

מסחר אלקטרוני שיעור 1: מבוא

מרצה: שי שקרוב





"בשלהי המאה העולם הפך קטן יותר. הציבור השיג במהירות גישה לטכנולוגיית תקשורת מהירה דרמטית. יזמים שידעו לנצל את הכלכלה חסרת התקדים הקימו אמפריות ענק. הון עצום נעשה. הממשלות דרשו שהמונופולים יפצלו את הונם [שבירת מונופול]. מדי יום צצה טכנולוגיה חדשה שנראה כאילו המודלים העסקיים אינם תקפים לגביה. אבל איכשהו חוקי הכלכלה כפו עצמם. אלו שפעלו לפי חוקים אלו שרדו. אלו שלא, נכשלו."

נושאי השיעור

- למה ללמוד E-Commerce?
- מסחר אלקטרוני 2006-2009: סוגיות והתפתחויות
- הגדרות ואבחנות במסחר אלקטרוני
- מאפייני המסחר האלקטרוני וחשיבותם
- Web 2.0
- ממדים וסוגים של מסחר אלקטרוני
- האינטרנט ו"הרשת"
- מסחר אלקטרוני: מאין ולאן
- שלוש תקופות של מסחר אלקטרוני



למה ללמוד E-Commerce?



למה ללמוד E-Commerce? (1)

- האם עידן האינטרנט אכן הביא עימו כלכלה חדשה?
- האם עידן האינטרנט יצר אסטרטגיה עסקית חדשה?
- האם זה הגיוני להניח שעסק יגדיל את מכירותיו ב- 2% בעזרת כניסה למסחר אלקטרוני?
 - וב- 4%?



למה ללמוד E-Commerce? (2)

הגידול	עם מסחר אלקטרוני	ללא מסחר אלקטרוני	
2%	1020	1000	מכירות
	204	200	הוצאות משתנות
	700	700	הוצאות קבועות
16%	116	100	רווח

למה ללמוד E-Commerce ? (3)

הגידול	עם מסחר אלקטרוני	ללא מסחר אלקטרוני	
4%	1040	1000	מכירות
	204	200	הוצאות משתנות
	700	700	הוצאות קבועות
32%	132	100	רווח

למה ללמוד E-Commerce? (4)

- האם ההצלחה מובטחת?
- Amazon.com מקרה מייצג:
 - אמזון מציעה: מבחר, נוחות, מחיר ושירות.
 - נוסדה ב- 1995, ציבורית מ- 1997
- מכירות –
 - 1997: 148 מיליון \$
 - 2000: 2.7 מיליארד \$
- רווח / הפסד:
 - עד שנת 2002 רק הפסדים. ב- 2000: 1.4 מיליארד \$
 - ברבעון הראשון של 2002 רווח ראשון.



האם כדאי להשקיע?

- נתקלתם בהצעה להשקיע במניות של מיזם גלישה באינטרנט.
- הדפדפן החדש טוב בהרבה מהדפדפן הנפוץ בשוק.
- יותר ויותר אנשים נחשפים לדפדפן החדש, ומומחי טכנולוגיה מתלהבים ממנו.
- האם תשקיעו?



הטכנולוגיה משתנה. חוקי הכלכלה לא.

- Netscape היה הדפדפן הפופולרי ביותר לפני האינטרנט אקספלורר של מיקרוסופט, עם נתח שוק של 80% – מדוע נעלם?
- למיקרוסופט מונופול במערכות הפעלה. דפדפנים תלויים בסביבת ההפעלה.
- נטסקייפ היתה פגיעה כיוון שהמתחרה העיקרית שלה שלטה בסביבת ההפעלה.
- נטסקייפ נתקלה בבעיה קלסית של **תלות במתחרה**.



מסחר אלקטרוני 2006-2009: סוגיות והתפתחויות



מסחר אלקטרוני 2006-2009:

סוגיות והתפתחויות

- הגישה לאינטרנט פס-רחב ולאינטרנט האלחוטי הולכת וגדלה
- יותר ויותר אנשים סוחרים ברשת
- ערוץ המסחר האלקטרוני מעמיק לנוכח התרבות המוצרים והשירותים המוצעים בו
- המודלים העסקיים של המסחר האלקטרוני עוברים שיפורים שמטרתם שיפור הרווחיות
- מודלים עסקיים חדשים המבוססים על טכנולוגיות חברתיות ועל תכנים הנוצרים ע"י המשתמשים



מסחר אלקטרוני 2006-2009:

סוגיות והתפתחויות

- שיווק באמצעות מנועי חיפוש קורא תגר על השיווק המסורתי
- קונפליקטים מתמשכים בנוגע לזכויות יוצרים, פיקוח על תוכן, מיסוי, פרטיות, ניצול לרעה והונאה באמצעות האינטרנט



הגדרות ואבחנות במסחר אלקטרוני



מסחר אלקטרוני (E-Commerce): הגדרה

- מסחר אלקטרוני מתייחס לעסקאות מסחריות (קנייה, מכירה או חילופין של מוצרים, שירותים או מידע) המבוצעות באופן דיגיטלי ובהן מעורבים ארגונים ו/או אינדיבידואלים (L)
- תהליך הקניה, המכירה או החליפין של מוצרים, שירותים, או מידע באמצעות רשתות מחשבים (T)



E-Commerce לעומת E-Business

- E-Business הגדרה (L): ארגון בו מתבצעים תהליכים ופעולות באופן דיגיטלי, באמצעות מערכות מידע ממוחשבות ובשליטתו של האירגון.

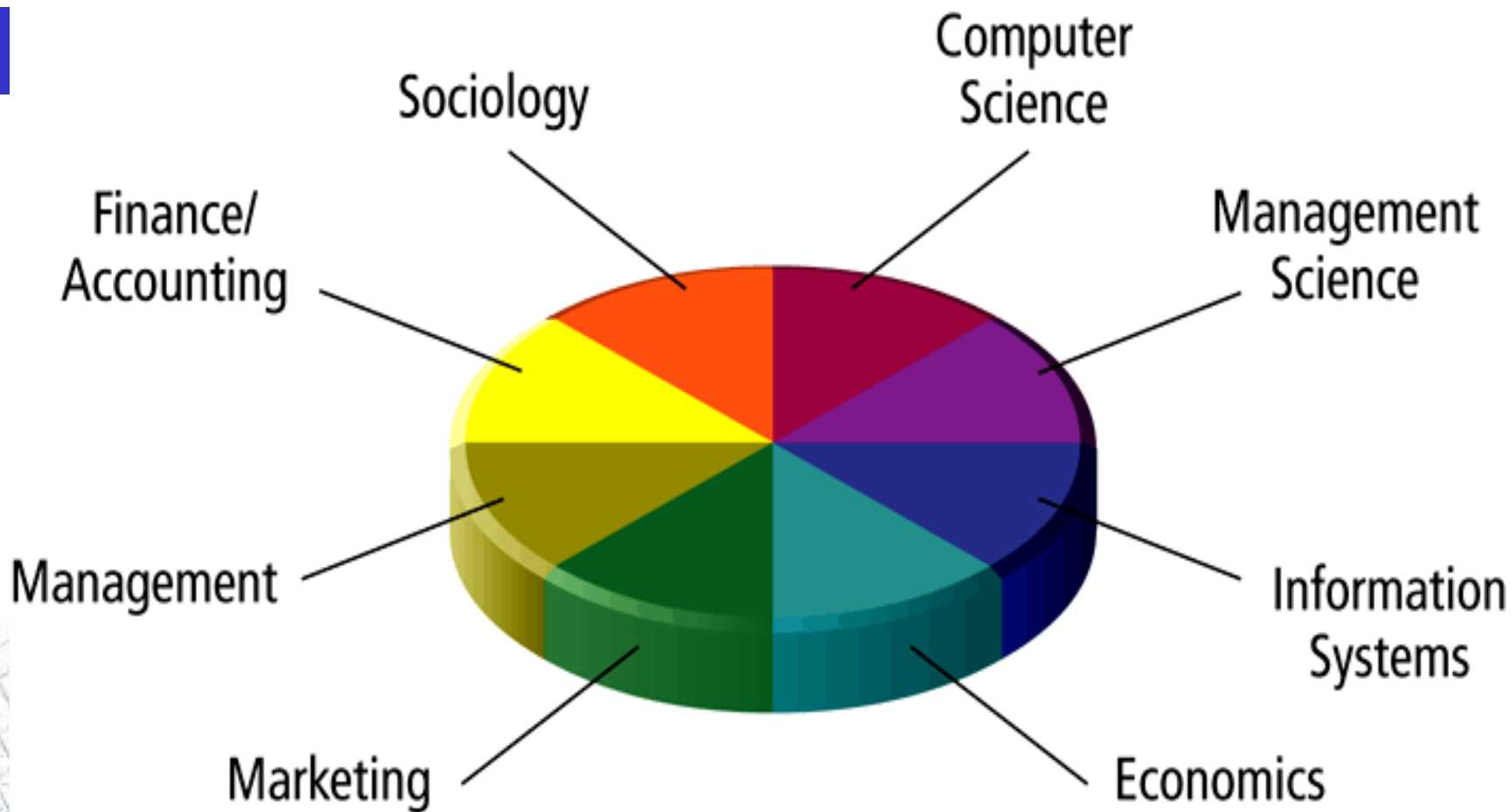


היכן המסחר האלקטרוני מתבצע?

- שוק אלקטרוני (electronic market) או e-marketplace): שוק מקוון בו קונים ומוכרים נפגשים ע"מ לבצע חליפין של טובין, שירותים, אינפורמציה, או כסף.



מסחר אלקטרוני הינו רב-תחומי



Source: Laudon and Traver (2004)



מאפייני המסחר האלקטרוני וחשיבותם



מאפייני המסחר האלקטרוני וחיובותם

- זמינות ונגישות
- גלובאליות
- סטנדרטים אוניברסליים
- עושר המידע
- אינטראקטיביות
- עתירות מידע
- פרסונליזציה / קסטומיזציה
- טכנולוגיה חברתית
- תקשורת רבים-לרבים



Web 2.0



מרצה: שי שקרוב

מסחר אלקטרוני - מבוא

■ "הרשת" החדשה

■ יישומים וטכנולוגיות המאפשרים למשתמשים:

■ ליצור, לערוך, ולהפיץ תכנים

■ לחלוק העדפות, הערות, ואישיות מקוונת

■ להשתתף בחיים וירטואליים

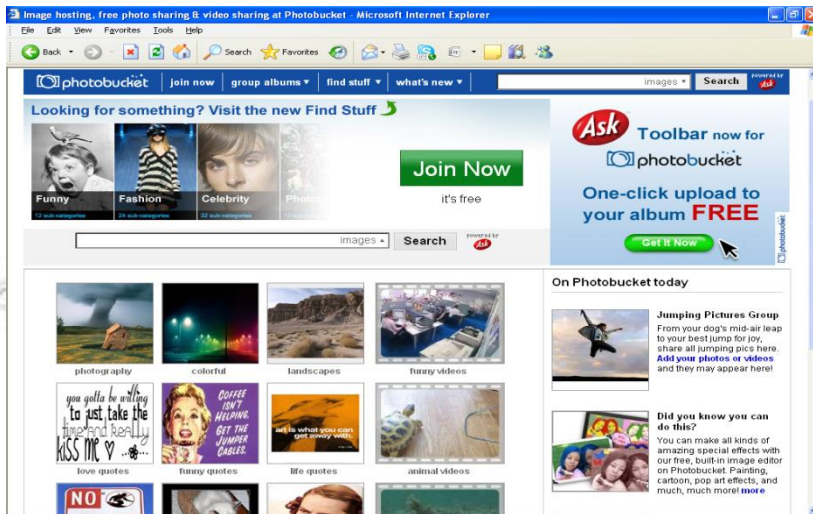
■ לבנות קהילות וירטואליות



Web 2.0 - דוגמאות

■ קישוריות נוחה ל
YouTube , MySpace
ולבלוגים.

- Photobucket:
- האתר הפופולרי ביותר
לשיתוף תמונות
- 50 מיליון משתמשים
- 3 מיליארד תמונות
- משתמשים יכולים
להעלות בקלות וידאו
ותמונות



Web 2.0 - דוגמאות

אתר זה אחראי ל- 60%
מצפיות הוידאו
באינטרנט

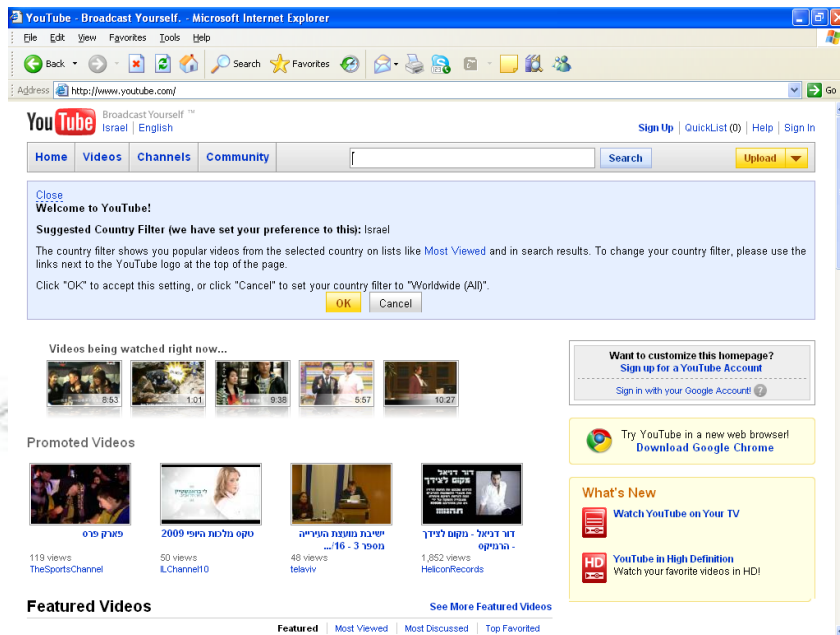
YouTube:

נרכש ע"י גוגל ב- 1.65
מיליארד \$.

האתר הפופולרי ביותר
לשיתוף וידאו

עדין מחפשים אחר מודל
עסקי שיניב רווחים

בכל יום מועלים 65,000
סרטים, ונצפים 100
מיליון



Web 2.0 - דוגמאות

■ MySpace:

■ מוביל את הרשתות החברתיות

■ 100 מיליון חברים

■ 49,000 וידאו מועלים

■ מדי יום לאתר

■ רשתות חברתיות

■ מוכרות אחרות:

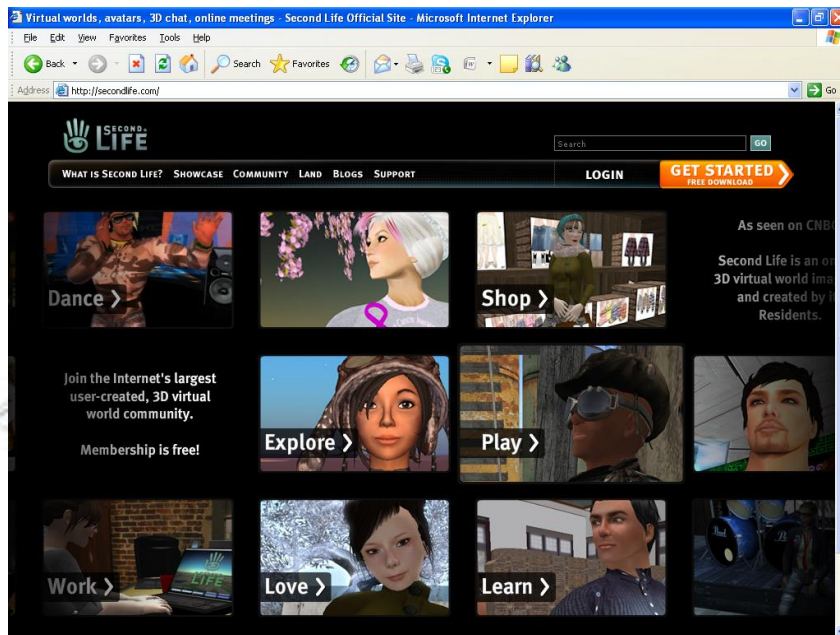
Facebook, LinkedIn



Web 2.0 - דוגמאות

■ תושבים מבזבזים 2 מיליון \$ אמיתיים מדי יום, אותם הם ממירים ללינדן, כדי לרכוש דברים באתר לחיים הוירטואליים שלהם

- Second Life:
- עולם וירטואלי 3-D הנבנה ע"י המשתמשים.
- 8.5 מיליון "תושבים"
- מטבע מקומי "לינדן"
- בבעלות התושבים נכסים, עסקים (כגון ייצור בגדים, עיצוב פנים, ועוד)



Web 2.0 - דוגמאות

- מפעל התנדבותי, אינו מרוויח ואינו מקבל פרסומות
- הכנסות מתרומות

- Wikipedia:
- 35 מיליון כותבים בארה"ב בלבד, החולקים ידע
- מתחרה רצינית לאנציקלופדיות ותיקות ומקצועיות כגון בריטניקה
- בין 10 האתרים המבוקרים ביותר
- 20% מהרפרנס המקוון



Web 2.0 – אז מה מיוחד בה?

- במתן האפשרות למשתמשים פשוטים (לא רק מומחים) ליצור ולהפיץ תכנים.
- נוחות וקלות חיפוש
- אפשרות לאינטראקטיביות גבוהה
- השענות על פס רחב
- למעט גוגל, המודלים העסקיים שלהם לא מוכחים ורוחיותם שולית, למרות ההשקעות הניכרות
- מושכות קהל רחב יחסית ליישומים של Web 1.0 וביחס לאמצעי תקשורת המונים
- היא פותחת הזדמנויות חדשות לעסקים ולמשווקים.

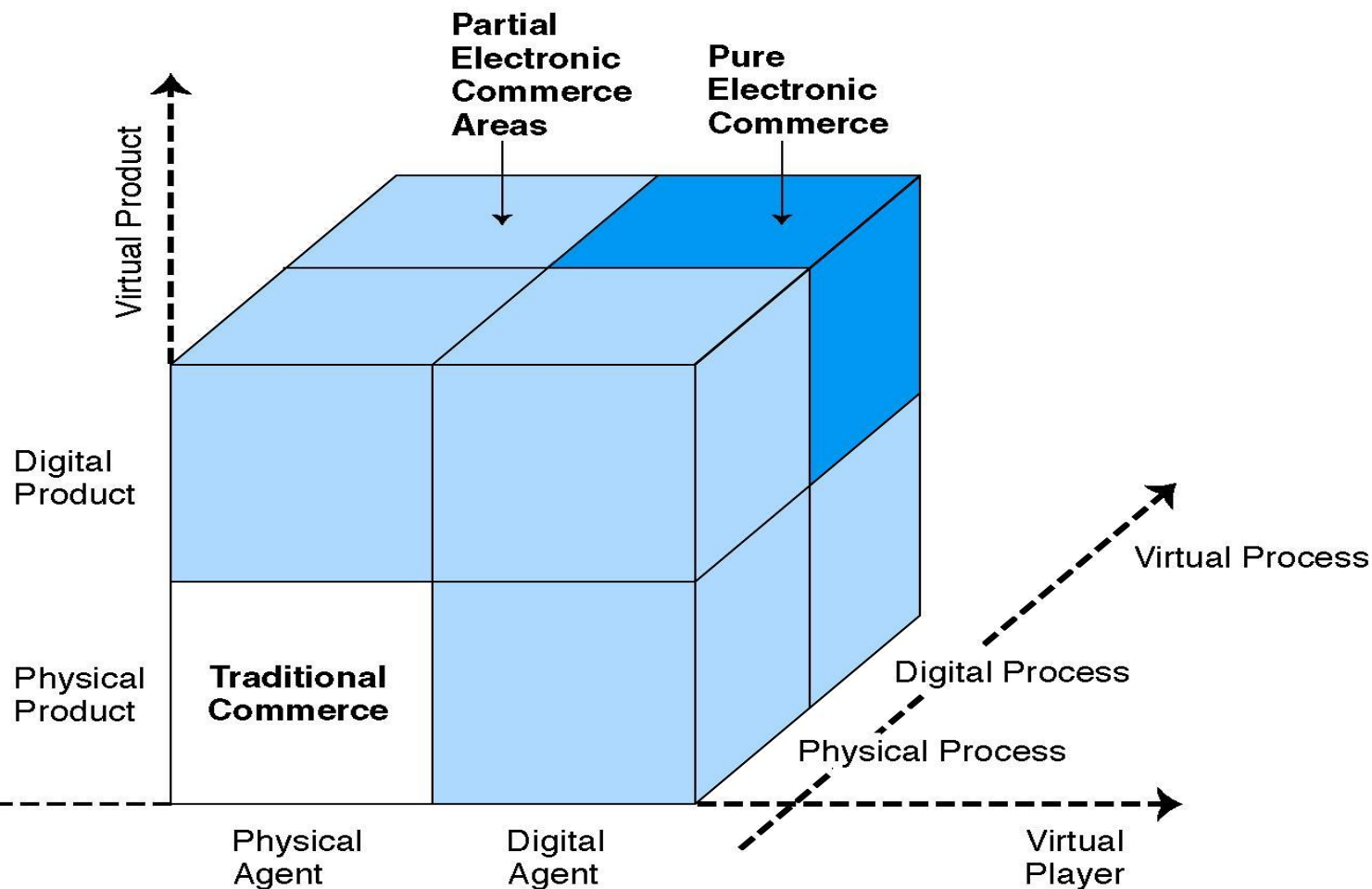




ממדים וסוגים של מסחר אלקטרוני



ממדים שונים של מסחר אלקטרוני



Source: Turban et. al (2006)

ממדים שונים של מסחר אלקטרוני (3) ארגונים של מסחר אלקטרוני

- Brick-and-mortar organizations
- Click-and-mortar organizations (click-and-brick)
- Pure online (virtual) organizations



סוגי מסחר אלקטרוני (סוגים עיקריים)

■ סיווג לפי הצדדים המעורבים בעסקה:

- Business-to-Consumer (B2C)
- Business-to-Business (B2B)
- Consumer-to-Consumer (C2C)

■ סיווג לפי סוג הטכנולוגיה שבה נעשה שימוש:

- Peer-to-Peer (P2P)
- Mobile commerce (M-commerce)



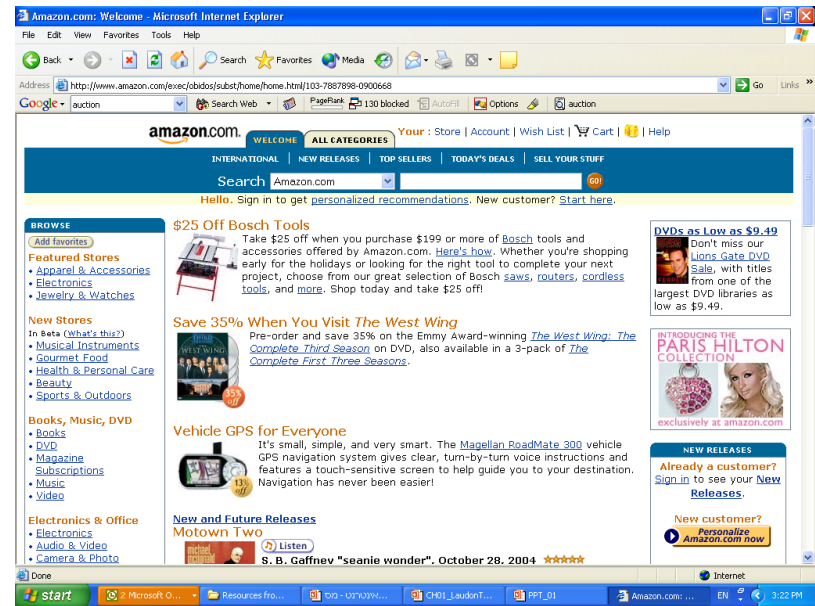
מסחר אלקטרוני מסוג B2C

■ מודל מסחר אלקטרוני שבו גופים עסקיים פונים לקהל יעד של צרכנים אינדיבידואלים.

■ בשנת 2007, ההכנסות מ-B2C היו כ- 225 מיליארד \$ (ב-2005 150 מיליארד \$).

■ דוגמא טיפוסית:

www.amazon.com



מסחר אלקטרוני מסוג B2B

- מודל מסחר אלקטרוני שבו גופים עסקיים מתמקדים במכירה לגופים עסקיים אחרים.

- מסחר אלקטרוני מסוג זה הוא הדומיננטי ביותר, עם עסקאות בשווי של כ- 3.6 טריליון \$ בשנת 2007 (1.5 טריליון \$ ב-2005) בארה"ב.

- דוגמא טיפוסית:

General) www.geae.com
(Electric Aircraft Engines



מסחר אלקטרוני מסוג C2C

■ מסחר אלקטרוני מסוג זה מספק דרך עבור צרכנים למכור מוצרים זה לזה, בעזרתו של מתווך מקוון שיוצר את השוק האלקטרוני עבור הצרכנים.

■ ההערכה היא שגודל שוק זה בשנת 2007 היא כ- 60 מיליארד \$ (15 מיליארד \$ ב-2005).

■ דוגמא טיפוסית:

www.eBay.com



מסחר אלקטרוני מסוג P2P

- מאז 1999 נעשים ניסיונות לאמץ אספקטים מסוימים של טכנולוגיה זו לכדי מודל של מסחר אלקטרוני.

- דוגמאות טיפוסיות:

■ [BitTorrent](#)

■ [eMule](#)

- טכנולוגיית peer-to-peer מאפשרת למשתמשי אינטרנט לחלוק קבצים ומשאבי מחשוב באופן ישיר, בלא צורך לעבור דרך שרת רשת (Web server) מרכזי.

- הארגונים המאפשרים מסחר זה נתונים להתקפות בגין הפרת זכויות יוצרים. Napster למשל שנסגרה.



מסחר אלקטרוני מסוג M-commerce

- מסחר אלקטרוני מסוג זה מתייחס לשימוש במכשירים דיגיטליים ניידים, על מנת לאפשר ביצוע עסקאות באינטרנט.
- מכשירים אלה, כגון טלפונים סלולאריים, מחשבי כף-יד ומחשבים ניידים, עושים שימוש ברשתות wireless כדי להתחבר לאינטרנט.
- נפוץ מאוד ביפן ובאירופה (בעיקר בסקנדינביה).



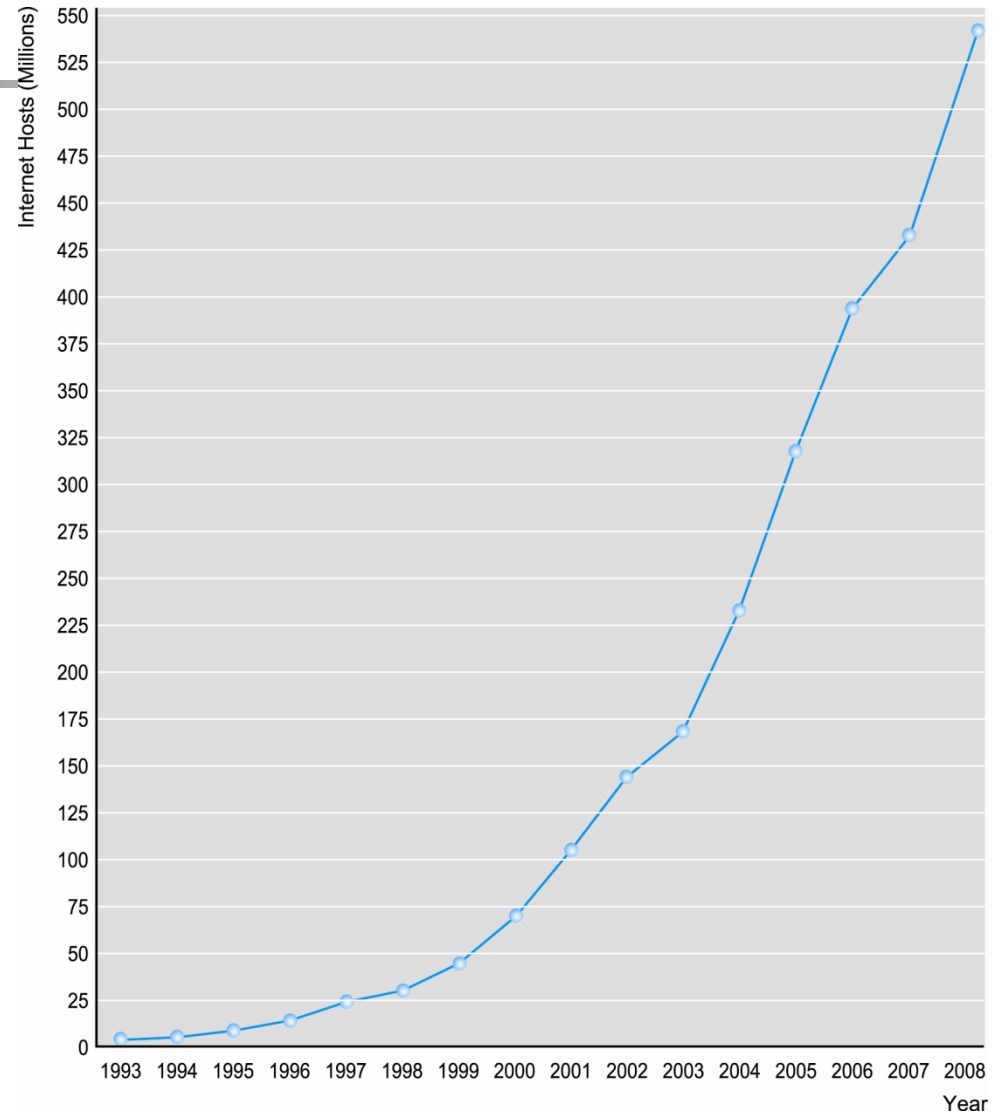
האינטרנט ו"הרשת"



- האינטרנט היא רשת תקשורת מחשבים המורכבת מאלפי רשתות ומיליוני מחשבים (host computers), המקשרת עסקים, מוסדות השכלה, מוסדות ממשלתיים, ואינדיבידואלים.
- נוצרה בשנות ה-60 של המאה ה-20.
- מחברת למעלה מ-500 מיליון מחשבים ברחבי העולם.
- כוללת שירותים מגוונים כגון WWW, מייל, קבוצות דיון, העברת קבצים, ועוד.



הצמיחה של האינטרנט



מספר

המחשבים שלהם

שם תחום

SOURCE: Internet Systems Consortium, Inc. , 2008.



מרצה: שי שקרוב

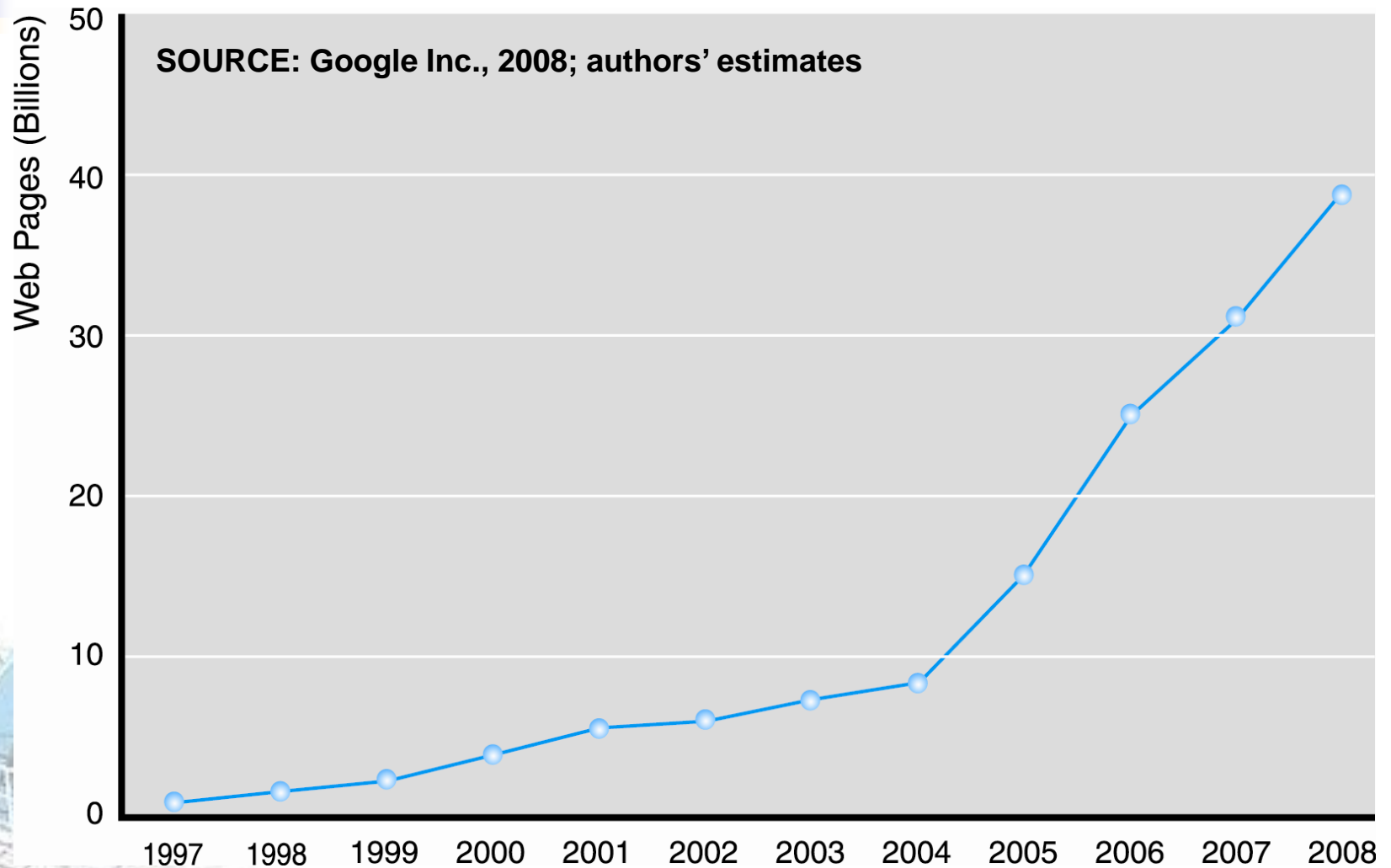
מסחר אלקטרוני - מבוא

"הרשת" (WWW)

- אחד מהשירותים הפופולאריים ביותר של האינטרנט, מספק גישה למיליארדי דפים המקושרים ביניהם.
- מכונה גם Web.
- פותח בתחילת שנות ה-90.
- מספק גישה לדפים היכולים לכלול טקסט, גרפיקה, וידאו וצליל.
- אחת משפות התכנות הנפוצות: HTML
- דפי הרשת מתרבים בפונקציה מעריכית:
 - שנת 2000: 2 מיליארד דפים
 - שנת 2005: מעל 8 מיליארד דפים
 - שנת 2008: כ- 40 מיליארד דפים



הגידול של התוכן ברשת (WWW)



מסחר אלקטרוני: מאין ולאן



מסחר אלקטרוני שקדם למסחר באינטרנט

■ סממני המסחר באינטרנט:

■ Baxter Healthcare

■ (Electronic Data Interchange) EDI

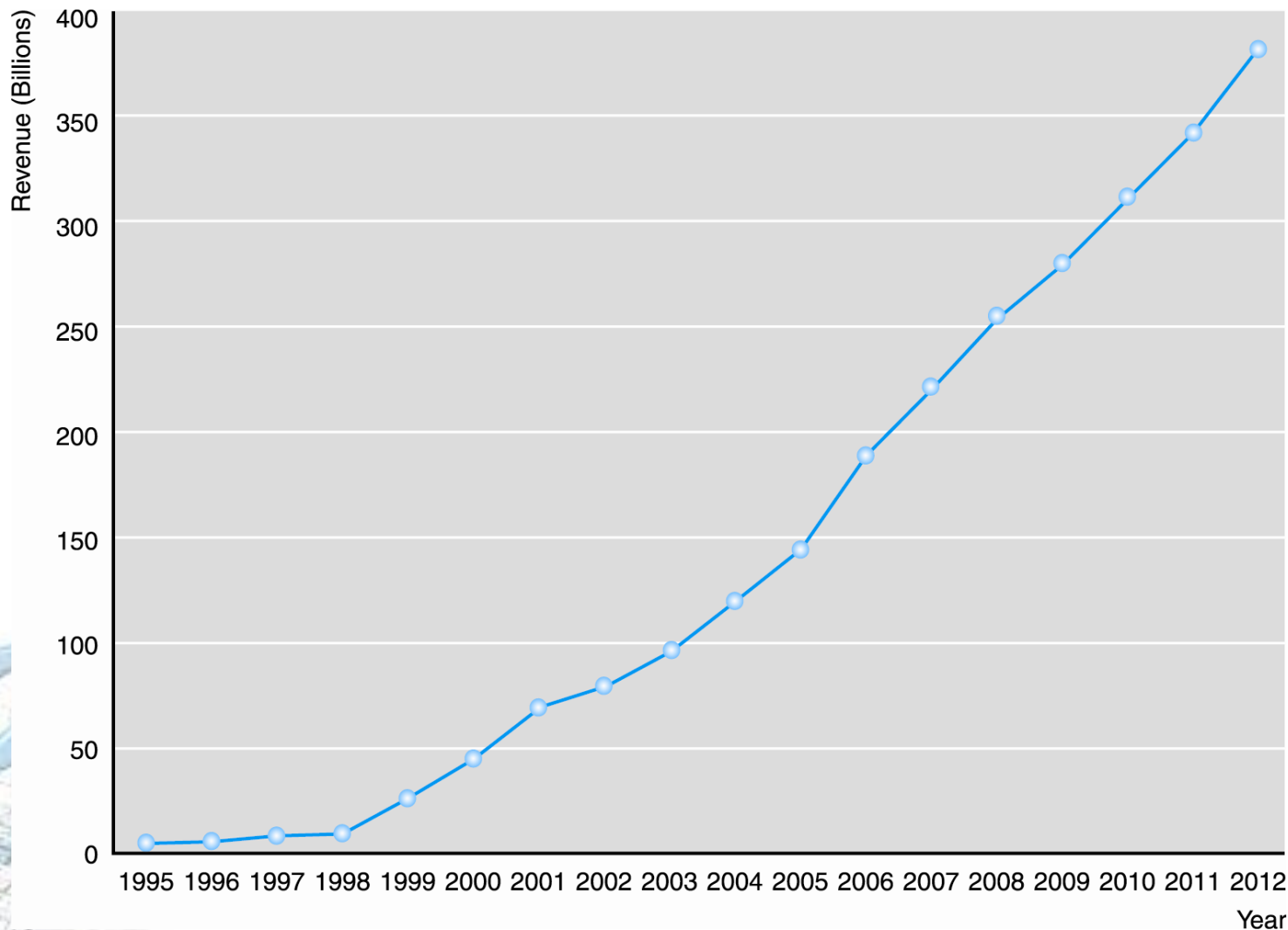
■ French Minitel

■ תחילת המסחר האלקטרוני בשנת 1995:

■ מאז 1995 צורת המסחר הגדלה ביותר בארה"ב היא המסחר האלקטרוני.

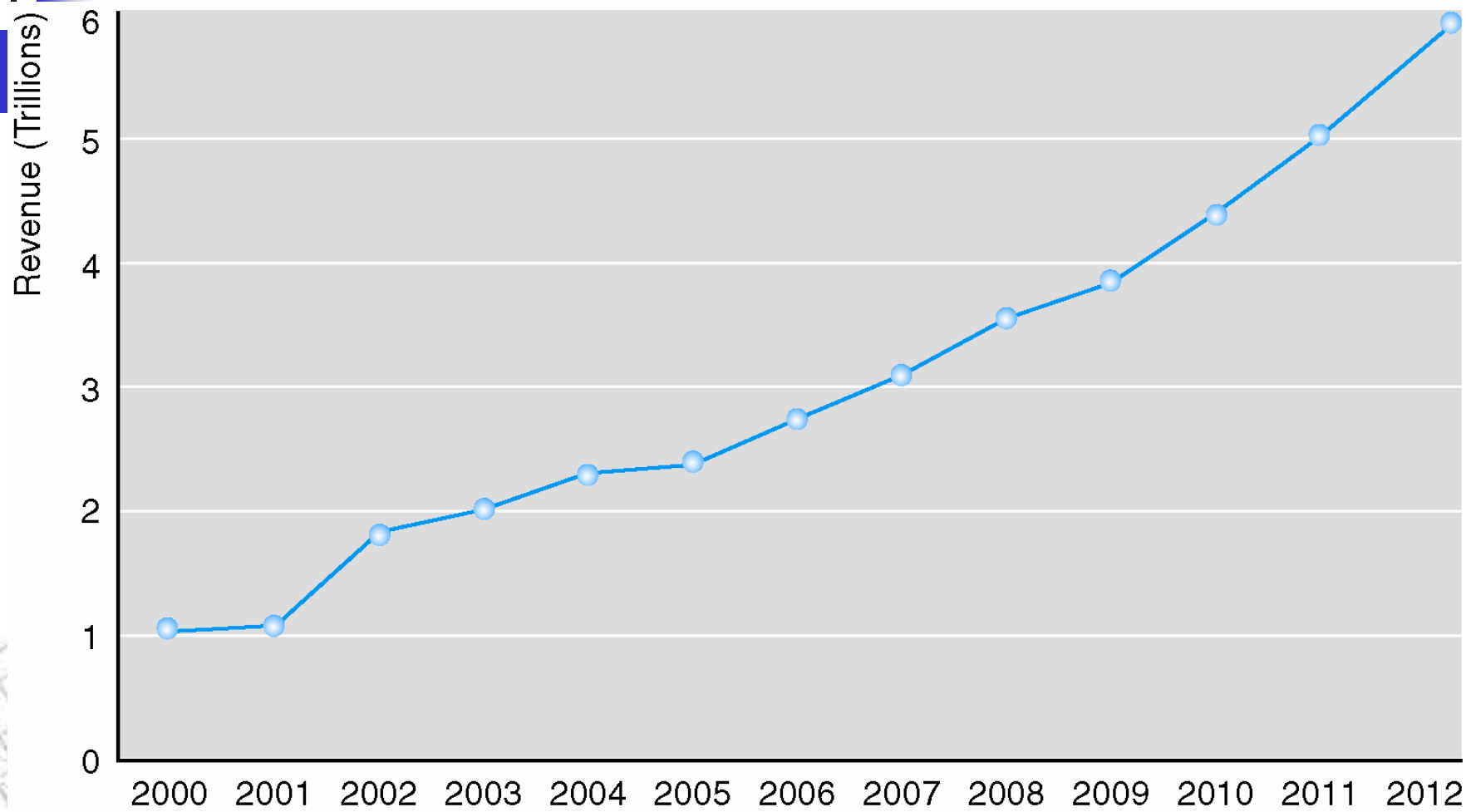


מסחר אלקטרוני מסוג B2C – מגמת הצמיחה



SOURCES:
eMarketer,
Inc., 2008d;
U.S. Census
Bureau,
2008;
authors'
estimates.

מסחר אלקטרוני מסוג B2B – מגמת הצמיחה



SOURCES: U.S. Census Bureau, 2008; authors' estimates.

גבולות המסחר האלקטרוני

- האינטרנט והרשת הן עוד שתי טכנולוגיות המצטרפות לרשימה ארוכה של טכנולוגיות (כמו מכוניות ורדיו), שעברו את השלבים הבאים:
 - יצירת מודלים עסקיים שמטרתם מינוף הטכנולוגיה וצמיחה ראשונית מהירה.
 - התייעלות וניצול ארוך טווח ומוצלח של הטכנולוגיה, בעיקר ע"י פירמות גדולות.
- למרות צמיחתו המהירה של המסחר האלקטרוני, בסופו של דבר צמיחה זו תעצר.



גבולות המסחר האלקטרוני מסוג B2C

- טכנולוגיה יקרה
- מיומנויות מתוחכמות
- העדפת הצרכנים לרכוש בשווקים מסורתיים
- בעיית נגישות לתשתיות מחשבים וטלפוניה ברחבי העולם
- אפקט התקרה (אפק הרוויה)





שלוש תקופות של מסחר אלקטרוני

היסטוריה קצרה



שלוש תקופות של מסחר אלקטרוני

- מסחר אלקטרוני I: 1995 עד מרץ 2000
- מסחר אלקטרוני II: מינואר 2001 ועד 2005
- מסחר אלקטרוני III: 2006 ועד היום



החזון והכוחות מאחורי מסחר אלקטרוני I

■ מדעני מחשבים:

- החזון של סביבת מחשוב ותקשורת חובקת עולם

- האמונה שהאינטרנט חייב להשאר חפשי

- יזמים: זכו להזדמנות ל-ROI גדול בהרבה מהנורמלי

■ כלכלנים:

- חזון התחרות המושלמת

- חזון המסחר "נטול-חיכוך"



מסחר אלקטרוני I – סוף דבר

■ טכנולוגית:

■ הצלחה מסחררת

■ יזמים ומשקיעים:

■ מבחינת העסקים, מסחר אלקטרוני I לא היה כשלון מוחלט.

■ היו גם הצלחות, ונתרה האמונה.



מסחר אלקטרוני I – סוף דבר

■ כלכלה: החזון לא התגשם

- חזון התחרות המושלמת

- עלויות עסקה עדין גבוהות

- מתווכים נשארו

■ חזון המסחר "נטול-חיכוך"

- אנשים לא כ"כ רגישים למחיר כפי שציפו

- אפליית מחיר משמעותית נותרה



שלוש תקופות של מסחר אלקטרוני

III	II	I
מונע קהל, לקוח וקהילה	מונע עסקית	מונע טכנולוגית
דגש על גידול בקהל וברשת החברתית	דגש על רווח	דגש על גידול בהכנסות
מימון הון סיכון קטן; רכישות של קטנים ע"י הגדולים	מימון רגיל	מימון הון סיכון

שלוש תקופות של מסחר אלקטרוני

III	II	I
מעקב ממשלתי נרחב	פיקוח ממשלתי הדוק יותר	ללא פיקוח
חברות Pure on Line	חברות מסורתיות גדולות	חברות יזמיות
התרבות של מתווכים מקוונים קטנים השוכרים שרותים מחברות גדולות	חיזוק מתווכים	הוצאת מתווכים

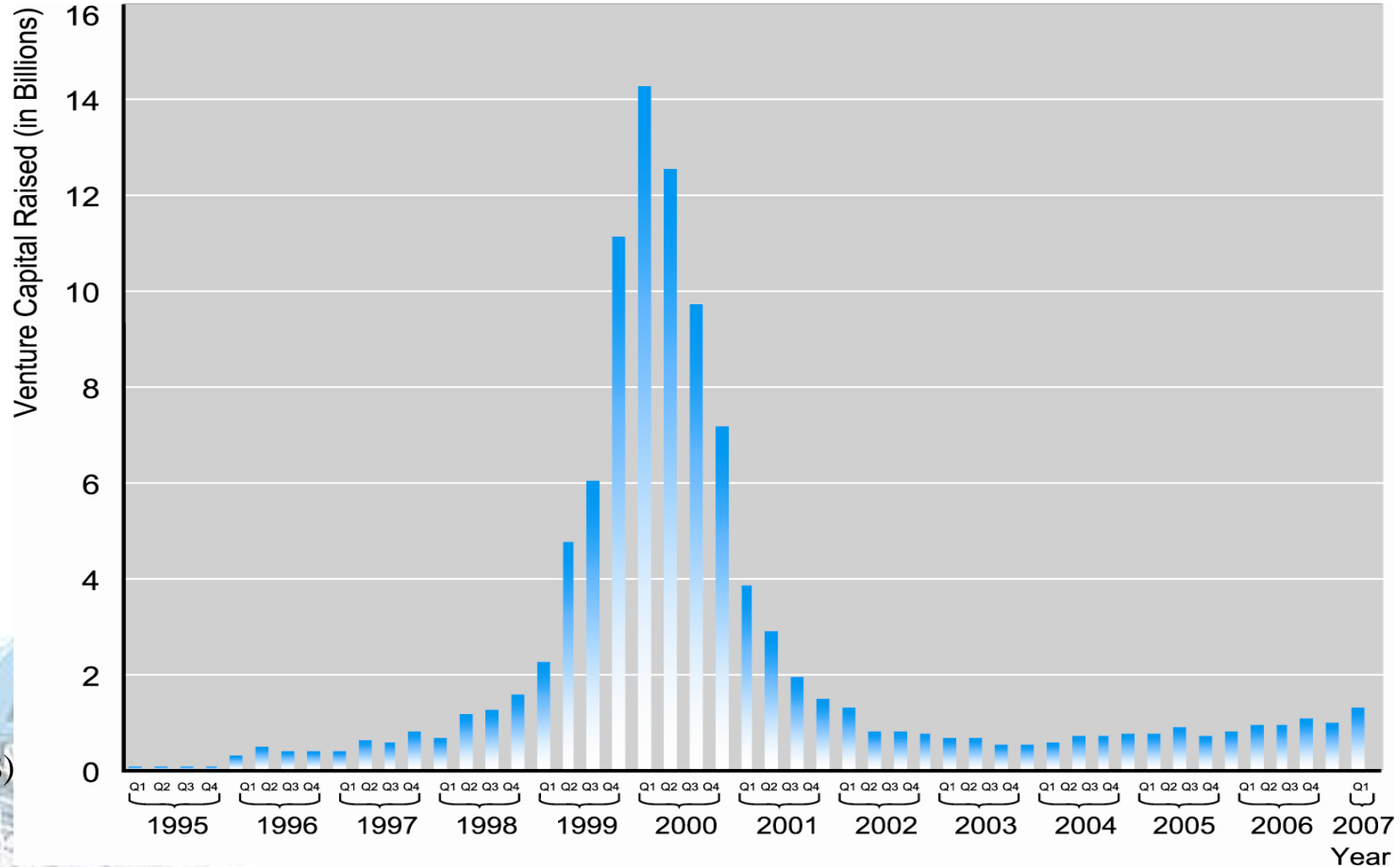
שלוש תקופות של מסחר אלקטרוני

III	II	I
<p>עדין שווקים לא מושלמת; תחרות קומודיטי בשווקים מסוימים</p>	<p>שווקים לא מושלמים, מותגים, ואפקט רשת</p>	<p>שווקים מושלמים</p>
<p>חזרה ל- Pure Online בשווקים חדשים; אטרטגיות Click & Brick המסורתיים</p>	<p>אטרטגיות Click & Brick</p>	<p>אטרטגיה Pure Online</p>

שלוש תקופות של מסחר אלקטרוני

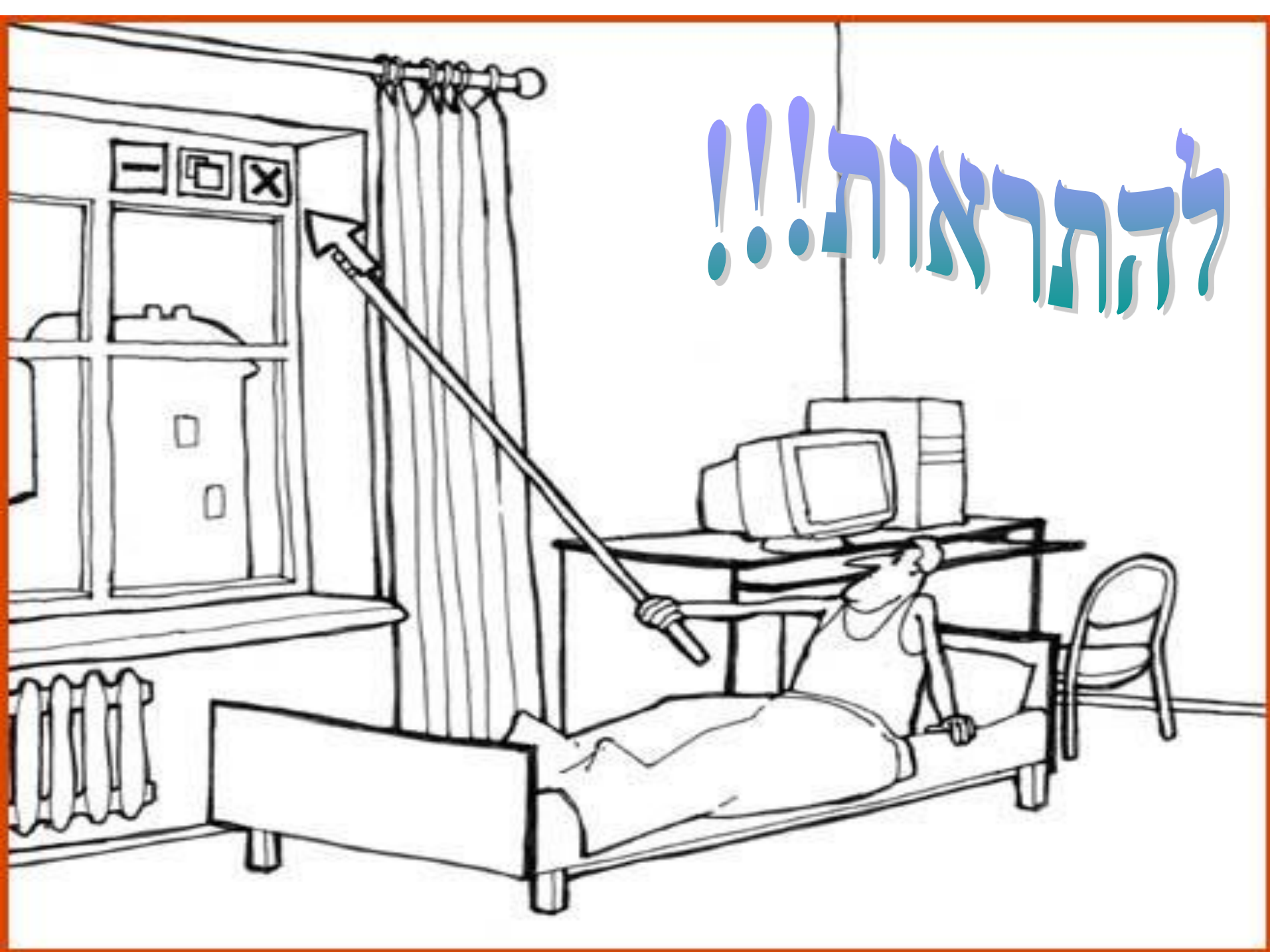
III	II	I
<p>יתרון תחרותי לראשונים בשווקים חדשים, כאשר השחקנים המסורתיים ברשת מדביקים את החדשנות</p>	<p>אסטרטגיות 'שני אך עדיף' וכדומה.</p>	<p>יתרון תחרותי לראשונים</p>

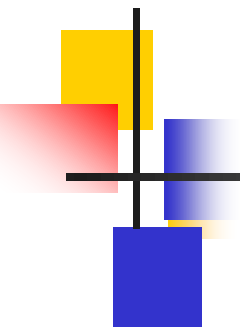
סכומים שגוייסו ע"י יזמים (בסיס רבעוני)



Source:
Laudon and
Traver (2008)

לדעתר אות!!!





מרצה: שי שקרוב

מסחר אלקטרוני - מבוא