

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Τι είναι το Ηλεκτρονικό Εμπόριο;

Κάθε είδος εμπορικής συναλλαγής μεταξύ προσώπων, φυσικών και μη, που πραγματοποιείται με ηλεκτρονικά μέσα.

Είναι η διάθεση και αγοραπωλησία προϊόντων (αγαθά, πληροφορίες, υπηρεσίες) ηλεκτρονικά, η διεκπεραίωση εμπορικών λειτουργιών και συναλλαγών χωρίς τη χρήση χαρτιού, συνήθως μέσω δικτύων ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Πώς έφτασε εδώ σήμερα το Ηλεκτρονικό Εμπόριο;

Δεκαετία 1970	Εμφανίζονται τα συστήματα ηλεκτρονικής μεταφοράς χρηματικών ποσών (EFT) μεταξύ τραπεζών που χρησιμοποιούν ασφαλή ιδιωτικά δίκτυα.
Δεκαετία 1980	Οι τεχνολογίες ηλεκτρονικής επικοινωνίας που βασίζονται στην αρχιτεκτονική της ανταλλαγής μηνυμάτων(συστήματα EDI και ηλεκτρονικό ταχυδρομείο) αποκτούν σημαντική διάδοση. Πολλές δραστηριότητες που παραδοσιακά διεκπεραιώνονταν με βασικό μέσο το χαρτί μπορούν πλέον να γίνουν ταχύτερα και με μικρότερο κόστος. Οι συναλλαγές που παλαιότερα απαιτούσαν έντυπα, όπως παραγγελίες αγοράς, συνοδευτικά έγγραφα και επιταγές πληρωμής, μπορούν να γίνουν κατά ένα μέρος ή στο σύνολό τους ηλεκτρονικά.
Τέλη δεκαετίας 1980- αρχές δεκαετίας 1990	Τα ηλεκτρονικά δίκτυα προσφέρουν μια νέα μορφή κοινωνικής επικοινωνίας, με δυνατότητες όπως: ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), ηλεκτρονική διάσκεψη (conferencing) και ηλεκτρονική συνομιλία (IRC), ομάδες συζήτησης (newgroups, forums), μεταφορά αρχείων (FTP) κτλ. Η πρόσβαση στο δίκτυο γίνεται φθηνότερη λόγω της διεθνούς απελευθέρωσης της αγοράς τηλεπικοινωνιών.
Μέσα δεκαετίας 1990	Η εμφάνιση του Παγκόσμιου Ιστού (www) στο internet και η επικράτηση των προσωπικών ηλεκτρονικών υπολογιστών (PC) που χρησιμοποιούν λειτουργικά συστήματα (Windows) προσφέρουν μεγάλη ευκολία χρήσης, λύνοντας το πρόβλημα της δημοσίευσης και της εύρεσης πληροφοριών στο διαδίκτυο. Το ηλεκτρονικό εμπόριο γίνεται ένας πολύ φθηνότερος τρόπος για την πραγματοποίηση μεγάλου όγκου συναλλαγών, ενώ συγχρόνως διευκολύνει την παράλληλη λειτουργία πολλών διαφορετικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων επιτρέποντας σε

	μικρές επιχειρήσεις να ανταγωνιστούν μεγαλύτερες, με πολύ ευνοϊκότερες προϋποθέσεις.
Τέλη δεκαετίας 1990	Η καθιέρωση μεθόδων κρυπτογράφησης του περιεχομένου και εξακρίβωσης της ταυτότητας του αποστολέα ηλεκτρονικών μηνυμάτων, καθώς και η σχετική προσαρμογή της νομοθεσίας στους τομείς των εισαγωγών – εξαγωγών και των επικοινωνιών καθιστούν δυνατή την πραγματοποίηση ασφαλών διεθνών ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Πώς είναι το Ηλεκτρονικό Εμπόριο;

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο σαν μορφή ξεκινάει από μια ολοσέλιδη καταχώρηση, υποσέλιδο, banners (μια ένδειξη πάνω στην οθόνη που φέρει το σήμα, το σλόγκαν και το λογότυπο του διαφημιζόμενου προϊόντος) και παραθυράκια που με κάθε κλικ σε οδηγούν στο site του προϊόντος που σε ενδιαφέρει.

Ποιές είναι οι μορφές του Ηλεκτρονικού Εμπορίου;

- 1. Εσωτερικό Εμπόριο:** Στόχος είναι η αποτελεσματική λειτουργία των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης, ώστε να μπορεί να προσφέρει καλύτερα προϊόντα και υπηρεσίες στους πελάτες της. Οι εφαρμογές του συνήθως εντάσσονται στη λειτουργία ενός τοπικού δικτύου και μπορούν να είναι: Επικοινωνία μεταξύ ομάδων εργασίας ή ηλεκτρονική δημοσίευση κτλ.
- 2. Συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων:** Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο επιτρέπει σε επιχειρήσεις να βελτιώσουν τη μεταξύ τους συνεργασία, απλοποιώντας τις διαδικασίες και το κόστος των προμηθειών και επιτρέποντας την ταχύτερη αποστολή αποθεμάτων. Επιπλέον, καθιστά ευκολότερη την αρχειοθέτηση των σχετικών εγγράφων και ποιοτικότερη την εξυπηρέτηση πελατών. Η δυνατότητα ηλεκτρονικής σύνδεσης με προμηθευτές και διανομείς, καθώς και η πραγματοποίηση ηλεκτρονικών πληρωμών βελτιώνουν ακόμη περισσότερο την αποτελεσματικότητα: οι ηλεκτρονικές πληρωμές περιορίζουν το ανθρώπινο σφάλμα, αυξάνουν την ταχύτητα και μειώνουν το κόστος των συναλλαγών.
- 3. Λιανικές Πωλήσεις (Ηλεκτρονικό Εμπόριο μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτών):** Πρόκειται για την πιο διαδεδομένη μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου. Ο καταναλωτής έχει πρόσβαση σε μια τεράστια ποικιλία προϊόντων σε δικτυακούς κόμβους- καταστήματα, βλέπει, επιλέγει και αν επιθυμεί να αγοράσει είδη ένδυσης μπορεί ενίοτε και να τα δοκιμάσει μέσω ειδικών προγραμμάτων. Ανακαλύπτει προϊόντα τα οποία δεν θα μπορούσε να βρεί εύκολα στη χώρα του, συγκρίνει τιμές και τέλος, αγοράζει. Κι όλα αυτά χωρίς να βγεί από το σπίτι του, κερδίζοντας πολύτιμο χρόνο και κόπο.

- 4. Συναλλαγές μεταξύ καταναλωτών:** Σε αυτή την κατηγορία ο καταναλωτής πουλά απευθείας σε άλλους καταναλωτές. Παράδειγμα αποτελούν τα άτομα που κάνουν πωλήσεις μέσω καταχωρημένων αγγελιών, δικτυακοί τόποι δημοπρασιών, όπου ο οποιοσδήποτε μπορεί να πουλήσει ο,τιδήποτε.

Ποια είναι τα πλεονεκτήματα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου;

- **Ευρεία γεωγραφική κάλυψη:** οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να απευθυνθούν σε πελάτες που βρίσκονται παντού, χωρίς τη σύσταση τοπικού υποκαταστήματος.
- **Ελαχιστοποίηση της προμηθευτικής αλυσίδας:** ο προμηθευτής μπορεί να απευθυνθεί απευθείας στον πελάτη, χωρίς την ανάμειξη «ενδιάμεσων».
- **Μείωση λειτουργικού κόστους:** η μείωση του λειτουργικού κόστους οφείλεται στο γεγονός ότι οι επιχειρήσεις μπορούν να εξυπηρετήσουν τους πελάτες με ελάχιστο κόστος. Επίσης, όσο αυξάνεται ο αριθμός των πελατών ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, τόσο μειώνεται το συνολικό κόστος εξυπηρέτησής τους.
- **Συνεχής λειτουργία :** το διαδίκτυο είναι ίσως το μοναδικό κανάλι εξυπηρέτησης πελατών που επιτρέπει την πραγματοποίηση αγορών οποιαδήποτε στιγμή το 24ωρο.
- **Εργαλείο marketing:** οι επιχειρήσεις μπορούν να εκμεταλλευτούν τις δυνατότητες του διαδικτύου για προσφορές, διαχείριση και ενημέρωση πελατών, στατιστικά στοιχεία πρόσβασης και πωλήσεων.
- **Πρόσβαση σε νέες αγορές:** το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι κατάλληλο και για υλικά προϊόντα και για προϊόντα που μπορούν να παραδοθούν μέσω δικτύου (π.χ. πληροφορίες)
- **Αύξηση πωλήσεων:** οι καταναλωτές μπορούν να βρουν διάφορα προϊόντα και να τα αγοράσουν, χωρίς να σπαταλάται πολύτιμος χρόνος.
- **Άμεση ικανοποίηση πελατών:** με την ταχεία παράδοση προϊόντων
- **Άμεση ενημέρωση πελατών:** για καινούρια προϊόντα
- **Βελτίωση επικοινωνίας με τους πελάτες:** το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να βελτιώσει σε πολύ μεγάλο βαθμό την εξυπηρέτηση των πελατών, αυτοματοποιώντας τη διαδικασία απάντησης στις πιο συχνές και συνηθισμένες ερωτήσεις, και επιτρέποντας έτσι στο ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης να ασχοληθεί με τις περιπτώσεις που πραγματικά απαιτούν ιδιαίτερη προσοχή.
- **Βέλτιστη διαχείριση προϊόντων και παραγγελιών**
- **Βελτίωση λειτουργίας και δημόσιας εικόνας των επιχειρήσεων**

Ποιά είναι τα μειονεκτήματα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου;

- **Δυσκολία της χρήσης πολύπλοκων ηλεκτρονικών συστημάτων πληροφορικής:** Η αύξηση της ποσότητας των πληροφοριών που είναι διαθέσιμες μέσα από την ψηφιακή υποδομή, κάνει διαρκώς δυσκολότερο τον διαχωρισμό και την ανεύρεση συγκεκριμένων πληροφοριών. Οι χρήστες επιθυμούν να μπορούν να βρουν πληροφορίες με την ελάχιστη δυνατή προσπάθεια, αλλά συχνά δεν διαθέτουν τα εργαλεία και τις γνώσεις που απαιτούνται για μια αποτελεσματική αναζήτηση. Οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να στηρίξουν τις δραστηριότητές τους πάνω στην ψηφιακή υποδομή αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην επιλογή του κατάλληλου εξοπλισμού Η/Υ και λογισμικού, κάτι που όχι σπάνια οφείλεται στην απουσία ή στη συνεχή αλλαγή των προδιαγραφών. Επίσης, ακόμη και αν μια επιχείρηση έχει βρει τη «σωστή λύση», οι υποψήφιοι πελάτες της μπορεί να έχουν πρόβλημα να βρουν την επιχείρηση.
- **Έλλειψη ασφαλείας στο δίκτυο INTERNET:** Ένα πολύ σημαντικό μειονέκτημα του ηλεκτρονικού εμπορίου, σε σχέση με την ψηφιακή υποδομή, είναι η δυνατότητα αποστολής ευαίσθητων πληροφοριών όπως οι αριθμοί πιστωτικών καρτών, με ασφάλεια. Είναι επίσης απαραίτητο να μπορεί να επιβεβαιωθεί η ταυτότητα του αποστολέα ενός μηνύματος, ώστε ο αποδέκτης να είναι σίγουρος πως το μήνυμα προέρχεται πράγματι από αυτόν που το υπογράφει και δεν έχει παραποιηθεί ή πλαστογραφηθεί από κάποιον τρίτο.

Πόσο ασφαλές είναι το Ηλεκτρονικό Εμπόριο;

Για τις επιχειρήσεις: Κανείς δεν είναι 100% ασφαλής on-line. Επιτήδριοι πάντοτε υπάρχουν, αλλά η κρυπτογράφηση και τα συστήματα ασφαλείας αναπτύσσονται συνεχώς. Ωστόσο, επενδυτές και αναλυτές συμφωνούν ότι οι συναλλαγές είναι λιγότερο επικίνδυνες στο internet συγκριτικά με το «φυσικό» κόσμο. Για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι περισσότερο ασφαλές από ένα «πραγματικό» κατάστημα, το οποίο μπορεί να λεηλατηθεί, να καεί, να πλημμυρίσει. Η δυσκολία έγκειται στο να κάνουν τους πελάτες να εξοικειωθούν με την ιδέα ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ασφαλές γι' αυτούς.

Για τους πελάτες: Παρόλο που τα προηγούμενα χρόνια υπήρχε η εντύπωση ότι οι συναλλαγές μέσω πιστωτικής κάρτας στο internet δεν ήταν ασφαλείς, οι ειδικοί υποστηρίζουν ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο και οι on-line συναλλαγές εν γένει είναι ασφαλέστερες από τις αγορές με πιστωτικές κάρτες σε «φυσικά» καταστήματα. Κάθε φορά που ο πελάτης πληρώνει με πιστωτική κάρτα σε ένα κατάστημα ή εστιατόριο και κάθε φορά που πετά την απόδειξη μιας πιστωτικής κάρτας γίνεται περισσότερο ευάλωτος στην απάτη. Παράλληλα, έχουν αναπτυχθεί και αναπτύσσονται συνεχώς νέοι και ασφαλέστεροι τρόποι πληρωμής μέσω

διαδικτύου, όπως οι υπηρεσίες on-line μεταφοράς χρημάτων, οι προπληρωμένες και εξειδικευμένες πιστωτικές κάρτες για πληρωμή μέσω διαδικτύου, κλπ.

Πώς επηρεάζει τις επιχειρήσεις το Ηλεκτρονικό Εμπόριο;

- 1. Εκμάθηση της νέας τεχνολογίας:** Η γρήγορη πρόοδος του ηλεκτρονικού εμπορίου θα υποχρεώσει πολλές επιχειρήσεις να προσαρμοστούν στη νέα τεχνολογία και να πειραματιστούν με τη χρήση νέων προϊόντων, υπηρεσιών και διαδικασιών.
- 2. Νέες σχέσεις με τους πελάτες:** Το ηλεκτρονικό εμπόριο δημιουργεί ένα νέο τοπίο σχέσεων μεταξύ προμηθευτών και πελατών, με τη συχνή και άμεση επικοινωνία, την παροχή πλουσιότερων εξατομικευμένων πληροφοριών και τη συλλογή στοιχείων για τις προτιμήσεις και τη συμπεριφορά των πελατών.
- 3. Νέες δυνατότητες προϊόντων:** Η ροή και επεξεργασία των πληροφοριών, που γίνεται δυνατή χάρη στη φύση του ηλεκτρονικού εμπορίου, επιτρέπει τη σύλληψη νέων προϊόντων ή την εξειδίκευση υπαρχόντων προϊόντων με πρωτοποριακούς τρόπους. Το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν προσφέρει μόνο την ευκαιρία πώλησης των υπαρχόντων προϊόντων από ένα νέο κανάλι διανομής, αλλά και τη δυνατότητα δημιουργίας και βελτίωσης προϊόντων. Η μαζική παραγωγή εξατομικευμένων προϊόντων είναι η μια πλευρά αυτής της δυνατότητας. Η δεύτερη είναι ότι ο πωλητής μπορεί να εμπλέξει τον αγοραστή πολύ νωρίς στην αλυσίδα αξιών της επιχείρησης, με αποτέλεσμα την έγκαιρη προσαρμογή των υπαρχόντων προϊόντων και τη δημιουργία νέων προϊόντων σύμφωνα με τις ανάγκες και τις επιθυμίες των πελατών. Το κλειδί στη δραστηριότητα αυτή είναι η αυξημένη ροή πληροφοριών μεταξύ πωλητή και αγοραστή.
- 4. Νέα λειτουργικά μοντέλα:** Το ηλεκτρονικό εμπόριο, σε συνδυασμό με την αλλαγή των δομών της αγοράς, οδηγεί στην εμφάνιση νέων μοντέλων για τη λειτουργία των επιχειρήσεων, που βασίζονται στην αφθονία των πληροφοριών και την άμεση διανομή τους στους πελάτες.
- 5. Συστήματα ασφαλείας:** Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα που μεριμνά για την ασφάλεια των πελατών του θα πρέπει να χρησιμοποιεί μια σειρά από «συστήματα ασφαλείας», προκειμένου να διασφαλίσει την ασφάλεια των συναλλαγών του:
 - a. Η αποστολή προσωπικών δεδομένων, όπως τα στοιχεία της κάρτας, θα πρέπει να γίνεται σε ασφαλές περιβάλλον, με τη χρήση ειδικών πρωτοκόλλων κρυπτογράφησης δεδομένων και ασφάλειας οικονομικών συναλλαγών. Για την εξασφάλιση της μυστικότητας, της ακεραιότητας και της προέλευσης μιας πληροφορίας κατά τη μετάδοση, χρησιμοποιείται η τεχνολογία δικτυακού πρωτοκόλλου ασφαλείας, όπως το Secure Sockets Layer ή το Secure Electronic Transaction, με τη χρήση του οποίου οι πληροφορίες κρυπτογραφούνται από

τον παραλήπτη. Κατ' αυτόν τον τρόπο, η συναλλαγή δεν μπορεί να αμφισβητηθεί ούτε ως προς την προέλευση ούτε ως προς το περιεχόμενο.

b. Μια ξεχωριστή διαδικασία μπαίνει σε λειτουργία, όταν εκδηλώνεται η πρόθεση αγοράς από τον πελάτη. Για τη διευθέτηση του θέματος της πληρωμής, τρεις λύσεις είναι ουσιαστικά διαθέσιμες: Η προκαταβολική πληρωμή σε τραπεζικό λογαριασμό, η αντικαταβολή και η χρέωση κάρτας. Από αυτές τις λύσεις, η χρήση της πιστωτικής κάρτας αποτελεί το βασικό μέσο για τη διεκπεραίωση μιας πλήρους ηλεκτρονικής συναλλαγής και μάλιστα, για την εκκαθάριση των συναλλαγών με αυτόν τον τρόπο, έχει σχεδιαστεί ένα παγκόσμιο δίκτυο.

Πώς προσελκύονται πελάτες on-line;

Για τη δημιουργία μιας αποτελεσματικής δικτυακής παρουσίασης, βασικοί παράγοντες είναι:

- **Ο σχεδιασμός:** καθορισμός του περιεχομένου, προτυποποίηση της εμφάνισης από ειδικευμένους γραφίστες, δημοσίευση στο site στο διαδίκτυο, καθορισμός των ενεργειών για την προώθηση του site, συνδυασμός ενεργειών με το υπάρχον διαφημιστικό πρόγραμμα και τέλος, παρακολούθηση της πορείας του site και συνεχής ενημέρωσή του τόσο σε θέματα εμφάνισης, όσο και περιεχομένου.
- **Η κεντρική σελίδα:** Οθόνη υποδοχής των επισκεπτών ενός site και συνοπτικός χάρτης πλοήγησης στις υπόλοιπες ιστοσελίδες του.
- **Το περιεχόμενο:** Οργάνωση των πληροφοριών με τρόπο που να εξυπηρετεί την εύκολη πλοήγηση των επισκεπτών.
- **Τα γραφικά:** δεν θα πρέπει η αισθητική ενός site να λειτουργεί εις βάρος της λειτουργικότητας και της ταχύτητας.
- **Η διατήρηση του ενδιαφέροντος:** Δημιουργία θετικής εντύπωσης με την ποιότητα και την εξειδίκευση των παρεχόμενων πληροφοριών, συχνή ενημέρωση περιεχομένου και εμφάνισης, προσθήκη και διασκεδαστικού στοιχείου.
- **Τεχνικές προώθησης σε μηχανές αναζήτησης:** Καταχώρηση του site σε μηχανές αναζήτησης και καταλόγους για την αύξηση των πιθανοτήτων επίσκεψης του site.

Ποια στοιχεία πληροφόρησης θα πρέπει υποχρεωτικά, να παρέχει μια εταιρεία ηλεκτρονικού εμπορίου στους πελάτες της;

Σύμφωνα με νόμους που επιβάλλονται σε ολόκληρη την επικράτεια της Ευρωπαϊκής Ένωσης τα κυριότερα στοιχεία πληροφόρησης που θα πρέπει υποχρεωτικά να

περιλαμβάνονται στις ιστοσελίδες εταιρειών που προσφέρουν Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι:

1. Την επωνυμία της επιχείρησης.
2. Την επαγγελματική ένωση ή παρόμοιο όργανο στο οποίο η επιχείρηση είναι εγγεγραμμένη.
3. Τον αριθμό εγγραφής εταιρείας.
4. Τον αριθμό εγγραφής στο μητρώο του ΦΠΑ, εφόσον η δραστηριότητα που ασκεί η επιχείρηση υπόκειται σε ΦΠΑ.
5. Τη γεωγραφική διεύθυνση στην οποία είναι εγκατεστημένη.
6. Στοιχεία που να επιτρέπουν την ταχεία επαφή και την άμεση και ουσιαστική επικοινωνία με την επιχείρηση (e-mail, fax, τηλ.) .
7. Την τελική τιμή του προϊόντος ή της υπηρεσίας, συμπεριλαμβανομένων των φόρων, εξόδων αποστολής κλπ.
8. Την περίοδο που ισχύει η προσφορά.
9. Τα χαρακτηριστικά προϊόντων- υπηρεσιών, που παρέχει η επιχείρηση.
10. Τη μέθοδο αποστολής και το χρόνο παράδοσης, τη δυνατότητα υπαναχώρησης, τον τρόπο πληρωμής και παράδοσης.
11. Τον τρόπο ακύρωσης της παραγγελίας, σε περίπτωση λάθους ή αλλαγής γνώμης.
12. Την επιβεβαίωση της παραλαβής της παραγγελίας.
13. Πληροφορίες για την προστασία των προσωπικών δεδομένων.
14. Έναν τρόπο με τον οποίο ο καταναλωτής να μπορεί να εκφράσει τα παραπονά του και γενικότερα την γνώμη του, αν κάτι δεν πάει καλά.
15. Έναν τρόπο για να μπορέσει να επιστραφεί το προϊόν και ενημέρωση για όλες τις πρόσθετες επιβαρύνσεις.
16. Ποιο δικαστήριο είναι αρμόδιο και ποιο Δίκαιο θα εφαρμοστεί, σε περίπτωση που κάτι δεν πάει καλά και δεν τηρηθεί σύμφωνα με τους νόμους.

Ποιό είναι το μέλλον του Ηλεκτρονικού Εμπορίου;

Είναι δεδομένο ότι με τη χρήση του Internet πολλά είναι εκείνα που θα αλλάξουν στο εμπόριο. Όλο και περισσότεροι έμποροι θα έχουν πια τη δυνατότητα να κάνουν γνωστά τα προϊόντα τους στο ευρύ κοινό μέσω του Διαδικτύου, λόγω του χαμηλού κόστους μιας τέτοιας καταχώρησης. Ταυτόχρονα, θα μπορούν να παρουσιάσουν το προϊόν τους σε όλες του τις διαστάσεις, πράγμα που δεν μπορούσε να γίνει στο παρελθόν με την παραδοσιακή διαφήμιση λόγω του περιορισμένου χρόνου και του υψηλού κόστους της. Τώρα ο καταναλωτής έχει την ευχέρεια να μελετήσει το προϊόν και να αξιοποιήσει την οποιαδήποτε πληροφορία γύρω από αυτό. Η

παραδοσιακή διαφήμιση εκ φύσεως δεν είναι σε θέση να ικανοποιήσει τόσο πολύπλευρα τον καταναλωτή, γιατί κάτι τέτοιο θα την έκανε κουραστική στο κοινό και κατ' επέκταση αποκρουστική. Μάλιστα αρκετά καταστήματα πωλούν πιο φθηνά τα προϊόντα τους, μέσα από τις ηλεκτρονικές πύλες μιας και δεν επιβαρύνονται με τα λειτουργικά έξοδα (ενοίκια, υπαλλήλους) ενός "παραδοσιακού" καταστήματος. Ταυτόχρονα δίνουν την δυνατότητα στους καταναλωτές που θα αγοράσουν κάποιο προϊόν μέσω των "ηλεκτρονικών" τους καταστημάτων να απευθυνθούν και σε κάποιο "παραδοσιακό" κατάστημα σε περίπτωση που θέλουν να κάνουν κάποια αλλαγή ή θέλουν να επιστρέψουν κάποιο ελαττωματικό προϊόν.

Πηγές Εργασίας:

Google

Εργασία φοιτητού «Αναστασίου Παντελή» για την Ηλεκτρονική
Διαφήμιση (2002-2003)

Eurostat

Εργασία Πληροφορικής

Τίτλος	<i>Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο</i>
Μαθήτριες	<i>Ατματσίδου Κυριακή & Μαυρίδου Βέρα</i>
Σχολείο	<i>6^ο ΓΕ. Λ. Αχαρνών</i>
Τάξη	<i>Α'</i>
Σχολικό Έτος	<i>2010-2011</i>
Καθηγητής	<i>κος Γροντάς</i>
Μάθημα	<i>Πληροφορική</i>