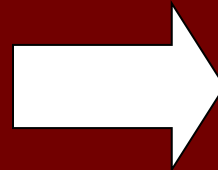


# ***e-Market:***

***Παρουσίαση του μοντέλου των  
Ηλεκτρονικών Αγορών B2B  
βήμα προς βήμα***

*Σπανού Σοφία*

# Internet & Επιχειρήσεις



# Internet & Επιχειρήσεις

## ■ Παλαιότερα:

Η αγορά αγαθών από την οθόνη του υπολογιστή έμοιαζε με σενάριο επιστημονικής φαντασίας

## ■ Σήμερα:

Είναι μια πραγματικότητα με τους ειδικούς να μιλούν για επανάσταση στη λιανική πώληση.

Πραγματικότητα την οποία δεν θα μπορούσαν να αγνοήσουν οι επιχειρήσεις και οι μεγάλες βιομηχανίες.



# Internet & Επιχειρήσεις

- *Επιχειρείν* → *η-επιχειρείν*  
(*e-business*)
- *Εμπόριο* → *η-εμπόριο*  
(*e-commerce*)
- *Αγορές* → *η-αγορές*  
(*e-Marketplaces*)

# Τι είναι:

- **η-επιχειρείν**

κάθε επιχειρηματική πράξη μέσα στην αλυσίδα αξίας των προϊόντων και των υπηρεσιών μιας επιχείρησης που πραγματοποιείται με ψηφιακή μορφή μέσω ηλεκτρονικών δικτύων.

- **η-εμπόριο**

η επικοινωνία και η σύναψη εμπορικών συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων ή μεταξύ επιχειρήσεων και των πελατών τους, με τη χρήση ηλεκτρονικών μέσων.

- **η-αγορές**

οι αγορές που πραγματοποιούνται μέσω διαδικτύου και γενικότερα μέσω ψηφιακών και ηλεκτρονικών μέσων.

# Κατηγορίες:

## *e-business & e-commerce*

- B2C Business to Consumer
- C2C Consumer to Consumer
- B2B Business to Business
- B2G Business to Government
- C2G Consumer to Government

## *e-marketplaces*

*Με βάση τη φυσιογνωμία:*

Οριζόντιες

Κάθετες

Δημόσιες- Ιδιωτικές

*Με βάση το επιχ/κό μοντέλο:*

ανεξάρτητη πλατφόρμα

πλατφόρμα που εστιάζει στις πωλήσεις

πλατφόρμα που εστιάζει στις αγορές



# πλεονεκτήματα:

## e-business :

- Ουσιαστικότερη και αποδοτικότερη σχέση με προμηθευτές και εμπορικούς συνεργάτες
- Μείωση κρίκων προμηθευτικής αλυσίδας
- Αύξηση παραγωγικότητας
- Άνοιγμα σε νέες αγορές
- Μείωση αποθεμάτων
- Επίτευξη καλύτερων τιμών λόγω:
  - α) μεγάλου φάσματος προμηθειών
  - β) δυνατότητας συμμετοχής σε δημοπρασίες
  - γ) πιθανή συνάθροιση παραγγελιών
- Μεγαλύτερη διαφάνεια στο κύκλωμα αγορών και καλύτερη ποιότητα προμηθευτών εφ' όσον υπάρχει δυνατότητα σύγκρισης
- Δυνατότητα καλύτερης προσαρμογής στις ανάγκες του εκάστοτε πελάτη μέσω εξατομίκευσης

# πλεονεκτήματα:

## *e-commerce:*

- Πραγματοποίηση αγορών ή άλλων συναλλαγών 24 ώρες το εικοσιτετράωρο, όλο το έτος από οποιαδήποτε θέση
- Δυνατότητα πολλαπλών επιλογών ανάμεσα σε πολλούς προμηθευτές και προϊόντα
- Δυνατότητα σύγκρισης τιμών και κατά συνέπεια πραγματοποίηση οικονομικών αγορών
- Πληροφορίες σχετικά με τα προϊόντα σε δευτερόλεπτα
- Δυνατότητα συμμετοχής σε εικονικές δημοπρασίες
- Επικοινωνία πελατών και δυνατότητα ανταλλαγής ιδεών, εμπειριών και σύγκρισης μέσω εικονικών δημοπρασιών
- Διευκόλυνση ανταγωνισμού που έχει ως αποτέλεσμα σημαντικές εκπτώσεις



# πλεονεκτήματα:

## e- Marketplaces:

- Μέσο προβολής της εταιρίας και των προϊόντων της
- Ταχύτητα στην εγκριτική διαδικασία και τη διεκπεραίωση παραγγελιών
- Αξιολόγηση προμηθευτών
- Αποτελεσματικότερη διαχείριση πληροφορίας
- Μείωση λειτουργικού κόστους και αύξηση παραγωγικότητας
- Μείωση κόστους συναλλαγών και χαμηλότερο κόστος στη διαδικασία ανεύρεσης προϊόντων και υπηρεσιών
- Άμεση ενημέρωση τιμών και διαθεσιμότητας και συνεπώς επιλογή καλύτερης προσφοράς
- Διαφάνεια στις διαδικασίες
- Μέσο καταγραφής και συγκέντρωσης των παραπόνων του αγοραστικού κοινού και αποτελεί ένα πρώτο μέσο παρακολούθησης των προϊόντων που προωθούνται

# Μειονεκτήματα:

## e-business:

- **Ανασφάλεια πληρωμών**
- **Ανασφάλεια για συμβόλαια και όρους συναλλαγών**
- **Μικρός αριθμός δυνητικών πελατών**
- **Μη καταλληλότητα προτύπων και υπηρεσιών**
- **Προβλήματα στη διοίκηση**

# Μειονεκτήματα:

## e-commerce:

- Κάποιο λογισμικό η-εμπορίου μπορεί να μην είναι κατάλληλο για κάποιο υλικό ή μπορεί να είναι ασύμβατο με κάποια λειτουργικά συστήματα ή άλλα συστατικά
- Οι προμηθευτές μπορεί να χρειάζονται ειδικούς διακομιστές και άλλες υποδομές εκτός των server του δικτύου
- Ανεπαρκές εύρος ζώνης τηλεπικοινωνιών
- Έλλειψη ασφάλειας, αξιοπιστίας, προτύπων συστήματος και ορισμένων πρωτοκόλλων επικοινωνίας

# Μειονεκτήματα:

## e-Marketplaces:

- Η πλοήγηση στα ηλεκτρονικά καταστήματα μπορεί να διαρκέσει πολύ περισσότερο από μια επίσκεψη σε ένα εμπορικό κέντρο
- Για διευκρινήσεις υπάρχει ενδεχόμενο αναμονής στην τηλεφωνική εξυπηρέτηση πελατών
- Ελλιπή διαθεσιμότητα προϊόντων που διατίθενται στις ηλεκτρονικές βιτρίνες
- Δελεαστικές τιμές μεν αλλά κάποιες φορές η τελική τιμή είναι ισάξια με την τιμή αγοράς από ένα γειτονικό κατάστημα
- Κίνδυνος να μην ανταποκρίνεται το προϊόν στην ποιότητα που προβάλλει η ηλεκτρονική βιτρίνα

# Σύγκριση e-business, e-commerce, e-marketplaces

- Κλίμακα κυριαρχίας δεν υπάρχει, αντίθετα συμπληρώνει η μία έννοια την άλλη για το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα.
- Η διαφορά τους εστιάζεται στο γεγονός ότι:
  - Το η-επιχειρείν χρησιμοποιείται με την ευρύτερη έννοια(αγορά και πώληση αγαθών αλλά και προμήθειες, έλεγχος αποθεμάτων κτλ)
  - Το η-εμπόριο στηρίζεται κυρίως στην αγορά και πώληση προϊόντων και υπηρεσιών. Αποτελεί κομμάτι του ευρύτερου φάσματος του η-επιχειρείν και προϋποθέτει τη διεξαγωγή συναλλαγών. Τέλος,
  - Οι η- αγορές λειτουργούν άλλοτε ως πλατφόρμες η-εμπορίου και άλλοτε ως βασικό εργαλείο του η-επιχειρείν (όταν παρέχουν ολοκληρωμένες λύσεις για τη διεκπεραίωση διεπιχειρησιακών συναλλαγών)

# e-Marketplaces B2B

**Τι είναι:** Είναι χώροι ηλεκτρονικής συνάντησης πωλητών και αγοραστών. Αναφέρεται σε μια νέα αυτοματοποιημένη ηλεκτρονική διαδικασία παραγγελιών η οποία συνδέει άμεσα τους πελάτες με τους προμηθευτές τους και επιτρέπει στους συμμετέχοντες να ανταλλάσσουν πληροφορίες για τιμές και προσφορές προϊόντων.

Καλούνται και B2B πλατφόρμες διαδικτύου οι οποίες περιλαμβάνουν όλες τις τεχνικές λύσεις που είναι βασισμένες στο διαδίκτυο και στοχεύουν στη διευκόλυνση της καθιέρωσης των νέων σχέσεων εμπορικών συναλλαγών μεταξύ επιχ/σεων ή στην υποστήριξη των ήδη υπάρχουσών σχέσεων

# e-Marketplaces B2B

Τι **ΔΕΝ** είναι:

μια πλατφόρμα η-αγοράς δεν είναι B2B εάν:

- ❑ είναι δικτυακός τόπος μιας επιχείρησης που πωλεί τα προϊόντα της
- ❑ ανήκει στην κατηγορία των πωλητών, ενεργώντας ως μεσολαβητής προωθώντας τα προϊόντα και τις υπηρεσίες άλλων εταιριών
- ❑ εστιάζει κυρίως στο εμπόριο σε ή μεταξύ καταναλωτών
- ❑ λειτουργεί με συμβουλευτικό χαρακτήρα παρέχοντας λύσεις η-εμπορίου

# e-Marketplaces B2B

## Πώς λειτουργούν:

Σαν μια εικονική εμπορική πλατφόρμα η οποία έχει ρόλο μεσάζοντα και μέσω της οποίας δίνεται η δυνατότητα για τη δυναμική αλληλεπίδραση αγοραστών και προμηθευτών.

## Υπηρεσίες που προσφέρουν:

- ❑ Συμμετοχή σε ηλεκτρονικές δημοπρασίες
- ❑ ενημέρωση τμημάτων επιχείρησης (λογιστήριο, αποθήκη, πωλήσεις )
- ❑ Υπηρεσία μεταφοράς
- ❑ έλεγχος πίστωσης του αγοραστή
- ❑ αναζήτηση προϊόντων μέσω εμπορικών καταλόγων βάση κωδικού προϊόντος, όνομα, κατασκευαστική εταιρία ή συνδυασμό των παραπάνω



# e-Marketplaces B2B

## Υπηρεσίες που προσφέρουν:

- Δυνατότητα πλοήγησης και εξερεύνησης υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας όπως η προσαρμογή της λίστας αγορών σύμφωνα με τις ανάγκες σας, υπηρεσίες προώθησης των δικών σας προϊόντων στην αγορά, χρηματοοικονομικές υπηρεσίες και υπηρεσίες εφοδιαστικής.



# e-Marketplaces B2B- Οφέλη

## *Για τους ΠΩΛΗΤΕΣ:*

- ❑ *Αύξηση πωλήσεων*
- ❑ *Αύξηση της ταχύτητας κυκλοφορίας των προϊόντων της επιχ/σης*
- ❑ *Οικονομία*
- ❑ *μείωση μεσαζόντων*
- ❑ *γρήγορες λύσεις η-εμπορίου*
- ❑ *δημιουργία πιστών πελατών*



# e-Marketplaces B2B- Οφέλη

## *Για τους ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ:*

- *Μείωση κόστους αγορών*
- *μεγάλη ποικιλία προϊόντων*
- *χαμηλά επίπεδα αποθεμάτων*
- *Αύξηση κερδών*



# e-Marketplaces B2B-Μοντέλα

Οι η-αγορές B2B διακρίνονται σε τρία βασικά μοντέλα τα οποία είναι:

## ❑ Μοντέλο ΕΝΔΙΑΜΕΣΟΥ

- ✓ Το πιο διαδεδομένο στην ελληνική αγορά
- ✓ Βασίζεται στους μεσολαβητές που δημιουργούν ένα δικτυακό τόπο μέσω του οποίου φέρνουν σε επαφή αγοραστές και πωλητές
- ✓ Κύριος στόχος είναι η συγκέντρωση κρίσιμης μάζας και από τις δυο πλευρές
- ✓ Συναντάται τόσο σε κάθετες αγορές όσο και σε οριζόντιες

## ❑ Μοντέλο ΑΓΟΡΑΣΤΗ

- ✓ Τον κύριο λόγο έχουν οι πελάτες συγκεντρώνοντας προσφορές και συμφέρουσες συνεργασίες από προμηθευτές

# e-Marketplaces B2B-Μοντέλα

- ✓ **\_Καλούνται και αντίστροφα B2B e-marketplaces**
- ✓ **Συναντάται κυρίως σε κάθετες αγορές**
- ✓ **Στην ουσία είναι κοινότητες που δημιουργούνται από μεγάλους συμμετέχοντες των οποίων η συνεργασία εξυπηρετεί τις εμπορικές συναλλαγές προσφέροντας πλήθος ωφελειών.**
- **Μοντέλο ΠΩΛΗΤΗ**
  - ✓ **Τον κύριο λόγο έχουν οι πωλητές**
  - ✓ **Χρήση από εταιρίες στις οποίες η αγορά των προμηθευτών είναι συγκεντρωμένη ενώ οι αγοραστές πολυάριθμοι και διασκορπισμένοι σε διαφορετικούς κλάδους**

# e-Marketplaces B2B-Μοντέλα

- ✓ Κύριος στόχος είναι η προσέλκυση ή διαχείριση συναλλαγών με τους υπάρχοντες και δυνητικούς πελάτες τους
- ✓ Συναντάται και σε αγορές χονδρικής



# B2B e-marketplace- προϋποθέσεις επιτυχίας

**Ο όρος επιτυχημένη η-αγορά μπορεί να εστιάσει σε:**

- 1) Μείωση του κόστους συναλλαγών**
- 2) Αύξηση του αριθμού συναλλαγών και του πλήθους των συμμετεχόντων**
- 3) Ασφάλεια συναλλαγών**
- 4) Μικρή ανάγκη για αναδιοργάνωση της παραδοσιακής επιχειρηματικότητας τουλάχιστον σε αρχικό στάδιο**

**Επομένως,**

- Εμφάνιση του δικτυακού τύπου**
- Να αντανakλά την ιστορικότητα του κάθε πελάτη**
- Κανάλια πωλήσεων**
- Κανάλια επικοινωνίας**

# B2B e-marketplace- προϋποθέσεις επιτυχίας

- Δυνατότητα να επιλέγουν οι πελάτες τις αγορές τους βάση στοιχείων
- Συγχρονισμός η-αγοράς με τα συστήματα CRM και ERP

*Ερωτήματα που πρέπει να εξετάσει η επιχείρηση*

*A) μέλη, ποιοι είναι εμπλεκόμενοι*

*B) προσφορά, τι προσφέρει η αγορά στους εμπλεκόμενους*

*Γ) πηγή εσόδων, από ποιους και πως έχει ο ιδιοκτήτης κέρδος*

*Δ) μηχανισμός τιμολόγησης*

*Ε) πρόσβαση*

*ΣΤ) έλεγχος*

*Ζ) πρότυπα*

*Η) διασυνδεσιμότητα*



# Υποθετική επίσκεψη σε ένα βιβλιοπωλείο B2B

## «ΠΡΩΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ»:

- Ένας σχολικός οργανισμός με πολλά παραρτήματα στη χώρα
- Ένας δικτυακός τόπος B2B (στο παράδειγμα μας το βιβλιοπωλείο)

## ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΟΥ Β2Β ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΟΥ:

- Διαπραγμάτευση τιμών
- Αυτόματος υπολογισμός τιμών
- Αυτόματος υπολογισμός των μεταφορικών εξόδων
- Παρουσίαση του περιεχομένου κάθε βιβλίου
- Δυνατότητα παραγγελίας πολλών αντιτύπων

## ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ:

Απαραίτητη η παρουσία κάποιου υπευθύνου από τη μεριά του βιβλιοπωλείου ο οποίος θα δώσει την τελική έγκριση για την ολοκλήρωση της παραγγελίας.

# Υποθετική επίσκεψη σε ένα βιβλιοπωλείο B2B



# Τι συμβαίνει στην ΕΛΛΑΔΑ

**Οι Ηλεκτρονικές Αγορές που λειτουργούν σήμερα στην Ελλάδα ακολουθούν συγκεκριμένους κανόνες εμπορικών συναλλαγών και από ότι δείχνουν τα πράγματα και σε διεθνές επίπεδο, το μοντέλο λειτουργίας τους είναι αυτό που προσφέρει το μικρότερο ρίσκο και τα περισσότερα οφέλη. Για παράδειγμα, οι συναλλαγές μεταξύ αγοραστών και προμηθευτών πραγματοποιούνται με βάση κάποια συμφωνία και προ-διαπραγμάτευση που έχει γίνει μεταξύ τους, πριν από την υιοθέτηση του ηλεκτρονικού τρόπου συναλλαγών. Με άλλα λόγια, η συμφωνία αυτή αποτυπώνεται στο ηλεκτρονικό σύστημα προμηθειών που υλοποιείται και στη συνέχεια γίνεται η σύνδεση με την Ηλεκτρονική Αγορά η οποία διεκπεραιώνει τις αμφίδρομες συναλλαγές.**

# Στατιστικά στοιχεία της Ελληνικής οριζόντιας Ηλεκτρονικής Αγοράς της CosmoOne

**Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες Από την 1η Ιανουαρίου  
2006 έως την 31η Οκτωβρίου 2006**

Αριθμός Δημοπρασιών 272

Σύνολο Συμμετοχών (Εταιρίες) 1.572

Δημοπρατηθείσα Αξία (Ευρώ) 71.030.976

Χτυπήματα (προσφορές τιμών) 6.498

Παρατάσεις 1.418

Μέσος Όρος μείωσης τιμών 24,38%

# Στατιστικά στοιχεία της Ελληνικής οριζόντιας Ηλεκτρονικής Αγοράς της CosmoOne

## Τζίρος Ηλεκτρονικής Αγοράς

Από την 1/1/2006 έως και την 31/10/2006 διακινήθηκαν μέσω της Ηλεκτρονικής Αγοράς της cosmoONE αγαθά συνολικής αξίας 145.459.607 Ευρώ ενώ ο αριθμός των παραγγελιών ανέρχεται στις 9.051 με μέση αξία παραγγελίας τα 16.071 Ευρώ.

**Στους καταλόγους της Ηλεκτρονικής Αγοράς είναι σήμερα διαθέσιμα 44.085 μοναδικά είδη, κατηγοριοποιημένα σε 475 διαφορετικές κατηγορίες προϊόντων και υπηρεσιών.**

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΟΧΗ  
ΣΑΣ!!!!!!