

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΜΗΜΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ



**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ**

Κατεύθυνση: Διοίκηση Logistics

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην υπηρεσία του Supply Chain Management

Επιβλέπων καθηγητής : Χονδροκούκης Γρηγόρης

Φοιτήτρια : Βασιλάκη Μαρίνα (Α.Μ. L1308)

Πειραιάς 2015

Πρόλογος

Η συγκεκριμένη εργασία εκπονείται στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος «Διοίκηση Logistics» του τμήματος «Βιομηχανική Διοίκηση και Τεχνολογία» του Πανεπιστημίου Πειραιώς, με υπεύθυνο καθηγητή τον κύριο Γρηγόριο Χονδροκούκη, τον οποίον και ευχαριστώ θερμά για την αμέριστη συμπαράσταση και καθοδήγηση σε όλη τη διάρκεια πραγματοποίησης αυτής της εργασίας, όπως επίσης και για το ενδιαφέρον αντικείμενο που μου ανέθεσε για να ασχοληθώ.

Σκοπός της συγκεκριμένης εργασίας είναι να αναπτύξει και να περιγράψει τη χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου σε σχέση με το Supply Chain Management.



Περιεχόμενα

Εισαγωγή	5
Supply Chain Management	7
Έννοια των logistics.....	7
Δραστηριότητες των Logistics	11
Δραστηριότητες της Εφοδιαστικής Αλυσίδας	12
Προμηθευτικός κύκλος	14
E-supply chain και περιβάλλον	15
Διαδίκτυο και Ηλεκτρονικοί υπολογιστές.....	17
Εφαρμογές πληροφορικής	17
Διαδίκτυο γενικά	20
Πλεονεκτήματα – μειονεκτήματα χρήσης διαδικτύου.....	21
Ασφάλεια διαδικτύου	23
Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.....	25
Σχεδιασμός ιστοσελίδας	26
Πλεονεκτήματα της χρήσης του υπολογιστή	27
Εφοδιαστική Αλυσίδα και πληροφορική	28
Τι είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο – ορισμός	30
Είδη ηλεκτρονικού εμπορίου	34
Ηλεκτρονικά καταστήματα.....	39
Ηλεκτρονικές προμήθειες	41
Ηλεκτρονικές δημοπρασίες.....	42
Νομικό θεσμικό πλαίσιο	44
Οφέλη ηλεκτρονικού εμπορίου	47
Δυσκολίες – προβλήματα ηλεκτρονικού εμπορίου	50
Ηλεκτρονικές Προμήθειες.....	53
Οι προμήθειες στις σημερινές επιχειρήσεις	53
Είδη ηλεκτρονικών προμηθειών	54
Πλεονεκτήματα ηλεκτρονικών προμηθειών	55
Θεσμικό πλαίσιο ηλεκτρονικών προμηθειών	57
Σχέση τμήματος προμηθειών – Logistics	59
Πελάτης ηλεκτρονικού εμπορίου	59

Ανάγκες του πελάτη.....	63
Ποιοί αγοράζουν από το διαδίκτυο.....	63
Ικανοποίηση – εξυπηρέτηση καταναλωτών	64
Παράπονα καταναλωτών	65
eCRM.....	67
Παραγγελίες ηλεκτρονικού εμπορίου	69
Διαδικασία εκπλήρωσης των παραγγελιών.....	70
Προβλήματα εκπλήρωσης – λύσεις αυτών.....	70
Παράδοση προϊόντων.....	72
Πληρωμές στο ηλεκτρονικό εμπόριο.....	72
Μέθοδοι πληρωμών	72
Κάρτες	73
Ηλεκτρονικές επιταγές.....	74
Αντικαταβολή	75
Ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών.....	76
Διαφήμιση στο διαδίκτυο	77
Είδη ηλεκτρονικών διαφημίσεων.....	78
Πλεονεκτήματα ηλεκτρονικών διαφημίσεων	79
Μελέτη περίπτωσης ηλεκτρονικού καταστήματος: e-Jumbo	80
Συμπεράσματα	90
Πηγές.....	93
Έντυπο Υλικό.....	93
Ηλεκτρονικό Υλικό	97

Εισαγωγή

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι μία μορφή επιχειρηματικότητας που περιλαμβάνει την αγορά και την πώληση διαφόρων αγαθών και υπηρεσιών με τη χρήση του διαδικτύου.

Αρχικά, εμφανίζεται στη δεκαετία του 1970 με τη μορφή της ηλεκτρονικής μετακίνησης χρηματικών ποσών μεταξύ των διαφόρων τραπεζών.

Στη δεκαετία του 1980 εμφανίζονται οι ηλεκτρονικές επικοινωνίες χρησιμοποιώντας τη μέθοδο της ανταλλαγής των μηνυμάτων. Έτσι παραγκωνίστηκε αρκετά η χρησιμοποίηση του παραδοσιακού χαρτιού.

Αρχές της δεκαετίας του 1990, κάνουν την εμφάνισή τους τα δίκτυα ηλεκτρονικής επικοινωνίας (e-mail, conferencing).

Η ανάπτυξη του παγκόσμιου ιστού και η χρησιμοποίηση των προσωπικών ηλεκτρονικών υπολογιστών συνεισέφεραν σημαντικά στην ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως επίσης και τα νέα συστήματα ασφαλείας των διαφόρων συναλλαγών.

Από τη δεκαετία του 2000 και μετά καθιερώνεται πλήρως η χρησιμοποίηση των ηλεκτρονικών συναλλαγών με αποτέλεσμα την πλήρη άνθηση του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Στην συγκεκριμένη εργασία περιγράφεται η σχέση του Ηλεκτρονικού εμπορίου με το Supply Chain Management



now24.gr

Supply Chain Management

Έννοια των logistics

Η Εφοδιαστική Αλυσίδα αφορά τον σχεδιασμό και τη διαχείριση των ενεργειών που αφορούν τις διαδικασίες προμήθειας, την παραγωγή και τη διανομή των υλικών και υπηρεσιών. Επίσης περιλαμβάνει το συντονισμό και τη συνεργασία με τους προμηθευτές, μεσάζοντες, διάφορες εταιρείες παροχής υπηρεσιών (3PL) και τους πελάτες. Ουσιαστικά η Διαχείριση της Εφοδιαστικής Αλυσίδας συντονίζει και πραγματοποιεί όλο το σχεδιασμό, την παραγωγή, τις προμήθειες, την αποθήκευση, τις πωλήσεις και τη μεταφορά των προϊόντων μεταξύ των επιχειρήσεων αλλά και μέσα σε αυτές με σκοπό την αύξηση της συνολικής κερδοφορίας.



Logistics είναι το τμήμα της Εφοδιαστικής Αλυσίδας που σχεδιάζει, ελέγχει και υλοποιεί με αποδοτικό και αποτελεσματικό τρόπο την κανονική και αντίστροφη ροή και αποθήκευση των προϊόντων, υπηρεσιών και πληροφοριών από το σημείο δημιουργίας τους μέχρι το σημείο κατανάλωσής τους, με σκοπό την καλύτερη ικανοποίηση των απαιτήσεων των πελατών.



www.shutterstock.com

Ο κλάδος των Logistics μπορεί να χωριστεί σε δύο μέρη:

Το πρώτο περιλαμβάνει την ίδια την επιχείρηση, η οποία θα οργανώσει την εισροή, την εσωτερική μεταφορά και την εκροή των αγαθών και υπηρεσιών με απώτερο σκοπό την ικανοποίηση των πελατών της.

Το δεύτερο μέρος είναι η εφοδιαστική αλυσίδα, η οποία περιλαμβάνει όλες τις διαδικασίες (οργάνωση και διοίκηση ροής προϊόντων και πληροφοριών) έτσι ώστε ένα προϊόν από τις πρώτες ύλες να καταλήξει στον καταναλωτή.

Η αλυσίδα αξίας περιλαμβάνει όλες τις διαδικασίες και ενέργειες, εντός και εκτός της επιχείρησης, οι οποίες προσθέτουν αξία στα προσφερόμενα αγαθά και υπηρεσίες. Σε κάθε εταιρεία, ο σωστός συνδυασμός και η σωστή συνεργασία εξοπλισμού, ανθρώπων και χρήματος, οδηγεί στην παρασκευή προϊόντων και υπηρεσιών για τα οποία οι καταναλωτές είναι διατιθέμενοι να πληρώσουν για να τα αποκτήσουν. Το τελικό κέρδος είναι αποτέλεσμα της διαφοράς που προκύπτει από την τιμή πώλησης των αγαθών και του κόστους που χρειάζεται για την παραγωγή και διάθεση τους.

Οι κύριες λειτουργίες μιας επιχείρησης, κατά τον Porter, είναι οι λειτουργίες χειρισμού και παραγωγής, τα τμήματα Marketing και πωλήσεων, η διαχείριση των πωληθέντων αγαθών και η εξυπηρέτηση των πελατών μετά την πώληση.

Οι υποστηρικτικές λειτουργίες μιας επιχείρησης αφορούν την έρευνα και την ανάπτυξη νέων προϊόντων, τα τμήματα προμηθειών και αγορών, τη Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού και την εσωτερική οργάνωση.

Η Αλυσίδα Αξίας



<http://compus.uom.gr>

Το e-Supply Chain management βασίζεται στη χρήση των νέων τεχνολογιών για τη βελτίωση των διαδικασιών και τη σύνδεση όλων των τμημάτων της εφοδιαστικής αλυσίδας με τα ηλεκτρονικά συστήματα με σκοπό την αυτοματοποίησή τους. Έτσι επιτυγχάνεται μία σημαντική μείωση του κόστους αλλά και βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Τα στάδια που περιλαμβάνει το e-Supply Chain management είναι αρχικά ο ηλεκτρονικός σχεδιασμός των αγαθών σε συνεργασία με άλλες εταιρείες, ο ηλεκτρονικός εφοδιασμός με τις δημοπρασίες, τις προμήθειες και τις αγορές των προϊόντων, οι ηλεκτρονικές παραγγελίες και οι αντίστοιχες ηλεκτρονικές πληρωμές. Τέλος περιλαμβάνει την

δημιουργία, επεξεργασία και συντήρηση των ηλεκτρονικών καταλόγων των προϊόντων όπως επίσης και την ηλεκτρονική συνεργασία των τμημάτων της εφοδιαστικής αλυσίδας μεταξύ τους.

Δραστηριότητες των Logistics

Τα Logistics περιλαμβάνουν:

- **Απαιτήσεις:** αναφέρονται στην ανάλυση, τη σύνθεση και τον προσδιορισμό των πόρων που χρειάζονται έτσι ώστε μία επιχείρηση να επιτύχει τον στόχο της κάτω από συγκεκριμένες συνθήκες. Ο καθορισμός των απαιτήσεων είναι μία διαδικασία σχεδιασμού που περιλαμβάνει ταυτόχρονα την στρατηγική και τα Logistics. Σε περίπτωση μη επάρκειας των διαθέσιμων πόρων, ο καταμερισμός τους και η τελική αξιολόγηση του αποτελέσματος, λόγω των ελλείψεων, άπτεται κυρίως της στρατηγικής και όχι της λειτουργίας των Logistics.
- **Σχεδιασμός:** περιλαμβάνει τον σχεδιασμό της ανάπτυξης, δοκιμής και αξιολόγησης. Ιδιαίτερα τα Logistics Engineering ασχολούνται με τον σχεδιασμό του εφοδιασμού και της συντήρησης σε συνδυασμό με την αποτελεσματικότητα κόστους.
- **Πόροι:** περιλαμβάνονται οι πρώτες ύλες, ο εξοπλισμός, οι εγκαταστάσεις, το προσωπικό μαζί με τα κεφάλαια και τις πληροφορίες. Επίσης πολλές φορές τα Logistics ασχολούνται με τη διοίκηση των υλικών και οι δραστηριότητες τους συμπληρώνουν και ενισχύουν την στρατηγική και την τακτική.

Το περιβάλλον και οι παράγοντες που το επηρεάζουν (οικονομική – πολιτική κατάσταση, ηθικό – τεχνολογικό - φυσικό περιβάλλον, κοινωνικό – νομικό καθεστώς, μορφωτικό επίπεδο), δρουν με διαφορετικό τρόπο και διαφορετική δράση στην εφαρμογή των Logistics με σημαντικότερο παράγοντα την ανθρώπινη φύση και λογική.



<http://www.canstockphoto.com/images-photos/logistics.html>

Δραστηριότητες της Εφοδιαστικής Αλυσίδας

Οι δραστηριότητες της Εφοδιαστικής Αλυσίδας περιλαμβάνουν τα παρακάτω στάδια:

- Προμήθειες υλικών που χρειάζονται για τη παραγωγή των αγαθών ή των υπηρεσιών. Δεδομένου ότι το κόστος των υλικών είναι πολύ μεγάλο, ο σωστός τρόπος διαχείρισης των διαδικασιών προμήθειας συμβάλλει σημαντικά στη μείωση

αυτού του κόστους. Η σωστή επιλογή των προμηθευτών, η καλή ποιότητα των υλικών και η παράδοση τους στους σωστούς χρόνους παίζουν επίσης σημαντικό ρόλο

- Την παραγωγή των προϊόντων στην κατάλληλη ποσότητα και σωστή ποιότητα, σε συγκεκριμένους χρόνους και με μικρό κόστος. Εδώ διάφοροι παράγοντες, όπως οι πρώτες ύλες, οι ανθρώπινες ώρες εργασίας, η τεχνολογία, η ενέργεια μετατρέπονται σε προϊόντας και υπηρεσίες.
- Τη διανομή των αγαθών στο σωστό χρόνο και το σωστό τόπο.
- Την αποθήκευση των προϊόντων σε σταθμούς διανομής, που μπορεί να είναι είτε κεντρικοί ή περιφερειακοί. Λόγω των σύγχρονων μεθόδων και της τεχνολογίας όσο αφορά την αποθήκευση και τον έλεγχο των αποθεμάτων των προϊόντων, η διεκπεραίωση των παραγγελιών και η διανομή των αγαθών πραγματοποιούνται με ικανοποιητικό τρόπο.
- Τη μεταφορά των αγαθών στους τελικούς καταναλωτές. Οι μεταφορές μπορεί να πραγματοποιηθούν με διαφορετικά μέσα και χωρίζονται σε χερσαίες, θαλάσσιες και εναέριες. Επίσης συχνά χρησιμοποιούνται και οι συνδυασμένες μεταφορές και κυρίως ο συνδυασμός χερσαία – θαλάσσια.
- Την, μετά την πώληση, εξυπηρέτηση των καταναλωτών, η οποία περιλαμβάνει την επισκευή και την προμήθεια των ανταλλακτικών, σε περίπτωση βλάβης των παραδιδόμενων προϊόντων και την εκπαίδευση των αγοραστών, όπου απαιτείται.

Προμηθευτικός κύκλος

Ο προμηθευτικός κύκλος περιλαμβάνει τα παρακάτω στάδια:

- Περιγραφή της απαίτησης: αναγνωρίζεται, καθορίζεται και περιγράφεται η αγοραστική ανάγκη (απαίτηση). Επίσης αναφέρεται στη δημιουργία των αιτήσεων αγοράς, στον καθορισμό των προδιαγραφών, στην εκτίμηση των τιμών και των χρόνων αγοράς, τον προϋπολογισμό και τον προγραμματισμό των αγοραστικών ενεργειών.
- Έρευνα των πηγών προμήθειας: έρευνα και αξιολόγηση των υποψήφιων προμηθευτών. Πιο αναλυτικά εδώ περιλαμβάνεται η εύρεση, η συνέντευξη και η αξιολόγηση των προμηθευτών, η δημιουργία και ο εμπλουτισμός των καταλόγων των προμηθευτών, παρακολούθηση εκθέσεων και μελέτη βιβλιογραφίας.
- Επιλογή προμηθευτή και ανάθεση : επιλέγεται ο τελικός προμηθευτής, καθορίζεται η μέθοδος τιμολόγησης, τα κριτήρια, οι διαπραγματεύσεις, η διενέργεια των διαγωνισμών, οι αναθέσεις, η σύναψη των συμβάσεων και η έκδοση των σχετικών εντολών αγοράς.
- Εκτέλεση παραγγελίας: στο συγκεκριμένο στάδιο περιλαμβάνονται η παρακολούθηση των συμβάσεων, η επίσπευση των παραγγελιών, η παραλαβή και η εξέταση των παραδοτέων, η αποθήκευση, η τιμολόγηση και η οικονομική τακτοποίηση με τον προμηθευτή.

ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΙΚΟΣ ΚΥΚΛΟΣ



Δημήτριος Α. Αηδόνης

E-supply chain και περιβάλλον

Στη σημερινή εποχή υπάρχει μεγάλη ευαισθητοποίηση των ανθρώπων στον τομέα της προστασίας του περιβάλλοντος. Με τη χρήση του διαδικτύου και του ηλεκτρονικού εμπορίου, όλες οι συναλλαγές μεταξύ των εταιρειών και των πελατών ή προμηθευτών γίνονται ηλεκτρονικά με αποτέλεσμα να μειώνεται ή και να εκμηδενίζεται η χρήση του χαρτιού. Αυτό έχει σαν συνέπεια τη μείωση των αποβλήτων στον περιβάλλοντα χώρο όπως επίσης και την προστασία των δασών κατ' επέκταση. Υπάρχει όμως και η αρνητική πλευρά, που αφορά την κατανάλωση ενέργειας, για τη λειτουργία όλων των ηλεκτρονικών

αυτών συστημάτων, η οποία δεν είναι επιθυμητή λόγω της χρησιμοποίησης του πετρελαίου για την παραγωγή της ενέργειας αυτής.



cleanhands.gr

Ένα σύγχρονο σύστημα αποθήκευσης και ελέγχου των αποθεμάτων των προϊόντων συμβάλει στη μείωση των αποβλήτων και στην κατανάλωση ενέργειας. Η παράδοση όμως των αγαθών σε πολλά και διαφορετικά σημεία αυξάνει τους ρύπους στην ατμόσφαιρα. Στην περίπτωση όμως παράδοσης άυλων προϊόντων ή υπηρεσιών μειώνεται η κατανάλωση ενέργειας για τη φυσική μεταφορά τους όπως επίσης και η εκπομπή των ρύπων στην ατμόσφαιρα.

Διαδίκτυο και Ηλεκτρονικοί υπολογιστές

Εφαρμογές πληροφορικής

Οι δυνατότητες της πληροφορικής θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι απεριόριστες. Η δημιουργία νέων ιατρικών μεθόδων διάγνωσης και θεραπείας, η εισαγωγή νέων διαδικασιών παροχής υπηρεσιών, οι καινούργιοι τρόποι ενημέρωσης, αποτελούν μερικές από τις εφαρμογές της πληροφορικής που συνετέλεσαν στη βελτίωση του επιπέδου ζωής των ανθρώπων.

- Επικοινωνίες – ενημέρωση: με τη χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών αλλά κυρίως του internet έχει βελτιωθεί σημαντικά η ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών που παρέχουν τα μέσα μαζικής επικοινωνίας. Επίσης η αυτοματοποίηση των δορυφορικών δικτύων, η ικανότητα αποθήκευσης μεγάλου όγκου πληροφοριών και η ταχύτατη ανάπτυξη της σταθερής και κινητής τηλεφωνίας οφείλονται στη χρήση της πληροφορικής.

Κυριαρχία της τεχνολογίας

Αριθμός **εταιριών** ανά κλάδο



Ποσοστό **επενδύσεων** ανά κλάδο



- Επιστήμες - Ιατρική: η στατιστική, τα μαθηματικά, η οικονομία, η αστρονομία, η αρχιτεκτονική, η τοπογραφία, η αεροναυτική και η τεχνική της προσημείωσης των συστημάτων (simulation) είναι από τις κυριότερες εφαρμογές της πληροφορικής. Επίσης η κατασκευή οργάνων υψηλής τεχνολογίας, όπως οι αξονικοί τομογράφοι, οι υπερηχογράφοι, κ.λπ. συντελούν σημαντικά στην καλύτερη παρακολούθηση των ασθενών.
- Οικονομία – εμπόριο: λόγω της δυνατότητας της ανεύρεσης και της επεξεργασίας μεγάλου όγκου πληροφοριών η πληροφορική χρησιμοποιείται ευρέως στις επιχειρήσεις, τις τράπεζες, τις οικονομικές υπηρεσίες, τα υπουργεία και τα χρηματιστήρια.
- Βιομηχανία: εδώ η πληροφορική χρησιμοποιείται για τη σχεδίαση και την κατασκευή και κυρίως αφορά στον αυτοματισμό ή τη βιομηχανική παραγωγή με ρομπότ.
- Εκπαίδευση: το σημερινό εκπαιδευτικό σύστημα χρησιμοποιεί κυρίως τον υπολογιστή για τη διεξαγωγή των μαθημάτων. Σημαντικό επίσης είναι και εκμάθηση του χειρισμού των μηχανών με τη χρήση των προσομοιωτών (simulators).
- Αθλητισμός: εδώ η πληροφορική χρησιμοποιείται κυρίως για τη δημιουργία οργάνων προπόνησης, ανάλυση των αγώνων, έκδοση ηλεκτρονικών εισιτηρίων, κ.λπ.
- Τέχνη: με τη χρήση της πληροφορικής, η μουσική και ο κινηματογράφος έχουν εξελιχθεί σημαντικά.

Ένας ηλεκτρονικός υπολογιστής μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως μέσο διατήρησης των αρχείων μιας εταιρείας, ως εργαλείο μηχανογράφησης και αυτοματισμού γραφείου, ως μέσο επικοινωνίας, πληροφόρησης, λήψης και αποστολής πληροφοριών, ως εργαλείο ηλεκτρονικής διαφήμισης και συνεργασίας με τους πελάτες και τους προμηθευτές, ως μέσο συναλλαγής με δημόσιους φορείς και τράπεζες.



www.knetflo.gr

Διαδίκτυο γενικά

Το διαδίκτυο, είναι ένα παγκόσμιο μέσο, το οποίο περιλαμβάνει πάρα πολλά μικρότερα δίκτυα υπολογιστών, συνδεδεμένα μεταξύ τους μέσω τηλεφώνου. Μέσω του διαδικτύου μπορεί να πραγματοποιηθεί η προώθηση των διαφόρων υλικών και υπηρεσιών μέσω της διαφήμισης και της διανομής. Επίσης επιτυγχάνεται η καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών, η αύξηση των πωλήσεων, η μείωση του κόστους μέσω των νέων τεχνολογιών επικοινωνίας και η αύξηση της γνώσης των καταναλωτών για τα παρεχόμενα προϊόντα.

Για να μπορέσει μία επιχείρηση να δημιουργήσει μία δυναμική ιστοσελίδα στο διαδίκτυο, χρειάζονται οι κατάλληλοι πόροι, ο ανάλογος χρόνος και η εμπειρία.

Τα εργαλεία του διαδικτύου είναι ο παγκόσμιος ιστός, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και τα chat-rooms. Λόγω του μικρού του κόστους, σε σύγκριση με το τηλέφωνο, το φωνητικό ταχυδρομείο παρουσιάζει μεγάλη ανάπτυξη. Με τη χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου εξοικονομείται χρόνος και χρήμα, καθώς είναι δυνατή η ταυτόχρονη αποστολή των μηνυμάτων σε πολλούς παραλήπτες με μικρό κόστος. Με τη βοήθεια των chat-rooms είναι εφικτή η συνομιλία πολλών ατόμων από διαφορετικά μέρη ταυτόχρονα.

Οι Ιδιώτες με τη χρήση του διαδικτύου μπορούν να βρίσκουν πληροφορίες για όλα σχεδόν τα θέματα, να ενημερώνονται ηλεκτρονικά για τα γεγονότα που συμβαίνουν, να επικοινωνούν και να συμμετέχουν σε ηλεκτρονικές συζητήσεις, να αγοράζουν μέσω του διαδικτύου αλλά και να χρησιμοποιούν πολλές άλλες εφαρμογές του για τις διάφορες συναλλαγές τους.

Ανάλογα οι Επιχειρήσεις μπορούν να προωθούν και να πωλούν τα προϊόντα τους μέσω του διαδικτύου, να επικοινωνούν με τους πελάτες – προμηθευτές – άλλες επιχειρήσεις, να πραγματοποιούν οποιαδήποτε ηλεκτρονική συναλλαγή με δημόσιους οργανισμούς, τράπεζες, φορείς.



www.onairnews.gr

Πλεονεκτήματα – μειονεκτήματα χρήσης διαδικτύου

Ένα από τα βασικά πλεονεκτήματα του διαδικτύου είναι η ύπαρξη μιας ανεξάντλητης πηγής πληροφόρησης σε κάθε θέμα που ανανεώνεται συστηματικά και συνεχώς. Η εξοικονόμηση χρόνου για την ανεύρεση οποιασδήποτε πληροφορίας είναι πολύ σημαντική και μεγάλη. Αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο στο τραπεζικό σύστημα, για τις συναλλαγές

με ασφάλεια και ταχύτητα. Συντελεί στην παραγγελία, αγορά και παράδοση προϊόντων και υπηρεσιών σε οποιοδήποτε σημείο της γης και οποιαδήποτε ώρα της ημέρας.

Προσφέρει τη δυνατότητα εύρεσης εργασίας, ενισχύει την εργασία από το σπίτι και δημιουργεί καινούργιους τομείς εργασιών. Τέλος προσφέρει μία ανεξάντλητη ηλεκτρονική βιβλιοθήκη για τους εκπαιδευτικούς και τους μαθητές ή σπουδαστές, παρέχοντας τους τη δυνατότητα να αντλούν πληροφορίες για κάθε θέμα του εκπαιδευτικού τους αντικειμένου.



www.emea.gr

Εκτός όμως από τα πλεονεκτήματα του διαδικτύου υπάρχουν αντίστοιχα και μειονεκτήματα. Από τα πιο σημαντικά και σοβαρά αρνητικά της χρήσης του διαδικτύου είναι ο εθισμός, ιδιαίτερα στις μικρές ηλικίες των παιδιών και εφήβων. Υπάρχει πάντα η πιθανότητα της υποκλοπής ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων και πληροφοριών όπως επίσης και η αλληλογραφία και επικοινωνία με άγνωστα άτομα.

Μερικές φορές οι πηγές που χρησιμοποιούνται μπορεί να μην είναι έγκυρες ή αξιόπιστες, για αυτό θα πρέπει να γίνεται πάντα ένας αρχικός έλεγχος των πηγών αυτών. Πάντα υπάρχει ο κίνδυνος του ηλεκτρονικού εγκλήματος όπως επίσης και η προσβολή των υπολογιστών από διάφορους ιούς.



www.nutrimed.gr

Ασφάλεια διαδικτύου

Όσο χρήσιμο και ωφέλιμο είναι το διαδίκτυο, άλλο τόσο εγκυμονεί κινδύνους. Οι κίνδυνοι αυτοί μπορεί να αφορούν είτε τον ίδιο τον υπολογιστή, προσβολή συνήθως από ιούς, είτε και τον ίδιο τον χρήστη όσο αφορά τα προσωπικά δεδομένα του ή την προστασία του από διάφορες ηλεκτρονικές απάτες.

Για να μπορέσουν οι χρήστες να προστατεύουν τον υπολογιστή και τα προγράμματα τους από τους διάφορους ιούς, χρησιμοποιούν συνήθως ειδικά προγράμματα τα οποία εμποδίζουν την προσβολή αυτή.



www.ethnos.gr

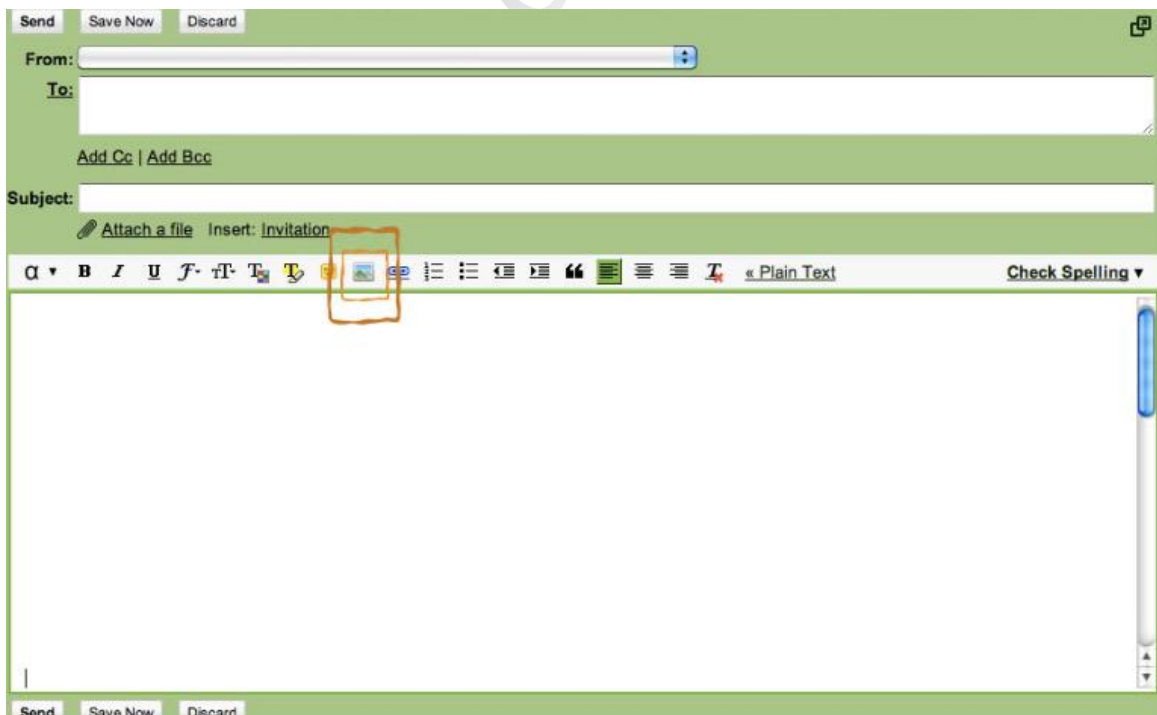
Επίσης υπάρχει ο κίνδυνος παρακολούθησης των γραμμών επικοινωνίας και η υποκλοπή των στοιχείων που μεταφέρονται από υπολογιστή σε υπολογιστή μέσω τηλεφωνικού δικτύου. Ένας άλλος κίνδυνος είναι η υποκλοπή των κωδικών πρόσβασης, όπως επίσης η υποκλοπή και η παραποίηση των μεταδιδόμενων στοιχείων.

Ένας άλλος κίνδυνος, που αφορά κυρίως τα μικρά παιδιά, είναι η «επίσκεψη» σε ακατάλληλες για την ηλικία τους ιστοσελίδες, ή η ηλεκτρονική επικοινωνία με ακατάλληλα άτομα που μπορεί να τα παρασύρουν και να τα βλάψουν. Η συνεχή γονική

παρακολούθηση και η χρησιμοποίηση λογισμικού φιλτραρίσματος για τις ιστοσελίδες, μπορούν να προστατεύουν τα μικρά παιδιά από τους κινδύνους που ενέχει για αυτά το διαδίκτυο.

Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο

Ο οποιοσδήποτε χρήστης που είναι συνδεδεμένος στο διαδίκτυο και έχει μια συνδρομή internet, μπορεί να αποκτήσει μία διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και να αποστέλλει ή να λαμβάνει μηνύματα με οποιονδήποτε άλλον χρήστη, από οποιοδήποτε μέρος του κόσμου χωρίς καμία επιπλέον οικονομική επιβάρυνση.



ask2help.wordpress.com

Με τη χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μία επιχείρηση μπορεί να βελτιώνει την επικοινωνία με τους προμηθευτές – συνεργάτες – πελάτες της μειώνοντας ή και εξαλείφοντας οποιοσδήποτε ασάφειες, βελτιώνει την εξυπηρέτηση και ικανοποίηση των πελατών της αλλά και την παραγωγικότητα αφού όλες οι πληροφορίες διατίθενται σε ηλεκτρονική μορφή. Τέλος μειώνει σημαντικά τα λειτουργικά έξοδα αφού η κλασική επικοινωνία (φαξ, τηλέφωνο, ταχυδρομείο) αντικαθιστάται από την ηλεκτρονική.

Σχεδιασμός ιστοσελίδας

Ο σχεδιασμός μιας επιτυχημένης ιστοσελίδας παίζει τον πρωτεύοντα ρόλο στην εικόνα της επιχείρησης προς τους πελάτες της. Η χρησιμοποίηση σύγχρονων μορφών αρχείων, η αρχιτεκτονική δομή, η οργάνωση, η διαρκής ενημέρωση, η φιλικότητα προς τον χρήστη είναι από τις σημαντικές παραμέτρους που εξετάζουμε κατά τη δημιουργία μιας ιστοσελίδας. Η επιτυχημένη και ελκυστική εικόνα της εταιρείας στο διαδίκτυο, παίζει καθοριστικό ρόλο για την προσέλκυση των υποψηφίων πελατών. Ο σχεδιασμός της ιστοσελίδας περιλαμβάνει τρία στάδια:

- Δημιουργία Portal: μετατροπή της αρχικής ιστοσελίδας μιας εταιρείας σε πύλη πολλών επιμέρους ιστοχώρων.
- Ομαδοποίηση των χρηστών: οι χρήστες ομαδοποιούνται ανάλογα με συγκεκριμένη συμπεριφορά έτσι ώστε να βρίσκουν με ευκολία το περιεχόμενο που τους ενδιαφέρει και να είναι άνετη η πλοήγηση.

- Εξατομίκευση περιεχομένου: ανάλογα με τους στόχους, τις ανάγκες και τις προσδοκίες των χρηστών, μπορούμε να συγκεκριμενοποιήσουμε το περιεχόμενο της κάθε ιστοσελίδας έτσι ώστε να ανταποκρίνεται σε συγκεκριμένο κοινό.

Το όνομα της ιστοσελίδας θα πρέπει να είναι σύντομο και περιεκτικό, να έχει περιγραφικότητα για να μπορεί ο χρήστης να το θυμάται εύκολα όπως επίσης και να αντιπροσωπεύει αλλά και να είναι σύνηθες.

Τα βήματα που θα πρέπει να ακολουθήσει μια εταιρεία για να δημιουργήσει το ηλεκτρονικό της κατάστημα, είναι να επιλέξει αρχικά την ηλεκτρονική της διεύθυνση και το περιεχόμενο του ηλεκτρονικού της καταστήματος, όπως επίσης να καθορίσει τη δομή, τον τρόπο πλοήγησης και την εξατομίκευση του.

Η επιτυχία μιας ιστοσελίδας καθορίζεται από το είδος και την ποιότητα των περιεχομένου της, από την ευκολία της προσβασιμότητας και από την ικανοποίηση των αναγκών των χρηστών καθώς και από την ασφάλεια των συναλλαγών.

Πλεονεκτήματα της χρήσης του υπολογιστή

Ένας ηλεκτρονικός υπολογιστής είναι μία μηχανή, η οποία έχει κατασκευαστεί από ψηφιακά ηλεκτρονικά κυκλώματα και από ηλεκτρικά και μηχανικά συστήματα, με κύριο ρόλο την επεξεργασία των πληροφοριών. Ουσιαστικά είναι ένα αυτοματοποιημένο, ηλεκτρονικό και ψηφιακό σύστημα που επεξεργάζεται στοιχεία και πληροφορίες, βάσει συγκεκριμένων οδηγιών, που ονομάζονται πρόγραμμα.



www.efthia.gr

Οι δυνατότητες ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή είναι τεράστιες με αποτέλεσμα να έχει αντικαταστήσει τον ανθρώπινο παράγοντα σε πολλές εργασίες. Οι σημαντικότερες από τις δυνατότητες που διαθέτει ένας ηλεκτρονικός υπολογιστής είναι: η αντοχή, η ακρίβεια, η αξιοπιστία, η ταχύτητα, η συνέπεια, και η αποθηκευτική ικανότητα.

Εφοδιαστική Αλυσίδα και πληροφορική

Η ραγδαία εξέλιξη στην τεχνολογία και τις επικοινωνίες συντέλεσε σημαντικά στην εξέλιξη και τη βελτίωση των διαδικασιών της Εφοδιαστικής Αλυσίδας, τη σημαντική μείωση του κόστους και την αύξηση της παραγωγικότητας και αποτελεσματικότητας. Με τη βοήθεια του ηλεκτρονικού εμπορίου και των νέων εφαρμογών πραγματοποιούνται

γρήγορα και άμεσα οι ηλεκτρονικές αγορές, διαφημίζονται και προωθούνται προϊόντα ενώ γίνεται και η ανταλλαγή δεδομένων και πληροφοριών με αρκετά ασφαλή τρόπο.



www.dreamstime.com

Όλες οι παραπάνω λειτουργίες και εφαρμογές παίζουν σημαντικό ρόλο στα διάφορα στάδια της Εφοδιαστικής Αλυσίδας, όπως οι προμήθειες και αγορές των αγαθών, η εκτέλεση των παραγγελιών και η παράδοση των προϊόντων, η τιμολόγηση και οι πληρωμές, όπως και η εξυπηρέτηση των πελατών μετά την πώληση των αγαθών.

Με τη βοήθεια των νέων τεχνολογιών δημιουργείται ένα νέο και σύγχρονο σύστημα αποθήκευσης και παρακολούθησης των αποθεμάτων όπως επίσης και διανομής αυτών. Η παραλαβή των προϊόντων και η τοποθέτηση τους σε συγκεκριμένα σημεία των αποθηκών είναι από τις λειτουργίες που βελτιώθηκαν σημαντικά με την τεχνολογία. Αλλά και η διανομή των προϊόντων, μέρος της οποίας αποτελεί η αποθήκευση, εξελίχθηκε σημαντικά

με αποτέλεσμα να αποστέλλονται τα αγαθά στον σωστό τόπο, στον σωστό χρόνο, διατηρώντας πάντα τα αποθέματα σε ικανοποιητικά επίπεδα για την εκπλήρωση και πραγματοποίηση νέων παραγγελιών. Η ανταλλαγή μηνυμάτων και πληροφοριών, μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, αποτελεί άλλη μία περίπτωση εφαρμογής των νέων τεχνολογιών.



www.euro2day.gr

Τι είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο – ορισμός

Θα μπορούσαμε να θεωρήσουμε ως ηλεκτρονικό εμπόριο, όλη τη διαδικασία που περιλαμβάνει την αγορά, πώληση, μεταφορά και ανταλλαγή των αγαθών, υπηρεσιών και πληροφοριών με τη χρήση του διαδικτύου και των ηλεκτρονικών υπολογιστών, μεταξύ καταναλωτών, εταιρειών και δημόσιων οργανισμών.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να είναι άμεσο ή έμμεσο. Στην περίπτωση του άμεσου ηλεκτρονικού εμπορίου ανήκει η παραγγελία και η παράδοση με τους κλασικούς τρόπους (π.χ. ταχυδρομείο) των υλικών αγαθών. Στο έμμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο οι υπηρεσίες και

τα άυλα αγαθά είναι αυτά που παραγγέλνονται ηλεκτρονικά, ενώ η πληρωμή τους πραγματοποιείται μέσω πιστωτικών καρτών ή με ηλεκτρονικό χρήμα.

Μέχρι πρότινος η οποιαδήποτε εμπορική συναλλαγή πραγματοποιούταν με τη φυσική παρουσία του πωλητή και του αγοραστή. Με το ηλεκτρονικό εμπόριο η συναλλαγή αυτή μπορεί να πραγματοποιηθεί άμεσα και από απόσταση. Απευθύνεται κυρίως σε ηλεκτρονικούς πελάτες, οι οποίοι διαφέρουν από τους φυσικούς πελάτες, των οποίων θα πρέπει να βρουν τις ανάγκες τους και να προσπαθήσουν να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις τους.

Ο βασικότερος λόγος της επιλογής του ηλεκτρονικού εμπορίου από μία επιχείρηση, είναι κυρίως το χαμηλό κόστος το οποίο απαιτείται για την προώθηση και πώληση των προϊόντων και υπηρεσιών χωρίς κανένα χρονικό περιορισμό. Η ηλεκτρονική επιχείρηση δεν έχει συγκεκριμένη έδρα, με αποτέλεσμα τα λειτουργικά έξοδα να είναι σχεδόν μηδενικά.



Η ανταλλαγή των πληροφοριών γίνεται συνήθως χωρίς περιορισμούς και σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα. Η υποστήριξη των πελατών, η επικοινωνία με τους προμηθευτές, η διαφήμιση και οι βελτίωση των σχέσεων με τους δημόσιους φορείς είναι μερικά από τα οφέλη της χρήσης του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Για να μπορεί το ηλεκτρονικό εμπόριο να είναι αποδοτικό, θα πρέπει να γίνονται συνεχώς επενδύσεις, οι οποίες μπορεί να αφορούν είτε σε υλικό είτε σε ανθρώπινο δυναμικό. Η αρχική βέβαια επένδυση, αφορά κυρίως την έρευνα αγοράς που θα κάνει ο επιχειρηματίας για να καθορίσει το επιχειρηματικό πλαίσιο που θα κινηθεί η εταιρεία του και τον ανταγωνισμό. Οι επενδύσεις σε υλικό αφορούν κυρίως σε συντήρηση και ανανέωση των πληροφοριακών συστημάτων που χρησιμοποιούνται στο ηλεκτρονικό εμπόριο, προσθήκη και επέκταση των εφαρμογών για να πραγματοποιούνται οι παραγγελίες και να προωθούνται οι νέες υπηρεσίες και προϊόντα. Οι επενδύσεις σε ανθρώπινο δυναμικό αφορούν την πρόσληψη εξειδικευμένου προσωπικού και εκπαίδευση του υπάρχοντος όπως επίσης και την αποκλειστική απασχόληση του με τις εφαρμογές του ηλεκτρονικού εμπορίου και μόνο.

Για να μπορεί να είναι επιτυχημένο το ηλεκτρονικό εμπόριο, θα πρέπει να χρησιμοποιεί εξελιγμένες μορφές Web, οι τιμές που παρέχει να είναι ανταγωνιστικές, να διαθέτει μία ικανοποιητική βάση πληροφοριών και πελατών, να είναι αξιόπιστο και να έχει σημαντική φήμη και τέλος να υπάρχει συνέπεια στις παραδόσεις.



www.satspot.gr

Με τη βοήθεια του ηλεκτρονικού εμπορίου, η μελλοντική τάση θα περιλαμβάνει μία σημαντική αύξηση των πελατών και των χρηστών, αυτοματοποίηση των διαδικασιών παραγγελιών, πληρωμών και παραδόσεων, αύξηση των δαπανών που απαιτούνται για διαφημιστικές καμπάνιες, εξυπηρέτηση των πελατών και αλλαγή της στάσης τους όσο αφορά το θέμα της ασφάλειας των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Οι βασικές αρχές για την εφαρμογή του ηλεκτρονικού εμπορίου βασίζονται στην επικοινωνία, τις υπηρεσίες, τις διάφορες επιχειρηματικές διαδικασίες και την αμεσότητα. Όσο αφορά τις επικοινωνίες, το ηλεκτρονικό εμπόριο χρησιμοποιεί τα δίκτυα των υπολογιστικών συστημάτων για μεταφορά και τη διανομή των προϊόντων και υπηρεσιών όπως επίσης και για την πραγματοποίηση των πληρωμών. Όσο αφορά τις παρεχόμενες υπηρεσίες, το ηλεκτρονικό εμπόριο συντελεί στην υλοποίησή τους με το ελάχιστο δυνατό κόστος και τους ελάχιστα αντίστοιχα δυνατούς χρόνους. Οι επιχειρηματικές διαδικασίες αυτοματοποιούνται, ενώ όσο αφορά την αμεσότητα, η υποστήριξη των συναλλαγών

παραγγελίας, αγοράς και πώλησης των προϊόντων πραγματοποιούνται μέσω του διαδικτύου.

Είδη ηλεκτρονικού εμπορίου

Ανάλογα με τη φύση των συναλλαγών που προωθούνται στις ιστοσελίδες των ηλεκτρονικών επιχειρήσεων και τους πελάτες στους οποίους αναφέρονται, διακρίνουμε τις παρακάτω κατηγορίες ηλεκτρονικού εμπορίου:

B2B Επιχείρηση προς επιχείρηση: πρόκειται για συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων, όπου οι ρόλοι του προμηθευτή και του προμηθευόμενου εναλλάσσονται. Η μία επιχείρηση προωθεί και πουλάει τα προϊόντα της σε άλλη επιχείρηση, μοιάζοντας έτσι με το χονδρικό εμπόριο. Συμβάλλει σημαντικά στη βελτίωση της μεταξύ τους συνεργασίας μέσω της απλοποίησης των διαδικασιών των προμηθειών και του ελέγχου των αποθεμάτων. Η αποτελεσματικότητα της ηλεκτρονικής συνεργασίας βελτιώνεται ακόμη περισσότερο λόγω της ηλεκτρονικής επικοινωνίας με τους προμηθευτές ενώ στις ηλεκτρονικές πληρωμές περιορίζεται σημαντικά το ανθρώπινο σφάλμα. Ένα παράδειγμα B2B συνεργασίας, είναι ένα δίκτυο παραγγελίας μιας επιχείρησης με τους προμηθευτές της, παραλαμβάνοντας τα τιμολόγια και εκτελώντας τις αντίστοιχες πληρωμές.



secofexchanges.wordpress.com

B2C Επιχείρηση προς καταναλωτή: στην συγκεκριμένη κατηγορία ο προμηθευόμενος είναι το ευρύ κοινό και οι καταναλωτές. Επίσης περιλαμβάνονται και συναλλαγές λιανικού εμπορίου. Οι διάφορες ηλεκτρονικές εφαρμογές που χρησιμοποιούνται, μοιάζουν με ηλεκτρονικά καταστήματα. Με το συγκεκριμένο μοντέλο η επιχείρηση εξοικονομεί χρόνο και χρήμα, αφού μπορεί να διαθέσει μία μεγάλη γκάμα των προϊόντων της μέσω του διαδικτύου σε ανταγωνιστικές τιμές λόγω και της μείωσης των λειτουργικών εξόδων της. Τα προϊόντα που παραγγέλλονται καλύπτουν ένα ευρύτατο φάσμα ξεκινώντας από απλά είδη, όπως φαγητά, μουσική, ένδυση και καταλήγοντας σε πιο ακριβά, όπως αυτοκίνητα, ακίνητα, είδη πολυτελείας.

B2G Επιχείρηση προς δημόσιους φορείς: πρόκειται για την ηλεκτρονική συναλλαγή της επιχείρησης με διάφορους δημόσιους φορείς, όσο αφορά την έκδοση, υποβολή και αποστολή δημοσίων εγγράφων. Μία εφαρμογή που ανήκει στην κατηγορία αυτή είναι το Taxisnet, μέσω του οποίου διεκπεραιώνονται όλες οι φορολογικές συναλλαγές.

B2E Επιχείρηση προς εργαζομένους: αποτελεί κλάδο της κατηγορίας B2B, και χρησιμοποιείται κυρίως από επιχειρήσεις που έχουν Intranets (ενδοδίκτυο). Στην συγκεκριμένη περίπτωση το ενδοδίκτυο χρησιμοποιείται όπως και το διαδίκτυο, αλλά στο εσωτερικό της εταιρείας. Με αυτόν τον τρόπο βελτιώνεται σημαντικά η επικοινωνία στο εσωτερικό των επιχειρήσεων, ενώ κάθε εργαζόμενος μπορεί να χρησιμοποιήσει τις δυνατότητες του ενδοδικτύου από οποιοδήποτε σημείο της γης και αν βρίσκεται.

C2B Καταναλωτής προς επιχείρηση: εδώ ο καταναλωτής είναι αυτός που ξεκινά την ηλεκτρονική συναλλαγή, είτε πρόκειται για αγορά ή για πώληση, έχοντας τη δυνατότητα να παρέμβει στην τιμολόγηση κάνοντας ανάλογους διακανονισμούς. Η κατηγορία αυτή αναφέρεται κυρίως σε ιδιώτες που προβαίνουν στην πώληση των αγαθών που διαθέτουν σε επιχειρήσεις.

C2C Καταναλωτής προς καταναλωτή: η ηλεκτρονική συναλλαγή γίνεται μεταξύ των καταναλωτών με τη παρέμβαση μιας άμεσης επιχείρησης. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της κατηγορίας αποτελεί το eBay, το οποίο οργανώνει και διενεργεί δημοπρασίες στο διαδίκτυο όπου μπορούν να λάβουν μέρος εταιρίες και ιδιώτες. Οι συμμετέχοντες έχουν τη δυνατότητα είτε να πουλήσουν τα αγαθά τους είτε να αγοράσουν αυτά που δημοπρατούνται. Η συγκεκριμένη κατηγορία ήταν οι παλιές δημοπρασίες οι οποίες λάμβαναν χώρα σε ειδικούς χώρους, ανοικτούς ή κλειστούς, τα λεγόμενα δημοπρατήρια. Το βασικό τους μειονέκτημα ήταν ότι οι ενδιαφερόμενοι θα έπρεπε να μεταβούν στο χώρο της δημοπρασίας, οι πωλητές να μεταφέρουν τα αγαθά μαζί τους για να τα εκθέσουν και οι αγοραστές να παίρνουν μαζί τους τα αγοραζόμενα είδη, με μεγάλο κόστος τόσο για τη μεταφορά όσο και για τη φύλαξη των προϊόντων. Με την ανάπτυξη το C2C ηλεκτρονικού εμπορίου βελτιώνεται σημαντικά οι συναλλαγές αυτού του είδους.



gr.dreamstime.com

C2G Καταναλωτής προς δημόσιους φορείς: ο καταναλωτής συναλλάσσεται και ενημερώνεται ηλεκτρονικά με τους δημόσιους φορείς. Με την ανάπτυξη και εφαρμογή του νομοσχεδίου με το όνομα «Πρόγραμμα Διαύγεια», οι πολίτες μπορούν να έχουν πρόσβαση σε όλες τις αποφάσεις του δημοσίου, ενώ με ένα πάτημα του πλήκτρου θα μπορούν να αιτούνται οποιοδήποτε δημόσιο έγγραφο τους ενδιαφέρει. Μία εφαρμογή που ανήκει στην κατηγορία αυτή είναι το e-ker, μέσω του οποίου οι πολίτες αιτούνται και παραλαμβάνουν διάφορα δημόσια έγγραφα ηλεκτρονικά.

G2G Κράτος προς κράτος: πρόκειται για συναλλαγές μιας δημόσιας διοίκησης σε εθνικό αλλά και πανευρωπαϊκό επίπεδο. Με την ανάπτυξη και τη χρήση των νέων τεχνολογιών, οι υπηρεσίες της δημόσιας διοίκησης μπορεί να είναι εύκολα προσιτές από τους πολίτες και όχι μόνο. Είναι κυρίως μη επιχειρηματικά ιδρύματα τα οποία χρησιμοποιούν τις

δυνατότητες του ηλεκτρονικού εμπορίου για να βελτιώσουν τις συναλλαγές τους και να μειώσουν τα λειτουργικά τους έξοδα.

P2P ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ ομότιμων τμημάτων: το συγκεκριμένο είδος ηλεκτρονικού εμπορίου συνδέει μεταξύ τους γενικώς τους χρήστες, κατά αναλογία με το C2C που συνδέει επιχειρήσεις. Κατά αυτόν τον τρόπο παρέχεται η δυνατότητα στους χρήστες, που είναι συνδεδεμένοι, να μοιράζονται πληροφορίες και δεδομένα σε ηλεκτρονική μορφή χωρίς την υποστήριξη από ένα κοινό server. Με αυτό το είδος του ηλεκτρονικού εμπορίου συνήθως ανταλλάσσονταν και διανέμονταν μουσικά έργα, τα οποία προστατεύονταν με πνευματικά δικαιώματα. Για το λόγο αυτό, σήμερα γίνεται προσπάθεια η συναλλαγή τύπου P2P, να γίνεται με νόμιμους και επικερδείς τρόπους, για να αποφεύγονται οι καταγγελίες και η εύρεση λύσεων μέσω δικαστηρίων.

M commerce – Κινητό Ηλεκτρονικό Εμπόριο: στο συγκεκριμένο τύπο ηλεκτρονικού εμπορίου, οι συναλλαγές πραγματοποιούνται με τη βοήθεια της κινητής τηλεφωνίας και των ασύρματων συσκευών επικοινωνίας. Οποιαδήποτε συσκευή μπορεί να συνδεθεί με τον παγκόσμιο ιστό, όπως φορητοί υπολογιστές, μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την πραγματοποίηση αυτού του είδους ηλεκτρονικού εμπορίου. Στο κινητό ηλεκτρονικό εμπόριο λαμβάνουν συνήθως χώρα συναλλαγές που περιλαμβάνουν αγορές μετοχών ή εισιτηρίων σε θεάματα και παραστάσεις, συναλλαγές μέσω του τραπεζικού συστήματος, κράτηση αεροπορικών εισιτηρίων ή σε ταξίδια αλλά και κρατήσεις δωματίων σε ξενοδοχεία, αγορά λογισμικού και παιγνίων ηλεκτρονικών υπολογιστών, κ.α.. με την ανάπτυξη της τεχνολογίας, οι καταναλωτές μπορούν να συνδέονται ασύρματα και αυτό συνέβαλλε σημαντικά στην ανάπτυξη του κινητού ηλεκτρονικού εμπορίου.



www.businessnews.gr

Ηλεκτρονικά καταστήματα

Ο δικτυακός τόπος μιας επιχείρησης, χρησιμοποιείται για την προβολή του ονόματος της επιχείρησης και της προώθησης των προϊόντων της. Διαφέρει δε σημαντικά, από το ηλεκτρονικό κατάστημα, μέσω του οποίου η επιχείρηση πραγματοποιεί την πώληση των προϊόντων και υπηρεσιών της.

Μία επιχείρηση για να μπορέσει να προσεγγίσει και να αποκτήσει έναν πελάτη, θα πρέπει να διαθέτει και τα δύο. Αρχικά, έναν δικτυακό τόπο, μέσω του οποίου ο καταναλωτής θα ενημερώνεται για την ίδια την επιχείρηση, την πορεία της, τα προϊόντα της, αποκτώντας έτσι η εταιρεία την εμπιστοσύνη και την αξιοπιστία των υποψηφίων πελατών της. Και φυσικά ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, μέσω του οποίου θα πραγματοποιούνται οι παραγγελίες των προϊόντων και υπηρεσιών, η εκτέλεση αυτών και τέλος η πληρωμή τους.

Τα ηλεκτρονικά καταστήματα συμβάλλουν σημαντικά στη προώθηση και την πώληση των αγαθών μιας επιχείρησης. Οι βασικές λειτουργίες των ηλεκτρονικών καταστημάτων, εκτός από την προβολή των προϊόντων, είναι η διεκπεραίωση των ηλεκτρονικών παραγγελιών και η παρακολούθησή τους, η πραγματοποίηση των ηλεκτρονικών πληρωμών, η ηλεκτρονική παράδοση ή αποστολή των αγαθών και τέλος η εξυπηρέτηση των πελατών μετά την πώληση.



www.dallas.gr

Τα οφέλη των ηλεκτρικών καταστημάτων αναφέρονται στην καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών και στη δυνατότητα εύρεσης μεγάλης ποικιλίας προϊόντων με αναλυτικές περιγραφές και σε οικονομικότερες τιμές.

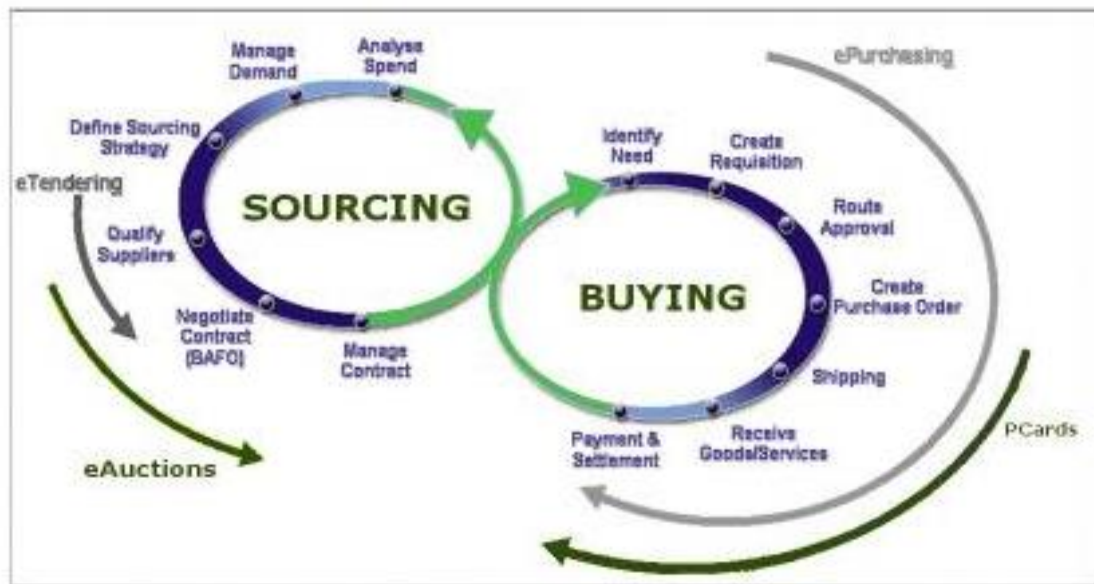
Στα μειονεκτήματα των ηλεκτρονικών καταστημάτων συγκαταλέγονται κυρίως τα θέματα ασφάλειας των συναλλαγών, η εξασφάλιση του προσωπικού απόρρητου και οι διάφορες παράνομες χρεώσεις προϊόντων.

Ηλεκτρονικές προμήθειες

Οι επιχειρήσεις μεγάλου μεγέθους όπως επίσης και οι δημόσιοι φορείς, έχουν καθιερώσει τις ηλεκτρονικές προμήθειες, μέσω του διαδικτύου, προκειμένου να προμηθεύονται τα αγαθά τους με αυτοματοποιημένο τρόπο. Μέσω των ηλεκτρονικών προμηθειών, οι εταιρίες παρουσιάζουν τα προϊόντα τους, αξιολογούν τις κατατιθέμενες προσφορές από τους προμηθευτές και διαχειρίζονται τις παραγγελίες και τον τρόπο πληρωμών.

Τα πλεονεκτήματα από τη χρήση των ηλεκτρονικών προμηθειών, όσο αφορά την επιχείρηση, είναι η το μεγάλο εύρος του καταλόγου των προμηθευτών και η δυνατότητα επιλογής τους λόγω χαμηλότερων εξόδων, καλύτερης ποιότητας και τρόπου διανομής των προϊόντων, όπως και επίσπευσης του χρόνου εξεύρεσης αυτών.

Αλλά και για τους προμηθευτές, οι ηλεκτρονικές προμήθειες προσφέρουν πολλές δυνατότητες και ευκαιρίες να κάνουν τις προσφορές τους αλλά και χαμηλό κόστος για την υποβολή των προσφορών αυτών.



www.leics.gov.uk

Ηλεκτρονικές δημοπρασίες

Οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες χρησιμοποιούνται ευρύτατα στο ηλεκτρονικό εμπόριο, όπου εκτός από μεταχειρισμένα είδη ή συλλεκτικά μπορούν να πωληθούν και καινούργια είδη τα οποία οι επιχειρήσεις διαθέτουν σε μεγάλες ποσότητες και με αυτό τον τρόπο επιθυμούν να μειώσουν τα αποθέματα τους. Δίνουν τη δυνατότητα στους πωλητές να προσφέρουν τα προϊόντα τους και στους υποψήφιους αγοραστές να υποβάλλουν την οικονομική τους προσφορά για τα είδη αυτά.

Οι φυσικές δημοπρασίες διαφέρουν αρκετά από τις ηλεκτρονικές, αφενός στη χρονική διάρκεια (στις φυσικές δημοπρασίες δεν υπάρχει χρονικός περιορισμός σε αντίθεση με τις ηλεκτρονικές), όπως επίσης και στον πλειοδοτικό τρόπο που πραγματοποιούνται (στις φυσικές δημοπρασίες ο ενδιαφερόμενος ακούει το προσφερόμενο ποσό και αναλόγως συνεχίζει ή σταματά ενώ στις ηλεκτρονικές ο ενδιαφερόμενος δίνει μία ανώτερη τιμή και το σύστημα συνεχίζει να πλειοδοτεί μόνο του μέχρι να φθάσει στην τιμή αυτή).



gr.dreamstime.com

Στην δημοπρασία πολλαπλών ειδών, ο πωλητής μπορεί να διαθέσει περισσότερα του ενός είδη σε μία ταυτόχρονη δημοπρασία, και οι υποψήφιοι και τελικοί αγοραστές είναι πολλοί. Στην δημοπρασία με ελάχιστη αποδεκτή τιμή, ορίζεται μία ελάχιστη τιμή κάτω από την

οποία ο πωλητής δεν μπορεί να πωλήσει το είδος ακόμη και αν έχει λήξει ο χρόνος της δημοπρασίας. Στην δημοπρασία με σταθερή τιμή, το είδος πωλείται μόλις επιτευχτεί η σταθερή τιμή που έχει καθορίσει ο πωλητής. Τέλος υπάρχει και η ιδιωτική δημοπρασία όπου οι πλειοδότες δεν γίνονται γνωστοί.

Με τις ηλεκτρονικές δημοπρασίες επιτυγχάνονται σημαντικά οφέλη ως προς τους πωλητές (κέρδη, κατάργηση των μεσολαβητών, βελτίωση των σχέσεων με τους πελάτες, εξοικονόμηση χρόνου) και ως προς τους αγοραστές (δυνατότητα εύρεσης και αγοράς οικονομικών, σπανίων και συλλεκτικών ειδών, διασκέδαση).

Κατά τη διενέργεια των ηλεκτρονικών δημοπρασιών υπάρχουν και αρκετά προβλήματα που μπορεί να προκύψουν, όπως η πιθανότητα απάτης, η μικρή συμμετοχή που συνήθως πραγματοποιείται μετά από πρόσκληση, η έλλειψη ασφάλειας κατά τη χρήση του διαδικτύου, ο χρόνος και ο εξοπλισμός που απαιτούνται για την πραγματοποίηση και ολοκλήρωση των δημοπρασιών.

Το eBay.com είναι από τις γνωστές διευθύνσεις ηλεκτρονικών δημοπρασιών.

Νομικό θεσμικό πλαίσιο

Τα πιο σημαντικά νομικά και ηθικά θέματα της χρήσης του διαδικτύου αναφέρονται κυρίως στο απόρρητο και την προστασία των χρηστών όπως επίσης την ελευθερία του λόγου και τη διαφύλαξη της πνευματικής ιδιοκτησίας.

Με τις τεράστιες δυνατότητες του διαδικτύου, είναι πολύ εύκολο η απώλεια του απορρήτου της προσωπικής ζωής των χρηστών. Για το λόγο αυτό και προκειμένου να διασφαλιστεί η προστασία του απορρήτου, θα πρέπει οι χρήστες να ενημερώνονται εγκαίρως από τους σχεδιαστές – διαχειριστές των ιστοσελίδων για τη συλλογή και χρησιμοποίηση των πληροφοριών, να μπορούν αν παρεμβαίνουν και να επιβεβαιώνουν τα στοιχεία τους, όπως επίσης και να τα προστατεύουν από απώλεια και έκθεση σε μη εξουσιοδοτημένες σελίδες. Ο νόμος 2472/97 περιγράφει την προστασία των προσωπικών δεδομένων των ατόμων στο τηλεπικοινωνιακό πεδίο.



Η αγορά μέσω του διαδικτύου ακολουθεί τις διατάξεις των νόμων που αφορούν την προστασία του καταναλωτή, όπως ο νόμος 225/94 στο άρθρο 4, όπου καθορίζονται οι συμβάσεις από απόσταση, όπως συμβαίνει με το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Όταν η αγορά πραγματοποιείται από χώρα εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης, θα πρέπει ο καταναλωτής να ενημερώνεται για τις νομοθετικές διατάξεις που ισχύουν για τις συγκεκριμένες αγορές.

Σε περίπτωση διαφορών που θα προκύψουν μεταξύ του καταναλωτή και της εταιρείας που έχει την έδρα της σε διαφορετική χώρα, η Σύμβαση των Βρυξελλών ορίζει ότι ο πελάτης θα μπορεί να απευθυνθεί σε δικαστήριο που βρίσκεται στον τόπο κατοικίας του, εφόσον πρόκειται για κράτη – μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας, δεδομένου ότι η παράνομη αντιγραφή και αποθήκευση υλικού είναι πολύ συχνό φαινόμενο, μπορεί να πραγματοποιηθεί είτε με τη χρήση κρυπτογράφησης (απαιτούνται κωδικοί για την τροποποίηση, αποθήκευση ή αντιγραφή του υλικού), οπότε έτσι αποτρέπεται η παραβίαση της, είτε με συνεχή παρακολούθηση της ιστοσελίδας, οπότε σε περίπτωση παραβίασης της αποκλείεται ο παραβάτης.

Αν και η ελευθερία της έκφρασης είναι ένα συνταγματικό δικαίωμα, εντούτοις πολλές φορές καταπατάται, κάτι το οποίο επιβάλλεται κατά κάποιον τρόπο, όταν πρόκειται για υβριστικό και επιβλαβές υλικό που αναφέρεται σε μικρές ηλικίες, αλλά σε καμία περίπτωση δε συνιστάται όταν η γνώμη που πρόκειται να δημοσιευτεί είναι αντίθετη με την άποψη του διαχειριστή ή ιδιοκτήτη της ιστοσελίδας.

Οφέλη ηλεκτρονικού εμπορίου

Από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου, είναι ότι η ίδια η επιχείρηση βελτιώνεται όσο αφορά την εσωτερική δομή και λειτουργία της, λόγω του ότι μπορεί να διαχειρίζεται καλύτερα τα δεδομένα της, να εκπαιδεύει το προσωπικό της και να υπάρχει πάντα μια συνολική εικόνα της πορεία της σε σύντομο χρονικό διάστημα. Τα προϊόντα της γίνονται ευρέως γνωστά, γίνεται ανταγωνιστική δεδομένου ότι ενημερώνεται για τις τρέχουσες εξελίξεις στην τεχνολογία και παρακολουθεί τα προϊόντα των ανταγωνιστικών εταιρειών, γνωρίζει τις ανάγκες και τις προτιμήσεις των καταναλωτών της, προσπαθώντας να τις ικανοποιήσει, δημιουργώντας πολλές φορές προϊόντα που ανταποκρίνονται στις ανάγκες αυτές.



Τα κόστη που απαιτούνται, κυρίως από μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, για τη δημιουργία και τις επενδύσεις των ηλεκτρονικών καταστημάτων τους, είναι πολύ μικρότερα σε σύγκριση με τα αντίστοιχα κόστη των τυπικών καταστημάτων.

Λόγω της μη ύπαρξης των μεσαζόντων και της άμεσης επικοινωνίας του καταναλωτή με τον προμηθευτή μειώνεται η εφοδιαστική αλυσίδα. Τέλος, λόγω της δυνατότητας πρόσβασης σε προϊόντα και υπηρεσίες άλλων ανταγωνιστικών εταιρειών σε όλο τον κόσμο, ο κάθε επιχειρηματίας μιας ηλεκτρονικής επιχείρησης, μπορεί να συνάψει νέες συνεργασίες, να αγοράσει υπηρεσίες και αγαθά και γενικά να αναπτύξει την επιχειρηματικότητα της εταιρείας του.



www.imsgr.com

Αντίστοιχα το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει πολλά οφέλη και για τους ίδιους τους καταναλωτές. Μέχρι την ίδρυση του ηλεκτρονικού εμπορίου ο καταναλωτής αγόραζε τα αγαθά και τις υπηρεσίες από τις τοπικές κυρίως αγορές, με αποτέλεσμα οι προμηθευτές να τις καθορίζουν και να τις διαμορφώνουν τόσο από πλευράς ποιότητας όσο και από πλευράς τιμών. Σήμερα μπορεί να παραγγέλει και να αγοράζει οτιδήποτε από όποια γωνιά της γης, πολλές φορές σε αρκετά χαμηλό κόστος και σε σύντομο χρονικό διάστημα, αφού η κάθε συναλλαγή πραγματοποιείται άμεσα όλο το 24ωρο ενώ η παράδοση των αγαθών γίνεται το πολύ σε 1-2 μέρες. Λόγω του γεγονότος ότι οι καταναλωτές μπορούν να αγοράζουν από την παγκόσμια πλέον αγορά, αυτό τους δίνει τη δυνατότητα και την ευκαιρία να εντοπίζουν προσφορές και εκπτώσεις, έτσι ώστε να αποκτήσουν τα αγαθά στη χαμηλότερη δυνατή τιμή.



paramarketing.gr

Λόγω του ανταγωνισμού, οι καταναλωτές συγκρίνουν τα χαρακτηριστικά και τις τιμές των προς διάθεση αγαθών, όπως επίσης και των παρεχόμενων υπηρεσιών, δημιουργώντας και διαμορφώνοντας έτσι τις απαιτήσεις και την τάση των αγορών.

Η επικοινωνία μεταξύ των επιχειρήσεων και των καταναλωτών ή προμηθευτών τους είναι άμεση και γρήγορη με αποτέλεσμα τη μείωση των δαπανών που απαιτούνται για την ενημέρωση.

Δυσκολίες – προβλήματα ηλεκτρονικού εμπορίου

Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου είχε και τα προβλήματα της, όπως το ότι οι απαιτούμενες επενδύσεις ήταν μεγαλύτερες από αυτές που είχαν αρχικά προβλεφθεί αφορώντας κυρίως τη λειτουργία και τον σχεδιασμό ηλεκτρονικών επιχειρηματικών διαδικασιών και λειτουργιών. Η φιλοδοξία των καινούργιων ηλεκτρονικών επιχειρήσεων οδήγησε πολλές φορές σε επενδύσεις οι οποίες δεν απόδωσαν ποτέ.

Η κάθε μικρή ηλεκτρονική επιχείρηση είχε να αντιμετωπίσει τους άλλους ανταγωνιστές στον ίδιο χώρο με παρόμοια προϊόντα ακόμη και αν είχαν την έδρα τους σε διαφορετικές περιοχές, όπως επίσης και να πείσει τους καταναλωτές να την εμπιστευτούν και να παραγγείλουν τα προϊόντα της.

Η μικρή ταχύτητα των ιντερνετικών συνδέσεων, μπορεί να δημιουργήσει καθυστερήσεις και προβλήματα στους χρήστες, ιδιαίτερα όταν οι ηλεκτρονικές επιχειρήσεις έχουν δημιουργήσει μεγάλα websites.

Επίσης οι καταναλωτές ήταν πολύ επιφυλακτικοί στην αρχή να παραγγέλνουν προϊόντα, τα οποία δεν μπορούσαν να δουν από κοντά ή και να τα δοκιμάσουν, καθώς πολλές φορές είναι δύσκολο να αποδοθούν τα αγαθά στο διαδίκτυο όπως είναι στην πραγματικότητα. Η έλλειψη κινήτρων, όπως προσφορές ή χαμηλότερες τιμές, αναχαιτίζουν τους υποψήφιους ηλεκτρονικούς αγοραστές. Η προσωπική επαφή του έμπορα με τον πελάτη παύει να υπάρχει οπότε και είναι δύσκολο να αναπτυχθούν σχέσεις εμπιστοσύνης, με αποτέλεσμα πολλές φορές ο καταναλωτής να προτιμάει να αγοράζει τα αγαθά από ένα τυπικό κατάστημα της περιοχής του αλλά και ο επιχειρηματίας να προβληματίζεται πόσο αξιόπιστος είναι ο πελάτης με τον οποίο συναλλάσσεται.



www.meng.auth.gr

Πολλοί καταναλωτές δεν έχουν δυνατότητα πρόσβασης στο διαδίκτυο αλλά και τον κατάλληλο εξοπλισμό για να μπορούν να παραγγέλνουν ηλεκτρονικά τα προϊόντα. Αλλά και το κόστος αγοράς και εγκατάστασης ενός ηλεκτρονικού εξοπλισμού, για πρόσβαση στο διαδίκτυο, πολλές φορές είναι αναχαιτιστικό για τις χαμηλά οικονομικές τάξεις των πελατών.

Επίσης χάνεται τελείως η προσωπική επαφή μεταξύ των ανθρώπων, οι οποίοι παραγκωνίζονται από τις ιστοσελίδες των διαφόρων επιχειρήσεων.

Πολλές φορές είναι δύσκολο να επιτευχθεί το after sales service, αποτελώντας και αυτό ένα από τα αρνητικά στοιχεία του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η μεγάλη απόσταση μεταξύ της ηλεκτρονικής επιχείρησης και του καταναλωτή είναι ο καθοριστικός ανασταλτικός παράγοντας για την υποστήριξη μετά την αγορά των αγαθών. Μόνο με το σχεδιασμό και τη χρήση κατάλληλων ηλεκτρονικών εφαρμογών, και εφόσον αυτό έχει προβλεφτεί από την αρχή της δημιουργίας της ηλεκτρονικής επιχείρησης, μπορεί να επιτευχθεί η ικανοποίηση των αναγκών των πελατών μετά την πώληση των προϊόντων.

Ο φόβος για την ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών με τη χρήση των προσωπικών δεδομένων αποτελεί ένα ακόμη μειονέκτημα στη χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Δεδομένου ότι οι ασφαλείς συναλλαγές δεν είναι πλήρως εξασφαλισμένες, οι καταναλωτές είναι αρκετά επιφυλακτικοί στο να δηλώνουν εύκολα τα προσωπικά τους στοιχεία στο διαδίκτυο.

Ηλεκτρονικές Προμήθειες

Με τον όρο ηλεκτρονικές προμήθειες εννοούμε τις συναλλαγές που πραγματοποιούνται μεταξύ των εταιρειών και των αγοραστών ή των προμηθευτών. Η συγκεκριμένη διαδικασία περιλαμβάνει τα στάδια της αναζήτησης, εύρεσης και διαπραγμάτευσης με τους υποψήφιους προμηθευτές, την πραγματοποίηση της προμήθειας και της ανάλυσης. Εκτός από τη διευκόλυνση των διαδικασιών της Εφοδιαστικής Αλυσίδας, οι ηλεκτρονικές προμήθειες εξασφαλίζουν και μείωση του κόστους στις επιχειρήσεις.

Μέχρι την εμφάνιση των ηλεκτρονικών προμηθειών, η διαδικασία που ακολουθούταν ήταν χρονοβόρα και γραφειοκρατική. Ένας αριθμός εργαζομένων, που ανήκε στο τμήμα των προμηθειών, ασχολούνταν με την ανεύρεση υπηρεσιών και αγαθών για την επιχείρηση. Με τη βοήθεια των ηλεκτρονικών καταλόγων των προϊόντων, οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να αναζητήσουν και να παραγγείλουν τα αγαθά που επιθυμούν.

Οι προμήθειες στις σημερινές επιχειρήσεις

Οι επιχειρήσεις σήμερα μπορούν να προμηθεύονται είτε με βάση το ανώτατο όριο εξόδων, είτε με το να κάνουν μαζικές αγορές.

Στην πρώτη περίπτωση πραγματοποιούνται προμήθειες, με βάση ένα όριο εξόδων, η οποία πλεονεκτεί ως προς την ευελιξία και το γρήγορο της πραγματοποίησης, αλλά μειονεκτεί ως προς τον καταμερισμό των αγοραστικών ενεργειών της επιχείρησης σε πολλούς προμηθευτές.

Στη δεύτερη περίπτωση, πραγματοποιούνται προμήθειες μεγάλων ποσοτήτων προϊόντων, ενός είδους συνήθως, σε χαμηλές τιμές, αλλά με αυτόν τον τρόπο δεσμεύεται κεφάλαιο, απαιτείται χώρος για την αποθήκευση τόσο μεγάλων ποσοτήτων και πολλές φορές οδηγούνται στην καταστροφή του προϊόντος λόγω παρέλευσης μεγάλου χρονικού διαστήματος και απαξίωσης αυτού.

Είδη ηλεκτρονικών προμηθειών

Στην περίπτωση των ηλεκτρονικών προμηθειών από την πλευρά του αγοραστή ή του προμηθευτή, μπορούμε να διακρίνουμε τις αγορές, οι οποίες κατευθύνονται από τους αγοραστές, εκείνες που καθοδηγούνται από τους προμηθευτές και τέλος τις ανεξάρτητες αγορές που διαχειρίζονται από τους υπευθύνους των τεχνολογικών – ηλεκτρονικών εφαρμογών.

Επίσης υπάρχουν και οι ηλεκτρονικές προμήθειες που διαχωρίζονται σε οριζόντιες και κάθετες. Στις οριζόντιες ηλεκτρονικές προμήθειες, συμμετέχουν επιχειρήσεις, ανεξάρτητα από τον κλάδο που δραστηριοποιούνται, ενώ στις κάθετες, λαμβάνουν μέρος οι εταιρείες που έχουν κοινό κλάδο εργασιών.



www.cloudbuy.com

Πλεονεκτήματα ηλεκτρονικών προμηθειών

Τα πλεονεκτήματα των ηλεκτρονικών προμηθειών αναφέρονται και στους αγοραστές και στους προμηθευτές.

Τα οφέλη για τους αγοραστές είναι αρχικά ο βελτιωμένος τρόπος διαχείρισης των δεδομένων με σκοπό τη μείωση των λαθών έτσι ώστε να παρέχονται αξιόπιστες πληροφορίες. Η πληρωμή των εκδιδόμενων τιμολογίων πραγματοποιείται με ηλεκτρονικό τρόπο ενώ διενεργείται και η αντιστοίχιση αυτών. Η διαδικασία της ηλεκτρονικής προμήθειας γίνεται ηλεκτρονικά ενώ μπορεί να πραγματοποιηθεί και αυτοματοποίηση της διαδικασίας του ελέγχου πληρωμής των διαφόρων προμηθευτών. Οι συμβάσεις που συνάπτονται μεταξύ των επιχειρήσεων και των αγοραστών ή προμηθευτών, μπορούν να παρακολουθούνται καλύτερα αλλά και να υπάρχει σχετική συμμόρφωση στη χρήση τους. Οι εγκρίσεις όλων των επικείμενων δαπανών γίνονται με ηλεκτρονικό τρόπο πριν την πραγματοποίησή τους και έτσι επιτυγχάνεται καλύτερη παρακολούθηση των εξόδων. Τέλος είναι δυνατή η εύρεση προμηθευτών με τις χαμηλότερες δυνατές τιμές στην αγορά αλλά και η δυνατότητα της παρακολούθησης της απόδοσής τους.

Τα αντίστοιχα οφέλη για τους προμηθευτές έγκεινται στις ακριβείς και λεπτομερείς πληροφορίες που δίνονται για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που διατίθενται. Λόγω της δέσμευσης με την υπογραφή των σχετικών συμβάσεων, υπάρχει η υποχρέωση των επιχειρήσεων να αγοράζουν από συγκεκριμένους προμηθευτές με συνέπεια την αύξηση των πωλήσεων των τελευταίων. Οι παραγγελίες εκτελούνται γρήγορα ενώ και η πληρωμή των εκδιδόμενων τιμολογίων πραγματοποιείται έγκαιρα λόγω της έλλειψης λαθών.

Θεσμικό πλαίσιο ηλεκτρονικών προμηθειών

Η Γενική Γραμματεία Εμπορίου του Υπουργείου Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας έχει την ευθύνη για ένα μεγάλο αριθμό των κρατικών προμηθειών.

Υπάρχουν πολλοί νόμοι, εγκύκλιοι και αποφάσεις που αποτελούν το θεσμικό πλαίσιο των ηλεκτρονικών προμηθειών. Ενδεικτικά αναφέρουμε τα κάτωθι:

- Προμήθειες του δημόσιου τομέα και ρυθμίσεις συναφών θεμάτων - Νόμος Υπ αριθμ. 2286/95
- Κανονισμός Προμηθειών Δημοσίου - Π.Δ. 394/96 ΦΕΚ 266/Α/4.12.1996
- Εξαίρεση προμηθειών, που πραγματοποιούνται με ανάδειξη χορηγητών-προμηθευτών, από την ένταξή τους στο ΕΠΠ - Απόφαση Π1/667/29-3-2005 (ΦΕΚ Β/448/2005)
- Εφαρμογή της Οδηγίας 2004/18/ΕΚ για τις Δημόσιες Συμβάσεις Προμηθειών - Εγκύκλιος Π1/1105/2-3-2006
- Προσαρμογή της Ελληνικής Νομοθεσίας στις διατάξεις της Οδηγίας 2004/18/ΕΚ περί συντονισμού των διαδικασιών σύναψης δημοσίων συμβάσεων έργων, προμηθειών και υπηρεσιών», όπως τροποποιήθηκε με την Οδηγία 2005/51/ΕΚ της Επιτροπής και την Οδηγία 2005/75/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 16ης Νοεμβρίου 2005 - Π.Δ. 60/2007
- Οδηγίες για τις τεχνικές προδιαγραφές σε διαγωνισμούς προμήθειας Η/Υ - Εγκύκλιος Π1/2121/08-05-2007
- Νέος Κανονισμός Προμηθειών Δημοσίου - Π.Δ. 118/2007 (ΦΕΚ Α/150/10-7-2007)

- Εγκύκλιος για την εφαρμογή του ΠΔ 118/2007 (Νέος Κανονισμός Προμηθειών Δημοσίου) - Εγκύκλιος Π1/4232/12-9-2007
- Εγκύκλιος με Θέμα «Υποχρέωση υποβολής στατιστικών στοιχείων Δημοσίων Συμβάσεων Προμηθειών, (Οδηγία 2004/18/ΕΚ, Π.Δ. 60/2007) - Εγκύκλιος Π1/1814/15-5-2008
- Απόφαση Εφαρμογής Ενιαίου Προγράμματος Προμηθειών (ΕΠΠ) έτους 2008 - Απόφαση Π1/2235/4-8-2008 (ΦΕΚ 1670/Β/18-8-2008
- Κατάρτιση Ενιαίου Προγράμματος Προμηθειών έτους 2009 - Εγκύκλιος Π1/4737/09-12-2008
- Εγκύκλιος έτους 2009 με Θέμα «Υποχρέωση υποβολής στατιστικών στοιχείων Δημοσίων Συμβάσεων Προμηθειών, (Οδηγία 2004/18/ΕΚ, Π.Δ. 60/2007) - Εγκύκλιος Π1/1499/15-5-2009
- Κατάρτιση Ενιαίου Προγράμματος Προμηθειών έτους 2010 - Εγκύκλιος Π1/4240/14-1-2010
- Απόφαση Εφαρμογής Ενιαίου Προγράμματος Προμηθειών (Ε.Π.Π.) έτους 2012. Σχετική Απόφαση - Απόφαση Π1/806/04-05-2012

<http://gge.gov.gr>

Αλλά και στην Ευρωπαϊκή Ένωση υπάρχουν ανάλογοι νόμοι και οδηγίες για την προστασία των ηλεκτρονικών προμηθειών.

Ενδεικτικά αναφέρουμε την Οδηγία 97/52 που αποτελεί τροποποίηση των Οδηγιών 92/50, 93/36 και 93/37 ΕΟΚ.

Σχέση τμήματος προμηθειών – Logistics

Λόγω του έντονου ανταγωνισμού και των συνεχών οικονομικό – πολιτικών αλλαγών, οι επιχειρήσεις προσπαθούν να επιβιώσουν μειώνοντας τον οικονομικό κίνδυνο, μέσω της ανεύρεσης αποδοτικών παραγωγικών σχημάτων και οικονομικών, αξιόπιστων προμηθευτών. Για το λόγο αυτό οι εταιρίες δίνουν μεγάλη σημασία στην σωστή λειτουργία του τμήματος προμηθειών.

Εκτός από το οικονομικό όφελος που προσφέρει η αποτελεσματική λειτουργία των προμηθειών, δεδομένου ότι διαχειρίζεται το 60-70% των εσόδων μιας εταιρίας, συμβάλλουν σημαντικά και στη δημιουργία αποδοτικών σχέσεων με τα μέλη της ομάδας της Εφοδιαστικής Αλυσίδας, για την εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης.

Πελάτης ηλεκτρονικού εμπορίου

Ο ηλεκτρονικός πελάτης και καταναλωτής, μπορεί να προέρχεται από οποιοδήποτε μέρος της γης, να μιλάει διαφορετικές γλώσσες και διαλέκτους, να έχει διαφορετικά ήθη, έθιμα, συνήθειες, απαιτήσεις. Για το λόγο αυτό θα πρέπει η κάθε ηλεκτρονική επιχείρηση να κατανοήσει τις ανάγκες των πελοτών της και να προσπαθήσει να ικανοποιήσει στο έπακρο τις ανάγκες τους.



www.whocallsme.gr

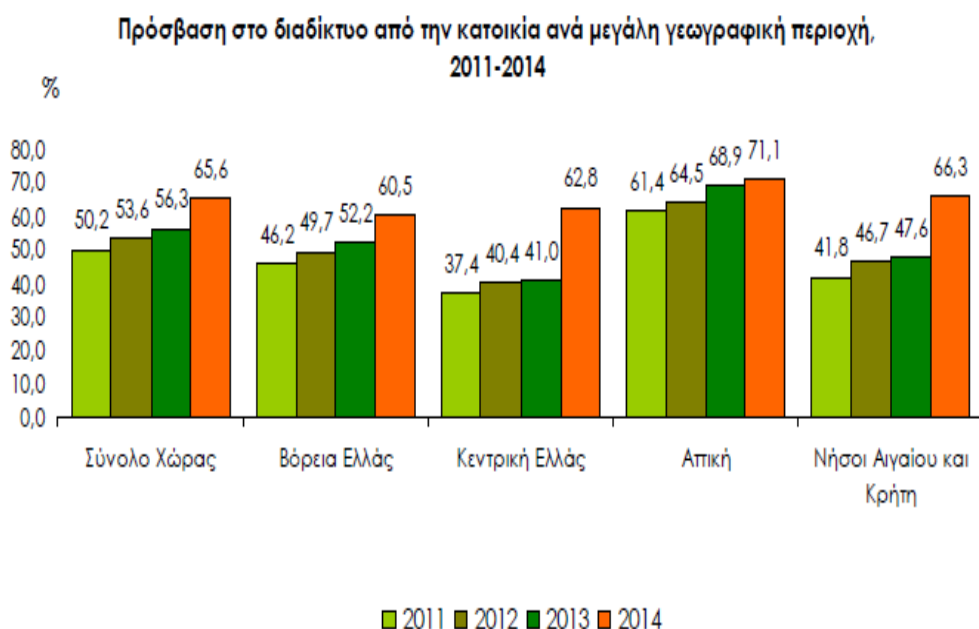
Ο χρήστης του διαδικτύου ασχολείται κυρίως με την εύρεση πληροφοριών για τα διάφορα αγαθά, με ανταλλαγή ηλεκτρονικών μηνυμάτων με άλλους χρήστες, με αναζήτηση γενικότερων πληροφοριών και γνώσεων όπως επίσης και με την ενημέρωση.

Ένας ηλεκτρονικός πελάτης είναι τελείως διαφορετικός από ένα φυσικό πελάτη. Για αυτό και ο κάθε επιχειρηματίας θα πρέπει να κατανοήσει ότι μια ηλεκτρονική επιχείρηση είναι διαφορετική από μία φυσική επιχείρηση και για το λόγο αυτό θα πρέπει να οργανώσει κατά τέτοιο τρόπο την επιχείρηση του ώστε να είναι ανταγωνιστική με τις άλλες που υπάρχουν στον ίδιο χώρο.

Ο ηλεκτρονικός πελάτης, για να προχωρήσει στην παραγγελία ενός αγαθού, κάνει μία έρευνα τόσο στη φυσική όσο και στην ηλεκτρονική αγορά, και καταλήγει στην τελική του επιλογή με κριτήριο την τιμή αγοράς,

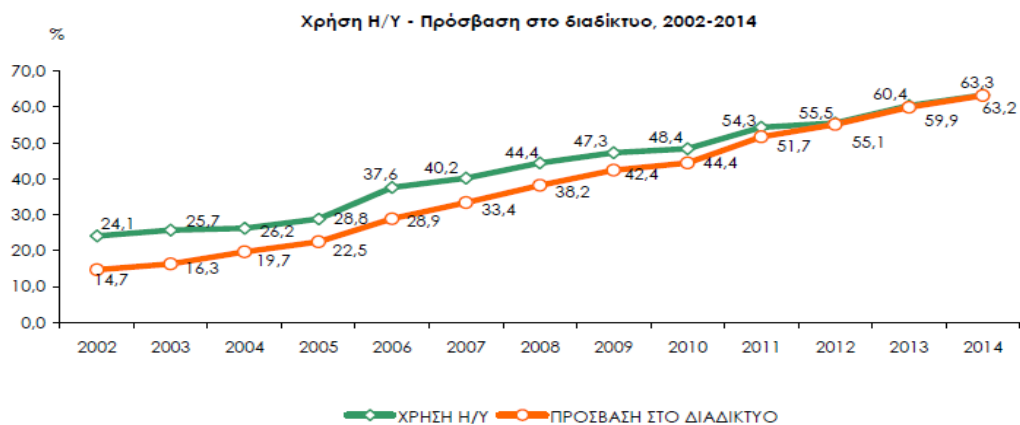
Σύμφωνα με την «Έρευνα χρήσης τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από τα νοικοκυριά» που διεξάχθηκε στη χώρα μας το 2014, 7 στα 10 νοικοκυριά έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο από το χώρο κατοικίας του, ποσοστό περίπου 65,6%.

Στο ακόλουθο γράφημα φαίνονται τα ποσοστά των νοικοκυρών της χώρας μας ανά γεωγραφική περιοχή, που έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο.



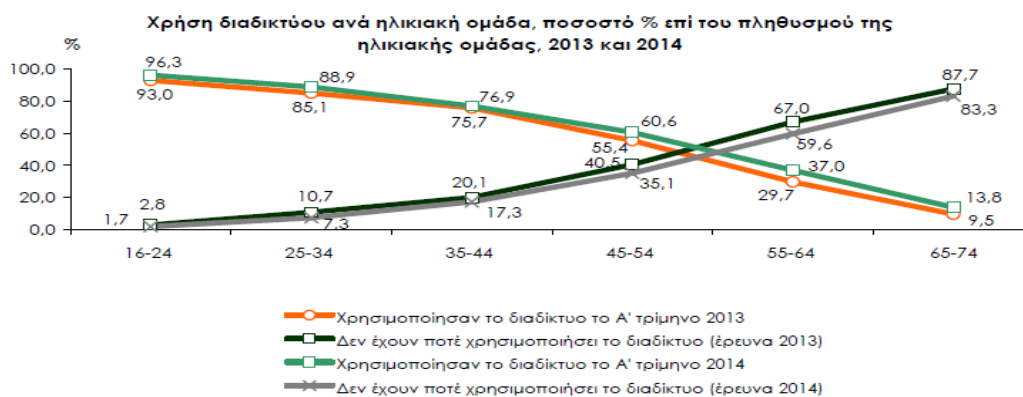
Πηγή: Έρευνα χρήσης τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από τα νοικοκυριά 2014

Συγκεκριμένα το 1^ο τρίμηνο του 2014 το 63,3% του πληθυσμού της χώρας μας, ηλικίας 16–74 ετών, έκανε χρήση του ηλεκτρονικού υπολογιστή, ενώ στο ίδιο διάστημα, το 63,2% του πληθυσμού έκανε χρήση του διαδικτύου.



Πηγή: Έρευνα χρήσης τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από τα νοικοκυριά 2014

Σύμφωνα πάντα με την «Έρευνα χρήσης τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από τα νοικοκυριά 2014», σε σύγκριση με το 2013, το ποσοστό του πληθυσμού της χώρας που έκανε χρήση του ηλεκτρονικού υπολογιστή όπως επίσης και του διαδικτύου αυξήθηκε το 1^ο τρίμηνο του 2014. Οι συγκεκριμένοι όμως ρυθμοί αύξησης είναι λίγο μικρότεροι σε σχέση με τους αντίστοιχους του 2013, όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα.



Πηγή: Έρευνα χρήσης τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από τα νοικοκυριά 2014

Ανάγκες του πελάτη

Οι ανάγκες των πελατών εξαρτώνται από πολλούς παράγοντες. Αρχικά από τις διάφορες δημογραφικές παραμέτρους, όπως ο τόπος κατοικίας, το μορφωτικό και οικονομικό επίπεδο, η ηλικία τους. Άλλοι παράγοντες έχουν σχέση με τον τρόπο που σκέπτονται και συμπεριφέρονται οι αγοραστές. Πολλές φορές πραγματοποιούνται διάφορες έρευνες προκειμένου να εντοπιστούν ακριβώς οι ανάγκες των πελατών.

Ποιοί αγοράζουν από το διαδίκτυο

Οι χρήστες του διαδικτύου παγκοσμίως, υπολογίζονται περίπου σε 2,27 δισεκατομμύρια περίπου. Σε μεγαλύτερο ποσοστό οι άντρες χρησιμοποιούν περισσότερο το internet ενώ οι ηλικίες είναι μεταξύ 18-24 ετών. Οι ηλεκτρονικοί πελάτες έχουν κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, όπως το ανώτερο εκπαιδευτικό επίπεδο, είναι κυρίως κάτοικοι αστικών κέντρων και σε σχέση με τους μη χρήστες χρησιμοποιούν ευρύτατα τα τεχνολογικά προϊόντα.



www.newsbeast.gr

Ικανοποίηση – εξυπηρέτηση καταναλωτών

Η εξυπηρέτηση και ικανοποίηση των πελατών προσθέτει αξία στα προϊόντα και τις υπηρεσίες και αποτελεί ένα από τα σημαντικά κομμάτια της επιχείρησης. Η εξυπηρέτηση των πελατών μέσω διαδικτύου γίνεται συνήθως με τους παρακάτω τρόπους:

- **Αλληλεπίδραση εταιρείας με πελάτες:** εδώ η εξυπηρέτηση των πελατών πραγματοποιείται από εκπαιδευμένους αντιπροσώπους οι οποίοι έχουν πρόσβαση σε δεδομένα, με σκοπό την καλύτερη ενημέρωση των πελατών.
- **Αλληλεπίδραση πελατών με ηλεκτρονικές εφαρμογές:** μπορεί να εκφράζεται με τη δημιουργία εξατομικευμένης ιστοσελίδας, με στοιχεία που αφορούν το άτομο του, από όπου η εταιρεία θα μπορεί να αντλεί πληροφορίες και έτσι να ανταποκρίνεται στα διάφορα θέματα που τον απασχολούν.

Για να μπορέσει μία ηλεκτρονική επιχείρηση να αποκτήσει πελάτες που να την εμπιστεύονται, θα πρέπει να πείθει τους καταναλωτές για την αξιοπιστία της, μέσω κυρίως της παρουσίασης διαφόρων στοιχείων της, να φροντίζει για την ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών όπως επίσης και των προσωπικών δεδομένων των χρηστών, να ενημερώνει, υποστηρίζει και επικοινωνεί με τους καταναλωτές της για τα νέα προϊόντα. Τέλος να λαμβάνει σοβαρά υπόψη της τις ανάγκες των πελατών και να φροντίζει για την ικανοποίηση των απαιτήσεων τους.

Η εξυπηρέτηση των πελατών μπορεί να μετρηθεί με κάποιους δείκτες, όπως ο χρόνος απόκρισης, η διαθεσιμότητα της ιστοσελίδας, ο χρόνος που χρειάζεται για τη φόρτωση των εφαρμογών, η επικαιρότητα των πληροφοριών, η ασφάλεια της ιστοσελίδας, το απόρρητο, η γρήγορη και επιτυχημένη διεκπεραίωση της παραγγελίας, η πολιτική των επιστροφών, η ευκολία της χρήσης της ιστοσελίδας.

Με τη μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών, οι επιχειρήσεις μπορούν να διαπιστώσουν κατά πόσο τα προϊόντα και οι υπηρεσίες τους ανταποκρίνονται στις ανάγκες των καταναλωτών. Εντοπίζονται σημεία βελτίωσης των παρεχόμενων αγαθών, η εταιρεία γίνεται πιο ανταγωνιστική καθώς υπερέχει και βελτιώνει την παραγωγικότητα της έναντι των ανταγωνιστών της.

Παράπονα καταναλωτών

Όταν οι πελάτες είναι δυσαρεστημένοι ή απογοητευμένοι από τα αγαθά ή τις υπηρεσίες τότε προχωρούν στην έκφραση παραπόνων προς την αντίστοιχη επιχείρηση. Δεδομένου ότι

συνήθως ένα μικρό ποσοστό των πελατών προχωρεί στην έκφραση παραπόνων, θα πρέπει η κάθε εταιρεία να τα λαμβάνει σοβαρά υπόψη της με σκοπό τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών και την εκπαίδευση του προσωπικού για την καλύτερη εξυπηρέτηση των καταναλωτών.

Ανάλογα με τον τρόπο διαχείρισης ενός καταναλωτή που έχει εκφράσει ένα παράπονο, μπορεί να μετατρέψει έναν δυσαρεστημένο πελάτη σε ικανοποιημένο ή και το αντίθετο. Το βέβαιο είναι ότι τελικά ο δυσαρεστημένος πελάτης θα εγκαταλείψει τελικά την εταιρεία από όπου αγόραζε τα αγαθά ή τις υπηρεσίες, ενώ τη δυσαρέσκεια του θα φροντίσει να τη διαδώσει σε γνωστούς του.



gr.dreamstime.com

Ο τρόπος αντιμετώπισης των παραπόνων των πελατών, περιλαμβάνει την καταγραφή τους, την παρακολούθηση, τη διαχείριση και την ενημέρωση του καταναλωτή για την εξέλιξη των παραπόνων του.

eCRM

Customer Relationship Management: στο επίκεντρο είναι ο πελάτης και ο στόχος του η προσέλκυση, διαχρονική πώληση και ικανοποίηση των πελατών μέσα από τη δημιουργία διαπροσωπικών σχέσεων με τελικό σκοπό το κέρδος της επιχείρησης. Αυτή η ηλεκτρονική σειρά εφαρμογών λειτουργεί κυρίως με τη διατήρηση μίας βάσης δεδομένων με περιεχόμενο κυρίως τις διαφορετικές ανάγκες και πληροφορίες των καταναλωτών, που χρησιμοποιούνται για την καλύτερη εξυπηρέτησή τους και την αύξηση των πωλήσεων της εταιρείας. Η συλλογή αυτή των πληροφοριών γίνεται κυρίως μέσα από την επικοινωνία με τον πελάτη, η οποία μπορεί να είναι προσωπική, τηλεφωνική, μέσω ηλεκτρονικών εφαρμογών, και στη συνέχεια ομαδοποιείται και οργανώνεται για να χρησιμοποιηθεί από τα στελέχη της επιχείρησης που ασχολούνται με την εξυπηρέτηση των πελατών.

Εδώ κυρίως εφαρμόζεται ο κανόνας «20/80», που σημαίνει ότι αν ικανοποιηθεί το 20% των καλύτερων και σημαντικών πελατών της επιχείρησης, αυτοί μπορούν να αποφέρουν το 80% περίπου του τζίρου της εταιρείας. Μπορούν να γνωστοποιούν και να προωθούν μια ευρύ γκάμα προϊόντων η οποία να μην τόσο γνωστή. Επίσης, προσπαθούν να προσεγγίσουν τους πελάτες, οι οποίοι δεν έχουν παραγγείλει για μεγάλο χρονικό διάστημα, προσφέροντας και ενημερώνοντας τους για τα προϊόντα που πιθανόν να μην γνωρίζουν. Τέλος οι παραγγελίες πραγματοποιούνται on-line και παρακολουθούν καλύτερα τους προμηθευτές με τους οποίους συνεργάζονται.



gr.dreamstime.com

Τα πλεονεκτήματα από τη χρήση CRM είναι αρκετά, όπως οργάνωση του πελατολογίου και επικοινωνία με αυτό, προσέγγιση, υποστήριξη και ικανοποίηση των πελατών και μακροχρόνια διατήρηση αυτών, μείωση του χρόνου διεκπεραίωσης των διαδικασιών, δημιουργία δικτύου συνεργατών – προμηθευτών και παρακολούθηση αυτού, αύξηση των κερδών της επιχείρησης, μείωση του κόστους λόγω αυτοματοποιημένων διαδικασιών – χαμηλότερων λειτουργικών εξόδων – ακριβών προβλέψεων πωλήσεων – βελτίωσης εργασιακού περιβάλλοντος.

Παραγγελίες ηλεκτρονικού εμπορίου

Οι κυριότερες κατηγορίες ειδών που παραγγέλλονται μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου, είναι το υλικό και λογισμικό των υπολογιστών, τα καταναλωτικά ηλεκτρονικά είδη, τα αθλητικά είδη, η γραφική ύλη και τα είδη γραφείου, βιβλία, είδη μουσικής, παιχνίδια, προϊόντα υγείας και ομορφιάς, φάρμακα, είδη διασκέδασης, εισιτήρια για διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις, οικιακά είδη και είδη σπιτιού, είδη διατροφής και ποτά, ασφαλιστικές υπηρεσίες, ένδυση – υπόδηση, ταξιδιωτικές και διάφορες άλλες υπηρεσίες.

Η πλήρης και σωστή εκτέλεση μιας παραγγελίας ηλεκτρονικού εμπορίου, σημαίνει εκτός από την επιτυχημένη παράδοση των προϊόντων στους πελάτες, το χρόνο παράδοσης και την παροχή όλων των απαραίτητων υπηρεσιών που αφορούν τα είδη που παραδίδονται.

Υπάρχουν προϊόντα και υπηρεσίες που παραδίδονται άμεσα on-line, όπως για παράδειγμα ταξιδιωτικές υπηρεσίες, ηλεκτρονικά παιχνίδια, λογισμικά, κ.α., και προϊόντα τα οποία παραδίδονται με το ταχυδρομείο ή με courier.



Διαδικασία εκπλήρωσης των παραγγελιών

Η διαδικασία εκπλήρωσης των παραγγελιών περιλαμβάνει τα παρακάτω βήματα:

- Τρόπος πληρωμής της παραγγελίας, η οποία μπορεί να πραγματοποιηθεί είτε με αντικαταβολή είτε με κατάθεση σε λογαριασμό ή πληρωμή με πιστωτική κάρτα.
- Διαθέσιμο απόθεμα για την εκπλήρωση της παραγγελίας
- Αποστολή των αγαθών, υλικών ή ψηφιακών. Η φυσική αποστολή των προϊόντων λαμβάνει χώρα σε περίπτωση υλικών αγαθών.
- Χορήγηση ασφαλιστικής κάλυψης σε περίπτωση ακριβών κυρίως αγαθών.
- Σε περίπτωση μη διαθέσιμων αποθεμάτων από τα παραγγελόμενα είδη, η επιχείρηση θα πρέπει να προχωρήσει άμεσα στην παραγωγή τους, σε όσο το δυνατό πιο σύντομο χρονικό διάστημα για τη γρήγορη εκτέλεση της παραγγελίας.
- Ενημέρωση από τους πελάτες για την επιτυχή παράδοση των αγαθών
- Παροχή δικαιώματος επιστροφής ή αλλαγής σε περίπτωση μη ικανοποίησης των αναγκών των πελατών.

Προβλήματα εκπλήρωσης – λύσεις αυτών

Από τα πλέον συνήθη προβλήματα για την εκπλήρωση των παραγγελιών είναι η μη ακριβής πρόβλεψη της ζήτησης των διαφόρων αγαθών. Είναι γνωστό ότι η ζήτηση εξαρτάται από πολλούς παράγοντες, όπως η εποχικότητα των αγαθών, οι οικονομικό – πολιτικές καταστάσεις, η αλλαγή στις συνήθειες των καταναλωτών, οι καιρικές συνθήκες, η ανάπτυξη της τεχνολογίας. Θα πρέπει σε τακτά χρονικά διαστήματα να γίνεται εκτίμηση της ζήτησης, έτσι ώστε να αποφεύγονται ελλείψεις των προϊόντων, σε περίπτωση

αυξημένης ζήτησης ή αυξημένα αποθέματα σε περίπτωση μειωμένης ζήτησης. Εργασιακά προβλήματα, διαφορετικοί χρόνοι παράδοσης από τους προβλεπόμενους και διάφορα προβλήματα κατά τη διάρκεια της παραγωγής είναι μερικά ακόμη από τα προβλήματα που επηρεάζουν τη διαδικασία εκπλήρωσης των παραγγελιών



polymerou.gr

Τα διάφορα προβλήματα εκτέλεσης των παραγγελιών μπορούν να επιλυθούν με την υιοθέτηση ενός βελτιωμένου τρόπου παραγγελιών, που θα επιτρέπει τον άμεσο έλεγχο των αποθεμάτων για την εκτέλεση της παραγγελίας. Λόγω της αποστολής μικρών κυρίως ποσοτήτων εμπορευμάτων σε πολλούς πελάτες, η ύπαρξη εκσυγχρονισμένων αποθηκών και μιας βελτιωμένης διαδικασίας διαχείρισης αποθεμάτων, συντελεί σημαντικά στην επίλυση των οποιοδήποτε προβλημάτων κατά την εκτέλεση των παραγγελιών. Η μείωση των χρόνων παραδόσεων και η συνεργασία με εξειδικευμένες εταιρίες στον κλάδο των

αποστολών και επιστροφών συντελεί σημαντικά στην επιτυχή διεκπεραίωση των παραγγελιών.

Παράδοση προϊόντων

Μετά την εκτέλεση της παραγγελίας τα προϊόντα αποστέλλονται στον πελάτη. Η αποστολή των αγαθών μπορεί να γίνει με τους εξής παρακάτω τρόπους:

- Προϊόντα ψηφιακής τεχνολογίας (λογισμικά, ταινίες, τραγούδια, κλπ.) όπου η παράδοση γίνεται με ψηφιακή παραλαβή.
- Ταχυδρομική ή με courier αποστολή των αγαθών στον τόπο του πελάτη.
- Μετά την ηλεκτρονική παραγγελία, ο πελάτης μπορεί να παραλάβει τα προϊόντα από το πλησιέστερο κατάστημα της εταιρείας.
- Σε περιπτώσεις εκτυπώσεων υπηρεσιών (π.χ. εισιτήρια) ή δημοσίων εγγράφων, τα είδη αποστέλλονται ηλεκτρονικά με e-mail και ο καταναλωτής τα εκτυπώνει χρησιμοποιώντας τον κωδικό επιβεβαίωσης που του έχει ήδη αποσταλεί.

Πληρωμές στο ηλεκτρονικό εμπόριο

Μέθοδοι πληρωμών

Είναι από τα πιο σημαντικά στάδια της διαδικασίας του ηλεκτρονικού εμπορίου, δεδομένου ότι δεν υπάρχει προσωπική επαφή και γνωριμία του πωλητή με τον αγοραστή.

Παρακάτω παραθέτονται οι σημαντικότεροι τρόποι πληρωμών που χρησιμοποιούνται κυρίως στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

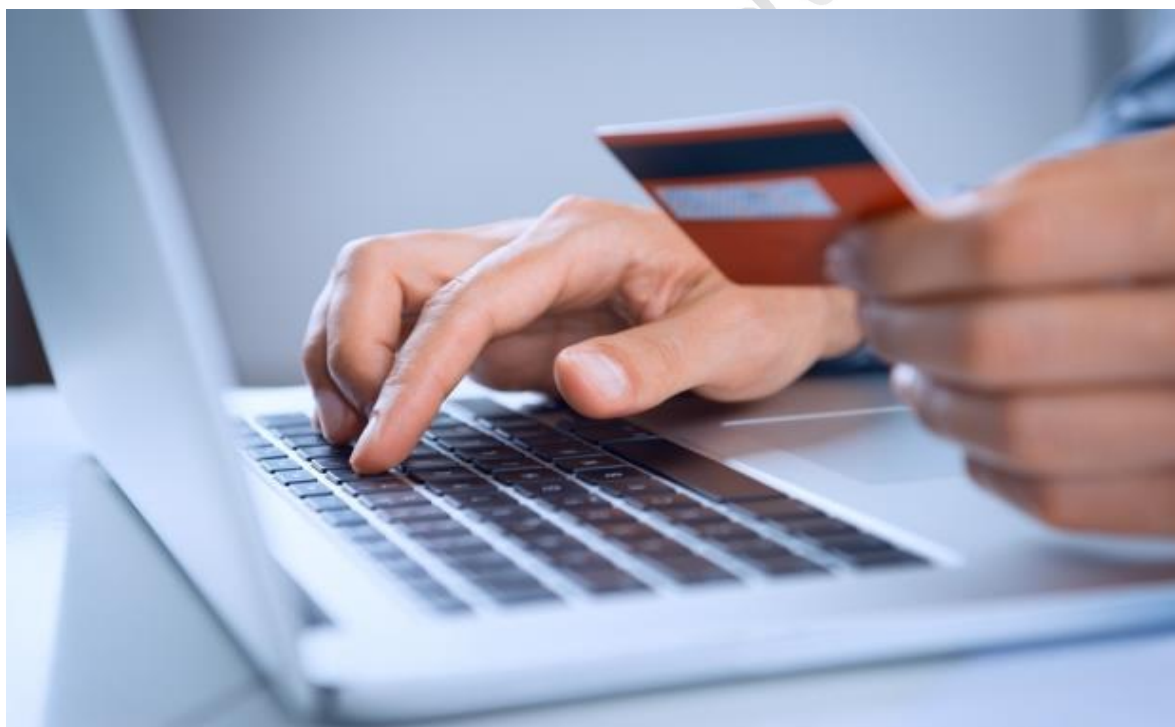


www.schizas.com

Κάρτες

Από τους γνωστούς τρόπους πληρωμής μέσω internet. Δεδομένου ότι η κάθε πιστωτική κάρτα έχει έναν μοναδικό αριθμό προστατεύει έτσι με ασφάλεια τις συναλλαγές του κάθε χρήστη και η διαδικασία πληρωμής είναι υποχρέωση της τράπεζας.

Μετά την πραγματοποίηση της παραγγελίας και εφόσον έχουν ήδη καθοριστεί η τιμή του προϊόντος, ο τόπος και ο τρόπος παράδοσης, ο αγοραστής ενημερώνει με ασφαλή τρόπο τον αγοραστή για τα στοιχεία της πιστωτικής του κάρτας, όπου θα πραγματοποιηθεί η χρέωση και η πληρωμή.



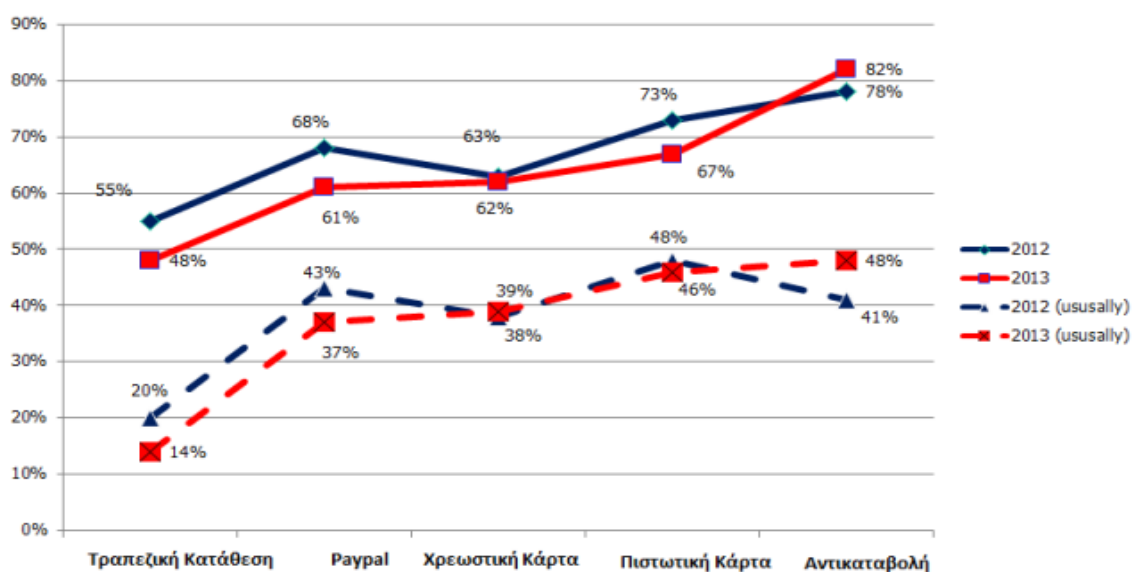
www.nextdeal.gr

Ηλεκτρονικές επιταγές

Οι ηλεκτρονικές επιταγές είναι ανάλογες με τις τυπικές επιταγές, με τη διαφορά ότι χρειάζονται ψηφιακές υπογραφές για να εκδοθούν, αλλά και ψηφιακά πιστοποιητικά για να ταυτοποιηθεί η ταυτότητα του πληρωτή. Η κάθε ηλεκτρονική επιταγή είναι μοναδική,

διαθέτοντας μία σειρά από νούμερα και χρησιμοποιείται για πληρωμή χωρίς να χρησιμοποιεί μετρητά ή με πίστωση.

Πολλαπλοί τρόποι πληρωμής από τους Έλληνες on-line αγοραστής



www.infocom.gr

Αντικαταβολή

Πρόκειται για μία κλασική και παλιά μέθοδο πληρωμών, όπου προϋποθέτει την παράδοση των προϊόντων στον πελάτη και την ταυτόχρονη πληρωμή τους. Εφαρμόζεται κυρίως για υλικά αγαθά, ενώ αντενδείκνυται για λογισμικά και μέσα ψηφιακής τεχνολογίας. Με τη μέθοδο αυτή ο αγοραστής προστατεύεται, δεδομένου ότι πρώτα λαμβάνει το προϊόν, το ελέγχει και μετά προχωρεί στην πληρωμή και εξόφληση του.

Ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών

Είναι πολύ σημαντικό ο κάθε πελάτης του ηλεκτρονικού εμπορίου να αισθάνεται ασφαλής σε όλες του τις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Οι καταναλωτές αισθάνονται μεγάλη αβεβαιότητα στο να δίνουν προσωπικές και οικονομικές πληροφορίες στο διαδίκτυο. Για το λόγο αυτό γίνονται σημαντικές προσπάθειες στο είναι ασφαλή τα δεδομένα που μεταδίδονται μέσω του διαδικτύου.

Τα κυριότερα θέματα ασφάλειας αφορούν την έλλειψη διακριτικότητας, τη δυνατότητα επιβεβαίωσης της αυθεντικότητας των χρηστών, την προστασία της γνησιότητας των ανταλλασσόμενων δεδομένων, τη δυνατότητα εμποδισμού και αποκλεισμού ανεπιθύμητων πληροφοριών.

Λόγω των σύγχρονων μεθόδων ασφαλείας (κωδικοί πρόσβασης, κρυπτογράφηση και αυτόματη αποσύνδεση) που διαθέτει το τραπεζικό σύστημα, οι ηλεκτρονικές συναλλαγές είναι ασφαλείς.



Με τη βοήθεια του internet μπορεί να πραγματοποιηθεί οποιαδήποτε τραπεζική συναλλαγή μεταξύ των ιδιωτών και των επιχειρήσεων. Εφόσον κάποιος είναι πελάτης μιας τράπεζας, διαθέτει τον κατάλληλο εξοπλισμό και κωδικούς πρόσβασης, μπορεί να πραγματοποιήσει οποιαδήποτε ηλεκτρονική συναλλαγή, όπως πληρωμή λογαριασμών, φόρων και Φ.Π.Α., μεταφορά χρημάτων σε λογαριασμούς άλλων ή άλλης τράπεζας, μισθοδοσία.

Διαφήμιση στο διαδίκτυο

Η διαφήμιση είναι από τα σημαντικότερα εργαλεία προβολής των προϊόντων της κάθε εταιρείας. Πρόκειται για μία προσπάθεια προώθησης πληροφοριών έτσι ώστε να πραγματοποιείται μία επιτυχημένη συναλλαγή μεταξύ πωλητή και αγοραστή. Για τον ίδιο σκοπό χρησιμοποιείται και η διαφήμιση στο διαδίκτυο για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε αυτό. Με τη χρήση του ηλεκτρονικού marketing και της τεχνολογίας η ηλεκτρονική διαφήμιση είναι ευρέως γνωστή σε σύγκριση με τους καθιερωμένους τρόπους διαφήμισης (τηλεόραση, περιοδικό – εφημερίδα, ραδιόφωνο).

Η on-line διαφήμιση προέρχεται από τη χρησιμοποίηση της τεχνολογίας στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Με τον τρόπο αυτό, η ηλεκτρονική διαφήμιση απευθύνεται προσωπικά σε κάθε δέκτη – πελάτη, και η επικοινωνία αυτή μπορεί να είναι αμφίδρομη, μιας και ο καταναλωτής θα μπορεί να ζητήσει πληροφορίες ή στοιχεία για το προϊόν που τον ενδιαφέρει.



www.diafhmish.net

Είδη ηλεκτρονικών διαφημίσεων

Τα είδη των ηλεκτρονικών διαφημίσεων είναι:

- Αποστολή διαφημίσεων μέσω e-mail, όπου ο πελάτης λαμβάνει με το ηλεκτρονικό μήνυμα τις διαφημίσεις και εφόσον έχει συμφωνήσει με αυτή την αποστολή.
- Interstitials, πρόκειται για διαφημίσεις, οι οποίες ανοίγουν δικό τους παράθυρο ανάμεσα στις υπόλοιπες σελίδες. Οι χρήστες συνήθως εκνευρίζονται και περνούν αρκετά λεπτά μέχρι να φορτώσουν.
- Αναδυομένη διαφήμιση, όπου κατά τη διάρκεια των περιηγήσεων του χρήστη στο διαδίκτυο, εμφανίζονται ξαφνικά και για το λόγο αυτό είναι από τις πλέον ενοχλητικές όπως επίσης ευθύνονται και για άλλα προβλήματα όπως πειρατεία, μπλοκάρισμα του υπολογιστή.

- Καταδυόμενη διαφήμιση, η οποία λειτουργεί όπως ακριβώς και η αναδυόμενη με τη διαφορά ότι εμφανίζεται πίσω από τις ιστοσελίδες που επισκέπτεται ο χρήστης.
- Διαφημίσεις με τη μορφή εφημερίδας, όπου εμφανίζονται σταθερά στην άκρη μιας ιστοσελίδας.
- Banners, πρόκειται για μία ορθογώνια διαφήμιση, η οποία παρουσιάζεται στο πάνω μέρος των ιστοσελίδων. Μπορεί να είναι στατική ή κινούμενη.
- Floating ad, η οποία διαφήμιση περιλαμβάνει ένα έμπυχο αντικείμενο, συνήθως κάποιο ζώακι, το οποίο κινείται κατά μήκος της οθόνης.

Πλεονεκτήματα ηλεκτρονικών διαφημίσεων

Οι ηλεκτρονικές διαφημίσεις πλεονεκτούν έναντι των κλασικών, ως προς το χαμηλότερο κόστος και τη δυνατότητα χρήσης πληθώρας μορφών, όπως παιχνίδια, εικόνες, γραφικά, ήχος. Η δαπάνη για την προβολή πολλών μηνυμάτων σε πολλές και διαφορετικές ομάδες χρηστών αλλά και για την ανανέωση των μηνυμάτων μειώνεται σημαντικά. Επίσης δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να εκφράσουν την άποψη τους, αν δηλαδή συμφωνούν με τη διαφήμιση ή και να προτείνουν κάποιες διορθώσεις.

Συμβάλλουν σημαντικά στην αύξηση των παραδοσιακών πωλήσεων και ενισχύουν το εμπορικό όνομα της ηλεκτρονικής επιχείρησης. Συντελεί στη διατήρηση αλλά και την αύξηση των πελατών και ενισχύει τη σύνδεση του διαφημιστικού μηνύματος με την επιχείρηση.

Μελέτη περίπτωσης ηλεκτρονικού καταστήματος: e-Jumbo

Η εταιρεία Jumbo δημιουργήθηκε στην Αθήνα, το 1986, από ένα κατάστημα παιχνιδιών. Αρχίζει σιγά σιγά να κερδίζει την αγάπη και την αναγνώριση του κόσμου, και σήμερα 29 χρόνια μετά εξακολουθεί να είναι πρώτη επιλογή στις καρδιές μικρών και μεγάλων. Τα εμπορεύσιμα είδη της εταιρείας είναι κυρίως τα παιχνίδια, βρεφικά είδη, εποχιακά και διακοσμητικά, είδη σπιτικού, σχολικά είδη.

Ιστορική διαδρομή:

- 1989 – δημιουργείται το 2^ο κατάστημα στο Ψυχικό
- 1991 - ανοίγουν 2 νέα μαγαζιά στο Χολαργό και τον Πειραιά
- 1995 - δημιουργούνται 4 νέα καταστήματα ενώ ανοίγει και η πρώτη κεντρική αποθήκη.
- 1996 - νέο κατάστημα ανοίγει στη Βάρη
- 1997 - δημιουργία 3 νέων καταστημάτων ενώ εισάγεται η εταιρεία και στο χρηματιστήριο
- 1998 – ανοίγουν 2^η αποθήκη και 2 νέα μαγαζιά, αυξάνεται το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας με έκδοση 1.200.000 νέων κοινών ομώνυμων μετοχών και εξαγοράζει ομοειδή Κυπριακή επιχείρηση
- 1999 – σύναψη κοινοπρακτικού δανείου, δημιουργία 3^{ης} αποθήκης και 3 νέων καταστημάτων
- 2000 – πυρκαγιά καταστρέφει τις αποθήκες και τα γραφεία στο Αιγάλεω, ολοκληρώνεται η αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου, αλλαγή επωνυμίας σε

«JUMBO Ανώνυμη Εμπορική Εταιρία», δημιουργία 2 νέων καταστημάτων, αγορές ακινήτων και δημιουργία αποθηκευτικών χώρων

- 2001 – δημιουργία και λειτουργία αποθηκευτικών χώρων, δικαίωμα αποκλειστικής παραγωγής και εμπορίας της μασκότ των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας 2004, δύο νέα καταστήματα στην Ελλάδα και ένα στην Κύπρο, σύναψη κοινοπρακτικού δανείου
- 2002 – 5 νέα καταστήματα στην Ελλάδα και ένα στην Κύπρο
- 2003 – 4 νέα μαγαζιά
- 2004 – 4 νέα καταστήματα, έκδοση κοινού ομολογιακού δανείου
- 2005 – 5 νέα καταστήματα στην Ελλάδα, και το πρώτο στη Βουλγαρία
- 2006 – δημιουργείται το πρώτο κατάστημα στη Ρουμανία ενώ κλείνει το κατάστημα της Γλυφάδας, απόφαση έκδοσης μετατρέψιμου ομολογιακού δανείου
- 2007 – 2 καταστήματα κλείνουν ενώ 2 νέα δημιουργούνται στην Ελλάδα και ένα στη Βουλγαρία, έκδοση κοινού ομολογιακού δανείου 145.000.000 ευρώ διάρκειας επτά χρόνων
- 2008 – ανοίγουν 3 νέα μαγαζιά
- 2009 – δεύτερο κατάστημα ανοίγει στη Βουλγαρία, ένα κλείνει και ένα δημιουργείται στην Ελλάδα
- 2010 - Καταστήματα δημιουργούνται σε Ελλάδα, Βουλγαρία και Κύπρο
- 2011 – 5 καταστήματα ανοίγουν σε Ελλάδα και Βουλγαρία
- 2012 – καταστήματα εγκαινιάζονται σε Ελλάδα και Βουλγαρία
- 2013 - Καταστήματα δημιουργούνται σε Ελλάδα, Ρουμανία και Κύπρο
- 2014 – μαγαζιά εγκαινιάζονται σε Ελλάδα, Ρουμανία και Κύπρο

<http://www.jumbo.gr>

Οι προοπτικές της εταιρείας είναι η διατήρηση και ενίσχυση της ηγετικής θέσης που κατέχει στον τομέα πώλησης παιχνιδιών, δώρων, εποχιακών και άλλων παρόμοιων ειδών.

Η επιχείρηση δίνει προτεραιότητα στη βελτίωση αλλά και ανάπτυξη του δικτύου διάθεσης και διανομής, στην καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών τους, την αύξηση της ποικιλίας των προϊόντων ανάλογα με τις απαιτήσεις της αγοράς και τη διατήρηση των προσιτών τιμών στα προϊόντα

Σύμφωνα με ανακοίνωση τον Απρίλιο 2015 η εταιρεία είχε ρυθμό αύξησης των πωλήσεων του 9μηνου πάνω από τον ετήσιο στόχο.

Σήμερα η πορεία της μετοχής της εταιρείας είναι η ακόλουθη:

Η πορεία της Μετοχής

Βασικά Στοιχεία

Σύμβολο μετοχής στο ΧΑ:	ΜΠΕΛΑ	Αγορά:	Κύρια Αγορά
Σύμβολο μετοχής Reuters:	ΒΑΒr.AT	Νόμισμα:	EUR
Σύμβολο μετοχής στο Bloomberg:	BELA GA	Κλάδος ΧΑ:	Παιχνίδια
Αριθμός Μετοχών:	136.059.759		
Δείκτες ΧΑ:	FTSE, FTSEA, FTSEI, ΓΔ, EPS50, ΔΠΟ, ΣΑΓΔ		

Περίοδος

Από: 03/05/2015

Έως: 11/05/2015

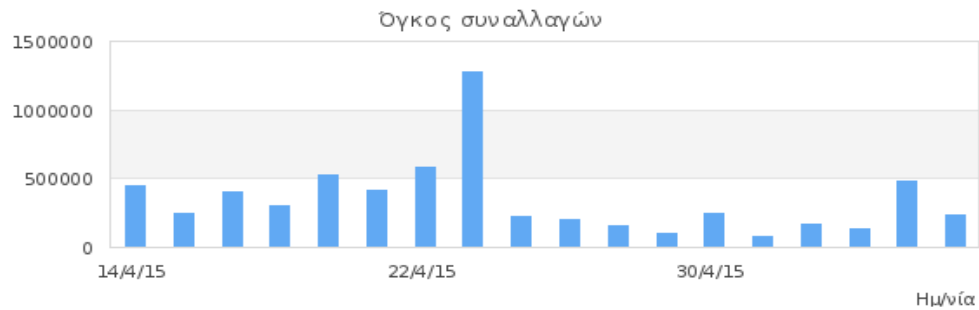
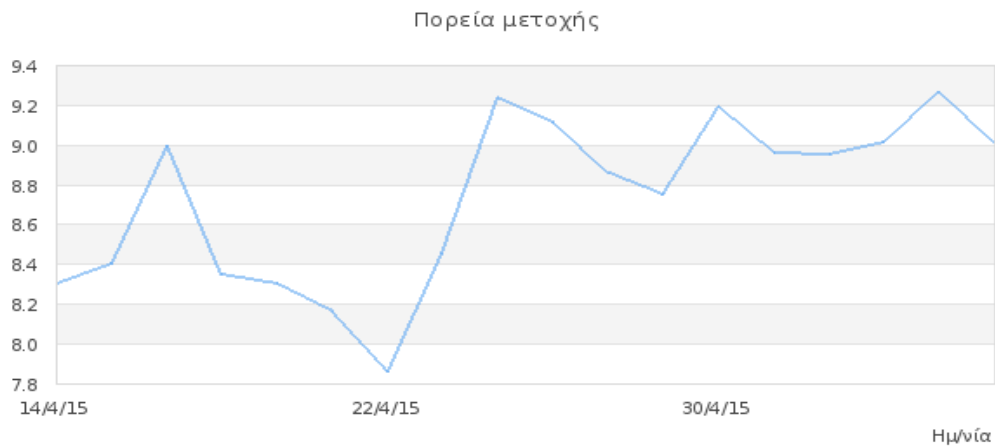
ΑΝΑΚΤΗΣΗ

EXCEL

ΗΜΕΡ/ΝΙΑ	ΟΓΚΟΣ	ΤΙΜΗ	ΥΨ.	ΧΑΜ.	ΔΙΑΦ.%	ΔΙΑΦ.€	ΤΖΙΡΟΣ.
8/5/2015	234.582	€9,01	€9,71	€9,01	-2,80	-0,26	€2.170.845,00
7/5/2015	476.934	€9,27	€9,30	€9,05	2,89	0,26	€4.377.363,00
6/5/2015	135.353	€9,01	€9,02	€8,65	0,67	0,06	€1.205.404,00
5/5/2015	166.106	€8,95	€9,07	€8,70	-0,11	-0,01	€1.465.222,00
4/5/2015	74.584	€8,96	€9,20	€8,77	-2,50	-0,23	€673.991,00

<http://www.jumbo.gr>

Γράφημα Μετοχής

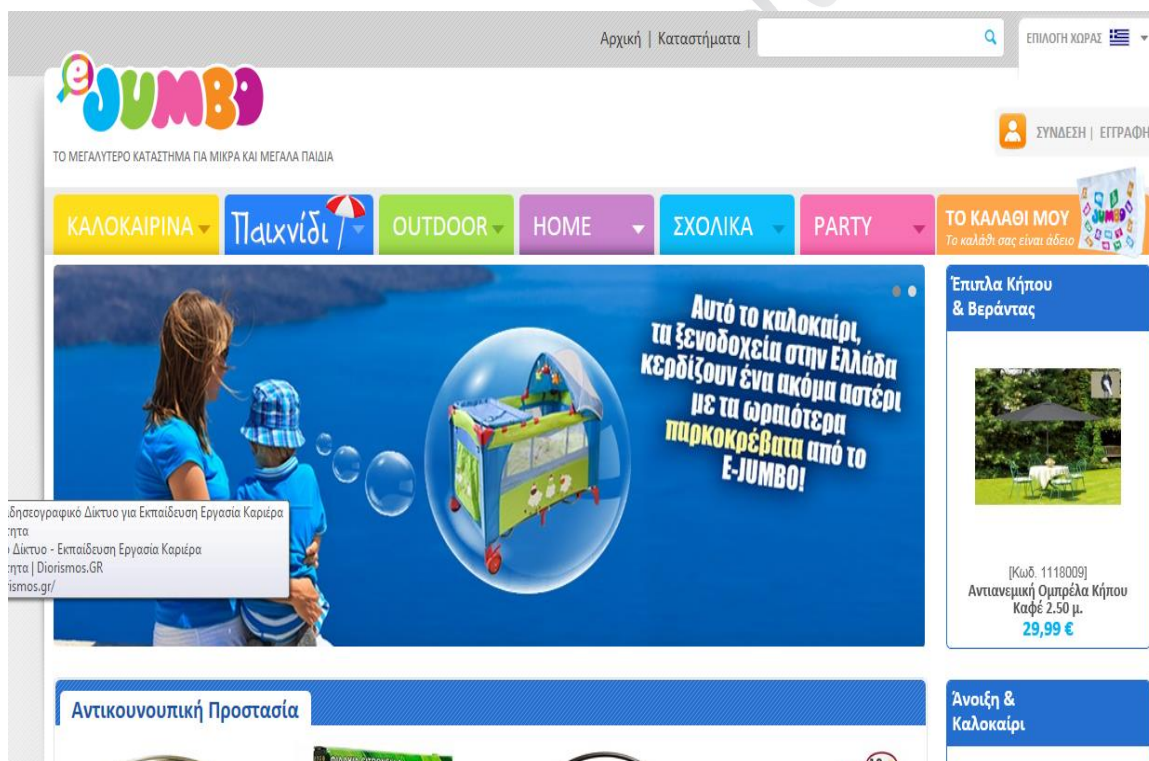


<http://www.jumbo.gr>

Η εταιρεία Jumbo αριθμεί σήμερα 70 καταστήματα λιανικής πώλησης, εκ των οποίων τα 52 είναι στην Ελλάδα, 7 στην Κύπρο, 8 στη Βουλγαρία και 5 στη Ρουμανία. Ο αριθμός των εργαζομένων που απασχολούνται είναι 3613 περίπου, ενώ έχει δημιουργήσει και ηλεκτρονικό κατάστημα, το e-Jumbo, μπαίνοντας έτσι δυναμικά και στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Όπως φαίνεται και από την παρακάτω εικόνα, η σχεδίαση της πρώτης σελίδας του ηλεκτρονικού καταστήματος είναι ιδιαίτερα προσεγμένη. Τα χρώματα είναι χαρούμενα και

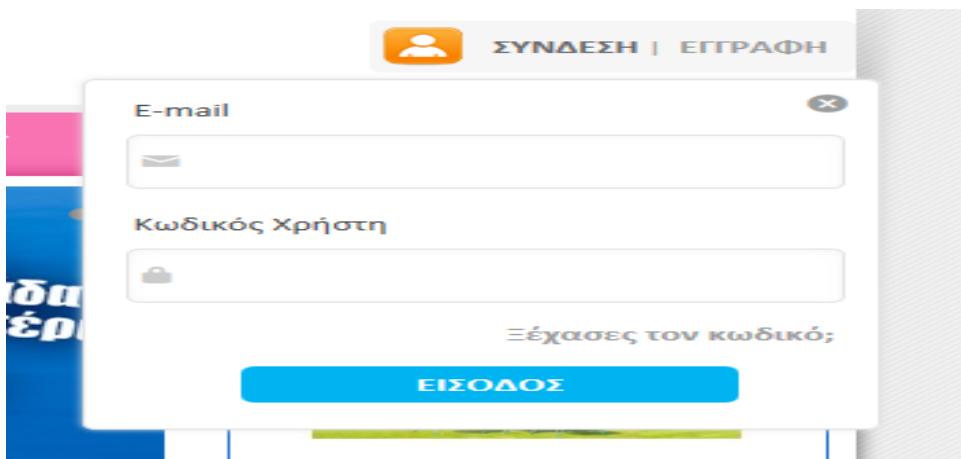
αμέσως προδιαθέτει για τα είδη που πωλούνται μέσω του site. Οι διάφορες κατηγορίες παρουσιάζονται με μεγάλα και ευδιάκριτα κουμπιά, διευκολύνοντας έτσι την πλοήγηση και τη διαδικασία της παραγγελίας και της αγοράς. Στην αρχική σελίδα υπάρχουν 6 μεγάλες κατηγορίες προϊόντων: καλοκαιρινά, παιχνίδι, outdoor, home, σχολικά και party.



<http://www.jumbo.gr>

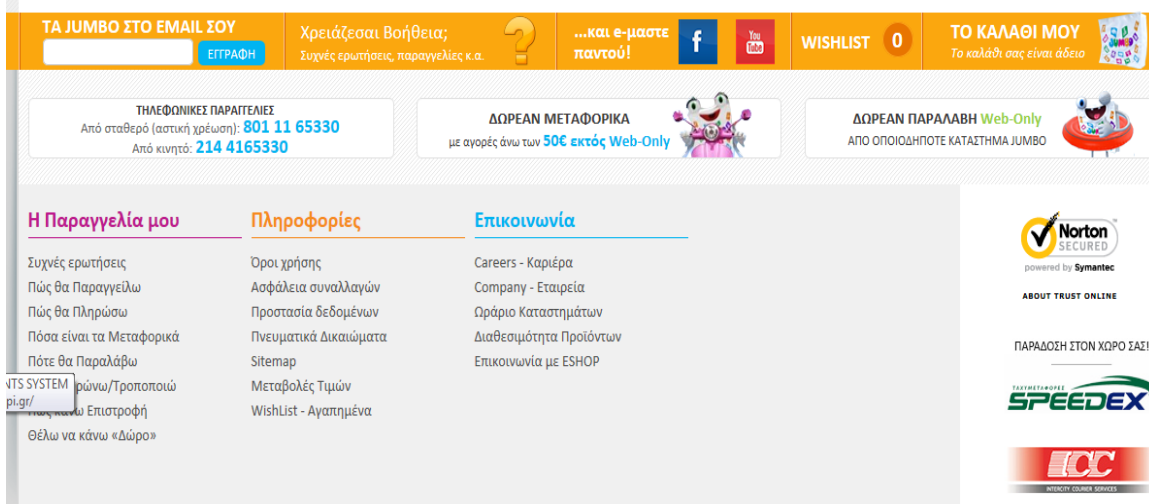
Στο δεξιό πάνω τμήμα της αρχικής οθόνης εμφανίζεται το καλάθι των αγορών και γίνεται η σύνδεση ή η εγγραφή του κάθε χρήστη.

Για λόγους ασφαλείας και προστασίας των προσωπικών δεδομένων η σύνδεση απαιτεί το προσωπικό e-mail του χρήστη όπως επίσης και τον κωδικό πρόσβασης



<http://www.jumbo.gr>

Στο κάτω τμήμα της αρχικής οθόνης εμφανίζονται διάφορες χρήσιμες πληροφορίες, απαντήσεις σε πιθανά και συχνά ερωτήματα των χρηστών όπως επίσης και στοιχεία επικοινωνίας.



<http://www.jumbo.gr>

Στο τμήμα των παραγγελιών υπάρχουν σαφείς οδηγίες βήμα – βήμα πώς θα πραγματοποιηθεί η on-line παραγγελία.

Η Παραγγελία μου

- Συχνές ερωτήσεις
- Πώς θα Παραγγείλω**
- Πώς θα Πληρώσω
- Πόσα είναι τα Μεταφορικά
- Πότε θα Παραλάβω
- Πώς Ακυρώνω/Τροποποιώ
- Πώς κάνω Επιστροφή
- Θέλω να κάνω «Δώρο»

Αρχική → ΠΩΣ ΘΑ ΠΑΡΑΓΓΕΙΛΩ

Πώς θα Παραγγείλω

Πώς μπορώ να παραγγείλω στο E-JUMBO;

1. Online:

Βήμα 1ο

Επιλέξε όλα τα προϊόντα που επιθυμείς πατώντας στο "Προσθήκη στο Καλάθι" και όταν ολοκληρώσεις τις αγορές σου κάνε κλικ στο "ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ"

ΒΗΜΑ 2ο

Εάν είσαι ήδη Πελάτης κάνε Login για να συνδεθείς στο λογαριασμό σου ή αν επιθυμείς να γίνεις κάνε κλικ στο "Εγγραφή Τώρα". Εναλλακτικά μπορείς να προχωρήσεις στο επόμενο βήμα και ως απλός Επισκέπτης κάνοντας κλικ στο "Ολοκλήρωση Χωρίς Εγγραφή".

ΒΗΜΑ 3ο

Εάν επιθυμείς να κάνεις "Δώρο" σε κάποιο αγαπημένο σου πρόσωπο επιλέξε το σχετικό πεδίο. Συμπλήρωσε στην ενότητα "Ποιος θα παραλάβει & Πού" τα στοιχεία του παραλήπτη του δώρου και στην ενότητα "Ποιος Παραγγέλλει" τα δικά σου στοιχεία.

Εάν η παραγγελία είναι για εσένα αρκεί να συμπληρώσεις μόνο την ενότητα "Ποιος θα παραλάβει & Πού" χωρίς να επιλέξεις το πεδίο "Δώρο" και να αφήσεις επιλεγμένο το πεδίο "Ίδια με διεύθυνση αποστολής". Στο πεδίο "Παρατηρήσεις" μπορείς να σημειώσεις συμπληρωματικές πληροφορίες όπως π.χ. οδηγίες για τη διεύθυνση αποστολής ή στην περίπτωση που κάποιο προϊόν που έχεις επιλέξει διατίθεται σε παραπάνω από 1 σχέδια ή χρώματα (αν ναι, θα αναγράφεται στην αναλυτική περιγραφή του). Σε περίπτωση που επιθυμείς την έκδοση Τιμολογίου αντί της Απλής Απόδειξης, επιλέξε το από το μενού του πεδίου "Επιλογή Παραστατικού". Συμπλήρωσε τα υποχρεωτικά πεδία και πάτησε στο "Επόμενο Βήμα"

<http://www.jumbo.gr>

Το site επίσης ενημερώνει για τους τρόπους πληρωμής: με αντικαταβολή, κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό, πληρωμή με πιστωτική κάρτα ή πληρωμή μέσω PayPal.

Η Παραγγελία μου

- Συχνές ερωτήσεις
- Πώς θα Παραγγείλω
- Πώς θα Πληρώσω**
- Πόσα είναι τα Μεταφορικά
- Πότε θα Παραλάβω
- Πώς Ακυρώνω/Τροποποιώ
- Πώς κάνω Επιστροφή
- Θέλω να κάνω «Δώρο»

Αρχική → ΠΩΣ ΘΑ ΠΛΗΡΩΣΩ

Πώς θα Πληρώσω

1. Μέθοδος Αντικαταβολής

Η μέθοδος της αντικαταβολής ισχύει για όλη την Ελλάδα. Η πληρωμή γίνεται στον αντιπρόσωπο της εταιρείας ταχυμεταφορών κατά την παράδοση των προϊόντων της παραγγελίας στο χώρο σου. Το ποσό της αντικαταβολής με το οποίο επιβαρύνεται είναι **1,60 €**.

Πότε δεν είναι δυνατή η πληρωμή με αντικαταβολή;

1. Για αγορές αξίας άνω των 1.500 € προς ιδιώτες (Απόδειξη Λιανικής) και για αγορές αξίας άνω των 3.000 € προς επαγγελματίες/ επιχειρήσεις (Τιμολογίο Πώλησης).
2. Αν η παραγγελία σου ζυγίζει άνω των 17 κιλών και η διεύθυνση Παράδοσης είναι εκτός Αττικής.
3. Αν έχεις επιλέξει την ένδειξη "Δώρο"

2. Πληρωμή με πιστωτική/ Prepaid κάρτα

Στο Ηλεκτρονικό Κατάστημα των JUMBO δεχόμαστε τις πιστωτικές κάρτες Visa, MasterCard, Diners, EuroLine και American Express καθώς και τις prepaid κάρτες. Δυστυχώς, δεν μπορείς να αποπληρώσεις την παραγγελία σου σε δόσεις. Ανάμεσα συστήματα online ασφάλειας Secure Site (40-256bit) και ψηφιακή πιστοποίηση από τη Verisign Inc. εγγυώνται ένα ασφαλές και προστατευμένο περιβάλλον συναλλαγών. Η Verisign Inc. είναι ο πλέον αξιόπιστος φορέας για την εξασφάλιση της προστασίας των ηλεκτρονικών συναλλαγών παγκοσμίως.

3. Πληρωμή μέσω PayPal

Μπορείς να χρησιμοποιήσεις το λογαριασμό σου στο PayPal για να εξοφλήσεις την παραγγελία σου. Όταν ολοκληρωθεί η παραγγελία σου θα πρέπει να επιλέξεις από την λίστα επιλογών την πληρωμή μέσω PayPal για να οδηγηθείς στο online ασφαλές σύστημα συναλλαγών της PayPal. Η διαδικασία πληρωμής μέσω PayPal είναι πλήρως αυτοματοποιημένη και συνήθως ολοκληρώνεται εντός λίγων λεπτών. Κατά τη διάρκεια αυτής της διαδικασίας καμιά προσωπική πληροφορία (συμπεριλαμβανομένου του αριθμού πιστωτικής κάρτας) δεν αποθηκεύεται στο e-jumbo.gr.

4. Τραπεζική Κατάθεση

Επιλέξε την τράπεζα που επιθυμείς κάνοντας click στο σχετικό link κάθε τράπεζας και θα οδηγηθείς στην αντίστοιχη σελίδα web banking της τράπεζάς σου.

<http://www.jumbo.gr>

Η παράδοση των προϊόντων γίνεται μέσω εταιρείας μεταφορών χρησιμοποιώντας το μοναδικό αριθμό αποστολής (voucher) της κάθε παραγγελίας.

Η Παραγγελία μου

- Συχνές ερωτήσεις
- Πώς θα Παραγγείλω
- Πώς θα Πληρώσω
- Πόσα είναι τα Μεταφορικά
- Πότε θα Παραλάβω**
- Πώς Ακυρώνω/Τροποποιώ
- Πώς κάνω Επιστροφή
- Θέλω να κάνω «Δώρο»

Αρχική → ΠΟΤΕ ΘΑ ΠΑΡΑΛΑΒΩ

Πότε θα Παραλάβω

1. Πώς θα εντοπίσω σε ποιο στάδιο βρίσκεται η παραγγελία μου;

Την επόμενη εργάσιμη μέρα από την καταχώρηση της παραγγελίας σου θα λάβεις email "Εξέλιξης της Παραγγελίας" που θα αναγράφει την εταιρεία μεταφορών που θα παραδώσει την παραγγελία σου και τον **Αριθμό Αποστολής (Voucher)**. Μπορείς να εντοπίσεις σε ποιο στάδιο παράδοσης βρίσκεται το δέμα σου χρησιμοποιώντας τον Αριθμό Αποστολής (Voucher):

- Αν η παραγγελία σου έχει παραδοθεί στην **Ταχυμεταφορική Sreedex** επικοινωνήσε τηλεφωνικά στο 801 11 00 011 ή χρησιμοποίησε την υπηρεσία "Track & Trace" πατώντας [εδώ](#)

- Αν η παραγγελία σου έχει παραδοθεί στην **ICC** επικοινωνήσε τηλεφωνικά στο 210 5154210 ή χρησιμοποίησε την υπηρεσία "Αναζήτηση Αποστολής" πατώντας [εδώ](#)

2. Χρόνοι Παράδοσης

Εάν η παραγγελία σου περιέχει "Web-Only" προϊόν και επέλεξε "Παραλαβή από Κατάστημα JUMBO", εκτιμάται ότι η παραγγελία σου θα παραδοθεί μέσα σε 3-7 εργάσιμες ημέρες.

Εάν η παράδοση της παραγγελίας σου είναι με την εταιρεία Ταχυμεταφορών/ Μεταφορική που συνεργαζόμαστε, τότε συμβουλευόμαστε τον παρακάτω πίνακα για τους εκτιμώμενους χρόνους παραλαβής.

<http://www.jumbo.gr>

Σε περιπτώσεις "web-only" προϊόντων, η παραγγελία παραδίδεται σε 3-7 εργάσιμες ημέρες. Σε περιπτώσεις παραδόσεων με τη χρήση μεταφορικής εταιρείας, οι χρόνοι κυμαίνονται από 2-6 ημέρες, ανάλογα με την τοποθεσία της περιοχής.

2. Χρόνοι Παράδοσης

Εάν η παραγγελία σου περιέχει "Web-Only" προϊόν και επέλεξε "Παραλαβή από Κατάστημα JUMBO", εκτιμάται ότι η παραγγελία σου θα παραδοθεί μέσα σε 3-7 εργάσιμες ημέρες.

Εάν η παράδοση της παραγγελίας σου είναι με την εταιρεία Ταχυμεταφορών/ Μεταφορική που συνεργαζόμαστε, τότε συμβουλευόμαστε τον παρακάτω πίνακα για τους εκτιμώμενους χρόνους παραλαβής.

Προσοχή: οι χρόνοι παράδοσης ισχύουν από την ημέρα που παραδίδεται η παραγγελία στην εταιρεία Ταχυμεταφορών/ Μεταφορική. Με το που παραδώσουμε την παραγγελία σου θα λάβεις ενημερωτικό email ώστε να γνωρίζεις πότε ακριβώς παραδόθηκε.

Έκανα την παραγγελία μου	Παράδοση σε Courier / Μεταφορική	Εντός Αττικής	Χερσαία Ελλάδα	Νησιά	Δυσπρόσιτες Περιοχές
ΔΕΥ 00:00-23:59	Τρίτη	2 εργάσιμες	3-4 εργάσιμες	4-5 εργάσιμες	5-6 εργάσιμες
ΤΡΙ 00:00-23:59	Τετάρτη				
ΤΕΤ 00:00-23:59	Πέμπτη				
ΠΕΜ 00:00-23:59	Παρασκευή				
ΠΑΡ 00:00-23:59	Δευτέρα				
ΣΑΒ 00:00-23:59	Δευτέρα				
ΚΥΡ 00:00-23:59	Δευτέρα				

*Ο χρόνος παράδοσης είναι ενδεικτικός, αφορά εργάσιμες ημέρες από την ημερομηνία παράδοσης στην εταιρεία Ταχυμεταφορών και μπορεί να διαφοροποιηθεί ανάλογα με τις συνθήκες

<http://www.jumbo.gr>

Η ιστοσελίδα προσφέρει επίσης τη δυνατότητα της ακύρωσης, τροποποίησης της παραγγελίας ή επιστροφής των προϊόντων.

Η Παραγγελία μου

- Συχνές ερωτήσεις
- Πώς θα Παραγγείλω
- Πώς θα Πληρώσω
- Πόσα είναι τα Μεταφορικά
- Πότε θα Παραλάβω
- Πώς Ακυρώνω/Τροποποιώ**
- Πώς κάνω Επιστροφή
- Θέλω να κάνω «Δώρο»

Αρχική → ΠΑΣ ΑΚΥΡΩΣΗ/ΤΡΟΠΟΠΟΙΩ

Πώς Ακυρώνω/Τροποποιώ

Εάν αλλάξεις γνώμη έχεις το δικαίωμα να ακυρώσεις/τροποποιήσεις την παραγγελία σου. Κάλεσέ μας και υπέβαλε το αίτημά σου από σταθερό τηλέφωνο με αστική χρέωση στο **801 11 65330** ή στο **214 4165330** από κινητό τηλέφωνο. Για ακυρώσεις μετά την 9μμ και τις ώρες που η γραμμή τηλεφωνικών παραγγελιών είναι κλειστή παρακαλώ όπως αφήσεις το Ονοματεπώνυμο και τον Αριθμό Παραγγελίας σου (π.χ Α00000016497) στον αυτόματο τηλεφωνητή. Θα θέλαμε να σε ενημερώσουμε ότι ακύρωση/τροποποίηση παραγγελίας δεν γίνεται μέσω email.

Στον παρακάτω πίνακα μπορείς να δεις μέχρι πότε μπορείς να ζητήσεις ακύρωση της παραγγελίας σου βάσει της ώρας και ημέρας της εβδομάδας που ολοκληρώθηκε η παραγγελία σου.

Έκανα την παραγγελία μου	Μπορώ να ακυρώσω μέχρι
Δευτέρα μεταξύ 00:00 - 23:59	ΔΕΥΤΕΡΑ 23:59
Τρίτη μεταξύ 00:00 - 23:59	ΤΡΙΤΗ 23:59
Τετάρτη μεταξύ 00:00 - 23:59	ΤΕΤΑΡΤΗ 23:59
Πέμπτη μεταξύ 00:00 - 23:59	ΠΕΜΠΤΗ 23:59
Παρασκευή μεταξύ 00:00 - 23:59	ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 23:59
Σάββατο μεταξύ 00:00 - 23:59	ΣΑΒΒΑΤΟ 23:59
Κυριακή μεταξύ 00:00 - 23:59	ΚΥΡΙΑΚΗ 23:59

<http://www.jumbo.gr>

Η χρήση του site διέπεται από συγκεκριμένους όρους που περιγράφει τις ευθύνες και τις υποχρεώσεις της εταιρείας και των χρηστών.

Πληροφορίες

- Όροι χρήσης**
- Ασφάλεια συναλλαγών
- Προστασία δεδομένων
- Πνευματικά Δικαιώματα
- Sitemap
- Μεταβολές Τιμών
- WishList - Αγαπημένα

Αρχική → ΟΡΟΙ ΧΡΗΣΗΣ

Όροι χρήσης

Εισαγωγή στο ηλεκτρονικό κατάστημα – Γενικοί όροι χρήσης.

Το www.e-jumbo.gr αποτελεί το ηλεκτρονικό κατάστημα πώλησης προϊόντων μέσω διαδικτύου, της ανώνυμης εταιρείας «JUMBO Α.Ε.Ε.» (εφεξής «Η Εταιρεία»), νομίμως και αρμοδίως εγκεκριμένο από το Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων (Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, Διεύθυνση Προστασίας Καταναλωτή) με αρ. μητρώου προμηθευτών 991/13, σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία.

1. Ειδικότερα στοιχεία – Πληροφορίες ηλεκτρονικού καταστήματος:

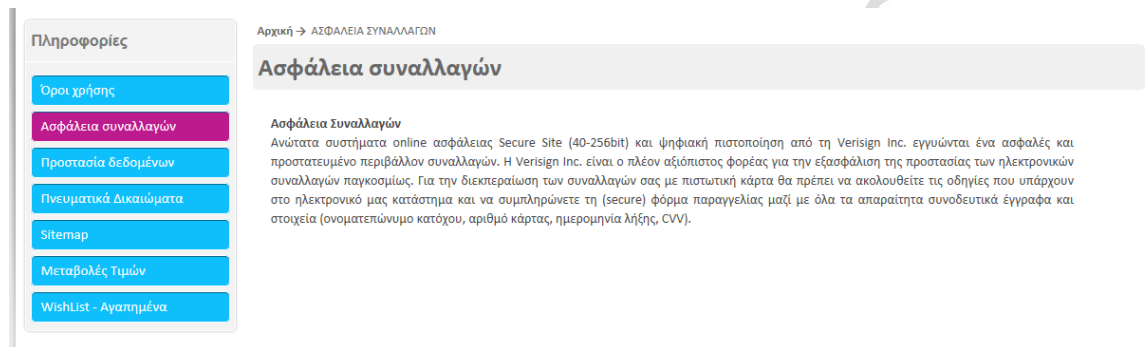
Ανήκει στην ανώνυμη εταιρεία με την επωνυμία «JUMBO ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ» και με διακριτικό τίτλο «JUMBO» δραστηριότητα της εταιρείας: Εμπορική Δ/ση Έδρας της εταιρείας: Μοσχάτο Αττικής, Κύπρου 9 & Υδρας, Τ.Κ. 18346 Δ/ση Έδρας Αποθήκης Ηλεκτρονικού Καταστήματος: 58ο χιλιόμετρο Ε.Ο. Αθηνών- Λαμίας, Οινόφυτα, Βοιωτίας, Τ.Κ. 32011 ΑΦΜ: 094173365 Δ.Ο.Υ.: Φ.Α.Ε. ΠΕΙΡΑΙΑ E-mail επικοινωνίας: faq@e-jumbo.gr Τηλ Παραγγελιών: 801 11 65330 (από σταθερό) ή 214 4165330 (από κινητό) Φαξ: 210 4839076

Η χρήση του ηλεκτρονικού καταστήματός μας και η πραγματοποίηση των αγορών σας μέσω αυτού, καθορίζονται και διέπονται από τους κάτωθι όρους και προϋποθέσεις. Πριν εισέλθετε και χρησιμοποιήσετε το ηλεκτρονικό κατάστημα, www.e-jumbo.gr, διαβάστε προσεκτικά και βεβαιωθείτε ότι έχετε κατανοήσει και ότι συμφωνείτε με τους εν λόγω όρους, κανόνες, δηλώσεις και προϋποθέσεις, καθόσον η περαιτέρω χρήση και περιήγηση σας στην ιστοσελίδα www.e-jumbo.gr, συνεπάγεται την ρητή και ανεπιφύλακτη συγκατάθεση σας και αποδοχή τους.

Η Εταιρεία διατηρεί το δικαίωμα να τροποποιεί μονομερώς ή να αλλάζει το περιεχόμενο της ιστοσελίδας www.e-jumbo.gr ανά πάσα στιγμή χωρίς προηγούμενη σχετική ενημέρωση των χρηστών. Οι επισκέπτες/χρήστες φέρουν την ευθύνη να ελέγχουν περιοδικά αν έχουν επέλθει τροποποιήσεις στους παρόντες όρους χρήσης. Η Εταιρεία ενημερώνει τους χρήστες μέσω της παρούσας ιστοσελίδας για οποιαδήποτε αλλαγές στους όρους των συναλλαγών. Η οποιαδήποτε τροποποίηση ή αλλαγή δεν ισχύει και δεν επηρεάζει ήδη τοποθετημένες προς εκτέλεση παραγγελίες. Οι όροι και προϋποθέσεις χρήσης της ιστοσελίδας και των συναλλαγών, που διενεργούνται μέσω αυτής, δεν θίγουν διατάξεις αναγκαστικού δικαίου. Οι συμβάσεις του ηλεκτρονικού καταστήματος πραγματοποιούνται στην ελληνική γλώσσα, την οποία δηλώνετε ότι κατανοείτε (γραφή και ανώνυμη). Απαγορεύεται η χρήση του ηλεκτρονικού καταστήματος από ανηλίκους ή από άτομα, που στερούνται

<http://www.jumbo.gr>

Με τη χρήση των online συστημάτων ασφαλείας Secure Site (40-256bit), εγγυάται και εξασφαλίζεται ένα ασφαλές περιβάλλον συναλλαγών, ενώ για πληρωμές μέσω πιστωτικών καρτών υπάρχουν συγκεκριμένες οδηγίες που πρέπει να ακολουθούνται.



<http://www.jumbo.gr>

Η ηλεκτρονική εταιρεία ακολουθεί **απαρέγκλιτα** και τις αρχές προστασίας των προσωπικών δεδομένων, ενημερώνοντας για αυτό και τους χρήστες.



<http://www.jumbo.gr>

Συμπεράσματα

Το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει διεισδύσει σημαντικά στην καθημερινότητα των καταναλωτών και τείνει σιγά σιγά να παραγκωνίσει τις παραδοσιακές τυπικές εμπορικές συναλλαγές. Αν και οι πρώτες μορφές του παρουσιάστηκαν από τη δεκαετία του 1970, γρήγορα γνώρισε την αποδοχή από το ευρύ κοινό. Σημαντικό ρόλο σε αυτό έπαιξε και η ραγδαία εξέλιξη του διαδικτύου και η εύκολη προσβασιμότητα του.

Η ταχύτητα με την οποία διεκπεραιώνονται οι παραγγελίες, η πληθώρα των προϊόντων και υπηρεσιών που έχει ο καταναλωτής στη διάθεση του, οποιαδήποτε ώρα της ημέρας και από οποιοδήποτε μέρος του κόσμου, η εξοικονόμηση χρόνου αλλά και χρήματος, έχουν καθιερώσει το ηλεκτρονικό εμπόριο την πλέον διαδεδομένη μέθοδο αγοράς και προμήθειας αγαθών. Οι πωλήσεις μέσω του διαδικτύου έχουν αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια. Εκτιμάται δε ότι τα επόμενα χρόνια αναμένεται θεαματική αύξηση των διαδικτυακών πωλήσεων λόγω του ανταγωνισμού των ηλεκτρονικών επιχειρήσεων.

Οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να παρουσιάζουν τα προϊόντα τους στο διαδίκτυο, να τα διαφημίζουν και να τα προωθούν με μικρό κόστος, γρήγορα και αποτελεσματικά σε πολλούς υποψήφιους καταναλωτές σε όλο τον κόσμο. Ιδιαίτερα οι μικρές εταιρείες έχουν δημιουργήσει μεταξύ τους μικρές συμμαχίες και για αυτές το διαδίκτυο αποτελεί έναν οικονομικό και εξυπηρετικό τρόπο για τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες.

Η παρακολούθηση των παραγγελιών και των αποθεμάτων των αγαθών, η αποστολή των προϊόντων σε σύντομο χρονικό διάστημα και η συνεχής εξυπηρέτηση των πελατών, συμβάλλει σημαντικά στη βελτίωση των διαδικασιών της εφοδιαστικής αλυσίδας.

Λόγω της εξάπλωσης του ηλεκτρονικού εμπορίου και της παγκοσμιοποίησης, η ανάπτυξη των επιχειρήσεων θα καθορίζεται σημαντικά από το βαθμό εξυπηρέτησης των πελατών και από τις μεταξύ τους επαγγελματικές σχέσεις. Σε αυτό συμβάλλει και το γεγονός ότι για την κάθε ηλεκτρονική εταιρεία το μέγεθος και η γεωγραφική της θέση δεν παίζουν πλέον σημαντικό ρόλο στην ευημερία της. Στις σωστές πελατειακές σχέσεις το e-CRM συμβάλλει σημαντικά, στοχεύοντας στην εξατομικευμένη εξυπηρέτηση αυτών, ανάλογα με τις ανάγκες τους.

Στο τομέα των πληρωμών, η χρήση του internet έχει συντελέσει σημαντικά. Οι περισσότερες πληρωμές πλέον γίνονται ηλεκτρονικά, μέσω εξελεγμένων και ασφαλών ηλεκτρονικών τρόπων, ενώ τα προσωπικά δεδομένα και οι πληροφορίες των χρηστών προστατεύονται ικανοποιητικά. Με τη σωστή εκπαίδευση των χρηστών και την όσο το δυνατό τελειοποίηση του ηλεκτρονικού συστήματος ασφαλείας, η χρήση του διαδικτύου θα γίνει πλέον η σχεδόν αποκλειστική μέθοδος συναλλαγών. Αλλά και ο έλεγχος των τιμολογίων και των οικονομικών παραστατικών των επιχειρήσεων είναι πλέον πιο γρήγορος και πλήρης.

Η αποτελεσματική ηλεκτρονική παρακολούθηση των αποθεμάτων επιτρέπει στις εταιρίες να εξυπηρετούν άμεσα τους πελάτες τους, χωρίς τον κίνδυνο των ελλείψεων των προϊόντων αλλά και της υπερβολικής αύξησης των αποθεμάτων. Η παράδοση των αγαθών μπορεί να πραγματοποιηθεί είτε ηλεκτρονικά, όταν πρόκειται για υπηρεσίες ή λογισμικά,, είτε με εταιρίες μεταφορών ενημερώνοντας ηλεκτρονικά τους πελάτες για το χρόνο παράδοσης.

Το θέμα της ασφάλειας των ηλεκτρονικών επιχειρήσεων θα συμβάλλει σημαντικά στην αύξηση και ανάπτυξή τους. Όσο πιο ασφαλής αισθάνεται ο κάθε πελάτης του ηλεκτρονικού εμπορίου, τόσο πιο πολύ θα αυξηθούν οι εμπορικές του συναλλαγές με τις ηλεκτρονικές εταιρείες.

Η σωστή και συνετή χρήση του διαδικτύου μόνο οφέλη μπορεί να προσφέρει.

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Πηγές

Έντυπο Υλικό

- Έρευνα χρήσης τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από τα νοικοκυριά 2014
- Δουκίδης Γ., Δράκος Β., Θεμιστοκλέους Μ., Παπαζαφειροπούλου Ν. Ηλεκτρονικό Εμπόριο, εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, 2001
- Κλημόπουλος Σ., Τσουροπλής Α. Εισαγωγή στην Πληροφορική, εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, 2000
- Ζαγλάρια Α., Μπαρμποπούλου Σ. Διπλωματική Εργασία: Επιχειρηματικότητα και Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές
- Κοσμάτος Δ., CRM Διαχείριση πελατειακών σχέσεων, εκδόσεις Κλειδάριθμος, 2004
- Cram Tony, CRM οι πελάτες που μετράνε, εκδόσεις Κριτική, 2004
- Αλεξάνδρου Ε. Διπλωματική Εργασία: Η ανάπτυξη ενός συστήματος CRM για ένα πληροφοριακό σύστημα σε μία Βιομηχανική Επιχείρηση.
- Πασχόπουλος Α. Ηλεκτρονικό εμπόριο, εκδόσεις Κλειδάριθμος, 2007
- Πουλούδη Ν. Καινοτόμες εφαρμογές e-business στην Ελλάδα, Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- Αθανασάκης Ε. Διπλωματική Εργασία: Διείσδυση και Ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στις Ελληνικές Επιχειρήσεις.
- Βλαχοπούλου Μ. e-Marketing- Διαδικτυακό Μάρκετινγκ, εκδόσεις Rosili, 2003

- Βλαχοπούλου Μ. e-Marketing-Τεχνολογίες-συστήματα διαχείρισης Πληροφορικής-Διαδίκτυο και Ηλεκτρονικό Επιχειρείν εφαρμογές, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, 2004
- Πασχόπουλος Α., Σκαλτσάς Π. Ηλεκτρονικό Εμπόριο, εκδόσεις Κλειδάριθμος, 2001
- Χονδροκούκης Γ. Εισαγωγή στο ηλεκτρονικό εμπόριο, Πανεπιστήμιο Πειραιά, 2005
- Πομπόρτσας Α., Τσούλφας Α. Εισαγωγή στο Ηλεκτρονικό εμπόριο, εκδόσεις Τζιόλα, 2002
- Χαλιώτη Χ. Διπλωματική Εργασία: Η εφαρμογή νέων τεχνολογιών στο Μάρκετινγκ (e-marketing) στις σύγχρονες Επιχειρήσεις (ηλεκτρονικό επιχειρείν)
- Ιγγλεζάκης Ι. Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, Εκδόσεις Σάκκουλας, Α.Ε., 2003
- Κατσουλάκος Γ. Νέα Οικονομία, Διαδίκτυο και Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Εκδόσεις Κέρκυρα, 2001
- Turban Ε. Ηλεκτρονικό εμπόριο – Αρχές, εξελίξεις, στρατηγική από τη σκοπιά του manager, Εκδόσεις Γκιούρδας Μ., 2006
- Γέρου Μ. Διπλωματική Εργασία: Αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών και του ηλεκτρονικού εμπορίου στον χώρο των επιχειρήσεων – Ανάλυση απαιτήσεων δημιουργίας επιχειρηματικής ιστοσελίδας.
- Παπαδοπούλου Ο. σημειώσεις μαθήματος «Ηλεκτρονικό Εμπόριο ΙΙ», Τμήμα Διεθνούς Εμπορίου, Παράρτημα Καστοριάς, ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας.

- Μαριγκούδη Κ. Ανάθεση έργου σε τρίτους (Outsourcing): Έννοια-περιεχόμενο-ρόλος-εφαρμογές και τάσεις στο χώρο του ξένου και Ελληνικού ηλεκτρονικού επιχειρείν.
- Αλεξανδρίδου Ε. Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, Εκδόσεις Σάκκουλα, 2010
- Ιγγλεζάκης Ι. Πληροφορική και Δημόσιο Δίκαιο, έμπειρα συστήματα ασαφούς λογικής και η εφαρμογή της στις αόριστες έννοιες, Εκδόσεις Σάκκουλας, 2000
- Καρακώστας Ι. Δίκαιο και internet Νομικά ζητήματα του Διαδικτύου, Εκδόσεις Σάκκουλας, 2003
- Νικλητσιώτης Γ. Διπλωματική Εργασία: Μέθοδοι δημιουργίας, εφαρμογές στις ηλεκτρονικές συναλλαγές, νομικό πλαίσιο και πιστοποίηση της ηλεκτρονικής υπογραφής.
- Γιαννάκαινας Β. Ανατομία των Business Logistics, Εκδόσεις Γιαννάκαινας Βλάσης
- Μάρδας Δ. Τα οικονομικά των προμηθειών του Δημοσίου, Εκδόσεις Ζυγός, 2006
- Μπινιώρης Σ. Εισαγωγή στη διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας Logistics, Εκδόσεις Πασχαλίδης, 2004
- Christopher Martin, Logistics and Supply Chain Management – creating value-adding network, 3rd edition Financial Times – Prentice Hall, 2005
- Moncka Robert M., Robert B. Handfield, Larry C. Giunepero, James L. Patterson, Purchasing and Supply Chain Management, 4th edition, South-Western Cengage Learning, 2009
- Πέτρου Π. Διπλωματική Εργασία: Supply Chain Management και προμήθειες
- Σιώμκος Γ. Συμπεριφορά καταναλωτή και Στρατηγικό μάρκετινγκ, Εκδόσεις Σταμούλης, 2002

- Καρακατσούλης Δ. Διπλωματική Εργασία: Ηλεκτρονικό εμπόριο & σημασιολογικός ιστός: υλοποίηση του ηλεκτρονικού καταστήματος your books
- Μπέλλος Π. Διπλωματική Εργασία: E-supply chain management: έννοιες και κατάσταση στην Ελλάδα.
- Παπαθανασίου Ε. Εισαγωγή στις νέες τεχνολογίες και το ηλεκτρονικό εμπόριο, Καθηγητής Επιχειρηματικής Πληροφορικής, Τμήμα οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- Αηδόνης Δ. Logistics & διαχείριση εφοδιαστικής αλυσίδας ανάλυση βασικών εννοιών, Καθηγητής Εφαρμογών, Τμήμα Τυποποίησης και διακίνησης προϊόντων Παράρτημα Κατερίνης Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης
- Χατζημήτρου Α. Διπλωματική Εργασία: Η-Επιχειρείν: οι κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας, το ηλεκτρονικό εμπόριο. Τα συστήματα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων (CRM), και η ηλεκτρονική τραπεχική

Ηλεκτρονικό Υλικό

[http://el.wikiversity.org/wiki/Customer_Relationship_Management_Systems_\(CRM\)](http://el.wikiversity.org/wiki/Customer_Relationship_Management_Systems_(CRM))

<http://www.webvistas.org.gr>

<http://compus.uom.gr>

<http://gge.gov.gr>

<http://www.cyberethics.info>

<http://el.wikipedia.org>

now24.gr

foodbusiness.gr

www.shutterstock.com

cleanhands.gr

<http://www.jumbo.gr>

Πανεπιστήμιο Πειραιώς