

Α.Τ.Ε.Ι ΠΑΤΡΩΝ

ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ**  
**ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ**  
**ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΕ**  
**ΜΙΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ**



ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: ΝΤΕΜΠΡΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ: ΔΑΛΜΗΡΑΣ ΜΑΡΚΟΣ

<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ</b>	
<b>ΠΡΟΛΟΓΟΣ</b> .....	<b>4</b>
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	<b>5</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1</b> .....	<b>6</b>
<b>ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ</b> .....	<b>6</b>
1.1 ΤΙ ΕΙΝΑΙ INTERNET .....	6
1.2 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ WORLD WIDE WEB .....	6
1.3 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ E-MAIL.....	6
1.4 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ .....	7
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2</b> .....	<b>8</b>
<b>ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ</b> .....	<b>8</b>
2.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ INTERNET .....	8
2.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ .....	10
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3</b> .....	<b>11</b>
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ</b> .....	<b>11</b>
3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	11
3.2 ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ.....	11
3.3 ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΠΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΝ ΣΕ ΕΝΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ.....	13
3.4 ΔΙΑΦΟΡΑ, ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ .....	15
3.5 ΠΛΗΡΩΜΗ .....	19
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4</b> .....	<b>20</b>
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ</b> .....	<b>20</b>
4.1 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ .....	20
4.2 AMAZON: ΈΝΑΣ ΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΤΑΜΟΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ.....	20
4.3 Το ΠΛΑΙΣΙΟ (ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΟ INTERNET. ).....	25
4.4 ΔΙΑΦΟΡΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ .....	26
4.5 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΝΟΜΗ.....	28
4.6 ΠΩΛΗΣΗ .....	30
4.7 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ .....	30
4.8 ΔΙΑΝΟΜΗ .....	31
4.9 ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΠΡΙΝ ΚΑΙ ΜΕΤΑ.....	31
4.10 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ.....	32
4.11 ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΕΣ-ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ.....	32
4.12 ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΠΑΦΕΣ.....	33
4,13 WWW.ESHOP.GR.....	34
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5</b> .....	<b>37</b>
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ, ΑΣΦΑΛΕΙΑ...</b> .....	<b>37</b>
<b>ΚΑΙ ΕΜΠΙΣΤΕΤΕΣ ΤΡΙΤΕΣ ΟΝΤΟΤΗΤΕΣ</b> .....	<b>37</b>
5.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ.....	37
5.2 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ .....	37

5.3	ΕΙΔΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ .....	38
5.4	ΨΗΦΙΑΚΑ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΑ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ.....	41
5.5	ΓΝΩΣΤΟΙ ΑΛΓΟΡΙΘΜΟΙ ΚΡΥΠΤΟΓΡΑΦΗΣΗΣ .....	42
5.6	ΨΗΦΙΑΚΟ ΧΡΗΜΑ .....	43
5.7	ΠΡΟΤΥΓΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ .....	44
5.8	ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ.....	45
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6</b>	<b>.....</b>	<b>46</b>
<b>ΚΡΑΤΙΚΕΣ ΜΕΤΑΡΡΥΘΜΙΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ.....</b>	<b>46</b>	
6.1	ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ .....	46
6.2	ΝΟΜΙΚΟ ΚΑΘΕΣΤΩΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ .....	47
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7</b>	<b>.....</b>	<b>49</b>
<b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....</b>	<b>49</b>	
7.1	ΈΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	49
7.2	Η ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ .....	55
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8</b>	<b>.....</b>	<b>60</b>
<b>ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΧΕΣΗ ΤΟΥΣ ΜΕ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ .....</b>	<b>60</b>	
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ .....	60	
ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ.....	60	
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	61	
8.1. ΧΡΗΣΗ INTERNET.....	61	
8.2. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ .....	64	
8.3. Η ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ.....	66	
8.4. ΛΟΓΟΙ ΠΟΥ ΚΡΑΤΟΥΝ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΞΩ ΑΠΟ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ.....	67	
8.5. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ.....	68	
8.6. ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ .....	70	
8.7. ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΕΠΙΖΗΣΕΙ ΕΝΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ .....	70	
8.8. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΣΕ ΒΑΡΟΣ ΤΩΝ ΠΑΛΑΙΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ .....	71	
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9</b>	<b>.....</b>	<b>73</b>
<b>ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ...</b>	<b>73</b>	
9.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	73	
9.2 ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ .....	74	
9.3 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ .....	75	
9.4 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ .....	77	
9.5 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΕΜΦΑΝΙΖΟΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΕΞΑΠΛΩΣΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ .....	78	
9.6 ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ - ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	86	
9.7 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ: ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ .....	86	
9.8 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΑΠΟ ΟΡΙΣΜΕΝΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΟΦΕΛΗ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ .....	91	
9.9 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΑΠΟ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΒΑΣΙΣΜΕΝΕΣ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ.....	92	
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10</b>	<b>.....</b>	<b>94</b>

<b>ΜΕΛΕΤΗ ΚΑΙ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΟΛΗΨΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΩΘΗΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕΣΩ INTERNET ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ .....</b>	<b>94</b>
10.1 ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ.....	94
10.2 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΡΓΟΥ .....	95
10.3 ΠΟΙΕΣ ΒΑΣΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΘΑ ΥΠΟΒΟΗΘΗΣΕΙ ΤΟ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟ ΕΡΓΟ ΚΑΙ ΠΟΙΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΘΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΘΟΥΝ ΠΡΟΣ ΑΥΤΗΝ ΤΗΝ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ.....	98
10.4 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΥ ΕΡΓΟΥ .....	100
10.5 ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ .....	102
10.6 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΘΑ ΠΡΟΚΥΨΟΥΝ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ ΦΟΡΕΙΣ .....	104
10.7 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΙΑΔΟΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ ..	105
<b>ΕΠΙΛΟΓΟΣ .....</b>	<b>107</b>
<b>ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ.....</b>	<b>109</b>
<b>ΠΗΓΕΣ.....</b>	<b>113</b>
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....</b>	<b>115</b>
<b>ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ .....</b>	<b>115</b>

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Το Internet θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως ένα κοινωνικό ή ακόμα και πολιτισμικό φαινόμενο, αφού μέσα σε αυτό διακινούνται πληροφορίες που καλύπτουν κάθε δραστηριότητα πάνω σε αυτόν τον πλανήτη. Το Internet έχει καταφέρει να αλλάξει ριζικά τη μορφή της επικοινωνίας. Άνθρωποι τελείως διαφορετικοί μεταξύ τους κάνουν βόλτες μέσα στο δίκτυο, διοχετεύουν πληροφορίες προς πάσα κατεύθυνση, ανταλλάζουν απόψεις και γίνονται καθημερινά μύστες του ηλεκτρονικού τρόπου επικοινωνίας.

Με άλλα λόγια θα μπορούσαμε να πούμε ότι το Internet δεν είναι παρά ένα παγκόσμιο διαδίκτυο πολλών μικρότερων δικτύων (περίπου 40.000 σε όλο τον κόσμο) με εκατομμύρια υπολογιστές συνδεδεμένους σε αυτά. Ένας ηλεκτρονικός ιστός... αράχνης, που αγκαλιάζει ολόκληρη την υφήλιο.

Το δίκτυο δεν ανήκει σε κανένα. Ιδιοκτήτες του φαίνεται να είναι μόνο οι χιλιάδες υπολογιστές που συνδέονται σε αυτό και φυσικά και οι χρήστες τους. Πρόκειται λοιπόν για ένα μέσο που μας ανήκει πραγματικά και εξαρτάται αποκλειστικά από την δικιά μας φαντασία! Το γεγονός αυτό το καθιστά μοναδικό. Δεν θα ήταν υπερβολή να πούμε ότι είναι το δημοκρατικότερο μέσο επικοινωνίας και ενημέρωσης στην εποχή μας.

Η σχεδίαση του δικτύου είναι τέτοια, ώστε κάθε υπολογιστής να προσφέρει έναν αποκλειστικό προσπελάσιμο κόμβο.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι ένας σχετικά καινούργιος κλάδος στην αγορά εργασίας που αξιοποιεί και προωθεί την ανάπτυξη των διοικητικών και ανθρώπινων ικανοτήτων στην επικοινωνία, διαπραγμάτευση, ηγεσία κ.α. και δημιουργεί νέες στρατηγικές τόσο στο τομέα της Διοίκησης όσο και στο τομέα του Marketing.

Οι ανταγωνιστές της Ευρώπης, έχουν ήδη εκμεταλλευτεί αποφασιστικά τις ευκαιρίες που προσφέρει το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, με τις Η.Π.Α. να έχουν αποκτήσει το προβάδισμα. Η Σιγκαπούρη είναι επίσης μια χώρα που έχει αναπτύξει σε πολύ μεγάλο βαθμό το Η.Ε. τόσο στο δημόσιο όσο και στο ιδιωτικό τομέα και έχει ένα άριστο επίπεδο τεχνολογίας. Η Ευρώπη διαθέτει ισχυρή βάση σε τεχνολογία και υποδομή. Έχει πανίσχυρους φορείς εκμετάλλευσης τηλεπικοινωνιών και πρόωμη ανάπτυξη προηγμένων ψηφιακών δικτύων. Είναι γνωστό ότι για να αναπτυχθεί το Η.Ε. απαιτούνται χαμηλά τιμολόγια στις τηλεπικοινωνίες. Από το 1997 η Ε.Ε. σε κοινή απόφαση με το Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου (Π.Ο.Ε.) αποφάσισε την απελευθέρωση των τηλεπικοινωνιών. Έτσι με την απελευθέρωση αυτή θα υπάρξουν χαμηλότερες τιμές και ευέλικτα συστήματα τιμολόγησης. Μεγάλοι τηλεπικοινωνιακοί οργανισμοί στην Ευρώπη αλλά και παγκοσμίως συνχωνεύονται ώστε να δώσουν χαμηλότερες τιμές στους συναλλασσόμενους. Όμως στην Ελλάδα η τιμολόγηση των τηλεπικοινωνιακών συνδιαλέξεων έχει υψηλό κόστος που δυσχεραίνει την ανάπτυξη του Η.Ε.

Το Η.Ε. έχει ως εκ της φύσεως του παγκόσμιο χαρακτήρα και δραστηριότητα, γι' αυτό και στο τομέα του απαιτείται πολυμερής διεθνής διάλογος με τη συμμετοχή των κυβερνήσεων όλων των κρατών του πλανήτη μας. Άλλωστε η απελευθέρωση των τηλεπικοινωνιών ήταν απόφαση του Παγκοσμίου Οργανισμού Εμπορίου. Κάθε Ευρωπαϊκή δράση στο τομέα του Η.Ε. θα πρέπει να είναι συμβατή με τις δεσμεύσεις του Παγκοσμίου Οργανισμού Εμπορίου. Η Ε.Ε. χορήγησε προθεσμίες στα διάφορα μέλη της για την απελευθέρωση των τηλεπικοινωνιών τους και στην Ελλάδα αυτό έγινε την 1/1/2000.

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο αποτελεί για την κοινότητα μια μοναδική ευκαιρία για την οικονομική ανάπτυξη, την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της Ευρωπαϊκής βιομηχανίας και την δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης. Το ΕΥΡΩ και το νομικό πλαίσιο της εσωτερικής αγοράς είναι δύο βασικά μέσα για την αξιοποίηση της ευκαιρίας αυτής.

# **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1**

## **ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ**

### **1.1 ΤΙ ΕΙΝΑΙ INTERNET**

Το Διαδίκτυο είναι ένα σφαιρικό δίκτυο ανταλλαγής πληροφοριών αποτελούμενο από μικρότερα δίκτυα. Σήμερα έχει φτάσει να αποτελεί μια διεθνή συλλογή δημοσίων και ιδιωτικών δικτύων, καθένα από τα οποία συνδέεται σε ένα κοινό πρωτόκολλο γνωστό ως INTERNET PROTOCOL ( IP – πρωτόκολλο διαδικτύου). Το IP είναι ένας κώδικας επικοινωνίας ανάμεσα στους υπολογιστές ενός δικτύου και είναι υπεύθυνο για τη σωστή μετάδοση μηνυμάτων από υπολογιστή σε υπολογιστή. Κάθε Η/Υ συνδεδεμένος στο Διαδίκτυο έχει το δικό του τρόπο αναγνώρισης δικτύου, γνωστή ως IP διεύθυνση.

### **1.2 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ WORLD WIDE WEB**

Το World Wide Web είναι ένα υποσύνολο του INTERNET που χρησιμοποιεί κάποια ειδικά πρωτοκόλλα επικοινωνίας, που επιτρέπουν σε πληροφορίες να μεταφέρονται εύκολα και να μπορεί κανείς να τις δει από οποιοδήποτε μέρος του κόσμου. Αυτά τα πρωτοκόλλα επίσης επιτρέπουν σε δύο ή περισσότερες σελίδες του INTERNET να συνδέονται μεταξύ τους. Αυτή η πληροφορία περιέχεται σε ένα website, το οποίο είναι μια συλλογή από web σελίδες. Μια web σελίδα είναι αυτά τα αρχεία της πληροφορίας. Οι web pages βλέπονται με τη χρήση των web browsers που είναι ειδικά προγράμματα για αυτό το σκοπό σχεδιασμένα. Οι σύγχρονοι browsers παρέχουν ένα γραφικό περιβάλλον που επιτρέπει στους χρήστες να πλοηγηθούν πολύ εύκολα από το ένα site στο άλλο. Είναι η πιο γρήγορα εξελισσόμενη υπηρεσία του INTERNET.

### **1.3 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ E-MAIL**

Το e-mail ή ηλεκτρονικό ταχυδρομείο είναι η υπηρεσία ανταλλαγής μηνυμάτων ή αρχείων με ηλεκτρονικό τρόπο μέσω INTERNET. Οτιδήποτε μπορεί να αρχειοθετηθεί στον υπολογιστή μας μπορεί να σταλεί με e-mail. Η υπηρεσία του e-mail είναι δωρεάν στους χρήστες του INTERNET. Οι ιδιώτες και οι επιχειρήσεις αποκτούν ένα ακόμα στοιχείο στην ταυτότητα τους, όπως η ταχυδρομική διεύθυνση, ο ταχυδρομικός κώδικας, ο αριθμός του τηλεφώνου ή του fax, την ηλεκτρονική διεύθυνση e-mail. Η ταχύτητα μετάδοσης των μηνυμάτων είναι τέτοια που θα ζήλευε και ο θεός

Ερμής. Μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα (λεπτά στη χειρότερη περίπτωση) στέλνεις και λαμβάνεις μήνυμα από τη μία στην άλλη άκρη του κόσμου.

#### **1.4 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ**

Με τον όρο ηλεκτρονικό εμπόριο αναφερόμαστε στη διεκπεραίωση διαδικασιών όπως είναι, η σύναψη εμπορικών συμφωνιών, η ανταλλαγή παραστατικών, οι πληρωμές και η προώθηση προϊόντων με ηλεκτρονικά μέσα. Αλλιώς θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι η μεταφορά όλων ή των περισσότερων διαδικασιών των εμπορικών συναλλαγών ( πώληση αγαθών ή παροχή υπηρεσιών ) σε ηλεκτρονικό επίπεδο όπου σε κάθε μορφή εμπορικής συναλλαγής τα συναλλασσόμενα μέρη συνομιλούν με ηλεκτρονικό τρόπο αντί να έχουν φυσική επαφή. Για τις συναλλαγές χρησιμοποιούνται μόνο ηλεκτρονικοί υπολογιστές και τηλεφωνικές γραμμές μέσω των οποίων θα γίνεται η επικοινωνία και η συναλλαγή.

Έτσι η πρακτική αξία του internet δεν περιορίζεται μόνο στη λειτουργία του ως μέσο πληροφόρησης αλλά οι διάδρομοι επικοινωνίας που δημιουργήθηκαν χρησιμοποιούνται για την διενέργεια ηλεκτρονικών συναλλαγών ( electronic commerce ). Το ηλεκτρονικό εμπόριο καλύπτει και το marketing ( προώθηση, διαφήμιση, τιμή, διανομή ) των προϊόντων ή των υπηρεσιών μιας επιχείρησης.

Στις συναλλαγές που πραγματοποιούνται μεταξύ καταναλωτών και επιχειρήσεων μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου ( internet ) εμπλέκονται και άλλες επιχειρήσεις. Για παράδειγμα όταν πραγματοποιείται αγορά ενός προϊόντος από ηλεκτρονικό κατάστημα και η αγορά αυτή ολοκληρώνεται με την καταβολή του τιμήματος ( ηλεκτρονική πληρωμή ) εμπλέκεται στην συναλλαγή τόσο η τράπεζα του πελάτη όσο και αυτή του ηλεκτρονικού καταστήματος. Γι' αυτό το λόγο και οι ηλεκτρονικές συναλλαγές αφορούν και τις σχέσεις μεταξύ δύο επιχειρήσεων ( ηλεκτρονικού καταστήματος και τράπεζας ).

Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί μία από τις πιο πρόσφατες εξελίξεις στο χώρο λιανικού εμπορίου και είναι ένας ξεχωριστός τρόπος διανομής με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Είναι ένας από τους σημαντικότερους τρόπους για να παραμείνει μία επιχείρηση ανταγωνιστική στο σύγχρονο εμπορικό περιβάλλον. Σταδιακά θα αποτελέσει ένα συμπληρωματικό τρόπο αγορών για ένα συγκεκριμένο αγοραστικό κοινό και κυρίως σε νέους και πολυάσχολους καταναλωτές με επίπεδο εκπαίδευσης και γνώστες της νέας τεχνολογίας ( υπολογιστές- internet ).



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

#### 2.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ INTERNET

Οι ρίζες του internet είναι η δεκαετία του 1960, η εποχή των Beatles και των Hippies. Αλλά στην εποχή εκείνη δεν ήταν μόνο οι Beatles στο προσκήνιο. Το 1960 ήταν η εποχή των μεγάλων πυρηνικών εξοπλισμών μεταξύ Ηνωμένων Πολιτειών και Σοβιετικής Ένωσης, γνωστός ως ψυχρός πόλεμος. Οι δύο αυτές χώρες έφτιαχναν όλο και περισσότερα πυρηνικά όπλα και είχαν την δυνατότητα να εξαφανίσουν ολόκληρες πόλεις ή ακόμα και χώρες από το παγκόσμιο χάρτη.

Έτσι η RAND, η πιο μεγάλη εταιρία εφεύρεσης και παραγωγής πυρηνικών όπλων, συνυφασμένη με το ψυχρό πόλεμο, αντιμετώπιζε ένα μεγάλο στρατηγικό πρόβλημα. Πως θα μπορούσαν οι αρχές των Ηνωμένων Πολιτειών να επικοινωνούν μεταξύ τους σε περίπτωση πυρηνικού πολέμου. Αν ένας υπολογιστής από το δίκτυο καταστρεφόταν η επικοινωνία θα ήταν αδύνατη. Και αν υπήρχε ένας κεντρικός υπολογιστής από τον οποίο θα έπαιρναν πληροφορίες όλοι οι άλλοι υπολογιστές, τότε αυτός ο κεντρικός υπολογιστής θα γινόταν ο πρώτος στόχος μιας ατομικής βόμβας. Γι' αυτό η RAND εφεύρε ένα νέο είδος δικτύου.

Το 1964 η πρόταση της RAND άρχισε να συζητείτε. Αυτή η πρόταση είχε να κάνει με ένα καινούριο δίκτυο το οποίο δεν θα είχε κάποιο κεντρικό υπολογιστή. Αλλά επιπλέον όλοι οι κόμβοι θα ήταν μεταξύ τους όμοιοι και θα μπορούσαν να στέλνουν και να λαμβάνουν μηνύματα. Όλα αυτά τα μηνύματα θα στέλνονταν σε μορφή ψηφιακού πακέτου και κάθε ένα από αυτά στη δική του ηλεκτρονική διεύθυνση. Αυτό που είναι σημαντικό εδώ, είναι ότι: Το μήνυμα δεν χρειάζεται να εισέλθει μέσα από ένα κεντρικό υπολογιστή ο οποίος πρέπει να το επεξεργαστεί και μετά να το στείλει, αλλά θα μπορεί να σταλεί από τον ένα κόμβο στον άλλο. Αυτό σημαίνει ότι έστω και αν ένα από τα μηχανήματα του δικτύου καταστραφεί οι άλλοι κόμβοι θα είναι ακόμα σε θέση να επικοινωνούν μεταξύ τους.

Αυτό φυσικά είναι πιο αργό και πιο αναποτελεσματικό, ( το μήνυμα θα περνάει από πάρα πολλούς υπολογιστές πριν φτάσει στο τελικό προορισμό του), αλλά πιο αξιόπιστο.

Η πρώτη δοκιμή τέτοιου δικτύου έγινε το 1968 στο εθνικό εργαστήριο ερευνών της Μεγάλης Βρετανίας. Το όνομα Server ( εξυπηρετείς ) δημιουργήθηκε στο πανεπιστήμιο του Wisconsin.

Στις αρχές του 1969, παρουσιάζεται το APRANET που ήταν τμήμα του Αμερικάνικου Υπουργείου Εθνικής Αμύνης. Το υπουργείο άμυνας και η κυβέρνηση έψαχναν τρόπους να εξασφαλίσουν την ασφαλή αποστολή οδηγιών από το κέντρο ελέγχου προς τις βάσεις βαλλιστικών πυραύλων σε περίπτωση καταστροφής του δικτύου τηλεπικοινωνιών ύστερα από επίθεση. Αργότερα κατά τη διάρκεια του ίδιου έτους συνδέονται οι πρώτοι κόμβοι στο δίκτυο, που είναι το πανεπιστήμιο UCLA, το Stanford Research Institute, και το πανεπιστήμιο της Utah.

Το 1971, δεκαπέντε ( 15 ) ξεχωριστοί κόμβοι συνδέονται on line στο APRANET συνδέοντας 23 υπολογιστές. Ένα χρόνο αργότερα ύστερα από επιτυχή επίδειξη του APRANET, οι διαχειριστές του δικτύου δημιουργούν το πρώτο πρόγραμμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Παράλληλα στη Νορβηγία και τη Μεγάλη Βρετανία γίνονται οι πρώτες διεθνείς συνδέσεις του APRANET.

Το INTERNET δόθηκε στο δίκτυο το 1974 από τον Vint Cerf, καθηγητή του πανεπιστημίου της Καλιφόρνια στο Los Angeles. Τα πανεπιστήμια άρχισαν να δημιουργούν δίκτυα για την πρόσβαση σε πληροφορίες επιστημονικού χαρακτήρα.

Το 1984 το φράγμα των 1000 χρηστών έσπασε και το DNS ( Domain Name System ) πρωτοσυστάθηκε. Οι Internet Servers εξαπλώθηκαν τόσο που μετονομάστηκαν Domains. Υπάρχουν διάφορα είδη Domains όπως COM, NET, MIL, EDU, ORG, καθώς και για κάθε χώρα εκτός Η.Π.Α π.χ η Ελλάδα έχει GR και η Αγγλία UK. Οι πιο πολλοί Domain έχουν μετάθεμα .com που σημαίνει εμπορικό ( commercial ). Έτσι net σημαίνει μεταφορά μεταξύ δικτύων, org οργανισμοί, gov κυβερνητικοί, mil στρατιωτικοί, edu εκπαιδευτικοί.

Το 1986 το Εθνικό Επιστημονικό Ίδρυμα ( NSF ) ήθελε να φτιάξει υπέρ-υπολογιστές και να τους χρησιμοποιήσει για έρευνα. Έτσι αποφάσισε να συνδέσει πέντε υπέρ-υπολογιστικά κέντρα. Αρχικά ήθελε να χρησιμοποιήσει το APRANET για την σύνδεση των υπολογιστών. Η γραφειοκρατία και η έλλειψη προσωπικού του APRANET όμως άφησε μακριά το NSF από αυτή τη λύση.

Γι' αυτό έφτιαξαν ένα δικό τους δίκτυο χρησιμοποιώντας το IP πρωτόκολλο. Το NSF σύνδεσε 5 κέντρα, αλλά δυστυχώς δεν μπορούσε να συνδέσει όλα τα πανεπιστήμια με αυτό το δίκτυο. Αυτό γιατί πολύ απλά δεν είχε αρκετά χρήματα για εγκαταστάσεις και καλωδιώσεις για κάθε πανεπιστήμιο. Η λύση ήταν η εξής: Κάθε σχολείο και πανεπιστήμιο, μιας ορισμένης περιοχής θα συνδέονταν μεταξύ τους και μετά όλο αυτό στο δίκτυο και στον υπέρ-υπολογιστή. Η «κίνηση» στο δίκτυο όλο και μεγάλωνε και έτσι οι υπολογιστές αλλά και οι γραμμές δεν μπορούσαν να αντέξουν το μεγάλο όγκο των δεδομένων.

Το 1987 το NSF υπόγραψε συμβόλαιο με την εταιρία Merit Networks για να αυξήσει την απόδοση του δικτύου. Τα υπολογιστικά κέντρα και οι γραμμές αναβαθμίζονταν συνεχώς από τότε. Εκείνη την ημερομηνία οι χρήστες ξεπερνούσαν τους 10.000

Το 1989 στη Γενεύη τέθηκε σε εφαρμογή το World Wide Web. Παρουσιάζεται, από δεδομένα της NSF, ότι οι χρήστες του δικτύου ξεπέρασαν τους 100.000

Το 1992 το World Wide Web γίνεται γνωστό ως WWW και οι χρήστες του δικτύου έφτασαν το 1.000.000

Ένα χρόνο αργότερα, το 1993, ο πρώτος WWW-browser ανακοινώθηκε και ονομάστηκε Mosaic. Ο Λευκός Οίκος συνδέεται. Οι χρήστες ξεπερνούν τα 15.000.000. Ο δείκτης ανάπτυξης του INTERNET εκείνη την εποχή ήταν 341%.

Οι επιχειρήσεις έχουν ήδη συνδεθεί με το INTERNET και από το 1994 πωλούν ή προωθούν τα προϊόντα τους.

Το 1995, η επανάσταση του INTERNET έχει φτάσει στο αποκορύφωμα της και οι 45.000.000 χρήστες σε 100 χώρες του πλανήτη το επιβεβαιώνουν.

Ο ρυθμός ανάπτυξης του INTERNET μεγαλώνει μέχρι και σήμερα. Ο αριθμός των χρηστών αυξάνεται με πολύ μεγάλη ταχύτητα μέρα με τη μέρα. Η εξέλιξη συνεχίζεται...

## **2.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ**

Ως ηλεκτρονικό εμπόριο ορίζουμε το σύνολο των συναλλαγών αγαθών και υπηρεσιών που πραγματοποιείται αποκλειστικά μέσω του διαδικτύου [ EDI ( Electronic Data Interchange )].

Οι πρώτες εμπορικές συναλλαγές μέσω του διαδικτύου ξεκίνησαν στις αρχές του 1994.

Το 1997 οι άνθρωποι που χρησιμοποιούσαν το Διαδίκτυο για συναλλαγές έφτασαν τα 18.000.000

Μέχρι το τέλος του 2002 οι άνθρωποι που χρησιμοποιούσαν το Διαδίκτυο για συναλλαγές έφτασαν τα 128.000.000.

Τέλος το 2003 η αξία των συναλλαγών μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου άγγιξε τα 3.200 δις ΕΥΡΩ, ενώ οι πωλήσεις μέσω INTERNET θα φτάσουν τα 1.400 δις ΕΥΡΩ σύμφωνα με έρευνα του ινστιτούτου Forester Research.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

#### 3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Για πολύ καιρό τώρα μεγάλες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό εμπόριο για να διεξάγουν τις μεταξύ τους χρηματοοικονομικές συναλλαγές. Η ανταλλαγή ηλεκτρονικών δεδομένων ( EDI ) σε ιδιωτικά δίκτυα άρχισε στη δεκαετία του 1960 με πρώτες τις τράπεζες, χρησιμοποιώντας ειδικά δίκτυα για ηλεκτρονική ανταλλαγή κεφαλαίων. Αν και πρόσφατα με την αυξανόμενη ενημερότητα και δημοτικότητα του INTERNET, το ηλεκτρονικό εμπόριο έρχεται να κατακτήσει τους καταναλωτές καθώς και τις επιχειρήσεις όλων των μεγεθών.

Το Internet έχει ήδη αλλάξει τον τρόπο που διεξάγονται οι επιχειρηματικές δραστηριότητες. Όσο η επιρροή μεγαλώνει και περισσότερες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν το Internet, τόσο οι πιθανότητες για ανάπτυξη και διεξαγωγή ηλεκτρονικών συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων θα εξαπλωθούν και θα γίνει σαν κάτι το συνηθισμένο και σαν αναπόσπαστο κομμάτι του εμπορίου.

#### 3.2 ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ

Η ανάγκη για ηλεκτρονικό εμπόριο προκύπτει από την απαίτηση των επιχειρήσεων και των κυβερνήσεων για καλύτερη χρήση της τεχνολογίας των υπολογιστών και των τηλεπικοινωνιών ώστε να βελτιωθούν οι σχέσεις αμφίδρομης επικοινωνίας με τους πελάτες πολίτες καταναλωτές, οι επιχειρηματικές διεργασίες και η ανταλλαγή πληροφοριών ένδον-επιχειρησιακά , αλλά και κυρίως μεταξύ των επιχειρήσεων. Πάντως η ουσιαστική επιδίωξη της κάθε επιχείρησης στον έντονα ανταγωνιστικό επιχειρηματικό στίβο της εποχής μας είναι η εξασφάλιση στρατηγικού πλεονεκτήματος. Η τεχνολογία και ιδιαίτερα το ηλεκτρονικό εμπόριο παρέχει ευέλικτες και ολοκληρωμένες λύσεις τοποθέτησης των επιχειρήσεων στις επιθυμητές αγορές ( target markets ) παρεμβαίνοντας ευεργετικά σε κάθε στάδιο της αλυσίδας αξίας τους ( value chain ). Το internet είναι αυτό που έδωσε μεγάλη ώθηση στην ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου. Έτσι σε πολλές περιπτώσεις βλέπουμε μικρές επιχειρήσεις ή νεοσύστατες να διευθύνουν τις επιχειρήσεως τους online, όπως ακριβώς και οι μεγαλύτεροι ανταγωνιστές τους. Με αυτό τον τρόπο όλες οι επιχειρήσεις μεγάλες ή μικρές παίρνουν το πλεονέκτημα του Internet και προχωρούν στη μείωση του κόστους

τους, με το να καταργούν ασύμφορα ιδιωτικά δίκτυα και ψηφοποιώντας τις επιχειρήσεις τους σε όλους τους τομείς.

Η κίνηση αυτή δεν είναι νέα, έχει ξεκινήσει εδώ και μία δεκαετία και συνεχίζει να αυξάνεται καθώς οι προσωπικοί υπολογιστές γίνονται καθιερωμένο εργαλείο κάθε επιχείρησης. Πώς δημιουργήθηκε; σημαντικό ρόλο έπαιξε η σπουδαία συνεργασία μεταξύ : ψηφιακής πληροφόρησης, υπολογιστικών εφαρμογών, και το Internet. Αυτή η συνεργία έκανε δυνατή την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Πριν εξηγήσουμε το ηλεκτρονικό εμπόριο ας θυμηθούμε τι αποτελεί το παραδοσιακό εμπόριο. Το παραδοσιακό εμπόριο αποτελείτε κυρίως από την πώληση ενός προϊόντος και την είσπραξη των χρημάτων. Η διαδικασία της αγοραπωλησίας χωρίς το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει περίπου ως εξής: Ο επιχειρηματίας πρέπει να ανακαλύψει τις ανάγκες τις αγοράς, να σχεδιάσει την επιχείρηση του, να βρει τους προμηθευτές των προϊόντων ή των πρώτων υλών, να προσελκύσει πελάτες, να παρέχει τεχνική υποστήριξη, να πληρώσει φορολογία , προσωπικό. Οι καταναλωτές αντίθετα πρέπει να βρουν κάποια ανάγκη για οτιδήποτε έστω αν είναι υλικό προϊόν ή υπηρεσία ή πληροφορία. Μετά αυτοί πρέπει να βρουν πληροφορίες για αυτό που τους ενδιαφέρει να μάθουν που το πουλάνε, και να συγκρίνουν τις επιλογές που έχουν βρει ( τιμή, υπηρεσία, υποστήριξη και φήμη ) πριν αγοράσουν το προϊόν. Κάνοντας την πώληση είναι πιθανόν να ακολουθήσουν διαπραγματεύσεις για τη τιμή, την ποσότητα, τον τρόπο παράδοσης. Και ο κύκλος δεν τελειώνει εκεί. Η τεχνική υποστήριξη προσθέτει περισσότερα βήματα στον κύκλο. Οι καταναλωτές παίρνουν ότι χρειάζονται για να κρατήσουν τα προϊόντα τους σε καλή κατάσταση, ενώ οι προμηθευτές προσπαθούν να μάθουν τι χρειάζεται περισσότερο η αγορά. Εντωμεταξύ τράπεζες και άλλοι οικονομικοί οργανισμοί κατευθύνουν τις μεταβιβάσεις μεταξύ αυτών των δύο ( αγοραστών-προμηθευτών ).

Αν κάποιος κάτσει και σκεφτεί όλες αυτές τις πράξεις και συναναστροφές θα καταλάβει ότι δεν είναι μια απλή καθώς ότι και το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν αποτελεί τη διοίκηση μιας επιχείρησης μέσα από δίκτυα παρά από χαρτιά τηλέφωνα ταχυδρομεία, τρένα, αεροπλάνα, δρόμους, καθώς και όλα τα μέσα μετακίνησης των προϊόντων και των πληροφοριών.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ένα σύστημα που περιέχει όχι μόνο αυτές τις πράξεις που επικεντρώνονται στην αγορά και πώληση προϊόντων και υπηρεσιών που δημιουργούν κέρδος αλλά έχει να κάνει και με εκείνες τις συναλλαγές που υποστηρίζουν αυτό το κέρδος όπως προσφέροντας προσφορές πωλήσεων, δημιουργώντας ζήτηση για κάποια αγαθά, τεχνική υποστήριξη και επικοινωνία μεταξύ των συναλλασσόμενων.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο χτίζεται πάνω στα πλεονεκτήματα και στη δομή του παραδοσιακού ηλεκτρονικού εμπορίου με το να προσθέτει την ευκαμψία που προσφέρουν τα ηλεκτρονικά δίκτυα.

Με το να χειρίζεσαι ψηφιακές πληροφορίες μέσα σε ηλεκτρονικά δίκτυα, το ηλεκτρονικό εμπόριο φέρνει μερικές νέες ευκαιρίες διεύθυνσης εμπορικών δραστηριοτήτων. Για παράδειγμα, με τη χρησιμοποίηση ψηφιακής πληροφορίας για την διεξαγωγή εμπορικής δραστηριότητας, το ηλεκτρονικό εμπόριο κάνει ευκολότερη τη συνεργασία μεταξύ τμημάτων. Τα τμήματα αυτά μπορεί να είναι τμήματα ανταλλαγής πληροφοριών για δημιουργία στρατηγικής marketing, συνεργαζόμενες εταιρίες που σχεδιάζουν και κατασκευάζουν νέα προϊόντα ή να προσφέρουν νέες υπηρεσίες.

Επίσης διευθύνοντας εμπορικές δραστηριότητες σε ηλεκτρονικά δίκτυα αφαιρεί φυσικά εμπόδια. Για παράδειγμα τα ηλεκτρονικά συστήματα μπορούν να εξυπηρετήσουν πελάτες 24 ώρες το 24ωρο και 7 ημέρες την εβδομάδα. Παραγγελίες προϊόντων και υπηρεσιών μπορούν να γίνουν δεκτές οποιαδήποτε στιγμή και από οπουδήποτε.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο κάνει δυνατές νέες μορφές επιχειρήσεων καθώς επίσης και νέους τρόπους διοίκησης. AMAZON.COM για παράδειγμα είναι ένα βιβλιοπωλείο με έδρα στο Σιατλ. Αυτή η επιχείρηση δεν έχει κανένα κτήριο ( αποθήκες, γραφεία ). Πουλάει όλα τα βιβλία μέσω internet και τα αποστέλλει κατευθείαν μέσω του εκδότη και έτσι δεν χρειάζεται να κρατάει κανένα αρχείο πωλήσεων ή πελατών.

Ο ορισμός του ηλεκτρονικού εμπορίου δεν στατικός. Ακόμα και αν η νέα τεχνολογία μας προσφέρει πάρα πολλές ικανότητες, αύριο κάτι νέο και καλύτερο μπορεί να εμφανιστεί.

### **3.3 ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΠΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΝ ΣΕ ΕΝΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ**

Οι πιθανές περιπτώσεις φορέων που συμμετέχουν σε ένα περιβάλλον ηλεκτρονικού εμπορίου είναι:

- Ο δημόσιος φορέας προς την ιδιωτική επιχείρηση
- Επιχείρηση προς επιχείρηση
- Επιχείρηση προς καταναλωτή

#### **3.3.1 Ο δημόσιος φορέας προς την ιδιωτική επιχείρηση**

Ο τομέας αυτός καλύπτει κάθε μορφή ηλεκτρονικής επικοινωνίας και συναλλαγής μεταξύ των ιδιωτικών εταιριών και των Δημοσίων Αρχών ή Νομικών Προσώπων Δημοσίου Δικαίου. Η

συναλλαγή αφορά διεκπεραίωση φορολογικών ή άλλων υποχρεώσεων ( κατάθεση φορολογικής δήλωσης, δήλωση Φ.Π.Α. ), αυτοματοποίηση της διαδικασίας των δημόσιων προμηθειών καθώς και αυτοματοποίηση των εισαγωγών και εξαγωγών μέσω των τελωνείων. Τέλος στη κατηγορία αυτή υπάγεται και η ηλεκτρονική πληροφόρηση δηλαδή η έκδοση βεβαιώσεων και πιστοποιητικών εκ μέρους των υπηρεσιών του δημοσίου των Ν.Π.Δ.Δ. και των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης προς τα ενδιαφερόμενα φυσικά ή Ν.Π.Ι.Δ. πρόσωπα. Οι βεβαιώσεις αυτές παρέχονται με μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ( e-mail ). Στις Η.Π.Α., στο Καναδά και στη Σιγκαπούρη έχουν αναπτυχθεί πληθώρα εφαρμογών της μορφής αυτής με αποτέλεσμα μείωση των λειτουργικών εξόδων, καλύτερες υπηρεσίες, αποτελεσματικότερο έλεγχο εσόδων και διαφανή Δημόσια Διοίκηση.

Ένα πρότυπο σύστημα υποβολής διαχείρισης και διεκπεραίωσης δηλώσεων Φ.Π.Α. θα μπορούσε να περιγραφεί ως εξής:

Ο φοροτεχνικός αποστέλλει τη δήλωση Φ.Π.Α. προς το Κέντρο Πληροφορικής Υπουργείου Οικονομικών ( ΚΕ.Π.Υ.Ο. ). Το ΚΕ.Π.Υ.Ο. ευθύς ως λάβει την δήλωση του Φ.Π.Α. αποστέλλει μήνυμα στο φοροτεχνικό ότι έλαβε την δήλωση ( μήνυμα ελέγχου ). Το ΚΕ.Π.Υ.Ο. στέλνει μέσω του τραπεζικού δικτύου «ΔΙΑΣ», εντολή στην τράπεζα για χρέωση του λογαριασμού του φορολογούμενου. Με την σειρά της η τράπεζα στέλνει μέσω του δικτύου «ΔΙΑΣ» το αποτέλεσμα της χρέωσης στο φοροτεχνικό και στο ΚΕ.Π.Υ.Ο.

### **3.3.2 Επιχείρηση προς επιχείρηση**

Ο τομέας αυτός στοχεύει στην απλοποίηση των διαδικασιών των συναλλαγών των επιχειρήσεων. Στοχεύει δηλαδή :

- στον έλεγχο του ύψους αποθέματος,
- τις προμήθειες των προϊόντων,
- την αποστολή τιμοκαταλόγων,
- την παραγγελιοδοσία,
- τη λήψη των τιμολογίων και των εγγράφων που συνοδεύουν τα εμπορεύματα,
- τη διαχείριση των πληρωτέων λογαριασμών,
- την αποστολή εντολών πληρωμής και τη λήψη των προϊόντων.

### **3.3.3 Επιχείρηση προς καταναλωτή**

Οι επιχειρήσεις εκμεταλλεζόμενες τα οφέλη που προσφέρει το ηλεκτρονικό εμπόριο, δημιουργούν τις προϋποθέσεις για την ευρεία χρήση των δυνατοτήτων του INTERNET το οποίο ενδείκνυται για την αποτελεσματική προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών σε μεγάλο εύρος πιθανών καταναλωτών. Έτσι δημιουργήθηκαν σειρές εφαρμογών που περιλαμβάνουν:

- Την ηλεκτρονική αλληλογραφία,
- Την ηλεκτρονική διανομή προϊόντων,
- Τη διαφήμιση,
- Τα ηλεκτρονικά καταστήματα,
- Τις ηλεκτρονικές τράπεζες, και άλλα.

### **3.4 Διαφορά, Παραδοσιακών και Ηλεκτρονικών επιχειρηματικών συναλλαγών**

Ας δούμε τι πράξεις πρέπει να γίνουν από μία εταιρεία όταν κάποιος πελάτης αποφασίσει να αγοράσει κάτι, για παράδειγμα ένα έπιπλο με συρτάρια. Αρχικά ο υπάλληλος δίνει την παραγγελία μαζί με κάποιες διευκρινήσεις ( τέσσερα ή πέντε συρτάρια, με κλειδαριά ή χωρίς ), και μετά περνάει τη παραγγελία στο τμήμα που είναι υπεύθυνο για εγκριθεί. Εκεί έχει να κάνει με ένα ή δυο managers ανάλογα το κόστος. Η παραγγελία τελικά φτάνει στο εμπορικό τμήμα, όπου εκεί κάποιος πρέπει να ελέγξει το κατάλληλο μοντέλο καθώς και το κατάλληλο προμηθευτή. Αν υποθέσουμε ότι η συγκεκριμένη εταιρία δεν συνεργάζεται με κάποιο συγκεκριμένο προμηθευτή και έτσι ο υπάλληλος πρέπει να κοιτάξει σε περισσότερους από έναν κατάλογο και να καλέσει περισσότερους από ένα προμηθευτές για να κατοχυρώσει τη παραγγελία και τη διαθεσιμότητα του προϊόντος. Μέχρι να επιλεγεί ο κατάλληλος προμηθευτής, ο πράκτορας πρέπει να συμπληρώσει την φόρμα παραγγελίας και να την στείλει στον προμηθευτή είτε με fax είτε με mail.

Όταν η παραγγελία εκλάβει από τον προμηθευτή, αυτός καθορίζει την πίστωση που θα γίνει σύμφωνα με το ιστορικό του πελάτη της, τσεκάρει τα αποθέματα της και καθορίζει την ημερομηνία που μπορεί το εμπόρευμα να παραδοθεί. Κατά τη διάρκεια βέβαια ο προμηθευτής συμπληρώνει κάποια δελτία αποστολής καθώς και τιμολόγιο. Μετά το τιμολόγιο ταχυδρομείτε στον πελάτη και κάποια στιγμή αργότερα η εταιρεία πληρώνει το ωφελούμενο ποσό.

Τώρα ας δούμε πώς μπορούν να γίνουν όλα αυτά μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου. Ο πελάτης μπορεί να επισκεφτεί την ιστοσελίδα του μεταπωλητή ή ακόμα και του παραγωγού και να διαλέξει το κατάλληλο προϊόν που θέλει, (έπιπλο με τέσσερα συρτάρια και κλειδαριές σε κάθε συρτάρι



ξεχωριστά ), βλέποντας τα δεδομένα σε έναν on-line κατάλογο. Ο πελάτης μετά μπορεί να χρησιμοποιήσει το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και να στείλει μια ψηφιακή παραγγελία. Μετά θα γίνει αποδεκτή από την εταιρεία –ηλεκτρονικό κατάστημα με μία απλή απάντηση ενός manager στο μήνυμα του πελάτη τους.

Όταν ο προμηθευτής λάβει την παραγγελία, ένα υπολογιστικό πρόγραμμα μπορεί αυτόματα να βάλει την παραγγελία σε μια βάση δεδομένων εκκρεμών παραγγελιών όπου εκεί αυτόματα θα ελεγχθούν τα αποθέματα του συγκεκριμένου προϊόντος, τα πιστωτικά υπόλοιπα της εταιρίας-πελάτη, καθώς και η ημερομηνία παράδοσης στο προορισμό του. Ανάλογα θα γίνουν και με τις μεταφορικές εταιρίες και τράπεζες. Έτσι μέσω mail θα ειδοποιηθούν οι τελευταίοι για την παράδοση του εμπορεύματος και την μεταφορά των χρημάτων από τον ένα λογαριασμό στον άλλο αντίστοιχα.

Συγκρίνοντας την παραδοσιακή μέθοδο με την ηλεκτρονική βλέπουμε ότι τα βήματα είναι λίγο πολύ τα ίδια. Αυτό που διαφέρει, είναι τα μέσα που χρησιμοποιούνται, τα οποία κάνουν σε κάθε περίπτωση τις εργασίες περίπλοκες και χρονοβόρες ή εύκολες και γρήγορες αντίστοιχα. Με το ηλεκτρονικό εμπόριο, τα πάντα αρχίζουν ψηφιακά και τελειώνουν ψηφιακά μόνο που υπάρχουν πολλές διαφορετικές εφαρμογές για να επεξεργαστείς μια παραγγελία. Ενώ με τον παραδοσιακό τρόπο χρειάζονται τόσοι άνθρωποι και τόσα μέσα ( τιμολόγια, πρόχειρα παραγγελιών, δελτία αποστολής, δελτία εισπράξεων, επιταγές απόδειξης, τηλέφωνα, fax, ταχυδρομεία ) και το σπουδαιότερο τόσο πολύς χρόνος.

Ας φανταστεί κανείς πως όλες αυτές τις δουλειές θα μπορούσε να τις κάνει μόνος του χωρίς τίποτα παρά μόνο τα δάκτυλά του και καθισμένος στο γραφείο του. Αυτό λοιπόν είναι το **ηλεκτρονικό εμπόριο**.

Εκείνοι που ασχολούνται με την παροχή πληροφοριών, προϊόντων και υπηρεσιών έχουν μεγάλη ποικιλία όσο αφορά τον τρόπο που μπορούν να τα προωθήσουν, από τον παραδοσιακό έντυπο τρόπο σε ποικίλους τρόπους πολυμέσων όπως είναι το internet, ταινίες και η τηλεόραση. Το γεγονός είναι ότι όλες οι πληροφορίες μπορούν να εκφραστούν μέσα από την αποθήκευση ως BITS στο computer το οποίο κάνει το προϊόν πιο ευμετάβλητο καθώς ως νέο μέσο έχει πολλές δυνατότητες ανάπτυξης και εξέλιξης. Για παράδειγμα ένας ηλεκτρονικός κατάλογος μπορεί να παρουσιαστεί μέσα από το web όπως επίσης μπορεί να εκτυπωθεί σε προσαρμοσμένους καταλόγους και να προωθηθεί σε συγκεκριμένα super market. Επίσης μπορούν τα δεδομένα να καταχωρηθούν σε ένα CD-ROM με παρουσιάσεις πολυμέσων για τα προϊόντα. Τελικά η παραγωγική υποδομή πάει να βασιστεί στα computers και σε άλλες ηλεκτρονικές συσκευές.

Ακόμα και πριν κάνεις μια πώληση απαιτείται να έχεις τους υποψήφιους πελάτες σε αγωνία για τα προϊόντα. Αυτό μπορεί να γίνει με διαφήμιση και marketing. Ενδεχόμενοι αγοραστές

μπορούν να αποκτήσουν πληροφορίες για την επιχείρηση και τα προϊόντα της κατά τη διάρκεια που μαθαίνουν πληροφορίες για τις αγορές, με αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις να πλησιάζουν τους αγοραστές καλύτερα και να σχεδιάζουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σύμφωνα με τις ανάγκες τους. Με το ηλεκτρονικό εμπόριο και οι δύο στόχοι μπορούν να επιτευχθούν.

Μπορείς επίσης να πεις ότι οι δικτυακές κοινωνίες είναι χρήσιμες για διανομή πληροφοριών γύρω από διάφορα προϊόντα. Δωμάτια επικοινωνίας ( chat rooms ), τηλεδιάσκεψη ( multi-party conferencing ) και τα newsgroups τα οποία είναι ικανά να καλλιεργήσουν συζήτηση για τις επιχειρήσεις και τα προϊόντα τους. Πολλά από αυτά τα συστήματα μπορούν να αναμειχθούν μέσα από έναν WEB SERVER.

Το World Wide Web παρέχει έναν αποτελεσματικό τρόπο επικοινωνίας με τους καταναλωτές. Μπορείς να σχεδιάσεις σελίδες ώστε να συμπεριλάβεις καταλόγους προϊόντων οι οποίοι μπορούν να αναζητηθούν ηλεκτρονικά και να παρέχουν νέους τύπους πληροφοριών. Εάν συναντήσεις έναν ηλεκτρονικό κατάλογο προϊόντων μπορείς να αποκτήσεις δεδομένα προϊόντων τα οποία έχουν προέλθει από αιτήματα καταναλωτών στις αναζητήσεις τους. Επίσης μπορείς να ζητήσεις πληροφορίες από τους επισκέπτες στην ιστοσελίδα παρέχοντας τους μια σελίδα με σχόλια. Μέσα από τις πληροφορίες που συλλέγεις από τους επισκέπτες μπορείς να θέσεις δημογραφικά στοιχεία από έρευνες και πληροφορίες.

Το INTERNET προσφέρει έναν αριθμό από διαφορετικούς τρόπους κάλυψης των καταναλωτών. Για παράδειγμα εάν έχεις έναν WEB SERVER μπορείς να συμπεριλάβεις μια φόρμα για να αποδεχθείς τις ερωτήσεις των πελατών και να τις προωθήσεις στο προσωπικό υποστήριξης. Μπορείς να συγκεντρώσεις τις ερωτήσεις που ανακύπτουν σε αυτό που είναι ευρέως γνωστό ως FAQ και να τις διανείμουν μέσω e-mail, Usenet news και το Web. Ακόμα και αν οι ιστοσελίδες γίνονται μηχανισμοί αποδοχής ερωτήσεων, οι καταναλωτές μπορούν συχνά να έρχονται σε επαφή με το Service μέσω e-mail.

Καθώς ένας μεγάλος αριθμός από ιστοσελίδες στοχεύουν στο ευρύ κοινό, ένας συγκεκριμένος αριθμός από αυτές αποσκοπούν σε επιχειρήσεις. Σε μερικές περιπτώσεις μπορείς κάτι ενδιάμεσο δηλαδή ιστοσελίδες που προσφέρουν και στους αγοραστές και στους πωλητές την ευκαιρία να επικοινωνούν, να κάνουν διαπραγματεύσεις.

## Νέος και Παλιός Τρόπος για να πραγματοποιηθεί μια αγορά

Ο κύκλος της συναλλαγής	Παραδοσιακός τρόπος	Ηλεκτρονικό Εμπόριο
Πηγές πληροφοριών για το προϊόν	Περιοδικά, φυλλάδια, κατάλογοι	Web pages
Παραγγελία του προϊόντος	Γράμμα, ειδική φόρμα	e-mail
τιμοκατάλογοι	κατάλογοι	Online κατάλογοι
Έλεγχος διαθεσιμότητας του προϊόντος	Τηλέφωνο, fax	-----
Δημιουργία παραγγελίας	Έντυπη φόρμα	e-mail, web pages
Αποστολή λήψη παραγγελίας	Ταχυδρομείο, fax	e-mail, EDI
Προτεραιότητα παραγγελιών	-----	On-line βάση δεδομένων
Έλεγχος αποθεμάτων	Έντυπη φόρμα, τηλέφωνο, fax	On-line βάση δεδομένων Web pages
Προγραμματισμός παράδοσης	Έντυπη φόρμα	On-line βάση δεδομένων, e-mail
τιμολόγηση	Έντυπη φόρμα	On-line βάση δεδομένων
Παραλαβή προϊόντος	Μεταφορέας	-----
Γράμμα απολαβής παραγγελίας	Έντυπη φόρμα	e-mail
Αποστολή-λήψη τιμολογίου	Ταχυδρομείο	e-mail
Προγραμματισμός πληρωμής	Έντυπη φόρμα	On-line βάση δεδομένων, EDI
Αποστολή πληρωμής	Ταχυδρομείο	EDI

### 3.5 Πληρωμή

Τώρα ερχόμαστε στην καρδιά της διαδικασίας των πωλήσεων. Υπάρχει μια μεγάλη ποικιλία από μηχανισμούς πληρωμών, αυτό ίσως είναι το πιο ευμετάβλητο μέρος του ηλεκτρονικού εμπορίου π.χ ηλεκτρονικά check, ψηφιακά μετρητά. Οι επιχειρηματίες πειραματίζονται με μια μεγάλη ποικιλία από συστήματα πληρωμών του internet. Μερικά από αυτά είναι σχεδόν ίδια με αυτά που χρησιμοποιούνται συχνά, όπως είναι οι πιστωτικές κάρτες τα check και άλλα. Ακόμη και τα ηλεκτρονικά μετρητά ( digital cash ), ως μία προσπάθεια ηλεκτρονικά να αντιπροσωπεύει το σκληρό νόμισμα, είναι μια καλή προσπάθεια. Αλλά όλες αυτές οι ηλεκτρονικές μεθόδους πληρωμής των αγαθών είναι σε αρχική μορφή όταν συγκρίνεται με τις καθημερινές συναλλαγές.

Οι επιχειρήσεις έχουν ανταποκριθεί στο WEB εισάγοντας στους ηλεκτρονικούς καταλόγους μηχανισμούς για να δέχονται παραγγελίες, θέτοντας έτσι συστήματα πληρωμών στο ίδιο μέγεθος κάνοντας έτσι αίσθηση στο χώρο των συναλλαγών. Πολλοί μικροπωλητές προσφέρουν λειτουργικό εμπορικής υποστήριξης ειδικά σχεδιασμένο για να διαχειρίζεται πληρωμές στο WEB. Επίσης περιέχουν ευκολίες για γενικούς εμπορικούς καταλόγους.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

### **ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ**

#### **4.1 Λειτουργία ηλεκτρονικού καταστήματος**

Ο πελάτης μπαίνει στην ηλεκτρονική σελίδα ( site ) του εμπόρου είτε καταχωρώντας το URL ( Uniform Resource Locator ) του, είτε μέσω κάποιου καταλόγου. Ο καταναλωτής-χρήστης περιηγείται στο ηλεκτρονικό κατάστημα και με τη βοήθεια κάποιων βάσεων δεδομένων και μηχανών αναζήτησης αναζητά τα προϊόντα που τον ενδιαφέρουν ομαδοποιημένα σε κατηγορίες. Στο επόμενο στάδιο ο καταναλωτής τοποθετεί τα προϊόντα που επέλεξε σε ένα εικονικό καλάθι στο οποίο υπάρχει δυνατότητα να προσθέσει και να αφαιρέσει προϊόντα.

Στην συνέχεια ξεκινά η διαδικασία της συναλλαγής. Το ηλεκτρονικό κατάστημα μπορεί να παρέχει πολλαπλές δυνατότητες πληρωμής όπως με πιστωτική κάρτα, με ηλεκτρονικές επιταγές με ψηφιακό χρήμα ή ακόμα και με αντικαταβολή. Ο καταναλωτής συμπληρώνει στη φόρμα πληρωμής τα προσωπικά του στοιχεία και τον αριθμό της πιστωτικής του κάρτας. Ο αριθμός της πιστωτικής κάρτας κρυπτογραφείται και στέλνεται σε πραγματικό χρόνο στο Bank Card Acquirer για έλεγχο της κάρτας. Αν η αίτηση-εξουσιοδότηση γίνει αποδεκτή τότε οι πληροφορίες για τα προϊόντα και τον τρόπο μεταφοράς τους κρυπτογραφούνται και στέλνονται απευθείας στον έμπορο για την διεκπεραίωση της παραγγελίας. Μετά την ασφαλή μετάδοση της παραγγελίας, παράγεται από τον Server του εμπόρου μια απόδειξη πληρωμής, η οποία κρυπτογραφείται και στέλνεται στο PC του πελάτη. Η απόδειξη αυτή περιλαμβάνει έναν αριθμό παραγγελίας και μια λίστα με τα προϊόντα που αγόρασε ο πελάτης. Στην περίπτωση που το site του ηλεκτρονικού καταστήματος παρουσιάζει μεγάλο αριθμό επισκέψεων καταναλωτών η επιχείρηση προχωρεί στη τοποθέτηση διαφημιστικών Banners αρχική της ιστοσελίδα και έτσι μπορεί να διαφημίσει και προϊόντα άλλων εταιριών που συμπληρώνουν αυτά του καταστήματος του.

#### **4.2 AMAZON: Ένας δικτυακός ποταμός καινοτομίας.**

«Εδώ και 550 εκατομμύρια χρόνια, στην κάμβρια παλαιοντολογική περίοδο, σημειώθηκε μία έξαρση ανάπτυξης. Για άγνωστους λόγους, τα είδη διακλαδώθηκαν σε πολυκυτταρικό και

πολλαπλασιάστηκαν με μία εκπληκτική ταχύτητα. Δημιουργήθηκαν εξαιρετικά πολλές νέες μορφές ζωής, όπως και εξαλείφθηκαν άλλες. Σήμερα το internet περνάει την κάμβρια περίοδο του. Ένα λίθος και θα βρεθούμε και εμείς στο σωρό των εξαλειφθέντων ειδών. Αν όμως επιβιώσουμε, μας δίνεται η ευκαιρία να γράψουμε μία υποσημείωση στην ιστορία των «επιχειρήσεων».

Κάπως έτσι περιγράφει την οπτική του για το σημερινό internet ο Τζεφ Μπέζος, ιδρυτής και πρόεδρος του amazon.com, του μεγαλύτερου βιβλιοπωλείου on-line αλλά και του πιο δημοφιλούς εμπορικού τόπου για καταναλωτές στο internet. Μέσα σε τέσσερα μόλις χρόνια η Amazon πήγε από το γκαράζ του Μπέζος, τον Ιούλιο του 1995 που άνοιξε τις εικονικές πόρτες του το amazon.com, σε τέσσερα επιβλητικά κτίρια στο Σιάτλ. Τον πρώτο χρόνο της λειτουργίας της η Amazon είχε ένα εκατομμύριο Καταγεγραμμένους πελάτες. Σήμερα οι πελάτες της ξεπερνούν τα 12 εκατομμύρια σε 160 χώρες ! Το ίδιο εντυπωσιακός είναι και ο τζίρος της Amazon: για το 1997 ήταν 149 εκατομμύρια δολάρια, δέκα φορές μεγαλύτερος από τον τζίρο του αμέσως επόμενου ανταγωνιστή της, Barnes and Noble, ενώ για το 1998 έφτασε τα 610 εκατομμύρια Δηλαδή αύξηση 313% σε ένα χρόνο), έναντι 20 εκατομμυρίων δολαρίων του Barnes and Noble.

Σήμερα ο τόπος της Amazon δεν πουλά μόνο βιβλία. Πουλά CD, DVD, καταναλωτικά ηλεκτρονικά, είδη σπιτιού και δώρα, ενώ πρόσφατα πρόσθεσε και δημοπρασίες on-line, όπου οποιοσδήποτε μπορεί να πουλήσει οτιδήποτε. Το περίεργο και το ενδιαφέρον όμως είναι ότι, ενώ η Amazon έχει κερδίσει τον πόλεμο σχεδόν από την πρώτη μέρα της λειτουργίας της, μέχρι σήμερα... δεν έχει κερδίσει ούτε δραχμή. Χάνει συνεχώς χρήματα, αλλά η μετοχή της -μπήκε στο Χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης το 1997 με αξία 1,5 δολάρια- έχει φτάσει τα 74 δολάρια! Είναι ένα φαινόμενο που, αν το Harvard Business School δεν έχει συμπεριλάβει ακόμη στις επιχειρηματικές περιπτώσεις που μελετά, σίγουρα θα το κάνει σύντομα

Στο τέλος του 1994, τότε που ο Μπέζος άφησε τη δουλειά του οικονομικού αναλυτή στη Νέα Υόρκη, για να ξεκινήσει κάτι καινούριο στο Web, τα πράγματα ήταν πολύ διαφορετικά. Ένα από το παρατσούκλια του WWW ήταν «World Wide Wait», λόγω της μεγάλης αναμονής και καθυστέρησης που σημειωνόταν σε ένα δίκτυο που είχε σχεδιαστεί για άλλη και μικρότερη χρήση. Προκειμένου λοιπόν να πουλήσει οτιδήποτε σε ένα αργό Διαδίκτυο, ο Μπέζος έπρεπε να προσπαθήσει να κάνει την αγορά από ευχάριστη έως πολύ διασκεδαστική. Να προσφέρει δηλαδή αξία στον πελάτη, που θα αντισταθμίσει τις όποιες καθυστερήσεις του δικτύου. Έτσι επένδυσε με έμφαση στον τομέα «φροντίδα του πελάτη». Τον φρόντισε με ένα νέο τρόπο, που, όπως φαίνεται, ήταν αποτελεσματικός.

Γιατί όμως πηγαίνουν και ξανά πηγαίνουν οι πελάτες στην Amazon πηγαίνουν διότι έχει μεγάλη ποικιλία προϊόντων, διότι η πλοήγηση στον τόπο είναι εύκολη, διότι ο τόπος ανανεώνεται

προσφέροντας νέες υπηρεσίες και διότι τους αρέσει η εξαιρετική Χρήση του e-mail για Αποστολή πληροφοριών και αμφίδρομη επικοινωνία (δηλαδή για marketing και εξυπηρέτηση πελατών). Πηγαίνουν, τέλος, διότι η Amazon έχει έναν πολύ καλό τρόπο να προτείνει προϊόντα χωρίς πιεστικό τρόπο. Η εμπειρία του shopping στο amazon είναι, με άλλα λόγια, εύκολη και ευχάριστη. Ο πελάτης μπορεί να μπει οποτεδήποτε και να βρει ότι εμφανίστηκε στο διάστημα που έλειψε. Ακόμη όμως και αν δεν μπει, η Amazon τον θυμάται μέσω του e-mail και του στέλνει μηνύματα με παραπομπές που του εξάπτουν την περιέργεια. Όλα αυτά όμως μπορούν να αναγράφουν από τους ανταγωνιστές. Τι είναι αυτό που κάνει τη διαφορά;

Η δυνατότητα του amazon.com να είναι πρωτοπόρο, να ανακαλύπτει νέους τρόπους επικοινωνίας και να βρίσκεται πάντα μπροστά από τον ανταγωνισμό. Πώς ακριβώς συμβαίνει αυτό; «Γο ξέρω ότι ακούγεται γελοίο απλά» λέει ο Μπέζος «αλλά ρωτάμε τους πελάτες μας τι θέλουν». Αυτό το «ρωτάμε» όμως δεν είναι απλό σημαίνει ότι προσπαθούν να ενθαρρύνουν την επικοινωνία με e-mail, ότι αναλύουν πολύ προσεκτικά την αγοραστική συμπεριφορά των πελατών τους και τη συμπεριφορά τους κατά την απλή περιήγηση του τόπου. Είναι μία υποδειγματική χρήση του marketing 1: 1, όπου η εταιρεία απευθύνεται άμεσα στον πελάτη και αυτός νιώθει ότι τον μεταχειρίζονται ως μοναδική και ξεχωριστή οντότητα. Όλη αυτή η ανάλυση συμπεριφοράς με ένα διάλογο που διεξάγεται «σταγόνα-σταγόνα », γίνεται με έναν τρόπο που δεν ενοχλεί τους πελάτες. Έτσι, η εταιρεία χρησιμοποιεί αυτά τα δεδομένα για να «εφεύρει πράγματα που υποψιαζόμαστε πως θέλει ο κόσμος» συνεχίζει ο Μπέζος «όπως αγορές με ένα κλικ, λίστες best-seller και ομάδες ειδικού ενδιαφέροντος, Π.χ., ποια βιβλία και CD είναι δημοφιλή στο Yale».

Η Amazon εμφανίζεται επίσης πανταχού παρούσα. Επεκτείνει την παρουσία της στο Διαδίκτυο με το πρόγραμμα των «συνεργατών», όπου σε έναν τόπο μπορεί να υπάρχει μία παραπομπή προς το amazon.com για συγκεκριμένα βιβλία που σχετίζονται με τον τόπο και που, αν αγοραστούν, δίνουν ένα ποσοστό στον τόπο από όπου προήλθε η πώληση.

Ηε όλα αυτά δεν θα πρέπει να προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι το μαγαζί της Amazon δεν χάνει πελάτες. Το αντίθετο μάλιστα ένα ποσοστό 65% των πελατών είναι επαναληπτικό, ποσοστό εξαιρετικά υψηλό γι' αυτόν το χώρο. Γιατί άλλωστε οι πελάτες να πάνε αλλού. Για τα λίγα σεντς που ίσως να είναι φθηνότερο ένα βιβλίο δεν είναι διατεθειμένοι να χάσουν αυτήν τη σχέση που έχουν καλλιεργήσει. Είναι σαν έναν ευτυχισμένο γάμο, σίγουρα υπάρχουν παντού πειρασμοί, αλλά αξίζει τον κόπο να αναστατώσει κανείς μία καλή σχέση και μία σταθερή ισορροπία για κάτι άγνωστο?

Σαφώς λοιπόν η Amazon είχε τη σωστή στρατηγική, σαφώς είχε τις σωστές, φιλοδοξίες και με αυτές κατέκτησε ένα ζωτικό χώρο στο internet, από όπου μπόρεσε να επεκταθεί.

Όπως είπαμε όμως και παραπάνω, είχε από την αρχή και ορισμένα σημαντικά ατού με τα οποία

κέρδισε τη μάχη

1. Το σωστό προϊόν. Δεν χρειάζεται να δοκιμάσεις, να αγγίξεις η να μυρίσεις ένα βιβλίο για να το αγοράσεις. Το προϊόν είναι όσο στάνταρτ γίνεται.

2. Το σωστό marketing. Ήταν πραγματικά από τους πρώτους που είχε μία προσωπική σχέση με τον πελάτη, μία σχέση «έναν προς έναν». Θυμάται και «ήξερε» τι ήθελε ο πελάτης, χωρίς να τον ενοχλεί.

3. Το σωστό περιεχόμενο. Σχόλια και έγκυρες βιβλιοκριτικές, συνεντεύξεις, περιεχόμενα των βιβλίων, (σχόλια των αναγνωστών και αξιολογήσεις τους, με την ανέξοδη συμμετοχή των προγενέστερων πελατών. Το περιεχόμενο αυτό βρισκόταν πάντα πολύ κοντά στη δυνατότητα και την απόφαση του πελάτη να αγοράσει.

4. Τα σωστά πλεονεκτήματα. Πουλούσε ένα , προϊόν στο οποίο η ποικιλία και η πληρότητα μετρούν. Είχε, η μπορούσε να βρει, όλα τα βιβλία που κυκλοφορούν, κάτι που είναι πολύ σημαντικό για τον υποψήφιο πελάτη, ειδικά τον επαναληπτικό αγοραστή.

5. Τη σωστή λειτουργικότητα. Για να αγοράσεις από την Amazon, θα έπρεπε η διαδικασία να είναι ευκολότερη από αυτήν του βιβλιοπωλείου. Θα έπρεπε να μπορείς να παραλάβεις γρήγορα όλα τα βιβλία που παραγγέλλεις -όχι μόνο τα πιο δημοφιλή- και να περιμένεις εβδομάδες για τα υπόλοιπα. Επίσης, αν κάτι επρόκειτο να καθυστερήσει, έπρεπε να το ξέρεις από την αρχή και για να μπορείς να αποφασίσεις αν θέλεις να περιμένεις, αλλά και για να αποφύγεις τις δυσάρεστες εκπλήξεις αργότερα. Εδώ η Amazon δεν το κατάφερνε πάντα τέλεια, αλλά τα κατάφερνε πολύ καλύτερα από τον ανταγωνισμό και έκανε περισσότερα πράγματα σωστά παρά λάθος, πράγμα σημαντικό.

Και το μέλλον? Σε έναν τομέα τόσο καυτό όσο το ηλεκτρονικό εμπόριο, φυσικό είναι οι γνώμες να διχάζονται. Προβλέπεται πως η Amazon θα είναι ζημιογόνα μέχρι το 2000, παρ' όλο που η μετοχή της έχει φτάσει στα ύψη. Από τη μία πλευρά υπάρχουν εκείνοι που λένε πως τώρα πλέον κανείς και τίποτα δεν μπορεί να τη σταματήσει, διότι έχει μεταμορφωθεί σε ένα σημαντικό πόλο συνολικής εμπορικής δραστηριότητας και ο ανταγωνισμός πρακτικά δεν υπάρχει. Από την άλλη υπάρχουν εκείνοι που λένε πως το επιχειρησιακό μοντέλο της φθάνει και, καθώς τώρα μπαίνει σε αγορές με μικρότερα ποσοστά κέρδους, θα αρχίσει να τα βρίσκει δύσκολα. Κατ' ουσία πρόκειται για μία μάχη με το χρόνο

προκειμένου να εγκαθιδρυθεί ένα μονοπώλιο αν, δηλαδή, η εταιρεία θα προλάβει να γίνει σχεδόν ο αποκλειστικός, η μάλλον ο προτιμητέος, πόλος μιας ευρύτερης διαδικτυακής καταναλωτικής δραστηριότητας και όχι μόνο λιανικής (κάτι πολύ δύσκολο).



## 1.2.1 Παράδειγμα του καταστήματος στο Internet

- **Εισαγωγή στο κατάστημα.** Αρχικά εμφανίζεται στον χρήστη μια οθόνη καλωσορίσματος. Αν ο χρήστης έχει επισκεφτεί πάλι το site και έχει ήδη δημιουργήσει έναν λογαριασμό στο κατάστημα, τότε μπορεί να εισέλθει χρησιμοποιώντας το προσωπικό του user name και τον δικό του κωδικό πρόσβασης. Σε περίπτωση που είναι η πρώτη φορά που επισκέπτεται το κατάστημα, τότε μπορεί να κάνει εγγραφή προκειμένου να γίνει πλέον μέλος-πελάτης.
- **Εγγραφή στο κατάστημα.** Στην περίπτωση που ο πελάτης εισέρχεται για πρώτη φορά στο κατάστημα και επιλέξει να κάνει εγγραφή, τότε θα εμφανιστεί μια φόρμα, στην οποία θα πρέπει να συμπληρώσει τα απαιτούμενα στοιχεία (user name, password, ονοματεπώνυμο, διεύθυνση κ.λ.π.).
- **Πλοήγηση στο κατάστημα.** Μετά την εγγραφή του ή δίνοντας κατευθείαν το αναγνωριστικό και τον κωδικό πρόσβασης, ο πελάτης μπορεί πλέον να πλοηγηθεί στο κατάστημα. Έτσι βλέπει μια λίστα με τα προϊόντα, αλλά και με κάποιες ειδικές τιμές που προσφέρονται για συγκεκριμένα προϊόντα, σε προσφορές.
- **Μηχανισμός αναζήτησης.** Στην περίπτωση που ο χρήστης επιθυμεί να αναζητήσει ένα συγκεκριμένο προϊόν, τότε μπορεί να το αναζητήσει με δύο τρόπους. Με βάση αυτόν τον πρώτο τρόπο που ονομάζεται και «έξυπνη αναζήτηση» (smart search), ο πελάτης αναζητά το προϊόν με συγκεκριμένα κριτήρια, που έχουν οριστεί από τον διαχειριστή του καταστήματος, όπως είναι η κατασκευάστρια εταιρία, το όνομα, το μοντέλο προϊόντος κ.α. Θέτοντας τιμές για κάποια από αυτά τα κριτήρια, το σύστημα ανακτά μια λίστα προϊόντων που ανταποκρίνεται σε αυτά. Ο πελάτης ελέγχει τη λίστα και επιλέγει το προϊόν που επιθυμεί. Ο δεύτερος τρόπος είναι ανά κατηγορία. Δηλαδή ο χρήστης αναζητά το προϊόν που θέλει βάσει των κατηγοριών που υπάρχουν. Π.χ αν θέλει να αγοράσει ένα DVD θα πάει στην κατηγορία dvd μετά κατηγορία έργου όνομα ηθοποιών κτλ.
- **Καλάθι αγορών.** Επιλέγοντας ο πελάτης κάποιο συγκεκριμένο προϊόν, είτε μέσω της πλοήγησης του στο κατάστημα είτε μέσω του μηχανισμού αναζήτησης, εμφανίζεται μια λεπτομερή περιγραφή του προϊόντος, μαζί με φωτογραφία, τον κωδικό του, καθώς και με την τιμή αγοράς του. Έτσι δίνεται η δυνατότητα στον πελάτη να αποφασίσει αν θα το προσθέσει στο καλάθι αγορών ή όχι. Αν ο πελάτης αποφασίσει να προσθέσει στο καλάθι

αγορών κάποιο προϊόν, τότε εμφανίζεται στην οθόνη του η κατάσταση του καλαθιού, ενημερώνεται δηλαδή για τι προϊόντα έχει βάλει στο καλάθι του, τις τιμές τους, τους κωδικούς του καθώς και για την συνολική αξία των αγορών του. Βέβαια παρέχεται η δυνατότητα στον πελάτη να αφαιρέσει κάποιο προϊόν από το καλάθι του, αν δεν το επιθυμεί πλέον, ή να αλλάξει την ποσότητα παραγγελίας σε κάποιο άλλο.

**Παραγγελιοδοσία.** Στην περίπτωση που ο πελάτης αποφασίσει να αγοράσει τα προϊόντα που έχει ήδη προσθέσει στο καλάθι αγορών τότε εμφανίζεται πάλι η αναλυτική κατάσταση του καλαθιού, αλλά επιπρόσθετα παρουσιάζεται η φορολόγηση που θα επιβληθεί, ενώ καλείται ο πελάτης να επιλέξει πιστωτική κάρτα για την αγορά του από μια λίστα καρτών που υποστηρίζει το κατάστημα και η οποία έχει καθοριστεί από τον διαχειριστή του καταστήματος. Πρέπει να εισαχθούν τα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας και επιπλέον πρέπει να επιλεγεί η μέθοδος αποστολής των προϊόντων. Παρέχεται μια λίστα τρόπων παράδοσης προϊόντων, με αναλυτική περιγραφή αυτών (εταιρία αποστολής, διάρκεια αποστολής και παράδοσης, έξοδα αποστολής). Η παραγγελιοδοσία ολοκληρώνεται μόλις ο πελάτης στείλει την εντολή πληρωμής, έχοντας επιλέξει πιστωτική κάρτα και μέθοδο αποστολής. Τέλος μπορεί να ελέγξει την κατάσταση της παραγγελίας του.

#### **4.3 Το Πλαίσιο (Ελληνική παρουσία ηλεκτρονικού εμπορίου στο Internet.)**

Το «νέο» κατάστημα του Πλαισίου άνοιξε στη διεύθυνση [www.plaisio.gr](http://www.plaisio.gr). Το γνωστό computer shop, που η παρουσία του στο χώρο των προϊόντων πληροφορικής ξεπερνά τα δέκα χρόνια, εισήλθε δυναμικά στο Web με μία από τις πιο ολοκληρωμένες προτάσεις εγχώριου ηλεκτρονικού εμπορίου. Στο συγκεκριμένο τόπο ο επισκέπτης έχει στη διάθεση του όχι μόνο ένα σημαντικό όγκο πληροφοριών αλλά και μία εμφανώς συνεχή ενημέρωση των προσφερομένων προϊόντων πράγμα ιδιαίτερα κρίσιμο για «κατάστημα» τέτοιου είδους. Ο χρήστης εύκολα μπορεί να αναζητήσει τα είδη που θέλει, καθώς και να πάρει απάντησης σε οποιαδήποτε απορία του από την αρκετά καλή υπηρεσία υποστήριξης πελατών. Στα αρνητικά αυτού του τόπου μπορούν να συμπεριληφθούν το ότι δεν υπάρχουν προσφορές που είναι δυνατόν να λειτουργήσουν ως ένα επιπλέον κίνητρο επίσκεψης, όπως επίσης το ότι δεν υπάρχουν εργαλεία παρακολούθησης της παραγγελίας, που θα ενίσχυαν το αίσθημα της εμπιστοσύνης των χρηστών και, τέλος, το γεγονός ότι ο σχεδιασμός του τόπου είναι υποδεέστερος της όλης προσπάθειας που έχει κάνει η εταιρεία. Συνοπτικά, η διαδικτυακή επένδυση του «Πλαίσιο» έχει μεγάλες προοπτικές, αφού είναι σίγουρο ότι θα υποστηριχτεί και θα διαφημιστεί κατάλληλα.

#### 4.4 ΔΙΑΦΟΡΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

- **Book Stacks Unlimited ([www.bookstacks.com](http://www.bookstacks.com))**

Το books stacks unlimited είναι ένα ακόμα μεγάλο βιβλιοπωλείο στον Ιστό. Ανήκει στην εταιρεία CUC, που είναι ο μεγαλύτερος και παλαιότερος ηλεκτρονικός προμηθευτής προϊόντων. Τα περισσότερα βιβλία πωλούνται με έκπτωση, και υπάρχει ένα πρόγραμμα που απευθύνεται στα άτομα που αγοράζουν βιβλία συχνά.

- **Computer Literacy Bookstore ([www.cbooks.com](http://www.cbooks.com))**

Το Cbooks είναι ένα ειδικό κατάστημα πώλησης βιβλίων για υπολογιστές. Σε αντίθεση με τα περισσότερα άλλα ηλεκτρονικά καταστήματα τα βιβλία τα έχει σε στοκ. Αυτό σημαίνει ότι αν χρειάζεστε ένα βιβλίο στα γρήγορα μπορείτε να το ζητήσετε από το Cbooks.

- **Ρούγα**

Σε αυτή την ενότητα παρουσιάζονται ορισμένα γνωστά ηλεκτρονικά καταστήματα . στους καταλόγους του ιστού όπως το Yahoo μπορείτε να βρείτε εκατοντάδες άλλα καταστήματα γνωστά και άγνωστα.

**Lands End ([www.landsend.com](http://www.landsend.com))**

Ένα μεγάλο μέρος του καταλόγου υπάρχει σε ηλεκτρονική μορφή. Μπορείτε να παραγγείλετε ότι βρείτε στους τυπωμένους καταλόγους του καταστήματος.

**LL Bean ([www.llbean.com](http://www.llbean.com))**

Εδώ θα βρείτε τις άσχημες αλλά αδιάβροχες μπότες Bean, καθώς και άλλα βασικά εξαρτήματα για τη ζωή στην ύπαιθρο.

**REI ([www.rei.com](http://www.rei.com))**

Αυτό το μεγάλο κατάστημα έχει έδρα στο seattle. Τα μέλη του έχουν μια μικρή έκπτωση στις αγορές τους. Ολόκληρος ο κατάλογος είναι ηλεκτρονικός και η αποστολή των ειδών που παραγγείλατε είναι δωρεάν.

The Gap ([www.gap.com](http://www.gap.com))

Παρόλο που η ιστοσελίδα δεν εμφανίζει όλα τα είδη που υπάρχουν στο κατάστημα Gap αξίζει να ξέρετε ότι μπορείτε να παραγγείλετε τζιν σε μεγέθη που δεν υπάρχουν σε πραγματικά καταστήματα.

### • Υπολογιστές

Όταν αγοράζετε υλικό (hardware) υπολογιστών στο internet καλά θα κάνετε να επιβεβαιώσετε ότι μπορείτε να επιστρέψετε το μηχάνημα και ότι ο πωλητής δίνει εγγύηση για τα προϊόντα που αγοράζετε.

Dell Computer ([www.dell.com](http://www.dell.com))

Σε αυτήν την ιστοσελίδα μπορείτε να βρείτε ένα μεγάλο κατάλογο για ηλεκτρονικές παραγγελίες και προσαρμοσμένες διευθετήσεις υπολογιστικών συστημάτων.

IBM ([www.ibm.com](http://www.ibm.com))

Η μεγαλύτερη εταιρία υπολογιστών στον κόσμο έχει την μεγαλύτερη ιστοσελίδα στο internet με πολλές πληροφορίες τόσο για τα προϊόντα της IBM όσο και για θέματα που σχετίζονται με τους υπολογιστές γενικά. Η IBM πουλάει ηλεκτρονικά στην διεύθυνση <http://www.direct.ibm.com>. Το ηλεκτρονικό κατάστημα πουλάει από οικιακά PC μέχρι τυπωμένα εγχειρίδια για υπολογιστικά συστήματα μεσαίου μεγέθους. Φτάσαμε να βάλουμε στο «καροτσάκι» μας ένα σύστημα AS/400 9406-S40 των 300.000 δολαρίων αλλά μετά «κάναμε πίσω».

Apple Computer ([www.store.apple.com](http://www.store.apple.com))

Στην ιστοσελίδα της Apple υπάρχουν πολλές πληροφορίες για τα προϊόντα της. Μπορείτε επίσης να αγοράσετε διάφορα συστήματα και αναβαθμίσεις συστημάτων.

- Δημοπρασίες και μεταχειρισμένα είδη

[www.ebay.com](http://www.ebay.com)

[www.netauction.com](http://www.netauction.com)

[www.use.com](http://www.use.com)

Στον ιστό υπάρχουν διάφορες ιστοσελίδες που σας επιτρέπουν να συμμετάσχετε σε ηλεκτρονικές δημοπρασίες από υπολογιστές και εξαρτήματα υπολογιστών μέχρι αντίκες και πακέτα διακοπών. Οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες είναι σαν όλες τις άλλες δημοπρασίες από μία τουλάχιστον άποψη: αν ξέρετε τι ζητάτε και ξέρετε πόσο αξίζει αυτό που ζητάτε μπορείτε να βρείτε μερικές θαυμάσιες «ευκαιρίες». Αν δεν ξέρετε μπορεί να αγοράσετε ακριβά διάφορα άχρηστα πράγματα. Πολλές δημοπρασίες σας επιτρέπουν να εκθέσετε και τα δικά σας πράγματα. Με αυτόν τον τρόπο μπορείτε να ξεφορτωθείτε διάφορα παλιά αντικείμενα με κέρδος αντί να τα πετάξετε στα σκουπίδια.

#### 4.5 Ηλεκτρονική διανομή

Τόσο σε ότι αφορά τη διαχείριση και παρακολούθηση των φυσικών διανομών, όσο και για την ίδια τη διανομή όπου είναι εφικτό. Για παράδειγμα η εταιρία **Oracle** (<http://www.oracle.com>) διαθέτει μία ηλεκτρονική σελίδα στο Internet μέσω της οποίας πιθανοί πελάτες μπορούν να έχουν πρόσβαση σελίδες και να βλέπουν διάφορες πληροφορίες για τα προϊόντα της εταιρίας. Μπορούν να μεταφέρουν στον υπολογιστή τους δωρεάν δοκιμαστικές εκδόσεις των προγραμμάτων της εταιρίας ή να πληρώσουν on-line μέσω της πιστωτικής τους κάρτας για να μεταφέρουν ολόκληρα προγράμματα. Εξ' αιτίας των πιθανών νομικών και οικονομικών προβλημάτων, η on-line αγορά και υπηρεσία διανομής έχει πρόσφατα περιοριστεί μονό σε πελάτες των Η.Π.Α. Επίσης, ένα άλλο παράδειγμα που προέρχεται από τον χώρο των εκδόσεων όπου παρέχονται τέτοιες υπηρεσίες. Η γνωστή εφημερίδα **The Times** (<http://www.the-times.co.uk>) και η Sunday Times τώρα εκδίδονται on-line. Το πλήρες περιεχόμενο των εφημερίδων είναι διαθέσιμο στο Internet και η πρόσβαση είναι δωρεάν σε οποιονδήποτε διαθέτει σύνδεση με το Internet. Χρησιμοποιώντας τις ευκολίες της "Interactive Times", οι χρήστες της on-line υπηρεσίας μπορούν να "ράψουν" την εφημερίδα σύμφωνα με τα δικά τους ενδιαφέροντα και γούστα ή να εκτελέσουν μία έρευνα για παλαιότερα άρθρα που περιλαμβάνουν ειδικές λέξεις-κλειδιά. Παρόμοιες υπηρεσίες παρέχονται και από

ελληνικές υπηρεσίες όπως η **Ελευθεροτυπία** (<http://www.enet.gr>), τα **NEA** και το **ΒΗΜΑ** (<http://www.dolnet.gr>).

**Δημιουργία ιδεατών επιχειρήσεων (virtual enterprises)**, δηλαδή ομάδων επιχειρήσεων που συνεργάζονται ηλεκτρονικά δημιουργώντας μία επιχείρηση που προσφέρει προϊόντα ή υπηρεσίες που καμία από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις δεν θα μπορούσε να προσφέρει από μόνη της. Έτσι, η **Virtual Vineyards** (<http://www.virtualvin.com>) υπάρχει μόνο σαν σελίδα στο δίκτυο (δεν έχει δηλαδή φυσική υπόσταση). Αποτελεί μια κοινοπραξία μικρών παραγωγών κρασιών στην Καλιφόρνια των Η.Π.Α. Υπάρχει λεπτομερής on-line ενημέρωση για διάφορα φαγητά και κρασιά καθώς επίσης και on-line υπηρεσία ερωτήσεων (χρησιμοποιώντας το e-mail). Οι πελάτες μπορούν να παραγγείλουν και να πληρώσουν χρησιμοποιώντας είτε την πιστωτική κάρτα, είτε το ηλεκτρονικό χρήμα. Οι παραγγελίες των πελατών μεταφέρονται μέσω δικτύου στον κατάλληλο προμηθευτή και τα προϊόντα αποστέλλονται μέσω ταχυδρομείου. Οι πελάτες μπορούν να παρακολουθήσουν τη διαδικασία της παράδοσης ηλεκτρονικά κάθε στιγμή, με πρόσβαση στη διαδικασία ακόμα και όταν αυτή είναι στο στάδιο του ταχυδρομείου.

**Ανάπτυξη κοινών επιχειρηματικών διαδικασιών (shared business process)** μεταξύ επιχειρήσεων. Τέτοιες διαδικασίες φέρνουν σε στενή επαφή τους πελάτες με τους προμηθευτές, συσφίγγοντας τους επιχειρηματικούς δεσμούς και δυσχεραίνοντας με αυτόν τον τρόπο την αλλαγή συνεργατών (lock-in). για παράδειγμα η αλυσίδα καταστημάτων **Tesco** λειτουργεί γύρω στα 540 σούπερ-μάρκετ στη Μεγάλη Βρετανία. Η εταιρία έχει ένα "σύστημα πωλήσεων βασισμένο στη παραγγελία", με το οποίο η πληροφόρηση πάνω στα προϊόντα που πωλούνται στα ξεχωριστά σούπερ-μάρκετ έτσι όπως συγκεντρώνονται από σαρωτές ελέγχου, διαβιβάζεται ηλεκτρονικά στους υπολογιστές στους υπολογιστές στο Κεντρικό Κατάστημα Ελέγχου της εταιρίας. Αυτοί οι υπολογιστές καθορίζουν τα αγαθά που είναι για ανανέωση του αποθέματός τους στο κάθε κατάστημα και στέλνουν αυτή τη πληροφορία ηλεκτρονικά στους υπολογιστές που βρίσκονται στην αποθήκη του **Tesco** που εξυπηρετεί το κατάστημα. Για πολλά προϊόντα το **Tesco** από μόνο του δεν κρατάει απόθεμα και έτσι οι παραγγελίες παράγονται αυτόματα και διαβιβάζονται στους προμηθευτές του **Tesco** χρησιμοποιώντας το EDI. Στη διανομή από την αποθήκη του **Tesco**, το επανατοποθετημένο απόθεμα μεταφέρεται αμέσως στο κατάλληλο κατάστημα. Μέσα σε 24 ώρες από τη στιγμή που θα πωληθεί το είδος στο σούπερ-μάρκετ γίνεται η αντικατάστασή του πίσω στα ράφια. Το σύστημα εφοδιασμού βασίζεται στην ηλεκτρονική επικοινωνία και στην κλειστή συνεργασία μεταξύ του **Tesco** και των προμηθευτών του, οι οποίοι ουσιαστικά είναι συνεργάτες σε

μία κατανεμημένη επιχειρηματική διαδικασία ανανέωσης των προϊόντων στα ράφια του σούπερ-μάρκετ.

Κάποια άλλα εδραιωμένα παραδείγματα για το ηλεκτρονικό εμπόριο που μπορούν να βοηθήσουν στην διευκρίνιση της φύσης του και της δράσης του, είναι και τα παρακάτω στους ακόλουθους τομείς:

#### **4.6 Πώληση**

**Ibs** (<http://www.bookshop.co.uk>)

Το βιβλιοπωλείο-internet υπάρχει μόνο σαν σελίδα στο δίκτυο του Internet - και δεν έχει φυσική υπόσταση. Το μαγαζί ειδικεύεται σε τεχνικά βιβλία και σήμερα προσφέρει περισσότερους από 780.000 τίτλους. Οι πελάτες που επισκέπτονται το **ibs** μπορούν να ξεφυλλίσουν, να ψάξουν χρησιμοποιώντας λέξεις-κλειδιά και μπορούν να αποκτήσουν λεπτομερειακές πληροφορίες για ιδιαίτερους τίτλους, περιλαμβανομένου και ενός περιγραφικού κειμένου, βιβλιογραφικές πληροφορίες, λίστες περιεχομένων, κριτικές και προτεινόμενα βιβλία για ανάγνωση. Μπορούν να παραγγείλουν και να πληρώσουν τα βιβλία, τα οποία θα τους διανεμηθούν μέσω των εδραιωμένων διεθνών εκδοτικών καναλιών διανομής-παράδοσης.

#### **4.7 Χρηματοοικονομικά**

**Τράπεζα Barclays** (<http://www.barclays.co.uk>)

Πολλές τράπεζες κατά καιρούς έχουν προσφέρει on-line queyring για τους λογαριασμούς. Ακολουθώντας το χαλάρωμα των ελέγχων στη εξαγωγή των τεχνολογιών ασφαλείας από τις Η.Π.Α, η Barclays το επέκτεινε σε μεγάλη κλίμακα, προσφέροντας δοκιμαστικά στους πελάτες διαρκείς τραπεζικές υπηρεσίες μέσω των υπολογιστών που έχουν στο σπίτι τους.

**ESI** (<http://www.esi.co.uk>)

Η εταιρία Electronic Share Information προσφέρει μία on-line πληροφόρηση μετοχών και εμπορική ευκολία. Οι πελάτες μπορούν να δουν τις τιμές στο χρηματιστήριο αξιών στο Λονδίνο και τον πίνακα FTSE 100, να αγοράσουν και πουλήσουν on-line μετοχές διαμέσου της ShareLink, να χρησιμοποιήσουν μια σειρά από τεχνικές αναλύσεις και ερευνητικά εργαλεία, να αποκτήσουν το προφίλ της εταιρίας και share tips, να ζητήσουν αυτόματη ανακοίνωση των αλλαγών των τιμών των

μετοχών και να αποκτήσουν τις πραγματικές εκτιμήσεις του χαρτοφυλακίου. Αρχίζοντας από το Σεπτέμβριο του 1995, η υπηρεσία έχει τώρα 15.000 δηλωμένους χρήστες σε καταλόγους και ελκύει 1,25 εκατομμύρια επισκέπτες το μήνα.

#### **4.8 Διανομή**

##### **DIPA**

Η εταιρία DIPA GmbH προμηθεύει υψηλής ποιότητας φωτογραφικές εικόνες. Οι πελάτες μπορούν να "ξεφυλλίσουν" μια εκτεταμένη βιβλιοθήκη φωτογραφιών και να παραγγείλουν τις εικόνες που ζητάνε, οι οποίες παραδίδονται μέσω δορυφορικών links.

#### **4.9 Υποστήριξη πωλήσεων πριν και μετά**

##### **Hewlett Packard (<http://www.hp.com>)**

Η σελίδα "Access HP" της Hewlett Packard προμηθεύει σελίδες με πληροφορίες, που περιλαμβάνουν και γενικές πληροφορίες που αφορούν την εταιρία, ειδήσεις, παγκόσμια σημεία επικοινωνίας, ανακοινώσεις νέων προϊόντων και λεπτομέρειες για ένα ευρύ φάσμα προϊόντων και υπηρεσιών της Hewlett Packard.

##### **GE Plastics (<http://www.ge.com/gep>)**

Η GE Plastics είναι ένας καθοδηγητής της βιομηχανίας στον κλάδο των μηχανικών πλαστικών. Η σελίδα της εταιρίας προωθεί μία γενική ματιά των προϊόντων της εταιρίας, δείχνει λεπτομερώς τις ιδιότητες κάθε υλικού, τις οδηγίες χρήσεως και τις συστάσεις για σχεδιασμένες εφαρμογές, χρησιμοποιώντας τα υλικά της εταιρίας. Υπάρχει επίσης η on-line "Τεχνική Συμβουλή της Εβδομάδας"..... όπου κάθε επισκέπτης μπορεί να υποβάλει κάποια συμβουλή για την εργασία με τα υλικά της GE. Η εταιρία συλλέγει τις καλύτερες συμβουλές και τις συγχωνεύει στις σελίδες της "Παλιές Τεχνικές Συμβουλές".

#### **Μηχανικό Σχέδιο**

##### **FORD**

Οι ομάδες μηχανικών της Ford συνεργάζονται παγκοσμίως πάνω σ' ένα σχέδιο νέων αυτοκινήτων χρησιμοποιώντας το ιδιωτικό δίκτυο της Ford. Το σύστημα υποστήριξης σχεδίου είναι ένας



συνδυασμός του συστήματος τηλεδιάσκεψης και ενός μοιρασμένου "πίνακα σχεδίασης". Κάθε συμμετέχων στη διάσκεψη σχεδιασμού μπορεί να σχεδιάσει ή να γράψει σ' ένα λευκό πίνακα, να σύρει αντικείμενα στον λευκό πίνακα και να εμφανίσει αντικείμενα πάνω σ' αυτόν. Όλες οι αλλαγές στον λευκό πίνακα είναι αμέσως ορατές σε όλους τους αυτούς που συμμετέχουν. Οι τύποι των αντικειμένων που χρησιμοποιούνται για την υποστήριξη, περιλαμβάνουν CAD σχέδια, τεκμηριωμένα κείμενα και video clips.

#### **4.10 Επιχειρηματική Υποστήριξη**

**CitiusNet** (e-mail: [citius@mail.citius.fr](mailto:citius@mail.citius.fr))

Το citiusNet είναι ένα καλά εδραιωμένο σύστημα για την υποστήριξη επιχείρησης σε επιχείρηση μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου. Πρόσφατα έχει 3 βασικά στοιχεία: το altius, το citius, το fortius. Το Altius είναι ένας ηλεκτρονικός κατάλογος βιομηχανικούς προμηθευτές και προμηθευτές γραφείου. Το Citius είναι ένα σύστημα για τον χειρισμό των εμπορικών διεκπεραιώσεων. Το Fortius υποστηρίζει την ηλεκτρονική πληρωμή μέσω EDI και χρησιμοποιείται όχι μόνο για την πληρωμή των αγαθών που επιλέχθηκαν τελικά από το altius και εμπορεύτηκαν με το citius, αλλά επίσης και για διεκπεραιώσεις ρουτίνας όπως πληρωμές ασφαλείας και συντάξεων. Το citiusNet είναι μία πολύγλωσση υπηρεσία επειδή προσφέρεται διεθνώς. Τα συστήματα αναπτύχθηκαν από τη DDP της Lyon Γαλλίας με τη συνεργασία ποικίλων συνεργατών από την Ισπανία, το Βέλγιο, τη Γερμανία και την Ιταλία. Το DDP τώρα σχεδιάζει να επεκτείνει τις υπηρεσίες του, προσφέροντας γενικότερη επιχειρηματική υποστήριξη ("Διεθνή Μεσολάβηση"). Το DDP θα χειρίζεται όλες τις λειτουργίες ρουτίνας ( Τραπεζικά, διοίκηση, κεφάλαια σύνταξης, κτλ.) εκ' μέρους των συνδρομητών του, επιτρέποντας έτσι σε εκείνους να συσπειρωθούν στον πυρήνα των δικών τους επιχειρήσεων.

#### **4.11 Ακαδημαϊκές-Επιστημονικές Υπηρεσίες**

**De Kreek** (<http://www.dds.nl/dekreek>)

Ο κ. Jeroen de Kreek, είναι ένας δικηγόρος από το Άμστερνταμ που προμηθεύει μία υπηρεσία που δίνει απαντήσεις σε νομικές ερωτήσεις και είναι διαθέσιμη 24 ώρες το 24ωρο. Οι χρήστες αυτής της υπηρεσίας οδηγούνται μέσω μίας ιεραρχίας από καταλόγους που τους βοηθούν βασικά να διατυπώσουν την ερώτησή τους σαν ένα μήνυμα-κείμενο. Ο κ. de Kreek τότε απαντάει κανονικά στην ερώτηση μέσα σε δύο ώρες. Η απάντηση στην πρώτη ερώτηση είναι δωρεάν αλλά οι επόμενες ερωτήσεις επιφέρουν χρέωση.

#### 4.12 Διεθνής Επαφές

##### **Παγκόσμιο Εμπορικό Δίκτυο (<http://www.unicc.org/unpdc>)**

Το Παγκόσμιο Εμπορικό Δίκτυο είναι ένα τεράστιο δίκτυο με επιχειρηματικές πληροφορίες, που αναπτύχθηκε κάτω από την επίβλεψη των UN και υποστηριζόμενο από το πρόγραμμα Αποτελεσματικού Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Με τη διεθνή επένδυση στις εδραιωμένες εθνικές βάσεις δεδομένων, το δίκτυο αποβλέπει στο να προωθήσει δεδομένα-κλειδιά πάνω στο εμπόριο για χώρες σ' όλο τον κόσμο. Τέτοια δεδομένα θα μπορούν να καλύψουν για παράδειγμα, αγορά πληροφοριών, μεταφορά επιλογών και τιμών, ασφαλιστικές ευκολίες, διαθέσιμη πίστωση, απαιτήσεις πελατών και ρυθμίσεις εισαγωγής / εξαγωγής. Ακόμα περισσότερο, μέσω του συστήματος "ευκαιρίες ηλεκτρονικού εμπορίου", το δίκτυο βοηθάει σαν ένας χώρος συνάντησης αγοραστών και πωλητών σε παγκόσμιο επίπεδο. Πιθανά "συννοικέσια" μεταξύ αγοραστών και πωλητών αναγνωρίζονται και από τις δύο πλευρές με τη χρησιμοποίηση γεωγραφικών λεπτομερειών και πληροφοριών για τα προϊόντα που προσφέρονται και ζητούνται, τελευταία εκφράζονται με την χρησιμοποίηση ειδικών κωδικών. Από τη στιγμή που ένα πιθανό "συννοικέσιο" έχει αναγνωριστεί, ο αγοραστής και ο πωλητής εγκαθιδρύουν απευθείας επαφές.

Εξίσου, όπως φαίνεται από το χαμηλότερο στρώμα κύκλων στο σχήμα 3, το ηλεκτρονικό εμπόριο περιλαμβάνει μια μεγάλη σειρά από επικοινωνιακές τεχνολογίες, περιλαμβανομένου και του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, fax, της ηλεκτρονικής ανταλλαγής δεδομένων (EDI) και της ηλεκτρονικής μεταβίβασης κεφαλαίων (EFT). Κάθε μία από τις τεχνολογίες που φαίνονται στο σχήμα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για της υποστήριξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, με την επιλογή μεταξύ αυτών που επηρεάζονται από το γενικό πλαίσιο – το καθένα είναι απόλυτα κατάλληλο για μερικά πλαίσια και ακατάλληλο για κάποια άλλα.

Επίσης το σχήμα 3 δείχνει την ανάγκη για μία καλό-προσδιορισμένη, νομική και ρυθμιστική οργάνωση που συμβάλει στο ηλεκτρονικό εμπόριο, και διευκολύνει τις επιχειρηματικές διεκπεραιώσεις παρά επιβάλλει εμπόδια. Αν και η ευκαιρία για παγκόσμια αλληλεπίδραση είναι μία από τις κύριες "κολώνες" του ηλεκτρονικού εμπορίου, ακόμα και αυτή η νόμιμη και ρυθμιστική οργάνωση έχει επίσης παγκόσμιο πεδίο δράσης.

**e-SHOPgr**<sup>®</sup>  
ΠΑΡΑΓΥΡΟ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

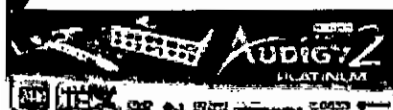
ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ

ΕΞΕΛΙΞΗ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

ΚΑΛΑΘΙ ΑΓΟΡΩΝ



## Επιλογή προϊόντων

- Βρείτε τα προϊόντα που σας ενδιαφέρουν μέσω των μηχανισμών αναζήτησης ή από τις διάφορες θεματικές σελίδες. Πατήστε το κουμπί [Επιλογή] δίπλα στο προϊόν που σας ενδιαφέρει και αυτό θα μπει στο ηλεκτρονικό 'καλάθι αγορών' σας.
- Όταν τελειώσετε τις επιλογές σας πατήστε στο κουμπί [Αποστολή Παραγγελίας] που βρίσκεται κάτω αριστερά στην οθόνη σας και θα περάσετε σε ασφαλή σύνδεση όπου θα σας ζητηθεί να ορίσετε τρόπο πληρωμής και αποστολής.
- Μην ανησυχείτε: θα έχετε την ευκαιρία να βγάλετε από το καλάθι ότι δεν σας αρέσει πριν στείλετε την παραγγελία!
- Μπορείτε να στέλνετε τις παραγγελίες σας και στο fax (210-8050297) όλο το 24ωρο.
- Οι παραγγελίες που παραλαμβάνονται σε ημέρες αργίας εξυπηρετούνται πρόθυμα την αμέσως επόμενη εργάσιμη.

## Πληρωμή και αποστολή

- Οι δυνατότητες πληρωμής που υπάρχουν αυτή τη στιγμή είναι μέσω των πιστωτικών καρτών VISA και MASTERCARD. Αν ο προορισμός της παραγγελίας είναι μέσα στην Ελλάδα υπάρχει η δυνατότητα της αντικαταβολής. Σε κάθε περίπτωση μπορείτε να μας καταθέτετε τα χρήματα για τις παραγγελίες σας σε έναν από τους λογαριασμούς της e-shop.gr A.E.:

- 1 ΕΓΝΑΤΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ : 00061576423
- 2 ALPHA ΠΙΣΤΕΩΣ : 157.002320.000897
- 3 CITIBANK : 0504782867
- 4 ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ: 5014-014497-454

- Οι τιμές των καταλόγων που βλέπετε περιλαμβάνουν τον ΦΠΑ.
- Αν βρίσκεστε στην Αθήνα και η παραγγελία σας είναι μεγαλύτερη των 300 ευρώ μπορείτε να πληρώσετε μέχρι και σε 24 δόσεις (επιβάρυνση 11% για αποπληρωμή μετά από ένα έτος ή 6% περίπου για πληρωμή σε 12 μηνιαίες δώσεις) μέσω των ακόλουθων πιστωτικών καρτών: Alphacard Visa, American Express, Dynamic Visa, ABN Amro Visa, Ιονοκάρτα Visa, Artion Visa. Επί πλέον δεν θα χρεωθείτε με έξοδα αποστολής! (όπως φαίνεται και από πιο κάτω λόγω του ύψους της παραγγελίας)
- Μετά από τη χρέωση της κάρτας σας στέλνουμε με e-mail το ακριβές ποσό και την ημερομηνία. Στο λογαριασμό της κάρτας σας θα φανεί αναλυτικά η κάθε χρέωση από το e-shop.gr.

Οι χρεώσεις των πιστωτικών καρτών γίνονται από τις τράπεζες:



- Η διαδικασία εξόφλησης μέσω πιστωτικών καρτών καλύπτεται από τις πιο σύγχρονες προδιαγραφές ασφάλειας στον secure server του e-shop.gr με κρυπτογράφηση 128 bit - τη μέγιστη που διατίθεται σήμερα. Ο αριθμός φαξ για εναλλακτική αποστολή του αριθμού της πιστωτικής κάρτας σας είναι 210 8050297.
- Ορισμένοι πελάτες με Windows NT και Windows 2000 έχουν αναφέρει ότι δεν μπορούν να δούν τις κρυπτογραφημένες σελίδες. Αυτό οφείλεται σε ένα ελαττωμα των συγκεκριμένων λειτουργικών συστημάτων. Αν το αντιμετωπίζετε κι εσείς μπορείτε να το διορθώσετε κατεβάζοντας το κατάλληλο service pack από το web site της Microsoft. Επισκευθείτε το <http://windowsupdate.microsoft.com/> Οι εκδόσεις των Windows 2000 που κυκλοφορούν τώρα έχουν διορθώσει αυτό το πρόβλημα (μεταξύ άλλων!)
- Υπάρχουν 2 τρόποι αποστολής: με courier (2 εργάσιμες) και με τα ΕΛΤΑ (4-5 εργάσιμες) ή με μεταφορικό πρακτορείο. Το κόστος αποστολής βαρύνει τον παραλήπτη.

Έτσι για την Αθήνα, τα περισσότερα προϊόντα αποστέλλονται την επόμενη εργάσιμη μέρα από εμάς ή μια από τις συνεργαζόμενες εταιρείες ταχυμεταφορών μετά από τηλεφωνική συνεννόηση:

- Με οποιαδήποτε αγορά προϊόντος τα έξοδα θα είναι μόλις **3,00 €**.
- Με αγορές βιβλίων άνω των 30 € η αποστολή θα γίνεται **δωρεάν**.
- Για αγορές οποιωνδήποτε προϊόντων ύψους 90 € και άνω η αποστολή θα γίνεται **δωρεάν**.

Για την υπόλοιπη Ελλάδα:

- ο Τα έξοδα αποστολής με τα ΕΛΤΑ θα είναι **3,75 €** (μέχρι 2 κιλά). (θα σας καλέσουν για παραλαβή από το κοντινότερό σας ταχυδρομικό γραφείο)
- ο Τα έξοδα αποστολής με Courier θα είναι **5,50 €** (μέχρι 2 κιλά).
- ο Με αγορές βιβλίων άνω των 50 € η αποστολή θα είναι **δωρεάν και μάλιστα με Courier** κατευθείαν στην πόρτα σας!
- ο ΠΡΟΣΟΧΗ!: Σε ορισμένες απομακρυσμένες περιοχές η αποστολή με courier είναι ακόμα αδύνατη. Σε τέτοιες περιπτώσεις η αποστολή γίνεται με το ταχυδρομείο.
- ο Για τα βαριά αντικείμενα που θέλετε να σας στείλουμε σε απομακρυσμένες περιοχές μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε το κατάλληλο πρακτορείο ώστε η αποστολή να σας κοστίσει περίπου 6 € για μια οθόνη 20 κιλών. Ωστόσο θα πρέπει να μας καταθέσετε την αξία της παραγγελίας πριν γίνει η αποστολή σε έναν από τους λογαριασμούς μας που βλέπετε πιο πάνω. Αξιοποιήστε τις δυνατότητες του web banking!

#### Για τον υπόλοιπο πλανήτη

- ο η μεταφορά διαρκεί περισσότερο και κοστίζει ακριβότερα. Έχουν παρατηρηθεί διάρκειες από 5 ως 10 εργάσιμες ημέρες για παράδοση. Δείτε τις σελίδες με τις σχετικές πληροφορίες
- Κατά την υποβολή της παραγγελίας σας επιστρέφεται αυτόματα ένα μήνυμα ταχυδρομείου που δείχνει τι παραγγείλατε. Εσείς δε χρειάζεται να κάνετε τίποτε άλλο. Η παραγγελία σας έχει πάρει το δρόμο της και μπορείτε να βλέπετε τα στάδια διεκπεραίωσης στη σελίδα [www.e-shop.gr/status](http://www.e-shop.gr/status). Αν υπάρξει κάποια ανωμαλία θα επικοινωνήσουμε και εμείς μαζί σας.

[Σελίδα πληροφοριών] [Αρχική Σελίδα]

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ, ΑΣΦΑΛΕΙΑ... Και ΕΜΠΙΣΤΕΣ ΤΡΙΤΕΣ ΟΝΤΟΤΗΤΕΣ

#### 5.1 Ηλεκτρονικές πληρωμές

Η συνεχώς αυξανόμενη εμπορευματοποίηση του internet, και η χρήση του web έχουν ωθήσει τις επιχειρήσεις στην εύρεση μεθόδων και συστημάτων πληρωμών για την υποστήριξη του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η πρακτική εφαρμογή του ηλεκτρονικού εμπορίου στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον απαιτεί την ύπαρξη συστημάτων ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω των οποίων θα διεκπεραιώνονται ηλεκτρονικά οι οφειλές των εμπλεκόμενων μερών. Ήδη έχουν υιοθετηθεί διάφορα συστήματα ηλεκτρονικών πληρωμών ( π.χ. πιστωτικές κάρτες, ηλεκτρονικό χρήμα κλπ ) κατάλληλα για την εξυπηρέτηση των συναλλαγών.

#### 5.2 Ηλεκτρονικό εμπόριο και ασφάλεια

Ένα από τα πιο σημαντικά ζητήματα που σχετίζονται άμεσα με τη χρήση και τη διάδοση του ηλεκτρονικού εμπορίου αφορά το επίπεδο ασφάλειας των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Στην συνέχεια παρατίθεται μια συνοπτική αναφορά στις απαιτήσεις και τους μηχανισμούς ασφάλειας στα ψηφιακά πιστοποιητικά καθώς και στους πιο γνωστούς αλγόριθμους κρυπτογράφησης.

##### 5.2.1 Απαιτήσεις ασφάλειας

Οι βασικές απαιτήσεις ασφάλειας για την ασφαλή διεξαγωγή του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η Εμπιστευτικότητα ( Confidentiality ), η Ακεραιότητα ( Integrity ), και ο Έλεγχος Αυθεντικότητας ( authentication ).

- ✓ **Εμπιστευτικότητα ( Confidentiality )**. Η εμπιστευτικότητα είναι απαραίτητο στοιχείο της ιδιωτικοποίησης του χρήστη ( user privacy ) καθώς και της προστασίας των μυστικών

πληροφοριών. Η εμπιστευτικότητα είναι συνυφασμένη με την αποφυγή μη εξουσιοδοτημένης τροποποίησης μιας πληροφορίας και παρέχεται μέσω κρυπτογράφησης. Σε ένα ηλεκτρονικό περιβάλλον θα πρέπει να υπάρχει η βεβαιότητα ότι το περιεχόμενο των μηνυμάτων που ανταλλάσσονται παραμένει αναλλοίωτο.

- ✓ **Ακεραιότητα ( Integrity )**. Ακεραιότητα σημαίνει αποφυγή μη εξουσιοδοτημένης τροποποίησης των πληροφοριών που ανταλλάσσονται και παρέχονται μέσω ψηφιακής υπογραφής. Τα δεδομένα που αποστέλλονται ως μέρος της συναλλαγής πρέπει να είναι μη τροποποιήσιμα κατά την διάρκεια της μεταφοράς και αποθήκευσης τους στο δίκτυο.
- ✓ **Έλεγχος Αυθεντικότητας ( Authentication )**. Η διαδικασία επαλήθευσης της ορθότητας του ισχυρισμού ενός χρήστη ότι κατέχει μια συγκεκριμένη ταυτότητα, αλλά και η βεβαιότητα ότι το περιεχόμενο του μηνύματος παρέμεινε αναλλοίωτο κατά τη μεταφορά οριοθετούν την έννοια του ελέγχου αυθεντικότητας. Σύμφωνα με τον παραπάνω ορισμό η πιστοποίηση της ταυτότητας των επιχειρήσεων που συμμετέχουν σε μια συναλλαγή είναι απαραίτητη ώστε, κάθε συναλλασσόμενο μέρος να μπορεί να πεισθεί για την ταυτότητα του άλλου. Ο έλεγχος αυθεντικότητας παρέχεται μέσω ψηφιακής υπογραφής.
- ✓ **Εξουσιοδότηση ( Authorization )**. Η εξουσιοδότηση αφορά την παραχώρηση δικαιωμάτων από τον ιδιοκτήτη στο χρήστη. Για παράδειγμα ο πελάτης εξουσιοδοτεί τον έμπορο ώστε ο τελευταίος να ελέγξει αν ο αριθμός της πιστωτικής κάρτας είναι έγκυρος και αν τα χρήματα στον λογαριασμό μπορούν να καλύψουν το ποσό των συναλλαγών.
- ✓ **Εξασφάλιση ( Assurance )**. Η εμπιστοσύνη ότι κάποιος αντικειμενικός σκοπός ή απαίτηση επιτυγχάνονται. Για παράδειγμα μια από τις απαιτήσεις του πελάτη είναι η βεβαιότητα ότι ο έμπορος με τον οποίο συναλλάσσεται είναι νόμιμος και έμπιστος.
- ✓ **Μη αποποίηση ευθύνης ( Non-repudiation )**. Κανένα από τα συναλλασσόμενα μέρη δε πρέπει να έχει την δυνατότητα να αρνηθεί την συμμετοχή του σε μια συναλλαγή.

## 5.3 Είδη Ηλεκτρονικού γρήματος

### 5.3.1 Ηλεκτρονικές Επιταγές

Μία έντυπη επιταγή είναι ουσιαστικά μία εντολή μεταφοράς κεφαλαίων από ένα λογαριασμό σε έναν άλλο. Η εντολή αυτή αποστέλλεται στον αποδέκτη των κεφαλαίων, ο οποίος με τη σειρά του, παρουσιάζει την επιταγή στη τράπεζα προκειμένου να λάβει το αντίστοιχο ποσό.

Μια ηλεκτρονική επιταγή έχει όλα τα χαρακτηριστικά που διαθέτει μια έντυπη επιταγή και χρησιμοποιείται σαν ένα μήνυμα προς την τράπεζα του αποστολέα για την μεταφορά κεφαλαίων από ένα λογαριασμό σε ένα άλλο. Σε αντιστοιχία, με την παραδοσιακή διαδικασία, η ηλεκτρονική επιταγή αποστέλλεται στον αποδέκτη ο οποίος την υπογράφει και την προωθεί στην τράπεζα τροκειμένου να λάβει το αντίστοιχο ποσό.

Από άποψη ασφάλειας, η ηλεκτρονική επιταγή θεωρείται καλύτερη από την έντυπη επιταγή. Και αυτό γιατί ο αποστολέας μπορεί να προστατέψει τον εαυτό του από μια απάτη. Αυτό γίνεται με την κωδικοποίηση του αριθμού του λογαριασμού του με το δημόσιο κλειδί της τράπεζας, χωρίς έτσι να αποκαλύπτει τον αριθμό του λογαριασμού του στον έμπορο.

Το FSTC αποτελεί μια συνεργασία, τραπεζών και πιστωτικών οργανισμών, που έχουν υλοποιήσει μια ηλεκτρονική επιταγή. Στηριγμένη στην παραδοσιακή επιταγή, η επιταγή του FSTC επιτρέπει την ψηφιακή υπογραφή του αποδέκτη. Για την προσθήκη μεγαλύτερης ευελιξίας σε αυτό το σύστημα πληρωμών, το FSTC προσφέρει στους χρήστες διάφορες επιλογές επιταγών ανάλογα με τις ανάγκες του χρήστη. Οι ηλεκτρονικές επιταγές μπορούν να παραδοθούν είτε με άμεση παράδοση μέσω ενός δικτύου ή μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Σε κάθε περίπτωση, τα υπάρχοντα τραπεζικά κανάλια, μπορούν να εκκαθαρίσουν τις πληρωμές μέσω των δικτύων τους. Κάτι τέτοιο οδηγεί σε μια ικανοποιητική αναβάθμιση της υπάρχουσας τραπεζικής υποδομής και του Internet.

### **5.3.2 πιστωτικές κάρτες**

Σε μια παραδοσιακή συναλλαγή με πιστωτική κάρτα, ο προμηθευτής καταγράφει τα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας του πελάτη δημιουργώντας ένα έγγραφο συναλλαγής. Το εν λόγω έγγραφο υπογράφεται από τον αγοραστή και προωθείται στην συνέχεια στην τράπεζα για διεκπεραίωση. Στο τέλος η τράπεζα χρεοπιστώνει τους αντίστοιχους λογαριασμούς ενημερώνοντας τα εμπλεκόμενα μέρη για την συναλλαγή που έγινε.

Σε ένα μηχανισμό ηλεκτρονικής πληρωμής με χρήση πιστωτικής κάρτας, ακολουθείτε περίπου το ίδιο σενάριο με αυτό που αναφέρθηκε στην περίπτωση της ηλεκτρονικής επιταγής. Επιπλέον το σενάριο αυτό εμπλουτίζεται με μηχανισμούς ασφαλείας (π.χ. έλεγχος ταυτότητας πελάτη και εμπόρου). Το γεγονός αυτό έχει οδηγήσει στην ύπαρξη μιας γκάμας συστημάτων ηλεκτρονικών πληρωμών με πιστωτικές κάρτες. Δύο από τα χαρακτηριστικά που προσδιορίζουν και διαφοροποιούν τα συστήματα αυτά, είναι το επίπεδο της ασφάλειας των συναλλαγών και το λογισμικό που απαιτείται από όλα τα εμπλεκόμενα μέρη (αγοραστής, προμηθευτής, τράπεζα).



Κατά την διάρκεια μιας on-line συναλλαγής, τα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας ενός αγοραστή μπορούν να μεταφερθούν με δύο τρόπους. Ο πρώτος τρόπος θεωρείται μη ασφαλής και υποστηρίζει την αποστολή των στοιχείων της ηλεκτρονικής πληρωμής από τον πελάτη στον έμπορο (ή τράπεζα) σε μη κρυπτογραφημένη μορφή. Η μέθοδος αυτή κρίνεται ως μη ασφαλής γιατί κατά τη μεταβίβαση των στοιχείων μπορεί να παρεισφρήσει κάποιος εισβολέας και να τροποποιήσει τα στοιχεία της συναλλαγής ή ακόμη και να τα υποκλέψει. Ο δεύτερος τρόπος θεωρείται πιο ασφαλής και προβλέπει την κρυπτογράφηση όλων των πληροφοριών που σχετίζονται με την πληρωμή πριν την αποστολή τους στον έμπορο ή την τράπεζα μέσω του Internet.

Για την αποφυγή της παρεμβολής κάποιου τρίτου κατά την διεξαγωγή των συναλλαγών μεταξύ του πελάτη και του εμπόρου, μια καλή επιλογή αποτελεί εκείνος ο συνδυασμός web browser και web server που θα υποστηρίζει το πρωτόκολλο Secure Sockets Layer ( SSL ). Το συγκεκριμένο πρωτόκολλο εξασφαλίζει την προστασία των δεδομένων από κάποιον τρίτο. Δεν εγγυάται όμως ότι τα δεδομένα αυτά δεν θα χρησιμοποιηθούν σκόπιμα από τον έμπορο. Για την αποφυγή εξαπάτησης του πελάτη από τον έμπορο (για παράδειγμα , χρήση των στοιχείων της πιστωτικής κάρτας από τον έμπορο για την διεξαγωγή μη εξουσιοδοτημένων αγορών), θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ένας ανεξάρτητος φορέας διασφάλισης των συναλλαγών γνωστός ως Έμπιστη Τρίτη Οντότητα ( ΕΤΟ ). Μια ΕΤΟ μεσολαβεί ανεξάρτητα στην όλη διαδικασία, αποκρυπτογραφώντας τα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας επικυρώνοντας την συναλλαγή.

Σε αρκετές περιπτώσεις, εταιρείες που παράγουν συστήματα ηλεκτρονικών συναλλαγών όπως η Cybercash, η Verifone, η First Virtual, χρησιμοποιούν το μηχανισμό των «wallet». Ο μηχανισμός αυτός μεταφέρει τον κρυπτογραφημένο αριθμό της πιστωτικής κάρτας από τον έμπορο στον δικό τους επεξεργαστή για τον έλεγχο αυθεντικότητας και την έγκριση της συναλλαγής. Η εταιρία First Virtual εκδίδει κάποιο Virtual PIN στο πελάτη που το χρησιμοποιεί αντί του αριθμού της πιστωτικής κάρτας. Αφού λάβει τις πληροφορίες των πωλήσεων από τον έμπορο, η First Virtual μετατρέπει το Virtual PIN στον αριθμό λογαριασμού της πιστωτικής κάρτας προκειμένου να διεκπεραιωθεί η πληρωμή.

Σε αυτή τη περίπτωση, η ηλεκτρονική ολοκλήρωση των συναλλαγών παρουσιάζει το εξής πλεονέκτημα έναντι του παραδοσιακού τρόπου πληρωμής με πιστωτική κάρτα: κρυπτογραφώντας τα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας και με τη μεσολάβηση μιας έμπιστης τρίτης οντότητας όπως η Cybercash ή η First Virtual, η επεξεργασία των στοιχείων αυτών δεν γίνεται από τον έμπορο, οπότε εξαλείφεται ο κίνδυνος απάτης από την πλευρά του τελευταίου.

Στο σημείο αυτό, θα πρέπει να σημειωθεί ότι παρά την πρόοδο που έχει σημειωθεί στα συστήματα ηλεκτρονικών πληρωμών με χρήση πιστωτικών καρτών εξακολουθούν να υπάρχουν

ακόμη ορισμένα προβλήματα. Το σημαντικότερο πρόβλημα που εξακολουθεί να υπάρχει είναι η τυποποίηση. Θα πρέπει να υιοθετηθεί μία κοινά αποδεκτή μέθοδος διεκπεραίωσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών στο Internet που θα επιτρέπει την επικοινωνία μεταξύ των διαφορετικών τύπων λογισμικού των συναλλασσόμενων μερών. Η εξασφάλιση ή όχι αυτής της διαλειτουργικότητας θα καθορίσει και τη μελλοντική πορεία των ηλεκτρονικών συστημάτων πληρωμών μέσω πιστωτικής κάρτας.

### **5.3.2.1 Ασύμμετρη κρυπτογράφηση με δημόσιο και ιδιωτικό κλειδί**

- Στην πρώτη περίπτωση, για την παραγωγή ενός εμπιστευτικού μηνύματος, ο αποστολέας χρησιμοποιεί το δημόσιο κλειδί του παραλήπτη για να κρυπτογραφήσει το μήνυμα, έτσι ώστε να παραμείνει απόρρητο έως ότου αποκρυπτογραφηθεί από το ιδιωτικό κλειδί του παραλήπτη.
- Στην δεύτερη περίπτωση, ο αποστολέας κωδικοποιεί ένα μήνυμα με το ιδιωτικό του κλειδί, το οποίο είναι απόρρητο. Το ιδιωτικό κλειδί αποδεικνύει την ταυτότητα του χρήστη (αυθεντικότητα). Δηλαδή, η χρήση ιδιωτικού κλειδιού για την κρυπτογράφηση ενός μηνύματος είναι αντίστοιχη με την προσθήκη της υπογραφής του αποστολέα σε κάποιο έγγραφο. Έτσι λοιπόν οποιοσδήποτε χρησιμοποιήσει το δημόσιο κλειδί του αποστολέα για να αποκρυπτογραφήσει το μήνυμα θα είναι σίγουρος για την ταυτότητα του πρώτου.

## **5.4 Ψηφιακά πιστοποιητικά και παροχής υπηρεσιών πιστοποίησης**

Προκειμένου να γίνει χρήση της κρυπτογράφησης δημοσίου κλειδιού θα πρέπει να παραχθεί ένα δημόσιο και ένα ιδιωτικό κλειδί. Βέβαια κάτι τέτοιο θα μπορούσε να γίνει με κάποιο πρόγραμμα που θα χρησιμοποιήσει το κλειδί αυτό (π.χ. ο web browser ή το e-mail). Έπειτα ο κάτοχος θα πρέπει να φροντίσει για την διαφύλαξη του ιδιωτικού κλειδιού αλλά και την δημοσίευση του δημοσίου κλειδιού. Η δημοσίευση θα μπορούσε να γίνει με την αποστολή του δημοσίου κλειδιου στους παραλήπτες μέσω e-mail.

Οι αρχές πιστοποίησης (certificate authorities) αποτελούν έναν πιο έμπιστο τρόπο για την δημοσίευση και διανομή των δημοσίων κλειδιών. Οι αρχές πιστοποίησης λαμβάνουν το δημόσιο κλειδί του ενδιαφερόμενου χρήστη. Εάν ο χρήστης ενεργεί στην συγκεκριμένη περίπτωση ως άτομο θα πρέπει να παραχωρήσει όλα τα απαραίτητα στοιχεία που αποδεικνύουν την ταυτότητα του. Σε αντίθετη περίπτωση, ο χρήστης θεωρείται ότι ενεργεί για λογαριασμό μιας επιχείρησης και θα πρέπει

να παραχωρήσει όλες τις νομικές πληροφορίες που απαιτούνται για την αξιοπιστία και την νόμιμη λειτουργία της. Έτσι λοιπόν, οι υπόλοιποι μπορούν να ζητήσουν την αυθεντικότητα του δημοσίου κλειδιού από την αρχή πιστοποίησης.

Στην ουσία ένα ψηφιακό πιστοποιητικό αποτελεί μια ψηφιακά υπογεγραμμένη δήλωση από μια αρχή πιστοποίησης, η οποία:

1. προσδιορίζει την αρχή πιστοποίησης που το εξέδωσε,
2. περιέχει το όνομα και κάποιες άλλες ιδιότητες του εγγεγραμμένου,
3. το δημόσιο κλειδί του εγγεγραμμένου, και
4. είναι ψηφιακά υπογεγραμμένο από την αρχή πιστοποίησης που το εξέδωσε.

### 5.5 Γνωστοί αλγόριθμοι κρυπτογράφησης

Οι πιο γνωστοί αλγόριθμοι κρυπτογράφησης είναι:

1. **DES- Data Encryption Standard.** Είναι ένα σώμα κρυπτογραφικών εντολών που δημιουργήθηκε από την IBM και πήρε έγκριση από την Αμερικάνικη κυβέρνηση το 1977. χρησιμοποιεί ένα 56-bit κλειδί και χρησιμοποιεί μια ομάδα από 64 bits. Είναι σχετικά γρήγορος αλγόριθμος και χρησιμοποιείτε για την κρυπτογράφηση μεγάλου όγκου δεδομένων, ταυτόχρονα.
2. **Triple DES.** Βασίζεται στον DES αλγόριθμο. Κρυπτογραφεί μια ομάδα δεδομένων τρεις φορές, με τρία διαφορετικά κλειδιά. Έχει προταθεί σαν εναλλακτική λύση αντί του DES γιατί υποστηρίζεται ότι τον τελευταίο καιρό έχει γίνει πιο εύκολο και πιο γρήγορο το «σπάσιμο» του DES αλγόριθμου.
3. **RC2 και RC4.** Σχεδιάστηκαν από τον Ron Rivets ( από εκεί προέρχεται το R στην RSA Data Security Inc.). Παρέχουν ποικιλία ως προς το μέγεθος του κλειδιού αποκρυπτογράφησης για πολύ γρήγορη και μεγάλου όγκου κρυπτογράφηση. Οι δύο αυτοί αλγόριθμοι θεωρούνται λίγο πιο γρήγοροι από τον DES και μπορούν να γίνουν ακόμα πιο ασφαλείς αν επιλέξουμε μεγαλύτερο μέρος κλειδιού. Ο αλγόριθμος RC2 αποτελεί μια ομάδα (block) κρυπτογράφησης και μπορεί να χρησιμοποιηθεί στην θέση του DES. Ο RC4 είναι ένα «ρεύμα» (stream) ψηφίων κρυπτογράφησης και θεωρείτε περίπου 10 φορές πιο γρήγορος από τον DES.
4. **IDEA.** Ο **International Data Encryption Algorithm** δημιουργήθηκε το 1991 και σχεδιάστηκε για να είναι ικανός για πραγματοποίηση υπολογισμών στο λογισμικό. Προσφέρει πολύ δυνατή κρυπτογράφηση, χρησιμοποιώντας ένα 128-bit κλειδί.

5. **RSA.** Ονομάστηκε έτσι από τους σχεδιαστές του, Rivest, Shamir, Adelman. Είναι ένας αλγόριθμος δημοσίου κλειδιού ( public-key) ο οποίος υποστηρίζει μια ποικιλία μήκους κλειδιών, καθώς επίσης ποικιλία όσο αφορά το μέγεθος του σώματος του κειμένου προς κρυπτογράφηση. Το απλό block κειμένου πρέπει να είναι μικρότερο από το μήκος του κλειδιού. Το συνηθισμένο μήκος κλειδιού είναι 512 bits.
6. **Diffie-Hellman.** Αποτελεί το παλιότερο δημοσίου κλειδιού σύστημα κρυπτογραφίας, που ακόμα χρησιμοποιείται. Δεν υποστηρίζει κρυπτογράφηση ή ψηφιακές υπογραφές. Το σύστημα έχει σχεδιαστεί για να επιτρέπει στις δύο πλευρές να συμφωνούν με τη χρήση ενός κατανεμημένου κλειδιού (shared key), ακόμα και αν το μόνο που κάνουν είναι να ανταλλάσσουν μηνύματα δημοσίως.
7. **DSA.** Ο Digital Signature Algorithm σχεδιάστηκε από την NIST και στηρίχθηκε πάνω σε αυτό που αποκαλείτε El Gamal αλγόριθμος. Το σχήμα των υπογραφών χρησιμοποιεί το ίδιο είδος κλειδιού που χρησιμοποιεί και ο Diffie-Hellman αλγόριθμος και μπορεί να δημιουργήσει υπογραφές πιο γρήγορα από τον RSA. Έχοντας προωθηθεί από την NIST ως ένα DSS σύστημα το Digital Signature Standard, παρόλη την αποδοχή του, απέχει ακόμα πολύ από το να παρέχει σιγουριά.

## 5.6 Ψηφιακό χρήμα

Το ψηφιακό χρήμα είναι ένας μηχανισμός εξόφλησης μικροποσών μέσω internet. Ένας τέτοιος μηχανισμός μπορεί να αποτελέσει το επόμενο βήμα στις εφαρμογές ηλεκτρονικών πληρωμών. Σε ένα σύστημα ψηφιακού χρήματος το νόμισμα δεν είναι τίποτα άλλο παρά μία σειρά από ψηφία...

Ένας χρήστης μπορεί να κάνει ανάληψη ψηφιακού χρήματος από μια τράπεζα μεταφέροντας το ποσό αυτό στον ηλεκτρονικό του υπολογιστή. Το ψηφιακό χρήμα που παραχωρείτε από την τράπεζα σημαδεύεται κατάλληλα για λόγους εγκυρότητας και ασφάλειας. Σε περίπτωση αγοράς προϊόντων μέσω internet , ο αγοραστής ξαποστέλνει στον προμηθευτή το αντίτιμο σε ψηφιακό χρήμα. Ο τελευταίος με τη σειρά του, προωθεί στην τράπεζα την ψηφιακή –ροή που έλαβε προκειμένου να διερευνηθεί κατά πόσο η ροή αυτή αποτελεί έγκυρη χρηματο-ροή ή όχι.

Για να διασφαλίσει ότι κάθε χρηματο-ροή (token) χρησιμοποιείται μόνο μια φορά, η τράπεζα καταγράφει το σειριακό αριθμό κάθε token που ξοδεύεται. Αν ο σειριακός αριθμός του token υπάρχει ήδη στην βάση δεδομένων, τότε η τράπεζα έχει εντοπίσει κάποιον που προσπάθησε να

χρησιμοποιήσει περισσότερες από μια φορές το token και θα πληροφορήσει τον έμπορο ότι αυτή η χρηματική μονάδα είναι άχρηστη.

Μια εναλλακτική λύση που αναπτύχθηκε από την DigiCash επιτρέπει στους χρήστες να διατηρήσουν την ανωνυμία τους. Ο εν λόγω μηχανισμός που ονομάζεται “blind signature”, επιτρέπει στον αγοραστή να λάβει ηλεκτρονικό χρήμα από μια τράπεζα χωρίς η τράπεζα να μπορεί να συσχετίσει το όνομα του αγοραστή με τα tokens που του διανέμονται. Η τράπεζα πρέπει να εκτιμήσει το token που λαμβάνει από τον έμπορο, μέσω της ψηφιακής στάμπας που έχει αρχικά τοποθετηθεί στα tokens του χρήστη αλλά η τράπεζα δεν μπορεί να καταλάβει ποιος έκανε την πληρωμή.

## 5.7 Πρότυπα Ηλεκτρονικών Πληρωμών

Παρά την ύπαρξη αρκετά ισχυρών συστημάτων ηλεκτρονικών πληρωμών με πιστωτικές κάρτες, θα πρέπει να αναπτυχθεί κάποιο κοινό πρότυπο που να επιτρέπει στα συστήματα πληρωμών να μπορούν να επικοινωνήσουν μεταξύ τους. Η έλλειψη διαλειτουργικότητας που παρατηρείται σήμερα ίσως να ελαττώσει την αποδοχή των συστημάτων ηλεκτρονικών πληρωμών.

Παρόλα αυτά υπάρχουν ήδη δύο σημαντικά πρότυπα υπό ανάπτυξη τα οποία θα καταστήσουν της διαλειτουργικότητας αυτών των συστημάτων πιο εύκολη. Το πρώτο από αυτά αφορά το **Secure Electronic Transactions (SET)**, που αναπτύχθηκε από την **Visa** και την **Mastercard**. Το SET χρησιμοποιεί τα λεγόμενα ψηφιακά πιστοποιητικά για την πιστοποίηση της ταυτότητας των συμμετεχόντων σε μια συναλλαγή. Επίσης κρυπτογραφεί τις πληροφορίες των πιστωτικών καρτών πριν τη μετάδοση τους στο internet.

Το δεύτερο πρότυπο αφορά το **Joint Electronic Payments Initiative (JEPI)**, που αναπτύχθηκε από την **CommerceNet** και το **World Wide Web Consortium**. Το JEPI αποτελεί μια προσπάθεια για προτυποποίηση των διαφορετικών μηχανισμών πληρωμών, πρωτοκόλλων και μεταφοράς.

Τέτοια παραδείγματα μηχανισμών πληρωμών περιλαμβάνουν : πιστωτικές κάρτες, χρεωστικές κάρτες, ψηφιακό χρήμα και ηλεκτρονικές επιταγές. Τα πρωτόκολλα πληρωμών περιλαμβάνουν το **SET** και το **SEPP**. Στην ουσία ορίζουν την μορφή του μηνύματος και την διαδικασία που απαιτείται για την ολοκλήρωση της πληρωμής.

Το **JEPI** παρέχει την δυνατότητα στον πελάτη να χρησιμοποιήσει μια μόνο εφαρμογή και μία μόνο επαφή χρήστη για την διεκπεραίωση των συναλλαγών.

## 5.8 Μηχανισμοί Ασφάλειας

Οι μηχανισμοί ασφάλειας μέσω των οποίων εκπληρώνονται οι απαιτήσεις προκειμένου να επιτευχθεί εμπιστευτικότητα των πληροφοριών των ηλεκτρονικών συναλλαγών, δημοσίου ή ιδιωτικού κλειδιού είναι:

. Συμμετρική κρυπτογράφηση (Symmetric key encryption). κρυπτογράφηση ιδιωτικού κλειδιού ή συμμετρική κρυπτογράφηση βασίζεται σε ένα κοινό κλειδί το οποίο διαμοιράζεται μεταξύ των συναλλασσομένων μερών. Το κλειδί αυτό χρησιμοποιείται τόσο για την κρυπτογράφηση όσο και για την αποκρυπτογράφηση των μηνυμάτων. Ο Kerberos και το Data Encryption Standard είναι οι πλέον παραδοσιακές τεχνολογίες ιδιωτικού κλειδιού. Το βασικό πρόβλημα της κρυπτογράφησης του τύπου αυτού αφορά τη δημιουργία, την αποθήκευση και την μετάδοση του μυστικού κλειδιού (key management). Συγκεκριμένα:

Και τα δύο συναλλασσόμενα μέρη θα, πρέπει να συμφωνήσουν για ένα κοινό μυστικό κλειδί. Κάθε χρήστης θα πρέπει να έχει τόσα μυστικά κλειδιά όσα και τα μέλη με τα οποία συναλλάσσεται. Δεν ικανοποιείται η απαίτηση για, αυθεντικότητα, γιατί δεν μπορεί να αποδειχθεί η ταυτότητα των συναλλασσομένων μερών. Από την στιγμή που δυο άτομα κατέχουν το ίδιο κλειδί, τότε και οι δυο μπορούν να κρυπτογραφήσουν κάποιο μήνυμα και να ισχυριστούν ότι το έστειλε το άλλο άτομο. Κατά συνέπεια, η μη αποποίηση της ευθύνης (non repudiation) για, την αποστολή ενός μηνύματος καθίσταται και αυτή αδύνατη. Το πρόβλημα αυτό επιλύεται με την κρυπτογράφηση δημοσίου κλειδιού ή ασύμμετρη κρυπτογράφηση.

Ασύμμετρη κρυπτογράφηση (Asymmetric key encryption) κρυπτογράφηση δημοσίου κλειδιού βασίζεται σε ένα ζεύγος κλειδιών εκ των οποίων το ένα είναι δημόσια γνωστό ενώ το άλλο είναι ιδιωτικό. Στην κρυπτογράφηση δημοσίου κλειδιού οτιδήποτε κρυπτογραφείται με το ένα κλειδί μπορεί να αποκρυπτογραφηθεί χρησιμοποιώντας μόνο το άλλο κλειδί.

Το κύριο πλεονέκτημα που προσφέρει η κρυπτογράφηση δημοσίου κλειδιού είναι η αυξημένη ασφάλεια που παρέχει. Η κρυπτογράφηση δημοσίου κλειδιού θεωρείται κατάλληλη για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο για τους εξής λόγους:

Εξασφαλίζει την εμπιστευτικότητα του μηνύματος. Παρέχει πιο ευέλικτα μέσα αυθεντικοποίηση των χρηστών. Υποστηρίζει ψηφιακές υπογραφές ( ακεραιότητα μηνύματος ). Τα δύο αυτά κλειδιά μπορούν να χρησιμοποιηθούν με δύο διαφορετικούς τρόπους. Μπορούν δηλαδή να εξασφαλίσουν την εμπιστευτικότητα του μηνύματος και να αποδείξουν την αυθεντικότητα του δημιουργού του.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

# ΚΡΑΤΙΚΕΣ ΜΕΤΑΡΡΥΘΜΙΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

### 6.1 Μέτρα για το ηλεκτρονικό εμπόριο

Θεσμικές παρεμβάσεις στην αγορά που αφορούν το ηλεκτρονικό εμπόριο, γίνονται από το Υπουργείο Ανάπτυξης στο πλαίσιο της ολοκλήρωσης της θεσμικής υποστήριξης των τομέων και της καλλίτερης λειτουργίας τους.

Στόχος του υπουργείου, όσον αφορά το ηλεκτρονικό εμπόριο, είναι να αναπτυχθεί ως σύγχρονη τεχνολογία και ν' αξιοποιηθεί στο έπακρο από τις επιχειρήσεις. Το πρώτο βήμα είναι να τεθούν οι βάσεις και οι μηχανισμοί ώστε κάθε ελληνική επιχείρηση ν' αξιοποιήσει τις παροχές που προσφέρει η χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου, καθώς αποτελεί πλέον ένα σημαντικό κομμάτι της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Παράλληλα, αναμένεται να θεσπιστούν και δικλείδες ασφαλείας, ώστε οι ηλεκτρονικές συναλλαγές να γίνονται κάτω από κανόνες ασφαλείας για προστασία των συναλλασσομένων.

Στόχος της πολιτείας είναι να δημιουργηθεί το κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο, προκειμένου να μην προκληθεί συμφόρηση από την απότομη αύξηση των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Πρέπει να σημειωθεί ότι ανάμεσα σε αυτά που εξετάζονται από το Υπουργείο είναι και η ενίσχυση των επιχειρήσεων που θα υιοθετήσουν τη νέα τεχνολογία. Ωστόσο, ακόμα δεν έχει διατυπωθεί σαφές πλαίσιο για τη μορφή της ενίσχυσης, η οποία δεν αποκλείεται να εξαρτάται από το μέγεθος και τη δραστηριότητα της επιχείρησης.

Το δεύτερο σημαντικό βήμα είναι ότι αναμένεται να ελεγχθούν όλοι οι φάκελοι των εταιριών και να ελεγχθεί η συμμόρφωση τους. Ταυτόχρονα, υπάρχουν σχετικές εισηγήσεις της αρμόδιας διεύθυνσης για την καλλίτερη εποπτεία, τη μεγαλύτερη διαφάνεια και τη βελτίωση της ταχύτητας στην εφαρμογή των αποφάσεων των Δ.Σ. Δεν αποκλείεται μάλιστα η αλλαγή του τρόπου εποπτείας, καθώς η μηχανοργάνωση της υπηρεσίας θα διευκολύνει κατά πολύ τη λειτουργία της.

Για το ηλεκτρονικό εμπόριο θα πρέπει η κάθε επιχείρηση να κατανοήσει ότι αποτελεί το

ργαλείο του μέλλοντος, τόσο στο θέμα της διάδοσης τους όσο και στο ζήτημα της ασφάλειας των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

## 1.2 Νομικό καθεστώς του ηλεκτρονικού εμπορίου

Το νομικό πλαίσιο της Ε.Ε. καθορίζεται από πολλές Οδηγίες που έχουν εκδοθεί μέχρι σήμερα για συναφή θέματα με το ηλεκτρονικό Εμπόριο αλλά το νομοθετικό πλαίσιο για το ηλεκτρονικό εμπόριο, θα ρυθμίζεται πλέον από το τελευταίο νομοσχέδιο της Ε.Ε., η οποία τελική πρόταση θα καταστεί Νόμος (Οδηγία) της Ε.Ε. και θα ρυθμίζει τα θέματα του ηλεκτρονικού εμπορίου με 23 άρθρα.

Το άρθρο 5 κάνει αναφορά στις γενικές πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται στους αποδέκτες και στις αρμόδιες αρχές.

Αυτές είναι η επωνυμία, η διεύθυνση, συμπεριλαμβανόμενης και της ηλεκτρονικής διεύθυνσης, το μητρώο και τον αριθμό εγγραφής του και τον αριθμό του Φ.Π.Α., με τον οποίον είναι εγγεγραμμένος στη φορολογική του αρχή.

Το άρθρο 7, το οποίο έχει τίτλο «ΜΗ ΖΗΤΗΘΕΙΣΑ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ», διαπραγματεύεται την αποστολή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που δεν έχει ζητηθεί σε καταναλωτές ή σε ομάδες συζήτησης. Το άρθρο αυτό απαιτεί η επικοινωνία με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο να αποτελεί αντικείμενο ειδικής ένδειξης στο φάκελο, προκειμένου ο παραλήπτης ενός τέτοιου ταχυδρομείου, να μπορεί αμέσως ν' αναγνωρίζει αν πρόκειται για εμπορική επικοινωνία χωρίς να το ανοίξει.

Σύμφωνα με το άρθρο 11 «ΧΡΟΝΙΚΗ ΣΤΙΓΜΗ ΣΥΝΑΨΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ», εφόσον τα συμβαλλόμενα μέρη δεν έχουν συμφωνήσει διαφορετικά, η σύμβαση συνάπτεται όταν ο αποδέκτης της υπηρεσίας α) έχει λάβει με ηλεκτρονικά μέσα από το φορέα παροχής της υπηρεσίας το αποδεικτικό παραλαβής της αποδοχής της υπηρεσίας, και β) έχει επιβεβαιώσει την παραλαβή του αποδεικτικού παραλαβής. Επίσης σύμφωνα με το άρθρο 11 ο φορέας παροχής πρέπει να παρέχει στον αποδέκτη της υπηρεσίας τα κατάλληλα ηλεκτρονικά μέσα που θα του επιτρέπουν ν' αντιλαμβάνεται και να διορθώνει τα λάθη του.

Με το άρθρο 12 "ΑΠΛΗ ΜΕΤΑΦΟΡΑ(MERE CONDUIT)" θεσπίζεται απαλλαγή ευθύνης



για αστική αποζημίωση και ποινική δίωξη) για τις δραστηριότητες διάδοσης πληροφοριών όταν ο φορέας (παροχής υπηρεσιών) διαδραματίζει παθητικό ρόλο ο οποίος συνίσταται στη διακίνηση απλά των πληροφοριών για λογαριασμό τρίτων (αποδέκτες της υπηρεσίας). Σύμφωνα με την παράγραφο 1. για να μπορούν να επωφεληθούν από την απαλλαγή της ευθύνης πρέπει να πληρούνται σωρευτικά τρεις προϋποθέσεις α) ο φορέας παροχής των υπηρεσιών να μην αποτελεί την αφετηρία της μετάδοσης των πληροφοριών. Δηλαδή δεν πρέπει το ίδιο το άτομο αυτό που μεταδίδει την πληροφορία να λαμβάνει και την απόφαση να πραγματοποιήσει τη μετάδοση αυτή. β) ο φορέας της παροχής δεν πρέπει να επιλέγει ούτε να τροποποιεί τις πληροφορίες που αποτελούν το αντικείμενο της μετάδοσης των πληροφοριών, και γ) δεν πρέπει να επιλέγει τον αποδέκτη της μετάδοσης. Σύμφωνα με την παράγραφο 2 η ενδιάμεση και μεταβατική αποθήκευση που γίνεται κατά τη διάρκεια μετάδοσης των πληροφοριών και οποία πραγματοποιείται για περιορισμένο χρονικό διάστημα καλύπτεται από την απαλλαγή της «απλής μεταφοράς» σύμφωνα με την παράγραφο 1. Το άρθρο 15 «ΑΠΟΥΣΙΑ ΥΠΟΧΡΕΩΣΗΣ ΛΟΓΟΥ» προβλέπει ότι οι φορείς παροχής υπηρεσιών δεν πρέπει να επιφορτίζονται με καμία γενική υποχρέωση επιμονής επαλήθευσης ή ελέγχου των πληροφοριών τρίτων. Αλλά αυτός ο γενικός κανόνας δεν αποκλείει τη δυνατότητα ενός δικαστηρίου ή της αστυνομίας να ζητήσει από ένα φορέα να ελέγξει Π.χ. μία διεύθυνση για μία συγκεκριμένη περίοδο προκειμένου να εμποδίσει ή να καταπολεμήσει μία παράνομη δραστηριότητα.

Το άρθρο 20 «ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ :ΜΕΣΑ» δίνει τη δυνατότητα στην επιτροπή να λάβει μέτρα σύμφωνα με τη διαδικασία που προβλέπεται στο άρθρο 23 προκειμένου να εξασφαλίσει την καλή λειτουργία των ηλεκτρονικών μέσων μεταξύ των κρατών-μελών με στόχο να διευκολύνουν τις διασυνοριακές επικοινωνίες κάτω από επαρκείς συνθήκες ασφαλείας και ειδικότερα για την εκπλήρωση των υποχρεώσεων που αναφέρονται στο άρθρο 17 παρ. 1 και άρθρο 19 παρ. 3 και 4.

Τέλος, με το άρθρο 21 «ΚΥΡΩΣΕΙΣ» καθορίζουν το καθεστώς των κυρώσεων που εφαρμόζονται για τις παραβιάσεις των εθνικών διατάξεων οι οποίες έχουν θεσπιστεί σε εφαρμογή της παρούσας οδηγίας. Οι κυρώσεις πρέπει να έχουν αποτέλεσμα ανάλογο και αποτρεπτικό χαρακτήρα.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

### 7.1 Έρευνα για το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα

Αγορές on line: 1.200.000 Έλληνες είναι δικτυωμένοι στο Internet

\* Αποκαλυπτική έρευνα για το προφίλ, τις συνήθειες και τις φοβίες των καταναλωτών-χρηστών υπολογιστών και Δικτύου. Ποιοι είναι οι πελάτες των ηλεκτρονικών καταστημάτων στην Ελλάδα

Το Internet δημιουργεί μια νέα κρίσιμη μάζα καταναλωτών η οποία αυξάνεται διαρκώς και έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που ενδιαφέρουν όλες τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σήμερα στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Αυτό αποδεικνύει ειδική έρευνα η οποία πραγματοποιήθηκε από την εταιρεία TREK Consulting σε συνεργασία με το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και την εταιρεία ερευνών ΑΛΚΟ και παρουσιάζει «Το Βήμα» στις 14/5/2005 . Η έρευνα, εκτός από το προφίλ του on line καταναλωτή, προχωρεί και στην καταγραφή των στοιχείων εκείνων που αποτρέπουν κάποιους να ψωνίσουν προϊόντα και υπηρεσίες μέσω του υπολογιστή τους, όπως είναι οι ακριβές τιμές διάθεσης προϊόντων και υπηρεσιών μέσω Διαδικτύου ή η διστακτικότητα των Ελλήνων χρηστών να διαθέσουν την πιστωτική τους κάρτα φοβούμενοι την υποκλοπή της, παρ' όλο που το 58% των on line καταναλωτών ψωνίζει στο Internet με πιστωτική κάρτα. Σημαντικά συμπεράσματα προκύπτουν και για την περαιτέρω διεξόδυση του Internet στην Ελλάδα, χρήσιμα για μια σειρά τραπεζικούς, κρατικούς και επιχειρηματικούς φορείς.

Η έρευνα με τίτλο «On line αγοραστική συμπεριφορά: η ελληνική εμπειρία» αποτυπώνει την αγοραστική συμπεριφορά του έλληνα καταναλωτή στο Διαδίκτυο. Λαμβάνοντας υπόψη ότι οι αγορές μέσω Internet αποτελούν έναν εναλλακτικό τρόπο αγοράς, ο οποίος μπορεί να παρομοιαστεί με την αγορά μέσω ταχυδρομικών καταλόγων, Telemarketing, τηλεφωνικών παραγγελιών κτλ. και συνυπολογίζοντας το γεγονός ότι απαραίτητη προϋπόθεση για την αγορά μέσω Internet είναι κατ' αρχήν η σύνδεση στο Internet (ανεξάρτητα από τον τόπο σπίτι, γραφείο κτλ.), η έρευνα περιλαμβάνει τρία πεδία:

1. Τους χρήστες και μη χρήστες εναλλακτικών τρόπων αγορών.
2. Τους συνδεδεμένους και μη συνδεδεμένους στο Internet.
3. Τους on line και off line αγοραστές.

Ο σκοπός της έρευνας είναι:

\* Η διερεύνηση της αγοραστικής συμπεριφοράς και των εμπειριών των on line καταναλωτών σήμερα και στο μέλλον.

\* Η διερεύνηση των στάσεων, των προθέσεων και του προφίλ αυτών που έχουν πρόσβαση στο Internet αλλά δεν κάνουν on line αγορές.

\* Η διερεύνηση των στάσεων, των προθέσεων και του προφίλ αυτών που δεν έχουν πρόσβαση στο Internet.

\* Πώς έγινε η έρευνα

Για καθένα από τα προαναφερθέντα πεδία πραγματοποιήθηκε σε βάθος ανάλυση και χρήση πολλαπλών στατιστικών μεθόδων, ώστε να προκύψουν πλούσια και χρήσιμα αποτελέσματα τα οποία θα μπορούν να αξιοποιηθούν στη συνέχεια από όλους όσοι εμπλέκονται στον χώρο του e-επιχειρείν είτε ως προμηθευτές, είτε ως e-tailers, είτε ως μεσάζοντες στην αλυσίδα διανομής.

Η έρευνα για την αγοραστική συμπεριφορά του έλληνα καταναλωτή στο Διαδίκτυο ξεκίνησε το φθινόπωρο του 2004 ύστερα από πρωτοβουλία της εταιρείας TREK Consulting σε συνεργασία με τον κ. Γ. Αυλωνίτη, καθηγητή Μάρκετινγκ στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και πρόεδρο της Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ, καθώς και με την εταιρεία ερευνών αγοράς ΑΛΚΟ. Η έρευνα εκτελέστηκε κατά την περίοδο Νοεμβρίου - Δεκεμβρίου 2004.

Για την υλοποίηση της έρευνας χρησιμοποιήθηκε δομημένο ερωτηματολόγιο, το οποίο συμπληρώθηκε με τηλεφωνική συνέντευξη. Η έρευνα κάλυψε αντιπροσωπευτικό δείγμα 700 ατόμων από την Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη και τα μεγάλα αστικά κέντρα (Πάτρα, Ηράκλειο, Λάρισα), τα οποία είναι χρήστες ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Λόγω του εύρους και βάθους των αναλύσεων και της σπουδαιότητάς τους για τις επιχειρήσεις της νέας οικονομίας, σκοπός της TREK Consulting είναι η διεξαγωγή της συγκεκριμένης έρευνας σε τακτά διαστήματα. Συγκεκριμένα, η έρευνα για το μέλλον των ηλεκτρονικών αγορών στην Ελλάδα θα διεξάγεται σε ετήσια βάση, ώστε να αποτυπώνονται οι τελευταίες εξελίξεις στον χώρο και να πραγματοποιούνται διαχρονικές συγκρίσεις. Η διεξαγωγή της έρευνας θα γίνεται κατά την περίοδο Σεπτεμβρίου - Δεκεμβρίου κάθε έτους, ενώ τα αποτελέσματα θα γνωστοποιούνται κατά την περίοδο Ιανουαρίου - Φεβρουαρίου του αμέσως επόμενου έτους.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι οι έλληνες χρήστες Η/Υ ανέρχονται σε περίπου 1,6 εκατομμύριο, από την έρευνα προέκυψε ότι οι τέσσερις στους 10 χρησιμοποιούν εναλλακτικούς τρόπους αγορών, με πιο δημοφιλείς τους καταλόγους ταχυδρομικών αγορών, τις τηλεφωνικές παραγγελίες και τα διαφημιστικά ένθετα.

\* Το προφίλ των αγοραστών

Για στοιχεία που αναφέρονται στις αγορές μέσω Internet περιλαμβάνουν προφανώς όλες τις αγορές που γίνονται on line, δηλαδή τόσο αυτές που αφορούν είδη και υπηρεσίες για προσωπική χρήση όσο και αυτές που γίνονται στο πλαίσιο της επαγγελματικής ιδιότητας των ερωτηθέντων (π.χ., αγορά γραφικής ύλης, βιβλίων, λογισμικού κτλ.) για την κάλυψη αναγκών των εταιρειών και οργανισμών στις οποίες εργάζονται.

Από το σύνολο των ατόμων που χρησιμοποιούν Η/Υ σχεδόν οι μισοί είναι συνδεδεμένοι στο Internet (48%), δηλαδή 800.000, και έχουν τα ακόλουθα δημογραφικά χαρακτηριστικά:

- \* Οι έξι στους 10 είναι άνδρες.
- \* Ανήκουν στις νεότερες ηλικίες.
- \* Έχουν ανώτατη μόρφωση.
- \* Έχουν σχετικά υψηλό εισόδημα.

Αξίζει να αναφερθεί ότι κατόπιν αναλύσεων που πραγματοποιήθηκαν στα στοιχεία αυτά διαπιστώθηκε ότι οι άνδρες είναι συνήθως συνδεδεμένοι μόνο από το σπίτι, ενώ οι γυναίκες είναι συνήθως συνδεδεμένες στο Internet μόνο από τον χώρο εργασίας.

Γιατί και πώς χρησιμοποιούν οι χρήστες το Internet;

- \* Οι έξι στους 10 για το e-mail.
- \* Το 35% παρακολουθεί ειδήσεις και ενημερώνεται για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα.
- \* Το 30% κατεβάζει (downloading) προγράμματα.
- \* Το 30% ακούει μουσική.
- \* Το 26% ψάχνει για προϊόντα και υπηρεσίες.

Από την περαιτέρω επεξεργασία των στοιχείων που αφορούν τους έλληνες χρήστες Internet και τον συνδυασμό των απαντήσεών τους σε συσχέτιση με τα δημογραφικά τους στοιχεία προκύπτουν τέσσερις βασικές κατηγορίες χρηστών:

- \* Το 40% χρησιμοποιεί συστηματικά το Internet για ενημέρωση σε πολιτικά, κοινωνικά, τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα καθώς και για on line αγορές.
- \* Το 35% χρησιμοποιεί συστηματικά το Internet για chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής κτλ., χωρίς on line αγορές.
- \* Το 15% χρησιμοποιεί συστηματικά το Internet για αποστολή και λήψη e-mails, κατέβασμα προγραμμάτων λογισμικού, δημοπρασίες on line, έρευνα αγοράς για προϊόντα και υπηρεσίες, καθώς και για on line αγορές.
- \* Το 10% χρησιμοποιεί συστηματικά το Internet για αναζήτηση εργασίας.

Οι έλληνες on line αγοραστές ανέρχονται σε 100.000 και αποτελούν το 12,6% του συνολικού on line πληθυσμού (χρηστών Internet).

Σημειώνεται ότι η έρευνα εξετάζει μόνο τους καταναλωτές που αγοράζουν on line είδη (προϊόντα και υπηρεσίες) που προορίζονται για προσωπική τους χρήση.

Οι on line αγοραστές είναι συνήθως άνδρες και διαθέτουν υψηλά εισοδήματα (πάνω από 1500 ΕΥΡΩ μηνιαίως). Όσο πιο πολύ χρόνο μάλιστα είναι συνδεδεμένοι στο Internet (π.χ., μεταξύ 1992-1996) τόσο περισσότερο κάνουν αγορές μέσω του Διαδικτύου.

Η έρευνα αναλύει στη συνέχεια τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που διατίθενται συνήθως μέσω Internet και κάνει τις εξής διακρίσεις:

1. Προϊόντα και υπηρεσίες που ήδη αγοράζουν οι έλληνες on line καταναλωτές.
2. Προϊόντα και υπηρεσίες που θα αγόραζαν οι έλληνες on line καταναλωτές.
3. Προϊόντα και υπηρεσίες που δεν θα αγόραζαν ποτέ οι έλληνες on line καταναλωτές.

Από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων προκύπτουν χρήσιμα στοιχεία για όσους ήδη δραστηριοποιούνται στο ηλεκτρονικό εμπόριο ως e-tailers, και πολύ περισσότερο για αυτούς που προτίθενται να αναλάβουν on line εγχειρήματα (e-shops).

Σε ό,τι αφορά τα χρήματα που δαπανούν οι έλληνες καταναλωτές για on line αγορές, το 62% έχει δαπανήσει το τελευταίο έτος ως και 300 ΕΥΡΩ. Συσχετίζοντας το ύψος των δαπανών ανά φύλο παρατηρείται ότι οι άνδρες συνήθως καταναλώνουν πάνω από 300 ΕΥΡΩ ετησίως, ενώ οι γυναίκες ως αυτό το ποσό.

#### \* Συχνότητα συναλλαγών

Οι τρεις στους 10 έλληνες on line καταναλωτές αγοράζουν μέσω Διαδικτύου συχνότερα από μία φορά τον μήνα. Σημειώνεται επίσης ότι οι χρήστες που έχουν συνδεθεί την τελευταία τριετία στο Internet αγοράζουν πιο συχνά σε σχέση με τους παλαιότερους χρήστες. Οι μισοί έλληνες αγοραστές του Διαδικτύου προτιμούν να πληρώνουν με πιστωτική κάρτα μέσω Internet. Τέλος, συσχετίζοντας τις απαντήσεις των ελλήνων on line καταναλωτών με τον χρόνο κατά τον οποίο συνδέθηκαν στο Internet, διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες:

\* Καινοτόμοι: Αποτελούν το 40% των ελλήνων on line καταναλωτών και έχουν συνδεθεί στο Internet μεταξύ 1992-1996.

\* Πρώιμοι αποδέκτες: Αποτελούν το 45% των ελλήνων on line καταναλωτών και έχουν συνδεθεί στο Internet μεταξύ 1997-1999.

\* Ουραγοί: Αποτελούν το 15% των ελλήνων on line καταναλωτών και έχουν συνδεθεί στο Internet μετά το 2000.

Off line αγοραστές ορίζονται αυτοί που αγοράζουν με τον παραδοσιακό τρόπο (π.χ., επίσκεψη σε κατάστημα) ή/και με εναλλακτικούς τρόπους (π.χ., κατάλογοι ταχυδρομικών αγορών) αλλά όχι από το Internet.

Η συγκεκριμένη ομάδα ελλήνων καταναλωτών διακρίνεται σε πέντε συγκεκριμένες κατηγορίες (clusters) σύμφωνα με τις συσχετίσεις των απαντήσεών τους και των δημογραφικών τους στοιχείων:

• Το 12% είναι αναποφάσιστο.

• Το 25% δεν διαθέτει πιστωτική κάρτα.

• Το 23% δεν εμπιστεύεται τους on line εμπόρους· δεν επιθυμεί να αποστέλλει στο Internet

πληροφορίες σχετικές με τις πιστωτικές του κάρτες.

• Το 21% βρίσκει τη διαδικασία της on line αγοράς πολύπλοκη· δυσκολεύεται να βρει προϊόντα και

υπηρεσίες στο Internet· δεν βρίσκει επαρκείς πληροφορίες στο Internet για τα προϊόντα και τις

υπηρεσίες που αναζητεί.

• Το 19% προτιμά να αγοράζει από τα «φυσικά» καταστήματα· θέλει να έχει επαφή με το προϊόν

πριν από την αγορά· θέλει να μιλάει με τους πωλητές.

Τοια είναι τα συμπεράσματα της έρευνας;

1. Η σημαντικότερη παράμετρος επιτυχίας οποιουδήποτε on line εγχειρήματος είναι η γεφύρωση

του χάσματος μεταξύ των προσδοκιών από την πλευρά των on line καταναλωτών και των

επιδοσχεσεων από την πλευρά των e-tailers.

2. Μια ισχυρή επώνυμη μάρκα που διατίθεται off line είναι πολύ πιθανό να είναι ιδιαίτερα επιτυχής

και on line σε σχέση με μια μάρκα που δεν είναι γνωστή.

3. Οι on line καταναλωτές χρειάζονται εκπαίδευση και πλούσια πληροφόρηση, ώστε να

εξοικειωθούν με τη διαδικασία της on line αγοράς και να εξαλείψουν τους φόβους και τις ανησυχίες

τους σχετικά με την αξιοπιστία, την ασφάλεια των συναλλαγών κτλ.

4. Οι έλληνες on line καταναλωτές κάνουν κυρίως προγραμματισμένες αγορές στο Internet. Αυτό

σημαίνει ότι δεν επηρεάζονται ιδιαίτερα από διαφημιστικά banners και άλλους τρόπους

προσέλκυσης, αν το συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία που διαφημίζεται δεν βρίσκεται ήδη μέσα στη

«λίστα των αγορών» τους. Για αυτά τα είδη μπορούν να παρακινηθούν από ειδικές τιμές και

προσφορές.

Γέλος, η μελέτη «On line αγοραστική συμπεριφορά: η ελληνική εμπειρία» περιέχει συμπεράσματα

και προτάσεις για τα ηλεκτρονικά καταστήματα στην Ελλάδα, μέτρα για περαιτέρω ανάπτυξη των

on line αγορών, τρόπους προσέλκυσης των off line αγοραστών, τραπεζικές εργασίες, τουριστικές

υπηρεσίες και ψυχαγωγία μέσω Internet κτλ.

## ΤΟ ΔΙΑΔΑΓΜΑ

### Δημιουργείται νέα κατηγορία καταναλωτών

Ποια είναι τα κύρια χαρακτηριστικά της έρευνας της TREK Consulting αναφορικά με τη συμπεριφορά του on line έλληνα καταναλωτή; Ο διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας κ.

Παπαπολύζος σχολιάζει: «Η έρευνα έχει δύο αξιοσημείωτα χαρακτηριστικά. Το ένα αφορά την ίδια την έρευνα αφού αποτελεί στον βαθμό που γνωρίζω την πρώτη ουσιαστική ανάλυση του ελληνικού περιβάλλοντος Internet. Επιπλέον η μελέτη προχωρεί στην παραγωγή συγκεκριμένων προτάσεων και στρατηγικών προς τις υφιστάμενες και νέες επιχειρηματικές ενέργειες στον χώρο του Internet. Ως σήμερα η εξερεύνηση του e-επιχειρείν αναφερόταν κυρίως σε στατιστικά και δημογραφικά στοιχεία ενώ σε πολλές περιπτώσεις εξεταζόταν η παγκόσμια κατάσταση και όχι η ελληνική πραγματικότητα. Η έρευνα δεν αναλύει μόνο την υφιστάμενη κατάσταση του e-καταναλωτή αλλά και του μη καταναλωτή Internet (εν δυνάμει καταναλωτής). Αναλύει τη συμπεριφορά αυτών που είναι συνδεδεμένοι σήμερα στο Internet και αυτών που δεν είναι αλλά πρόκειται να συνδεθούν σε τρεις, έξι και 12 μήνες.

Το δεύτερο χαρακτηριστικό της έρευνας αφορά μερικά βασικά θέματα που αποτρέπουν τον έλληνα χρήστη από το να ξοδέψει τα χρήματά του on line και άρα να γίνει ενεργός και πραγματικός καταναλωτής. Ενα από αυτά είναι οι ακριβές τιμές διάθεσης προϊόντων και υπηρεσιών μέσω Διαδικτύου, παρ' όλο που τα λειτουργικά κόστη των αντίστοιχων επιχειρήσεων θα έπρεπε να είναι σημαντικά χαμηλότερα σε σχέση με τις off line αγορές. Ενα δεύτερο χαρακτηριστικό σημείο είναι η φοβία των ελλήνων χρηστών να διαθέσουν την πιστωτική τους κάρτα φοβούμενοι την υποκλοπή της, παρ' όλο που το 58% των on line καταναλωτών ψωνίζει στο Internet με πιστωτική κάρτα. Επιπλέον σε σχετική δέσμη ερωτήσεων της έρευνας ο χρήστης δεν γνωρίζει ότι έχει δικαίωμα να αρνηθεί τη χρέωση της πιστωτικής του κάρτας σε περίπτωση που αυτή υποκλαπεί κατά τη συναλλαγή. Σημαντικά συμπεράσματα λοιπόν εξάγονται σε ό,τι αφορά την περαιτέρω διείσδυση του Internet στην Ελλάδα. Π.χ., ο ρόλος της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών, του υπουργείου Εμπορίου και άλλων θεσμικών και κυβερνητικών αρχών θα πρέπει να συνταχθεί προς την κατεύθυνση της οργανωμένης πληροφόρησης προς τον έλληνα καταναλωτή. Επίσης το πρόγραμμα "Δικτυωθείτε" του υπουργείου Ανάπτυξης μπορεί να δώσει το βασικό υπόβαθρο στη χρήση της τεχνολογίας του Διαδικτύου και στον μέσο καταναλωτή θα προσφέρει κάποιας μορφής εφαρμογή, εύχρηστη, γρήγορη, χρήσιμη, που θα μπορούσε να είναι η αίσθηση της ασφαλούς χρήσης του Διαδικτύου για οικονομικές συναλλαγές.

Μια σειρά άλλες παρατηρήσεις και αντίστοιχες προτάσεις-λύσεις που παρουσιάζονται στην έρευνα καταδεικνύουν ότι η δημιουργία της κρίσιμης μάζας καταναλωτών, είτε αυτή εξετάζεται

μακροσκοπικά (θεσμικό επίπεδο) είτε μικροσκοπικά (συγκεκριμένες αγορές), μπορεί να κατακτηθεί σε ορισμένες περιπτώσεις με σειρά ενεργειών και στοχευμένων δράσεων. Σε αντιδιαστολή η έρευνα δείχνει ότι μερικές κατηγορίες αγορών μάλλον δεν έχουν μέλλον στο ελληνικό e-επιχειρείν και σχεδόν κάθε προσπάθεια θα είναι άκαιρη ενέργεια».

## **7.2 Η ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ**

Η ελληνική αγορά του Ηλεκτρονικού Εμπορίου βρίσκεται σε μια διαρκή φάση ανάπτυξης κατά τα τελευταία δύο χρόνια. Παρ' ότι ο αριθμός των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν παραδοσιακές τεχνολογίες Ηλεκτρονικού Εμπορίου κυρίως για business-to-business επικοινωνίες (όπως το παραδοσιακό EDI) έχει σταθεροποιηθεί σε σχετικά χαμηλά επίπεδα και κυρίως στον κλάδο του λιανεμπορίου, παρουσιάζεται ένα διαρκώς αυξανόμενο ενδιαφέρον για εφαρμογές που αφορούν την σχέση business-to-consumer και τις on-line πωλήσεις προϊόντων και υπηρεσιών. Η επιχειρηματική χρήση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου προωθήθηκε κυρίως από τα μέσα της δεκαετίας του 1990 στα πλαίσια του ECR-Ελλάς, όπου 90 επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου (βιομηχανία και supermarkets) οργανωμένα προσπαθούν να αυτοματοποιήσουν τις συναλλαγές τους αξιοποιώντας το EDI.

Οι συνεχείς ζυμώσεις στο χώρο της Πληροφορικής δεν ήταν δυνατόν να αφήσουν ανεπηρέαστη την αγορά του Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Εξαγορές και στρατηγικές συνεργασίες που ανακοινώνονται όλο και συχνότερα, μεταβάλλουν διαρκώς το χάρτη της αγοράς αυτής και αλλάζουν τις ισορροπίες της, αποδεικνύοντας παράλληλα τη δυναμική της. Ταυτόχρονα, όλο και περισσότερες εταιρίες Πληροφορικής ανακοινώνουν την πρόθεσή τους να αναπτύξουν και να προσφέρουν υπηρεσίες Ηλεκτρονικού Εμπορίου, δημιουργώντας μια εικόνα υπερπροσφοράς σε σχέση με τον αριθμό των επιχειρήσεων - χρηστών των νέων τεχνολογιών στη χώρα μας.

Πρόσφατες κινήσεις συνεργασιών και συγχωνεύσεων αναμένεται να αλλάξουν το τοπίο της αγοράς των ISPs, να ενισχύσουν τον ανταγωνισμό στη χώρα μας, και πιθανά να επισπεύσουν τη λεγόμενη σύγκλιση των τηλεπικοινωνιακών υποδομών που θα οδηγήσει στην προσφορά ολοκληρωμένων υπηρεσιών Ηλεκτρονικού Εμπορίου στον τελικό καταναλωτή. Συνεργασίες με ιδιαίτερη προστιθέμενη αξία είναι αυτές που γίνονται με χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς (μεγάλοι πελάτες και φυσικό δίκτυο) και με εκδοτικούς οργανισμούς (σημαντικό περιεχόμενο).



Η ανάπτυξη του Internet αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στην Ελλάδα. Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία και εκτιμήσεις υπάρχουν στην Ελλάδα σήμερα περίπου 600.000 - 650.000 χρήστες, από τους οποίους 50% σε εμπορικά και 50% σε ακαδημαϊκά δίκτυα. Τον τελευταίο χρόνο ο αριθμός των IP διευθύνσεων αυξήθηκε κατά 80% ενώ παράλληλα τα domain names είχαν αύξηση κατά 180%. Παρά την εντυπωσιακή αυτή αύξηση, η χρήση του Internet στην Ελλάδα παραμένει περιορισμένη. Το 2003 η διείσδυση ήταν 3% του πληθυσμού ενώ 6% ήταν στα τέλη του 2004. Για το 2006 αναφέρουμε ενδεικτικά ότι η διείσδυση στο Βέλγιο θα είναι 23 %, στην Ισπανία 13% και στη Φιλανδία 49%.

Ένας άλλος δείκτης διάδοσης του Internet με πρακτική επίπτωση στην ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου αφορά τον αριθμό των ασφαλών Web Servers. Υπό αυτό το πρίσμα η Ελλάδα υστερεί στη δημιουργία της κατάλληλης υποδομής, καθότι ο μέσος αριθμός στην ΕΕ είναι 0,8 ασφαλείς Web Servers ανά 100,000 κατοίκους, ενώ στην Ελλάδα ο αντίστοιχος αριθμός είναι 0,1.

Όσον αφορά την Ελλάδα, μέχρι πρότινος, το Internet αποτελούσε ένα ακόμη κανάλι προώθησης και προβολής προϊόντων και υπηρεσιών χωρίς να προσφέρει τη δυνατότητα στον τελικό καταναλωτή να υλοποιεί τις αγορές του μέσω αυτού. Αυτή τη στιγμή γίνονται οι πρώτες προσπάθειες για την δημιουργία ηλεκτρονικών καταστημάτων τα οποία ολοκληρώνουν τον εμπορικό κύκλο (προώθηση και πώληση προϊόντων, ανταλλαγή πληροφοριών και παραστατικών με προμηθευτές, κτλ.). Ήδη, η δυνατότητα υλοποίησης παραγγελιών μέσω τηλεφώνου, την οποία έχουν σταδιακά υιοθετήσει και εφαρμόσει γνωστές αλυσίδες σούπερ μάρκετ στην χώρα μας, αποτελεί έναν προθάλαμο για την αποτελεσματική μετάβαση στον χώρο του Internet αφού “εκπαιδεύει” κατά κάποιο τρόπο τους καταναλωτές στην αγορά προϊόντων “απομακρυσμένα” χωρίς την ανάγκη επίσκεψης τους στο κατάστημα. Για να αναπτυχθεί το εμπόριο με ηλεκτρονικά μέσα (π.χ. Internet) είναι αναγκαίο να υπάρξει και στην Ελλάδα σημαντικό ποσοστό καταναλωτών που αγοράζουν συνειδητά από απόσταση. Αυτήν την στιγμή το ποσοστό αυτό είναι μόλις στο 8%.

Όσον αφορά τη χρήση του Internet στην Ελλάδα, επικεντρώνεται κατά κύριο λόγο στην άντληση πληροφοριών και ειδήσεων (42%) καθώς και στη χρήση email από το γραφείο (32%). Πάντως τα ποσοστά των καταναλωτών που αγοράζουν μέσω του Internet είναι ιδιαίτερα χαμηλά όταν μάλιστα αναφερόμαστε σε ολοκληρωμένη εμπορική πράξη (π.χ. πληρωμή). Γενικά, μόνο το 6% των χρηστών Internet το χρησιμοποιούν αυτή τη στιγμή για αγορές (και μάλιστα δεν είναι εξακριβωμένη

και η συχνότητα των αγορών) ενώ το δυνητικό ποσοστό αναμένεται να φθάσει το 1/3 σε 3-5 χρόνια κάτω όμως από συγκεκριμένες συνθήκες και προϋποθέσεις (κυρίως αξιοποιώντας την κινητή τηλεφωνία και την ψηφιακή τηλεόραση). Αυτή η προοπτική δικαιολογεί και τις πρόσφατες επιχειρηματικές δραστηριότητες στην Ελλάδα για την λειτουργία ηλεκτρονικών καταστημάτων.

Για ενθαρρυντικά μηνύματα για τους Έλληνες καταναλωτές του Ηλεκτρονικού Εμπορίου προέρχονται από άλλη πηγή. Ήδη το 70% του ενεργού πληθυσμού κατέχει κινητό τηλέφωνο και είναι εντυπωσιακά τα μηνύματα των χρηστών που χρησιμοποιούν υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας για απόσταση συναλλαγές πληροφόρησης κυρίως για χρηματιστηριακά θέματα.

Εάν ό,τι αφορά την επιχειρηματική χρήση του Internet από τις ελληνικές επιχειρήσεις, σημειώνεται μια σταδιακή εξάπλωση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου προς δύο κατευθύνσεις:

- προς την κατεύθυνση της εκμετάλλευσης του Internet από ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις κυρίως για προώθηση και πολύ λιγότερο για την επίτευξη ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων, και
- προς την κατεύθυνση της δημιουργίας εικονικών επιχειρήσεων (virtual organizations) στα πρότυπα των αντίστοιχων διεθνών παραδειγμάτων, αλλά έχοντας κυρίως μόνο την απλή μορφή του επιχειρηματικού μοντέλου που λέγεται portal.

Εάν ό,τι αφορά την πρώτη από τις παραπάνω κατηγορίες, και αναφορικά με το περιεχόμενο της σελίδας τους στο Web, οι περισσότερες επιχειρήσεις αναφέρουν (σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών σε δείγμα 200 επιχειρήσεων - 2004) ότι προβάλλουν το προφίλ της επιχείρησης (30%) και κάποια πληροφοριακά στοιχεία για επικοινωνία (27%), χωρίς περαιτέρω δυνατότητες για την υποστήριξη πιο πολύπλοκων εφαρμογών. Παρ'όλα αυτά κάποιες από τις ελληνικές επιχειρήσεις που έχουν ήδη παρουσία στο Internet έχουν ήδη αναπτύξει δυνατότητες on-line λήψης παραγγελιών (6,5%) και ακόμη λιγότερες on-line πληρωμών(4,5%).

Θα πρέπει επίσης να σημειωθεί και η διαρκής αύξηση των ελληνικών Τραπεζών που δραστηριοποιούνται στο Internet μέσω υπηρεσιών Web Banking και θα πρέπει να αναμένεται παραγδαία αύξηση στην αγορά Τραπεζικών Υπηρεσιών μέσω του Internet και άλλων εναλλακτικών καναλιών. Ιδιαίτερα θετική εξέλιξη είναι η δυνατότητα που προσφέρει ήδη Ελληνική Τράπεζα για ασφαλείς για ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω Internet.

Οι ιδιωτικές πρωτοβουλίες και επενδύσεις για ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών μορφών που αξιοποιούν το Ηλεκτρονικό Εμπόριο θα ενταθούν τα επόμενα χρόνια. Οι επιτυχημένες όμως προσπάθειες θα προέλθουν (με βάση τα παραδείγματα που το εξωτερικό) από νέους επιχειρηματίες που θα αξιοποιήσουν την νέα Χρηματιστηριακή Αγορά και τα Venture Capitals παρά από μεγάλες εταιρίες πληροφορικής που κυρίως εκμεταλλεύονται τον όρο «Ηλεκτρονικό Εμπόριο» για την καλύτερη θέση της ευρύτερης μετοχικής τους θέσης. Όλοι οι φορείς θα πρέπει να προσπαθήσουν για τη δημιουργία της ανάλογης υποδομής (χρηματοδότηση, θεσμικά) που θα επιτρέψει το ηλεκτρονικό επιχειρείν (eBusiness) από την νέα γενιά των Ελλήνων επιχειρηματιών.

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο σαν μια γενική ιδέα καλύπτει όλες τις μορφές επιχειρηματικών συναλλαγών που διεξάγονται ηλεκτρονικά και χρησιμοποιούν τα τηλεπικοινωνιακά δίκτυα. Συμπεριλαμβάνει ένα μεγάλο εύρος δραστηριοτήτων και ο βασικός στόχος είναι φυσικά ο κύκλος των εμπορικών συναλλαγών. Δηλαδή το να "εμπορεύεσαι" ηλεκτρονικά φυσικά αγαθά και υπηρεσίες δεν είναι μόνο ηλεκτρονικό θέμα. Μεγάλη προσοχή πρέπει να δοθεί στη διαφήμιση και στην προώθηση του προϊόντος, στις διευκολύνσεις που παρέχονται μεταξύ των εμπόρων, στην πληρότητα και στους όρους αγοράς. Ακόμα στην υποστήριξη πριν αλλά και μετά την πώληση καθώς επίσης και στην υποστήριξη για διαμοιραζόμενες επιχειρηματικές εργασίες.

Τα ηλεκτρονικά καταστήματα συγκαταλέγονται στις εφαρμογές της κατηγορίας επιχείρηση προς καταναλωτή και αποτελούν σημεία προώθησης και πώλησης αγαθών μέσω του Internet. Ένα Ηλεκτρονικό Κατάστημα μπορεί να αναπαραστήσει και να εμπλουτίσει με νέες δυνατότητες τη λειτουργικότητα ενός νέου καταστήματος. Σε αρκετές περιπτώσεις, τα ηλεκτρονικά καταστήματα λειτουργούν ως υποκαταστήματα των υφισταμένων (φυσικών) καταστημάτων, ενώ σε άλλες περιπτώσεις αποτελούν τα μοναδικά σημεία πώλησης των προϊόντων μιας επιχείρησης, στόχος ενός ηλεκτρονικού καταστήματος δεν είναι μόνο η προβολή των προϊόντων, αλλά και η εφαρμογή τεχνικών που προσδίδουν πρόσθετη αξία στην ηλεκτρονική παρουσία του εμπόρου και ωθούν τον πελάτη να προτιμήσει την ηλεκτρονική αγορά έναντι της παραδοσιακής. Οι τεχνικές αυτές αφορούν την αποτελεσματική ανταπόκριση στις ανάγκες του καταναλωτή μέσα από την παροχή υποστήριξης του πελάτη (πριν και μετά την πώληση). Επιπλέον, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη και ο σχεδιασμός, η παραγωγή και η προώθηση προϊόντων, βάσει των ιδιαίτερων απαιτήσεων και

αναγκών τον κάθε πελάτη, μεμονωμένα, καθώς και η δυνατότητα εξοικονόμησης κόστους και χρόνου.

Από την πλευρά του εμπόρου, εξασφαλίζεται η ηλεκτρονική του παρουσία σε παγκόσμιο επίπεδο καθώς και η δημιουργία νέων καναλιών προώθησης και πώλησης των προϊόντων. Επιπλέον, προκύπτουν νέα, κανάλια επικοινωνίας με τους πελάτες αλλά και με άλλες επιχειρήσεις, καθιστώντας ακόμα πιο ισχυρή και άμεση την επαφή της επιχείρησης μαζί τους. Αυτοματοποιημένες διαδικασίες, που αφορούν την διαχείριση αποθεμάτων και την διανομή (μεταφορά και παράδοση) των προϊόντων, μπορούν να υιοθετηθούν και να συντελέσουν στην εξοικονόμηση κόστους για την επιχείρηση, και κατ' επέκταση για τον ίδιο τον πελάτη.

Σε ένα μεγάλο ποσοστό τα υπάρχοντα ηλεκτρονικά καταστήματα στο internet, διαθέτουν χαρακτηριστικά που αφορούν την προβολή και προώθηση των προϊόντων, την δυνατότητα άμεσης παραγγελίας και αγοράς αυτών είτε με αντικαταβολή είτε μέσω πιστωτικής κάρτας. Επίσης υιοθετούνται μέθοδοι για την αναγνώριση της ταυτότητας του πελάτη και σκιαγράφηση του προφίλ, όχι μόνο όσον αφορά τα προσωπικά του στοιχεία αλλά και τις αγοραστικές του συνήθειες. Με αυτό τον τρόπο κάθε φορά που ο πελάτης αυτός επισκέπτεται το κατάστημα, μπορεί να δει κάποιες σελίδες διαμορφωμένες σύμφωνα με τις απαιτήσεις και την αγοραστική του συμπεριφορά κατά την τελευταία του επίσκεψη. Επιπλέον νέα προϊόντα και προσφορές που εμπίπτουν στις αγοραστικές του συνήθειες προτείνονται στους συχνότερους επισκέπτες.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

### ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΧΕΣΗ ΤΟΥΣ ΜΕ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

#### Ερευνητικοί Στόχοι

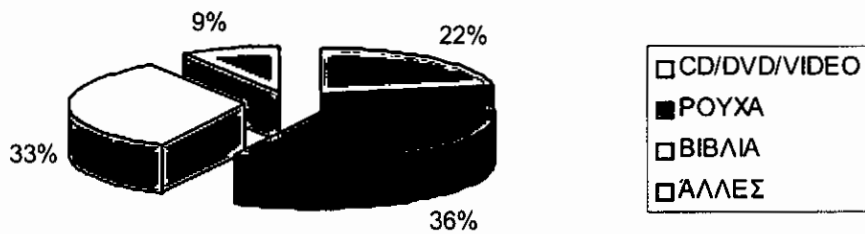
1. Κατανόηση και Αξιολόγηση της Διάχυσης της Τεχνολογίας του Internet
2. Διερεύνηση των Αντιλήψεων των ελληνικών επιχειρήσεων σχετικά με το Internet
3. Εντοπισμός πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων του ηλεκτρονικού εμπορίου στις επιχειρήσεις

#### Ανταπόκριση

Συνολικά αποστείλαμε 120 ερωτηματολόγια. Για διάφορους λόγους απαντήθηκαν τα 90. ( ποσοστό συμμετοχής των επιχειρήσεων 75% ). Το χρονικό διάστημα που πραγματοποιήθηκε η έρευνα ξεκινά στις 20/2/2006 και ολοκληρώνεται σχεδόν ένα μήνα μετά.

Οι περισσότερες από τις επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνά ήταν Μικρού και Μεσαίου Μεγέθους κάτι που βρίσκεται σε απόλυτη συμφωνία με τη διάρθρωση της ελληνικής οικονομίας. Οι επιχειρήσεις αυτές χωρίζονται σε τρεις βασικές κατηγορίες ανάλογα με το αντικείμενο τους. Αναλυτικά λοιπόν ερωτήθηκαν: 30 επιχειρήσεις που εμπορεύονται βιβλία, 20 CD / DVD, 32 με είδη ρουχισμού και 8 άλλες διάφορες μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Έτσι προκύπτουν τα παρακάτω ποσοστά και παρουσιάζονται στο παρακάτω γράφημα Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει η κατανομή των επιχειρήσεων που απάντησαν, και που θεωρώ ότι είναι αντιπροσωπευτικές του συνολικού πληθυσμού (επιχειρήσεις με παρουσία στο Internet), η οποία φαίνεται στο παρακάτω Διάγραμμα.

### ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ



### ΓΡΑΦΗΜΑ 1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

#### 1.1. Χρήση internet

Από τις επιχειρήσεις αυτές 55 δηλαδή το 61% χρησιμοποιεί το internet ενώ οι υπόλοιπες 35 δηλαδή το 39% όχι.

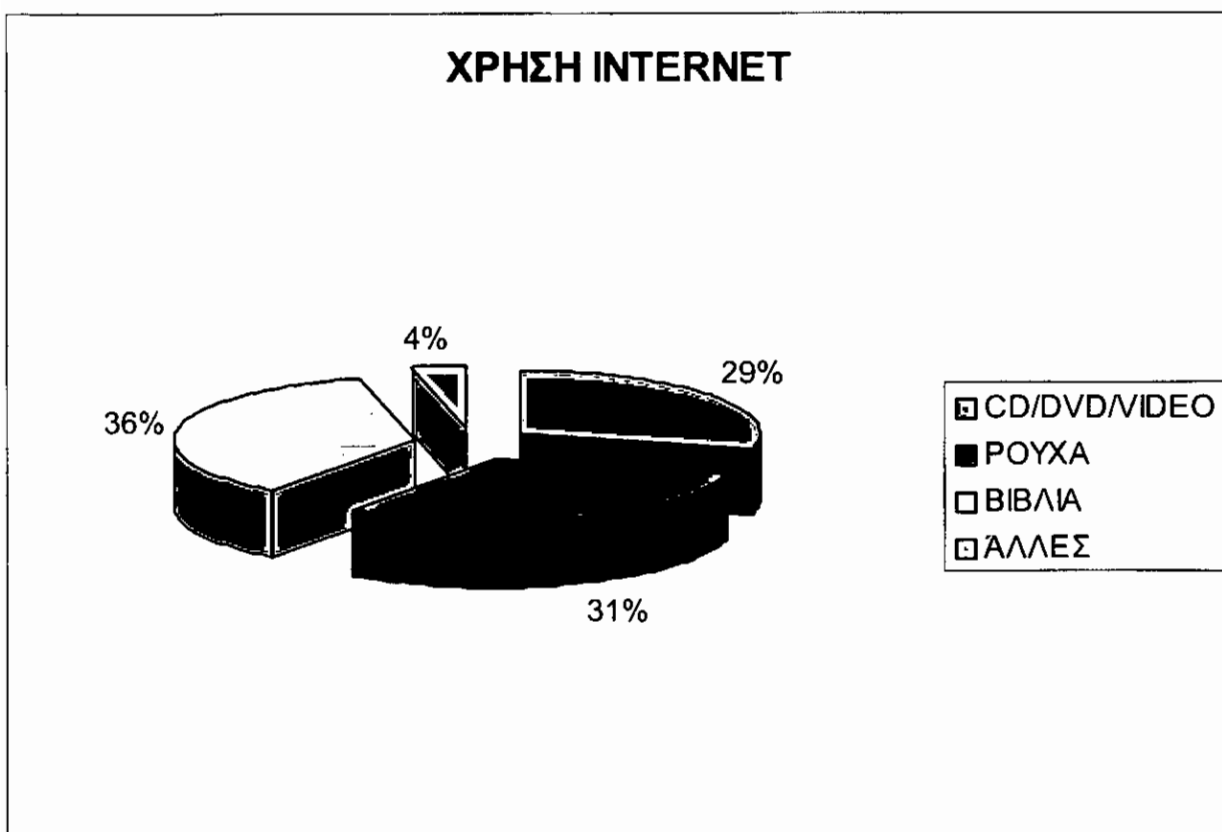
### ΧΡΗΣΗ INTERNET



### ΓΡΑΦΗΜΑ 2

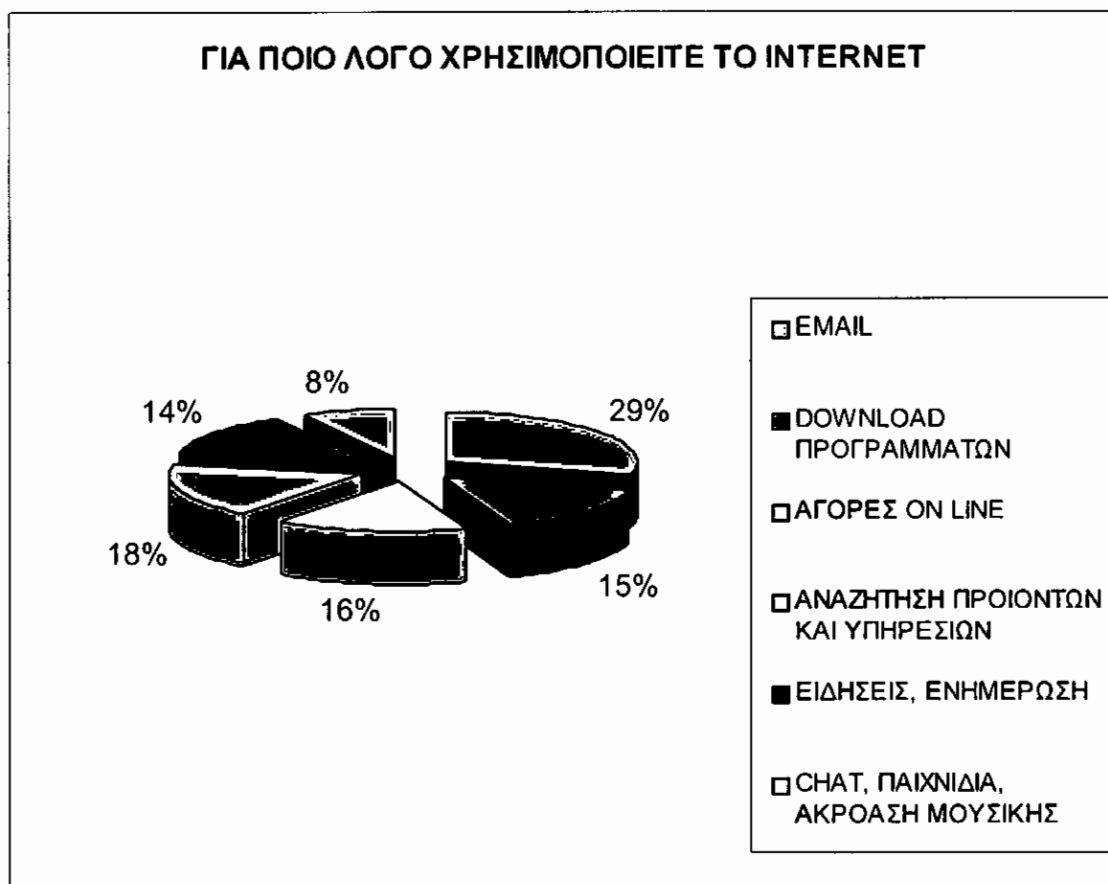
Από το 61% αυτών τα ποσοστά των χρηστών internet ανάλογα με τον κλάδο τους έχει ως εξής:

- 36% βιβλιοπωλεία (17 καταστήματα )
- 31% είδη ρουχισμού (16 καταστήματα)
- 29% CD/DVD/ VIDEO (20 καταστήματα)
- 4% διάφορα άλλα καταστήματα (2 καταστήματα)



ΓΡΑΦΗΜΑ 3

Στην ερώτηση για ποιο λόγο χρησιμοποιούν το internet στην επιχείρησή τους δόθηκαν οι εξής απαντήσεις που παρουσιάζονται στο παρακάτω γράφημα. 53 φορές επιλέχθηκε η επιλογή email, 28 το download προγραμμάτων, 29 οι αγορές on line, 33 φορές η αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών, 25 ειδήσεις και ενημέρωση και 14 για chat παιχνίδια και ακρόαση μουσικής. Από αυτές τις τιμές προκύπτουν και τα παρακάτω ποσοστά.



ΓΡΑΦΗΜΑ 4



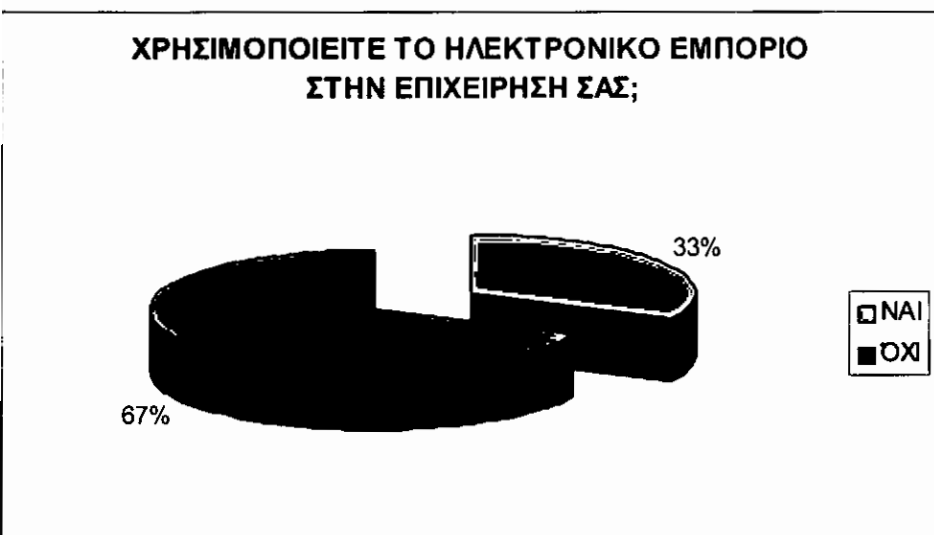
## 1.2. Ηλεκτρονικό εμπόριο

Ένα στοιχείο που επιβεβαιώνει τον μεγάλο ρυθμό ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι οι απαντήσεις που δόθηκαν στην ερώτηση **αν γνωρίζουν το ηλεκτρονικό εμπόριο**. Από το σύνολο των επιχειρήσεων οι **61** απάντησαν ναι και οι **29** όχι. Μεταφράζοντας λοιπόν τις απαντήσεις σε ποσοστά επί τοις εκατό, ενθαρρυντικό το στοιχείο για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου αφού **το 69% απαντά ναι**.



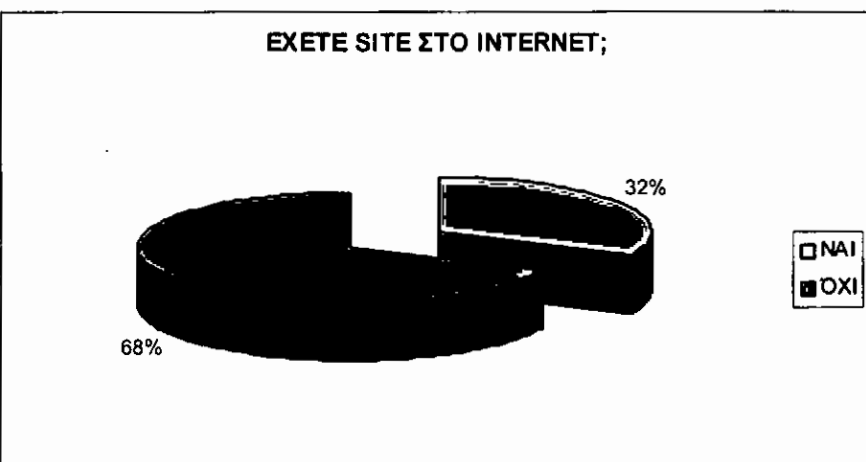
ΓΡΑΦΗΜΑ 5

Από το σύνολο των επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα όμως μόνο οι 30 δηλαδή το 33% χρησιμοποιεί το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή του. Οι υπόλοιπες 60 δηλαδή το 67% δεν το χρησιμοποιεί και αυτό οφείλεται σε λόγους που θα αναλυθούν παρακάτω. Ακολουθεί το κυκλικό διάγραμμα.



ΓΡΑΦΗΜΑ 6

Από το σύνολο των επιχειρήσεων 29 είναι αυτές που διατηρούν δική τους ιστοσελίδα στο Internet. Το ποσοστό ανέρχεται στο 32%. Οι υπόλοιποι αρκούνται να το χρησιμοποιούν μόνο για ενημέρωση, αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών και αγορές εμπορευμάτων on-line.

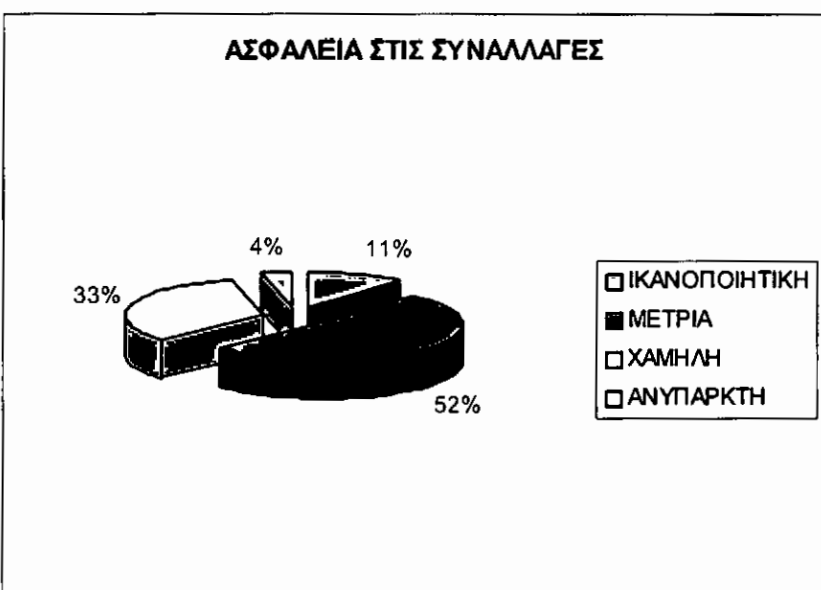


ΓΡΑΦΗΜΑ 7

### 3.3. Η ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών

Η ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών παρουσιάζεται στη διεθνή βιβλιογραφία ως ο σημαντικότερος ανασταλτικός παράγοντας για την εξάπλωση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Επιπλέον, πολλοί είναι οι χρήστες του Internet που πιστεύουν πως τα μέτρα που λαμβάνουν οι επιχειρήσεις –σε παγκόσμιο επίπεδο- δεν επαρκούν για να κατοχυρωθεί η ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Στο παρακάτω διάγραμμα απεικονίζεται η άποψη των ελληνικών επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό εμπόριο πάνω στο συγκεκριμένο θέμα. Από τις 29 αυτές επιχειρήσεις οι 10 δηλαδή το 33% χαρακτηρίζει την ασφάλεια στις συναλλαγές χαμηλή. 3 επιχειρήσεις δηλαδή το 11% υποστηρίζει ότι η ασφάλεια στις συναλλαγές είναι ικανοποιητική. Η ανάγκη λοιπόν να βρεθούν τρόποι αντιμετώπισης του συγκεκριμένου προβλήματος είναι μεγάλη. 15 επιχειρήσεις δηλαδή το 52% θεωρεί μέτρια την ασφάλεια στις συναλλαγές, ενώ υπάρχει και ένα πολύ μικρό ποσοστό ( 1 επιχείρηση ) της τάξεως του 4% που υποστηρίζει ότι η ασφάλεια στις συναλλαγές είναι ανύπαρκτη. Τα ποσοστά παρουσιάζονται στο παρακάτω γράφημα



ΓΡΑΦΗΜΑ 8

Στην ερώτηση “φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω internet” το 73% ( 66 επιχειρήσεις ) απάντησε ναι. Καταλαβαίνουμε λοιπόν πως ο ρυθμός ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου θα ήταν πολύ μεγαλύτερος αν μπορούσε κάποιος να εγγυηθεί για την ασφάλεια των συναλλαγών. Δυστυχώς όμως ακόμα δεν έχει βρεθεί τρόπος για να γίνει αυτό και η ασφάλεια των συναλλαγών παραμένει ο σημαντικότερος λόγος απουσίας των ελληνικών επιχειρήσεων από τον χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου.

#### 3.4. Λόγοι που κρατούν τις επιχειρήσεις έξω από το ηλεκτρονικό εμπόριο

Μια σειρά από ερωτήσεις έγιναν στις επιχειρήσεις που δεν χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό εμπόριο προκειμένου να προσδιορίσουμε ακόμα περισσότερο το ρυθμό ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου.

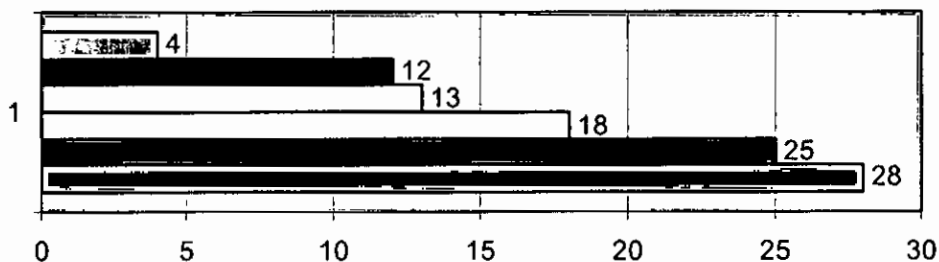
Τα αποτελέσματα είναι αποκαλυπτικά.

50 επιχειρήσεις δηλαδή το 67% του συνόλου των επιχειρήσεων δηλώνει ότι τους ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής τους στο internet. Οι λόγοι που δεν έχουν ασχοληθεί έως τώρα τοις κίλων. Οι σημαντικότεροι που αναφέρθηκαν στην έρευνα είναι οι εξής:

1. Έλλειψη γνώσεων και ειδικευμένου προσωπικού.
2. Έλλειψη ενημέρωσης του συγκεκριμένου τομέα.
3. Υψηλό κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου στην επιχείρηση.
4. Φόβος για την ασφάλεια των συναλλαγών.
5. Αμφιβολία για την ύπαρξη κέρδους.
6. Δεν υπάρχει ιδιαίτερος λόγος.

Η συχνότητα των απαντήσεων παρουσιάζεται στο παρακάτω διάγραμμα.

### ΠΟΙΟΣ Ο ΛΟΓΟΣ ΠΟΥ ΔΕΝ ΕΧΕΤΕ ΑΣΧΟΛΗΘΕΙ ΕΩΣ ΤΩΡΑ



- Δεν υπάρχει ιδιαίτερος λόγος.
- Αμφιβολία για την ύπαρξη κέρδους
- Φόβος για την ασφάλεια των συναλλαγών
- Υψηλό κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου στην επιχείρηση
- Έλλειψη ενημέρωσης του συγκεκριμένου τομέα.
- Έλλειψη γνώσεων και ειδικευμένου προσωπικού

ΓΡΑΦΗΜΑ 9

### 3.5. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου

Τα πλεονεκτήματα των καταναλωτών από την χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι πολλά. Παρέχει τη δυνατότητα μεγαλύτερης επιλογής σε παγκόσμιο επίπεδο, μπορεί ο καταναλωτής να συγκρίνει τις τιμές μεταξύ των διαφόρων καταστημάτων για παρόμοια προϊόντα πολύ γρήγορα, επιτρέπει στους πελάτες να ψωνίζουν ή να πραγματοποιούν άλλες συναλλαγές 24 ώρες την ημέρα, όλο το χρόνο και πολλά άλλα.

Αυτά φαίνεται να τα γνωρίζουν οι επιχειρήσεις που έλαβαν μέρος στην έρευνα μας αφού 67 από αυτές δηλαδή το 75% πιστεύει ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών. Βέβαια σύμφωνα με τις απαντήσεις σημαντικό ρόλο παίζει και το αντικείμενο κάθε καταστήματος. Για παράδειγμα πολλά καταστήματα ρούχων θεωρούν ότι δύσκολα ο καταναλωτής θα αγοράσει το εμπόρευμα τους από το internet. Οι περισσότεροι καταναλωτές θέλουν να δουν τα ρούχα από κοντά για να εξετάσουν την ποιότητα τους, να τα δοκιμάσουν κλπ. Αντίθετα η παραγγελία ενός DVD είναι πολύ πιο εύκολη από το internet για ευνόητους λόγους.

Όπως ανέφερα παραπάνω το 32% των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό εμπόριο και διατηρούν ιστοσελίδα στο internet.

Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα που αναφέρουν για την επιχείρησή τους είναι τα εξής:

1. Εύκολη εύρεση εμπορεύματος και σε πολύ χαμηλές τιμές
2. Αύξηση των πωλήσεων
3. Ταχύτητα αγορών και πωλήσεων
4. Διαφήμιση της επιχείρησης, προβολή των προϊόντων
5. Πωλήσεις και όταν το κατάστημα είναι κλειστό
6. Καλύτερη επικοινωνία με τους πελάτες
7. Βελτίωση εικόνας της επιχείρησης
8. Αύξηση πελατολογίου
9. Μείωση του κόστους προώθησης προϊόντων

Τα μειονεκτήματα που αναφέρουν περιορίζονται στα εξής:

1. Μόνιμη απασχόληση τουλάχιστον ενός υπαλλήλου από το προσωπικό
2. Κόστος υλοποίησης και συντήρησης της ιστοσελίδας
3. Η ασφάλεια στις συναλλαγές
4. Μικρό ποσοστό πωλήσεων

Συγκρίνοντας τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα από τις απαντήσεις που δόθηκαν φτάνουμε στο εξής αποτέλεσμα:

Το κόστος υλοποίησης και συντήρησης μιας ιστοσελίδας ολοένα και μειώνεται λόγω της ανταγωνιστικότητας. Αν μπορέσει να βρεθεί και τρόπος να αντιμετωπισθεί και το τεράστιο πρόβλημα στην ασφάλεια των συναλλαγών τότε η ηλεκτρονική παρουσία των επιχειρήσεων μόνο κέρδος θα αποφέρει για αυτές.

### 3.6. Ενημέρωση για την λειτουργία ηλεκτρονικών καταστημάτων

Ένας σημαντικός παράγοντας που συντελεί στον ρυθμό ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι το κατά πόσο οι έλληνες επιχειρηματίες είναι ενημερωμένοι για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και το πώς μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή τους χρησιμοποιώντας το internet. Σε σχετική ερώτηση 57 επιχειρήσεις δηλαδή το 63% δηλώνει πως δεν έχει ενημερωθεί για το πώς μπορεί η επιχείρησή του να λειτουργήσει και ως ηλεκτρονικό κατάστημα.

### 3.7. Μπορεί να επιζήσει ένα ελληνικό ηλεκτρονικό κατάστημα

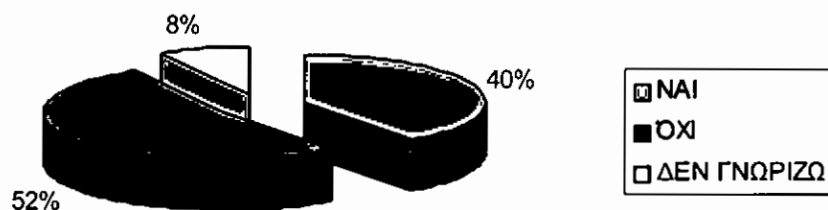
Μια ακόμα παράμετρος που κρατά τις επιχειρήσεις μακριά από το Διαδίκτυο είναι ότι πολλοί από τους επιχειρηματίες δεν πιστεύουν πως στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα. Το ποσοστό αυτό ανέρχεται στο 52% ( 47 επιχειρήσεις ) και οι επιχειρήσεις δικαιολογούν την απάντησή τους με τους εξής λόγους :

Πιστεύουν ότι οι έλληνες καταναλωτές δεν δείχνουν το απαιτούμενο ενδιαφέρον για ηλεκτρονικές αγορές. Υποστηρίζουν ότι ο αριθμός των καταναλωτών δεν επαρκεί για την συντήρηση των ηλεκτρονικών καταστημάτων. Επιπλέον πιστεύουν ότι λόγω της τεράστιας ανταγωνιστικότητας που παρουσιάζεται στο Διαδίκτυο θα είναι πολύ δύσκολο μια μικρομεσαία επιχείρηση να λειτουργήσει σε μια παγκόσμια αγορά όπως είναι αυτή του internet.

Αντίθετη άποψη έχει το 40% των ερωτηθέντων ( 36 επιχειρήσεις ). Από αυτούς το 50% χρησιμοποιεί ήδη το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή του και δηλώνει ευχαριστημένο. Πιστεύουν ότι είναι πολύ εύκολο να επιζήσει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα αφού το κόστος συντήρησης αυτού είναι εξαιρετικά χαμηλό. Υποστηρίζουν ότι οι πελάτες τους αυξάνονται μέρα με τη μέρα όπως αυξάνονται και οι χρήστες του internet.

Τέλος υπάρχει και ένα μικρό ποσοστό επιχειρήσεων ( 7 επιχειρήσεις ) της τάξεως του 8% που δηλώνει πως δεν γνωρίζει αν μπορεί μια μικρομεσαία επιχείρηση να φτιάξει και να κρατήσει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα. αυτό φυσικά οφείλεται στην άγνοια και την έλλειψη ενημέρωσης που αναφέρθηκε και παραπάνω.

### ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΕΠΙΖΗΣΕΙ ΕΝΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ;



ΓΡΑΦΗΜΑ 10

### 3.8. Η ανάπτυξη των ηλεκτρονικών καταστημάτων σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων

Συμπέρασμα όλων των παραπάνω είναι ότι μελλοντικά θα υπάρξει σημαντική αύξηση και ανάπτυξη τα ηλεκτρονικών καταστημάτων στην Ελλάδα. Αυτό όμως που απασχολεί τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι το αν η ανάπτυξη αυτή γίνει σε βάρος των “παλαιάς μορφής” καταστημάτων. Οι γνώμες των ερωτηθέντων επιχειρήσεων δίστανται σε αυτή την ερώτηση.

Σχεδόν το 50% ( 45 επιχειρήσεις ) θεωρεί ότι τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν αλλά όχι σε βάρος των παραδοσιακών καταστημάτων. Υποστηρίζουν ότι η διαφορετικότητα των δύο αυτών μορφών καταστημάτων δεν τους αφήνει περιθώρια να υπάρξει ανταγωνισμός μεταξύ τους. Κινούνται σε διαφορετικές αγορές και απευθύνονται σε διαφορετικό αγοραστικό κοινό. Πιστεύουν ότι οι Έλληνες καταναλωτές δεν πρόκειται να αλλάξουν εύκολα τις αγοραστικές τους συνήθειες και δίνουν βάση στο ρόλο που παίζουν οι προσωπικές σχέσεις στην ανάπτυξη του εμπορίου. Επιπλέον δίνουν βάση στην έλλειψη ασφάλειας των συναλλαγών και στην έλλειψη εμπιστοσύνης που θα δείξουν οι καταναλωτές όσον αφορά την ποιότητα των προϊόντων, αφού μπορούν εύκολα να εξαπατηθούν από μια ιστοσελίδα.

Από την άλλη πλευρά το υπόλοιπο 50% ( 45 επιχειρήσεις ) θεωρεί δεδομένο ότι η ανάπτυξη των ηλεκτρονικών καταστημάτων μοιραία θα δημιουργήσει προβλήματα στα παλαιάς μορφής καταστήματα. Βασικός λόγος είναι ότι τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα



απορροφήσουν μια σημαντική μερίδα των καταναλωτών αφού όπως αναφέραμε και παραπάνω υπάρχουν σημαντικά πλεονεκτήματα για αυτούς που κάνουν τις αγορές τους on-line. Υποστηρίζουν ότι δημιουργείται μια νέα κατηγορία καταστημάτων που σίγουρα θα ανταγωνιστεί τα παραδοσιακά καταστήματα αφού οι καινοτομίες που θα προσφέρουν στους καταναλωτές θα είναι πολλές. Συνδέουν τον ρυθμό ανάπτυξης των χρηστών internet με την ανάπτυξη των ηλεκτρονικών καταστημάτων αφού όλο και περισσότεροι καταναλωτές θα γνωρίσουν τις ηλεκτρονικές αγορές και θα στραφούν προς αυτές.

Τέλος, υπάρχει πάλι μια μικρή μερίδα μικρομεσαίων επιχειρήσεων που λόγω αγνοίας και έλλειψης ενημέρωσης δεν παίρνει θέση στο ζήτημα και αναμένει να δει πως θα εξελιχθεί, ενώ ορισμένοι υποστηρίζουν ότι οι επιπτώσεις που θα έχουν τα παραδοσιακά καταστήματα έχουν αρχίσει ήδη να εμφανίζονται.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

### ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

#### 9.1 εισαγωγή

Το ηλεκτρονικό εμπόριο προσφέρει νέες δυνατότητες τόσο σε κάθε άτομο ξεχωριστά όσο και στις επιχειρήσεις. Καθώς τα ηλεκτρονικό εμπόριο βελτιώνεται και πολλές επιχειρήσεις εισάγονται σε αυτό, γίνεται μεγαλύτερος ο συναγωνισμός μεταξύ τους και οι καταναλωτές μπορούν να επιλέξουν μεταξύ πολλών εταιρειών.

Επιπρόσθετα οι πωλητές μπορούν ηλεκτρονικά να εντοπίσουν προϊόντα που τους ενδιαφέρουν. Τα πλεονεκτήματα για τις επιχειρήσεις είναι αρκετά. Καταρχήν οδηγούνται στην αύξηση της παραγωγής καθώς βελτιώνονται οι πωλήσεις, αναπτύσσεται η αποτελεσματικότητα της διαδικασίας καθώς μπορούν να μοιράζονται τις πληροφορίες τόσο μεταξύ τους όσο και με τους καταναλωτές. Έτσι ανακαλύπτουν νέα προϊόντα που εξυπηρετούν τους καταναλωτές σε μεγαλύτερο βαθμό. Όσον αφορά τους καταναλωτές βοηθούν στην επαγρύπνηση της αγοράς, στην δημιουργία νέων καναλιών πωλήσεων, και τέλος στην ερευνά των αγορών. Ένας άλλος τομέας που αναπτύσσεται από το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι και επιχειρηματικοί συνεταιίροι των επιχειρήσεων που είναι εισηγμένες στο διαδίκτυο. Κατορθώνουν να διαχειριστούν την αλυσίδα προμηθειών, να μειώσουν τα έξοδα της μεταφοράς και τέλος να δημιουργήσουν νέους δυναμικούς οργανισμούς στον κυβερνοχώρο.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο εξυπηρετεί τις επιχειρήσεις και μακροπρόθεσμα και βραχυπρόθεσμα. Όχι μόνο μπορεί να δημιουργήσει νέες αγορές, ικανές να προσελκύσουν νέο αγοραστικό κοινό, αλλά κάνουν πιο εύκολο για τον καταναλωτή να κάνει την δουλειά του με την υπάρχουσα καταναλωτική βάση και την υποστήριξη που έχει δημιουργηθεί στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Κάνοντας επιχειρηματικές εργασίες, όπως είναι οι διάφορες παραγγελίες, η ηλεκτρονική υποστήριξη του καταναλωτή, η έκδοση τιμολογίων, οδηγούμαστε στην μείωση της γραφικής και υλικής εργασίας που περιλαμβάνεται στις συναλλαγές μεταξύ των επιχειρήσεων. Όταν οι περισσότερες εργασίες γίνονται ηλεκτρονικά μπορείς καλύτερα να καταλάβεις τις καταναλωτικές ανάγκες. Παρουσιάζοντας λύσεις οι επιχειρήσεις για και για τους πελάτες τους, η μεταβίβαση της ικανοποίησης των καταναλωτών στις επιχειρήσεις, οι απαντήσεις που δίνονται στα προβλήματα τους στις συναλλαγές είναι μερικά από τα σημαντικότερα πλεονέκτημα του ηλεκτρονικού εμπορίου.

## 1.2 Οφέλη από την εφαρμογή του ηλεκτρονικού εμπορίου

1. Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι μια μέθοδος που μειώνει τα διοικητικά έξοδα και το χρόνο διεκπεραίωσης εργασιών, αναδιοργανώνει τις επιχειρησιακές διαδικασίες και βελτιώνει τις σχέσεις μεταξύ τόσο των συνεργαζόμενων οργανισμών, όσο και των πελατών τους.

Μια αποτελεσματική λύση ηλεκτρονικού εμπορίου μπορεί να επεκτείνει την επιχειρηματική δραστηριότητα αυξάνοντας τις ευκαιρίες αλληλεπίδρασης με πελάτες, προμηθευτές και άλλους συνεργάτες. Οργανισμοί που ανταγωνίζονται αποτελεσματικά στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου λαμβάνουν καλύτερες αποφάσεις αναβαθμίζοντας τη θέση τους στην αγορά και συνεπώς αυξάνοντας τα κέρδη τους.

2. Οι τεχνικές του ηλεκτρονικού εμπορίου επιτρέπουν στις μικρές επιχειρήσεις να έχουν πρόσβαση στις ίδιες αγορές με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις.

Οι μικροί οργανισμοί μπορούν να έχουν άμεση πρόσβαση στις διεθνείς αγορές. Πελάτες από όλο τον κόσμο μπορούν να έχουν πρόσβαση στον δικτυακό τόπο (web site) μιας εταιρείας και να αγοράζουν προϊόντα και υπηρεσίες, είτε η εταιρεία έχει μόνον έναν υπάλληλο, είτε απασχολεί χιλιάδες.

Οι μικρές επιχειρήσεις μπορούν να αναπτυχθούν πολύ γρήγορα, ακόμη και να ξεπεράσουν μεγαλύτερες επιχειρήσεις μπορούν επίσης να παρέχουν εξατομικευμένες υπηρεσίες στους πελάτες που επισκέπτονται τον δικτυακό τους τόπο με μεγαλύτερη ευκολία απ' ό,τι οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις, διότι οι τελευταίες έχουν να αντιμετωπίσουν τη γραφειοκρατία που συνεπάγεται η οργάνωση και παροχή υπηρεσιών.

3. Μέσω της δυνατότητας αυτόματου τερματισμού μιας εργασίας (electronic sign offs) αποτρέπεται η διεξαγωγή εμπορικών συναλλαγών που δεν πληρούν τις απαραίτητες προϋποθέσεις, οι οποίες ενδεχομένως να μην εντοπίζονται πάντα από ένα σύστημα συναλλαγών που χρησιμοποιεί έγγραφα.

Είναι δυνατή η ηλεκτρονική εφαρμογή των επιχειρηματικών κανόνων, έτσι ώστε τα συστήματα να μην δέχονται συναλλαγές με λανθασμένους κωδικούς ή ελλιπή ηλεκτρονική έγκριση. Οι οργανισμοί έχουν επίσης τη δυνατότητα να παρακολουθούν τα αγοραστικά μοντέλα και, συνεπώς, να λαμβάνουν καλύτερες αποφάσεις σχετικά με κάποιο προϊόν και την παροχή υπηρεσιών. Εάν οι

ωστές πληροφορίες παρέχονται στα κατάλληλα άτομα την κατάλληλη χρονική στιγμή, η εταιρεία μπορεί να βελτιώσει σε σημαντικό βαθμό την ανταγωνιστική της θέση στην αγορά.

I. Οι οργανισμοί που χρησιμοποιούν τις τεχνικές και την τεχνολογία του ηλεκτρονικού εμπορίου ενδέχεται να προσελκύσουν περισσότερους καταναλωτές λόγω του υψηλότερου επιπέδου των υπηρεσιών εξυπηρέτησης πελατών.

Οι οργανισμοί οι οποίοι επεκτείνονται στο Διαδίκτυο έχουν τη δυνατότητα να βοηθήσουν τους πελάτες στην άμεση αντιμετώπιση τυχόν προβλημάτων. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε καλύτερες πελατειακές σχέσεις και αύξηση του αριθμού των πελατών.

Οι οργανισμοί που τροποποιούν τον τρόπο αλληλεπίδρασης πωλητών και πελατών φαίνονται πιο ελκυστικοί ως συνεργάτες, γεγονός που βελτιώνει τη θέση τους στην αγορά.

Κάποιοι οργανισμοί θα διαπιστώσουν ότι οι περισσότεροι πελάτες τους προτιμούν να διεξάγουν τις εμπορικές τους συναλλαγές μέσω του ιστού περισσότερο παρά με τις παραδοσιακές μεθόδους, γεγονός που σημαίνει ότι οι οργανισμοί που δε μπορούν να συμβαδίσουν με την τεχνολογία θα αντιμετωπίσουν προβλήματα.

### 2.3 πλεονεκτήματα εφαρμογών στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις

Οι επιχειρήσεις οι οποίες αναπτύσσουν εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου παρουσιάζουν κατά' αρχήν βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα.

Αναλυτικά τα πλεονεκτήματα είναι τα ακόλουθα:

I) Η δυνατότητα των επιχειρήσεων να προβάλλονται και να δραστηριοποιούνται παγκοσμίως και όλο το 24ωρο, 7 ημέρες την εβδομάδα, χωρίς να είναι απαραίτητη η φυσική τους παρουσία στο χώρο της συναλλαγής, αποτελεί όφελος του ηλεκτρονικού εμπορίου. Σήμερα δίνεται η ευκαιρία και η δυνατότητα στις μικρές επιχειρηματικές μονάδες ν' αναπτυχθούν παγκοσμίως, σε σύγκριση με το παρελθόν όπου ήταν υποχρεωμένες να πωλούν τα αγαθά τους στις τοπικές αγορές.

II) Μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου δίνεται η δυνατότητα μείωσης του κόστους κι του χρόνου προώθησης προϊόντων και διεκπεραίωσης των συναλλαγών με άλλες επιχειρήσεις. Κάθε ηλεκτρονική συναλλαγή κοστίζει πολύ λιγότερο από τη φυσική συναλλαγή. Π.χ. το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο κοστίζει ελάχιστα συγκριτικά με το κόστος μίας τηλεφωνικής επικοινωνίας.

III) Δυνατότητα πωλήσεων σε αγοραστικό κοινό το οποίο για διάφορους λόγους αδυνατεί να

πισκεφτεί την επιχείρηση. Για παράδειγμα έχει παρατηρηθεί αύξηση στις πωλήσεις των Super Market τα οποία παρέχουν τ/ δυνατότητα στους καταναλωτές να παραλάβουν τα εμπορεύματα τους και να βρίσκονται, και έτσι δέχονται παραγγελίες μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. IV) Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί μεγάλη πρόκληση για τις μικρούς λιανέμπορους και τις νέες εταιρίες οι οποίες βρίσκουν νέους τρόπους πώλησης. Αυτό οδηγεί στη σταδιακή μείωση των λιανεμπορικών εταιριών, εξαφανίζονται δηλαδή οι μεσαζόντες οι οποίοι πλέον δεν είναι απαραίτητοι στις εμπορικές συναλλαγές. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι προμηθευτές να έρχονται σε απευθείας επικοινωνία με τον πελάτη χωρίς την παρεμβολή ενδιάμεσων.

V) Μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου βελτιώνεται η εικόνα του λιανέμπορου όπως επίσης βελτιώνεται και η πολιτική εξυπηρέτησης των πελατών. Η επικοινωνία μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτή είναι άμεση.} Η επιχείρηση εύκολα μπορεί να συγκεντρώσει τις αδυναμίες και τα ελαττώματα των προϊόντων της ή των υπηρεσιών της. Στέλνοντας ερωτηματολόγια αφενός μεν μπορεί να ζητά από τους καταναλωτές τη γνώμη τους για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της και αφετέρου δε ο καταναλωτής μπορεί να εκφράσει τα όποια παράπονα του. Το γεγονός αυτό θα συμβάλλει στην βελτίωση αυτών. Επιπλέον το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ένας νέος τρόπος συναλλαγής, γεγονός που αυξάνει την υπευθυνότητα στους επαγγελματίες για την παροχή καλύτερης ποιότητας προϊόντων και τους καθιστά ιδιαίτερα προσεκτικούς στο να διατηρήσουν καλό «όνομα» που θα τους εδραιώσει στο χώρο των on-line συναλλαγών.

VI) Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί μέσο πληροφόρησης. Στις ηλεκτρονικές ιστοσελίδες υπάρχουν για όλα τα προϊόντα λεπτομερείς περιγραφές και πληθώρα φωτογραφιών. Ο καταναλωτής έτσι πολύ εύκολα και γρήγορα με το πάτημα ενός κουμπιού μπορεί να συγκρίνει τις τιμές των προϊόντων μεταξύ των διαφόρων καταστημάτων για παρόμοια προϊόντα τόσο στο εσωτερικό της χώρας του αλλά και στις χώρες τις E.E., αφού οι τιμές είναι εύκολα συγκρίσιμες με το ΕΥΡΩ

VII) Τέλος παρέχονται νέες ευκαιρίες χρηματοδότησης. Το ηλεκτρονικό εμπόριο λόγω της τακτοσμοιότητας του θα μπορέσει ν' αναζητήσει πηγές χρηματοδότησης και εκτός της Ελλάδας.

#### 3.4 Πλεονεκτήματα εφαρμογών για τους καταναλωτές

Τα πλεονεκτήματα για τους καταναλωτές είναι τα παρακάτω:

1. Το ηλεκτρονικό εμπόριο ωφελεί τον καταναλωτή, διότι του παρέχει τη δυνατότητα μεγαλύτερης επιλογής σε παγκόσμιο επίπεδο, όταν το προϊόν δεν έχει τοπική εξάρτηση Π.χ. ένα Αγγλικό βιβλίο μπορεί κανείς να το αγοράσει από οποιοδήποτε ηλεκτρονικό διεθνές βιβλιοπωλείο. Αλλά και στην αντίθετη περίπτωση όπου το προϊόν καταναλώνεται συνήθως από ντόπιους, παρατηρήθηκε ζήτηση από αλλοδαπούς καταναλωτές, αγορά που δεν μπορούσαν να πραγματοποιήσουν στην πατρίδα τους. Ο καταναλωτής εξοικονομεί πολύτιμο χρόνο, ζήτημα σημαντικό κυρίως για εκείνους που ζουν σε μεγάλες πόλεις όπου ο ελεύθερος χρόνος έχει μειωθεί.
2. Άλλο ένα πλεονέκτημα είναι ότι μπορεί ο καταναλωτής να συγκρίνει τις τιμές μεταξύ των διαφόρων καταστημάτων για παρόμοια προϊόντα πολύ γρήγορα. Επίσης εύκολα με ένα «κλικ» μπορεί να βρεθεί σε ένα άλλο κατάστημα και να μορφώσει αμέσως μια γρήγορη γνώμη για τις τιμές, όταν μάλιστα του προσφέρονται, μέσω του site πλήρεις περιγραφές και φωτογραφίες των προϊόντων.
3. Υπάρχει η δυνατότητα επιστροφής χρημάτων αν ο πελάτης δε μείνει ευχαριστημένος. Για αυτή την περίπτωση υπάρχει λύση που εφαρμόζεται χρόνια στο εξωτερικό. Αν δεν αρέσει ένα προϊόν, που μόλις αγόρασε ο καταναλωτής από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, παρέχεται η ευχέρεια επιστροφής του προϊόντος και αντίστοιχα το κατάστημα επιστρέφει τα χρήματα στον καταναλωτή.
4. Αν λάβουμε υπ' όψιν ότι το λειτουργικό κόστος ενός on line καταστήματος είναι αρκετά μικρότερο από αυτό των αντίστοιχο καταστημάτων, τούτο σημαίνει ότι τα προϊόντα που θα βρούμε στο on line κατάστημα θα είναι φθηνότερα από το να τ' αγοράζουμε σε κάποιο μαγαζί της περιοχής μας.
5. Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει στους πελάτες να ψωνίζουν ή να πραγματοποιούν άλλες συναλλαγές 24 ώρες την ημέρα, όλο το χρόνο, από σχεδόν οποιαδήποτε τοποθεσία.
6. Οι πελάτες μπορούν να λάβουν σχετική και λεπτομερή πληροφορία σε δευτερόλεπτα, παρά σε μέρες ή εβδομάδες

## 9.5 Προβλήματα που εμφανίζονται στην εξάπλωση του ηλεκτρονικού εμπορίου

I) Ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα στην εξάπλωση του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι το «θέμα της ασφάλειας των οη line συναλλαγών». Μία πρόσφατη έρευνα (Δεκέμβρης 2001) αποκάλυψε ότι το 89% των χρηστών θεωρούν ότι οι οη line συναλλαγές δεν είναι αρκετά ασφαλείς και έχουν αρκετούς ενδοιασμούς στο να χρησιμοποιούν τις πιστωτικές τους κάρτες, φοβούμενη πιθανή υποκλοπή. Το θέμα της ασφάλειας αναπτύσσεται σε ξεχωριστό κεφάλαιο.

II) Ένας ακόμα σημαντικός λόγος που γίνεται εμπόδιο στην εξάπλωση του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι και το γεγονός ότι μέχρι σήμερα στα διάφορα οη line καταστήματα δεν υπάρχουν αρκετά κίνητρα ώστε να παρακινήσουν τον καταναλωτή να πραγματοποιήσει αγορές μέσω του δικτύου. Τέτοια κίνητρα μπορεί να είναι μία έκπτωση στα προϊόντα συγκεκριμένης ποσότητας ή ένα bonus αν συμπληρωθεί κάποιο συνολικό ποσό αγορών. Σύμφωνα με τις μελέτες της Jupiter μόλις το 16% των οη line αγορών συνοδεύεται από κάποιο bonus-δώρο.

### 9.5.1 Τεχνικοί περιορισμοί του ηλεκτρονικού εμπορίου

- Έλλειψη ασφάλειας, τυποποίησης, αξιοπιστίας

Όταν κάποιος χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο, προκύπτουν πολλά θέματα αξιοπιστίας, ασφάλειας και τυποποίησης. Αυτό οφείλεται στο πλήθος των διαφορετικών ανταγωνιστών στην αγορά του Διαδικτύου, καθώς και στη φιλοσοφία ανάπτυξης του Διαδικτύου εν γένει. Το Διαδίκτυο αναπτύχθηκε αρχικά για στρατιωτικούς και στη συνέχεια για εκπαιδευτικούς σκοπούς και λίγη προσοχή δόθηκε στους τρόπους ελέγχου του. Στην πραγματικότητα, αναμενόταν να είναι ανοιχτό και απλό, και να έχει τη δυνατότητα να συνεχίζει τη λειτουργία του, ακόμη και αν κάποιο τμήμα του δεν λειτουργούσε προσωρινά ή είχε καταστραφεί. Επομένως, προς το παρόν η ασφάλεια και η αξιοπιστία δύσκολα μπορούν να εξασφαλισθούν στο Διαδίκτυο. Από την άλλη πλευρά, ο κόσμος πράγματι εμπιστεύεται τα δίκτυα, όταν αυτά μπορεί να ελεγχθούν και είναι αξιόπιστα. Για παράδειγμα, χρησιμοποιούμε εκτεταμένα το δίκτυο Μηχανημάτων Αυτόματων Συναλλαγών (ATM) των τραπεζών και το εμπιστευόμαστε για τις καθημερινές συναλλαγές μας.

- Ανεπαρκές εύρος ζώνης επικοινωνίας (bandwidth)

Το δίκτυο αντιμετωπίζει σοβαρά προβλήματα κυκλοφορίας και έλλειψης επάρκειας στη μεταφορά δεδομένων λόγω της ραγδαίας αύξησης των συνδεδεμένων χρηστών. Επιπλέον, οι εφαρμογές πολυμέσων και οι αυξανόμενες ανάγκες για περισσότερο ψυχαγωγικό, πληροφοριακό, εκπαιδευτικό και άλλου είδους περιεχόμενο δυσχεραίνει τη γρήγορη πρόσβαση στις υπηρεσίες που

πρέχονται μέσω Διαδικτύου. Υπό πραγματικές συνθήκες είναι σαν να έχει κανείς να κατευθύνει 00 φορτηγά σε ένα μικρό δρόμο, ο οποίος ήταν αρχικά σχεδιασμένος για τη διέλευση 20 τιβατηγών αυτοκινήτων ανά λεπτό.

Μολονότι οι δικτυακές τεχνολογίες εξελίσσονται ταχέως, η ανάγκη για μεγαλύτερο εύρος ζώνης και επομένως ταχύτητα στη μεταφορά δεδομένων, αυξάνεται με ακόμη μεγαλύτερο ρυθμό, και ούτως ή άλλως, αντιστοίχως, τα προβλήματα σχετικά με την ποιότητα των υπηρεσιών θα παραμένουν.

- Δυσκολία ενσωμάτωσης της τεχνολογίας του ηλεκτρονικού εμπορίου στα τρέχοντα συστήματα διαχείρισης των πληροφοριών (IT)

Πολλές εταιρείες χρησιμοποιούν πληροφοριακά συστήματα (information technology) τα οποία ρομπήρχαν (legacy systems) και αναπτύχθηκαν για να εξυπηρετήσουν διαφορετικές ανάγκες χρησιμοποιώντας διαφορετικά είδη λογισμικού και εφαρμογών. Αυτά τα συστήματα περιέχουν ολύτιμες πληροφορίες για την επιχείρηση, αλλά πρέπει να εναρμονισθούν με τις νεώτερες τεχνολογίες σε πολλές περιπτώσεις αυτό είναι εξαιρετικά δύσκολο. Όταν πρόκειται για περιπτώσεις ολοκλήρωσης με υπάρχουσες τεχνολογίες υποστήριξης -για παράδειγμα μηχανογραφικά συστήματα-, το κόστος μπορεί να είναι μεγαλύτερο απ' ό,τι η καταστροφή των παλιών συστημάτων και η εγκατάσταση νέων.

- Δεν έχουν όλοι οι πελάτες πρόσβαση στο Διαδίκτυο

Σε αρκετές χώρες, όπως στις Σκανδιναβικές ή τις Η.Π.Α. το ποσοστό χρηστών του Διαδικτύου είναι αρκετά υψηλό. Ωστόσο, στις περισσότερες από τις άλλες χώρες (ακόμη και στις χώρες της κεντρικής Ευρώπης) το ποσοστό χρηστών του Διαδικτύου είναι πολύ μικρότερο. Εάν ο κόσμος δεν έχει πρόσβαση στο Διαδίκτυο, τότε η προσπάθεια που γίνεται ουσιαστικά δεν φτάνει στον καταναλωτή. Βέβαια, αυτό αναμένεται να αλλάξει σύντομα, καθώς ο αριθμός των συνδεδεμένων χρηστών αυξάνεται σημαντικά.

- Επιπλέον απαιτούμενο κόστος για την υποδομή

Μολονότι οι εταιρείες αναγνωρίζουν τη σημασία του ηλεκτρονικού εμπορίου στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον, οι επενδύσεις υποδομής είναι ένας παράγοντας που πρέπει να εκτιμηθεί και να ληφθεί σοβαρά υπ' όψιν.



## 5.2 Μη τεχνικοί περιορισμοί του ηλεκτρονικού εμπορίου

- Τα αποτελέσματα και οι συνέπειες του ηλεκτρονικού εμπορίου δεν έχουν ακόμη πλήρως μελετηθεί και τεκμηριωθεί

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ένας τομέας που μεταβάλλεται με ραγδαίο ρυθμό και έως σήμερα έχουν γίνει υποθέσεις μόνον σχετικά με την επιτυχία του. Υπάρχουν βέβαια επιτυχημένα παραδείγματα, αλλά μόλις τώρα διανύουμε το στάδιο της ωριμότητας και διαπιστώνουμε τις πιπτώσεις. Πολλοί οργανισμοί περιμένουν να σταθεροποιηθεί η κατάσταση πριν προβούν σε συναλλαγές ηλεκτρονικού εμπορίου ή οποιαδήποτε άλλη ηλεκτρονική εμπορική δραστηριότητα.

- Υπάρχουν αρκετά άλυτα νομικά και ρυθμιστικά θέματα

Η διεθνής και η εθνική νομοθεσία προσαρμόζονται σιγά σιγά στις αλλαγές που έχει επιφέρει η εμφάνιση αυτού του νέου είδους εμπορίου. Είναι αναγκαίο να τεθούν θέματα φορολογίας, δικαιοκτησίας και ηθικής. Για παράδειγμα, στην περίπτωση μιας εταιρείας όπως η amazon.com (www.amazon.com), πιθανόν να μην υπάρχει σαφής εικόνα νομικής ευθύνης, εφόσον η συγκεκριμένη εταιρεία έχει γραφεία στις ΗΠΑ, αποθήκες στην Ασία, ενώ διεκπεραιώνει τις συναλλαγές μέσω μιας τράπεζας στην Αυστραλία κ.λπ.

- Έχουν προκύψει θέματα προσωπικών δεδομένων

Πολλά άτομα είναι πρόθυμα να παρέχουν προσωπικές πληροφορίες, προκειμένου να έχουν εξατομικευμένες υπηρεσίες. Ωστόσο, με όλες τις σύγχρονες τεχνολογίες και τις εφαρμογές λογισμικού από τη μια πλευρά και την έλλειψη τεχνολογικής ειδικευσης και γνώσεων από την άλλη, λεπτή γραμμή των προσωπικών δεδομένων μπορεί να καταπατηθεί.

- Οι περισσότεροι αντιστέκονται στην αλλαγή και δεν είναι συνηθισμένοι στις απρόσωπες συναλλαγές χωρίς την ύπαρξη εγγράφων.

Οι περισσότεροι καταναλωτές είναι συνηθισμένοι να διεξάγουν συναλλαγές τύπου «βλέπω και αγγίζω». Είναι συνηθισμένοι να αγγίζουν και να εξετάζουν το προϊόν που θέλουν να αγοράσουν. Επίσης, η πρόσωπο με πρόσωπο επαφή είναι πολύ σημαντική στις επιχειρηματικές συμφωνίες και συναλλαγές, διότι έχει άμεση σχέση με την εμπιστοσύνη. Ωστόσο, στο νέο περιβάλλον των απρόσωπων συναλλαγών η έννοια της εμπιστοσύνης πρέπει να αναθεωρηθεί.

- Ο κόσμος νιώθει την υπερβολή και γι' αυτό οι περισσότεροι είναι επιφυλακτικοί.

Ο κόσμος δηλαδή πιστεύει ότι υπάρχει πολύς ενθουσιασμός, αλλά δεν υπάρχουν σαφείς αποδείξεις, ούτε συγκεκριμένα αποτελέσματα.

## ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΚΑΙ ΟΦΕΛΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

<b>ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ</b>	<b>ΠΕΛΑΤΗ</b>
❖ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑ	❖ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗ
❖ ΒΕΛΤΙΩΜΕΝΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	❖ ΒΕΛΤΙΩΜΕΝΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΣΕ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ
❖ ΜΑΖΙΚΗ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΣΤΙΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ	❖ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΤΑ ΜΕΤΡΑ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ
❖ ΜΑΖΙΚΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ ΜΕ ΤΟΝ ΠΕΛΑΤΗ	❖ ΕΛΑΧΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΙΜΩΝ
❖ ΕΛΑΧΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ	❖ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ
❖ ΝΕΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	

### Παγκόσμια παρουσίαση \ Παγκόσμια επιλογή

α όρια του ηλεκτρονικού εμπορίου δεν προσδιορίζονται σύμφωνα με τα γεωγραφικά ή εθνικά όνορα, αλλά πιο πολύ με την κάλυψη των δικτύων του υπολογιστή. Το ηλεκτρονικό εμπόριο

επιτρέπει ακόμα και στις μικρές επιχειρήσεις να κινηθούν όχι μόνο σε τοπικές μικρές αγορές, αλλά αγορά-στόχος μιας επιχείρησης πλέον που συναλλάσσεται ηλεκτρονικά με τους εταίρους της περιορίζεται μόνο από την ύπαρξη τηλεπικοινωνιακών δικτύων. Έτσι, και μικρές επιχειρήσεις μπορούν να πετύχουν μία παγκόσμια παρουσίαση και να διευθύνουν δουλειές διεθνώς.

α αντίστοιχα οφέλη του πελάτη είναι η δυνατότητα επιλογής σε ένα παγκόσμιο επίπεδο – ο ελάτης μπορεί να διαλέξει μέσα απ' όλους τους δυνατούς προμηθευτές, το προϊόν ή την υπηρεσία που χρειάζεται, ανεξάρτητα από την γεωγραφική τους τοποθεσία.

### **Βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα \ Ποιότητα στις υπηρεσίες**

ο ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει στους προμηθευτές να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους “ελισιάζοντας περισσότερο τον πελάτη”. Σ’ ένα απλό παράδειγμα, πολλές εταιρίες εφαρμόζουν την τεχνολογία του ηλεκτρονικού εμπορίου για να προσφέρουν ένα βελτιωμένο επίπεδο στην υποστήριξη των πωλήσεων πριν και μετά, με αυξανόμενα επίπεδα πληροφόρησης για το προϊόν, με καθοδήγηση για τη χρήση του προϊόντος και με γρήγορη ανταπόκριση στη ζήτηση πληροφοριών από τους πελάτες (χωρίς την φυσική μετακίνηση του πελάτη). Έτσι προσφέρουν υπηρεσίες υψηλής ποιότητας με πολύ μικρό κόστος.

### **Μαζική προσαρμογή στις απαιτήσεις τους πελάτη / Προϊόντα και υπηρεσίες στα μέτρα του πελάτη.**

Με την ηλεκτρονική αλληλεπίδραση, οι προμηθευτές μπορούν να συλλέξουν λεπτομερείς πληροφορίες για ανάγκες που αφορούν ακόμα και τους πιο ιδιαίτερους-μεμονωμένους πελάτες και αυτόματα να σχεδιάσουν και να προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες σύμφωνα με εκείνες τις ιδιαίτερες ανάγκες, αλλά σε μαζικές τιμές αγοράς. Ένα απλό παράδειγμα είναι ένα ηλεκτρονικό περιοδικό που είναι ειδικά φτιαγμένο για τον ιδιαίτερα απαιτητικό αναγνώστη και είναι συμβατό για να τονίσει άρθρα που πιθανόν είναι ενδιαφέροντα και για να αποκλείσει άρθρα που έχουν ήδη διαβαστεί.

### **Μείωση ή ξερίζωμα προμηθευτικών δεσμών / Άμεση ικανοποίηση αναγκών**

Ενα από τα πλέον αναφερόμενα οφέλη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι η συμβολή του στην “εξάλειψη” των μη απαραίτητων μεσαζόντων στις εμπορικές συναλλαγές. Κάτι τέτοιο συνεπάγεται αυτόματα τη σμίκρυνση της προμηθευτικής αλυσίδας με τέτοιο τρόπο που ο προμηθευτής έρχεται

με απευθείας επικοινωνία με τον πελάτη χωρίς την παρεμβολή τρίτων (π.χ. αποστολή προϊόντων χωρίς τη χρήση διαμεταφορέων, ενδιάμεσων αποθηκών κ.α.). Το αντίστοιχο όφελος για τον πελάτη είναι φυσικά η άμεση κάλυψη των αναγκών του, καθώς μπορεί να παραλάβει το προϊόν / υπηρεσία που επιθυμεί χωρίς τις χρονικές καθυστερήσεις που αναπόφευκτα εισάγουν στον κύκλο διανομής τα ενδιάμεσα μέρη. Επίσης, είναι η ικανότητα να παρατηρήσει γρήγορα το ακριβές προϊόν που χρειάζεται, χωρίς να είναι περιορισμένο ποσοτικά σε σχέση με εκείνο που γενικά βρίσκεται σε απόθεμα στους τοπικούς προμηθευτές.

Η πλέον ακραία περίπτωση σμίκρυνσης της προμηθευτικής αλυσίδας επέρχεται στην περίπτωση που το ίδιο το προϊόν έχει τέτοια φύση που μπορεί να μεταφερθεί ηλεκτρονικά. Στην περίπτωση αυτή μιλάμε πια για πλήρη εξάλειψη της προμηθευτικής αλυσίδας, καθώς δεν χρειάζεται καμία φυσική επαφή για να πραγματοποιηθεί η εμπορική πράξη.

Ένα τέτοιο παράδειγμα εμφανίζεται σε αγορές όπως η βιομηχανία παραγωγής λογισμικού, οι βιομηχανίες ψυχαγωγίας (ταινίες, video, μουσική, περιοδικά, εφημερίδες), οι βιομηχανίες που παράγουν προϊόντα εκπαίδευσης μέσα από την ψυχαγωγία (συμπεριλαμβανομένου και όλων των ειδών τις εκδόσεις).

#### **Ελαγιστοποίηση κόστους / Ελαγιστοποίηση τιμών**

Μια από τις βασικές συμβολές του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η μείωση των λειτουργικών εξόδων. Καθώς τα έξοδα μιας επιχειρηματικής διεκπεραίωσης συνεπάγονται σε ανθρώπινη αλληλεπίδραση που μετρίεται σε δολάρια, τα έξοδα διεξαγωγής μιας παρόμοιας διεκπεραίωσης που εκτελείται ηλεκτρονικά, μπορεί να γίνει με λίγα μόνο cents ή ακόμα λιγότερο και μέσα σε μικρό χρόνο. Από τώρα, κάθε επιχειρηματική διαδικασία, περιλαμβανομένου και των αλληλεπιδράσεων "ρουτίνας" μεταξύ των ανθρώπων, προσφέρει τη δυνατότητα για ουσιαστική μείωση των εξόδων, η οποία μπορεί να μεταφραστεί σε ουσιαστική μείωση των τιμών για τους καταναλωτές.

#### **Νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες / Νέα προϊόντα και υπηρεσίες**

Επιπρόσθετα, στον επαναπροσδιορισμό των αγορών για την ύπαρξη προϊόντων και υπηρεσιών, το ηλεκτρονικό εμπόριο επίσης προωθεί την ευκαιρία για εξολοκλήρου νέα προϊόντα και υπηρεσίες. Τα παραδείγματα περιλαμβάνουν, προώθηση μέσω δικτύου και υποστήριξη υπηρεσιών, διεύθυνση

υπηρεσιών, υπηρεσίες επαφών (π.χ. ιδρύοντας αρχική επαφή μεταξύ πιθανών πελατών και πιθανών προμηθευτών) και πολλών ειδών on-line υπηρεσιών πληροφόρησης.

Καθώς οι διάφορες αυτές ευκαιρίες και ωφέλειες είναι όλες ξεχωριστές, παρόλα αυτά είναι μέχρι κάποιου σημείου αλληλοεξαρτώμενες.

Για παράδειγμα, οι βελτιώσεις στην ανταγωνιστικότητα και στην ποιότητα των υπηρεσιών μπορεί να είναι μέρος της άντλησης από την μαζική προσωπική επαφή με τους πελάτες και καθώς μειώνονται τα προμηθευτικά δεσμά μπορεί να συμβάλει στη σωστή μείωση των εξόδων και των τιμών.

## Γιατί η επιχείρησή μου να μπει στο διαδίκτυο;

1. Γιατί όλοι οι άλλοι είναι εκεί.

---

2. Περισσότερη επικοινωνία: Ευκολότερη, Γρηγορότερη, Αποτελεσματικότερη.

---

3. Μαθαίνεις καλύτερα τους προμηθευτές σου, τους πελάτες σου και τους ανταγωνιστές σου. Βρίσκεις νέους πελάτες και μαθαίνεις για αγορές που δεν ήξερες ότι υπήρχαν.

---

4. Ανοίγεις δρόμο σε νέες αγορές, αυξάνεις τη διείσδυση στις υπάρχουσες, εξυπηρετείς τους πελάτες σου πιο αποτελεσματικά.

---

5. Μειώνεις το κόστος σου μέσω ηλεκτρονικών προμηθειών, χτίζοντας στενότερες, πιο εύκαμπτες εμπορικές σχέσεις με τους πελάτες σου και τους προμηθευτές σου.

---

6. Βελτιώνεις τον τρόπο διανομής των προϊόντων και υπηρεσιών καθώς και εξυπηρέτησης των πελατών.

---

7. Ανακαλύπτεις νέες ευκαιρίες για να πραγματοποιήσεις νέες επιχειρηματικές ιδέες.

---

8. Δημιουργείς πιο στενές μακροχρόνιες επικερδείς πελατειακές σχέσεις και εμπορικές σχέσεις με τους προμηθευτές σου.

---

9. Καλύτερο και φτηνότερο One-To-One Marketing.

---

10. Βρίσκεις άμεση και εύκολη πληροφόρηση για νόμους, υπηρεσίες του δημοσίου τομέα και της κυβέρνησης, φορολογικά θέματα.

---

11. Το Διαδίκτυο επιτρέπει στις Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις να ευδοκιμήσουν καθώς το μέγεθος της επιχείρησης δεν παίζει πια κανένα ρόλο. Αυτό που έχει σημασία είναι να είσαι... δικτυωμένος!

Να συμμετέχεις σε κοινότητες επιχειρήσεων για να μπορείς να προγραμματίσεις την ανάπτυξη σου και να μειώσεις το κόστος των προμηθειών, να μαθαίνεις από τους άλλους, τεχνολογία, μεθόδους παραγωγής και προσέγγισης της αγοράς.

---

## 9.6 Αύξηση της αποδοτικότητας - Μείωση του κόστους της επιχείρησης

Αύξηση της αποδοτικότητας η οποία οφείλεται στους εξής παράγοντες:

**Διεύρυνση του πελατολογίου**, ως συνέπεια της διεξόδου της σε νέες γεωγραφικές περιοχές και ομάδες πελατών.

Στην πιθανή αύξηση του απόλυτου αριθμού των αγορών από τους ήδη πελάτες της ως συνέπεια του:

- να παρέχει σε αυτούς περισσότερες επιλογές και προσφορές.
- στην αύξηση της συχνότητας των αγορών από τους πελάτες της, ως συνέπεια της δυνατότητας να δημιουργεί καλύτερες συνθήκες αγορών και προσφορών, αλλά και να προτείνει γρήγορα και αποτελεσματικά και με μικρό κόστος νέες χρήσεις των προϊόντων της και των υπηρεσιών της.

**Μείωση του κόστους της επιχείρησης** η οποία οφείλεται στους εξής παράγοντες:

- Στον αποδοτικότερο τρόπο **προώθησης** των προϊόντων της και την υπηρεσιών της.
- Στην **αποδοτικότερη** και αποτελεσματικότερη ανανέωση των αποθεμάτων της.
- Στον **περιορισμό** του κόστους ανάπτυξης νέων προϊόντων και υπηρεσιών.
- Στον **επανασχεδιασμό** των επιχειρηματικών διαδικασιών.
- Στην μεγαλύτερη **αποδοτικότητα** των ιδίων κεφαλαίων.

## 9.7 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ: Δυνατότητες και προοπτικές

Με την ολοένα και ταχύτερη ανάπτυξη των τεχνολογιών και των επικοινωνιών και ιδίως την ραγδαία, τα τελευταία χρόνια, ανάπτυξη του Internet, η φύση και η δραστηριότητα του εμπορίου αλλάζει. Μια νέα μορφή εμπορίου, το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει κάνει δυναμική εμφάνιση και διεκδικεί σημαντικό μερίδιο από το παραδοσιακό εμπόριο. Η ανάπτυξή του οφείλεται ακριβώς στο γεγονός ότι προσφέρει τη δυνατότητα να πραγματοποιούνται κάθε είδους συναλλαγές - συμπεριλαμβανομένων της πώλησης αγαθών και υπηρεσιών μέσα από ηλεκτρονικά μέσα με μεγάλη ταχύτητα και μικρό κόστος.

Έτσι για παράδειγμα, εάν κανείς συνδεθεί με το Internet θα διαπιστώσει αμέσως ότι μπορεί να πιλέξει και να αγοράσει μέσω του Η/Υ από τα ηλεκτρονικά καταστήματα, μια σειρά από προϊόντα και υπηρεσίες: από βιβλία και ρούχα ως πακέτα διακοπών για οποιαδήποτε χώρα. Μπορεί επίσης να κλείσει αεροπορικό εισιτήριο χρεώνοντάς την πιστωτική του κάρτα και αμέσως μετά να παραγγείλει φαγητό για το σπίτι. Ωστόσο το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν έχει μόνο αυτή την μορφή, αντίθετα περιλαμβάνει μια ευρεία κλίμακα συναλλαγών και χρήση πολλαπλών τεχνολογικών εφαρμογών. Ιδιαίτερα το ηλεκτρονικό εμπόριο εμφανίζεται με δύο τύπους δραστηριότητας και τέσσερις μορφές. Ως προς τους τύπους μπορεί κανείς να διακρίνει ανάμεσα στο *έμμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο*, όπου η παραγγελία των προϊόντων γίνεται μέσω Η/Υ, τα οποία στη συνέχεια παραδίδονται στον πελάτη με φυσικό τρόπο χρησιμοποιώντας μεταφορικά και ταχυδρομικά μέσα, και το *άμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο*, όπου η παραγγελία, πώληση αλλά και παράδοση προϊόντων και υπηρεσιών γίνεται ηλεκτρονικά (π.χ. πώληση προγραμμάτων λογισμικού, παροχή πληροφόρησης κ.α). Από την άλλη πλευρά οι πιο συνηθισμένες μορφές ηλεκτρονικού εμπορίου ανάλογα με τα μέρη που εμπλέκονται σε μια ηλεκτρονική συναλλαγή αφορούν:

α) επιχειρήσεις προς επιχειρήσεις: εδώ υπάρχουν συναλλαγές μεταξύ των επιχειρήσεων με παραγγελίες και πληρωμές μέσα από τα δίκτυα τηλεπικοινωνιών

β) επιχειρήσεις προς καταναλωτές: η πιο γνωστή στους χρήστες του Internet μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου, η οποία θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως ηλεκτρονικό λιανικό εμπόριο.

γ) επιχειρήσεις προς τη δημόσια διοίκηση: στην περίπτωση αυτή περιλαμβάνονται συναλλαγές όπως για παράδειγμα η παροχή υπηρεσιών

δ) τη δημόσια διοίκηση προς τους πολίτες: η μορφή αυτή ηλεκτρονικού εμπορίου αναμένεται να γνωρίσει έκρηξη τα επόμενα χρόνια καθώς ολοένα και περισσότερες υπηρεσίες πληροφόρησης και ενημέρωσης παρέχονται από κρατικούς φορείς μέσω Internet.

Είναι γεγονός ότι η ραγδαία ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου θα έχει επιπτώσεις στο θέμα της απασχόλησης και των εργασιακών σχέσεων, ιδίως στον κλάδο του εμπορίου. Το ποια όμως έκταση θα λάβουν και το αν το τελικό ισοζύγιο θα είναι θετικό, δεν μπορεί να το υπολογίσει σήμερα κανείς με βεβαιότητα.

Σήμερα υπολογίζεται ότι περίπου 23 εκατ. νοικοκυριά είναι παγκοσμίως συνδεδεμένα με το Internet, στοιχείο το οποίο μεταφράζεται σε 55-60 εκατ. χρήστες. Άλλοι υπολογισμοί αναφέρουν ότι



ως την επόμενη πενταετία οι χρήστες Internet θα έχουν ανέλθει σε 550 εκατ., δηλαδή περίπου το 70% του πληθυσμού. Στη μελέτη της EuroFiet και του EuroCimmerce αναφέρεται ότι ήδη, στην Ευρώπη λειτουργούν περίπου 150.000 εμπορικά sites στο Internet, τα οποία από μόνα τους έχουν δημιουργήσει κατά τους υπολογισμούς 3.000 νέες θέσεις εργασίας, ενώ στις ΗΠΑ όπου το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι πολύ περισσότερο αναπτυγμένο υπολογίζεται ότι έχει δημιουργήσει 60.000 θέσεις εργασίας.

Είναι λοιπόν φανερό ότι η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και η δημιουργία κάποια στιγμή μιας κρίσιμης μάζας χρηστών-καταναλωτών μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου, παρουσιάζει τεράστιες δυνατότητες επιχειρηματικής δράσης και δημιουργίας θέσεων εργασίας που αναγκαστικά θα οδηγήσει σε μεγάλης έκτασης διαρθρωτικές αλλαγές κυρίως στους κλάδους του εμπορίου και του τουρισμού. Εδώ κυρίως αλλά όχι αποκλειστικά, αναμένεται να σημειωθούν ανακατατάξεις με τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων, την επέκταση άλλων αλλά ίσως και τη δημιουργία προβλημάτων διασπιμότητας ορισμένων παραδοσιακών εμπορικών επιχειρήσεων.

Ως αποτέλεσμα, το ηλεκτρονικό εμπόριο θα επιφέρει και σημαντικές επιπτώσεις στην αγορά εργασίας. Οι επιπτώσεις αυτές αναφέρονται περισσότερο στις μορφές εργασίας που θα αναπτυχθούν και τα προσόντα των εργαζομένων που θα απαιτηθούν.

Από τη μια πλευρά, αν για παράδειγμα το ηλεκτρονικό εμπόριο αποκτήσει ένα σημαντικό μέρος της αγοράς με αντίστοιχη μείωση των παραδοσιακών μορφών πώλησης στα καταστήματα, τότε θα υπάρξουν πιθανά απολύσεις ιδίως στα μεγάλα καταστήματα. Παράλληλα όμως, πάντα θα υπάρχει η αναγκαιότητα της «φυσικής» παράδοσης των προϊόντων. Ίσως υπάρξει μείωση της παραδοσιακής «εξόρμησης» στα καταστήματα για ψώνια αλλά θα αυξηθούν οι ανάγκες για παραδόσεις των προϊόντων.

Από την άλλη πλευρά, και καθώς η αγορά του ηλεκτρονικού εμπορίου θα αναπτύσσεται, οι νέες τεχνολογίες θα δημιουργήσουν νέα εξειδικευμένα επαγγέλματα πληροφορικής (όπως για παράδειγμα πωλητές μέσω Η/Υ, διαχειριστές-συντηρητές δικτύων, υπεύθυνοι ασφαλείας ηλεκτρονικών συναλλαγών κλπ) σε επιχειρήσεις που θα σχεδιάζουν και θα λειτουργούν ηλεκτρονικά καταστήματα για τρίτους ή για εμπορικές επιχειρήσεις που θα ενσωματώνουν το ηλεκτρονικό εμπόριο στη δομή τους.

Υπενπώς και με τα σημερινά δεδομένα είναι δύσκολο να υπολογιστεί ποιο θα είναι το τελικό ποσοτικό αποτέλεσμα σε ότι αφορά την απασχόληση αν και υπάρχουν εκτιμήσεις ότι τελικά θα υπάρξει μια μείωση θέσεων εργασίας της τάξης του 5-10% στον τομέα του εμπορίου.

Πέρα όμως από το θέμα της απασχόλησης, η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου θα έχει ως αποτέλεσμα σημαντικές επιπτώσεις στο περιεχόμενο και τις συνθήκες εργασίας. Όπως σημειώθηκε νέες ειδικότητες και καθήκοντα θα αναδειχτούν, νέα προσόντα και δεξιότητες θα απαιτηθούν. Η προώθηση των προϊόντων μέσα από το Internet ήδη έχει δημιουργήσει νέες ανάγκες, νέες δυνατότητες και ευκαιρίες για ηλεκτρονικές πωλήσεις που δίνει το Internet, οδηγεί νέους ανθρώπους αλλά και ορισμένο από το υπάρχον προσωπικό στο να ασχοληθούν επαγγελματικά με τις ηλεκτρονικές πωλήσεις. Σύμφωνα με την έρευνα της ομάδας του HELTRUN, τα νέα προσόντα και καθήκοντα για τους εργαζόμενους στο ηλεκτρονικό εμπόριο θα εστιαστούν σε τρεις κυρίως μορφές δραστηριότητας: α) στην διαχείριση της προώθησης των προϊόντων, στο marketing και την παρακολούθηση των ανταγωνιστών, β) στη διαχείριση των επικοινωνιών ανάμεσα στην επιχείρηση, τους προμηθευτές και τους πελάτες και γ) στη διαχείριση της πληροφορίας και τεχνολογικής υποδομής και των επικοινωνιών.

Επιπλέον ο μελλοντικός χώρος εργασίας θα είναι διαφορετικός από αυτόν που ήδη γνωρίζουμε. Οι νέες μορφές απασχόλησης θα ενισχυθούν με την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου. Για παράδειγμα η εξυπηρέτηση πελατών μέσω Internet γίνεται σε 24ωρη βάση. Θα απαιτηθεί ίσως κάποιο είδος αναδιανομή των εργαζομένων και ορισμένες θέσεις εργασίας δεν θα απαιτούν τη φυσική παρουσία στο χώρο της επιχείρησης. Η εργασία θα επικεντρώνεται κυρίως στα αποτελέσματα και όχι σε προκαθορισμένα καθήκοντα και ρόλους.

Με βάση το παραπάνω πλαίσιο, η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου θέτει νέες προκλήσεις και αναγκαιότητες, τόσο για τις επιχειρήσεις, όσο και για τους εργαζόμενους.

Έτσι, σε ότι αφορά τις επιχειρήσεις που θα δραστηριοποιηθούν στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου, η εισαγωγή του θα απαιτήσει αλλαγές σε βασικές τους λειτουργίες και διαδικασίες, στις μορφές και την οργάνωση της εργασίας (π.χ. τηλεεργασία), καθώς και αλλαγές που συνδέονται με τα πωλούμενα προϊόντα μέσα από τα νέα κανάλια προώθησης και διανομής (π.χ. νέες μέθοδοι marketing και προώθησης, νέου τύπου σχέσεις ανάμεσα στην επιχείρηση και τους πελάτες κλπ). Σύμφωνα με την μελέτη του HELTRUN για παράδειγμα, η άμεση επαφή επιχείρησης - πελάτη μπορεί ακόμη να οδηγήσει και στην μείωση του ρόλου των λιανεμπορικών επιχειρήσεων, που

αμεσολαβούν για την πώληση, αφού θα υπάρχει η δυνατότητα άμεσης πώλησης από τον κατασκευαστή στον πελάτη. Από την πλευρά τους οι λιανέμποροι και προκειμένου να μη μείνουν έξω από την αλυσίδα διανομής θα πρέπει να προχωρήσουν σε αλλαγές εκμεταλλεόμενοι τις ειδικές γνώσεις που έχουν για τα προϊόντα και τα χαρακτηριστικά τους και παρέχοντας εξειδικευμένες υπηρεσίες με ηλεκτρονική μορφή.

Επιπτώσεις αναμένονται και για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, όπου μια πιθανή σε μεγάλη κλίμακα-- ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου θα τις καταστήσει ακόμη περισσότερο ευάλωτες. Συμμαχίες, συνεργασίες, εξειδίκευση, ευελιξία και εισαγωγή νέας τεχνολογίας είναι μερικά από τα στοιχεία που θα πρέπει να υιοθετήσουν προκειμένου να αντεπεξέλθουν στον αυξανόμενο ανταγωνισμό.

Από την πλευρά των εργαζομένων, η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου - πέρα από τις επιπτώσεις στην απασχόληση - θα αλλάξει και το τοπίο των εργασιακών σχέσεων και των συνθηκών εργασίας, καθώς οι νέες ανάγκες που θα προκύψουν θα οδηγήσουν σε ακόμα μεγαλύτερη ευελιξία και ελαστικοποίηση της εργασίας.

Στο πλαίσιο αυτό, το ηλεκτρονικό εμπόριο αναμένεται να έχει σημαντικές επιπτώσεις στα ωράρια εργασίας, στη διαθεσιμότητα του εργαζόμενου για εργασία, στις άδειες και τα ρεπό, στην υγιεινή και ασφάλεια στους χώρους εργασίας αλλά και στα ασφαλιστικά δικαιώματα. Γενικά θα πρέπει να αναμένεται μια μείωση της ανάγκης για φυσική παρουσία του εργαζόμενου στον τόπο εργασίας και μείωση της εργασίας από απόσταση δηλ. τηλεργασία. Επίσης θα πρέπει να αναμένεται αυξημένη ευελιξία σε ότι αφορά το χρόνο εργασίας, είτε με τη μορφή της μερικής απασχόλησης και των διακεκομμένων ωραρίων, είτε με τη μορφή της απασχόλησης με βάση το έργο που πρέπει να παραδοθεί.

Εξάλλως, είναι πολύ πιθανό η εργασία με αυτή την μορφή να μην προστατεύεται όπως συμβαίνει με την παραδοσιακή απασχόληση που ρυθμίζεται από την εργατική νομοθεσία και τις συλλογικές συμβάσεις εργασίας και μπορεί να οδηγήσει σε ακραίου τύπου φαινόμενα ευελιξιών που θα συνδυάζονται με κάθε τρόπο το κόστος εργασίας, προκειμένου να αυξάνεται η ανταγωνιστικότητα. Προκύπτει λοιπόν η ανάγκη, τα συνδικάτα να παρέμβουν ενεργά στις εξελίξεις που θα έχει η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, καταγράφοντας τις αλλαγές στο εργασιακό πεδίο και κατόπιν συμβάλλοντας σε συλλογική βάση μέσα από συμβάσεις εργασίας τους όρους αμοιβής και εργασίας των εργαζομένων.

Έλος, το θέμα της εκπαίδευσης και κατάρτισης για τους εργαζόμενους στο ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ιδιαίτερα σημαντικό γιατί τα νέα προσόντα, οι ικανότητες και δεξιότητες που θα απαιτηθούν είναι ιδιαίτερα αυξημένα. Η δια βίου εκπαίδευση θα αποτελέσει σημείο κλειδί για την προσαρμογή των εργαζομένων στις νέες συνθήκες.

Συμπερασματικά, η εισαγωγή και ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου θα θέσει νέες προκλήσεις και νέα προβλήματα στον κλάδο και τους εργαζόμενους. Σε κάθε περίπτωση δεν θα πρέπει να φεθεί μόνο στις δυνάμεις της αγοράς και να γίνει κατά ανεξέλεγκτο τρόπο. Αντίθετα θα πρέπει να αποτελέσει πεδίο διαλόγου ανάμεσα σε εργοδότες και συνδικάτα. Ιδίως από την σκοπιά των ευτέρων, θα πρέπει να τεθεί κάτω από την ομπρέλα των συλλογικών διαπραγματεύσεων, προκειμένου να ρυθμιστούν σε συλλογική βάση οι ελάχιστοι όροι αμοιβής και εργασιακών συνθηκών.

Στο πλαίσιο αυτό, αποτελεί θετική εξέλιξη, η εισαγωγή του θέματος του ηλεκτρονικού εμπορίου στην ημερήσια διάταξη του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Διαλόγου για τον κλάδο του εμπορίου και η καταρχήν συζήτηση που έχει ξεκινήσει για τις επιπτώσεις του στην Απασχόληση. Ήδη οι ευρωπαϊκές οργανώσεις εργοδοτών (EUROCOMMERCE) και εργαζομένων (EURO-FIET) με τις αντίστοιχες ελληνικές (Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου, Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών και Ομοσπονδία Ιδιωτικών Υπαλλήλων Ελλάδος) διοργάνωσαν τον Απρίλιο 1998 στην Αθήνα, ευρωπαϊκό σεμινάριο για τις επιπτώσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου στην απασχόληση. Στο σεμινάριο που συμμετείχαν 50 περίπου εκπρόσωποι συνδικάτων και εργοδοτικών ενώσεων του εμπορίου από τις χώρες της Ε.Ε., παρουσιάστηκε η μελέτη που εκπόνησε η ομάδα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών και έγινε ευρεία ανταλλαγή απόψεων για αυτό το θέμα. Έλος, αποφασίστηκε οι εργοδότες και τα συνδικάτα να υλοποιήσουν από κοινού σε ευρωπαϊκό επίπεδο πιλοτικό εκπαιδευτικό πρόγραμμα στην εισαγωγή και χρήση μορφών ηλεκτρονικού εμπορίου.

## **8 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΑΠΟ ΟΡΙΣΜΕΝΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΟΦΕΛΗ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ**

Μειωμένα έξοδα διαφήμισης

Μειωμένα έξοδα μεταφοράς, ιδιαίτερα για αγαθά που μπορούν να μεταφερθούν ηλεκτρονικά

Μειωμένα έξοδα στο σχεδιασμό και στην παραγωγή

- Ανεπτυγμένος στρατηγικός σχεδιασμός
- Περισσότερες ευκαιρίες για niche marketing
- Ίση πρόσβαση στις αγορές από όλους
- Πρόσβαση σε νέες αγορές
- Ανάμειξη του πελάτη στο προϊόν και καινοτομία υπηρεσιών

Πληροφορίες για οποιαδήποτε αγορά και χώρα μπορούν πλέον να προωθηθούν ηλεκτρονικά και να αναπτυχθούν στο εμπορικό περιβάλλον, δημιουργώντας όμως έτσι και έναν αριθμό από προβλήματα όπως η μυστικότητα (privacy) που είναι ανάγκη να διευθετηθεί .

Επαφές μεταξύ εταιριών μπορούν να διευκολυνθούν με on-line επιχειρησιακούς καταλόγους και να βελτιωθούν με εθνικά ή τοπικά πληροφοριακά κέντρα. Επαφές μεταξύ εταιριών και καταναλωτών μπορούν να υποστηριχθούν με σημαντικά μέσα, συμπεριλαμβανομένων on-line διαφημίσεων και κλειστών αγορών. Εταιρίες μπορούν να προωθήσουν αναλυτικές πληροφορίες για τα προϊόντα τους και τις υπηρεσίες τους καθώς επίσης και να απαντήσουν σε ερωτήσεις που υποστηρίζονται από κατανοητές ευκολίες πλοήγησης και αναζήτησης.

Τα τελευταία χρόνια έγιναν προσπάθειες για να βελτιωθεί η επιχειρησιακή αποδοτικότητα και αυτό το γεγονός επέδρασε καταλυτικά και ξεπέρασε έτσι τα "σύνορα" εταιριών και πελατών. Ένα τέτοιο παράδειγμα συμβαίνει με την λεγόμενη "virtual enterprise", εκεί όπου κάθε τέτοιου είδους εταιρία παίζει τον δικό της ρόλο σε ένα πολύ κοντινό δίκτυο εταιριών απευθύνοντας μια πολύ συγκεκριμένη ευκαιρία αγοράς.

## **9.9 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΑΠΟ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΒΑΣΙΣΜΕΝΕΣ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ**

- Ηλεκτρονική παρουσία στο χώρο αγοράς: προώθηση πωλήσεων
- Interactive TV / Internet αγορές
- Διοίκηση αποτελεσματικής ανταπόκρισης πελατών
- Διοίκηση αλυσίδας προσφοράς
- Καταγραφή πωλήσεων σε επίπεδο πωλητών

Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει επίσης ικανοποιητική υποστήριξη για μοιραζόμενες επιχειρηματικές εργασίες άσχετα με τη φύση τους και δίχως να λαμβάνεται υπόψη η γεωγραφική τους θέση ή η χρονολογική τους τοποθέτηση.

Η αιτιολόγηση και τα παραδείγματα που δώσαμε παραπάνω, ενδυναμώνουν το επιχείρημα ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ένα φαινόμενο το οποίο θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη από όλους μας κάτω από το πρίσμα των διαφορετικών πολιτικών που ακολουθούνται και των δεκάδων παρχόντων τομέων αγοράς.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

### ΜΕΛΕΤΗ ΚΑΙ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΟΛΗΨΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕΣΩ INTERNET ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

#### 0.1 ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ

Παρουσιάζουμε μια ολοκληρωμένη μελέτη που έχει γίνει για μικρές και μεσαίες εταιρίες που θέλουν να εφαρμόζουν το Ηλεκτρονικό Εμπόριο στις παραγγελίες τους. Προτείνουμε κάποια στάδια τι πρέπει να κάνει η επιχείρηση, τι χρειάζεται και πώς θα το εφαρμόσει. Στο τέλος αναφέρουμε τα πλεονεκτήματα που θα έχει η επιχείρηση από αυτό το έργο

Η παρούσα πρόταση αφορά στην υλοποίηση ενός συστήματος ηλεκτρονικής παραγγελιοληψίας και προώθησης προϊόντων μέσω Internet. Το σύστημα θα καλύπτει τους πελάτες που έχουν καθημερινές συναλλαγές με την επιχείρηση όσον αφορά στη λήψη παραγγελιών.

Οι πελάτες θα έχουν τη δυνατότητα να θέτουν τις παραγγελίες τους με ηλεκτρονικό, άμεσο τρόπο συνδεδεμένοι απομακρυσμένα στο σύστημα παραγγελιοληψίας μέσω Internet. Παράλληλα θα παρέχονται στους πελάτες:

**Προσωποποιημένες ( Customised ) υπηρεσίες όσον αφορά τα προϊόντα που τους ενδιαφέρουν**

**Πληροφορίες σχετικά με τις παραγγελίες τους (στατιστικά στοιχεία κλπ.)**

Πριν την υλοποίηση της εφαρμογής θα προηγηθεί μελέτη της υπάρχουσας κατάστασης της επιχείρησης, μελέτη αγοράς και ανάλυση απαιτήσεως, ώστε η εφαρμογή να καλύπτει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τις ανάγκες της συγκεκριμένης επιχείρησης.

## 0.2 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΡΓΟΥ

Η παρούσα πρόταση αφορά στην υλοποίηση ενός συστήματος ηλεκτρονικής παροχής υπηρεσιών και προώθηση προϊόντων. Το σύστημα θα καλύπτει τους πελάτες που έχουν καθημερινά συναλλαγές με την επιχείρηση όσον αφορά στην παροχή υπηρεσιών πληροφόρησης και ειδικότερα τη λήψη παραγγελιών. Οι κύριες χρήσεις του συστήματος θα είναι οι ακόλουθες :

1. Παραγγελιοληψία
2. προώθηση και διαφήμιση προϊόντων
3. Παροχή προσωπικών υπηρεσιών πληροφόρησης σε πελάτες

Όσον αφορά στο σύστημα παραγγελιοληψίας, οι πελάτες θα έχουν τη δυνατότητα να θέτουν τις παραγγελίες τους με ηλεκτρονικό άμεσο τρόπο. Το αντικείμενο της Φάσης Προδιαγραφών και Ανάπτυξης του Έργου θα είναι μελέτη, η οποία θα επικεντρωθεί στα παρακάτω σημεία :

1. Διαδικασίες επιχείρησης, τρόπος λήψης παραγγελιών και διακίνησης σχετικών Πληροφοριών
2. Υπάρχον σύστημα παραγγελιοληψίας
3. Ανάγκες πελατών και επιχείρησης, κατά πόσον το υπάρχον σύστημα τις καλύπτει
4. Σχεδιασμός συστήματος παραγγελιοληψίας σύμφωνα με τις προδιαγραφές που έχουν τεθεί από την ανάλυση απαιτήσεων
5. Δημιουργία ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων που να στοχεύουν στη γρήγορη και άμεση λήψη των παραγγελιών και στην αναβάθμιση των υπηρεσιών που προσφέρονται στους πελάτες
6. Μελλοντική επέκταση του συστήματος, ώστε να καλύπτει τις μελλοντικές ανάγκες της επιχείρησης

Αρχικά, θα υπάρξει έρευνα αγοράς με στόχους το αγοραστικό κοινό της επιχείρησης. Σκοπός της έρευνας αγοράς θα είναι να προσδιορίσει την εικόνα που έχει σχηματιστεί για την επιχείρηση και τις διαδικασίες της από τους πελάτες. Θα καταγραφούν οι ανάγκες που εκφράζονται από τους πελάτες και θα εκτιμηθεί η αποδοχή που θα σημειωθεί κατά τη διάρκεια της έρευνας αγοράς που θα βοηθούν στην κατανόηση των τελικών στόχων και των πλαισίων, στα οποία θα πρέπει να κινηθεί ο σχεδιασμός της εφαρμογής. Έχοντας σφυγμομετρήσει τις ανάγκες της αγοράς, ο σχεδιασμός θα βασιστεί πάνω σε ρεαλιστικές παρατηρήσεις με τον καλύτερο δυνατό τρόπο στις ανάγκες.

Θα αξιολογηθεί η υπάρχουσα τηλεπικοινωνιακή και υπολογιστική υποδομή της επιχείρησης και θα ελετηθεί, εάν είναι αναγκαίο, πιθανή επέκταση της ώστε να καλύπτει τις ανάγκες των προς



ανάπτυξη συστημάτων. Το προτεινόμενο έργο θα υλοποιεί το σύστημα ηλεκτρονικής πληροφόρησης και παροχής υπηρεσιών μέσω δυο τρόπων

- Απομακρυσμένη πρόσβαση στο σύστημα μέσω Internet
- Στόλος διανομής (φορητά)

Ακολουθεί αναλυτική περιγραφή...

### Απομακρυσμένη πρόσβαση στο σύστημα μέσω Internet

Ο ακριβής τρόπος πρόσβασης και η φύση του δικτύου θα είναι αντικείμενο της μελέτης που θα πραγματοποιηθεί στη Φάση Α. Μέσω της απομακρυσμένης πρόσβασης οι πελάτες της επιχείρησης θα έχουν τη δυνατότητα να εκτελούν τις βασικές λειτουργίες που αναφέρθηκαν παραπάνω.

Ακολουθεί αναλυτική περιγραφή:

Ο πελάτης θα συνδέονται απομακρυσμένα στο σύστημα, όπου θα έχει την επιλογή της παρουσίασης των προϊόντων. Θα παρουσιάζονται καινούρια προϊόντα, πληροφορίες, ειδικές προσφορές, εκπτώσεις και γενικά όλες οι πληροφορίες που είναι ενδιαφέρουσες για το αγοραστικό κοινό της επιχείρησης. Σε αυτό το σημείο δίνονται μεγάλες δυνατότητες διαφήμισης καθότι προσφέρονται σύγχρονα εργαλεία ανάπτυξης σελίδων Web για παρουσίαση.

Ο πελάτης θα μπορεί να καταχωρεί παραγγελίες. Θα επιλέγονται τα επιθυμητά προϊόντα και οι ποσότητες που περιλαμβάνει η παραγγελία κα αφού εμφανιστεί ολόκληρη η παραγγελία για επιβεβαίωση, θα υποβάλλεται. Εναλλακτικά, θα μπορεί να συνδέεται με το σύστημα για επίβλεψη και μεταβολή τους.

Θα προσφέρονται υπηρεσίες πληροφόρησης και επίβλεψη της κατάστασης του πελάτη στην επιχείρηση. Ενδεικτικά θα δίνονται οι εξής πληροφορίες:

- Παρακολούθηση της πορείας παραγγελιών
- Προσφορές ειδών και ειδικοί τιμοκατάλογοι του πελάτη
- Στατιστικά στοιχεία παραγγελιών και κινήσεων πελάτη
- Καταγραφή παρατηρήσεων πελάτη

Οι πελάτες θα έχουν εξουσιοδοτημένη πρόσβαση στο σύστημα χρησιμοποιώντας κωδικούς. Οι εξουσιοδοτήσεις θα δίνονται από το προσωπικό διαχείρισης συστήματος (System administrator) της επιχείρησης. Με αυτόν τον τρόπο, με την είσοδό του στο σύστημα ο χρήστης θα αναγνωρίζεται άμεσα ώστε να μπορούν να του προσφερθούν οι υπηρεσίες προσωπικής πληροφόρησης.

### Στόλος διανομής (φορητά)

Να υπάρχει η δυνατότητα λήψη παραγγελίας τοπικά στον πελάτη από τα φορητά διανομών. Κατά την επίσκεψη του φορητού στον πελάτη θα καταγράφεται η επόμενη παραγγελία. Θα μελετηθεί η δυνατότητα να υπάρχουν προκαθορισμένα προγράμματα παραγγελιών καταχωρημένα για κάθε πελάτη. Τα καταχωρημένα προγράμματα παραγγελιών θα είναι εξειδικευμένα για κάθε πελάτη και να αντικατοπτρίζουν τις συνήθειες παραγγελίες με αυτόν τον τρόπο θα συντομεύεται η διαδικασία καταχώρησης με τρόπο ειδικό για κάθε πελάτη.

Με το πέρας των δρομολογίων, οι παραγγελίες που έχουν συγκεντρωθεί στο φορητό τερματικό θα μεταφέρονται στο κεντρικό σύστημα (Server) το οποίο θα περιέχει την βάση του συστήματος παραγγελιοληψίας. Η μεταφορά θα γίνεται μέσω βάσης (docking station) στον κεντρικό σταθμό των φορητών που θα συνδέει το φορητό τερματικό με προσωπικό υπολογιστή (PC). Μετά την μεταφορά (Downloading) στον υπολογιστή, οι παραγγελίες θα μεταφέρονται στην κεντρική βάση δεδομένων. Με αυτόν τον τρόπο θα υπάρχει άμεση ενσωμάτωση των παραγγελιών από τις δυο διαφορετικές πηγές (απομακρυσμένη σύνδεση μέσω Internet και φορητά διανομής) στην ίδια βάση δεδομένων για περαιτέρω επεξεργασία.

Μέρος της ανάλυσης απαιτήσεως που θα πραγματοποιηθεί έχει ως στόχους :

- Η υλοποίηση της παραγγελιοληψίας στα φορητά τερματικά
- Σύνδεση της εφαρμογής των φορητών τερματικών με το υπόλοιπο σύστημα παραγγελιοληψίας ώστε να δημιουργηθεί ένα ολοκληρωμένο σύστημα

Όπως γίνεται φανερό με τους τρόπους Α και Β, η εισαγωγή των παραγγελιών στο σύστημα θα γίνεται πλέον με άμεσο, ηλεκτρονικό τρόπο σε αντίθεση με τη χειρωνακτική εισαγωγή των δεδομένων που ισχύει επί του παρόντος. Έχοντας εξαλείψει το στάδιο της χειρωνακτικής εισαγωγής, οι παραγγελίες θα εισαχθούν στο πληροφοριακό σύστημα της επιχείρησης και θα είναι άμεσα διαθέσιμες για επεξεργασία. Η αυτοματοποίηση της παραγγελιοληψίας θα βοηθήσει να προχωρήσουν προς την αυτοματοποίηση και τα στάδια που ακολουθούν. Συγκεκριμένα η μελέτη

του έργου θα έχει ως αντικείμενο τη δυνατότητα μετά τη λήψη της παραγγελίας για αυτοματοποίηση διαδικασιών όπως τιμολόγηση, έκδοση δελτίου αποστολής, πρόγραμμα παραγωγής

για την υλοποίηση του συστήματος θα χρησιμοποιηθεί ένας Windows NT Server. Η εφαρμογή θα βασιστεί στο κορυφαίο παγκοσμίως σύστημα RDBMS Oracle Server. Για τη διάθεση των Web σελίδων στο Internet και για τη δυνατότητα ανταλλαγής πληροφοριών από και προς τη βάση δεδομένων θα χρησιμοποιεί ο Oracle Web Server. Το Front-end περιβάλλον ανάπτυξης της εφαρμογής θα είναι το εργαλείο Power Builder, το οποίο έχει μηδενικό κόστος στην έκδοση run-time.

Οι ακριβείς προδιαγραφές και λειτουργίες του συστήματος θα καθοριστούν στην Φάση Προδιαγραφών και Ανάπτυξη του Έργου .

### **3.3 ΠΟΙΕΣ ΒΑΣΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΘΑ ΥΠΟΒΟΗΘΗΣΕΙ ΤΟ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟ ΕΡΓΟ ΚΑΙ ΠΟΙΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΘΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΘΟΥΝ ΠΡΟΣ ΑΥΤΗΝ ΤΗΝ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ**

Η Φάση Προδιαγραφών και Ανάπτυξης του έργου θα μελετηθούν και θα προσδιοριστούν οι ακριβείς προδιαγραφές του συστήματος που θα αναπτυχθεί .  
Μελλοντικά προβλέπεται το σύστημα να εξυπηρετεί συναλλαγές μεταξύ μεγάλων επιχειρήσεων που έχουν ήδη υποδομή Ηλεκτρονικού Εμπορίου και έχουν υιοθετήσει κάποια από τα διεθνή Standards του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, όπως EDI , EFT. Για αυτό το λόγο το σύστημα προβλέπεται να ανήκει στην κατηγορία των Electronic Commerce Custom Solutions και η ανάπτυξη του συστήματος θα γίνει χρησιμοποιώντας τις τεχνολογίες του Internet και των Web Servers. Χρησιμοποιώντας μία ανοικτή τεχνολογία και χωρίς δεσμεύσεις σε συγκεκριμένα Standards θα επιτρέψει σε ένα μεγάλο εύρος πελατών οι οποίοι διαθέτουν το βασικό εξοπλισμό σύνδεσης με το Internet να έχουν πρόσβαση στο σύστημα ηλεκτρονικής παροχής υπηρεσιών στους πελάτες. Οι ακριβείς μέθοδοι και τεχνολογίες που θα χρησιμοποιηθούν θα είναι αντικείμενο της μελέτης Φάσης Προδιαγραφών και Ανάπτυξης.

Η παραγγελιοληψία μέσω του στόλου φορητών που θα εκτελεί τις παραδόσεις στους πελάτες θα τηρίζεται σε φορητά τερματικά που θα φέρουν οι οδηγοί. Στην αρχή των δρομολογίων θα φορτώνονται (upload) στα τερματικά οι απαραίτητες πληροφορίες, όπως αρχεία ειδών και πελατών. Ο οδηγός θα μπορεί να καταγράφει στο τερματικό τις παραγγελίες των πελατών που επισκέπτεται το καθημερινό δρομολόγιο. Μετά το πέρας των δρομολογίων, οι πληροφορίες θα μεταφέρονται (download) στο κεντρικό σύστημα μέσω μιας ειδικής βάσης που θα τοποθετείται το φορητό τερματικό. Η βάση θα παρέχει σειριακά (RS-232) σύνδεση με υπολογιστή PC που θα είναι υνδεδεμένο με το κεντρικό σύστημα.

Το προτεινόμενο σύστημα θα βοηθήσει την επιχείρηση στις παρακάτω λειτουργίες :

- Αναβάθμιση του επιπέδου των προσφερόμενων υπηρεσιών στους πελάτες

Θα υλοποιηθούν υπηρεσίες παροχής προσωπικής πληροφόρησης στους πελάτες. Μέσω της εξουσιοδοτημένης πρόσβασης των πελατών στο σύστημα θα προσφέρονται προσωπικές (Customised) πληροφορίες σε κάθε πελάτη σχετικά με την εικόνα του στην επιχείρηση όπως επίσης και ειδικές πληροφορίες για τα προϊόντα που τον ενδιαφέρουν .

Ταχύτερη διεκπεραίωση παραγγελιών εξαλείφοντας το χρονοβόρο στάδιο της εισαγωγής των παραγγελιών

Αναβάθμιση των σταδίων που ακολουθούν την παραγγελιοληψία (όπως τιμολόγηση, αναπλήρωση Stock)

Η άμεση διάθεση των παραγγελιών στο σύστημα αναβαθμίζει τη λειτουργία των μετέπειτα σταδίων επεξεργασίας και τη συνολική αλυσίδα επεξεργασίας των εγγραφών. Κατά τη διάρκεια της Φάσης Ανάπτυξης Προδιαγραφών θα μελετηθεί η δυνατότητα αυτόματης έκδοσης Δελτίων Αποστολής και Αυτόματη Έκδοση προγράμματος αναπλήρωσης stock.

Άμεση απόκριση στις ανάγκες της αγοράς

Έχοντας μία άμεση εικόνα των αναγκών και λαμβάνοντας συνεχώς παρατηρήσεις σχετικά με την εικόνα της επιχείρησης από το αγοραστικό κοινό, θέτει τις προϋποθέσεις για άμεση απόκριση και προσαρμογή στις ανάγκες των πελατών. Παράλληλα έχοντας μία συνεχώς ενημερωμένη εικόνα των παραγγελιών θα μπορούν να ληφθούν άμεσα στατιστικά στοιχεία

σχετικά με τις κινήσεις των παραγγελιών τόσο από την επιχείρηση όσο και από τους πελάτες.

#### 0.4 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΥ ΕΡΓΟΥ

Το προτεινόμενο έργο χωρίζεται σε δύο κύριες φάσεις :

- Α. Φάση Προδιαγραφών και Ανάπτυξης του Έργου.
- Β. Φάση Πρότυπης Εκτέλεσης των αποτελεσμάτων της Πρώτης Φάσης

Οι δυο παραπάνω Φάσεις της Μελέτης και Πρότυπης Υλοποίησης χωρίζονται σε ενέργειες όπως περιγράφεται παρακάτω :

- Α. Φάση Προδιαγραφών και Ανάπτυξης του Έργου.

##### A1. Έρευνας Αγοράς

Κατά τη διάρκεια της έρευνας αγοράς θα πραγματοποιηθούν επαφές με τους πελάτες της επιχείρησης. Θα διαπιστωθεί το ενδιαφέρον σχετικά με την ανάπτυξη της συγκεκριμένης εφαρμογής και θα διατυπωθούν οι ανάγκες ώστε ο σχεδιασμός που θα ακολουθήσει να τις καλύπτει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο.

##### A2. Μελέτη Υπάρχοντος Συστήματος Επιχείρησης

Σε αυτή τη Φάση θα μελετηθεί η παρούσα κατάσταση της επιχείρησης και θα αξιολογηθεί με βάση το προτεινόμενο έργο. Θα καθοριστεί και θα συγκεκριμενοποιηθεί η πορεία του έργου σύμφωνα με τις ανάγκες της επιχείρησης.

##### A3. Σχεδιασμός - Ανάλυση Συστήματος και Εφαρμογής Απομακρυσμένης Σύνδεσης μέσω Internet

Θα γίνει η ανάλυση και ο σχεδιασμός του συστήματος Απομακρυσμένης Σύνδεσης μέσω Internet και της εφαρμογής παροχής ηλεκτρονικών υπηρεσιών πληροφόρησης.

##### A4. Σχεδιασμός - Ανάλυση Συστήματος και Εφαρμογής Παραγγελιοληψίας μέσω

φορητών τερματικών

Θα γίνει ανάλυση και σχεδιασμός του συστήματος και της εφαρμογής παραγγελιοληψίας μέσω φορητών τερματικών

#### β. Φάση Πρότυπης Εκτέλεσης των αποτελεσμάτων της Πρώτης Φάσης

B1. Προμήθεια Συνολικού εξοπλισμού (Σύστημα Σύνδεσης Internet και φορητών τερματικών)

Θα γίνει η συνολική προμήθεια του εξοπλισμού της απομακρυσμένης σύνδεσης μέσω Internet και των φορητών τερματικών. Μετά το πέρας της ενέργειας, θα μπορεί να αρχίσει η εγκατάσταση του εξοπλισμού και των προγραμμάτων.

B2. Εγκατάσταση - Θέση σε λειτουργία εξοπλισμού απομακρυσμένης σύνδεσης μέσω Internet

Θα γίνει η εγκατάσταση το NT server, των Nt Workstation, του λογισμικού Βάσεων Δεδομένων (Oracle Server, Oracle WebServer) και του εξοπλισμού σύνδεσης με το Internet. Παράλληλα θα εγκατασταθεί ο καλωδιακός (ενεργός και παθητικός εξοπλισμός) που είναι απαραίτητος για την υλοποίηση του συστήματος. Μετά το πέρας της ενέργειας θα μπορεί να αρχίσει η ανάπτυξη της εφαρμογής.

B3. Εγκατάσταση εξοπλισμού φορητών

Θα γίνει η εγκατάσταση του εξοπλισμού των φορητών τερματικών στα φορητά, των βάσεων (Interface) μεταφοράς δεδομένων μεταξύ των τερματικών και του σταθμού εργασίας (NT Workstation) της πύλης και η σύνδεση του σταθμού εργασίας με τη βάση μεταφοράς δεδομένων.

B4. Ανάπτυξη εφαρμογής παροχής υπηρεσιών προώθησης προϊόντων με απομακρυσμένη σύνδεση μέσω Internet

Θα γίνει με την ανάλυση απαιτήσεων και το σχεδιασμό που έχει προηγηθεί, ώστε να ανταποκρίνεται με τον καλύτερο τρόπο στις ανάγκες της συγκεκριμένης επιχείρησης.

B5. Ανάπτυξη εφαρμογής παραγγελιοληψίας μέσω φορητών τερματικών

Ανάπτυξη λογισμικού φορητών τερματικών όπως και λογισμικού μεταφοράς στοιχείων σε εφαρμογή Βάσης Δεδομένων. Ενσωμάτωση εφαρμογής στην εφαρμογή απομακρυσμένης σύνδεσης μέσω Internet και ολοκλήρωση.

B6. Ανάπτυξη χρηστών - Υποστήριξη - Παρατηρήσεις πρότυπης λειτουργίας  
Η συγκεκριμένη ενέργεια είναι ιδιαίτερα σημαντική διότι περιλαμβάνει την εκπαίδευση των χρηστών και παρατηρήσεις από την πρότυπη λειτουργία της εφαρμογής. Θα αξιολογηθεί η πορεία της χρήσης των καινούριων προγραμμάτων και θα γίνουν παρατηρήσεις για τη μελλοντική χρήση της εφαρμογής. Επίσης θα υπάρξει υποστήριξη από προγραμματιστικά λάθη (bugs) της εφαρμογής.

## 0.5 ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Με την υλοποίηση προβλέπεται να υπάρξουν σημαντικές αλλαγές όσον αφορά στην επιχείρηση και στην επικοινωνία της με τους πελάτες. Συγκεκριμένα

α. Σημαντική μείωση κόστους

Το συνολικό κόστος συναλλαγών με τους πελάτες θα μειωθεί δραστικά για τους παρακάτω λόγους:

- Μισθοί προσωπικού: Με την εισαγωγή του ηλεκτρονικού συστήματος παραγγελιοληψίας δεν θα απαιτείται πλέον προσωπικό το οποίο καθημερινά θα ασχολείται με την επικοινωνία με τους πελάτες για λήψη παραγγελιών. Θα εξαλειφθούν τα χρονοβόρα τηλεφωνήματα και θα απελευθερωθεί ένα μεγάλο μέρος χρόνου το οποίο θα είναι διαθέσιμο για άλλες παραγωγικές ασχολίες μέσα στην επιχείρηση.
- Διαδικαστικά έξοδα: Το καθημερινό κόστος της ηλεκτρονικής υποβολής μιας παραγγελίας είναι τάξεις μεγέθους μικρότερο από τον κλασικό τρόπο παραγγελιοληψίας. Δεν απαιτείται προσωπικό σε καθημερινή βάση, χαρτικά, επεξεργασία, διακίνηση εγγράφων και σύνθετα κανάλια επικοινωνίας μέσα στη επιχείρηση. Οι παραγγελίες καταχωρούνται αυτόματα και εισαγωγή των στοιχείων στο σύστημα.

- Αυτόματη έκδοση προγράμματος παραγωγής: Μετά την εισαγωγή των παραγγελιών από τους πελάτες (απομακρυσμένης σύνδεσης μέσω Internet) ή τους οδηγούς των φορτηγών (τοπικά στον πελάτη μπορεί να εκδοθεί αυτόματα το πρόγραμμα παραγωγής). Δεν υπάρχει καθυστέρηση μεταξύ της υποβολής της παραγγελίας από τον πελάτη και της έκδοσης του προγράμματος παραγωγής διότι δεν υπάρχουν στάδια διακίνησης εγγράφων και εισαγωγής των στοιχείων στο σύστημα.
- Ακριβείς συναλλαγές: Με τη μέθοδο ηλεκτρονικής εισαγωγής μειώνονται σε μεγάλο ποσοστό τα λάθη καταχώρησης μιας και ο χρήστης - πελάτης θα έχει οπτική επιβεβαίωση της τελικής παραγγελίας πριν την υποβάλλει. Στις τηλεφωνικές επικοινωνίες υπάρχουν περιθώρια για σφάλματα τα οποία για να εξαλειφθούν χρειάζονται συνεχείς συμπληρωματικές επικοινωνίες. Η δραστική μείωση των σφαλμάτων σημαίνει μείωση του κόστους σε χρόνο και χρήμα για τη διόρθωση τους .

#### 1. Αναβάθμιση υπηρεσιών προς τους πελάτες

Η αναβάθμιση των υπηρεσιών προς τους πελάτες θα επικεντρωθεί στα παρακάτω σημεία:

- Παροχή πληροφόρησης - Διαφήμιση: Με την είσοδο του στο σύστημα, ο πελάτης θα μπορεί να έχει πρόσβαση σε πληροφορίες όσον αφορά στην αγορά των προϊόντων, καινούρια προϊόντα και προσφορές. Σε αυτό το σημείο υπάρχει μεγάλο δυναμικό για διαφήμιση, ανάπτυξη μεθόδων προώθησης των προϊόντων και επικοινωνίας με τον πελάτη.
- Παροχή πληροφοριών ειδικά (Customised) για κάθε πελάτη: Με τη διαδικασία της εξουσιοδοτημένης πρόσβασης (login) χρησιμοποιώντας κωδικούς (passwords) ο πελάτης αναγνωρίζεται κατά την είσοδο του στο σύστημα και μπορούν να του παρασχεθούν προσωποποιημένες (personalised) πληροφορίες. Οι ανάγκες του μπορούν να καταγραφούν και μπορεί να έχει πρόσβαση σε πληροφορίες για τα προϊόντα που τον ενδιαφέρουν. Η παροχή



προσωπικών πληροφοριών θα προσφέρει ένα μεγάλο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα .

- Ευκολία υποβολής παραγγελιών: Η μείωση του συνολικού κόστους της διαδικασίας υποβολής παραγγελίας προς τη συγκεκριμένη επιχείρηση θα τύχει ιδιαίτερης εκτίμησης από τους πελάτες. Η μεγάλη ευκολία υποβολής παραγγελιών θα λειτουργήσει πολύ θετικά προς την αύξηση του αριθμού των παραγγελιών και την προσέλκυση νέων πελατών.
- Μείωση του χρόνου διεκπεραίωσης της παραγγελίας: Ο χρόνος διεκπεραίωσης της παραγγελίας μειώνεται δραστικά καθώς δεν υπάρχει το στάδιο της καταχώρησης στο σύστημα.
- Συλλογή στατιστικών στοιχείων: Το σύστημα θα μπορεί να έχει τη δυνατότητα να προσφέρει περισσότερες υπηρεσίες από μία απλή λήψη παραγγελίας. Θα μπορεί να προσφέρει στατιστικές πληροφορίες στον κάθε πελάτη σχετικά με τις παραγγελίες του και την κίνηση των ειδών. Με αυτό τον τρόπο ο πελάτης θα μπορεί να έχει μια γενική, απολογιστική εικόνα της κίνησης των προϊόντων που προμηθεύεται .

## **0.6 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΘΑ ΠΡΟΚΥΨΟΥΝ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ ΦΟΡΕΙΣ**

Τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που θα δημιουργηθούν για την επιχείρηση με την υλοποίηση του συστήματος ηλεκτρονικής παραγγελιοληψίας θα είναι τα παρακάτω :

- Προσφορά ενός προηγούμενου συστήματος παροχής υπηρεσιών πληροφόρησης που εξαλείφει σύνθετες, χρονοβόρες διαδικασίες, υπεραπλουστεύει, συστηματοποιεί και οργανώνει τις συναλλαγές με τους πελάτες .
- Δημιουργία σημαντικής υποδομής ηλεκτρονικού εμπορίου η οποία μαζί με την εμπειρία που θα αποκτηθεί από το προσωπικό της επιχείρησης θα είναι

ανεκτίμητης αξίας για τη μελλοντική εξέλιξη και επέκταση σε άλλες εφαρμογές του ηλεκτρονικού εμπορίου.

- Αναβάθμιση υπηρεσιών προς πελάτες με την παροχή πληροφόρησης σχετικά με τις παραγγελίες του κάθε πελάτη και προσωπικών (Customised) πληροφοριών που ενδιαφέρουν ειδικά τον κάθε πελάτη.
- Σημαντική μείωση κόστους - μειώσεις τιμών θα προκύψουν από την αυτοματοποίηση της παραγγελιοληψίας καθώς το κόστος όλων των σχετικών καθημερινών συναλλαγών θα μειωθεί κατά αρκετές τάξεις μεγέθους. Η μείωση του κόστους θα οδηγήσει με τη σειρά της σε μείωση τιμών.

## **0.7 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΙΑΔΟΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ**

Η επιχείρηση με την υλοποίηση και τη χρήση του προτεινόμενου συστήματος θα αποκτήσει ολύτιμη τεχνογνωσία στις εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Μετά το πέρας της πρότυπης λειτουργίας του συστήματος παραγγελιοληψίας και προώθησης προϊόντων θα αρχίσει να εξετάζεται η ενσωμάτωση και άλλων υπηρεσιών της επιχείρησης στην εφαρμογή Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Ο εξοπλισμός που έχει επιλεγεί στην πρόταση έχει το δυναμικό για μελλοντικές επεκτάσεις των εφαρμογών. Επενδύοντας στην παρούσα εφαρμογή είναι μία εύλογη επένδυση στο μέλλον της επιχείρησης. Η αποκτηθείσα τεχνογνωσία θα λειτουργήσει ως καταλυτικός παράγοντας για την παρότρυνση άλλων επιχειρήσεων και για τη συμμετοχή ομαδικά σε προτάσεις Η.Ε. για την υλοποίηση μεγαλύτερων εφαρμογών και συστημάτων.

Με τη συμμετοχή αριθμού μεγάλων επιχειρήσεων σε μία πρόταση μπορούν να υιοθετηθούν πρότυπα (Standards) Η.Ε. όπως EDI. Η παρούσα υλοποίηση μπορεί να λειτουργήσει ως κενό επίδειξης για το αγοραστικό και επιχειρηματικό κοινό ώστε να έχουν μία πραγματική εμπειρία από το Η.Ε. και τον τρόπο που μπορεί να αναβαθμίσει και τις λειτουργίες μιας επιχείρησης.

Το προτεινόμενο έργο αποτελεί την πρόταση υλοποίησης της εφαρμογής. Θα είναι ένα

πρώτο βήμα στο οποίο θα δοκιμαστεί η χρήση του συστήματος. Θα αποκτηθεί πολύτιμη εμπειρία και γνώση από την λειτουργία, την απόκριση που θα έχουν οι προσφερόμενες υπηρεσίες από το αγοραστικό κοινό. Μετά τα απαραίτητα στάδια της πρότυπης λειτουργίας, το σύστημα θα μπορεί να επεκταθεί στους υπόλοιπους αντιπροσώπους σε άλλα γεωγραφικά σημεία. Η γενική φύση της τεχνολογίας που χρησιμοποιείται όπως επίσης και το εύρος των προσφερόμενων υπηρεσιών θέτουν προϋποθέσεις για επέκταση του συστήματος.

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Το ηλεκτρονικό εμπόριο αλλάζει τις παραδοσιακές διαδικασίες του εμπορίου και γενικότερα των συναλλαγών μεταξύ των επιχειρήσεων των καταναλωτών και των υπηρεσιών του δημοσίου.

Με την πάροδο του χρόνου θ' ανατραπούν οι παραδοσιακές μέθοδοι διαφήμισης και προώθησης των προϊόντων. Η γραπτή συμφωνία εξαφανίζεται σταδιακά από τις συναλλαγές και αντικαθίσταται με την ηλεκτρονική συμφωνία και την ψηφιακή υπογραφή. Οι διεθνείς εκθέσεις που γίνονται για την προβολή των προϊόντων χάνουν συνεχώς έδαφος από την προβολή που γίνεται στο INTERNET διότι το κόστος είναι μικρότερο και η πρόσβαση ευκολότερη.

Στην Ελλάδα το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί ν' αναπτυχθεί τα επόμενα χρόνια αρκεί το κράτος ν' αυτοματοποιήσει Και ν' απλοποιήσει τις συναλλαγές του με τις επιχειρήσεις. Η ηλεκτρονική πληροφόρηση των επιχειρήσεων πρέπει να είναι άμεση και συνεχής και οι Δημόσιες υπηρεσίες να γίνονται ηλεκτρονικά έτσι ώστε να επιτυγχάνεται μεγαλύτερη διαφάνεια. Επιπλέον πρέπει ν' αναπτύξει σταδιακά Κέντρα Διευκόλυνσης Ηλεκτρονικού Εμπορίου τα οποία θα υποβοηθούν τις πρωτοπόρες στο χώρο επιχειρήσεις και θα ενημερώνουν τον επιχειρηματικό κόσμο για τις εξελίξεις στο χώρο.

Για να ωφεληθεί από το ηλεκτρονικό εμπόριο, η Ευρώπη πρέπει να υπάρξει σύγχρονη νομοθεσία που θα εξυπηρετεί πλήρως τις ανάγκες των επιχειρήσεων και των καταναλωτών. Πρέπει επίσης στόχος της Ευρωπαϊκής Ένωσης να είναι η εφαρμογή του κατάλληλου νομοθετικού, θεσμικού πλαισίου ως το τέλος του 2006 με σκοπό να λύσει τα νομικά προβλήματα που ανακύπτουν σε επίπεδο Κοινότητας και τα οποία πρέπει να επιλυθούν ταχέως.

Μια νέα εποχή έχει ξεκινήσει. Το internet αποτελεί μία πραγματικότητα αδιαμφισβήτητη που αφορά την ύπαρξή της, παράλληλα αμφισβητούμενη για το πόσο θα κρατήσει. Όλο και περισσότερο γίνεται λόγος για μεγάλη συμφόρηση στη διακίνηση των πληροφοριών και στην ανταλλαγή των δεδομένων. Οι "Κασσάνδρες" προφητεύουν ότι αργά η γρήγορα θα επέλθει το οριστικό τέλος του.

Ωστόσο όμως, όλο και περισσότεροι είναι εκείνοι που προσπαθούν να βελτιώσουν την υπάρχοντα κατάσταση επιτυγχάνοντας μεγαλύτερες ταχύτητες τόσο στην πρόσβαση, όσο και στην διακίνηση των πληροφοριών μέσα από αυτό.

Στην Αμερική, συνεργάστηκαν περισσότερα από 100 πανεπιστήμια, προκειμένου να βρουν μια φόρμουλα που θα έλυνε την κατάσταση στο ζωτικό πρόβλημα που αντιμετωπίζει το internet . Το

αποτέλεσμα των ερευνών αυτών, ακούει στο όνομα internet 2 και στόχος του αρχικά είναι να αυξήσει την ταχύτητα διακίνησης των δεδομένων.

Πρόκειται για μία νέα μορφή "έξυπνου" δικτύου, που θα αναγνωρίζει προτεραιότητες και θα επιλέγει τα δεδομένα που διακινούνται, έτσι ώστε να μπορεί να αντεπεξέλθει σε τυχόν καθυστερήσεις και στην αναπόφευκτη συμφόρηση που παρατηρείται με το υπάρχον καθεστώς.

Την ίδια στιγμή, όμως, που οι αμερικανοί επιστήμονες έκαναν αυτή την ανακάλυψη, οι αδελφοί τους από τον Καναδά και τη Μεγάλη Βρετανία, ποντάρουν σε μία επίσης νέα μορφή δικτύου internet, που δε θα χρησιμοποιεί την κοινή τηλεπικοινωνιακή γραμμή που ισχύει τώρα, αλλά κάτι πολύ πιο οικείο σε όλους μας, το ηλεκτρικό δίκτυο που περνά από τα σπίτια μας. Η πρωτοποριακή αυτή μέθοδος πρόκειται να αυξήσει την ταχύτητα μετάδοσης δεδομένων 30 φορές περισσότερο, σε σχέση με την ταχύτητα που ισχύει σήμερα στο internet. Και όλα αυτά με το μικρότερο δυνατό κόστος, αφού τα δεδομένα θα περνούν, μέσα από την γραμμή ηλεκτροδότησης κάθε σπιτιού.

Όλα αυτά, λοιπόν, μάλλον μία νέα εποχή για το internet προμηνύουν, και όχι το τέλος του, αφού από ό,τι βλέπω βρισκόμαστε στην αρχή, και ποιος ξέρει, μπορεί κάπου, κάποιος να έχουν ανακαλύψει κάτι ακόμη πιο πρωτοποριακό από τα παραπάνω, που όχι μόνο δεν θα σκοτώσει το internet, αλλά θα γεννήσει νέες μορφές επικοινωνίας.

## **ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ**

<b>ANSI</b>	Ηπιτορήση ηπιτορήσει οτιανάκις προτύπων στην μεγαλύτερες εταιρίες καθορισμό προτύπων στην Αμερική.
<b>ANSI ASC X12</b>	Επιτροπή που αναπτύσσει και διατηρεί τα Αμερικάνικα standards για το EDI
<b>ASCII</b>	American Standard Code for Information Exchange. Είναι 7μπιτη κωδικοποίηση με το όγδοο bit να χρησιμοποιείται για έλεγχο. Ο όρος χρησιμοποιείται για να περιγράψει την μορφοποίηση για την μετάδοση και αποθήκευση δεδομένων
<b>Asynchronous Communication:</b>	Τρόπος ηλ. επικοινωνίας με την οποία τα δεδομένα στέλνονται ανά χαρακτήρα προς μια κατεύθυνση κάθε φορά, που χρησιμοποιείται σε περιβάλλον PC
<b>Authentication</b>	Τρόπος επιβεβαίωσης του αν ένα EDI μήνυμα αλλάχτηκε κατά την μεταφορά.
<b>Batch Processing</b>	Τρόπος επεξεργασίας δεδομένων, όπου πολλές σχετικές μεταξύ τους διεργασίες ομαδοποιούνται και στέλνονται για επεξεργασία, συνήθως στο ίδιο computer και στην ίδια εφαρμογή.
<b>Bauds or bits per second</b>	Αριθμός με τον οποίον μεταδίδονται τα δεδομένα
<b>Bisynchronous Communications</b>	Τρόπος επικοινωνίας όπου τα δεδομένα στέλνονται σε Blocks χαρακτήρων ταυτόχρονα και στις 2 κατευθύνσεις. Χρησιμοποιείται από mainframes αλλά είναι διαθέσιμη και για PCs.
<b>Business Application</b>	Ένα σύστημα βασισμένο σε Computers, για διαχείριση των λειτουργιών της επιχείρησης
<b>Communication Software</b>	Πρόγραμμα software που ελέγχει το hardware του H/Y και το modem και καθορίζει την μετάδοση και λήψη δεδομένων.
<b>Communication Protocol</b>	Standards επικοινωνίας στα οποία βασίζονται 2 computers για να ανταλλάξουν δεδομένα.
<b>Compliance Checking</b>	Διαδικασία ελέγχου που χρησιμοποιείται για να επιβεβαιώσει ότι η μεταφορά δεδομένων συμφωνεί με τους συντακτικούς κανόνες.
<b>Control Characters</b>	Στις επικοινωνίες, είναι ειδικοί χαρακτήρες που χρησιμοποιούνται για να ελέγξουν και να διευκολύνουν την επικοινωνία μεταξύ 2 computers.

<b>Data Element</b>	Το μικρότερο δυνατό κατανοητό τμήμα πληροφορίας σε μια εμπορική συναλλαγή.
<b>Data Segment</b>	Ένα σύνολο από data elements.
<b>DISA</b>	Data Interchange Standards Association .
<b>DUNS Number</b>	Data Universal Numbering System - 9 ψήφιος αριθμός που προσδιορίζει την ταυτότητα της εταιρίας που συναλλάσσεται. Καθιερώθηκε από την Dun & Bradstreet Corporation.
<b>EDI Standards</b>	Κανόνες με τους οποίους οι πληροφορίες που αφορούν τις επιχειρήσεις μεταφράζονται σε μορφή που να μπορεί να διαβαστεί από 1 Computer, για να γίνει η ηλεκτρονική μεταφορά τους.
<b>Electronic Mailbox</b>	Περιοχή του δίσκου για συναλλαγές EDI που παρέχεται από VANs.
<b>Enveloping</b>	EDI software που ομαδοποιεί όλα τα έγγραφα του ίδιου τύπου και καθορίζει την κοινή τους αποστολή σε έναν ηλεκτρονικό φάκελο.
<b>Electronic Data Interchange</b>	Η ανταλλαγή επιχειρησιακών πληροφοριών από computer σε computer μεταξύ των συμμετέχοντων φορέων.
<b>Electronic Funds Transfer</b>	Ηλεκτρονική ανταλλαγή χρημάτων - ηλεκτρονική πληρωμή.
<b>Electronic Signature</b>	Κώδικας ή σύμβολο που είναι αντίστοιχο με την υπογραφή.
<b>Event Driven EDI</b>	Όταν η διαδικασία EDI προκαλείται από προκαθορισμένα κριτήρια, όπως πχ η έκδοση απόδειξη αγοράς από έναν συγκεκριμένο εμπορικό συνεργάτη.
<b>Functional Acknowledgment</b>	Μια συναλλαγή βασισμένη στο πρότυπο ANSI ASC X12 που παράγεται από ειδικό Software που λαμβάνει και ελέγχει την εγκυρότητα μιας EDI συναλλαγής και την στέλνει στον παραλήπτη.



<b>HTML</b>	Hyper Text Markup Language - γλώσσα που χρησιμοποιείται για την δημιουργία ιστοσελίδων που συνδιάζει text, γραφικά, ήχο, video και συνδέσμους (Links).
<b>Implementation conventions</b>	Υποσύνολα των standards του EDI που αναπτύχθηκαν για ευκολία της χρήσης μέσα σε μια βιομηχανία. Γενικά ορίζουν πως μπορούν τα διάφορα τμήματα, στοιχεία και ο κώδικας να χρησιμοποιηθούν σε κάποιο συγκεκριμένο standard. Επιπλέον περιέχουν επεξηγηματικές σημειώσεις.
<b>Interchange</b>	Η ανταλλαγή πληροφορίας μεταξύ εμπορικών συνεργατών. Ένα σύνολο από μηνύματα στέλνονται από των αποστολέα στον παραλήπτη σε μια χρονική στιγμή. Η ανταλλαγή αυτή καθορίζεται από μια δομή ελέγχου.
<b>Interchange Envelope</b>	Ένα ή πιο πολλά λειτουργικά σύνολα που μεταδίδονται μαζί και περικλείονται σε ένα φάκελλο και αποτελούνται από το τμήμα της επικεφαλίδας και το κυρίως τμήμα της συναλλαγής (ουρά του μηνυματος).
<b>Interconnection</b>	Η σύνδεση 2 Vans ώστε τα έγγραφα να μπορούν να ανταλλαχτούν μεταξύ των συνδιαλεγόμενων μελών που χρησιμοποιούν διαφορετικό VAN.
<b>Interface</b>	Ένα αναγνωρίσιμο ορισμένο σημείο συνένωσης μεταξύ δύο συστημάτων.
<b>Loop</b>	Επαναλαμβανόμενη ομάδα μηνυμάτων σε ένα σύνολο συναλλαγών.
<b>Mailbox</b>	Τμήμα των υπηρεσιών του EDI που χρησιμεύει για να μπορεί ο συμμετέχων σε μια συναλλαγή να κρατάει τα μηνυματα του. Επίσης κρατάει τα μηνύματα που στέλνει ο πελάτης μέχρι αυτά να ανακληθούν.
<b>Network acknowledgment</b>	Η απόκριση του δικτύου που δείχνει την κατάσταση ενός φακέλλου συναλλαγής. Πχ, η απόκριση μπορεί να λέει οτι ένας φάκελος στάλθηκε ή οτι έχει ληφθεί.
<b>Real Time EDI</b>	EDI όπου τα τμήματα των μηνυμάτων συναλλαγής στέλνονται On line. Είναι γνωστό και σαν αλληλοεπιδρών EDI.

## ΠΗΓΕΣ

### ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- **ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ**  
Συγγραφέας: ΠΟΜΠΟΡΤΣΗΣ-ΤΣΟΥΛΦΑΣ  
Εκδότης: ΤΖΙΟΛΑΣ
- **Ηλεκτρονικό εμπόριο**  
Συγγραφέας: ΠΑΣΧΟΠΟΥΛΟΣ, ΑΡΣΕΝΗΣ  
Εκδότης: ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ  
Έτος Έκδοσης: 2000
- **ΤΟ ΔΙΚΑΙΟ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ**  
Συγγραφέας: ΑΛΕΞΑΝΔΡΙΔΟΥ Ε.  
Εκδότης: ΣΑΚΚΟΥΛΑΣ  
Έτος Έκδοσης: 2004
- **Γενικές αρχές μάρκετινγκ και ηλεκτρονικό εμπόριο**  
Συγγραφέας: ΣΚΙΑΔΑΣ, ΧΡΗΣΤΟΣ  
Εκδότης: ΠΑΠΑΣΩΤΗΡΙΟΥ  
Έτος Έκδοσης: 2001

### **ΝΕΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΔΙΑΔΥΚΤΙΟ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ**

Συγγραφέας: ΚΑΤΣΟΥΛΑΚΟΣ ΓΙΑΝΝΗΣ  
Έτος Έκδοσης: 2001

### **Ηλεκτρονικό εμπόριο**

Συγγραφέας: ΠΑΣΧΟΠΟΥΛΟΣ, ΑΡΣΕΝΗΣ  
Εκδότης: ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ  
Έτος Έκδοσης: 2001

### **ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΑΡΧΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ**

Συγγραφέας: TURBAN  
Εκδότης: ΓΚΙΟΥΡΔΑΣ Μ.  
Έτος Έκδοσης: 2002

### **ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ 3η ΕΚΔΟΣΗ**

Εκδότης: ΓΚΙΟΥΡΔΑΣ Μ.

- **ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**  
 Συγγραφέας: ΔΗΜΗΤΡΙΑΔΗΣ, ΜΠΑΛΤΑΣ  
 Εκδότης: ROSILI  
 Έτος Έκδοσης: 2003
- **ΤΟ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ**  
 Συγγραφέας: ΙΓΓΛΕΖΑΚΗΣ  
 Εκδότης: ΣΑΚΚΟΥΛΑΣ  
 Έτος Έκδοσης: 2003
- **ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕΣΩ ΦΟΡΗΤΩΝ ΣΥΣΚ**  
 Συγγραφέας: ELLIOT PHILLIPS  
 Εκδότης: ΓΚΙΟΥΡΔΑΣ Μ.  
 Έτος Έκδοσης: 2005
- **ΠΩΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ ΤΟ INTERNET**  
 Συγγραφέας: GRALLA  
 Εκδότης: ΓΚΙΟΥΡΔΑΣ Β.  
 Έτος Έκδοσης: 2002
- **e-Marketing επιχειρηματικές εφαρμογές του μάρκετινγκ στο διαδίκτυο**  
 Συγγραφέας: FIORE, FRANK  
 Εκδότης: ΓΚΙΟΥΡΔΑΣ Β.  
 Έτος Έκδοσης: 2001

#### ΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

- [http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article\\_id=549](http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=549)
- <http://www.ebeh.gr/gr/news2.asp?p=8-7>
- <http://www.tee.gr/online/news/2000/2132/>
- <http://www.inegsee.gr/enimerwsi-40-doc2.htm>
- <http://www.galaxy.net.gr/sales/index.htm>
- <http://www.rom.gr/rom11/diktyod.htm>
- <http://www.elyros.com/greek/3e/units/unit15/main15.htm>
- <http://www.eshop.gr>
- <http://www.plaisio.gr>

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**  
**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 1

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΝΕΑ ΘΕΣΙΣ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΙΠΠΟΦΡΑΤΟΥΣ 65 ΑΘΗΝΑ

**1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;**

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

**3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4. Έχετε site στο Internet;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Αν ΝΑΙ**

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Φοβάμαι την ασφάλεια των συναλλαγών.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ναι.....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι.....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Ναι.....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι.....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Ναι.....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι..... το κόστος τους είναι μικρό και μπορούν να πουλήσουν σε χαμηλές τιμές.....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι..... νομίζω πως αυτό ήδη γίνεται.....

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 2

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΘΕΜΕΛΙΟ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΠΑΠΑΓΟΥ 76 ΑΓ. ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

**1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;**

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

**3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4. Έχετε site στο Internet;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Αν ΝΑΙ**

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... έλλειψη προϋποθέσεων .....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ναι .....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι .....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Ναι .....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι .....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Ναι .....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι .....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι γιατί είναι πολύ ευκολότερο οι αγορές για τους καταναλωτές .....



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 3

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΜΑΚΡΗ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΑΓ. ΝΙΚΟΛΑΟΥ 1 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;ΝΑΙ ΟΧΙ 2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;Α) email Β) download προγραμμάτων Γ) αγορές on line Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής 3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;ΝΑΙ ΟΧΙ 4. Έχετε site στο Internet;ΝΑΙ ΟΧΙ 5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;ΝΑΙ ΟΧΙ 6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;ικανοποιητική μέτρια χαμηλή ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Ελλάδα χρωστών.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ναι.....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι αλλά μικρό.....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Όχι.....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι.....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Όχι.....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Όχι δεν υπάρχουν αρκετά καταναλωτές.....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Όχι δεν έχουν καμία σχέση.....

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 4

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: VISION

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: DVD

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΟΛΥΜΠΙΑΣ 4 ΑΘΗΝΑ

**1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;**

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

**3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4. Έχετε site στο Internet;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Αν ΝΑΙ**

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Δεν το έχω φάσει .....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ναι .....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι .....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Ναι .....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι .....

**11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Όχι .....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι, γιατί πολλοί άνθρωποι είναι φε το internet .....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Όχι, είναι 2 διαφορετικά μαγαζιά .....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 5

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: DIGITAL HOME

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: DVD

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΒΥΡΩΝΟΣ Θ ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μία επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

Φόβος των αλλαγών των συνθηκών

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

Ναι

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

Ναι

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

Ναι

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

Ναι

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

Ναι

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

Ναι

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

Ναι γιατί μπορούν να κάνουν καλύτερη προώθηση

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 6

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: *S E V E N*

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: DVD

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΓΡ. ΛΑΜΠΡΑΚΗ 48 ΚΕΡΑΤΣΙΝΙ

**1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;**

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

**3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4. Έχετε site στο Internet;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Αν ΝΑΙ**

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

*Διαφήμιση* .....

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

*Χορτοσ* .....

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπόριου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπόριου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

Ναι

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

Ναι

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

Ναι

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

Ναι

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

Προς το παρόν όχι γιατί δεν υπάρχουν αρκετοί καταναλωτές

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

Ναι είναι πολύ εύκολο οι αγορές μέσω internet για τους καταναλωτές



**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 7

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: 7plus 7

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: CD, DVD, VIDEO

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Ηφαίστου 22 Αθήνα

**1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;**

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

**3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4. Έχετε site στο Internet;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Αν ΝΑΙ**

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

1) Πωληθείς... και όταν το μαγαζί είναι κλειστό, 2) Αυσμη πωλούν

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

1) Αυσμη... Κοβίτες... Μικρο... παροξυσ... πωλούν

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

.....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... ΝΑΙ .....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... ΝΑΙ .....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... ΟΧΙ .....

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... ΝΑΙ .....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Ο αριθμός αναπτύξης είναι μεγάλος ορα να υπάρχουν .....

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Δεν γνωρίζω .....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 8

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: VIDEO BLUE

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: CD, DVD, VIDEO

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Φιλολάου 141 Παχμραυ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

..... Διαφημίση..... αύξηση πωλατων..... Γνωση Επιχειρηση..... μεζων πελατες

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

..... Κοβος..... αβηρωσια..... ουδ επιαλλαγis.....

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

### 7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

.....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... Μικρο ενδιαφέρον προς το παρόν

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... ΝΑΙ

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... ΝΑΙ

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... ΝΑΙ

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επικτήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Ναι γιατί μειώνεται το κόστος

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Απο θα εφαρμοθεί από την ανταποκρισία των καταναλωτών

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 9

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: Ghe Fun

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: CD, DVD, VIDEO

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Λ. Χατζημυριαμου 63-65 ΠΕΙΡΑΙΑΣ

### 1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

### 2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

### 3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

### 4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

### 5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

### 6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

Διαφήμιση, Αυσμική Πωλετών, Βελτίωση Εισοδών της ΕΠΧ

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

Κόστος, Έλλειψη Αξιοπιστίας

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Μικρό ενδιαφέρον.....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... ΝΑΙ.....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... ΝΑΙ.....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... ΝΑΙ.....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντησή).**

..... Ναι... θα... ~~αποφύγο~~... το... ενδιαφέρον... και... μαζαν... αυσαν...

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντησή).**

Σίγουρα... τα... ηλεκτρονικά... καταστήματα... "κλόβαν"... πωλάτες... οι... τα... παραδοσιακά... καταστήματα.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 10

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: FRONT

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Ρ. ΦΕΡΑΙΟΥ 48 ΚΕΡΑΤΣΙΝΙ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ  ΟΧΙ  ✓

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

- A) email   
B) download προγραμμάτων  ✓  
Γ) αγορές on line   
Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών   
Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα   
Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ  ΟΧΙ  ✓

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ  ΟΧΙ  ✓

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ  ΟΧΙ  ✓

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα ✓

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα ✓

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές; ✓  
ικανοποιητική  μέτρια  χαμηλή  ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

Θεωρώ ότι δεν υπάρχει φόρος

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

Όχι

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

Όχι, παρά πολύ

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

Όχι, σε παλαιά περιπτώση

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

Όχι, σε καμία περίπτωση

11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

Όχι προσωπικά

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

Ορισμένα μόνο για οποία έχουν ξεκινήσει ως τώρα

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

Δεν νομίζω πως θα γίνει ποτέ κάτι τέτοιο



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 11

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΜΕΣΘΕΝΕΑΣ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Π.ΤΣΑΛΔΑΡΗ 8 ΚΕΡΑΙΣΙΝΗ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

Φοβάμαι το ρίσκο

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

Ισως να αξίζει

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

Ναι, μια μεγάλη μερίδα καταναλωτών ενδιαφέρονται

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

Όχι

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

Όχι

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

Όχι

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

Πιστεύω πως ναι αφού να υπάρξει σωστή διαφήμιση

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

Πιστεύω πως ναι, γιατί ο φόβος είναι ότι θα στο έμβροτο τρόπο να γίνει η φόρμα σαν ρούχα βελού.

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 12

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: CONTROL

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: CD, DVD, VIDEO

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Α Ηρακλείου 350 ΝΕΑ ΙΟΥΙΑ

**1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;**

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

**3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4. Έχετε site στο Internet;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Αν ΝΑΙ**

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

24 κ.ρ.η... ε.φ.π.α.ρ.ε.κ.δ.η... α.ε.π.α.κ.η... Αν.ψ.μ.θ.η... π.η... α.ω.λ.η.θ.ε.κ.η.

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

Το ποσό του κ.η. χρημάτων που είναι υψηλό

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Οχι ..... αμοιβαία .....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Ναι ..... μιλάμε για παγκόσμια αγορά .....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Η ασφάλεια είναι το μεγαλύτερο πρόβλημα .....

**11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... ΝΑΙ .....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Απο μόνος τους ..... οχι .....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... ίσως αν αυξηθεί το ενδιαφέρον των κοσμον .....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 13

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ZOO PLANET

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: PET SHOP

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΑΘΗΝΑΣ 20 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΓΟΡΑΣ

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

ΑΣΦΑΛΕΙΑ

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

ΝΑΙ

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

ΝΑΙ

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

ΝΑΙ

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

ΟΧΙ

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

ΝΑΙ ΟΤΑΝ ΤΟ ΜΑΘΕΙ ΤΟ ΚΟΙΝΟ

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

ΟΧΙ ΛΟΓΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 14

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΔΑΦΟΥΤΡΟΣ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΧΡΩΜΑΤΟΠΟΛΕΙΟ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΨΗΛΑΝΤΟΥ 48 ΚΕΡΑΤΣΙΝΙ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Δεν με ενδιαφέρει.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Οχι.....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Οχι.....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Οχι.....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Οχι.....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Οχι.....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Οχι οι ελληνες δεν τα γνωρίζουν.....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... ίσως.....



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 15

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΔΙΣΚΟ ΒΟΛΟΣ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: CD, DVD, VIDEO

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Ψαρρών 33 Ν.ΨΑΙΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

Επιπλέον πωλήσεις, Διαφήμιση.....

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

Κόστος συντήρησης.....

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Αρνητικά .....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... ΝΑΙ .....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... ΝΑΙ .....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... ΝΑΙ .....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Απο μόνο τους έχω .....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Μελλοντικά ειγούρα, υπάρχει μεγάλη ρυθμός ανάπτυξης .....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 16

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: DVD Delivery

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: CD, DVD, VIDEO

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Λ. Ηρακλείου 44 Πάτρα

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

Απρόβλεπτη τιμολογία με τους πελάτες, πρόβλεψη Προσφορών

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

Δεν έχω να είμαι οι πελάτες πρόσβαση στο Διαδίκτυο

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

.....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Αρκετο

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... ΝΑΙ

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Οχι

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... ΝΑΙ

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Οχι... Ανομορφωτοι... οι καταναλωτες δεν ειναι ενημερωμενοι

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι... υπαρχει ενδιαφερον απο την πλευρα των καταναλωτων

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 17

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: DVD LAND

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: DVD, CD, VIDEO

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΒΟΥΤΣΙΝΑ 74, ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

... Διαφορετικά... Αξιοπρόσφορα... Καλύτερη επικοινωνία με τους πελάτες

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

... Κοστος... Αβεβαιότητα... Δυσκολία...

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

.....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... ΝΑΙ

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... ΝΑΙ

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... ΝΑΙ

11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... ΝΑΙ

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Ναι, γιατί οι χρήστες του internet αυξάνονται

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Ναι, ήδη τα ηλεκτρονικά καταστήματα έχουν χάσει γρήγορα τον ανταγωνισμό έναντι των online αλυσίδων

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 18

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: EASY DVD

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: CD, DVD, VIDEO

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗΣ 141 ΔΑΦΝΗ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

..... Αυτοματ. πωλ. διαδικασιών, επιμνημόσυνη με πελάτες, διαφήμιση

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

..... Υψηλός ανταγωνισμός, υψηλές κερδοεπιδόσεις, έλλειψη ασφαλείας στις συναλλαγές

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπόριου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπόριου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... Ναι και συνεχώς αυξάνεται

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... Σίγουρα ναι αφού μιλάμε για παγκόσμιο ανταγωνισμό

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... Ναι αν και δεν έχει δημιουργηθεί ποτέ πρόβλημα

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... ΝΑΙ

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Ναι αρχικά και υπάρχει αυξημένη ζήτηση

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Σίγουρα και γιατί ο κόσμος δεν χρειάζεται να πληρώνει για καταστήματα εφόσον μπορεί και από το σπίτι του να παραγγίλει τα προϊόντα και τον ενδιαφέρει



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 19

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: VΙDΕΟ ΛΕΞΗ ΞΑΝΘΟΠΟΥΛΟΣ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: CD, DVD, VΙDΕΟ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΑΙΝΣΤΑΙΝ 24 ΑΡΧΙΦΙΛΗ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... ΝΑΙ.....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... Όχι... λίγος... είναι... ευένοι... που... χρησιμοποιούν... το internet... για αγορές.....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... Όχι.....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... ΝΑΙ.....

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... Όχι.....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Όχι... για... το καταναλωτικό κοινό... δεν... είναι... εξοικειωμένο... με το internet.....

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Σίγουρα... Ναι... η χρήση... του internet... από... ιδιώτες... είναι... και... αυξανόμενη.....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 20

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ANGEL FASHION

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΕΘΝ.ΜΑΚΑΡΙΟΥ 7 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Δεί νομίζω οτι θα υπάρχει κερδος .....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Οχι .....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Οχι .....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Οχι .....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι .....

**11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Οχι .....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Οχι δεν υπάρχει αγοράζω κωιν.α .....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Οχι ο κωσ μας δεν επιτρέπει τις αγορες on-line .....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 21

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΡΕΤΙΤ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΚΑΛΛΙΚΛΕΟΥΣ 2 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

..... Εύρεση νέων εργαζομένων .....

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

..... Αβεβαιότητα .....

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μία επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... ΕΛΛΗΝΙΣΤΑ ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... ΟΧΙ.....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... ΟΧΙ.....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... ΟΧΙ.....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... ΟΧΙ.....

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... ΟΧΙ.....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... ΟΧΙ ΓΙΑΤΙ ΕΙΝΑΙ ΛΙΓΟΙ ΑΥΤΟΙ ΠΟΥ ΚΑΝΟΥΝ ΑΦΟΡΕΣ ΟΝ-ΛΙΝ Ε.....

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... ΟΧΙ ΟΙ ΕΠΛΗΘΕΣ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΕΞΟΙΚΙΩΜΕΝΟΙ ΜΕ ΤΟ INTERNET.....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 22

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΦΡΑΓΚΟΣ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΕΘΝΙΚΗΣ ΑΝΤΙΣΤΑΣΕΩΣ 2 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

..... ΑΥΞΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ .....

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

..... ΑΣΦΑΛΕΙΑ .....

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

Ναι

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

ΝΑΙ

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

ΝΑΙ

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

ΝΑΙ

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

ΟΧΙ ΑΚΟΜΑ

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

ΟΧΙ ΝΟΓΩ ΠΡΟΣΟΝΙΚΩΝ ΞΕΣΕΩΝ



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 23

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: VIDEO INN

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: CD, DVD, video

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΧΡΥΣΙΠΟΥ 1 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

Εύρεση εμπορευμάτων, αύξηση πωληθέντων, Διαφήμιση

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

Χαμένος συντηρητής

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

ΝΑΙ

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

ΝΑΙ

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

ΝΑΙ

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

ΝΑΙ

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντησή).**

Δυσκολεύεται γιατί ο αριθμός των καταναλωτών είναι μικρός

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντησή).**

Όχι δεν ευημερούνται τα ηλεκτρονικά καταστήματα. Το κάθε ένα έχει το δικό του αγοραστικό κοινό

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 24

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: VIDEO CLUB 13

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: CD, DVD, VIDEO

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Λ. ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ 50 ΚΕΡΑΤΣΙΝΙ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....Μειωση του κοστους προωθησης προϊόντων, Διαφήμιση.....

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....Έλλειψη ασφαλείας.....

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

.....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

...Ναι.....αλλα.....μικρο... Δ.ε.ν. υπάρχει.....εμπιστοσύνη.....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

.....Ναι.....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

.....Ναι.....

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

.....Ναι.....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

...Οχι...απομα...παι...ρι...καταναλωτες...που...κανουν...αγορες.....  
...μέσω του site δεν είναι αρκετοι

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

...Ναι.....υπάρχει...μεγάλος...φύθος...ανάπτυξης.....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 25

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΚΟΣΜΟΣ FLORES

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: CD, DVD

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΛΟΥΝΤΟΠΙΣΤΟΥ 54 ΚΟΡΥΘΑΛΟΣ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

..... Διαφημίσει... της... επιχειρήσεις.....

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

..... Υψηλό κόστος.....

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

.....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

Όχι το ποσοστό των καταναλωτών που μανουαλ αγοράς μέσω Internet είναι μικρό

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

ΝΑΙ

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

Όχι δεν έχει δημιουργηθεί ποτέ πρόβλημα

**11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

ΝΑΙ

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

Όχι δεν υπάρχει αγοραστικό κοινό

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

Ναι γιατί υπάρχει υψηλός ρυθμός ανάπτυξης

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 26

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: NO REMORSE

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: CD, DVD, ΥΙΔΕΟ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΑΓΑΘΗΚΗΙΑΣ 28 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

..... Αυξήση πωλήσεων, διαφήμιση της επιχ.....

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

..... Ψηλάς κόστος, και μπορεί να αυξήσει τα κέρδη.....

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μία επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

Ναι και συνεχώς αυξάνεται

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

ΟΧΙ

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

ΟΧΙ

11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

ΝΑΙ

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

Ανομα όχι το ποσοστό των κοσμημάτων που κερδίζει μέσω internet είναι ανομα μικρο

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

Ναι γιατί το ποσοστό των πωλήσεων μέσω internet συνεχώς αυξάνεται



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 24

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: Ραβατίνο

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: Ρονχα

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Π. ΤΣΑΛΔΑΡΗ 23

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

..... ευκολίες Αγορές .....

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

..... Αε. φάσεις συναλλαγών .....

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... ελλιπή προβλεψιμότητα

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ναι

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Ναι

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Όχι

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι, όταν το μάθει το κοινό

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Όχι, λόγω των προβλεπτικών έξι ετών

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 28

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΝΟΤΟΣ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΟΜΗΡΟΥ 15 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

Α) email

Β) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

.....ελλιπής Γνωσ. και προβληματισμ.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

.....Ναι.....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

.....Ναι.....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

.....Οχι.....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

.....Οχι.....

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

.....Οχι.....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

.....Οχι...δεν...υπάρχει...αφορράζεις...καιν.....

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

.....Οχι...παντα θα...υπάρχει...κοσμος...που θα...μειν...οφρει...  
παροδοδισια.....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 29

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΓΚΟΥΔΗΣ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Ρ. Φεραία 68 ΚΕΡΑΤΣΙΝΙ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) Πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Δεν νομίζω ότι θα υπάρχει κερδός

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Όχι

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Όχι

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Όχι

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Όχι

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Όχι

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Όχι οι Έλληνες δεν κάνουν online

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Όχι αυτοί που αγοράζουν μέσω internet είναι πολύ λίγοι

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 30

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΓΟΝΙΑ ΤΟΥ ΒΙΒΛΙΟΥ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΜΑΝΤΖΑΡΟΥ 4 ΑΘΗΝΑ

**1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;**

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

**3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4. Έχετε site στο Internet;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Αν ΝΑΙ**

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Ελλιπή Γνωσών.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ναι.....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι.....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Όχι.....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Όχι.....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Όχι.....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι για τον υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός.....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι για πρόβλεψουν πράγματα και υπηρεσίες σε πολύ χαμηλές τιμές.....



## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 31

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: *ΣΧΕΨΙΣ*

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: *170 ΚΑΡΑΥΟΛΟΥ 119 ΑΘΗΝΑ*

### 1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

### 2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

### 3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

### 4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

### 5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

### 6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Δεν υπάρχει ειδικευμένο προσωπικό

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ναι

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι όλα οι νέες αφοδεύονται με το internet

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Ναι

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι

**11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... όχι

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντησή).**

..... Ναι για το ποσοστό ανταρσίας είναι μικρό

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντησή).**

..... Ναι για μισό και πωλούν σε πολύ χαμηλές τιμές

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 32

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΛΑΖΟΣ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΑΣΚΗΗΠΟΥ 3 ΑΘΗΝΑ

**1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;**

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

**3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4. Έχετε site στο Internet;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Αν ΝΑΙ**

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Δεν χρειαζόμαστε .....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Όχι, στην Ελλάδα ο κόσμος δεν κάνει αγορές μέσω internet .....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... ΟΧΙ .....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Ν.Α.Ι. ....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ν.Α.Ι. ....

**11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... ΟΧΙ .....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντησή).**

..... Όχι, δεν υπάρχει αρκετά μαζικό ηλεκτρονικό κοινό .....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντησή).**

..... Ναι, αλλά όχι στο άμεσο μέλλον .....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 33

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: W00 η W00

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Π.ΤΣ ΑΛΔΑΡΗ 8 ΚΕΡΑΤΣΙΝΙ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Δεν νομίζω ότι θα υπάρχει ζήτηση.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Όχι.....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι αλλά όχι για τα ρούχα.....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Όχι.....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Όχι.....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Όχι.....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Όχι..... δι... ελληνικές... είναι... πιθαν... στον... αφορά... ηλεκτρονικές... αφορές

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι..... γιατί... οι... χρήστες... του... internet... θα... και... αυξάνονται

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 34

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: NON STOP

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Π.ΤΣΑΛΔΑΡΗ 33 ΥΕΦΑΤΣΙΝΙ

**1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;**

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

**3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4. Έχετε site στο Internet;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Αν ΝΑΙ**

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... έλλειψη γνώσεων και έδωκεν μενου προωπίων.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... ΝΑΙ.....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... ΝΑΙ.....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... ΝΑΙ.....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... ΝΑΙ.....

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... ΟΧΙ.....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Ναι..... γιατί υπάρχει ενδιαφέρον από τις μεταναστες.....

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Οχι..... είναι δυο διαφορετικές αγορές και η καθε.....  
..... μια έχει το δικό της μεταναστες.....



**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 35

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: Mr John

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Π. ΤΣΑΛΔΑΡΗ 36 ΚΕΡΑΤΣΙΝΙ

**1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;**

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

**3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4. Έχετε site στο Internet;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Αν ΝΑΙ**

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπόριου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

.....  
ελλιπή ενημερώσεις

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

.....  
ΝΑΙ

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

.....  
ΝΑΙ

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

.....  
Δεν γνωρίζω

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

.....  
ΝΑΙ

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

.....  
ΟΧΙ

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

.....  
Δεν γνωρίζω

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

.....  
Δεν γνωρίζω

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 36

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΒΟΔΥ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΣΟΦΟΥΛΗ 17 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... ελλιπή ενημέρωση.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Οχι.....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Οχι.....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Οχι.....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι.....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Οχι.....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Οχι..... δεν υπάρχει ακόμα... αλλά... μελλοντικά μέσω internet.....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι..... κατά ορισμένες περιπτώσεις... για τα παραδοσιακά καταστήματα.....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 37

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΡΑΝΖΙΜΑ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΑΓ.ΦΑΝΟΥΡΙΟΥ 12 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

βα) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

ββ) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

βγ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Δεν νομίζω να υπάρχει ενδιαφέρον.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Όχι.....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... Όχι.....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... Όχι.....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... Ναι.....

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... Όχι.....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Όχι..... αν τα υπάρχουν... αμείωσι... καταναλωτές.....

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Όχι..... λόγω προσωpicων... εχέσεων.....

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 38

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΒΕΛΛΙΝΟ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΚΡΥΣΟΠΟΡΑ 7 ΑΘΗΝΑ

**1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;**

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

**3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4. Έχετε site στο Internet;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Αν ΝΑΙ**

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΓΟΡΑΣ.....

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

ΑΣΦΑΛΕΙΑ, ΚΟΣΤΟΣ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ.....

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι .....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... ΝΑΙ .....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... ΝΑΙ .....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... ΝΑΙ .....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Όχι αμφίβολα το ποσοστό πωληθέντων μέσω Internet είναι 41% .....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Όχι είναι δυο διαφορετικές αφορμές .....



**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 39

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΓΚΟΥΣΔΟΒΑΣ TELECOM

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΚΙΝΗΤΗ , ΣΤΑΘΕΡΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Π. ΤΣΑΛΔΑΡΗ 22 ΓΕΡΑΤΣΙΝΙ

**1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;**

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

**3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4. Έχετε site στο Internet;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Αν ΝΑΙ**

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... έλλειψη ενημερώσεως .....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ναι .....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... Ναι .....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... Ναι .....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... Ναι .....

11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... Οχι .....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Ναι... πλεον... ολοι... 96%... λενται... με... το... internet .....

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Σίγουρα... Ναι... υπάρχουν... καταναλωτες... που... φινιζουν... Μονο... μεσω... του... internet. .....

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 40

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΡΕΤ CITY

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ~~ΤΟ~~ ΡΕΤ SHOP

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΤΣΑΜΑΡΟΥ 63 ΠΕΙΡΑΙΑΣ

**1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;**

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

**3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4. Έχετε site στο Internet;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Αν ΝΑΙ**

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... ελλειψη εδικομενου προσωπικου.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ναι.....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... Ναι.....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... Οχι.....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... Ναι.....

11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... Ναι.....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Ναι..... γιατί..... υπάρχει..... ενδιαφέρον..... από τους καταναλωτές.....

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Οχι..... λόγω..... προδικαιων..... εχθροτων.....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 41

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΝΕΓΡΟ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ~~ΕΙΣΑΓΩΓΗ~~ ΗΛΕΚΤΡΙΚΑ ΕΙΔΗ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΤΣΑΜΑ ΔΟΥ 63 ΠΕΙΡΑΙΑΣ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας:

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet:

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο:

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet:

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας:

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού-εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Ελλειψη ειδικευμένου προσωπικού.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ναι.....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι.....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Όχι.....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι.....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Ναι.....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι..... γιατί υπάρχει ενδιαφέρον από τους καταναλωτές.....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Όχι..... λόγω των προβλεπόμενων δ.χ.ε.ε.ων.....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 42

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: MAX NET

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: Λ. ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ 14

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: HARDWARE - SOFTWARE

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

Δεν έχω μπει από ρυθμίσεις μας.

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

Οχι.

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

Όχι σε όσον αφορά Ελλάδα.

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

Οχι.

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

Ναι.

11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

Όχι.

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επικτήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

Ναι διότι Ελληνικές έχουν αρχίσει να συνδέονται με την αγορά.

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

Σίγουρα στο μέλλον θα υπάρχει όλο και περισσότερο η ηλεκτρονική αγορά σε βάρος των παλαιών μορφών.



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 43

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΖΙΛ-ΖΑΚ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΜΕΛΙΣΣΕΣ ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πώς χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... έλλειψη επωφελέως προβλεπόμενων.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ναι.....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... Ναι.....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... Ναι.....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... Όχι.....

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... Ναι.....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Ναι, υπάρχει κόσμος που ενδιαφέρεται.....

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Ναι, λόγω των χαμηλών τιμών που προσφέρουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα.....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 44

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΑΡΜΟ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΣΟΦΟΠΛΕΟΥΣ 38 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

..... ΤΑΧΥΤΗΤΑ ..... ΑΓΟΡΑΣ ..... ΕΜΠΟΡ.....

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

..... ΑΣΦΑΛΕΙΑ ..... ΣΥΝΑΜΜΑΤΩΝ.....

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πώς χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... ΗΨΥΛΟ ΚΟΣΤΟΣ .....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... ΝΑΙ .....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... ΝΑΙ .....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... ΝΑΙ .....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... ΝΑΙ .....

11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... ΝΑΙ .....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... ΟΧΙ ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΑΡΚΕΤΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ .....

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... ΟΧΙ ΕΙΝΑΙ 2 ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ .....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 45

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΜΑΡΑ STUDIO

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΒΡΙΣΗΙΔΟΣ 61 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

...ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΓΟΡΑΣ ΕΜΠΟΡ. / ΑΥΞΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ...

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

...ΚΟΣΤΟΣ.....

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

ΝΑΙ

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

ΝΑΙ

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

ΝΑΙ

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

ΝΑΙ

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

ΝΑΙ είναι πιο εύκολο από τα παραδοσιακά καταστήματα

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

Ναι γιατί συμφέρει πολύ τους καταναλωτές

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 46

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: DISPLAY

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΛΑΡΝΑΧΟΣ 28 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... έλλειψη ενημερωσης.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ναι.....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι.....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Ναι.....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι.....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Όχι.....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Δείχνω ενδιαφέρον.....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Όχι νομίζω ότι δεν έχει να κάνει το δικό με το άλλο.....



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 47

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: CAMELOT

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΕΡΜΟΥ 1 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....ΤΡΑΧΥΤΗΤΑ ΑΓΟΡΑΣ.....

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....ΚΟΣΤΟΣ, ΑΣΦΑΛΕΙΑ.....

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

ΝΑΙ

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

ΝΑΙ

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

ΟΧΙ

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

ΝΑΙ

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

ΝΑΙ οι καταναλωτές όλο και αυξάνονται

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

Οχι είναι 2 διαφορετικές αφορμές

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 48

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ART BOOK

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΜΕΤΡΕΑ 18 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Ελλειψη Γνωσεων.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Όχι γιατί λίγοι Έλληνες ασχολούνται με το Internet.....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... Μόνο από μια μικρή μερίδα.....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... Όχι.....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... Ναι.....

11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... Όχι.....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Όχι, δεν υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών.....

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Όχι οι καταναλωτές προτιμούν την άμεση επαφή με τα προϊόντα που φωνίζουν και δεν εμπιστεύονται τις αγορές μέσω internet.....

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 49

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΠΥΡΙΝΟΣ ΚΟΣΜΟΣ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΙΠΠΟΚΡΑΤΙΟΥΣ 18 ΑΘΗΝΑ

**1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;**

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

**3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4. Έχετε site στο Internet;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Αν ΝΑΙ**

α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

... Δεν νομίζω ότι θα ν.α.φ.α.ι. μ.ε.ρ.δ.ο.ς

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

... Όχι

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

... Όχι

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

... Όχι

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

... Ναι

11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

... Όχι

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

... Όχι γιατί δεν υπάρχουν πολλοί καταναλωτές

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

... Όχι είναι διαφορετικές αμρ.ε.α.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 50

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΠΡΙΣΜΑ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΜΡΟΥΜΠΟΥΛΙΔΙΑΣ 48 ΠΕΤΡΑΙΑΣ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... ελλιπή ενημερωθείς .....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Δεν ξέρω .....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Νομίζω Ναι .....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Ναι .....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι .....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Όχι .....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Δεν ξέρω .....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Μαλλον ναι... αψου... ολοι αδχουν και με το internet .....



**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 51

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΚΑΤΟΠΤΡΟ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΡΕΣΚΑΖΟΓΛΟΥ 5 ΑΘΗΝΑ

**1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;**

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

**3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4. Έχετε site στο Internet;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Αν ΝΑΙ**

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

Ελλιπή Γνώσεις

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

Οχι

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

Οχι

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

Οχι

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

Ναι

**11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

Οχι

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

Ναι... γιμρί.γμ.

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

Οχι... δεν έχουν παρμια... δχ.β.β.

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 59

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΣΙΔΕΡΗΣ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Σολωνος 116 ΑΘΗΝΑ

**1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;**

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

**3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4. Έχετε site στο Internet;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Αν ΝΑΙ**

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... ελλιπή επικοινωνία ..... προβλεπόμενα.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ναι.....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι.....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Όχι.....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Όχι.....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Όχι.....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι..... ο ρυθμός ανάπτυξης του Internet είναι μεγάλος.....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι..... γιατί ο κόσμος που ασχολείται με το Internet από καινούρια και αυξάνεται από καινούρια και το ηλεκτρονικό εμπόριο

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 53

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΜΟΝΙΕ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: DVD

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΓΡ. ΛΑΜΠΡΑΚΗ 108 ΚΕΡΑΤΣΙΝΙ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

20

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πώς χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

Ελλιψη Γνωστων.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

Οχι.....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

Οχι.....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

Οχι.....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

Οχι.....

**11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

Οχι.....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

Οχι...δεν...υπαρχει...ενδιαφερον...απο...των...πληρω...των...καταναλωτων.....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

Οχι...δεν...των...προβλεπων...εχθρουν.....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 54

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: PETER'S

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΧΡΥΣΟΧΟΪΟ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΤΟΜΑΗ 25 ΠΕΡΑΙΑΣ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πώς χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

Ο κόσμος δεν έχει συνδέσει ακόμα σε μια γρήγορη φαινομενική.

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

Όχι, αυθαίρετων μέχρι σήμερα.

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

Εμφανιστο.

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

Όχι, καθόλου.

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

Όχι.

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

Τιμήματα, ποσά, ημερ. αρχειοθέτηση, δλ. δλ. αφορολόγητο.

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντησή).

Θα μπορούν να επιζήσουν σε μικρό χρόνο.

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντησή).

Σε βάρος των παλαιών μορφών όχι, αλλά σύντομα θα αναπτωθούν ποσά ηλεκτρονικά καταστήματα στο μέλλον.



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 55

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΒΡΕΤΤΟΣ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΠΑΝΤΟΠΟΛΕΙΟ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΥΨΗΛΑΝΤΟΥ 14 ΚΕΡΑΤΣΙΝΙ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... ελλιψα Γνωσεων .....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Οχι .....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Οχι .....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Οχι .....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Οχι .....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Οχι .....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Οχι δε γνωρίζω .....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι .....

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 56

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΒΑΚΕΡ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΜΑΥΑΡΧΟΥ ΒΟΤΕΗ 47 ΑΘΗΝΑ

**1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;**

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

**3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4. Έχετε site στο Internet;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Αν ΝΑΙ**

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πώς χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... ελλιπή γνώση .....  
.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ναι .....  
.....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι .....  
.....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Ναι .....  
.....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι .....  
.....

**11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Όχι .....  
.....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι ..... πολλά μεταναστεύει ..... σιγά δίνεται με το internet .....  
.....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Όχι ..... δεν έχουν όφελος ..... έχουν το ενδιαφέρον .....  
.....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

30

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 57

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΒΑΡΔΙΛΑ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΜΟΝΕΜΒΑΣΙΑΕ 30 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;:-

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

..... Διαφήμιση / Πωλσεις .....

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

..... Κοβρος .....

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πώς χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

Ναι

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

Ναι

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

Όχι

**11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

Ναι

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντησή).**

Ναι... γιατί το ποσοστό των πωληθέντων αυξάνεται...

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντησή).**

Ναι... γιατί είναι ευκολότερο να προσβλεπεί από παντού...

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 58

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΜΕΣΘΕΝΕΑΣ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ~~ΒΙΒΛΙΑ~~ ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Π.ΤΣΑΛΔΑΡΗ 33 ΚΕΡΑΤΣΙΝΙ

**1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;**

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

**3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4. Έχετε site στο Internet;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Αν ΝΑΙ**

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Δεν νομίζω ότι υπάρχει ενδιαφέρον

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Όχι για τον κλάδο μου

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι αλλά όχι για τα ρούχα

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Όχι

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Όχι

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Όχι

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι ειδικά τα μαγαζιάματα Η/Υ και τεχνολογίας

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι για τα ηλεκτρονικά μαγαζιάματα ειδικά στο χώρο των υπηρεσιών.



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 59

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: C O O L

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΚΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Π. ΤΣΑΛΔΑΡΗ 28 ΚΕΡΑΤΣΙΝΙ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό       υψηλό       μέτριο       χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ       ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Δεν νομίζω οτι θα υπάρχει κερδο.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Οχι.....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Οχι.....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Οχι.....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι.....

**11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Οχι.....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι αλλά οχι για το κλάδο μας.....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι θα υπάρχει ανταγωνισμός.....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 60

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: MERCEDES

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Π. ΤΣΑΛΔΑΡΗ ΗΜ ΚΕΡΑΤΣΙΝΙ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πώς χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Ελλιπή γνώση .....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ίσως .....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... Νομίζω Ναι .....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... Οχι .....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... Ναι .....

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... οχι .....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Οχι..... γιατί οι καταναλωτές δεν αφοχλεύονται με το Internet .....

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... ~~Ναι~~ Οχι, θα πρέπει να κερδίσουν.....  
για πολλά χρόνια να αρχίσουν οι Έλληνες να κάνουν μόνο ηλεκτρονικές αγορές .....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 61

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΔΡΑΦΑΡ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Π.ΤΣΑΛΔΑΡΗ 42 ΚΕΡΑΤΣΙΝΙ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική  μέτρια  χαμηλή  ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Ελλιπή ενημέρωση και έδαφος που και προβληματικό.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... ΝΑΙ.....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... ΝΑΙ.....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... ΝΑΙ.....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... ΝΑΙ.....

11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... ΟΧΙ.....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Δεν βεβαιώω αν υπάρχει ενδιαφέρον από τους καταναλωτές.....

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Οχι ο κόσμος δεν αλλάζει τόσο πολύ με το internet.....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 62

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: C A M A P O

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΚΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Π. ΤΣΑΛΛΑΡΗ 32 ΚΕΡΑΤΣΙΝΙ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;ΝΑΙ ΟΧΙ 2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;Α) email Β) download προγραμμάτων Γ) αγορές on line Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής 3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;ΝΑΙ ΟΧΙ 4. Έχετε site στο Internet;ΝΑΙ ΟΧΙ 5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;ΝΑΙ ΟΧΙ 6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα.....  
6γ) Πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;ικανοποιητική μέτρια χαμηλή ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Δεν χρειαζόμαστε .....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Δεν χρειάζομαι .....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... ΝΑΙ .....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... ΟΧΙ .....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... ΝΑΙ .....

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... ΟΧΙ .....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Οχι γιατί δεν νομίζω ότι υπάρχει μεγάλη ζήτηση από την πλευρά των καταναλωτών .....

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Σίγουρα αν νομίζει των καταναλωτών να βγαίνει προς τα εκεί .....



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 63

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΣΥΝ ΔΡΑ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΚΟΛΟΚΟΤΡΩΝΗ 46 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... ελλιψη γνώσεων.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Όχι.....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Όχι.....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Ναι.....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι.....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Όχι.....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Όχι γιατί το μόνο δεν μπορεί να είναι.....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι όταν γίνει γνωστό βιο μόνο.....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 64

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΠΕΠΗ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΥΑΔΗΚΙΑΣ 26 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Δεν νομίζω ότι θα υπάρχει κερδός.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... ΟΧΙ.....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... ΟΧΙ.....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... ΟΧΙ.....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... ΝΑΙ.....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... ΝΑΙ.....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Οχι..... Δεν υπάρχουν αρκετοί καταναλωτές.....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Οχι..... Ναι..... 2 διαφορετικές αγορές.....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 65

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΣΥΡΑΝ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΑΙΣΩΠΟΥ 32 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Δεν νομίζω ότι θα παρχει κερδος.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... ΟΧΙ.....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... ΟΧΙ.....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... ΟΧΙ.....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... ΟΧΙ.....

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... ΟΧΙ.....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Οχι... Δεν υπάρχουν αρκετοι καταναλωτες.....

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Οχι... Δεν υπάρχουν αρκετοι καταναλωτες.....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 66

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΕΥΡΩ ΒΙΒΛΙΟ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΠΑΠΑΡΗΓΟΠΟΥΛΟΥ 59 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πώς χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Δεν υπάρχει ιδιαίτερος λόγος.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Όχι.....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Όχι.....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Όχι.....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι.....

**11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Όχι.....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Δεν γνωρίζω.....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Δεν γνωρίζω.....



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 67

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΝΕΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΠΑΤΗΣΙΩΝ 200 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

..... Διαφήμιση..... Πωθήσεις.....

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

..... Υποβολή.....

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πώς χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

.....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... Μικρό .....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... Ναι .....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... Ναι .....

11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... Ναι .....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντησή).

..... Όχι... αμφίβολο... ποσοστό των... καταναλωτών είναι μικρό .....

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντησή).

..... Ναι... υπάρχει... μερικός... ρυθμός... ανάπτυξης .....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 68

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΜΙΚΟΠΟΥΛΟΣ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: 2. ΠΛΗΡΗΣ Β ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Δεν χρειαζόμαστε .....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Όχι .....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Μικρό .....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Όχι .....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι .....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Όχι .....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Όχι... οι... αφιλόξενοι... δεν... εμπιστεύονται... το... internet .....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Όχι... δεν... έχουν... αρμοί... δ.χ.β.β.γ .....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 69

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΚΑΛΟΣ ΤΥΠΟΣ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΣΙΝΑ 2 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

βα) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

ββ) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

γγ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Δεν υπάρχει κερδος πιθανω.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Όχι.....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... Μικρο.....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... Όχι.....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... Όχι.....

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... Όχι.....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Δεν γνωρίζω.....

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Όχι... νομίζω... ότι... είναι... διαφορετικές... αμφισβ... ..

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 70

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΝΟΥΣΤΡΑ ΤΑΒΕΡΝΑ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΕΡΜΟΥ 48 ΑΘΗΝΑ

### 1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

### 2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

### 3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

### 4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

### 5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

### 6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Νομίζω οτι δεν υπάρχει κερδος.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Οχι.....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... Οχι.....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... Οχι.....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... Οχι.....

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... Οχι.....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Οχι. Δεν υπάρχουν αρκετά καταναλωτές.....

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Οχι. Παντα θα υπάρχουν καταναλωτές για τα μαγαζακια.....



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 71

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΛΑΡΑ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΕΡΜΟΥ 43 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πώς χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Ελλειψη Γνωστικών .....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ναι .....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... Ναι .....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... Ναι .....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... Όχι .....

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... Ναι .....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Ναι γιατί μπορούν να πουλήν σε χαμηλές τιμές .....

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Ναι λόγω των πολύ καλών προσφορών .....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 72

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΑΝΑΣΤΑΣΙΟ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΕΡΜΟΥ ΚΑΙ ΚΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μία επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... *ελλιψη Γνωσεων* .....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... *Οχι* .....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... *Οχι* .....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... *Οχι* .....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... *Οχι* .....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... *Οχι* .....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... *Οχι δεν υπάρχει αρκετά ενδιαφέρον από τους καταναλωτές* .....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... *Οχι δεν έχει ακόμα σχηματιστεί* .....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 73

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: DATA

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: DVD

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΚΙΣΣΑΜΟΥ 35 ΚΕΡΑΤΣΙΝΙ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μιὰ επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Νομική σ.α. δεν θα υπάρχει κερδός .....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Όχι .....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Πολύ μικρό .....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Όχι .....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Όχι .....

**11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Όχι .....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Όχι γιατί δεν έχει οπωσδήποτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα .....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Όχι γιατί δεν προβλέπεται .....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 74

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: PLAY

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: DVD

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΓΠ. ΑΝΑΛΗΨΕΩΣ 9-11 ΝΙΚΑΙΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πώς χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Δεν γνωρίζω .....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ναι .....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι .....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Όχι .....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι .....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Όχι .....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Όχι γιατί το ποσοστό των καταναλωτών είναι μικρό .....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι γιατί αυτοί που αγοράζουν on-line θα σταματήσουν να φέρνουν από τα καταστήματα .....



**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 75

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: GOLDEN CHANNEL

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: DVD

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΦΙΛΟΛΑΟΥ 171 ΠΑΓΓΕΡΑΤΙ

**1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;**

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

**3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4. Έχετε site στο Internet;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Αν ΝΑΙ**

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πώς χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... ελλειψη προωπιμου .....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Οχι .....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Μικρο .....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Οχι .....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι .....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Οχι .....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Οχι... δεν υπάρχουν αρκετοι καταναλωτες .....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

.....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 76

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΑΝΑΛΟΓΙΟ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΑΛ. ΠΑΝΑΓΟΥΛΗ 19 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Στεφνομαι το κοστος.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ναι.....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... Ναι.....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... Ναι.....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... Ναι.....

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... Ναι.....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Δεν γνωρίζω.....

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Δεν γνωρίζω.....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 77

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: BOOK STORE

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΣΤΑΔΙΟΥ 5 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;ΝΑΙ ΟΧΙ 2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;Α) email Β) download προγραμμάτων Γ) αγορές on line Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής 3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;ΝΑΙ ΟΧΙ 4. Έχετε site στο Internet;ΝΑΙ ΟΧΙ 5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;ΝΑΙ ΟΧΙ 6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.. Διαφήμιση... κατασκευασίας, αύξηση... των... πωληθέντων.....

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.. Μονιμο... απασχόληση... ενός... υπαλλήλου.....

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική μέτρια χαμηλή ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι, αλλά όχι μεγάλο .....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Ναι .....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι .....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Ναι .....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντησή).**

..... Προς το παρόν όχι γιατί το ποσοστό των καταναλωτών είναι γίγρω .....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντησή).**

..... Ναι γιατί όλα και αυξάνεται το ποσοστό χρηστών του internet .....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 78

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: BEST SELLER

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΦΙΛΟΛΑΟΥ 125 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

... ευρέως φθινό... εμπορεύματος... διαφήμιση του... μαζοδύματος

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

... αυξημένο κόστος της... επιχ...

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι οι πωλητές μας αυξανόμενα ενδιαφέροντα

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Ναι

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι αν και δεν έχει δημιουργηθεί κανένα πρόβλημα

**11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Ναι

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι γιατί οι καταναλωτές μέσω Internet αυξάνονται συνεχώς

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Μελλοντικά πιστεύω ότι τα καταστήματα θα έχουν και το ηλεκτρονικό τους υποκατάστημα.



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 79

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΑΡΘΔΟ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: Φιλολαου 151 ΑΘΗΝΑΣ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΒΙΒΛΙΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

...ελαχιστοποίηση...υμνων...Νέα Προϊοντα...μακ...πληρες...για τον καταναλωτή

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

...Δεν υπάρχει...αβφαδει...για...επιβαλλει...

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

.....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ένα 20% των πωλήσεων μας γίνεται ηλεκτρονικά

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Ναι

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι

**11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Ναι

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι γιατί αυξάνονται οι πωλήσεις συνεχώς

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι γιατί ένα ηλεκτρονικό κατάστημα μπορεί και προφέρει προϊόντα σε τιμές πολύ χαμηλές αφού το κόστος συντήρησης του είναι πολύ χαμηλό σε σχέση με τα φυσικά καταστήματα

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 80

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ROAD

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: Ιηπουρατους 39 Αθηνών

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΒΙΒΛΙΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

ευκολή εύρεση εμπορευμάτων, αυξημένη πωλησιών.....

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

κόβιος.....

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

Μικρό προς το παρών

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

Ναι

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

Ναι

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

Ναι

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

Προς το παρών όχι, η ανταγωνιστικότητα κοσμοι είναι μικρή

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

Ναι αυξάνεται ο ανταγωνισμός

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 81

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΠΑΠΑΣ ΣΤΗΡΙΟΥ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΣΤΟΥΡΝΑΡΗ 35 ΑΘΗΝΑ

**1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;**

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

**3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4. Έχετε site στο Internet;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Αν ΝΑΙ**

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

... Διαφήμιση... Πρακτική... Γροικωνικ... αυξημένη ποιότητα...

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

... Κοβός... Σκεπτικισμός... Μειωμένη απασχόληση... Οικιακή χρήση...

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

Ναι

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

Ναι

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

Όχι

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

Ναι

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

Ναι το κομμάτι του είναι μικρό

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

Σίγουρα ναι τα καταστήματα χάνουν τα κομμάτια των καταναλωτών

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 82

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: "ΗΛΙΑΣ"

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Π. ΤΣΑΛΔΑΡΗ 74 ΚΕΡΑΤΣΙΝΙ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
δ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Νομίζω πως το κόστος είναι υψηλό

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Δεν ξέρω

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Από μια μικρή μερίδα καταναλωτών

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... ΝΑΙ

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... ΝΑΙ

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... ΟΧΙ

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Όχι... γιατί οι Έλληνες δεν ασχολούνται με το Η.Ε.

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Μαλλον ναι



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 83

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: "ΡΟΖ ΠΑΝΘΗΡ"

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΡΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Ρ.ΦΕΡΑΙΟΥ 48 ΚΕΡΑΤΣΙΝΙ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πώς χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... έλλειψη εκπαιδευμένου προσωπικού.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... ΝΑΙ.....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... ΝΑΙ.....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... ΝΑΙ.....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... ΝΑΙ.....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... ΟΧΙ.....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι γιατί πολλοί καταναλωτές προτιμούν on-line.....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Σίγουρα Ναι είναι πολύ ευκολό για τους καταναλωτές να κάνουν αγορές μέσω Internet.....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 84

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: LIBRO

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΠΑΤΡ. ΙΩΑΚΕΙΜ 8 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πώς χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Δεν υπάρχει συγκεκριμένος λόγος.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Δείχνω ενδιαφέρον.....

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

..... ΝΑΙ.....

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

..... ΟΧΙ.....

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

..... ΝΑΙ.....

11. Έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

..... ΝΑΙ.....

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Απο μόνον τους ΟΧΙ. Το αγοράστικο κοινό είναι μικρό κομμάτι.....

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

..... Σίγουρα ναι..... ο ρυθμός ανάπτυξης του internet είναι μεγάλος.....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 85

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΚΩΝΣΤΑΝΤΑΡΑΣ 1<sup>ο</sup> ΑΝΩΤΕΣ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΜΑΥΡΟΜΙΧΑΛΗ 2 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

βα) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

ββ) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... ελλιψη ενημερώσεως .....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ναι .....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι .....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Ναι .....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι .....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... οχι .....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Οχι ο κωδικός είναι επιφυλακτικός εδω αφορά την αγορά .....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Οχι γμαι δυο διαφορετικέσ αγορές .....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 86

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΦΙΛΟΛΟΓΙΚΟ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΣΙΝΑ 30 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πώς χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Δεν νομίζω ότι θα υπάρχει κερδός.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Όχι.....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι, από ένα μικρό ποσοστό καταναλωτών.....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Όχι.....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι.....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Όχι.....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντησή).**

..... Όχι, γιατί είναι λίγοι αυτοί που αγοράζουν μέσω Internet.....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντησή).**

..... Ναι, μελλοντικά θα υπάρχει ανταγωνισμός.....



## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 85

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΚΩΝΣΤΑΝΤΑΡΑΣ ΙΟ ΑΛΩΙΣ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΜΑΥΡΟΜΙΧΑΛΗ 2 ΑΘΗΝΑ

### 1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

### 2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

### 3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

### 4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

### 5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

### 6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... ελλειψη ενδιαφερωσ .....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ναι .....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι .....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Ναι .....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι .....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... οχι .....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Οχι... ο κοσμος είναι επιφυλακτικος... εδω αφορα την εβ.φ.ε.α .....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Οχι... γμαι δυο διαφορετικες αγορες .....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 86

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΦΙΛΟΛΟΓΙΚΟ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΣΙΝΑ 30 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

Α) email

Β) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Δεν νομίζω ότι θα υπάρχει κερδός .....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Όχι .....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι, από ένα μικρό ποσοστό καταναλωτών .....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Όχι .....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Ναι .....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Όχι .....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επίζησουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Όχι, γιατί είναι λίγοι αυτοί που αγοράζουν μέσω internet .....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι, μελλοντικά θα υπάρχει ανταγωνισμός .....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 87

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΒΙΒΛΙΟΣΗΜΟ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: Γ. 2<sup>ο</sup> γραφείο 8 ΑΘΗΝΑΣ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΒΙΒΛΙΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πώς χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... Δεν έχω ενημερωθεί.....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ναι.....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι.....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Όχι.....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Όχι.....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Όχι.....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι..... φαι. μπορείν. και πωδων. σε χαμηλές τιμές.....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Ναι..... υπάρχει με φόρος αυτα κεντρικώς.....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 88

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: FORUM

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΒΙΒΛΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΠΛΟΚΡΑΤΟΥΣ 16 ΑΘΗΝΑ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

Ταχύτερα αγορών και πωληθέντων.....

6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

Κόστος.....

6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

Μικρο

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

Ναι

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

Ναι

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

Ναι

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

Ναι γιατί συμπληρωτικά με το μαγαζάκι στο κοζας είναι μικρο

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

Ναι το είναι να βρει πιο ευκολα αγοράζει



**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 89

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΚΟΥΛΗΣ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: Π.Τ. ΑΙΔΑΡΗ 18 ΚΕΡΑΤΣΙΝΙΣ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΡΟΧΧΑ

**1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;**

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ε) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής

**3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4. Έχετε site στο Internet;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Αν ΝΑΙ**

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό     υψηλό     μέτριο     χαμηλό

7. Αν ΟΧΙ

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ     ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

Πιστεύω ότι δυσκολεύομαι να αγοράσω προϊόντα από το internet

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

Όχι

8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;

Ναι για άλλα προϊόντα

9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;

Όχι

10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;

Όχι

11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;

Όχι

12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).

Ναι... υπάρχει... μισό... από τους καταναλωτές

13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).

Όχι... δεν συμφέρει... τα 2 μαγαζιά... και τα...  
κάθε ένα έχει το δικό του αγοραίο κοινό.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 90

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ: ΗΕΛΛΕΝ

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: ΡΟΥΧΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Μ. ΑΕΙΑΕ 39 ΚΟΡΥΔΑΛΛΟΣ

1. Χρησιμοποιείτε το internet στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το internet;

A) email

B) download προγραμμάτων

Γ) αγορές on line

Δ) αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών

E) ειδήσεις, ενημέρωση για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα

Στ) chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσική

3. Γνωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4. Έχετε site στο Internet;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Αν ΝΑΙ

6α) Αναφέρατε 1 έως 3 πλεονεκτήματα

.....  
6β) Αναφέρατε 1 έως 3 μειονεκτήματα

.....  
6γ) πώς χαρακτηρίζετε την ασφάλεια στις συναλλαγές;

ικανοποιητική

μέτρια

χαμηλή

ανύπαρκτη

6δ) πως χαρακτηρίζετε το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση;

Πολύ υψηλό  υψηλό  μέτριο  χαμηλό

**7. Αν ΟΧΙ**

7α) σας ενδιαφέρει η εισαγωγή της επιχείρησής σας στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

7β) ποιος ο λόγος που δεν έχετε ασχοληθεί έως τώρα

..... ελλειψη προβλεπσιμου .....

7γ) πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο;

..... Ναι .....

**8) πιστεύετε ότι υπάρχει ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών;**

..... Ναι .....

**9. Φοβάστε τον ανταγωνισμό από τα ηλεκτρονικά καταστήματα;**

..... Οχι .....

**10. Φοβάστε να δεχτείτε παραγγελίες και πληρωμές μέσω Internet;**

..... Οχι .....

**11. έχετε ενημερωθεί μέχρι τώρα για την λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων και πως μπορεί να επεκταθεί η επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας το internet;**

..... Οχι .....

**12. Πιστεύετε ότι στην ελληνική αγορά μπορούν να επιζήσουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Οχι στο υλαδο μας .....

**13. Πιστεύετε ότι μελλοντικά στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναπτυχθούν σε βάρος των παλαιών μορφών καταστημάτων; (δικαιολογήστε την απάντηση).**

..... Οχι .....

