



ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

Διάλεξη #1

12/10/2020

Διδάσκουσα: Δρ. Ελένη Καρφάκη
Τμήμα: Ψηφιακών Συστημάτων
2020 – 2021



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού,
Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Ηλεκτρονικό Εμπόριο

- Περιγράφει τη διαδικασία αγοράς, πώλησης, μεταβίβασης ή/και ανταλλαγής προϊόντων, υπηρεσιών και πληροφοριών μέσω του διαδικτύου ή άλλων δικτύων υπολογιστών. [



Ηλεκτρονικό Επιχειρείν

- Το ηλεκτρονικό επιχειρείν αναφέρεται σε έναν ευρύτερο ορισμό του ηλεκτρονικού εμπορίου, στον οποίο δεν περικλείεται μόνο η αγορά ή η πώληση αγαθών και υπηρεσιών, αλλά επίσης, μεταξύ άλλων, η εξυπηρέτηση πελατών, η συνεργασία με εμπορικούς εταίρους και η εξ αποστάσεως εκπαίδευση.



Σημασία

- Η αξιοποίηση των νέων δυνατοτήτων των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) στην κατεύθυνση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου αποτελεί κρίσιμο παράγοντα στη διαμόρφωση ενός νέου επιχειρηματικού περιβάλλοντος με άξονες:
 - την αυτοματοποίηση και απλοποίηση των συναλλαγών και της ροής εργασιών μεταξύ των επιχειρήσεων
 - τη μείωση του κόστους
 - την βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών
 - την αύξηση της ποιότητας και ταχύτητας παράδοσης
 - τη δημιουργία «εξατομικευμένων» σχέσεων με επιχειρήσεις και τελικούς καταναλωτές
 - την εκτέλεση συναλλαγών ανεξάρτητα γεωγραφικής απόστασης 7 ημέρες X 24 ώρες



Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα

Πλεονεκτήματα

- Χαμηλό οικονομικό κόστος
- Ενδεχόμενο εισόδημα
- Πωλήσεις διεθνώς
- Εύκολη η εμφάνιση Bestsellers
- Εξατομικευμένη εμπειρία στο διαδίκτυο
- Πρόσληψη εργαζομένων με χαμηλό κόστος
- Ευκολότερο να ενθαρρύνετε "επιπόλαιες" αγορές.
- Εύκολη επαναστόχευση ή επαναπώληση στον πελάτη
- Οι πελάτες βιώνουν μια λιγότερο "επεμβατική" εμπειρία
- Εύκολη πρόσβαση στα δεδομένα των πελατών σας
- Διαχείριση μεγάλου αριθμού παραγγελιών
- Γρήγορη ανάπτυξη της επιχείρησης
- Οργανικό περιεχόμενο

Μειονεκτήματα

- Κανείς δεν μπορεί να αγοράσει κατά τη διάρκεια downtime
- Οι πελάτες δεν μπορούν να δοκιμάσουν πριν αγοράσουν
- Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικό
- Οι πελάτες μπορεί να γίνουν αρκετά ανυπόμονοι
- Αποστολή των προϊόντων σας
- Παρά την πτώση τους τα φυσικά καταστήματα συνεχίζουν να είναι πιο δημοφιλή



Ιστορική Αναδρομή

- Δεκαετία του 1970: Εμφάνιση των συστημάτων ηλεκτρονικής μεταφοράς χρηματικών πόρων (EFT) μεταξύ τραπεζών, που χρησιμοποιούν ασφαλή ιδιωτικά δίκτυα.
- Δεκαετία του 1980: Εισάγονται τεχνολογίες ηλεκτρονικής επικοινωνίας που βασίζονται στην αρχιτεκτονική της ανταλλαγής μηνυμάτων, συστήματα EDI και ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.
- Αρχές της δεκαετίας του 1990: Ευρεία διάδοση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail), εμφάνιση τεχνολογιών ηλεκτρονικής διάσκεψης (conferencing) και ηλεκτρονικής συνομιλίας (IRC), ομάδων συζήτησης (newsgroups, forums), μεταφοράς αρχείων (FTP) κτλ.
- Μέσα της δεκαετίας του 1990:, Εμφάνιση του Παγκόσμιου Ιστού (WWW) στο Internet, browsers και μηχανών αναζήτησης που προσφέρουν μεγάλη ευκολία χρήσης στη δημοσίευση και εύρεσης πληροφοριών στο Διαδίκτυο. Το ηλεκτρονικό εμπόριο εμφανίζεται ως ένας νέος φθηνότερος τρόπος για την πραγματοποίηση συναλλαγών.
- Τέλη της δεκαετίας του 1990, Βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης και εργαλείων και έμφαση στην ασφάλεια των συναλλαγών με την καθιέρωση μεθόδων κρυπτογράφησης του περιεχομένου και εξακρίβωσης της ταυτότητας των συναλλασσομένων



Ιστορική Αναδρομή

- Σήμερα: Η εποχή που το καλάθι των αγορών (shopping cart) και το σύστημα ηλεκτρονικών πληρωμών ήταν συνώνυμα του ηλεκτρονικού εμπορίου έχει παρέλθει. Σήμερα, όταν αναφερόμαστε στο ηλεκτρονικό λιανικό εμπόριο (B2C) προϊόντων ή υπηρεσιών αναφερόμαστε στη συνδυασμένη χρήση ψηφιακών καναλιών (ecommerce websites, smart phones, κοινωνικά δίκτυα, email, sms, μηχανές αναζήτησης, in-store kiosks κλπ.) τα οποία “συνεργάζονται” αρμονικά για την επιτυχή online εμπορική δραστηριότητα της επιχείρησής σας.





Προ COVID ηλεκτρονικό εμπόριο

Ελλάδα, Ευρώπη, κόσμος

Εξέλιξη ηλεκτρονικού εμπορίου

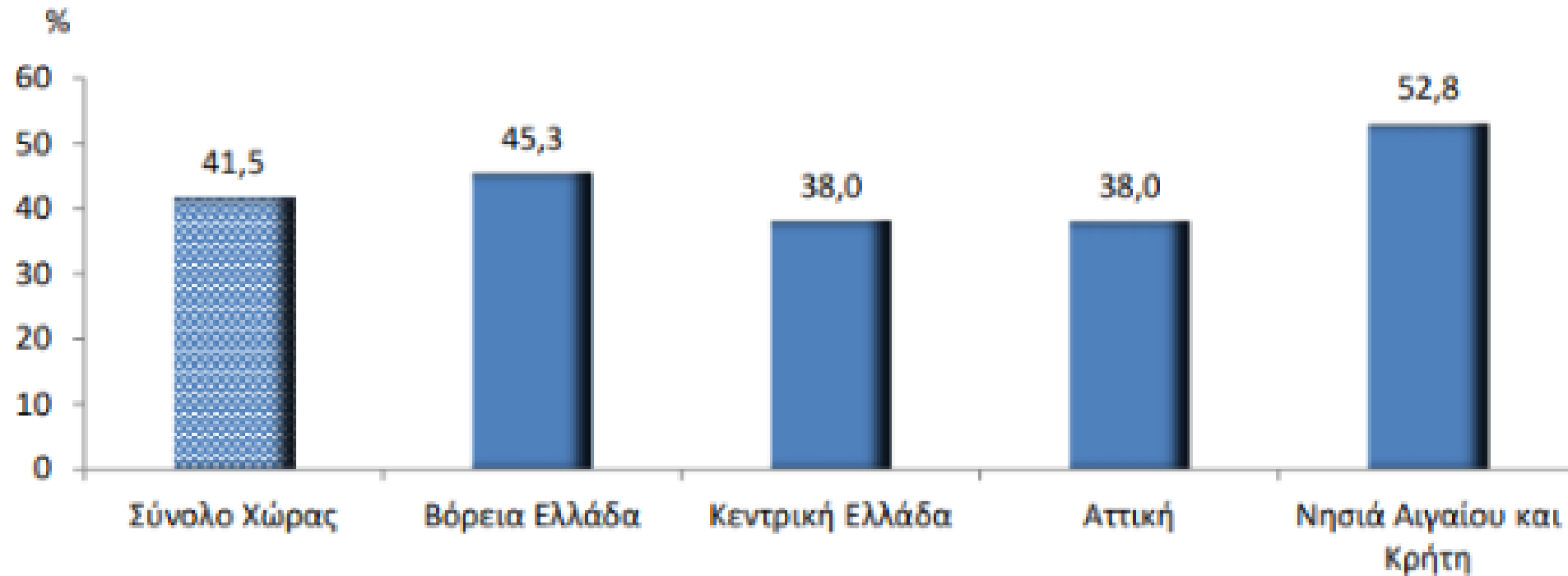


Πηγή: ELTRUN 2020



Γεωγραφική κατανομή

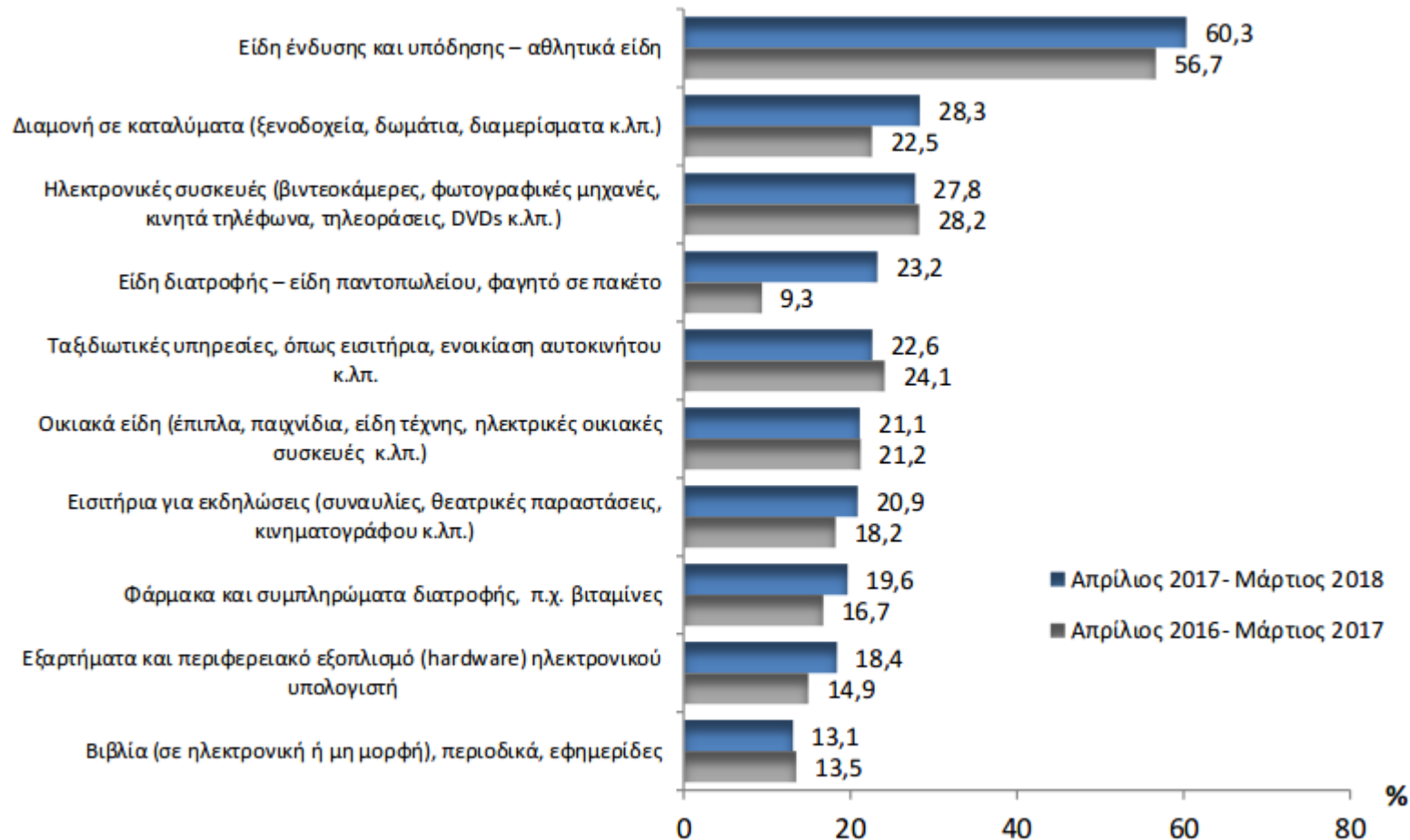
Γράφημα 2. Ηλεκτρονικές αγορές ανά μεγάλη γεωγραφική περιοχή, Α' τρίμηνο 2019



Πηγή: ELTRUN 2020



Δημοφιλείς αγορές στην Ελλάδα



Πηγή: ELTRUN 2020



Αξία αγορών

Γράφημα 5. Αξία προϊόντων / υπηρεσιών που παραγγέλθηκαν ή αγοράστηκαν μέσω διαδικτύου. Ποσοστιαία συμμετοχή πληθυσμού που πραγματοποίησε ηλεκτρονικές αγορές, Α' τρίμηνο 2018 και 2019



Πηγή: ELTRUN 2020



Προβλήματα ασφαλείας

Μειώθηκαν τα προβλήματα ασφάλειας

- Περίπου 2 στα 10 άτομα (16,8%) ηλικίας 16- 74 ετών, που χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο κατά το χρονικό διάστημα Απριλίου 2018- Μαρτίου 2019, αντιμετώπισαν προβλήματα ασφάλειας.
- Σε σχέση με το χρονικό διάστημα Απριλίου 2014- Μαρτίου 2015, οπότε και είχαν συλλεγεί πιο πρόσφατα οι σχετικές πληροφορίες, το ποσοστό όσων αντιμετώπισαν προβλήματα ασφαλείας παρουσίασε μείωση 35,1% (2015: 25,9%, 2019: 16,8%).
- Τα προβλήματα ασφαλείας που αναφέρθηκαν περισσότερο είναι η παραλαβή δόλιων μηνυμάτων (phishing, 10,4%) και η εκτροπή σε ψεύτικες ιστοσελίδες που ζητούν προσωπικά στοιχεία (pharming, 7,6%).



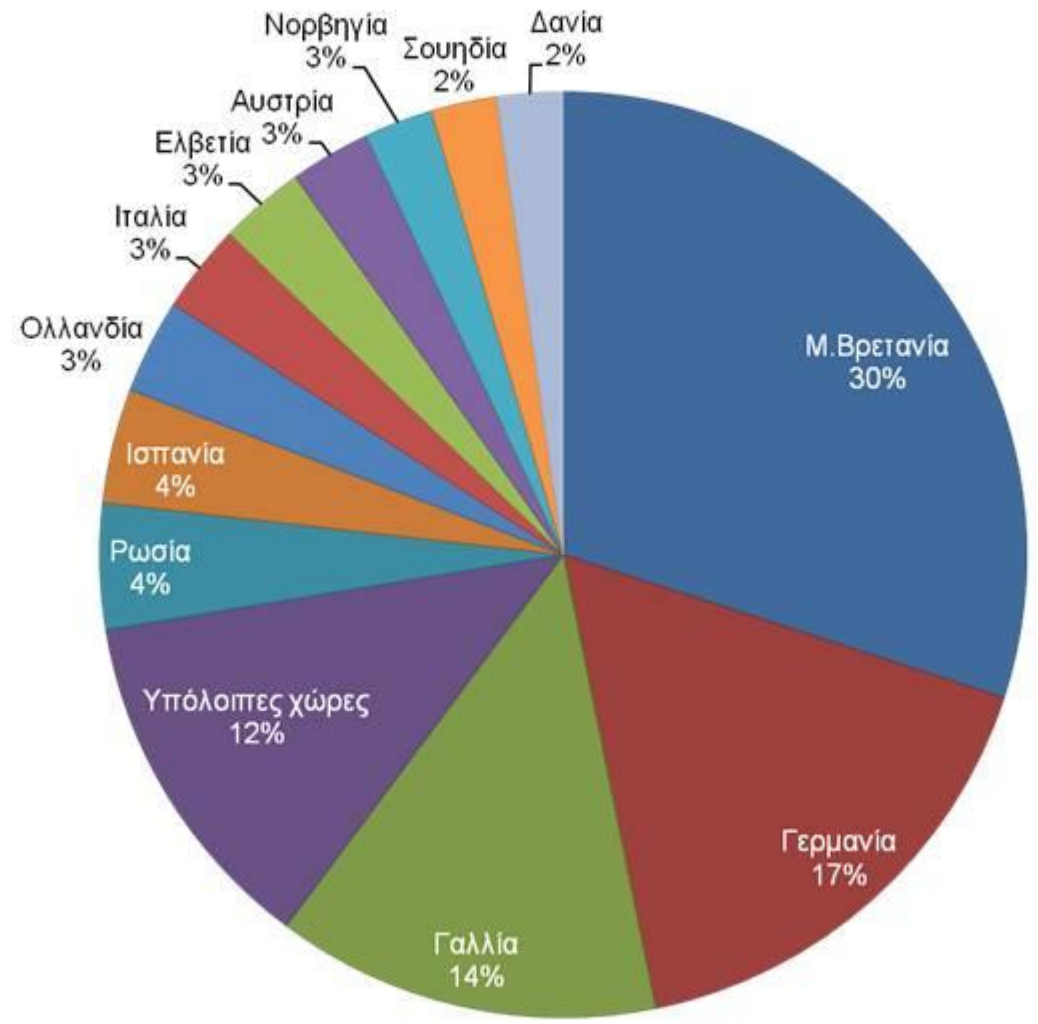
Τραπεζικές συναλλαγές

Τραπεζικές συναλλαγές μέσω διαδικτύου

- Η πραγματοποίηση τραπεζικών συναλλαγών (ενημέρωση για τραπεζικό λογαριασμό, μεταφορά, πληρωμή λογαριασμών κ.λπ.) μέσω διαδικτύου είναι δραστηριότητα που πραγματοποιήθηκε από το 40,3% όσων χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο κατά το πρώτο τρίμηνο του 2019 και η οποία κατέγραψε αύξηση 6,6 % σε σχέση με το πρώτο τρίμηνο του 2018 (37,8%).

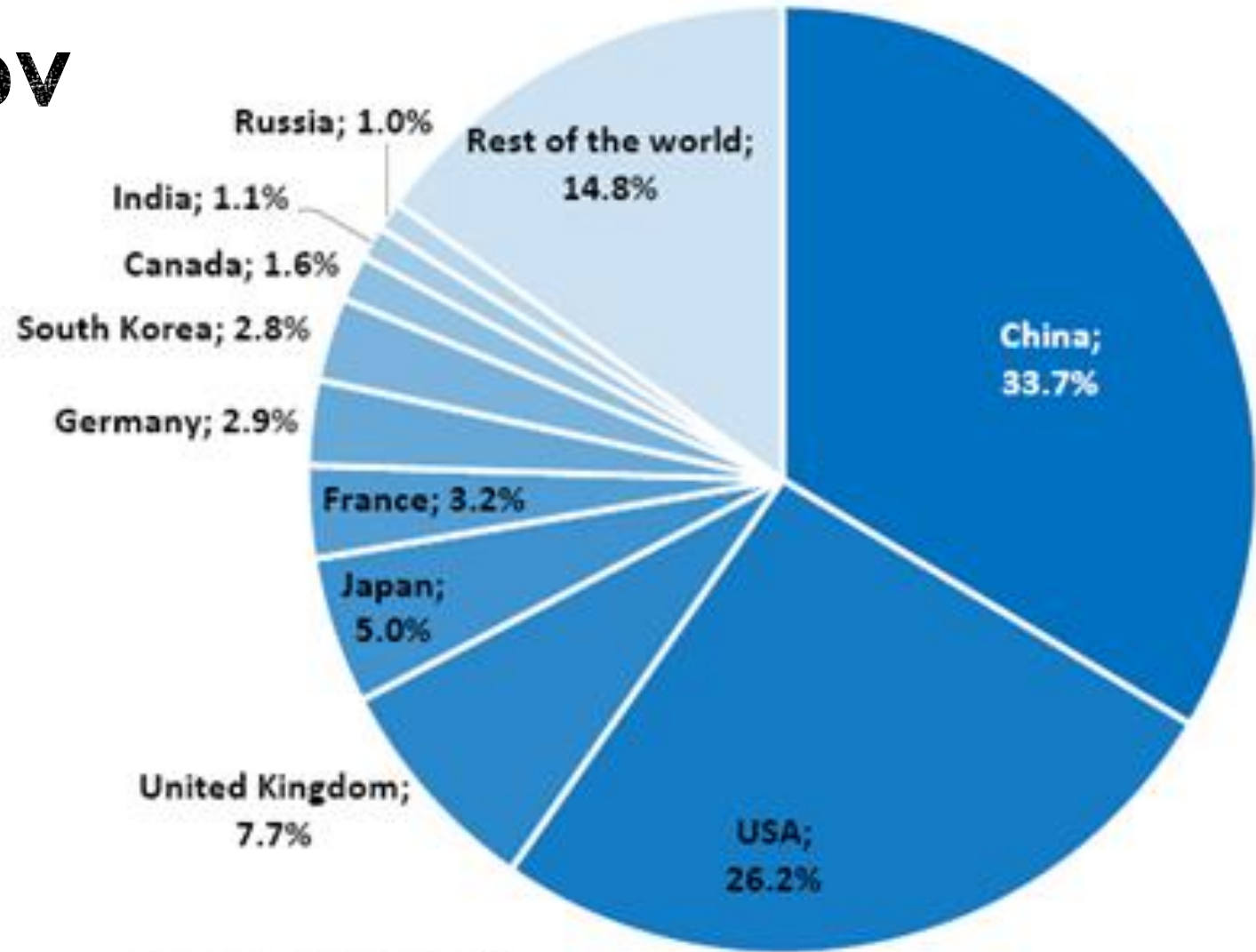


Μερίδια των ευρωπαϊκών χωρών στον τζίρο των ηλεκτρονικών αγορών B2C



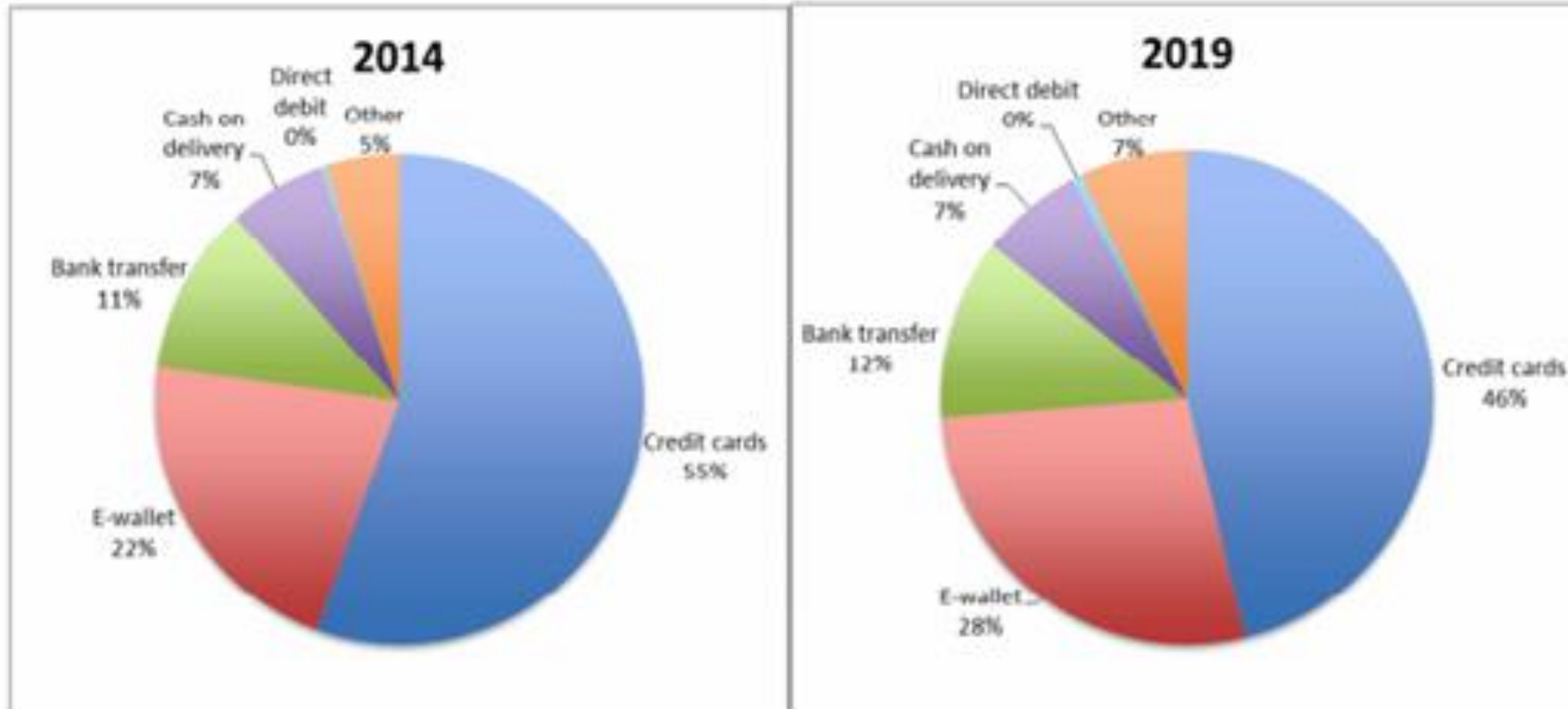
Παγκόσμιο μερίδιο ηλεκτρονικών αγορών

TOP 10 COUNTRIES SHARE OF GLOBAL B2C E-COMMERCE MARKET
Share of global B2C e-commerce market, 2015



Source: Ecommerce Foundation, 2016

Δημοφιλείς τρόποι αγοράς



Πηγή: UNCTAD B2C E-commerce index 2019





Ηλεκτρονικό εμπόριο στην εποχή COVID

Έρευνα με θέμα τις online αγοραστικές-καταναλωτικές συνήθειες των Ελλήνων καταναλωτών λόγω της εμφάνισης του ιού COVID-19 στην Ελλάδα, δείγμα 1.050 ατόμων την περίοδο τον Μάρτιος-Μάιος 2020.

ΙΕΛΚΑ (Ινστιτούτο Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών) και Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Συμπεράσματα

Τα αποτελέσματα δείχνουν μια σημαντική αύξηση της χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου καταναλωτών λόγω Κορωνοϊού που θα συνεχισθεί σε μεγάλο βαθμό και μετά την κρίση.

- 1 στους 2 χρήστες διαδικτύου πλέον αγοράζουν συστηματικά online (σε σχέση με 1 στους 5 το 2019)
- 10πλασιασμός της πελατειακής βάσης των ηλεκτρονικών σουπερμάρκετ, ενώ 1 στους 2 θα συνεχίσει και στο μέλλον να παραγγέλνει προϊόντα σουπερμάρκετ για παράδοση κατ' οίκον
- 1 στους 2 καταναλωτές ενημερώνεται μέσω διαδικτύου για προσφορές και εκπτώσεις



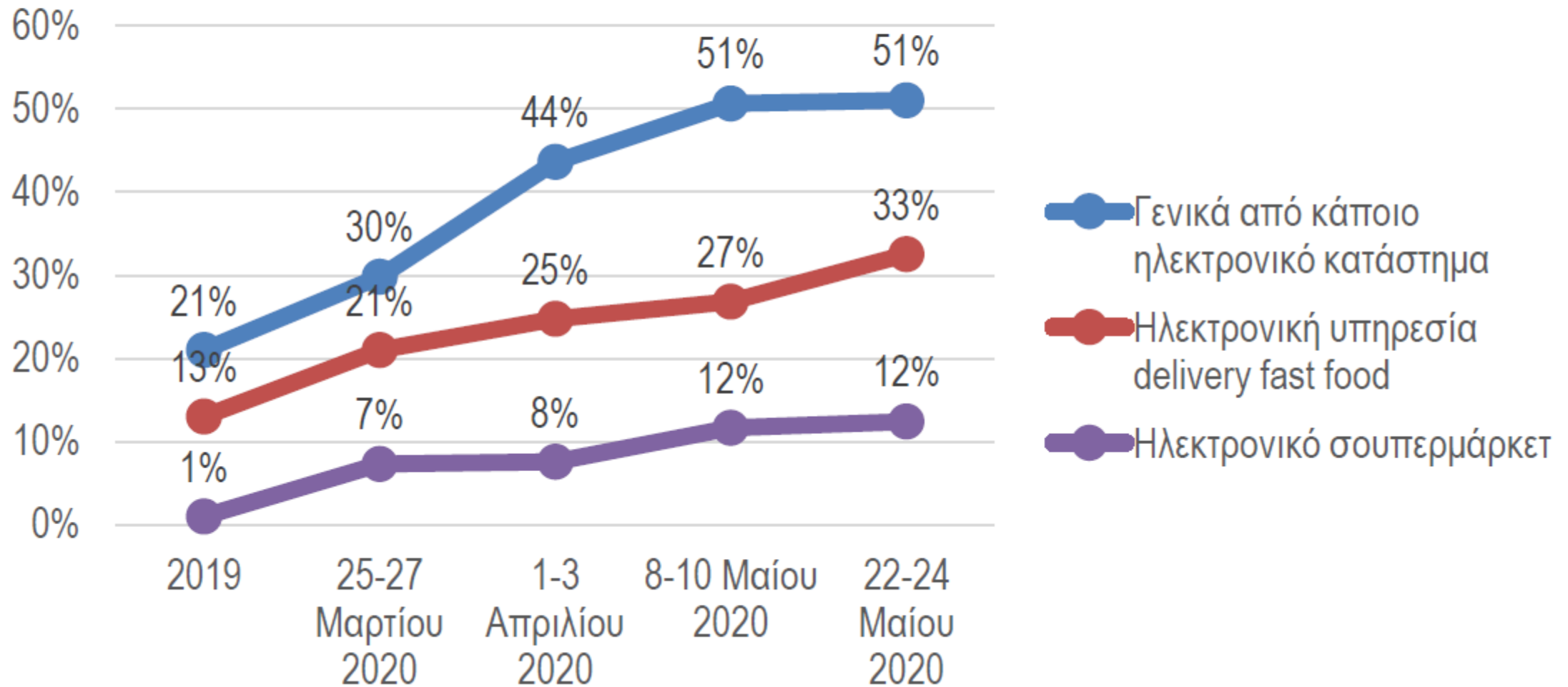
Συμπεράσματα

- Οι ηλεκτρονικές αγορές τροφίμων από σχεδόν ανύπαρκτα ποσοστά αποκτούν σημαντική πελατειακή βάση.
- Η ήδη ώριμη αγορά της ηλεκτρονικής παραγγελίας έτοιμου φαγητού αναπτύσσεται και φτάνει κοντά στις μέγιστες προοπτικές της.
- Το υπόλοιπο λιανεμπόριο, ανάλογα την επιμέρους αγορά, παρουσιάζει επίσης μεγάλη ανάπτυξη. Οι προοπτικές διατήρησης της υπολογίζονται ιδιαίτερα υψηλές, όμως εξαρτώνται από τις εξελίξεις σε σχέση με το άνοιγμα των φυσικών καταστημάτων.

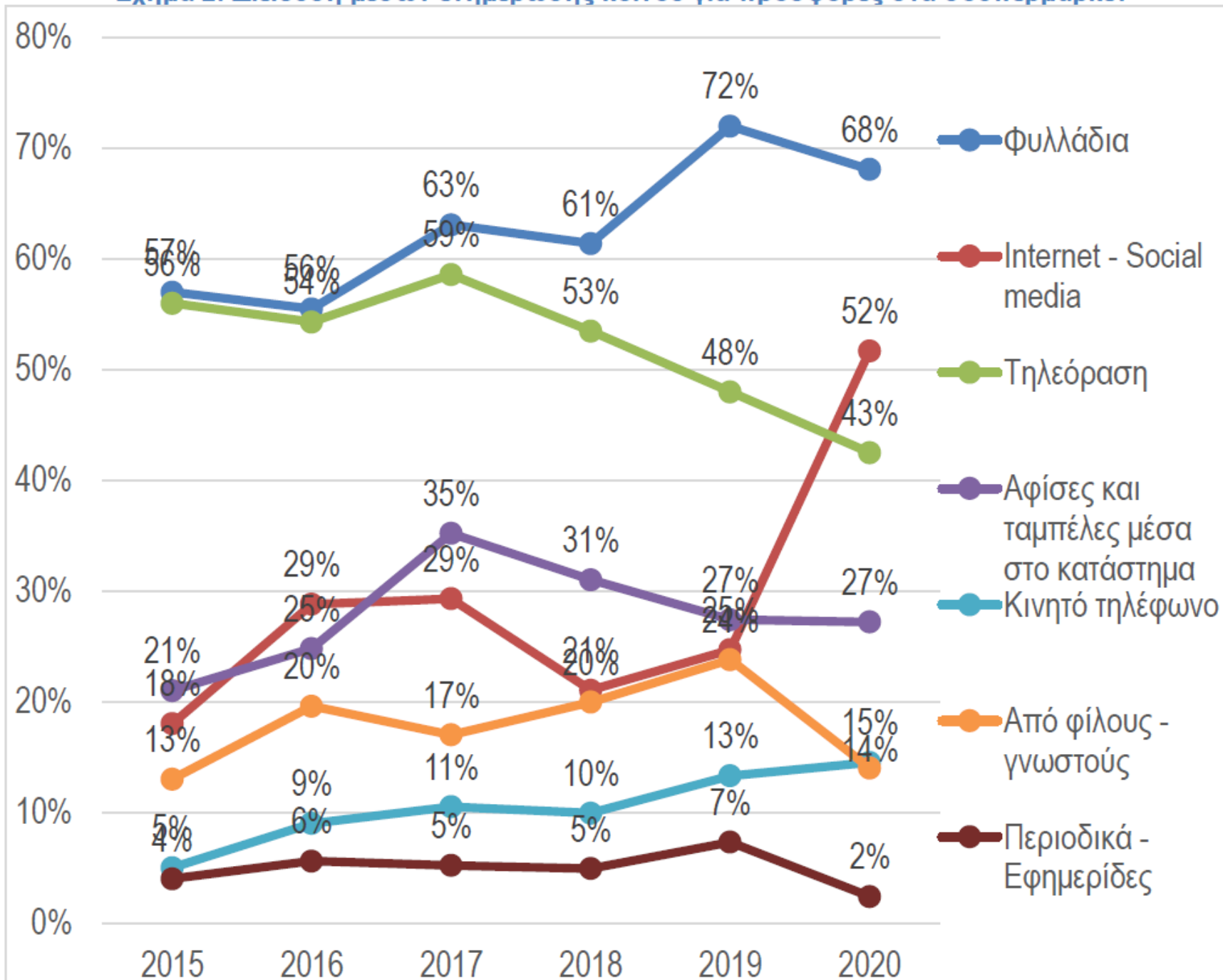


Σχήμα 1: Διείσδυση ηλεκτρονικών παραγγελιών Δεκέμβριος 2019-Μάιος 2020

Έχετε παραγγείλει τις τελευταίες 10 ΗΜΕΡΕΣ από κάποιο από τα παρακάτω;

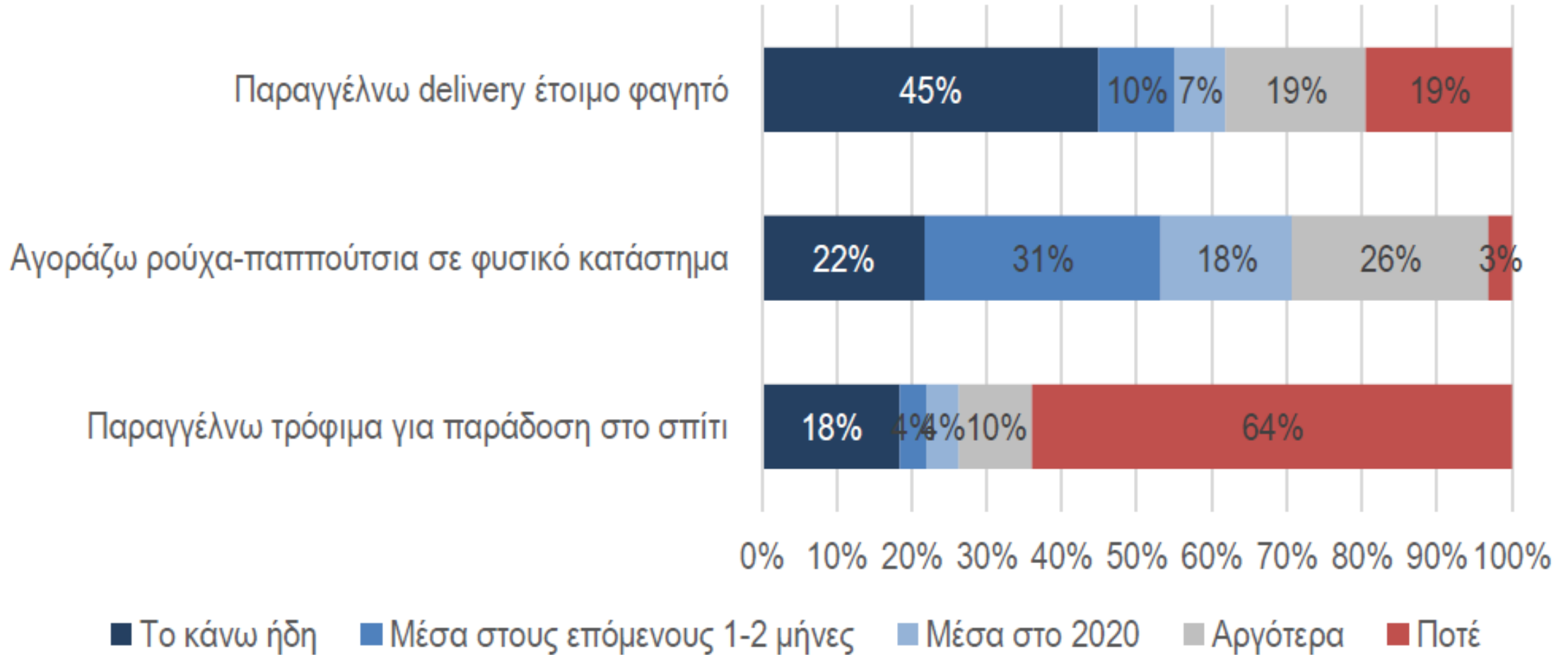


Σχήμα 2: Διείδση μέσω ενήμερωσης κοινού για προσφορές στα σουπερμάρκετ



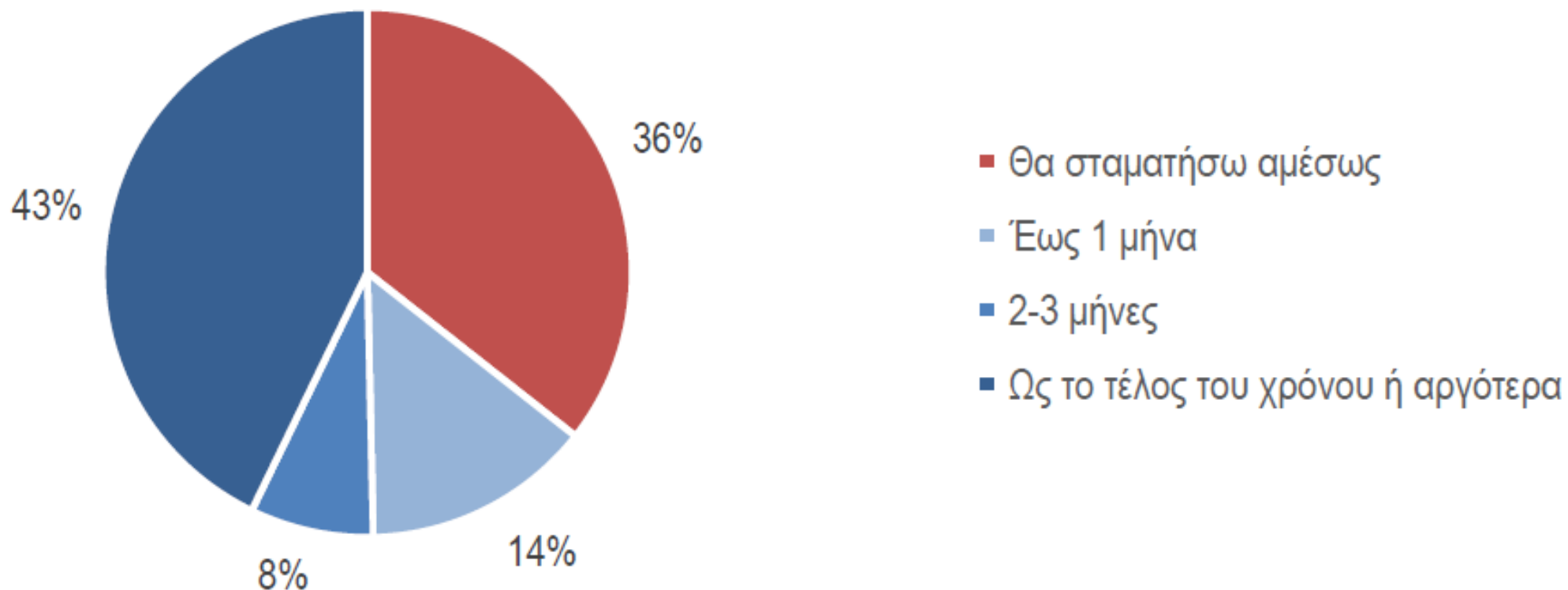
Σχήμα 3: Πρόθεση υιοθέτησης συνηθειών λόγω του COVID19

Πότε θα ΞΕΚΙΝΗΣΕΤΕ να κάνετε τα παρακάτω;



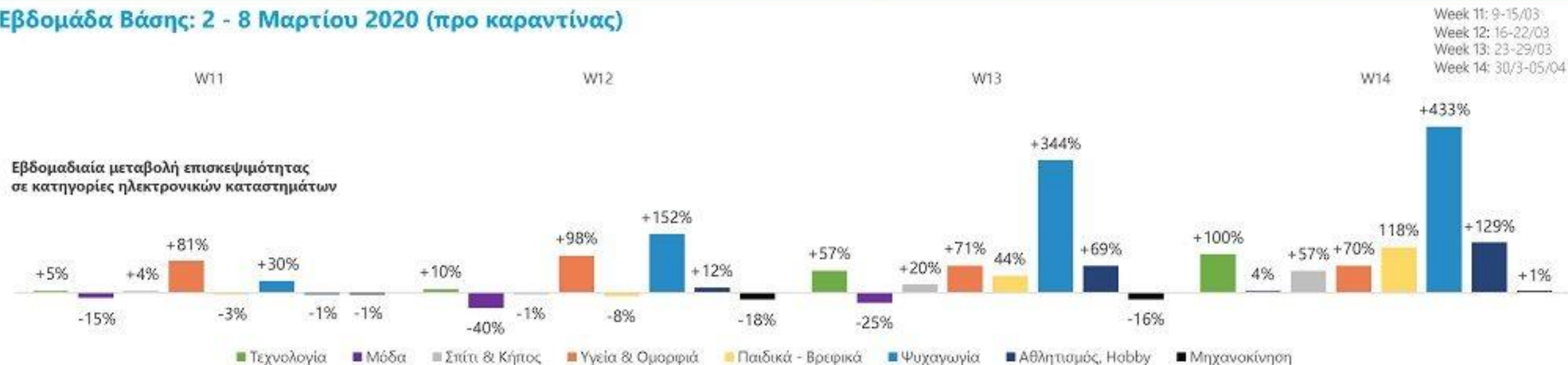
Σχήμα 4: Πρόθεση συνέχειας αγορών σουπερμάρκετ εξ αποστάσεως

Αν αύριο το πρωί εξαφανιζόταν ο κορωνοϊός και επανερχόμασταν στις προηγούμενες συνθήκες αγοράς, θα ΣΥΝΕΧΙΣΕΤΕ να παραγγέλνετε προϊόντα για παράδοση κατ' οίκον

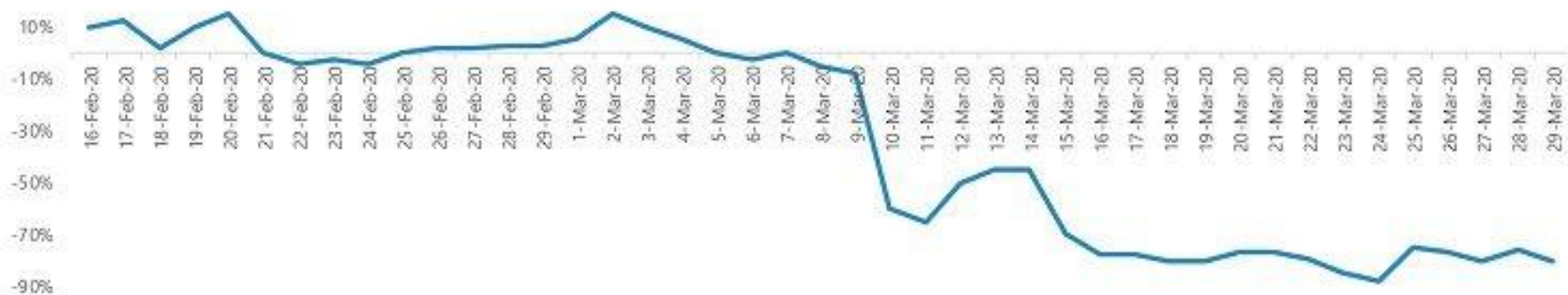


Εβδομαδιαία Μεταβολή Online Επισκεψιμότητας (Sessions) Κατηγοριών Ηλ. Εμπορίου

Εβδομάδα Βάσης: 2 - 8 Μαρτίου 2020 (προ καραντίνας)



Εβδομαδιαία μεταβολή επισκεψιμότητας σε φυσικά καταστήματα, χώρους ψυχαγωγίας και εστιατόρια



1. Η έρευνα διενεργήθηκε από τον **Ελληνικό Σύνδεσμο Ηλ. Εμπορίου (GRECA)** με την επιστημονική επιμέλεια της ομάδας eMarket Intelligence της **Convert Group** για το διάστημα **9 Μαρτίου 2020 - 5 Απριλίου 2020** (wk11-14) συγκρινόμενο με το διάστημα **2 Μαρτίου 2020 - 8 Μαρτίου 2020** (wk10) όπου δεν είχε ξεκινήσει η καραντίνα.
2. Η εβδομαδιαία μεταβολή της επισκεψιμότητας στο ηλ. εμπόριο αντλήθηκε από το **bestprice.gr** το οποίο συνεργάζεται με **2.116** ηλεκτρονικά καταστήματα. Για την μεθοδολογία χρησιμοποιήθηκαν non-unique sessions ενώ έγιναν προσαρμογές από την ομάδα data analysis του **bestprice.gr** σε συνεργασία με ομάδα εργασίας της **Convert Group**.
3. Η εβδομαδιαία μεταβολή της επισκεψιμότητας στο φυσικό εμπόριο αντλήθηκε από το Community Mobility Report της **Google** με στοιχεία από το Google Maps χωρίς επεξεργασία προσωπικών δεδομένων και συγκρινόμενα με την μέση εβδομαδιαία επισκεψιμότητα των 5 εβδομάδων μεταξύ **3 Ιανουαρίου 2020** και **6 Φεβρουαρίου 2020** σε εμπορικά κέντρα, σινεμά, εστιατόρια, καφέ και μουσεία.



Διακρίσεις ηλεκτρονικού επιχειρείν

Τύποι, κατηγορίες, επιχειρηματικά μοντέλα

Τύποι Ηλεκτρονικού Επιχειρείν

- Έμμεσο

- Ηλεκτρονική Παραγγελία
- Πιθανά Ηλεκτρονική Πληρωμή
- Παράδοση με παραδοσιακά μέσα

ΕΞΑΡΤΗΣΗ ΑΠΟ ΕΝΔΙΑΜΕΣΟΥΣ

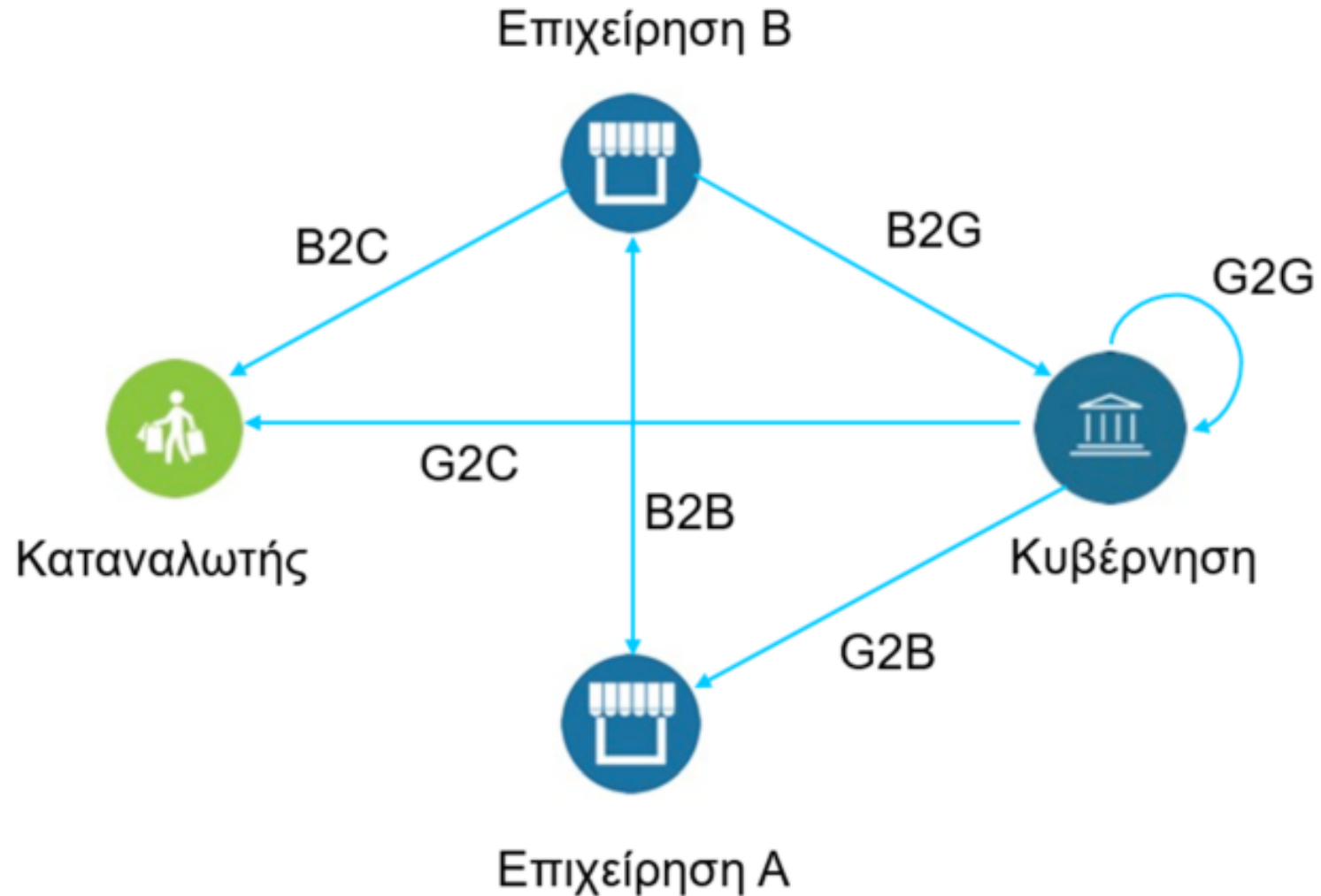
- Άμεσο

- Ηλεκτρονική Παραγγελία
- Ηλεκτρονική Πληρωμή
- Ηλεκτρονική Παράδοση άυλου εμπορεύματος – υπηρεσίας

ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΤΗΤΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ



Κατηγορίες ηλεκτρονικού εμπορίου



Επιχειρηματικά μοντέλα ηλεκτρονικού εμπορίου

- Ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shops) ή ηλεκτρονικές προθήκες (e-storefronts), τα οποία είναι ηλεκτρονικά ισοδύναμα των φυσικών καταστημάτων. Στα ηλεκτρονικά καταστήματα παρουσιάζονται και πωλούνται προϊόντα, και περιέχονται ηλεκτρονικοί κατάλογοι (e-catalogues), με περιγραφές προϊόντων, γραφικά, αξιολόγηση και κριτικές για το προϊόν, την τιμή, τη διαθεσιμότητα κ.ά. Τα περισσότερα ηλεκτρονικά καταστήματα έχουν κοινά χαρακτηριστικά και κοινές λειτουργίες, όπως τον ηλεκτρονικό κατάλογο, το καλάθι αγορών, τη δυνατότητα ηλεκτρονικών πληρωμών (e-payments), και την ολοκλήρωση με συστήματα υποστήριξης (π.χ. το **e-shop**).
- Τα ηλεκτρονικά συστήματα προμηθειών (e-procurement) υποστηρίζουν την αγορά έργων, προμηθειών και υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου, καθώς και άλλων συστημάτων πληροφόρησης και δικτύωσης (π.χ. το **CCR**).
- Οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες (e-auctions), οι οποίες είναι ιστοσελίδες που προσφέρουν υπηρεσίες πωλήσεων μέσω δημοπρασιών (π.χ. το **e-bay.com**).



Επιχειρηματικά μοντέλα ηλεκτρονικού εμπορίου

- Οι ηλεκτρονικές αγορές (e-marketplaces) και τα ηλεκτρονικά εμπορικά κέντρα (e-malls), που αποτελούν ένα δίκτυο αλληλεπιδράσεων και σχέσεων με τις οποίες ανταλλάσσονται πληροφορίες, προϊόντα, υπηρεσίες μέσω ενός ιστοτόπου, ενώ γίνονται και πληρωμές. Θα λέγαμε ότι είναι το ηλεκτρονικό ισοδύναμο μιας φυσικής αγοράς. Στις ηλεκτρονικές αγορές συμμετέχουν κυρίως οι διαχειριστές συναλλαγών, οι αγοραστές, οι μεσίτες και οι πωλητές. Οι σχέσεις και οι αλληλεπιδράσεις διαφέρουν κατά περίπτωση και εξαρτώνται από τους συμβαλλομένους, αλλά και από το είδος της συναλλαγής (π.χ. το emall.com). Τα ηλεκτρονικά ανταλλακτήρια (eexchanges) είναι μια ειδική μορφή ηλεκτρονικής αγοράς, με τα οποία πολλοί αγοραστές και πωλητές αλληλεπιδρούν δυναμικά σε μια δημόσια αγορά. Αρχικά, δημιουργήθηκαν ως χώρος συναλλαγών για εμπορεύματα όλων των ειδών προϊόντων και υπηρεσιών (π.χ. το **ANX**).
- Οι αγορές μεσαζόντων (third party marketplaces) είναι παρόμοιες με τα ηλεκτρονικά εμπορικά κέντρα, αλλά σε αυτές ένας μεσάζοντας παρέχει προϊόντα ή υπηρεσίες από διάφορους προμηθευτές. Οι ψηφιακές εικονικές κοινότητες είναι κοινωνικά δίκτυα ατόμων που αλληλεπιδρούν μέσω ειδικών κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης, όπως το **Facebook** ή το **Twitter**.



Επιχειρηματικά μοντέλα ηλεκτρονικού εμπορίου

- Οι πάροχοι υπηρεσιών της αξιακής αλυσίδας (value chain service provider), στους οποίους περιλαμβάνονται όλοι όσοι προσφέρουν υπηρεσίες στην αξιακή αλυσίδα, δηλαδή όλοι οι συναλλασσόμενοι.
- Οι ολοκληρωτές αξιακής αλυσίδας (value chain integrator/aggregator), στους οποίους περιλαμβάνονται οι τελικοί συμμετέχοντες-παίκτες (actors) στην αξιακή αλυσίδα, δηλαδή οι πελάτες,
- Οι πλατφόρμες συνεργατικότητας (collaboration platforms), οι οποίες είναι μια κατηγορία επιχειρηματικού λογισμικού που προσθέτει ευρείες δυνατότητες κοινωνικής δικτύωσης στις εργασιακές διαδικασίες (π.χ. η πλατφόρμα συνεργασίας **4projects**).
- Οι μεσίτες πληροφορίας (information brokerage), οι οποίοι συλλέγουν πληροφορίες για άτομα μέσω του διαδικτύου, τις οποίες πωλούν μετέπειτα σε επιχειρήσεις (π.χ. η **Χρυσή Ευκαιρία**, η οποία συλλέγει και παρέχει στοιχεία τηλεφωνικού καταλόγου).
- Οι υπηρεσίες καταπιστευμάτων (trust services) και άλλες υπηρεσίες για τις διαδικτυακές ηλεκτρονικές συναλλαγές, όπως το συνεργατικό μάρκετινγκ (affiliate marketing), ένα είδος μάρκετινγκ σύμφωνα με το οποίο μια επιχείρηση επιβραβεύει μία ή περισσότερες θυγατρικές για κάθε επισκέπτη/πελάτη που αυτή φέρνει στην αλυσίδα (π.χ. **FindTheBest.com**).



Επιχειρηματικά μοντέλα ηλεκτρονικού εμπορίου

- Το ηλεκτρονικό κινητό εμπόριο (m-commerce), δηλαδή η αγορά και η πώληση αγαθών και υπηρεσιών μέσω ενός ασύρματου δικτυακού περιβάλλοντος με τη χρήση ασύρματων συσκευών, κινητών τηλεφώνων, προσωπικών ψηφιακών βοηθών (Personal Digital Assistant/PDA), ταμπλετών κ.ά. Το κινητό επιχειρείν επιτρέπει στους χρήστες του να έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο χωρίς να χρειάζεται ενσύρματη σύνδεση της συσκευής τους σε αυτό. Δεδομένου ότι οι ασύρματες και κινητές επικοινωνίες έχουν επεκταθεί πολύ, οι υπολογιστικές δυνατότητες των συσκευών έχουν περάσει σε ένα πολύ μεγάλο σύνολο χρηστών, γεγονός το οποίο επηρεάζει και θα επηρεάσει σημαντικά τον τρόπο συναλλαγής των επιχειρήσεων μεταξύ τους, αλλά και με τους καταναλωτές. Παράδειγμα αποτελεί η κινητή πλατφόρμα κλήσης ταξί **Uber**.



Συστατικά ηλεκτρονικού εμπορίου

- Τα Πληροφοριακά Συστήματα (ΠΣ), τα οποία παρέχουν την κύρια επιχειρηματική λειτουργικότητα (business functionality) για τη διεξαγωγή του ηλεκτρονικού εμπορίου.
- Τα δίκτυα, τα οποία αποτελούν απαραίτητους μηχανισμούς επικοινωνίας των ΠΣ του ηλεκτρονικού εμπορίου.
- Οι συμμετέχοντες, όπως οι πωλητές, οι αγοραστές, οι μεσάζοντες, οι ειδικοί σύμβουλοι πάνω στα ΠΣ ηλεκτρονικού εμπορίου, οι υποστηρικτικοί υπάλληλοι στη λειτουργία του ηλεκτρονικού εμπορίου και άλλοι.
- Η δημόσια πολιτική ηλεκτρονικού εμπορίου, δηλαδή η υποκείμενη νομοθεσία, καθώς και άλλες πολιτικές, για τη ρύθμιση θεμάτων όπως η προστασία της ιδιωτικής ζωής (ιδιωτικότητα), η φορολογία, οι πατέντες των προϊόντων κτλ.
- Το μάρκετινγκ και η διαφήμιση, των οποίων οι τεχνικές αποτελούν βασικούς παράγοντες για την επιτυχία του ηλεκτρονικού εμπορίου.
- Οι επιχειρηματικές συνεργασίες, όπως οι κοινοπραξίες, οι ηλεκτρονικές αγορές και άλλες.
- Οι υποστηρικτικές υπηρεσίες-υποδομές, που απαιτούνται για τη λειτουργία του ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως η δημιουργία του περιεχομένου των προϊόντων, οι ηλεκτρονικές πληρωμές, η παράδοση των παραγγελιών και άλλες.



Εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Ηλεκτρονικές αγορές, ηλεκτρονικά
εμπορικά κέντρα, δημοπρασίες,
ηλεκτρονική τραπεζική

Πληροφοριακά Συστήματα

- ERP
- CRM
- Database
- Λογιστικά

Δίκτυα

Απαραίτητοι
μηχανισμοί
επικοινωνίας:
ασύρματα,
ενσύρματα

Συμμετέχοντες

- Συνεργάτες
- Ανταγωνιστές
- Πελάτες
- Κυβερνήσεις

Δημόσια Πολιτική Ηλεκτρονικού Εμπορίου

- Νομικής φύσεως
- Πολιτικής φύσεως
- Νομοθεσίες
- Φορολογικά

Μάρκετινγκ και Διαφήμιση

Επιχειρηματικές Συνεργασίες

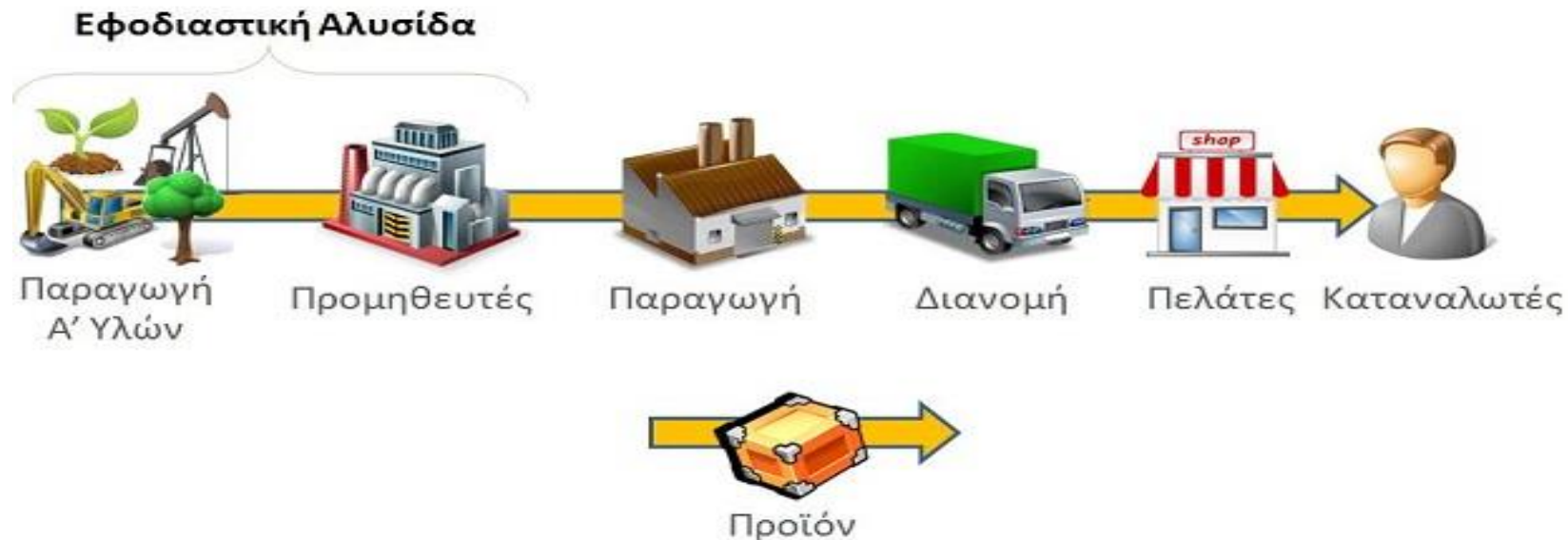
Υποστηρικτικές Υπηρεσίες - Υποδομές



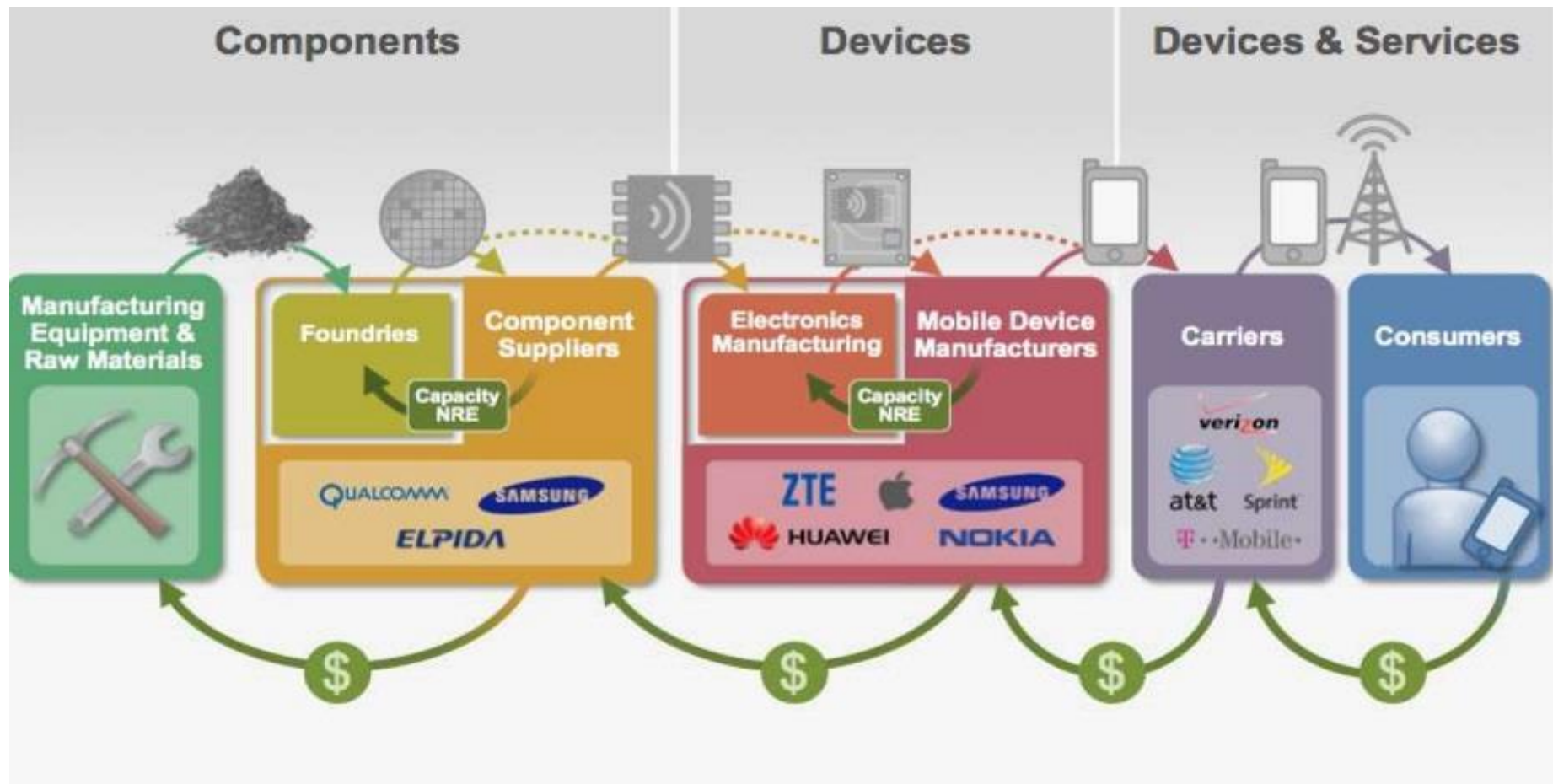
Εφοδιαστική αλυσίδα

Η διαχείριση εφοδιαστικής αλυσίδας (Logistics) είναι η διαχείριση ενός δικτύου εσωτερικά συνδεδεμένων επιχειρήσεων που συμμετέχουν στην απώτερη παροχή πακέτων προϊόντων και υπηρεσιών, τα οποία απευθύνονται στους τελικούς καταναλωτές (Harland, 1996). Η διαχείριση εφοδιαστικής αλυσίδας εκτείνεται σε όλη τη διαδικασία μεταφοράς και αποθήκευσης των πρώτων υλών, ημιέτοιμων και ολοκληρωμένων αγαθών από τα σημεία προέλευσης προς τα σημεία κατανάλωσης.

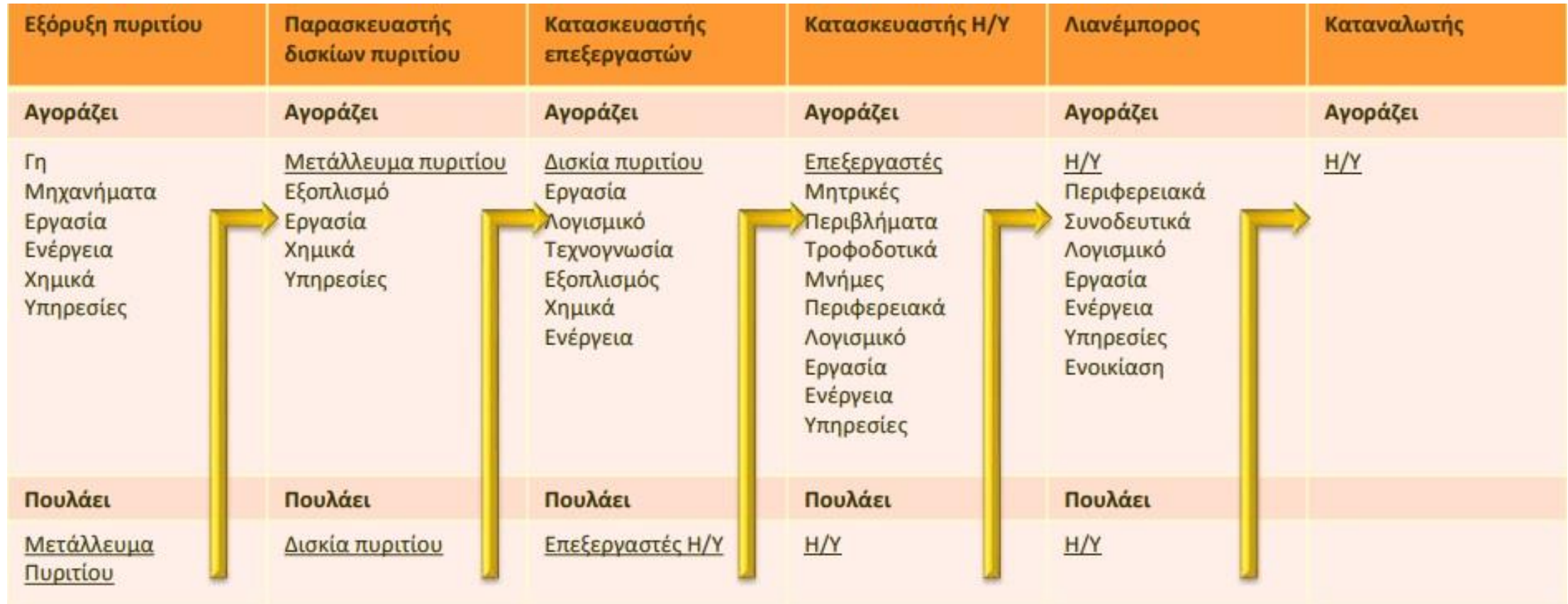
Μία πρώτη ύλη ακολουθεί την εξής πορεία μέχρι να φθάσει ως προϊόν στα χέρια των καταναλωτών:



Εφοδιαστική αλυσίδα



Εφοδιαστική αλυσίδα



Εφοδιαστική αλυσίδα

