

Εμπορικές Συναλλαγές

Ενότητα 1

περίγραμμα μαθήματος • ορισμός εμπορικών συναλλαγών •
προσδιορισμός αντικειμένου • ανάγκες • διακρίσεις αγαθών

Στέλεχος Υπηρεσιών Εφοδιαστικής Αλυσίδας
Σ.Α.Ε.Κ. Σίνδου



Εμπορικές Συναλλαγές

διδάσκων: Λάμπρος Γκιουζέπας
ηλεκτρονική διεύθυνση: l.gkiouzepas@gmail.com

Στέλεχος Υπηρεσιών Εφοδιαστικής Αλυσίδας: Πρόγραμμα Μαθημάτων

ΕΞΑΜΗΝΟ		Α			Β			Γ			Δ		
Α/Α	ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ
1	Αρχές Χρηματοοικονομικής Λογιστικής	4		4									
2	Εισαγωγή στο Δίκαιο	2		2									
3	Εισαγωγή στα Οικονομικά Μαθηματικά	2		2									
4	Αρχές Στατιστικής	2		2									
5	Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων	2		2									
6	Εμπορικές Συναλλαγές	2		2									
7	Μάρκετινγκ Προϊόντων και Υπηρεσιών	3		3									
8	Πρακτική Εφαρμογή στην Ειδικότητα		3	3		3	3		3	3		3	3

Δραστηριότητα 1

Περίγραμμα Μαθήματος

Ενότητα 1: Εισαγωγή στη τεχνική των συναλλαγών

Ενότητα 2: Εμπόριο, εμπορεύματα, εμπορικές αγοραπωλησίες και επαγγέλματα

Ενότητα 3: Ανταγωνισμός

Ενότητα 4: Συγκοινωνίες, μεταφορές και τελωνεία

Ενότητα 5: Χρηματιστήρια και χρηματαγορές

Ενότητα 6: Τράπεζες

Ενότητα 7: Ηλεκτρονικό εμπόριο

Αντικείμενο

Δραστηριότητα 2

Τι σημαίνει για εσάς εμπορικές συναλλαγές
και που εφαρμόζονται;

Αντικείμενο και χρησιμότητα εμπορικών συναλλαγών

Εμπορικές Συναλλαγές και η Τεχνική των Συναλλαγών είναι το σύνολο των επιστημονικών και πρακτικών γνώσεων και ορισμένων εμπορικών κανόνων που αναφέρονται στον τρόπο διεξαγωγής των εμπορικών γενικά συναλλαγών.

Οι εμπορικές συναλλαγές αφορούν στην...

Εξέλιξη του εμπορίου
και των συναλλαγών



Οι εμπορικές συναλλαγές αφορούν στα...

Αντικείμενα της
συναλλαγής



Οι εμπορικές συναλλαγές αφορούν στα...



Εμπορικά έγγραφα αγοραπωλησιών

Οι εμπορικές συναλλαγές αφορούν στα...

Πρόσωπα του
εμπορίου



Η διαδικασία του marketing

Εντοπισμός
αναγκών

Ικανοποίηση
Αναγκών

Αποκόμιση
Κέρδους

**Marketing είναι η επικερδής ικανοποίηση
των αναγκών των πελατών**

Ανθρώπινη ανάγκη

Κατ' έννοια, είναι το δυσάρεστο συναίσθημα της έλλειψης, το οποίο και συνοδεύεται από την επιθυμία της εξάλειψής του, που **ικανοποιείται** με την παραγωγή υλικών αντικειμένων και υπηρεσιών που ονομάζονται **αγαθά**.



Ανθρώπινη ανάγκη

Ωστόσο υπάρχουν ανθρώπινες ανάγκες που η ικανοποίησή τους **δεν** απαιτεί την χρησιμοποίηση **αγαθών** όπως οι συναισθηματικές ανάγκες, οι ανάγκη για κοινωνική αποδοχή, καταξίωση.



Δραστηριότητα (συζήτηση)

Δημιουργεί το μάρκετινγκ/επιχειρήσεις ανάγκες;

Ανάγκες-Επιθυμίες-Απαιτήσεις

- **Ανάγκη** είναι μια κατάσταση αισθητής έλλειψης κάποιας βασικής ανάγκης είτε φυσικής (τροφή, ρούχα, ασφάλεια), είτε κοινωνικής (στοργή, αγάπη), είτε προσωπικής (γνώση, ατομικότητα).
- **Επιθυμίες** είναι οι πόθοι για συγκεκριμένα μέσα ικανοποίησης των αναγκών που διαμορφώνονται από την κουλτούρα και την προσωπικότητα του ατόμου.
- **Απαιτήσεις** είναι επιθυμίες για συγκεκριμένα προϊόντα/ υπηρεσίες, οι οποίες υποστηρίζονται από την ικανότητα (αναγκαίοι πόροι) και επιθυμία να καταστούν αντικείμενο συναλλαγής.

Η θεωρία παρακίνησης του Freud

Οι άνθρωποι δεν συνειδητοποιούν τις πραγματικές ψυχολογικές δυνάμεις, που διαμορφώνουν τη συμπεριφορά τους. Στην πλειοψηφία τους οι ψυχολογικές δυνάμεις είναι υποσυνείδητες. Μέχρι να φτάσει το άτομο, να αποδεχτεί ορισμένους κοινωνικούς ρόλους καταπιέζει πολλές ορμές, οι οποίες δε χάνονται ούτε ελέγχονται πλήρως, υπάρχουν στο υποσυνείδητο και εμφανίζονται στα όνειρα, στην παραδρομή της γλώσσας και τη νευρωτική συμπεριφορά.

id: εγωιστικό και μη λογικό –το "κτηνώδες" μέρος του ανθρώπου

superego: τη συνείδηση του ανθρώπου –"ο φύλακας"

ego: το σύστημα που μεσολαβεί μεταξύ id και superego –"ο διαιτητής"

Η θεωρία παρακίνησης του Maslow

Μεγάλη κλίμακα

5 διακριτές και ιεραρχημένες ανάγκες

Μικρή κλίμακα

2 γνωστικές ανάγκες: α. ανάγκες γνώσης και κατανόησης και β. ανάγκες για ελευθερία έκφρασης, πληροφόρησης και δικαιοσύνη

Η θεωρία της παρακίνησης του Maslow



Η θεωρία της παρακίνησης του Maslow (Cosmote, Αγγελικούλα)

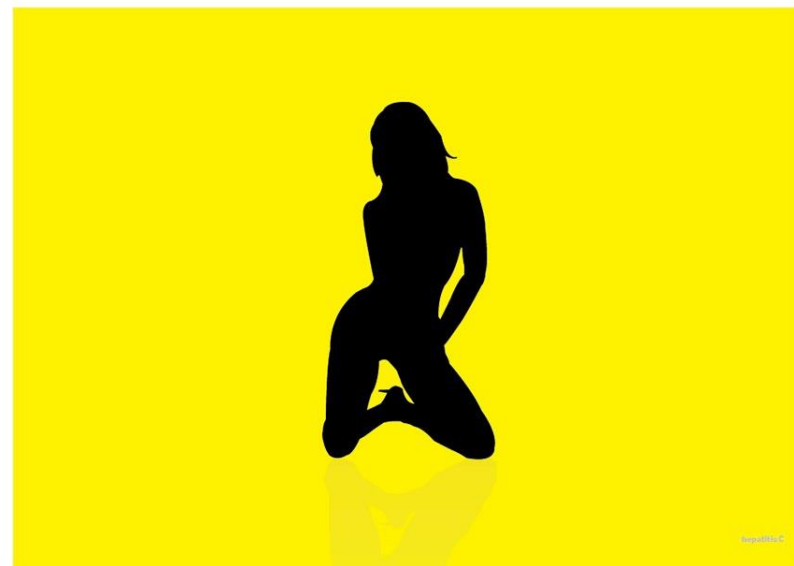


Η θεωρία της παρακίνησης του Maslow (Νουνού)



Η θεωρία της παρακίνησης του Maslow

ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ



Η Ηπατίτιδα C δεν είναι το πρώτο που θα έβλεπες...

Παλίοι ασθενείς που έχουν μολυνθεί από τον ιό ΗCV δεν παρουσιάζουν συμπτώματα στην αρχή. Τα συμπτώματα της μόλυνσης παρουσιάζονται περίπου 6 έως 8 εβδομάδες αργότερα. Η περίοδος αυτή της επώασης, μπορεί να είναι διαφορετική από άτομο σε άτομο.

Δεν είναι σπάνιες οι περιπτώσεις ατόμων που ανακαλύπτουν τυχαία ότι έχουν μολυνθεί όταν γίνονται οι συστηματικές εξετάσεις ανίχνευσης του ιού πριν από αιμοδοσία. Ο ιός ΗCV μεταδίδεται κυρίως μετά από έκθεση σε αίμα και σε παράγωγα αίματος.



EDGAR ENTERTAINMENT MEDIA
for sale • www.edgar.gr • # 1831
edgar.gr • facebook.com/EdgarTheKid



Η θεωρία της παρακίνησης του Maslow (Υφαντής)

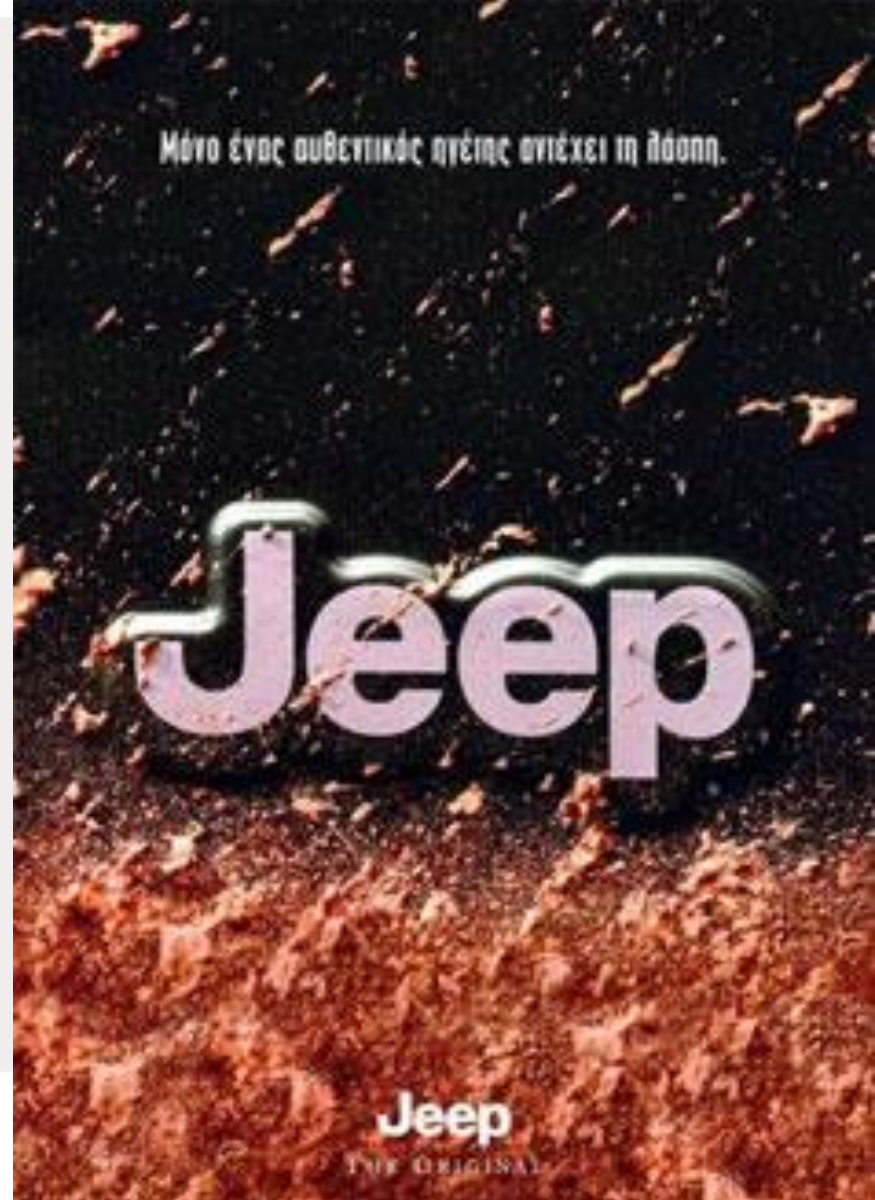


Η θεωρία της παρακίνησης του Maslow (Amstel)



Η θεωρία της παρακίνησης του Maslow

ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ



Η θεωρία της παρακίνησης του Maslow (Cosmote)



Τα αγαθά μπορεί να υπάρχουν:

- Ελεύθερα στη φύση και σε αφθονία-
ελεύθερα αγαθά
π.χ. το οξυγόνο της ατμόσφαιρας, το φως του ήλιου.



Οικονομικά αγαθά

- Άλλα αγαθά είναι αποτέλεσμα της ανθρώπινης προσπάθειας και βρίσκονται σε **περιορισμένες** ποσότητες και αποτελούν αντικείμενο συναλλαγών



Τα αγαθά που αποτελούνται από ύλη

- Λέγονται **υλικά αγαθά**, όπως για παράδειγμα τα τρόφιμα, οι **συσκευές**, τα **έπιπλα**, τα **ρούχα**,...



Άυλα

- Αγαθά που δεν έχουν χειροπιαστή υπόσταση ονομάζονται **άυλα αγαθά**, όπως τα ταξίδια, η μουσική, οι τραπεζικές εργασίες, οι ιατρικές συμβουλές,...



Διαρκή αγαθά

- Όσα αγαθά χρησιμοποιούνται πολλές φορές για τον ίδιο σκοπό διατηρώντας τα ουσιαστικά τους χαρακτηριστικά ονομάζονται **διαρκή**.
- **Αυτοκίνητα, κτίρια, συσκευές,...**



Αναλώσιμα αγαθά

- Ενώ αυτά τα αγαθά που χρησιμοποιούνται μόνο μία φορά ονομάζονται **αναλώσιμα.**
- **Τρόφιμα, καύσιμα...**



Τα αγαθά διακρίνονται σε:

- **Καταναλωτικά** είναι αυτά που ικανοποιούν βασικές ανθρώπινες ανάγκες π.χ. τρόφιμα, βιβλία,...και
- **Κεφαλαιουχικά** είναι αυτά που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή άλλων αγαθών π.χ. εργαλεία, μηχανήματα,...

Ταξινόμηση προϊόντων

Καταναλωτικά προϊόντα

- Προϊόντα ευκολίας
- Προϊόντα επιλογής
- Ειδικά προϊόντα
- Αζήτητα προϊόντα

Βιομηχανικά προϊόντα

- Ακατέργαστα υλικά ή πρώτες ύλες
- Κατασκευαστικά υλικά
- Εξαρτήματα
- Εγκαταστάσεις
- Πρόσθετος εξοπλισμός και εφόδια λειτουργίας

Όσα αγαθά αγοράζονται και χρησιμοποιούνται

- ως έχουν **χωρίς** να απαιτούν παραπέρα επεξεργασία ή μεταποίηση ονομάζονται **τελικά** π.χ. ψωμί, αυτοκίνητο,...



Αντίθετα όσα απαιτούν

- Επεξεργασία ή μεταποίηση για να χρησιμοποιηθούν ονομάζονται

ενδιάμεσα π.χ. αλεύρι (για ψωμί), μέταλλα (για κατασκευή αυτοκινήτου)



Ενδιάμεσα και διαρκή

- Ένα τελικό αγαθό μπορεί ταυτόχρονα να αποτελεί ενδιάμεσο για την παραγωγή ενός άλλου τελικού αγαθού (π.χ. γάλα για παρασκευή μπισκότων...)



Δημόσιο αγαθά

Τα αγαθά που διαθέτει η πολιτεία (κράτος, δήμος) και μπορούν να τα απολαύσουν όλοι, ακόμη και όσοι δεν μπορούν να πληρώσουν για αυτά ονομάζονται **δημόσια** π.χ. δρόμοι, πάρκα, σχολεία, νοσοκομεία,...



Ιδιωτικά αγαθά

- Τα αγαθά που ο καθένας αποκτά πληρώνοντας, για να καλύψει τις ατομικές ή οικογενειακές του ανάγκες ονομάζονται **ιδιωτικά** π.χ. τρόφιμα, ρούχα,...



Υποκατάστα

Υποκατάστατο ονομάζεται το αγαθό που μπορεί να αντικαταστήσει κάποιο άλλο, για την ικανοποίηση της ίδιας ανάγκης.

- Ελαιόλαδο-σογιέλαιο
- Ζάχαρη-ζαχαρίνη
- Βούτυρο – μαργαρίνη
- Μοσχαρίσιο - χοιρινό κρέας



Συμπληρωματικά αγαθά

- Όταν για την ικανοποίηση μιας ανάγκης, η χρήση ενός αγαθού απαιτεί απαραίτητα τη χρήση και κάποιου άλλου, τότε αυτά τα αγαθά λέγονται **συμπληρωματικά**.
- Φωτογραφική μηχανή-φίλμ (κάρτα)
- Πλυντήριο πιάτων – ταμπλέτες



Ταξινόμηση βιομηχανικών προϊόντων

ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ (Entering Goods)			ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ
• Ακατέργαστα υλικά και Πρώτες ύλες	Αγροτικά προϊόντα Φυσικά προϊόντα	π.χ. ξύλο, βαμβάκι, σιτάρι π.χ. πετρέλαιο, χαλκός	Η τιμή και ο χρόνος παράδοσης επηρεάζουν την επιλογή των προμηθευτών των προϊόντων αυτών.
• Κατεργασμένα υλικά	Περνούν από μια σειρά επεξεργασιών πριν ενσωματωθούν στο τελικό προϊόν	π.χ. χαρτί, ύφασμα, ατσάλι	Τα αγοραστικά κίνητρα είναι κατά βάση οικονομικά. Η τιμή και η ποιότητα είναι καθοριστικοί παράγοντες στην επιλογή προμηθευτή.
• Εξαρτήματα	Ενσωματώνονται στο τελικό προϊόν όπως είναι ή με πολύ λίγη επεξεργασία	π.χ. μπαταρίες, λάστιχα αυτοκινήτων, τζάμια	
ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΥΠΟΔΟΜΗΣ (Foundation Goods)			ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ
• Εγκαταστάσεις	Μακροχρόνιες επενδύσεις πάγιου κεφαλαίου	π.χ. κτίρια, εργαλειομηχανές	Τα αγοραστικά κίνητρα είναι κατά βάση οικονομικά. Λόγω της μεγάλης αξίας τους, τα ανώτερα στελέχη αποφασίζουν για τέτοιες αγορές.
• Πρόσθετος Εξοπλισμός	Πάγια στοιχεία που είναι μικρότερης αξίας και διάρκειας ζωής σε σύγκριση με τις εγκαταστάσεις	π.χ. ηλεκτρονικοί υπολογιστές, γραφεία	Το μείγμα μάρκετινγκ πρέπει να περιλαμβάνει ανταγωνιστικές τιμές, παροχή υπηρεσιών μετά την πώληση, εκτεταμένο δίκτυο διανομής, και συνδυασμό προσωπικών πωλήσεων, διαφήμισης και προώθησης των πωλήσεων.
ΒΟΗΘΗΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ & ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ (Facilitating Goods)			ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ
• Εφοδία	Λειτουργικές προμήθειες Είδη συντήρησης και επιδιόρθωσης	π.χ. λιπαντικά, καύσιμα π.χ. βίδες, απορρυπαντικά	Ο βιομηχανικός αγοραστής δίνει μεγαλύτερη έμφαση στην ποιότητα και την αξιοπιστία του προμηθευτή. Η σηματοποίηση των εφοδίων παίζει επίσης σπουδαίο ρόλο.
• Επιχειρησιακές Υπηρεσίες	Υπηρεσίες συντήρησης και επιδιόρθωσης Συμβουλευτικές υπηρεσίες	π.χ. καθαριότητας, επισκευής μηχανημάτων π.χ. νομικές, λογιστικές	Ο ανθρώπινος παράγοντας παίζει κεντρικό ρόλο στο μάρκετινγκ υπηρεσιών. Η επιλογή προμηθευτή από το βιομηχανικό αγοραστή στηρίζεται συνήθως στη φήμη και το προσωπικό του αγοραστή.

Ταξινόμηση βιομηχανικών προϊόντων

Εισερχόμενα

Ακατέργαστα υλικά και πρώτες ύλες: ξύλο, βαμβάκι, τεύτλα, καφές

Κατεργασμένα υλικά: χαρτί, ύφασμα, ατσάλι

Εξαρτήματα: μπαταρίες, λάστιχα αυτοκινήτων, τζάμια, φερμουάρ



Τιμή και χρόνος παράδοσης επηρεάζουν την επιλογή προμηθευτών

Οικονομικά αγοραστικά κίνητρα -τιμή και ποιότητα καθοριστικής σημασίας

Προϊόντα υποδομής

Εγκαταστάσεις: κτήρια, εργαλειομηχανές

Πρόσθετος εξοπλισμός: γραφεία, Η/Υ



Οικονομικά αγοραστικά κίνητρα -ανώτερα στελέχη επιλέγουν λόγω της αξίας τους

Ανταγωνιστικές τιμές, υπηρεσίες μετά την πώληση, εκτεταμένο δίκτυο διανομής, προσωπικές πωλήσεις, διαφήμιση & προώθηση πωλήσεων.

Βοηθητικά προϊόντα/υπηρεσίες

Εφόδια: λιπαντικά, καύσιμα, βίδες (λειτουργικές προμήθειες)

Επιχειρησιακές υπηρεσίες: νομικές, λογιστικές, συμβουλευτικές, συντήρησης



Ποικιλία και αξιοπιστία προμηθευτή -σηματοποίηση σημαντική

Ανθρώπινος παράγοντας σημαντικός, φήμη και προσωπικό

X

Βιομηχανικοί πελάτες

Επιχειρήσεις

Βιομηχανίες
Βιοτεχνίες
Κατασκευαστικές
Καταστήματα
Παροχής
υπηρεσιών

Δημόσιοι Οργανισμοί

Κυβερνητικές
Δημόσιες
υπηρεσίες
Δήμοι
ΔΕΚΟ

Ιδρύματα

Σχολεία
Πανεπιστήμια
Νοσοκομεία
Κοινωνικές
οργανώσεις

... και ως:

- Χρήστες (λέβητες, εργαλειομηχανές, γερανοί, κτλ)
- Κατασκευαστές τελικών βιομηχανικών/καταναλωτικών προϊόντων (OEMs)
- Διανομείς και χονδρέμποροι βιομηχανικών προϊόντων

Βιομηχανικοί πελάτες

Αντιστοιχίστε την κάθε επιχείρηση στη δεξιά στήλη με τους τύπους εμποροβιομηχανικών επιχειρήσεων αριστερά :

Χρήστες

Κατασκευαστής Η/Υ που προμηθεύεται μικροεπεξεργαστές.

Αυτοκινητοβιομηχανία που προμηθεύεται εργαλειομηχανές.

OEMs

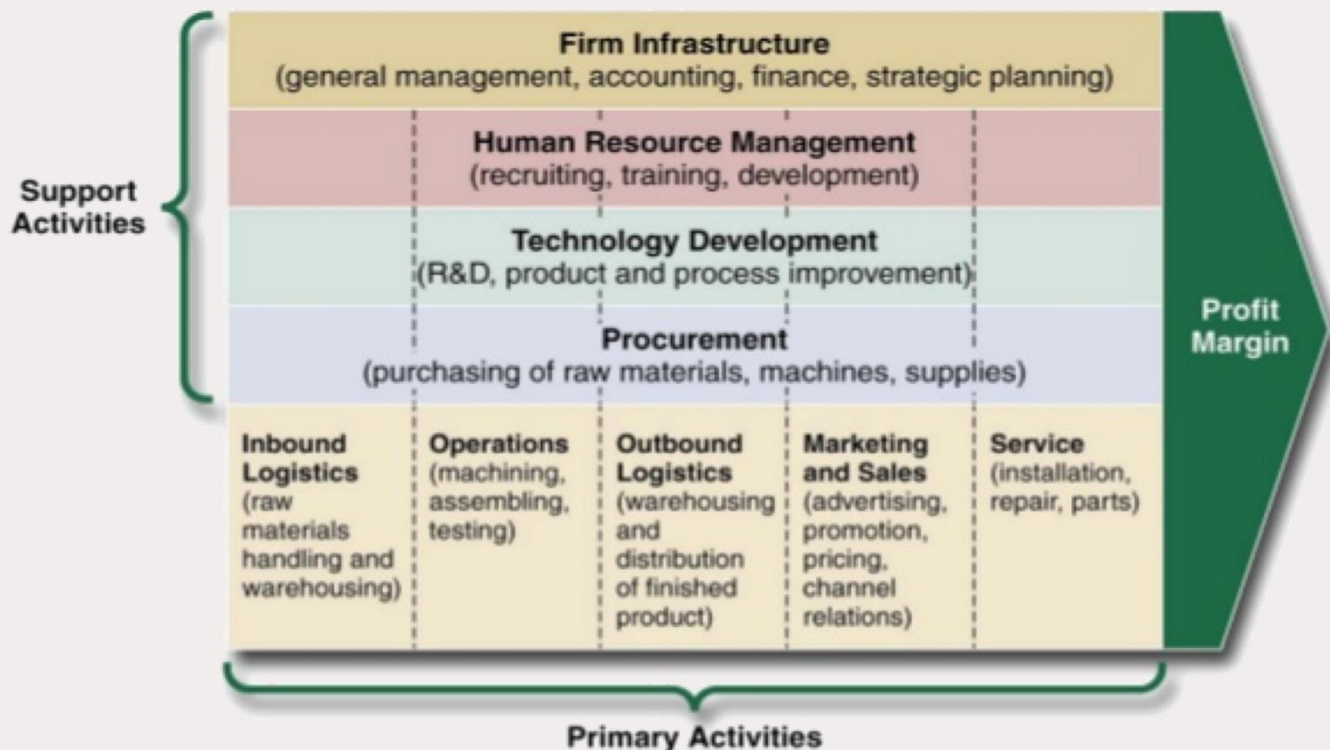
Επιχείρηση που προμηθεύεται και μεταπωλεί γερανούς.

Διανομείς και
Χονδρέμποροι
Βιομηχανικών
Προϊόντων

Αυτοκινητοβιομηχανία που προμηθεύεται τζάμια.

Επιχείρηση κατασκευής επίπλων που προμηθεύεται κατασκευαστικά εργαλεία.

Value Chain Concept

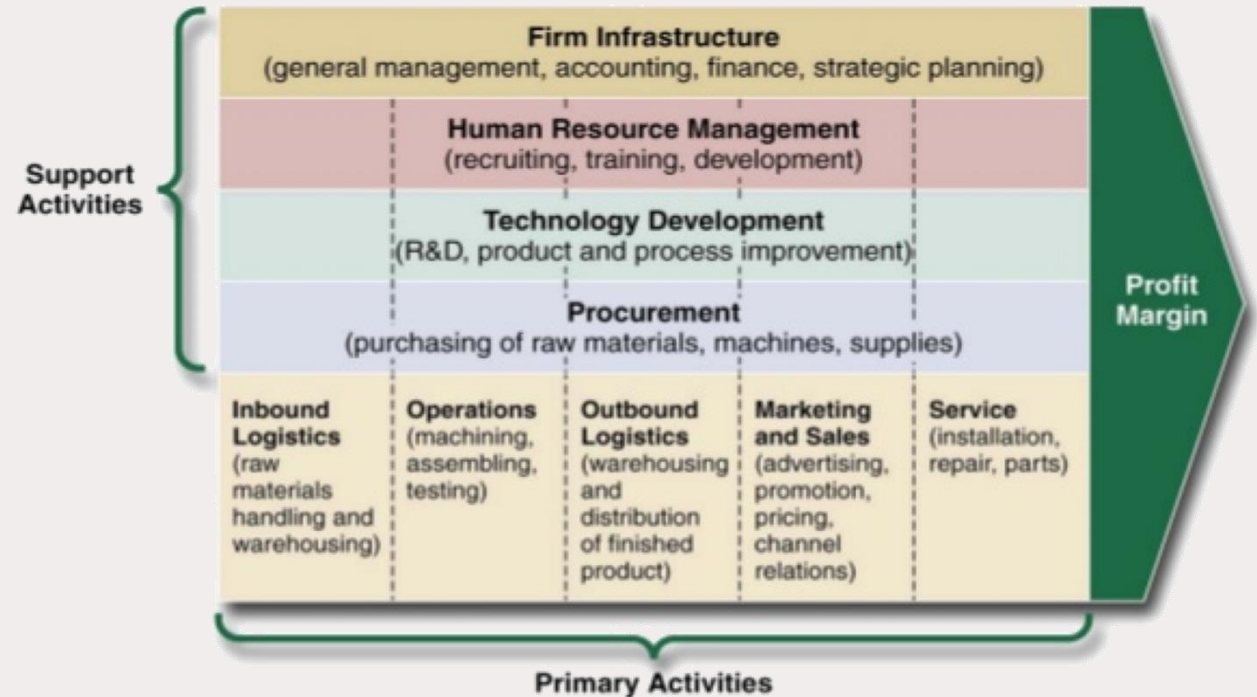


Source: M.E. Porter, *Competitive Advantage, Creating and Sustaining Superior Performance*

Μελέτη περίπτωσης (tununu)



Value Chain Concept



Source: M.E. Porter, *Competitive Advantage, Creating and Sustaining Superior Performance*