



**Πανεπιστήμιο Μακεδονίας**  
**Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης**  
**Επιχειρήσεων**  
**Δ.Π.Μ.Σ. στη Διοίκηση Επιχειρήσεων**

**Καθηγητές: κ. Οικονομίδης**  
**Αναστάσιος.**

**Μάθημα: Πληροφοριακά**  
**Συστήματα Διοίκησης /**  
**Ηλεκτρονικό Εμπόριο.**

**Ακαδημαϊκό έτος 2008-2009**  
**Έτος 2<sup>ο</sup> - Εξάμηνο Γ΄**  
**Εξειδίκευση: Γενικό MBA.**

**ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΕΚΑ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ**  
**ΣΤΙΣ**  
**ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΩΝ**

Δημήτριος Κ. Φακάζης

Αριθμός Μητρώου: 07/08  
e-mail: [mbaex087@uom.gr](mailto:mbaex087@uom.gr)

Θεσσαλονίκη, Μάρτιος 2008.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της εργασίας αυτής είναι η απεικόνιση τις υφιστάμενης κατάστασης, στις on-line υπηρεσίες, των υπηρεσιών ταχυμεταφορών, με την παράλληλη εξέταση δέκα ιστοσελίδων εταιριών ταχυμεταφορών και την αξιολόγηση των ιστοσελίδων τους καθώς και των παρεχόμενων υπηρεσιών αυτών.

Η παρούσα εργασία διαπραγματεύεται την αξιολόγηση δέκα ιστοσελίδων των υπηρεσιών ταχυμεταφοράς στην Ελλάδα. Για την πραγματοποίηση αυτής μελετήθηκαν άρθρα, βιβλιογραφία και η κλαδική μελέτη της ICAP (2006), για τις υπηρεσίες ταχυμεταφορών. Από την μελέτη της ICAP, επιλεχτήκαν δέκα εταιρίες, κατόπιν επιλεχτήκαν τα κριτήρια για την αξιολόγηση τους και βάση των κριτηρίων αυτών πραγματοποιήθηκε η αναζήτηση στα site των εταιριών και η ολοκλήρωση τις έρευνας. Τα ευρήματα αυτής, κρίνονται θετικά για την πλειονότητα του κλάδου. Πολύ καλά αποτελέσματα είχαμε από τις ACS, DHL, UPS και TNT. Για τις υπόλοιπες εταιρίες του κλάδου τα αποτελέσματα ήταν αρκετά καλά με εξαίρεση την εταιρία, ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΕΣ ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΕΣ, η οποία βάση των αποτελεσμάτων τις έρευνας θα πρέπει να προβεί σε άμεσες διορθωτικές ενέργειες. Συμπερασματικά και κατά την διάρκεια της μελέτης ο αναγνώστης έχει την ευκαιρία να παρακολουθήσει τα στάδια τις έρευνας και τα αποτελέσματα αυτής. Όσων αφορά τις προτάσεις οι οποίες μπορούν να προταθούν για όποια εταιρία θελήσει να βελτιώσει ορισμένα χαρακτηριστικά της, τα site των εταιριών: UPS, TNT και DHL, κρίνουμε ότι αποτελούν έναν πολύ καλό οδηγό διάρθρωσης ενός site, για τις υπηρεσίες ταχυμεταφορών.

# ΕΙΣΑΓΩΓΗ

## 1. Κοινωνία της Πληροφορίας.

### 1.1. Το νέο περιβάλλον της Κοινωνίας της Πληροφορίας.

Η γρήγορη εξάπλωση της Κοινωνίας της Πληροφορίας έφερε μια επανάσταση όχι μόνο στις τηλεπικοινωνίες αλλά και στον τρόπο που κάνουμε τις καθημερινές μας δουλειές, προσφέροντας έναν καινούργιο τρόπο πρόσβασης εξ' αποστάσεως σε υπηρεσίες και για διεκπεραίωση συναλλαγών.

Στον σύγχρονο ηλεκτρονικό κόσμο μπορούμε, χωρίς να φύγουμε από το σπίτι, να αγοράσουμε ένα βιβλίο ή ένα δώρο, να ελέγξουμε την κίνηση του τραπεζικού μας λογαριασμού και να αγοράσουμε μετοχές. Τα on-line συστήματα υπηρεσιών και τα πληροφοριακά συστήματα, το e-commerce το e-banking και το e-trading έχουν αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο κινείται η πληροφορία και τον τρόπο με τον οποίο συναλλασσόμαστε. (Σχεδιασμός, Ανάπτυξη, Λειτουργία Πληροφοριακών Συστημάτων, 2003).

Σε δελτίο τύπου που εξέδωσε το Ελληνικό Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, στις 5/3/2009, παρατηρήθηκαν τα ακόλουθα:

Αναφορικά με το διαδίκτυο, το ποσοστό των γυναικών που το χρησιμοποιεί εκτιμάται στο 32% έναντι 46% στους άντρες. Αξίζει να σημειωθεί ότι στα τελευταία τέσσερα χρόνια (2005-2009), τα ποσοστά των ανδρών και γυναικών που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο έχουν σχεδόν διπλασιαστεί ενώ ιδιαίτερη σημαντική άνοδος, της τάξης των 12 και 10 περίπου ποσοστιαίων μονάδων για τους άνδρες και τις γυναίκες αντίστοιχα, καταγράφεται για το έτος 2008. (Ελληνικό παρατηρητήριο, 2009).

### 1.2. On-line Συστήματα Υπηρεσιών.

Ο όρος on-line Συστήματα Υπηρεσιών (on-line services) περιγράφει μια ποικιλία συστημάτων (web sites) που βρίσκουμε στο internet ή σε VPN. Τα συστήματα αυτά προσφέρουν υπηρεσίες εξ' αποστάσεως που παραδοσιακά προσφέρονταν μόνο αυτοπροσώπως.

Τα on-line Πληροφοριακά Συστήματα επιτρέπουν στον χρήστη να είναι interactive και να επιλέγει ο ίδιος ποια πληροφορία τον ενδιαφέρει και τότε θέλει να ενημερωθεί, 24 ώρες το 24-ωρο, 7 ημέρες την εβδομάδα.

(Σχεδιασμός, Ανάπτυξη, Λειτουργία Πληροφοριακών Συστημάτων, 2003).

### **1.3. Ηλεκτρονικό Εμπόριο – E-Commerce.**

Το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce), περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων, οι οποίες οδηγούμενες από την επανάσταση του internet, του web, των τηλεπικοινωνιών αλλά και των αναγκών διεύρυνσης και προσέγγισης της αγοράς επιφέρουν αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις καλούνται να χειριστούν συνήθη θέματα, ενώ δημιουργούνται προοπτικές για δραστηριότητες που δεν ήταν δυνατό να υπάρξουν στο παρελθόν. Είτε με άμεση μορφή, όπου οι συναλλαγές ολοκληρώνονται on-line, είτε με έμμεση μορφή, όπου όλες οι συναλλαγές εκτός της παράδοσης διεκπεραιώνονται ομοίως on-line, το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί ένα ταχέως αναπτυσσόμενο πεδίο επιχειρησιακής δράσης, δημιουργώντας ένα ευρύ φάσμα από καινοτόμες επιχειρησιακές δραστηριότητες και αγορές και προσφέροντας όχι μόνο λύσεις σε γνωστά επιχειρησιακά προβλήματα αλλά και νέες πηγές εσόδων. Το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει επιφέρει επανάσταση στο χώρο των επιχειρήσεων για τους ακόλουθους λόγους:

- Διευκολύνει την πρόσβαση στις παγκόσμιες αγορές.
- Επεκτείνει τις ώρες λειτουργίας της επιχείρησης σε 24 ώρες, 7 ημέρες την εβδομάδα.
- Μειώνει τις δαπάνες των συναλλαγών της επιχείρησης.
- Μειώνει τις δαπάνες του μάρκετινγκ.
- Διευκολύνει την προσωπική επικοινωνία με τους πελάτες.
- Μικραίνει τον κύκλο για την ολοκλήρωση μιας συναλλαγής.
- Παρέχει μια καλύτερης ποιότητας αγορά, δηλαδή είναι πιο εύκολο για τους πελάτες να βρουν και να συγκρίνουν τις τιμές διαφόρων προϊόντων.

(Σχεδιασμός, Ανάπτυξη, Λειτουργία Πληροφοριακών Συστημάτων, 2003), (David Avison & Guy Fitzgerald, 2006).

## 2. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ

**Table I** Operational definitions of user criteria for site design

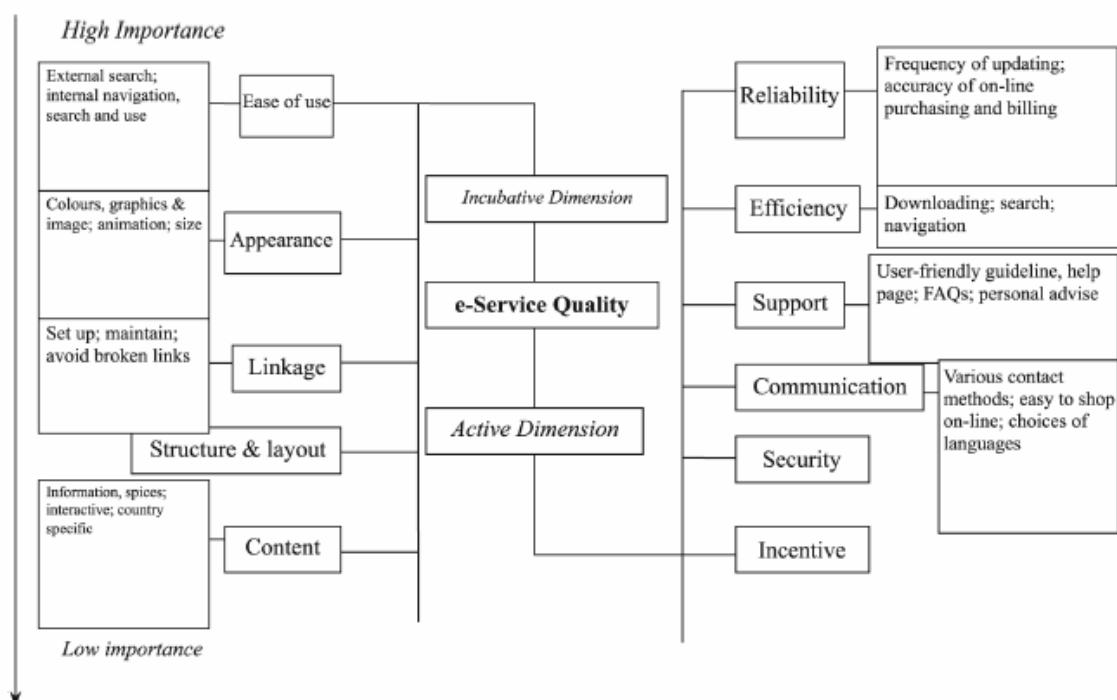
|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Use</b>        | The site is easy to use. An overview of the site and appropriate navigation structures are available                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Content</b>    | Useful information. Current information. Concise non-repetitive information. Information not easily or readily found in library collections. Absence of the following: superficial and repetitious information; uninformative content, advertisements, boring text, lack of currency                                          |
| <b>Structure</b>  | The site displays an intelligible, straightforward organising scheme. Text is broken into appropriate, well-labelled subsections. Large blocks of text are minimised                                                                                                                                                          |
| <b>Linkage</b>    | Pages provide links that integrate relevant information at the site and at other sites. Links provide access to related topics allowing serendipitous discovery of information. All links function; broken and under construction links are avoided                                                                           |
| <b>Search</b>     | Search support for page and site searching are provided. Searching produces a precise list of helpful sites or pages with a minimum of processing time                                                                                                                                                                        |
| <b>Appearance</b> | The site is visually attractive on-screen. Any given page contains few graphics and these are appropriate to page content. Graphics are not essential to site use. If graphics are turned off or a text-only client is used, the site remains fully functional. Pages result in attractive printouts without large dark areas |

**Note:** the criteria are arranged in ranked order of importance.

**Source:** Abels *et al.* (1999)

|                   |                                       |
|-------------------|---------------------------------------|
| E-service quality | Managing Service Quality              |
| Jessica Santos    | Volume 13 · Number 3 · 2003 · 233-246 |

**Figure 1** A model of e-service quality



## 2.1. Αναλυτικά κριτήρια αξιολόγησης ιστοσελίδων:

|             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ΧΡΗΣΗ       | <ul style="list-style-type: none"><li>• Ευκολία στον εντοπισμό της ιστοσελίδας</li><li>• Ευκολία πρόσβασης σε κατάλογο υπηρεσιών</li><li>• Ευκολία στην περιήγηση και επιστροφή στην αρχική σελίδα</li><li>• Ευκολία στην εύρεση συγκεκριμένης πληροφορίας</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ | <ul style="list-style-type: none"><li>• Υψηλή ποιότητα και εκτενείς πληροφορίες υπηρεσιών</li><li>• Πληροφορίες γενικές για το είδος και την τιμή</li><li>• Συνεχής ενημέρωση της ιστοσελίδας</li><li>• Πληροφορίες για την εταιρία και ευκολία πρόσβασης</li><li>• Περιεχόμενο μη- επαναλαμβανόμενο και σχετικό με το αντικείμενο της ιστοσελίδας</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ΔΟΜΗ        | <ul style="list-style-type: none"><li>• Ο σκοπός της ιστοσελίδας να είναι εμφανής στην αρχική σελίδα</li><li>• Περιεχόμενο λογικά δομημένο</li><li>• Ευκολονόητα μενού</li><li>• Χάρτης/πίνακας των περιεχομένων</li><li>• Τα γραφικά και τα πολυμέσα να συνεισφέρουν στην διευκόλυνση κατανόησης και πλοήγησης</li><li>• Εικονίδια εύκολα αναγνωρίσιμα</li><li>• Αποφυγή υπερβολικής χρήσης γραφικών/πολυμέσων</li><li>• Το μέγεθος των πολυμέσων να μην επηρεάζει τον χρόνο ανάκτησης</li><li>• Τα κείμενα να διαβάζονται εύκολα</li><li>• Σωστή χρήση συντακτικού και γραμματικής</li><li>• Να παρέχονται ξένες γλώσσες</li></ul> |
| ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Μη- ύπαρξη υπό- κατασκευής (under construction) σελίδων</li><li>• Ευδιάκριτη τοποθέτηση των συνδέσμων</li><li>• Ηλεκτρονικές και φυσικές διευθύνσεις</li><li>• Τηλέφωνα και φαξ</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| ΠΛΟΗΓΗΣΗ    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Συνεχής πλοήγηση σε όλα τα επίπεδα της ιστοσελίδας</li><li>• Εύκολη χρήση της μηχανής αναζήτησης</li><li>• Αναλυτική περιγραφή των αποτελεσμάτων εύρεσης</li><li>• Μη ύπαρξη προβλημάτων στην μηχανή αναζήτησης</li><li>• Ευκολόχρηστο πρόγραμμα βοήθειας</li><li>• Γρήγορη ανάκτηση των σελίδων</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

#### ΕΜΦΑΝΙΣΗ

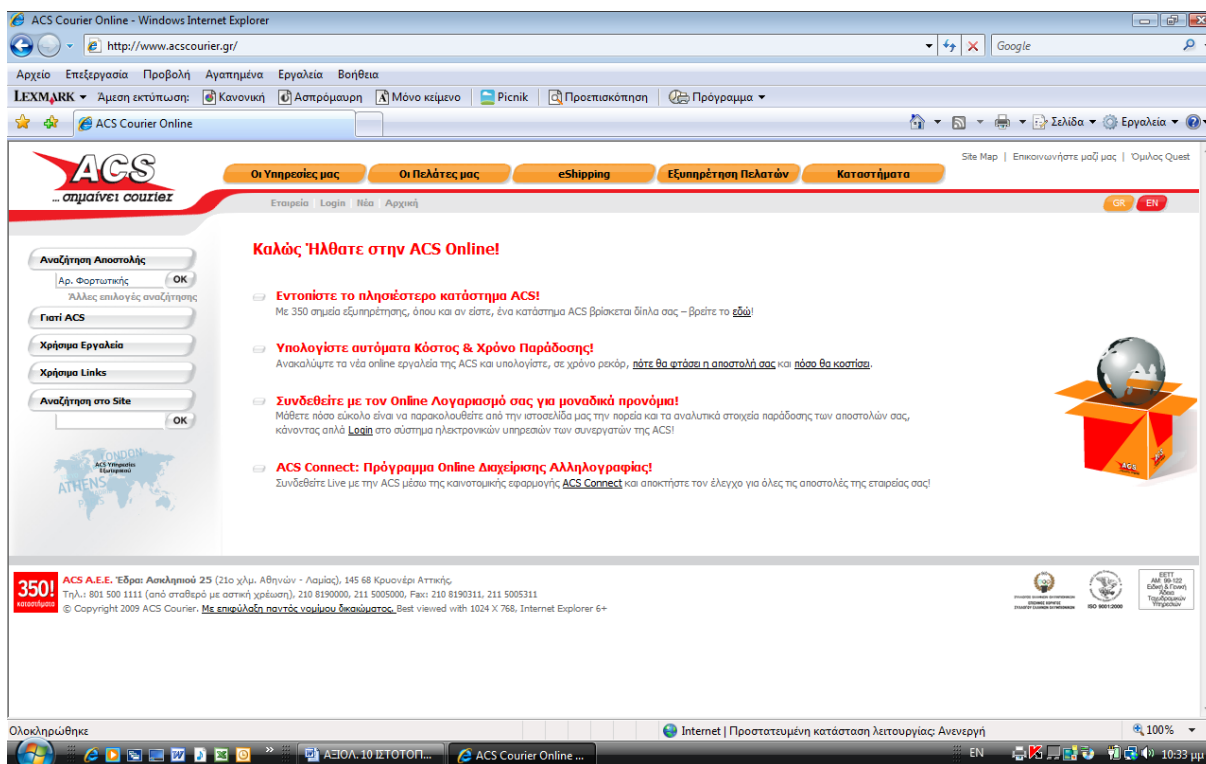
- Η ιστοσελίδα να είναι αισθητικά ελκυστική
- Η αρχική σελίδα να είναι περιεκτική
- Περιεκτική και σωστή χρήση των χρωμάτων/φόντου
- Αποφυγή υπερβολικής χρήσης γραφικών/πολυμέσων
- Αρμονία χρωμάτων/γραφικών/κειμένου
- Ευανάγνωστα κείμενα

#### ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

- Ενημέρωση σχετικά με την πρόοδο της παραγγελίας
- Δυνατότητα εντοπισμού και επιβεβαίωσης της παραγγελίας
- Συνέπεια στην παράδοση και παραλαβή
- Συνέχιση υπηρεσιών μετά την παραγγελία και παράδοση
- Άμεση ανταπόκριση σε προβλήματα που προέκυψαν πριν και μετά την παραγγελία
- Ανάπτυξη και διατήρηση σχέσεων με τον πελάτη

### 3. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ.

#### 1. www.acscourier.gr



#### Η Εταιρεία:

- **1981** - Η εταιρεία ιδρύεται με τον διακριτικό τίτλο ACS AIR COURIER SERVICES INT'L και με τη μορφή ετερόρρυθμης εταιρείας.
- **1985** - Η ACS δραστηριοποιείται με τη μορφή εταιρείας περιορισμένης ευθύνης με τον ίδιο διακριτικό τίτλο.
- **1992** - Η εταιρεία επανιδρύεται με τη μορφή ανώνυμης εταιρείας αλλάζοντας την επωνυμία της σε ACS - ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΚΑΙ ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΕΙΣ Α.Ε.Ε. με το διακριτικό τίτλο ACS S.A.
- **1999** - Η ACS γίνεται μέλος του Ομίλου Πληροφορικής Info-Quest.
- **2002** - Γεωγραφική επέκταση των δραστηριοτήτων της ACS, μέσω της διεύρυνσης του Δικτύου της σε Αλβανία και Κύπρο. Παράλληλη έναρξη παροχής Υπηρεσιών Τηλεφωνίας, σε συνεργασία με την Q-Telecom.

- **2004** - Η ACS προχωρά σε εκτεταμένη αναδιάρθρωση του Δικτύου Καταστημάτων της και ξεκινά πρόγραμμα αναβάθμισης της οργάνωσης, των δομών και των διαδικασιών με στόχο την καλύτερη εξυπηρέτηση των Πελατών της.
- **2005** - Έναρξη λειτουργίας νέου καταστήματος ACS στη Σόφια της Βουλγαρίας.
- **2006** - Η εταιρεία διευρύνει τους τομείς δραστηριότητάς της, προσφέροντας από τα καταστήματά της υπηρεσίες ηλεκτρονικής ταχυμεταφοράς χρημάτων (money-transfer), υπηρεσίες έκδοσης εισιτηρίων και υπηρεσίες ηλεκτρονικής εξόφλησης λογαριασμών.
- **2007** - Επέκταση παροχής Υπηρεσιών Τηλεφωνίας, σε συνεργασία με την WIND.

### **Η αξιολόγηση:**

Το αισθητικό μέρος της ιστοσελίδας, αν και λιτό, καταφέρνει να κεντρίσει το ενδιαφέρον του χρήστη, χρησιμοποιώντας ξεκούραστα χρώματα, σε σωστές αναλογίες, ευδιάκριτα κείμενα και μικρά σε έκταση. Η δομή και το περιεχόμενο της ιστοσελίδας βρίσκονται σε ικανοποιητικά επίπεδα. Η πλοήγηση είναι εύκολη. Μειονεκτήματα, οι ξένες γλώσσες, η ύπαρξη σχετικών προβλημάτων στην μηχανή αναζήτησης και στο πρόγραμμα βοήθειας.

### **ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ:**

**ΧΡΗΣΗ: 5**

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ: 5**

**ΔΟΜΗ: 4**

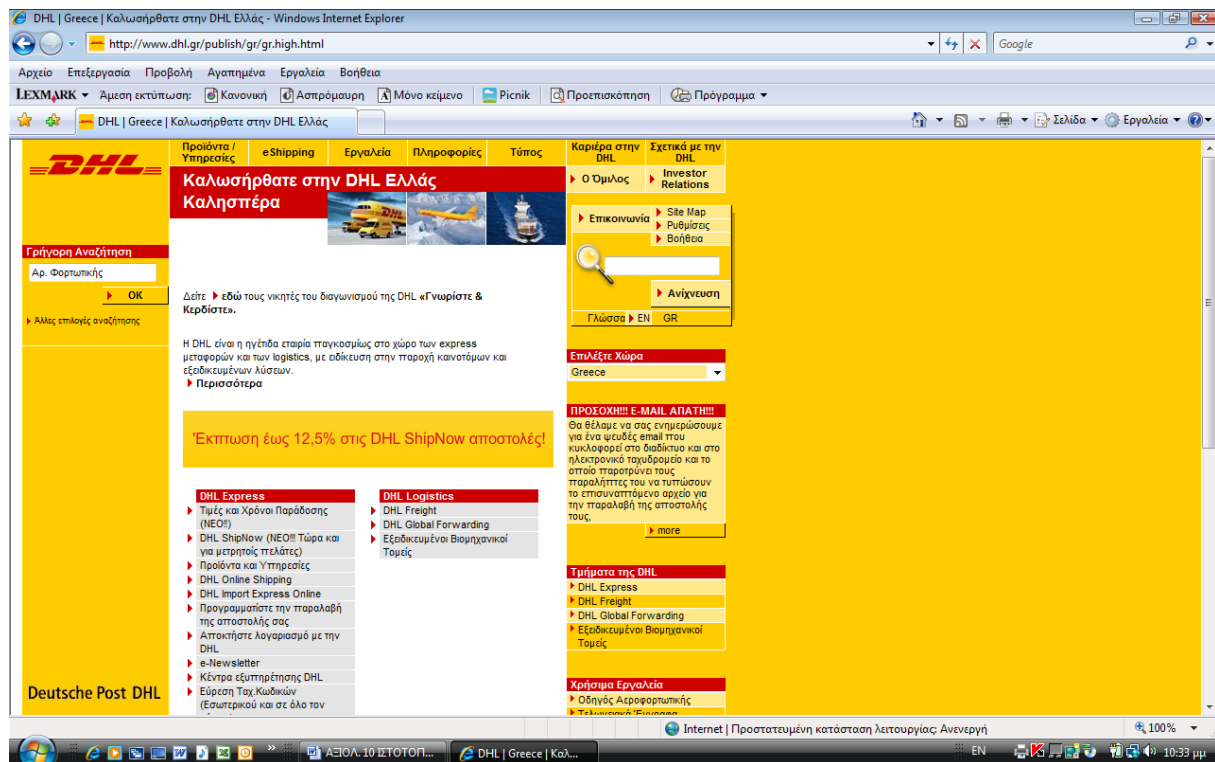
**ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ: 5**

**ΠΛΟΗΓΗΣΗ: 4**

**ΕΜΦΑΝΙΣΗ: 5**

**ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ: 5**

## 2. www.dhl.gr



### Η Εταιρία:

- Στην Ελλάδα, η DHL ιδρύθηκε το 1978 και έως σήμερα αποτελεί την ηγέτιδα εταιρεία στον τομέα των διεθνών αεροπορικών ταχυμεταφορών ενώ παρέχει εξειδικευμένες υπηρεσίες που καλύπτουν τις ανάγκες εισαγωγών και εξαγωγών των μεγαλύτερων εμπορικών κλάδων στη χώρα μας όπως οι τράπεζες, η ναυτιλία, η κλωστοϋφαντουργία, εταιρίες υψηλής τεχνολογίας και φαρμακοβιομηχανίες.
- Η DHL Hellas έχει πιστοποιηθεί με το ISO 9001:2000 για την διασφάλιση των διαδικασιών της.
- Το διαμετακομιστικό κέντρο (hub) της DHL, βρίσκεται στις ιδιόκτητες εγκαταστάσεις της συνολικού εμβαδού 6.000 τ.μ. στο Διεθνές Αεροδρόμιο Ελ. Βενιζέλος. Στον χώρο αυτό διεκπεραιώνονται καθημερινά πάνω από 10.000 αποστολές που προωθούνται σε όλο τον κόσμο από ιδιόκτητο αεροσκάφος τύπου AirbusA300.
- Η DHL στην Ελλάδα εξυπηρετεί πάνω από 10.000 επιχειρήσεις και ιδιώτες με το αφοσιωμένο προσωπικό της που ξεπερνά τα 500 άτομα. Διαθέτει 190 οχήματα και δίκυκλα για την κάλυψη αναγκών παράδοσης και παραλαβής αποστολών. Για την εξυπηρέτηση των πελατών της, λειτουργεί Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών 24 ώρες το

24ωρο αλλά και Γραφεία Εξυπηρέτησης σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο, Πάτρα, Λάρισα. Επίσης, διαθέτει δίκτυο αντιπροσώπων σε άλλα 13 μεγάλα αστικά κέντρα.

### **Η αξιολόγηση:**

Το αισθητικό μέρος της ιστοσελίδας κυμαίνεται σε πάρα πολύ καλά επίπεδα. Τα χρώματα είναι ευχάριστα και τα κείμενα ευδιάκριτα. Η αρχική σελίδα περιέχει τις απαραίτητες πληροφορίες για να προσανατολίσουν τον χρήστη στο επιθυμητό αποτέλεσμα. Η δομή και το περιεχόμενο της ιστοσελίδας είναι σε ικανοποιητικά επίπεδα. Η πλοήγηση είναι συνεχής. Ένα σημαντικό στοιχείο της συγκεκριμένης ιστοσελίδας είναι η υποστήριξη της σε πολυάριθμες γλώσσες. Μειονεκτήματα, η έλλειψη πληροφοριών για τις τιμές των υπηρεσιών και τις φυσικές διευθύνσεις, καθώς και η επιστροφή στην αρχική σελίδα.

### **ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ:**

**ΧΡΗΣΗ: 4.5**

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ: 4.5**

**ΔΟΜΗ: 4.5**

**ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ: 4.5**

**ΠΛΟΗΓΗΣΗ: 5**

**ΕΜΦΑΝΙΣΗ: 5**

**ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ: 5**

### 3. [www.interattica.gr](http://www.interattica.gr)



#### Η Εταιρία:

Η INTERATTICA A.E. είναι ο κύριος παροχέας υψηλής ποιότητας Υπηρεσιών Ταχυμεταφορών που αναπτύσσει δραστηριότητες στην Ελλάδα από την ίδρυσή της το 1990. Αρχικά ως φορέας παροχής υπηρεσιών εντός Αττικής, επεκτάθηκε ταχύτατα για να προσφέρει κάλυψη σε όλες τις πόλεις τις Ελλάδας, μέσω ενός αποτελεσματικού δικτύου αποτελεσματικών συνεργατών. Η επιχείρηση είναι γνωστή για τις εξαιρετικές υπηρεσίες και την ευελιξία της, με αποτέλεσμα να αποκτήσει μια εκτενή βάση πελατών που καλύπτει όλους τους δυναμικούς τομείς της Ελληνικής Αγοράς. Η επιχείρηση εξαγοράσθηκε κατά 66% το 2001 από την Τράπεζα Πειραιώς, έναν από τους μεγαλύτερους και δυναμικότερους Ελληνικούς Τραπεζικούς Ομίλους. Από τον Ιανουάριο του 2006, η INTERATTICA A.E. (κατόπιν εξαγοράς κατά 86,6%), είναι μέλος του Ομίλου Εταιριών GEOPOST, ο οποίος ανήκει κατά 100% στον Όμιλο LAPOSTE (Γαλλικά Ταχυδρομεία). Το γεγονός αυτό αποτελεί ορόσημο στην ιστορία της εταιρίας, επιτομή των προσπαθειών της για την κατάκτηση της ηγετικής θέσης στην Ελληνική Αγορά.

## Η αξιολόγηση:

Το αισθητικό μέρος της ιστοσελίδας κυμαίνεται σε μέτρια επίπεδα. Η δομή και το περιεχόμενο της ιστοσελίδας βρίσκονται σε ικανοποιητικά επίπεδα. Μειονεκτήματα, οι πληροφορίες σχετικά με την τιμή των υπηρεσιών, η έλλειψη ενημέρωσης της ιστοσελίδας, οι γλώσσες και ο χάρτης των περιεχομένων, η έλλειψη προγράμματος βοήθειας.

## ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ:

**ΧΡΗΣΗ: 5**

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ: 4**

**ΔΟΜΗ: 4**

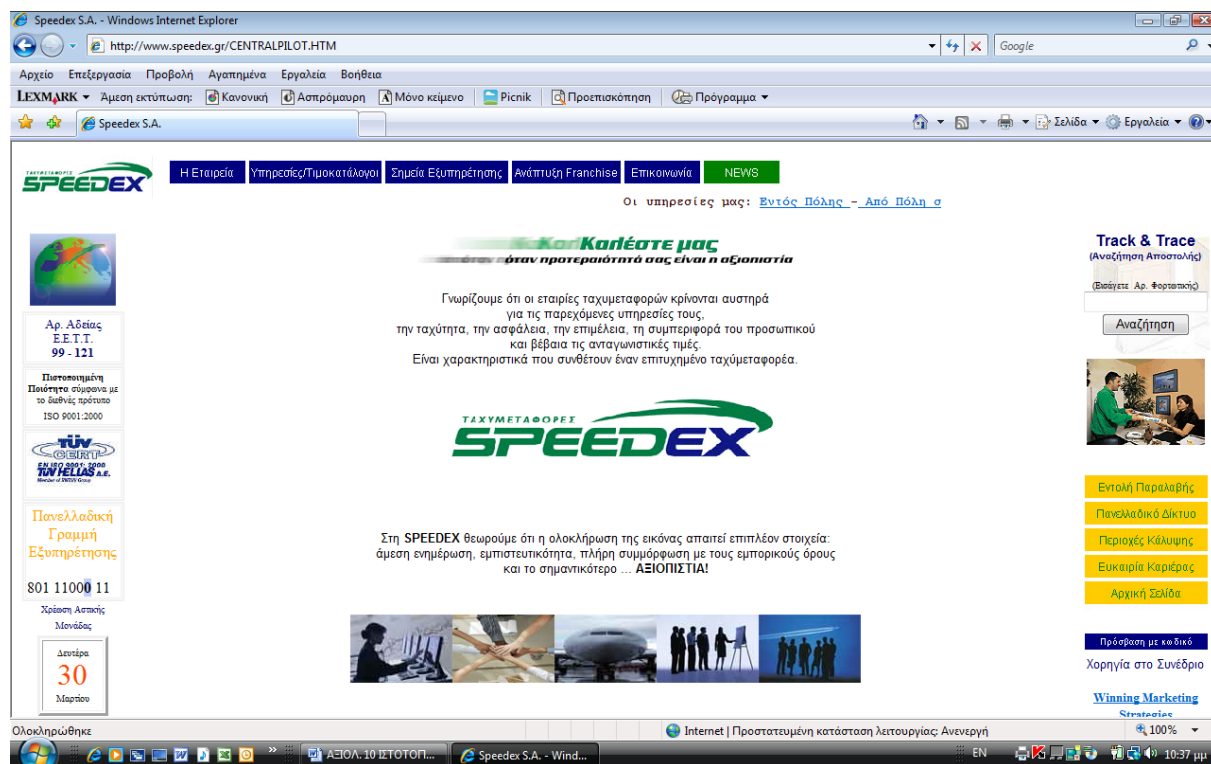
**ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ: 5**

**ΠΛΟΗΓΗΣΗ: 4.5**

**ΕΜΦΑΝΙΣΗ: 4**

**ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ: 4**

## 4. [www.speedex.gr](http://www.speedex.gr)



## Η Εταιρία:

Η SPEEDEX, μέλος των δύο εκ των σπουδαιότερων ομίλων της χώρας FOURLIS και SFAKIANAKIS, με σταθερά ανοδική πορεία στην Ελληνική Αγορά και με πολυετή εμπειρία, είναι μια από τις μεγαλύτερες εταιρείες του κλάδου των Ταχυμεταφορών καλύπτοντας καθημερινά τις ανάγκες της ελληνικής και διεθνούς αγοράς με αξιοπιστία και συνέπεια.

Πιο συγκεκριμένα:

- Η SPEEDEX έχει 22 χρόνια παρουσίας στην ελληνική Αγορά.
- Ιδρύθηκε το 1986 προσφέροντας εγγυημένες επείγουσες διακινήσεις.
- Αντιλαμβανόμενη από το ξεκίνημα της την ανάγκη της Πανελλαδικής κάλυψης, θέτει Άμεσα τις βάσεις για την ανάπτυξη Δικτύου Αποκλειστικών Αντιπροσώπων.
- Το Σεπτέμβριο του 1994 έχει ήδη Δίκτυο 68 Σταθμών και η Ανάπτυξή της συνεχίζεται αναβαθμίζοντας συνεχώς την ποιότητα των Υπηρεσιών της: Εφαρμόζει το Σύστημα Ηλεκτρονικής Ανίχνευσης (barcode), εξελίσσει το μηχανογραφικό της σύστημα, συνδέει τους Σταθμούς της με ιδιόκτητο στόλο αυτοκινήτων και Ιδιωτικές αποκλειστικές πτήσεις.
- Από τον Φεβρουάριο του 2000 η SPEEDEX είναι μέλος του Ομίλου Φουρλής, του μεγαλύτερου Εμπορικού Ομίλου της χώρας μας και υιοθετεί ως Πολιτική Ποιότητας, τη Συστηματική Παροχή Υπηρεσιών που ικανοποιούν τις Ανάγκες των πελατών της.
- Τον Ιούλιο του 2001 αποκτά Πιστοποιητικό Ποιότητας κατά το Διεθνές Πρότυπο ISO 9001:2000, πρώτη μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου της.
- Το Σεπτέμβριο του 2001 η SPEEDEX αποκτά νέο σύγχρονο Κέντρο Διαλογής & Μεταφοράς (HUB), στο 14ο Km Εθν. Οδού Αθηνών – Λαμίας συνολικής επιφάνειας 3000 τ.μ.
- Το Μάρτιο του 2002 πραγματοποιείται στη SPEEDEX αύξηση του Μετοχικού της Κεφαλαίου με την συμμετοχή του ομίλου SFAKIANAKIS, έναν από τους Σημαντικότερους και Ταχέως Αναπτυσσόμενους Ομίλους Εταιρειών στην Ελλάδα με έντονη παρουσία στον Τομέα των Αυτοκινούμενων Οχημάτων και σχετικών με τον κλάδο Υπηρεσιών.
- Το 2004 η Εταιρεία αναπτύσσει το Σύστημα Franchising για να έρθει πιο κοντά στον πελάτη και να προσφέρει πιο άμεση και ποιοτική εξυπηρέτηση.

- Την ίδια χρονιά η SPEEDEX προχωράει στην ανανέωση της Εικόνας των καταστημάτων της, που συνδυάζει ένα φρέσκο και νεανικό στυλ αισθητικής με την λειτουργικότητα του χώρου εργασίας.
- Το Νοέμβριο του 2006, η SPEEDEX ξεκίνησε στρατηγική συνεργασία με την εταιρία UPS, τον Παγκόσμιο ηγέτη στην ταχυμεταφορά δεμάτων. Στα πλαίσια της συνεργασίας οι αποστολές SPEEDEX στο εξωτερικό διακινούνται μέσω του οργανωμένου δικτύου της UPS και αντίστοιχα μέσω του δικτύου SPEEDEX διακινούνται οι αποστολές της UPS που προορίζονται για όλη την Ελλάδα.
- Σήμερα η εταιρεία διαθέτει 190 σημεία εξυπηρέτησης σε όλη την Ελλάδα καλύπτοντας κάθε γωνιά της με αξιοπιστία και αποτελεσματικότητα, καθώς επίσης και κάθε σημείο σε όλο τον κόσμο.

### **Η αξιολόγηση:**

Η αισθητική της ιστοσελίδας κυμαίνεται σε ικανοποιητικά επίπεδα, με ξεκούραστα χρώματα και ευδιάκριτα κείμενα. Η πλοήγηση είναι συνεχής. Η δομή και το περιεχόμενο κυμαίνονται σε ικανοποιητικά επίπεδα. Μειονεκτήματα, η επιστροφή στην αρχική σελίδα, οι γλώσσες.

### **ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ:**

**ΧΡΗΣΗ: 4.5**

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ: 5**

**ΔΟΜΗ: 4.5**

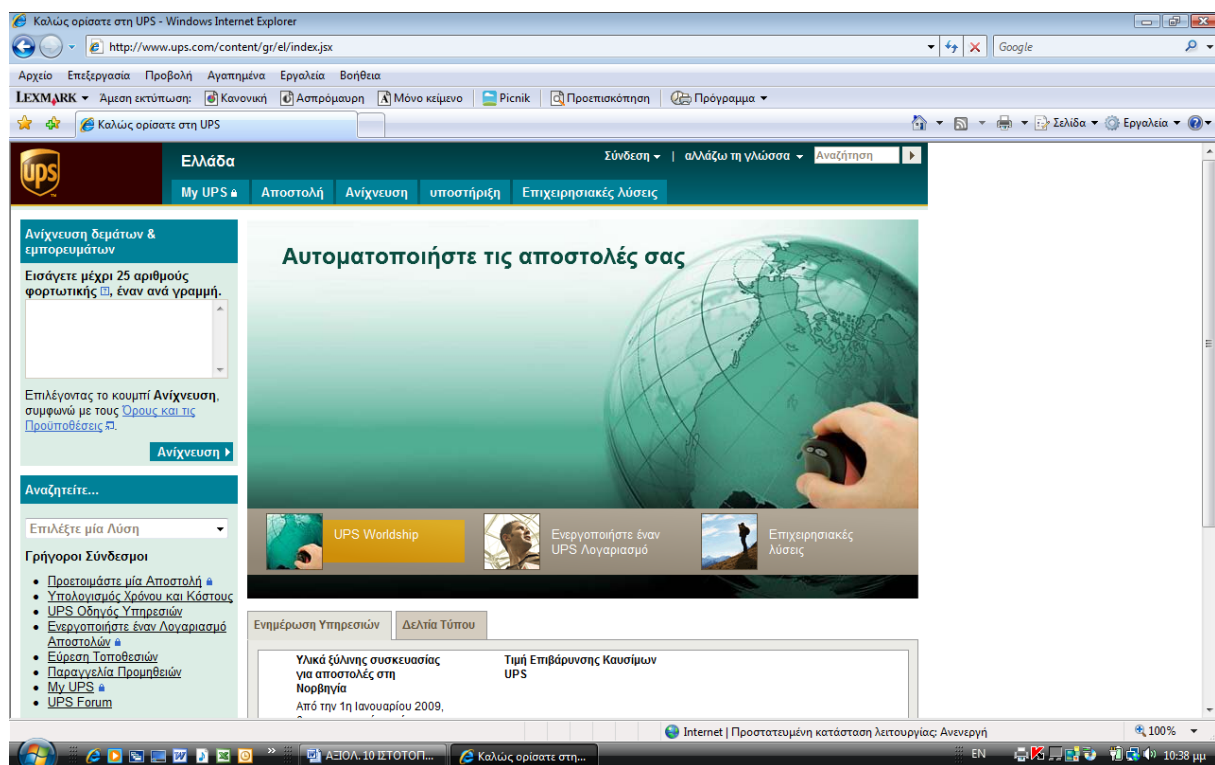
**ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ: 5**

**ΠΛΟΗΓΗΣΗ: 4**

**ΕΜΦΑΝΙΣΗ: 4**

**ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ: 4**

## 5. www.ups.com



### Η Εταιρία:

Ιδρυθείσα το 1907 ως μία εταιρεία αγγελιοφόρων στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, η UPS έχει αναπτυχθεί σε έναν οργανισμό \$49.7 δισεκατομμυρίων, με το να επικεντρώνεται ξεκάθαρα σε έναν σκοπό, τη διευκόλυνση του παγκόσμιου εμπορίου. Σήμερα, η UPS αποτελεί μία από τις πλέον αναγνωρίσιμες και επιτυχημένες εταιρείες σε ολόκληρο τον κόσμο. Έχει εξελιχθεί στη μεγαλύτερη εταιρεία μεταφοράς δεμάτων σε ολόκληρο τον κόσμο και σε παγκόσμιο ηγέτη στην παροχή υπηρεσιών logistics και εξειδικευμένης μεταφοράς. Καθημερινά, διαχειρίζεται τη ροή αγαθών πληροφοριών και κεφαλαίων σε περισσότερες από 200 χώρες και γεωγραφικές περιοχές σε ολόκληρο τον κόσμο.

### Η αξιολόγηση:

Το αισθητικό μέρος της ιστοσελίδας βρίσκεται σε εξαιρετικά επίπεδα. Η οργάνωση της δομής και του περιεχομένου της ιστοσελίδας είναι άριστη. Η αρχική σελίδα περιέχει την απαραίτητη πληροφόρηση για να προσανατολίσει τον χρήστη στις επιλογές του. Γενικότερα δεν διακρίνουμε κάποιο αρνητικό στοιχείο, τουλάχιστον στα πλαίσια αυτής της ανάλυσης και των

κριτηρίων που θέσαμε για την διεκπεραίωση αυτής της έρευνας. Επομένως, εκ των αποτελεσμάτων της αξιολόγησης, η ιστοσελίδα [www.ups.com](http://www.ups.com) , αποτελεί δείγμα άριστης διάρθρωσης.

## **ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ:**

**ΧΡΗΣΗ: 5**

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ: 5**

**ΔΟΜΗ: 5**

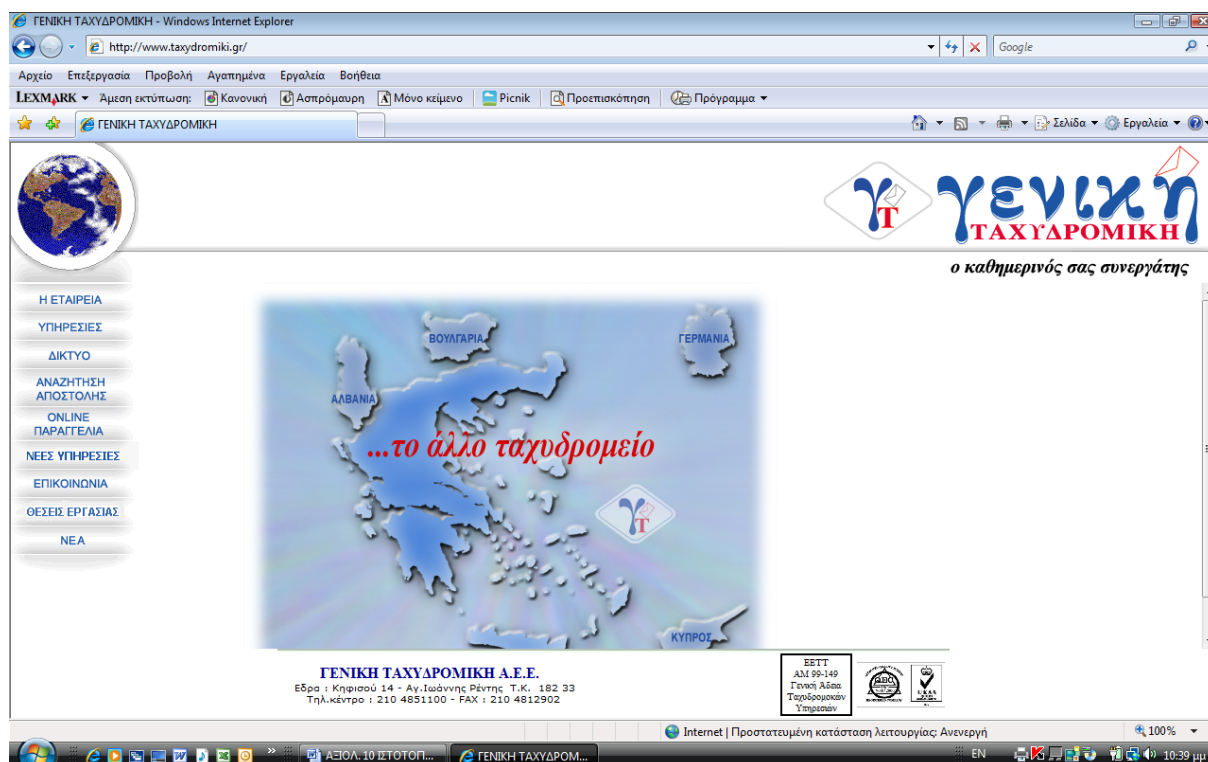
**ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ: 5**

**ΠΛΟΗΓΗΣΗ: 5**

**ΕΜΦΑΝΙΣΗ: 5**

**ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ: 5**

## 6. [www.taxydromiki.gr](http://www.taxydromiki.gr)



## Η Εταιρία:

- Η Γενική Ταχυδρομική ιδρύθηκε πριν δέκα χρόνια. Είναι επιχείρηση αμιγώς ελληνική και δραστηριοποιείται στην αγορά παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών. Κατέχει την υπ' αριθμόν 99-149 Γενική Άδεια Ταχυδρομικών Υπηρεσιών της ΕΕΤΤ, είναι πιστοποιημένη κατά ISO 9001 : 2000 και παρέχει υπηρεσίες σε όλη την ελληνική επικράτεια.
- Η Γενική Ταχυδρομική επέλεξε να μείνει έξω από τον επικίνδυνο χορό των ευκαιριακών εξαγορών στην παρατεταμένη περίοδο της χρηματιστηριακής ευφορίας και με σταθερή προσήλωση στην εξυπηρέτηση της αγοράς κατόρθωσε να αναδειχτεί στην ηγετική δύναμη του κλάδου των ταχυδρομικών επιχειρήσεων. Έτσι,
- Ανέπτυξε εκτεταμένο δίκτυο ταχυδρομικών καταστημάτων σε όλους τους δήμους της χώρας. Σήμερα το δίκτυο αυτό αριθμεί 330 περίπου καταστήματα σημεία εξυπηρέτησης και είναι το μεγαλύτερο ιδιωτικό δίκτυο ταχυδρομικών καταστημάτων της ελληνικής αγοράς.
- Οι Πράκτορες της Γενικής Ταχυδρομικής που λειτουργούν τα κατά τόπους καταστήματα είναι έμπειροι επαγγελματίες ταχυμεταφορείς με επιχειρηματική δραστηριότητα στο συγκεκριμένο αντικείμενο που ξεπερνά σε πολλές περιπτώσεις τα 20 χρόνια. Οι επιχειρηματίες αυτοί επέλεξαν να πρακτορεύουν την Γενική Ταχυδρομική εξαιτίας της υψηλής της αξιοπιστίας και της επικέντρωσής στην ποιότητα εξυπηρέτησης του πελάτη αλλά και στην ανάπτυξη της τεχνογνωσίας των ταχυδρομικών μεταφορών
- Ίδρυσε θυγατρική επιχείρηση στην Αλβανία με δίκτυο 28 καταστημάτων και στόχο την εξυπηρέτηση των ταχυδρομικών αποστολών μεταξύ της Ελληνικής και της Αλβανικής αγοράς, καθώς και την εντός Αλβανίας ταχυδρομική δραστηριότητα.
- Ίδρυσε θυγατρική επιχείρηση στο Ντύσσελντορφ της Γερμανίας που λειτουργεί ως κέντρο διαλογής και προώθησης των από την Ελλάδα διεθνών ταχυδρομικών αποστολών μέσω επιλεγμένων διεθνών δικτύων.
- Συνήψε στρατηγική συνεργασία με ομοειδή επιχείρηση στην Κύπρο με στόχο την εξυπηρέτηση των προς και από Κύπρο ταχυδρομικών αποστολών.
- Υλοποιεί πρόγραμμα επέκτασης στις βαλκανικές χώρες.

## Η αξιολόγηση:

Μέτριο αισθητικό επίπεδο ιστοσελίδας. Η πλοήγηση δεν παρουσιάζει προβλήματα. Το περιεχόμενο και η δομή της ιστοσελίδας κινούνται σε μέτρια επίπεδα. Μειονεκτήματα, οι πληροφορίες για την τιμή των υπηρεσιών και η ενημέρωση της ιστοσελίδας, οι γλώσσες και ο χάρτης περιεχομένων, το πρόγραμμα βοήθειας και η μηχανή αναζήτησης.

## ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ:

**ΧΡΗΣΗ: 4.5**

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ: 4**

**ΔΟΜΗ: 4**

**ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ: 4**

**ΠΛΟΗΓΗΣΗ: 4**

**ΕΜΦΑΝΙΣΗ: 4**

**ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ: 4**

## 7. [www.elta-courier.gr](http://www.elta-courier.gr)



### **Η Εταιρία:**

Η εταιρεία Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ αποτελεί συνέχεια της υπηρεσίας ΠΟΡΤΑ - ΠΟΡΤΑ, που προσφέρεται στην ελληνική αγορά εδώ και 20 χρόνια. Η θυγατρική του ΕΛΤΑ δραστηριοποιείται στην ιδιαίτερα ανταγωνιστική αγορά των courier κατέχοντας την 4η θέση, διατηρώντας τη δυναμική και κερδοφόρα ανάπτυξή της και πραγματοποιώντας τους στρατηγικούς της στόχους.

Η σταθερά αναπτυσσόμενη πορεία των οικονομικών μεγεθών της εταιρείας σε συνδυασμό με τη στρατηγική που ακολουθεί για την ανάπτυξη και επέκταση του δικτύου της σε όλη την Ελλάδα, αποτελούν τη βάση για την καθιέρωση του ονόματός της, ως συνώνυμο της ποιότητας και του υψηλού επίπεδου παροχής αξιόπιστων υπηρεσιών ταχυμεταφοράς.

Η εταιρεία Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ παρουσιάζει τους μεγαλύτερους ρυθμούς ανάπτυξης και κερδοφορίας σε σχέση με τις άλλες εταιρείες του κλάδου, αναδεικνύοντας τη δυναμική της να εξελιχθεί σε ηγέτη της ελληνικής αγοράς ταχυμεταφορών.

### **Η αξιολόγηση:**

Μέτριο αισθητικά επίπεδο ιστοσελίδας. Τα κείμενα είναι ελάχιστα και παρέχουν τις απαραίτητες μόνο πληροφορίες. Ο εντοπισμός της ιστοσελίδας αποδείχτηκε δύσκολος. Δεν υπάρχουν πληροφορίες για την τιμή των υπηρεσιών και την πρόσφατη ενημέρωση της ιστοσελίδας. Δεν εντοπίστηκε κάποιο πρόγραμμα βοήθειας ή χάρτης περιεχομένων.

### **ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ:**

**ΧΡΗΣΗ: 4**

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ: 4**

**ΔΟΜΗ: 4**

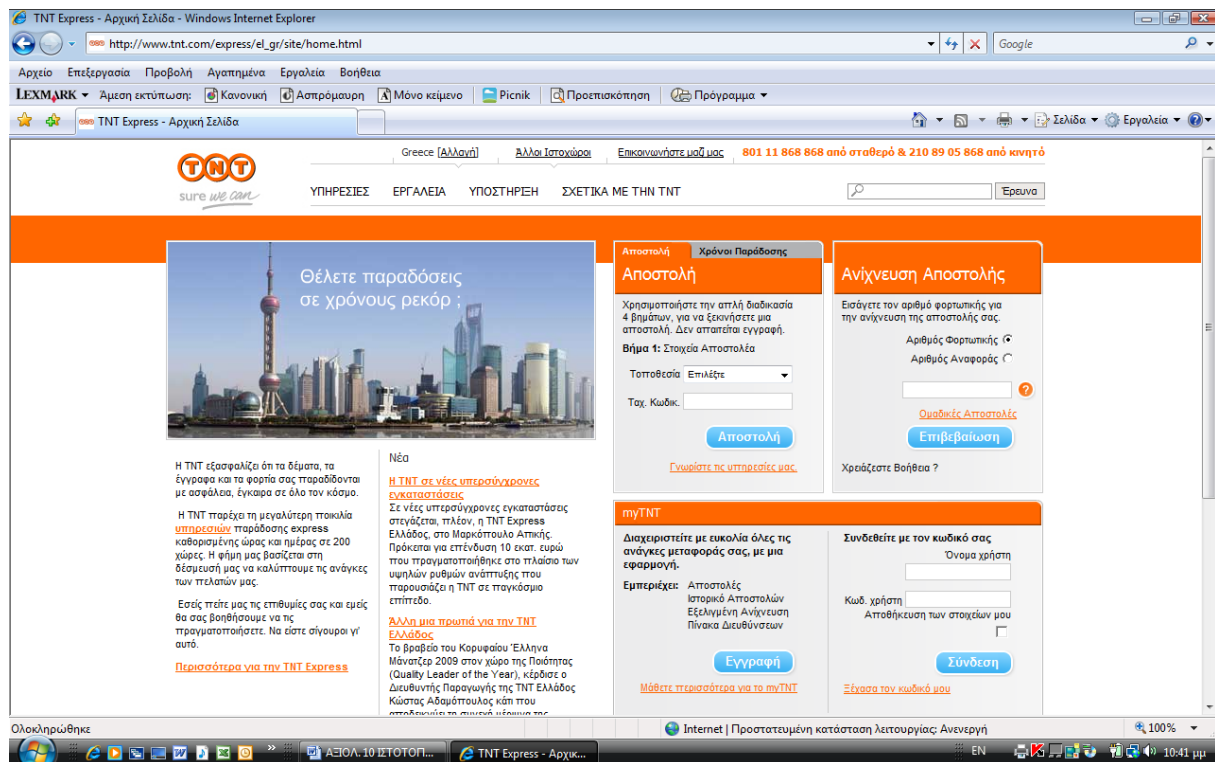
**ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ: 4**

**ΠΛΟΗΓΗΣΗ: 4**

**ΕΜΦΑΝΙΣΗ: 4**

**ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ: 4**

## 8. www.tnt.com



### Η Εταιρία:

- Ο Ken Thomas ξεκίνησε τη δική του επιχείρηση μεταφορών στην Αυστραλία το 1946 με ένα μόνο φορτηγό
- Εδώ και 50 χρόνια, η TNT έχει αναπτυχθεί, μέσω επεκτάσεων και αγορών, σε μια παγκόσμια εταιρεία που διαθέτει εκτεταμένα αεροπορικά και οδικά δίκτυα σε όλο τον κόσμο
- Τη δεκαετία του '50, η εταιρεία Thomas Nationwide Transport παρουσία σε άνθηση, καθώς ανέπτυξε νέες υπηρεσίες νυκτερινής εξυπηρέτησης

... σε μία παγκόσμια παρουσία

- Η TNT απασχολεί περισσότερους από 75.000 συνεργάτες
- Διαθέτει 26.000 οχήματα και 47 εμπορικά αεροσκάφη
- Το παγκόσμιο δίκτυό της αριθμεί περισσότερα από 2.300 ιδιόκτητα σημεία παράδοσης, ενώ δραστηριοποιείται σε περισσότερες από 200 χώρες

## Η αξιολόγηση:

Το αισθητικό μέρος της ιστοσελίδας κυμαίνεται σε πάρα πολύ καλά επίπεδα. Τα χρώματα είναι ξεκούραστα και τα κείμενα ευδιάκριτα. Η δομή της ιστοσελίδας είναι άρτια οργανωμένη και πλήρως κατατοπιστική. Η πλοήγηση είναι συνεχής. Ένα σημαντικό στοιχείο της συγκεκριμένης ιστοσελίδας είναι η υποστήριξη της σε πολυάριθμες γλώσσες. Η ιστοσελίδα διαθέτει χάρτη καθώς σκοπός της εταιρίας είναι η εύκολη πλοήγηση και γρήγορη εύρεση επιθυμητών αποτελεσμάτων. Μειονέκτημα, η έλλειψη πληροφοριών για τις τιμές.

## ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ:

**ΧΡΗΣΗ: 5**

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ: 4.5**

**ΔΟΜΗ: 5**

**ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ: 5**

**ΠΛΟΗΓΗΣΗ: 5**

**ΕΜΦΑΝΙΣΗ: 5**

**ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ: 5**

## 9. [www.speedcouriers.gr](http://www.speedcouriers.gr)



### **Η Εταιρία:**

Η SPEED COURIERS, βρίσκεται στο προσκήνιο των ταχυμεταφορών με συνέπεια, όραμα και αίσθημα ευθύνης απέναντι στους πελάτες αλλά και τους ανθρώπους της. Η εταιρία προσφέρει τυποποιημένες υπηρεσίες ταχυμεταφορών, είναι εγκεκριμένη από την Ε.Ε.Τ.Τ. και εξειδικεύεται στις αυθημερόν παραδόσεις εντός του λεκανοπεδίου.

Με ένα στόλο από μοτοσικλέτες και ημιφορτηγά διασφαλίζει την ποιότητα και την εγγυημένη διεκπεραίωση όλων των αποστολών που διακινεί. Ταυτόχρονα, όλες οι αποστολές είναι ασφαλισμένες σύμφωνα με το νέο χάρτη υποχρεώσεων προς τον καταναλωτή που προβλέπει η Ε.Ε.Τ.Τ. Επιπλέον η SPEED COURIERS εγγυάται παραδόσεις έως και 60' εντός του λεκανοπεδίου με συγκεκριμένο χρόνο παράδοσης και με ρήτρα επιστροφής χρημάτων.

Το δίκτυο της SPEED COURIERS στην επαρχία περιλαμβάνει αντιπροσώπους σε 80 πόλεις ενώ όλες οι αποστολές παραδίδονται την επομένη. Το δίκτυο του εξωτερικού περιλαμβάνει όλες τις χώρες παγκοσμίως με παράδοση 24-72 ωρών.

### **Η αξιολόγηση:**

Το αισθητικό μέρος της ιστοσελίδας, αν και λιτό, καταφέρνει να κεντρίσει το ενδιαφέρον του χρήστη, χρησιμοποιώντας ξεκούραστα χρώματα και ευδιάκριτα κείμενα. Η δομή και το περιεχόμενο της ιστοσελίδας είναι ικανοποιητικά. Μειονεκτήματα, η πρόσβαση σε κατάλογο υπηρεσιών, οι πληροφορίες για την τιμή των υπηρεσιών, οι γλώσσες, ο χάρτης περιεχομένων, τα αποτελέσματα εύρεσης, το πρόγραμμα βοήθειας.

### **ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ:**

**ΧΡΗΣΗ: 4**

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ: 4**

**ΔΟΜΗ: 4**

**ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ: 4**

**ΠΛΟΗΓΗΣΗ: 3**

**ΕΜΦΑΝΙΣΗ: 4**

**ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ: 4**

## 10. www.courier.gr



### Η Εταιρία:

Η εταιρεία Μεσογειακές Ταχυμεταφορές ε.π.ε. με το διακριτικό τίτλο COURIER CENTER έχει πολύχρονη παρουσία στο χώρο των ταχυμεταφορών και είναι στελεχωμένη με έμπειρους και εκπαιδευμένους ανθρώπους, με στόχο την απόλυτη ικανοποίηση των πελατών της.

Η δημιουργία καταστημάτων Courier Center στην Αττική που φέρνουν τον πελάτη πιο κοντά μας, η άρτια οργάνωση, η προσεγμένη εμφάνιση προσωπικού και οχημάτων και το μεγάλο δίκτυο συνεργατών στην Ελλάδα και σε όλο τον κόσμο αποτελούν εγγύηση για την ταχύτητα και την ποιοτική εξυπηρέτηση των αποστολών από την Αθήνα έως την άκρη της γης.

### Η αξιολόγηση:

Το αισθητικό μέρος της ιστοσελίδας είναι καλό. Τα χρώματα είναι ξεκούραστα και η οργάνωση απλή. Τα κείμενα είναι ελάχιστα και παρέχουν τις απαραίτητες μόνο πληροφορίες. Η σελίδα υποστηρίζει μόνο μια γλώσσα (την ελληνική). Καθώς προχωράμε στην ανάλυση της ιστοσελίδας παρατηρούμε συνεχείς ελλείψεις, όπως μη χρήση σελίδων (under construction), κ.α.

## **ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ:**

**ΧΡΗΣΗ: 3**

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ: 2**

**ΔΟΜΗ: 2**

**ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ: 2**

**ΠΛΟΗΓΗΣΗ: 2**

**ΕΜΦΑΝΙΣΗ: 3.5**

**ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ: 3**

#### 4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

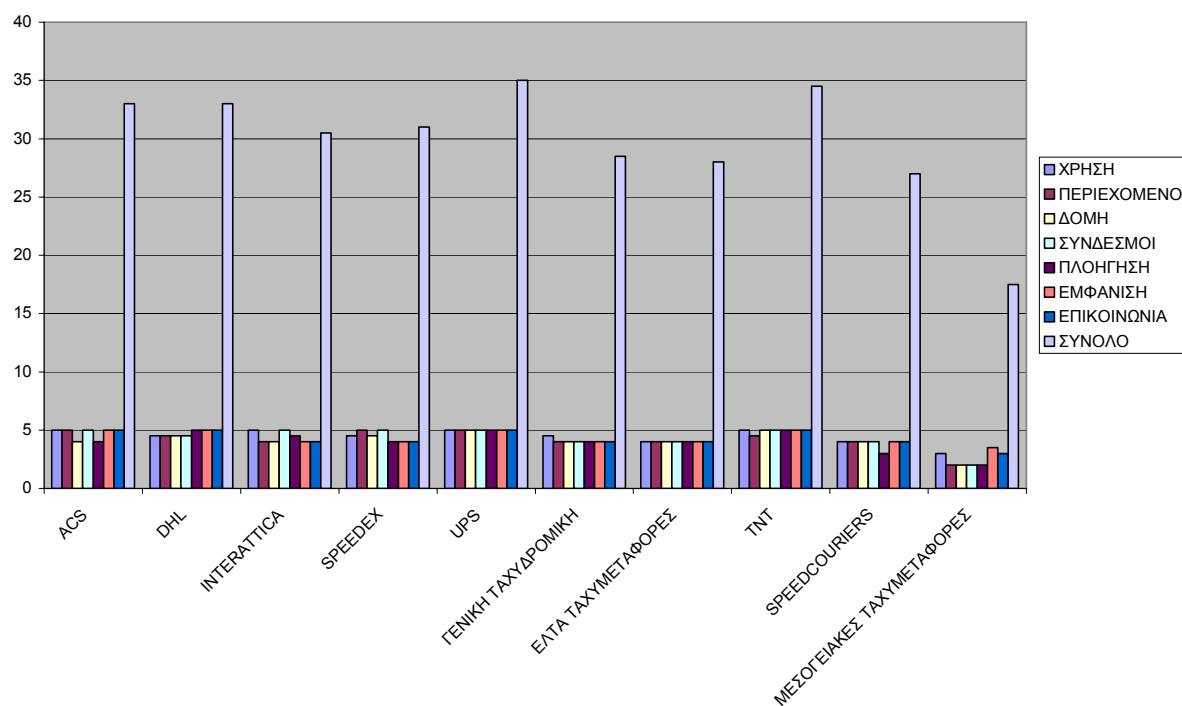
Βάση των παραπάνω αποτελεσμάτων προκύπτουν τα ακόλουθα:

- Οι εταιρίες: ACS, DHL, UPS, TNT, διαθέτουν άριστο επίπεδο ιστοσελίδων.
- Οι εταιρίες: INTERATTICA, SPEEDEX, SPEED COURIERS, ΓΕΝΙΚΗ ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΗ, ΕΛΤΑ ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΕΣ, θα πρέπει να βελτιώσουν κάποια σημεία των ιστοσελίδων τους.
- Όσον αφορά την εταιρία ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΕΣ ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΕΣ, θα πρέπει να προβεί άμεσα σε διορθωτικές αλλαγές στην ιστοσελίδα της.

Παρακάτω δίνεται ένας **πίνακας** με τη συνολική βαθμολογία όλων των ιστοσελίδων. Εδώ θα πρέπει να σημειωθεί ότι η άποψη που εκφράζεται είναι σε σημαντικό βαθμό υποκειμενική λόγω της φύσης και του περιεχομένου των ιστοσελίδων. Η βαθμολόγηση θα γίνει με κλίμακα από το 1 έως το 5. Το 1 είναι ο χαμηλότερος και το 5 είναι ο υψηλότερος βαθμός.

| ΕΤΑΙΡΙΑ                           | ΧΡΗΣΗ | ΠΕΡΙΕΧΟ-<br>ΜΕΝΟ | ΔΟΜΗ | ΣΥΝΔΕ-<br>ΣΜΟΙ | ΠΛΟΗ-<br>ΓΗΣΗ | ΕΜΦΑ-<br>ΝΙΣΗ | ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ | ΣΥΝΟΛΟ |
|-----------------------------------|-------|------------------|------|----------------|---------------|---------------|-------------|--------|
| ACS                               | 5     | 5                | 4    | 5              | 4             | 5             | 5           | 33     |
| DHL                               | 4.5   | 4.5              | 4.5  | 4.5            | 5             | 5             | 5           | 33     |
| INTERATTICA                       | 5     | 4                | 4    | 5              | 4.5           | 4             | 4           | 30.5   |
| SPEEDEX                           | 4.5   | 5                | 4.5  | 5              | 4             | 4             | 4           | 31     |
| UPS                               | 5     | 5                | 5    | 5              | 5             | 5             | 5           | 35     |
| ΓΕΝΙΚΗ<br>ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΗ             | 4.5   | 4                | 4    | 4              | 4             | 4             | 4           | 28.5   |
| ΕΛΤΑ<br>ΤΑΧΥΜΕΤΑ-<br>ΦΟΡΕΣ        | 4     | 4                | 4    | 4              | 4             | 4             | 4           | 28     |
| TNT                               | 5     | 4.5              | 5    | 5              | 5             | 5             | 5           | 34.5   |
| SPEED<br>COURIERS                 | 4     | 4                | 4    | 4              | 3             | 4             | 4           | 27     |
| ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΕΣ<br>ΤΑΧΥΜΕΤΑ-<br>ΦΟΡΕΣ | 3     | 2                | 2    | 2              | 2             | 3.5           | 3           | 17.5   |

Παρακάτω, δίνεται το **γράφημα** με τα αποτελέσματα του παραπάνω πίνακα:



## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης, Kenneth C. Laudon, Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Σχεδιασμός, Ανάπτυξη, Λειτουργία Πληροφοριακών Συστημάτων, 2003.
- Προηγμένα Πληροφοριακά Συστήματα: από την θεωρία στην πράξη, David Avison & Guy Fitzgerald, Αθήνα, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, 2006.
- Ελληνικό Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, Δελτίο Τύπου, 2009.
- E-service quality-a model of virtual service quality dimensions, Author: Jessica Santos, Managing service quality; vol.13-2003, p.233-246.
- Developing and validating an instrument for measuring user-perceived web quality, Author: Abel M. Aladwani, Prashant C. Palvia.

### **Sites:**

- [www.acscourier.gr](http://www.acscourier.gr)
- [www.dhl.gr](http://www.dhl.gr)
- [www.interattica.gr](http://www.interattica.gr)
- [www.speedex.gr](http://www.speedex.gr)
- [www.ups.com](http://www.ups.com)
- [www.speedcouriers.gr](http://www.speedcouriers.gr)
- [www.taxydromiki.gr](http://www.taxydromiki.gr)
- [www.elta-courier.gr](http://www.elta-courier.gr)
- [www.courier.gr](http://www.courier.gr)
- [www.tnt.com](http://www.tnt.com)



