



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

Πρόγραμμα σπουδών

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ

Θεματική ενότητα

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ

Τόμος Α

«ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ»

ΔΡΟΣΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

Λέκτορας, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

ΠΑΤΡΑ 2012

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

Πρόγραμμα σπουδών
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ

Θεματική ενότητα
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ

Τόμος Α -

Ηλεκτρονικό Επιχειρείν

Συγγραφή
ΔΡΟΣΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
Λέκτορας, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

Κριτική Ανάγνωση
-ΜΙΧΙΩΤΗΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ -
Αν. Καθηγητής, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Επιμέλεια στη μέθοδο της εκπαίδευσης από απόσταση

-ΕΠΩΝΥΜΟ ΟΝΟΜΑ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ-

Γλωσσική Επιμέλεια

-ΕΠΩΝΥΜΟ ΟΝΟΜΑ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ-

Τεχνική Επιμέλεια

-ΕΠΩΝΥΜΟ ΟΝΟΜΑ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ-

ISBN: -Κωδικός ISBN-

Κωδικός Έκδοσης: -Κωδικός Έκδοσης-

Copyright -Ισχύς Copyright-

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

-Διεύθυνση- -- Τηλ: -Τηλέφωνο- Φαξ: -Φαξ-

Σύμφωνα με το Ν.2121/1993 απαγορεύεται η συνολική ή αποσπασματική αναδημοσίευση του βιβλίου αυτού ή η αναπαραγωγή του με οποιοδήποτε μέσο, χωρίς την άδεια του εκδότη

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Κατάλογος Εικόνων	7
Κατάλογος Πινάκων	9
Κεφάλαιο 1 Η έννοια του ηλεκτρονικού επιχειρείν.....	10
1.1 Εισαγωγή στο ηλεκτρονικό επιχειρείν	12
1.1.1 ΗΕπ στην πράξη: χαρακτηριστικά παραδείγματα ιστοτόπων που άλλαξαν τον κόσμο.....	16
1.1.2 Η διαφορά μεταξύ ηλεκτρονικού εμπορίου και ηλεκτρονικού επιχειρείν... 19	
1.2 Μοναδικά χαρακτηριστικά του ηλεκτρονικού επιχειρείν.....	22
1.3 Ανάγκη των επιχειρήσεων για ηλεκτρονικό επιχειρείν	31
Παράρτημα Ι: Απαντήσεις Ασκήσεων Αυτοαξιολόγησης και Δραστηριοτήτων του Κεφαλαίου	39
Άσκηση Αυτοαξιολόγησης 1 /Κεφάλαιο 1	39
Άσκηση Αυτοαξιολόγησης 2 /Κεφάλαιο 1	40
Δραστηριότητα 1 /Κεφάλαιο 1.....	42
Κεφάλαιο 2 Το περιβάλλον του ηλεκτρονικού επιχειρείν - Υποδομές	43
2.1 Περιβάλλον και επιρροές στο ΗΕπ.....	44
2.2 Τομείς ηλεκτρονικού επιχειρείν.....	48
2.3 Επιχειρηματικά μοντέλα στο ηλεκτρονικό περιβάλλον.....	59
2.4 Τεχνολογίες Διαδικτύου.....	70
2.4.1. Αρχιτεκτονική διαδικτύου.....	70
2.4.2 Βασικές υπηρεσίες διαδικτύου.....	72
2.4.3 Ο Παγκόσμιος (σημασιολογικός) Ιστός.....	73
2.4.4 Ασύρματα δίκτυα υπολογιστών και πρόσβαση στο Διαδίκτυο	75
Παράρτημα ΙΙ: Απαντήσεις Ασκήσεων Αυτοαξιολόγησης και Δραστηριοτήτων του Κεφαλαίου	82

Άσκηση Αυτοαξιολόγησης 1 /Κεφάλαιο 2	82
Άσκηση Αυτοαξιολόγησης 2 /Κεφάλαιο 2	82
Δραστηριότητα 1 /Κεφάλαιο 2.....	83
Δραστηριότητα 2 /Κεφάλαιο 2.....	83
Δραστηριότητα 3 /Κεφάλαιο 2.....	84
Δραστηριότητα 4 /Κεφάλαιο 2.....	84
Κεφάλαιο 3 Στρατηγικές ηλεκτρονικού επιχειρείν	85
3.1 Βασικές έννοιες	86
3.2 Εισαγωγή στη στρατηγική της ηλεκτρονικής επιχείρησης.....	88
3.3 Τα στάδια στρατηγικής της ηλεκτρονικής επιχείρησης.....	92
Παράρτημα III: Απαντήσεις Ασκήσεων Αυτοαξιολόγησης και Δραστηριοτήτων του Κεφαλαίου	101
Άσκηση Αυτοαξιολόγησης 1 /Κεφάλαιο 3	101
Άσκηση Αυτοαξιολόγησης 2 /Κεφάλαιο 3	102
Δραστηριότητα 1 /Κεφάλαιο 3.....	103
Κεφάλαιο 4 Ηλεκτρονικό επιχειρείν και πελάτες	104
4.1 Το προφίλ του πελάτη	105
4.2 Αλληλεπιδραστικό μάρκετινγκ και εξατομίκευση.....	109
4.3 Web 2.0 και κοινωνικά δίκτυα.....	115
4.3.1 Ιστολόγια (Blogs).....	117
4.3.2 Wikis	118
4.3.3 Tagging	118
4.3.4 Ανταλλαγή και δημοσιοποίηση πολυμεσικού περιεχομένου.....	119
4.3.5 RSS.....	119
4.3.6 Κοινωνικά δίκτυα.....	120
4.4 Ηθικά και νομικά θέματα	121
Παράρτημα IV: Απαντήσεις Ασκήσεων Αυτοαξιολόγησης και Δραστηριοτήτων του Κεφαλαίου	126

Άσκηση Αυτοαξιολόγησης 1 /Κεφάλαιο 4	126
Άσκηση Αυτοαξιολόγησης 2 /Κεφάλαιο 4	126
Δραστηριότητα 1 /Κεφάλαιο 4.....	127
Δραστηριότητα 2 /Κεφάλαιο 4.....	127
Κεφάλαιο 5 Μελέτες Περίπτωσης	129
5.1 Amazon.com	130
5.2 Ηλεκτρονική Τιμολόγηση.....	134
5.3 e-bay.com	138
5.4 Διαχείριση στόλου οχημάτων σε πραγματικό χρόνο: Η εφαρμογή του e-TRACK® στη Διακίνησις Α.Ε.	141
5.4.1 Το περιβάλλον των αστικών διανομών	141
5.4.2 Συστήματα αντιμετώπισης δυναμικών γεγονότων σε πραγματικό χρόνο .	142
5.4.3 Υλοποίηση του συστήματος στη Διακίνησις Α.Ε.....	143
5.4.4 Οφέλη από την χρήση του συστήματος	145
5.5 Parking Defenders: Μια νέα Ελληνική εφαρμογή στο κινητό τηλέφωνο.....	148
5.5.1 Η Ιστορία της Εταιρείας.....	148
5.5.2 Η Ιδέα	148
5.5.3 Επιχειρηματικό Μοντέλο - Έσοδα.....	149
5.5.4 Mobile applications (ανάπτυξη, milestones, περιορισμοί) και τρόποι προσέγγισης καταναλωτών	151
5.5.5. Ποια η κατάσταση της εφαρμογής μερικούς μήνες μετά την ιδέα;	152
5.5.6 Στρατηγική και Όραμα.....	152
Παράρτημα V: Απαντήσεις Ασκήσεων Αυτοαξιολόγησης και Δραστηριοτήτων του Κεφαλαίου	155
Άσκηση Αυτοαξιολόγησης 1 /Κεφάλαιο 5	155
Άσκηση Αυτοαξιολόγησης 2 /Κεφάλαιο 5	155
Άσκηση Αυτοαξιολόγησης 3 /Κεφάλαιο 5	155
Άσκηση Αυτοαξιολόγησης 4 /Κεφάλαιο 5	155

Άσκηση Αυτοαξιολόγησης 5 /Κεφάλαιο 5	156
Άσκηση Αυτοαξιολόγησης 6 /Κεφάλαιο 5	156
Δραστηριότητα 1 /Κεφάλαιο 5.....	156

Κατάλογος Εικόνων

Εικόνα 1 Εξέλιξη ηλεκτρονικού επιχειρείν	13
Εικόνα 3 Στιγμιότυπο της ιστοθέσης Napster (πηγή:www.napster.com).....	17
Εικόνα 4 Η κεντρική σελίδα του eBay (πηγή:www.ebay.com).....	18
Εικόνα 5 Η Ελληνική έκδοση της Wikipedia (πηγή:www.wikipedia.com)	18
Εικόνα 6 Το ηλεκτρονικό εμπόριο ως υποσύνολο του ΗΕπ.....	21
Εικόνα 7 Οι κύριες τάσεις της υπολογιστικής (πηγή Weiser, Dr. Mark. (1996) “Major Trends of Computing”, τελευταία πρόσβαση 1 ^η Μαρτίου, 2012, http://www.ubiq.com/hypertext/weiser/UbiHome.html)	25
Εικόνα 8 Διαδικτυακοί χρήστες παγκοσμίως (πηγή: www.internetworldstats.com, Δεκέμβριος 2011)	25
Εικόνα 9 Η διεπαφή της διαδικτυακής 2.0 υπηρεσίας συνεργατικής πλατφόρμας Trello.com (πηγή: https://trello.com).....	33
Εικόνα 10 Συναλλαγές στο ΗΕπ	49
Εικόνα 11 Το μοντέλο των ηλεκτρονικών αγορών.....	52
Εικόνα 12 Επιχειρηματική λογική	60
Εικόνα 13 Τμηματοποίηση του ηλεκτρονικού επιχειρηματικού μοντέλου	61
Εικόνα 14 Η διαδικασία ηλεκτρονικού εφοδιασμού.....	63
Εικόνα 15 Αποδιαμεσολάβηση: Εξάλειψη των μεσαζόντων.....	67
Εικόνα 16 Πώς το Διαδίκτυο επηρεάζει τη δομή μιας αγοράς (πηγή: Porter, 2001)....	87
Εικόνα 17 Η σημασία της ανάλυσης τεραστίου όγκου επιχειρησιακών δεδομένων	92
Εικόνα 18 Τα βασικά στάδια της στρατηγικής.....	97
Εικόνα 19 Χρήστες του Διαδικτύου που έχουν αγοράσει ή παραγγείλει προϊόντα ή υπηρεσίες για ιδιωτική χρήση μέσω του διαδικτύου κατά τους τελευταίους 12 μήνες, 2009-2011 (% των χρηστών του διαδικτύου. Πηγή Eurostat, ec.europa.eu/eurostat).....	107
Εικόνα 21 Στιγμιότυπο του λογισμικού Google Analytics (πηγή: http://www.google.com/analytics/).....	112
Εικόνα 22 Εξατομικευμένο περιεχόμενο, πηγή www.google.com/ig	113
Εικόνα 23 Εξατομίκευση προϊόντος (πηγή: Nike.com).....	114
Εικόνα 24 Το εξώφυλλο του περιοδικού Time το 2006 (πηγή:www.time.com).....	116
Εικόνα 25 Το τοπίο των κοινωνικών δικτύων το 2012 (πηγή: Forbes.com "An overview of the social media ecosystem").....	117
Εικόνα 26 Το tag cloud του rss.in.gr (πηγή: http://www.wordle.net).....	119

Εικόνα 27 Back-end σύστημα.....	144
Εικόνα 28 Στιγμιότυπο καταγραφής χρονικής καθυστέρησης	145
Εικόνα 29 Front-end σύστημα	145

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1 Ενδεικτικοί ορισμοί ηλεκτρονικού εμπορίου και επιχειρείν	19
Πίνακας 2 Τι διαφοροποιεί το ΗΕπ σε σχέση με το κλασικό επιχειρείν, βασισμένο στο βιβλίο των Laudon και Laudon 2011, σελ. 13	22
Πίνακας 3 Πηγές ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος κατά Porter.....	90
Πίνακας 4 Βασικές ενότητες επιχειρηματικού σχεδίου, βασισμένο στο πρότυπο επιχειρηματικό σχέδιο του φοιτητικού διαγωνισμού e-innovation (eninnovation.gr).....	93
Πίνακας 5 Δημοφιλέστεροι διαδικτυακοί ιστοχώροι στην Ελλάδα (πηγή: alexa.com, Μάιος 2012).....	108
Πίνακας 6 Amazon και ανάλυση SWOT (πηγή: Datamonitor, 29 Σεπτεμβρίου 2011)	132
Πίνακας 7 Τυπικά προβλήματα αστικών διανομών.....	141