοινωνία με άλλους χρήστες ή υπολογιστικά συστήματα, αναφέρεται ως:

- A. Αφθονία
- B. Διαδραστικότητα**
- Γ. Συνεχής κάλυψη
- Δ. Προσωποποίηση και προσαρμογή



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eClass4U 2020

88

Μοναδικά χαρακτηριστικά ηλ. Επιχειρείν

- Συνεχής κάλυψη
- Παγκόσμια εμβέλεια
- Άνοικτά πρότυπα στη διασύνδεση των Η/Υ παγκόσμια

- Άφθονία
- Διαδραστικότητα

- Προσωποποίηση και προσαρμογή □
- Οικονομίες δικτύου
- Κανάλι διανομής

- Μείωση κόστους συναλλαγής
- Web 2

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020



89

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

18. Όταν τα ΚΕΠ μοιράζονται δεδομένα με το Υπουργείο Οικονομικών έχουμε μία

εφαρμογή:

- A. C2G
- B. G2G
- Γ. B2C
- Δ. B2B



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

90

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

18. Όταν τα ΚΕΠ μοιράζονται δεδομένα με το Υπουργείο Οικονομικών έχουμε μία

εφαρμογή:

A. C2G

B. G2G

Γ. B2C

Δ. B2B



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

91

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

10. Ένας από τους βασικούς τύπους B2B συναλλαγών είναι η αγορά καθοδηγούμενη

από τον αγοραστή, όπου:

A. Δημιουργείται μια ηλεκτρονική αγορά από μια εταιρεία με σκοπό να πωλεί σε πολλούς

πελάτες συνήθως μέσω καταλόγων ή δημοπρασιών.

B. Σε μια εταιρική πλατφόρμα προμηθειών δύνανται να χρησιμοποιούνται αντίστροφες

δημοπρασίες, διαπραγματεύσεις, ομαδικές αγορές ή οποιαδήποτε άλλη μέθοδος ηλεκτρονικού εφοδιασμού.

Γ. Δημιουργείται μια ηλεκτρονική αγορά με σκοπό να προσελκύσει αγοραστές αλλά και

προμηθευτές, ταιριάζοντας αγορά και ζήτηση, χωρίς να δίνεται έμφαση σε κάποια από τις

δύο πλευρές.

Δ. Ο αγοραστής έχει μικρή διαπραγματευτική δύναμη και καθοδηγείται στην αγορά

προϊόντων από συγκεκριμένους προμηθευτές.



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2020

92

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

10. Ένας από τους βασικούς τύπους B2B συναλλαγών είναι η αγορά καθοδηγούμενη

από τον αγοραστή, όπου:

A. Δημιουργείται μια ηλεκτρονική αγορά από μια εταιρεία με σκοπό να πωλεί σε πολλούς

πελάτες συνήθως μέσω καταλόγων ή δημοπρασιών.

B. Σε μια εταιρική πλατφόρμα προμηθειών δύνανται να χρησιμοποιούνται αντίστροφες

δημοπρασίες, διαπραγματεύσεις, ομαδικές αγορές ή οποιαδήποτε άλλη μέθοδος ηλεκτρονικού εφοδιασμού.

Γ. Δημιουργείται μια ηλεκτρονική αγορά με σκοπό να προσελκύσει αγοραστές αλλά και

προμηθευτές, ταιριάζοντας αγορά και ζήτηση, χωρίς να δίνεται έμφαση σε κάποια από τις

δύο πλευρές.

Δ. Ο αγοραστής έχει μικρή διαπραγματευτική δύναμη και καθοδηγείται στην αγορά

προϊόντων από συγκεκριμένους προμηθευτές.



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eClass4U 2020

93

Προσανατολισμένο στον αγοραστή

Στην αγορά, υπάρχουν λίγοι αγοραστές και πολλοί προμηθευτές. Πρόκειμένου οι αγοραστές να βρουν στις καλύτερες δυνατές τιμές τα προϊόντα που τους ενδιαφέρουν, δημιουργούν μια δική τους ηλεκτρονική αγορά και καλούν τους προμηθευτές να συμμετέχουν σε αυτήν.



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eClass4U 2020