

סמינר שווקים אלקטרוניים סמסטר 2016 ב'

מגיש :

ת.ז. :

מנחה :

תוכן עניינים

1. מבוא..... 3
2. רקע..... 4
- 2.1 התפתחות מערך הזמנת טיסות..... 4
- 2.2 רכישה פיזית מול רכישה וירטואלית..... 5
- 2.2 הסבר ההבדל..... 6
- 2.2.2 סליקה באינטרנט..... 7
- 2.3 היקף התופעה..... 8
- 2.4 דוגמאות לאתרי השוואת מחירים..... 9
3. השלכות לשווקים אלקטרוניים..... 12
- 3.1 הפרסום המקוון..... 12
- 3.2 פרטיות ברשת..... 13
- 3.2.1 חוק הפרטיות..... 13
- 3.2.2 עוגיות..... 14
- 3.3 אובססיית מדינה : אתרי השוואת מחירים..... 15
- 3.4 שינוי שיטת תמחור – הפרדה למרכיבי טיסה..... 17
4. דיון..... 19
- 4.1 הצורך בחקיקה באינטרנט..... 19
- 4.2 עולם ללא סוכנים..... 20
- 4.2.1 ניתוח כוחות השוק..... 22
- 4.3 מעבר לתמחור דינמי..... 23
5. סיכום ומסקנות..... 24
6. בביבליוגרפיה..... 26

1. מבוא

כניסת האינטרנט לחיינו מהווה שינוי רדיקלי ממה שהעולם הכיר עד כה. השינויים מהירים, המוצרים והשירותים מתחלפים מיום ליום, תחומים שלמים נכחדים ושווקים חדשים נפתחים בכל עת ובכל מקום מעולם. ניתן לומר, כי האינטרנט הקל על חיי המשתמשים ואף העשיר אותם אך מנגד לצד היתרונות קיימים לא מעט חסרונות כגון: היעדר פרטיות, סחר במידע וחוסר יכולת לשלוט על המידע שנצבר אשר בסופו של דבר משפיע ישירות על משתמשי הקצה. אחד ההשלכות הבולטות של האינטרנט הוא שינוי צורת המסחר, התקשורת ומערכת היחסים בין הקונה למוכר. אנו עדים להכחדה של תחומי סחר שלמים בעקבות המעבר לרכישה מקוונת המייתרת את הצורך בביצוע רכש פיזי, אחד הדוגמאות הבולטות לכך הינו תחום הזמנת הטיסות.

עבודה זו תתמקד בתחום ענף התיירות בהתמקדות על תופעת הזמנת הטיסות באופן ישיר באמצעות האינטרנט. העבודה תכלול סקירה היסטורית של השינויים שחלו בתהליך הזמנת טיסות. ניתוח של סוגיה ספציפית זו תבחן בפרספקטיבה על השינויים שחלו בעקבות כניסת טכנולוגיות חדשות אשר פיתחו את השווקים האלקטרוניים והשפעתם על ענפים רבים תוך התייחסות להיבטים האסטרטגיים וסקירת אופי התחרות בענף.

לאחר מכן, יוצג כיצד השינוי הטכנולוגי השפיע על האופן שבו אנו בוחרים היום לבצע הזמנת טיסות, ניתוח הטכנולוגיה שהתפתחה המאפשרת למנועי חיפוש הטיסות לפעול. בהמשך, ננתח את ההשלכות המשפטיות של השווקים האלקטרוניים בכלל ובתחום הטיסות בפרט, השפעתם על ענפי המסחר השונים. לסיום, יוצג דיון המציג מסקנות בעלות השלכות ארוכות טווח על הפגיעה בפרטיות בשימוש בטכנולוגיה לתועלת הצרכן.

מטרת העבודה הינה לבחון את המעבר הכלל עולמי מסוכני נסיעות אנושיים לאתרים אלקטרוניים המבצעים עבור הצרכן את אותה עבודה באופן אוטומטי תוך התערבות אנושית מינימאלית. תוצאות העבודה מדגישות כי בעולם המודרני של שווקים אלקטרוניים על אף כל היתרונות המסחריים הכוללים בכך "אין מתנות חינם" המשתמש/צרכן/לקוח שמעוניין פעמים רבות ליהנות מהיתרונות הרבים שהשווקים הללו מציעים מוצא את עצמו משלם בפרטיות שלו ובמידע הנאסף אודותיו ונמצא תחת שרשרת של מניפולציות "מאחורי הקלעים" הנעשות ללא ידיעתו שמטרותיהן: עידוד צריכה, סחר במידע, הצגת פרסומות וכו'.

2. רקע

2.1 התפתחות מערך הזמנת טיסות

מערכת הזמנת טיסות נמצאת מסביבנו כבר עשרות שנים, מערך ההזמנות החל לפני שנים רבות על ידי חברות התעופה עצמן, בעיקר החברות הגדולות שעשו מאמץ להגדיל את הזמנת הטיסות שלהם. תחילה המערכות הפנימיות האלה תופעלו על ידי חברות התעופה עצמן כדי לאפשר את מספר העסקאות וההזמנות העצום שלהם ועל מנת לעמוד בביקוש הגובר, חברות התעופה החלו לשתף פעולה עם סוכנים. בראשית הדרך, הסוכנים היו מחויבים לעבוד בלעדית אל מול חברת תעופה אחת. סוכני הנסיעות ניהלו את עסקיהם ממשרדים בנקודות מפתח ופעמים רבות לקוחותיהם היו מגיעים אליהם על מנת לבצע את ההזמנה. דוגמא לכך הינו רחוב בן יהודה בתל אביב שעד לפני שנים מספר נמצאו בו רוב סוכני נסיעות הגדולים בארץ. עם השנים נכנסו לשוק השחקנים הגדולים – חברות שהיקף העסקות שניהלו היה רב יותר מהסוכן העצמאי הבודד לרבות: "הדקה ה-90", "איסתא" ודומיהן. מספר סוכני הנסיעה העצמאים הלך והתמעט. במהלך השנים סוכנויות נסיעות רבות נאלצו לאחד כוחות עם אחרות וזאת על מנת להמשיך לתפקד.

בשנים האחרונות אנו נמצאים בעידן של שווקים אלקטרוניים. מוצרים ושירותים רבים משנים את צורתם. שירותים רבים הופכים למקוונים, שירותים אחרים נוצרים וישנם כאלה שכבר אינם רלוונטיים. בשנים האחרונות ניתן למצוא ברשת מוצרים דיגיטליים חדשניים או-סחורות אלקטרוניות כגון E-GOODS (מוצרים מוחשיים הקיימים בצורה דיגיטלית). דוגמאות למוצרים אלו ניתן לראות ברחבי הרשת למשל: הדרכות וידאו, מדיה דיגיטלית, כגון ספרים אלקטרוניים, מוזיקה להורדה, רדיו אינטרנט, טלוויזיה באינטרנט, גופנים, גרפיקה, מנויים דיגיטליים, מודעות מקוונות, קופונים באינטרנט; כרטיסים אלקטרוניים, אסימוני קזינו מקוונים, שירותי ענן, תוכנות להורדה וכו'.

המגמה של מעבר מוצרים ושירותים לצורה מקוונת לא פסחה על ענף הזמנת הטיסות. תחילה היו אלו חברות התעופה שהקימו אתרים דרכיהם הנוסעים יכלו לבצע הזמנה ולשלם בצורה מקוונת. הייתה זו מהפכה. לא היה עוד צורך בסוכנים ומתווכים, אלא היה ניתן לבצע את העסקאות באופן ישיר. היכולת לקנות ישירות מחברת התעופה הוזיל עלויות במידה מה ומנע את הצורך בעמלת תיווך. Budd and Vorley (2013) הראו במחקרם כי 25 חברות התעופה הגדולות בעולם השיקו אפליקציות לביצוע הזמנת טיסות באופן ישיר הן מאתר אינטרנט והן ממכשיר הסמארטפון בין השנים 2008-2012 וזאת לאור הביקוש הרב לשירות זה בעקבות אימוץ הטכנולוגיה על ידי הצרכנים. חידוש נוסף היה בחוסר המגע האנושי, הכול נעשה באופן אוטומטי. הנוסע יכול לבחור את המקום בטיסה, את האוכל שיוגש לו וכן שירותים נוספים, במילים אחרות הנוסע הפך להיות סוכן הנסיעות. בשלב השני, הצטרפו אתרי השוואת מחירים וביניהם אתרי השוואת מחירי טיסות. אתרים אלו מאפשרים למשתמש להזין את המקור והיעד של הטיסות, תאריכים רצויים ואת מספר הנוסעים ומנוע החיפוש מציע למשתמש מספר רב של אופציות. ההבדלים בין אפשרויות הטיסה השונות בא לידי