



Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης
Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας (ΜΟ.Κ.Ε.)

Μάθημα
**ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ**

Σημειώσεις Διάλεξης

Χρήσεις Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) στο Μάνατζμεντ και Μάρκετινγκ των επιχειρήσεων



Εισηγητής
Δρ. Μάρκος Κουργιαντάκης

Ακαδημαϊκό Έτος 2011-2012, Χειμερινό Εξάμηνο



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η υιοθέτηση και η χρήση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) από τις επιχειρήσεις για τους σκοπούς του μάνατζμεντ και του μάρκετινγκ, ονομάστηκε ηλεκτρονικό επιχειρείν.

Στο πλαίσιο του μαθήματος «Ανάπτυξη Επιχειρηματικών Σχεδίων Καινοτομικών Εφαρμογών» που διοργανώνει η Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας (ΜΟ.Κ.Ε.) του ΤΕΙ Κρήτης, δίνονται στην 7^η διάλεξη κάποιες βασικές έννοιες για το ηλεκτρονικό επιχειρείν και περιγράφονται οι κύριες εφαρμογές ΤΠΕ στις επιχειρήσεις σήμερα.

Γίνεται εύκολα κατανοητό ότι η παρουσίαση του ηλεκτρονικού επιχειρείν απαιτεί πολύ περισσότερο χρόνο από μια ακαδημαϊκή διάλεξη.

Στο πλαίσιο αυτό, οι παρούσες σημειώσεις φιλοδοξούν να καλύψουν τις λεπτομέρειες εκείνες που θα δώσουν στους φοιτητές μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα για τη χρήση των ΤΠΕ από τις επιχειρήσεις.

Οι σημειώσεις αυτές βασίζονται στον «Οδηγό Ηλεκτρονικού Επιχειρείν» που εκπόνησε για λογαριασμό του ΚΕΤΑ Κρήτης ο εισηγητής της διάλεξης, Δρ. Μάρκος Κουργιαντάκης. Στην βιβλιοθήκη του ΤΕΙ, μπορείτε να βρείτε χρήσιμα ελληνόγλωσσα και ξενόγλωσσα βιβλία στο αντικείμενο του ηλεκτρονικού επιχειρείν και του web marketing.

Καλή ανάγνωση.

Ηράκλειο, Νοέμβριος 2011
Μάρκος Κουργιαντάκης

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΝΟΤΗΤΑ Α: ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	5
A.1. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΙ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	5
A.1.1. ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ Η/Υ	5
A.1.2. ΒΑΣΙΚΕΣ ΧΡΗΣΕΙΣ Η/Υ	6
A.2. ΔΙΚΤΥΑ	8
A.2.1. ΔΙΚΤΥΑ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ	8
A.2.2. ΜΟΝΤΕΛΟ ΠΕΛΑΤΗ – ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΤΗ	9
A.2.3. INTRANET – EXTRANET	10
A.3. INTERNET	11
A.3.1. ΠΩΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ	11
A.3.2. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ	12
A.3.3. ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	13
A.3.4. ΤΙ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	14
A.3.5. ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΗ ΣΥΝΔΕΣΗ	15
ΕΝΟΤΗΤΑ Β: ΒΗΜΑΤΑ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ	17
B.1. ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΟΛΑ Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ	17
B.1.1. ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ	17
B.2. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΤΟΠΟΥ	18
B.2.1. ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΙ ΚΑΤΟΧΥΡΩΣΗ ΟΝΟΜΑΤΟΣ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΤΟΠΟΥ	18
B.2.2. ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΤΟΠΟΥ	19
B.2.3. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΤΟΠΟΥ	19
B.3. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΠΡΟΩΘΗΣΗ	22
B.3.1. MARKETING ΑΠΟ ΤΟΝ ΔΙΚΤΥΑΚΟ ΤΟΠΟ	22
B.3.2. ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΤΟΠΟΥ	23
B.3.3. ΜΕΤΡΗΣΕΙΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ – WEB METRICS	24
B.4. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ	25
B.4.1. ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΣΕ ΕΝΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ	25
B.5. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ	27
B.5.1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ	27

B.5.2. ΕΙΔΗ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ ΣΤΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ	28
B.5.3. ΕΠΙΛΟΓΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	29
B.6. ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ	29
B.7. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ	31
B.8. ΕΜΠΟΡΙΟ ΜΕΣΩ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΦΟΡΗΤΟΤΗΤΑ.	33
B.8.1. ΣΤΑΘΕΡΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑ	33
B.8.2. ΚΙΝΗΤΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑ ΚΑΙ ΑΣΥΡΜΑΤΑ ΔΙΚΤΥΑ	34
ΕΝΟΤΗΤΑ Γ: ΟΡΙΖΟΝΤΙΑ ΘΕΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ	36
Γ.1. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ (E-GOVERNMENT)	36
Γ.2. ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ (E-BANKING)	36
Γ.3. ΤΗΛΕ-ΕΡΓΑΣΙΑ (E-WORKING)	37
Γ.4. ΤΗΛΕ-ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ (E-LEARNING)	37
Γ.5. ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ	38
ΕΠΙΛΟΓΟΣ	40
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	41
ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ	48
ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ	52

ΕΝΟΤΗΤΑ Α: Τεχνολογία και Επιχειρήσεις

Α.1. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΙ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Α.1.1. ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ Η/Υ

Ο ηλεκτρονικός υπολογιστής (Η/Υ) είναι ένα σύνολο ηλεκτρονικών-ηλεκτρικών στοιχείων για τη δημιουργία, την επεξεργασία και τη διαχείριση πληροφοριών. Τα στοιχεία αυτά χωρίζονται σε δύο μεγάλες κατηγορίες: το **υλικό (hardware)** και το **λογισμικό (software)**. Το υλικό είναι όλα τα χειροπιαστά μέρη του υπολογιστή, όπως η οθόνη, το πληκτρολόγιο, το ποντίκι κ.ά, καθώς και όλα τα επιμέρους κομμάτια τους, όπως οι σκληροί δίσκοι, οι μνήμες, οι επεξεργαστές, οι κάρτες ήχου, κτλ. Οι ιδιότητες των υλικών προσδιορίζουν τα χαρακτηριστικά κάθε ηλεκτρονικού υπολογιστή. Για παράδειγμα, ένας Η/Υ με μνήμη 512MB είναι πολύ πιο γρήγορος στην επεξεργασία από κάποιον με 256MB.

Λογισμικό είναι τα διάφορα προγράμματα που “τρέχουν” στον υπολογιστή. Είναι οι εντολές που λένε στον υπολογιστή τι να κάνει. Λογισμικό θεωρείται ο γνωστός κειμενογράφος Word, το Excel, τα προγράμματα λογιστηρίου και μηχανοργάνωσης που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις, τα ηλεκτρονικά παιχνίδια και πολλά άλλα. Τα παραπάνω λογισμικά ονομάζονται λογισμικά εφαρμογών και εγκαθίστανται εύκολα στον Η/Υ από δισκέτες, CD ή το Διαδίκτυο. Το λογισμικό που ελέγχει και συντονίζει όλες τις λειτουργίες του υπολογιστή, δηλ. συνδέει το υλικό του υπολογιστή με τα προγράμματα εφαρμογών, ονομάζεται **λειτουργικό σύστημα**. Το πλέον διαδεδομένο λειτουργικό σύστημα είναι τα Windows.

Πρέπει να τονιστεί ότι παρά την επικράτηση των Windows και του λογισμικού της Microsoft (Word, Excel, κ.ά.), σήμερα η επιχειρηματική κοινότητα αρχίζει να χρησιμοποιεί ευρέως το **Ελεύθερο Λογισμικό και το Λογισμικό Ανοικτού Κώδικα (ΕΛ/ΛΑΚ)**. Τα ΕΛ/ΛΑΚ είναι λογισμικά στα οποία ο κώδικας τους είναι διαθέσιμος στους χρήστες. Αυτό σημαίνει ότι τα ΕΛ/ΛΑΚ λογισμικά έχουν μηδενικό ή ελάχιστο κόστος απόκτησης, χρήσης και διανομής και μπορούν να προσαρμοστούν καλύτερα στις απαιτήσεις των επιχειρήσεων που τα χρησιμοποιούν. Παράδειγμα ΕΛ/ΛΑΚ αποτελεί το λειτουργικό σύστημα Linux και τα προγράμματα που το συνοδεύουν

(Περισσότερα για το ΕΛ/ΛΑΚ μπορείτε να βρείτε στο Διαδίκτυο στη διεύθυνση: <http://mathe.ellak.gr>).

A.1.2. ΒΑΣΙΚΕΣ ΧΡΗΣΕΙΣ Η/Υ

Η χρήση Η/Υ μπορεί να επιφέρει δραστικές αλλαγές στην οργάνωση της επιχείρησης, αλλαγές που οδηγούν με τον ένα ή τον άλλο τρόπο στην αποτελεσματικότερη λειτουργία της. Σήμερα, οι Η/Υ χρησιμοποιούνται από τις επιχειρήσεις, ως εργαλεία:

➤ **Αυτοματισμού γραφείου και διατήρησης αρχείων (εγγράφων) της επιχείρησης**

Με τον παραδοσιακό τρόπο (χρήση ντοσιέ), η δημιουργία, η ταξινόμηση και η διατήρηση των αρχείων είναι μια δύσκολη και χρονοβόρα διαδικασία. Με τους Η/Υ, όλα τα αρχεία της επιχείρησης (στοιχεία εργαζομένων, προσφορές κοστολόγησης, αλληλογραφία, κ.ά.) μπορούν να μετατραπούν ή να

Τα οφέλη από την ηλεκτρονική διατήρηση εγγράφων είναι η καλύτερη ταξινόμηση, ευκολία αναζήτησης και εύρεσης, ευκολία τροποποίησης και ανάκτησης των αρχείων, μείωση των αποθηκευτικών χώρων της επιχείρησης, καθώς και ευκολότερη διακίνηση των αρχείων

δημιουργηθούν και να διατηρηθούν (αποθηκευτούν) σε ψηφιακή μορφή. Τα οφέλη είναι πολλά: καλύτερη ταξινόμηση, ευκολία αναζήτησης και εύρεσης, ευκολία τροποποίησης και ανάκτησης των αρχείων, μείωση των αποθηκευτικών χώρων της επιχείρησης, καθώς και ευκολότερη

διακίνηση των αρχείων μέσω των δικτύων. Για την διατήρηση των αρχείων χρησιμοποιούνται και τα λεγόμενα περιφερειακά στοιχεία ενός Η/Υ, όπως οι εκτυπωτές (printers, για την μετατροπή των ηλεκτρονικών εγγράφων σε έντυπη μορφή), οι σαρωτές (scanners, για την μετατροπή των έντυπων εγγράφων σε ηλεκτρονικά), οι δισκέτες και τα CD, DVD (ως ηλεκτρονικά μέσα αποθήκευσης), κ.ά. (βλ. παράδειγμα στο Παράρτημα)

Σε μεγάλες επιχειρήσεις η ηλεκτρονική αρχειοθέτηση και διαχείριση των αρχείων (Document Management) αποκτά μεγαλύτερη αξία αλλά απαιτεί επιπλέον εξοπλισμό και υποδομές. Απαραίτητη είναι η δημιουργία ιδιωτικού δικτύου (βλ. παράγραφο A.2.Δίκτυα) και η αγορά ειδικών συστημάτων Document Management, τα οποία επιτελούν ειδικές λειτουργίες σάρωσης, επεξεργασίας και ανταλλαγής δεδομένων με βάσεις δεδομένων σε κεντρικό

εξυπηρετητή (βλ. παράγραφο Α.2.Δίκτυα). Η συγκέντρωση των αρχείων από όλα τα τμήματα της επιχείρησης γίνεται στις κεντρικές βάσεις δεδομένων μέσω του εσωτερικού δικτύου. Από τις βάσεις δεδομένων είναι πλέον εύκολες πολλές διαδικασίες, από την ανάκτηση και τη διαχείριση των αρχείων, μέχρι και την αναζήτηση κρυμμένων πληροφοριών (data mining) με τη χρήση εξειδικευμένων αναλυτικών εφαρμογών (π.χ. ασαφή ανάλυση και νευρωνικά δίκτυα)

➤ **Μηχανοργάνωσης**

Ως εργαλεία μηχανοργάνωσης, οι Η/Υ μπορούν να συνεισφέρουν στην γρήγορη και εύκολη έκδοση εμπορικών παραστατικών (τιμολογίων, αποδείξεων, μισθοδοτικών καταστάσεων, κ.ά). Παράλληλα δίνουν την δυνατότητα συντονισμού, άμεσου ελέγχου και αυτόματης ενημέρωσης όλων των επιμέρους τμημάτων (συστημάτων) της επιχείρησης, όπως των αποθηκών και του λογιστηρίου, για τις κινήσεις προϊόντων και κεφαλαίων. Με την ηλεκτρονική μηχανοργάνωση ενισχύεται η ευελιξία της επιχείρησης και αυξάνεται το επίπεδο εξυπηρέτησης των πελατών της. Συνήθως για την μηχανοργάνωση χρησιμοποιούνται ειδικά λογισμικά εφαρμογών. (βλ. παράδειγμα στο Παράρτημα)

➤ **Αυτοματοποίησης της παραγωγής**

Είτε ενσωματωμένοι στα μηχανήματα παραγωγής, είτε συνδεδεμένοι με αυτά, οι Η/Υ αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι κάθε σύγχρονης παραγωγικής διαδικασίας και βοηθούν στην αυτοματοποίησή της. Η αυτόματη ζύγιση των

προϊόντων κατά τη συσκευασία (λαδιού σε μπουκάλια, ξηροί καρποί), το αυτόματο πότισμα καλλιεργειών, το αυτόματο ζύγισμα ζύμης, είναι μερικά μόνο παραδείγματα. Με την εισαγωγή τους στην παραγωγή, οι Η/Υ συνεισφέρουν σημαντικά στην

αποφυγή λαθών, στη μείωση του χρόνου και του κόστους, και στην αποτελεσματικότερη κι αποδοτικότερη διαχείριση της παραγωγικής διαδικασίας.

➤ **Επικοινωνίας και πληροφόρησης (Αποστολής και λήψης ψηφιακών πληροφοριών)**

Με την εισαγωγή τους στην παραγωγή, οι Η/Υ συνεισφέρουν σημαντικά στην αποφυγή λαθών, στην μείωση του χρόνου και του κόστους, και στην αποτελεσματικότερη κι

Η φθηνότερη και ευκολότερη επικοινωνία, καθώς και η ευρεία διάχυση των πληροφοριών είναι πλέον γεγονός χάρη στους Η/Υ. Η επικοινωνία και η πρόσβαση σε μεγάλο όγκο πληροφορίας επιτυγχάνεται μέσω των υπολογιστικών δικτύων, όπως τα εταιρικά δίκτυα και το Διαδίκτυο, τα οποία αναλύονται στα κεφάλαια Α.2 και Α.3 αντίστοιχα.

➤ **Ηλεκτρονικού εμπορίου**

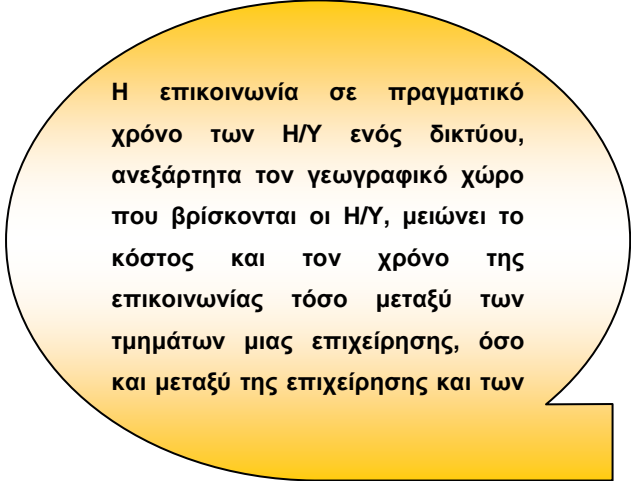
Πέρα από τα παραπάνω που μπορούν να θεωρηθούν γενικά κινήσεις εισαγωγής στο ηλεκτρονικό επιχειρείν, οι Η/Υ μέσω των υπολογιστικών δικτύων αποτελούν εργαλεία ηλεκτρονικού εμπορίου, δηλ. διεξαγωγής ηλεκτρονικών αγοραπωλησιών προϊόντων και υπηρεσιών. Θέματα ηλεκτρονικού εμπορίου παρουσιάζονται αναλυτικότερα στο κεφάλαιο Β του παρόντος οδηγού.

A.2. ΔΙΚΤΥΑ

A.2.1. ΔΙΚΤΥΑ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ

Δύο ή περισσότεροι συνδεδεμένοι Η/Υ αποτελούν ένα **δίκτυο** υπολογιστών. Η χρησιμότητα των δικτύων είναι τεράστια αφού με τα δίκτυα δίνεται η δυνατότητα χρησιμοποίησης **κοινών πόρων** (αρχείων, εκτυπωτών, κτλ) από τους Η/Υ που

βρίσκονται στο δίκτυο. Για παράδειγμα, ένας Η/Υ που βρίσκεται στον α' όροφο μιας επιχείρησης μπορεί μέσω του δικτύου να χρησιμοποιήσει τον εκτυπωτή που είναι συνδεδεμένος με τον Η/Υ στον β' όροφο. Μέσω των δικτύων, κάθε υπάλληλος της επιχείρησης με κατάλληλη εξουσιοδότηση θα μπορεί να λάβει και να αποστείλει δεδομένα από και προς άλλους υπολογιστές,



Η επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο των Η/Υ ενός δικτύου, ανεξάρτητα τον γεωγραφικό χώρο που βρίσκονται οι Η/Υ, μειώνει το κόστος και τον χρόνο της επικοινωνίας τόσο μεταξύ των τμημάτων μιας επιχείρησης, όσο και μεταξύ της επιχείρησης και των

καθώς επίσης και να κάνει ταυτόχρονη χρήση των ίδιων αρχείων ή προγραμμάτων (στοιχεία αποθήκης, φορολογικά στοιχεία, πελατολόγιο, κτλ.) με τους συναδέλφους του. Η επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο των Η/Υ ενός δικτύου, ανεξάρτητα τον γεωγραφικό χώρο που βρίσκονται οι Η/Υ, **μειώνει το κόστος και τον χρόνο** της

επικοινωνίας τόσο μεταξύ των τμημάτων μιας επιχείρησης, όσο και μεταξύ της επιχείρησης και των εμπορικών συνεργατών της.

A.2.2. ΜΟΝΤΕΛΟ ΠΕΛΑΤΗ – ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΤΗ

Για τη δημιουργία ενός μικρού δικτύου 2-3 υπολογιστών που βρίσκονται στον ίδιο χώρο, απαιτείται η ύπαρξη καρτών δικτύου σε κάθε Η/Υ, οι οποίες επιτρέπουν την επικοινωνία μεταξύ των Η/Υ (π.χ. κάρτα δικτύου Ethernet 10/100), ενώ η σύνδεσή τους γίνεται απευθείας με ειδικά καλώδια δικτύου ή ασύρματα. Η δημιουργία μεγαλύτερων δικτύων που συνδέουν Η/Υ σε περισσότερους από έναν χώρους (π.χ. σε ένα κτίριο) απαιτεί επιπλέον εγκαταστάσεις **δομημένης καλωδίωσης**, δηλ. την εγκατάσταση ενός συνόλου καλωδίων και υλικών για τη μετάδοση των δεδομένων από τους διαφορετικούς χώρους της επιχείρησης.

Ένα δίκτυο από περισσότερους υπολογιστές δημιουργείται σήμερα σύμφωνα το **μοντέλο πελάτη – εξυπηρετητή**. Στο μοντέλο αυτό, όλοι οι Η/Υ του δικτύου είναι οι “πελάτες” που ζητάνε δεδομένα από έναν κεντρικό υπολογιστή, τον **εξυπηρετητή (server)**. Ο εξυπηρετητής είναι ο ελεγκτής διακίνησης των δεδομένων, ο «τροχονόμος» που ρυθμίζει ποια δεδομένα θα πάνε από έναν υπολογιστή σε κάποιον άλλο (βλ. παράδειγμα στο Παράρτημα). Στη περίπτωση αυτή, οι Η/Υ μπορεί να είναι πολύ απομακρυσμένοι, δηλ. να μην βρίσκονται στον ίδιο χώρο ή στο ίδιο κτίριο, οπότε η σύνδεσή τους δεν γίνεται μόνο μέσω καλωδίων δικτύου αλλά και μέσω τηλεπικοινωνιακών γραμμών. Εκτός από τον εξυπηρετητή, στο μοντέλο αυτό απαιτούνται συνήθως κι άλλες συσκευές (υλικά) που βοηθούν στην διακίνηση των δεδομένων μεταξύ των Η/Υ του δικτύου. Οι κυριότερες είναι:

- Τα **modem** που πρέπει να βρίσκονται σε κάθε Η/Υ και μετατρέπουν τα σήματα των τηλεπικοινωνιακών γραμμών σε ψηφιακά σήματα που αναγνωρίζει ο Η/Υ, κι αντίστροφα.
- Τα **hub** που εξυπηρετούν δύο βασικές λειτουργίες. Παρέχουν ένα εύκολο τρόπο συγκέντρωσης των καλωδίων του δικτύου και λειτουργούν σαν ενισχυτές ή σαν επαναλήπτες των σημάτων. Έτσι μπορούν να επεκτείνουν την επικοινωνία μεταξύ υπολογιστών σε μεγάλη απόσταση.

Ανεξάρτητα από το μέγεθος ή την τοπολογία (τον τρόπο σύνδεσης των Η/Υ) ενός δικτύου, οι Η/Υ πρέπει να “μιλούν την ίδια γλώσσα”, να καταλαβαίνουν δηλ. τα δεδομένα που μεταφέρονται από το δίκτυο. Την εργασία αυτή αναλαμβάνουν κάποια

προγράμματα επικοινωνίας που ονομάζονται **πρωτόκολλα**. Απλά, τα πρωτόκολλα είναι οι κανόνες που επιτρέπουν στους Η/Υ να επικοινωνούν και να ανταλλάσσουν δεδομένα. Συνήθως, η ενεργοποίηση των πρωτοκόλλων είναι μια απλή διαδικασία μέσα από το υπάρχον υλικό του δικτύου και για τη χρήση τους δεν απαιτείται επιπλέον απόκτηση υλικού ή λογισμικού.

A.2.3. INTRANET – EXTRANET

Κάθε δίκτυο μπορεί να υπαχθεί σε τρεις βασικές κατηγορίες: στο Διαδίκτυο, τα intranets και τα extranets. Ο όρος **intranets** αναφέρεται στα εσωτερικά ή ιδιωτικά δίκτυα επιχειρήσεων και άλλων οργανισμών, και δημιουργούνται με την διαδικασία που περιγράφηκε παραπάνω. Τα intranets προσφέρουν στην επιχείρηση λειτουργικά και στρατηγικά πλεονεκτήματα όπως την γρηγορότερη, ευκολότερη και αποτελεσματικότερη επικοινωνία μεταξύ του προσωπικού της επιχείρησης και την συγκέντρωση, την ανάλυση και επεξεργασία πολλών δεδομένων στρατηγικής σημασίας για την επιχείρηση. Τα **extranets** αναφέρονται σε δια-επιχειρησιακά δίκτυα, δηλ. δίκτυα που συνδέουν συνήθως intranets δύο ή περισσότερων εμπορικών εταιρών (προμηθευτών, μεγάλων πελατών, συνεργατών, κ.ά.) με στόχο την ανταλλαγή δεδομένων, την ολοκλήρωση παραγγελιών και τη στενότερη υποστήριξη πελατών.

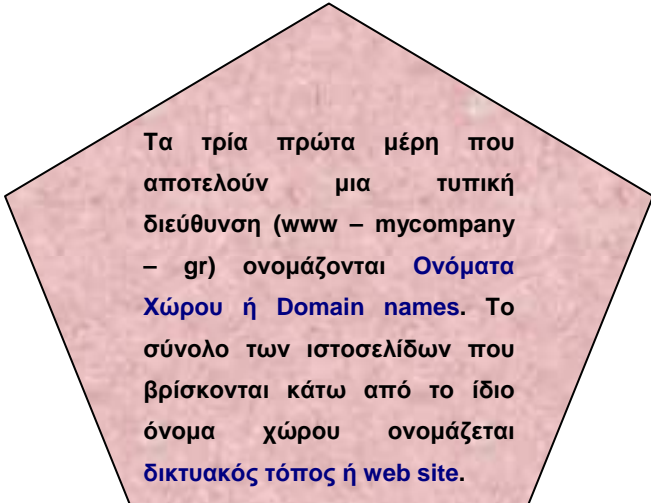
Αν και η βασική ιδέα και για τα τρία είδη δικτύων (intranets, extranets, Internet) είναι στην ουσία η ίδια, οι κυριότερες διαφορές τους εντοπίζονται στη γεωγραφική τους έκταση και στο επίπεδο ασφάλειας που διαθέτουν. Τα intranets και τα extranets είναι δίκτυα πιο περιορισμένης εμβέλειας αλλά πιο ασφαλή από το Διαδίκτυο. Βέβαια, με την εξέλιξη των τεχνολογιών των τηλεπικοινωνιών δημιουργήθηκαν και νέες μορφές δικτύων οι οποίες μπορούν να θεωρηθούν συνδυασμός των προαναφερθέντων τριών ειδών δικτύων. Τέτοια δίκτυα είναι τα **Ιδεατά Ιδιωτικά Δίκτυα (VPN – Virtual Private Networks)**, τα οποία συνδέουν δύο ή περισσότερα ιδιωτικά δίκτυα μέσω του Διαδικτύου αλλά με τεχνολογία που προσφέρει πολύ ασφαλέστερη επικοινωνία από τη μέση ασφάλεια που προσφέρει το Διαδίκτυο (βλ. παράδειγμα στο Παράρτημα). Τα VPN είναι ιδανικά για επιχειρήσεις με πολλά υποκαταστήματα ή σημεία παραγωγής, αφού η σύνδεση τέτοιων απομακρυσμένων υποδομών μεταξύ τους (αλλά και με την κεντρική δομή της επιχείρησης) είναι επιτακτική και πρέπει να γίνεται με ευελιξία και ασφάλεια.

A.3. INTERNET

A.3.1. ΠΩΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ

Το Διαδίκτυο (Internet) είναι απλά το “**δίκτυο των δικτύων**”, δηλ. αντί να συνδέει

H/Y, συνδέει δίκτυα μεταξύ τους. Για να ακριβολογούμε συνδέει τους εξυπηρετητές κάθε δικτύου που είναι συνδεδεμένοι στο Διαδίκτυο. Οι εξυπηρετητές του Διαδικτύου περιέχουν αρχεία διαφόρων τύπων, αλλά κυρίως αρχεία γραμμένα με κάποιες γλώσσες προγραμματισμού αφιερωμένες στο Διαδίκτυο, όπως την HTML και την XML, τα οποία ονομάζονται **ιστοσελίδες**. Οι ιστοσελίδες είναι διαθέσιμες σε κάθε χρήστη του Διαδικτύου και κάθε μια έχει μια



Τα τρία πρώτα μέρη που αποτελούν μια τυπική διεύθυνση (www – mycompany – gr) ονομάζονται **Ονόματα Χώρου ή Domain names**. Το σύνολο των ιστοσελίδων που βρίσκονται κάτω από το ίδιο όνομα χώρου ονομάζεται **δικτυακός τόπος ή web site**.

μοναδική διεύθυνση που ονομάζεται URL (Uniform Resource Locator) και έχει τη γνωστή μορφή: www.mycompany.gr/news. Τα τρία πρώτα μέρη που αποτελούν μια τυπική διεύθυνση (www – mycompany – gr) ονομάζονται **Ονόματα Χώρου ή Domain names**. Το σύνολο των ιστοσελίδων που βρίσκονται κάτω από το ίδιο όνομα χώρου ονομάζεται **δικτυακός τόπος ή web site**. Ο τρόπος λειτουργίας του Διαδικτύου στηρίζεται στο μοντέλο πελάτη – εξυπηρετητή. Με απλά λόγια, κάθε H/Y συνδεδεμένος στο Διαδίκτυο είναι ένας πελάτης που έχει έναν μοναδικό αναγνωριστικό αριθμό, την **IP διεύθυνση**, και ζητά ιστοσελίδες από διάφορους εξυπηρετητές. Για παράδειγμα, ο υπάλληλος μιας επιχείρησης που είναι συνδεδεμένη στο Διαδίκτυο, θέλει να βρει στοιχεία για έναν υποψήφιο προμηθευτή της επιχείρησης ο οποίος διαθέτει δικτυακό τόπο.

- Για την πλοήγησή του στο Διαδίκτυο, ο υπάλληλος θα χρησιμοποιήσει ένα λογισμικό που ονομάζεται φυλλομετρητής ή πλοηγητής (πχ Internet Explorer ή FireFox), στο οποίο θα πληκτρολογήσει τη διεύθυνση του δικτυακού τόπου του προμηθευτή (π.χ. www.promitheutis.gr).
- Ο φυλλομετρητής θα στείλει στον εξυπηρετητή της επιχείρησης τα στοιχεία της IP διεύθυνσης του H/Y του υπαλλήλου μαζί με τη διεύθυνση του δικτυακού τόπου που ζητά ο υπάλληλος.

- Ο εξυπηρετητής της επιχείρησης με τη σειρά του, θα αποστείλει μέσω τηλεφωνικών γραμμών τα στοιχεία αυτά στον εξυπηρετητή του προμηθευτή, ο οποίος μέσω της αντίστροφης διαδικασίας θα αποστείλει τις ζητούμενες ιστοσελίδες στον υπολογιστή του υπαλλήλου.

Η αποστολή και λήψη των ιστοσελίδων, όπως περιγράφηκε παραπάνω, γίνεται σε κλάσματα δευτερολέπτου και με βάση κάποια πρωτόκολλα, το κυριότερο των οποίων είναι το TCP/IP.

A.3.2. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Οι υπηρεσίες που προσφέρει σήμερα το Διαδίκτυο είναι πάρα πολλές και λίγο –πολύ γνωστές στους περισσότερους. Γενικά, οι υπηρεσίες του Διαδικτύου μπορούν να διαχωριστούν σε:

Υπηρεσίες αναζήτησης πληροφοριών

Η πιο δημοφιλής υπηρεσία του Διαδικτύου ονομάζεται **Παγκόσμιος Ιστός ή World Wide Web** και αναφέρεται στη αναζήτηση, εύρεση και απόκτηση κάθε τύπου πληροφορίας. Η τεχνολογία του Παγκόσμιου Ιστού επιτρέπει την παρουσίαση του περιεχομένου του Διαδικτύου σε ένα γραφικό και εύχρηστο περιβάλλον, όπου οι ιστοσελίδες μπορούν να περιλαμβάνουν κείμενο, ήχο, στατικές και κινούμενες εικόνες, ακόμα και video.

Κατηγορίες Υπηρεσιών Διαδικτύου:

- Υπηρεσίες αναζήτησης πληροφοριών
- Υπηρεσίες επικοινωνίας
- Υπηρεσίες ηλεκτρονικού επιχειρείν

Υπηρεσίες επικοινωνίας

Σήμερα στο Διαδίκτυο υπάρχουν πολλές και διαφορετικές εφαρμογές επικοινωνίας, όπως το **ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail)**, **οι απευθείας συνομιλίες (chat)**, **οι μεταφορές αρχείων (ftp)**, **οι ηλεκτρονικές ομάδες συζητήσεων (newsgroups)**, **οι ηλεκτρονικές λίστες ανακοινώσεων (mailing lists)**, **οι τηλεδιασκέψεις (net-meeting)** κ.ά.

Υπηρεσίες ηλεκτρονικού επιχειρείν

Μέσα από το Διαδίκτυο δίνεται η δυνατότητα λειτουργίας πολλών πρακτικών ηλεκτρονικού επιχειρείν **όπως το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce)**, το

ηλεκτρονικό μάρκετινγκ (e-marketing), η εκπαίδευση από απόσταση (e-learning), η τήλε-εργασία (teleworking), κ.ά.

A.3.3. ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Για τη σύνδεση ενός Η/Υ μιας επιχείρησης στο Διαδίκτυο, απαιτούνται:

- **Μια τηλεφωνική γραμμή:** Υπάρχουν διάφοροι τύποι τηλεφωνικών γραμμών οι οποίες χρησιμοποιούνται για την σύνδεση στο Διαδίκτυο και η επιλογή μιας τέτοιας γραμμής εξαρτάται από τις ανάγκες της επιχείρησης. Η πιο διαδεδομένη ήταν η κοινή γραμμή PSTN, η οποία όμως σε σύγκριση με την ISDN γραμμή προσέφερε μικρότερες ταχύτητες μεταφοράς δεδομένων και δεν επέτρεπε ταυτόχρονη χρήση του Internet και του τηλεφώνου. Ο πιο ενδεδειγμένος τύπος γραμμής σήμερα είναι αυτός της ADSL, ο οποίος προσφέρει ότι και η ISDN αλλά με πολλαπλάσιες ταχύτητες.
- **Ένα modem:** Όπως περιγράφηκε παραπάνω το modem δίνει τη δυνατότητα σε έναν Η/Υ να επικοινωνεί με άλλους Η/Υ διαμέσου της τηλεφωνικής γραμμής μετατρέποντας τα αναλογικά σε ψηφιακά σήματα κι αντίστροφα. Ανάλογα με την τηλεφωνική γραμμή που θα επιλεγθεί, επιλέγεται και το κατάλληλο modem.
- **Ένας παροχέας υπηρεσιών Διαδικτύου (Internet Service Provider- ISP):** Οι πάροχοι υπηρεσιών Διαδικτύου είναι εταιρίες που διαθέτουν τα κεντρικά δίκτυα της χώρας τα οποία συνδέονται στο Διαδίκτυο. Κάθε μικρότερο δίκτυο ή Η/Υ συνδέεται στο Διαδίκτυο μέσω αυτών των κεντρικών δικτύων. Η σύνδεση αυτή επιτυγχάνεται με διάφορα πακέτα συνδρομών που προσφέρουν οι πάροχοι, ανάλογα με τον τύπο της τηλεφωνικής γραμμής που διαθέτει η επιχείρηση/ συνδρομητής. Το κόστος των συνδρομών προς τον πάροχο υπηρεσιών Διαδικτύου ποικίλλει ανάλογα με τον τύπο της τηλεφωνικής γραμμής (π.χ. απλή γραμμή PSTN ή γρήγορη γραμμή ADSL) και τη χρονική διάρκεια της συνδρομής/ σύνδεσης (π.χ. 6 μήνες, 1 χρόνο, κτλ.). Οι μεγαλύτερες εταιρίες ISP στην Ελλάδα είναι η Forthnet, η OTEnet, η Hellas Online, και άλλες εταιρίες στο χώρο της σταθερής τηλεφωνίας και του Internet που παρουσιάζονται στο τμήμα “Χρήσιμες Διευθύνσεις” του παρόντος οδηγού.

Στην περίπτωση που μια επιχείρηση επιθυμεί να συνδέσει στο Διαδίκτυο περισσότερους από έναν Η/Υ που διαθέτει, τότε συνήθως αναπτύσσει πρώτα ένα μικρό δίκτυο και στη συνέχεια συνδέει τον εξυπηρετητή (server) του δικτύου της με το Διαδίκτυο σύμφωνα με τα παραπάνω.

A.3.4. ΤΙ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Η σύνδεση στο Διαδίκτυο, προσφέρει στις επιχειρήσεις σημαντικά οφέλη, όπως:

- **Πλήρη και άμεση ενημέρωση** για τα ζητήματα της εγχώριας και παγκόσμιας αγοράς, επιχειρηματικά νέα, ευκαιρίες, κ.ά. μέσα από τις διάφορες πύλες επιχειρηματικής ενημέρωσης (portals).
- **Μείωση του κόστους και του χρόνου των επικοινωνιών** με τους επιχειρηματικούς συνεργάτες (υπαλλήλους, προμηθευτές, πελάτες) **ανεξαρτήτως της γεωγραφικής περιοχής** στην οποία βρίσκονται. Το κύριο εργαλείο σε αυτή την περίπτωση είναι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail).
- **Εύρεση νέων προμηθευτών / πελατών** εγχώρια και παγκόσμια, με φτηνό και γρήγορο τρόπο, μέσα από τις Διαδικτυακές μηχανές αναζήτησης και τα εταιρικά websites.
- **Ευκολία στις συναλλαγές** της επιχείρησης με τους δημόσιους οργανισμούς και τους εμπορικούς εταίρους που έχουν αναπτύξει δικτυακούς τόπους. Οι

Όλα αυτά οδηγούν σε δραματικές μειώσεις στα κόστη προβολής, επικοινωνίας και συναλλαγών, καλύτερη και συνεχή εξυπηρέτηση των πελατών, και κατ' επέκταση στην μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα και ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης.

συναλλαγές αυτές αφορούν πάρα πολλές και ποικίλες δραστηριότητες, από την λήψη εντύπων και την ηλεκτρονική κατάθεση μιας αίτησης μέχρι τις αγορές προϊόντων και υπηρεσιών από τους προμηθευτές της επιχείρησης.

Με την ανάπτυξη Διαδικτυακών επιχειρηματικών εφαρμογών ηλεκτρονικού επιχειρείν, όπως ένα web site (αναλύεται στη συνέχεια), το Διαδίκτυο αποτελεί μια παγκόσμια αγορά και μπορεί να προσφέρει επιπλέον:

- Άλλο ένα **πλήρες και αμφίδρομο κανάλι προβολής (marketing)** της επιχείρησης σε όλο τον κόσμο, με τη δυνατότητα ηλεκτρονικής διαφήμισης και ηλεκτρονικών δημοσκοπήσεων.
- **Αυτοματοποιημένες ηλεκτρονικές συναλλαγές** 7 ημέρες την εβδομάδα, 24 ώρες τη μέρα.

Όλα αυτά οδηγούν σε **δραματικές μειώσεις στα κόστη** προβολής, επικοινωνίας και συναλλαγών, **καλύτερη και συνεχή εξυπηρέτηση των πελατών**, και κατ' επέκταση στην **μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα και ανταγωνιστικότητα** της επιχείρησης.

A.3.5. ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΗ ΣΥΝΔΕΣΗ

Κατά τη σύνδεση στο Διαδίκτυο πρέπει να διασφαλίζεται το δυνατόν καλύτερα η ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων και των υπολογιστικών συστημάτων. Μερικοί απλοί κανόνες κατά εκείνων (hackers, crackers) που κακόβουλα προσπαθούν να αποκτήσουν πρόσβαση ή να βλάψουν έναν Η/Υ στο Διαδίκτυο, είναι οι ακόλουθοι:

- **Ποτέ μην αποκαλύπτετε προσωπικά δεδομένα** σε άτομα που δεν γνωρίζετε, σε περίπτωση που συνομιλείτε μαζί τους απευθείας, μέσω των chatrooms ή των instant messages.
- **Ποτέ μην ανοίγετε e-mail που δεν γνωρίζετε τον αποστολέα** και ιδιαίτερα μην ανοίγετε τα συνημμένα αρχεία που υπάρχουν σε τέτοια e-mail. Συνήθως τα e-mail αυτά περιέχουν ιούς, δηλ. προγράμματα που δημιουργούν προβλήματα σε μία ή περισσότερες λειτουργίες του Η/Υ. Επιπλέον, στην περίπτωση λήψεως συχνής Ανεπιθύμητης Ηλεκτρονικής Αλληλογραφίας (spamming), η οποία αναφέρεται στη παραλαβή μαζικών e-mails με διαφημιστικό περιεχόμενο χωρίς την προηγούμενη έγκρισή μας, ενδείκνυται η χρησιμοποίηση προγραμμάτων **anti-spam**. Τα λογισμικά αυτά «φιλτράρουν» την ηλεκτρονική σας αλληλογραφία και εμποδίζουν τη λήψη ανεπιθύμητων e-mails.
- **Ποτέ μην συνδέεστε στο Διαδίκτυο χωρίς τη χρήση antivirus**, δηλ. λογισμικών που εντοπίζουν και καταστρέφουν τους ιούς. Πολλά antivirus εντοπίζουν και ιούς που δεν βλάπτουν τον Η/Υ, αλλά "ανοίγουν" πόρτα πρόσβασης στον Η/Υ για εκείνον που στέλνει τους ιούς. Τα πιο γνωστά antivirus προγράμματα στην αγορά είναι τα Norton και MacAfee.

- **Ποτέ μην συνδέεστε στο Διαδίκτυο χωρίς τη χρήση firewall**, δηλ. λογισμικών ή υλικών που ελέγχουν και φιλτράρουν την πληροφορία που εισέρχεται ή εξέρχεται. Τα firewalls δίνουν τη δυνατότητα αποδοχής ή απόρριψης της πληροφορίας που επιχειρείται να σταλεί από και προς τον Η/Υ.
- **Πάντα να ενημερώνετε τις εκδόσεις των λογισμικών antivirus, firewall** αλλά και των λειτουργικών συστημάτων που διαθέτει ο Η/Υ. Η ενημέρωση γίνεται από τις ιστοσελίδες των εταιριών που κατασκευάζουν τα λογισμικά αυτά και διαρκεί λίγα λεπτά. Κάθε ενημερωμένη έκδοση περιέχει περισσότερους μηχανισμούς προστασίας.
- Τέλος, για την προστασία και της ανωνυμίας κατά την πλοήγηση στο Διαδίκτυο **επιλέξτε από τις ρυθμίσεις του φυλλομετρητή το καλύτερο επίπεδο ασφάλειας** που σας παρέχει.

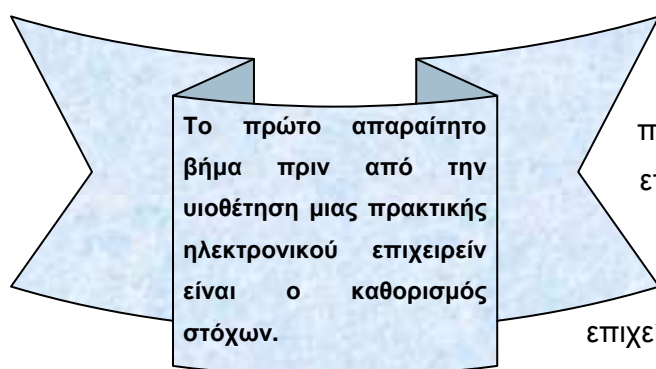
ΕΝΟΤΗΤΑ Β: Βήματα στο ηλεκτρονικό επιχειρείν

Πολλά από τα πλεονεκτήματα της νέας τεχνολογίας και του Διαδικτύου που αναφέρθηκαν, μπορεί να τα επιτύχει μια επιχείρηση με την δημιουργία εσωτερικών υπολογιστικών δικτύων ή με μια απλή σύνδεση στο Διαδίκτυο. Όμως, υπάρχουν και πολλές άλλες ευκαιρίες που προσφέρει το Διαδίκτυο, όπως οι υπηρεσίες ηλεκτρονικού επιχειρείν, οι οποίες απαιτούν από την επιχείρηση τη δημιουργία μιας πιο προηγμένης ηλεκτρονικής επιχειρηματικής εφαρμογής. Μια τέτοια εφαρμογή είναι, για παράδειγμα, ένας εταιρικός δικτυακός τόπος (web site). Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται τα βασικότερα στοιχεία για την ανάπτυξη πρακτικών ηλεκτρονικού επιχειρείν στην παγκόσμια αγορά του Διαδικτύου.

Β.1. ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΟΛΑ Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Β.1.1. ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Το πρώτο απαραίτητο βήμα πριν από την υιοθέτηση μιας πρακτικής ηλεκτρονικού επιχειρείν **είναι ο καθορισμός στόχων**. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό, μια επιχείρηση να γνωρίζει τι ζητάει, τι είναι αυτό που προσπαθεί να πετύχει από το ηλεκτρονικό επιχειρείν. Ο καθορισμός των στόχων θα βοηθήσει στη συνέχεια την επιχείρηση να σχηματίσει την καταλληλότερη στρατηγική για την επίτευξη του σκοπού της.



Αρχικά, η διοίκηση της επιχείρησης πρέπει να γνωρίζει τι μπορεί να πετύχει μέσα από το ηλεκτρονικό επιχειρείν. Αυτό μπορεί να είναι συνάρτηση του είδους των προϊόντων που εμπορεύεται, του είδους της επιχείρησης, των συνθηκών της αγοράς, και πολλών άλλων παραγόντων. Ζητούμενο μπορεί

να είναι απλά η ηλεκτρονική προώθηση (διαφήμιση / marketing) των προϊόντων της επιχείρησης, οι ηλεκτρονικές εμπορικές συναλλαγές (ηλεκτρονικό εμπόριο), η δυνατότητα άμεσης ανταπόκρισης στους πελάτες, η ενίσχυση του προφίλ της επιχείρησης ή όλα αυτά μαζί. Ανάλογα με την επιλογή του γενικότερου στόχου, η επιχείρηση μπορεί στη συνέχεια να διαλέξει ανάμεσα σε διάφορες εναλλακτικές. Για παράδειγμα, αν το ζητούμενο είναι η προώθηση των προϊόντων της, η επιχείρηση

μπορεί να επιλέξει ανάμεσα στην κατασκευή ενός εταιρικού δικτυακού τόπου ή στην προβολή των προϊόντων της μέσα από μια ηλεκτρονική αγορά ή μια επιχειρηματική πύλη (portal). Αν υποθεθεί ότι επιλέγει τη δημιουργία του δικού της δικτυακού τόπου, τότε είναι σε θέση να ζητήσει από μια εταιρεία πληροφορικής την κατασκευή ενός δικτυακού τόπου, για τον οποίο δεν χρειάζονται μηχανισμοί ηλεκτρονικών συναλλαγών, παρά μόνο πλούσιο πληροφοριακό υλικό για την επιχείρηση και τα προϊόντα της.

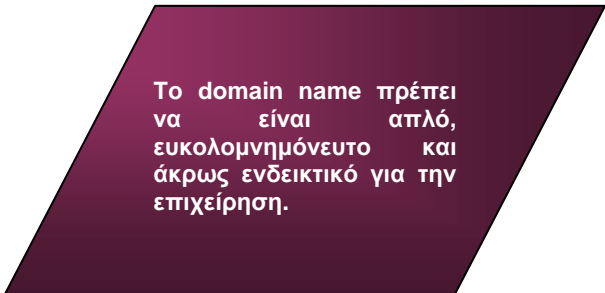
Πρέπει να τονιστεί ότι σε αυτή τη φάση του καθορισμού στόχων και στρατηγικής, η επιχείρηση μπορεί να συμβουλευτεί εξειδικευμένους σύμβουλους επιχειρήσεων, ώστε η στρατηγική που θα σχεδιαστεί να μπορεί να καλύψει με τον καλύτερο τρόπο τις ανάγκες της.

B.2. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΤΟΠΟΥ

B.2.1. ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΙ ΚΑΤΟΧΥΡΩΣΗ ΟΝΟΜΑΤΟΣ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΤΟΠΟΥ

Το **όνομα χώρου (domain name)** είναι η ηλεκτρονική διεύθυνση του δικτυακού σας τόπου. Η επιλογή του ονόματος χώρου είναι ιδιαίτερα σημαντική γιατί με αυτό μπορούν να επισκεφτούν το site σας όλοι οι ενδιαφερόμενοι. Το όνομα πρέπει να είναι **απλό, ευκολομνημόνευτο και άκρως ενδεικτικό** για την επιχείρηση. Για παράδειγμα, αν η επιχείρηση ονομάζεται “Δαίδαλος” τότε ένα καλό domain name είναι το www.daidalos.gr. Η κατάληξη gr στο όνομα χώρου είναι ενδεικτική της χώρας

(gr για Ελλάδα) ή του τύπου του οργανισμού που διαθέτει το site (-com για εμπορικές επιχειρήσεις, -org για οργανισμούς, κ.ά.). Πολλές φορές χρησιμοποιούνται δύο καταλήξεις μαζί (π.χ. www.daidalos.com.gr). Σήμερα είναι επίσης δυνατή η καταχώρηση domain name με ελληνικούς χαρακτήρες.



Το domain name πρέπει να είναι απλό, ευκολομνημόνευτο και άκρως ενδεικτικό για την επιχείρηση.

Η κατοχύρωση ονομάτων με κατάληξη –gr γίνεται από συγκεκριμένες εταιρίες πληροφορικής και διαδικτυακών εφαρμογών που ονομάζονται καταχωρητές. Η εγκεκριμένη λίστα των καταχωρητών υπάρχει στο δικτυακό τόπο της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (www.eett.gr). Το κόστος κάθε domain name εξαρτάται από τον καταχωρητή ο οποίος επιλέγεται για την κατάθεση της αίτηση εκχώρησης ονόματος χώρου και συνήθως ανέρχεται στα 25€/διετία.

B.2.2. ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΤΟΠΟΥ

Για να είναι προσβάσιμος ένας δικτυακός τόπος μέσω του Διαδικτύου πρέπει οι ιστοσελίδες του να “φιλοξενηθούν” σε έναν εξυπηρετητή (server) συνδεδεμένο στο Διαδίκτυο (βλ. παράγραφο A.2.2). Για τη φιλοξενία του δικτυακού της τόπου (web hosting) μια επιχείρηση έχει δύο επιλογές:

- **Να εγκαταστήσει το δικό της εξυπηρετητή.** Σε αυτή την περίπτωση η επιχείρηση θα έχει τον απόλυτο έλεγχο του συστήματος, αλλά επωμίζεται και τα κόστη αγοράς, εγκατάστασης, συντήρησης και λειτουργίας του server και το κόστος μόνιμης σύνδεσής του με το Διαδίκτυο. Η επιλογή του κατάλληλου server πρέπει να γίνει σε συνεργασία με εταιρίες ή ειδικούς πληροφορικής, καθώς οι επιδόσεις και οι δυνατότητες των servers ποικίλλουν ανάλογα με τα χαρακτηριστικά που διαθέτουν. Τέτοια χαρακτηριστικά είναι η υποστήριξη διαφόρων γλωσσών προγραμματισμού και πρωτοκόλλων, το λειτουργικό σύστημα που τους υποστηρίζει και υποστηρίζουν, ο συνολικός όγκος δεδομένων που μπορούν να μεταφέρουν (bandwidth), κ.ά.
- **Να ενοικιάσει χώρο σε εξυπηρετητές εταιριών Παροχής Υπηρεσιών Διαδικτύου.** Στη περίπτωση αυτή, οι ιστοσελίδες του δικτυακού τόπου αποθηκεύονται στους εξυπηρετητές των εταιριών Παροχής Υπηρεσιών Διαδικτύου (ISP). Πρόκειται για την πιο συχνή και την πιο οικονομική επιλογή, αφού τη λειτουργία του εξυπηρετητή που φιλοξενεί το δικτυακό τόπο αναλαμβάνει εξολοκλήρου ο πάροχος υπηρεσιών διαδικτύου. Οι πάροχοι διαθέτουν την κατάλληλη υποδομή (πολλούς servers) και το εξειδικευμένο προσωπικό και μπορούν να εγγυηθούν τη σωστή λειτουργία ενός δικτυακού τόπου, χρεώνοντας με ένα μικρό ποσό ετησίως (από 50€ ανάλογα με τις υπηρεσίες που παρέχουν). Το κρίσιμο σημείο στην περίπτωση συνεργασίας με κάποιον πάροχο, είναι η επιλογή του. Εκτός από το κόστος, πρέπει να ληφθούν υπόψη κι άλλοι παράγοντες όπως η αξιοπιστία του, οι υπηρεσίες που μπορεί να παρέχει κι αν αυτές αρμόζουν στις απαιτήσεις της επιχείρησης, το επίπεδο ασφαλείας που προσφέρει, η ταχύτητα πρόσβασης που εξασφαλίζει, κ.ά.

B.2.3. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΤΟΠΟΥ

Για τη δημιουργία του δικτυακού τόπου, δηλ. για την δημιουργία των ιστοσελίδων που αποτελούν το δικτυακό τόπο, υπάρχουν και πάλι δύο στρατηγικές επιλογές. Η

πρώτη είναι η **επιχείρηση να δημιουργήσει η ίδια τις ιστοσελίδες της**. Στη περίπτωση αυτή, απαιτείται η προμήθεια ειδικών λογισμικών (π.χ. Microsoft FrontPage και Macromedia Dreamweaver) για την δημιουργία ιστοσελίδων, γραφικών, μεταφοράς αρχείων, κ.ά., καθώς και οι απαραίτητες γνώσεις για την χρήση των προγραμμάτων αυτών (π.χ. γνώσεις στις γλώσσες Διαδικτύου HTML και PHP).

Η δεύτερη επιλογή είναι η **ανάθεση της δημιουργίας του δικτυακού τόπου σε τρίτους**. Οι “τρίτοι” μπορεί να είναι εταιρίες Παροχής Υπηρεσιών Διαδικτύου ή άλλες εταιρίες πληροφορικής που διαθέτουν τον κατάλληλο εξοπλισμό και φυσικά την τεχνογνωσία για κάτι τέτοιο. Το κόστος κυμαίνεται ανάλογα με τις επιθυμητές υπηρεσίες και εφαρμογές που θα ενσωματωθούν στο δικτυακό τόπο και ανάλογα με τον αριθμό των ιστοσελίδων.

Ανεξάρτητα όμως από το ποιος τελικά θα κατασκευάσει τις ιστοσελίδες, η πληροφορία που θα περιέχεται στο δικτυακό τόπο, καθώς και η δομή του είναι αποκλειστική ευθύνη της επιχείρησης για την οποία δημιουργείται. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί:

- **Στο περιεχόμενο:** Η πληροφορία που παρέχεται από ένα δικτυακό τόπο μπορεί

Στην ανάπτυξη ιστοσελίδας, ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στο περιεχόμενο, στο σχεδιασμό των ιστοσελίδων, στην πλοήγηση, στα πολυμέσα, στα επιπλέον εργαλεία που βοηθούν την επιχειρηματικότητα και στην ανανέωση του περιεχομένου

να είναι πλούσια, αφού το Διαδίκτυο επιτρέπει κάτι τέτοιο με πολύ χαμηλό κόστος. Όμως, ανεξάρτητα από τον όγκο της πληροφορίας, το περιεχόμενο του δικτυακού τόπου **δεν πρέπει να είναι ασαφές, άσχετο με το λόγο για τον οποίο δημιουργήθηκε το site, και κουραστικό** για τον επισκέπτη.

Χρειάζεται εξ αρχής να οριοθετηθεί το περιεχόμενο σε θεματικές ενότητες και αυτές να οργανωθούν σωστά, περιέχοντας μέχρι και την τελευταία χρήσιμη λεπτομέρεια, αλλά όχι κάτι παραπάνω από αυτήν. Τα κείμενα, όπως καθετί στο δικτυακό τόπο, δημιουργούν στον επισκέπτη την “εικόνα” της επιχείρησης.

- **Στον σχεδιασμό των ιστοσελίδων:** Η υψηλή αισθητική είναι αναμφίβολα σημαντικός παράγοντας επιτυχίας ενός δικτυακού τόπου. Ο σχεδιασμός των ιστοσελίδων πρέπει να είναι **πρακτικός και λειτουργικός**, και το γραφικό περιβάλλον κατά το δυνατόν **καλαίσθητο και ομοιόμορφο** σε όλο το site.

- **Στην πλοήγηση:** Ο τρόπος με τον οποίο οι επισκέπτες ενός site κινούνται μέσα στις σελίδες του ονομάζεται πλοήγηση. Είναι προφανές ότι **οι επισκέπτες του site θέλουν να βρίσκουν εύκολα και γρήγορα την πληροφορία** που πραγματικά τους ενδιαφέρει. Η ευκολία στην πλοήγηση μπορεί να γίνει με διάφορους τρόπους, όπως με εμφανείς καταλόγους (menu) των θεματικών ενοτήτων ή με πολλούς συνδέσμους (links) μεταξύ των ιστοσελίδων που παραπέμπουν σε σχετικά θέματα.
- **Στα πολυμέσα που θα χρησιμοποιηθούν:** Το Διαδίκτυο δίνει τη δυνατότητα η παρεχόμενη πληροφορία να δίνεται και με τη μορφή video, ηχητικών μηνυμάτων, μουσικής και άλλων μέσων. Τα πολυμέσα που πρόκειται να χρησιμοποιηθούν σε έναν δικτυακό τόπο μπορεί να τον εμπλουτίζουν αλλά θα πρέπει να μην χρειάζονται για την λειτουργία τους ειδικά προγράμματα, που οι επισκέπτες μπορεί να μη διαθέτουν.
- **Στα επιπλέον εργαλεία που βοηθούν την επιχειρηματικότητα:** Υπάρχουν διάφορα τεχνολογικά “εργαλεία” που βοηθούν την ανάπτυξη επιχειρείν σε ένα site. Το κυριότερο είναι οι **βάσεις δεδομένων**, οι οποίες βοηθούν στην διατήρηση των στοιχείων επισκεπτών / πελατών του δικτυακού τόπου και την αξιοποίησή τους για λόγους marketing ή/και συναλλαγών, στην ανανέωση του περιεχομένου και σε πολλά άλλα. Το σύστημα βάσεων δεδομένων πρέπει να είναι εύχρηστο από το προσωπικό της επιχείρησης, να είναι συμβατό με τυχόν άλλα συστήματά της και να ανταποκρίνεται στις ιδιαίτερες ανάγκες της.
- **Στην ανανέωση του περιεχομένου:** είναι εξαιρετικά σημαντικό η επιχείρηση να έχει τη δυνατότητα να κρατήσει ζωντανό και ενδιαφέρον το περιεχόμενο του δικτυακού της τόπου με συνεχή ανανέωση του περιεχομένου. Αυτό το γεγονός έχει δύο παραμέτρους, μία οργανωτική και μία τεχνική. Η τεχνική σχετίζεται με την αναγκαιότητα απλότητας του συστήματος ώστε και ένας απλός χρήστης να μπορεί να τοποθετήσει τα νέα στοιχεία στο σύστημα. Η οργανωτική αφορά την ευθύνη της διαμόρφωσης του περιεχομένου (κείμενα, εικόνες, σχέδια, πολυμέσα κλπ.)

B.3. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΠΡΟΩΘΗΣΗ

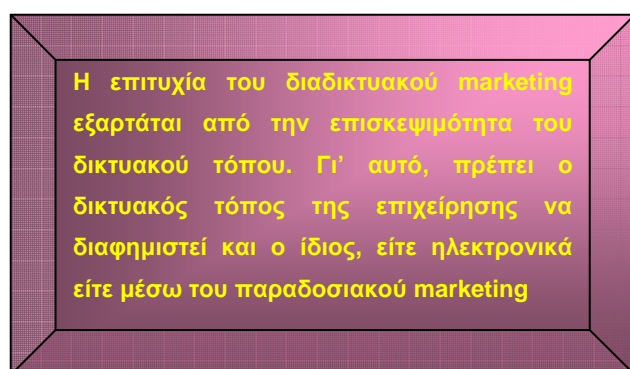
B.3.1. MARKETING ΑΠΟ ΤΟΝ ΔΙΚΤΥΑΚΟ ΤΟΠΟ

Ο δικτυακός τόπος μιας επιχείρησης αποτελεί τη βιτρίνα της στο Διαδίκτυο και της δίνει τη δυνατότητα διαφήμισης προϊόντων / υπηρεσιών, καθώς και τη δυνατότητα διενέργειας πολλών δραστηριοτήτων προώθησης (marketing).

Με όμορφες παρουσιάσεις των προϊόντων στις ιστοσελίδες, δίνεται πλούσια πληροφορία που κανένα άλλο μέσο (τηλεόραση, ραδιόφωνο, κ.ά.) δεν μπορεί να προσφέρει σε τόσο χαμηλό κόστος. Η παρουσίαση αυτή μπορεί να περιλαμβάνει όλες τις απαραίτητες προδιαγραφές, τη διαθεσιμότητα των προϊόντων τη δεδομένη στιγμή, την ύπαρξη προσφορών, κ.ά., κι όλα αυτά με τη δυνατότητα άμεσης ανανέωσης και διαμόρφωσης ανάλογα με την πολιτική marketing της επιχείρησης.

Όσον αφορά τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες εξυπηρέτησης, η online επικοινωνία και η άμεση απόκριση αιτημάτων 24 ώρες τη μέρα 7 ημέρες το εικοσιτετράωρο, η παροχή εξατομικευμένου περιεχόμενου, η παροχή χρηματοοικονομικών δεδομένων για τους επενδυτές της επιχείρησης και πολλά άλλα, αποτελούν βασικές υπηρεσίες υποστήριξης των επισκεπτών-πελατών του δικτυακού τόπου. Ενισχύεται έτσι, η προσπάθεια μιας επιχείρησης να ικανοποιήσει τους υπάρχοντες και να αποκτήσει νέους πελάτες, καθώς και να ενισχύσει την εικόνα της.

Δύο ακόμα γνωστές μέθοδοι ηλεκτρονικού marketing, οι οποίες συνδράμουν θετικά στην σχέση μιας επιχείρησης με τους πελάτες της, είναι οι λίστες ηλεκτρονικού



ταχυδρομείου και η ηλεκτρονική έρευνα αγοράς. Οι **λίστες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου** (mailing lists ή πολλές φορές e-mail marketing) είναι μια υπηρεσία που χρησιμοποιεί τα γνωστά e-mails, ένα πολύ φθηνό κι αποτελεσματικό μέσο

επικοινωνίας. Συγκεκριμένα, μια επιχείρηση δίνει τη δυνατότητα στους πελάτες που επισκέπτονται το δικτυακό της τόπο να συμπληρώσουν τα στοιχεία τους και να δηλώσουν τις πληροφορίες που τους ενδιαφέρουν. Με βάση τα στοιχεία αυτά, η επιχείρηση μπορεί να αποστείλει σε τακτά χρονικά διαστήματα ηλεκτρονικά μηνύματα σχετικά με νέα προϊόντα, προσφορές, ενημερωτικά σημειώματα, κ.ά.

Η **ηλεκτρονική έρευνα αγοράς** είναι επίσης ένα πολύτιμο εργαλείο marketing που αξιοποιεί την αλληλεπιδραστικότητα του Διαδικτύου. Η συμπλήρωση ειδικών φορμών με ερωτήματα από τους επισκέπτες του δικτυακού τόπου, επιτρέπει στην επιχείρηση να συλλέξει εύκολα και με μικρό κόστος τη γνώμη των πελατών της για τα προϊόντα/ υπηρεσίες της.

Στο σημείο αυτό, πρέπει να τονισθεί ότι **η επιτυχία του διαδικτυακού marketing εξαρτάται από την επισκεψιμότητα του δικτυακού τόπου**. Γι' αυτό, πρέπει ο δικτυακός τόπος της επιχείρησης να διαφημιστεί και ο ίδιος, είτε ηλεκτρονικά (βλ. παρακάτω) είτε μέσω του παραδοσιακού marketing (έντυπα, ραδιόφωνο, κτλ.). Επιπλέον, η επισκεψιμότητα πρέπει να συντηρείται με την **συνεχή διατήρηση του ενδιαφέροντος του επισκέπτη**. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι για να διατηρείτε το ενδιαφέρον των επισκεπτών του δικτυακού σας τόπου, όπως η συχνή ενημέρωση του περιεχομένου και της εμφάνισής του, η προσθήκη σε αυτόν διασκεδαστικών στοιχείων (π.χ. ηλεκτρονικοί διαγωνισμοί), κ.ά.

B.3.2. ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΤΟΠΟΥ

Υπάρχουν δυο βασικοί τρόποι προβολής και προώθησης του δικτυακού σας τόπου, και κατ' επέκταση της επιχείρησής σας, στο Διαδίκτυο:

- **Τα banners:** Πρόκειται για το δημοφιλέστερο τρόπο διαφήμισης στο Διαδίκτυο. Τα banners είναι μικρά ή μεγάλα εικονίδια-σύνδεσμοι που μια επιχείρηση καταχωρεί σε δημοφιλείς δικτυακούς τόπους (π.χ. ένα μια δημοφιλή δικτυακή πύλη portal) με μεγάλη επισκεψιμότητα. Όταν ο επισκέπτης του portal “κλικάρει” πάνω στο banner της επιχείρησης τότε μεταβαίνει αυτόματα στο δικτυακό τόπο της επιχείρησης. Τα banners χρεώνονται ανάλογα με τον χώρο που καταλαμβάνουν στο site που θα το προβάλλει, με το χρόνο που θα προβάλλεται ή / και με τον αριθμό των επισκεπτών που κάνουν κλικ στο banner. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στην εικόνα του banner, έτσι ώστε αυτή να έχει αισθητική και να προσελκύει τους χρήστες του Διαδικτύου να την επιλέξουν.
- **Καταχώρηση του δικτυακού τόπου σε μηχανές αναζήτησης:** Στο Διαδίκτυο υπάρχουν εκατομμύρια δικτυακοί τόποι. Πώς οι ενδιαφερόμενοι θα βρουν τον δικό σας; Η απάντηση στο ερώτημα αυτό είναι μέσω των μηχανών αναζήτησης. Οι **μηχανές αναζήτησης** είναι site με ειδικούς μηχανισμούς, οι οποίοι αναζητούν στο Διαδίκτυο τις διευθύνσεις των δικτυακών τόπων που ενδιαφέρουν τους χρήστες τους. Αποτελούν δηλ. το σημαντικότερο εργαλείο πλοήγησης στο

Internet. Όταν λοιπόν μια επιχείρηση θέλει να προβάλλει το δικτυακό της τόπο, είναι απαραίτητο να καταχωρήσει την διεύθυνσή του σε πολλές μηχανές αναζήτησης, ώστε οι εκατομμύρια χρήστες του Διαδικτύου που χρησιμοποιούν τις μηχανές αναζήτησης να τον εντοπίζουν εύκολα. Η καταχώρηση στις πιο δημοφιλείς μηχανές αναζήτησης (www.google.com, www.yahoo.com, www.atlavista.com, κ.ά) είναι δωρεάν και για να πραγματοποιηθεί απαιτείται η συμπλήρωση κι αποστολή μιας ηλεκτρονικής αίτησης που βρίσκεται σε αυτές.

Πρέπει να σημειωθεί ότι η δωρεάν καταχώρηση στις μηχανές αναζήτησης δεν εξασφαλίζει απόλυτα την εύκολη εύρεση του site μιας επιχείρησης, κι αυτό γιατί σημαντικό ρόλο παίζει η σειρά με την οποία θα εμφανιστεί ο συγκεκριμένος δικτυακός τόπος στις λίστες των sites που παρέχουν οι μηχανές αναζήτησης σε συγκεκριμένες λέξεις-κλειδιά. Συνήθως οι χρήστες επισκέπτονται τα πρώτα sites από αυτές τις λίστες, οι οποίες μπορεί να περιέχουν εκατομμύρια καταχωρήσεις. Η βελτίωση της θέσης ενός δικτυακού τόπου στα αποτελέσματα που δίνει μια μηχανή αναζήτησης μπορεί να γίνει με πολλούς τρόπους. Ο πιο σίγουρος είναι η επί πληρωμή καταχώρηση του δικτυακού τόπου στη μηχανή αναζήτησης για συγκεκριμένες λέξεις-κλειδιά. Άλλοι τρόποι είναι η ύπαρξη πολλών συνδέσμων του δικτυακού τόπου της επιχείρησης σε άλλα sites και η ύπαρξη βοηθητικού κώδικα (meta tags) για την εύρεση από τις μηχανές αναζήτησης στις ιστοσελίδες του δικτυακού τόπου.

B.3.3. ΜΕΤΡΗΣΕΙΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ – WEB METRICS

Η σωστή αξιολόγηση ενός δικτυακού τόπου είναι εξίσου σημαντική διαδικασία όσο και η σωστή ανάπτυξη και προώθησή του. Η ερώτηση αν επιτεύχθηκαν οι στόχοι ενός δικτυακού τόπου μπορεί να απαντηθεί μόνο από τη συμπεριφορά και τη δραστηριότητα των επισκεπτών του. Για το λόγο αυτό έχουν αναπτυχθεί κάποιες τεχνικές μέτρησης-αξιολόγησης του ηλεκτρονικού επιχειρείν, τα λεγόμενα web metrics (ή e-metrics). Η τεχνολογία του Διαδικτύου σήμερα επιτρέπει τη συγκέντρωση και ανάλυση πλήθους δεδομένων που αφορούν τις δραστηριότητες των χρηστών. Η πιο απλή μορφή των web metrics είναι τα στατιστικά χρήσης (επισκεψιμότητας) ενός δικτυακού τόπου. Στα στατιστικά αυτά υπάρχουν δείκτες όπως ο συνολικός αριθμός επισκέψεων που δέχθηκε ο δικτυακός τόπος μέσα σε ορισμένο χρονικό διάστημα (views) ή ποιες ιστοσελίδες του φορτώνουν πρώτα οι επισκέπτες (top entry pages) ή από ποιες μηχανές αναζήτησης βρήκαν οι επισκέπτες το δικτυακό τόπο. Τα στοιχεία αυτά μπορούν να δώσουν μια σαφή εικόνα για το τι

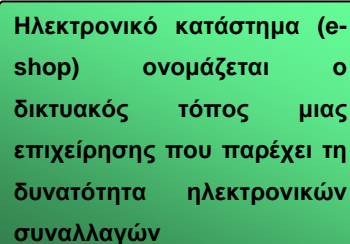
ενδιαφέρει τον επισκέπτη, το πόσο εύκολα βρίσκει αυτό που θέλει, το πόσο συχνά επισκέπτεται το site κ.ά. Με λίγα λόγια τα στατιστικά χρήσης ενός δικτυακού τόπου βοηθούν σημαντικά τους ιδιοκτήτες / διαχειριστές του να εντοπίσουν δυνατά και αδύνατα σημεία του και να τον αξιολογήσουν σωστά. Τέτοιες απλές στατιστικές αναλύσεις παρέχονται (δωρεάν ή με μικρή συνδρομή) από τις εταιρίες που παρέχουν δικτυακή φιλοξενία (web hosting providers). Εναλλακτικά, μια εταιρία που φιλοξενεί το δικτυακό της τόπο σε δικό της εξυπηρετητή (server), μπορεί να εγκαταστήσει σε αυτόν κάποιο ειδικό λογισμικό που θα καταγράφει, θα συγκεντρώνει και θα αναλύει τα στατιστικά δεδομένα.

Στην περίπτωση που ο δικτυακός τόπος επιτρέπει ηλεκτρονικές συναλλαγές (web shop – βλ. παράγραφο Β4), οι τεχνικές μέτρησης είναι πιο πολύπλοκες. Μπορούν για παράδειγμα να υπολογίσουν πόσοι από τους πελάτες του δικτυακού τόπου αγόρασαν πάνω από μια φορά ή πόσοι ακύρωσαν την παραγγελία τους την τελευταία στιγμή. Αυτή τη στιγμή υπάρχουν αρκετά ειδικά λογισμικά στο εμπόριο που δίνουν τέτοιου είδους μετρήσεις για την αγοραστική συμπεριφορά των επισκεπτών ενός δικτυακού τόπου.

B.4. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ

B.4.1. ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΣΕ ΕΝΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ

Ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop) ονομάζεται ο δικτυακός τόπος μιας επιχείρησης που παρέχει τη δυνατότητα ηλεκτρονικών συναλλαγών. Ο πελάτης επισκέπτεται το site και επιλέγει τα προϊόντα που θέλει να αγοράσει από ειδικά διαμορφωμένους καταλόγους (βλ. παράδειγμα στο Παράρτημα). Τα στοιχεία και οι ποσότητες των προϊόντων του επιλέχθηκαν ενημερώνουν αυτόματα το καλάθι αγορών του πελάτη. Όταν ολοκληρώσει την συλλογή των προϊόντων που επιθυμεί να αποκτήσει, συμπληρώνει μια φόρμα με τα στοιχεία του, τη διεύθυνση αποστολής των προϊόντων και τον τρόπο πληρωμής. Με την επιλογή του τρόπου πληρωμής η συναλλαγή ολοκληρώνεται και σε προκαθορισμένο διάστημα ο πελάτης παραλαμβάνει την παραγγελία του.



Ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop) ονομάζεται ο δικτυακός τόπος μιας επιχείρησης που παρέχει τη δυνατότητα ηλεκτρονικών συναλλαγών

Τα κυριότερα είδη ηλεκτρονικής πληρωμής για ιδιώτες καταναλωτές είναι η **προκαταβολική πληρωμή σε τραπεζικό λογαριασμό, η αντικαταβολή και η χρέωση πιστωτικής κάρτας**, ενώ οι πληρωμές με το λεγόμενο **ψηφιακό χρήμα** βρίσκονται ακόμα σε νηπιακό στάδιο. Η πληρωμή μέσω πιστωτικής κάρτας είναι η πλέον διαδεδομένη μέθοδος στο Διαδίκτυο. Η διαδικασία που ακολουθείται είναι απλή και διαρκεί ελάχιστα δευτερόλεπτα: ο πελάτης προσθέτει τον αριθμό της κάρτας του στη φόρμα της παραγγελίας, ο αριθμός αποστέλλεται μέσω του Διαδικτύου στην τράπεζα που εξυπηρετεί την ηλεκτρονική συναλλαγή, κι αφού ελεγχθεί η εγκυρότητα της κάρτας, τα χρήματα μεταφέρονται στον λογαριασμό του προμηθευτή.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, η ανάπτυξη δικτυακού καταστήματος περιλαμβάνει μερικές επιπλέον κινήσεις από την πλευρά της επιχείρησης, σε σχέση με την ανάπτυξη ενός απλού δικτυακού τόπου:

- **Ανάπτυξη συστήματος ηλεκτρονικού καταστήματος:** Απαιτούνται κατάλογοι προϊόντων που δεν θα παρουσιάζουν μόνο τα προϊόντα αλλά θα δίνουν και τη δυνατότητα προσθήκης τους σε μια παραγγελία. Ο σχεδιασμός της ιστοσελίδας της φόρμας παραγγελιών πρέπει επίσης να περιλαμβάνει όλα τα απαραίτητα στοιχεία του πελάτη αλλά και όλες τις παραμέτρους συναλλαγής (όροι χρήσης, πληρωμή, χρόνοι παράδοσης, εγγυήσεις, κ.ά.), που πρέπει να λειτουργούν αξιόπιστα κι ολοκληρωμένα όχι μόνο μεταξύ τους, αλλά και με τα συστήματα φορέων που συμμετέχουν στην συναλλαγή, όπως οι τράπεζες.
- **Ανάπτυξη/ προσαρμογή εσωτερικών διαδικασιών** κατάλληλων για το ηλεκτρονικό κατάστημα. Η επιχείρηση πρέπει να αναπτύξει μηχανισμούς ελέγχου και εξυπηρέτησης των ηλεκτρονικών παραγγελιών. Θα είναι πολύ αρνητικό για την επιχείρηση να αντιλαμβάνεται καθυστερημένα τις παραγγελίες από το Διαδίκτυο, και να καθυστερεί ή να μην μπορεί να την εξυπηρετήσει τους πελάτες της μέσα στα προδιαγραφόμενα όρια που η ίδια έχει ορίσει.
- **Εξασφάλιση της ασφάλειας και της εμπιστοσύνης** (αναλυτικότερα στην παράγραφο Β.6). Το θέμα της ασφάλειας είναι από τα βασικότερα εμπόδια ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου. Στο ηλεκτρονικό της κατάστημα, η επιχείρηση πρέπει να έχει μεριμνήσει για την ύπαρξη όλων των απαραίτητων τεχνολογικών εργαλείων που εξασφαλίζουν την ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Εκτός όμως από την τεχνολογική ασφάλεια που θα παρέχεται, πρέπει οι συναλλαγές να είναι απόλυτα σύμφωνες με το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού επιχειρείν και να πραγματοποιούνται κάτω από συνθήκες

εμπιστοσύνης μεταξύ των συναλλασσομένων. Η εμπιστοσύνη με τους πελάτες στο Διαδίκτυο όπου δεν υπάρχει προσωπική επαφή μεταξύ των συναλλασσομένων είναι μια δύσκολη υπόθεση, που αντιμετωπίζεται με τη συνέπεια, την παροχή όλης της απαραίτητης πληροφορίας για τη συναλλαγή, την πιστοποίηση του ιδιοκτήτη του ηλεκτρονικού καταστήματος και της αξιοπιστίας των ηλεκτρονικών συναλλαγών κ.ά.

B.5. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

B.5.1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Οι ηλεκτρονικές αγορές αποτελούν ένα μοντέλο ηλεκτρονικού επιχειρείν πολύ διαφορετικό από ένα δικτυακό τόπο ή ένα ηλεκτρονικό κατάστημα. Μια ηλεκτρονική αγορά δεν είναι τίποτα άλλο από ένα ηλεκτρονικό μέρος (έναν δικτυακό τόπο) συγκέντρωσης αγοραστών και προμηθευτών, στον οποίο υπάρχει η δυνατότητα εμπορικών συναλλαγών. Στις αγορές αυτές, αγοραστές και πωλητές μπορεί να είναι ιδιώτες ή επιχειρήσεις. Μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τους επιχειρηματίες παρουσιάζουν οι B2B ηλεκτρονικές αγορές, οι οποίες αναφέρονται στο δια-επιχειρηματικό (Business to Business) ηλεκτρονικό εμπόριο, όπου τόσο οι αγοραστές όσο και οι προμηθευτές είναι επιχειρήσεις.

Τα οφέλη από τη συμμετοχή σε μια B2B ηλεκτρονική αγορά πηγάζουν από τη διαφάνεια που προσφέρουν οι ηλεκτρονικές αγορές (σε τιμές, διαθεσιμότητα, κ.ά), τη δυνατότητα προβολής και συναλλαγών σε παγκόσμιο επίπεδο μόνο με απλά “κλικάρια” και τη δυνατότητα συναλλαγών 24 ώρες τη μέρα 7 ημέρες την εβδομάδα.

Μέσω του Διαδικτύου, οι B2B ηλεκτρονικές αγορές προσφέρουν στις επιχειρήσεις-αγοραστές ευκολόχρηστους ηλεκτρονικούς μηχανισμούς αναζήτησης, εύρεσης, παραγγελίας και πληρωμής των προϊόντων που τους ενδιαφέρουν, ενώ στις επιχειρήσεις προμηθευτές προσφέρουν εύκολους μηχανισμούς καταγραφής των προϊόντων που εμπορεύονται. Σήμερα, όλες οι ηλεκτρονικές αγορές, εκτός από τη δυνατότητα ηλεκτρονικών συναλλαγών, προσθέτουν συνεχώς νέες υπηρεσίες και εργαλεία για την καλύτερη εξυπηρέτηση και συνεργασία των μελών τους. Τέτοιες υπηρεσίες είναι οι προβλέψεις των τάσεων της αγοράς, οι υπηρεσίες διαδικασιών εφοδιαστικής διαχείρισης (logistics), οι υπηρεσίες ολοκλήρωσης των πληροφοριακών συστημάτων που διαθέτουν οι επιχειρήσεις-μέλη, κ.ά.

Τα οφέλη από τη συμμετοχή σε μια B2B ηλεκτρονική αγορά πηγάζουν από τη διαφάνεια που προσφέρουν οι ηλεκτρονικές αγορές (σε τιμές, διαθεσιμότητα, κ.ά), τη δυνατότητα προβολής και συναλλαγών σε παγκόσμιο επίπεδο μόνο με απλά “κλικαρίσματα” και τη δυνατότητα συναλλαγών 24 ώρες τη μέρα 7 ημέρες την εβδομάδα. Ενδεικτικά, αγοραστές και πωλητές ωφελούνται από:

- Τη **μείωση του κόστους και του χρόνου** συναλλαγών.
- Την **εύρεση καλύτερων τιμών** και γενικότερα προσφορών.
- Την **εύρεση νέων προμηθευτών ή αγοραστών** από την εγχώρια ή την παγκόσμια αγορά και τη δυνατότητα απευθείας ηλεκτρονικών διαπραγματεύσεων μαζί τους.
- Την **παρακολούθηση των τάσεων** της αγοράς.
- Την **καλύτερη και οικονομικότερη προώθηση** των προϊόντων τους.
- Την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας στο Internet **χωρίς** την ανάπτυξη εφαρμογών ηλεκτρονικού επιχειρείν από την επιχείρηση.

B.5.2. ΕΙΔΗ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ ΣΤΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Στις ηλεκτρονικές αγορές πραγματοποιούνται διάφορα είδη ηλεκτρονικών συναλλαγών. Τα κυριότερα μοντέλα εμπορικών συναλλαγών στις ηλεκτρονικές αγορές είναι:

- **Οι ηλεκτρονικοί κατάλογοι:** Στους ηλεκτρονικούς καταλόγους περιγράφονται πλήρως τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρονται από τους πωλητές. Οι αγοραστές επιλέγουν τα προϊόντα που επιθυμούν από τους καταλόγους και στο τέλος πραγματοποιούν ηλεκτρονικά την παραγγελία τους.
- **Οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες:** Με τη γνωστή διαδικασία των δημοπρασιών, ο προμηθευτής προσφέρει μια συγκεκριμένη ποσότητα προϊόντων σε μια ηλεκτρονική δημοπρασία που πραγματοποιείται σε προκαθορισμένη χρονική περίοδο. Οι υποψήφιοι αγοραστές υποβάλουν τις προσφορές τους και η προσφορά που ανταποκρίνεται καλύτερα στους όρους που έθεσε ο προμηθευτής (συνήθως αυτή με την υψηλότερη τιμή πώλησης) κερδίζει τη δημοπρασία. Στις ηλεκτρονικές αγορές υπάρχουν και οι αντίστροφες δημοπρασίες (reverse auctions), στις οποίες οι αγοραστές ανακοινώνουν ένα προϊόν ή μια υπηρεσία που επιθυμούν να αγοράσουν. Οι πωλητές υποβάλλουν προσφορές και η προσφορά με την μικρότερη τιμή πώλησης κερδίζει.

- **Οι ανταλλαγές:** Στις ανταλλαγές (exchanges) οι πωλητές ή οι αγοραστές υποβάλλουν online ένα αίτημα πώλησης ή αγοράς. Το αίτημα είτε τίθεται σε έναν κατάλογο σχετικό με την γεωγραφική περιοχή του υποβολέα ή τον τύπο του προϊόντος, είτε αποστέλλεται με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο στους άλλους συμμετέχοντες στην ηλεκτρονική αγορά. Οι αποκρίσεις στο αίτημα, δηλ. οι προσφορές, μεταφέρονται και πάλι ηλεκτρονικά στον υποβολέα του αιτήματος, ο οποίος και αποφασίζει την καλύτερη για αυτόν προσφορά.

B.5.3. ΕΠΙΛΟΓΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Αυτή τη στιγμή υπάρχουν στο Διαδίκτυο εκατοντάδες ηλεκτρονικές αγορές. Η επιλογή της κατάλληλης για μια επιχείρηση είναι συνάρτηση πολλών παραγόντων. Μια επιχείρηση μπορεί να επιλέξει αγορές που εμπορεύονται προϊόντα γενικής χρήσης κατάλληλα για πολλούς επιχειρηματικούς κλάδους (**οριζόντιες αγορές**), ή εξειδικευμένες **κλαδικές (κάθετες)** ηλεκτρονικές αγορές (π.χ. μόνο για χημικά προϊόντα), ή και τα δύο. Ανάλογα, μπορεί να επιλέξει αγορές που ανήκουν σε ανεξάρτητους φορείς (**ανεξάρτητες αγορές**) ή αγορές που είναι ιδιοκτησία μεγάλων προμηθευτικών εταιριών (**αγορές κοινοπραξίας**).

Γενικά, η επιλογή της κατάλληλης αγοράς πρέπει να βασιστεί στις διαφορετικές ανάγκες που έχει κάθε προϊόν και κάθε επιχείρηση. Ανεξάρτητα όμως από αυτό, πριν την τελική επιλογή, θα πρέπει να ληφθούν πολύ σοβαρά υπόψη το **επίπεδο ασφαλείας και εμπιστοσύνης** μεταξύ των συναλλασσομένων που προσφέρει κάθε ηλεκτρονική αγορά.

B.6. ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

Για την διεξαγωγή ηλεκτρονικών συναλλαγών και κατ' επέκταση ηλεκτρονικού εμπορίου, είναι απαραίτητη η ασφάλεια των συστημάτων που χρησιμοποιούν οι συναλλασσόμενοι. Ο όρος ασφάλεια στο ηλεκτρονικό εμπόριο αναφέρεται σε ορισμένες βασικές ιδιότητες που πρέπει να έχουν όλα τα ηλεκτρονικά μηνύματα των συναλλασσομένων, από τα πιο απλά (όπως τα ενημερωτικά e-mails) μέχρι τα πιο σύνθετα μηνύματα για την αποστολή παραγγελιών και την πραγματοποίηση ηλεκτρονικών πληρωμών. Αναφορικά, οι βασικές ιδιότητες των ασφαλών μηνυμάτων είναι η **μυστικότητα**, η **αυθεντικότητα**, η **ακεραιότητα**, και η **μη αποποίηση**

ευθύνης, η οποία εμποδίζει τον οποιοδήποτε να αρνηθεί ότι έστειλε ή παρέλαβε ένα μήνυμα ή μια παραγγελία.

Σήμερα, η τεχνολογία παρέχει πολύ προηγμένες λύσεις στο θέμα αυτό. Έχουν δημιουργηθεί πολλοί ασφαλείς τρόποι επικοινωνίας και συναλλαγών, οι οποίοι βασίζονται σε διάφορα **πρωτόκολλα ασφαλείας**. Για παράδειγμα, οι συναλλαγές με πιστωτική κάρτα, όπου γίνεται αποστολή προσωπικών δεδομένων, όπως τα στοιχεία της κάρτας, πραγματοποιούνται με τη χρήση ειδικών πρωτοκόλλων

κρυπτογράφησης δεδομένων και ασφάλειας οικονομικών συναλλαγών.

Τέτοια είναι τα Secure Sockets Layer (SSL) και Secure Electronic Transaction (SET), με τα οποία οι πληροφορίες κρυπτογραφούνται προτού μεταδοθούν στο Διαδίκτυο και αποκρυπτογραφούνται από τον

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

Φυσικά, η γνώση και η εφαρμογή τέτοιων συστημάτων ασφαλείας δεν είναι εύκολη υπόθεση για τις επιχειρήσεις. Για το λόγο αυτό, πρέπει να ζητάτε πάντα από την εταιρία τεχνολογικών λύσεων που θα αναλάβει τη δημιουργία του δικού σας συστήματος ηλεκτρονικού εμπορίου, να συμπεριλάβει σε αυτό όλα τα απαραίτητα συστήματα ασφαλείας. Επιπλέον, μετά την ολοκλήρωση ενός συστήματος ηλεκτρονικών συναλλαγών, το σύστημα αυτό μπορεί να πιστοποιηθεί για την ασφάλεια που προσφέρει από ανεξάρτητους τρίτους φορείς. Τέτοιοι φορείς, είναι ανεξάρτητες εταιρίες (πχ. η Verisign, η GeoTrust, η Thawte, κ.ά.) με ειδική άδεια για την χορήγηση **πιστοποιητικών ασφαλείας**. Έναντι μικρού κόστους κάθε σύστημα μπορεί να πιστοποιηθεί ανάλογα με το είδος και επίπεδο ασφάλειας που προσφέρει. Όπως και να έχει, είναι πολύ σημαντικό να δηλώνονται στην αρχική ιστοσελίδα ενός ηλεκτρονικού καταστήματος τα μέτρα ή τα πιστοποιητικά ασφαλείας που διαθέτει το σύστημα, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η εμπιστοσύνη των εν δυνάμει πελατών.

Οι βασικές ιδιότητες των ασφαλών μηνυμάτων είναι η μυστικότητα, η αυθεντικότητα, η ακεραιότητα, και η μη αποποίηση ευθύνης, η οποία εμποδίζει τον οποιοδήποτε να αρνηθεί ότι έστειλε ή παρέλαβε ένα μήνυμα ή μια παραγγελία.

B.7. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ηλεκτρονικό επιχειρείν δεν είναι μόνο η εκτέλεση επιχειρηματικών διαδικασιών από Διαδίκτυο, αλλά και η χρήση πληροφοριακών συστημάτων που βοηθούν στην αποτελεσματικότερη οργάνωση της επιχείρησης και στην αποδοτικότερη συνεργασία της επιχείρησης με εμπορικούς συνεργάτες. Τα τρία δημοφιλέστερα ηλεκτρονικά συστήματα διαχείρισης και συνεργασίας, τα οποία μπορούν να ολοκληρωθούν και να επεκταθούν στο Διαδίκτυο, είναι:

- **Συστήματα Ενδοεπιχειρησιακού Σχεδιασμού (Enterprise Resource Planning – ERP):** Τα ERP είναι λογισμικά που ομαλοποιούν τη ροή πληροφοριών μεταξύ των τμημάτων της επιχείρησης, ενοποιώντας σημαντικές διαδικασίες μαζί. Αν, για παράδειγμα, προστεθούν νέες παραγγελίες πωλήσεων στο σύστημα, ενημερώνονται ταυτόχρονα και άλλα σχετιζόμενα με τις παραγγελίες τμήματα της εταιρίας, όπως οι προμήθειες, η παραγωγή και το λογιστήριο. Τα ERP συστήματα περιέχουν πολλές εφαρμογές-υποσυστήματα (modules), τα κυριότερες από τις οποίες αναφέρονται στην οικονομική διαχείριση, την εμπορική διαχείριση, τη διαχείριση παραγωγής και ανθρώπινου δυναμικού, καθώς και τη διαχείριση έργων. Σκοπός των ERP είναι ο αποτελεσματικότερος προγραμματισμός πόρων της εταιρίας, αφού μέσω των ERP οι πληροφορίες για όλες τις επιχειρηματικές διαδικασίες γίνονται κοινές σε όλα τα τμήματα και με τον τρόπο αυτό μπορούν να επιλυθούν προβλήματα και να βελτιωθούν όλες οι διαδικασίες στην επιχείρηση.

Ηλεκτρονικό επιχειρείν δεν είναι μόνο η εκτέλεση επιχειρηματικών διαδικασιών από Διαδίκτυο, αλλά και η χρήση πληροφοριακών συστημάτων που βοηθούν στην αποτελεσματικότερη οργάνωση της επιχείρησης και στην αποδοτικότερη συνεργασία της επιχείρησης με εμπορικούς συνεργάτες.

Συστήματα Customer Relationship Management (CRM): Τα συστήματα CRM είναι λογισμικά που έχουν σκοπό την βελτίωση των πωλήσεων της επιχείρησης μέσω της ανάπτυξης σχέσεων με τους πελάτες. Τα CRM επικεντρώνονται στη διατήρηση πελατών συγκεντρώνοντας στοιχεία από κάθε επαφή με αυτούς. Παλιότερα η συλλογή τέτοιων στοιχείων γινόταν με προσωπική και με τηλεφωνική επαφή, ενώ σήμερα η σύνδεση των CRM με το Διαδίκτυο (**e-CRM**) επιτρέπει και τη συλλογή στοιχείων από τους πελάτες e-mail και Web. Τα στοιχεία αυτά αποθηκεύονται στις

βάσεις δεδομένων των CRM. Στη συνέχεια, η επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιήσει αυτά τα στοιχεία για συγκεκριμένους σκοπούς όπως ο σχεδιασμός εργαλείων marketing, η προώθηση των πωλήσεων ή του after sale service. Οι εφαρμογές CRM παρέχουν τη δυνατότητα στο προσωπικό των επιχειρήσεων για άμεση, διαβαθμισμένη, πρόσβαση σε όλες τις απαραίτητες πληροφορίες, με στόχο ο πελάτης να λαμβάνει επαγγελματική και προσωποποιημένη αντιμετώπιση.

Τα σύγχρονα συστήματα CRM περιέχουν επιπλέον προγράμματα όπως:

- **Lifecycle προγράμματα:** Είναι προγράμματα που παρακολουθούν τη λήξη της ζωής ενός προϊόντος και δίνουν την ευκαιρία για μια νέες πωλήσεις. Για παράδειγμα, μια ασφαλιστική εταιρεία παρακολουθεί τότε λήγει η ασφάλιση των πελατών και επικοινωνεί μαζί τους για να τους υπενθυμίσει τη λήξη της ασφάλισης και τη δυνατότητα ανανέωσης/ επέκτασής της.
 - **Cross-sell και Up-sell προγράμματα:** Το “cross sell” αναφέρεται στη δυνατότητα πώλησης συναφών ή συμπληρωματικών προϊόντων, ενώ ο όρος “up sell” αναφέρεται στην προσφορά παρεπόμενων προϊόντων. Μια επιχείρηση πληροφορικής για παράδειγμα, εντοπίζει και επικοινωνεί με το CRM τους πελάτες που έχουν αγοράσει Η/Υ από εκείνη και τους ενημερώνει ότι πλέον πουλάει και εκτυπωτές (cross sell) και ότι οργανώνει και σεμινάρια χρήσης Η/Υ για αρχάριους (up-sell).
 - **Reactivation προγράμματα:** Τα προγράμματα αυτά στοχεύουν στον εντοπισμό και την επικοινωνία των πελατών που έχουν καιρό να αγοράσουν από την επιχείρηση και η ενθάρρυνση τους με ειδικές προσφορές.
- **Συστήματα Ηλεκτρονικής Ανταλλαγής Δεδομένων (Electronic Data Interchange – EDI):** Τα EDI είναι λογισμικά για την ηλεκτρονική ανταλλαγή παραστατικών (τιμοκαταλόγων, αναφορών, δελτίων παραγγελιών, τιμολογίων, κ.ά) μεταξύ συνεργαζόμενων επιχειρήσεων. Τα συστήματα αυτά είναι πολύ δημοφιλή γιατί δίνουν αξία σε όλη τη διαδικασία των συναλλαγών μέσω της ελαχιστοποίησης των λαθών, της μείωσης του κόστους συναλλαγών (κόστος χαρτιού, ανθρώπινου δυναμικού, κτλ.), της μείωσης του χρόνου συναλλαγών και παράδοσης των παραγγελιών, της βελτιωμένης διαχείρισης ρευστών διαθέσιμων, κ.ά. Τα EDI παλιότερα είχαν υψηλό κόστος απόκτησης και χρησιμοποιούνταν σε κλειστά δίκτυα επιχειρήσεων (extranets). Σήμερα, η μεγάλη μείωση του κόστους τους και η δυνατότητα χρησιμοποίησής τους για ανταλλαγές παραστατικών μέσω

Διαδικτύου, κάνει τα EDI ιδιαίτερα χρήσιμα εργαλεία ηλεκτρονικής συνεργασίας και για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

B.8. ΕΜΠΟΡΙΟ ΜΕΣΩ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΦΟΡΗΤΟΤΗΤΑ.

B.8.1. ΣΤΑΘΕΡΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑ

Μορφές ηλεκτρονικού επιχειρείν θεωρούνται και οι επιχειρηματικές/ εμπορικές δραστηριότητες που εκτελούνται μέσω της σταθερής και της κινητής τηλεφωνίας. Πολλά γνωστά προϊόντα/ υπηρεσίες της σταθερής τηλεφωνίας, όπως η εκτροπή και η αναγνώριση κλήσεων, δημιουργήθηκαν ή ενισχύθηκαν σημαντικά με την εξέλιξη των τεχνολογιών πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών. Επιπλέον σήμερα, οι επιχειρήσεις μπορούν με σχετικά μικρό κόστος να εξυπηρετήσουν πελάτες και συνεργάτες με σύγχρονες υπηρεσίες υψηλής αξίας όπως:

- τα τηλεφωνικά κέντρα εξυπηρέτησης με τετραψήφιους αριθμούς δωρεάν (τύπου 800-XXX-XXXX) ή μεριζόμενης (τύπου 801-XXX-XXXX) κλήσης για τους πελάτες/ συνεργάτες
- τις πωλήσεις με πιστωτική κάρτα μέσω τηλεφώνου
- την εξυπηρέτηση μέσω προμαγνητοφωνημένων μηνυμάτων,
- την πρόσβαση σε e-mail μέσω σταθερού τηλεφώνου, κ.ά.

Μετά την απελευθέρωση της ελληνικής αγοράς τηλεπικοινωνιών, υπάρχουν πολλές εταιρίες παροχής υπηρεσιών σταθερής τηλεφωνίας εκτός του ΟΤΕ, οι οποίες παρέχουν διαφορετικού κόστους προγράμματα σταθερής τηλεφωνίας και υπηρεσιών για τις επιχειρήσεις. Η προσεκτική μελέτη των τηλεπικοινωνιακών αναγκών της επιχείρησης και η εκτεταμένη έρευνα αγοράς μπορεί να οδηγήσει στην σωστή επιλογή προγραμμάτων και υπηρεσιών που ταιριάζουν σε κάθε επιχείρηση.

Επανάσταση στις υπηρεσίες της σταθερής αλλά και της κινητή τηλεφωνίας αναμένεται να φέρει μια νέα τεχνολογία που ονομάζεται Voice over IP (VoIP) ή στα ελληνικά “Τηλεφωνία μέσω Διαδικτύου”. Η VoIP επιτρέπει τη μετάδοση φωνής μέσω του Internet, δηλαδή επιτρέπει την πραγματοποίηση τηλεφωνικών κλήσεων και την αποστολή μηνυμάτων (SMS) και φαξ μέσω του Διαδικτύου. Για τις επιχειρήσεις και τους ιδιώτες η τεχνολογία VoIP απλά σημαίνει ελάχιστο ή μηδενικό κόστος τηλεφωνικών κλήσεων και πολύ χαμηλές χρεώσεις σε όλες τις υπηρεσίες των

τηλεφωνικών δικτύων (από υπηρεσίες τηλεφωνητή έως την τηλεδιάσκεψη). Είναι τέτοια η διαφορά στο κόστος που αναμένεται ότι μέχρι το 2010 όλες οι τηλεφωνικές υπηρεσίες θα παρέχονται μέσω VoIP.

Η πραγματοποίηση κλήσεων μέσω VoIP μπορεί να γίνει από Η/Υ σε οποιαδήποτε τηλεφωνική συσκευή (PC to Phone) ή σε άλλο Η/Υ (PC to PC). Οι υπολογιστές πρέπει φυσικά να είναι συνδεδεμένοι στο Διαδίκτυο και να διαθέτουν επιπλέον μικρόφωνο, ακουστικά και ένα ειδικό λογισμικό εφαρμογής (π.χ. το πρόγραμμα Skype) που μετατρέπει τον Η/Υ σε εικονικό τηλέφωνο. Τέτοια λογισμικά εφαρμογής διατίθενται στο Διαδίκτυο ή στα καταστήματα πληροφορικής και έχουν μικρό κόστος ή είναι δωρεάν. Σύνδεση VoIP μπορεί επίσης να επιτευχθεί και μέσω ειδικών τηλεφωνικών συσκευών που υποστηρίζουν την συγκεκριμένη τεχνολογία και συνδέονται απευθείας με τον Η/Υ και το Διαδίκτυο. Ήδη, υπό την άμεση απειλή του αφανισμού από την VoIP, πολλές ελληνικές εταιρίες παροχής τηλεφωνίας και Internet άρχισαν να προσφέρουν φθηνές υπηρεσίες μέσω της VoIP.

B.8.2. ΚΙΝΗΤΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑ ΚΑΙ ΑΣΥΡΜΑΤΑ ΔΙΚΤΥΑ

Η εικόνα του μέλλοντος συμπληρώνεται με το κινητό ηλεκτρονικό εμπόριο (mobile commerce ή m-commerce), το οποίο αναφέρεται στην ανταλλαγή πληροφοριών, την παροχή υπηρεσιών και την πραγματοποίηση συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών υψηλής ταχύτητας. Στο κινητό ηλεκτρονικό εμπόριο φορητές συσκευές όπως τα κινητά τηλέφωνα, οι φορητοί ηλεκτρονικοί υπολογιστές (laptops ή notebooks) και οι υπολογιστές παλάμης (palmtops ή PDAs) αποκτούν σύνδεση στο Διαδίκτυο μέσα από τα:

- Δίκτυα κινητής τηλεφωνίας: Σήμερα, όλες οι εταιρίες κινητής τηλεφωνίας έχουν αναπτύξει δίκτυα τρίτης γενιάς (3G) τα οποία, πέρα από την άριστη ποιότητα μετάδοσης φωνής, προσφέρουν τη μετάδοση δεδομένων και τη σύνδεση με το Internet σε πολύ υψηλές ταχύτητες. Η σύνδεση αυτή απαιτεί κινητό τηλέφωνο που να υποστηρίζει την τεχνολογία 3G και φορητούς υπολογιστές που διαθέτουν κάρτα UMTS ή GPRS (πρότυπα που υποστηρίζουν το 3G).
- Ασύρματα δίκτυα: Μέσω των ραδιοσυχνοτήτων, τα ασύρματα δίκτυα (Wireless Fidelity Networks ή απλά Wi-Fi) επιτρέπουν στις κινητές συσκευές να συνδέονται με το Διαδίκτυο χωρίς καλώδια. Η ασύρματη σύνδεση προϋποθέτει ότι η φορητή συσκευή διαθέτει κάρτα Wi-Fi και βρίσκεται σε

σημεία ασύρματης πρόσβασης (Hot Spots). Σημεία ασύρματης πρόσβασης είναι συνήθως δημόσιοι χώροι (ξενοδοχεία, αεροδρόμια, κ.ά.) τα οποία διαθέτουν έναν πομπό που μέσω ραδιοσυχνοτήτων επικοινωνεί με το Διαδίκτυο.

Τα οφέλη των παραπάνω τεχνολογιών είναι προφανή για τις επιχειρήσεις. Πελάτες και εμπορικοί συνεργάτες έχουν την δυνατότητα άμεσης πρόσβασης στις διαδικτυακές υπηρεσίες (π.χ. πληροφορίες και συναλλαγές στο web-site) της επιχείρησης από οποιοδήποτε σημείο χωρίς να είναι αναγκαστικά μπροστά στην οθόνη του επιτραπέζιου υπολογιστή στο γραφείο ή το σπίτι τους. Κι αντίστροφα, οι επιχειρήσεις μπορούν να έρθουν σε συνεχή και άμεση επαφή με τους πελάτες τους, ανεξαρτήτως της γεωγραφικής περιοχής στην οποία βρίσκονται, με την αποστολή e-mails ή/ και SMS στο κινητό τους τηλέφωνο. Για παράδειγμα, στην περίπτωση των κινητών τηλεφώνων, με τα οποία είναι εξαιρετικά εξοικειωμένο το 80% του ελληνικού πληθυσμού, ήδη εφαρμόζονται πρακτικές προώθησης προϊόντων μέσω μαζικών μηνυμάτων SMS από το Διαδίκτυο. Οι επιχειρήσεις επιπλέον μπορούν να επικοινωνούν ασύρματα με όλους τους εργαζόμενους (π.χ. πωλητές) όπου και να βρίσκονται, αλλά και να δημιουργήσουν ασύρματα ενδο-επιχειρησιακά δίκτυα με τεράστιες δυνατότητες επέκτασης και κίνησης για το προσωπικό.

Η ολοκλήρωση των προαναφερθέντων τεχνολογιών στην τηλεφωνία και τα ασύρματα δίκτυα με το Διαδίκτυο αναμένεται να αλλάξει ακόμη περισσότερο τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις συναλλάσσονται και προωθούν τα προϊόντα τους, και γενικότερα να κάνει ευκολότερη την πρόσβαση όλων σε αυτό που ονομάζεται Κοινωνία της Πληροφορίας.

ΕΝΟΤΗΤΑ Γ: Οριζόντια θέματα ηλεκτρονικού επιχειρείν

Γ.1. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ (E-GOVERNMENT)

Η έννοια της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης περιλαμβάνει τη ροή πληροφοριών ανάμεσα στα διάφορα τμήματα της δημόσιας διοίκησης και την παροχή υπηρεσιών και πληροφοριών προς τους πολίτες και τις επιχειρήσεις, κυρίως μέσω του Διαδικτύου. Η έκδοση πιστοποιητικών, η κατάθεση φορολογικών δηλώσεων μέσω του Taxisnet.gr, η προκήρυξη και η διεξαγωγή διαγωνισμών του δημοσίου, οι προμήθειες του δημοσίου και πολλές άλλες διαδικασίες που θα γίνονται από το Διαδίκτυο, αναμένεται να καταπολεμήσουν τη γραφειοκρατία, να ενισχύσουν τη

Η έκδοση πιστοποιητικών, η κατάθεση φορολογικών δηλώσεων, η προκήρυξη και η διεξαγωγή διαγωνισμών του δημοσίου, οι προμήθειες του δημοσίου και πολλές άλλες διαδικασίες που θα γίνονται από το Διαδίκτυο, αναμένεται να καταπολεμήσουν τη γραφειοκρατία, να ενισχύσουν τη διαφάνεια και να επιτρέψουν σε κάθε πολίτη και επιχείρηση ευκολότερες και γρηγορότερες συναλλαγές με τις δημόσιες υπηρεσίες.

διαφάνεια και να επιτρέψουν σε κάθε πολίτη και επιχείρηση ευκολότερες και γρηγορότερες συναλλαγές με τις δημόσιες υπηρεσίες. Σήμερα η πλειοψηφία των δημοσίων οργανισμών και των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης έχουν δικτυακούς τόπους, οι οποίοι σε λίγο καιρό θα προσφέρουν ακόμα

περισσότερες ηλεκτρονικές υπηρεσίες προς όφελος των πολιτών και των επιχειρήσεων.

Γ.2. ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ (E-BANKING)

Το e-banking αναφέρεται στην διεκπεραίωση συναλλαγών ιδιωτών και επιχειρήσεων με τους τραπεζικούς οργανισμούς μέσω του Διαδικτύου. Με το e-banking τραπεζικές υπηρεσίες όπως κίνηση λογαριασμών, μεταφορές ποσών, εντολές αγοραπωλησιών μετοχών κι αμοιβαίων κεφαλαίων, εμβάσματα, πληρωμές διαφόρων λογαριασμών (ΙΚΑ, ΤΕΒΕ, ΔΕΗ, κ.ά) διεκπεραιώνονται εύκολα, γρήγορα και με ασφάλεια 24 ώρες το 24ωρο, 365 μέρες το χρόνο. Επιπλέον οι online τραπεζικές συναλλαγές περιορίζουν το κόστος των διαδικασιών, τους κινδύνους απώλειας χρήματος, ενώ παράλληλα εξοικονομείται πολύτιμος χρόνος.

Σήμερα, σχεδόν όλες οι ελληνικές τράπεζες προσφέρουν υπηρεσίες e-banking. Με πολύ ασφαλή ηλεκτρονικά συστήματα συναλλαγών, οι ελληνικές τράπεζες επενδύουν συνέχεια και προσφέρουν νέες υπηρεσίες μέσω Διαδικτύου, με στόχο το ποσοστό του πληθυσμού που χρησιμοποιεί το e-banking να ξεπεράσει κατά πολύ το σημερινό 10-13%.

Γ.3. ΤΗΛΕ-ΕΡΓΑΣΙΑ (E-WORKING)

Ως τηλε-εργασία ορίζεται η εργασία από απόσταση που πραγματοποιείται μέσω της χρήσης των τεχνολογιών πληροφορικής, και κυρίως μέσω του Διαδικτύου. Για παράδειγμα ένας εργαζόμενος μπορεί να εκτελέσει την εργασία του από το σπίτι, έχοντας απομακρυσμένη πρόσβαση (Remote Access) στα αρχεία και το δίκτυο της επιχείρησης μέσω του Διαδικτύου. Ή δύο επιχειρήσεις από την Ελλάδα και την Ιταλία μπορούν να συνεργαστούν από το Διαδίκτυο (τηλε-διάσκεψη) ώστε να κλείσουν τη συμφωνία που θέλουν. Με την τηλε-εργασία μπορούν να μειωθούν λειτουργικά κόστη (π.χ. έξοδα μετακινήσεων), να υπάρχει καλύτερος συντονισμός εργαζομένων σε διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές και να υπάρχει ευελιξία στη διαχείριση του εργασιακού χώρου και χρόνου.

Γ.4. ΤΗΛΕ-ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ (E-LEARNING)

Με την τηλε-εκπαίδευση κάθε ενδιαφερόμενος μπορεί να εκπαιδευτεί / καταρτιστεί στο θεματικό πεδίο που τον ενδιαφέρει μέσω της τεχνολογίας του Διαδικτύου και με

<p>Οι εργαζόμενοι δεν θα είναι πλέον υποχρεωμένοι να μετακινούνται από το χώρο εργασίας ή κατοικίας τους για να αποκτήσουν νέες επαγγελματικές γνώσεις ή δεξιότητες.</p>	
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

τη χρήση ηλεκτρονικού υλικού, όπως ψηφιακές βιβλιοθήκες, ηλεκτρονικά εργαστήρια, εκπαιδευτικό λογισμικό κτλ. Η τηλε-εκπαίδευση δεν χρησιμοποιείται μόνο στον τομέα της εκπαίδευσης (σχολεία, πανεπιστήμια, κτλ.). Έχει μεγάλη αξία και για τις επιχειρήσεις

αφού οι εξ αποστάσεως μέθοδοι εκπαίδευσης είναι δυνατόν να αλλάξουν σημαντικά το χώρο της επαγγελματικής κατάρτισης. Οι εργαζόμενοι δεν θα είναι πλέον υποχρεωμένοι να μετακινούνται από το χώρο εργασίας ή κατοικίας τους για να αποκτήσουν νέες επαγγελματικές γνώσεις ή δεξιότητες.

Γ.5. ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

Αρκετά είναι τα νομικά θέματα και προβλήματα που προέκυψαν από την έξαρση του ενδιαφέροντος των επιχειρήσεων και των επαγγελματιών φορέων για τη χρησιμοποίηση του Διαδικτύου στις εμπορικές συναλλαγές. Σήμερα, τόσο σε εθνικό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο, υπάρχει το θεσμικό πλαίσιο στο οποίο στηρίζεται η οικοδόμηση του «Ψηφιακού παγκόσμιου πολιτισμού». Η γνώση νομικών θεμάτων θεωρείται απαραίτητη για οποιαδήποτε επιχείρηση θέλει να κινηθεί “ηλεκτρονικά”, καθώς ζητήματα προστασίας προσωπικών δεδομένων, προστασίας εμπορικών σημάτων, ηλεκτρονικών συναλλαγών, κ.ά., απασχολούν ολοένα και περισσότερο. Ενδεικτικά αναφέρονται σχετικοί νόμοι και διατάγματα από το Ελληνικό Θεσμικό Πλαίσιο και το Κοινοτικό Δίκαιο:

Ελληνικό Θεσμικό Πλαίσιο

- **ΦΕΚ 717/Β/27-5-2005:** Νέος Κανονισμός Διαχείρισης και Εκχώρησης ονομάτων Χώρου (Domain Name) με κατάληξη .gr
- **ΝΟΜΟΣ 2121/1993:** Η εκμετάλλευση ενός έργου αποτελεί ‘περιουσιακό’ και ‘ηθικό’ δικαίωμα των πνευματικών δημιουργών του (πνευματική ιδιοκτησία).
- **ΝΟΜΟΣ 2246:** “**Οργάνωση και λειτουργία των τηλεπικοινωνιών της Χώρας.**” Καθιερώνεται ρυθμιστικό πλαίσιο ολοκληρωμένης προσέγγισης για τη λειτουργία του τομέα των τηλεπικοινωνιών της χώρας.
- **ΝΟΜΟΣ 2251:** “**Ό,τι αφορά την Προστασία των Καταναλωτών**” Με το νόμο αυτό περιγράφεται όλο το πλαίσιο μέριμνας της Πολιτείας για τους Πολίτες / Καταναλωτές .
- **ΝΟΜΟΣ 2472:** “**Προστασία Προσωπικών Δεδομένων**” Θεσπίζονται οι προϋποθέσεις για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα με σκοπό την προστασία των δικαιωμάτων, της ιδιωτικής ζωής και των θεμελιωδών ελευθεριών των φυσικών προσώπων.
- **ΝΟΜΟΣ 2774:** “**Προστασία Προσωπικών Δεδομένων στις Τηλεπικοινωνίες**” Θεσμοθετούνται στον Τηλεπικοινωνιακό χώρο οι προϋποθέσεις για την επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων με σκοπό την προστασία των δικαιωμάτων, της ιδιωτικής ζωής και των θεμελιωδών ελευθεριών των φυσικών προσώπων
- **ΝΟΜΟΣ 2867/2000:** “**Περί οργάνωσης και λειτουργίας των τηλεπικοινωνιών**” Στο νόμο αυτόν περιγράφονται όλες οι διατάξεις που διέπουν τις κάθε είδους τηλεπικοινωνιακές δραστηριότητες, που αναπτύσσονται στην Ελληνική Επικράτεια.

- **ΝΟΜΟΣ 2919/2001:** “Ό,τι αφορά τη σύνδεση της έρευνας και της τεχνολογίας με την παραγωγική διαδικασία.” Στο νόμο αυτό καθιερώνεται ρυθμιστικό πλαίσιο της σύνδεσης έρευνας και τεχνολογίας με την παραγωγή και άλλες διατάξεις που αφορούν: Ερευνητικούς φορείς του Δημοσίου, Αξιολόγηση Ερευνητικών Κέντρων και Ινστιτούτων, Στελέχωση Ερευνητικών και Τεχνολογικών φορέων κ.λ.π.)
- **Προεδρικό Διάταγμα για τις Ηλεκτρονικές Υπογραφές:** Έκδοση Προεδρικού Διατάγματος σύμφωνα με την Οδηγία 99/93/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με το κοινοτικό πλαίσιο για ηλεκτρονικές υπογραφές.
- **Προεδρικό Διάταγμα για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο:** Οδηγία για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο βάσει της τροποποίησης στην Κοινοτική Οδηγία 2000/31 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με τη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς και τις συγκεκριμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδιαίτερα δε του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Κοινοτικό Δίκαιο

- **ΟΔΗΓΙΑ 31/2000 ΕΚ:** Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά

Διεθνείς Συμφωνίες και Συμβάσεις

- **Αρ. Απ. 9485/2000:** Προστασία σήματος
- **Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 40/94 του Συμβουλίου για το κοινοτικό σήμα**
- **N.146/1914, Αρ.13:** Αντιποίηση επωνυμίας ή διακριτικού τίτλου
- **N.1783/2000:** Το Πρωτόκολλο Συμφωνίας της Μαδρίτης ‘Πρωτόκολλο της Μαδρίτης’ που αφορά τη διεθνή καταχώρηση σημάτων. (N.1783/2000)
- **N.2505/1997:** Το Πρωτόκολλο Συμφωνίας της Νίκαιας ‘Συμφωνία της Νίκαιας’ που αφορά τη διεθνή ταξινόμηση προϊόντων και υπηρεσιών με σκοπό την καταχώριση σημάτων
- **N.2239/1994:** Ό,τι αφορά τα Σήματα

Επίλογος

Οι νέες τεχνολογίες της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών και κυρίως οι τεχνολογίες του Διαδικτύου, έχουν αλλάξει δραματικά όχι μόνο τους παραδοσιακούς τρόπους επιχειρείν αλλά και γενικότερα τις περισσότερες ανθρώπινες δραστηριότητες.

Για την σημερινή εικόνα του ηλεκτρονικού επιχειρείν και της κοινωνίας της πληροφορίας, μπορούν οι ενδιαφερόμενοι να μάθουν περισσότερα από την έκθεση του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών (<http://r0.unctad.org/ecommerce>) για το 2011.

Επιπλέον, για όσους αμφισβητούν την δυναμική της ελληνικής αγοράς προς το ηλεκτρονικό επιχειρείν, τα στοιχεία από την έκθεση του Ελληνικού “Παρατηρητηρίου για την Κοινωνία της Πληροφορίας” (www.observatory.gr) για το 2010 είναι καθ’ όλα ενθαρρυντικά.

Όλα τα παραπάνω στοιχεία φανερώνουν την ανάπτυξη και τη δυναμική της λεγόμενης «νέας» ή «ηλεκτρονικής» οικονομίας σε παγκόσμιο επίπεδο. Μιας οικονομίας που προσφέρει σε όλους μεγαλύτερες δυνατότητες και επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Η αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών προς όφελος των τοπικών επιχειρήσεων και κατ’ επέκταση των τοπικών κοινωνιών είναι ευθύνη όλων μας. Προς αυτήν την κατεύθυνση χρειάζονται σταθερά και σίγουρα βήματα. Με αφορμή αυτόν τον οδηγό, ας κάνουμε ένα βήμα παραπάνω...

Παράρτημα

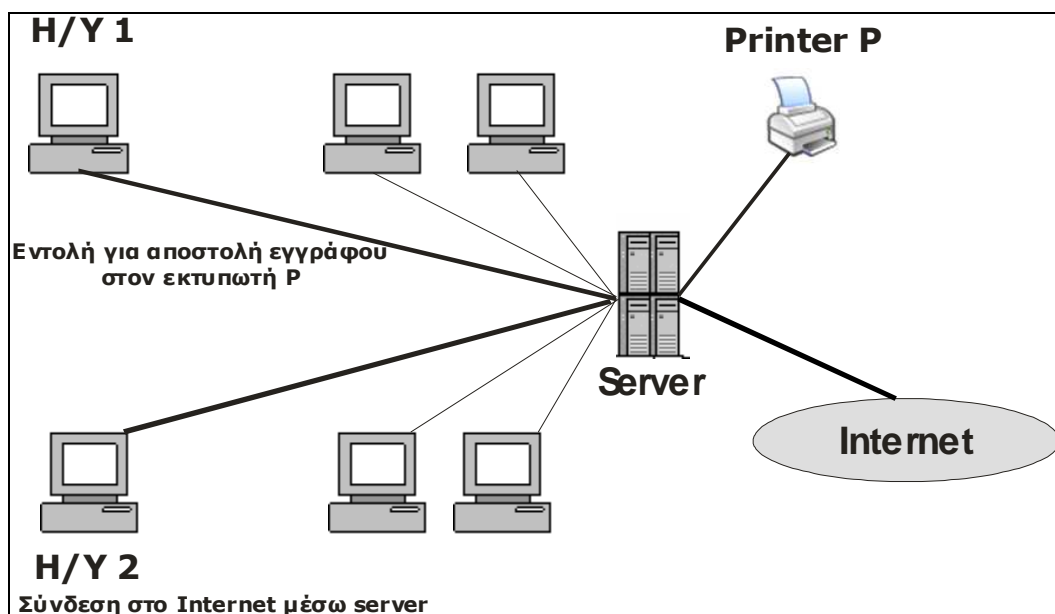
Τα παραδείγματα που δίνονται στη συνέχεια είναι υπερ-απλουστευμένα και ενδεικτικά. Σκοπός της ενότητας αυτής είναι να δώσει μια περισσότερο πρακτική εικόνα μερικών εννοιών που αναφέρθηκαν στον παρόντα οδηγό.

Παράδειγμα 1: Δημιουργία τοπικού δικτύου με το μοντέλο πελάτη - εξυπηρετητή

Η επιχείρηση Α διαθέτει ένα μεγάλο κτίριο δυο ορόφων στο οποίο στεγάζονται όλα τα γραφεία των εργαζομένων. Κάθε εργαζόμενος έχει το δικό του ηλεκτρονικό υπολογιστή (Η/Υ). Η επιχείρηση αποφασίζει να δημιουργήσει ένα τοπικό δίκτυο, στο οποίο θα συνδεθούν όλοι οι Η/Υ της επιχείρησης. Ο στόχος είναι όλοι οι Η/Υ να έχουν πρόσβαση σε όλους τους διαθέσιμους πόρους, όπως εκτυπωτές, scanners, βάσεις δεδομένων, ακόμη και το Διαδίκτυο.

Η επιχείρηση αποκτά έναν εξυπηρετητή server τον οποίο εγκαθιστά στο δεύτερο όροφο του κτιρίου και τοποθετεί κάρτες δικτύου σε κάθε Η/Υ. Μετά τις εργασίες δομημένης καλωδίωσης όλοι οι Η/Υ, καθώς και τα υπόλοιπα ηλεκτρονικά μέσα (εκτυπωτές, κτλ), μπορούν να συνδεθούν με τον server. Έτσι, κάθε Η/Υ (πελάτης) μπορεί να ζητάει εξυπηρετήσεις από τον server (εξυπηρετητή). Για παράδειγμα ο Η/Υ 1 στον πρώτο όροφο θέλει να εκτυπώσει ένα έγγραφο στον έγχρωμο εκτυπωτή P στον δεύτερο όροφο. Ο Η/Υ στέλνει το αίτημά του στον server, ο οποίος με τη σειρά του στέλνει το αρχείο στον συνδεδεμένο σε αυτόν εκτυπωτή P και η εκτύπωση πραγματοποιείται (Εικόνα 1).

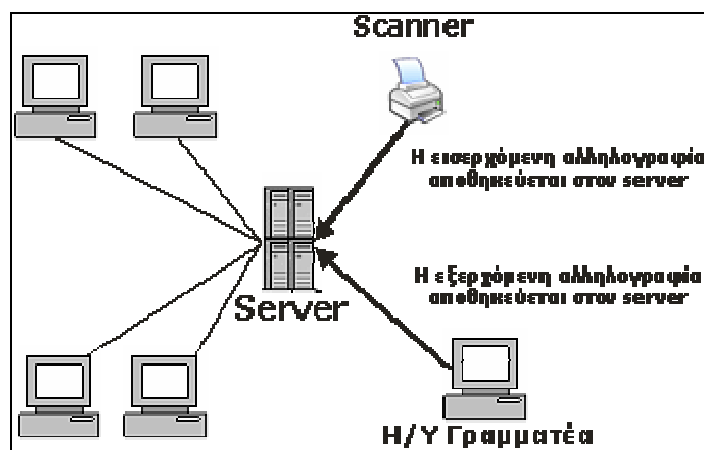
Ανάλογα ο εργαζόμενος Η/Υ 2 μπορεί να θέλει να συνδεθεί με το Internet. Αν ο server της επιχείρησης είναι συνδεδεμένος με το Διαδίκτυο, τότε και ο επίσης συνδεδεμένος με τον server Η/Υ 2 μπορεί. Με αυτόν τον τρόπο δεν χρειάζεται οι υπολογιστές της επιχείρησης να χρησιμοποιούν ξεχωριστά υλικά (hardware) και λογισμικά (software) για να συνδεθούν στο Διαδίκτυο. Αυτό γίνεται μέσω του server (Εικόνα 1)



Εικόνα 1

Παράδειγμα 2: Αυτοματισμός Γραφείου & Διαχείριση Αρχείων

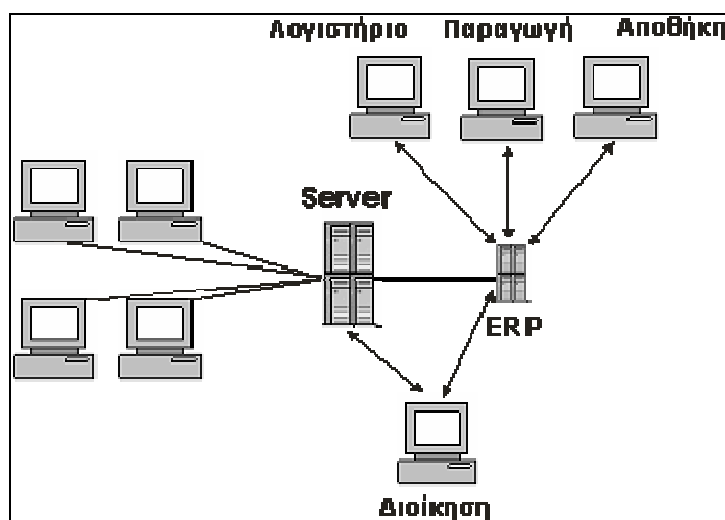
Η επιχείρηση Α διαθέτει τοπικό δίκτυο όπως αυτό στην Εικόνα 1. Αποφασίζεται κάποιος υπάλληλος να έχουν πρόσβαση στην αλληλογραφία της επιχείρησης με ηλεκτρονικό τρόπο (Εικόνα 2). Στη περίπτωση της εξερχόμενης αλληλογραφίας, ο γραμματέας μόλις ετοιμάσει ηλεκτρονικά μια επιστολή την αποθηκεύει σε ειδικό φάκελο στον server. Από τον server όλοι οι εργαζόμενοι μπορούν από το Η/Υ τους να ανακτήσουν, να διαμορφώσουν και να ξανα-αποθηκεύσουν την επιστολή. Στην περίπτωση της εισερχόμενης αλληλογραφίας, ο γραμματέας μόλις λαμβάνει την αλληλογραφία, την σαρώνει σε έναν σαρωτή (scanner) που είναι συνδεδεμένος με τον server. Το έντυπο αρχείο μετατρέπεται σε ηλεκτρονικό και αποθηκεύεται σε ειδικό φάκελο στον server, από τον οποίο μπορούν να το διαχειριστούν οι υπόλοιποι εργαζόμενοι.



Εικόνα 2

Παράδειγμα 3: Συστήματα Μηχανοργάνωσης & Ηλεκτρονικής Διαχείρισης

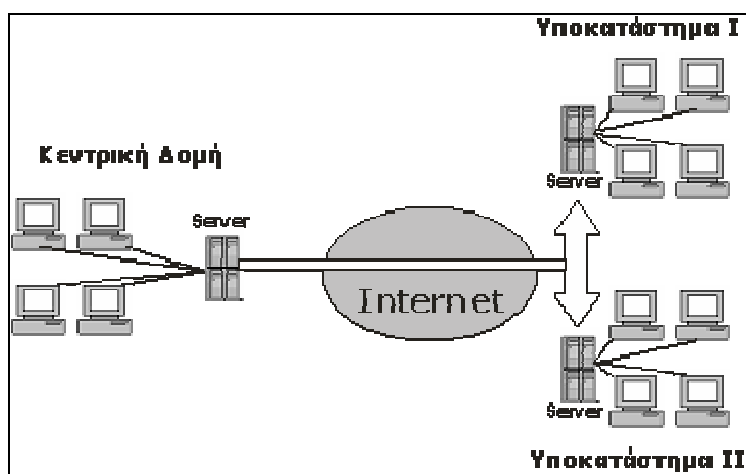
Η επιχείρηση Α επιτρέπει στους εργαζόμενους στη μονάδα παραγωγής, στο λογιστήριο και στην αποθήκη πρόσβαση σε ειδικό λογισμικό εμπορικών εφαρμογών ή σε ένα ERP (Εικόνα 3). Οι παραπάνω εργαζόμενοι επικοινωνούν αμφίδρομα με το ERP (μέσω server με ειδική πρόσβαση) και το ενημερώνουν για τις παραμέτρους της παραγωγής, την οικονομική κατάσταση της εταιρίας, το απόθεμα, κ.ά. Πρόσβαση στο ERP έχουν επίσης οι άνθρωποι της διοίκησης, οι οποίοι με αυτόν τον τρόπο έχουν άμεση και αξιόπιστη ενημέρωση για το τι συμβαίνει στην εταιρία τους κάθε στιγμή.



Εικόνα 3

Παράδειγμα 4: Ιδεατό Ιδιωτικό Δίκτυο

Η κεντρική δομή της επιχείρησης Α είναι απομακρυσμένη από τα δύο υποκαταστήματα Ι και ΙΙ. Τόσο στην κεντρική δομή, όσο και στα υποκαταστήματα, η επιχείρηση έχει αναπτύξει εσωτερικά δίκτυα. Το ζητούμενο για την επιχείρηση είναι η ολοκλήρωση αυτών των δικτύων, ώστε η κεντρική δομή (παραγωγή) να ενημερώνεται άμεσα για το τι συμβαίνει στα υποκαταστήματα και αντίστροφα. Η λύση είναι η δημιουργία ενός Ιδεατού Ιδιωτικού Δικτύου (Virtual Private Network – VPN), δηλ. η σύνδεση των επιμέρους εσωτερικών δικτύων μέσω Διαδικτύου μέσα από ασφαλή κανάλια μεταφοράς δεδομένων στα οποία δεν μπορούν να εισέλθουν άλλοι χρήστες του διαδικτύου (Εικόνα 4).



Εικόνα 4

Παράδειγμα 5: Αγορά μέσω του Διαδικτύου

Η αγορά προϊόντων μέσω Διαδικτύου είναι σήμερα μια απλή και διαδεδομένη διαδικασία, όπως παρουσιάστηκε στον παρόντα οδηγό. Η διαδικασία που παρουσιάζεται ως παράδειγμα στη συνέχεια μπορεί να διαφέρει λίγο μεταξύ των διαφορετικών ηλεκτρονικών καταστημάτων. Επισημαίνεται ότι οι εικόνες που παρουσιάζονται σε αυτό το παράδειγμα προέρχονται από το demo του Ελεύθερου Λογισμικού/ Λογισμικού Ανοιχτού Κώδικα OsCommerce (www.oscommerce.org).

Ο καταναλωτής επισκέπτεται το ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop). Για να μπορέσει να κάνει αγορές θα πρέπει να είναι εγγεγραμμένος χρήστης στις βάσεις δεδομένων του

καταστήματος. Η εγγραφή γίνεται μια μόνο φορά σε ειδικές ηλεκτρονικές φόρμες της μορφής που παρουσιάζεται στην (Πλαίσιο A - Εικόνα 5). Ο χρήστης συμπληρώνει κάποια προσωπικά στοιχεία που μπορούν να χρησιμοποιηθούν από το ηλεκτρονικό κατάστημα στο μέλλον για λόγους marketing. Κατά την εγγραφή του ο επισκέπτης λαμβάνει τους προσωπικούς του κωδικούς χρήστη και πρόσβασης (Πλαίσιο B - Εικόνα 5).

The image shows a registration form titled "My Account Information". At the top right, there is a small icon of a document with a checkmark. Below the title, a note states: "NOTE: If you already have an account with us, please login at the [login page](#)." The form is divided into several sections:

- Your Personal Details** (marked with a red asterisk for required information):
 - Gender: Radio buttons for Male and Female, with a red asterisk.
 - First Name: Text input field with a red asterisk.
 - Last Name: Text input field with a red asterisk.
 - Date of Birth: Text input field with a red asterisk and an example "(eg. 05/21/1970)".
 - E-Mail Address: Text input field with a red asterisk.
- Company Details**:
 - Company Name: Text input field.
- Your Address**:
 - Street Address: Text input field with a red asterisk.
 - Suburb: Text input field.
 - Post Code: Text input field with a red asterisk.
 - City: Text input field with a red asterisk.
 - State/Province: Text input field with a red asterisk.
 - Country: Dropdown menu with "Please Select" and a red asterisk.
- Login Information** (labeled as B):
 - E-Mail Address: Text input field.
 - Password: Text input field.
 - Link: "Password forgotten? Click here."
 - Button: "Sign In" button with a key icon.

Εικόνα 5

Ο χρήστης τώρα μπορεί με τη χρήση των κωδικών του να εισέλθει στην προσωπική του περιοχή και από εκεί στους καταλόγους των προϊόντων του ηλεκτρονικού καταστήματος (Εικόνα 6)

Product Name+	Price	Buy Now
 Microsoft IntelliMouse Explorer	\$64.95	Buy Now!
 Microsoft IntelliMouse Pro	\$49.99 \$39.99	Buy Now!

Displaying 1 to 2 (of 2 products) Result Pages: 1

Εικόνα 6

Ο καταναλωτής επιλέγει τα προϊόντα και τις ποσότητες που επιθυμεί να αγοράσει. Όλες οι επιλογές του καταγράφονται στις βάσεις δεδομένων του ηλεκτρονικού καταστήματος και ο καταναλωτής μπορεί να τις βλέπει ανά πάσα στιγμή στο Διαδίκτυο στο σημείο «Καλάθι Αγορών» (Shopping Cart). Όταν σταματήσει την αναζήτηση προϊόντων, ο καταναλωτής μπορεί να κάνει ανασκόπηση των προϊόντων που επέλεξε στο «Καλάθι Αγορών» του (Εικόνα 7).

Remove	Product(s)	Qty.	Total
<input type="checkbox"/>	 Microsoft IntelliMouse Explorer <i>- Model PS/2</i>	<input type="text" value="1"/>	\$64.95
<input type="checkbox"/>	 Hewlett Packard LaserJet 1100Xi	<input type="text" value="1"/>	\$499.99
Sub-Total: \$564.94			
Update		Continue Shopping	
		Checkout	

Εικόνα 7

Τώρα ο καταναλωτής μπορεί να προχωρήσει στην αγορά των επιλεγμένων προϊόντων. Με το κουμπί «Αγορά» ή «Ολοκλήρωση Αγορών» ή «Συνέχεια» (στην

Εικόνα 7 το κουμπί «Checkout») ο καταναλωτής μεταφέρεται σε μια φόρμα όπου συμπληρώνει την διεύθυνση παραλαβής των προϊόντων. Εκεί συνήθως δηλώνει και την προτίμησή του για τον τρόπο μεταφοράς των προϊόντων (π.χ. ταχυδρομείο, courier, κ.ά.), ο οποίος επηρεάζει και το τελικό κόστος. Τέλος, ο καταναλωτής σε επόμενη φόρμα συμπληρώνει τα στοιχεία της πιστωτικής του κάρτας στην οποία θέλει να πιστωθεί η αγορά (Εικόνα 8). Το σύστημα, αφού επικοινωνήσει και πάρει έγκριση από την Τράπεζα, ενημερώνει τον καταναλωτή ότι η συναλλαγή του ολοκληρώθηκε.

Payment Method

Please select the preferred payment method to use on this order.

Credit Card

Credit Card Owner:

Credit Card Number:

Credit Card Expiry Date:

Cash on Delivery

Add Comments About Your Order

Continue Checkout Procedure to confirm this order.

Continue

Εικόνα 8

ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ

Φορείς ενίσχυσης της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας

- 1 E-business Forum www.ebusinessforum.gr
- 2 Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας www.observatory.gr
- 3 ΕΔΕΤ: Εθνικό Δίκτυο Έρευνας και Τεχνολογίας www.edet.gr
- 4 Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών & Ταχυδρομείων www.eett.gr

Παροχείς Υπηρεσιών Διαδικτύου (ISP) στην Ελλάδα (ενδεικτικά)

- 1 Otenet www.otenet.gr
- 2 Forthnet www.forthnet.gr
- 3 Hellas Online www.web.hol.gr
- 4 Tellas www.tellas.gr

Ελεύθερο Λογισμικό / Λογισμικό Ανοιχτού Κώδικα (ΕΛ/ΛΑΚ)

- 1 ΕΛ/ΛΑΚ www.open-source.gr

Επιχειρηματικοί Φορείς και Υπηρεσίες στη Χώρα

- 1 ΚΕΕ: Κεντρική Ένωση Επιμελητηρίων www.e-boss.gr
- 2 ΕΣΕΕ: Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου www.esee.gr
- 3 ΣΕΒ: Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών www.sev.org.gr
- 4 ΣΕΒΒΕ: Σύνδεσμος Βιομηχανιών Βορείου Ελλάδος www.sbbe.gr
- 5 ΣΕΠΕ: Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής Ελλάδος www.sepe.gr

- 6 ΕΚΕΕ: Ενιαίο Κέντρο Επαφής για τις Επιχειρήσεις http://ec.europa.eu/youreurope/business/index_en.htm
- 7 ΕΟΤ: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού www.visitgreece.gr
- 8 Ελληνικό Κέντρο Επενδύσεων www.investingreece.gov.gr
- 9 ΕΟΜΜΕΧ: Ελληνικός Οργανισμός Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων www.eommex.gr
- 10 ΟΠΕ: Ελληνικός Οργανισμός Εξωτερικού Εμπορίου www.hepo.gr
- 11 ΟΒΙ: Οργανισμός Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας www.obι.gr
- 12 ΕΛΟΤ: Ελληνικός Οργανισμός Τυποποίησης www.elot.gr
- 13 ΟΑΕΔ: Οργανισμός Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού www.oaed.gr
- 14 ΕΚΤ: Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης www.ekt.gr
- 15 ΕΕΔΕ: Ελληνική Εταιρεία Διοίκησης Επιχειρήσεων www.eede.gr
- 16 ΙΟΒΕ: Ινστιτούτο Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών www.iobe.gr
- 17 ΕΛΣΤΑΤ: Ελληνική Στατιστική Αρχή www.statistics.gr
- 18 ΕΤ: Εθνικό Τυπογραφείο Ελλάδος www.et.gr

Internet Banking (Τράπεζες – Χρηματοδοτικοί Φορείς)

- 1 Παγκρήτια Συνεταιριστική Τράπεζα www.pancretabank.gr
- 2 Συνεταιριστική Τράπεζα Χανίων www.chaniabank.gr
- 3 Τράπεζα της Ελλάδος www.bankofgreece.gr
- 4 Alpha Bank www.alpha.gr
- 5 Aspis Bank www.aspisbank.gr
- 6 Citibank www.citibank.gr
- 7 Emporiki Bank www.emporiki.gr
- 8 Eurobank www.eurobank.gr
- 9 HSBC www.hsbc.gr

10	NovaBank	www.novabank.gr
11	Probank	www.probank.gr
12	Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος	www.ate.gr
13	Γενική Τράπεζα	www.geniki.gr
14	Εγνατία Τράπεζα	www.egnatiabank.gr
15	Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος	www.nbg.gr
16	Ελληνική Τράπεζα	www.hellenic-bank.com
17	Λαϊκή Τράπεζα	www.laiki.gr
18	Τράπεζα Αττικής	www.bankofattica.gr
19	Τράπεζα Κύπρου	www.bankofcyprus.gr
20	Τράπεζα Πειραιώς	www.piraeusbank.gr
21	Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα	http://www.ecb.int
22	Ταμείο Νέας Οικονομίας	www.taneo.gr

Επιχειρηματικοί & Αναπτυξιακοί Φορείς Κρήτης

1	Επιμελητήριο Ηρακλείου	www.ebeh.gr
2	Επιμελητήριο Χανίων	www.chania-cci.gr
3	Επιμελητήριο Ρεθύμνης	www.eber.gr
4	Επιμελητήριο Λασιθίου	www.epimlas.gr
5	Αναπτυξιακή Κρήτης (ΕΦΔ ΕΠΑΝ)	www.ank.gr

Ακαδημαϊκά – Ερευνητικά Ιδρύματα Κρήτης

1	Πανεπιστήμιο Κρήτης – Ηράκλειο & Ρέθυμνο	www.uoc.gr
2	Πολυτεχνείο Κρήτης - Χανιά	www.tuc.gr
3	Τεχνολογικό και Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης	www.teicrete.gr
4	Ινστιτούτο Τεχνολογίας και Έρευνας Ηρακλείου	www.forth.gr

- | | | |
|---|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 5 | Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων | www.maich.gr |
| 6 | Επιστημονικό και Τεχνολογικό Πάρκο Κρήτης | www.stepc.gr |
| 7 | Ινστιτούτο Ελιάς και Υποτροπικών Φυτών Χανίων (ΕΘΙΑΓΕ) | www.nagref-cha.gr |

Μηχανές Αναζήτησης στο Διαδίκτυο

- | | | |
|---|-------------|--------------------------------------------------------------|
| 1 | Google | www.google.com |
| 2 | Yahoo | www.yahoo.com |
| 3 | Atlavista | www.atlavista.com |
| 4 | Metacrawler | www.metacrawler.com |
| 5 | Pin.gr | www.pin.gr |
| 6 | In.gr | www.in.gr |
| 7 | Pathfinder | www.pathfinder.gr |

Γλωσσάριο

Ηλεκτρονικό επιχειρείν είναι μια σύγχρονη επιχειρηματική μεθοδολογία που απευθύνεται στην ανάγκη οργανισμών, εμπόρων και πελατών να μειώσουν το κόστος, με παράλληλη αύξηση της ποιότητας των προϊόντων και των υπηρεσιών, καθώς και της ταχύτητας παράδοσής τους.

Ηλεκτρονικό εμπόριο είναι το κομμάτι του ηλεκτρονικού επιχειρείν στο οποίο πραγματοποιούνται εμπορικές συναλλαγές μέσω υπολογιστικών δικτύων.

Διαδικτυακό marketing (internet marketing, e-marketing ή online marketing) δεν είναι τίποτα περισσότερο από την εφαρμογή του Διαδικτύου και άλλων σχετικών ψηφιακών τεχνολογιών για την επίτευξη των στόχων του marketing (δεν περιέχει την έννοια της συναλλαγής).

Υλικό (hardware) είναι όλα τα χειροπιαστά μέρη του υπολογιστή, όπως η οθόνη, το πληκτρολόγιο, το ποντίκι κ.ά.

Λογισμικό (software) είναι τα διάφορα προγράμματα που “τρέχουν” στον υπολογιστή.

Λειτουργικό σύστημα είναι το λογισμικό που ελέγχει και συντονίζει όλες τις λειτουργίες του υπολογιστή.

Δίκτυο υπολογιστών αποτελούν δύο ή περισσότεροι συνδεδεμένοι Η/Υ που έχουν τη δυνατότητα χρησιμοποίησης κοινών πόρων.

Μοντέλο πελάτη – εξυπηρετητή είναι μια τοπολογία δικτύου Η/Υ στο οποίο όλοι οι Η/Υ του δικτύου είναι οι “πελάτες” που ζητάνε δεδομένα από έναν κεντρικό υπολογιστή, τον εξυπηρετητή (server).

Modem είναι η συσκευή που χρησιμοποιείται από τους Η/Υ για την μετατροπή των σημάτων των τηλεπικοινωνιακών γραμμών σε ψηφιακά σήματα που αναγνωρίζει ο Η/Υ, κι αντίστροφα.

Πρωτόκολλα ονομάζονται τα προγράμματα που καθορίζουν την επικοινωνία Η/Υ και δικτύων.

Intranets είναι τα εσωτερικά ή ιδιωτικά δίκτυα επιχειρήσεων και άλλων οργανισμών.

Extranets είναι τα δια-επιχειρησιακά δίκτυα, δηλ. τα δίκτυα που συνδέουν συνήθως intranets δύο ή περισσότερων οργανισμών.

Διαδίκτυο (Internet) είναι απλά το “δίκτυο των δικτύων”, στο οποίο συνδέονται δίκτυα και Η/Υ από όλο τον κόσμο.

Όνομα Χώρου (Domain name) ονομάζεται η διεύθυνση (σε μορφή λέξεων) κάθε δικτυακού τόπου (πχ. www.mycompany.gr)

Παγκόσμιος Ιστός (World Wide Web) είναι η τεχνολογία που επιτρέπει την παρουσίαση του περιεχομένου του Διαδικτύου σε ένα γραφικό και εύχρηστο περιβάλλον, με κείμενο, ήχο, στατικές και κινούμενες εικόνες, ακόμα και video.

Παροχέας Υπηρεσιών Διαδικτύου (Internet Service Provider- ISP) είναι κάθε εταιρία που διαθέτει ένα από τα κεντρικά δίκτυα της χώρας που συμμετέχουν στο Διαδίκτυο.

Antivirus είναι το λογισμικό που ελέγχει την ύπαρξη ιών σε έναν Η/Υ.

Banners είναι μικρά ή μεγάλα εικονίδια-σύνδεσμοι που μια επιχείρηση καταχωρεί σε δημοφιλείς δικτυακούς τόπους για την προβολή της ή την προβολή του δικτυακού της τόπου.

Μηχανές αναζήτησης είναι sites με ειδικούς μηχανισμούς, οι οποίοι αναζητούν στο Διαδίκτυο τις διευθύνσεις των δικτυακών τόπων που ενδιαφέρουν τους χρήστες τους.

Ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop) ονομάζεται ο δικτυακός τόπος μιας επιχείρησης που παρέχει τη δυνατότητα ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Ηλεκτρονικές αγορές (e-marketplaces) είναι δικτυακοί τόποι συγκέντρωσης αγοραστών και προμηθευτών, στους οποίους υπάρχει η δυνατότητα εμπορικών συναλλαγών.

B2B (Business to Business) ονομάζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ επιχειρήσεων.

B2C (Business to Consumer) ονομάζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών.

Ηλεκτρονικές δημοπρασίες (e-auctions) είναι μια μέθοδος ηλεκτρονικών συναλλαγών ανάλογη με τη γνωστή διαδικασία των δημοπρασιών.

Κλαδικές ή κάθετες ηλεκτρονικές αγορές είναι οι αγορές που είναι αφιερωμένες σε έναν μόνο οικονομικό ή βιομηχανικό κλάδο.

Συστήματα Ενδοεπιχειρησιακού Σχεδιασμού (Enterprise Resource Planning – ERP) είναι λογισμικά που ομαλοποιούν τη ροή πληροφοριών μεταξύ των τμημάτων της επιχείρησης, ενοποιώντας σημαντικές διαδικασίες μαζί.

Συστήματα Customer Relationship Management (CRM) είναι λογισμικά που έχουν σκοπό την βελτίωση των πωλήσεων της επιχείρησης μέσω της ανάπτυξης σχέσεων με τους πελάτες.

Συστήματα Ηλεκτρονικής Ανταλλαγής Δεδομένων (Electronic Data Interchange – EDI) είναι λογισμικά για την ηλεκτρονική ανταλλαγή παραστατικών (τιμοκαταλόγων, δελτίων παραγγελιών, τιμολογίων, κ.ά) μεταξύ συνεργαζόμενων επιχειρήσεων.