

Κεφάλαιο 1 - Κατηγορίες και είδη προσωπικών και κινητών υπολογιστικών συσκευών

1.1 Η Αγορά Πληροφορικής - Προϊόντα και υπηρεσίες Πληροφορικής

Τι ονομάζουμε **Αγορά (Market)** ;

το σύνολο των συναλλαγών που μπορούν να γίνουν ανάμεσα σε όλους όσους πουλάνε (προμηθευτές) και σε όλους όσους αγοράζουν (καταναλωτές) προϊόντα ή υπηρεσίες του κλάδου.

Τι είναι τα **Προϊόντα**, τι οι **Υπηρεσίες** ; (ποια η διαφορά τους ;)

τα μεν Προϊόντα έχουν φυσική - υλική υπόσταση (όγκο, βάρος, σχήμα π.χ. οι οθόνες), ενώ οι Υπηρεσίες είναι άυλες.

Ποιες είναι οι ιδιότητες των προϊόντων ;

ένα **προϊόν** μπορεί να αποθηκευθεί, να μεταφερθεί να συντηρηθεί και να τοποθετηθεί.

Ποιες είναι οι ιδιότητες των υπηρεσιών ;

μια **υπηρεσία** μπορεί να συσταθεί - παραχθεί, να μεταβιβαστεί, να πωληθεί και να καταναλωθεί άμεσα ή τμηματικά Η Έννοια της Πώλησης - Μορφή του Εμπορίου.

1.1.1 Λιανικό - Χονδρικό Εμπόριο

Τι ονομάζουμε **Λιανικό Εμπόριο (Retail)** ;

είναι οι πωλήσεις προϊόντων **απευθείας** στους καταναλωτές/πελάτες (Consumers/ customers) που θα τα χρησιμοποιήσουν.

Τι ονομάζουμε **Χονδρικό Εμπόριο (Wholesale)** ;

είναι οι πωλήσεις συνήθως των Παραγωγών - Κατασκευαστών αυτών των Προϊόντων (Producers/manufacturers) προς επιχειρήσεις, που με τη σειρά τους, θα **μεταπωλήσουν** τα προϊόντα στους καταναλωτές.

Να αναφέρεται κάποια **Προϊόντα Πληροφορικής**.

- Υπολογιστές και εξαρτήματα υπολογιστών
- Δικτυακά Προϊόντα και Ψηφιακές παροχές

Να αναφέρεται κάποια **Υπηρεσιών Πληροφορικής**.

- Τεχνογνωσία στην οργάνωση Πληροφορικών Συστημάτων (μηχανοργάνωση)
- Εκπαίδευση
- Συμβόλαια υποστήριξης και συντήρησης
- Ιντερνετικές υπηρεσίες

1.1.2 Κύκλος ζωής προϊόντων (Product Life Cycle)

Τι ονομάζεται **Κύκλος ζωής προϊόντων**;

είναι η απεικόνιση της 'χρονικής διάρκειας' στην Αγορά, σε συνάρτηση με την 'εμπορικότητα' κάθε προϊόντος (δηλαδή πόσο δημοφιλές είναι αυτό ανάμεσα στους καταναλωτές).

Ποιες είναι οι φάσεις του **Κύκλου ζωής** ενός προϊόντος σύμφωνα με τον πίνακα BCG;



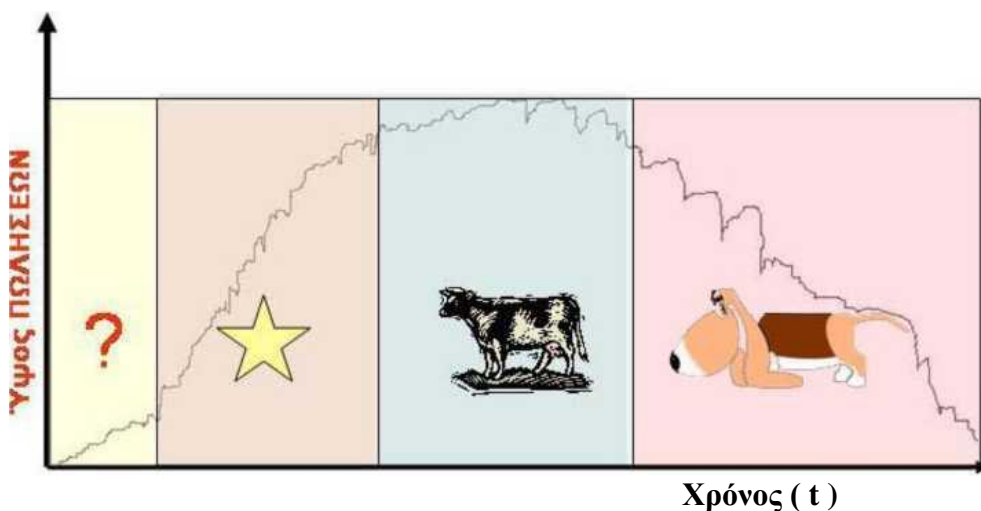
Ο πίνακας BCG Matrix

1^ο Στάδιο (**Ερωτηματικό** - Question mark) : Το προϊόν ΔΕΝ είναι προς στιγμήν γνωστό στην Αγορά και οι πωλήσεις του είναι ακόμα χαμηλές. Άρα δεν είναι σίγουρο ότι θα έχει εμπορική επιτυχία στην Αγορά (Ερωτηματικό).

2^ο Στάδιο (**Αστέρι** - Star) : Το προϊόν έχει αρχίσει να γίνεται γνωστό στην Αγορά και οι πωλήσεις του αυξάνονται ραγδαία όσο το καταναλωτικό κοινό ενημερώνεται για τα πλεονεκτήματα και την ανταγωνιστικότητά του (Αστέρι - Ελπίδα για πωλήσεις).

3^ο Στάδιο (**Αγελάδα** - Cash Cow) : Το ύψος των πωλήσεων του προϊόντος αυτού ΔΕΝ πρόκειται να ανέβει παραπάνω. Στη φάση αυτή υπάρχει όμως σταθερή ροή πωλήσεων, άρα και σταθερή ροή χρημάτων.

4^ο Στάδιο (**Γέρικο Σκυλί** - Old Dog) : Όταν χαθεί το αγοραστικό ενδιαφέρον, τότε οι πωλήσεις μειώνονται δραματικά (μέχρι να μηδενιστούν). Το προϊόν έχει παλιώσει, ή έχει αντικατασταθεί από καλύτερα, αποδοτικότερα, φθηνότερα κλπ. Δεν αποτελεί πλέον για την κατασκευάστρια εταιρία σημαντική πηγή εσόδων και δεν συμφέρει παραγωγικά (Γέρικο Σκυλί). Στο τέλος της φάσης αυτής το προϊόν αποσύρεται από την Αγορά.



Τα 4 Στάδια του Κύκλου Ζωής ενός Προϊόντος

Ποιες **στρατηγικές μάρκετινγκ** (προώθησης προϊόντων) υπάρχουν ;

- **Στρατηγική Επιλεκτικής Διείσδυσης.** Το προϊόν έχει υψηλή τιμή και χαμηλή διαφημιστική καμπάνια. Εφαρμόζεται όταν απευθύνεται σε καταναλωτές με υψηλά εισοδήματα ή όταν απευθύνεται σε περιορισμένη μερίδα των καταναλωτών.
- **Στρατηγική εικόνας και imaging.** Το προϊόν έχει υψηλή τιμή και μεγάλη διαφημιστική καμπάνια. Εφαρμόζεται όταν απευθύνεται σε καταναλωτές με υψηλά εισοδήματα ή όταν απευθύνεται σε μεγάλη μερίδα των καταναλωτών ή όταν υπάρχει έντονος ανταγωνισμός.
- **Στρατηγική Διείσδυσης Χαμηλών Τόνων.** Το προϊόν έχει χαμηλή τιμή και χαμηλή διαφημιστική καμπάνια. Εφαρμόζεται όταν το προϊόν είναι σχετικά γνωστό και απευθύνεται σε μεγάλη μερίδα των καταναλωτών όπου υπάρχει έντονος ανταγωνισμός.
- **Στρατηγική Μαζικής Διείσδυσης.** Το προϊόν έχει χαμηλή τιμή και μεγάλη διαφημιστική καμπάνια. Εφαρμόζεται όταν το προϊόν είναι σχετικά άγνωστο και απευθύνεται σε καταναλωτές με χαμηλότερα εισοδήματα ή απευθύνεται σε μεγάλη μερίδα των καταναλωτών. Πρόκειται για την “επιθετικότερη” από τις πολιτικές που μπορεί να εφαρμόσει μια επιχείρηση.

1.1.3 Το Μίγμα Μάρκετινγκ (Marketing Mix)

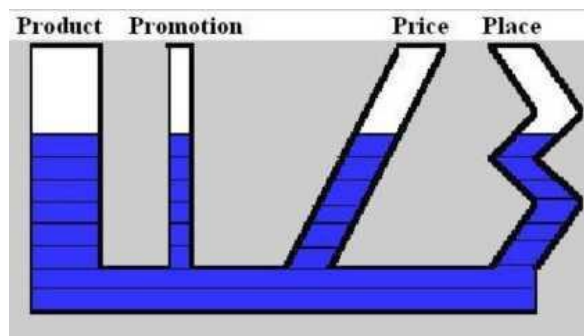
Τι είναι το **Μίγμα Μάρκετινγκ** ;

είναι ένα εργαλείο Marketing των επιχειρήσεων που βοηθά στον προσδιορισμό των αναμενόμενων αποτελεσμάτων (σε πωλήσεις) για την επιλογή(ές) στην παραγωγή και προώθηση του προϊόντος που παράγουν ώστε να καθορίζουν τη στρατηγική που θα ακολουθήσουν.

Σε ποιες παράγοντες ενός προϊόντος επικεντρώνεται το **Μίγμα Μάρκετινγκ** ;

στα διάσημα 4 P , δηλαδή τα : Product (τα χαρακτηριστικά του προϊόντος), Price (η τιμή του), Promotion (η προώθηση - διαφήμιση του), Place (η τοποθεσία που πωλείται).

Η λέξη ΜΙΓΜΑ προσδιορίζει ότι οι 4 αυτοί παράγοντες λειτουργούν ως συγκοινωνούντα δοχεία. Κάθε μεταβολή σε κάποιο από αυτά τα στοιχεία επηρεάζει τα υπόλοιπα:



Τα 4 Στοιχεία του Μίγματος Μάρκετινγκ (4 P's)

Σε ποια από τα **χαρακτηριστικά** του προϊόντος δίνεται ιδιαίτερη σημασία ;

- Στο όνομα (brand name) των προϊόντων (επώνυμα προϊόντα ή όχι)
- Στη συσκευασία τους (με σκοπό να προσελκύσουν και για τη προστασία τους κατά τη μεταφορά και αποθήκευση)

1.1.4 Καινοτομίες για την Επιχειρηματικότητα στο τομέα της Πληροφορικής.

Τι ονομάζουμε **Νεοφυείς επιχειρήσεις (start up companies)** ;

είναι οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην έρευνα, στην καινοτομία στην εφαρμογή Νέων Τεχνολογιών και Ιδεών.

1.2 Κατηγορίες προσωπικών και κινητών υπολογιστικών συσκευών.

A) Προσωπικοί Υπολογιστές

Με τον όρο Προσωπικό Υπολογιστή - **P.C.** αναφερόμαστε στο σύνολο του υλικού και των εξαρτημάτων που απαρτίζουν ένα υπολογιστικό σύστημα μικρής κλίμακας (χρησιμοποιείται συνήθως για προσωπική χρήση).

1. **Επιτραπέζιος υπολογιστής ή υπολογιστής γραφείου (Desktop Computer/Office Computer)**
είναι είδος προσωπικού υπολογιστή για χρήση στο γραφείο ή το σπίτι.
Πρωτοπόρες εταιρίες κατασκευής επιτραπέζιων υπολογιστών είναι η Apple, AMD, και η Intel.
2. **Φορητός υπολογιστής (Laptop)**
είναι ένας ηλεκτρονικός υπολογιστής μικρού μεγέθους και βάρους με εύκολη μεταφερσιμότητα - **φορητότητα** (portability), που διαθέτει ενεργειακή αυτονομία. Ενσωματώνει πολλές και καινοτόμες τεχνολογίες με προσιτό πλέον κόστος. Μία από αυτές είναι η τεχνολογία οθόνης **LED**, ή διόδου εκπομπής φωτός (Light Emitting Diode).
Στα αρνητικά σημεία περιλαμβάνονται: το ελαφρώς μεγαλύτερο κόστος αγοράς, οι λιγότερες και ακριβότερες επιλογές αναβάθμισης σε σχέση με τα επιτραπέζια συστήματα και η ευαισθησία που παρουσιάζουν λόγω της υψηλής συρρίκνωσης των ηλεκτρονικών τους κυκλωμάτων.

B) Κινητές υπολογιστικές συσκευές

1. Tablet (Ταμπλέτα)

αναφέρεται στους μικρούς φορητούς υπολογιστές, οι οποίοι δε διαθέτουν πληκτρολόγιο και ποντίκι, αλλά οθόνη αφής. Χωρίζονται σε δύο κατηγορίες:

- i. Tablet PC, διαθέτουν κάποιο λειτουργικό σύστημα και λειτουργούν ως μικρά Laptop.
- ii. Web Tablet, για αποκλειστική χρήση Internet και πολυμέσων.

Κατασκευάζονται με διάφορα λειτουργικά συστήματα σαν το Android, το IOS (αποκλειστικά σε συσκευές της Apple), το Windows (είναι επέκταση της Microsoft σε tablet και κινητές συσκευές ενώ δημιουργήθηκε ήδη πριν από πολλά χρόνια και για desktops) και τέλος αναμένεται να βγει και για tablet το λειτουργικό σύστημα που παρουσίασε η Mozilla που ονομάστηκε FOS (Firefox OS).

2. Smartphone (Εξυπνο Τηλέφωνο)

αναφέρεται σε ένα κινητό τηλέφωνο βασισμένο σε ένα λειτουργικό σύστημα κινητής τηλεφωνίας με περισσότερη προηγμένη υπολογιστική ικανότητα και συνδεσιμότητα σε σχέση με ένα απλό κινητό τηλέφωνο. Στα σημερινά μοντέλα προστέθηκαν οι λειτουργίες των φορητών media players, compact ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές, βιντεοκάμερες τσέπης, καθώς και μονάδες πλοήγησης GPS, με αποτέλεσμα να διαμορφωθεί μια πολυχρηστική συσκευή. Πολλά σύγχρονα smartphones περιλαμβάνουν επίσης οθόνες αφής υψηλής ανάλυσης και web browsers που εμφανίζουν τυποποιημένες ιστοσελίδες, καθώς και βελτιστοποιημένες ιστοσελίδες για κινητά. Η πρόσβαση σε δεδομένα υψηλής ταχύτητας παρέχεται μέσω Wi-Fi και μέσω κινητών ευρυζωνικών υπηρεσιών.

Τα λειτουργικά συστήματα των κινητών τηλεφώνων που χρησιμοποιούνται από τα σύγχρονα smartphones περιλαμβάνουν το Android της Google, το iOS της Apple, το BlackBerry OS της RIM, τα Windows Phone της Microsoft, το webOS της Hewlett-Packard, καθώς και ενσωματωμένες διανομές Linux όπως το MeeGo. Μερικά άλλα επερχόμενα λειτουργικά συστήματα είναι το Firefox OS της Mozilla, το Ubuntu Phone της Canonical Ltd's.