



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΜΟΝΑΔΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΝΟΙΑΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ MARKETING ΦΑΡΜΑΚΩΝ

Φοιτητές
Ευαγγελία – Νεκταρία Καρεντζοπούλου
Κλοντιάνα Νάκο
Ηλίας Στέφος

Επιβλέπων καθηγητής: Κοτσιλιέρης Θεόδωρος

Καλαμάτα 2014

Ορισμός του ηλεκτρονικού εμπορίου

- «Το ηλεκτρονικό εμπόριο καλύπτει οποιαδήποτε μορφή επιχειρηματικής ή διοικητικής συναλλαγής ή ανταλλαγής πληροφοριών, η οποία εκτελείται με τη χρησιμοποίηση οποιασδήποτε τεχνολογίας πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών».
- Στόχος του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η βελτίωση των συναλλαγών με τη χρήση των νέων τεχνολογιών.

Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου

- Αύξηση του κύκλου εργασιών
 - Διεύρυνση της πελατειακής βάσης
 - Αύξηση της παραγωγικότητας
 - Βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης.
 - Μείωση του κόστους
-
- Άλυτα νομικά και ρυθμιστικά θέματα.
 - Κακόβουλα προγράμματα (loí, worms, Trojans)
 - Υποκλοπή δεδομένων

Ψηφιακό marketing

- Στο ψηφιακό marketing εντάσσονται όλες οι διαδραστικές μορφές επικοινωνίας που αναπτύσσονται μεταξύ μιας επιχείρησης και των πελατών της, με τη χρήση ψηφιακών-ηλεκτρονικών μέσων.
- Είναι ενδεικτικό ότι από το 1996 έως το 2006, από 250.000 ιστοσελίδες, έφτασαν στα 110 εκατ. ιστοσελίδες και οι χρήστες από 45 εκατ. υπερέβησαν το 1 δισεκατομμύριο.

Έρευνα: στάση των φαρμακοποιών απέναντι στο ηλεκτρονικό marketing

- Η έρευνα διενεργήθηκε στην ευρύτερη περιοχή του Νομού Αττικής και του Νομού Μεσσηνίας.
- Συμπληρώθηκαν 111 ερωτηματολόγια, τα οποία επεξεργάστηκαν με το στατιστικό πρόγραμμα SPSS for Windows 11.5
- Το δείγμα μας ήταν 60 άνδρες και 51 γυναίκες

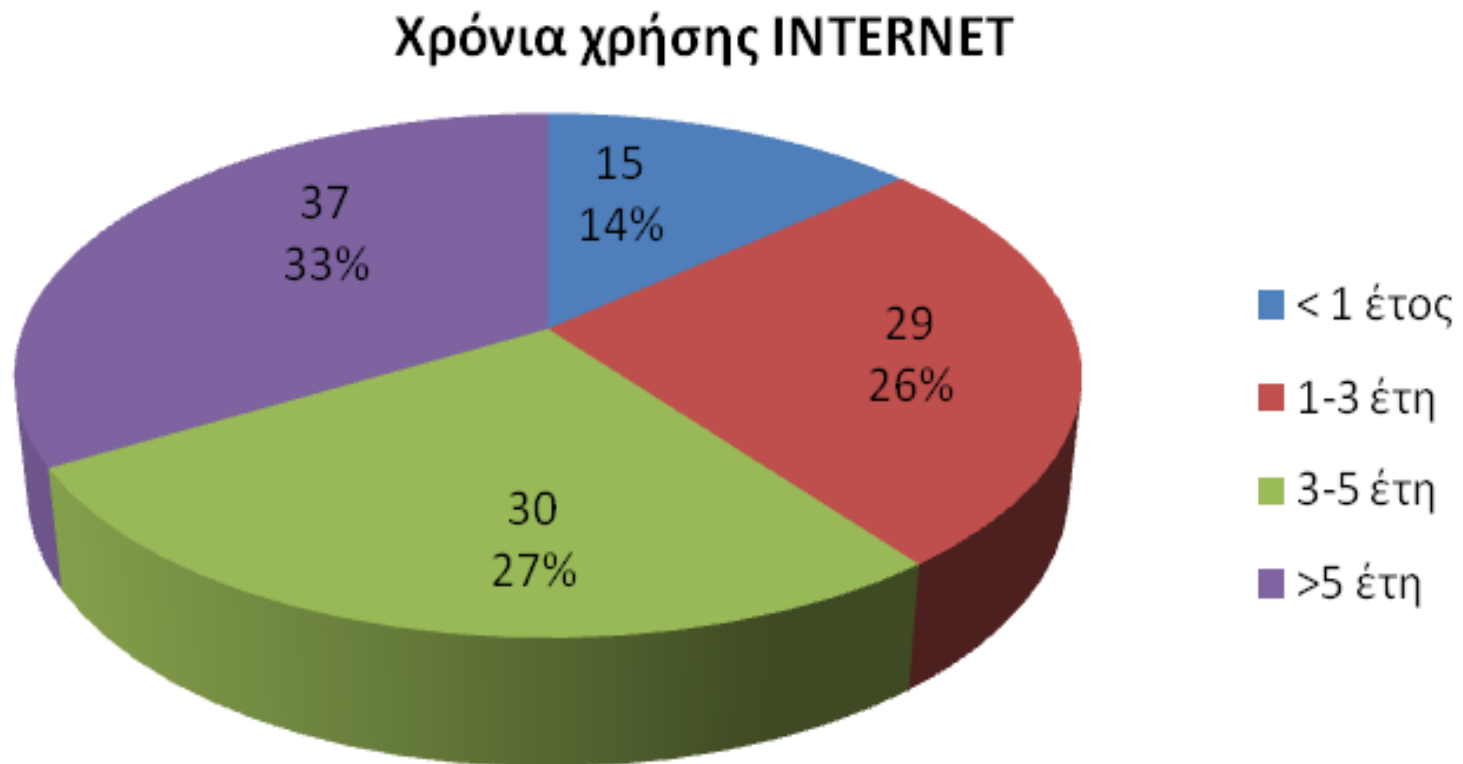
Ηλικία του δείγματος

	Συχνότητα	Ποσοστό επί τοις %
25-30 ετών	11	9,9
31-40 ετών	32	28,8
41-50 ετών	27	24,3
50-65 ετών	29	26,1
65+ ετών	12	10,8
Total	111	100,0

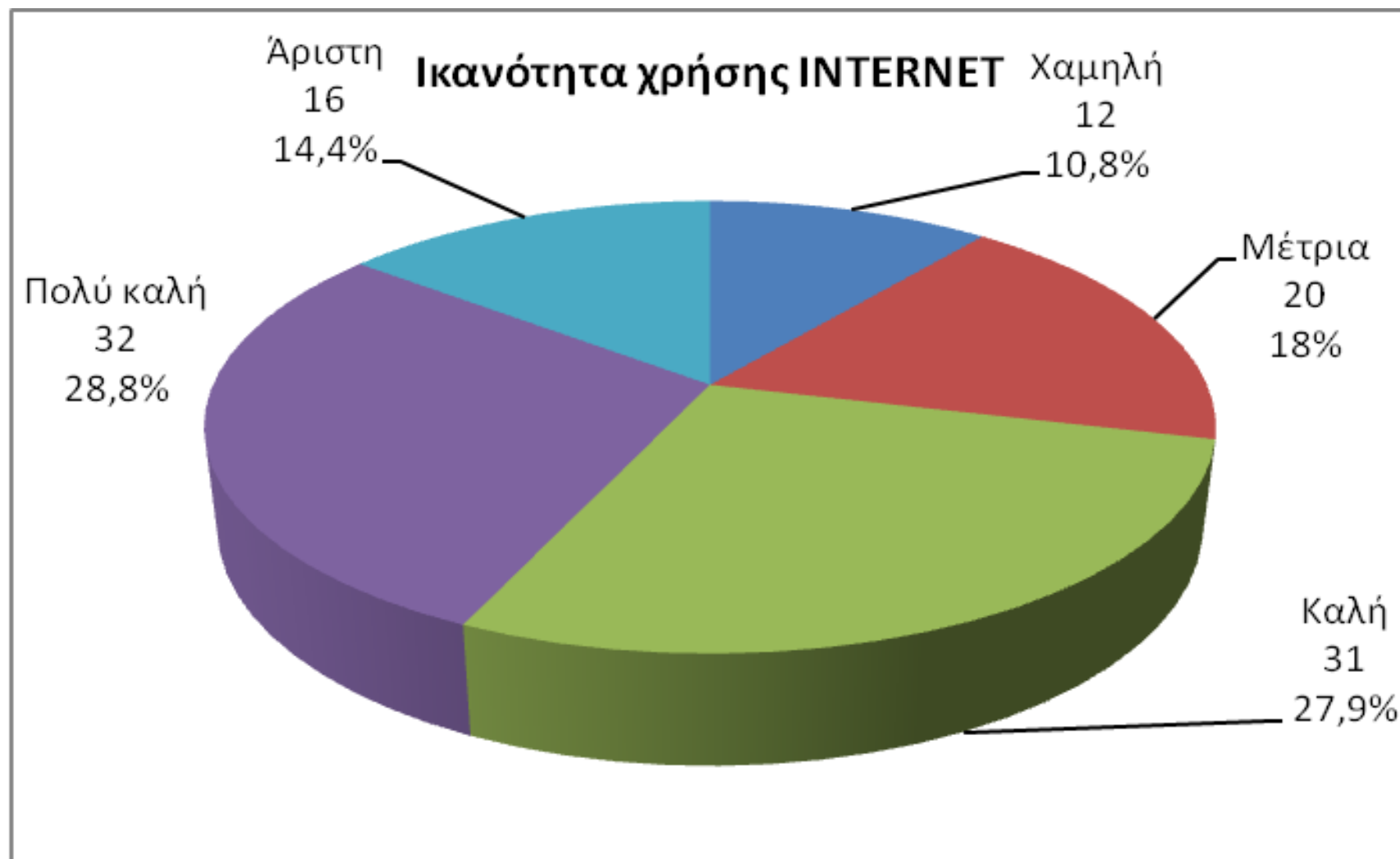
Έτη διατήρησης φαρμακείου

	Συχνότητα	Ποσοστό επί τοις %
0-5 έτη	19	17,1
6-10 έτη	27	24,3
11-15 έτη	15	13,5
16-20 έτη	21	18,9
20+ έτη	29	26,1
Total	111	100,0

Χρόνια χρήσης INTERNET



Ικανότητα χρήσης INTERNET

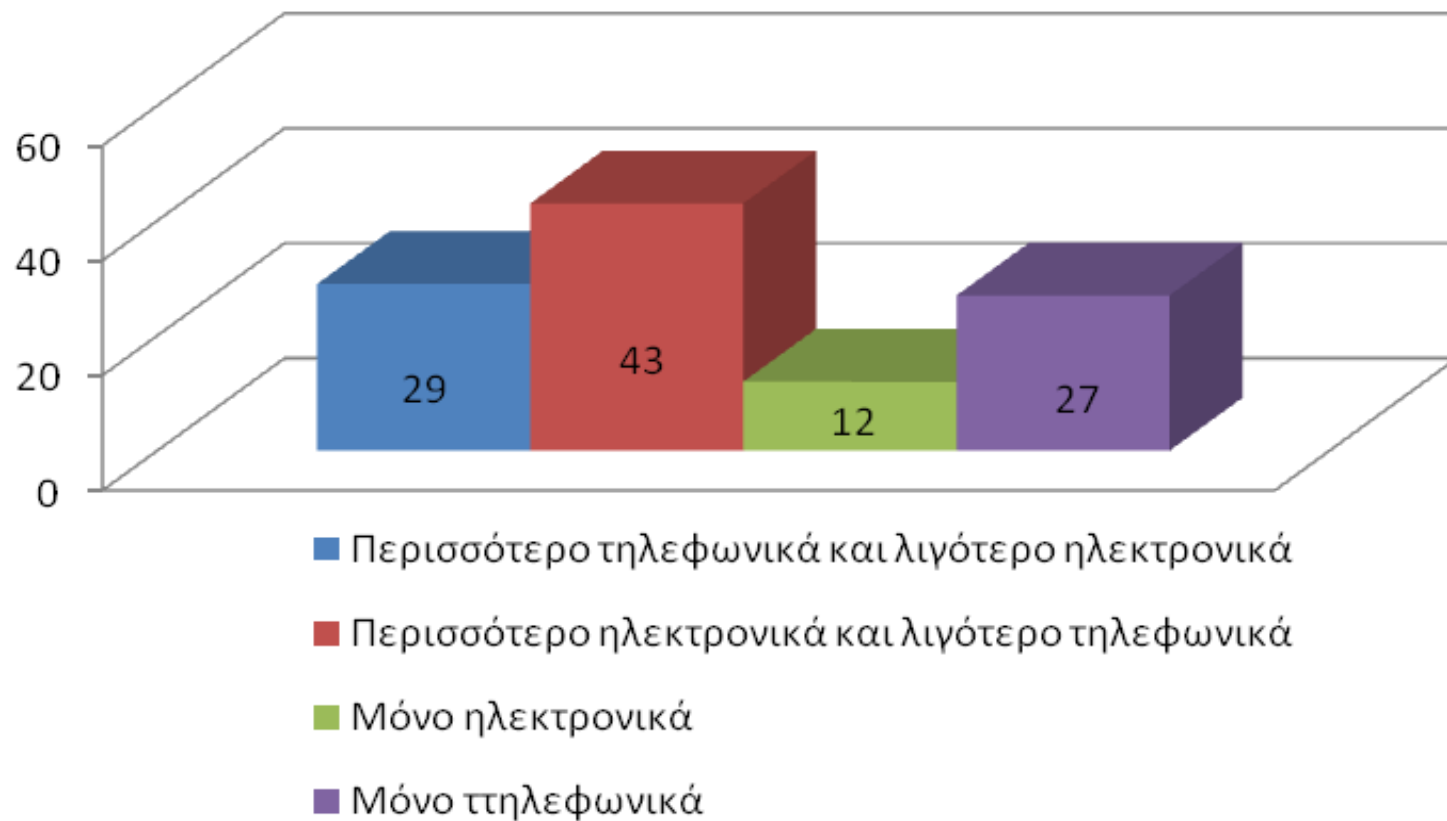


Στάση των φαρμακοποιών απέναντι στα ηλεκτρονικά καταστήματα

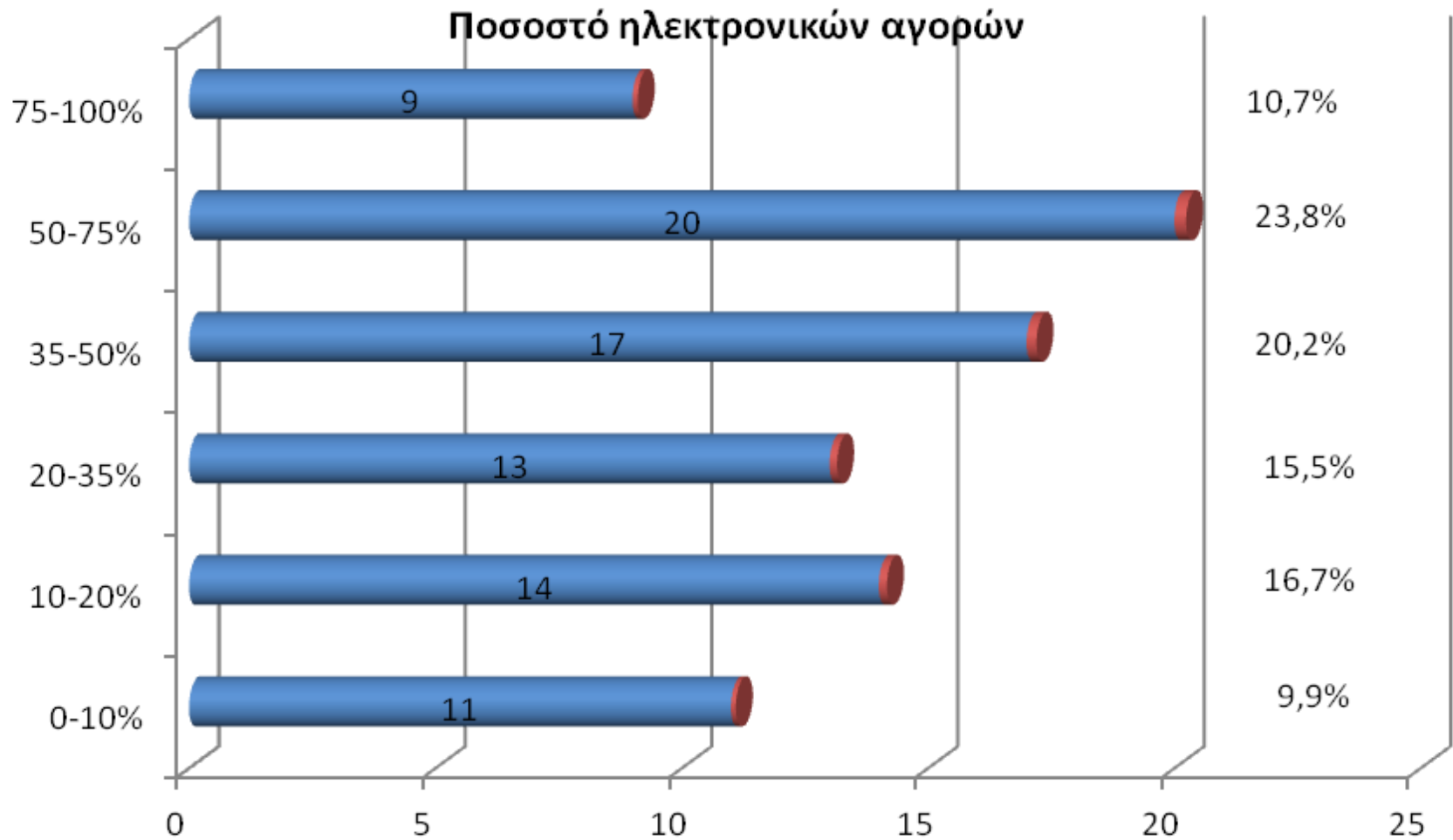
6. Βαθμολογείτε σύμφωνα με τα κριτήριά σας την παρακάτω φράση: Τα ηλεκτρονικά καταστήματα:	Διαφωνώ Απόλυτα		Διαφωνώ		Ούτε διαφωνώ Ούτε συμφωνώ		Συμφωνώ		Συμφωνώ Απόλυτα	
	Συχνότητα	Ποσοστό %	Συχνότητα	Ποσοστό %	Συχνότητα	Ποσοστό %	Συχνότητα	Ποσοστό %	Συχνότητα	Ποσοστό %
α. Παρέχουν αξιόπιστες συναλλαγές μέσω διαδικτύου	6	5,4	12	10,8	30	27,0	29	26,1	34	30,6
β. Παρέχουν μεγάλη γκάμα προϊόντων	3	2,7	7	6,3	20	18,0	43	38,7	38	34,2
γ. Ενεργούν πάντα για το συμφέρον των πελατών τους	10	9,0	15	13,5	37	33,3	32	28,8	17	15,3
δ. Δεν έχουν καλή φήμη	2	18,0	15	13,5	33	29,7	30	27,0	13	11,7
ε. Παρέχουν ευκολία	1	0,9	14	12,6	15	13,5	37	33,3	44	39,6
ζ. Παρέχουν καλύτερες τιμές	2	1,8	10	9,0	15	13,5	32	28,8	52	46,8
η. Έχουν μεγάλες προσφορές	2	1,8	13	11,7	13	11,7	32	28,8	51	45,9
θ. Οι συναλλαγές με ηλεκτρονικά καταστήματα εμπεριέχουν σημαντική ποσότητα ρίσκου	15	13,5	21	18,9	27	24,3	24	21,6	24	21,6

Προτίμηση παραγγελίας από τους προμηθευτές

Προτίμηση παραγγελίας στους προμηθευτές

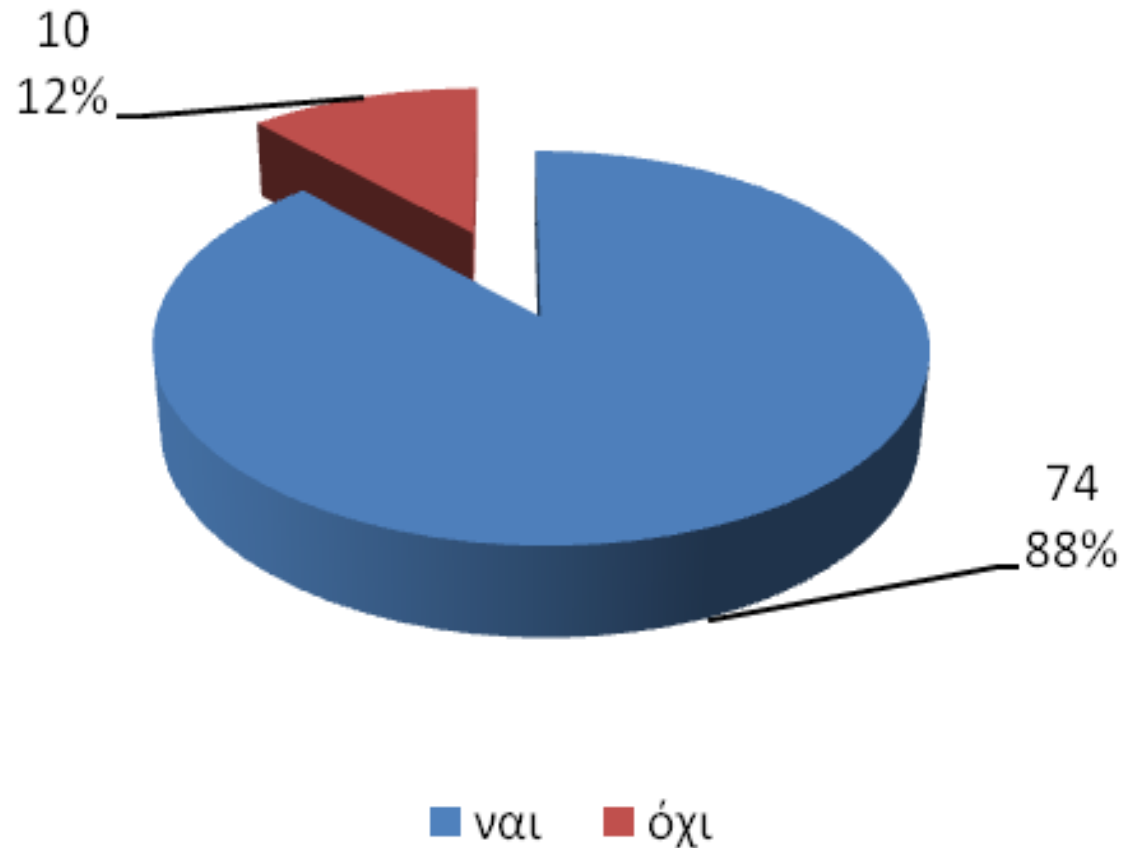


Ποσοστό ηλεκτρονικών αγορών



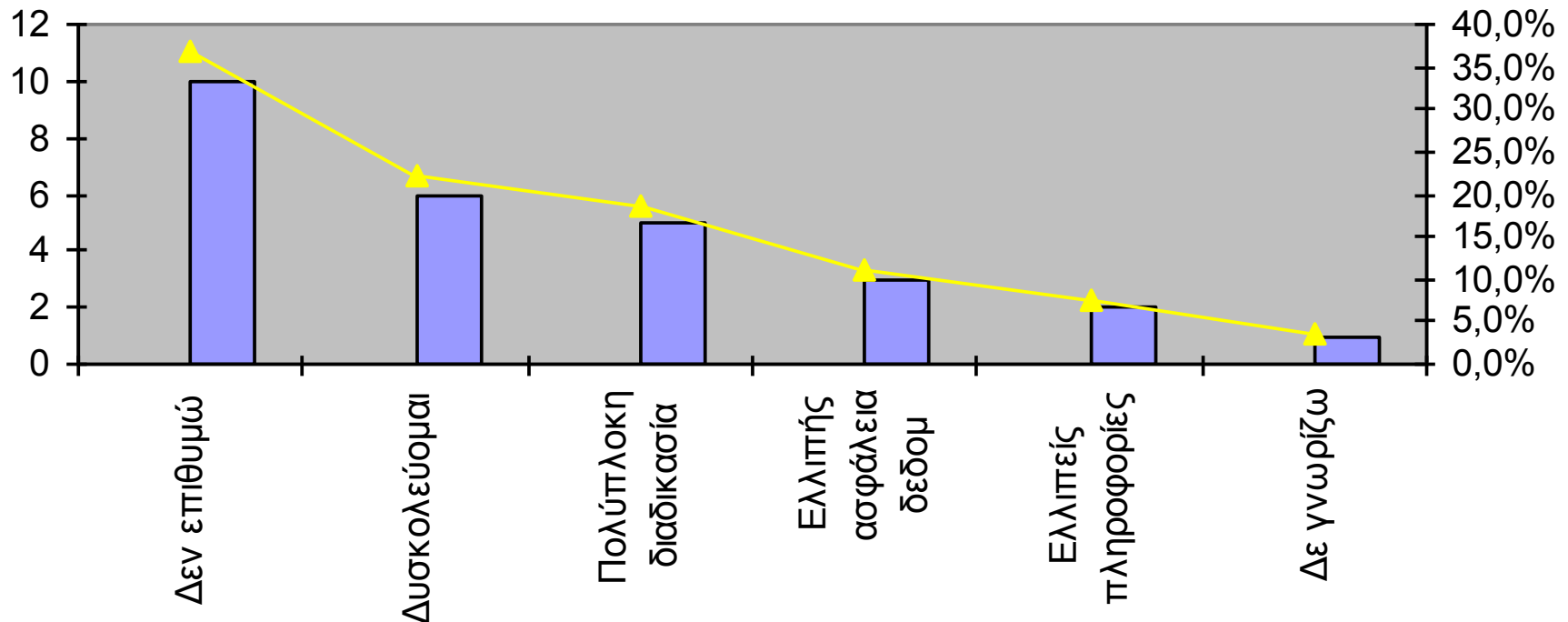
Ποσοστό ικανοποίησης

Ικανοποίηση από ηλεκτρονικές αγορές

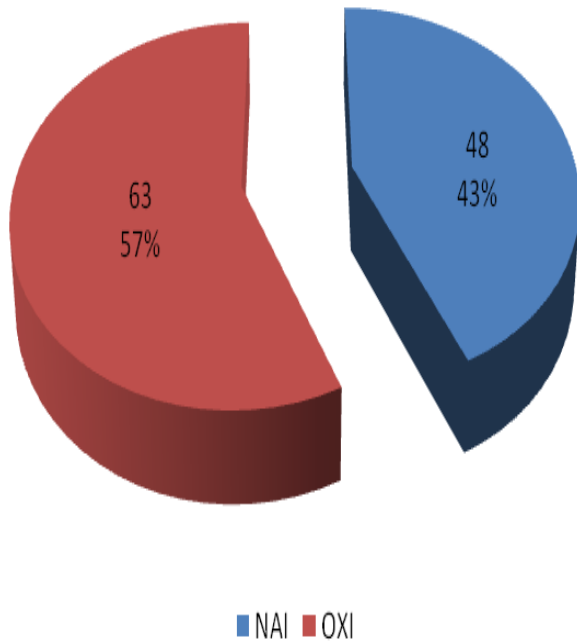


Λόγοι που δεν πραγματοποιούνται ηλεκτρονικές αγορές

Λόγοι μη πραγματοποίησης ηλεκτρονικών αγορών



Φαρμακεία που διαθέτουν ιστοσελίδα



		Συχνότητα	Ποσοστό επί τοις %
Valid	<1 έτος	14	29,2
	1-2 έτη	16	33,3
	2-5 έτη	15	31,3
	>5 έτη	3	6,3
	Total	48	100,0
Missing	0	63	
Total		111	

Σχήμα Ιστοσελίδας

		Συχνότητα	Ποσοστό επί του συνόλου	Ποσοστό επί τοις %
Valid	Ξεχωριστή ιστοσελίδα	27	24,3	56,3
	Ενσωματωμένη	7	6,3	14,6
	Και τα δύο	14	12,6	29,2
	Total	48	43,2	100,0
Missing	0	63	56,8	
Total		111	100,0	

Συχνότητα ενημέρωσης ιστοσελίδας

		Συχνότητα	Ποσοστό επί του συνόλου	Ποσοστό επί τοις %
Valid	Εβδομαδιαία	26	23,4	54,2
	Μηνιαία	14	12,6	29,2
	Ετήσια	1	0,9	2,1
	Τακτά διαστήματα	7	6,3	14,6
	Total	48	43,2	100,0
Missing	0	63	56,8	
Total		111	100,0	

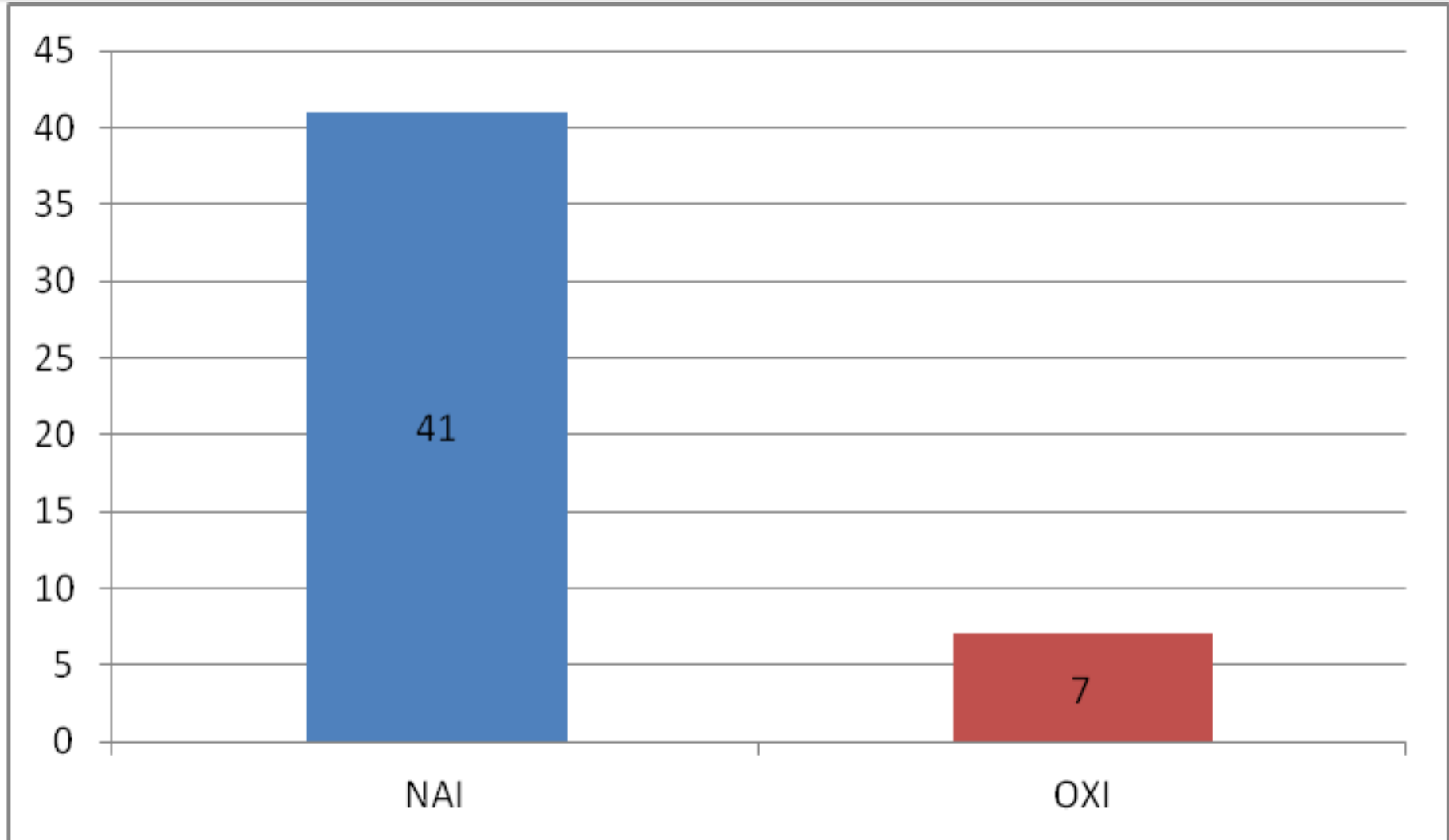
Αριθμός ημερήσιων επισκεπτών

		Συχνότητα	Ποσοστό επί του συνόλου	Ποσοστό επί τοις %
Valid	< 10 ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ	14	12,6	29,2
	11-20 ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ	15	13,5	31,3
	21-50 ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ	12	10,8	25,0
	>50 ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ	7	6,3	14,6
	Total	48	43,2	100,0
Missing	0	63	56,8	
Total		111	100,0	

Ανάλυση περιβάλλοντος ιστοσελίδας

16. Βαθμολογείτε σύμφωνα με τα κριτήριά σας το περιβάλλον της ιστοσελίδας σας	Απαράδεκτη		Μη ικανοποιητική		Μέτρια		Ικανοποιητική		Πολύ Καλή	
	Συχνότητα	Ποσοστό %	Συχνότητα	Ποσοστό %	Συχνότητα	Ποσοστό %	Συχνότητα	Ποσοστό %	Συχνότητα	Ποσοστό %
α. Οργάνωση	0	0,0	2	4,2	14	29,2	14	29,2	18	37,5
β. Ευκολία Πλοήγησης	0	0,0	1	2,1	12	25,0	19	39,6	16	33,3
γ. Εμφάνιση Ιστοσελίδας	0	0,0	4	8,3	8	16,7	21	43,8	15	31,3
δ. Αξιοπιστία Συναλλαγών	0	0,0	1	2,1	5	10,4	21	43,8	21	43,8
ε. Επάρκεια προϊόντων	0	0,0	3	6,3	7	14,6	21	43,8	17	35,4

Φαρμακεία που διαθέτουν e-shop



Αντίληψη ιστοσελίδας από πελάτες

		Συχνότητα	Ποσοστό επί του συνόλου	Ποσοστό επί τοις %
Valid	Πολύ	0	0	0
	Αρκετά	2	1,8	4,9
	Μέτρια	8	7,2	19,5
	Προβληματική	14	12,6	34,1
	Κακή	17	15,3	41,5
	Total	41	36,9	100,0
Missing	0	70	63,1	
Total		111	100,0	

Ποσοστό τζίρου από ηλεκτρονικές αγορές

		Συχνότητα	Ποσοστό επί του συνόλου	Ποσοστό επί τοις %
Valid	0-10%	22	19,8	53,6
	10-20%	9	8,1	22,0
	20-35%	6	5,4	14,6
	35-50%	2	1,8	4,9
	50-75%	2	1,8	4,9
	Total	41	36,9	100,0
Missing	0	70	63,1	
Total		111	100,0	

Μελλοντικά σχέδια για την ιστοσελίδα

		Συχνότητα	Ποσοστό επί του συνόλου	Ποσοστό επί τοις %
Valid	Παραμένει ως έχει	7	6,3	14,6
	Αναβάθμιση	38	34,2	79,2
	Μείωση	2	1,8	4,2
	Διαγραφή	1	0,9	2,1
	Total	48	43,2	100,0
Missing	0	63	56,8	
Total		111	100,0	

Προσδοκώμενα οφέλη

		Συχνότητα	Ποσοστό επί του συνόλου	Ποσοστό επί τοις %
Valid	Αύξηση τζίρου	27	24,3	61,4
	Συμβουλές	7	6,3	15,9
	Διαφήμιση	9	8,1	20,5
	Άλλο	1	0,9	2,3
	Total	44	39,6	100,0
Missing	0	67	60,4	
Total		111	100,0	

Λόγοι μείωσης ιστοσελίδας

		Συχνότητα	Ποσοστό επί του συνόλου	Ποσοστό επί τοις %
Valid	Φόρτος εργασίας	3	2,7	75,0
	Ανεπαρκής ανταπόκριση	1	0,9	25,0
	Ανησυχία διασφ. δεδομένων	0	0,0	0,0
	Άλλο	0	0,0	0,0
	Total	4	3,6	100,0
Missing	0	107	96,4	
Total		111	100,0	

Βασική κατηγορία προϊόντων πώλησης

		Συχνότητα	Ποσοστό επί του συνόλου	Ποσοστό επί τοις %
Valid	OTCs	0	0,0	0,0
	Άλλα φάρμακα	0	0,0	0,0
	Καλλυντικά	35	31,5	85,4
	Συμπλ. διατροφ	6	5,4	14,6
	Total	41	36,9	100,0
Missing	0	70	63,1	
Total		111	100,0	

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

- Τα αποτελέσματα της ανάλυσης των απαντήσεων του ερωτηματολογίου που δημιουργήσαμε, έδειξαν ότι οι **φαρμακοποιοί** στην πλειοψηφία τους, είναι **ευαισθητοποιημένοι** απέναντι στην **ηλεκτρονική διαφήμιση** των καταστημάτων τους, αλλά και απέναντι στη **δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος**, καθώς αναγνωρίζουν τα οφέλη της ηλεκτρονικής πώλησης.
- Επιπλέον, διαπιστώσαμε ότι τα **αποτελέσματα της έρευνάς μας συμφωνούν** με τη διεθνή **βιβλιογραφία**, την οποία παρουσιάσαμε στο πρώτο μέρος της παρούσας εργασίας

Ευχαριστούμε