

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΣΥΝΟΨΗ	4	6. ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΑ	49
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6	6.1 Στοιχεία ευρωπαϊκής αγοράς.....	50
1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ	7	6.2 Ευρωπαϊκή αγορά e-commerce (2015).....	52
1.1 Ορισμός του κλάδου.....	8	6.3 Διάρθρωση ευρωπαϊκής αγοράς e-commerce..	54
1.2 Χαρακτηριστικά του κλάδου.....	9	6.4 Σημαντικότερες αγορές e-commerce.....	55
2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	11	6.5 Στοιχεία ευρωπαϊκής αγοράς κατά περιφέρεια.	56
2.1 Θεσμικό πλαίσιο - Εθνική & Κοινοτική Νομοθεσία.....	12	6.6 Προοπτικές ευρωπαϊκής αγοράς.....	60
2.2 Θεσμικό πλαίσιο - Λειτουργικές ρυθμίσεις του κλάδου.....	15	6.7 Στοιχεία παγκόσμιας αγοράς.....	62
2.3 Θεσμικό πλαίσιο - Σχόλια & Επισημάνσεις.....	16	6.8 Παγκόσμια αγορά e-commerce.....	63
3. ΖΗΤΗΣΗ	17	7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	64
3.1 Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης.....	18	7.1 SWOT Ανάλυση.....	65
4. ΠΡΟΣΦΟΡΑ	26	7.2 Κύρια ευρήματα - Προοπτικές.....	66
4.1 Δομή της προσφοράς.....	27	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	
4.2 Επιχειρήσεις B2C e-commerce.....	28	Χρηματοοικονομικοί δείκτες των κυριοτέρων επιχειρήσεων του κλάδου (2012-2015).....	68
4.3 Εξέλιξη κύκλου εργασιών (2012-2015) επιχειρήσεων B2C e-commerce.....	33	Α. Δείκτες κεφαλαιακής διάρθρωσης και χρημ/κής μόχλευσης.....	69
4.4 Χρηματοοικονομική ανάλυση του κλάδου (2012-2014).....	35	Β. Δείκτες ρευστότητας.....	75
5. ΑΓΟΡΑ	41	Γ. Δείκτες δραστηριότητας.....	78
5.1 Μέγεθος αγοράς B2C e-commerce (2011-2015)	43	Δ. Δείκτες αποδοτικότητας.....	84
5.2 Προφίλ των ηλεκτρονικών αγορών.....	44	Τύποι χρηματοοικονομικών δεικτών.....	89
5.3 Οι πέντε δυνάμεις του Porter.....	46	ΠΗΓΕΣ & ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	90