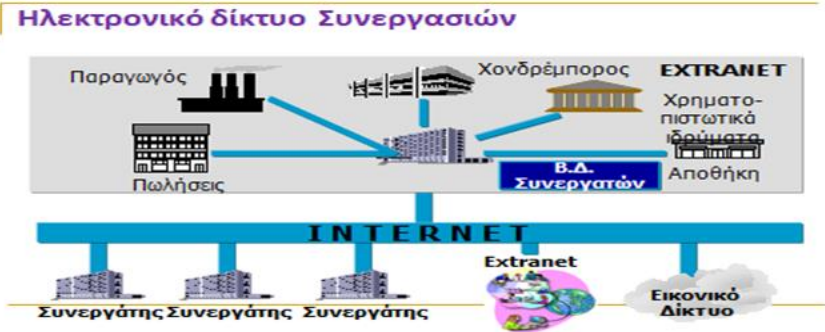


+ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ
ΜΑΘΗΜΑ:
Ηλεκτρονικό Επιχειρείν
e-Business
ISC301

ΗΕ Βασικές
Έννοιες

ΗΕ Εξελικτική
πορεία



Μάθημα: e-Business

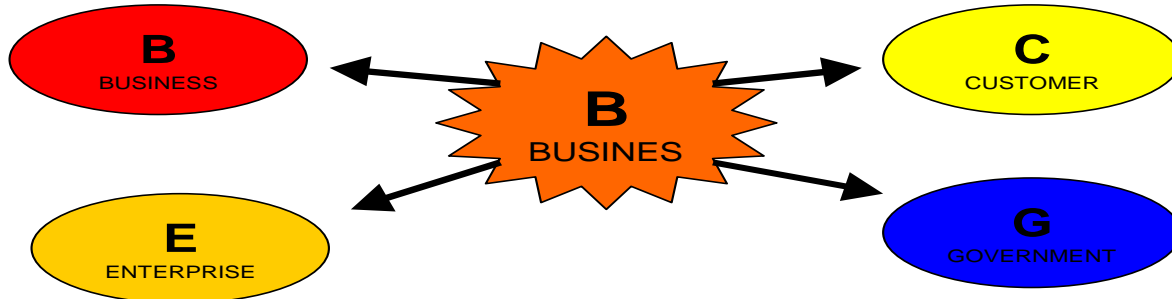
Καθηγήτρια: Μάρω Βλαχοπούλου

email: manla@uom.edu.gr

- Επιχειρείν
- Τι αλλάζει;
- Δυσκολίες εφαρμογής

Ορισμός - Εννοιολογική προσέγγιση

«Διαμοιρασμός επιχειρηματικής πληροφορίας, υποστήριξη σχέσεων μεταξύ συναλλακτικών μερών και διαχείριση επιχειρηματικών συναλλαγών με τη χρήση τηλεπικοινωνιακών δικτύων»



Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Ηλεκτρονικό Εμπόριο:

Ορισμοί

Ηλεκτρονικό Επιχειρείν:

«Η χρήση του διαδικτύου ή άλλων ηλεκτρονικών μέσων, καθώς επίσης και ΤΠΕ για τη διεκπεραίωση συναλλαγών, διαδικασιών και τη συνεργασία μεταξύ οντοτήτων στις αγορές»

Ηλεκτρονικό Εμπόριο:

«Αγορά και πώληση αναθών μέσω δικτύων υπολογιστών»



Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Ηλεκτρονικό Εμπόριο:

Ηλεκτρονικό Επιχειρείν

«Ευρύτερος όρος του Ηλεκτρονικού Εμπορίου που περιλαμβάνει όχι μόνο την αγορά και πώληση προϊόντων – υπηρεσιών – πληροφοριών αλλά και την εξυπηρέτηση πελατών, την επικοινωνία και συνεργασία με επιχειρηματικούς εταίρους, και την διεξαγωγή ενδο-επιχειρησιακών ηλεκτρονικών συναλλαγών» (Turban, 2008). Η IBM υιοθέτησε τον όρο «ΗΕπ» ως «τον μετασχηματισμό των βασικών επιχειρησιακών διαδικασιών με τη χρήση των τεχνολογιών του διαδικτύου»

Ηλεκτρονικό Εμπόριο

«Όρος που αναφέρεται βασικά στη διαδικασία αγοράς, πώλησης ή ανταλλαγής προϊόντων, υπηρεσιών και πληροφοριών μέσα από υπολογιστικά δίκτυα».

Ορισμοί

- **Ηλεκτρονικό εμπόριο**

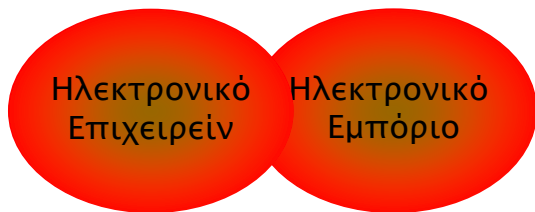
Όλες οι ηλεκτρονικές ανταλλαγές πληροφοριών μεταξύ μιας επιχείρησης και των εξωτερικών εμπλεκομένων.

- **Ψηφιακό επιχειρείν**

Ο τρόπος με τον οποίο οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν την ψηφιακή τεχνολογία και χρησιμοποιούν τα ψηφιακά μέσα για να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητά τους βελτιστοποιώντας τις εσωτερικές διαδικασίες τους στα διαδικτυακά και παραδοσιακά κανάλια προμήθειας και διάθεσης στην αγορά.

Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Ηλεκτρονικό Εμπόριο

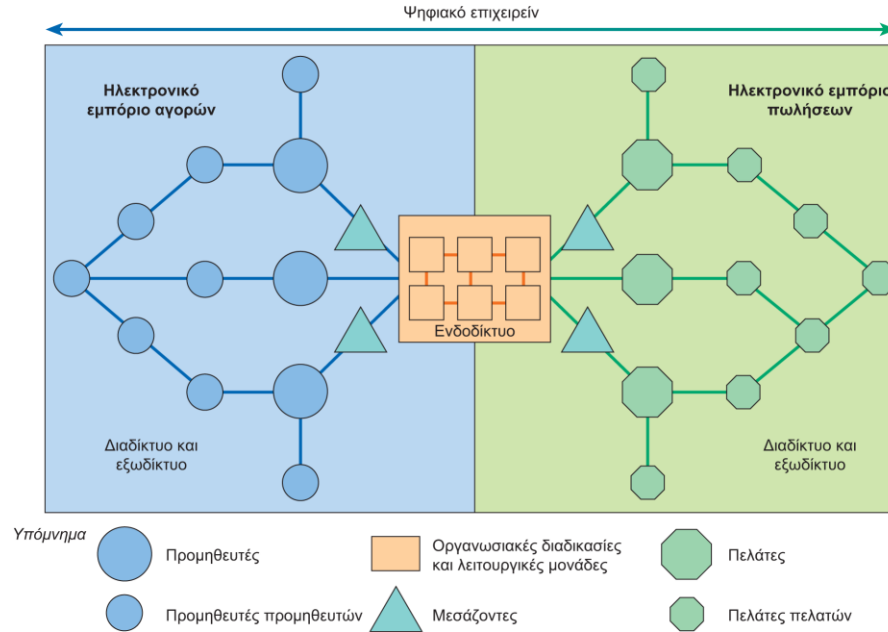
Ποια η σχέση τους;



Ηλεκτρονικό Επιχειρείν
=
Ηλεκτρονικό Εμπόριο



Ποια η διαφορά μεταξύ ηλεκτρονικού εμπορίου και ψηφιακού επιχειρείν;



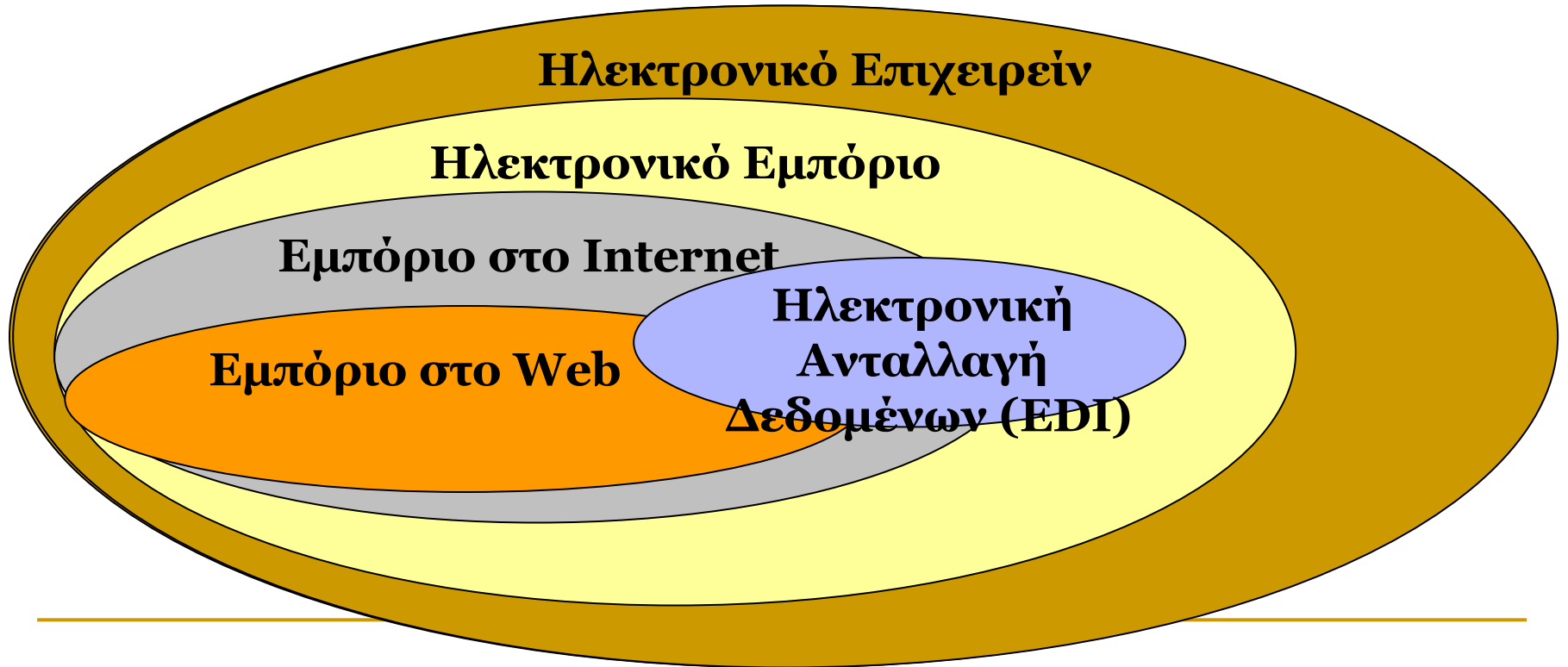
Εικόνα 1.4 Ο διαχωρισμός μεταξύ του ηλεκτρονικού εμπορίου αγορών και πωλήσεων

Ηλεκτρονικό Επιχειρείν: Εφαρμογές

Εφαρμογές



Ιστορική Εξέλιξη Ηλεκτρονικού Επιχειρείν



Ηλεκτρονικό Εμπόριο: διαφορετικές προσεγγίσεις

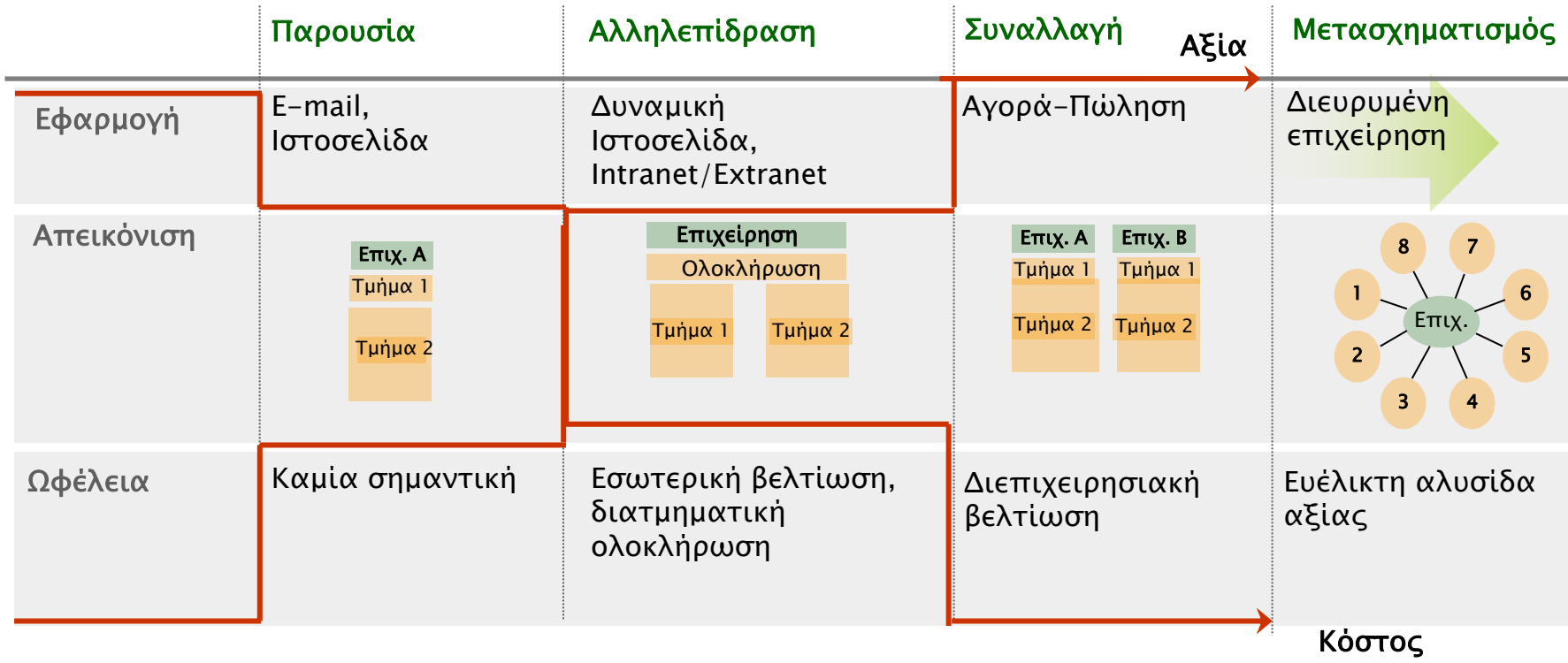
Κατά τους Kalakota & Whinston (1997), το ΗΕ έχει 4 διαφορετικές πτυχές:

1. Επικοινωνιακή πτυχή: παροχή πληροφοριών, προϊόντων/ υπηρεσιών ή πληρωμών με ηλεκτρονικά μέσα
2. Πτυχή της επιχειρησιακής διαδικασίας: εφαρμογή της τεχνολογίας για τον αυτοματισμό των εμπορικών συναλλαγών και ροών εργασίας
3. Πτυχή της παροχής υπηρεσιών: που επιτρέπει τη μείωση του κόστους με παράλληλη αύξηση της ταχύτητας και της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών
4. Διαδικτυακή πτυχή: την αγορά και πώληση προϊόντων/ υπηρεσιών και πληροφοριών μέσω διαδικτύου

Κατά τους Turban κ.α. (2008), το ΗΕ ορίζεται από τις παρακάτω 7 σκοπιές:

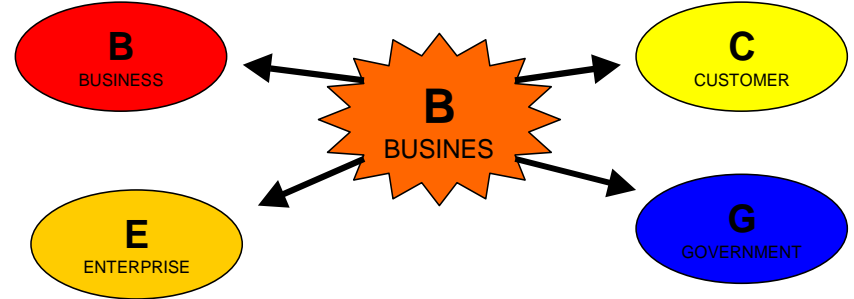
1. Επικοινωνίας
2. Εμπορική
3. Επιχειρησιακής διεργασίας
4. Εξυπηρέτησης
5. Εκπαίδευσης
6. Συνεργασίας
7. Κοινωνική

Στάδια ανάπτυξης Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (2)



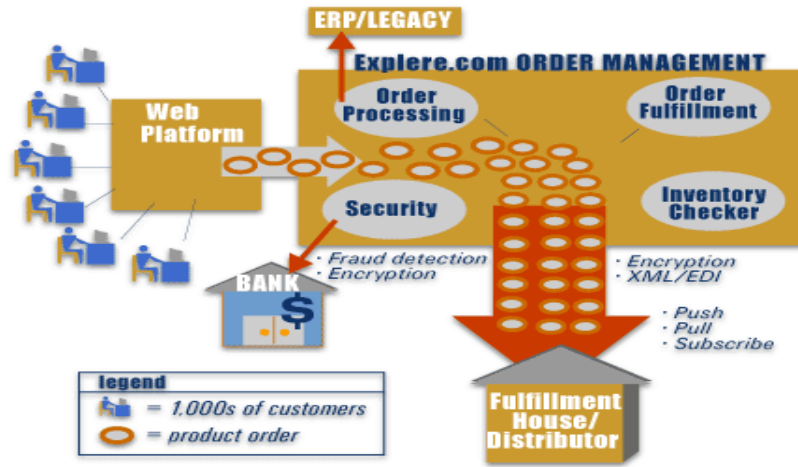
Πληροφορίες και αποφάσεις σχετικά με :

- Ροές – είδος εσόδων
- Χρηματοδότηση (venture capitals)
- Πωλήσεις μέσα από το διαδίκτυο ή απλά προβολή
- Χρήση κοινωνικών μέσων
- Πώληση διαφημιστικού χώρου
- Προμήθειες (ως μεσάζοντες, πράκτορες)
- Μείωση κόστους προώθησης και διακίνησης προϊόντων
- Μετρικές και αναλύσεις επίδοσης εργαλείων και μέσων
- Κόστος (αρχικής επένδυσης, υποδομής, αναδιοργάνωσης, εκπαίδευσης, λειτουργίας)
- Cost/ Benefit Analysis



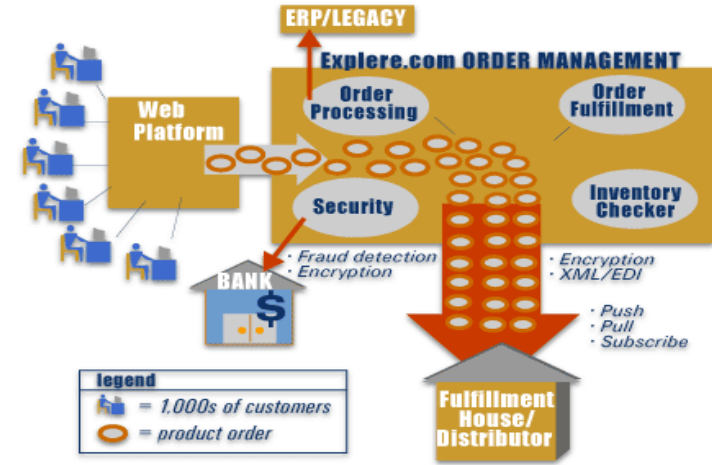
Θέματα που απασχολούν τις επιχειρήσεις για εφαρμογή ICT ⁽¹⁾

- ❑ Καθορισμός αναγκαίων προϋποθέσεων (Υποδομή, κόστος και χρόνος υλοποίησης, ανθρώπινο δυναμικό)
- ❑ Καθορισμός ακολουθητέας στρατηγικής και στόχων
- ❑ Ανασχεδιασμός/ αναδιοργάνωση της επιχειρηματικής δράσης και διαδικασιών
- ❑ Διαφοροποίηση αναγκών και ετοιμότητας ανά κλάδο



Θέματα που απασχολούν τις επιχειρήσεις για εφαρμογή ICT (2)

- Απαιτήσεις των νέων πρακτικών/ καταγραφή αποτελεσμάτων πρακτικών παρόμοιας εφαρμογής σε άλλες χώρες και στην Ελλάδα (best practices)
- Μετασχηματισμός (στάδιο υιοθέτησης ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας) σε ηλεκτρονική επιχείρηση (e-business) ή παράλληλη δράση με κλασικά επιχειρηματικά μοντέλα
- Αναμενόμενα οφέλη - πρότυπα μέτρησης επίτευξης στόχων
- Επιλογή και προσαρμογή τεχνολογιών, εργαλείων, λογισμικού, κριτήρια



Νέες τάσεις

- ❑ Διεθνοποίηση και παγκοσμιοποίηση αγορών
 - ❑ Προσανατολισμός στον πελάτη > πελατοκεντρικά συστήματα Web 2.0
 - ❑ Αύξηση και διαφοροποίηση απαιτήσεων πελατών
 - ❑ Σύντμηση κύκλου ζωής προϊόντων
 - ❑ Διαχείριση γνώσης (πληροφορία > στρατηγικός πόρος της επιχείρησης)
 - ❑ Επιχειρηματικές συνέργειες (συμμαχίες, συνεργασίες, εξαγορές, ...)
 - ❑ Επικέντρωση σε κύριες δεξιότητες (core competencies)
 - ❑ Ανάπτυξη ηλεκτρονικών υπηρεσιών (e-services)
 - ❑ Αλλαγές τεχνολογικών και οργανωσιακών δομών
 - ❑ Θεσμικές και οικονομικές αλλαγές
 - ❑ Ηλεκτρονική διαμεσολάβηση
 - ❑ Ολοκλήρωση εφοδιαστικής αλυσίδας
 - ❑ Πολλαπλά κανάλια επικοινωνίας και διανομής
 - ❑ Εξειδίκευση γνώσης και δεξιότητας εργαζομένων
 - ❑ Ανάθεση έργου (outsourcing)
-

Αναμενόμενα οφέλη από τη χρήση ICT στις επιχειρήσεις

ΚΟΣΤΟΣ

- Μείωση παραγόντων κόστους
- Σύνδεση κρίκων εφοδιαστικής αλυσίδας
- Κατάργηση αποθεμάτων
- Ηλεκτρονική διαμεσολάβηση

ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ

- Βελτίωση ποιότητας
- Πρόσθετες υπηρεσίες εξυπηρέτησης
- Άμεση πληροφόρηση
- Πολλαπλά κανάλια επικοινωνίας διανομής
- Προσαρμογή σε συγκεκριμένες απαιτήσεις

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΑΠΟΔΟΣΗ

- Αύξηση πωλήσεων
- Μείωση χρόνου διεκπεραίωσης συναλλαγών
- Πιστότητα πελατών
- Μείωση συνολικού κόστους

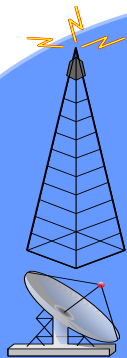
Κύκλος Αλληλεπίδρασης ICT-επιχειρήσεων

Περιβάλλον

- Πελάτες
- Ανταγωνιστές
- Ενδιάμεσοι
- Προμηθευτές
- Οικονομικό-Πολιτικό
- Κοινωνικό-Πολιτισμικό
- Νομοθετικό

ICT

Information & Communication Technology



Επίδραση

Μετασχηματισμός

Πληροφοριακή & Τηλεπικοινωνιακή
Ανάπτυξη
Ανταγωνιστικότητα

Αύξηση
αποτελεσματικότητας

Απαιτήσεις

Προσαρμογή

Επιχειρήσεις

Μετασχηματισμός
Επαναπροσδιορισμός



- Βιομηχανικές
- Εμπορικές
- Μεταφορικές
- Consulting ...

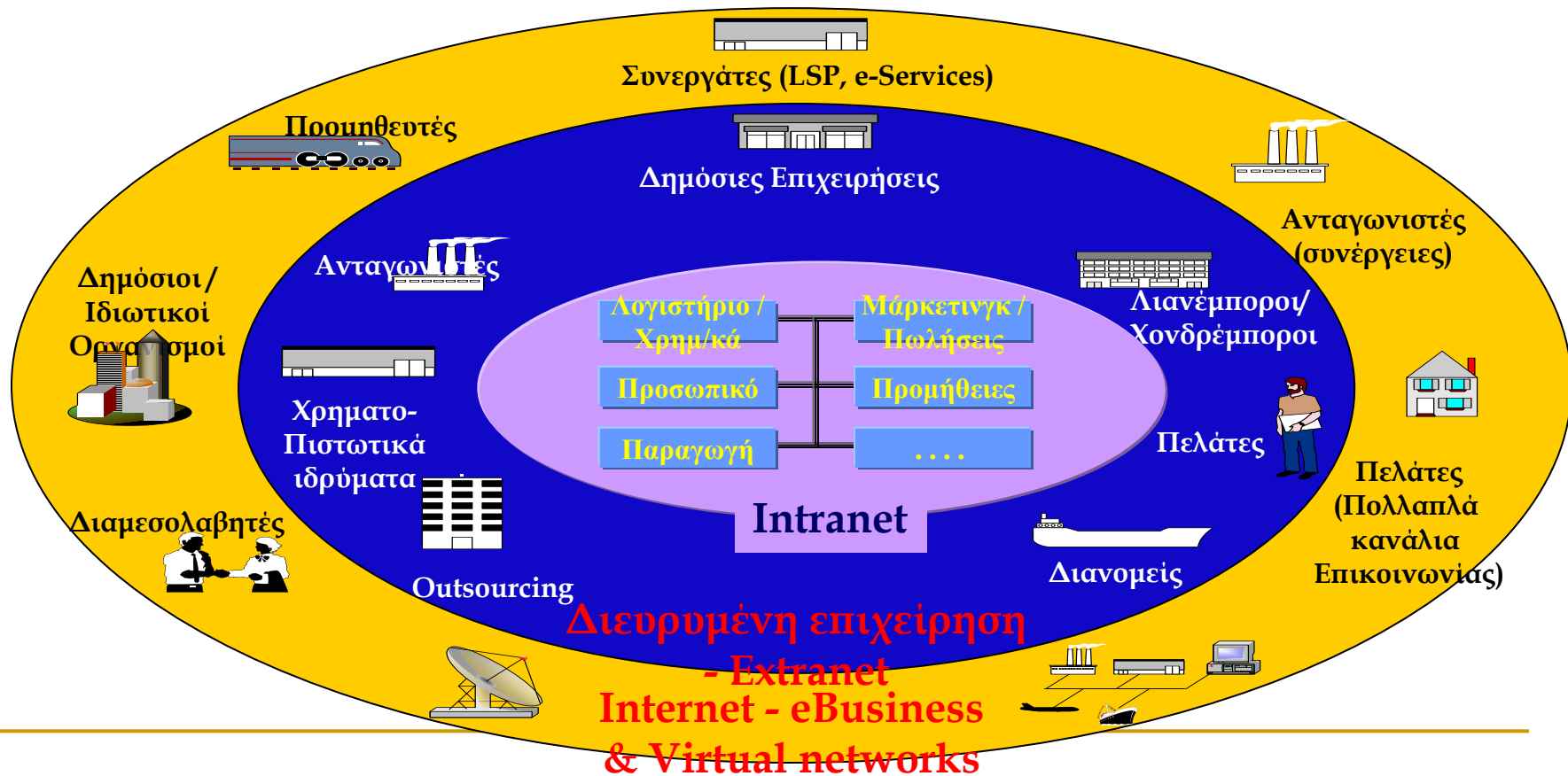


Αναδιαμόρφωση /
Αλλαγή Συμπεριφοράς

Νέα επιχ.μοντέλα

- e-business models
- business networks
- εικονικές επιχειρήσεις
- συνέργειες ...

Εξελικτική πορεία ICT



Στάδια ανάπτυξης Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (1)

4 Στάδια

- 1. Παρουσία - Presence web site** ,στατικό περιεχόμενο, γραφικά & πληροφόρηση για την εταιρία/προϊόντα / υπηρεσίες, προβολή - brochureware
- 2. Αλληλεπίδραση - Interaction** δυνατότητα αναζήτησης, αλληλεπίδρασης,προσωποποιημένες υπηρεσίες,κατάλογοι παραγγελιών, εξυπηρέτηση πελατών, on line κανάλι επικοινωνίας, δυνατότητες αμφίδρομης επικοινωνίας
- 3. Συναλλαγή - Transaction** δυνατότητα ανάπτυξης συναλλαγών και πωλήσεων μέσα από το διαδίκτυο, ενοποίηση με ERP, SCM και CRM, ηλεκτρονικές πωλήσεις, δημοπρασίες, αγορές, εφαρμογές εμπορίου, κοινότητες
- 4. Μετασχηματισμός - Transformation** πλήρης ολοκλήρωση λειτουργιών, συστημάτων και διαδικασιών, ηλεκτρονική διαχείριση εφοδιαστικής αλυσίδας

Η Διευρυμένη Επιχείρηση



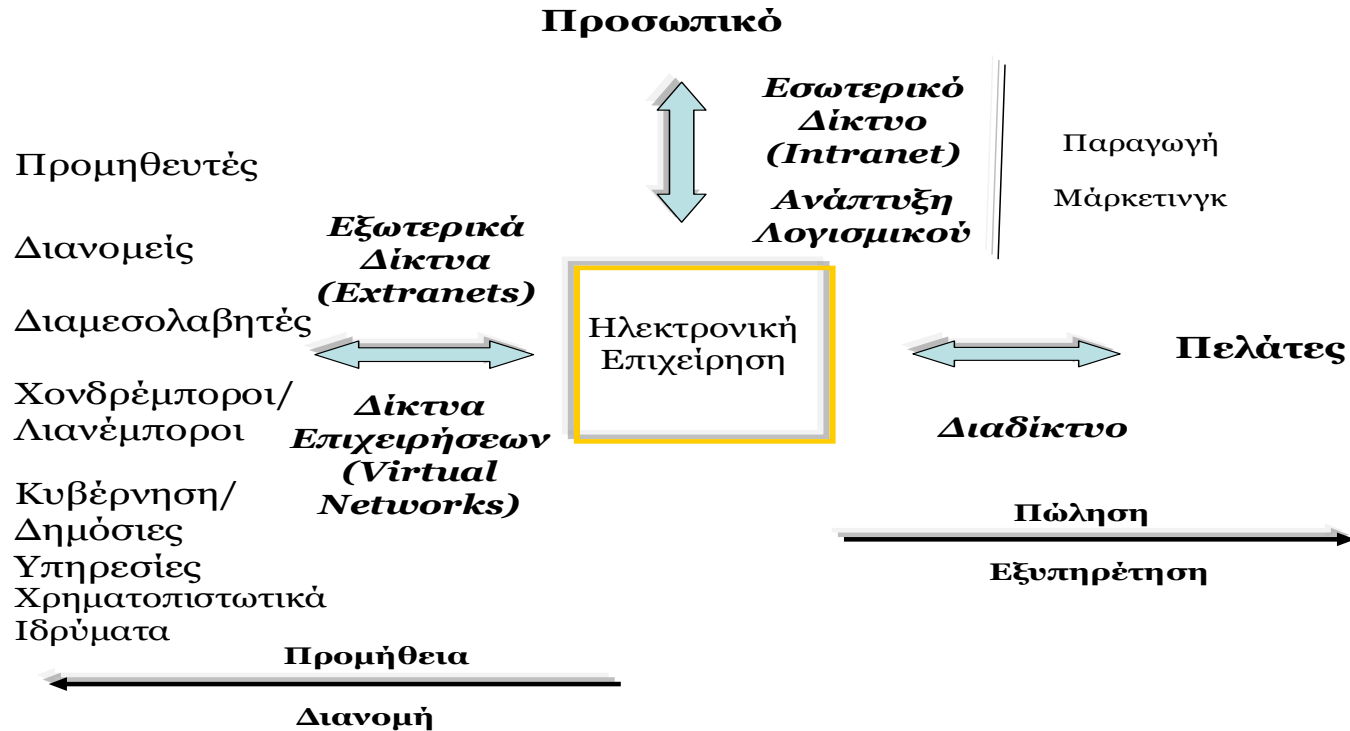
Συστήματα Επαφής με Προμηθευτές/Εμπόρους
Βελτιστοποιούν τις σχέσεις με τους επιχειρηματικούς
συνεργάτες. Μειώνουν το κόστος πωληθέντων
αγαθών

Εσωτερικά Συστήματα
Διευκολύνουν τις εσωτερικές λειτουργίες και
αυξάνουν την παραγωγικότητα

Συστήματα Επαφής με τους Πελάτες
Βελτιστοποιούν τις επιχειρησιακές σχέσεις με τους
πελάτες. Αυξάνουν την αποτελεσματικότητα των
προσφερόμενων υπηρεσιών

ΑΛΥΣΙΔΑ ΑΞΙΩΝ – VALUE CHAIN

Ηλεκτρονικό Επιχειρείν: Τι περιλαμβάνει;



Η Ανάγκη για Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Αλλαγές στο επιχειρηματικό περιβάλλον και στις συμπεριφορές των καταναλωτών

Τεχνολογικές Εξελίξεις

**Ηλεκτρονικό
Εμπόριο**

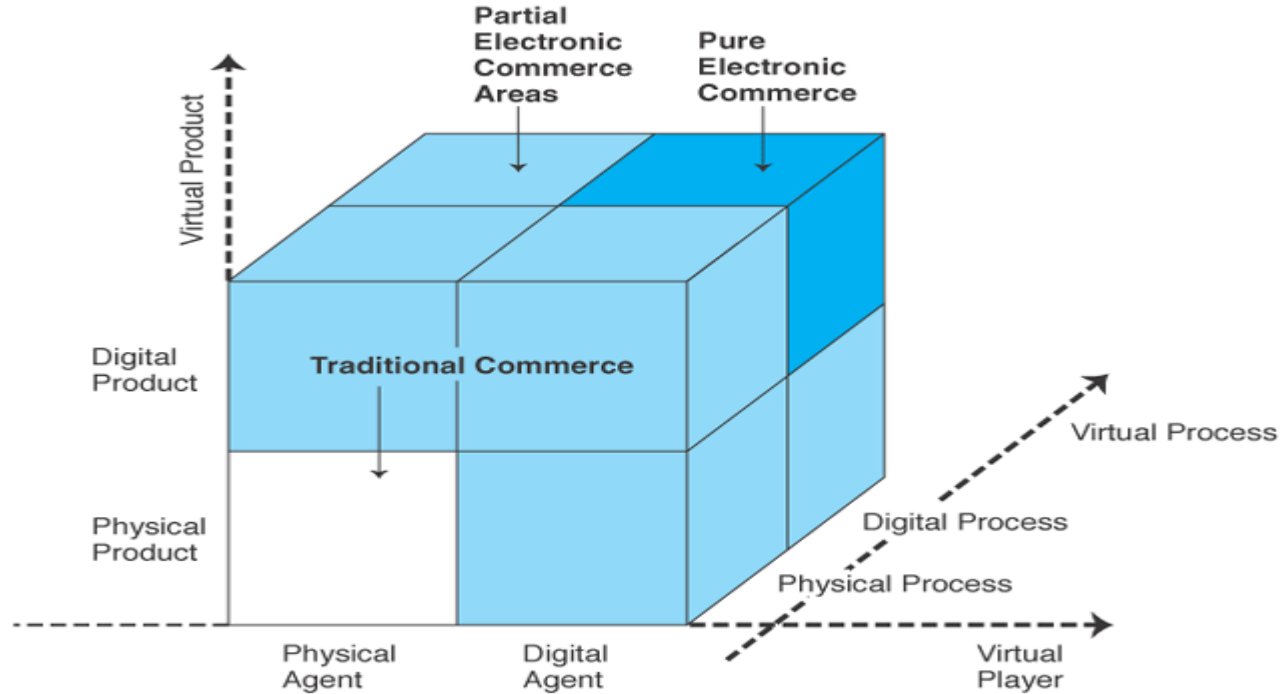
Παγκοσμιοποίηση του Εμπορίου

Συνεχώς αυξανόμενος ανταγωνισμός

Εικονικοί οργανισμοί και ηλεκτρονικές επιχειρήσεις

- Υπαρξη 2 βασικών μοντέλων μετάβασης στο ΗΕπ
- Ανάλογα με τη θέση της εκάστοτε εταιρείας στην αγορά και το σκοπό της επιχειρηματικής της δράσης, ακολουθείται και το αντίστοιχο μοντέλο
 1. Οι **εικονικοί οργανισμοί** διεξάγουν τις συναλλαγές τους αποκλειστικά με ηλεκτρονικό τρόπο
 2. Οι **οργανισμοί μερικού ΗΕπ ή ηλεκτρονικές επιχειρήσεις** διεξάγουν μερικές από τις εργασίες τους ηλεκτρονικά και τις υπόλοιπες με τον παραδοσιακό τρόπο
- Κατά τον Choi et al. (1997), το ΗΕ μπορεί να πάρει πολλές μορφές, ανάλογα με το βαθμό ψηφιοποίησης (μετασχηματισμό από φυσικό σε ψηφιακό) 3 διαστάσεων:
 1. του προϊόντος/ υπηρεσίας που πωλείται;
 2. της διαδικασίας και
 3. του διαμεσολαβητή

Οι 3 διαστάσεις του ΗΕ



Source: *Economics of Electronic Commerce*, 1/E by Choi/Stahl/Whinston, ©1997. Reprinted by permission of Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, NJ.

Ταξινόμηση του Ηλεκτρονικού Επ. με βάση τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων

- Επιχειρήσεις με επιχειρήσεις (Business-to-Business – B2B)
- Επιχειρήσεις με καταναλωτές (Business-to-Customer – B2C)
- Δημόσιες επιχειρήσεις με επιχειρήσεις (Government-to-Business – G2B)
- Δημόσιες επιχειρήσεις με καταναλωτές (Government-to-Customer – G2C)
- Καταναλωτές με καταναλωτές (Customers-to-Customers – C2C)
- Επιχειρήσεις με υπαλλήλους (Business-to-Employees – B2E)
- Δημόσιες επιχειρήσεις με δημόσιες επιχειρήσεις (Government-to- Government – G2G)

Ηλεκτρονικό Επιχειρείν: Πεδία Εφαρμογής (1)

- Ένδο-επιχειρησιακό
- Διεπιχειρησιακό
- Πελάτης – προς – επιχείρηση ή προς Δημόσιους φορείς

B

B2B

B2C

B2G

C

C2B

C2C

C2G

G

G2B

G2C

G2G

Ηλεκτρονικό Επιχειρείν: Πεδία Εφαρμογής (2)

Παραδείγματα

www.B2Bconstruct.gr

Dell-Πλαίσιο

Taxis

B

C

G

B

B2B

B2C

B2G

E-bay

C

C2B

C2C

C2G

Taxis

kep.gov.gr

G

G2B

G2C

G2G

Ηλ. προμήθειες

E-voting

Ανταλλαγή
δεδομένων

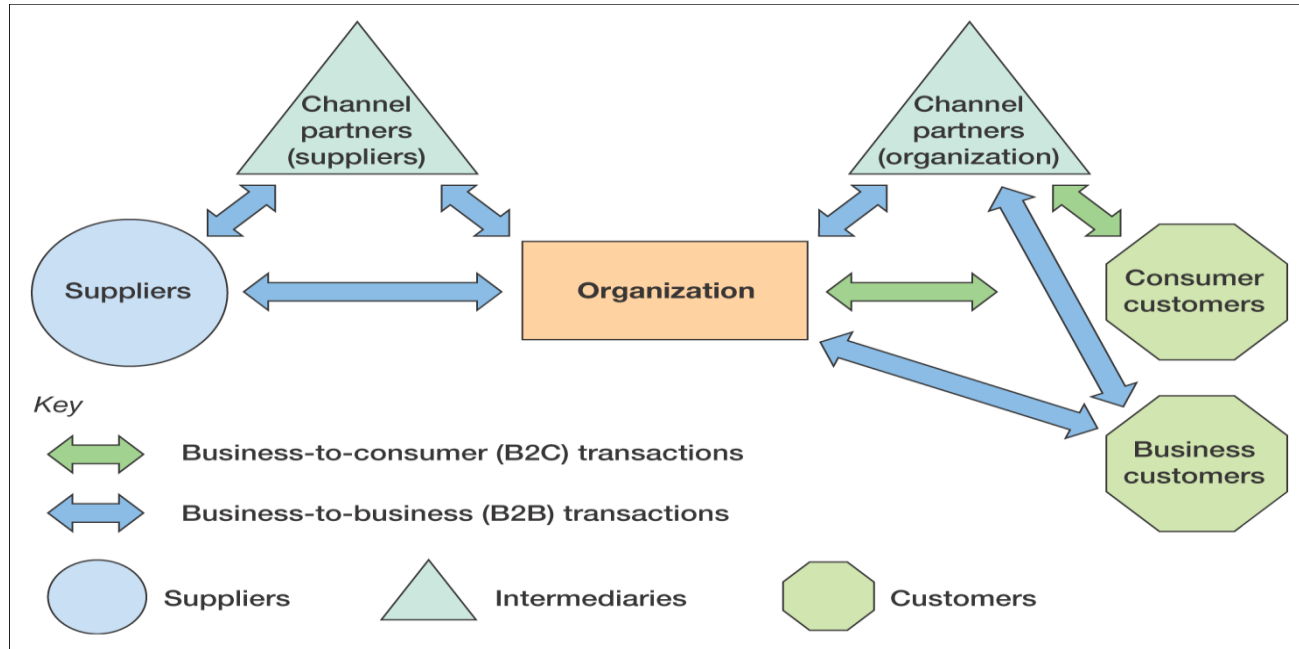
Από: Πάροχο περιεχομένου/υπηρεσίας			
	Καταναλωτής ή πολίτης	Επιχείρηση (οργανισμός)	Κρατική υπηρεσία
Προς: Καταναλωτή περιεχομένου/υπηρεσίας Επιχείρηση (οργανισμός) Καταναλωτής ή πολίτης Κρατική υπηρεσία	Συναλλαγές μεταξύ καταναλωτών (C2C) <ul style="list-style-type: none"> • eBay • Τηλεφωνία μεταξύ ομότιμων χρηστών (Skype) • Ιστολόγια και κοινότητες • Συστάσεις προϊόντων • Κοινωνικά δίκτυα (MySpace, Bebo...) 	Συναλλαγές επιχειρήσεων με καταναλωτές (B2C) <ul style="list-style-type: none"> • Συναλλαγές ειδών: Amazon • Οικοδόμηση σχέσεων: BP • Εταιρική ταυτότητα: Unilever • Ιδιοκτησία μέσων: NewsCorp • Τοποθεσίες σύγκρισης και κριτικών για προϊόντα: Kelkoo, Pricerunner 	Συναλλαγές κρατ. υπηρεσιών με καταναλωτές (G2C) <ul style="list-style-type: none"> • Συναλλαγές σε εθνικό κρατικό επίπεδο: Εφορία • Πληροφορίες για την κρατική διοίκηση • Πληροφορίες για την τοπική αυτοδιοίκηση
	Συναλλαγές καταναλωτών με επιχειρήσεις (C2B) <ul style="list-style-type: none"> • Priceline • Σχόλια από πελάτες, κοινότητες ή εκστρατείες 	Συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων (B2B) <ul style="list-style-type: none"> • Συναλλαγές ειδών: Eurooffice • Οικοδόμηση σχέσεων: BP • Ιδιοκτησία μέσων: Εκδόσεις Emap • Αγορές B2B: EC21 	Συναλλαγές κρατ. υπηρεσιών με επιχειρήσεις (G2B) <ul style="list-style-type: none"> • Κρατικές υπηρεσίες και συναλλαγές: Εφορία • Νομοθεσία
	Συναλλαγές καταναλωτών με κρατ. υπηρεσίες (C2G) <ul style="list-style-type: none"> • Κριτική και σχόλια προς το κράτος μέσω μεμονωμένων τοποθεσιών Ιστού ή ενώσεων συμφερόντων 	Συναλλαγές επιχειρήσεων με κρατ. υπηρεσίες (B2G) <ul style="list-style-type: none"> • Κριτική και σχόλια προς κρατικές υπηρεσίες και μη κρατικούς οργανισμούς 	Συναλλαγές μεταξύ κρατ. υπηρεσιών (G2G) <ul style="list-style-type: none"> • Ενδουπηρεσιακές συναλλαγές • Ανταλλαγή στοιχείων

Εικόνα 1.11 Συνοπτική παρουσίαση και παραδείγματα εναλλακτικών επιλογών για συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων, καταναλωτών και κρατικών οργανισμών

Ηλεκτρονικό Επιχειρείν: Πεδία Εφαρμογής (3)

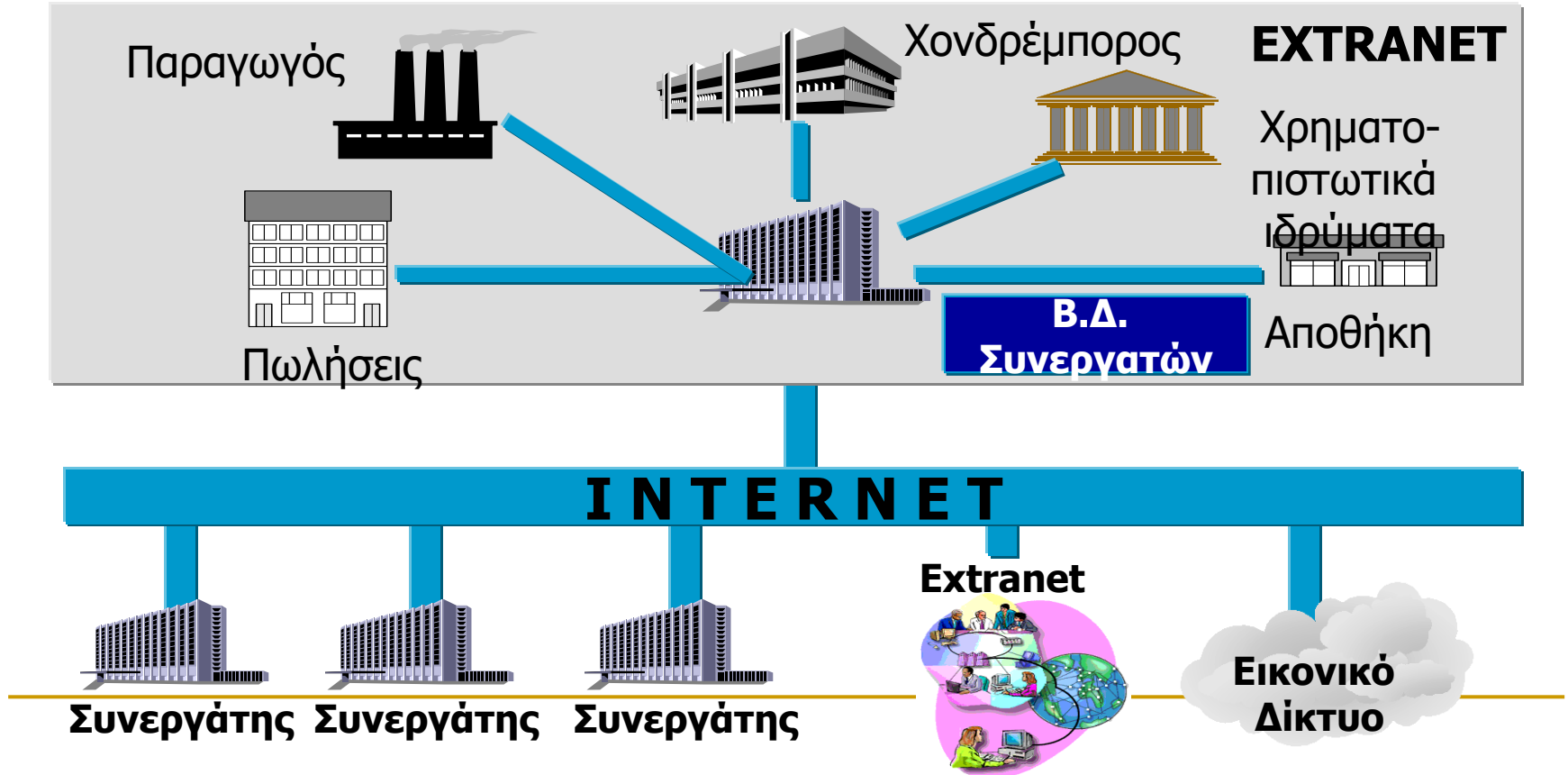
		From: Supplier of content/service		
		<i>Consumer or citizen</i>	<i>Business (organization)</i>	<i>Government</i>
To: Consumer of content/service	<i>Consumer or citizen</i>	Consumer-to-Consumer (C2C) <ul style="list-style-type: none"> • eBay • Peer-to-Peer (Skype) • Blogs and communities • Product recommendations • Social networks: MySpace, Bebo 	Business-to-Consumer (B2C) <ul style="list-style-type: none"> • Transactional: Amazon • Relationship-building: BP • Brand-building: Unilever • Media owner – News Corp • Comparison intermediary: Kelkoo, Pricerunner 	Government-to-Consumer (G2C) <ul style="list-style-type: none"> • National government transactional: Tax – inland revenue • National government information • Local government services
	<i>Business (organization)</i>	Consumer-to-Business (C2B) <ul style="list-style-type: none"> • Priceline • Consumer-feedback, communities or campaigns 	Business-to-Business (B2B) <ul style="list-style-type: none"> • Transactional: Eurooffice • Relationship-building: BP • Media Owned: Emap business publications • B2B marketplaces: EC21 	Government-to-Business (G2B) <ul style="list-style-type: none"> • Government services and transactions: tax • Legal regulations
	<i>Government</i>	Consumer-to-Government (C2G) <ul style="list-style-type: none"> • Feedback to government through pressure group or individual sites 	Business-to-Government (B2G) <ul style="list-style-type: none"> • Feedback to government businesses and non-governmental organizations 	Government-to-Government (G2G) <ul style="list-style-type: none"> • Inter-government services • Exchange of information

B2B και B2C συναλλαγές



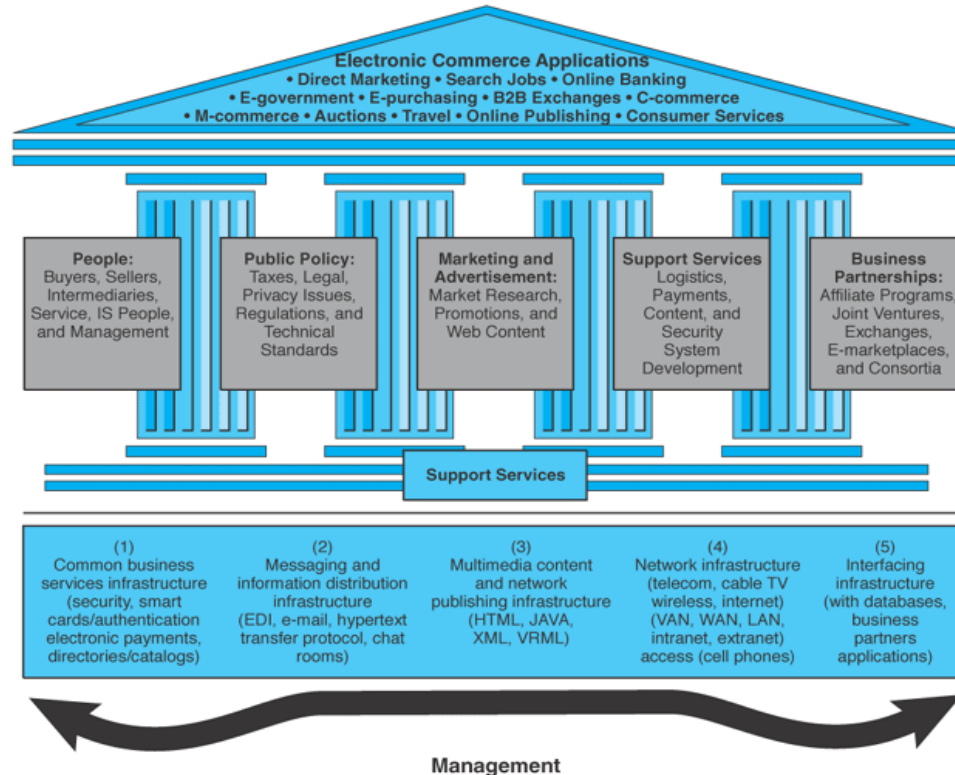
Chaffey, 2008

Ηλεκτρονικό δίκτυο Συνεργασιών



Ένα Πλαίσιο Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Exhibit 1.2 A Framework for Electronic Commerce



Τα κυριότερα οφέλη του ΗΕ για τις επιχειρήσεις

- Παγκόσμια πρόσβαση
- Μείωση κόστους
- Βελτιώσεις στην αλυσίδα προμηθειών
- Εκτεταμένες ώρες λειτουργίας: 24/7/365
- Εξειδίκευση
- Νέα επιχειρησιακά μοντέλα
- Εξειδίκευση προμηθευτή
- Ταχεία εισαγωγή στην αγορά
- Χαμηλότερο κόστος επικοινωνίας
- Αποτελεσματική τροφοδοσία
- Βελτιωμένες σχέσεις με τους πελάτες
- Ενημερωμένο υλικό για την εταιρεία
- Άλλα οφέλη....

Τα κυριότερα οφέλη του ΗΕ για τους καταναλωτές

- Πανταχού παρουσία
- Περισσότερα προϊόντα και υπηρεσίες
- Φθηνότερα προϊόντα και υπηρεσίες
- Άμεση παράδοση
- Διαθεσιμότητα πληροφοριών
- Συμμετοχή σε δημοπρασίες
- Ηλεκτρονικές κοινότητες
- Εξειδίκευση
- Άλλα οφέλη...

Βασικότεροι φραγμοί-ανασταλτικοί παράγοντες του ΗΕπ

- Ασφάλεια
- Εμπιστοσύνη και κίνδυνος
- Έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού
- Έλλειψη επιχειρησιακών μοντέλων
- Κουλτούρα
- Οργάνωση
- Απάτη
- Νομικά ζητήματα
- Άλλοι φραγμοί.....

Μακροπεριβάλλον

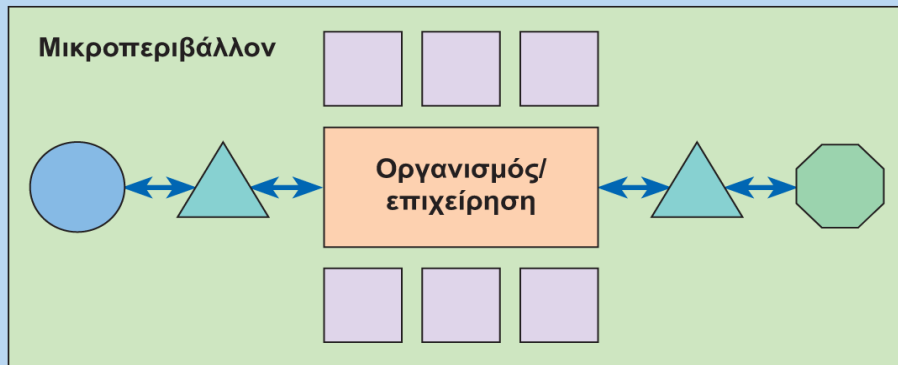
Διεθνείς παράμετροι

- Οικονομικοί παράγοντες
- Νομικοί περιορισμοί
- Πολιτιστικοί παράγοντες

Τεχνολογικές παράμετροι

- Καινοτομία
- Τάσεις

Μικροπεριβάλλον



Κοινωνικές παράμετροι

- Κοινή γνώμη
- Δεοντολογικοί περιορισμοί
- Ηθικοί περιορισμοί

Παράμετροι που αφορούν κάθε χώρα

- Οικονομικοί παράγοντες
- Νομικοί περιορισμοί
- Πολιτιστικοί παράγοντες

Υπόμνημα



Προμηθευτές



Ανταγωνιστές



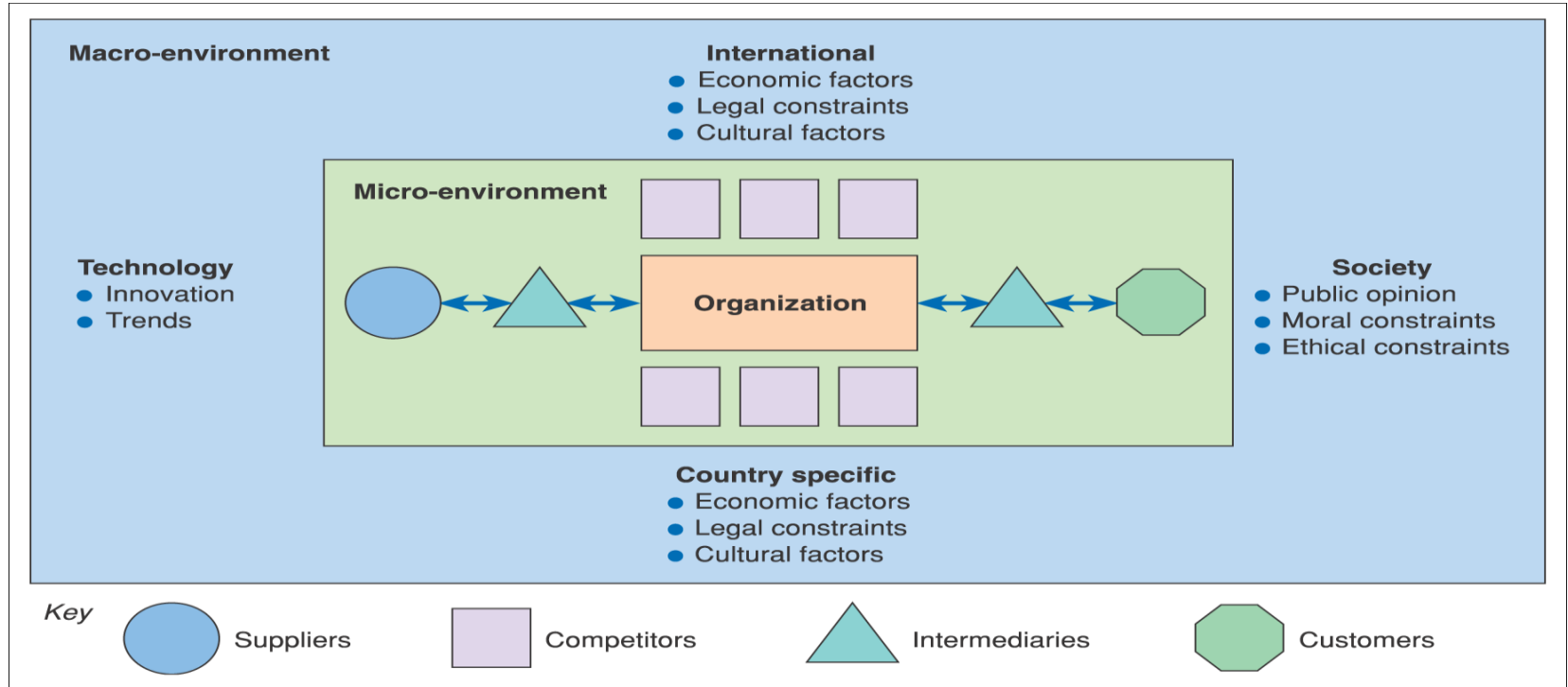
Μεσάζοντες



Πελάτες

Το περιβάλλον στο οποίο παρέχονται οι υπηρεσίες του ψηφιακού επιχειρείν

Περιβάλλον στο οποίο οι η-υπηρεσίες παρέχονται



Ερωτήματα που τίθενται σε σχέση με το κόστος της ηλεκτρονικής επιχειρηματικής δράσης;

- ❖ Πόσο τελικά θα κοστίσει η ηλεκτρονική παρουσία;
- ❖ Ποιες είναι οι αναμενόμενες πωλήσεις;
- ❖ Ποια τα αναμενόμενα οφέλη για τη γνωστοποίηση της εταιρίας και την προώθηση καινοτομιών;
- ❖ Πόσο θα κοστίζει στην εταιρία η διανομή των προϊόντων;

Το κόστος διεξόδου της επιχείρησης στην ηλεκτρονική αγορά διακρίνεται σε:

- Κόστος υλοποίησης του έργου (κόστος εισόδου στην ηλεκτρονική αγορά)
- Κόστος υποστήριξης του έργου (κόστος δικτυακής δραστηριότητας)

Το κόστος εισόδου στην αγορά του Internet, διακρίνεται σε :

- Το κόστος του απαιτούμενου υλικού
- Το κόστος του απαιτούμενου λογισμικού
- Το κόστος των απαιτούμενων υπηρεσιών για την υλοποίηση του έργου,
 - δηλαδή το κόστος λήψης υπηρεσιών από εξωτερικούς συνεργάτες
- Το κόστος απασχόλησης του προσωπικού της εταιρείας
- Το κόστος συντήρησης - επέκτασης

- ✓ μέτρα διασφάλισης του απορρήτου
- ✓ Δημιουργία εμπιστοσύνης
- ✓ εναλλακτικές μέθοδοι πληρωμής
- ✓ Παροχή καταλόγων /παρουσίαση προϊόντων
- ✓ Παροχή after sales υπηρεσιών
- ✓ Διευκόλυνση & διασφάλιση επιστροφών

e-Business και οι Ελληνικές Επιχειρήσεις

Ενδείξεις καθυστέρησης ως προς την υιοθέτηση δραστηριοτήτων Ηλεκτρονικού Επιχειρείν στους παρακάτω τομείς

- Επιχειρήσεις με Ευρυζωνική πρόσβαση στο διαδίκτυο
- Εφοδιαστική Αλυσίδα και ενοποίηση: Ολοκλήρωση των επιχειρήσεων με τους προμηθευτές και τους πελάτες
- Επιχειρήσεις που πραγματοποιούν ηλεκτρονικά τις πωλήσεις τους - Ηλεκτρονικές Προμήθειες (e-Procurement)
- ηλεκτρονικές αγορές e-marketplaces
- Συνεργατικά μοντέλα με ανάπτυξη δικτύων συνεργατών
- IoT Internet **of Things**

- Η πλειοψηφία των ελληνικών επιχειρήσεων έχει συνειδητοποιήσει ότι η χρήση των εφαρμογών του ηλεκτρονικού επιχειρείν είναι αναγκαία για την καλύτερη και αποτελεσματικότερη λειτουργία τους
- Δεδομένου όμως του μεγέθους των επιχειρήσεων (μικρομεσαίες επιχειρήσεις) γίνεται σαφές ότι τα περιθώρια για επενδύσεις είναι περιορισμένα
- Η ασφάλεια των συναλλαγών τους δημιουργεί άγχος στις συναλλαγές τους με τρίτους
- Εκτός από την επιφυλακτικότητα, υπάρχει και μεγάλη απόσταση μέχρι να εξοικειωθούν τα στελέχη και το προσωπικό των επιχειρήσεων, ώστε να χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό επιχειρείν με στόχο τη διευκόλυνση τους.

Το Διαδίκτυο βοηθά τις επιχειρήσεις που το χρησιμοποιούν να χτίζουν άμεσα και γρήγορα συνεργασίες - δίκτυα με προμηθευτές, συνεργάτες, πελάτες και κυρίως διεθνείς οργανισμούς, επιχειρήσεις και κυβερνήσεις

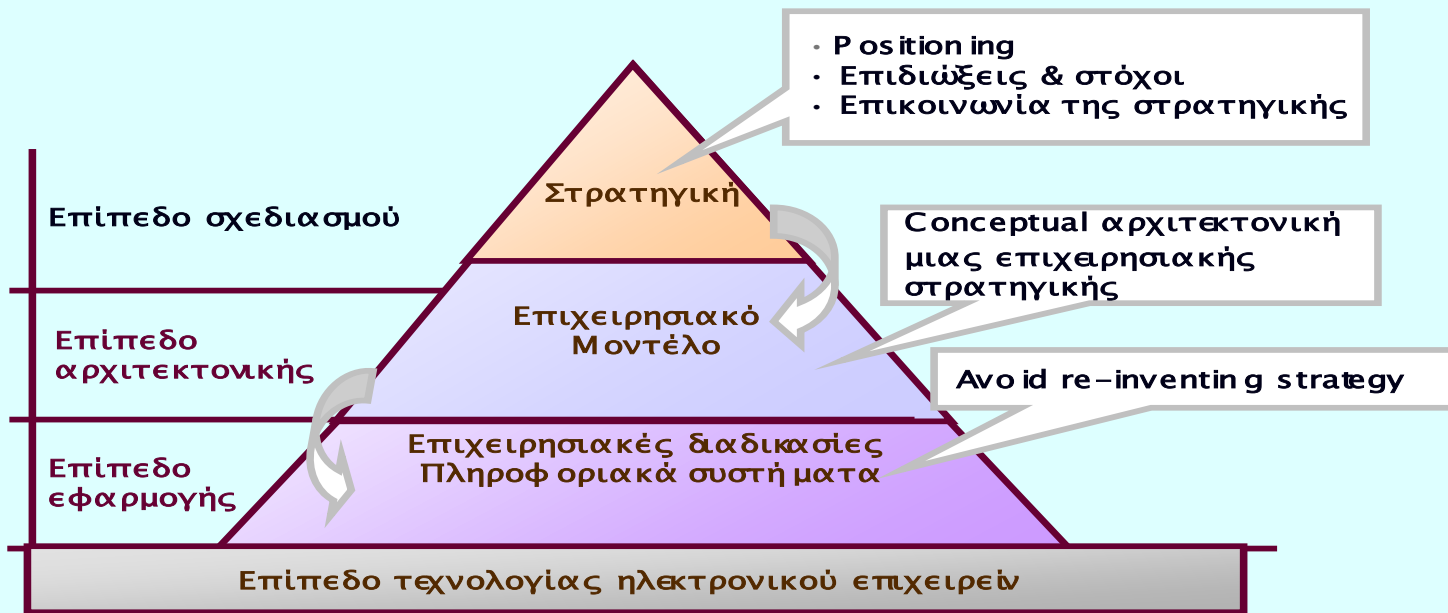
Χρειάζεται:

- Ενημέρωση για δυνατούς συνδυασμούς τεχνολογιών, μεθόδων, επιχειρησιακών επιπτώσεων και αναγκών αναδιοργανώσεων
- Προγραμματισμός συνολικής στρατηγικής και χρονοδιάγραμμα ανάπτυξης
- Επιλογή συνεργιών και συνεργατών & επιχειρηματικών μοντέλων
- Υλοποίηση της στρατηγικής μέσα από προγραμματισμένες φάσεις τακτικής
- Εμπεριστατωμένη ανάλυση και καταγραφή του πεδίου δράσης και των περιοριστικών παραγόντων
- Ολοκληρωμένη κριτική εξέταση του πεδίου δράσης και μέτρηση αποτελεσμάτων
- Καταγραφή, ανάλυση, αξιολόγηση, ιεράρχηση των σχετικών αναγκών και δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων που επιχειρούν ηλεκτρονικά
- Ανάπτυξη και παρουσίαση υποστηρικτικών δράσεων -υπηρεσιών στις Ελληνικές επιχειρήσεις/ φορείς υποστήριξης

- Ένα επιχειρηματικό μοντέλο είναι μια περιγραφή ρόλων και σχέσεων μεταξύ καταναλωτών, πελατών, συνεργατών-συμμάχων και προμηθευτών, που καθορίζει τις ροές προϊόντων, πληροφοριών και χρημάτων και τα κύρια οφέλη των εμπλεκόμενων
-
- Το ηλεκτρονικό επιχειρηματικό μοντέλο συνδέεται με την ανάπτυξη καινοτόμων ψηφιακών τεχνολογικών λύσεων για δημιουργία αξίας υπέρ του οργανισμού και των επιχειρησιακών του εταιρών / πελατών
- Το ηλεκτρονικό επιχειρείν έδωσε νέα
- ώθηση σε παραδοσιακά επιχειρηματικά μοντέλα
- (π.χ. το ηλεκτρονικό κατάστημα: e-shop
- αποτελεί ηλεκτρονική εκδοχή του παραδοσιακού
- καταστήματος) αλλά οδήγησε και σε ανάπτυξη
- απόλυτα νέων - καινοτόμων επιχειρηματικών μοντέλων
- (π.χ. εικονικές κοινότητες: virtual communities)



Γιατί απαιτείται προσέγγιση επιχειρησιακού μοντέλου;



Το επιχειρησιακό μοντέλο αποτελεί τον συνδετικό κρίκο μεταξύ χαρασσόμενης στρατηγικής και υλοποιούμενων επιχειρησιακών διαδικασιών, στο συγκεκριμένο πλαίσιο του τεχνολογικού περιβάλλοντος ηλεκτρονικού επιχειρείν

ΗΕ : που εφαρμόζεται, σε ποιο επιχειρηματικό κλάδο, από ποιους???



Energy



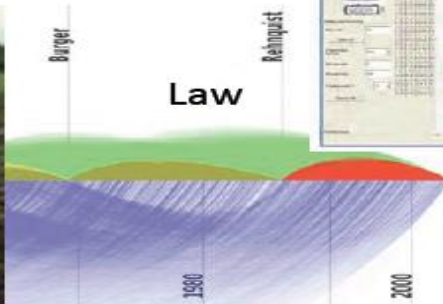
Entertainment

Information Technology
Impacts Our Daily Lives
and
Every Sector of Society

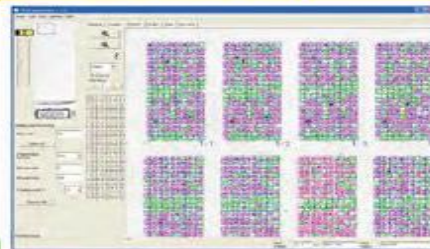


Transportation

Agriculture



Law



Science

Journalism



Manufacturing



HE : ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ



BIG DATA



ANALYTICS



CLOUD



MOBILE



SOCIAL