

Ανάλυση πληροφοριακών συστημάτων στην εταιρεία Efood

Αργυρώ Μαριόλη Π2017089

Γεώργιος Καπρέτσος Π2017099



Περιεχόμενα

1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- 1.1 Παρουσίαση Εταιρείας
- 1.2 Παροχές του Efood

2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

- 2.1 Πλούσια εικόνα και Ανάλυση Προβληματικής Κατάστασης
- 2.2 Βασική λειτουργικότητα πληροφοριακών συστημάτων (το μέγεθος εξαρτάται από τους ρόλους που θα αναγνωρίσετε στην πλούσια εικόνα)
- 2.3 Στρατηγική υλοποίησης πληροφοριακού συστήματος

3 ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

- 3.1 Διαγραμματική απεικόνιση λειτουργικότητας πληροφοριακού συστήματος
- 3.2 Σχεδίαση υποσυστημάτων πληροφορικού συστήματος

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1 Παρουσίαση Εταιρείας

Η παρούσα εργασία του μαθήματος «Εισαγωγή Στα Πληροφοριακά Συστήματα» με τίτλο «Ανάλυση πληροφοριακών συστημάτων στην εταιρεία Efood.gr» ασχολείται με το πληροφοριακό σύστημα της εταιρείας Efood.gr που έχει ως αντικείμενο την παροχή ηλεκτρονικών υπηρεσιών παραγγελιοληψίας από μια πληθώρα συνεργαζόμενων εστιατορίων. Η επιχείρηση που εξετάζουμε ανήκει στην μητρική οργάνωση Delivery Hero. Το efood ιδρύθηκε το 2012 από τον Παμίνο Κυρκίνη και τον αδελφό του Κωνσταντίνο Κυρκίνη όταν παρατήρησαν ένα μεγάλο κενό στην Ελληνική αγορά για online delivery, ένα είδος υπηρεσίας που είχε εδραιωθεί στην Ευρώπη και οι ίδιοι είχαν χρησιμοποιήσει στο παρελθόν.

Η ανταπόκριση ήταν πέρα από θετική εμπνέοντας την ίδρυση παρόμοιων επιχειρήσεων που θα έπαιρναν την θέση των μεγαλύτερων ανταγωνιστών της (deliveras, wolt, box, κτλ). Αυτή η επιτυχία τράβηξε την προσοχή μιας διεθνούς εταιρείας Delivery Hero και το 2015 η Efood συνυπέγραψε για να γίνει μέλος της θυγατρικής εταιρείας της Delivery Hero, Online Delivery A.E.

Η ένταξη του efood στο δυναμικό της Delivery Hero -έναν από τους μεγαλύτερους ομίλους online delivery στον κόσμο- άνοιξε νέες δυνατότητες ώστε να γίνει επέκταση σε υπηρεσίες delivery νέων κατηγοριών και μοντέλων.

Η πιο πρόσφατη καταγραφή της δημογραφικής εμβέλειας του efood δείχνει πως εξυπηρετεί σε 90 πόλεις με περισσότερα από 10.000 συνεργαζόμενα καταστήματα στον χώρο της εστίασης.

Από την αρχή της ίδρυσης του το Efood έχει συνεργαστεί με πολλές φιλανθρωπικές οργανώσεις ώστε μαζί με την παραγγελία φαγητού ο καταναλωτής να μπορέσει να συνεισφέρει μέσω των ηλεκτρονικών πληρωμών παραγγελιών. Οι συνεργασίες αυτές γίνονται μέσω των ενεργειών "Love Delivered" και στην αρχή της ίδρυσης τους συνεργάζονταν με το «Μπορούμε» (www.boroume.gr). Πέρα από την συνεισφορά των χρηστών έχουν κάνει και δωρεές μέσω χρηματικών ποσών ιδιαίτερα κόντα σε εορταστικές περιόδους όπως για παράδειγμα τα Χριστούγεννα.

1.2 Παροχές του Efood

Οι κύριες παροχές της είναι:

- Διαμεσολάβηση μεταξύ εστιατορίου και καταναλωτή για την ηλεκτρονική λήψη, αποστολή και παράδοση παραγγελίας.
- Παροχή προσωπικού delivery για συνεργαζόμενα εστιατόρια που δεν είχαν την δυνατότητα αυτή στο παρελθόν.
- Διαμεσολάβηση μεταξύ εστιατορίου και καταναλωτή για την ηλεκτρονική πληρωμή παραγγελίας μέσω τραπεζικής κάρτας και ηλεκτρονικών υπηρεσιών όπως paypal και Apple Pay.
- Δίνει την δυνατότητα στους καταναλωτές να δώσουν ηλεκτρονικό φιλοδώρημα στην περίπτωση ηλεκτρονικής επαφής.
- Εκτίμηση χρόνου παράδοσης παραγγελίας από την επιχείρηση στον καταναλωτή λαμβάνοντας υπόψη παράγοντες όπως προετοιμασία φαγητού, απόσταση, ιστορικό αναμονής κ.α.
- Παράγγειλε από τον υπολογιστή, το κινητό (iOS και Android) ή tablet.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

2.1 Πλούσια εικόνα και Ανάλυση Προβληματικής Κατάστασης

Για να φτιάξουμε πλούσια εικόνα πρέπει να αναλύσουμε την διαδικασία που ακολουθεί ο πελάτης όταν κάνει παραγγελία μέσω της πλατφόρμας. Ας την αναλύσουμε βήμα βήμα.

Διαδικασία ηλεκτρονικής παραγγελίας

Ο χρήστης ανοίγει την εφαρμογή.

Συμπληρώνει την διεύθυνση παραλαβής παραγγελίας. Προσθέτει σχολιά σε περίπτωση ύπαρξης κάποιας ιδιαιτερότητας της διεύθυνσης (π.χ. εάν ο αριθμός δεν αναγράφεται στην οκία, αν δεν έχει κουδούνι κτλ.)

Ανοίγει η λίστα καταστημάτων που παραδίδουν προϊόντα στην διεύθυνση. Σε αυτό το σημείο έχει πολλές δυνατότητες ενεργειών:

- ο πελάτης μπορεί να αναζητήσει ένα συγκεκριμένο είδος προϊόντος στην μπάρα αναζήτησης
- βγαίνουν καταστήματα που πουλάνε το συγκεκριμένο προϊόν
- ο πελάτης μπορεί να αναζητήσει ένα συγκεκριμένο κατάστημα γιατί γνωρίζει το όνομα του και το συμπληρώνει στην μπάρα αναζήτησης. αν το κατάστημα είναι εγγεγραμμένο και ανοιχτό η πλατφόρμα παραπεμπει το χρήστη σε αυτο.
- ο πελάτης μπορεί να αναζητήσει ένα συγκεκριμένο είδος καταστήματος επιλέγοντας όποιο από τα φίλτρα θέλει με τα είδη κουζίνας.
- ο πελάτης μπορεί να αναζητήσει καταστήματα που έχουν προσφορές.

Μετά από τις παραπάνω ενέργειες αναζητήσεις ο πελάτης επιλέγει κατάστημα. Σε αυτό το σημείο μπορεί να επιλέξει από το ιστορικό παραγγελιών πάνω από τον κατάλογο εαν έχει παραγγείλει από αυτό το κατάστημα στο παρελθόν ή να κάνει νέα παραγγελία. Στην δεύτερη περίπτωση επιλέγει προϊόντα από τον κατάλογο.

Σε αυτό το σημείο έχει την επιλογή να προσθέσει σχόλια για ιδιαιτερότητες στην παραγγελία όπως την αλλαγή ή αφαίρεση ενός υλικού (π.χ. σε περίπτωση αλλεργίας στο συγκεκριμένο υλικό)

Κατά την επιλογή τρόπου πληρωμής ο πελάτης έχει πάλι πολλές δυνατότητες μπορεί να επιλέξει:

- πληρωμή με μετρητά
- πληρωμή με κάρτα και συμπληρώνει τα στοιχεία της κάρτας για ηλεκτρονική πληρωμή. έχει την επιλογή για αποθήκευση των στοιχείων αυτών για την διευκόλυνση με επόμενες ηλεκτρονικές πληρωμές.
- πληρωμή paypal/ apple pay και αναδύεται παράθυρο για εξουσιοδότηση μέσω του αντίστοιχου λογαριασμού. όπως και με την πληρωμή μέσω κάρτας ο χρήστης έχει την επιλογή για αποθήκευση των στοιχείων αυτών για την διευκόλυνση με επόμενες ηλεκτρονικές πληρωμές.

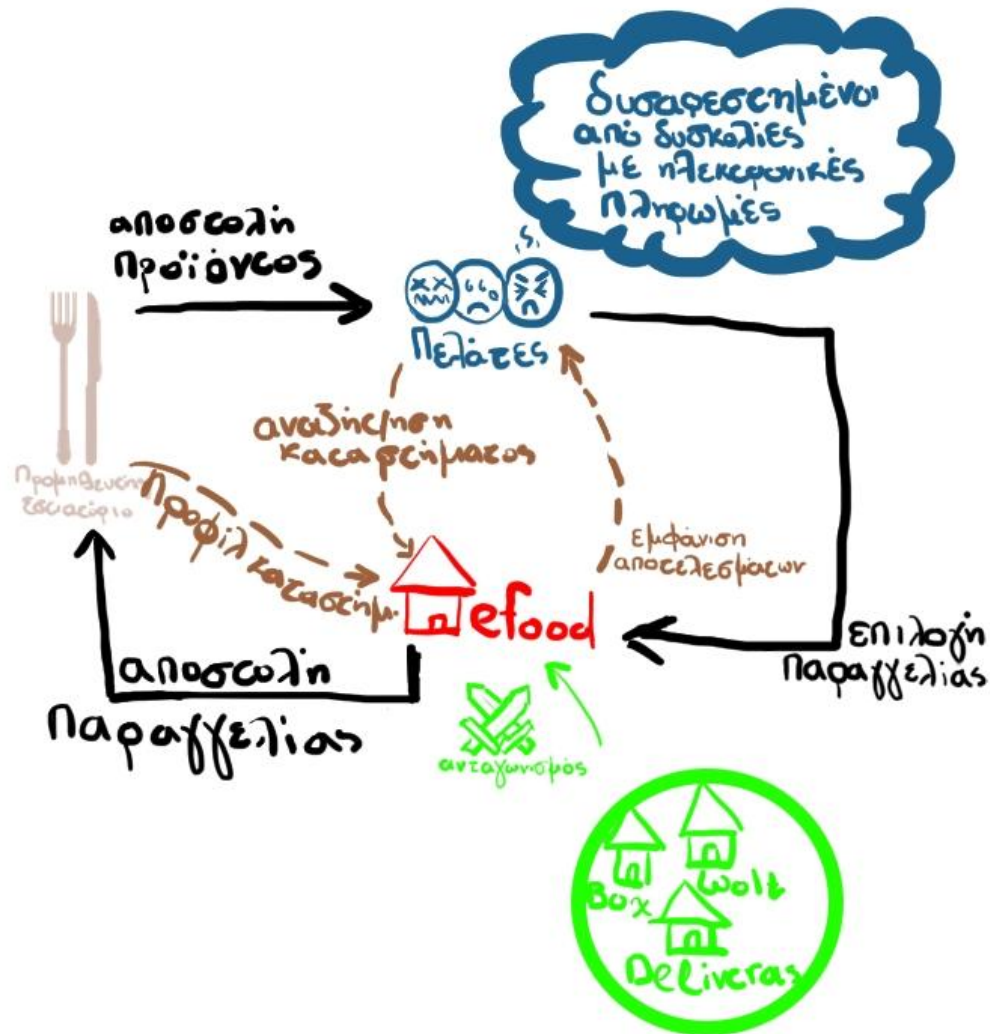
Μετά από την επιλογή τρόπου πληρωμής ο χρήστης αποστέλλει την παραγγελία. Το σύστημα ως διαμεσολαβητής αποστέλλει την παραγγελία στο κατάστημα. Το κατάστημα ετοιμάζει και στέλνει την παραγγελία.

Από την παραπάνω ανάλυση και από εμπειρική χρήση της πλατφόρμας μπορέσαμε να βρούμε τα εξής ελαττώματα που μας φέρνουν σε θέση ανάλυσης προβληματικής κατάστασης:

1. δεν έχει συστημα επιβραβευσης για επανερχόμενους πελατες
2. δεν εφαρμζονται προσφορες για πληρωμη με μετρητα
3. Παραλαβή λάθος προϊόντων δίχως προοπτική επιστροφής
4. δεν είναι personalised για το καθε καταναλωτη ανάλογα με τις αγορες του
5. δεν γινονται προτασεις βαση τις προτιμησεις αλλων χρηστων
6. δεν υπάρχουν κριτικές προϊόντων μόνο καταστημάτων
7. κατα την αναζητηση καταστηματος στην περίπτωση που το καταστημα είναι κλειστο η πλατφορμα δεν προτεινει στον χρηστη παρόμοια μαγαζα

8. δεν υπάρχει φίλτρο με κλιμακα τιμών για να περιορίσει ο χρήστης το ελάχιστο ποσό που θέλει να καταναλώσει
9. δεν υπάρχει υπηρεσία ταυτοχρονης επικοινωνιας απο το καταστημα στην υπηρεσια support και τον καταναλωτη
10. δεν έχει την υπηρεσία να προβαλει το καταστημα τα προϊόντα που θεωρει καλυτερα πρωτα ως staff picks

Με την ανάλυση λειτουργίας της επιχείρησης και την καταγραφή όλων αυτών των προβληματικών καταστάσεων μπορέσαμε να σχεδιάσουμε την παρακάτω πλούσια εικόνα της επιχείρησης.



2.2 Βασική λειτουργικότητα πληροφοριακών συστημάτων (το μέγεθος εξαρτάται από τους ρόλους που θα αναγνωρίσετε στην πλούσια εικόνα)

Βάσει την παραπάνω πλούσια εικόνα μπορούμε να αναλύσουμε και προκύπτει η παρακάτω CATWOE:

customers	Πελάτες, Ιδιοκτήτες
actors	Επιχείρηση, Ιδιοκτήτες Καταστημάτων, Καταστήματα
transformation process	Input: στοιχεία χρηστών, στοιχεία καταστημάτων, στοιχεία προϊόντων Output: αποδοχή/απόρριψη εγγραφής, στοιχεία παραγγελίας, χρόνος αναμονής <u>Διεργασίες</u> <ul style="list-style-type: none"> • Αναζήτηση εμφάνιση προϊόντος • Είσοδος/ Εγγραφή • Αποστολή Παραγγελίας • Πληρωμή • Εφαρμογή προσφορών
world view	διευκόλυνση και απλοποίηση του τρόπου παραγγελίας συνεργασία με την Love Delivered για την βοήθεια φιλανθρωπικών οργανώσεων
owner	Επιχειρηση (Online Delivery A.E.)
environmental constraints	ανταγωνιστές, καταστήματα, διαθέσιμο επενδυτικό κεφάλαιο, τεχνολογικός αναφαβητισμός

2.3 Στρατηγική υλοποίησης πληροφοριακού συστήματος

Το efood για να υλοποιήσει το παρόν πληροφοριακό σύστημα θα πρέπει να ακολουθήσει κάποιες καίριες ενέργειες. Αναλυτικότερα βλέπουμε ότι:

- Απαιτείται απογραφή όλων των συνεργαζόμενων καταστημάτων ώστε να μπορέσουν να συλλεχθούν τα κατάλληλα δεδομένα που θα εισαχθούν στο πληροφοριακό σύστημα.
- Τα καταστήματα πρέπει να έχουν ετικέτες για να μπορούν να φιλτραριστούν ανάλογα με περιοχή, είδος κουζίνας, ελάχιστη παραγγελία κτλ.
- Απαιτείται απογραφή όλων των χρηστών για να μπορούν να αντιστοιχίσουν με καταστήματα
- Εισαγωγή των δεδομένων των προϊόντων όπως τιμή, αριθμό τεμαχίων, ποσότητα, κτλ. στο πληροφοριακό σύστημα

Κριτήρια για παρακολούθηση των δραστηριοτήτων

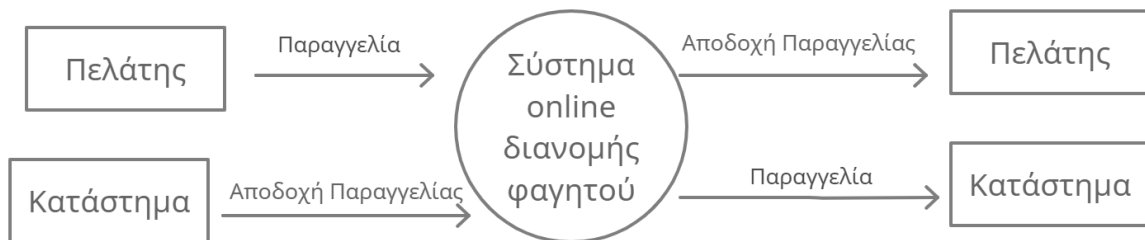
Efficacy (Ορθότητα)	Γίνεται σωστά η αποστολή παραγγελίας;
---------------------	---------------------------------------

Efficiency (Αποδοτικότητα)	Βοηθά το σύστημα στο να μην χάνονται προτιμήσεις χρήστη;
Effectiveness (Αποτελεσματικότητα)	Διαμεσολαβεί μεταξύ πελάτη και καταστήματος έτσι ώστε να φτιάξει στενές σχέσεις επιχείρησης- καταναλωτή;

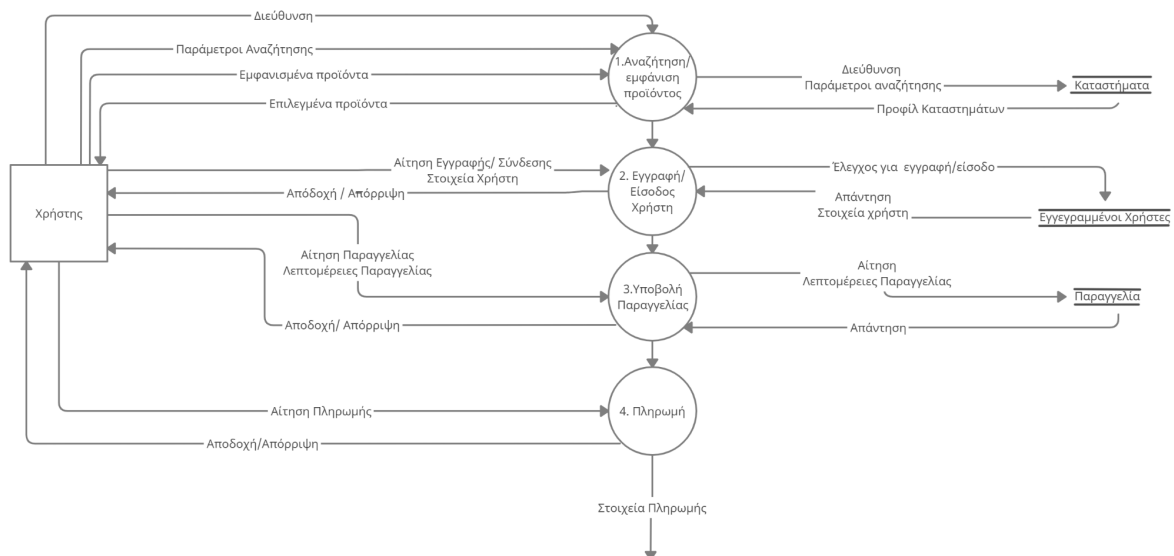
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

3.1 Διαγραμματική απεικόνιση λειτουργικότητας πληροφοριακού συστήματος

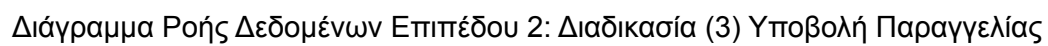
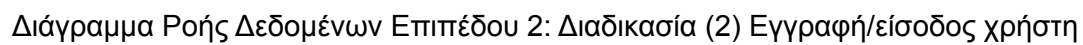
Διάγραμμα Ροής Δεδομένων Επιπέδου 0

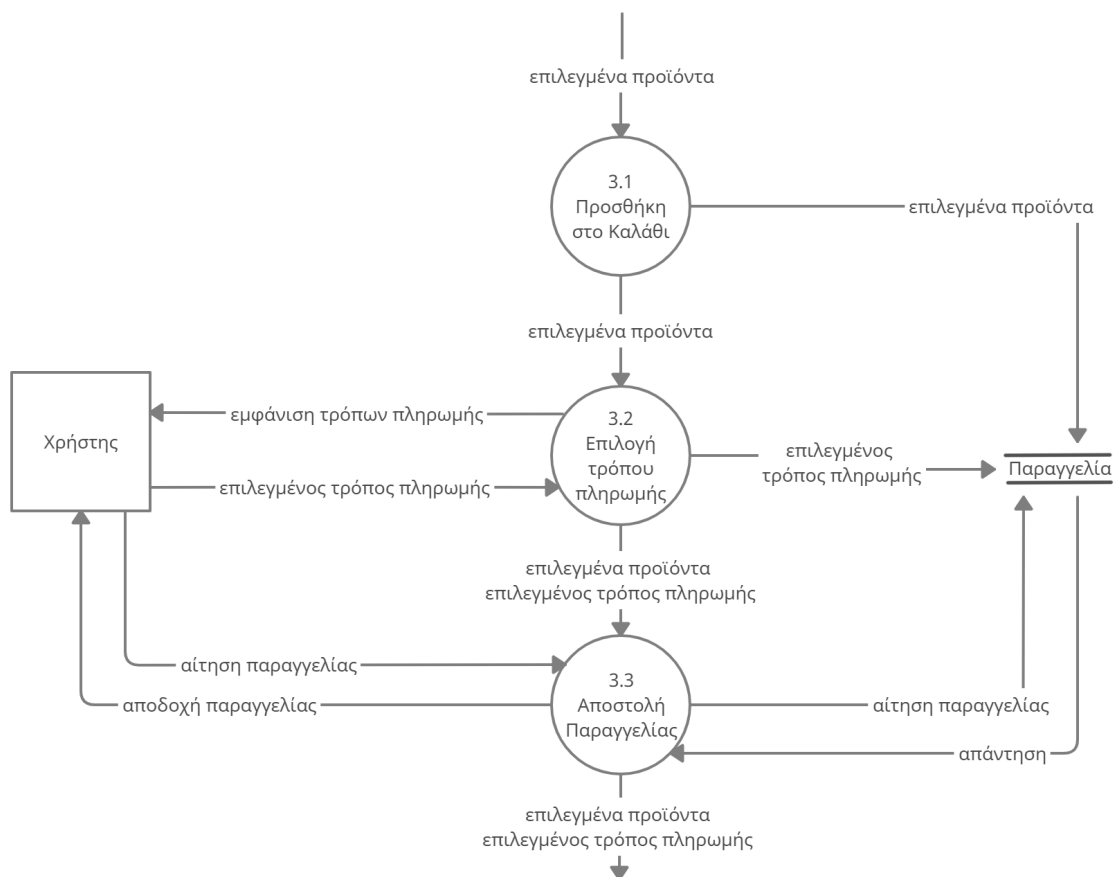


Διάγραμμα Ροής Δεδομένων Επιπέδου 1



Διάγραμμα Ροής Δεδομένων Επιπέδου 2: Διαδικασία (1) Αναζήτηση/εμφάνιση προϊόντος

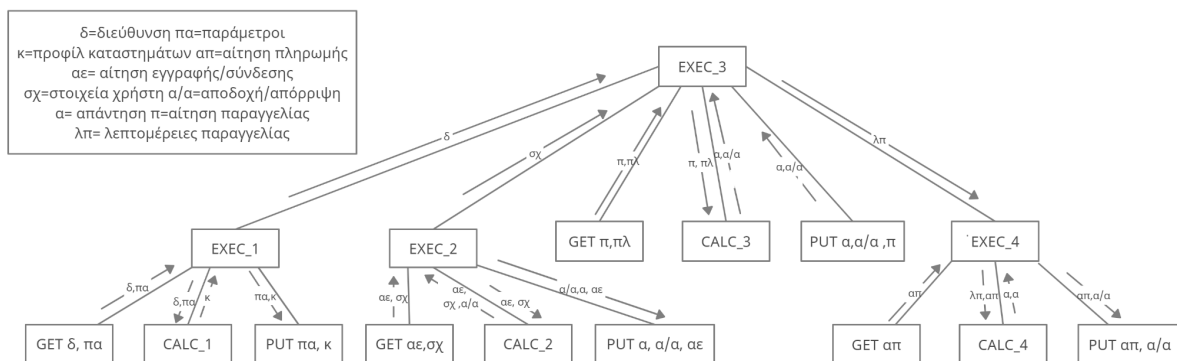




Για τα ΔΡΔ επιπέδου 1 και 2 πρέπει να αναγνωρίσετε όλους τους απαραίτητους μετασχηματισμούς, πηγές/ αποδέκτες δεδομένων, ροές δεδομένων και αποθήκες δεδομένων. Η λειτουργικότητα που προτείνετε πρέπει ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ να καλύπτει ΟΛΕΣ τις απαιτήσεις που έχετε αναγνωρίσει στην CATWOE του αναλυτή και, κατ' επέκταση, τον πίνακα του κεφαλαίου 3.1. Σε αντίθετη περίπτωση, τα ΔΡΔ θα θεωρηθούν ότι είναι ελλιπή.

3.2 Σχεδίαση υποσυστημάτων πληροφορικού συστήματος

Διάγραμμα Δομής Προγράμματος με επίκεντρο τον μετασχηματισμό (3)



Πηγές:

https://www.e-food.gr/site-assets/documents/efood_media_kit.pdf

<https://www.crunchbase.com/organization/efood-gr>

<https://www.crunchbase.com/acquisition/delivery-hero-acquires-efood-gr--df9b3617>

<https://www.cnn.gr/oikonomia/epixeiriseis/story/62340/e-food-o-igetis-toy-online-food-delivery>

<https://www.newmoney.gr/roh/palmos-oikonomias/epixeiriseis/paminos-kirkinis-efood-to-apoli-to-success-story-sto-online-delivery/>

<https://esquire.com.gr/epikairota/business/7928/mia-koubenta-me-ton-idruti-tou-efood-pamino-kurkini>

<https://www.fortunegreece.com/article/to-delivery-hero-ependii-sto-e-food-gr/>