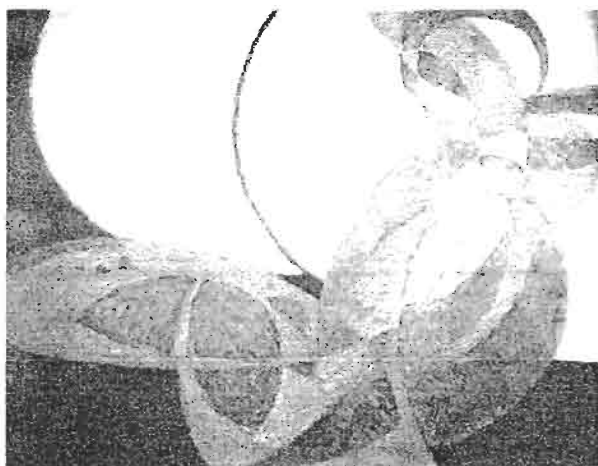


Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην ελληνική πραγματικότητα.
Εφαρμογές-Προοπτική



Σπουδαστής:
Λάζαρος Βαλάκας

Επιβλέπων Καθηγητής:
Αυτόνιος Ποταμιάνος Αντωνιος
Επισκέπτης Καθηγητής Τ.Ε.Ι.
Πανεπιστήμιο Πειραιώς
Τμήμα Αποκριτικής

ΑΘΗΝΑ 2001

Λάζαρος Βαλάκας

Το ηλεκτρονικό εμπόριο
στην ελληνική
πραγματικότητα.
Εφαρμογές-Προοπτική.

Αθήνα
2001

Στον Αντρέα Φαλάκρα

Αναγνώριση

Ευχαριστώ τον καθηγητή μου Αντώνη Ποταμιάνο για τις καίριες υποδείξεις του και τον κύριο Κώστα Κώτσο για το πολύτιμο χρόνο που μου πρόσφερε.

Περιεχόμενα

Πρόλογος

Κεφάλαιο 1: Περί Internet

1.1 Ιστορική αναδρομή	1
1.2 Λειτουργία του Διαδικτύου	4
1.3 Το Internet στην Ελλάδα	13
1.4 Κόστος πρόσβασης στο Internet	18

Κεφάλαιο 2: Περί ηλεκτρονικού εμπορίου

Ορισμός	25
-------------------	----

Κεφάλαιο 3: Η «κατασκευή» ενός ηλεκτρονικού καταστήματος

Η «κατασκευή» ενός ηλεκτρονικού καταστήματος	30
Outsourcing	33
Η διαδικασία κατοχύρωσης Internet ονομάτων GR domain	34

Κεφάλαιο 4: Το ηλεκτρονικό κατάστημα

Εισαγωγή	43
Κεντρική σελίδα	44
Αποστολή προϊόντος	48

Τρόποι προσέγγισης του πελάτη	49
Σελίδα προϊόντος	53
Υπηρεσίες μέλους	54
Καλάθι αγορών	57

Τρόποι παραγγελίας	60
Ταμείο	62
Τρόποι πληρωμής	64
Επιστροφή προϊόντος	69

Κεφάλαιο 5: Περί ασφάλειας συναλλαγών

Περί ασφάλειας των συναλλαγών	76
Εφαρμογές	80
Περί του EDI	83
Ηλεκτρονική υπογραφή	84

Κεφάλαιο 6: Έρευνες

Έρευνες για το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα	90
Χρήση εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου	98
Χρήση ηλεκτρονικού εμπορίου κατά κλάδο	99
Υποδομές ηλεκτρονικού εμπορίου	
Κίνητρα, εμπόδια και προοπτικές	101
Λόγοι υιοθέτησης ηλεκτρονικού εμπορίου	103
Οφέλη από την υιοθέτηση	104
Εμπόδια στην εφαρμογή του ηλεκτρονικού εμπορίου	107
Απαιτούμενες δημόσιες ηλεκτρονικές υπηρεσίες	109

Κεφάλαιο 7: Περί B2B

B2B (Business-to-business)	112
Οι τέσσερις φάσεις των e-marketplaces	115
Τα οφέλη των B2B αγορών	117
Τα μοντέλα της νέας ψηφιακής οικονομίας	119
Τα e-marketplaces παρέχουν τη διαφάνεια	120
Δημοπρασίες	124

Κεφάλαιο 8: B2G, C2G, E-Banking, Mobile commerce

Mobile commerce	135
E-Banking	135
E-government (B2G) & (C2G)	143

Κεφάλαιο 9: E-Marketing

Τα «βασικά»	152
Η διαφήμιση στο Internet	152
Διαφήμιση στο ελληνικό Διαδίκτυο	158
Σχεδιασμός της ιστοσελίδας του ηλεκτρονικού καταστήματος	162
Personalization	162
Χρώμα στο ηλεκτρονικό κατάστημα	163

Κεφάλαιο 10: Φορολογία

Φορολογία	166
-----------------	-----

Κεφάλαιο 11: Ελληνικά ηλεκτρονικά καταστήματα

Ελληνικά ηλεκτρονικά καταστήματα	174
--	-----

Παραρτήματα

Παράρτημα Α	230
-------------------	-----

Παράρτημα Β: Πρόγραμμα «Δικτυωθείτε»	243
--	-----

Βιβλιογραφία	258
--------------------	-----

Ευρετήριο	260
-----------------	-----

Πρόλογος

Το Ηλεκτρονικό εμπόριο είναι άλλη μια «ευκολία», που εφεύρε ο σύγχρονος άνθρωπος για να εξυπηρετήσει με λιγότερο κόπο τις ανάγκες του. Πλέον, ο σύγχρονος άνθρωπος έχει παραχωρήσει πλείστες των λειτουργιών του σε μηχανήματα. Έχει χαθεί η φυσική επαφή του ατόμου με διαδικασίες, που «τονώνουν» την φυσική του υπόσταση, την κοινωνικότητά του, την φαντασία και κυρίως τη δημιουργικότητα. Με αιτιολογία την έλλειψη ελεύθερου χρόνου, ο σύγχρονος άνθρωπος χρησιμοποιεί την τεχνολογία για να εξοικονομήσει ώρες «ξεκούρασης». Έτσι, το ηλεκτρονικό εμπόριο (κυρίως το κομμάτι του B2C), έρχεται να διευκολύνει τον καταναλωτή, ώστε ξεκούραστα με τον ηλεκτρονικό του υπολογιστή να πραγματοποιεί τα «ψώνια» του από το σπίτι του. (Μία προσέγγιση κάπως ρομαντική...).

Αλλά η σύγχρονη πραγματικότητα – και κυρίως η οικονομική- επιτάσσει τη δημιουργία νέων καναλιών προσέγγισης του έμπορα με τον καταναλωτή, του προμηθευτή με τον έμπορα, της δημόσιας διοίκησης με τον πολίτη. Το ηλεκτρονικό εμπόριο με τη λειτουργία του βοηθά ώστε αυτή η προσέγγιση να γίνεται με λιγότερους μεσάζοντες, αυτοματοποιημένα και κατά κάποιο τρόπο άκοπα.

Η λειτουργία του ηλεκτρονικού εμπορίου βρίσκεται παγκοσμίως στα πρώτα στάδια εξέλιξής του, με συνέπεια να μην υπάρχουν επισφαλή συμπεράσματα για την αποτελεσματικότητά του.

Ειδικότερα στην Ελλάδα, λόγω έλλειψης υποδομών, το ηλεκτρονικό εμπόριο λειτουργεί κατά κάποιο τρόπο «πειραματικά». Οι εφαρμογές του χρησιμοποιούνται κυρίως από άτομα με ανώτερο επίπεδο μόρφωσης και με υψηλά εισοδήματα. Για αυτό θα απαιτηθεί αρκετός χρόνος, ώστε ο Έλληνας να αφομοιώσει τη «λογική» των εφαρμογών του ηλεκτρονικού εμπορίου, ώστε αυτό με τη σειρά του να λειτουργήσει προς όφελος του.

Με αυτήν την εργασία, γίνεται μία περιγραφική αλλά και πρακτική (μέσω κάποιων εφαρμογών) προσέγγιση της λειτουργίας του ηλεκτρονικού εμπορίου στην ελληνική πραγματικότητα. Πιο αναλυτικά η δομή της εργασίας έχει ως εξής:

Στο πρώτο κεφάλαιο εξετάζονται τα λειτουργικά στοιχεία που απαιτούνται για την πραγμάτωση των εφαρμογών του ηλεκτρονικού εμπορίου, δίνοντας έμφαση στον παράγοντα Internet.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται απλώς μία οριοθέτηση σχετικά με το τι ακριβώς ορίζεται ως ηλεκτρονικό εμπόριο.

Η
@@@
Ηλεκτρονικό εμπόριο

Στο τρίτο κεφάλαιο περιγράφονται κάποια πρώτα βήματα που απαιτούνται για τη κατασκευή ενός ηλεκτρονικού καταστήματος όπως τη κατοχύρωση domain name, την κατασκευή και σχεδίαση της ιστοσελίδας του καταστήματος.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα επιμέρους «συστατικά», που απαρτίζουν τη βιτρίνα στην ιστοσελίδα του ηλεκτρονικού καταστήματος. Στο πέμπτο κεφάλαιο εξετάζεται το μείζον ζήτημα της ασφάλειας των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Ενώ, στο έκτο κεφάλαιο αναφέρονται τα αποτελέσματα ερευνών που διεξήχθησαν για την εξαγωγή κάποιων συμπερασμάτων σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο στην ελληνική πραγματικότητα.

Στο έβδομο κεφάλαιο εξετάζεται η μορφή B2B του ηλεκτρονικού εμπορίου, με σκοπό να περιγραφεί η λειτουργικότητά της.

Επίσης, στο όγδοο κεφάλαιο περιγράφεται η λειτουργικότητα επιμέρους μορφών του ηλεκτρονικού εμπορίου όπως, το B2G, το C2G, το E-Banking, το Mobile commerce.

Στο ένατο κεφάλαιο γίνεται μια προσπάθεια να επισημανθεί η σημασία του άρτιου marketing και στο ηλεκτρονικό εμπόριο, ώστε να υπάρξει η μέγιστη ικανοποίηση από τον τελικό αποδέκτη.

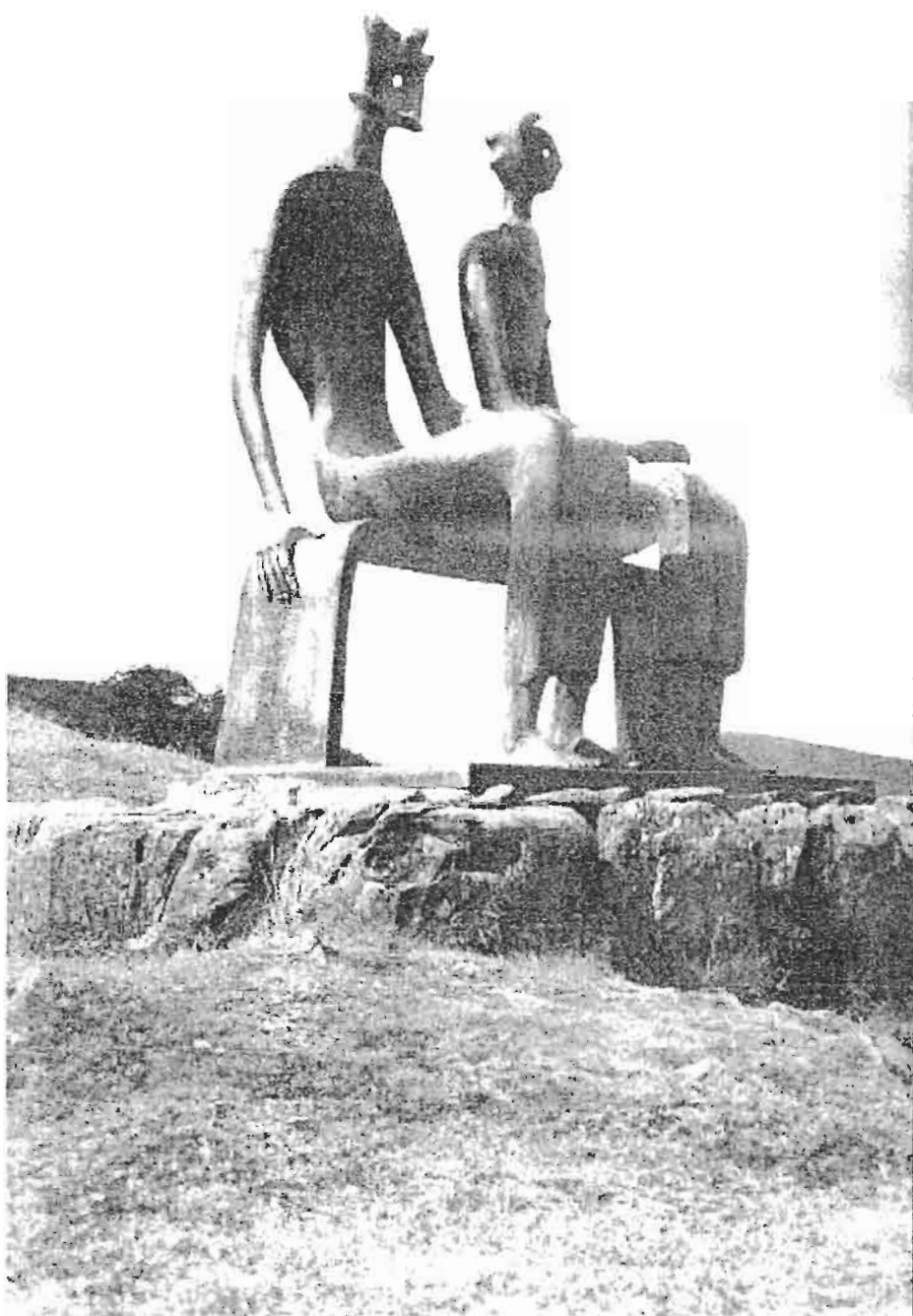
Στο δέκατο κεφάλαιο αναφέρονται οι πολιτικές που η Ευρωπαϊκή ενδέχεται να ακολουθήσει στο ζήτημα της φορολογίας των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Στο ενδέκατο κεφάλαιο γίνεται μια περιγραφή των περισσότερων ελληνικών ηλεκτρονικών καταστημάτων.

Τέλος, στα δύο παραρτήματα παρουσιάζονται κάποιες εφαρμογές περί του ηλεκτρονικού εμπορίου και το κρατικό πρόγραμμα «Δικτυωθείτε», που ενισχύει τους πολίτες στην προσπάθειά τους να οργανώσουν ένα ηλεκτρονικό κατάστημα.

* Κατά τη συγγραφή της εργασίας προσπάθησα να προσεγγίσω το θέμα του ηλεκτρονικού εμπορίου και από τη μεριά του έμπορα αλλά και του καταναλωτή.

Περί του Internet





Ιστορική αναδρομή

Στα μέσα της δεκαετίας του '60, όταν ο Ψυχρός Πόλεμος ανάμεσα στις ΗΠΑ και στη Σοβιετική Ένωση ήταν στο κομβικό σημείο του, το αμερικανικό Πεντάγωνο ήθελε να αποκτήσει ένα δίκτυο ελέγχου και διοίκησης το οποίο δεν θα ήταν ευάλωτο σε περίπτωση πυρηνικού πολέμου. Ο ερευνητικός βραχίονας του Πενταγώνου ήταν η διεύθυνση ARPA (αργότερα ονομάστηκε DARPA και κατόπιν πάλι ARPA), με το ακρωνύμιο να σημαίνει Defense Advanced Research Projects Agency.

Όλα άρχισαν το 1957, όταν η τότε Σοβιετική Ένωση εκτόξευσε πρώτη στο Διάστημα – εν μέσω του ψυχρού πολέμου- το δορυφόρο Sputnik 1, ξαφνιάζοντας τις ΗΠΑ που σκόπευαν να κάνουν κάτι ανάλογο αλλά δεν πρόλαβαν. Οι ΗΠΑ, αποφάσισαν να απαντήσουν ¹, στο πλαίσιο αυτό το αμερικανικό Πεντάγωνο δημιούργησε το 1958 την Υπηρεσία Προωθημένων Ερευνητικών Προγραμμάτων (ARPA), την τεχνολογική δεξαμενή σκέψης που αποτέλεσε αιχμή του στρατιωτικού κατεστημένου. Έτσι, τρεις ομάδες, αρχίζουν να «κτίζουν» τη θεωρία και πρακτική της ασφαλούς μεταβίβασης δεδομένων (Data) σε μορφή «πακέτων» (packet-switching) που μέχρι σήμερα αποτελεί βάση για την «επανάσταση» στην τηλεπικοινωνιακή διασύνδεση μεταξύ των υπολογιστών.

Η έρευνα του καθηγητή του MIT J.C.R. Licklider πέτυχε να συνδέσει το 1969 τους κεντρικούς υπολογιστές τεσσάρων πανεπιστημίων στις νοτιοδυτικές ΗΠΑ (Λος Αντζελες, Σάντα Μπάρπαρα Καλιφόρνιας, Γίουτα και Στάνφορντ) μέσω του δικτύου ARPANET, του πρώτου μικρού Internet.

1.Ο Πρόεδρος των ΗΠΑ Dwight Eisenhower δημιούργησε την αντιπροσωπεία DARPA για να ξανά αποκτήσει την πρωτοκαθεδρία στην τεχνολογία των όπλων. Η DARPA εξουσιοδότησε τον J.C.R. Licklider να είναι ο επικεφαλής ενός νέου οργανισμού για την περαιτέρω έρευνα, ώστε οι ΗΠΑ να προστατευθούν από μία πυρηνική-διαστημική επίθεση.

Το 1972 το δίκτυο αυτό για πρώτη φορά έγινε γνωστό στον κόσμο, καθώς οι επιστήμονες της ARPA δημοσιοποίησαν τη δουλειά τους και το 1973 για πρώτη φορά το ARPANET ξεπερνά τα όρια των ΗΠΑ και πετυχαίνει σύνδεση με το University College of London. Λίγο πριν (1972) είχε δημιουργηθεί το πρώτο πρόγραμμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) από τον Ρέι Τόμλινσον και είχε σταλεί το πρώτο μήνυμα.

Το 1973 ξεκινά η ανάπτυξη του πρωτοκόλλου TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) από τον Vinton Cerf, που επιτρέπει σε διαφορετικά δίκτυα υπολογιστών να διασυνδέονται και να επικοινωνούν μεταξύ τους. Πρόκειται για το πρωτόκολλο που χρησιμοποιεί και σήμερα το Διαδίκτυο. Δημιουργία του FTP (File Transfer Protocol).

Το 1974 καταγράφεται η πρώτη χρήση του όρου Internet, αν και στο Δίκτυο ανταλλάσσουν δεδομένα μόνο γύρω στους 30 υπολογιστές.

Το 1976 αναπτύσσεται το πρωτόκολλο Ethernet και πετυχαίνεται πλέον να ανταλλάσσονται δεδομένα με πολύ μεγάλη ταχύτητα. Ιδρύεται το δορυφορικό Satnet για να συνδέσει την Ευρώπη με την Αμερική. Η βασίλισσα Ελισάβετ στέλνει e-mail.

Το 1981 σχεδιάζεται η τελική μορφή του Xanadu, της πρώτης hypertext¹ βάσης δεδομένων, με αρχικό στόχο να συγκεντρώσει οτιδήποτε γράφτηκε ποτέ και να το προσφέρει με πληρωμή ανά byte στο κοινό. Κάθε 20 ημέρες προστίθεται κατά μέσον όρο ένας υπολογιστής στο Διαδίκτυο.

Το 1983 ιδρύεται η πρώτη επιτροπή για το Internet, η IAB. Το Πανεπιστήμιο του Γουισκόνσιν φτιάχνει το DNS (Domain Name System), το οποίο επιτρέπει στους χρήστες, για δική τους ευκολία, να αναφέρουν τον προορισμό των πακέτων με το όνομά του και όχι με την αριθμητική δικτυακή διεύθυνση. Ο σκελετός του Internet παίρνει περίπου τη μορφή που ξέρουμε σήμερα. Οι συνδεδεμένοι υπολογιστές είναι τώρα λίγο παραπάνω από 500.

Το 1985 δημιουργείται το WELL (Whole Earth eElectronic Link), ο πρώτος μεγάλος δικτυακός χώρος συγκέντρωσης επισκεπτών. Το ITE λειτουργεί τον εθνικό κόμβο του ευρωπαϊκού και ακαδημαϊκού δικτύου Earn (Bitnet), του δημοφιλέστερου δικτύου υπολογιστών εκείνη την εποχή.

1. Hypertext: Με αυτό παρέχεται η δυνατότητα απευθείας ψηφιακής σύνδεσης περισσότερων από δύο αρχείων ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Το 1990 ο Tim Berners-Lee δημιουργεί στο CERN της Ελβετίας ένα σύστημα hypertext που δίνει εύκολη και γρήγορη πρόσβαση σε αρχεία πληροφορίας ώστε να εξυπηρετείται η επιστημονική κοινότητα των φυσικών Υψηλής Ενέργειας. Έναρξη μιας νέας εποχής: World Wide Web (WWW).

Το 1991 εγκαθίστανται web server σε επιλεγμένα πανεπιστήμια και λύνονται τα τρία σημαντικά θέματα του WWW: URL (το συντακτικό των διευθύνσεων), HTML (η γλώσσα των αρχείων)¹ και HTTP (το πρωτόκολλο επικοινωνίας κατά τα πρότυπα client-server)². Το πρωτόκολλο δημιουργήθηκε για την επικοινωνία ανάμεσα στα προγράμματα που διάβαζαν τις σελίδες του Web και τους browsers που «σερβίριζαν» το ανάλογο υλικό. Η φιλοσοφία του «υπερκειμένου» (hypertext) διαπνέει τον σχεδιασμό του Web, με συνδέσμους επικοινωνίας (links) ανάμεσα στις σελίδες. Επειδή οι διασυνδεδεμένες σελίδες μπορεί να βρίσκονται σκορπισμένες σε διαφορετικά μέρη στον κόσμο, έγινε αναγκαίος ο ορισμός της τοποθεσίας για τις εικόνες και τις σελίδες στις οποίες γίνεται αναφορά. Έτσι δημιουργήθηκε η έννοια του Uniform Resource Locator (URL)³ που αποτελεί μια γενικευμένη διεύθυνση. Ένα παράδειγμα URL είναι το `http://www.in.gr/index.html`, μέσα στο οποίο ορίζονται το πρωτόκολλο που θα χρησιμοποιηθεί (HTTP είναι το πρωτόκολλο του Web), ο υπολογιστής στον οποίο απευθυνόμαστε (`www.in.gr`) και το αρχείο που ζητάμε (εδώ είναι το `index.html`). Η δύναμη του Web είναι ότι κάτω από έναν εύχρηστο τρόπο λειτουργίας ενοποιεί πολλά πρωτόκολλα και υπηρεσίες, και για αυτόν τον λόγο έγινε τόσο δημοφιλές..

Το 1994 έκρηξη διασύνδεσης υπολογιστών και τοπικών δικτύων με το Internet. Δημιουργία πληθώρας δικτυακών σελίδων και εισαγωγή της παραγγελιοληψίας on line.

-
1. HTML(Hyper Text Markup Language): Συγκεκριμένος τύπος ηλεκτρονικής γλώσσας, που χρησιμοποιείται για την κατασκευή ιστοσελίδων, στις οποίες ενσωματώνει hypertext.
 2. HTTP(Hypertext Transport Protocol): Το σύστημα που χρησιμοποιεί ένας browser για να ζητήσει και ένας server για να αποδώσει αρχεία HTML στον web.
 3. URL(Uniform Resource Locator): Η διεύθυνση μιας ιστοσελίδας.

Το 1996 το μεγαλύτερο μέρος της κυκλοφορίας στο Internet διεξάγεται πλέον διά των ISP. Πρώτο on line chat σε επίπεδο αρχηγών κρατών.

Το 1997 καταγράφονται 1.200.000 web sites. Ακούγεται για πρώτη φορά η άποψη ότι όποιος δεν θα διαθέτει πρόσβαση στο internet θα είναι πολίτης δευτέρας κατηγορίας. Εισαγωγή της Web τηλεόρασης.

Στις μέρες μας (2001), μια νέα τεχνολογία έχει αρχίσει να ταράζει τα νερά στο Διαδίκτυο. Μέχρι τώρα το internet αφορούσε χρήστες που αναζητούν και έβρισκαν πληροφορίες. Τώρα, όμως ένα νέο πρωτόκολλο γνωστό ως XML, που οργανώνει τα δεδομένα με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές να επικοινωνούν μεταξύ τους χωρίς απευθείας ανθρώπινη παρέμβαση. Στα επόμενα χρόνια το XML προβλέπεται να είναι η καρδιά της επόμενης γενιάς του internet. Μια πιθανότητα είναι η δημιουργία αυτόματων παγκόσμιων αγορών στις οποίες προμηθευτές και κατασκευαστές θα αφήνουν τους ηλεκτρονικούς τους υπολογιστές να εντοπίζουν, να αγοράζουν και να πωλούν προϊόντα και υπηρεσίες ρομποτικά.



Λειτουργία του Διαδικτύου

ADDRESSES

Ο Uniform Resource Locator είναι η λογική διεύθυνση μιας ιστοσελίδας. Ένα κύριο χαρακτηριστικό γνώρισμα ιστοσελίδας URL είναι η καθολικότητά της -- η διεύθυνση είναι η ίδια οπουδήποτε και να χρησιμοποιείται στον κόσμο.

Το URL της κάθε σελίδας παρουσιάζεται στην κορυφή του ξεφυλλιστή ιστού μας (web browser). Ένα URL είναι όπως ένα κλαδί ενός δέντρου. Το γενικό σχήμα ενός URL μπορεί να περιλάβει έναν χρήστη (user), ένα σύνθημα (password), και έναν post host , όπως παρουσιάζεται κατωτέρω:

υπηρεσία: χρήστης >: < σύνθημα > @ < οικοδεσπότης >: < > λιμένων/< φάκελλος-1 >/.../< φάκελλος-n >/< page.html > .

service: // <user> : <password> @ <host> : <port> /
<folder-1> / ... / <folder-n> / <page.html>

Ένα URL μοιάζει με ένα όνομα πορειών αρχείων υπολογιστών, όπου το όνομα περιοχών είναι ο υπολογιστής, οι φάκελοι είναι η πορεία αρχείων, και η ιστοσελίδα είναι το αρχείο. Έτσι οι κεντρικοί υπολογιστές δικτύου ταιριάζουν με URL τα αρχεία στο σκληρό δίσκο τους.

SERVERS

Κάθε web side ρυθμίζεται από έναν κεντρικό υπολογιστή δικτύου (web server). Ένας κεντρικός υπολογιστής δικτύου χειρίζεται για ένα web side όλες τις επικοινωνίες δικτύων με τους μεμονωμένους browsers χρηστών. Ο κεντρικός υπολογιστής δέχεται τα αιτήματα HTTP για ιστοσελίδες, και στέλνει τις σελίδες στον browser πέρα από το δίκτυο (net). Οι διάφοροι κεντρικοί υπολογιστές δικτύου έχουν διαφορετική εξελιξιμότητα, ευρωστία, ασφάλεια, δυνατότητα μεταφοράς, και σχετικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα.

HTTP

Το HTTP είναι η χρήση πρωτοκόλλου των κεντρικών υπολογιστών δικτύου για να διαβιβαστούν HTML ιστοσελίδες στους browsers. Το πρωτόκολλο μεταφοράς υπερκειμένων (HTTP) χρησιμοποιείται όταν συνδέεται ο browser με έναν κεντρικό υπολογιστή δικτύου, ζητά την ιστοσελίδα από τον κεντρικό υπολογιστή, και μεταφορτώνει (downloads) τη σελίδα. Είναι τα κοινά πρότυπα που επιτρέπουν σε οποιοδήποτε browser να συνδεθεί με οποιοδήποτε κεντρικό υπολογιστή, οπουδήποτε στον κόσμο. Ο browser μπορεί να ανοίξει περισσότερες από μια συνδέσεις HTTP να μεταφορτώσει αμέσως τα διαφορετικά μέρη της ιστοσελίδας, μεταμορφώνοντας το κείμενο, τη γραφική παράσταση, και άλλα αντικείμενα στη σελίδα με διαφορετικές διαταγές.

LINKS

Οι συνδέσεις (links) χρησιμοποιούνται για να συνδέσουν ιστοσελίδες. Μια σύνδεση είναι ένα κομμάτι κειμένου ή ένα γράφημα που μας μεταφέρουν σε μια άλλη ιστοσελίδα .

Η ναυσιπλοία (navigation) των συνδέσεων μέσω των σελίδων καλείται surfing. Μια σύνδεση μπορεί να είναι σε ένα άλλο τμήμα της ίδιας σελίδας, σε μια άλλη σελίδα στον ίδιο web side, ή σε μια άλλη ιστοσελίδα κάπου αλλού στον κόσμο. Όταν «πηδάμε» σε μια νέα σελίδα, μπορούμε να συνεχίσουμε από εκεί, να επιστρέψουμε στη σελίδα που προήλθαμε, ή χτυπάμε σε μια άλλη σύνδεση για να πηδήσουμε σε μια νέα θέση. Ο δρομέας θα μετατραπεί σε χέρι όταν το περνάμε πάνω από γραφικές περιέχουσες συνδέσεις. Μερικές εικόνες περιέχουν περισσότερες από μια συνδέσεις, και οι συντεταγμένες θέσης X-Y του δρομέα πάνω στο γράφημα μπορούν να επιδειχθούν στα σύνορα κατώτατων παραθύρων, τα οποία ο web side χρησιμοποιεί να καθορίσει ποια σύνδεση στο γράφημα να επιλέξει. Μερικές φορές όταν χτυπάμε σε μια σύνδεση ανοίγει ένα νέο παράθυρο. Μπορούμε σκόπιμα να ανοίξουμε οποιαδήποτε σελίδα σε ένα νέο παράθυρο με τον σωστό χτύπημα (clicking) σε αυτό και την επιλογή . Μπορούμε να κλείσουμε ή να ελαχιστοποιήσουμε μια νέα σελίδα και να επιστρέψουμε στην πρώτη σελίδα όποτε επιθυμούμε.

BROWSERS

Ο Microsoft Internet Explorer και ο Netscape Communicator είναι οι κύριοι browsers, αλλά υπάρχουν και άλλες επιλογές επίσης. Ο πρώτος ευρέως χρησιμοποιημένος browser ήταν ο NCSA Mosaic. Ο πρώτος εμπορικός browser ήταν ο Netscape Communicator (αρχικά αποκαλούμενος Navigator), ο οποίος οδηγούσε στο μερίδιο χρηστών έως ότου πήρε την πρωτοκαθεδρία η Microsoft Internet Explorer το 1999.

	<u>Υπέρ</u>	<u>Κατά</u>
Internet Explorer	Γρηγορότερος. Περισσότερα χαρακτηριστικά γνωρίσματα εφαρμογής.	Τρωτός στους ιούς. Περίπλοκα μενού.
Netscape Communicator	«Ανοιχτό» λογισμικό (software) και σχέδιο (design). Καλύτερη λειτουργία σελιδοδεικτών.	Λιγότερο «στέρεο» (stable). Λιγότερο μερίδιο αγοράς.

SEARCH ENGINES

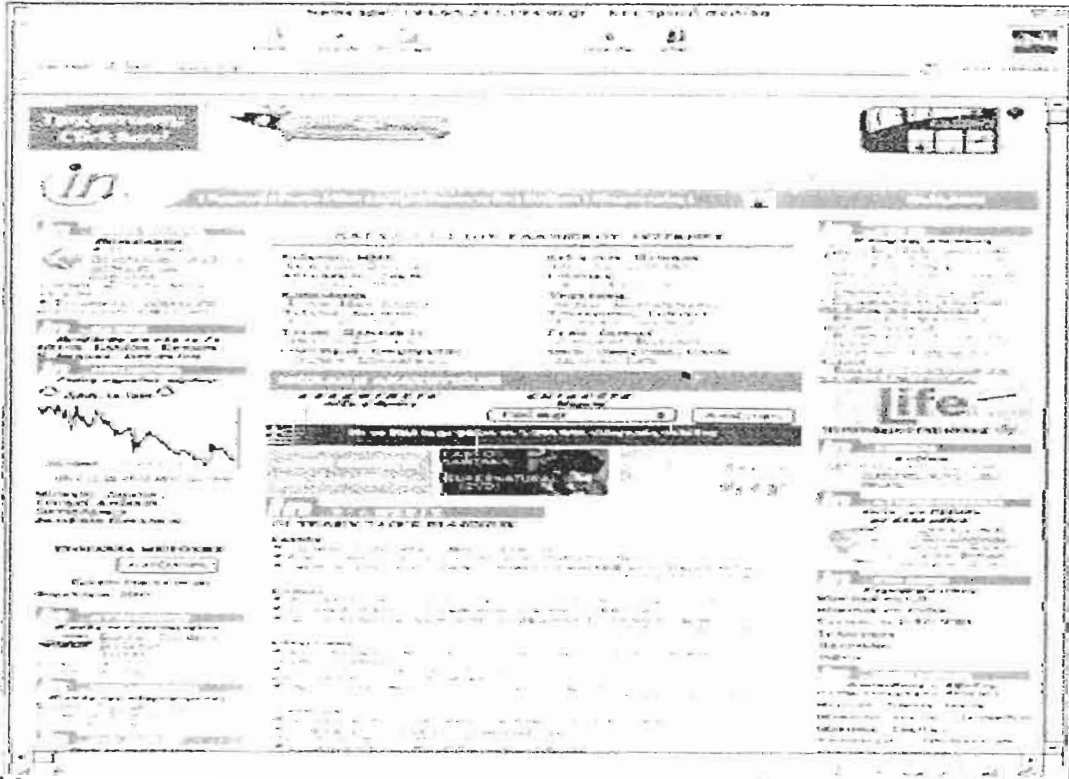
Οι μηχανές αναζήτησης έχουν διευκολύνει πολύ τη γενική χρήση του Διαδικτύου. Οι μηχανές αναζήτησης ανιχνεύουν αυτόματα τα εκατομμύρια των δικτυακών σελίδων σε όλο το δίκτυο και παρέχουν έπειτα σε μας την πρόσβαση αναζήτησης στην προκύπτουσα βάση δεδομένων. Πρέπει να χρησιμοποιούμε μια μηχανή αναζήτησης όταν ψάχνουμε για αναλυτικές πληροφορίες, όταν θέλουμε να ψάξουμε για μεγαλύτερο αριθμό ιστοσελίδων, και όταν θέλουμε να χρησιμοποιήσουμε τα προηγμένα χαρακτηριστικά γνωρίσματα αναζήτησης (εξειδικευμένες περιοχές αναζήτησης). Αυτές οι περιοχές παρέχουν την εξειδικευμένη λειτουργία αναζήτησης, όπως οι μετα-αναζητήσεις (που ψάχνουν διάφορες μηχανές αμέσως), οι αναζητήσεις πολυμέσων, οι νομικές αναζητήσεις πληροφοριών, και άλλες ...

Τουλάχιστον 1,5 δισεκατομμύριο προσβάσιμες σελίδες είναι σήμερα καταχωρημένες στο δίκτυο, με αποτέλεσμα η αναζήτηση πληροφοριών

στο internet να φαντάζει «εφιαλτική». Για αυτό χρειάζεται η γνώση από τη μεριά του χρήστη πού και πώς να ψάξει. Υπάρχουν ειδικά web sites με αντικείμενο την αναζήτηση πληροφοριών.

Τα περισσότερα search sites προσφέρουν τρία βασικά στυλ αναζήτησης: any words (οποιαδήποτε λέξεις), all words (όλες λέξεις) και exact phrase (ακριβής φράση). Τα αποτελέσματα μιας αναζήτησης μπορεί να είναι πολύ διαφορετικά ανάλογα με το στυλ αναζήτησης που θα επιλέξουμε:

- **Any words:** Στα αποτελέσματα αυτής της αναζήτησης περιλαμβάνονται όλες οι καταχωρημένες σελίδες που περιέχουν οποιαδήποτε από τις λέξεις αναζήτησης. Αυτός ο τύπος αναζήτησης, επειδή συχνά οδηγεί σε ένα τεράστιο αριθμό αποτελεσμάτων, μπορεί να είναι χρήσιμος όταν δεν είμαστε σίγουροι για τις λέξεις που χρησιμοποιήσαμε (π.χ., δε γνωρίζουμε κάποιο επιστημονικό όρο).



Το in.gr διαθέτει search engine και κατηγορίες (categories).

- **All words:** Ο συγκεκριμένος τύπος αναζήτησης εμφανίζει όλες τις καταχωρημένες σελίδες που περιέχουν τις λέξεις αναζήτησης με οποιαδήποτε σειρά.
- **Exact Phrase:** Στα αποτελέσματα αυτού του τύπου εμφανίζονται όλες οι σελίδες που περιέχουν την ακριβή φράση που ζητήσαμε.
- **Αριθμός αποτελεσμάτων:** Πολλά sites μας επιτρέπουν να καθορίζουμε τον αριθμό των αποτελεσμάτων που θέλουμε να εμφανίζονται σε κάθε σελίδα .

Σύνθετη αναζήτηση

Ο μεγαλύτερος αριθμός search sites προσφέρει περισσότερους από τους προαναφερθέντες απλούς τύπους αναζήτησης. Η δυνατότητα αυτή υπάρχει και ονομάζεται “Power Search” ή “Advanced Search”.

Διαφορετικά sites υποστηρίζουν διαφορετικά χαρακτηριστικά. Μερικά είναι τα εξής:

- **Boolean search:** Σε μία αναζήτηση Boolean δημιουργείται ένα κριτήριο αναζήτησης χρησιμοποιώντας τις λέξεις and, or και not, ομαδοποιώντας τις λέξεις αναζήτησης με παρενθέσεις.
- **Κατηγορίες (categories):** Πολλά search sites οργανώνουν τις καταχωρούμενες σελίδες σε έναν πολυεπίπεδο θεματικό κατάλογο.
- **Εξατομίκευση(personalization):** Μερικά search sites προσφέρουν μία εξατομικευμένη πρώτη σελίδα με επιλογή περιεχομένου που να αφορά τον συγκεκριμένο χρήστη. Αυτά τα sites συνήθως περιλαμβάνουν και άλλες υπηρεσίες και σκοπό έχουν να γίνουν τα portals¹ μας στο Internet.

1. portals: Ο αντίστοιχος ελληνικός όρος που τούς αποδίδεται είναι πύλες. Πρόκειται για sites στα οποία μπορεί κάποιος να βρει περιεχόμενο ποικίλης ύλης και να βρει πληροφορίες για τη σύνδεση με περισσότερα sites μέσω κάποιας λίστας ή μιας μηχανής αναζήτησης.

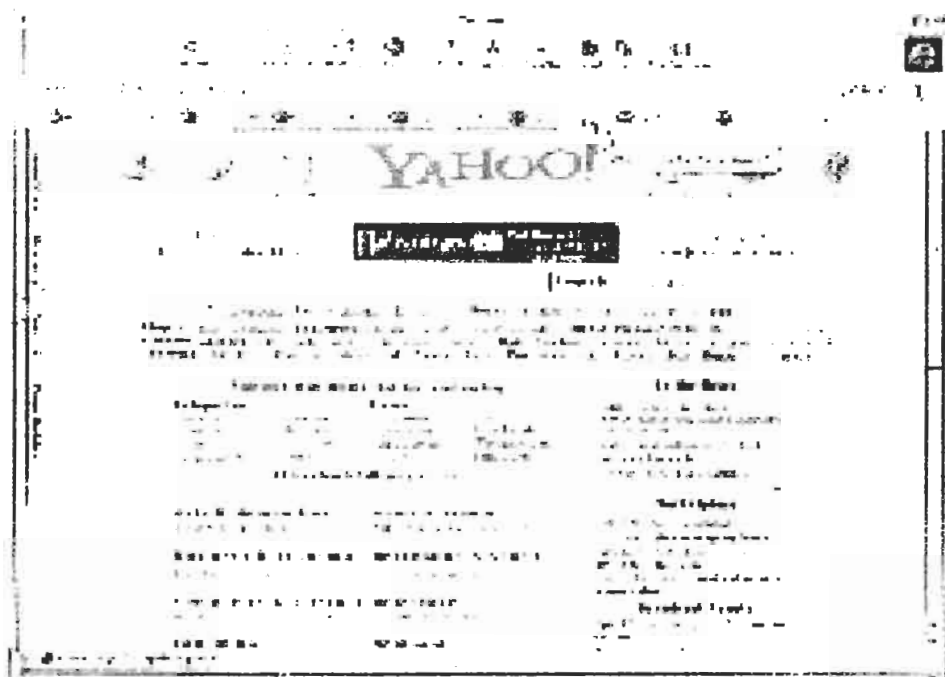
Μερικές από τις πιο γνωστές και αποτελεσματικές μηχανές αναζήτησης γενικού περιεχομένου (άρα και ενός βασικού τρόπου επίσκεψης ενός on-line καταστήματος) στην αγγλική και ελληνική γλώσσα είναι οι ακόλουθες:

Search engines διεθνή :

- www.yahoo.com: Πρόκειται για το πιο γνωστό search engine εδώ και πολλά χρόνια, ένα από τα πρώτα που εμφανίστηκαν και ένα από τα πιο καλά οργανωμένα. Άπειρες κατηγορίες θεματογραφίας, ειδήσεις, προσωπικές υπηρεσίες και πολλά έξτρα.
- www.google.com: Ένα από τα σχετικά καινούργια αλλά ταχέως ανερχόμενα στην προτίμηση χρηστών και αξιόπιστο στα αποτελέσματα που μας δίνει.
- www.altavista.com: Περιλαμβάνει θεματικούς καταλόγους και παρέχει μεταφράσεις φράσεων ή ολόκληρων δικτυακών σελίδων σε πολλές γλώσσες.

Search engines ελληνικά :

- www.in.gr : Η γνωστότερη ελληνική μηχανή αναζήτησης παρέχοντας ταυτόχρονα την δυνατότητα αναζήτησης και με τις προαναφερθέντες ξένες μηχανές αναζήτησης.
- www.robbby.gr : Απλό στην εμφάνιση αλλά με όλες τις βασικές υπηρεσίες, δηλαδή χρηματιστήριο, πρόγνωση καιρού και έναν αρκετά μεγάλο κατάλογο από links για όλα τα θέματα.
- www.pathfinder.gr : Το pathfinder είναι ένα από τα παλαιότερα ελληνικά search engines με πληθώρα υπηρεσιών, όπως νέα, chat room, λεξικό και μεταφραστή, ημερολόγιο και σημειωματάριο. Επιπλέον διαθέτει στις σελίδες του, portal για on line αγορές.



Το Yahoo.com από τα πιο καλά οργανωμένα search engine.

E-MAIL

Το 1971, ένας μηχανικός ηλεκτρονικών υπολογιστών (Ρέι Τόμλινσον), είχε αναλάβει, με εντολή του υπουργείου Αμύνης των Ηνωμένων Πολιτειών, να δημιουργήσει το APRANET, τον πρόγονο του σημερινού Internet. Ο στόχος του Ray ήταν ένα πρόγραμμα, το οποίο θα επέτρεπε στους προγραμματιστές και τους ερευνητές να ανταλλάσσουν ηλεκτρονικά μηνύματα μέσω του APRANET.

Ο Ray επέλεξε το χαρακτήρα «@¹», ώστε να διαχωρίσει το όνομα του χρήστη από το όνομα του υπολογιστή και έστειλε το πρώτο ηλεκτρονικό μήνυμα μέσω του Apranet.

1. Το σύμβολο @, χωρίς το οποίο δεν μπορεί να σταλεί το e-mail, δεν αποτελεί εφεύρεση του σημερινού κυβερνοχώρου. Σύμφωνα με ιταλό καθηγητή, έχει τουλάχιστον πέντε αιώνων και δεν αποκλείεται να χρησιμοποιείτο από τους αρχαίους Έλληνες ή τους Ρωμαίους!

Το ηλεκτρονικό μήνυμα (e-mail) δεν είναι τίποτε παραπάνω από ένα απλό αρχείο κειμένου. Το οποίο στέλνεται από έναν αποστολέα προς έναν ή περισσότερους παραλήπτες.

Ένα ηλεκτρονικό μήνυμα αποτελείται βασικά από:

1. Το όνομα του αποστολέα (η ηλεκτρονική του διεύθυνση), για παράδειγμα Name@company.
2. Το όνομα του παραλήπτη (η ηλεκτρονική του διεύθυνση).
3. Το θέμα του μηνύματος
4. Το κείμενο του μηνύματος.

Διαθέτοντας ένα πρόγραμμα όπως το Microsoft Outlook, μπορεί κάποιος να διαχειριστεί την ηλεκτρονική του θυρίδα.

Με το πρόγραμμα αυτό έχει τη δυνατότητα :

- Να δει τη λίστα των μηνυμάτων τα οποία βρίσκονται στην ηλεκτρονική του θυρίδα.
- Να επιλέξει κάποιο μήνυμα και να το διαβάσει είτε να το διαγράψει.
- Να δημιουργήσει και να στείλει νέο μήνυμα.

Ο Τζόρτζιο Στάμπιλε, καθηγητής της Ιστορίας στο Πανεπιστήμιο Λα Σαπιέντζα της Ρώμης, ανακάλυψε ότι το σύμβολο @ χρησιμοποιείται σε οικονομικά έγγραφα βενετσιάνων εμπόρων του 16^{ου} αιώνα. Ένα έγγραφο που φυλάσσεται στο Ινστιτούτο Οικονομικής Ιστορίας στο Πράτο, κοντά στη Φλωρεντία δείχνει καθαρά το σύμβολο @. Το χειρόγραφο είναι συμβόλαιο που καταρτίστηκε το 1536, όταν οι έμποροι της Βενετίας κυριαρχούσαν στη Μεσόγειο. Το σύμβολο, το οποίο οι Ιταλοί αποκαλούν «σαλίγκαρο» και οι Έλληνες «παπάκι», χρησιμοποιείται και κατά τον 19^ο αιώνα και σήμαινε «στην τιμή του...». Ο καθηγητής προσπαθεί να εξακριβώσει αν το σύμβολο είχε χρησιμοποιηθεί και από τον Λεονάρντο ντα Βίντσι.

E-MAIL SERVER

Ο εξυπηρετητής του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail server) παρέχει υπηρεσίες αντίστοιχου ενός συμβατικού ταχυδρομείου.

Παραλαμβάνει ηλεκτρονικά μηνύματα, κάνει τη διαλογή τους και τα τοποθετεί σε ηλεκτρονικές θυρίδες, ενώ, ταυτόχρονα αποστέλλει τα μηνύματα των χρηστών, που διαθέτουν ηλεκτρονική θυρίδα σε αυτόν.

Ο e-mail server αποτελείται από δύο εξυπηρετητές: Ο πρώτος λέγεται SMTP Server (Simple Mail Transfer Protocol Server). Ο εξυπηρετητής αυτός είναι υπεύθυνος για τα εξερχόμενα μηνύματα. Ο δεύτερος POP Server (Post Office Protocol Server) είναι υπεύθυνος για τα εισερχόμενα μηνύματα.

Έστω ότι κάποιος χρήστης θέλει να στείλει ένα ηλεκτρονικό μήνυμα. Ανοίγοντας το πρόγραμμα, αυτό συνδέεται με τον SMTP server, ο οποίος αναλαμβάνει να δρομολογήσει το μήνυμα. Ο SMTP server ελέγχει τη διεύθυνση του παραλήπτη. Εάν έχει το ίδιο domain name (π.χ. my company.gr) με αυτό του αποστολέα, τότε το μήνυμα δίδεται στον POP server, μιας και πρόκειται για ένα εισερχόμενο μήνυμα. Διαφορετικά, ο SMTP server γνωρίζοντας τη διεύθυνση, στην οποία βρίσκεται ο εξυπηρετητής του ηλεκτρονικού του ταχυδρομείου του παραλήπτη, αποστέλλει το μήνυμα σε αυτήν. Έστω ότι φτάνει στον e-mail server ένα μήνυμα. Ο POP server το τοποθετεί στην ηλεκτρονική θυρίδα του παραλήπτη. Ο POP server είναι υπεύθυνος να διακριβώσει την ταυτότητα του χρήστη, όταν εκείνος θελήσει να παραλάβει το ηλεκτρονικό του ταχυδρομείο, αλλά και να διαγράψει ή να φέρει μηνύματα από την ηλεκτρονική θυρίδα του χρήστη.



Το Internet στην Ελλάδα (στατιστικές αναφορές).

Η χώρα μας βρίσκεται – σε σχέση με τις άλλες Ευρωπαϊκές χώρες – «χαμηλά» στην ένταξή της στην ψηφιακή εποχή και στην κοινωνία της πληροφορίας. Πάντως τα τελευταία δύο χρόνια υπάρχει μία αύξηση κατά

38% του ποσοστού των επιχειρήσεων και των νοικοκυριών που διαθέτουν ηλεκτρονικούς υπολογιστές..

Οι χρήστες του Διαδικτύου σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση υπολογίζονταν έως το τέλος του 1999 σε 72 περίπου εκατομμύρια, αριθμός που αντιστοιχεί σε ρυθμό αύξησης 51% σε σχέση με το 1998.

Οι μεγαλύτερες αγορές στον τομέα των χρηστών είναι η Γερμανία και η Αγγλία με 16 και 14 εκατομμύρια χρήστες αντιστοίχως, ακολουθούν η Ιταλία με 9 εκατομμύρια και η Ολλανδία με 6 εκατομμύρια, η Σουηδία και η Ισπανία με 4 εκατομμύρια χρήστες η καθεμιά, η Δανία και η Φινλανδία με 2, ενώ στην τελευταία θέση βρίσκεται η χώρα μας, μαζί με την Πορτογαλία, το Λουξεμβούργο και την Ιρλανδία, με λιγότερους από ένα εκατομμύριο χρήστες.

Την ίδια ώρα, ο μέσος ευρωπαϊκός όρος για το 1999 ήταν 19 χρήστες Ίντερνετ ανά 200 κατοίκους, αριθμός αυξημένος σε σχέση με το 1998 που ήταν 13 (αύξηση 51%).

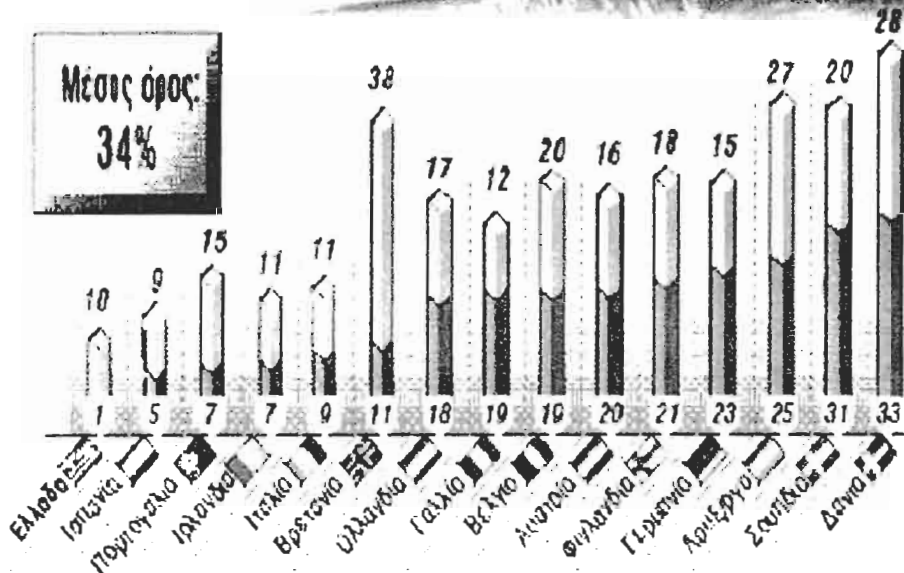
Πόσα PC υπάρχουν στα νοικοκυριά

και τις επιχειρήσεις (ανά 100 κατοίκους)

ποσοστό %

Σε νοικοκυριά

Σε επιχειρήσεις



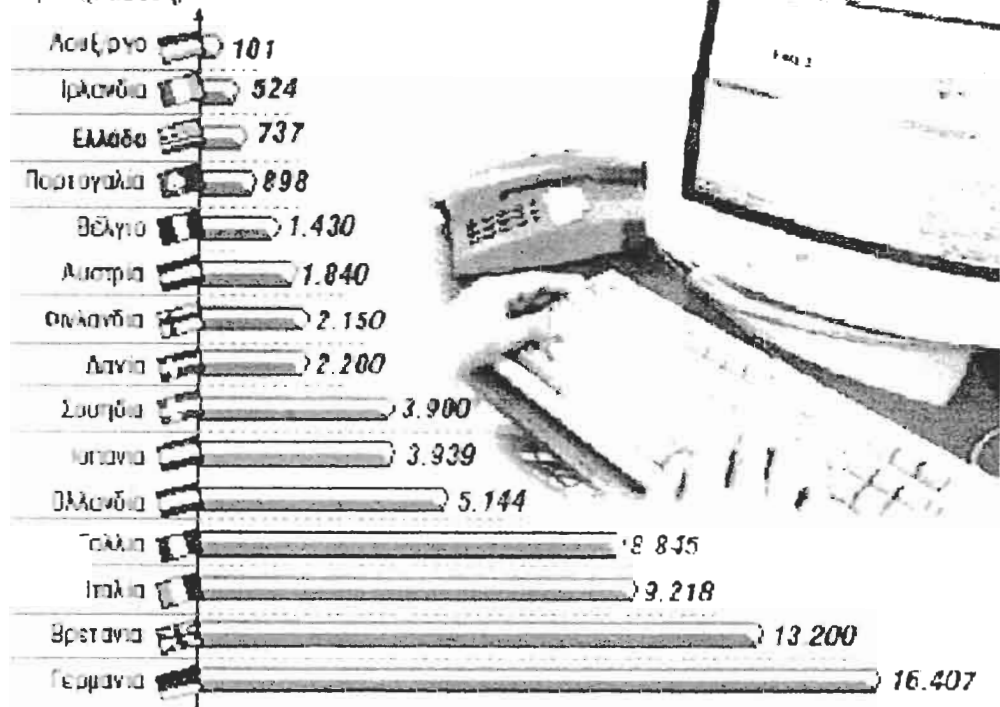
Πηρ. CSE European Survey of Information Technology 2007

Ενδεικτικός είναι ο ρυθμός αύξησης του αριθμού των προσωπικών υπολογιστών, αφού έως το τέλος του 1999 υπολογίζεται ότι υπήρχαν στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης περίπου 121 εκατομμύρια υπολογιστές. Ο αριθμός αυτός έχει αυξηθεί σε ποσοστό 13% από το 1997 έως το 1998, ενώ κατά 15% από το 1998 έως το 1999. Την ίδια ώρα το μερίδιο αγοράς μετρά το 53% για υπολογιστές που βρίσκονται σε επιχειρήσεις και 47% για υπολογιστές σε νοικοκυριά. Ο αντίστοιχος ρυθμός διείσδυσης είναι 34 υπολογιστές ανά 100 κατοίκους. Τα ποσοστά ανά χώρα διαφέρουν, με χώρες όπως η Δανία (61), το Λουξεμβούργο(52), η Σουηδία (51) και η Αγγλία (49) να ξεπερνούν κατά πολύ τον μέσο όρο και άλλες, όπως η χώρα μας (11), η Ισπανία (15) και η Ιρλανδία (18) να έχουν μείνει αρκετά πίσω.

Για την Ελλάδα, πάντως, ο ρυθμός αύξησης του αριθμού των PC θεωρείται παραπάνω από ικανοποιητικός έφθασε το 38% το 1999 σε σχέση με το 6% το 1997 αν υπολογίσει κανείς ότι κατατάσσεται από την Επιτροπή στις λιγότερο «ώριμες» αγορές..

Οι χρήστες του 'Ιντερνετ

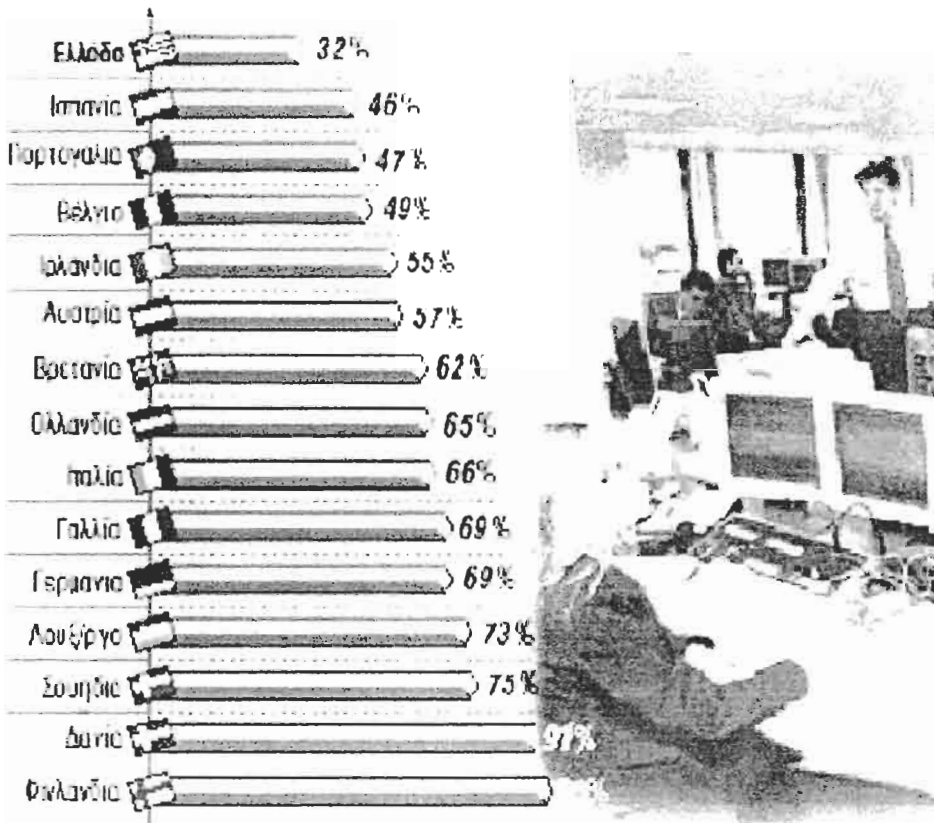
(σε χιλιάδες)



Πηγή: Έρευνα της ΤΑ ΠΕΑ για την Ελλάδα

Το Ίντερνετ στις επιχειρήσεις

Πηγή: ISIC, European
Survey of Enterprises
January 2000

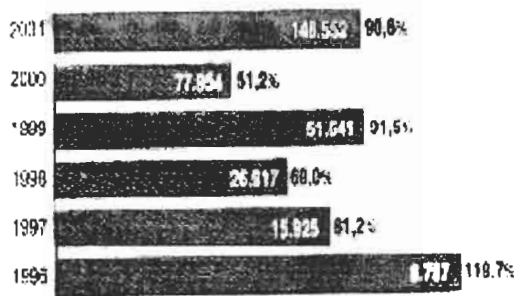


Οι παρακάτω πίνακες από τις έρευνες του Internet Software Consortium (www.isc.org) και του RIPE, του κεντρικού ληξίαρχου για το Ευρωπαϊκό τμήμα του Διαδυκτίου, παραθέτουν πιο αναλυτικά τον αριθμό των υπολογιστών με μόνιμη σύνδεση στο Internet (hosts). Τα συμπεράσματα είναι η σταδιακή μεταπήδηση των περισσότερων Ευρωπαϊκών χωρών στη φάση της ωρίμανσης της ιντερνετικής «λογικής» και η αργή αλλά σε καλό δρόμο πορεία της Ελλάδος στην περίοδο της δική της ωρίμανσης .

Το Ιντερνετ στην Ευρώπη Κατάταξη με βάση το ρυθμό αύξησης

	1η 2000	1η 2001	Μεταβολή
Ιταλία	658.307	1.639.526	147,7%
Πορτογαλία	90.767	172.828	95,9%
Ελλάδα	77.954	148.552	90,6%
Αυστρία	274.173	514.144	83,9%
Ισπανία	415.641	663.553	59,6%
Ολλανδία	820.944	1.309.911	59,6%
Γαλλία	779.879	1.229.763	57,7%
Ιρλανδία	59.681	88.406	48,1%
Βελγιο	320.840	417.130	30,0%
Δανία	336.928	435.556	29,3%
Σουηδία	584.627	764.011	28,5%
Γερμανία	1.702.486	2.163.326	27,1%
Φινλανδία	631.248	771.725	22,3%
Λουξεμβούργο	9.870	11.744	21,4%
Βρετανία	1.901.834	2.291.391	20,5%
Ε.Ε.	8.674.969	12.607.566	14,6%
Κόσμος	93.047.785	109.574.429	17,8%

Το Ιντερνετ στην Ελλάδα 1996-2001



Εκπαιδευτική Ψηφιακή Αγωγή



Κόστος πρόσβασης στο Internet

Όλες οι διεθνείς έρευνες διαπιστώνουν υψηλή συσχέτιση ανάμεσα στο συνολικό κόστος πρόσβασης στο Internet και τη χρήση του. Οι διαφορές ανάμεσα στις χώρες ως προς τη διείσδυση του Internet μπορούν σε μεγάλο βαθμό να ερμηνευθούν από τις διαφορές στο κόστος χρήσης των τηλεφωνικών δικτύων. Το κόστος πρόσβασης στο Internet αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για τη διείσδυση του Διαδικτύου στα νοικοκυριά και την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου.

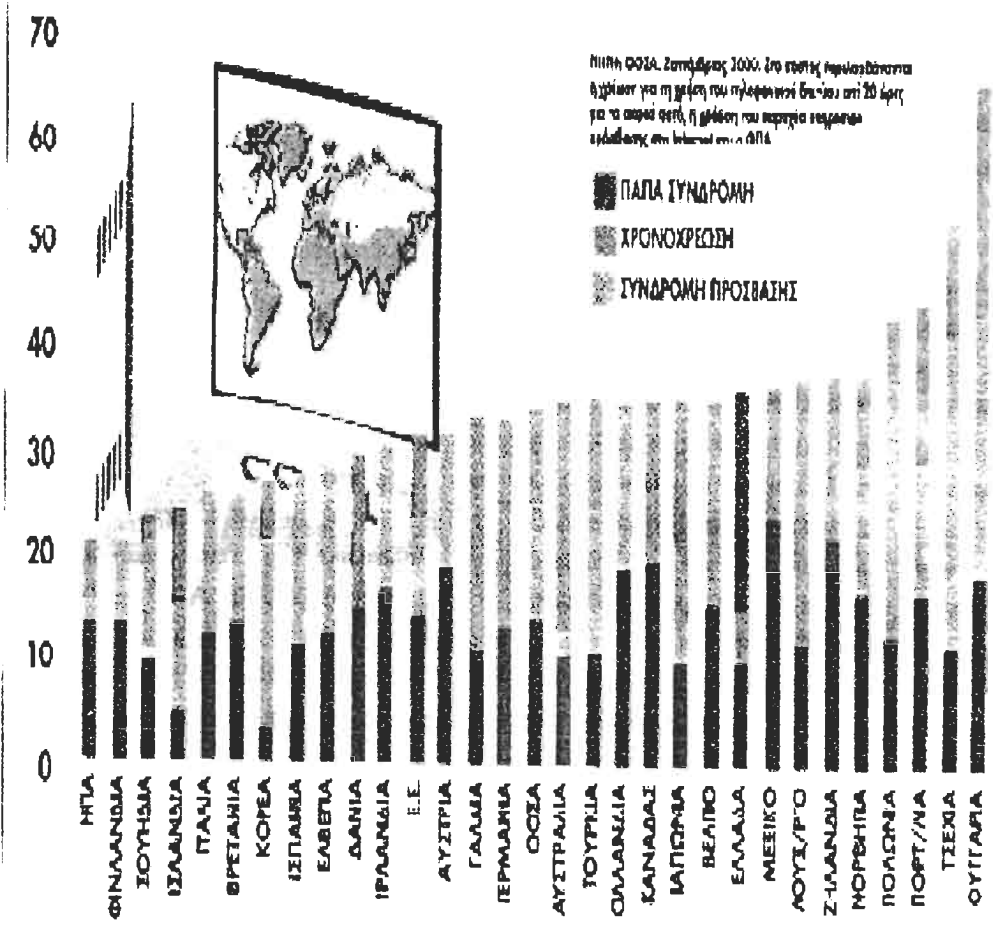
Το κόστος χρήσης του Internet έχει μειωθεί πολύ στις χώρες του ΟΟΣΑ τα τελευταία χρόνια, κυρίως λόγω της απελευθέρωσης της αγοράς τηλεπικοινωνιών, αλλά το συνολικό κόστος πρόσβασης παραμένει σε πολλές περιπτώσεις μεγάλο, λόγω των υψηλών τελών χρήσης του σταθερού τηλεφωνικού δικτύου.

Οι διαφορές του κόστους πρόσβασης σε διάφορες χώρες που απεικονίζονται στο γράφημα. Το κόστος πρόσβασης των ΗΠΑ που

προηγούνται στο ηλεκτρονικό εμπόριο είναι περίπου το μισό του μέσου κόστους των χωρών του ΟΟΑΣΑ και περίπου τρεις φορές χαμηλότερο από το αντίστοιχο του Βελγίου, της Τσεχίας, της Ουγγαρίας και της Πολωνίας.

Η Ελλάδα τον Σεπτέμβριο του 2000 ήταν η 9^η ακριβότερη χώρα, από 29, στον σχετικό κατάλογο του ΟΟΣΑ τις ώρες μη αιχμής και η 13^η ακριβότερη τις ώρες αιχμής .

ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ ΣΤΟ INTERNET ΓΙΑ 20 ΏΡΕΣ ΧΡΗΣΗΣ ΤΟ ΜΗΝΑ ΣΕ ΔΟΛΛΑΡΙΑ ΗΠΑ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗ ΙΣΟΔΥΝΑΜΙΑ ΔΟΛΛΑΡΙΟΥ, ΣΤΙΣ ΧΩΡΕΣ ΤΟΥ ΟΟΣΑ ΚΑΙ ΣΕ ΧΡΟΝΟ ΜΗ ΑΙΧΜΗΣ.



ISP	SITE	ΕΠΑΚ	Κόστος (έγκ.)		Τηλέφωνο
			6μηνι	Ετήσιη	
Acropolis	Netwww.acropolis.gr	0965 59595	27.000	45.000	9572720
AIAS NET	www.aias.gr	0964 99999	30.000	58.000	0801 10000
Compulink	www.compulink.gr	0965 99999	30.600	57.600	9249761
EEXI	www.ee.si.gr	0965 52525	30.000	60.000	7294210-1
FastNet	www.fnet.gr	0965 54545	25.000	48.000	6218533
FORTHnet	www.forthnet.gr	0965 88888	28.000	54.150	9559000
Groovy Net	www.groovy.gr	0965 57575	27.000	50.000	6134444
Hellas Net	www.hellasnet.gr	0965 22222	27.000	49.830	9559500
Hellas On Line	www.hol.gr	0965 77777	31.000	59.000	6296300
HUBnet	www.hubnet.gr	0965 55555	31.000	60.000	6200035
Incredible Networks	www.incredible.com	0965 55555	31.800	60.000	9212312-4
OTEnet	www.otenet.gr	0965 55555	31.800	60.000	6151600
PanatoMet	www.panatonet.gr	0965 00000	29.000	55.000	0944 400123
PGCOM	www.pgcom.gr	0965 343434	19.900	39.000	5157475
Xtreme Networks	www.x-treme.gr	0965 898989	Free	Free	090 274440

Οι ελληνικοί Internet Service Providers

Links

Περιοδικά

■ **Wired:** www.wired.com/wired/current.htm - Περιοδικό περί της νέας οικονομίας.

■ <http://netbiz.gr> : Το **NetBiz.gr** αποτελεί την προέκταση της μηνιαίας εφημερίδας e-Business της Libecom, μέλους του Όμιλου ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΛΥΜΠΕΡΗ, στο Internet. Πρόκειται για το μοναδικό ελληνικό site, που ασχολείται αποκλειστικά με το επιχειρηματικό σκέλος της Πληροφορικής και των Τηλεπικοινωνιών. Με πρωτοποριακό περιεχόμενο και υπηρεσίες όπως καθημερινή ανανέωση ειδήσεων, εβδομαδιαίο συνδρομητικό newsletter μέσω e-mail, χρήσιμα στατιστικά, παρουσιάσεις στελεχών και επιχειρήσεων, και αρχείο από τα τεύχη της e-

BUSINESS και του netBIZ, το ebiznet.gr σκοπεύει να προσφέρει άμεση, σαφή και πλήρη ενημέρωση στους επιχειρηματίες και τα στελέχη επιχειρήσεων σχετικά με την εγχώρια, όσο και τη διεθνή επιχειρηματική σκηνή της Πληροφορικής και των Τηλεπικοινωνιών. Το **NetBiz.gr** εισάγει και εξηγεί καινοτόμες τάσεις, στρατηγικές και επιχειρηματικά μοντέλα που αποτελούν τη Νέα Οικονομία διεθνώς, προσφέροντας στους χρήστες απαραίτητα εφόδια για να αντιμετωπίσουν τις επιχειρηματικές προκλήσεις του εγγύς μέλλοντος.

Φορείς-Παρατηρητήρια-Πανεπιστημιακά κέντρα ερευνών

■ Internet Society : www.isoc.org - Η Internet SOCIety (ISOC) είναι μια κοινωνία μελών , με περισσότερες από 150 οργανώσεις και 6000 μέλη σε πάνω από 100 χώρες, με κύριο αντικείμενο τη θέση του Internet στη σύγχρονη κοινωνία.

■ Γραφείο Προώθησης Πληροφορικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης : europa.eu.int/ISPO - Η επίσημη πύλη της Ε.Ε στον κόσμο της πληροφορικής και της νέας οικονομίας.

■ Living Internet : www.livinginternet.com - Ένας καλός οδηγός για το τι είναι το Internet, με χρήσιμα links για την ιστορία του και τις δημοφιλέστερες υπηρεσίες.

■ www.ebusinessforum.gr :

Εδώ μπορούμε να βρούμε πληροφορίες για θέματα σχετικά με:

- ebusiness,
- τις συναντήσεις του eBusiness Forum,
- τις ομάδες εργασίας που έχουν δημιουργηθεί καθώς και
- δράσεις της πολιτείας που σχετίζονται με το ηλεκτρονικό επιχειρείν.

Το eBusiness Forum είναι μια πρωτοβουλία του Υπουργείου Ανάπτυξης και αποτελεί στην ουσία πρόταση δημιουργίας ενός Forum συνεργασίας επιχειρηματιών, ακαδημαϊκών και στελεχών των Κοινωνικών και Επαγγελματικών Φορέων και του Υπουργείου Ανάπτυξης. Δηλαδή

προσκαλούνται να συμμετέχουν στελέχη από τον κλάδο της Πληροφορικής και των Τηλεπικοινωνιών, από τον Τραπεζικό τομέα, από τις Συμβουλευτικές εταιρείες, από Πανεπιστημιακά και Ερευνητικά Ιδρύματα, καθώς και εκπρόσωποι των κοινωνικών εταιρών.

Κύριος σκοπός του ebusinessforum είναι η παραγωγή θέσεων για:

την ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα
τις νέες τεχνολογίες
την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων στη νέα ψηφιακή οικονομία

■ www.eommex.gr : Ο EOMMEX έχει ήδη συμπληρώσει 23 συναπτά έτη αναπτυξιακής δραστηριότητας, με αποστολή την παροχή υλικοτεχνικής βοήθειας για τη δημιουργία, στήριξη και ανάπτυξη των Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων, σε ολόκληρη τη χώρα. Στο επίτευγμά του αυτό συνετέλεσαν η επιτυχής αξιοποίηση της συσσωρευμένης τεχνογνωσίας που διαθέτει, καθώς και το έμπειρο και καταρτισμένο προσωπικό του.

Ο EOMMEX συνεχίζει δυναμικά την αναπτυξιακή του δράση υλοποιώντας μια σειρά έργων, που περιλαμβάνουν τόσο ενισχύσεις προς τις ΜΜΕ, όσο και τη δημιουργία υλικών και άυλων υποδομών, στα πλαίσια προγραμμάτων που χρηματοδοτήθηκαν τόσο από εθνικούς όσο και από κοινοτικούς πόρους.

Για την υλοποίησή του έργου του συνεργάζεται στενά με την Πολιτεία και ιδίως υπό τις κατευθύνσεις και τις οδηγίες του εποπτεύοντος Υπουργείου Ανάπτυξης, αλλά και με τους φορείς των ΜΜΕ, τα Επιμελητήρια, άλλους αρμόδιους Οργανισμούς στην Ελλάδα και το εξωτερικό, καθώς και τις ίδιες τις επιχειρήσεις.

Στατιστικά – Εταιρείες ερευνών

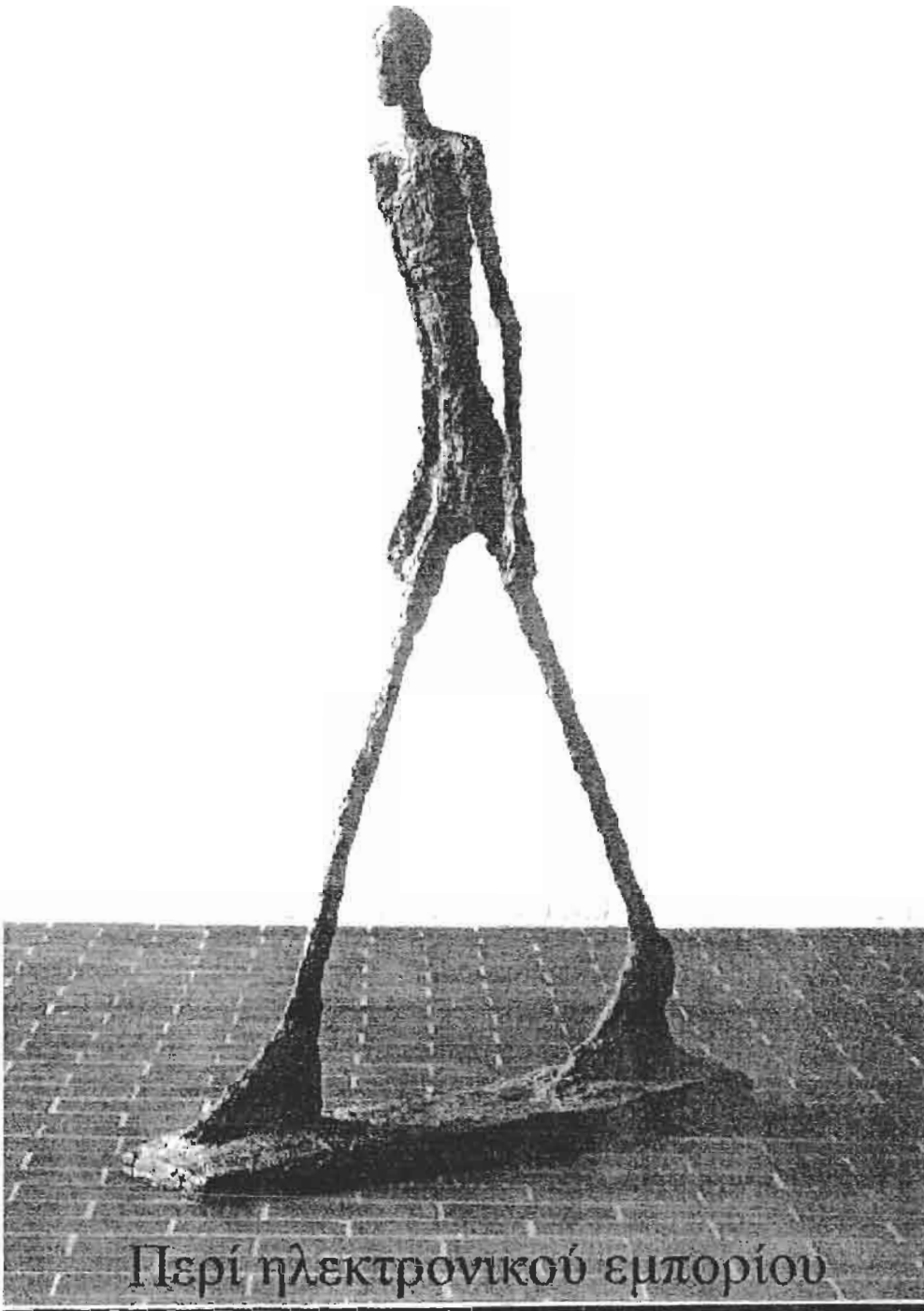
■ CyberAtlas : cyberatlas.internet.com – Ο γεωγραφικός άτλας του κυβερνοχώρου.

■ www.forrester.com : Η Forrester είναι μια ανεξάρτητη εταιρεία ερευνών η οποία αναλύει το μέλλον των αλλαγών της τεχνολογίας και την επίδρασή της στον επιχειρηματικό τομέα, στους καταναλωτές και γενικότερα στην κοινωνία.

■ www.icap.gr : Η ICAP είναι η πρώτη Ελληνική εταιρία που παρέχει ολοκληρωμένη επιχειρηματική πληροφόρηση και συμβουλευτικές υπηρεσίες σε όλες τις επιχειρήσεις.

Κείμενα από το Internet (Downloaded)

- Brief History of the Internet by Vint Cerf
- The World Wide Web : Past, Present and Future by Tim Berners – Lee.
- Just numbers: Numbers on Internet use, electronic commerce, IT and related figures for the European Community, January 2001 by Christopher Hobley.
- eEurope : Κοινωνία των πληροφοριών για όλους, Ανακοίνωση σχετικά με τη πρωτοβουλία της Επιτροπής για το έκτακτο Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Λισαβόνας, 23 και 29 Μαρτίου 2000.



Περί ηλεκτρονικού εμπορίου



Ορισμός

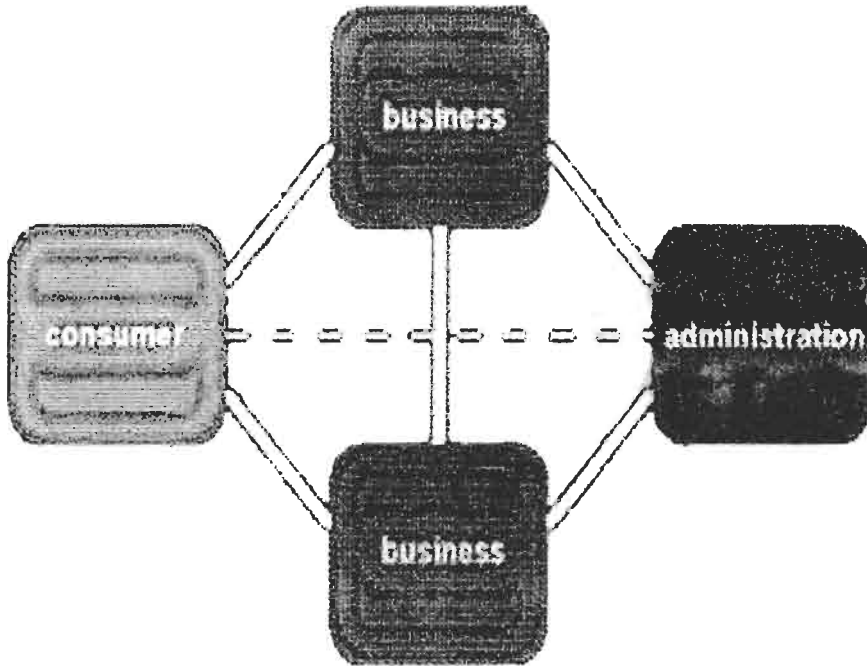
Ο όρος Ηλεκτρονικό Εμπόριο χρησιμοποιείται για να περιγράψει την χρήση τηλεπικοινωνιακών μέσων (κυρίως δικτύων) για κάθε είδους εμπορικές συναλλαγές ή επιχειρηματικές δραστηριότητες μεταξύ επιχειρήσεων και ιδιωτών. Με άλλα λόγια, κάθε "εμπορική" δραστηριότητα που πριν από μερικά χρόνια ήταν δυνατή, μόνο χάρη στην φυσική παρουσία και μεσολάβηση ανθρώπων ή υλικών μέσων (π.χ. εμπορική αλληλογραφία), σήμερα μπορεί να επιτευχθεί αυτόματα, ηλεκτρονικά και εξ' αποστάσεως .

Οι διάφοροι ορισμοί του εμπορίου ηλεκτρονικού εμπορίου :
 “Ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η πραγματοποίηση των επιχειρησιακών δραστηριοτήτων που οδηγούν σε μια ανταλλαγή της αξίας πέρα από τις τηλεπικοινωνίες networks.” (ΕΙΤΟ, 1997)

Το Ηλεκτρονικό εμπόριο αναφέρεται γενικά σε όλα τα έντυπα των συναλλαγών σχετικά με τις εμπορικές δραστηριότητες, που περιλαμβάνουν και τις οργανώσεις και τα άτομα, οι οποίες είναι βασισμένες στην επεξεργασία και τη διαβίβαση «μεταλλαγμένων» στοιχείων, συμπεριλαμβανομένου του κειμένου και οπτικού (images).” (ΟΟΣΑ, 1997).

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι βασισμένο στην ηλεκτρονική επεξεργασία και διαβίβαση στοιχείων, συμπεριλαμβανομένου του κειμένου, του ήχου και του βίντεο. Καλύπτει πολλές διαφορετικές δραστηριότητες συμπεριλαμβανομένου των ηλεκτρονικών εμπορικών συναλλαγών των αγαθών και των υπηρεσιών, τη παράδοση των ψηφιακών απαιτήσεων, των ηλεκτρονικών μεταφορών κεφαλαίων, του ηλεκτρονικού μεριδίου κάνοντας εμπόριο, των ηλεκτρονικών λογαριασμών της φόρτωσης, των εμπορικών δημοπρασιών, της σε απευθείας πρόσβαση στη δημόσια σύμβαση, του άμεσου καταναλωτικού μάρκετινγκ, και της υπηρεσίας μεταπωλήσεων. Περιλαμβάνει και τα προϊόντα (π.χ. καταναλωτικά αγαθά, εξειδικευμένος ιατρικός εξοπλισμός) και τις υπηρεσίες (π.χ. υπηρεσίες πληροφοριών, οικονομικές και νομικές υπηρεσίες) παραδοσιακές δραστηριότητες (π.χ. υγειονομική περίθαλψη, εκπαίδευση) (Ευρωπαϊκή Επιτροπή 1997).

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να χωρισθεί σε έξι βασικές κατηγορίες, ανάλογα με το ποιοι είναι οι συναλλασσόμενοι, οι εταιρίες (business), οι καταναλωτές (consumer) ή η διοίκηση-κυβέρνηση (administration – government):



■ **Business-to-business (B2B):** Στη περίπτωση αυτή οι εταιρίες-προμηθευτές πωλούν τα προϊόντα τους σε άλλες εταιρίες. Το B2B εκμεταλλεύεται τις τεχνολογίες του Διαδικτύου για να επανασχεδιάσει τις διαδικασίες σε όλη τη δομή της επιχείρησης, προκειμένου να ελαττώσει τα κόστη, να βελτιώσει την αποδοτικότητα και την παραγωγικότητα, να παρέχει την καλύτερη εξυπηρέτηση στους πελάτες.

■ **Business-to consumers (B2C):** Εξομοιώνεται με την ηλεκτρονική λιανική πώληση. Αυτή η κατηγορία έχει αναπτυχθεί με την εκτόξευση του World Wide Web. Οι καταναλωτές μαθαίνουν για τα προϊόντα μέσα από ηλεκτρονικές εκδόσεις, αγοράζουν προϊόντα με "ψηφιακό" χρήμα και άλλα ασφαλή συστήματα πληρωμής. Υπάρχουν τώρα "καταστήματα" σε όλο το Internet, που προσφέρουν κάθε είδος προϊόντων .

■ **Consumers-to-consumers (C2C):** Οι συναλλασσόμενοι είναι οι καταναλωτές, συνήθως με ενδιάμεσο μία εταιρία, όπως συμβαίνει με τους online πλειστηριασμούς.

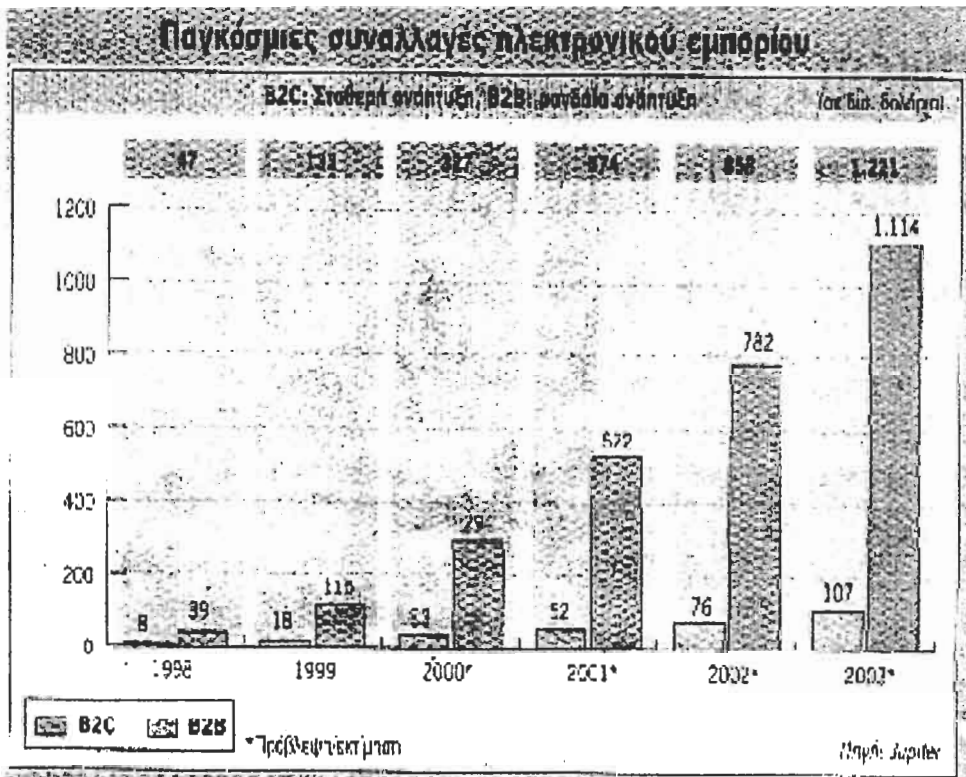
■ **Business-to-government (B2G):** Καλύπτει όλες τις συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και δημόσιων οργανισμών. Προς το παρόν, αυτή η

Ηλεκτρονικό εμπόριο

κατηγορία είναι σε νηπιακό στάδιο, αλλά μπορεί να αναπτυχθεί ραγδαία όσο οι κυβερνήσεις χρησιμοποιούν τις δικές τους λειτουργίες για να προωθήσουν την αντίληψη τους για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο.

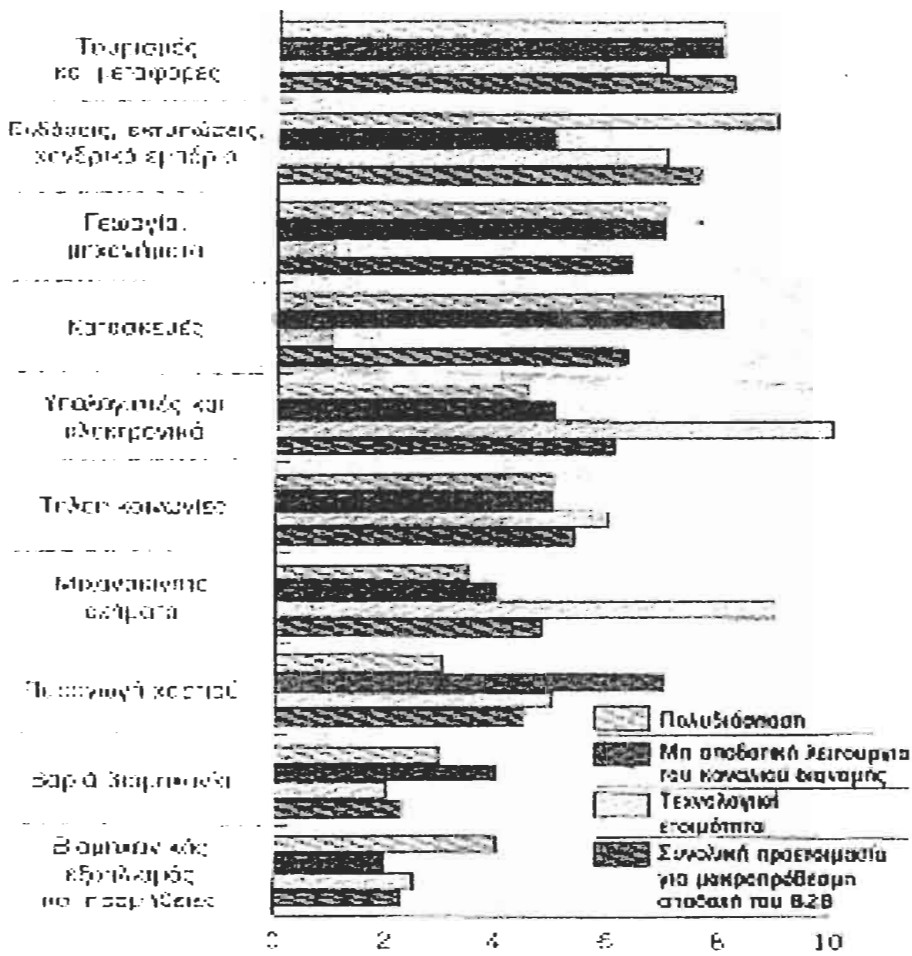
Επιπροσθέτως, οι διοικήσεις πρέπει να παρέχουν την ευκαιρία ηλεκτρονικών συναλλαγών για καταστάσεις όπως επιστροφές ΦΠΑ και δασμών.

■ **Consumers-to-government (C2G):** Δεν έχει ακόμα ενεργοποιηθεί. Οι επιχειρήσεις πρέπει να αναπτύξουν τις ηλεκτρονικές συναλλαγές σε περιοχές όπως πληρωμές κοινωνικής πρόνοιας και ιδιωτικών φόρων.



Η ετοιμότητα για δημιουργία ηλεκτρονικών αγορών

Κατάταξη από 1 έως 10



πηγή: S&P Global



**Η «κατασκευή» ενός ηλεκτρονικού
καταστήματος**



Η «κατασκευή» ενός ηλεκτρονικού καταστήματος

Για τη δημιουργία μιας επιχειρησιακής ιστοσελίδας, ο ενδιαφερόμενος θα πρέπει καταρχήν να επικοινωνήσει με έναν φορέα παροχής υπηρεσιών διαδικτύου (Internet Service Provider)¹ και να νοικιάσει μια διεύθυνση και κάποιον χώρο, όπου θα εγκαταστήσει την ιστοσελίδα, για να βρίσκουν το όνομά της οι χρήστες του διαδικτύου.

Στη συνέχεια θα πρέπει να απευθυνθεί σε μια εταιρία κατασκευής ιστοσελίδων. Με την ιστοσελίδα η επιχείρηση πληροφορεί το κοινό για τις υπηρεσίες της, διαφημίζει τα προϊόντα της. Για τον λόγο θα πρέπει να συμφωνούμε με την εταιρία κατασκευής και υποστήριξης της ιστοσελίδας, να ενημερώνεται το περιεχόμενο της ανά τακτά χρονικά διαστήματα .

Το μέσο κόστος, ενδεικτικά, δημιουργίας μιας επιχειρησιακής ιστοσελίδας έχει ως εξής:

- Καλλιτεχνική επιμέλεια τοποθεσίας 30.000 δρχ. ανά ανθρωπόωρα.
- Ποιοτικός έλεγχος από ειδικό γραφίστα, κείμενο, εικόνες, παραπομπές, μελέτη διάρθρωσης και κατευθύνσεις των επόμενων σελίδων 15.000 δρχ. ανά σελίδα .
- Κόστος ενοικίασης χώρου για την προβολή της ιστοσελίδας στο διαδίκτυο με δυνατότητα να υπάρχει ηλεκτρονική διεύθυνση «όνομα εταιρία. .gr» 300.000 δρχ ανά έτος.

Κόστος ανανέωσης των περιεχομένων της ιστοσελίδας 25.000 δρχ.

1. **ISP(InternetServiceProvider):** Η εταιρία που ασχολείται με την παροχή διαδικτυακών υπηρεσιών.

Σύμφωνα με έρευνα (κατά τη διάρκεια του 2000), η οποία δημοσιεύεται στο περιοδικό netBiz, ο πρώτος ISP με τα περισσότερα Registered names είναι η forthnet.gr (1254) και ποσοστό επί του συνόλου 5,68%. Ενώ σε μικρή απόσταση βρίσκονται η hol.gr (1166) και η otenet.gr (1166) με ποσοστά 5,28% αντίστοιχα. Η μεγάλη διασπορά των υπολοίπων ISP's είναι ισοκατανομισμένη σε μικρότερες εταιρίες με ανάλογα μικρά ποσοστά επί του συνόλου της αγοράς.

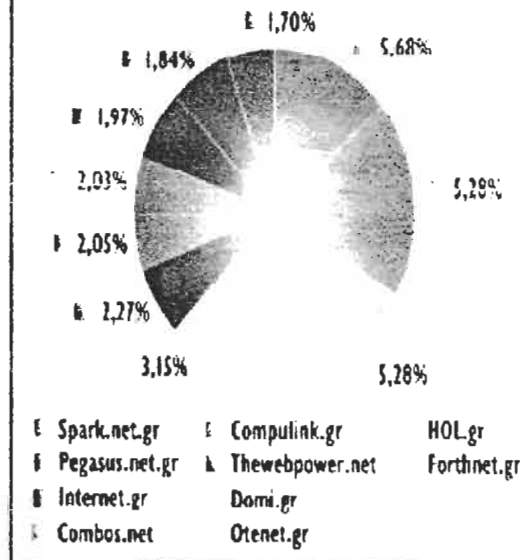
GREEK DOMAIN

Ποσοστό (%) επί του συνόλου

FORTHnet.gr	5.68%
HOL.gr	5.28%
Otenet.gr	5.28%
Domi.gr	3.15%
Thewebpower.net	2.27%
Compulink.gr	2.05%
Combas.net	2.03%
Internet.gr	1.97%
Pegasus.net.gr	1.84%
Spark.net.gr	1.70%

Πηγή: Έρευνα. Οι 10 πρώτοι ISP's κατέχουν το 31,23% του συνόλου ή 6.900 sites σε συνολικά 22.071.

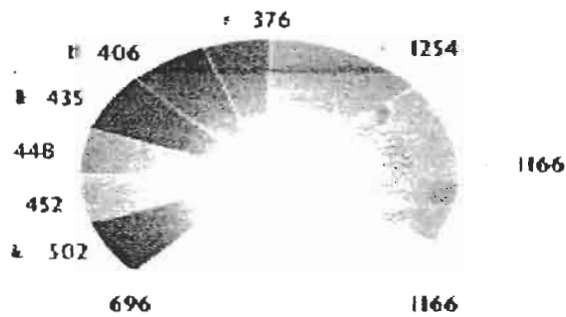
Ποσοστά (%) επί του συνόλου



Οι ISP's με τα περισσότερα Registered names

FORTHnet.gr	1254
HOL.gr	1166
Otenet.gr	1166
Domi.gr	696
Thewebpower.net	502
Compulink.gr	452
Combos.net	448
Internet.gr	435
Pegasus.net.gr	406
Spark.net.gr	376

Οι ISP's με τα περισσότερα domain



Spark.net.gr	Compulink.gr	HOL.gr
Pegasus.net.gr	Thewebpower.net	Forthnet.gr
Internet.gr	Domi.gr	
Combos.net	Otenet.gr	



Outsourcing

Το outsourcing είναι ένας σχετικά νέος όρος της οικονομίας και αφορά στην αξιοποίηση εξωτερικών πόρων (π.χ. τεχνογνωσία) από μια εταιρεία για τη διεκπεραίωση διαδικασιών που παραδοσιακά ολοκληρώνοντας με πόρους της ίδιας. Πολλοί οργανισμοί προτιμούν να επενδύουν μακροπρόθεσμα μόνο στους τομείς που αποτελούν μέρος του κεντρικού επιχειρηματικού ενδιαφέροντός τους. Έτσι, προκύπτει συχνά η ανάγκη ανάθεσης διαφόρων λειτουργιών ή υπηρεσιών μιας εταιρίας σε εξωτερικούς συνεργάτες, που αναλαμβάνουν τη συνολική ευθύνη της όλης διαδικασίας. Θα πρέπει, όμως, οι υπεύθυνοι οικονομικοί διευθυντές να ακολουθήσουν κάποια «βήματα» για τη δημιουργία μιας επιτυχημένης σύμβασης outsourcing :

- Προγραμματισμός των απαιτήσεων από την αρχή. Οι απαιτήσεις της εταιρίας πρέπει να προσδιοριστούν προτού υπογραφεί η σύμβαση με τον προμηθευτή. Μια εταιρεία οφείλει να έχει καταλήξει εκ των προτέρων στις υπηρεσίες που χρειάζεται.
- Καθορισμός μιας υπεύθυνης ομάδας διαχείρισης. Το κλειδί είναι η επιλογή του σωστού ατόμου που θα διαχειριστεί από την αρχή το πρόγραμμα.
- Έμφαση στην αξιοποίηση των ανθρώπων. Τα άτομα και από τις δύο πλευρές της σύμβασης πρέπει να ανταλλάξουν την επαγγελματική εξειδίκευση και γνώση τους.
- Καθιέρωση αντικειμενικών κριτηρίων απόδοσης. Μοιράζουμε υπευθυνότητες στα στελέχη και των δύο πλευρών της σύμβασης. Προσδιορίζουμε όσο το δυνατόν περισσότερο χρόνο ολοκλήρωσης ενός έργου ή μιας υπηρεσίας, καθώς και το πρόσωπο το οποί θα φέρει την ευθύνη της.
- Ο επικεφαλής manager χρειάζεται να ενημερώνεται για τι τρέχον στάδιο ή επίπεδο των υπηρεσιών τόσο εντός όσο και εκτός της εταιρείας.
- Ένα από τα στοιχεία κλειδιά που εμπλέκονται στο outsourcing είναι ο επανασχεδιασμός του επιχειρηματικού διαγράμματος της εταιρίας. Δεν

πρέπει να υπάρξει σε καμιά περίπτωση πρόβλημα αξιοπιστίας ή φερεγγυότητας ως προς τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Και τα δύο μέρη πρέπει να διατηρούν τις θέσεις τους, αναλαμβάνοντας την πλήρη υπευθυνότητα των πράξεων και την υπηρεσιών τους.

■ Σωστή αντιμετώπιση της στρατηγικής outsourcing. Ένα από τα μεγαλύτερα σφάλματα που μπορεί να κάνει μια εταιρεία είναι να μεταχειριστεί τον εξωτερικό παροχέα υπηρεσιών σαν να ήταν ένας «παραδοσιακός» προμηθευτής της. Η επιλογή ενός εξωτερικού παροχέα υπηρεσιών μοιάζει με την επιλογή συγκατοίκου.

■ Εξέταση της προοπτικής μιας στρατηγικής βελτίωσης. Μια εταιρεία μπορεί να ωφεληθεί τα μέγιστα από το Outsourcing, επιτρέποντας στον εξωτερικό παροχέα υπηρεσιών να επεκταθεί πέραν της αρχικής συμφωνίας τους. Μπορούμε να πενταπλασιάσουμε ή και να δεκαπλασιάσουμε τα οφέλη μας από περικοπές στο κόστος ή από την καλύτερη ικανοποίηση του πελάτη μας. Επιπλέον, δημιουργούμε κίνητρα για την εταιρεία- παροχέα, όπως χρηματικά πριμ, τα οποία βοηθούν τη βελτίωση της επαγγελματικής σχέσης.



Η διαδικασία καταχώρησης Internet ονομάτων στο .GR domain

Για την καταχώριση ενός domain name με κατάληξη .gr, αρμόδιος είναι ο Ληξιαρχος- Διαχειριστής ονομάτων στο Internet για τον Ελλαδικό χώρο (GR-Hostmaster), δραστηριότητα που παρέχεται από το Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας (ΙΤΕ). Ειδικότερα, το τμήμα Διαχείρισης Ονομάτων Internet του Ινστιτούτου Πληροφορικής του Ιδρύματος Τεχνολογίας και Έρευνας είναι υπεύθυνο για τη διαχείριση της ονοματοδοσίας για το Top Level Domain [.GR], υπό την εποπτεία της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (www.eett.gr)

Η διαδικασία καταχώρησης Internet ονομάτων στο .GR domain βρίσκεται κάτω από την εποπτεία της ΕΕΤ.

Η Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών (Ε.Ε.Τ.):

- Έχει στη δικαιοδοσία της την εποπτεία, το συντονισμό και τον έλεγχο των διαδικασιών που αφορούν στη διαχείριση του .GR domain.
- Εκπονεί την πολιτική και θέτει τους κανόνες για την καταχώριση και χρήση των ονομάτων,
- Αναθέτει τη διαχείριση του συστήματος σε φορέα της επιλογής της.
- Ελέγχει το διαχειριστή για τη σωστή εφαρμογή των κανονισμών και την τήρηση των προδιαγραφών λειτουργίας του .GR, οι αποφάσεις της είναι δεσμευτικές για το διαχειριστή.
- Αποτελεί όργανο επίλυσης διαφορών σχετικά με τα ονόματα του Domain Name [.gr].
- Εποπτεύει και ελέγχει τον Διαχειριστή για την εφαρμοζόμενη τιμολογιακή πολιτική.

Για να μπορέσει να καταχωρήσει κάποιος το δικό του όνομα κάτω από το [.gr], θα πρέπει να συμπληρώσει με όλα τα απαραίτητα στοιχεία την Αίτηση Καταχώρισης Ονόματος , να υποβάλλει όλα τα απαραίτητα δικαιολογητικά και να υπογράψει την ΣΥΜΒΑΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΗ ΟΝΟΜΑΤΟΣ η οποία θα του αποσταλεί .

Δικαίωμα για καταχώριση ονόματος κάτω από το [.gr] έχουν εταιρείες/ ινστιτούτα/ οργανισμοί με έδρα την Ελλάδα, ιδιώτες, ελεύθεροι επαγγελματίες καθώς και Έλληνες του Εξωτερικού σύμφωνα με όσα περιγράφονται στους ΚΑΝΟΝΕΣ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΗΣ ΟΝΟΜΑΤΩΝ στο.GR domain .

Η ύπαρξη ΑΦΜ είναι απαραίτητη για την καταχώριση ονόματος. Σε περίπτωση που δεν υπάρχει ΑΦΜ θα πρέπει να δικαιολογείται η μη ύπαρξή του.

Για την καλύτερη οργάνωση του [.gr] domain έχουν δημιουργηθεί τα ονόματα δευτέρου επιπέδου :

- com.gr (Για εταιρείες με εμπορικό χαρακτήρα)
- edu.gr (Για εκπαιδευτικούς οργανισμούς)
- net.gr (Για φορείς δικτύων.)
- org.gr (Για οργανισμούς με γενικότερο χαρακτήρα)

Η καταχώριση ονομάτων κάτω από τα [com.gr],[edu.gr],[net.gr],[org.gr] δεν είναι υποχρεωτική αλλά συνίσταται για λόγους οργάνωσης.

Για να δούμε εάν το όνομα που επιθυμούμε να κατοχυρώσουμε είναι διαθέσιμο, υπάρχει η υπηρεσία : pythia.ics.forth.gr/cgi-bin/webwhois,

όπου πληκτρολογώντας το επιθυμητό όνομα η ειδική μηχανή ανιχνεύει τη τυχόν ήδη κατοχύρωσή της από άλλο πρόσωπο.

Προκειμένου να εξασφαλισθεί η αυτοχρηματοδότηση της διαδικασίας καταχώρησης ονομάτων ο Διαχειριστής μπορεί να απαιτεί την καταβολή εφ'άπαξ ή και ετήσιου τέλους καταχώρησης ονομάτων.

Το τέλος αυτό υπόκειται στην εποπτεία και τον έλεγχο της ΕΕΤ ώστε να εξασφαλιστεί ότι έχει καθοριστεί με βάση το πραγματικό κόστος και ότι προορίζεται για την κάλυψη των εξόδων του διαχειριστή.

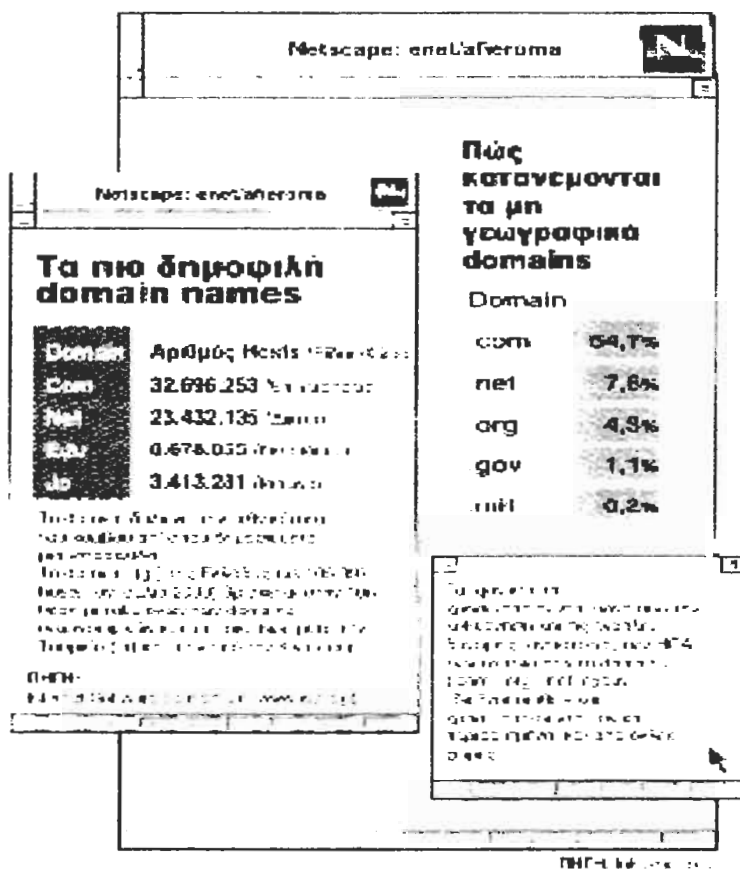
Το τέλος αρχικής καταχώρησης καθορίζεται σε δρχ. 15.000 (+18 %ΦΠΑ) και καλύπτει την καταχώρηση και τη συντήρηση του ονόματος στη βάση δεδομένων και τους nameservers του διαχειριστή για μία διετία από την ημερομηνία καταχώρησης.

Μετά την παρέλευση διετίας η καταχώρηση του ονόματος υπόκειται σε ετήσιο τέλος καταχώρησης το οποίο ανέρχεται σε δρχ. 7500 (+18% ΦΠΑ).

Στις περισσότερες, όμως, χώρες του εξωτερικού η κατοχύρωση και ενεργοποίηση ενός domain name σε .com, .edu, και .org γίνεται online, η χρέωση γίνεται αυτόματα μέσω πιστωτικών καρτών. Ενώ η ενεργοποίηση του domain name είναι σχεδόν άμεση, εξυπηρετώντας εκατομμύρια χρήστες του Internet σε παγκόσμιο επίπεδο.



Εικόνα: Ληξιαρχος-Διαχειριστής ονομάτων για τον Ελλαδικό χώρο (GR.-Hostmaster) www.hostmaster.gr.



Το domain δηλώνει την «εθνικότητα» του κόμβου απ' όπου δημοσιεύεται μια ιστοσελίδα. Το domain. (gr) της Ελλάδος (με 105.997 hosts τον Ιούλιο 2000) βρίσκεται στην 40ή μεταξύ όλων των domain, ακριβώς μετά την Τουρκία (.tr) και πριν από την Κίνα (.cn). Τα .gov και .mil χρησιμοποιούνται μόνο από την κυβέρνηση και τις ένοπλες δυνάμεις, αντίστοιχα, των ΗΠΑ, ενώ τα τρία επόμενα domains (.com, .org, .net) έχουν «διεθνοποιηθεί» και χρησιμοποιούνται –αν και περιορισμένα– και από άλλες χώρες. Πηγή: Internet Software Consortium (www.isc.org).

«Κοινωνία της πληροφορίας»

Η ανάγκη ταχείας υιοθέτησης των νέων τεχνολογιών, αλλαγής νοοτροπίας και ομαλής ένταξης της ελληνικής κοινωνίας στην ψηφιακή εποχή, ώθησε το ελληνικό κράτος στην τέλεση ενός ειδικού επιχειρησιακού προγράμματος, με χρηματική πηγή το Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης.

Ειδικότερα, το πρόγραμμα "ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ" αποτελεί πρωτοβουλία του Υπουργείου Ανάπτυξης και έχει σκοπό την εξοικείωση 50.000 μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) με την ψηφιακή οικονομία, την αξιοποίηση των δυνατοτήτων και των ευκαιριών που προσφέρει το διαδίκτυο και γενικότερα, την παρακίνηση των επιχειρηματιών για την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών. Το Πρόγραμμα καλύπτει όλη τη χώρα, δηλαδή και τις 13 περιφέρειες, υλοποιείται την περίοδο 2000-2003 και έχει συνολικό προϋπολογισμό 40 δις δρχ.

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει τις παρακάτω δύο ενέργειες:

I. Την οικονομική ενίσχυση η οποία δίνεται σε ΜΜΕ για την προμήθεια υπολογιστικών συστημάτων ή και υπηρεσιών με σκοπό την σύνδεση της επιχείρησης με το Διαδίκτυο ή την περαιτέρω αξιοποίησή του. Ο προϋπολογισμός αυτής της Ενέργειας ανέρχεται σε 31,5 δις δρχ. (40% Δημόσια Δαπάνη) και θα διατεθεί για εξοπλισμό και υπηρεσίες Internet, την υλοποίηση της ενέργειας έχει αναλάβει ο ΕΟΜΜΕΧ.

Κάθε επιχείρηση χρηματοδοτείται για την προμήθεια εξοπλισμού και υπηρεσιών με ποσοστό 40% των επιλέξιμων δαπανών και μέχρι τις 240.000 δραχμές (δηλ του 40% των 600.000 δρχ. που θεωρούνται το ανώτερο όριο επιχορηγούμενης δαπάνης).

II. Την εκπαιδευτική στήριξη την επιπλέον υποστήριξη επιχειρηματιών και εργαζομένων από κατάλληλα προετοιμασμένους συμβούλους σε συνεργασία με τα ΑΕΙ/ΤΕΙ και τα επιμελητήρια της χώρας, τη δημιουργία πληροφοριακού κόμβου (portal) για την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών υποστήριξης μέσω διαδικτύου και την λειτουργία Help Desk.

Ο προϋπολογισμός αυτής της ενέργειας ανέρχεται σε 8,5 δις, την «ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΣΤΗΡΙΞΗ» του προγράμματος «ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ» θα την διαχειρισθεί η ΕΔΕΤ Α.Ε.

Links

Internet Service Providers (ISPs)

■ www.forthnet.gr : Η **FORTHnet A.E.** είναι το επιτυχές αποτέλεσμα που προέκυψε μέσα από τη γόνιμη συνύπαρξη της επιστημονικής έρευνας με την επιχειρηματική οξυδέρκεια. Πρόκειται για μια εταιρία Ελληνική, με ισχυρή οικονομική βάση και με ταχύτατους ρυθμούς ανάπτυξης. Η διαρκής ανοδική πορεία από την περίοδο ίδρυσής της και η δεσπόζουσα θέση που κατέχει στην αγορά, καταδεικνύει την ικανότητα της εταιρίας να παρέχει πλήρεις και αξιόπιστες υπηρεσίες. Η 10ετής συνεχή παρουσία στα διαδικτυακά δρώμενα εγγυάται την βαθειά γνώση του χώρου, απ' όπου και αντλεί την μεγάλη εμπειρία της.

Βάση της φιλοσοφίας της εταιρίας είναι ο σεβασμός στις ανάγκες και στην ικανοποίηση του πελάτη. Τόσο στους μεμονωμένους συνδρομητές όσο και για τον επιχειρηματικό κόσμο προσφέρονται διαρκώς νέες δυνατότητες και προοπτικές για αποδοτικές και απλές λύσεις. Για τον λόγο αυτό η **FORTHnet A.E.** έχει αναπτύξει ολοκληρωμένες προτάσεις για τις ιδιαίτερες ανάγκες των πελατών της (tailor made solutions). Από πλευράς υποδομής η εταιρία προχωρά σε διαρκείς αναβαθμίσεις του εξοπλισμού της χρησιμοποιώντας τεχνολογία αιχμής. Διαθέτει τα πλέον σύγχρονα μηχανήματα, από τις πιο καταξιωμένες εταιρίες του χώρου: Cisco routers, Nokia baseband modems, Stratacom switches κλπ.

■ www.hellasnet.gr : Η HellasNet A.E. (<http://www.hellasnet.gr>), δραστηριοποιείται στον τομέα παροχής υπηρεσιών Διαδικτύου από το 1994, ενώ από τον Ιανουάριο του 2000 ανήκει στον Όμιλο Εταιριών

FORTHnet και είναι πλέον μια από τις κυρίαρχες εταιρίες παροχής ολοκληρωμένων υπηρεσιών E-Business.

- www.otenet.gr : Η OTEnet προσφέρει απόλυτη κάλυψη σε όλους τους χρήστες της, ιδιώτες, επιχειρήσεις και ελεύθερους επαγγελματίες με τις βασικές κατηγορίες των υπηρεσιών της που είναι:
 - οι βασικές υπηρεσίες πρόσβασης,
 - οι τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες,
 - οι υπηρεσίες ηλεκτρονικού επιχειρείν,
 - και υπηρεσίες περιεχομένου.

Κατάλογοι – Βιβλιοθήκες

- www.lii.org : Το lii.org είναι ένα ευρετήριο οργανωμένο από Βιβλιοθηκάρους για τις ανάγκες της Δημόσιας βιβλιοθήκης της Καλιφόρνιας.

Φορείς

- www.esee.gr : Η ιστοσελίδα της Εθνικής Συνομοσπονδίας Ελληνικού Εμπορίου.
- www.acsmi.gr : Βιοτεχνικό Επιμελητήριο της Αθήνας.
- www.acci.gr : Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών
- www.infosociety.gr : Ο ελληνικός κόμβος για την Κοινωνία της Πληροφορίας. Εδώ μπορούμε να βρούμε ελληνικά αλλά και ευρωπαϊκά κείμενα νομοθεσίας και κείμενα ανάλυσης θεμάτων και πολιτικών και της Κοινωνίας της Πληροφορίας.

Κείμενα από το Internet (Downloaded)

- Ηλεκτρονικό εμπόριο : Ανοίγοντας νέους ορίζοντες στο εμπόριο, Αντώνιος Γιαννόπουλος
- Assessing the impact of electronic commerce on business performance : A simulation experiment, G.M.Giaglis, R.J.Paul, G. Doukidis.
- Οι μεγάλες ελληνικές εταιρείες είναι έτοιμες για το ηλεκτρονικό επιχειρείν, Γ. Δουκίδης
- Electronic Commerce : The Technological transformation of business by Deborah Lynn Harrigton
- Έκθεση σχετικά με την ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Συμβούλιο, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, την Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών για μια ευρωπαϊκή πρωτοβουλία στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Εισηγήτρια η κ. Erika Mann, 4 Μαΐου 1998.
- Business-to-consumer electronic commerce: Survey of statues and issues, Organization for economic co- operation and development, Paris 1997.
- Internet Domain Names: Allocation Policies, Organization for economic co-operation and Development, Paris 1997.
- Σχέδιο περιφερειακής Ανάπτυξης 2000-2006, Πρόταση για τον τομέα «Κοινωνία της Πληροφορίας, Κείμενο εργασίας, Μαΐος 1999.
- Τεχνολογίας δεξιότητες και απασχόληση στην Ελλάδα : Διάθρωση και τάσεις, Ε.Ιωαννίδης, Αθήνα Ιούλιος 1999.
- Committee for Information, Computer and Communication policy measuring Electronic Commerce.

Ημερίδα

- Παρακολούθηση ημερίδας με θέμα : Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα και Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, 25 Ιουνίου 2001, Χαλάνδρι. Ομιλητές : Βαφέας Τάσος : Πρόεδρος Μάρκετινγκ ΕΛΚΕΔΕ, Αποστολάκη Μιλένα : Υφυπουργός Ανάπτυξης, Μούργος Παναγιώτης : Πρόεδρος Συνδέσμου Νέων Επιχειρηματιών Αττικής.

Το ηλεκτρονικό κατάστημα



Σε αυτή την ενότητα θα γίνει μια προσπάθεια παρουσίασης όλων εκείνων των χαρακτηριστικών-λειτουργιών ενός ελληνικού ηλεκτρονικού καταστήματος. Θα αναλυθούν τα γενικά στοιχεία που περιέχει μια σελίδα ηλεκτρονικού καταστήματος, επεξηγώντας κάθε φορά τη λειτουργικότητα του εκάστοτε «συστατικού» της. Ενώ, σε επόμενο κεφάλαιο θα γίνει μια πιο ενδελεχής αναφορά στις περισσότερες κατηγορίες ηλεκτρονικών καταστημάτων. Και τούτο, γιατί υπάρχουν αρκετές διαφοροποιήσεις ως προς τη παρουσίαση, την πολιτική αποστολής των προϊόντων και διάφορα επιμέρους «συστατικά», με αποτέλεσμα ένα κατάστημα αθλητικών ειδών να υλοποιεί διαφορετική πολιτική πωλήσεων από ένα ηλεκτρονικό ανθοπωλείο.

Καταρχάς, για να επισκευθούμε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, θα πρέπει να γνωρίζουμε την ηλεκτρονική διεύθυνσή του. Πηγές πληροφόρησης θα μπορούσαν να θεωρηθούν οι μηχανές αναζήτησης, οι εφημερίδες, τα περιοδικά, η πάσης φύσεως διαφήμιση, η υπόδειξη κάποιου φίλου ή «γνωστού».



Εισαγωγή(Intro)

Σε λιγοστά ηλεκτρονικά καταστήματα πριν ο πελάτης εισέλθει στην κεντρική σελίδα (Home Page), παρακολουθεί μια εισαγωγή όπου συνήθως περιέχει ένα μικρό φιλάκι σχετικά με το προφίλ της εταιρίας, έτσι ώστε να φορτωθεί (loading) πλήρως η σελίδα υποδοχής. Αυτή η εισαγωγή, μπορεί να συμπληρώνεται από κάποιο μουσικό κομμάτι, το οποίο μπορεί να συνεχίζει να ακούγεται (σε άλλη μορφή) καθ' όλη τη διάρκεια παραμονής στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Για παράδειγμα το ηλεκτρονικό supermarket (www.ab.gr), παρέχει μουσική supermarket, κατάλληλη για «υπνωτικά» ψώνια. Βεβαίως, υπάρχει η δυνατότητα προσπέρασης της εισαγωγής (skip intro), αν έχεις επισκευθεί πολλές φορές το ηλεκτρονικό κατάστημα και έχεις βαρεθεί την επανάληψη της. Επιπλέον, στο τέλος αυτής της εισαγωγής, αν όχι στη κεντρική σελίδα γίνεται η επιλογή γλώσσας παρουσίασης του ηλεκτρονικού καταστήματος.



Κεντρική σελίδα (Home Page)

Η κεντρική σελίδα είναι και η κεντρική βιτρίνα του καταστήματος, στην οποία εκτίθενται οι σημαντικότερες προσφορές και προτάσεις, τα νέα προϊόντα, θέματα που ενδιαφέρουν τους καταναλωτές κ.λπ. Στη κεντρική σελίδα υπάρχουν είσοδος για όλα τα τμήματα του καταστήματος, μηχανή αναζήτησης, καθώς και σύνδεσμοι (links) προς κάθε είδους πληροφορίες και απαντήσεις στις απορίες (βοήθεια, συχνές ερωτήσεις, νομικά θέματα και θέματα ασφάλειας συναλλαγών, πληροφορίες για την εταιρεία, επικοινωνία με την εταιρεία κ.α.). Τα πληρέστερα ηλεκτρονικά καταστήματα, εκτός από τις συνήθεις υπηρεσίες, παρέχουν και πολλές άλλες, όπως οι υπηρεσίες μέλους.

Ο χάρτης του καταστήματος (Site map)

Με αυτή την επιλογή «απλώνεται» στον πελάτη ένα είδος χάρτη, όπου αναφέρονται συγκεντρωτικά όλες οι δυνατές επιλογές για το υπάρχον ηλεκτρονικό κατάστημα. Με αυτόν τον τρόπο, κυρίως, ο «πρωτάρης» πελάτης, αποκρυπτογραφεί τις επιλογές της κεντρικής σελίδας, φτάνοντας με ένα πιο γρήγορο-ορθό τρόπο, στο ζητούμενο προϊόν-υπηρεσία.







Αναζήτηση (Search engine)

Ο πιο γρήγορος τρόπος να βρούμε αυτό που ψάχνουμε μέσα σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα είναι μέσω της μηχανής αναζήτησης. Γράφουμε απλώς το όνομα του προϊόντος που θέλουμε και η μηχανή αναζήτησης επιστρέφει μια λίστα με όλες τις σελίδες που περιέχουν το όνομα που γράψαμε.

Ανάλογα, με το ηλεκτρονικό κατάστημα που έχουμε επισκεφθεί, οι μηχανές αναζήτησης προσαρμόζονται στα προϊόντα του. Έτσι, σε πολλές μηχανές αναζήτησης, υπάρχουν προεπιλεγμένες οι επιλογές των προσφερόμενων προϊόντων. Ο πελάτης, απλώς, εξειδικεύει τις προτιμήσεις του, επιλέγοντας τη συγκεκριμένη μάρκα, τα ζητούμενα τεχνικά ή μη χαρακτηριστικά του προϊόντος και επιπλέον παραμέτρους

που μπορεί η ίδια η μηχανή αναζήτησης να προσφέρει για τη διευκόλυνση του πελάτη της.

Βρέθηκαν 102 προϊόντα που περιλαμβάνουν τη λέξη κινητά τηλέφωνα.

ΦΟΡΗΤΟ ΚΙΤ CCM SIEMENS C25	 λεπτομέρειες
ORBIT ΜΗΙΑΤΑΡΙΑ για NOKIA 3210 DUAL SIM	 λεπτομέρειες
SIEMENS EUROSET 2005 ΑΝΘΡΑΚΙ ΤΗΛΕΦΩΝΟ	 λεπτομέρειες
ORBIT ΜΗΙΑΤΑΡΙΑ για NOKIA 6150 DUAL SIM	 λεπτομέρειες
ORBIT ΜΗΙΑΤΑΡΙΑ για NOKIA 7110 DUAL SIM	 λεπτομέρειες
ORBIT ΜΗΙΑΤΑΡΙΑ για NOKIA 8210 DUAL SIM	 λεπτομέρειες
	Επόμενη σελίδα →→

Ενδεικτικό αποτέλεσμα αναζήτησης στην ανεύρεση κινητού τηλεφώνου στο [www. e-germanos.gr](http://www.e-germanos.gr).

Κατάλογοι Προϊόντων

Οι διάφοροι κατάλογοι των ηλεκτρονικών καταστημάτων είναι απλά μια λίστα προϊόντων. Οι λίστες αυτές παρουσιάζουν κάποια συνοπτικά στοιχεία των προϊόντων που περιέχουν, ενώ σχεδόν πάντα έχουν μια

μικρή εικόνα του κάθε προϊόντος δίπλα από το όνομά του. Τα περισσότερα ηλεκτρονικά καταστήματα διαθέτουν δύο βασικούς καταλόγους, τον αλφαβητικό και ανά κατηγορία. Ενώ πολλά καταστήματα προσφέρουν και άλλες μορφές καταλόγων, που βασίζονται σε κοινά χαρακτηριστικά των προϊόντων. Επίσης, υπάρχουν κατάλογοι (ανάλογα με το κατάστημα), με τις νέες κυκλοφορίες, με τα πρώτα σε πωλήσεις, με τις προσφορές, με τις προτάσεις του, αλλά και κάποιους καταλόγους που δημιουργούν οι υπεύθυνοι των καταστημάτων προς διευκόλυνση των πελατών τους.

Η εταιρεία μας (About us)

Με αυτήν την επιλογή το ηλεκτρονικό κατάστημα αυτοπαρουσιάζεται. Για παράδειγμα, προσφέρει μία σύντομη ιστορική αναδρομή της εταιρείας από το έτος ιδρύσεως της έως σήμερα. Παρουσιάζει τα υπάρχουσα καταστήματά της (στο λιανικό ή χονδρικό εμπόριο), με τις διευθύνσεις και τα τηλέφωνα τους. Ενδεχομένως, να εμπεριέχει τα διάφορα δελτία τύπου που δημοσιοποιεί η εταιρία ή ακόμα και οικονομικά στοιχεία της, όπως ισολογισμοί, πορεία της μετοχής της εταιρίας. Για την αξιοπιστία-image, η εταιρία μπορεί να παραθέτει τις διάφορες τιμητικές της διακρίσεις στην εγχώρια ή παγκόσμια αγορά. Τέλος, μέσω αυτής της επιλογής οι επισκέπτες έχουν την δυνατότητα να βρουν κάποια κενή θέση εργασίας στα διάφορα τμήματα της επιχείρησης.

Chat Rooms

Ένα από τα πιο σημαντικά αμφίδρομα εργαλεία επικοινωνίας είναι το «ζωντανό» Chat room. Έχοντας ένα live chat room στην ιστοσελίδα του ηλεκτρονικού καταστήματός μας, μας δίνει τη δυνατότητα να «κρατάμε» τους επισκέπτες στην ιστοσελίδα για αρκετό χρόνο. Κατά τη διάρκεια παραμονής του στο site μας, μπορούμε να προβάλουμε τις προσφορές μας και τα προϊόντα μας καθ' όλη τη συζήτηση.

E-mail to a friend

Είναι ένας ανέξοδος τρόπος προβολής του ηλεκτρονικού καταστήματός . Με αυτόν τον τρόπο ο πελάτης, κυρίως, μετά από μια επιτυχή διεκπεραίωση της αγοράς του, προτείνει σε κάποιον «γνωστό» του, το

συγκεκριμένο ηλεκτρονικό κατάστημα, παραθέτοντας τα θετικά σχολιά του, για να το επισκεφθεί και εκείνος για τις αγορές του. Αυτή η επιλογή μπορεί να λειτουργήσει και ως πομπός αρνητικής κριτικής για το συγκεκριμένο κατάστημα. Από τη μεριά τους τα ηλεκτρονικά καταστήματα παροτρύνουν τους πελάτες τους, μέσω προσφορών-εκπτώσεων, να χρησιμοποιούν αυτήν την επιλογή επιδοκιμασίας του καταστήματός τους.

FAQS (Frequently Asked Questions)

Μία λίστα με τις απαντήσεις στις συχνότερες ερωτήσεις των επισκεπτών του δικτυακού μας τόπου. Η λίστα αυτή εξοικονομεί χρόνο για τον επισκέπτη αλλά και για τη λειτουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος γιατί δεν απαντάμε στις ίδιες ερωτήσεις.

Επικοινωνία (Contact)

Με αυτή την επιλογή ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να επικοινωνήσει με το ηλεκτρονικό κατάστημα εκφράζοντας τα παράπονά του, τις προτάσεις του. Σε κάποιες περιπτώσεις, υπάρχει τηλεφωνική υποστήριξη 0-800.



ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Αρχή φόρμας

Επώνυμο	<input type="text"/>
Όνομα	<input type="text"/>
Τηλέφωνο	<input type="text"/>
E-mail	<input type="text"/>
Διεύθυνση	<input type="text"/>
T.K.	<input type="text"/>
Περιοχή	<input type="text"/>
Πόλη	<input type="text"/>

Σχόλια	
<input type="checkbox"/> Αποστολή	<input type="checkbox"/> Ακύρωση

Εικόνα: Επικοινωνία με το www.electroniki.gr



Αποστολή προϊόντων

Τα προϊόντα της παραγγελίας μας μπορούμε να τα παραλάβουμε στον δικό μας επιλεγμένο χώρο από συνεργαζόμενη – με το ηλεκτρονικό κατάστημα- εταιρεία ταχυμεταφοράς (courier). Το κόστος ποικίλλει ανάλογα με το είδος του προϊόντος, με το βάρος του και με την περιοχή παράδοσης. Αν το ποσό της αγοράς, ξεπερνά το χρηματικό όριο που έχει θέσει το ηλεκτρονικό κατάστημα, δεν επιβαρυνόμαστε με το κόστος αποστολής. Ο χρόνος παράδοσης, συνήθως, κυμαίνεται από 2-6 εργάσιμες μέρες από την ημέρα που μας έχουν ειδοποιήσει.

Εμείς στην INTERMALL S.A. θεωρούμε ότι ο σωστός τρόπος αποστολής των προϊόντων θα ολοκληρώσει τον κύκλο της πώλησης και έτσι πρέπει, το τελευταίο αυτό στάδιο, να μην υστερεί ποιοτικά.

Οι παράγοντες που μελετήσαμε για την επιλογή των τρόπων αποστολής ήταν:

- Ο χρόνος που θα απαιτηθεί για την παράδοση
- Το κόστος μεταφοράς
- Η δυνατότητα παρακολούθησης του δέματος

Στον παρακάτω πίνακα φαίνονται οι δυνατότητες επιλογής μαζί με τους αντίστοιχους χρόνους παράδοσης (σε ημέρες).

ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ		ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ, ΚΑΝΑΔΑΣ & ΝΟΤΙΟΣ ΑΝΑΤΟΛΗ ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ, ΒΟΡΕΙΟΣ ΑΦΡΙΚΗ	ΑΜΕΡΙΚΗ	& ΩΚΕΑΝΙΑ	ΧΩΡΕΣ ΑΦΡΙΚΗΣ & ΑΣΙΑΣ
UPS	-	1 - 3	1 - 4	2 - 5	2 - 8
ΕΛΤΑ COURIER	1 - 3	2 - 3	3 - 7	3 - 7	3 - 10
ΕΛΤΑ	4 - 5	3 - 7	3 - 15	4 - 20	4 - 20

Προσοχή! Ο χρόνος αποστολής ισχύει αν το προϊόν υπάρχει διαθέσιμο σε απόθεμα. Αν δεν υπάρχει τότε πρέπει να υπολογίσετε επτά (7) ημέρες παραπάνω.

Παρακαλούμε **ελέγξτε, παρουσία του μεταφορέα** την κατάσταση του παραληφθέντος προϊόντος και σημειώστε στη απόδειξη παραλαβής τυχόν παρατηρήσεις σας. **Όλα τα προϊόντα αποστέλλονται ασφαλισμένα**



Τρόποι προσέγγισης του πελάτη

Τα ηλεκτρονικά καταστήματα εφαρμόζουν και αυτά με τις σειρά τους «τεχνάσματα» για την προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού πελατών. Έτσι, καθιερώνουν κάποιες προσφορές γνωριμίας ή προσφορές μειωμένης τιμολόγησης πέρα από κάποια συγκεκριμένη ποσότητα-τιμή του προϊόντος ή με την εγγραφή ως μέλους.

Προσφορά γνωριμίας: Για τους πρώτους 100 πελάτες που θα κάνουν on-line παραγγελίες δώρο ένα ρολόι κόσμημα! Από το www.goldenworld.gr

Επίσης, θεσπίζουν διάφορους διαγωνισμούς, που έχουν βέβαια άμεση σχέση με την on line αγορά από το συγκεκριμένο ηλεκτρονικό κατάστημα με αντίστοιχα κάθε φορά «δώρα».

Παιχνίδι-διαγωνισμός: Από το www.prom.gr

Bonus System

Τι είναι το BONUS:

Το BONUS, είναι ένα παιχνίδι βαθμών, σύμφωνα με το οποίο, συγκεντρώνετε βαθμούς, με διάφορους τρόπους, για να κερδίσετε δώρα. Στο παιχνίδι αυτό μπορούν να συμμετάσχουν όλα τα μέλη του prom.gr. Ο κάθε παίχτης, διατηρεί ένα λογαριασμό, στον οποίο προστίθενται βαθμοί με βάση το σύστημα καταμέτρησης του καταστήματός μας. Όταν μαζέψετε αρκετούς βαθμούς, κερδίζετε διάφορα δώρα!

Πώς συγκεντρώνονται οι βαθμοί:

Μπορείτε να συγκεντρώσετε βαθμούς με πολλούς τρόπους. Ακόμα και αν δεν αγοράσετε τίποτα! Οι κανόνες έχουν ως εξής:

Κάθε φορά που επισκέπτεστε το κατάστημά μας, κερδίζετε 1 βαθμό. Χωρίς να κάνετε τίποτα άλλο, απλώς να μπειτε να δείτε τα αγαπημένα σας προϊόντα, αλλά και τα καινούργια που θα έχουμε φέρει για σας! Μοναδική προϋπόθεση, είναι η μία επίσκεψη από την άλλη, να έχουν χρονική απόσταση μεταξύ τους, το λιγότερο δύο ώρες.

Κάθε φορά που προτείνετε το ηλεκτρονικό μας κατάστημα, σε ένα φίλο ή γνωστό σας, προτρέποντάς τον να δει τα προϊόντα μας και να γίνει μέλος μας, κερδίζετε 20 βαθμούς. Τους βαθμούς, τους κερδίζετε εφόσον ο φίλος ή γνωστός σας γίνει μέλος του prom.gr.

Για παράδειγμα, αν προτείνετε σε 5 γνωστούς σας το κατάστημά μας, και οι 3 γίνουν μέλη μας, τότε εσείς κερδίζετε 60 βαθμούς.

Θα έχετε δει στην πρώτη σελίδα μας, ότι έχετε τη δυνατότητα να μας προτείνετε ένα είδος που βρήκατε κάπου και θα θέλατε να το δείτε στις σελίδες μας. Κάθε φορά που μας προτείνετε ένα είδος, αν το φέρουμε, και το συμπεριλάβουμε στα προϊόντα του prom.gr, εσείς κερδίζετε 200 βαθμούς!

Κάθε φορά που παραγγέλνετε ένα προϊόν, εμείς μετράμε το ποσό που πληρώνετε. Για κάθε 1.000Δρχ που παραγγέλνετε, κερδίζετε 50 βαθμούς.

Για παράδειγμα, αν παραγγείλετε ένα προϊόν, του οποίου η αξία είναι 10.000Δρχ, κερδίζετε 500 βαθμούς. Στο ποσό του υπολογισμού, δεν

περιλαμβάνονται τα έξοδα αποστολής (Ταχυδρομείο, κτλ.).

Τι κερδίζετε:

Με τους τρόπους που προαναφέραμε, συμπληρώνετε τους βαθμούς που έχουν προκαθοριστεί σαν όρια για το δώρο κάθε κατηγορίας. Τα όρια είναι προκαθορισμένα ως εξής:

Δώρο 1:

Με τη συμπλήρωση 1.000 βαθμών, κερδίζετε ένα κομπιουτεράκι χειρός με έξυπνο κάλυμμα που ανοίγει και στέκεται μόνο του στο πίσω μέρος, σαν στήριγμα.
(κάντε κλικ στη φωτογραφία)



Δώρο 2:

Με τη συμπλήρωση 3.000 βαθμών, κερδίζετε ένα επιτραπέζιο κομπιουτεράκι με συναλλαγματικό μετατροπέα EUR, ημερολόγιο και ξυπνητήρι, που δείχνει την ώρα στις μεγαλύτερες πόλεις του κόσμου.
(κάντε κλικ στη φωτογραφία)



Δώρο 3:

Με τη συμπλήρωση 8.000 βαθμών, κερδίζετε ένα organizer πολυτελείας, με χαραγμένο επάνω του το ονοματεπώνυμό σας!
(κάντε κλικ στη φωτογραφία)



Δώρο 4:

Με τη συμπλήρωση 20.000 βαθμών, κερδίζετε 10% έκπτωση για ένα χρόνο, σε οτιδήποτε είδος αγοράσετε από το prom.gr, ξεκινώντας από την επόμενη αγορά σας.
(κάντε κλικ στη φωτογραφία)



Δώρο 5:

Με τη συμπλήρωση 40.000 βαθμών, κερδίζετε ένα DVD Player με Dolby Digital 5.1, Dts, S-Video, Digital Audio SPDIF, και σύστημα PAL/NTSC.
(κάντε κλικ στη φωτογραφία)



Πως παραλαμβάνετε τα δώρα:

Αφού συγκεντρώσετε τους απαραίτητους βαθμούς, όπως είπαμε ήδη, κερδίζετε -ανάλογα με το όριο που έχετε συγκεντρώσει- το αντίστοιχο

δώρο. Στην περίπτωση αυτή, θα λάβετε ένα e-mail που θα σας ενημερώνει σχετικά.

Με την επόμενη σας παραγγελία, θα έχετε τη δυνατότητα να επιλέξετε εάν θέλετε να παραλάβετε μαζί και το δώρο σας, ή αν θα περιμένετε να συγκεντρώσετε περισσότερους βαθμούς, για να κερδίσετε τα επόμενα δώρα.

Στην περίπτωση που έχετε ξεπεράσει το όριο, και επιλέξετε να παραλάβετε το δώρο, τότε οι βαθμοί που αντιστοιχούν στο συγκεκριμένο δώρο, αφαιρούνται αυτόματα από το λογαριασμό σας, και μένει το υπόλοιπο. Αν δε, έχετε συγκεντρώσει αρκετούς βαθμούς για παραπάνω δώρα, θα έχετε τη δυνατότητα να επιλέξετε παραπάνω από ένα δώρα.

Παράδειγμα Α: Συγκεντρώσατε 1.200 βαθμούς. Έχετε τις εξής επιλογές:

- 1) Μπορείτε να επιλέξετε να παραλάβετε το δώρο σας. Θα σας αποσταλεί το Δώρο 1, και θα μείνουν στο λογαριασμό σας 200 βαθμοί.
- 2) Μπορείτε να επιλέξετε να μην παραλάβετε το δώρο σας, και να περιμένετε να συγκεντρώσετε περισσότερους βαθμούς.

Παράδειγμα Β: Συγκεντρώσατε 4.500 βαθμούς. Έχετε τις εξής επιλογές:


- 1) Επιλέγετε το Δώρο 1, οπότε μένουν στο λογαριασμό σας 3.500 βαθμοί.
- 2) Επιλέγετε το Δώρο 2, οπότε μένουν στο λογαριασμό σας 1.500 βαθμοί.
- 3) Επιλέγετε το Δώρο 1 και το Δώρο 2, και μένουν στο λογαριασμό σας 500 βαθμοί.
- 4) Δεν επιλέγετε κανένα δώρο και περιμένετε να μαζευτούν περισσότεροι βαθμοί, αρκετοί για τα επόμενα δώρα.

Σε κάθε περίπτωση, στη σελίδα "Ανανέωση Στοιχείων Μέλους" μπορείτε να δείτε πόσους βαθμούς έχετε συγκεντρώσει συνολικά, και τι δώρα έχετε κερδίσει.



Σελίδα προϊόντος.

Η σελίδα προϊόντος περιέχει τη φωτογραφία του προϊόντος, το όνομά του, την περιγραφή του, την τιμή πώλησης και διάφορα άλλα στοιχεία που σκοπό έχουν να δώσουν στον πελάτη μια όσο το δυνατόν καλύτερη εικόνα του προϊόντος. Οι διάφορες πληροφορίες που παρέχει η σελίδα προϊόντος ποικίλλουν από κατάσταση σε κατάσταση και από προϊόν σε προϊόν. Όταν για το συγκεκριμένο προϊόν υπάρχουν διάφορες παραλλαγές, (π.χ., μεγέθη και χρώματα στα ρούχα), μας δίνεται η δυνατότητα να επιλέξουμε αυτήν που θέλουμε από ένα κατερχόμενο μενού ή από ένα μενού πολλαπλής επιλογής. Βασικό στοιχείο της σελίδας προϊόντος είναι η επιλογή «Προσθήκη στο καλάθι», με το οποίο τοποθετούμε το προϊόν στο καλάθι μας. Βάζοντας ένα προϊόν στο καλάθι αγορών, δεν σημαίνει ότι το αγοράσαμε. Πρέπει να φτάσουμε στο ταμείο, βάζοντας στο καλάθι μας τα απαιτούμενα προϊόντα.

Nokia 6210					
	<ul style="list-style-type: none"> • Dual Band • Διαστάσεις 129x47x19 mm • Βάρος 114 gr • Αναμονή 55-260 ώρες • Χρόνος ομιλίας 2,5-4,5 ώρες • Μπαταρία LiIon 800 mAh 				
16.500 € (+ ΦΠΑ) <input type="checkbox"/>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Είδος Σύνδεσης</th> <th>Πιστ. Κάρτα</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Βασ. Πρόγραμμα 1 Cosmote</td> <td>Με Πιστωτική</td> </tr> </tbody> </table>	Είδος Σύνδεσης	Πιστ. Κάρτα	Βασ. Πρόγραμμα 1 Cosmote	Με Πιστωτική
Είδος Σύνδεσης	Πιστ. Κάρτα				
Βασ. Πρόγραμμα 1 Cosmote	Με Πιστωτική				

Εικόνα: Σελίδα προϊόντος από το www.eml.gr.



Υπηρεσίες μέλους

Τα «σοβαρά» ηλεκτρονικά καταστήματα προσφέρουν, τις υπηρεσίες μέλους. Η εγγραφή είναι σχεδόν πάντα δωρεάν. Ο πελάτης που θέλει να γίνει μέλος πρέπει απλώς να συμπληρώσει μια φόρμα με τα στοιχεία του. Οι υπηρεσίες μέλους ποικίλλουν από κατάσταση σε κατάσταση, προσφέροντας ειδικές τιμές, εκπτώσεις και ενημέρωση μέσω e-mail. Ένα από τα σημαντικότερα οφέλη που αποκομίζουν τα μέλη ενός ηλεκτρονικού καταστήματος είναι η δυνατότητα να κάνουν τις αγορές τους γρηγορότερα και ευκολότερα. Αυτό επιτυγχάνεται με τις υπηρεσίες μέλους, όπως η λίστα αγορών και η παραγγελία express. Η λίστα υπενθύμισης είναι ένας κατάλογος στον οποίο μπορούν τα μέλη να προσθέτουν τα προϊόντα που επιθυμούν να θυμούνται. Με τη λίστα υπενθύμισης «φτιάχνουμε» τους δικούς μας καταλόγους, τους οποίους χρησιμοποιούμε όπως θέλουμε. Δημιουργούμε για παράδειγμα, τον κατάλογο με τις αγαπημένες μας ταινίες και στη συνέχεια τις αγοράζουμε μία μία, ανά τακτά χρονικά διαστήματα. Όταν θέλουμε να αγοράσουμε ένα προϊόν που το έχουμε βάλει στη λίστα υπενθύμισης, κάνουμε ένα κλικ σε αυτή και μεταφέρεται στο καλάθι μας.

Μία άλλη υπηρεσία μέλους, είναι η παραγγελία express. Όταν κάνουμε αγορές από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, πρέπει να δώσουμε κάποια στοιχεία που αφορούν στη διαδικασία εξόφλησης και αποστολής προϊόντων. Κανονικά κάθε φορά που παραγγέλνουμε κάποια προϊόντα χρειάζεται να δίνουμε όλα αυτά τα στοιχεία. Μπορούμε να αποφύγουμε αυτή την κουραστική διαδικασία, χάρις στην υπηρεσία μέλους που λέγεται παραγγελία express. Χρησιμοποιώντας τη συγκεκριμένη υπηρεσία, δημιουργούμε μόνο μια φορά το προφίλ μας, δίνοντας όλα τα στοιχεία που απαιτούνται για τις αγορές μας. Αυτά μένουν κρυπτογραφημένα στη βάση δεδομένων του καταστήματος, για άμεση χρήση κάθε φορά που παραγγέλνουμε ένα προϊόν. Όταν πραγματοποιούμε την εγγραφή μέλους, δίνουμε μαζί με τα στοιχεία μας (όνομα, όνομα χρήστη, διεύθυνση, ηλεκτρονική διεύθυνση κ.λπ.) και έναν κωδικό (password), τον οποίο γνωρίζουμε μόνο εμείς.

Μία άλλη δυνατότητα που παρέχουν στα μέλη τους τα ηλεκτρονικά καταστήματα είναι η παρακολούθηση των παραγγελιών. Μπορεί, δηλαδή κάποιος μέσα από ειδικές ιστοσελίδες του καταστήματος να δει ανά πάσα στιγμή σε ποιο στάδιο βρίσκεται η παραγγελία του.



Εγγραφή Μέλους

Με την εγγραφή σας απολαμβάνετε όλα τα πλεονεκτήματα και τις υπηρεσίες που το OOPS! προσφέρει στους πελάτες του. Επιπλέον κερδίζετε σε ταχύτητα και εξυπηρέτηση τόσο κατά την διαδικασία της αγοράς, όσο και στην επιλογή των προϊόντων.

Για να γίνετε μέλος στο OOPS: Συμπληρώστε τα παρακάτω πεδία. Όταν ολοκληρώσετε την καταχώρηση των στοιχείων σας κάντε "κλικ" στην ένδειξη "ΕΓΓΡΑΦΗ". Τώρα είστε και εσείς μέλος του OOPS!. Επιστρέφοντας στο site ακολουθήστε την διαδικασία log in χρησιμοποιώντας το Username & το Password που έχετε επιλέξει. Παρακαλούμε συμπληρώστε τα στοιχεία σας στα Ελληνικά



Αρχή φόρμας

Αν θέλετε έκδοση τιμολογίου κάντε κλικ εδώ.

*Username:

*Password

*Επιβεβαίωση Password / Confirm

Φύλο / Gender:

Ηλικία / Age:

*Όνομα / First Name:

*Επώνυμο / Last Name:

*Διεύθυνση / Address line 1:

Διεύθυνση 2 / Address line 2:

Ηλεκτρονικό εμπόριο

*Πόλη / City:

*T.K. / Postal Code:

*Τηλέφωνο / Tel.Number:

 -

π.χ./ex : 301 9999999

*e-mail address:

*Περιοχή / Region:

*Χώρα / Country:

Τηλέφωνο 2 / Tel.Number 2:

 -

Fax:

 -

Τα πεδία που υποδεικνύονται με αστερίσκο (*) απαιτούνται για την εγγραφή σας, όλα τα υπόλοιπα είναι προαιρετικά. Εάν δεν επιθυμείτε να συμπληρώσετε τις απαραίτητες αυτές πληροφορίες μπορείτε να επιστρέψετε στην προηγούμενη σελίδα κάνοντας "κλικ" στο ΑΚΥΡΩΣΗ.

.....



Τέλος φόρμας

Εικόνα: Εγγραφή μέλους στο www.oops.gr



Καλάθι αγορών

Το βασικό εργαλείο για τις αγορές μας σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα είναι το καλάθι αγορών. Κατά την είσοδο μας αυτόματα εφοδιαζόμαστε με ένα καλάθι, μέσα στο οποίο τοποθετούμε ότι θέλουμε, πατώντας το κουμπί «Προσθήκη στο καλάθι», το οποίο υπάρχει σε κάθε προϊόν. Για να δούμε τι έχουμε στο καλάθι πατάμε το κουμπί «Καλάθι αγορών» που υπάρχει σε όλες τις σελίδες του καταστήματος και μεταφερόμαστε στη σελίδα του καλαθιού μας. Εκεί δα δούμε και θα διαχειριστούμε το περιεχόμενο του καλαθιού μας: τι έχουμε τοποθετήσει σε αυτό, πόσο κοστίζει, τι από όσα έχουμε τοποθετήσει είναι διαθέσιμο και τι όχι. Στη σελίδα του καλαθιού μπορούμε να αυξήσουμε ή να μειώσουμε τα τεμάχια ενός προϊόντος, ακόμη και να το διαγράψουμε εντελώς.

Εκτός από το καλάθι αγορών, μερικά ηλεκτρονικά καταστήματα προσφέρουν στους πελάτες τους και το «έξυπνο καλάθι». Πρόκειται για το καλάθι αγορών που μας ακολουθεί διακριτικά σε όλες τις σελίδες του καταστήματος που επισκεπτόμαστε, ώστε να έχουμε άμεση και συνοπτική εικόνα των αγορών μας. Είναι αρκετά λειτουργικό, αφού δεν μας δείχνει απλώς τα περιεχόμενα του καλαθιού και το κόστος τους, αλλά δίνει τη δυνατότητα να τα τροποποιήσουμε, να αυξήσουμε δηλαδή ή να μειώσουμε τα τεμάχια ενός προϊόντος. Από το έξυπνο καλάθι έχουμε την ευχέρεια, να προχωρήσουμε κατευθείαν στη παραγγελία μας, δηλαδή στο ταμείο.

Καλάθι παραγγελίας

Εισαγωγή κωδικού για τα μέλη

Εγγραφή νέων μελών

Leadership When the Heat's on

Ποσότητα ¹ Συγγραφέας: Cox, Danny

Τιμή: 6800

Τιμή
Προσφοράς: ID Προϊόντος: 17925
2700

Motivating Your Organization : Achieving Business
Success Through Reward and Recognition

Ποσότητα ¹ Συγγραφέας: Pitts, Colin

Τιμή: 13900

Τιμή
Προσφοράς: ID Προϊόντος: 18992
9700

Innovative Reward Systems for the Changing
Workplace

Ποσότητα ¹ Συγγραφέας: Wilson, Thomas B.

Τιμή: 16800

Τιμή
Προσφοράς: ID Προϊόντος: 19765
8400

Αδειασμα του καλαθιού	Συνέχιση των αγορών	
Συνολική αξία καλαθιού	Σύνολο	20800 δρχ.

(Στις τιμές περιλαμβάνεται ΦΠΑ)

Εικόνα: Καλάθι παραγγελίας στο www.papasotiriou.gr.

Ο κ. Γιώργος Επιτήδειος, σύμβουλος επιχειρήσεων σε θέματα του δικτύου, συμβουλεύει τους καταναλωτές για το τι πρέπει να προσέχουν, όταν κάνουν αγορές στον κυβερνοχώρο:

- Να είμαστε δύσπιστοι στις μεγάλες ευκαιρίες. Αν κάτι μοιάζει υπερβολικά καλό ή φθηνό, κατά πάσα πιθανότητα κρύβει κάποια απάτη ή κάποιο ψέμα.
- Δεν αγοράζουμε ποτέ προϊόντα που μας σύστησαν ή μας διαφήμισαν με e-mail, άνθρωποι που δε τους γνωρίζουμε (spam: Μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που δεν έχει κανένα ενδιαφέρον για το χρήστη συνήθως διαφημιστικού περιεχομένου).
- Αποφεύγουμε να συναλλασσόμαστε με εταιρίες, που η διεύθυνση του site τους περιλαμβάνει το σύμβολο ~ (π.χ. users.kombos.com/~ονομα). Η ~ υπάρχει μόνο σε user pages, όπου ο επιχειρηματίας δεν ξοδεύει τα απαραίτητα χρήματα για τη δημιουργία ενός κανονικού site, κάτι που τον κάνει αναξιόπιστο. Το ίδιο ισχύει και για όσους έχουν site σε κόμβους που δίνουν φιλοξενία δωρεάν (π.χ. geocities, tripod κ.λπ.) ή έχουν e-mail διεύθυνση από υπηρεσία που την παρέχει δωρεάν (@hotmail.com, @yahoo.com κ.λπ).
- Δεν δίνουμε τα στοιχεία της πιστωτικής μας κάρτας, αν ο πωλητής δεν έχει secure server (θα αναγράφεται στην οθόνη μας). Εκτός από την ασφάλεια των δεδομένων μας, η μη ύπαρξη secure server δείχνει αναξιόπιστο επιχειρηματία.
- Ελέγχουμε την πολιτική επιστροφών του πωλητή. Αν δεν υπάρχει ή δεν είναι ξεκάθαρο μέχρι πότε μπορούμε να επιστρέψουμε αυτό που αγοράσαμε, καλύτερα να ψάξουμε αλλού.
- Προσέχουμε τα ταχυδρομικά τέλη και τον χρόνο παράδοσης. Μπορεί να αυξήσουν δραματικά το κόστος του προϊόντος που αγοράζουμε.
- Προτιμάμε να αγοράζουμε από επώνυμα και γνωστά καταστήματα.
- Αν κάποιο ηλεκτρονικό κατάστημα μας ζητάει να κάνουμε register

(να ανοίξουμε λογαριασμό με username και password), προσοχή δεν δίνουμε το ίδιο password που χρησιμοποιούμε για πρόσβαση στο Internet. Θα είναι πολύ εύκολο για κάποιον να χρησιμοποιήσει τον dialup λογαριασμό μας και να στέλνει e-mail με το δικό μας όνομα.

- Ελέγχουμε πάντοτε τι μας προσφέρουν ανταγωνιστικά καταστήματα για το ίδιο προϊόν.



Τρόποι Παραγγελίας

Το ηλεκτρονικό κατάστημά μας θα πρέπει να έχει κατασκευαστεί με τέτοιο τρόπο, ώστε να δέχεται παραγγελίες μέσα από μία ποικιλία μεθόδων. Όταν ένας πελάτης επισκέπτεται το κατάστημά μας θα να γνωρίζει ότι έχει την ευελιξία να αγοράσει εκτός από online και με άλλους τρόπους. Οι κυριότεροι τρόποι παραγγελίας είναι: α) Η online παραγγελία β) Η παραγγελία μέσω E-mail γ) Η παραγγελία μέσω Fax ή Ταχυδρομείου δ) Η παραγγελία μέσω τηλεφώνου.

Η online παραγγελία

Απαραίτητο «εργαλείο», για τη άντληση κάθε είδους ευαίσθητης οικονομικής πληροφορίας από το πελάτη, όπως ο αριθμός της πιστωτικής κάρτας, είναι η ύπαρξη ενός secure server στο ηλεκτρονικό κατάστημά μας. Ο πελάτης, βλέποντας στο κάτω δεξί μέρος της ιστοσελίδας μπορεί να διακρίνει εάν το μικρό λουκέτο που εμφανίζεται είναι «κλειδωμένο» ή όχι, βγάζοντας συμπεράσματα σχετικά με την ασφάλεια της τυχόν αγοράς.

Παραγγελία μέσω e-mail

Μία μέθοδος όχι τόσο ασφαλής είναι η παραγγελία μέσω e-mail. Ο πελάτης στέλνει μέσω e-mail όλες τις πληροφορίες σχετικά με τη παραγγελία του εκτός από τον αριθμό της πιστωτικής του κάρτας. Η εταιρία έχοντας το τηλέφωνο του πελάτη, τον καλεί ώστε να πληροφορηθεί τον αριθμό της πιστωτικής του κάρτας και να επικυρώσει τη παραγγελία. Επίσης, ο πελάτης μπορεί να στείλει τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας σε δύο μέρη, με δύο αντίστοιχα e-mail μηνύματα.

Παραγγελία μέσω Fax ή Ταχυδρομείου

Για την αξιοποίηση της παραγγελίας μέσω fax ή ταχυδρομείου, θα πρέπει η φόρμα παραγγελίας να μπορεί να είναι « εκτυπώσιμη» από το ηλεκτρονικό μας κατάστημα. Μπορούμε να παρέχουμε στο πελάτη είτε μια λευκή φόρμα παραγγελία προς συμπλήρωση, είτε μία συμπληρωμένη φόρμα χωρίς τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας.

Έτσι, έχοντας ο πελάτης στα χέρια του τη φόρμα παραγγελίας μπορεί μέσω fax ή ταχυδρομείου να τη στείλει στην εταιρεία. Απαραίτητη για την επιχείρησή μας είναι η ύπαρξη γραμμής για fax.

Παραγγελία μέσω τηλεφώνου

Τα στατιστικά δείχνουν ότι οι περισσότεροι από αυτούς που κάνουν αγορές μέσω του Internet, τηλεφωνούν στον έμπορο για να πραγματοποιήσουν την αγορά τους. Με δεδομένο ότι το ηλεκτρονικό μας κατάστημα μπορεί να δέχεται παραγγελίες από όλο τον κόσμο, η εξυπηρέτηση των πελατών μας θα μας υποχρεώσει στην πρόσληψη προσωπικού για να απαντάει στα τηλέφωνα καθ' όλη τη διάρκεια του εικοσιτετραώρου. Μια χρήσιμη εφαρμογή για καλύτερες τηλεφωνικές υπηρεσίες είναι το Call Me Now (www.instantcall.com), πατώντας ο πελάτης το κουμπί αυτής της εφαρμογής μεταφέρεται στην εταιρεία ένα μήνυμα με το τηλεφωνικό νούμερο του πελάτη . Έτσι έχουμε τη δυνατότητα να τον καλέσουμε και να πάρουμε τη παραγγελία.



Ταμείο

Στο ταμείο ολοκληρώνουμε τις αγορές μας, θα καθορίσουμε τις λεπτομέρειες της αποστολής και της πληρωμής. Στο ταμείο λοιπόν του ηλεκτρονικού καταστήματος κάνουμε δύο πράγματα: ενημερώνουμε για το πού θέλουμε να σταλούν τα «ψώνια» μας και πληρώνουμε. Όσον αφορά στην αποστολή των προϊόντων που αγοράσαμε, πρέπει να συμπληρώσουμε μια φόρμα που εμφανίζεται στην οθόνη μας. Σε κάποια ηλεκτρονικά καταστήματα υπάρχει η δυνατότητα των πολλαπλών διευθύνσεων αποστολών, ακόμη και για μια παραγγελία. Τέλος, επιλέγεται και τον τρόπο αποστολής, συνήθως με courier (για πιο γρήγορη αποστολή) ή με ΕΛΤΑ (για χαμηλότερο κόστος αποστολής).

Σε όλα σχεδόν τα ηλεκτρονικά καταστήματα στην Ελλάδα μπορούμε να πληρώσουμε με αντικαταβολή. Αρκετά δέχονται και πιστωτικές κάρτες (ελάχιστα προς το παρόν, έχουν τη δυνατότητα συναλλαγών on-line με πιστωτική κάρτα), ενώ σε ορισμένα πληρώνουμε και μέσω τράπεζας . Εφόσον κανονίσουμε τα της πληρωμής, εμφανίζονται στην οθόνη του υπολογιστή μας όλα τα στοιχεία της παραγγελίας μας, τα προϊόντα που έχουμε διαλέξει, το κόστος τους, το κόστος μεταφορικών (αν υπάρχει), ο τρόπος και ο τόπος αποστολής, ο τρόπος πληρωμής. Τα ελέγχουμε και μόλις σιγουρευτούμε, ολοκληρώνουμε την παραγγελία μας πατώντας το κουμπί « Επιβεβαίωση παραγγελίας».

Πληροφορίες αποστολής

Παρακαλώ, συμπληρώστε τα παρακάτω πεδία με τα στοιχεία της διεύθυνσης στην οποία επιθυμείτε να γίνει η χρέωση και πείστε ενημέρωση.

Αρχή φόρμας

Διεύθυνση χρέωσης

Για μετακίνηση στα πεδία πείστε TAB.

Επώνυμο

Όνομα

Διεύθυνση	T.K.
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Πόλη	Νομός
<input type="text"/>	<input type="text" value="ΑΤΤΙΚΗΣ"/>
Τηλέφωνο	Email
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Εγγραφή	

Τέλος φόρμας

Εικόνα : Πληροφορίες αποστολής στο www.eml.gr.

Μετά από κάθε παραγγελία θα πρέπει να ακολουθεί η αποστολή ενός e-mail μηνύματος που θα επιβεβαιώνει την παραγγελία, αναφέροντας όλες τις λεπτομέρειες της. Η επιβεβαίωση της παραγγελίας είναι ένα βασικό «εργαλείο» για την οικοδόμηση μιας άρτιας σχέσης με τον πελάτη. Κάθε e-mail, που αποστέλεται για την επιβεβαίωση της παραγγελίας θα πρέπει να περιέχει τις ακόλουθες πληροφορίες:

- Ευχαριστήρια προς τον πελάτη για την πραγματοποίηση της παραγγελίας.
- Το όνομα του έμπορα.
- Πληροφορίες επικοινωνίας για την εξυπηρέτηση των πελατών μέσω τηλεφώνου ή e-mail.
- Τον αριθμό της επιβεβαίωσης της παραγγελίας.
- Αναλυτική λίστα με το τι έχει αγοραστεί, σε ποια τιμή για κάθε προϊόν.
- Τον φόρο.
- Τα έξοδα μεταφοράς.
- Το συνολικό κόστος της παραγγελίας.
- Πληροφορίες σχετικά με την αποστολή της παραγγελίας.
- Ημερομηνία και ώρα της παραγγελίας.
- Αναμενόμενη ημέρα και ώρα, όπου θα αποσταλεί η παραγγελία.
- Οδηγίες στον πελάτη στο πώς θα ακυρώσει ή θα διορθώσει μια παραγγελία αν έχει κάνει κάποιο λάθος.
- Τέλος, ξαναεκφράζουμε τις ευχαριστίες μας προς τον πελάτη για τη πραγματοποίηση της παραγγελίας.

▶ Παράγοντες εμπιστοσύνης των ηλεκτρονικών καταστημάτων

Αριθμός χρήσης προσωπικών δεδομένων	4,33
Ενημέρωση για χρήση προσωπικών δεδομένων	4,28
Παροχή εγγυήσεως από το site	4,27
Χρήση τραπεζικών/τεχνικών ασφαλείας	4,23
Σφραγίδα πιστοποίησης από τρίτη ενότητα	4,04
Αναφορά στην πολιτική της εταιρείας	3,73
Γνώμες τρίτων για το site	3,65
Χώρα προέλευσης	3,62
Άλλοι	2

Κλίμακα 1-5 όπου 5 το πιο σημαντικό και 1 το πιο ασήμαντο

▶ Σημασία υπηρεσιών των ηλεκτρονικών καταστημάτων

Ασφάλεια πληρωμών	4,43
Χειμλοτερες τιμές	4,25
Υψηλότερη ψηφιακή ποιότητα	4,18
Υποστήριξη μετά την πώληση	4,16
Μεγάλη παικ λια	4,07
Κατ' είκον παράδοση	4,05
Εξυπηρετήση όλο το 24ωρο	3,96
Γνωστά προϊόντα	3,68
Άλλοι	4,67

Κλίμακα 1-5, όπου 5 το πιο σημαντικό και 1 το πιο ασήμαντο



Τρόποι Πληρωμής

Οι τρόποι πληρωμής που προσφέρουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα δεν διαφέρουν κατά πολύ με αυτών των «συμβατών» καταστημάτων. Οι κυριότεροι είναι οι εξής:

Αντικαταβολή

Παρόλο που η χρήση της πιστωτικής κάρτας έχει ευρέως αποδειχτεί ως ένας εύχρηστος τρόπος πληρωμής, οι περισσότεροι καταναλωτές χρησιμοποιούν για τις ηλεκτρονικές τους συναλλαγές τον παραδοσιακό τρόπο των μετρητών. Για αυτό κρίνεται απαραίτητη η παροχή της δυνατότητας στους πελάτες μας να πληρώνουν με αντικαταβολή τις ηλεκτρονικές τους αγορές.

Πιστωτική κάρτας

Η πληρωμή μέσω πιστωτικής κάρτας παραμένει ο δημοφιλέστερος τρόπος πληρωμής στο διαδίκτυο. Για αυτό κάθε ηλεκτρονικό κατάστημα θα πρέπει να έχει τη δυνατότητα να αποδέχεται όσο το δυνατόν περισσότερους τύπους πιστωτικών καρτών, αυξάνοντας έτσι τις πιθανότητες για επιπλέον αγορές. Επίσης, η πληρωμή μέσω πιστωτικών καρτών παρέχει την ευχέρεια στον «καταστηματούχο» να καταθετηθούν ηλεκτρονικά στον λογαριασμό του τα χρήματα μέσα σε 2-3 μέρες.

Digital cash

Το digital cash ή eCash προϋποθέτει την ύπαρξη από την μεριά του πελάτη αλλά και του έμπορου, ανάλογου τραπεζικού λογαριασμό σε τράπεζα, όπου παρέχει αυτή την υπηρεσία. Η τράπεζα διαθέτει στους πελάτες της ένα software, εν είδη πορτοφολιού, όπου διαχειρίζονται τις συναλλαγές τους μέσω του digital cash. Οι πελάτες «παίρνουν» τα χρήματά τους από τους τραπεζικούς τους λογαριασμούς και τους μετατρέπουν σε digital cash το οποίο με τη σειρά του μεταφέρεται στο «ηλεκτρονικό πορτοφόλι» τους.

Η **winbank** της Τράπεζας Πειραιώς, πρωτοπόρος στις τεχνολογικές εξελίξεις, φέρνει επανάσταση και στο χώρο του e-commerce με την πρώτη ολοκληρωμένη υπηρεσία ηλεκτρονικού εμπορίου, **win-commerce**.

Το **win-commerce** αποτελεί τη μοναδική στην Ελλάδα υπηρεσία που προσφέρει τη δυνατότητα χρέωσης πιστωτικής κάρτας για αγορά αγαθών και υπηρεσιών μέσω Internet με πλήρη ασφάλεια καθώς είναι συμβατή τόσο με το πρωτόκολλο SET (Secure Electronic Transaction) όσο και με το πρωτόκολλο SSL (Secure Socket Layer).

Η υπηρεσία **win-commerce** της **winbank** παρέχει στον έμπορο τη δυνατότητα απάντησης για την έγκριση ή απόρριψη της συναλλαγής καθώς και ενημέρωσης για κάθε συναλλαγή στο ηλεκτρονικό του κατάστημα. Ο έμπορος μπορεί να δέχεται πληρωμές με όλες τις πιστωτικές κάρτες και Mastercard και με άτοκες δόσεις, κατόπιν συμφωνίας με την Τράπεζα. Επίσης παρέχεται στον έμπορο η δυνατότητα της πλήρους και ευέλικτης διαχείρισης των συναλλαγών του.

Πανέτοιμη να εξυπηρετήσει τις ανάγκες των ηλεκτρονικών καταστημάτων, η **winbank** προσφέρει τις παρακάτω :

- win-POS | SET, σύστημα ηλεκτρονικών πληρωμών με πιστωτικές κάρτες, συμβατό με το

πρωτόκολλο ασφαλείας SET.

Η υπηρεσία **win-POS|SET** της **winbank**, η οποία βασίζεται στο πρωτόκολλο **SET**, επιτρέπει στο ηλεκτρονικό κατάστημα να αποδέχεται πληρωμές από τους καταναλωτές μέσω πιστωτικής κάρτας και να προβαίνει σε εκκαθάριση των παραπάνω συναλλαγών.

Η λύση win-POS|SET :

- Επιτρέπει συναλλαγές με πιστωτικές κάρτες **Visa**
- Παρέχει τη δυνατότητα *πιστοποίησης* ότι ο καταναλωτής είναι *πραγματικά ο κάτοχος* της πιστωτικής κάρτας που συμμετέχει στην συναλλαγή (cardholder authentication).
- Παρέχει τη δυνατότητα *πιστοποίησης* ότι ο έμπορος που ζητά τη χρέωση είναι *εγκεκριμένος από την Τράπεζα Πειραιώς* για τη συγκεκριμένη δραστηριότητα καθώς και *εγκεκριμένος από τη Visa International* για συναλλαγές συμβατές με το πρότυπο SET.
- Παρέχει *online* και *real-time* απάντηση στο e-shop για *έγκριση ή απόρριψη* της συναλλαγής.
- Παρέχει στον έμπορο τη δυνατότητα *online* και *real-time ενημέρωσης και διαχείρισης των συναλλαγών* που έχουν διεκπεραιωθεί ή βρίσκονται σε εξέλιξη (π.χ. ακύρωση, ολικός αντιλογισμός, μερικός αντιλογισμός, πίστωση, αποστολή “πακέτου” συναλλαγών κλπ).

Πώς δουλεύει το SET;

Το σύστημα πληρωμών με το SET αντικατοπτρίζει στον κυβερνοχώρο, τον τρόπο πληρωμών στον φυσικό κόσμο.

Για πληρωμές στο Internet ο καταναλωτής οφείλει να έχει δύο πράγματα:

1. «Ένα ψηφιακό πορτοφόλι»: Πρόκειται για ένα λογισμικό το

οποίο χρησιμοποιείται για να αποθηκευτούν οι πληροφορίες για την πιστωτική κάρτα (κάρτες) του καταναλωτή.

2. «Ένα ψηφιακό πιστοποιητικό ή ταυτότητα»: Πρόκειται για το αναγνωριστικό (μοναδικό) του κατόχου της πιστωτικής κάρτας που χρησιμοποιείται για τις ηλεκτρονικές πληρωμές.

- win-POS | SSL, σύστημα ηλεκτρονικών πληρωμών με πιστωτικές κάρτες, συμβατό με το πρωτόκολλο ασφαλείας SSL.

Η υπηρεσία win-POS|SSL είναι η δεύτερη λύση που παρέχει η winbank στα ηλεκτρονικά καταστήματα, η οποία προσφέρει τη δυνατότητα αποδοχής και εκκαθάρισης πληρωμών μέσω πιστωτικής κάρτας.

Η λύση win-POS|SSL :

- Επιτρέπει συναλλαγές με πιστωτικές κάρτες *Visa & Mastercard*
- Πιστοποιεί ότι ο έμπορος που ζητά τη χρέωση είναι *εγκεκριμένος από την Τράπεζα Πειραιώς για τη συγκεκριμένη δραστηριότητα.*
- Παρέχει τη δυνατότητα χρέωσης με *άτοκες δόσεις* ανά συναλλαγή.
- Παρέχει *online και real-time* απάντηση στο e-shop για *έγκριση ή απόρριψη της συναλλαγής.*
Δεν απαιτεί προμήθεια επιπλέον hardware & software
- Παρέχει στον έμπορο τη δυνατότητα για *online και real-time ενημέρωση και διαχείριση των συναλλαγών.*
- Παρέχει τη δυνατότητα *αυτόματης αποστολής των συναλλαγών για εκκαθάριση στο τέλος της ημέρας*

Ποιες πρόσθετες υπηρεσίες θα παρέχονται από τη λύση win-POS|SSL στο άμεσο μέλλον;

Πώς δουλεύει το SSL ;

Για τη λειτουργία του συστήματος πληρωμών, με βάση την υπηρεσία win-POS|SSL, δεν απαιτείται η προμήθεια επιπλέον hardware & software. Το μόνο που χρειάζεται είναι η διασύνδεση του λογισμικού του e-shop με το Κέντρο Πληρωμών της winbank, τον Server της υπηρεσίας win-POS|SSL και εν συνεχεία με το Cards Processing Center της Τράπεζας. Στη διασύνδεση αυτή περιλαμβάνεται η παροχή κωδικού εμπόρου (merchant ID).

Η υπηρεσία **win-commerce** της **winbank** παρέχει τις παραπάνω υπηρεσίες, σε οποιαδήποτε πλατφόρμα κι αν βασίζεται το ηλεκτρονικό κατάστημα του εμπόρου (π.χ. Microsoft NT, Unix κλπ).



Επιστροφή προϊόντος

Μπορούμε να επιστρέψουμε οποιοδήποτε εμπόρευμα για οποιονδήποτε λόγο, συνήθως, μέσα σε 10 εργάσιμες ημέρες από την παραλαβή της παραγγελίας. Η επιστροφή γίνεται δεκτή μόνο εφόσον επιστραφεί το εμπόρευμα στην κατάσταση στην οποία το παραλάβαμε (χωρίς παραβίαση της συσκευασίας του), μαζί με την εγγύηση και φυσικά χωρίς να έχει χρησιμοποιηθεί εστω και κατ'ελάχιστο), μαζί με όλα τα περιφερειακά, εντυπα, οδηγίες χρήσης κ.λπ. που εμπεριέχονται στη συσκευασία και τέλος την εγγύηση (της οποίας προφανώς δεν πρέπει να έχουμε κάνει χρήση). Καλό θα ήταν να ελέγχουμε τα δέματα την ώρα που τα παραλαμβάνουμε ώστε να αποφεύγουμε την ταλαιπωρία, σε περίπτωση που είναι ελαττωματικά.

Πώς θα δηλώσουμε την επιθυμία μας για επιστροφή:

Συμπληρώνουμε την ειδική ηλεκτρονική φόρμα " ΦΟΡΜΑ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ", και την στέλνουμε στην εταιρεία, μέσω e-mail ή fax. Εάν έχουμε οποιαδήποτε απορία επικοινωνούμε μαζί τους. Εντός 48 ωρών από την αποστολή της φόρμας θα έρθουν σε επαφή μαζί

μας για να μας ενημερώσουν για την διαδικασία επιστροφών. Για την καλύτερη εξυπηρέτηση μας, κατά την επιστροφή του το εμπόρευμα πρέπει να συνοδεύεται από τα δελτία παραλαβής και λιανικής πώλησης.

Ποια προϊόντα εξαιρούνται της πολιτικής επιστροφών:

Ορισμένα εμπορεύματα έχουν κάποιες ιδιαιτερότητες και δεν γίνεται δεκτή η επιστροφή τους.

Τέτοια εμπορεύματα είναι:

Είδη ανθοπωλείου

CDs, DVDs, βιβλία, είδη καρτοκινητής τηλεφωνίας, μπαταριών, συνδρομών Internet, ποτών, και είδη software, εάν έχει παραβιασθεί η συσκευασία τους.

Customized προϊόντα εάν δεν υπάρχει σαφής και αποδεδειγμένη αιτία (π.χ. το εμπόρευμα δεν φέρει τα χαρακτηριστικά της παραγγελίας)

Είδη ψυχαγωγίας ενηλίκων

Κοσμήματα που φέρουν χαραγμένα τα αρχικά ή ονόματα που ζητήσαμε.

Σε περίπτωση επιστροφής κοσμημάτων μεγάλης αξίας, έχουμε τη δυνατότητα να τα επιστρέψουμε οι ίδιοι στο "φυσικό" κατάστημα με δική μας ευθύνη.

Τρόποι διακανονισμού της επιστροφής

Έχουμε τη δυνατότητα να επιλέξουμε έναν από τους παρακάτω τρόπους:

■ Επιστροφή χρημάτων. Τα χρήματα θα μας επιστραφούν ανάλογα με τον τρόπο πληρωμής (είτε με ακύρωση της χρέωσης της πιστωτικής μας κάρτας, είτε με την κατάθεσή σε τραπεζικό λογαριασμό, είτε με αποστολή ταχυδρομικής επιταγής.

■ Ανταλλαγή του προϊόντος με άλλο, από το σύνολο της γκάμας των προϊόντων του ηλεκτρονικού καταστήματος

■ Επισκευή του εμπορεύματος.

Τρόπος επιστροφής των εμπορευμάτων

Μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε τους ακόλουθους τρόπους επιστροφής των προϊόντων :

- Μέσω της εταιρείας ταχυμεταφορών που θα μας προτείνει το ηλεκτρονικό κατάστημα.
- Μέσω του διανομέα του ηλεκτρονικού καταστήματος, όταν κατά την παράδοσή της παραγγελίας σ' εμάς, διαπιστώσουμε ελάττωμα ή ζημία ή άλλα χαρακτηριστικά από εκείνα που είχαμε επιλέξει, ή εάν η παράδοσή του έγινε καθυστερημένα χωρίς να ενημερωθούμε.

Χρονικός ορίζοντας τακτοποίησης της επιστροφής

Αναλόγως του τρόπου διακανονισμού η επιστροφή των χρημάτων θα ολοκληρωθεί περίπου μέσα σε 30 ημέρες από την ημέρα επιστροφής του εμπορεύματος. Διαφοροποίηση του χρόνου αυτού είναι δυνατή, σε ειδικές περιπτώσεις, μετά από συμφωνία μαζί μας (π.χ. επιστροφή customized προϊόντων, επισκευή).

Κόστος επιστροφής

Το ηλεκτρονικό κατάστημα αναλαμβάνει το κόστος επιστροφής του εμπορεύματος όταν αυτό παραδοθεί καθυστερημένα, είναι ελαττωματικό, ή διαφέρει από αυτό που παραγγείλαμε. Σε κάθε άλλη περίπτωση, το κόστος επιστροφής καθώς και τα έξοδα ασφάλισης της αποστολής επιβαρύνουν εμάς.

Παραθέτονται, ενδεικτικά, δύο συνεντεύξεις αντίστοιχων υψηλόβαθμων στελεχών, όπου εργάζονται για εταιρείες γνωστών ηλεκτρονικών καταστημάτων (Από την εφημερίδα netBiz). Αναφέρονται στην εμπειρία τους στο διάστημα λειτουργίας των ηλεκτρονικών τους καταστημάτων, τα μελλοντικά τους σχέδια και σχολιάζουν τη συμπεριφορά του Έλληνα online αγοραστή.

Νίκος Νικολαΐδη : Γενικός Διευθυντής του homepage.gr

Στους τέσσερις μήνες λειτουργίας του καταστήματος έχουμε περίπου 8000 εγγεγραμμένους χρήστες, υψηλή καθημερινή επισκεψιμότητα και ελάχιστες περιπτώσεις παρουσίας τεχνικών προβλημάτων ή μη λειτουργίας του συστήματος. Ταυτόχρονα, υπήρξε μεγάλη ανταπόκριση από την πλευρά των συνεργαζόμενων εταιρειών- προμηθευτών. Από τις 8 προμηθεύτριες εταιρείες, έχουμε φτάσει σήμερα (Απρίλιος 2001) στις 40 και σχεδόν σε καθημερινή βάση προστίθενται νέες κατηγορίες και κωδικοί. Τέλος, η σημαντικότερη φάση στο ηλεκτρονικό εμπόριο- η διαχείριση, ο συντονισμός πολλών διαφορετικών προμηθευτών και η παράδοση της παραγγελίας στον υποσχόμενο χρόνο (μέγιστο 3-4 ημέρες) – λειτούργησε απόλυτα ικανοποιητικά, με παράδοση σε 24 ώρες και σε απομακρυσμένα σημεία της Ελλάδας. Μέσος όρος παραγγελίας είναι οι 14.000 δρχ. και κατά 65% άνδρες άγνωστης ηλικίας, ενώ γίνονται 40-60 παραγγελίες ανά ημέρα και 1.600 επισκέψεις επίσης ανά ημέρα, με συνεχείς τάσεις ανόδου.

Υπάρχει χώρος για τη ανάπτυξη των πωλήσεων με το ή στο Διαδίκτυο. Είναι ακόμη νωρίς, το μέσο είναι καινούργιο, πρέπει να διευρυνθεί η βάση των χρηστών και χρειάζεται υπομονή για να δημιουργηθεί μια βάση, μια κρίσιμη μάζα που τα στοιχεία εμμέσως θα δώσει και τις επιχειρηματικές προσπάθειες θα βοηθήσει. Στόχος του homepage.gr είναι να γίνει το μεγαλύτερο ελληνικό πολυκατάστημα, όπου το επόμενο «κλικ» να είναι σε μία άλλη κατηγορία προϊόντων του homepage.gr και όχι στο διπλανό site.

Νομίζω πως δεν υπάρχει κάποια ιδιαιτερότητα στον Έλληνα καταναλωτή. Όπως όλοι, θέλει καλές τιμές, καλές υπηρεσίες και έγκαιρη παράδοση, ενώ είναι επιφυλακτικός στη χρήση πιστωτικής κάρτας (για αυτό αγοράζει με αντικαταβολή και ας του κοστίζει περισσότερο) και ενδιαφέρεται για δικτυακές υπηρεσίες μετά την πώληση.

Κώστας Μαυροειδής : Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος του e-shop.gr

Η εταιρεία μας ιδρύθηκε εκ του μηδενός από τρεις πολιτικούς μηχανικούς. Εξαιτίας αυτού του γεγονότος περάσαμε ένα ιδιαίτερο κοπιαστικό διάστημα μέχρι να επιβληθούμε ως ένα σημαντικό κατάστημα στην αλυσίδα παραγωγής και διάθεσης αγαθών. Αυτή τη στιγμή έχουμε την αναγνώριση από πελάτες και προμηθευτές στον κλάδο οικιακών προϊόντων, αλλά και στην αγορά εφοδιασμού επιχειρήσεων με ηλεκτρονικούς υπολογιστές και αναλώσιμα. Από την αρχή της λειτουργίας μας έχουμε εξυπηρετήσει περίπου 5.000 παραγγελίες, οι περισσότερες από τις οποίες έχουν γίνει τους τελευταίους μήνες. Συνολικά είχαμε περίπου 420.000 επισκέψεις. Το e-shop.gr το επισκέπτονται σήμερα περίπου 3.000 άτομα ημερησίως. Το μέσο ύψος κάθε παραγγελίας είναι 20.000 δρχ. Έχουμε παραδώσει λίγες παραγγελίες στο εξωτερικό (Ευρώπη, Αμερική, Αυστραλία), τις περισσότερες όμως στην Ελλάδα.. Οι πιστωτικές κάρτες χρησιμοποιούνται σε ένα ποσοστό 30% (από 20% που ήταν μέχρι πρόσφατα). Οι πελάτες είναι κατά 40% γυναίκες και 60 % άνδρες.

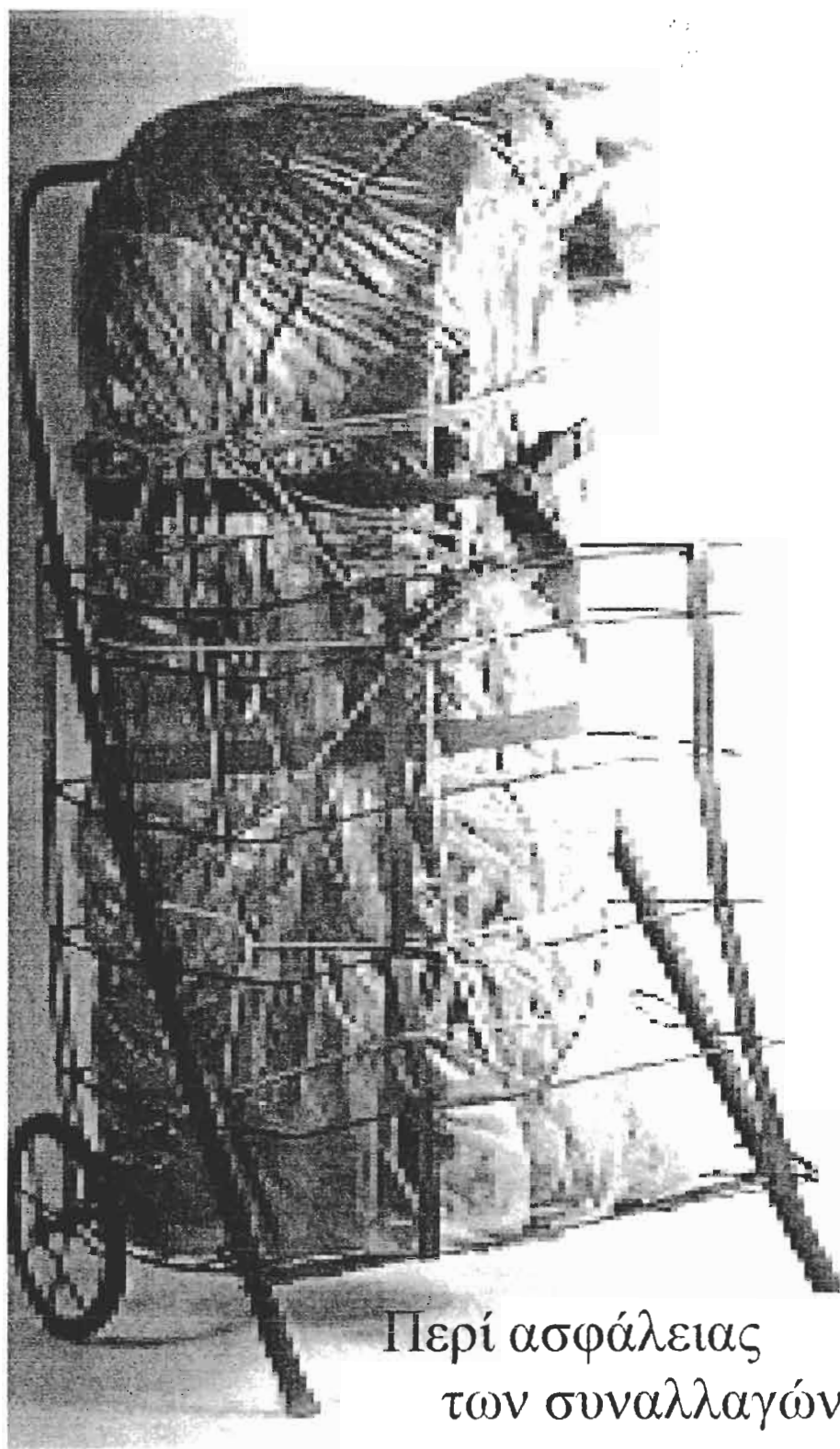
Στα ηλεκτρονικά καταστήματα έχει γίνει το μεγάλο βήμα της τυποποίησης του input των πελατών. Από κει και πέρα οι δυνατότητες αυτοματισμού και μείωσης του κόστους εξυπηρέτησης είναι πολύ μεγάλες. Βασικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα είναι πλέον η ταχύτητα εισαγωγής των αυτοματισμών σε κάθε online οργανισμό με διατήρηση υψηλών επιπέδων ποιότητας.

Οι Έλληνες αγοραστές ακολουθούν τα μοντέλα καταναλωτικής συμπεριφοράς που εκδηλώνουν όλοι οι καταναλωτές του δυτικού κόσμου. Οι περισσότεροι είναι πολλοί ευαίσθητοι σε θέματα τιμής και εξαιρετικά απαιτητικοί σε ότι αφορά την απόκτηση πληροφοριών γύρω από τα προϊόντα που εξετάζουν.

Links

Κείμενα από το Internet (downloaded)

■ Intelligent Product Identification and homeNetworking, G.Doukakis, G.Lekakos, P.Kourouthanassis, K.Kofinas, J.Tuominen.



Περί ασφάλειας
των συναλλαγών



Περί ασφάλειας συναλλαγών

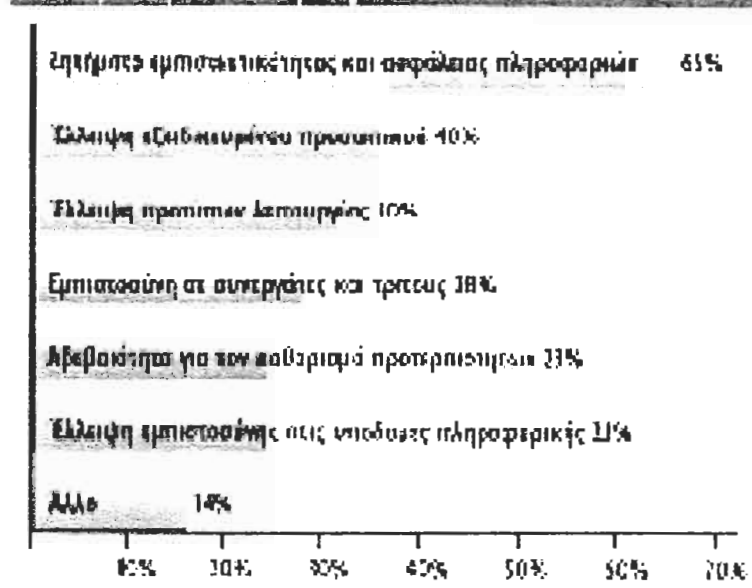
Η ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών είναι ένας από τους παράγοντες που κάνουν πολλούς επισκέπτες του Διαδικτύου επιφυλακτικούς. Καθημερινά σχεδόν διαβάζει κανείς στις εφημερίδες ειδήσεις για επιθέσεις σε δικτυακούς τόπους κάθε είδους. Ένα σημαντικό ποσοστό χρηστών του Διαδικτύου αισθάνεται άβολα όταν πρόκειται να δώσει εμπιστευτικές πληροφορίες (αριθμός λογαριασμού, αριθμός πιστωτικής κάρτας ακόμα και προσωπικά δεδομένα) σε κάποιο δικτυακό τόπο που επισκέπτεται.

Η έρευνα της Ernst & Young που διεξήχθη τους μήνες Οκτώβριο και Νοέμβριο του 2000 είχε ως θέμα της την ασφάλεια των ηλεκτρονικών συστημάτων.

Στην έρευνα συμμετείχαν διευθυντές πληροφορικής και άλλα ανώτατα στελέχη από 273 επιχειρήσεις στην Ελλάδα και άλλες ευρωπαϊκές χώρες, μεταξύ των οποίων οι Βρετανία, Ισπανία, Κύπρος, Τουρκία και Ρουμανία. Σκοπός της έρευνας ήταν η κατανόηση του τρόπου με τον οποίον εταιρίες και οργανισμοί αντιλαμβάνονται τους κινδύνους και τα θέματα ασφαλείας που απορρέουν από τη χρήση πληροφοριακών συστημάτων στη δικτυωμένη οικονομία.

Η κύρια διαπίστωση αυτής της έρευνας είναι ότι οι ανησυχίες σχετικά με την εμπιστευτικότητα ευαίσθητων πληροφοριών και την ασφάλεια εν γένει αποτελούν τους σημαντικότερους ανασταλτικούς παράγοντες στην εξάπλωση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Το 14% των συμμετεχόντων στην έρευνα παραδέχθηκαν ότι τουλάχιστον μία φορά κατά τη διάρκεια των τελευταίων μηνών το εταιρικό τους δίκτυό τους αποτέλεσε στόχο εισβολής hackers. Παράλληλα, περίπου το 40% των συμμετεχόντων εκφράζουν βεβαιότητα για την αποτελεσματικότητα των αντιμέτρων που εφαρμόζουν, προκειμένου να αντιμετωπίσουν μια παρόμοια απειλή, ενώ το 1/3 αυτών εκφράζουν βεβαιότητα για τη δυνατότητα της επιχείρησής τους να ανιχνεύσει μια τέτοια απόπειρα εισβολής.

Σχήμα 1 Ποιοί είναι οι σημαντικότεροι ανασταλτικοί παράγοντες για την εξάπλωση του ηλεκτρονικού εμπορίου



Οι ειδικοί σε θέματα ασφαλείας υπολογιστών επισημαίνουν πως απόλυτη ασφάλεια δεν υπάρχει. Για την προστασία ευαίσθητων πληροφοριών έχουν προταθεί διάφορα πρωτόκολλα. Ένα τέτοιο διεθνές πρωτόκολλο είναι το SSL (Secure Socket Layer) με ισχύ κρυπτογράφησης¹ 128-bit. Οι διευθύνσεις των δικτυακών τόπων που χρησιμοποιούν το πρωτόκολλο SSL για ασφάλεια στις συναλλαγές ξεκινάνε με https:// (secure http). Τα δεδομένα που δίνει ο χρήστης κρυπτογραφούνται με κάποιο «κλειδί», αποστέλλονται και όταν φτάσουν στον προορισμό τους αποκρυπτογραφούνται από τον παραλήπτη (χρηματιστηριακή εταιρεία, τράπεζα, κ.λπ.). Το SSL διασφαλίζει την πιστοποίηση ενός ιντερνετικού τόπου (site) στους επισκέπτες του, καθώς και την κρυπτογράφηση των δεδομένων που διακινούνται ανάμεσα στον επισκέπτη και τον τόπο. Η πιστοποίηση αυτή γίνεται από ειδικούς διεθνείς οργανισμούς (π.χ. Verisign).

Ακόμα και με την τεχνολογία κρυπτογράφησης SSL, η συναλλαγή δεν είναι απόλυτα εξασφαλισμένη. Η αποκρυπτογράφηση όμως της πληροφορίας που μεταφέρεται με SSL απαιτεί τεράστια υπολογιστική δύναμη και χρόνο, και το γεγονός αυτό από μόνο του αποθαρρύνει αυτούς που προσπαθούν να υποκλέψουν την πληροφορία. Χιλιάδες δικτυακοί τόποι δέχονται επιθέσεις από hackers καθημερινά, και πολλές

από αυτές τις επιθέσεις είναι επιτυχημένες ακόμα κι όταν ο στόχος τους είναι εταιρείες κολοσσοί στον χώρο της πληροφορικής. Σχεδόν καθημερινά τα ΜΜΕ αναφέρονται σε τέτοιες επιθέσεις. Πολύ πιο σπάνια, όμως, αναφέρονται υποκλοπές δεδομένων για συναλλαγές που χρησιμοποιούν το πρωτόκολλο SSL.

1:Κρυπτογραφία (cryptography): Κρυπτογραφία είναι η επιστήμη που έχει ως αντικείμενο της την ασφάλεια της πληροφορίας. Η κρυπτογραφία άμεσα συνυφασμένη με την πληροφορική, καθώς ένας από τους πρώτους υπολογιστές, η μηχανή Enigma, χρησιμοποιήθηκε από τους συμμάχους κατά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο για την αποκρυπτογράφηση των κωδικοποιημένων μηνυμάτων των Γερμανών. Στις μέρες μας η κρυπτογραφία αποτελεί ένα από τα θεμέλια των ηλεκτρονικών συναλλαγών και του ηλεκτρονικού επιχειρείν, γενικότερα. Για παράδειγμα η πιστοποίηση της εγκυρότητας των πιστωτικών καρτών και η διασφάλιση της εχεμύθειας των συνομιλιών στη κινητή τηλεφωνία βασίζονται στη χρήση τεχνικών κρυπτογραφίας.

Το σύστημα κρυπτογραφία είναι μια πειθαρχία που ενσωματώνει τις αρχές, τα μέσα, και τις μεθόδους για το μετασχηματισμό των στοιχείων προκειμένου να κρυφτεί το περιεχόμενο πληροφοριών της, να καθιερωθεί η αυθεντικότητά της, να αποτραπεί η μη ανιχνευθείσα τροποποίησή της, να αποτραπεί η αποκήρυξή της, ή/και να αποτραπεί η αναρμόδια χρήση της. Είναι ένα από τα τεχνολογικά μέσα να παρεθεί η ασφάλεια για τα στοιχεία όσον αφορά τα συστήματα ενημέρωσης και επικοινωνιών. Το σύστημα κρυπτογραφία μπορεί να χρησιμοποιηθεί να προστατεύσει την εμπιστευτικότητα των στοιχείων, όπως τα οικονομικά ή προσωπικά στοιχεία, εάν εκείνο το στοιχείο είναι στην αποθήκευση ή κατά τη μεταφορά. Το σύστημα κρυπτογραφία μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί να ελέγξει την ακεραιότητα των στοιχείων με την αποκάλυψη εάν το στοιχείο έχουν αλλάξει και προσδιορίζοντας το πρόσωπο ή τη συσκευή που το έστειλαν. Αυτές οι τεχνικές είναι κρίσιμες για την ανάπτυξη και τη χρήση των εθνικών και παγκόσμιων δικτύων ενημέρωσης και επικοινωνιών και τεχνολογίες, καθώς επίσης και την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου

**WWW.PROM.GR is a
VeriSign Secure Site**

Security remains the primary concern of on-line consumers. The VeriSign Secure Site Program allows you to learn more about web sites you visit before you submit any confidential information. Please verify that the information below is consistent with the site you are visiting.

Name	<u>WWW.PROM.GR</u>
Status	Valid
Validity Period	20-Sep-2000 - 20-Sep-2001
	Country = GR State = Attiki Locality = Athens
Server ID Information	Organization = PROMOTA HELLAS S.A. Organizational Unit = PROM Organizational Unit = Terms of use at www.verisign.com/rpa (c)00 Common Name = www.prom.gr

If the information is correct, you may submit sensitive data (e.g., credit card numbers) to this site with the assurance that:

This site has a VeriSign Secure Server ID.

VeriSign has verified the organizational name and that PROMOTA HELLAS S.A. has the proof of right to use it.

This site legitimately runs under the auspices of PROMOTA HELLAS S.A..

All information sent to this site, if in an SSL session, is encrypted, protecting against disclosure to third parties.

To ensure that this is a legitimate VeriSign Secure Site, make sure that:

The original URL of the site you are visiting comes from WWW.PROM.GR.

The URL of this page is <https://digitalid.verisign.com>.

The status of the Server ID is Valid.

Εικόνα: Πιστοποίηση του ιντερνετικού τόπου (www.prom.gr) από ειδικό διεθνή οργανισμό (VeriSign Secure Site).



Εφαρμογές

Η ποιά κοινή προσέγγιση της επικύρωσης χρηστών είναι η απόδειξη μέσω συνθημάτων λόγω της απλότητάς της και της εύκολης εφαρμογής. Τα συνθήματα χρησιμοποιούνται παραδοσιακά στις στρατιωτικές εφαρμογές, τα πρωτόκολλα για την πρόσβαση των συγκροτημάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών, τις τηλεπικοινωνίες, και την κατάθεση. Υπάρχουν πολλοί λόγοι για τους οποίους αυτή η προσέγγιση είναι επισφαλής: Οι χρήστες επιλέγουν συνήθως τα προβλέψιμα συνθήματα, επίσης τα συνθήματα μπορεί να μην διαβιβαστούν ασφαλώς μέσω των συστημάτων στους νομικούς χρήστες.

Υπάρχει τύπος τέσσερα συνθημάτων :

- τα συνθήματα ομάδας είναι γνωστά σε όλους τους χρήστες στο σύστημα
 - για κάθε άτομο κρατιούνται συνήθως σε ένα κομμάτι του χαρτί αντί της απομνημόνευσης. Αυτό βάζει σε κίνδυνο την ασφάλεια του συστήματος στα μη-μοναδικά συνθήματα κινδύνου
 - που χρησιμοποιούνται να επιβεβαιώσουν μια απαιτημένη ταυτότητα. Ένα σύντομο σύνθημα δίνεται στους χρήστες όπου ο προσδιορισμός εξαρτάται από έναν μακροχρόνιο αριθμό που αποθηκεύεται σε μια κάρτα (π.χ. μαγνητική κάρτα). Δυστυχώς αυτοί οι αριθμοί μπορούν να διαβαστούν και
 - τα «αλλαγμένα»συνθήματα που αλλάζουν κάθε φορά που προσεγγίζεται ένα σύστημα έχουν το μειονέκτημα ότι ένας κατάλογος συνθημάτων πρέπει να κρατηθεί στο κεντρικό σύστημα και ένα αντίγραφο πρέπει να διανεμηθεί σε κάθε χρήστη. Η κακομεταχείριση αυτών των καταλόγων μπορεί να οδηγήσει στην κοινοποίηση. Η ασφαλής μετάδοση των συνθημάτων από κεντρικοί έως νομικοί χρήστες είναι ένα μεγάλο πρόβλημα.
- Το ερωτηματολόγιο είναι μια άλλη μέθοδος που χρησιμοποιείται σε αυτήν την προσέγγιση Ένας κατάλογος ερωτήσεων απαντιέται από τους μεμονωμένους χρήστες και οι απαντήσεις τους χρησιμοποιούνται να τα προσδιορίσουν ευδιακρίτως. Εντούτοις εάν κάποιος ξέρει το χρήστη αρκετά καλά μπορεί να απαντήσει σε αυτές τις ερωτήσεις και

impersonate την ταυτότητά του. Αυτή η απειλή καθιστά τη μέθοδο πολύ αδύνατη. Τα συνθήματα και τα ερωτηματολόγια είναι προμηθευτές της ελάχιστης ασφάλειας που δεν είναι ικανά για να σταματήσουν έναν κακόβουλο χάκερ. Επομένως, οι άλλες δύο προσεγγίσεις είναι περιπλοκότερες εναλλακτικές λύσεις για να εξετάσουν την ανησυχία επικύρωσης. Η απόδειξη από την προσέγγιση κατοχής εξετάζει τη χρήση των καρτών. Οι κάρτες που μπορούν να χρησιμοποιηθούν ανάλογα με την εφαρμογή είναι: .

Μαγνητικές λωρίδων καρτών · Ραδιοσυχνότητας προσδιορισμού έξυπνες κάρτες καρτών · Μνήμης καρτών και Ετικετών · Οπτικές

■ Οι μαγνητικές κάρτες λωρίδων είναι ιδιαίτερα αποδεκτές δεδομένου ότι έχουν χρησιμοποιηθεί για πολύ στις διάφορες εφαρμογές (αυτόματη μηχανή αφηγητών, διαδικασίες σημείο-\$\$\$-πώλησης, πιστωτική επικύρωση, έλεγχος πρόσβασης) και προσαρμόζονται στον ISO (διεθνή πρότυπα οργάνωσης). Τα τερματικά που χρησιμοποιούν τις κάρτες είναι τυποποιημένα. Οι μαγνητικές κάρτες χρησιμοποιούνται ευρέως στις αυτόματες μηχανές αφηγητών (ATM) για την πιστωτική επικύρωση, για τον έλεγχο πρόσβασης να εξασφαλίσουν τις περιοχές κ.λπ.... Η ταυτότητα χρηστών αποθηκεύεται σε μια μαγνητική λωρίδα. Η μαγνητική κάρτα χρησιμοποιείται σε συνδυασμό με μια ΚΑΡΦΙΤΣΑ (προσωπικός αριθμός αναγνώρισης). Ο κίνδυνος σε αυτές τις κάρτες είναι η ΚΑΡΦΙΤΣΑ να κλαπεί, οι κάρτες μπορούν επίσης να αντιγραφούν εύκολα.

Οι νέες τεχνολογίες έχουν ενισχύσει τις μαγνητικές κάρτες με την ενσωμάτωση των πρόσθετων τεχνικών αντι-πλαστογράφησης . Οι νέες τεχνικές γνωστές ως brocade ή biotin επιτρέπουν στα πρότυπα βιομετρικής να αποθηκευτούν σε μια μαγνητική κάρτα λωρίδων.

■ Οι κάρτες μνήμης περιέχουν μια μικροσκοπική ραδιο-συσκευή αποστολής σημάτων που ενεργοποιείται με την παραλαβή ενός σήματος με μια συγκεκριμένη συχνότητα.

■ Οι οπτικές κάρτες μνήμης κωδικοποιούν τις πληροφορίες έτσι που δεν μπορούν να αλλάξουν εύκολα. Το πλεονέκτημα αυτών των καρτών είναι η μεγάλη ικανότητα μνήμης τους που επιτρέπει να εγκατασταθούν οι μηχανισμοί κρυπτογράφησης σε αυτές.

■ Οι έξυπνες κάρτες είναι πλαστικές κάρτες με ενσωματωμένα τσιπ υπολογιστών (τσιπ μνήμης , τσιπ λογική-μνήμης, μικροεπεξεργαστές).

Αυτές οι κάρτες έχουν το λειτουργικό σύστημα, τα προγράμματα και τα στοιχεία τους. Είναι ιδιαίτερα αποδεκτά στην Ευρώπη. Η πιο προηγμένη τεχνολογία χρησιμοποιείται από τις έξυπνες κάρτες που στηρίζονται στα τσιπ VLSI για την αποθήκευση και την επεξεργασία πληροφοριών. Αυτές οι κάρτες είναι ανέξοδες και χρησιμοποιούνται ως κάρτες προσφερόντων ιατρικές υπηρεσίες, τηλεφωνικές κάρτες, κάρτες κατάθεσης, κ.λπ....

Υποθέτοντας ότι η ίδια η κάρτα επικυρώνεται είναι μια αδυναμία δεδομένου ότι η κάρτα πρέπει ακόμα να προσδιορίσει τον κάτοχο κάρτας με μερικά μέσα. Μια από τις πιο κοινές τεχνικές είναι ο κάτοχος κάρτας να πραγματοποιήσει έναν έλεγχο ΚΑΡΦΙΤΣΩΝ μέσα στην κάρτα.

Εντούτοις αυτή η μέθοδος προσδιορισμού είναι τρωτή στην επίθεση.

Η ασφάλεια του χρήστη-πελάτη-πωλητή

Για την απόκτηση μιας σχετικής ασφάλειας, ώστε να μειωθούν οι πιθανότητες «εισβολής» τρίτων στην προσωπική μας ζωή, με την απόκτηση προσωπικών ή επαγγελματικών μας στοιχείων χωρίς τη συγκατάθεσή μας καλό θα ήταν :

- Να εγκαταστήσουμε ένα firewall (το σύνολο του τεχνικού εξοπλισμού software και hardware που χρησιμοποιείται για να αποτρέπει τους χρήστες από το να αλλάζουν, να βλέπουν ή να αντιγράφουν ιδιωτικές πληροφορίες στο Διαδίκτυο), δηλαδή μια «ασπίδα προστασίας» του υπολογιστή ή του δικτύου των υπολογιστών μας.
- Να εγκαταστήσουμε ένα πρόγραμμα προστασίας, κατά των ιών, οι οποίοι απειλούν να καταστρέψουν τα δεδομένα μας ή και τον υπολογιστή μας. Καθημερινά κυκλοφορούν 80-120 ιοί, από τους οποίους θα προστατευθούμε με τα ανάλογα «αντίδοτα» που δημιουργούν οι κατασκευαστές.
- Να εγκαταστήσουμε προγράμματα τα οποία ανιχνεύουν τις επιθέσεις των χάκερ (οι χρήστες που εισβάλλουν παράνομα σε μια ιστοσελίδα και συνήθως βλάπτουν το περιεχόμενό της) και μας ειδοποιούν.

- Να εγκαταστήσουμε ένα πρόγραμμα για τον έλεγχο των cookies – των μικρών, δηλαδή προγραμμάτων που στέλνουν στον υπολογιστή μας πολλά από τα sites που επισκεπτόμαστε, για να αποστέλλουν πληροφορίες που αφορούν εμάς και τις δραστηριότητές μας στο site από το οποίο προέρχονται. Οι καλύτεροι browsers επιτρέπουν κάποιες ρυθμίσεις σε σχέση με τα cookies, αλλά διατίθενται αρκετά προγράμματα που επιτρέπουν μεγαλύτερο έλεγχο. Η πλήρης άρνησης της αποδοχής cookies δημιουργεί πρακτικά προβλήματα, αφού θα πρέπει, για παράδειγμα, να πληκτρολογούμε τους καθορισμένους κωδικούς κάθε φορά που θα μπαίνουμε σε ορισμένα sites.
- Χρησιμοποιούμε ένα πρόγραμμα κρυπτογράφησης για τα ηλεκτρονικά μηνύματα που αποστέλλουμε και ζητάμε το ίδιο από αυτούς που μας στέλνουν. Τα e-mail είναι, ουσιαστικά, εντελώς απροστάτευτα στη διαδρομή τους από τον αποστολέα στον παραλήπτη, ώστε αποτελούν πρόκληση για όποιον θα ήθελε να πληροφορηθεί το περιεχόμενό τους. Τα e-mail μπορούν να κρύβουν «ιούς», αλλά μπορούν να μας παρακολουθούν και να μεταβιβάζουν σημαντικές πληροφορίες σχετικά με τις δραστηριότητές μας σε αυτούς που έχουν συμφέρον.



Περί του EDI

Η ηλεκτρονική μεταβίβαση δεδομένων (electronic data interchange - EDI) είναι η μεταβίβαση δεδομένων με τυποποιημένη μορφή μεταξύ συστημάτων εφαρμογών πληροφορικής για εμπορικές συναλλαγές.

Το EDI είναι η φυσική εξέλιξη που χρησιμοποιεί και εκμεταλλεύεται τις σύγχρονες δυνατότητες της πληροφορικής των τηλεπικοινωνιών για τις εμπορικές συναλλαγές και υπηρεσίες, αντικαθιστώντας το χαρτί ως μέσο μεταφοράς και αποτύπωσης δεδομένων με ηλεκτρονική αποτύπωση και

μεταφορά.

Ένας από τους κύριους λόγους για τη χρησιμοποίηση του EDI είναι οι όγκοι εγγράφων που κατά κανόνα προκύπτουν, μεταφέρονται, υφίστανται επεξεργασία, διορθώνονται, μεταγράφονται και αντιγράφονται στις εμπορικές δοσοληψίες. Το EDI δεν έχει κανένα από τα μειονεκτήματα των εντύπων εγγράφων ως μέσο καταγραφής δεδομένων, προσφέροντας κατ' αυτό τον τρόπο ουσιαστικά οφέλη και εξοικονομήσεις στις επιχειρήσεις που τη χρησιμοποιούν.

Χαρακτηριστικά πλεονεκτήματα του EDI είναι η ακρίβεια στα δεδομένα, η ταχύτητα μεταβίβασης των δεδομένων, τα υλικά οφέλη και η ταχύτερη εξυπηρέτηση των πελατών.

Τα πλεονεκτήματα αυτά οδήγησαν πολλές εταιρίες στη χρησιμοποίηση του EDI ως μέσου ανταλλαγής εμπορικών εγγράφων με τους διάφορους εμπορικούς εταίρους τους. Αρχικά ως μέσο μεταβίβασης των ηλεκτρονικών δεδομένων χρησιμοποιούνταν υπηρεσίες δικτύων προστιθέμενης αξίας ή μισθωμένα υποδίκτυα που προσφέρουν δημόσιες ή ιδιωτικές τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες. Αυτό το γεγονός είχε ως αποτέλεσμα τόσο ένα σχετικά αυξημένο κόστος συναλλαγών όσο και ένα περιορισμένο σύνολο προσβάσιμων εμπορικών εταίρων. Κατ' αυτόν τον τρόπο άρχισε να κυριαρχεί η ιδέα της χρησιμοποίησης του Internet ως μέσου για την εφαρμογή του EDI. Χαρακτηριστικά πλεονεκτήματα που προσέφερε ήταν το μικρό κόστος μεταβίβασης των ηλεκτρονικών εγγράφων σε σχέση με τους παραδοσιακούς τρόπους, ο πολύ μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων που είχαν πρόσβαση σ' αυτό και η δυνατότητα για ολοκλήρωση των εφαρμογών EDI με τις υπόλοιπες εφαρμογές που χρησιμοποιούν το Internet ως μέσο (π.χ. WWW, e-mail, κτλ). Ένα από τα μειονεκτήματα του Internet είναι η έλλειψη ασφάλειας.



Ηλεκτρονική υπογραφή

Στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες, η έννοια της ψηφιακής υπογραφής, συνδέεται με τη χρησιμοποίηση κάποιου είδους ηλεκτρονικής σφραγίδας που επισυνάπτεται στα μεταδιδόμενα δεδομένα και παρέχει στο παραλήπτη τη δυνατότητα να ελέγξει, μεταξύ άλλων, την προέλευση των δεδομένων, και πιο συγκεκριμένα επιτρέπει τη πιστοποίηση της χρησιμοποίησης ενός κλειδιού που ανήκει σε ένα συγκεκριμένο αποστολέα. Ο ανωτέρω έλεγχος αυθεντικότητας δεν αποδεικνύει, ωστόσο, αναγκαστικά τη ταυτότητα του κατόχου του κλειδιού. Ο

παραλήπτης ενός μηνύματος δεν μπορεί, π.χ., να διαπιστώσει αν ο εμφανιζόμενος ως αποστολέας είναι ο πραγματικός. Θα μπορούσε π.χ., κάποιος να εκδώσει και ένα δημόσιο κλειδί με άλλο όνομα. Μια δυνατότητα που έχει ο παραλήπτης για να πληροφορηθεί αξιόπιστα σχετικά με την ταυτότητα του αποστολέα συνίσταται στην επιβεβαίωση από κάποιον τρίτο, πρόσωπο ή οργανισμό, κοινής αποδοχής. Όταν πρόκειται για τον έλεγχο ψηφιακών υπογραφών, τέτοιου είδους οι τρίτοι ονομάζονται αρχές πιστοποίησης.

Στο ηλεκτρονικό εμπόριο, στη θέση της υπογραφής του φυσικού προσώπου υπάρχει η λεγόμενη ψηφιακή υπογραφή. Πρόκειται για μια εγγραφή δεδομένων που παράγεται μέσω ενός ιδιωτικού κλειδιού. Η παραγωγή μιας έγκυρης υπογραφής πρέπει να είναι μόνο στα πρόσωπα που γνωρίζουν το ιδιωτικό κλειδί. Για την πιστοποίησή της εν λόγω εγγραφής χρησιμοποιείται μια διαδικασία που επιτρέπει στον παραλήπτη ενός ψηφιακού μηνύματος να διαπιστώσει με ασφάλεια την προέλευση του μηνύματος.

Links

■ www.adacom.com : Η **ADACOM** σε συνεργασία με τη **VeriSign** παρέχει προϊόντα που διασφαλίζουν τα δεδομένα των ηλεκτρονικών μας συναλλαγών. Ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης και τις ιδιαίτερες ανάγκες μας, μπορούμε να επιλέξουμε ένα από τα ακόλουθα προϊόντα ή πακέτο προϊόντων.

PERSONAL CERTIFICATES

Τα Personal Certificate, ή Digital IDSM, ελέγχουν αυτόματα την πρόσβαση στα extranet, intranet και e-mail. Προφυλάσσουν τα δεδομένα, ασφαλίζουν τη συναλλαγή αυτών, προστατεύουν τα e-mail με τη μέθοδο της κρυπτογράφησης, και πιστοποιούν την ταυτότητα του αποστολέα με τη χρήση των ψηφιακών υπογραφών.

Secure e-mail

□ Προστατεύει τα e-mail από αλλοίωση του περιεχομένου και προσποίηση.

! Η ψηφιακή υπογραφή βεβαιώνει την ταυτότητα του χρήστη.

- Κρυπτογραφεί το κείμενο και τα συναπτόμενα.
- Δημιουργεί μη αμφισβητήσιμο audit trail.

Secure web applications

- Οικονομικός έλεγχος πρόσβασης στα web applications όπως το extranet.
- Υποστηρίζει ψηφιακές υπογραφές και δημιουργεί μη αμφισβητήσιμο audit trail.

SERVER CERTIFICATES - Global Server

Τα Global Server Certificates βελτιώνουν την αξιοπιστία και το εύρος των δυνατοτήτων του website μας χρησιμοποιώντας την ισχυρότερη μέθοδο κρυπτογράφησης. Η Adacom σε συνεργασία με τη VeriSign είναι εξουσιοδοτημένη στο να προσφέρει 128-bit SSL Server Certificates - τα οποία είναι απαραίτητα για την ασφαλή διακίνηση των ευαίσθητων δεδομένων οργανισμών όπως είναι οι τράπεζες, οι χρηματιστηριακές εταιρίες, οι ασφαλιστικές εταιρίες, οργανισμοί ιατρικής περίθαλψης, και οι εταιρίες που δραστηριοποιούνται στο Internet .

Τα certificate επικυρώνουν τα web site και καθιστούν ικανή την ασφαλή επικοινωνία στο διαδίκτυο μεταξύ του site και οποιουδήποτε επιθυμεί αλληλεπίδραση με αυτό. Τα certificate προσφέρουν στους πελάτες μας ασφάλεια και εύκολη πρόσβαση σε ευρείας μορφής διαδικτυακών υπηρεσιών, ενώ παράλληλα ενισχύουν την εμπιστοσύνη τους στην επιχείρησή μας.

SERVER CERTIFICATES - Secure Server

Τα Secure Server Certificates, ή Secure Server ID, επιβεβαιώνουν στους επισκέπτες του site μας την ταυτότητα του website και αυξάνουν την αποτελεσματικότητα της επιχείρησής μας παρέχοντας στους υπαλλήλους, πελάτες και συνεργάτες μας μια ασφαλή μέθοδο επιχειρησιακής επικοινωνίας στο διαδίκτυο.

Τα Secure Server Certificates πιστοποιούν αυτόματα ότι το site μας είναι νόμιμο, εκθέτοντας το Adacom Secure Site seal στο website μας. Η σφραγίδα αυτή διαβεβαιώνει τους επισκέπτες του site μας ότι το site και οι πληροφορίες που εμφανίζονται σε αυτό είναι έμπιστα.

Τα Secure Server Certificates μας δίνουν τη δυνατότητα χρήσης του καθιερωμένου πρωτοκόλλου για ασφαλή επικοινωνία στο διαδίκτυο –

τεχνολογία 40-bit SSL (Secure Sockets Layer), και είναι κατάλληλα για επιχειρήσεις που επιθυμούν να διασφαλίσουν μεμονωμένα ή μικρό αριθμό websites , ή για εταιρίες όπως ISPs, που χρειάζονται Secure Server Certificates για τα sites των εταιριών που φιλοξενούν.

■ www.safeshopping.org : Ιστοσελίδα από την American Bar Association, με συμβουλές για ασφαλείς on line αγορές.

Κείμενα από το Internet (Downloaded)

- Secure Virtual Network Architecture by Check Point software technologies Ltd.
- Addressing threats and Security issues in World Wide Web Technology, Stefanos Gritzalis.
- Τροποποιημένη πρόταση οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με το κοινό πλαίσιο για ηλεκτρονικές υπογραφές.
- Privacy protection in a global networked society, Business and Industry Advisory Committee (BIAC), Paris 1999.
- Consumer protection in the electronic marketplace.
- Έκθεση σχετικά με την ανακοίνωση της Επιτροπής στο Συμβούλιο, στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, στην Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και στην Επιτροπή Περιφερειών « Κατοχύρωση ασφάλειας και εμπιστοσύνης στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες προς ένα ευρωπαϊκό πλαίσιο για ψηφιακές υπογραφές, Επιτροπή Νομικών θεμάτων και Δικαιωμάτων των Πολιτών.
- Cryptography policy : The guidelines and the issues, Organization for economic co-operation and development, Paris 1997.
- Biometric techniques by Dr. Despina Polemi, Institute of communication and computer systems, National Technical University of Athens, April 1999.
- Don't Panic Do E-commerce : A beginner's Guide to European Law Affecting E-commerce by Corina Schulze and Jeffrey Baumgarther.

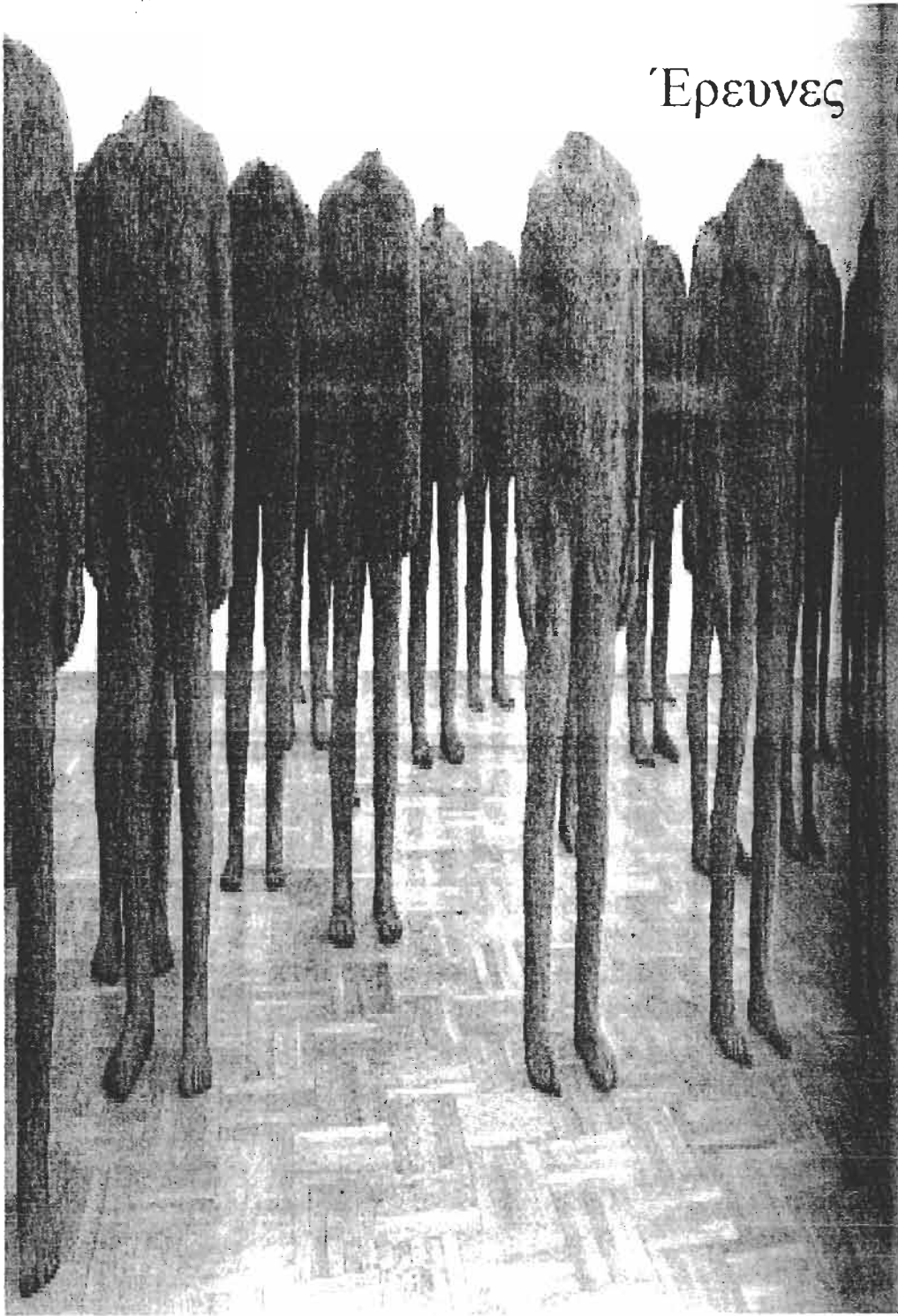
Δικαιώματα καταναλωτών

■ www.inka.gr : Το INKA είναι ένα δίκτυο «Ενώσεων Καταναλωτών», το οποίο λειτουργεί με βάση τις διεθνείς αρχές του καταναλωτικού κινήματος από το 1970.

Το Δίκτυο Ενώσεων Καταναλωτών, με την επωνυμία «Ινστιτούτο Καταναλωτών» ή «INKA», λειτουργεί σε όλες σχεδόν τις πρωτεύουσες Περιφερειών και ή Νομών, π.χ. INKA Μακεδονίας, INKA Θεσσαλίας, INKA Δωδεκανήσου, INKA Κρήτης, INKA Ηπείρου, INKA Ιονίων Νήσων, INKA Πελοποννήσου, INKA Θράκης, INKA Αιγαίου, κ.λ.π. Το INKA είναι η μεγαλύτερη ανομοιοεπαγγελματική κοινωνική οργάνωση της χώρας και η μεγαλύτερη ένωση καταναλωτών, στον Ευρωπαϊκό Νότο.

■ www.kerka.org : Το Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών (ΚΕΠΚΑ) είναι μία μη κερδοσκοπική, μη κυβερνητική και ανεξάρτητη οργάνωση καταναλωτών. Το ΚΕΠΚΑ είναι η πρώτη (Α.Μ. 1) αναγνωρισμένη ένωση καταναλωτών σύμφωνα με το Ν. 2251/94 " για την προστασία των καταναλωτών." Αποτελείται από τους ίδιους τους καταναλωτές και είναι ανεξάρτητο από πολιτικά κρατικά ή επιχειρηματικά συμφέροντα.

Έρευνες



Έρευνες για το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα

Θεώρησα αναγκαία την παρουσίαση αυτών των ερευνών, οι οποίες έχουν κατά καιρούς διεξαχθεί στον ελλαδικό χώρο, ως ένα πρακτικό «εργαλείο» για την εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με την υπάρχουσα παρουσία-λειτουργικότητα του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα. Με τη συγκριτική τους μελέτη (όσο γίνεται αυτό), επιζητώ να εξάγω μια όσο το δυνατό καθαρή εικόνα γύρω από το ηλεκτρονικό εμπόριο στην ελληνική πραγματικότητα.

Γαυτότητα ερευνών

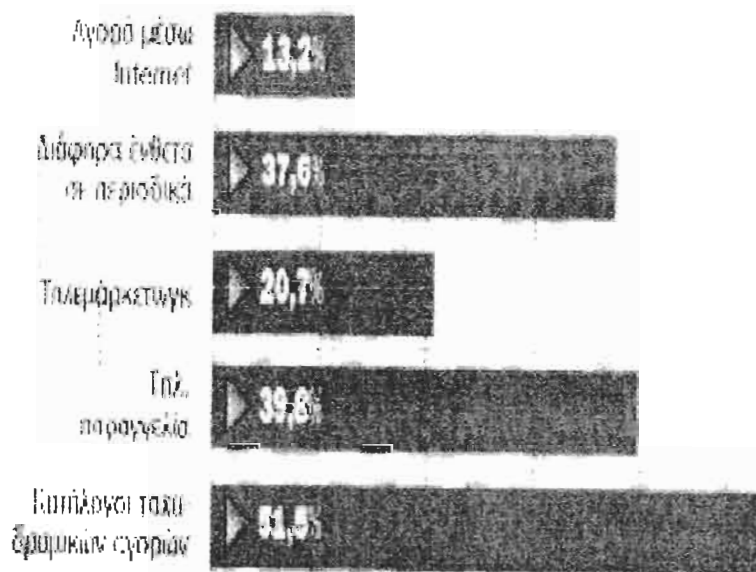
- i. Η πρώτη έρευνα έλαβε χώρα την περίοδο Φεβρουάριος-Απρίλιος 2000 από το Ερευνητικό Κέντρο Ηλεκτρονικού Εμπορίου eLTRUN του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών υπό το καθηγητή Γεώργιο Δουκίδη και προσπάθησε να διερευνήσει το βαθμό υιοθέτησης του ηλεκτρονικού εμπορίου από καλά οργανωμένες (Leaders) Ελληνικές Επιχειρήσεις που ανήκουν στο top 2000 Ελληνικών εταιριών της ICAP, καθώς και το πώς αντιμετωπίζουν την πρόκληση του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (eBusiness). Στην έρευνα συμμετείχαν ανώτατα διευθυντικά στελέχη 240 Ελληνικών επιχειρήσεων που σηματοδοτεί και την μεγαλύτερη έρευνα που έγινε μέχρι τώρα στην Ελλάδα.
- ii. Μία δεύτερη έρευνα που θα χρησιμοποιήσουμε είναι αυτή της Harris Interactive.
- iii. Ενώ η τρίτη έρευνα από την εταιρεία TREK Consulting σε συνεργασία με το Οικονομικό Πανεπιστήμιο και την εταιρεία ερευνών ΑΛΚΟ και παρουσιάζει το προφίλ του on line καταναλωτή. Η έρευνα διεξήχθη κατά την περίοδο Νοεμβρίου-Δεκεμβρίου 2000. Για την υλοποίηση της έρευνας, χρησιμοποιήθηκε δομημένο ερωτηματολόγιο, το οποίο συμπληρώθηκε με τηλεφωνική συνέντευξη.

Η έρευνα με τίτλο «On line αγοραστική συμπεριφορά: η ελληνική εμπειρία» (TREK Consulting) αποτυπώνει την αγοραστική συμπεριφορά του Έλληνα καταναλωτή στο Διαδίκτυο. Λαμβάνοντας υπόψη ότι οι αγορές μέσω Internet αποτελούν έναν εναλλακτικό τρόπο αγοράς, ο οποίος μπορεί να παρομοιαστεί με την αγορά μέσω ταχυδρομικών καταλόγων, Telemarketing, τηλεφωνικών παραγγελιών κτλ. και συνυπολογίζοντας το γεγονός ότι απαραίτητη προϋπόθεση για την αγορά μέσω Internet είναι κατ' αρχήν η σύνδεση στο Internet (ανεξάρτητα από τον τόπο σπίτι, γραφείο κτλ.), η έρευνα περιλαμβάνει τρία πεδία:

1. Τους χρήστες και μη χρήστες εναλλακτικών τρόπων αγορών.
2. Τους συνδεδεμένους και μη συνδεδεμένους στο Internet.
3. Τους on line και off line αγοραστές.

Χρήστες εναλλακτικών τρόπων αγορών

Διάγραμμα 1



Ο σκοπός της έρευνας είναι:

- * Η διερεύνηση της αγοραστικής συμπεριφοράς και των εμπειριών των on line καταναλωτών σήμερα και στο μέλλον.
- * Η διερεύνηση των στάσεων, των προθέσεων και του προφίλ αυτών που έχουν πρόσβαση στο Internet αλλά δεν κάνουν on line αγορές.

* Η διερεύνηση των στάσεων, των προθέσεων και του προφίλ αυτών που δεν έχουν πρόσβαση στο Internet.

* Πώς έγινε η έρευνα

Για καθένα από τα προαναφερθέντα πεδία πραγματοποιήθηκε σε βάθος ανάλυση και χρήση πολλαπλών στατιστικών μεθόδων, ώστε να προκύψουν πλούσια και χρήσιμα αποτελέσματα τα οποία θα μπορούν να αξιοποιηθούν στη συνέχεια από όλους όσοι εμπλέκονται στον χώρο του e-επιχειρείν είτε ως προμηθευτές, είτε ως e-tailers, είτε ως μεσάζοντες στην αλυσίδα διανομής.

Η έρευνα για την αγοραστική συμπεριφορά του έλληνα καταναλωτή στο Διαδίκτυο ξεκίνησε το φθινόπωρο του 2000 ύστερα από πρωτοβουλία της εταιρείας TREK Consulting σε συνεργασία με τον κ. **Γ. Αυλωνίτη**, καθηγητή Μάρκετινγκ στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και πρόεδρο της Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ, καθώς και με την εταιρεία ερευνών αγοράς ΑΛΚΟ. Η έρευνα εκτελέστηκε κατά την περίοδο Νοεμβρίου - Δεκεμβρίου 2000.

Για την υλοποίηση της έρευνας χρησιμοποιήθηκε δομημένο ερωτηματολόγιο, το οποίο συμπληρώθηκε με τηλεφωνική συνέντευξη. Η έρευνα κάλυψε αντιπροσωπευτικό δείγμα 700 ατόμων από την Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη και τα μεγάλα αστικά κέντρα (Πάτρα, Ηράκλειο, Λάρισα), τα οποία είναι χρήστες ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι οι έλληνες χρήστες Η/Υ ανέρχονται σε περίπου 1,6 εκατομμύριο, από την έρευνα προέκυψε ότι οι τέσσερις στους 10 χρησιμοποιούν εναλλακτικούς τρόπους αγορών, με πιο δημοφιλείς τους καταλόγους ταχυδρομικών αγορών, τις τηλεφωνικές παραγγελίες και τα διαφημιστικά ένθετα.

Το προφίλ των αγοραστών

Τα στοιχεία που αναφέρονται στις αγορές μέσω Internet περιλαμβάνουν προφανώς όλες τις αγορές που γίνονται on line, δηλαδή τόσο αυτές που αφορούν είδη και υπηρεσίες για προσωπική χρήση όσο και αυτές που γίνονται στο πλαίσιο της επαγγελματικής ιδιότητας των ερωτηθέντων (π.χ., αγορά γραφικής ύλης, βιβλίων, λογισμικού κτλ.) για την κάλυψη αναγκών των εταιρειών και οργανισμών στις οποίες εργάζονται.

Από το σύνολο των ατόμων που χρησιμοποιούν Η/Υ σχεδόν οι μισοί είναι συνδεδεμένοι στο Internet (48%), δηλαδή 800.000, και έχουν τα ακόλουθα δημογραφικά χαρακτηριστικά:

- * Οι έξι στους 10 είναι άνδρες.
- * Ανήκουν στις νεότερες ηλικίες.
- * Έχουν ανώτατη μόρφωση.
- * Έχουν σχετικά υψηλό εισόδημα.

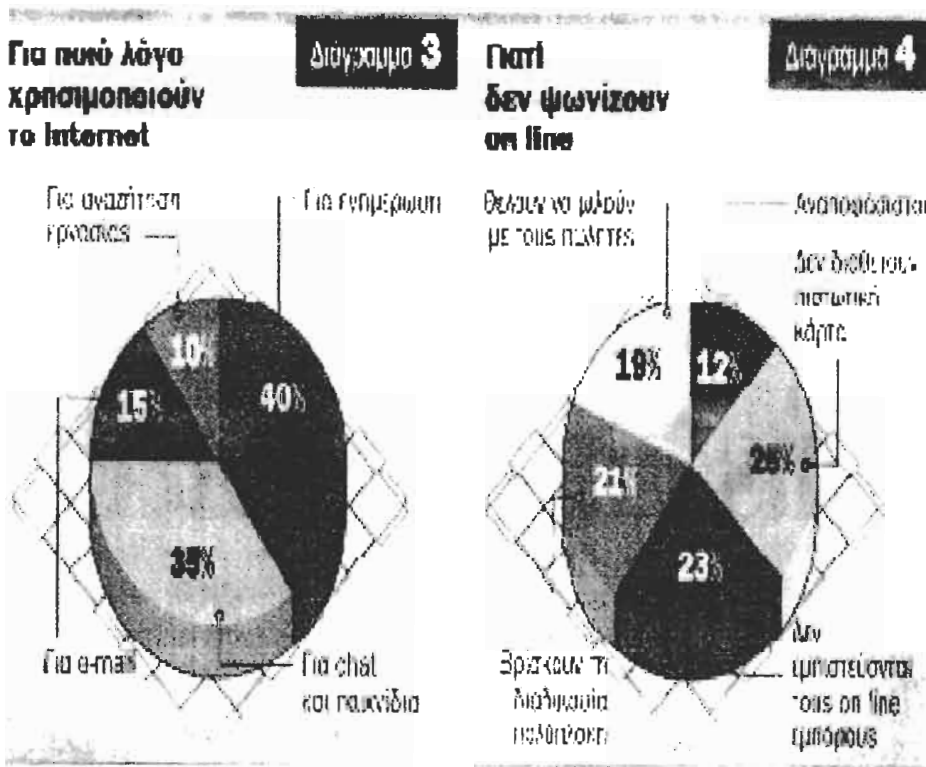
Αξίζει να αναφερθεί ότι κατόπιν αναλύσεων που πραγματοποιήθηκαν στα στοιχεία αυτά διαπιστώθηκε ότι οι άνδρες είναι συνήθως συνδεδεμένοι μόνο από το σπίτι, ενώ οι γυναίκες είναι συνήθως συνδεδεμένες στο Internet μόνο από τον χώρο εργασίας.

Γιατί και πώς χρησιμοποιούν οι χρήστες το Internet;

- * Οι έξι στους 10 για το e-mail.
- * Το 35% παρακολουθεί ειδήσεις και ενημερώνεται για τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα.
- * Το 30% κατεβάζει (downloading) προγράμματα.
- * Το 30% ακούει μουσική.
- * Το 26% ψάχνει για προϊόντα και υπηρεσίες.

Από την περαιτέρω επεξεργασία των στοιχείων που αφορούν τους έλληνες χρήστες Internet και τον συνδυασμό των απαντήσεών τους σε συσχέτιση με τα δημογραφικά τους στοιχεία προκύπτουν τέσσερις βασικές κατηγορίες χρηστών:

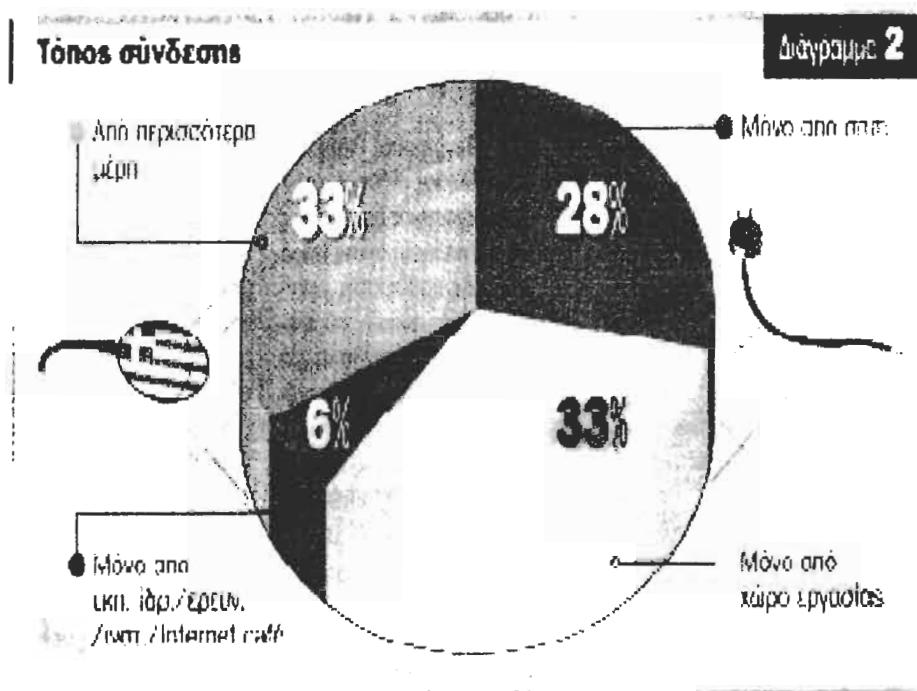
- * Το 40% χρησιμοποιεί συστηματικά το Internet για ενημέρωση σε πολιτικά, κοινωνικά, τεχνολογικά και επιστημονικά θέματα καθώς και για on line αγορές.
- * Το 35% χρησιμοποιεί συστηματικά το Internet για chat, παιχνίδια, ακρόαση μουσικής κτλ., χωρίς on line αγορές.
- * Το 15% χρησιμοποιεί συστηματικά το Internet για αποστολή και λήψη e-mails, κατέβασμα προγραμμάτων λογισμικού, δημοπρασίες on line, έρευνα αγοράς για προϊόντα και υπηρεσίες, καθώς και για on line αγορές.
 - Το 10% χρησιμοποιεί συστηματικά το Internet για αναζήτηση εργασίας.



Οι έλληνες on line αγοραστές ανέρχονται σε 100.000 και αποτελούν το 12,6% του συνολικού on line πληθυσμού (χρηστών Internet).

Σημειώνεται ότι η έρευνα εξετάζει μόνο τους καταναλωτές που αγοράζουν on line είδη (προϊόντα και υπηρεσίες) που προορίζονται για προσωπική τους χρήση.

Οι on line αγοραστές είναι συνήθως άνδρες και διαθέτουν υψηλά εισοδήματα (πάνω από 500.000 δρχ. μηνιαίως). Οσο πιο πολύ χρόνο μάλιστα είναι συνδεδεμένοι στο Internet (π.χ., μεταξύ 1992-1996) τόσο περισσότερο κάνουν αγορές μέσω του Διαδικτύου.



Η έρευνα αναλύει στη συνέχεια τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που διατίθενται συνήθως μέσω Internet και κάνει τις εξής διακρίσεις:

1. Προϊόντα και υπηρεσίες που ήδη αγοράζουν οι έλληνες on line καταναλωτές.
2. Προϊόντα και υπηρεσίες που θα αγόραζαν οι έλληνες on line καταναλωτές.
3. Προϊόντα και υπηρεσίες που δεν θα αγόραζαν ποτέ οι έλληνες on line καταναλωτές.

Από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων προκύπτουν χρήσιμα στοιχεία για όσους ήδη δραστηριοποιούνται στο ηλεκτρονικό εμπόριο ως e-tailers, και πολύ περισσότερο για αυτούς που προτίθενται να αναλάβουν on line επιχειρήματα (e-shops).

Σε ό,τι αφορά τα χρήματα που δαπανούν οι έλληνες καταναλωτές για on line αγορές, το 62% έχει δαπανήσει το τελευταίο έτος ως και 100.000 δρχ. Συσχετίζοντας το ύψος των δαπανών ανά φύλο παρατηρείται ότι οι άνδρες συνήθως καταναλώνουν πάνω από 100.000 δρχ. ετησίως, ενώ οι γυναίκες ως αυτό το ποσό.

Συχνότητα συναλλαγών

Οι τρεις στους 10 έλληνες on line καταναλωτές αγοράζουν μέσω Διαδικτύου συχνότερα από μία φορά τον μήνα. Σημειώνεται επίσης ότι οι χρήστες που έχουν συνδεθεί την τελευταία τριετία στο Internet αγοράζουν πιο συχνά σε σχέση με τους παλαιότερους χρήστες. Οι μισοί έλληνες αγοραστές του Διαδικτύου προτιμούν να πληρώνουν με πιστωτική κάρτα μέσω Internet. Τέλος, συσχετίζοντας τις απαντήσεις των ελλήνων on line καταναλωτών με τον χρόνο κατά τον οποίο συνδέθηκαν στο Internet, διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες:

- * Καινοτόμοι: Αποτελούν το 40% των ελλήνων on line καταναλωτών και έχουν συνδεθεί στο Internet μεταξύ 1992-1996.
- * Πρώιμοι αποδέκτες: Αποτελούν το 45% των ελλήνων on line καταναλωτών και έχουν συνδεθεί στο Internet μεταξύ 1997-1999.
- * Ουραγοί: Αποτελούν το 15% των ελλήνων on line καταναλωτών και έχουν συνδεθεί στο Internet εντός του 2000.

Μια άλλη διάκριση των on-line αγοραστών σύμφωνα με έρευνα της Harris Interactive είναι η εξής:

- * «E-bivalent Newbies». Αποτελούν το 5% των χρηστών του Internet. Είναι οι χρήστες που απέκτησαν πρόσφατα πρόσβαση στο Internet, είναι μεγάλης ηλικίας, περνούν λίγη ώρα στο Διαδίκτυο και παρουσιάζουν το μικρότερο ενδιαφέρον για το ηλεκτρονικό εμπόριο.
- * «Time-Sensitive Materialists». Αποτελούν το 17% των χρηστών και πραγματοποιούν αγορές on-line λόγω της ευκολίας που τους προσφέρει το Internet και για να εξοικονομήσουν χρόνο.
- * «Clicks & Mortar». Αποτελούν το 23% των χρηστών. Είναι κυρίως νοικοκυρές, που απλώς αναζητούν πληροφορίες στο Internet για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που επιθυμούν να αποκτήσουν, αλλά πραγματοποιούν τις αγορές τους off-line, επειδή ανησυχούν ιδιαίτερα για την ασφάλεια των συναλλαγών στο Internet.
- * «Hooked, Online & Single». Αποτελούν το 16% των χρηστών. Πρόκειται για νέους, άνδρες κυρίως, που χρησιμοποιούν αρκετό καιρό το Internet και έχουν υψηλό εισόδημα. Αυτοί ψωνίζουν, πραγματοποιούν τις τραπεζικές συναλλαγές τους, επενδύουν, παίζουν παιχνίδια και προμηθεύονται λογισμικό από το Internet συχνότερα από οποιαδήποτε άλλη κατηγορία on-line αγοραστών.

* «Hunter-Gatherers». Αποτελούν το 5% των on-line χρηστών. Διανύουν την τρίτη δεκαετία της ζωής τους, είναι παντρεμένοι, με παιδιά και επισκέπτονται με μεγάλη συχνότητα Web Sites που παρουσιάζουν συγκρίσεις τιμών για διάφορα προϊόντα και υπηρεσίες. Είναι οι πιο ευαίσθητοι ως προς την τιμή.

* «Brand Loyalists». Αποτελούν το 5% των χρηστών του Internet. Συνήθως επισκέπτονται Web Sites γνωστών και αξιόπιστων επιχειρήσεων. Είναι οι πλέον ευχαριστημένοι από το ηλεκτρονικό εμπόριο και ξοδεύουν τα περισσότερα χρήματα.

Off line αγοραστές ορίζονται αυτοί που αγοράζουν με τον παραδοσιακό τρόπο (π.χ., επίσκεψη σε κατάστημα) ή/και με εναλλακτικούς τρόπους (π.χ., κατάλογοι ταχυδρομικών αγορών) αλλά όχι από το Internet. Η συγκεκριμένη ομάδα ελλήνων καταναλωτών διακρίνεται σε πέντε συγκεκριμένες κατηγορίες (clusters) σύμφωνα με τις συσχετίσεις των απαντήσεών τους και των δημογραφικών τους στοιχείων:

* Το 12% είναι αναποφάσιστο.

* Το 25% δεν διαθέτει πιστωτική κάρτα.

* Το 23% δεν εμπιστεύεται τους on line εμπόρους· δεν επιθυμεί να αποστέλλει στο Internet πληροφορίες σχετικές με τις πιστωτικές του κάρτες.

* Το 21% βρίσκει τη διαδικασία της on line αγοράς πολύπλοκη· δυσκολεύεται να βρει προϊόντα και υπηρεσίες στο Internet· δεν βρίσκει επαρκείς πληροφορίες στο Internet για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που αναζητεί.

* Το 19% προτιμά να αγοράζει από τα «φυσικά» καταστήματα· θέλει να έχει επαφή με το προϊόν πριν από την αγορά· θέλει να μιλάει με τους πωλητές.

Ποια είναι τα συμπεράσματα της έρευνας;

1. Η σημαντικότερη παράμετρος επιτυχίας οποιουδήποτε on line εγχειρήματος είναι η γεφύρωση του χάσματος μεταξύ των προσδοκιών από την πλευρά των on line καταναλωτών και των υποσχέσεων από την πλευρά των e-tailers.

2. Μια ισχυρή επώνυμη μάρκα που διατίθεται off line είναι πολύ πιθανό να είναι ιδιαίτερα επιτυχής και on line σε σχέση με μια μάρκα που δεν είναι γνωστή.

3. Οι on line καταναλωτές χρειάζονται εκπαίδευση και πλούσια πληροφόρηση, ώστε να εξοικειωθούν με τη διαδικασία της on line αγοράς και να εξαλείψουν τους φόβους και τις ανησυχίες τους σχετικά με την αξιοπιστία, την ασφάλεια των συναλλαγών κτλ.

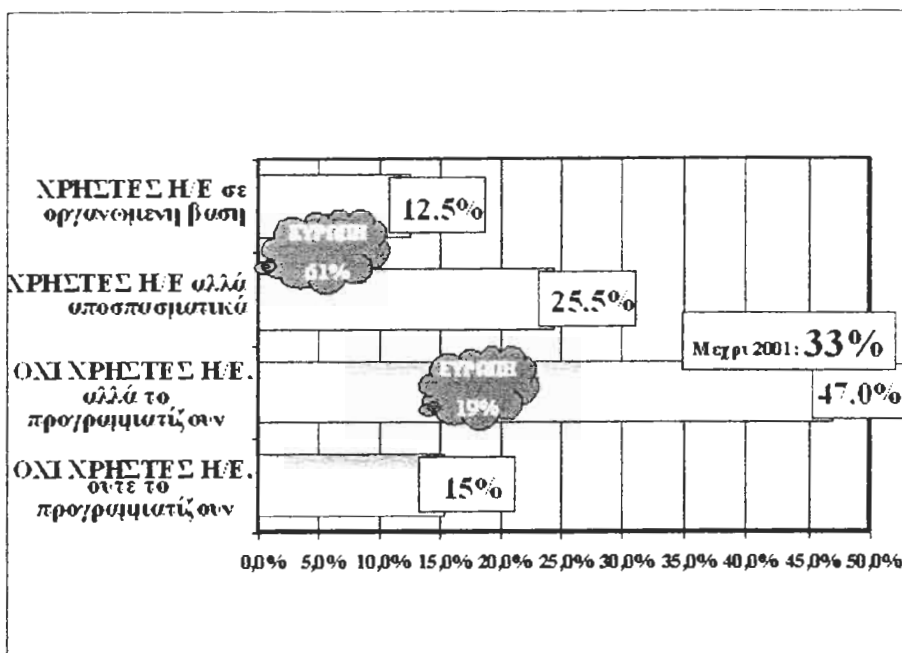
4. Οι έλληνες on line καταναλωτές κάνουν κυρίως προγραμματισμένες αγορές στο Internet. Αυτό σημαίνει ότι δεν επηρεάζονται ιδιαίτερα από διαφημιστικά banners και άλλους τρόπους προσέλκυσης, αν το συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία που διαφημίζεται δεν βρίσκεται ήδη μέσα στη «λίστα των αγορών» τους. Για αυτά τα είδη μπορούν να παρακινήθούν από ειδικές τιμές και προσφορές.

Τέλος, η μελέτη «On line αγοραστική συμπεριφορά: η ελληνική εμπειρία» περιέχει συμπεράσματα και προτάσεις για τα ηλεκτρονικά καταστήματα στην Ελλάδα, μέτρα για περαιτέρω ανάπτυξη των on line αγορών, τρόπους προσέλκυσης των off line αγοραστών, τραπεζικές εργασίες, τουριστικές υπηρεσίες και ψυχαγωγία μέσω Internet κτλ.

Στη συνέχεια θα παρουσιαστούν αποσπασματικά τα ενδιαφέροντα αποτελέσματα της έρευνα του Ερευνητικού Κέντρου Ηλεκτρονικού Εμπορίου:

Χρήση εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου

Ένα συνολικό ποσοστό 38% των επιχειρήσεων κάνουν σήμερα χρήση εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου, οργανωμένα κατά 12,5% και αποσπασματικά κατά 25,5% . Κρίνοντας από το ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό αυτών που προγραμματίζουν την υιοθέτηση πρακτικών ηλεκτρονικού εμπορίου (47%) και μάλιστα άμεσα (έως το 2001 το 33%) φαίνεται ότι οι Ελληνικές επιχειρήσεις έχουν ξεπεράσει σαφώς το στάδιο της αναζήτησης και έχουν συγκεκριμενοποιήσει το Ηλεκτρονικό εμπόριο σαν στόχο στην άμεση εξέλιξή τους.



Σχήμα: Χρήση εφαρμογών Ηλεκτρονικού Εμπορίου

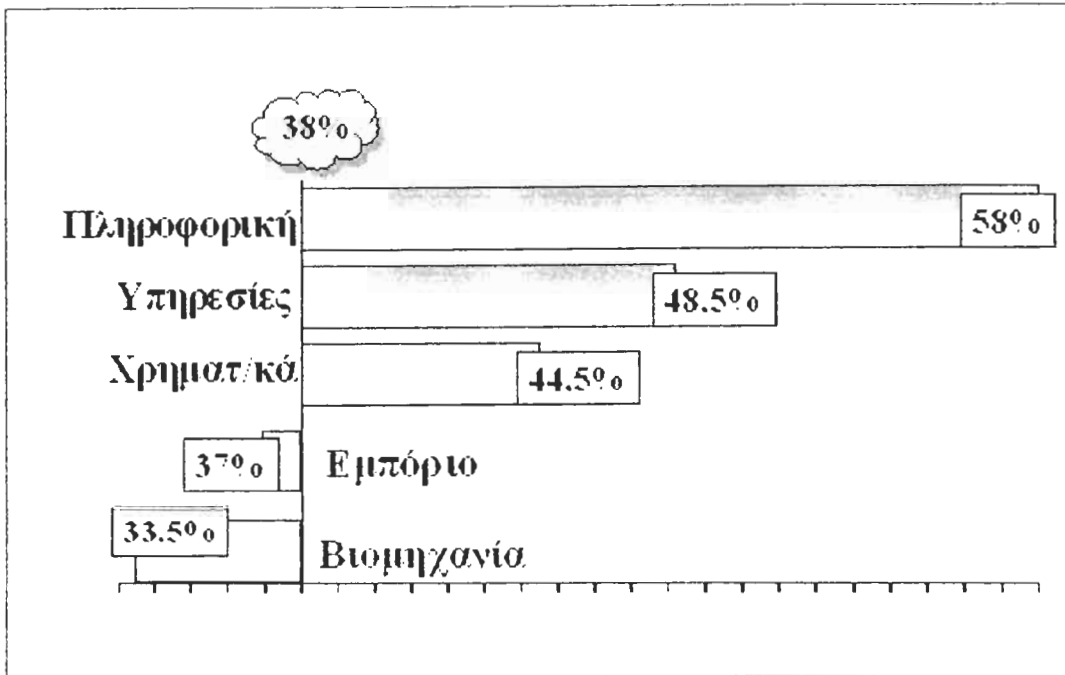
Τα Ελληνικά ποσοστά υιοθέτησης εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου υστερούν των Ευρωπαϊκών (ΕΙΤΟ) (η οργανωμένη και η αποσπασματική χρήση ανέρχονται σε 61%), αν και ενδεχομένως η διαφορά να είναι λιγότερη καθ' όσον οι ευρωπαϊκές μελέτες χρησιμοποιούν στοχευόμενο (δηλαδή προεπιλεγμένο βάση σαφών ποσοστών αντιπροσώπευσης κατηγοριών χρηστών ηλεκτρονικού εμπορίου) δείγμα επιχειρήσεων.

Χρήση Ηλεκτρονικού Εμπορίου κατά κλάδο

Ορισμένοι κλάδοι της Ελληνικής οικονομίας φαίνονται σαφώς προωθημένοι σε ότι αφορά την υιοθέτηση ηλεκτρονικού εμπορίου σε σχέση με τον μέσο όρο (38% οργανωμένη ή αποσπασματική υιοθέτηση). Ο κλάδος της Πληροφορικής κυριαρχεί στην οργανωμένη χρήση εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου σε ποσοστό σχεδόν διπλάσιου του μέσου όρου (22% έναντι 12,5%) ενώ το σύνολο οργανωμένης και αποσπασματικής χρήσης αγγίζει το 58%.

Ακολουθούν οι υπηρεσίες όπου οι μισές σχεδόν επιχειρήσεις δηλώνουν χρήση εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου, με τις χρηματοοικονομικές ελαφρά ασθενέστερα (44%). Το εμπόριο φαίνεται να υστερεί ελαφρά στο ποσοστό υιοθέτησης από τον μέσο όρο, είναι όμως ο κλάδος που δηλώνει

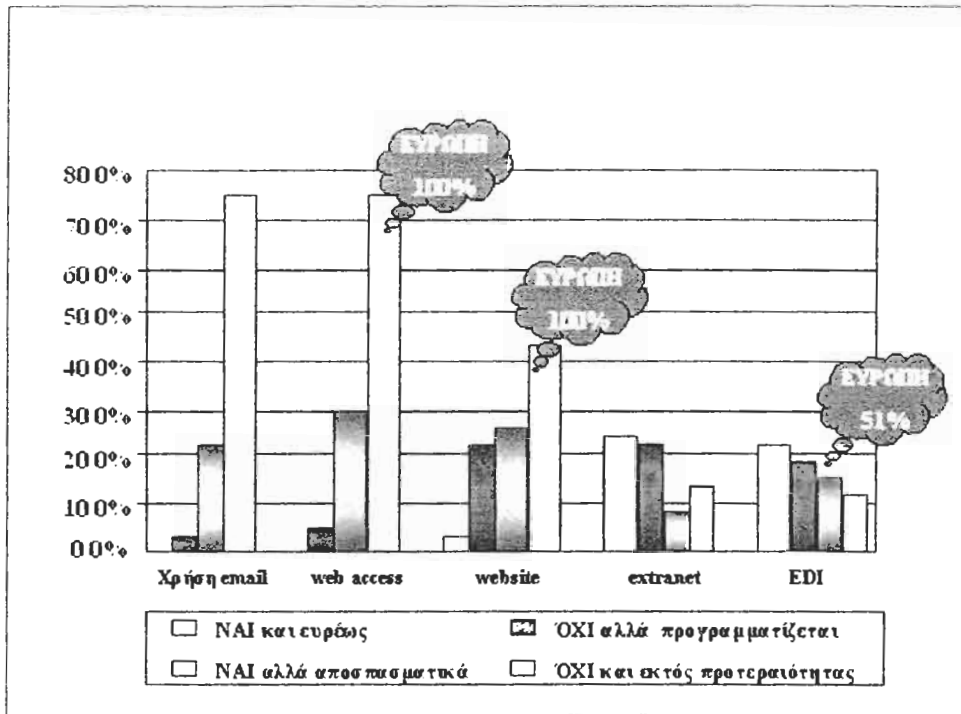
στο μεγαλύτερο βαθμό πρόθεση υιοθέτησης (33% όσων δηλώνουν ότι προγραμματίζουν ανάπτυξη πρακτικών ηλεκτρονικού εμπορίου ανήκουν στον κλάδο του εμπορίου). Ακολουθεί με ανάλογο ποσοστό η βιομηχανία (32%).



Σχήμα : Χρήση Ηλεκτρονικού Εμπορίου κατά κλάδο: διαφορές από τον μέσο όρο

Υποδομές Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Το Ηλεκτρονικό εμπόριο βασίζεται σε υποδομές (τεχνολογίες) εσωτερικής και εξωτερικής δικτύωσης της επιχείρησης .



Σχήμα : Υποδομές Ηλεκτρονικού Εμπορίου

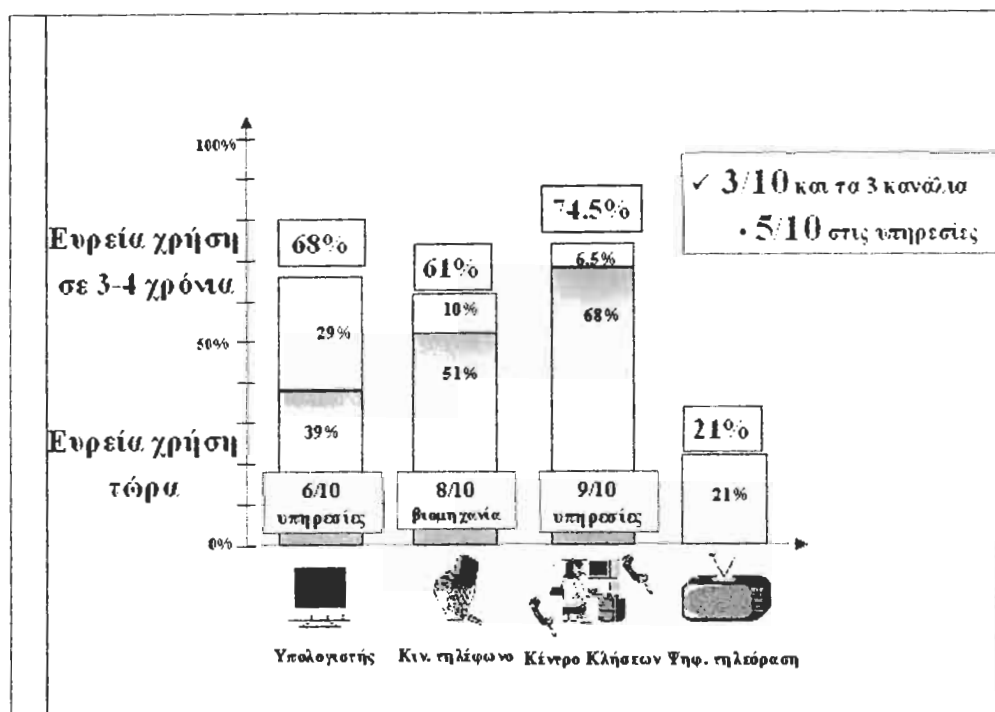
Η χρήση του Web αλλά και η παρουσία της επιχείρησης στο Web στην Ευρώπη (ΕΙΤΟ) έχει φτάσει πλέον το 100%. Οι Ελληνικές επιχειρήσεις του δείγματος δεν υστερούν σημαντικά από τα ποσοστά αυτά, σε ότι αφορά την πρόσβαση στο web, παρουσιάζουν όμως λιγότερη δραστηριοποίηση σε ότι αφορά την παρουσία της σε αυτό (67%), αν και ελάχιστες (3%) δεν το προγραμματίζουν για το άμεσο μέλλον.

Η χρήση EDI στην Ελλάδα (περίπου 24% οργανωμένα ή αποσπασματικά) είναι λιγότερο από την μισή σε σχέση με την Ευρώπη (51%) ενώ περισσότερες από τις μισές επιχειρήσεις (55%) δεν δηλώνουν ενδιαφέρον γι αυτό (34% δεν απάντησαν καν, οι υπόλοιποι δεν το προγραμματίζουν). Το ποσοστό για το EDI εξηγείται μερικώς από την μετατόπιση των τεχνολογιών για δικτύωση των επιχειρήσεων με το περιβάλλον τους από τα ιδιωτικά δίκτυα, στα δημόσια (Internet). Το 22% διαθέτει Extranet όπου το 14,5% το αξιοποιεί με ουσιαστικό τρόπο.

Χρήση ηλεκτρονικών μέσων για την επαφή με τους πελάτες

Η χρήση ηλεκτρονικών υποδομών επικοινωνίας, με πρώτο το τηλέφωνο έχουν ιδιαίτερη σημασία για τις επιχειρήσεις στην ενδυνάμωση της

σχέσης με τους πελάτες του. Αρχικά η τηλεφωνία και το κέντρο κλήσεων λειτουργούσαν σαν σημείο επαφής για την λήψη παραγγελιών και την παροχή υπηρεσιών μετά την πώληση. Αργότερα τα κέντρα κλήσεων απέκτησαν ενεργό ρόλο στην υλοποίηση και προωθητικών ενεργειών. Με το Internet, η επικοινωνία με τον πελάτη απέκτησε πολυδιάστατη υφή προσφέροντας υποστήριξη σε όλο τον κύκλο της εμπορικής σχέσης. Σήμερα, τα ηλεκτρονικά μέσα πολλαπλασιάζονται με την ραγδαία εξάπλωση της κινητής τηλεφωνίας και την αναμενόμενη ανάπτυξη της διαδραστικής ψηφιακής τηλεόρασης .



Σχήμα : Χρήση ηλεκτρονικών μέσων για την επαφή με τους πελάτες

Για την επιχείρηση, η χρήση τέτοιων μέσων στην επαφή με τον πελάτη, σημαίνει αύξηση της διαθεσιμότητας της για προσφορά προϊόντων και υπηρεσιών, ευελιξία, και μείωση των καθυστερήσεων στην εξυπηρέτηση. Το σημαντικότερο πλεονέκτημα όμως της χρήσης ηλεκτρονικών καναλιών επικοινωνίας είναι η εμπειρία που αποκτούν τόσο οι επιχειρήσεις όσο και οι πελάτες τους στην υποκατάσταση της προσωπικής συναλλαγής. Για τις επιχειρήσεις αυτό σημαίνει κατάλληλη προσαρμογή και των διαδικασιών τους, ενώ για τους πελάτες τους διαμόρφωση διαφορετικής κουλτούρας στην αναζήτηση προμηθευτών και υπηρεσιών. Τα δύο αυτά στοιχεία είναι πολύ σημαντικά για την

προετοιμασία στην πορεία ωρίμανσης μιας αγοράς ηλεκτρονικού εμπορίου.

Στην Ελλάδα, η υιοθέτηση τουλάχιστον ενός ψηφιακού καναλιού επαφής με τον πελάτη, είναι γεγονός για την μεγαλύτερη πλειοψηφία των επιχειρήσεων. Μάλιστα τρεις στις δέκα επιχειρήσεις χρησιμοποιούν και τα τρία ηλεκτρονικά μέσα επαφής στην διαχείριση των σχέσεων τους με τους πελάτες τους. Το ποσοστό αυτό αγγίζει το 50% στην περίπτωση του κλάδου των υπηρεσιών.

Σχεδόν επτά στις δέκα έχουν κέντρα κλήσεων, ενώ στις υπηρεσίες το ποσοστό αυτό είναι εννιά στους δέκα.

Πέντε στους δέκα χρησιμοποιούν την κινητή τηλεφωνία, ενώ το 10% το προγραμματίζει. Στην βιομηχανία το ποσοστό χρήσης είναι 80%.

Τέσσερις στους δέκα χρησιμοποιούν υπολογιστή, ενώ το μέσο αυτό συγκεντρώνει το μεγαλύτερο ποσοστό προγραμματιζόμενης ανάπτυξης.

Οι υπηρεσίες πρωτοπορούν με ποσοστό χρήσης 60%.

Κίνητρα, εμπόδια και προοπτικές

Λόγοι υιοθέτησης Ηλεκτρονικού Εμπορίου

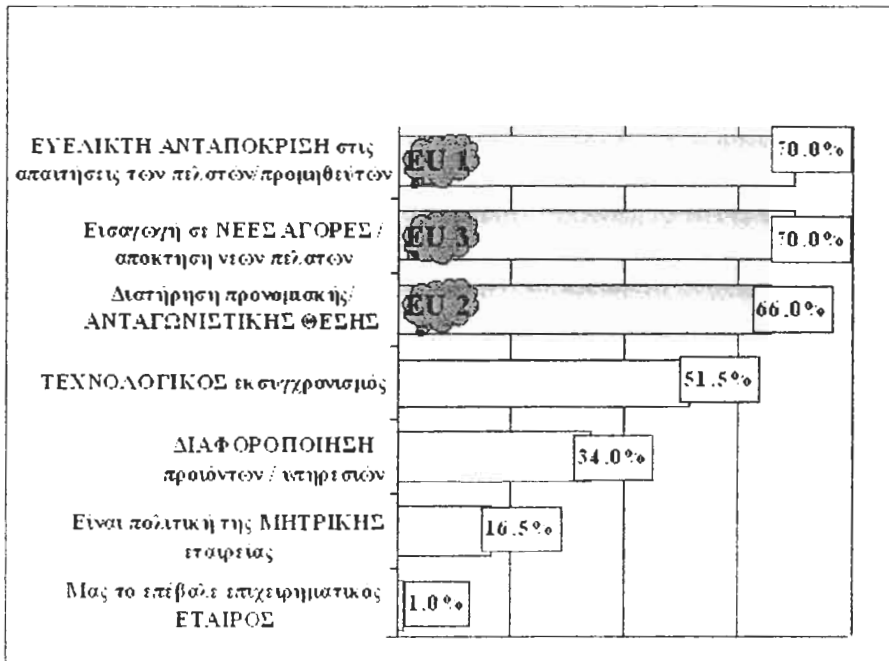
Τα κίνητρα υιοθέτησης ηλεκτρονικού εμπορίου από τις Ελληνικές επιχειρήσεις δεν παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές σε σχέση με αυτούς των Ευρωπαϊκών επιχειρήσεων.

Το συχνότερα αναφερόμενο κίνητρο για την υιοθέτηση του ηλεκτρονικού εμπορίου στις Ελληνικές επιχειρήσεις είναι η προσπάθεια των επιχειρήσεων να διατηρήσουν τις υφιστάμενες συνεργασίες τους, προσθέτοντας ευελιξία στον τρόπο που ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των σημερινών εταίρων τους. Αυτό συνιστά μάλλον μια τακτική (tactic) κίνηση των επιχειρήσεων παρά στρατηγική άποψη για το ηλεκτρονικό εμπόριο. Ο ίδιος λόγος παρουσιάζεται ως ο βασικότερος για την υιοθέτηση του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ευρώπη (ΕΙΤΟ).

Στρατηγικός είναι όμως ο δεύτερος σε συχνότητα λόγος υιοθέτησης του ηλεκτρονικού εμπορίου στις Ελληνικές επιχειρήσεις καθώς το 70% δήλωσε ότι το χρησιμοποιεί για να εισέλθει σε νέες αγορές (τρίτος σε συχνότητα λόγος στην Ευρώπη).

Σε ένα δυναμικό και ραγδαία εξελισσόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον, οι παράγοντες που διαμορφώνουν την ανταγωνιστικότητα αναπροσαρμόζονται με πολύ ταχύτερους ρυθμούς από ότι στο παρελθόν. Η συμβολή του ηλεκτρονικού εμπορίου στην διατήρηση και βελτίωση

της ανταγωνιστικής θέσης της εταιρείας παρουσιάζεται ως ο τρίτος σημαντικός λόγος στην Ελλάδα ενώ είναι ο δεύτερος στην Ευρώπη.



Σχήμα : Λόγοι υιοθέτησης του Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Λόγοι εσωτερικής ανασυγκρότησης σε διαδικασίες και προϊόντα/υπηρεσίες καταλαμβάνουν τις επόμενες δύο θέσεις στην Ελληνική έρευνα. Ο τεχνολογικός εκσυγχρονισμός μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου, τέταρτο σε συχνότητα κίνητρο, υποβάλλει μια αντίληψη ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο σχετίζεται και με εσωτερικές διαδικασίες και συστήματα, ενώ η διαφοροποίηση προϊόντων/υπηρεσιών σχετίζεται με χρήση ηλεκτρονικού εμπορίου για πρόσθετα ή προσωποποιημένα προϊόντα/υπηρεσίες.

Οφέλη από την υιοθέτηση

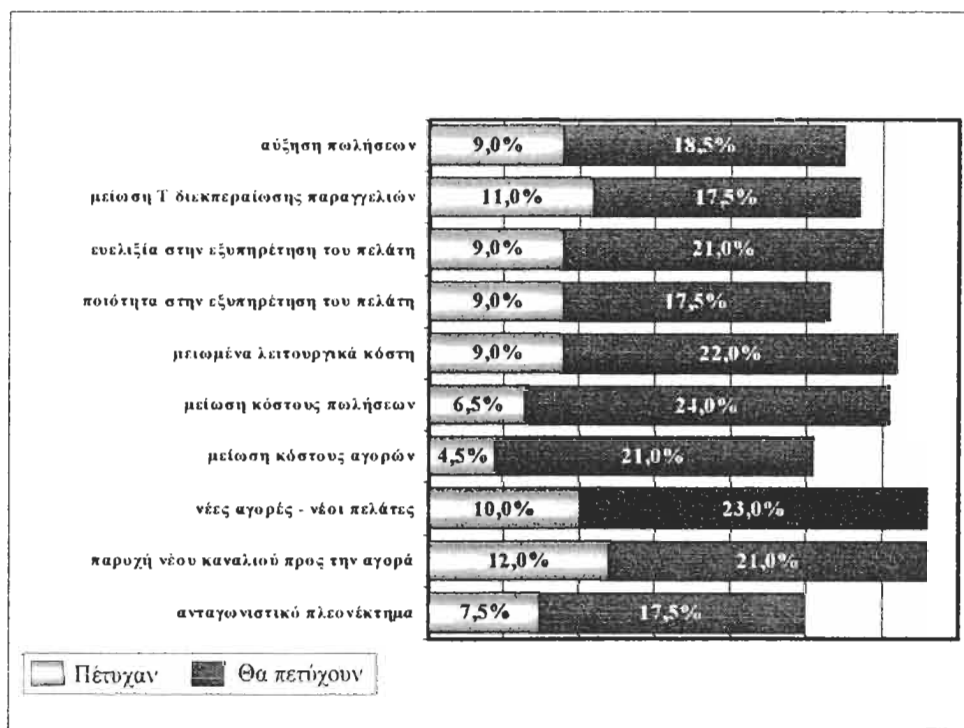
Η χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου για την μείωση του λειτουργικού κόστους δεν είναι το σημαντικότερο κίνητρο για την υιοθέτησή του σύμφωνα με την έρευνα του ΕΙΤΟ.

Διεθνώς το πιο σημαντικό όφελος από την χρήση ηλεκτρονικού εμπορίου θεωρείται η ποιότητα στις υπηρεσίες προς τον πελάτη, ακολουθούμενη από την δυνατότητα απόκτησης νέου καναλιού προς την αγορά, την ευελιξία στην εξυπηρέτηση του πελάτη, την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και το άνοιγμα σε νέες αγορές (EITO). Η μείωση κόστους ακολουθεί, στην έκτη θέση της ιεράρχησης οφελών από τις Ευρωπαϊκές επιχειρήσεις.

Μετρώντας τα ίδια οφέλη στο δείγμα της Ελληνικής έρευνας παρατηρείται ότι :

Συνολικά το ποσοστό που επιχειρήσεις παρατηρούν ήδη συγκεκριμένα οφέλη είναι αρκετά χαμηλό (σχεδόν σε καμιά περίπτωση δεν υπερβαίνει το 10% πραγματοποίησης σήμερα).

Παράλληλα υπάρχει μια συγκρατημένη αισιοδοξία καθώς κατά μέσο όρο δύο στους δέκα πιστεύουν ότι θα επιτύχουν στο μέλλον.



Σχήμα : Οφέλη από την χρήση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου (από αυτούς που ήδη το χρησιμοποιούν)

Τα στοιχεία αυτά αποτελούν τις πρώτες ενδείξεις καθώς το ηλεκτρονικό εμπόριο βρίσκεται ακόμη στα αρχικά στάδια υιοθέτησης από τις Ελληνικές επιχειρήσεις, όπως προκύπτει και από τις απαντήσεις στο ερώτημα του πότε αναμένουν ότι θα γίνει απαραίτητο στον κλάδο τους. Οι επιχειρήσεις του δείγματος αναγνώρισαν οφέλη σε όλες τις κατηγορίες που υποδεικνύονται από τις αντίστοιχες διεθνείς έρευνες (EITO).

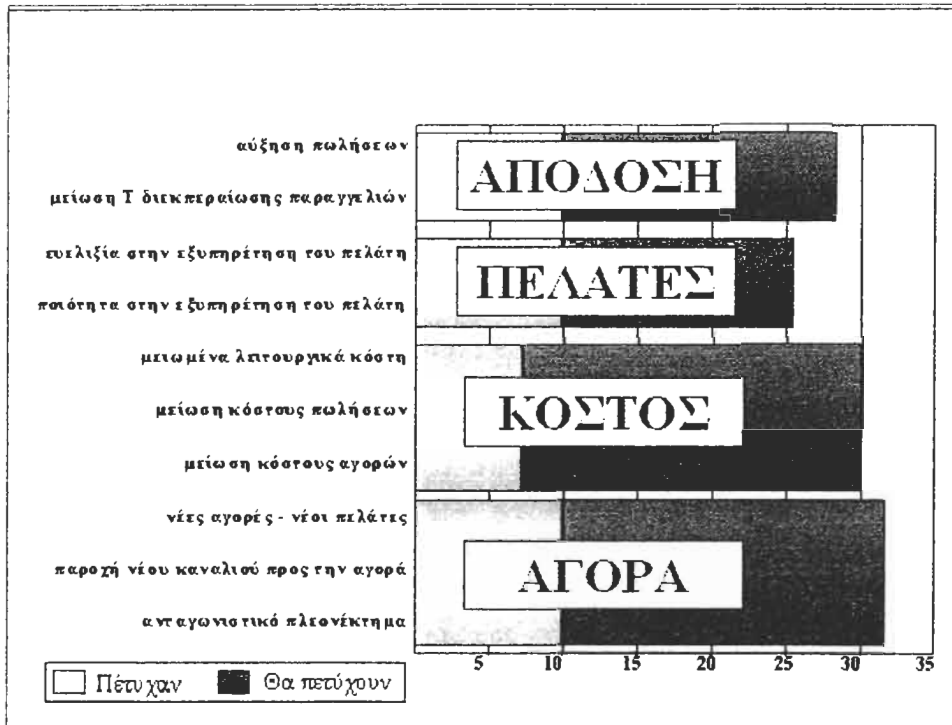
Τα οφέλη που προτάσσονται παραπέμπουν σε αρκετά διαφορετικές οπτικές σχετικά με την φύση της συμβολής του ηλεκτρονικού εμπορίου στην επιχειρηματικότητα .

Μια κατηγορία οφελών αφορούν στην μείωση διαφόρων παραγόντων κόστους (λειτουργιών, πωλήσεων, αγορών) κυρίως μέσω της κατάργησης ενδιάμεσων και την μεταφορά κόστους στον πελάτη ή στον προμηθευτή (π.χ. διαμόρφωση παραγγελίας ή διαρκής αναπλήρωση αποθεμάτων).

Μια άλλη κατηγορία οφέλους προέρχεται από την ενίσχυση των πρακτικών στην εξυπηρέτηση του πελάτη (ποιότητα μέσω γρήγορης και αξιόπιστης εξυπηρέτησης, πρόσθετες υπηρεσίες πληροφόρησης, πολλαπλά κανάλια, ευελιξία μέσω προσωποποίησης υπηρεσιών και πολλαπλά κανάλια).

Η τρίτη κατηγορία οφελών αφορά στην επιχειρηματική απόδοση (αύξηση πωλήσεων, μείωση χρόνου διεκπεραίωσης διαδικασιών αν αυτές γίνονται ηλεκτρονικά, π.χ. πωλήσεις).

Τέλος, οφέλη απορρέουν από την βελτίωση της θέσης της επιχείρησης στην αγορά (εύρεση νέων πελατών, προμηθευτών, πολλαπλοί τρόποι πρόσβασης στην επιχείρηση που ενδυναμώνουν τις σχέσεις με τους εταίρους της, βελτίωση της ανταγωνιστικής της θέσης μέσω της διαφοροποίησης των προϊόντων/υπηρεσιών).



Σχήμα : Εστίαση των οφελών από την χρήση Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Ομαδοποιώντας τα οφέλη που πραγματοποιήθηκαν / αναμένονται από τις επιχειρήσεις του δείγματος, παρατηρούμε ότι η κατηγορία οφελών στην οποία συναινούν συγκριτικά περισσότερα στελέχη, είναι αυτά που αφορούν την *βελτίωση της θέσης της επιχείρησης στην αγορά*. Οι Ελληνικές επιχειρήσεις, σε αντιστοιχία με αυτές στην Ευρώπη δίνουν περισσότερη βαρύτητα στο ηλεκτρονικό εμπόριο σαν στρατηγικό εργαλείο επιχειρηματικότητας.

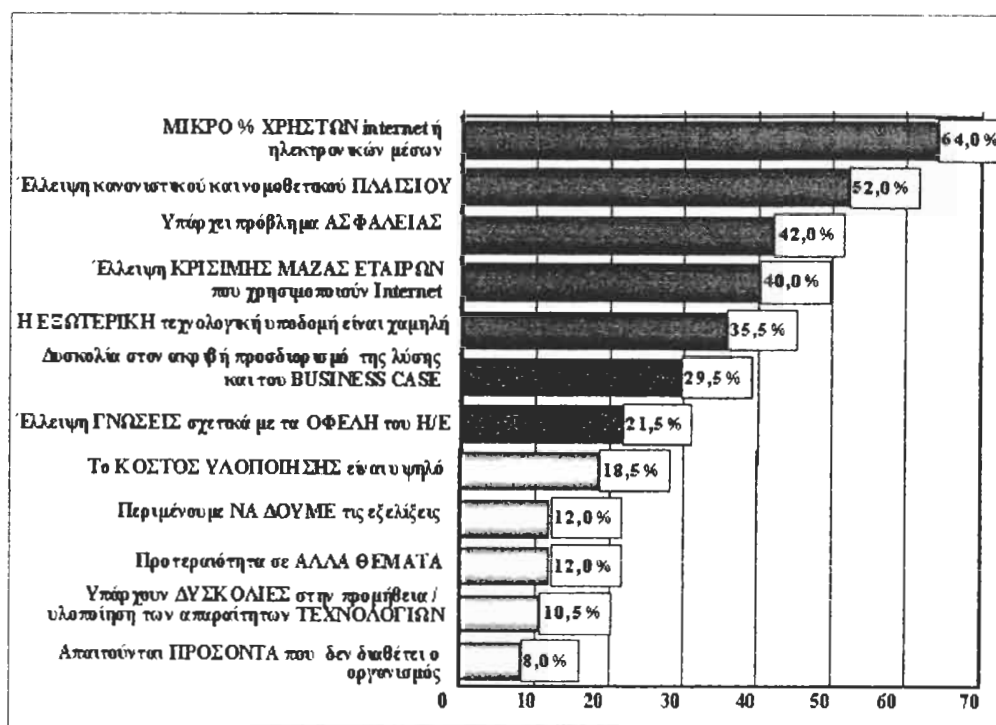
Εμπόδια στην εφαρμογή Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Στην Ευρώπη, τα μεγαλύτερα εμπόδια στην ευρύτερη υιοθέτηση του ηλεκτρονικού εμπορίου αφορούν στην εδραίωση της εμπιστοσύνης των χρηστών, στην ασφάλεια του μέσου, και στην έλλειψη ιδιαίτερου ενθουσιασμού από μέρος των επιχειρήσεων που τηρούν μια στάση αναμονής (“περιμένουμε να δούμε τις εξελίξεις”).

Στην Ελλάδα το μεγαλύτερο εμπόδιο για το ηλεκτρονικό εμπόριο, σύμφωνα με τις επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα, είναι το μικρό ποσοστό χρηστών σε σχέση με τον συνολικό πληθυσμό (5% στοιχεία OTENET, στα μέσα του 2000). Αυτό θεωρείται αναμενόμενο

καθώς το ποσοστό κατατάσσεται στα χαμηλότερα της Ευρώπης. Επιπλέον, η έλλειψη νομοθετικού πλαισίου (για ηλεκτρονικό εμπόριο, ψηφιακές υπογραφές) που να διέπει τις ηλεκτρονικές συναλλαγές είναι ο δεύτερος σε συχνότητα παράγων που επικαλούνται οι επιχειρήσεις (μία στις δύο). Η ασφάλεια έπεται σαν τρίτο σε σημασία εμπόδιο. Η απουσία “ηλεκτρονικής κοινότητας” επεκτείνεται σαν πρόβλημα στους σημερινούς ή πιθανούς εταίρους των επιχειρήσεων (τέταρτο σε συχνότητα εμπόδιο).

Είναι χαρακτηριστικό ότι τα εμπόδια που αφορούν θεσμικά και διαρθρωτικά θέματα καταλαμβάνουν τις τέσσερις πρώτες θέσεις της ιεραρχίας, ενώ έπονται τα εμπόδια που αφορούν την ίδια την επιχείρηση. Από αυτά, πρώτο έρχεται η έλλειψη τεχνολογικής ετοιμότητας σε ότι αφορά την εσωτερική πληροφοριακή υποδομή της επιχείρησης. Μια θετική ένδειξη για το μέλλον αποτελεί το γεγονός ότι οι επενδύσεις σε τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών στην Ελλάδα (12% σύμφωνα με το ΕΙΤΟ) τα τελευταία δύο χρόνια είναι τριπλάσιες του ρυθμού ανάπτυξης.

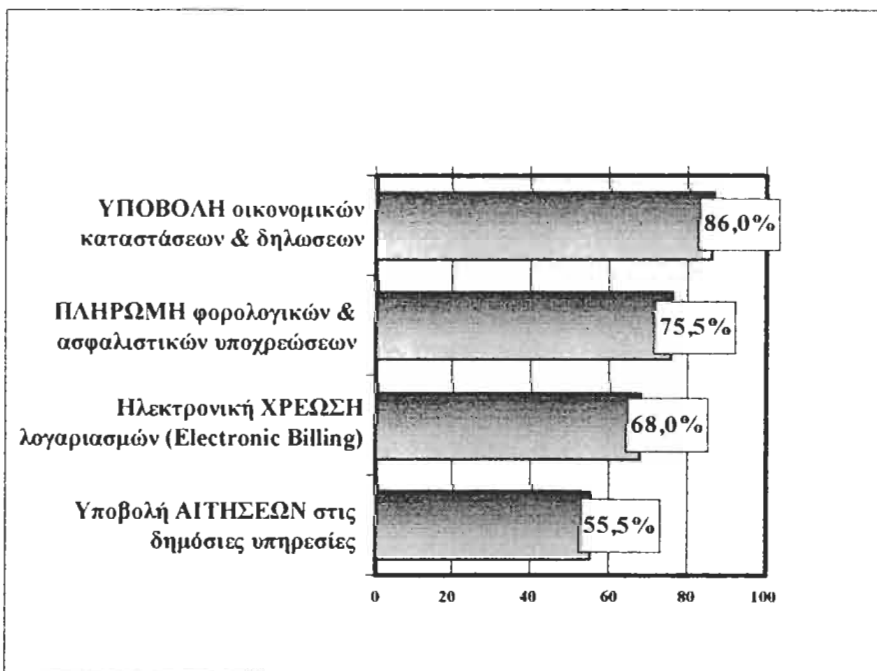


Σχήμα: Εμπόδια στην χρήση εφαρμογών Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Τα ποσοστά αφορούν στο σύνολο των απαντήσεων στην έρευνα, ανεξάρτητα από το αν η επιχείρηση έχει υιοθετήσει ηλεκτρονικό εμπόριο, αλλά και σε περίπτωση που διαχωρίσουμε το δείγμα σε αυτούς που ήδη το χρησιμοποιούν και σε αυτούς που δεν το χρησιμοποιούν δεν παρουσιάζεται καμία σημαντική ανακατάταξη.

Απαιτούμενες δημόσιες ηλεκτρονικές υπηρεσίες

Η προοπτική του δημόσιου τομέα να κινηθεί προς λύσεις ηλεκτρονικού εμπορίου, δεν αφήνει ασυγκίνητες τις Ελληνικές επιχειρήσεις. Η μείωση του χρόνου, η αύξηση στη διαφάνεια και η λειτουργική απλοποίηση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών έχουν την δυνατότητα να μεταμορφώσουν το επίπεδο των υπηρεσιών που παρέχονται σε ιδιώτες και επιχειρήσεις.



Σχήμα : Απαιτούμενες on-line δημόσιες υπηρεσίες

Πολύ θετικά αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις την ηλεκτρονική υποβολή δηλώσεων και άλλων στοιχείων (σχεδόν εννιά στους δέκα) ενώ ιδιαίτερα ελκυστική είναι και η προοπτική της οικονομικής ολοκλήρωσης της

συναλλαγής (πληρωμή φόρων, συνδρομητικές υπηρεσίες, ασφαλιστικές εισφορές) .

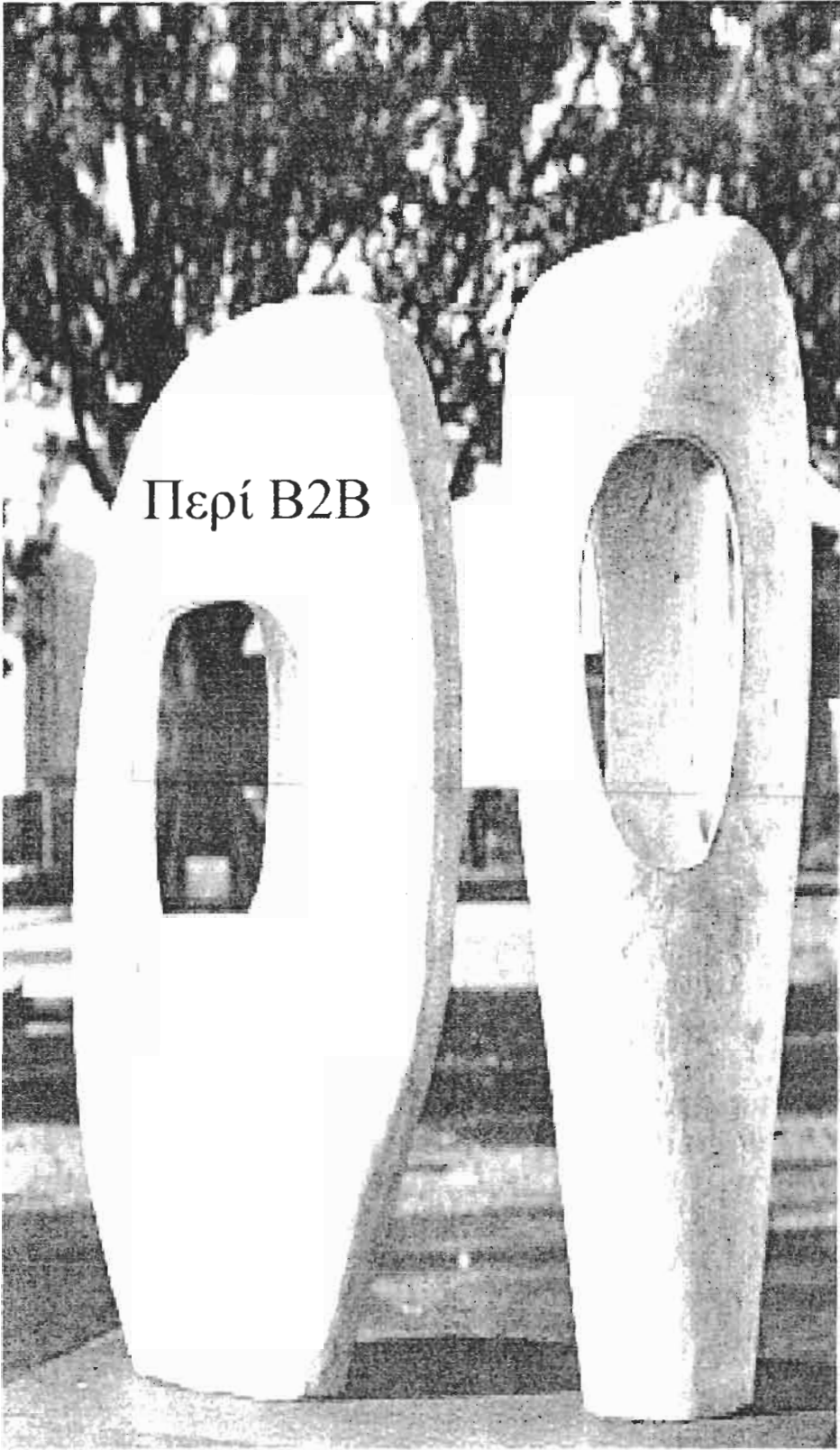
Πηγή:

**“ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ
(*eBusiness*) ΣΤΙΣ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ”**

Γεώργιος Δουκίδης, Αγγελική Πουλυμενάκου,
Θεόδωρος Μότσιος, Νικόλαος Γεωργόπουλος

Ερευνητικό Κέντρο Ηλεκτρονικού Εμπορίου eLTRUN
(www.heltrun.aueb.gr)

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών



Περί Β2Β



B2B (Business-to-business)

Μια B2B ηλεκτρονική αγορά αποτελεί μια ιδεατή INTERNET αγορά, στην οποία πραγματοποιούνται συναλλαγές μεταξύ εταιρικών αγοραστών και προμηθευτών.

Μία B2B ηλεκτρονική αγορά συνδέει διάφορους εταιρικούς αγοραστές και προμηθευτές επιτρέποντας τους να συναλλάσσονται αγαθά, υπηρεσίες και πληροφορία σε σταθερά ή δυναμικά διαμορφωμένες τιμές. Σήμερα υπάρχουν περισσότερες από 100 διαφορετικές, ειδικών κλάδων (κάθετες), B2B ηλεκτρονικές αγορές και ο αριθμός τους συνεχώς αυξάνεται με σταθερό ρυθμό. Παρά ταύτα ακόμη και οι πιο επιτυχημένες B2B ηλεκτρονικές αγορές παραμένουν άγνωστες στο ευρύ κοινό παρά το γεγονός ότι είναι πασίγνωστες στους αγοραστές και τους προμηθευτές των κάθετων αυτών κλάδων.



cosmoONE

Η **cosmoONE** σήμερα παρέχει όλες τις απαιτούμενες υπηρεσίες για την πλήρη χρήση και λειτουργία μιας Ηλεκτρονικής Αγοράς και τη διενέργεια ολοκληρωμένων επιχειρηματικών συναλλαγών (Business to Business e-commerce). Συνοπτικά, οι υπηρεσίες που παρέχει η **cosmoONE** είναι:

- **Ηλεκτρονική Αγορά:** Μέσα από την Ηλεκτρονική Αγορά παρέχεται η δυνατότητα σύνδεσης κάθε εταιρίας-Αγοραστή του ιδιωτικού ή δημοσίου τομέα με το σύνολο των εταιριών-Προμηθευτών που συμμετέχουν στην Ηλεκτρονική Αγορά για τη μεταξύ τους διενέργεια εμπορικών συναλλαγών
- **Δημιουργία Ηλεκτρονικών Καταλόγων και Διαχείριση Περιεχομένου:** Τα προϊόντα των ηλεκτρονικών καταλόγων περιγράφονται πλήρως, τόσο με κείμενο όσο και με τη χρήση πολυμέσων (εικόνες, video κλπ). Οι προδιαγραφές των ηλεκτρονικών καταλόγων στηρίζονται

στην πλέον αποδεκτή κωδικοποίηση που ακολουθείται διεθνώς (UN/SPSC των Ηνωμένων Εθνών).

☛ **e-Procurement:** Με τη χρήση της εφαρμογής των Ηλεκτρονικών Προμηθειών, αυτοματοποιούνται πλήρως - μέσω του Διαδικτύου - όλες οι διαδικασίες της "αλυσίδας" προμηθείας.

☛ **Παροχή Υποστήριξης για την Ανάλυση Ροής Εργασίας:** Η εφαρμογή αυτή απεικονίζει πλήρως τη διαδικασία εγκρίσεων των παραγγελιών στο εσωτερικό της εταιρίας, ώστε η αίτηση παραγγελίας να κατευθύνεται αυτόματα στους διαδοχικούς παραλήπτες. Επίσης, επιτρέπει την κατανομή του κόστους των προϊόντων σε διαφορετικά κέντρα κόστους της εταιρίας (όταν αυτό κρίνεται σκόπιμο), παρέχει πληροφορίες και λεπτομέρειες για την αποστολή και τιμολόγηση. Επιπρόσθετα, παρακολουθεί τη διαδικασία εκτέλεσης της παραγγελίας, την παραλαβή της κλπ.

☛ **Σύνδεση με ERP συστήματα.** Η εφαρμογή Ηλεκτρονικών Προμηθειών της cosmoONE είναι συμβατή με όλα τα ERP συστήματα (Ελληνικά και Διεθνή) που υπάρχουν στην αγορά. Το γεγονός αυτό, επιτρέπει τη συγκέντρωση παραγγελιών και πληροφοριών ακόμα και στις επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν παραπάνω από ένα λογισμικά και την απευθείας ενημέρωση των πληροφοριακών συστημάτων, αποφεύγοντας τη διπλοκαταχώρηση των στοιχείων.

☛ **Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες:** Η cosmoONE είναι η πρώτη εταιρία στην Ελλάδα που προσφέρει Υπηρεσίες Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών αποκλειστικά για επιχειρήσεις. Πρόκειται για μία υπηρεσία που παρέχεται σε κάθε είδους εταιρίες και περιλαμβάνει μειοδοτικές και πλειοδοτικές δημοπρασίες με διάφορα σενάρια (Dutch auction, Yankee auction, English auction, open bid auction, sealed bids auction κ.λπ.). Οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες δημιουργούνται σε ελάχιστο χρόνο, απευθύνονται στην τοπική και στη διεθνή αγορά, και τα μέχρι τώρα αποτελέσματα δείχνουν οικονομίες της τάξης του 10-15%. Κάθε στιγμή που ο αγοραστής που θέλει

είτε να αγοράσει προϊόντα στη χαμηλότερη δυνατή τιμή ή να πωλήσει προϊόντα, να εκποιήσει το stock της κα, μπορεί να απευθυνθεί στην cosmoONE, η οποία θα αναλάβει να σχεδιάσει και να διοργανώσει την Ηλεκτρονική Δημοπρασία με τέτοιο τρόπο, ώστε να ανταποκρίνεται απόλυτα στις συγκεκριμένες ανάγκες της εταιρίας και στις συνθήκες της αγοράς.

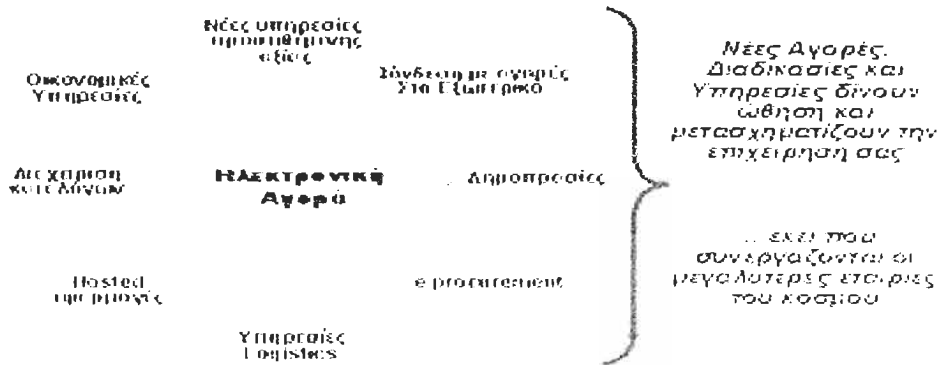
☛ **Εκπαίδευση:** Η cosmoONE αναλαμβάνει την εκπαίδευση των επιχειρήσεων για όλες τις υπηρεσίες που παρέχει. Η εκπαίδευση γίνεται από εξειδικευμένο προσωπικό και με όλα τα σύγχρονα μέσα που απαιτούνται.

☛ **Ασφάλεια:** Η cosmoONE έχει δημιουργήσει ένα απολύτως ασφαλές περιβάλλον για τις εμπορικές συναλλαγές μέσω του διαδικτύου, τόσο για την προστασία των δεδομένων που σχετίζονται με την επιχείρηση, τις λεπτομέρειες των παραγγελιών κοκ, όσο και για την προστασία των στοιχείων που αφορούν στα user ids, στα passwords κτλ. Τα μέτρα ασφαλείας στηρίζονται σε αυτά που παρέχει - ως μέρος των εφαρμογών - το λογισμικό της Commerce One, αλλά και σε συμπληρωματικά που έχουν εφαρμοσθεί από την cosmoONE για την προστασία του συνόλου της εγκατάστασης και των δεδομένων.

☛ **Δυνατότητα δημιουργίας "κάθετων" Ηλεκτρονικών Αγορών:** Η cosmoONE παρέχει ειδικά πακέτα λογισμικού και συγκεκριμένη μεθοδολογία βάσει των οποίων μπορεί να δημιουργηθεί εύκολα και το κυριότερο με μικρό κόστος, μια ανεξάρτητη Ηλεκτρονική Αγορά για συγκεκριμένες απαιτήσεις και επιχειρηματικές ανάγκες που υπάρχουν στους διάφορους εξειδικευμένους κλάδους της αγοράς, όπως για παράδειγμα ο Ευρύτερος Δημόσιος Τομέας, η Βιομηχανία, η Υγεία, οι Κατασκευές κοκ.

☛ **Υπηρεσίες & Προϊόντα Υψηλής Προστιθέμενης Αξίας.** Ενδεικτικά αναφέρονται η δυνατότητα προσαρμογής των καταλόγων ανά πελάτη, υπηρεσίες προώθησης προϊόντων - marketing σύμφωνα με τις απαιτήσεις της κάθε επιχείρησης κα. Ακόμη, η cosmoONE σύντομα θα παρέχει Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες και υπηρεσίες Logistics.

Πρόσβαση στο Παγκόσμιο Εμπορικό Δίκτυο, Global Trading Web: Οι επιχειρήσεις, αποκλειστικά μέσω της ηλεκτρονικής αγοράς της cosmoONE, μπορούν να έχουν εμπορικές συναλλαγές και με εταιρίες εκτός επικράτειας. Με τον τρόπο αυτό, είναι σε θέση να αυξήσουν σημαντικά τον όγκο των πωλήσεών τους, να διαφημίσουν άμεσα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους υπό μορφή ηλεκτρονικών καταλόγων με κοινά - παγκόσμια αποδεκτά - χαρακτηριστικά ή να προμηθευτούν προϊόντα και υπηρεσίες από μια αγορά του εξωτερικού. Η υπηρεσία αυτή θα είναι σύντομα διαθέσιμη στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην ελληνική αγορά.



Οι τέσσερις φάσεις των e-marketplaces

Φάση πρώτη: Βασικές Ανταλλαγές αγαθών και e-marketplaces

Αυτά είναι e-marketplaces που στρέφονται στην αγορά, πώληση, και σε εμπορικές συναλλαγές προϊόντων και υπηρεσιών. Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που καλύτερα ταιριάζουν σε αυτή η κατηγορία περιλαμβάνουν τα προϊόντα/τις υπηρεσίες που μπορούν να επιτύχουν ένα τυποποιημένο επίπεδο τιμολόγησης και που έχουν τα ώριμα

διεθνοποιημένα συστήματα παροχής διανομής και υπηρεσιών προϊόντων σε ισχύ.

Φάση Δεύτερη: Value-Added E-Marketplaces

Αυτά τα marketplaces παρέχουν τις value-added υπηρεσίες για να υποστηρίξουν τους πελάτες τους με τις υπηρεσίες υποστήριξης συναλλαγής, καθώς επίσης και να επιτρέψουν την προσαρμοσμένη στις ανάγκες του πελάτη δημιουργία των προσαρμοσμένων προϊόντων και των υπηρεσιών. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω είτε της προσαρμοσμένης διαμόρφωσης του παραδοθέντος προϊόντος είτε των υπηρεσιών ή/και η υβριδική ένταξη των προϊόντων και των υπηρεσιών σε νέα αξιολόγηση η οποία μεταφέρεται στον πελάτη με τη μορφή εκτιμήσεως μέσω της σύγκρισης συνδυασμένων προϊόντων και τις προσφορές υπηρεσιών στη λύση συνήθειας. Αυτός ο τύπος νέας δημιουργίας αξίας μέσω ενός συνδυασμού ψηφιακών και φυσικών συστημάτων παράδοσης αξίας είναι τώρα πιο δυνατός απ'ό,τι στην οικονομία προ-Διαδίκτυου. Οι value-added υπηρεσίες έρχονται επίσης υπό μορφή υπηρεσιών που διευκολύνουν τη συναλλαγή όπως η οικονομική «τακτοποίηση», η ασφάλεια, η αποθήκευση, και οι διοικητικές μέριμνες.

Φάση τρίτη : Παγκόσμιο δίκτυο γνώσης

Το Διαδίκτυο προκύπτει ως κεντρικό σημείο για την επικοινωνία και τη συνεργασία των εργαζομένων γνώσης από σε όλο τον κόσμο. Η ανάπτυξη και η διαθεσιμότητα των εργαλείων γνώσης για τους εργαζομένους γνώσης δημιουργούν τις δομικές μονάδες για τις παγκόσμιες ανταλλαγές γνώσης και το παγκόσμιο δίκτυο γνώσης να γίνουν μια πραγματικότητα. Η σύλληψη και η χρήση των πληροφοριών που διατρέχει της αλυσίδας αξίας οποιασδήποτε βιομηχανίας είναι ένα κρίσιμο συστατικό επιτυχώς να λύσουν τα βιομηχανικά προβλήματα με τη δημιουργία των νέων προτάσεων.

Φάση τέταρτη : Οι παγκόσμιες αγορές δικτύων εμπιστοσύνης

Τα e-marketplaces θα παράσχουν ένα σημείο ολοκλήρωσης για τη επιχειρησιακή διαδικασία, τους ανθρώπους, και την τεχνολογία, καθώς

επίσης και τα προϊόντα και τις υπηρεσίες. Αυτά τα δίκτυα εμπιστοσύνης ενώνονται να υποστηρίξουν τις αλυσίδες αξίας βιομηχανίας. Η τέταρτη φάση των e-marketplaces θα παράσχει έναν συνδυασμό διαλειτουργικότητας και καλά δομημένων σχέσεων εμπιστοσύνης όπου θα ενδυναμωθεί η προσπάθεια για μία νέα παγκόσμια καινοτομία. Τα δίκτυα εμπιστοσύνης αξίας θα «υφάνουν» τις επιχειρήσεις, τις αγορές, και τα άτομα μαζί στις εξουσιοδοτημένες και παραγωγικές ψηφιακές ομάδες εργασίας. Αυτοί εκτιμούν ότι τα δίκτυα εμπιστοσύνης θα είναι η νέα πλατφόρμα επιχειρηματικότητας για τον εικοστό πρώτο αιώνα.



Τα οφέλη των B2B αγορών

Ιστορικά, οι αγοραστές και οι πωλητές «υποφέρουν» από τον υψηλό βαθμό τεμαχισμού και αδύνατης ροής πληροφοριών. Οι απαραίτητες προσπάθειες πρόσβασης και πωλήσεων ήταν δαπανηρός. Πωλητές και αγοραστές που εκμεταλλεύονται την ευκαιρία προσφερθείσα από B2B αποκομίζουν σημαντικά οφέλη από τις σε απευθείας σύνδεση αγορές.

Οφέλη για τον πωλητή

Οι πωλητές μπορούν να χαμηλώσουν τις δαπάνες δικτύων και έρευνας πώλησης και να προσελκύσουν νέους πελάτες μέσω του B2B e-commerce. Οι αγορές επεκτείνουν την προσιτότητα επιπλέον με τη δημιουργία και τη στενή συνεργασία μεταξύ των εμπορικών εταιρών σε ένα ασφαλές περιβάλλον, που σφίγγουν τη σχέση μεταξύ του προμηθευτή και του αγοραστή, που προωθούν στην ανακάλυψη τιμών. Οι βάσεις ανεφοδιασμού μπορούν να ανταγωνιστούν για την νέα επιχείρηση βασισμένη στις τρέχουσες ικανότητες και τις αποδοτικότητες ρυθμοαπόδοσής τους.

Οφέλη για τον αγοραστή

Οι αγοραστές μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις B2B αγορές για να μειώσουν τις άμεσες και έμμεσες δαπάνες αλυσίδων ανεφοδιασμού, χρησιμοποιώντας τις προηγμένες μηχανές αναζήτησης για να βρουν τους καταρτισμένους νέους προμηθευτές. Επιπλέον, οι αγοραστές μπορούν να εκμεταλλευθούν τα δυναμικά πρότυπα όπως οι δημοπρασίες για πιο

αποδοτική πρόσβαση στην αγορά. Τα νέα εργαλεία για τις διοικητικές μέριμνες, την πληρωμή, και το φόρο δημιουργούν τις ευκαιρίες για την οικοδόμηση της διαφάνειας στην αλυσίδα ανεφοδιασμού, μειώνουν τις δαπάνες διοικητικών μεριμνών και βελτιώνουν τη γενική απόδοση των διαδικασιών κατασκευής και προμήθειας, επιστρέφοντας 15 έως 27 τοις εκατό πίσω στην επιχείρηση τις μειωμένες δαπάνες.

Οφέλη από τα ψηφιακά Marketplaces		
Για τον πωλητή	Για τον Market Host	Για τον αγοραστή
<ul style="list-style-type: none"> • Παρέχει διεύρυνση των καναλιών διανομής προς τους πελάτες • Παρέχει καλύτερη εξυπηρέτηση στους πελάτες μέσω της online επικοινωνίας τους. • Παρέχει μια πιο ολοκληρωμένη περιγραφή του προϊόντος στον πελάτη. • Αυτοματοποιείται ο τρόπος παραγγελίας. • Μειώνονται τα κόστη λειτουργίας της εταιρείας. 	<ul style="list-style-type: none"> • Αυξάνονται τα επίπεδα εξυπηρέτησης των πελατών. • Ισχυροποιείται ο πόλος τους στην διαδικασία του εμπορίου. • Παρέχει πρόσβαση στην κατάλληλη πληροφορία και προμηθευτές. 	<ul style="list-style-type: none"> • Μειώνει τα κόστη και τα ρίσκα. • Παρέχει πρόσβαση στην κατάλληλη πληροφορία και τους προμηθευτές. • Χρησιμοποιεί ειδικούς σε κάθε λειτουργία του.



Τα μοντέλα της νέας ψηφιακής αγοράς

Υπάρχουν τριών ειδών marketplaces κατηγοροποιημένα ανάλογα με τις λύσεις που προσφέρουν κάθε φορά στους αγοραστές και τους πωλητές: τα procurement marketplaces, τα vertical marketplaces, και τα ebusiness marketplaces.

Procurement Marketplaces

Οι αγορές προμήθειας φιλοξενούν, κυρίως, τους αγοραστές. Βελτιώνουν την ομάδα που αγοράζει εξουσιοδοτώντας τα ανεξάρτητες τμήματα, τους συνεργάτες, ή τις επιχειρήσεις να διατηρήσουν τις ανεξάρτητες διαδικασίες αγοράς και τις σχέσεις προμηθευτών. Οι βασικοί στόχοι για την αγορά αυτή περιλαμβάνουν σε παγκόσμια κλίμακα 2000 επιχειρήσεις με πολλαπλάσια αυτόνομα τμήματα, προνόμια, εμπορικές ενώσεις, και κοινοπραξίες αγοράς.

Vertical Marketplaces

Οι κάθετες αγορές είναι, ίσως, το ευρύτετα κατανοητό παράδειγμα των νέων ψηφιακών προτύπων αγορών. Εστιάζουν γενικά σε μια ενιαία βιομηχανία που υφίσταται μια κρίσιμη ανεπάρκεια στη διανομή ή τις πωλήσεις. Χρησιμοποιούν την αγορά ως στρατηγική για να φέρουν τους αγοραστές και τους πωλητές σε επαφή. Ανάλογα με τη βιομηχανία ή την αγορά, είτε αυτοματοποιούν τους υπάρχοντες διαύλους διανομής είτε σπάζουν εκείνα τα κανάλια με τη δημιουργία των νέων ανταλλαγών. Αναπτύσσονται στις τεμαχισμένες αγορές που στερούνται τους κυρίαρχους προμηθευτές ή τους αγοραστές. Με την εκμετάλλευση ενός συνδυασμού τεχνολογίας και βαθιάς πείρας σε μια ιδιαίτερη βιομηχανία, μπορούν να αποβάλουν συγκεκριμένα προβλήματα, όπως τα επίπεδα καταλόγων, πρόβλεψη, ή διοικητικές μέριμνες, και για τους αγοραστές και για τους πωλητές.

Ebusiness Portals

Οι πύλες ηλεκτρονικού εμπορίου, μερικές φορές καλούμενες ως οριζόντιες αγορές, φιλοξενούνται από τρίτους και παρέχουν online υπηρεσίες αγοράς και πώλησης σε ένα σύνολο προσδιορισμένων πελατών. Τυπικά, ο στόχος του portal provider είναι να επεκτείνει την ταυτότητα εμπορικών σημάτων τους στο Διαδίκτυο και να κεφαλαιοποιήσει στις νέες παραγωγικές ευκαιρίες. Εκεί μπορούν να βρουν άφθονες επιχειρησιακές σχέσεις και ευκαιρίες για να αποκτήσει η επιχείρησή τη κατάλληλη φήμη ή για να τοποθετήσουν την εταιρεία τους ως οικονομικό πράκτορα και να εμπιστευτούν σε τρίτους τη προοπτική τους σε αυτές τις αυξανόμενες σε απευθείας σύνδεση αγορές. Τα ebusiness portals φιλοξενούν συχνά τους μεγάλους χρηματοδοτικούς οργανισμούς, τις επιχειρήσεις τηλεπικοινωνιών και τους φορείς παροχής υπηρεσιών εμπορίου. Παρέχουν τα οικονομικά και λειτουργικά on-line οφέλη αγοράς και πώλησης σε μια συγκεκριμένη βάση πελατών.



Τα e-marketplaces παρέχουν τη διαφάνεια

Οι e-αγορές παρέχουν τα πολλαπλάσια επίπεδα διαφάνειας στους αγοραστές και τους προμηθευτές. Όταν άνθρωποι συζητούν για τη διαφάνεια που το Διαδίκτυο παρέχει, στρέφονται συνήθως στα οφέλη διαφάνειας αγοραστών, και υπάρχουν πολλά. Αλλά το Διαδίκτυο επιτρέπει τη διαφάνεια για όχι μόνο τους αγοραστές αλλά για τους προμηθευτές. Παρακάτω είναι μια σύντομη έκθεση των προσφερόμενων διαφανειών αγοραστών και προμηθευτών.

Οφέλη διαφάνειας αγοραστών.

Οι αγοραστές λαμβάνουν πολλά οφέλη από τη διαφάνεια στις αγορές Διαδικτύου και στα e-marketplaces. Αυτά τα οφέλη περιλαμβάνουν τη διαφάνεια τιμών, η οποία παρέχει τη δυνατότητα να συγκριθούν οι τιμές από πολλαπλάσιους προμηθευτές. Αυτό μπορεί επίσης να προκαλέσει την εμπορευσιμότητα των προϊόντων ενός προμηθευτή εάν η τιμή είναι το μόνο σημείο εκτίμησης. Η διαφάνεια της ποιότητας, της υπηρεσίας

μεταπώλησης, και της φήμης πρέπει επίσης να είναι στην απόφαση αγοράς προκειμένου να παραχθεί μια ποιοτικότερη διαδικασία. Η διαφάνεια διαθεσιμότητας παρέχει τη διαφάνεια στη θέση και τον κατάλογο των προϊόντων. Περαιτέρω, οι αγοραστές κερδίζουν τον καλύτερο έλεγχο πέρα από τις διαδικασίες προμήθειάς τους.

Οφέλη διαφάνειας προμηθευτών

Οι προμηθευτές αποκομίζουν επίσης τα οφέλη από αυτήν την διαφάνεια. Οι προμηθευτές ωφελούνται από τη συμμετοχή σε έναν διευρυμένο αριθμό αγορών που επεκτείνουν τα σημεία διανομής τους και παρέχουν μεγαλύτερη διαφάνεια αγοράς. Οι προμηθευτές μπορούν επίσης να κερδίσουν τη διαφάνεια στη συμπεριφορά αγοραστών και τους μεγαλύτερους δείκτες πρόβλεψης απαίτησης, καθώς επίσης και την ανταγωνιστική ανάλυση προϊόντων και αγοράς. Οι προμηθευτές κερδίζουν επίσης μια πιο προβλέψιμη διαδικασία προγραμματισμού παραγωγής, η δυνατότητα να επιτευχθούν και να προσαρμοστούν οι προωθήσεις για τους αγοραστές, και τις χαμηλότερες δαπάνες επεξεργασίας διαταγής.

Επιγραμματικά για να επιτύχει ένα e-Marketplace θα πρέπει να:

- Είναι ανοιχτό σε όλους τους αγοραστές και πωλητές.
- Να «ταιριάζει» τους σωστούς αγοραστές με τους σωστούς πωλητές.
- Να παρέχει περιεχόμενο, το οποίο αποτυπώνει επακριβώς τα χαρακτηριστικά των προϊόντων και υπηρεσιών.
- Να υποστηρίζει όλων των ειδών τις συναλλαγές.
- Να παρέχει επιχειρηματικές πρακτικές και υπηρεσίες, οι οποίες θα προσαρμόζονται στις εκάστοτε ανάγκες των πελατών και της αγοράς.
- Να διατηρήσει την τεχνολογική υποδομή η οποία θα επιτρέπει στις εταιρείες να επικοινωνούν με οποιοδήποτε, οπουδήποτε, κάθε στιγμή.

Links

■ www.cosmo-one.gr : Η cosmoONE Hellas MarketSite A.E είναι η πρώτη εταιρία στην Ελλάδα που προωθεί εφαρμογές και υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου - όπως εφαρμογή ηλεκτρονικών προμηθειών, δημοπρασίες κλπ - έχοντας ήδη δημιουργήσει μία Ηλεκτρονική Αγορά (Marketplace) αποκλειστικά για συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων (Business to Business). Η εταιρία συστάθηκε τον Ιούνιο του 2000 και ξεκίνησε την εμπορική της λειτουργία τον Ιανουάριο του 2001. Σήμερα, στο πελατολόγιό της ήδη συγκαταλέγονται σημαντικές επιχειρήσεις από το χώρο των υπηρεσιών, της βιομηχανίας, της πληροφορικής και του εμπορίου, οι οποίες πραγματοποιούν ολοκληρωμένες ηλεκτρονικές συναλλαγές μέσω της ηλεκτρονικής αγοράς της cosmoONE. Στην Ηλεκτρονική Αγορά της cosmoONE, έχουν πρόσβαση ταυτόχρονα οι επιχειρήσεις-Αγοραστές και οι επιχειρήσεις-Προμηθευτές τους. Έτσι, πραγματοποιούνται ολοκληρωμένες ηλεκτρονικές συναλλαγές σε πραγματικό χρόνο (real time), χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς. Παράλληλα, εξασφαλίζονται όλες οι απαραίτητες προϋποθέσεις για την ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών συνεργασιών και συνεργιών. Μέσω της Ηλεκτρονικής Αγοράς της cosmoONE, οι εταιρείες-Αγοραστές μπορούν, εύκολα και άμεσα, να συγκρίνουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που εμφανίζονται σε προσωποποιημένους ηλεκτρονικούς καταλόγους. Από την άλλη πλευρά, οι εταιρίες-Προμηθευτές δημιουργούν ηλεκτρονικούς καταλόγους προϊόντων και υπηρεσιών - σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα - τους οποίους μπορούν να προσωποποιούν για κάθε πελάτη ξεχωριστά και να τροποποιούν όσο συχνά οι ίδιοι επιθυμούν. Με τη χρήση των προσφερόμενων υπηρεσιών της cosmoONE, τόσο οι επιχειρήσεις-Αγοραστές, όσο και οι επιχειρήσεις-Προμηθευτές, περιορίζουν σημαντικά όλα τα άμεσα ή έμμεσα έξοδα, τα οποία προκύπτουν από τις παραδοσιακές μεθόδους δημιουργίας και παρακολούθησης των παραγγελιών. Επιπρόσθετα, βελτιώνουν τη σχέση τους με τις επιχειρήσεις που συνεργάζονται ή πρόκειται να συνεργαστούν, έχουν στη διάθεσή τους τις καλύτερες διαδικασίες για τη διεκπεραίωση των συναλλαγών τους και ολοκληρωμένη πληροφόρηση για τις νέες εξελίξεις.

Αξίζει να σημειωθεί πως η cosmoONE θα αποτελέσει την πλατφόρμα, όπου - πέρα από τις γενικές επιχειρηματικές αγορές - θα συνδεθούν και θα συναλλάσσονται "κάθετες αγορές", οι οποίες δραστηριοποιούνται σε εξειδικευμένους τομείς, όπως για παράδειγμα οι κατασκευές, η υγεία, ο

τουρισμός κλπ". Επίσης, η cosmoONE αποτελεί τον Ελληνικό κόμβο για επιχειρηματικές συναλλαγές παγκόσμιας εμβέλειας μέσω του Global Trading Web (GTW) - του διεθνούς δικτύου της Commerce One. Μέσα από το GTW, οι ελληνικές εταιρείες έχουν τη δυνατότητα να ανταλλάσσουν προϊόντα ή πληροφορίες με επιχειρήσεις σε ολόκληρο τον κόσμο, 24 ώρες το εικοσιτετράωρο και 7 μέρες την εβδομάδα. Έτσι μπορούν να διευρύνουν το πελατολόγιό τους, να αναζητήσουν νέους προμηθευτές και να διαμορφώσουν νέες συνεργασίες ακόμα και σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι ευκαιρίες, λοιπόν, που προδιαγράφονται τόσο για οριζόντιες αγορές, όσο και για κάθετες, είτε για προϊόντα-πρώτες ύλες που λαμβάνουν μέρος στην παραγωγική διαδικασία του πελάτη ή όχι, ανοίγονται στην Ελληνική αγορά και μπορούν να γίνουν πραγματικότητα.

Η cosmoONE διαμόρφωσε μια Ηλεκτρονική Αγορά που ανταποκρίνεται σε όλες τις σύγχρονες ανάγκες, όπως αυτές απορρέουν από τη Νέα Οικονομία. Σκοπός της εταιρίας είναι να αποτελέσει την πρωτοπορία για τη μετάβαση των Ελληνικών Επιχειρήσεων στη νέα ψηφιακή Οικονομία, προσφέροντας τις καλύτερες υπηρεσίες και τις πιο εξελιγμένες εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου στο χώρο του B2B.

■ www.be24.gr : Με στόχο την εκμετάλλευση των τεράστιων ευκαιριών που δημιουργούνται από τη χρήση ηλεκτρονικών αγορών B2B, η **EFG Eurobank Ergasias**, η **Panafon** και η **Hellas on Line**, ένωσαν τις δυνάμεις τους με το όραμα να προσφέρουν στην Ελληνική και την Βαλκανική αγορά μία πρωτοποριακή B2B υποδομή και ένα σύνολο σχετικών υπηρεσιών πρόσβασης. Η εταιρεία Business Exchanges S.A. είναι το αποτέλεσμα αυτής της συνεργασίας. Η νεοϊδρυθείσα εταιρεία έχει αναλάβει το ρόλο ενός παροχέα B2B υπηρεσιών για μία Οριζόντια (horizontal) και έναν αριθμό Καθέτων ηλεκτρονικών αγορών (verticals).

■ www.yassas.com :

■ www.plaisio2b.gr :



Δημοπρασίες

Οι εταιρείες δημοπρασιών λειτουργούν ως μέσο ολοκλήρωσης των συναλλαγών μεταξύ των πωλητών και των αγοραστών μελών τους. Δεν συμμετέχουν σε συναλλαγές μεταξύ τους και δεν μεσολαβούν σε αυτές εκτός αν αυτό προβλέπεται από τους κανόνες λειτουργίας. Οι εταιρείες δημοπρασιών δεν εμπλέκονται στην όλη συναλλαγή μεταξύ αγοραστών και πωλητών χρηστών του. Σαν αποτέλεσμα δεν έχουν και δεν μπορούν να έχουν τον έλεγχο της ποιότητας, ασφάλειας ή νομιμότητας των καταχωρημένων ειδών, της ακρίβειας της περιγραφής τους και της δυνατότητας των πωλητών να διαθέσουν ή των αγοραστών να αγοράσουν. Οι εταιρείες δημοπρασιών τέλος δεν μπορούν να εξασφαλίσουν ότι ένας πωλητής ή αγοραστής θα ολοκληρώσει μία συναλλαγή στην οποία συμμετέχει.

Υποβολή προσφορών και αγορές.

Εάν είμαστε ο πλειοδότης με το τέλος μιας δημοπρασίας και εφόσον έχει επιτευχθεί η πιθανή επιθυμητή τιμή και δεν υποβληθούν ενστάσεις από την δική μας πλευρά ή την πλευρά του πωλητή που να δικαιολογούν την διαγραφή της προσφοράς μας, είμαστε υποχρεωμένοι να ολοκληρώσουμε την συναλλαγή εκτός από περιπτώσεις που είναι παράνομες ή αντίθετες με τους Κανόνες Λειτουργίας. Υποβάλλοντας μια προσφορά συμφωνούμε με την αγορά του αντικειμένου που περιγράφεται στην σελίδα της δημοπρασίας και σύμφωνα με τους όρους που μπορεί να υπάρχουν σε αυτήν αρκεί να μην είναι αντίθετοι με τους Κανόνες Λειτουργίας και την νομοθεσία. Οι προσφορές δεν διαγράφονται παρά μόνο σε εξαιρετικές περιπτώσεις όπως όταν ο πωλητής αλλάξει την περιγραφή του προϊόντος αφού έχετε υποβάλει την προσφορά μας, όταν υπάρχει καθαρό τυπογραφικό λάθος (π.χ. αντί για 10.000 γράψετε 100.000) ή αν δεν μπορεί να εξακριβωθεί η ταυτότητα του πωλητή. Σε περιπτώσεις προϊόντων που απευθύνονται σε ενήλικες συμφωνείτε ότι έχουμε το νόμιμο δικαίωμα αγοράς τους.

Πλειοδοσία και αγορά

Πλειοδότης, είναι εκείνος που έδωσε τη μεγαλύτερη προσφορά για την αγορά ενός αντικειμένου στο τέλος μίας δημοπρασίας. Ο πλειοδότης χρήστης της Υπηρεσίας έχει την υποχρέωση να ολοκληρώσει τη δημοπρασία, εφόσον η προσφορά του γίνει δεκτή από τον πωλητή. Οι προσφορές δεν ανακαλούνται, εκτός εάν υπάρχει σοβαρός λόγος (πχ. εάν ο πωλητής αλλάζει συνεχώς τις ιδιότητες ή την περιγραφή του αντικειμένου). Εάν ο πλειοδότης χρήστης διαπιστώσει ότι το αντικείμενο για το οποίο πλειοδότησε δεν είναι σε καλή κατάσταση ή στην κατάσταση που παρουσιαζόταν στην δημοπρασία τότε έχει το δικαίωμα να μην ολοκληρώσει την αγοραπωλησία.

Δημοπρασία

Πώληση

- Το αντικείμενο πωλείται σε μια συγκεκριμένη τιμή που ορίζεται από την αρχή. Δεν υπάρχουν πολλές προσφορές και η τιμή δεν αλλάζει
- Το προϊόν θεωρείται ότι "κερδίζεται", δηλαδή αγοράζεται, με την πρώτη "προσφορά" που εδώ λέγεται απλά "αγορά"
- Η πώληση ολοκληρώνεται με την αγορά του αντικειμένου (και κλείνει αν δεν υπάρχουν άλλα διαθέσιμα κομμάτια)
- Μπορούν να πωληθούν περισσότερα από ένα αντικείμενα, πιθανώς σε διαφορετικούς χρήστες, αλλά όλα στην ίδια τιμή

Δημοπρασία

- Ξεκινώντας από το ποσό που ορίζεται ως "τιμή εκκίνησης" γίνονται πολλές προσφορές, με συνεχώς αυξανόμενη τιμή
- Κερδίζει η μεγαλύτερη προσφορά, αρκεί να είναι μεγαλύτερη ή ίση με το ποσό που ορίζεται ως "επιθυμητή τιμή"
- Η πώληση θεωρείται ότι ολοκληρώνεται μόνο μετά τη λήξη της δημοπρασίας στον χρόνο που καθορίστηκε κατά τη δημιουργία της
- Μπορούν να πωληθούν περισσότερα από ένα αντικείμενα, το καθένα ίσως σε διαφορετική τιμή και σε διαφορετικό χρήστη

Αγγελία ζήτησης

- Ξεκινώντας από την "ενδεικτική τιμή" οι χρήστες κάνουν προσφορές σε οποιαδήποτε τιμή θέλουν, δίνοντας και μια περιγραφή του τι προσφέρουν
- Κερδίζει η προσφορά που θα διαλέξει μετά το κλείσιμο της αγγελίας ζήτησης ο χρήστης που ζητάει
- Η συναλλαγή θεωρείται ότι ολοκληρώνεται μόνο μετά τη λήξη της αγγελίας ζήτησης στον χρόνο

που καθορίστηκε κατά τη δημιουργία της

- Μπορούν να αγοραστούν περισσότερα από ένα αντικείμενα, το καθένα ίσως σε διαφορετική τιμή και από διαφορετικό χρήστη

Καταχώρηση και Πώληση

Οι καταχωρήσεις είναι κατάλογοι με κείμενα, γραφικά και εικόνες που καταχωρούνται στην Υπηρεσία από τους χρήστες της. Όλα τα στοιχεία των καταχωρήσεων παρέχονται από τους χρήστες και έχουν τους εξής σκοπούς:" να περιγράψουν λεκτικώς το αντικείμενο προς πώληση " να συνδέσουν κείμενο με φωτογραφίες ή άλλες εικόνες που περιγράφουν το αντικείμενο προς πώληση. Ο πωλητής-χρήστης της Υπηρεσίας οφείλει να καταχωρήσει το προς πώληση αντικείμενο στην κατάλληλη κατηγορία αντικειμένων όπως αυτές εμφανίζονται στην Υπηρεσία. Απαγορεύεται η καταχώρηση ενός αντικειμένου σε περισσότερες από 1 κατηγορία. Σε περίπτωση που διαπιστωθούν με οποιονδήποτε τρόπο παραβάσεις του

όρου αυτού, οι εταιρείες δημοπρασιών έχουν δικαίωμα να τερματίσουν τις σχετικές δημοπρασίες χωρίς προειδοποίηση. Όταν ένα προς πώληση αντικείμενο λάβει προσφορές οι οποίες είναι ίσες ή υπερβαίνουν την επιθυμητή αξία του αντικειμένου, τότε ο πωλητής-χρήστης υποχρεούται να ολοκληρώσει την πώληση του αντικειμένου στον πλειοδότη, εκτός αν σημαντικοί λόγοι όπως η αδυναμία πιστοποίησης της ταυτότητας του πωλητή, δεν το επιτρέπουν. Σε αυτήν την περίπτωση ο πωλητής δικαιούται να επιλέξει όποιον άλλον πλειοδότη χρήστη επιθυμεί και ο οποίος συμμετείχε στη δημοπρασία. Απαγορεύεται στον πωλητή να επεμβαίνει στην πορεία της δημοπρασίας και να την επηρεάζει, προσφέροντας τιμές αγοράς για το αντικείμενο προς πώληση που παρέχεται από αυτόν, χρησιμοποιώντας άλλον κωδικό πρόσβασης.

ΤΙΤΛΟΣ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΑΣ(απαιτείται)

➤ Προσπαθήστε ο τίτλος της δημοπρασίας να είναι συντομος και περιεκτικός.

Ο τίτλος αποτελεί βασικό στοιχείο για την επιτυχία της δημοπρασίας σας.
(μέχρι 50 χαρακτήρες χωρίς ειδικά σύμβολα)

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ (απαιτείται)

Έχετε επιλέξει την κατηγορία με κωδικό : και όνομα

Αντίκες ->
Ακίνητα ->
Οχήματα και Σκάφη ->
Βιβλία & Περιοδικά ->
Νομίσματα & Γραμματόσημα ->
Συλλεκτικά Αντικείμενα ->
Κούκλες & παιχνίδια ->
Φωτογραφικά & Ηλεκτρονικά ->
Αθλητικά Εξαρτήματα ->
Ψυχαγωγία ->
Μουσική ->
Ταινίες ->

➤ Η κατηγορία του αντικειμένου προς πώληση παίζει καταλυτικό ρόλο στον εντοπισμό του αντικειμένου από τους αγοραστές. Εάν η κατηγορία είναι λάθος τότε οι πιθανότητες πώλησης του αντικειμένου είναι ελάχιστες. Εάν το αντικείμενό σας δεν αντιστοιχεί σε καμία κατηγορία τότε στείλτε μας ένα email για να την δημιουργήσουμε.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ (απαιτείται)

➤ Περιγράψτε το αντικείμενο που διαθέτετε προς δημοπράτηση όσο μπορείτε καλύτερα, χρησιμοποιώντας λέξεις κλειδιά ώστε να εμφανίζεται σε αναζητήσεις. Επίσης μπορείτε να χρησιμοποιήσετε HTML TAGS προκειμένου να παρουσιάσετε καλύτερα το αντικείμενο που πουλάτε. Μην χρησιμοποιείτε μόνο ΚΕΦΑΛΑΙΑ γράμματα.

Επίσης μπορείτε να βάλετε links για εξτρα φωτογραφίες, έτσι



Ηλεκτρονικό εμπόριο

Ίσως να παρουσιάσετε το αντικείμενό σας καλύτερα. Εισάγετε αυτό το URL στην περιγραφή του αντικειμένου με την παρακάτω μορφή:

ΕΙΚΟΝΑ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ (προαιρετικά)

URL :

Μάθετε πως να τοποθετήσετε τη φωτογραφία σας εδώ.

Ανεβάστε την φωτογραφία του αντικειμένου σας στην 3nSold. Μια καλή φωτογραφία προσθέτει στην παρουσίαση του αντικειμένου. Εάν η εικόνα σας είναι μεγάλη, τότε η 3nSold θα φτιάξει μία μικρότερη και θα παρουσιάζεται αυτή, ενώ θα υπάρχει και hyperlink για την μεγαλύτερη.

ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ

Διεύθυνση :

(προαιρετικά)

Περιοχή / Νομός :

(απαιτείται)

Ταχυδρομικός Κώδικας :

(προαιρετικά)

Χώρα :

(απαιτείται)

ΤΡΟΠΟΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ & ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ (απαιτείται)

Τρόπος πληρωμής

Επιλέξτε όλους τους τρόπους που αποδέχεστε.

- Μετρητά Προσωπική επιταγή
 Αντικαταβολή Κατάθεση σε Τράπεζα
 Visa/MasterCard American Express
 Ταχυδρομική επιταγή
 Δείτε την περιγραφή του αντικειμένου
 Εάν δεν σας ικανοποιεί κάποιος τρόπος, συμπεριλάβετε τον τρόπο πληρωμής στην περιγραφή του αντικειμένου.

**Που θα αποστείλετε
το αντικείμενο;**

Αποστολή μέσα
στη χώρα (Ελλάδα)

Αποστολή στη
χώρα και στο
εξωτερικό


Έξοδα αποστολής

Ο πωλητής πληρώνει τα έξοδα.

Ο αγοραστής πληρώνει τα έξοδα.

Δείτε την περιγραφή του αντικειμένου

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ

ΠΡΟΣΟΧΗ: Τα παρακάτω στοιχεία δεν αλλάζουν μετά την δημιουργία της δημοπρασίας. Εάν κάνετε λάθος θα πρέπει να  ακυρώσετε την δημοπρασία και να την ξαναδημιουργήσετε. Στα παρακάτω πεδία εισάγετε μόνο αριθμούς. Μη χρησιμοποιείτε σύμβολα, τελείες ή κόμματα!

Ποσότητα :

(απαιτείται) Μάθετε περισσότερα Μάθετε περισσότερα για τις πολλαπλές δημοπρασίες

Νόμισμα
Συναλλαγής :

Αρχική τιμή :

Μονάδα νομίσματος ανά
τεμάχιο. Μάθετε περισσότερα (απαιτείται)

Ελάχιστη
Επιθυμητή Τιμή
:

Μονάδα νομίσματος ανά τεμάχιο.
Πρέπει να είναι μεγαλύτερη από την
αρχική τιμή.
Μάθετε περισσότερα Εισάγετε μηδέν
αν δεν υπάρχει επιθυμητή τιμή

Ελάχιστο
χτύπημα :

(απαιτείται) Μάθετε περισσότερα



Χρονική
Διάρκεια :

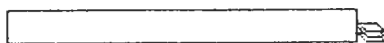
ημέρες (απαιτείται) Μάθετε
περισσότερα

ΕΙΣΑΓΕΤΕ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΑΣ

Όνομα χρήστη (username):

Προσωπικός κωδικός:

 [Μήπως ξεχάσατε τα στοιχεία σας;](#) 



Καθαρισμός φόρμας

Υποβολή Δημοπρασίας

ΠΡΟΣΟΧΗ: Πατήστε το κουμπί "Υποβολή Δημοπρασίας" μόνο μία φορά. Ανάλογα με την συμπεριφορά του browser σας η δημοπρασία μπορεί να δημιουργηθεί δύο φορές. Σε τέτοια περίπτωση και οι δύο δημοπρασίες θα διαγράφονται.

Φόρμα κατοχύρωσης αντικειμένου στο www.3nsold.com

Επικοινωνία μεταξύ χρηστών

Η επικοινωνία μεταξύ των χρηστών πρέπει να γίνεται μέσω της ενσωματωμένης δυνατότητας επικοινωνίας με χρήστες του συστήματος, τόσο για λόγους προστασίας κατά της διαρροής προσωπικών δεδομένων όσο και για την εξασφάλιση στοιχείων σε πιθανή διαφωνία μεταξύ χρηστών. Τα μηνύματα αυτά δεν ελέγχονται παρά μόνο μετά από

καταγγελία χρήστη και την κλήση μας προς διαιτησία σε συναλλαγή με άλλους χρήστες. Σε καμία περίπτωση το περιεχόμενό τους δεν δημοσιοποιείται ή αποκαλύπτεται σε άλλους χρήστες εκτός εάν υπάρχει δικαστική απόφαση και τα emails αυτά χαρακτηρίζονται αποδεικτικά στοιχεία για τυχόν παράνομες ενέργειες χρηστών.

Εκτός και αν υπάρχει διαφορετική συμφωνία με την εταιρεία δημοπρασιών, συμφωνείτε να μην χρησιμοποιείτε καμία πληροφορία που αφορά μέλη της εταιρείας και η οποία μας παρέχεται από την εταιρεία ή από τα ίδια τα μέλη για άλλο λόγο εκτός από την συνεννόηση και την ολοκλήρωση της συναλλαγής που έχουμε μέσω της εταιρείας. Στην παραπάνω απαγόρευση περιλαμβάνεται η κατά εξακολούθηση χρήση της διεύθυνσης email μελών της εταιρείας δημοπρασιών για spamming ή παρενόχληση.

Τα Forum των εταιρειών παρέχεται για την επικοινωνία μεταξύ χρηστών, την ανταλλαγή απόψεων μεταξύ τους αλλά και την έκφραση απόψεών τους σχετικά με το σύστημα ή την ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ τους. Η εταιρεία διατηρεί το δικαίωμα επέμβασης στην έκβαση των

συζητήσεων και της διαγραφής δημοσιευμάτων με απρεπές περιεχόμενο ή εάν αυτές παραβαίνουν τους κανόνες λειτουργίας. Επίσης, έχει προβλεφθεί χώρος στο Forum για ανταλλαγές αντικειμένων που δεν επιτρέπεται να γίνονται μέσω της δημιουργίας καταχωρήσεων.



Δημοπρασίες

■ www.3nsold.com : Η 3nSold On Line Auctions αποτελεί μια ζωντανή υπηρεσία δημοπρασιών. Μέσα σε αυτό το site ο καθένας μπορεί να βρει ό,τι τόσο καιρό έψαχνε, αλλά δεν μπορούσε να εντοπίσει. Επίσης οι πωλητές από όλη την Ελλάδα και το εξωτερικό έχουν τη δυνατότητα να ενημερώσουν τους πιθανούς αγοραστές για το αντικείμενο που πωλούν. Στην 3nSold On Line Auctions μπορούμε να βρούμε από μία καρφίτσα μέχρι μία βίλα και από ένα σπάνιο βιβλίο μέχρι κοσμήματα της Βικτωριανής εποχής!

Η 3nSold On Line Auctions αποτελεί μία κοινότητα όπου οι ανοιχτές και έντιμες συναλλαγές και επικοινωνία είναι βάσεις που υποστηρίζονται και ενθαρρύνονται. Η βασική αρχή είναι ότι όλοι οι χρήστες είναι καλοί. Η κοινότητα της 3nSold On Line Auctions δεν αποτελείται από πλήθος, αλλά από άτομα.

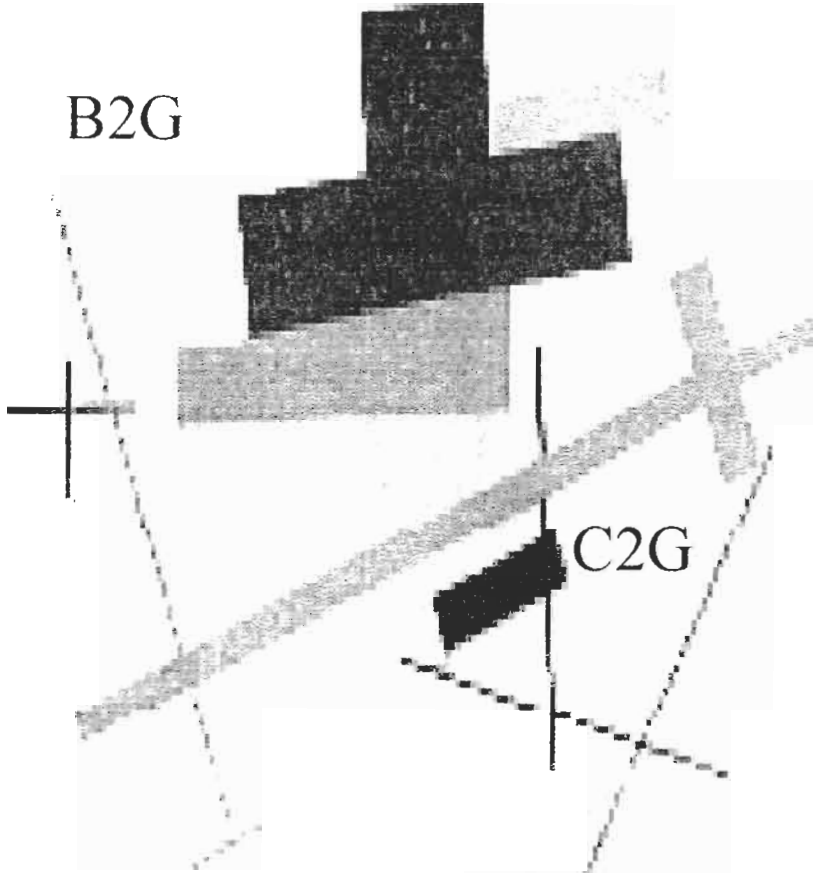
■ www.fleamarket.gr : Η Fleamarket.gr επιτρέπει στους αγοραστές και στους πωλητές να υπερβούν παραδοσιακούς και τοπικούς μεσολαβητές και να συναλλάσσονται 24 ώρες την ημέρα και 7 ημέρες την εβδομάδα.

Η συναλλακτική του κοινότητα προσφέρει στα μέλη του ευρεία δυνατότητα επιλογής μεταξύ εμπορευμάτων και υπηρεσιών σε ανταγωνιστικές τιμές, πολύ περισσότερο εφόσον οι τιμές για τα ίδια ακριβώς προϊόντα διαφέρουν σημαντικά από τόπο σε τόπο μέσα στην ίδια τη χώρα μας.

■ www.ibid.gr : Δημοπρασίες on-line.

- www.karamitsos.com : Δημοπρασίες γραμματοσήμων, χαρτονομισμάτων, ελληνικών και κυπριακών νομισμάτων.
- www.vatera.com : Δημοπρασίες υπηρεσιών και προϊόντων on-line.
- <http://auctions.otenet.gr> : Δημοπρασίες on-line

B2G



C2G

E-BANKING

MOBILE
COMMERCE



Mobile Commerce

Το WAP (Wireless Application Protocol) είναι η απαραίτητη τεχνολογία για τη μετατροπή της απλής συσκευής κινητής τηλεφωνίας σε μια συσκευή για mobile commerce.

Η συγκεκριμένη τεχνολογία θα αποτελέσει στο μέλλον τη βασική πλατφόρμα, για την παροχή αρκετών υπηρεσιών, όπως η αποστολή e-mail, το direct search και η μετάδοση ειδήσεων. Από τεχνικής πλευράς, το WAP μεταφέρει την έμφαση από την τηλεφωνική συσκευή στην υποδομή, υλοποιώντας ένα μοντέλο client-server. Για να επιτευχθεί αυτό, χρησιμοποιείται ένας micro browser, ο οποίος μετατρέπει το τηλέφωνο σε έναν thin client. Έτσι, το μεγαλύτερο μέρος της επεξεργασίας πραγματοποιείται στο WAP gateway και ένα πολύ μικρό μέρος στη συσκευή. Το αποτέλεσμα αυτού του μοντέλου είναι ότι η επεξεργασία όλων των εφαρμογών και υπηρεσιών γίνεται στους servers.

Στην Ευρώπη το ITU (International Telecommunication Union), ήδη ερευνά το «διάδοχο» του WAP, που ονομάζεται IMT-2000 ή 3G (Third Generation Mobile Systems). Το IMT-2000 βασίζεται στα ραδιοκύματα, για τη μεταφορά ασύρματων τηλεπικοινωνιών. Έχει πολλά πλεονεκτήματα σε σχέση με τα τρέχουσα συστήματα., αφού οι επικοινωνίες μπορούν να μεταφέρονται γρηγορότερα και με χαμηλότερο κόστος. Προς το παρόν, τα κινητά τηλέφωνα που προσφέρουν τις υπηρεσίες του WAP, έχουν «πλημμυρίσει» την αγορά σε «απλησίαστες» τιμές.



E- Banking

Τα εναλλακτικά δίκτυα εξυπηρέτησης που προσφέρουν οι περισσότερες εμπορικές τράπεζες που δραστηριοποιούνται στη χώρα μας είναι δυνατόν να αποδειχθούν σωτήριες λύσεις καθώς προσφέρουν τη δυνατότητα στους πελάτες των τραπεζών να εξυπηρετηθούν. Υπηρεσίες όπως το Internet Banking, το Phone Banking, το Mobile Banking καθώς και οι χρεωστικές κάρτες cash cards μπορούν να μας γλιτώσουν από την ταλαιπωρία. Το θετικό για τους καταναλωτές είναι ότι οι ηλεκτρονικές

τραπεζικές υπηρεσίες εξελίσσονται με τη συνεχή αναβάθμιση της τεχνολογίας καθώς και με την επέκταση και τη βελτίωσή τους με στόχο την καλύτερη δυνατόν εξυπηρέτησή μας.

Internet Banking

Υπηρεσίες

Το Internet Banking μας παρέχει τη δυνατότητα να:

- ενημερωνόμαστε για το υπόλοιπο των λογαριασμών μας.
- ενημερωνόμαστε για την κίνηση των λογαριασμών που έχουμε συνδέσει στο σύστημα (ημερήσια/ μηνιαία ανάλυση).
- μεταφέρουμε χρήματα από έναν λογαριασμό μας σε άλλον.
- μεταφέρουμε χρήματα από τον λογαριασμό μας σε λογαριασμούς τρίτων που τηρούνται στην Τράπεζά μας.
- ενημερωνόμαστε για το χαρτοφυλάκιο μετοχών που τηρείτε στην Τράπεζα.
- διεκπεραιώνουμε αγοραπωλησία μετοχών και να ενημερωνόμαστε για την τύχη της εντολής που έχουμε δώσει ή ακόμη και να ακυρώνουμε εντολές πριν την πραγματοποίησή τους.
- ενημερωνόμαστε σχετικά με το χαρτοφυλάκιο αμοιβαίων κεφαλαίων μας.
- υποβάλλουμε αίτηση συμμετοχής σε δημόσιες εγγραφές στο Χ.Α.Α.
- πληρώνουμε τον Φ.Π.Α., εφόσον υποβάλλουμε σχετική δήλωση μέσω Internet (TAXISnet).

Εκτός των παραπάνω Τραπεζικών /Χρηματιστηριακών συναλλαγών, μπορούμε να διεκπεραιώσουμε «συναλλαγές ασφαλείας» οι οποίες περιλαμβάνουν αλλαγή Password, δέσμευση Password, ενεργοποίηση λίστας TAN και δέσμευση λίστας TAN.

Πλεονεκτήματα του Internet Banking

- Εξοικονομούμε χρόνο, χωρίς ν' απαιτείται η παρουσία μας στην Τράπεζα.
- Πραγματοποιούμε τις συναλλαγές μας από το δικό μας χώρο με ασφάλεια.
- Απολαμβάνουμε άμεση και ποιοτική εξυπηρέτηση.

Ένταξη Νομικών προσώπων

Οι συναλλαγές στο Internet Banking πραγματοποιούνται για λογαριασμό του Νομικού Προσώπου από υπαλλήλους ή Στελέχη του (Χρήστες Νομικού Προσώπου) που καθορίζονται και εξουσιοδοτούνται για το σκοπό αυτό με απόφαση του αρμόδιου καταστατικού οργάνου του Ν.Π. Το σύστημα Internet Banking παρέχει στα Ν.Π. τη δυνατότητα να καθορίζουν:

Το είδος των συναλλαγών που επιτρέπεται να διεκπεραιώνει ο κάθε Χρήστης.

Το ανώτατο χρηματικό ποσό, μέχρι το οποίο έχει δικαίωμα ο κάθε Χρήστης να διεκπεραιώνει εγχρήματες συναλλαγές.

Τον αριθμό των υπογραφών που απαιτούνται για την ολοκλήρωση των συναλλαγών κάθε Χρήστη.

Τα παραπάνω στοιχεία, για κάθε ένα από τους Χρήστες που ορίζονται, καταγράφονται σε ισάριθμες επιμέρους αιτήσεις εισαγωγής που το Ν.Π. υποβάλλει στο Κατάστημα συνεργασίας της Τράπεζάς μας, μαζί με την “Αίτηση Εισαγωγής Πελάτη στο Internet Banking”.

Ο κάθε Χρήστης εφοδιάζεται με ιδιαίτερους κωδικούς πρόσβασης στο Internet Banking (UserID και Password) και κωδικούς διενέργειας συναλλαγών (αριθμοί TAN και CHECK).

Σύνδεση με το Σύστημα

Η σύνδεση ενεργοποιείται όταν εισάγουμε, στα ειδικά για αυτό διαμορφωμένα πεδία της ιστοσελίδας, τους Μυστικούς Κωδικούς :

Κωδικός Ταυτότητας (UserID): αποτελεί την ταυτότητα μας ως χρήστη για την είσοδο μας στο Internet Banking.

Μυστικός Κωδικός Αναγνώρισης (Password): μαζί με το UserID, μας αναγνωρίζει ως συγκεκριμένο πελάτη/ χρήστη και επιτρέπει την πρόσβαση μας στο Σύστημα. Κατά την πρώτη χρήση του, μας ζητείται να αντικαταστήσουμε τον Μυστικό Κωδικό Αναγνώρισης (Password) με πενταψήφιο αριθμό της επιλογής μας (πέντε χαρακτήρες, με αριθμούς, γράμματα του λατινικού αλφαβήτου ή συνδυασμός των δύο) και να τον απομνημονεύουμε. Τον Μυστικό Κωδικό Αναγνώρισης μπορούμε να τον αλλάζουμε μέσα από το μενού *Διαχείρισης Παραμέτρων του Συστήματος*,

όσες φορές νομίζουμε ότι υπάρχει ανάγκη. Εάν ο Μυστικός Κωδικός παραμένει αμετάβλητος για χρονικό διάστημα 2 μηνών, το σύστημα θα μας ζητήσει να τον αλλάξουμε υποχρεωτικά.

Η πραγματοποίηση των συναλλαγών

Για να πραγματοποιήσουμε συναλλαγές μέσω Internet Banking, ακολουθούμε απλά τις οδηγίες που προβάλλονται στην οθόνη του PC μας.

■ Για μη εγχρήματες συναλλαγές

■ Για τις απλές συναλλαγές μας όπως ενημέρωση για την κίνηση των λογαριασμών, ενημέρωση για το χαρτοφυλάκιο μετοχών κ.ά., αρκούν οι Μυστικοί Κωδικοί που έχουμε ήδη εισάγει για να συνδεθούμε με το Internet Banking (UserID και Password).

■ Για εγχρήματες και συναλλαγές ασφαλείας

■ Για τις εγχρήματες συναλλαγές και τις συναλλαγές ασφαλείας απαιτείται επιπλέον και η χρήση των κωδικών:

Αριθμός Αυθεντικότητας Συναλλαγής (TAN): αντικαθιστά την υπογραφή μας και επιβεβαιώνει την ολοκλήρωση και ορθότητα των συναλλαγών.

Αριθμός Επιβεβαίωσης Συναλλαγής (CHECK): επιβεβαιώνει από την πλευρά της Τράπεζας, την πραγματοποίηση των συναλλαγών.

Οι αριθμοί TAN και CHECK περιλαμβάνονται στη «Λίστα αριθμών TAN» που παραλαμβάνετε από το Κατάστημα συνεργασίας και την οποία θα πρέπει να φυλάσσετε σε ασφαλές μέρος. Σημειώνεται ότι σε κάθε αριθμό TAN αντιστοιχεί ένας μοναδικός αριθμός CHECK. Για κάθε συναλλαγή χρησιμοποιείται διαφορετικός αριθμός TAN. Μετά τη χρήση του, ο αριθμός TAN (και ο αντίστοιχος αριθμός CHECK) δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί για άλλη συναλλαγή και για το λόγο αυτό πρέπει να διαγράφεται από τη λίστα.

Κόστος συναλλαγών

Η δυνατότητα διενέργειας Internet Banking συναλλαγών παρέχεται δωρεάν. Για τις επιμέρους Τραπεζικές εργασίες που εξυπηρετούνται, θα εισπράττονται κανονικά οι τυχόν προβλεπόμενες από την Τράπεζα προμήθειες (π.χ. προμήθεια για Αγοραπωλησία μετοχών).

Μπλοκάρισμα των Μυστικών Κωδικών

Για τη δική μας ασφάλεια, η τέταρτη προσπάθεια εισαγωγής λανθασμένων μυστικών κωδικών, προκαλεί αυτόματα φραγή στην πρόσβασή μας στο Σύστημα Internet Banking και θα πρέπει να επικοινωνήσουμε με το Help Desk της Τράπεζάς μας.

√ Ασφάλεια συναλλαγών

Η ασφάλεια των συναλλαγών μέσω Internet Banking, αποτελεί θέμα υψίστης σημασίας για την Τράπεζα και καθορίζεται κυρίως από:

α) Την μυστικότητα και το αναλλοίωτο των δεδομένων: εξασφαλίζονται μέσω του πρωτοκόλλου επικοινωνίας SSL (secure sockets layer), το οποίο μπορεί να είναι δύο ειδών: SSL 40bit encryption (ασθενής κρυπτογράφηση) ή SSL 128 bit encryption (ισχυρή κρυπτογράφηση). Το σύστημα αυτό, εκτός της κρυπτογράφησης που πραγματοποιεί, ελέγχει συνεχώς την αυθεντικότητα της επικοινωνίας μεταξύ του PC μας και του κεντρικού συστήματος. Σε οποιαδήποτε διαταραχή ή παρεμβολή στην επικοινωνία, η συναλλαγή διακόπτεται άμεσα και η επικοινωνία PC - κεντρικού συστήματος πρέπει να αποκατασταθεί από την αρχή (αναγνώριση χρήστη, κλπ.).

β) Η αυθεντικότητα των συναλλασσόμενων μερών

Αυθεντικότητα Χρήστη

Η εφαρμογή Internet Banking "αναγνωρίζει" τους χρήστες και επιτρέπει την πρόσβασή τους στο Σύστημα, με τους κωδικούς UserID και Password. Σε περίπτωση εισαγωγής διαδοχικών λανθασμένων κωδικών, ο χρήστης απενεργοποιείται, ο μυστικός αχρηστεύεται και πρέπει να εκδοθεί νέος μυστικός.

Για την καλύτερη εξυπηρέτηση των ιδιαίτερων αναγκών των εταιρειών, η Τράπεζες πολύ σύντομα θα παρέχουν τη χρήση ψηφιακής υπογραφής των συναλλαγών σαν εναλλακτική της χρήσης κωδικών TAN.

Το Mobile Banking

Με τη συγκεκριμένη υπηρεσία μπορούν να πραγματοποιηθούν τραπεζικές αλλά και χρηματιστηριακές συναλλαγές μέσω κινητού τηλεφώνου, από όπου και αν βρίσκεται ο πελάτης, αρκεί το τηλέφωνό του να έχει σήμα. Βεβαίως οι τράπεζες που προσφέρουν την εν λόγω υπηρεσία συνεργάζονται με συγκεκριμένους παροχείς τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών. Οι υπηρεσίες στις οποίες έχουν πρόσβαση οι πελάτες μέσω κινητού τηλεφώνου είναι: κατάσταση λογαριασμού, υπόλοιπα και μεταφορές χρημάτων μεταξύ λογαριασμών της ίδιας τράπεζας, παραγγελία για πλήρη statements, αναφορά για απώλεια κάρτας, αγορά και πώληση μετοχών, ενημέρωση εντός ολίγων λεπτών για εκτέλεση εντολής, real time ενημέρωση για την τιμή της μετοχής προς αγορά ή πώληση, παρακολούθηση και αποτίμηση χαρτοφυλακίου, αναλυτική πληροφόρηση για παρελθούσες κινήσεις στο χαρτοφυλάκιο. Σημειώνεται ότι η υπηρεσία δεν προσφέρεται δωρεάν καθώς χρεώνεται ο λογαριασμός του κινητού τηλεφώνου για κάθε συναλλαγή που πραγματοποιείται.

Το Phone Banking

Ενας καταναλωτής μπορεί είτε από το κινητό του είτε από κάποιο σταθερό, από όπου και αν βρίσκεται, στο εσωτερικό ή στο εξωτερικό, να ενημερωθεί για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της τράπεζας αλλά κυρίως να πραγματοποιήσει τις συναλλαγές του. Συγκεκριμένα προσφέρονται οι ακόλουθες υπηρεσίες χωρίς χρέωση: αίτηση για προσωπικό, καταναλωτικό δάνειο, δάνειο σπουδών και μετοχοδάνειο, ικανοποιώντας άμεσα τις επείγουσες ανάγκες για μετρητά, ενημέρωση για στεγαστικό και ανακαινιστικό δάνειο, πιστωτική κάρτα, δάνειο οφειλών στο Δημόσιο. Επίσης προσφέρονται με αστική χρέωση από όλη την Ελλάδα και με υπεραστική χρέωση από το εξωτερικό γενικές πληροφορίες για καταθετικά προϊόντα, δανειακά προϊόντα, επενδυτικά προϊόντα, τιμές συναλλάγματος και τιμές μετοχών στο ΧΑΑ, αμοιβαία κεφάλαια εσωτερικού και εξωτερικού, δήλωση απώλειας της κάρτας αυτόματων

συναλλαγών, ερώτηση υπολοίπου και κίνηση λογαριασμού, μεταφορά μεταξύ λογαριασμών του ιδίου δικαιούχου, αίτηση για έκδοση βιβλιαρίου επιταγών, έκδοση αναλυτικής κατάστασης κίνησης λογαριασμού και αποστολή μέσω fax, αίτηση εμβάσματος, αγοραπωλησία μετοχών στο ΧΑΑ, αποτίμηση χαρτοφυλακίου αμοιβαίων κεφαλαίων εσωτερικού και εξωτερικού. Παράλληλα προσφέρεται η δυνατότητα για πραγματοποίηση χρηματιστηριακών συναλλαγών, όπως αναφέρονται και παραπάνω.

Οι χρεωστικές cash cards

Η κύρια λειτουργία των χρεωστικών καρτών εστιάζεται στη δυνατότητα που προσφέρουν για πραγματοποίηση αγορών αγαθών και υπηρεσιών με άμεση χρέωση ενός τραπεζικού λογαριασμού. Η κάρτα αυτή χορηγείται με το άνοιγμα ενός απλού καταθετικού λογαριασμού. Η κάρτα είναι χρεωστική και όχι πιστωτική, που σημαίνει ότι δεν υπάρχει επιβάρυνση με τόκους για αγορές καθώς χρεώνεται απευθείας ο συνδεδεμένος καταθετικός λογαριασμός. Αναλυτικά προσφέρονται οι παρακάτω δυνατότητες: ανάληψη μετρητών από ΑΤΜ ως ένα προκαθορισμένο ποσό ημερησίως, κατάθεση μετρητών και επιταγών, ερώτηση υπολοίπου, μεταφορά ποσών από λογαριασμό καταθέτη σε άλλον λογαριασμό του, πληρωμή δόσεων πιστωτικών καρτών, πληρωμή λογαριασμού κινητής τηλεφωνίας για τους συνδρομητές των εταιρειών με τις οποίες συνεργάζεται η κάθε τράπεζα και ανανέωση χρόνου ομιλίας, πληρωμή συνδρομής Multichoice, αναλήψεις ως το ανώτατο ημερήσιο όριο από λογαριασμό ανοιχτού δανείου αλλά και καταβολές με μεταφορά από τον λογαριασμό καταθέσεων, ανάληψη μετρητών στο εξωτερικό στο τοπικό νόμισμα της χώρας ως κάποιο προκαθορισμένο όριο, ανάληψη μετρητών και μέσω των ΑΤΜ του δικτύου ΔΙΑΣ και λήψη mini statement (αντίγραφο κίνησης λογαριασμού).

Οι δυνατότητες ανά τράπεζα

ΤΡΑΠΕΖΑ	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ E-BANKING			ΧΡΕΣΤΙΚΗ CASH CARD
	INTERNET BANKING	MOBILE BANKING	PHONE BANKING	
ABN-Amro				
Alpha Bank	✓	✓	✓	✓
Aspis Bank			✓	
Citibank	✓		✓	
Eurobank	✓		✓	
ING Bank				✓
HSBC	✓		✓	
Nova Bank	✓		✓	✓
Εγνατία	✓		✓	✓
Εθνική	✓	✓	✓	✓
Ελληνική				✓
Εμπορική	✓			✓
Παραισία	✓	✓	✓	✓
Κύπρου	✓	✓	✓	✓
Λαϊκή	✓		✓	

Οι υπηρεσίες E-Banking των τραπεζών στον ελλαδικό χώρο.



E-government (B2G) & (C2G)

Η ηλεκτρονική κυβέρνηση αφορά τη χρήση τεχνολογίας, ώστε να εμπλουτιστούν τα μέσα πρόσβασης και παροχής υπηρεσιών στους πολίτες, τις επιχειρήσεις αλλά και στους ίδιους τους δημοσίους υπαλλήλους στο πλαίσιο της γενικότερης προσπάθειας αλλαγής του τρόπου λειτουργίας και της υιοθέτησης μίας περισσότερο «πελατο-κεντρικής» προσέγγισης.

Η ηλεκτρονική κυβέρνηση αφορά, κατά κύριο λόγο, τον μετασχηματισμό του δημοσίου μηχανισμού σε έναν Οργανισμό, όπου η σχέση μεταξύ κυβέρνησης και πολίτη είναι περισσότερη άμεση και συμμετοχική.

Σύμφωνα με την έρευνα της Deloitte & Touche, υπάρχουν έξι στάδια, από τα οποία οι κυβερνήσεις και οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης περνώντας, μπορούν να εκσυγχρονισθούν και να μετατραπούν σε Οργανισμούς ικανούς να προσφέρουν υπηρεσίες 24 ώρες την ημέρα και 7 ημέρες την εβδομάδα σε οποιοδήποτε σημείο και αν βρίσκεται ο πολίτης-αποδέκτης των υπηρεσιών τους.

Στάδιο πρώτο: Δημοσίευση πληροφοριών

Κατά το πρώτο στάδιο, ξεχωριστές κυβερνητικές υπηρεσίες ή Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης δημιουργούν δικές τους ιστοσελίδες, έτσι ώστε να ενημερώνουν το κοινό για τις υπηρεσίες τους. Στις ιστοσελίδες αυτές περιλαμβάνονται πληροφορίες, αναφορικά με το πού και σε ποιους πρέπει να απευθύνονται οι πολίτες και για ποια θέματα. Κύριος στόχος είναι η σημαντική μείωση του χρόνου και της προσπάθειας την οποία θα πρέπει να καταβάλει κάθε πολίτης, προκειμένου να εντοπίσει την αρμόδια υπηρεσία και τον υπάλληλο για κάθε συγκεκριμένη ανάγκη του.

Στάδιο δεύτερο: Διμερείς συναλλαγές

Μέσα από ασφαλείς ιστοσελίδες οι πολίτες είναι σε θέση να υποβάλλουν αιτήσεις για προσωπικές πληροφορίες και έκδοση πιστοποιητικών είτε να διεκπεραιώνουν οικονομικές συναλλαγές με ορισμένες υπηρεσίες.

Στάδιο τρίτο: Πύλες πολλαπλών σκοπών

Δεδομένου ότι ανάγκες του πολίτη, πολλές φορές, πρέπει να καλυφθούν από πολλά τμήματα, οι κρατικές υπηρεσίες, αλλά και δήμοι προχωρούν στη δημιουργία portals, που παρέχουν στους πολίτες ένα μοναδικό σημείο επαφής για πολλαπλούς σκοπούς και ανάγκες. Οι εφαρμογές που χρησιμοποιούνται κατά πλειοψηφία στο στάδιο αυτό αφορούν Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου (content management).

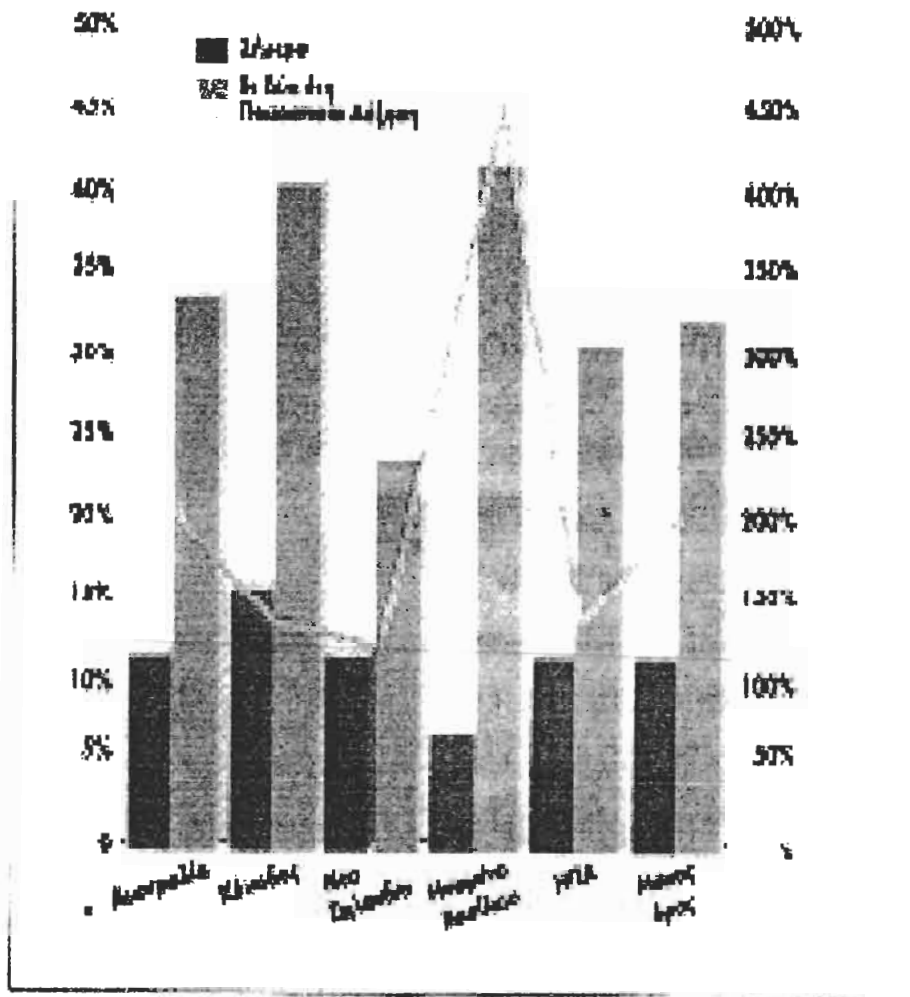
Στάδιο τέταρτο: Πύλες προσωποποιημένου περιεχομένου

Ως μετεξέλιξη του προηγούμενου σταδίου, στο τέταρτο στάδιο το περιεχόμενο και οι προσφερόμενες υπηρεσίες εμπλουτίζονται και οι πολίτες διευκολύνονται ουσιαστικά, καθώς τους παρέχεται η δυνατότητα προσωποποιημένου περιεχομένου.

Μέσω αυτών των πυλών Προσωποποιημένου Περιεχομένου, οι πολίτες εξυπηρετούνται βάσει των προσωπικών τους απαιτήσεων και αναγκών.

Διάγραμμα 1

Ραγδαία αύξηση στις απαιτήσεις των πολιτών για Υπηρεσίες Διαδικτύου



Εικόνα: Δείχνει τη ραγδαία αύξηση που αναμένεται να σημειωθεί στις αναφερόμενες χώρες στον αριθμό πολιτών που θα χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για βασική πρόσβαση στις υπηρεσίες οι οποίες προσφέρονται από το κράτος και τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης.

Στάδιο πέμπτο: Δέσμες κοινών υπηρεσιών

Σε αυτό το στάδιο πραγματοποιείται ο ολοκληρωτικός μετασχηματισμός των δομών των κυβερνήσεων ή των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Οι πολίτες, πραγματοποιούν τις διάφορες συναλλαγές τους συνολικά, καθώς δεν απαιτείται να γνωρίζουν που πρέπει να απευθυνθούν είτε με ποιες υπηρεσίες πρέπει να συνεργαστούν, ώστε να ολοκληρωθεί μια συναλλαγή. Προκειμένου να επιτευχθεί αυτό, οι κυβερνήσεις αλλά και οι δήμοι αναδιοργανώνουν τις υπηρεσίες τους ανά δέσμη κοινών υπηρεσιών (cluster of shared services), ούτως ώστε να υποστηριχθούν αποτελεσματικότερα οι προσφερόμενες υπηρεσίες.

Στάδιο έκτο: Μετασχηματισμός σε «Ηλεκτρονική κυβέρνηση»

Σε αυτό το στάδιο πλέον δημιουργούνται πλήρη κέντρα εξυπηρέτησης, εξατομικευμένα με βάση τις ιδιαιτέρες ανάγκες του «πελάτη». Τα όρια μεταξύ των υπηρεσιών έχουν πλέον καταρριφθεί και η τεχνολογία χρησιμοποιείται ολοκληρωτικά σε όλο το εύρος, εσωτερικά και εξωτερικά.

Ο δήμος της Αθήνας με το σύστημα «e-AΘΗΝΑ»-στο άμεσο μέλλον (2001)- σκοπεύει να διαθέτει στους Αθηναίους πολίτες τις παρακάτω ηλεκτρονικές υπηρεσίες:

- Δυνατότητα συμπλήρωσης αιτήσεων για προσωπικά πιστοποιητικά εκδιδόμενα από το Δήμο.
- Δυνατότητα παρακολούθησης της προόδου συγκεκριμένων αιτήσεων.
- Δυνατότητα εξόφλησης κλήσεων Τροχαίας.
- Δυνατότητα εξουσιοδότησης για την εξόφληση πληρωμών εξ αποστάσεως.
- Παροχή πληροφοριών για όλες τις υπηρεσίες του Δήμου.

Το Επιχειρησιακό πρόγραμμα «ΚΛΕΙΣΘΕΝΗΣ», αποτελείται από σειρά μέτρων για τον λειτουργικό και οργανωτικό εκσυγχρονισμό των τεσσάρων επιπέδων διακυβέρνησης (Κεντρικό, Περιφερειακό, Νομαρχιακό και Τοπικό). Εγκρίθηκε τον Ιούλιο του 1994 με συνολικό προϋπολογισμό 305,4 MECU (96 δις Δρ.) και η εφαρμογή του άρχισε τον Ιανουάριο του 1995. Περιλαμβάνει έργα που αφορούν το διοικητικό εκσυγχρονισμό της Δημόσιας Διοίκησης, την ανάπτυξη ολοκληρωμένων πληροφοριακών συστημάτων στην ευρύτερη Δημόσια Διοίκηση, και την κατάρτιση και εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού της Κεντρικής και Περιφερειακής Διοίκησης του Κράτους, των Νομικών Προσώπων Δημοσίου Δικαίου και της Νομαρχιακής και Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Ο προϋπολογισμός των Ολοκληρωμένων Πληροφοριακών Συστημάτων αποτελεί το 81% του συνολικού προϋπολογισμού του Προγράμματος, η Κατάρτιση το 12%, ο Διοικητικός Εκσυγχρονισμός το 3% και η Τεχνική Βοήθεια το υπόλοιπο 4%.

Στο ΕΠ έχουν ενταχθεί έργα που αφορούν σε παρεμβάσεις στους τομείς ευθύνης των παρακάτω Υπουργείων: Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης (21%), Οικονομικών (42%), Εθνικής Οικονομίας (20%), Εργασίας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων (14%), Τύπου και ΜΜΕ (0,45%), Ανάπτυξης (1%), Εμπορικής Ναυτιλίας (0,55%), Δικαιοσύνης (1%), Υπ. Αιγαίου (0,03%), και Υπ. Μακεδονίας (0,03%).

Links

Κινητή τηλεφωνία

■ www.wap.com : Ενδιαφέρουσες πληροφορίες για ότι σχετίζεται με το WAP. Από το πώς ξεκίνησε η δημιουργία των πρωτοκόλλων μέχρι λεξικό όρων και από τα νέα μοντέλα κινητών τηλεφώνων και συγκριτικά test, μέχρι ειδήσεις από το χώρο της κινητής τηλεφωνίας.

■ www.wapit.gr : Στο site του WAPit μπορούμε να βρούμε πληροφορίες σχετικά με ειδήσεις, καιρό, συνάλλαγμα, αθλητικά, τηλέφωνα πρώτης ανάγκης, πληροφορίες ανά περιοχή, αποτελέσματα για παιχνίδια του ΟΠΑΠ. Μπορούμε, επίσης, να αποστείλουμε e-mail σε κάποιον γνωστό μας, καθώς και να διαβάσουμε το e-mail μας με την προϋπόθεση ότι έχουμε ήδη κάποιον λογαριασμό pop.

Δημόσιες υπηρεσίες

■ www.gsis.gov.gr : Η διεύθυνση πληροφοριών του υπουργείου οικονομικών. Δίνει τη δυνατότητα να υποβάλουμε την περιοδική φορολογική μας δήλωση ψηφιακά. Επίσης δύο νέες υπηρεσίες, προσφάτως, τέθηκαν σε λειτουργία. Η πρώτη είναι η υποβολή και χρεωστικών δηλώσεων Φ.Π.Α και η δεύτερη είναι η δυνατότητα υποβολής του εντύπου Ε1.

■ www.taxisnet.gr : Η υπηρεσία ηλεκτρονικής υποβολής δηλώσεων Φ.Π.Α.

■ www.e-gov.gr : Το e-Gov.gr στοχεύει να λειτουργήσει ως θύρα αναφοράς για την είσοδο σε δίκτυα ηλεκτρονικών κυβερνητικών υπηρεσιών στην Ελλάδα και αποσκοπεί στην προσφορά γνώσεων για τις βέλτιστες πρακτικές στο εξωτερικό καθώς και στην παροχή πρόσβασης σε σχετικούς με την Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση πόρους. Το e-Gov.gr στοχεύει:

- στους πολίτες και στις επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται να ενημερωθούν για τις ηλεκτρονικές δια-κυβερνητικές υπηρεσίες στην Ελλάδα
- στα στελέχη της διοίκησης και της τοπικής αυτοδιοίκησης καθώς και σε παροχείς τεχνικών υπηρεσιών που επιθυμούν να είναι ενήμεροι για τα έργα και τα αποτελέσματα των ηλεκτρονικών κυβερνητικών υπηρεσιών
- στους ερευνητές ενός ευρέως φάσματος επιστημονικών περιοχών που ενδιαφέρονται για πρακτικά αποτελέσματα, μελέτες περιπτώσεων, τρέχουσα έρευνα όπως επίσης και δημοσιεύσεις και εκδηλώσεις σχετικά με την Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση.

Σε όλες αυτές τις κοινότητες, το e-Gov.gr στοχεύει στην παροχή υπηρεσιών για:

- τη λήψη πληροφοριών και ειδήσεων σχετικών με διύπηρεσιακές δραστηριότητες και συναφή έργα στην Ελλάδα, καθώς και ενημέρωση για τις βέλτιστες πρακτικές στο εξωτερικό
- την υποβολή αιτήσεων, απόψεων ή ιδεών και τη συμμετοχή σε συζητήσεις για θέματα Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης
- τη ενημέρωση για τεχνικά ζητήματα και τη δυνατότητα πρόσβασης σε τεχνικούς πόρους για την Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση
- την ενημέρωση για δημοσιεύσεις και εκδηλώσεις σε θέματα Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης.

Η Θύρα e-Gov.gr προσφέρει πόρους σχετικούς με την Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση, συμπεριλαμβάνοντας ηλεκτρονικούς συνδέσμους προς ομοειδείς ιστοχώρους, τεχνικές εκθέσεις, λίστες συζήτησης και διαλόγου καθώς και πληροφορίες για δημοσιεύσεις και εκδηλώσεις. Τα ανωτέρω εξετάζονται υπό την πολλαπλή οπτική των τελικών χρηστών (πολίτες, επιχειρηματικοί τομείς, θεματικές περιοχές) και των παροχέων υπηρεσιών (κυβερνητικοί τομείς, τοπική αυτοδιοίκηση), συνυπολογίζοντας και τις αντίστοιχες τεχνολογικές συνιστώσες

Τράπεζες

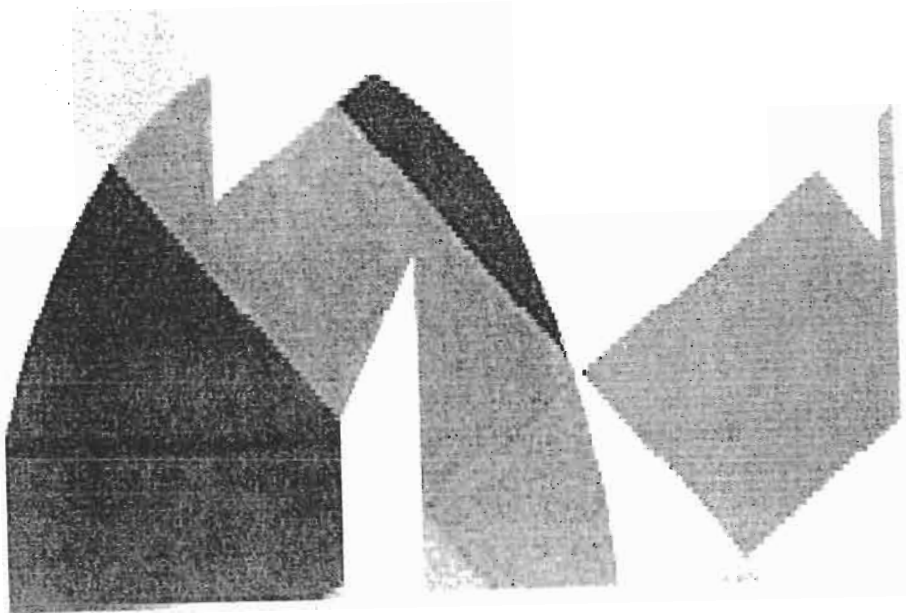
■ www.alhpa.gr : Εδώ θα ενημερωθούμε για όλα τα προϊόντα της Alpha Bank, όπως κάρτες, δάνεια. Καταθέσεις κ.ά. Θα βρούμε αναλυτικά στοιχεία για κάθε παρεχόμενη υπηρεσία, θα εγγραφούμε στο web banking ή το mobile banking της τράπεζας

■ www.winbank.gr : Η winbank είναι το web banking τμήμα της τράπεζας Πειραιώς και φτιάχτηκε ακριβώς για να εισάγει τις νέες τεχνολογίες στον τραπεζικό τομέα.

■ www.egnatibank.gr : Στην ιστοσελίδα της Εγνατίας θα βρούμε πληροφορίες σχετικά με τα προϊόντα της τράπεζας και μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε την υπηρεσία web teller και web banking.

■ www.nbg.gr : Η ιστοσελίδα αυτή φιλοξενεί το e-banking και m-banking τμήμα της Εθνικής Τράπεζας μέσω των οποίων μπορούμε να εκτελούμε συναλλαγές σε λογαριασμούς εντός τραπεζής και να διατηρούμε χαρτοφυλάκιο για το χρηματιστήριο ή να αγοράζουμε και να πουλάμε μετοχές.

E-Marketing





Τα «βασικά»

Τίτλος σελίδας

Η ύπαρξη ενός τίτλου σε κάθε σελίδα βοηθάει, στην ανεύρεση του συγκεκριμένου ηλεκτρονικού καταστήματος σε οποιαδήποτε μηχανή αναζήτησης. Η τιτλοφόρηση της σελίδας, μπορεί κατά κάποιον τρόπο να προσελκύσει ή να αποθαρρύνει τον ενδιαφερόμενο να επισκεφθεί το ηλεκτρονικό κατάστημα..

Λέξεις «κλειδιά»

Αναγκαία είναι η καταγραφή 20-25 λέξεων, μέσω των οποίων, να μπορούν να μας εντοπίζουν οι ενδιαφερόμενοι, χρησιμοποιώντας τις μηχανές αναζήτησης.

Υποβολή σε μηχανές αναζήτησης

Η εκάστοτε ηλεκτρονική σελίδα καταστήματος θα πρέπει να υποβληθεί σε μια μηχανή αναζήτησης, ώστε να μπορούν να το εντοπίσουν. Εάν το site απευθύνεται στο ελληνικό κοινό, ιδιαίτερη σημασία έχουν οι μηχανές αναζήτησης των κυριότερων ελληνικών portals, ενώ εάν απευθύνεται σε αγγλόφωνο κοινό σημασία έχουν οι πέντε ή έξι μεγαλύτερες μηχανές. Επίσης, απαραίτητο είναι να συμπεριληφθεί το site στα 5-10 μεγαλύτερα διεθνή και στα 4-5 ελληνικά directories.



Η Διαφήμιση στο Internet

Online Διαφήμιση

Προσελκύουμε την προσοχή του κοινού με διαφημίσεις που καταχωρίζουμε στα διάφορα μέσα μαζικής ενημέρωσης, παραπέμποντας

μέσω της δημοσιοποίησης της ηλεκτρονική μας διεύθυνσης στην επίσκεψη του συγκεκριμένου site. Η διαφήμιση του ηλεκτρονικού μας καταστήματος μπορεί να γίνει μέσω banners (ηλεκτρονικές διαφημιστικές καταχωρίσεις που βρίσκονται στις ιστοσελίδες και που παραπέμπουν στην ιστοσελίδα του διαφημιζόμενου προϊόντος) σε εκείνα τα sites, όπου έχει διαπιστωθεί ότι προσελκύουν το είδος των ανθρώπων στους οποίους απευθυνόμαστε.

Πιο αναλυτικά η γνωστοποίηση και δημοσιοποίηση του ηλεκτρονικού μας καταστήματος μπορεί να γίνει με:

- Offline διαφήμιση
- Online διαφήμιση
- Μηχανών αναζήτησεως
- Προβολή μέσω e-mail
- Newsletters

Offline διαφήμιση

■ **Εφημερίδες:** Κάθε εφημερίδα έχει ένα συγκεκριμένο κοινό το οποίο διακατέχεται κατά ένα μεγάλο βαθμό από κοινές κοινωνικοπολιτικές θέσεις. Άρα η εταιρεία μας έχει τη δυνατότητα να διαφημιστεί σε εκείνες τις εφημερίδες (κάποιες διαθέτουν και online μορφή) οι οποίες πιστεύεται ότι το κοινό τους θα ενδιαφερθεί για επιπλέον πληροφορίες γύρω από τη διαφήμιση.

■ **Περιοδικά:** Κατά κύριο λόγο προτιμούμε εκείνα τα περιοδικά που συσχετίζονται τα θέματά τους γύρω από τη πληροφορική και τις νέες τεχνολογίες.

■ **Τηλεόραση:** Τηλεόραση βλέπουν οι πάντες, άρα κρίνεται απαραίτητη η διαφήμιση για μια ευρύτερη γνωστοποίηση της διεύθυνσης του ηλεκτρονικού μας καταστήματος.

■ **Ραδιόφωνο:** Η κατηγοριοποίηση του κοινού που ακούει τον κάθε σταθμό είναι πιο εύκολη, άρα πιο εύκολη η δουλειά να διαλέξουμε τους συγκεκριμένους ραδιοφωνικούς σταθμούς για την προβολή μας.

Online διαφήμιση

Η online διαφήμιση βασίζεται κυρίως στα banners (ηλεκτρονικές διαφημιστικές καταχωρίσεις που βρίσκονται στις ιστοσελίδες και που παραπέμπουν στην ιστοσελίδα του διαφημιζόμενου προϊόντος).

Μικρός οδηγός στην αργκό της online διαφήμισης:

Banners είναι οι επιμήκεις ταινίες ύψους περίπου μιας ίντσας (2,5 εκ.) τις οποίες συναντά κανείς στην κορυφή μιας ιστοσελίδας. Αποτελούν την κινητήρια μηχανή της διαφήμισης στο διαδίκτυο, καθώς αποτελούν το 60% της συνολικής online διαφήμισης. Τα banners συνήθως φέρουν το όνομα μιας εταιρείας, ένα μήνυμα και μια πρόκληση για κλικ πάνω σε αυτά. Μπορεί να είναι στατικά ή να κινούνται, δεν είναι διαδραστικά και απλώς σε μεταφέρουν σε ένα άλλο site για τα περαιτέρω. Παρ'όλο που τα banners παραμένουν η πιο δημοφιλής μορφή διαφήμισης στο δίκτυο, είναι και η λιγότερο πιθανή να έχει ανταπόκριση.

Τα **permanent buttons** είναι μικρότερα από τα banners και αποτελούν πιο μόνιμο στοιχείο ενός website από τα πρώτα, τα οποία αλλάζουν πιο συχνά. Συνήθως τοποθετούνται κοντά στο σχετικό περιεχόμενο του site και οι ρυθμοί ανταπόκρισης των χρηστών μπορεί να φτάσουν το 15%.

Interstitials είναι οι διαφημίσεις οι οποίες ανοίγουν τη δική τους σελίδα ανάμεσα σε άλλες σελίδες περιεχομένου επί το πλείστον, οι χρήστες, δεν μπορούν να κάνουν κλικ πάνω τους. Παρ'όλο που παρέχουν ήχο και βιντεοκλίπς, τελευταία δεν τυγχάνουν προτιμήσεως, γιατί είναι τόσο μεγάλες που μπορεί να κάνουν αρκετά λεπτά για να φορτώσουν, εκνευρίζοντας τους χρήστες.

Superstitials είναι νέα, βελτιωμένα interstitials που φορτώνουν «διακριτικά» στην ενδιάμεση μνήμη του browser ώστε να μη διακόπτουν τους χρήστες.

Τα **rich-media expanding banners** συνδυάζουν βίντεο, ήχο, animation και φωτογραφίες, και επιπλέον επιτρέπουν στο χρήστη να κάνει κλικ, χωρίς στη συνέχεια να εγκαταλείπει τη σελίδα στην οποία βρίσκεται. Παρέχουν ζωντανή πληροφόρηση, επιτρέποντας στον χρήστη να ψωνίζει,

να ζητεί πληροφορίες και να αλληλεπιδρά, πάντοτε χωρίς να εγκαταλείπει το site του. Οι διαχειριστές των websites όμως δεν πολυσυμπαθούν τα rich-media banners γιατί καλύπτουν το δικό τους περιεχόμενο, χρειάζονται πολλή ώρα για να φορτώσουν και στη χειρότερη περίπτωση μπορεί ακόμη και να κολλήσουν το site.

Προβολή μέσω e-mail

Σύμφωνα με έρευνα που δημοσιεύεται στο iCustomer Observer στις ΗΠΑ το 92% των καταναλωτών προσδοκούν περισσότερες εκπτώσεις από τα online, παρά από τα παραδοσιακά καταστήματα λιανικής.

Η έρευνα διαπίστωσε, επίσης ότι το 75% των καταναλωτών θεωρούν τα διαφημιστικά banners ενοχλητικά και μόνο το 30% θεωρούν ότι παρέχουν ουσιαστικές πληροφορίες. Οι περισσότεροι καταναλωτές συμφωνούν ότι η διαφήμιση μέσω e-mail είναι ευχάριστη. Συγκεκριμένα το 80% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι τους αρέσει να λαμβάνουν newsletters μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Ενδιαφέρουσα είναι, επίσης, η διαπίστωση ότι πάνω από τους μισούς καταναλωτές προτιμούν να παίρνουν τα, συνήθως εκπτωτικά, κουπόνια που τους στέλνουν οι επιχειρήσεις, μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

ΣΤΑΔΙΕ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΕΝΑΝΤΙ ΤΩΝ ΒΑΝΝΙΣ

	Συμφωνούν	Διαφωνούν
Καθιστούν ευκολότερη την αναζήτηση πληροφοριών	45%	55%
Παρέχουν ουσιαστικές πληροφορίες	30%	70%
Είναι ενοχλητικά	70%	30%

ΣΤΙΣ ΠΟΣΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΑΡΕΣΤΗ ΝΑ ΛΑΒΑΝΟΥΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ NEWSLETTERS

	Αρέσει	Δεν αρέσει
Σεπτέμβριος 2000	80%	20%
Δεκέμβριος 2000	81%	19%
Μάρτιος 2001	80%	20%

ΜΕ ΠΩΣ ΜΕΣΟ ΠΡΟΤΙΝΟΥΝ ΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΝΑ ΛΑΒΑΝΟΥΝ ΤΑ ΚΟΥΠΟΝΙΑ

Μέσω e mail	52%
Μέσω των εφημερίδων	30%
Με το παραδοσιακό ταχυδρομείο	18%

ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ INTERNET ΚΑΤΑ ΗΛΙΚΙΑ

	Ηλικία				
	16-17	18-24	25-34	35-44	45-54
Διασκέδαση	77,8%	82,4%	64,9%	50%	16,7%
Αναζήτηση πληροφοριών και εδηλώσεων	66,7%	82,4%	75,7%	78,0%	83,3%
Για ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail)	66,7%	64,7%	54,1%	42,0%	66,7%
Αναζήτηση προϊόντων	33,3%	29,4%	29,7%	28,0%	50%
Για εύρεση λογισμικού (download)	33,3%	47,1%	27%	14,3%	16,7%
Για διεξαγωγή αγορών	0%	3,9%	16,2%	7,1%	16,7%
Για χρηματοστήριο	0%	11,8%	16,2%	14,3%	33,3%
ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%	100%	100%

Εικόνα: Χρήση του ιντερνετ κατά ηλικία

Newsletter

Η έκδοση ενός εβδομαδιαίου ή μηνιαίου newsletter απαιτεί χρόνο και χρήμα, αλλά είναι ένας από τους προσφορότερους τρόπους να διατηρήσουμε επαφή με τους πελάτες μας και να ενισχύσουμε την εμπιστοσύνη τους προς την επιχείρησή μας.

Η βασική χρησιμότητα ενός newsletter είναι να κρατάει ενήμερα τα μέλη σχετικά με τα νέα του ηλεκτρονικού καταστήματος. Από εδώ μπορούμε να ανακοινώνουμε τα νέα προϊόντα ή τις καινούργιες προμήθειες έτσι ώστε το μέλος να έχει λόγο επιστροφής στο συγκεκριμένο κατάστημα. Χρησιμοποιούμε το newsletter για να καλλιεργήσουμε μια σχέση με τον υποψήφιο πελάτη, μέχρι αυτός να είναι έτοιμος να αγοράσει ένα προϊόν ή να υπογράψει ένα συμβόλαιο.

Επιπλέον, χρησιμοποιούμε το newsletter για να στείλουμε πληροφορίες τις οποίες μπορούν να χρησιμοποιήσουν τα μέλη, όπως ταινίες, βιβλία ή κριτικές μουσικών δίσκων ή μελλοντικά updates για το software που

έχουν αγοράσει. Μπορούμε να ενισχύσουμε τη φήμη μας παρουσιάζοντας δημοσιεύματα σχετικά με τα προϊόντα μας και τον τρόπο εξυπηρέτησης των πελατών μας.


Τα banners χρησιμοποιούνται από το 83% των διαφημιστικών εταιρειών που προωθούν την online διαφήμιση. Το 43% των διαφημιστικών εταιρειών χρησιμοποιεί χορηγίες, το 21% e-mail, το 14% διαφημίσεις pop-ups και το 13% buttons.

Η online διαφήμιση τον Ιανουάριο του 2000 ανά κατηγορία είχε ως εξής: 22% για καταναλωτικά αγαθά, 20% για χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, 17% για ηλεκτρονικούς υπολογιστές και περιφερειακά, 11% για ταξίδια, 9% για επιχειρηματικά προϊόντα και υπηρεσίες, 8% για τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες, 7% για αυτοκίνητα, 3% για μη εμπορικά προϊόντα ή υπηρεσίες, 2% για προϊόντα ατομικής υγιεινής, 1% για καλλυντικά.

* Αποτελέσματα έρευνας της BCG.



Διαφήμιση στο ελληνικό Διαδίκτυο

 www.banner.gr : Το Banner.gr είναι το κεντρικό site ενός δικτύου ελληνικών sites που ανταλλάσσουν διαφημιστικά banners μεταξύ τους. Τα μέλη του δικτύου εμφανίζοντας διαφημίσεις στις σελίδες τους κερδίζουν δωρεάν διαφημιστικές προβολές του site τους στις σελίδες των υπολοίπων μελών. Το Banner.gr αναλαμβάνει πλήρως την διαχείριση της ανταλλαγής των διαφημίσεων παρέχοντας επιπλέον στα μέλη του πλήρη στατιστικά και αναλυτική παρακολούθηση της απόδοσης της διαφημιστικής προβολής. Δεκτά γίνονται μόνο ελληνικά sites οπουδήποτε και αν αυτά βρίσκονται. Δεν γίνονται δεκτά sites χαμηλού επιπέδου. Δεν γίνονται δεκτά sites πορνογραφικού, προσβλητικού ή γενικώς ακατάλληλου περιεχομένου. Δεν γίνονται δεκτά sites με περιεχόμενο MLM ή free money programs. Δεν γίνονται δεκτά sites με

popup windows. Sites που φιλοξενούνται σε free homepage sites όπως Geocities/Tripod συνήθως δε γίνονται δεκτά. Δεν επιτρέπεται η χρήση διαφημιστικών banners σε σελίδες χωρίς περιεχόμενο. Το Banner.gr είναι το μόνο αρμόδιο για να αποφασίζει ποια websites αποδέχεται ως μέλη του δικτύου.

- Τα μέλη που αποφασίζουν να συμμετέχουν στο δίκτυο του Banner.gr, συμφωνούν να χρησιμοποιήσουν στις σελίδες τους τον HTML κώδικα που παρέχει το Banner.gr αναλλοίωτο και μόνο μια φορά σε κάθε σελίδα σε μέρος που να είναι ορατό άμεσα από τους επισκέπτες, χωρίς να χρειάζεται scrolling προς οποιαδήποτε κατεύθυνση.
- Απαγορεύεται η τεχνητή αύξηση του αριθμού εμφάνισης των banners, όπως για παράδειγμα με συνεχή reloads της σελίδας ή με χρήση scripts. Σε περίπτωση που διαπιστωθεί κάτι τέτοιο σε κάποιο website μέλος, αυτό θα διαγράφεται άμεσα από μέλος του Banner.gr.
- Το Banner.gr ελέγχει σε συνεχή βάση τις σελίδες των μελών και δικαιούται ανά πάσα στιγμή να διαγράψει τους λογαριασμούς των μελών που παραβιάζουν τους όρους συμμετοχής.
- Το δίκτυο Banner.gr δεν φέρει καμία ευθύνη για το περιεχόμενο των σελίδων των μελών του δικτύου.
- Το Banner.gr διατηρεί το δικαίωμα να προσθέτει, να αφαιρεί ή να αλλάζει τους όρους συμμετοχής. Τα μέλη έχουν την ευθύνη να ελέγχουν τακτικά τους όρους συμμετοχής. Η συνέχιση της χρήσης των υπηρεσιών του Banner.gr συνεπάγεται την αποδοχή των αλλαγών των όρων συμμετοχής.
- Το Banner.gr δε φέρει καμία ευθύνη για ζημιές, απώλειες που σχετίζονται με τη χρήση των υπηρεσιών του δικτύου εκ μέρους των μελών του και δεν παρέχει καμία εγγύηση για τη λειτουργία των υπηρεσιών του. Οι υπηρεσίες μπορούν να τερματιστούν μερικώς ή ολικώς ανά πάσα στιγμή.
- Η συμμετοχή στις υπηρεσίες του Banner.gr προϋποθέτει την ανεπιφύλακτη αποδοχή των όρων συμμετοχής. Η υπηρεσία ανταλλαγής banners είναι απολύτως ΔΩΡΕΑΝ. Υπάρχει δυνατότητα στα μέλη του Banner.gr ή σε άλλους ενδιαφερόμενους να αγοράσουν επιπλέον εμφανίσεις του banner τους.

☛ <http://hellasnet.netfirms.com/banhellas>: Με το σύστημα HellasExBanner που δημιουργήθηκε - με την συνεργασία του Hellas Portal - στα διεθνή πρότυπα δίνεται η δυνατότητα να αυξηθεί η επισκεψιμότητα μιας σελίδας με καταπληκτικούς ρυθμούς. Η ιδέα αυτή εφαρμόζεται χρόνια διεθνώς και έχει αποδειχθεί ότι είναι από τους πλέον

αποδοτικούς τρόπους προσέλκυσης επισκεπτών. Και το κυριότερο είναι Δωρεάν.

Το σύστημα HellasExBanner βασίζεται στην ανταλλαγή διαφημιστικών banners μεταξύ των κατόχων ιστοσελίδων. Στην ουσία ανοίγει διαύλους επικοινωνίας ανάμεσα στους επισκέπτες των σελίδων που συνδέονται με το σύστημα. Με αυτόν τον τρόπο αυξάνεται με γρήγορους ρυθμούς η επισκεψιμότητα των συνδεόμενων σελίδων.

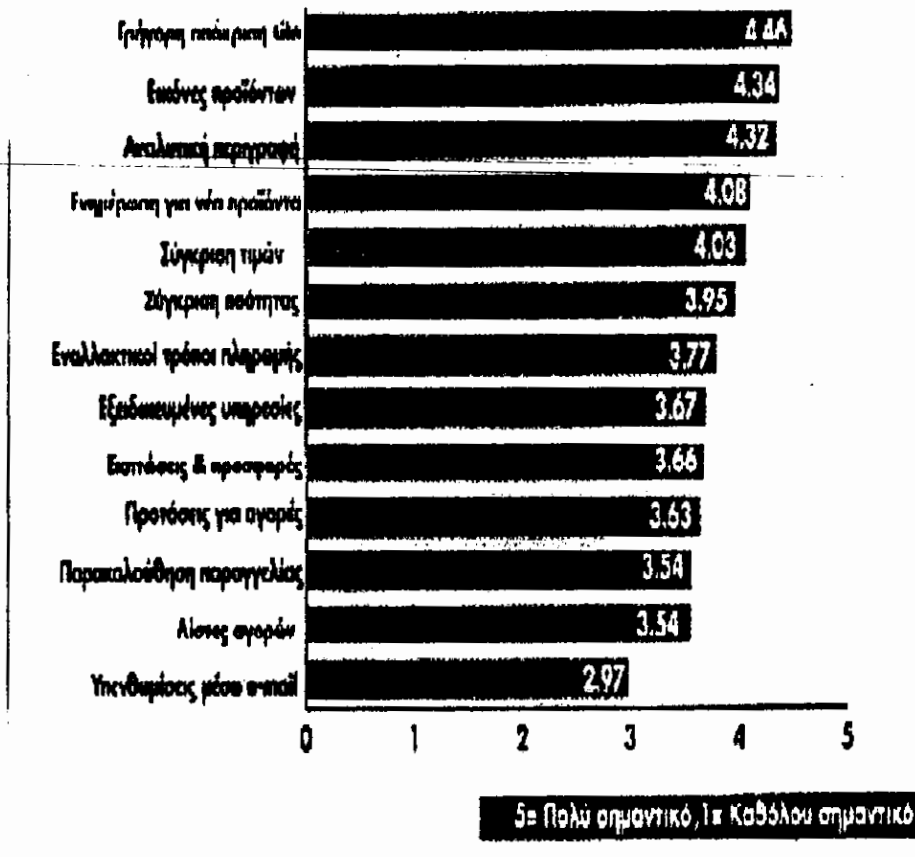
☛ www.shosting.gr/promote_your_site :

Περιγραφή					
Επαγγελματική εγγραφή στο Yahoo, AltaVista, etc +150 δημοφιλέστερες μηχ.αναζήτησης	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
Πρόσθετη εγγραφή σε 1500+μηχανές αναζήτησης	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
1000+ FFA σελίδες	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
1000+ Μικρές αγγελίες		Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
Meta tags Υποστήριξη	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
Επιβεβαίωση αποτελεσμάτων	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
Πρόσθετα χαρακτηριστικά			20+ μηχανές αναζήτητ. για μεσιτικά γραφεία	20+ μηχανές αναζήτησης για οικονομία & επιχειρήσεις	Σχεδιασμός από doorway για τη προώθηση λέξεων - κλειδιών (8 σελίδες για κάθε

					λεξ. κλειδ
Τιμές (δρχ)	9000	15500	18000	18000	15500+ 6500 γιακάθε λεξ. κλ
Τιμές (€)	26	45	52	52	45+19 γιακάθε λεξ. κλ
Πατήστε Έντολή για την αγορά πακέτων	Έντολή	Έντολή	Έντολή	Έντολή	Έντολή

Στις τιμές δεν συμπεριλαμβάνεται ΦΠΑ 18%

Βασικά Χαρακτηριστικά Ηλεκτρονικών Καταστημάτων



Εικόνα: Βασικά χαρακτηριστικά Ηλεκτρονικών καταστημάτων



Σχεδιασμός της ιστοσελίδας του ηλεκτρονικού καταστήματος

Τα sites των ηλεκτρονικών καταστημάτων, τα οποία παρουσιάζουν μια απήγηση στο κοινό, συνήθως, συνδυάζουν αρμονικά τρία βασικά στοιχεία σχεδιασμού ενός site: αρχιτεκτονική περιεχομένου, τεχνικό σχεδιασμό και εικαστικό σχεδιασμό.

Κάποια ηλεκτρονικά καταστήματα παρουσιάζουν νέες ιδέες, που προτείνουν αλλαγές στο τρόπο απεικόνισης του περιεχομένου στο Internet: νέες τεχνολογίες εφαρμοσμένες στο σύστημα πλοήγησης ενός site, στη κατηγοριοποίηση του περιεχομένου, ακόμα και στον εικαστικό σχεδιασμό. Η αξία ενός τέτοιου site έγκειται στην ποιοτική αρχιτεκτονική περιεχομένου, στη δημιουργία του περιεχομένου και στην ικανότητα να επικοινωνεί την ιδέα αποτελεσματικά.



Personalization

Ο μέσος χρήστης απαιτεί να λαμβάνει την πληροφορία που επιθυμεί, στη μορφή που θέλει, σύμφωνα με τις ανάγκες και τα ενδιαφέροντά του.

Πολλά ηλεκτρονικά καταστήματα παρέχουν πλέον τέτοιες υπηρεσίες μέσα από διαφορετικές αρχιτεκτονικές πληροφορίες, απευθυνόμενες σε διαφορετικούς χρήστες, ή με τεχνολογίες που επιτρέπουν στο χρήστη να δημιουργεί δικές του δομές πληροφορίας σύμφωνα με τα ενδιαφέροντά του.

E-business intelligence(e-BI)

Το e-business intelligence (e-BI) είναι ένας νέος όρος που έρχεται για να βοηθήσει όλες τις e-επιχειρήσεις να αξιοποιήσουν με τον καταλληλότερο τρόπο τις πληροφορίες τους και τις βάσεις δεδομένων τους. Η νέα αυτή στρατηγική εστιάζεται στην αποθήκευση δεδομένων και στην ανάλυση.

Η e-επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να συλλέξει πληθώρα πληροφοριών, οι οποίες αφορούν στους πελάτες της και τις συνήθειές τους. Για παράδειγμα μια εταιρεία, η οποία προωθεί online μουσική, χρησιμοποιεί το e-BI, προκειμένου να προσαρμόσει όσο το δυνατόν περισσότερο τα κανάλια προώθησης των προϊόντων της στους πελάτες της. Μπορεί, δηλαδή, να διαπιστώσει εάν ο πελάτης της έχει αγοράσει αρκετές φορές CD με μουσική jazz έτσι, ώστε κάθε φορά που επιστρέφει ο συγκεκριμένος πελάτης στο ηλεκτρονικό κατάστημα, να υπάρχουν έτοιμες προτάσεις και προσφορές γύρω από τα προϊόντα που τον ενδιαφέρουν. Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου, χρησιμοποιούν τις πληροφορίες που συλλέγουν από τα Web site τους, καθώς και άλλα επιπλέον δημογραφικά στοιχεία, προκειμένου να προσαρμόσουν τη στρατηγική του marketing που υιοθετούν. Τα ηλεκτρονικά καταστήματα ωφελούνται περισσότερο από κάθε άλλη επιχείρηση από το e-BI, καθώς είναι ο μοναδικός τρόπος για να πλησιάσουν όσο το δυνατόν περισσότερο τον πελάτη τους ο οποίος στερείται φυσικής επαφής με την επιχείρηση.



Χρώμα στο ηλεκτρονικό κατάστημα

Για τη κατασκευή ολόκληρου του ηλεκτρονικού καταστήματος διαλέγουμε δύο, τρία ή το πολύ τέσσερα χρώματα. Γενικά, όπως πιστεύουν οι ειδικοί, τα ηλεκτρονικά καταστήματα με έναν ή δύο χρωματικούς τόνους έχουν ένταση και βάθος, που δύσκολα δημιουργούνται με περισσότερους.

Υπάρχει άφθονο δωρεάν και καλοσχεδιασμένο ειδικό λογισμικό, που θα μας διευκολύνει σε αυτό το στάδιο κατασκευής:

- **BiColorizer V1.5:** Μία απλή, μικρή εφαρμογή, εξοπλισμένη με εργαλεία που θα ρυθμίσουν το χρώμα στο φόντο αλλά και στα διάφορα τμήματα του ηλεκτρονικού καταστήματος.
- **ColorPad 2.3:** Έξυπνο και άνετο εργαλείο μας επιτρέπει να αναλύσουμε και να ρυθμίσουμε τα χρώματα στην οθόνη μας.
- **Color Picker 2.0:** Μία άλλη εφαρμογή ανάλογη του ColorPad, μόνο που αυτή μας δίνει τη δυνατότητα αποθήκευσης μιας παλέτας μέχρι έξι χρωμάτων.

Links

Κείμενα από το Internet (Downloaded)

Personalized services and Promotions in Internet retailing and e-work,
K.Pramataris, A.Vrechopoulos, N.Mylonopoulos, G.Papamichail,
A.Poulymenakou.

Φορολογία





Φορολογία

Στην ανακοίνωσή της με τίτλο «Μια ευρωπαϊκή πρωτοβουλία για το ηλεκτρονικό εμπόριο» (COM (97) 157), η Επιτροπή υπογράμμισε την ανάγκη να διασφαλιστεί ένα σαφές και ουδέτερο φορολογικό περιβάλλον και παράλληλα υπογράμμισε τη σημασία της εφαρμογής φορολογικών κανόνων με τους οποίους θα αποφεύγονται οι στρεβλώσεις στην αγορά: «για να καταστεί δυνατή η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, πρέπει απαραίτητως τα φορολογικά συστήματα να προσφέρουν ασφάλεια του δικαίου (ούτως ώστε οι φορολογικές υποχρεώσεις να είναι σαφείς, διαφανείς και προβλέψιμες) και φορολογική ουδετερότητα (ώστε να μην επιβάλλονται στις νέες αυτές δραστηριότητες πρόσθετες επιβαρύνσεις σε σύγκριση με τις πιο παραδοσιακές μορφές εμπορικής δραστηριότητας)». Η Επιτροπή τόνισε επίσης ότι ο ΦΠΑ, σε αντίθεση με οποιαδήποτε νέα μορφή φορολογίας, ενδείκνυται για εφαρμογή στο ηλεκτρονικό εμπόριο, όπως και στις πιο παραδοσιακές μορφές εμπορίου.

Κατευθυντήρια γραμμή 1: Μη επιβολή νέων φόρων

Η πρώτη κατευθυντήρια γραμμή διατυπώθηκε κατά τρόπο που να αντικατοπτρίζει την βασική θέση ότι οι υφιστάμενοι φόροι πρέπει να εφαρμοστούν στο ηλεκτρονικό εμπόριο:

1. Στον τομέα της έμμεσης φορολογίας, όλες οι σχετικές προσπάθειες πρέπει να επικεντρωθούν στην προσαρμογή των υφιστάμενων κανόνων, και ειδικότερα των κανόνων ΦΠΑ, στην εξέλιξη του ηλεκτρονικού εμπορίου. Συνεπώς, δεν εξετάζεται το ενδεχόμενο εφαρμογής νέων ή συμπληρωματικών φόρων.

Κατευθυντήρια γραμμή 2: Οι ηλεκτρονικές διαβιβάσεις θεωρούνται ως υπηρεσίες

Ο ΦΠΑ έχει σχεδιαστεί ως ένας γενικός φόρος κατανάλωσης που επιβάλλεται, κατ' αρχήν, σε όλες τις παραδόσεις αγαθών και παροχές υπηρεσιών. Σε κάθε περίπτωση, οι συναλλαγές που λαμβάνουν χώρα εντός της ΕΕ, πραγματοποιούνται μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου και οδηγούν σε κατανάλωση εντός της ΕΕ, υπόκεινται στις ισχύουσες διατάξεις του κοινοτικού καθεστώτος ΦΠΑ. Πάντως, αυτό δεν συμβαίνει πάντα σε περιπτώσεις παραδόσεων από τρίτες χώρες. Στην περίπτωση παράδοσης αγαθών από τρίτη χώρα σε αγοραστή εντός της Ευρωπαϊκής

Ένωσης, οι συνήθειες διαδικασίες εισαγωγής διασφαλίζουν ότι ο ΦΠΑ εφαρμόζεται ανεξάρτητα από τα μέσα που χρησιμοποιήθηκαν για την πραγματοποίηση της συναλλαγής. Ομοίως, ο ΦΠΑ εφαρμόζεται σε ορισμένες υπηρεσίες που παρέχουν τρίτες χώρες σε επιχειρήσεις της ΕΕ. Πάντως, πρέπει να σημειωθεί ότι, εκτός από ελάχιστες εξαιρέσεις, οι υπηρεσίες που παρέχονται σε ιδιώτες εντός της ΕΕ δεν υπόκεινται σε ΦΠΑ βάσει των υφιστάμενων διατάξεων, λόγω του ότι ο όγκος των παροχών αυτών είναι προς το παρόν πολύ περιορισμένος.

Πολιτική της ΕΕ είναι να θεωρούνται ως παροχές υπηρεσιών οι παραγγελίες και παραδόσεις αγαθών μέσω δικτύων. Στη νομοθεσία περί ΦΠΑ γίνεται μια βασική διάκριση μεταξύ της παροχής αγαθών και της παροχής υπηρεσιών. Όλα τα είδη ηλεκτρονικών διαβιβάσεων και όλα τα άυλα προϊόντα που παραδίδονται με τέτοιου είδους μέσα θεωρούνται, για τους σκοπούς του κοινοτικού συστήματος ΦΠΑ, ως υπηρεσίες. Αυτό συμβιβάζεται με τη θέση που έλαβε στο πλαίσιο του ΠΟΕ τόσο η ΕΕ όσο και τα κράτη μέλη που την απαρτίζουν. Στον φορολογικό τομέα, η προσέγγιση αυτή παρέχει επίσης τη δυνατότητα εφαρμογής μιας δέσμης κανόνων επακριβώς καθορισμένων.

2. Μια πράξη με την οποία ένα προϊόν τίθεται στη διάθεση του αγοραστή σε ψηφιακή μορφή μέσω ηλεκτρονικού δικτύου πρέπει να θεωρείται, για τους σκοπούς του ΦΠΑ, ως παροχή υπηρεσίας¹.

Κατευθυντήρια γραμμή 3: Διασφάλιση της ουδετερότητας

Σημειώθηκε ήδη ότι αναμένεται ταχεία ανάπτυξη όλων των μορφών ηλεκτρονικού εμπορίου, η οποία θα οδηγήσει σε αύξηση των παραδόσεων από τρίτες χώρες σε τελικούς καταναλωτές στην ΕΕ.

Αναπόφευκτα, στις πράξεις αυτές θα περιλαμβάνονται ανουκτής γραμμής

¹ Τα εν λόγω προϊόντα, τα οποία παραδίδονται σε ηλεκτρονική μορφή, μπορούν επίσης να παραδοθούν με συμβατικότερο τρόπο σε υλική μορφή και, σύμφωνα με τα χαρακτηριστικά τους, να θεωρηθούν, για τους σκοπούς του ΦΠΑ, είτε ως παροχές υπηρεσιών είτε ως παραδόσεις αγαθών. Οι πράξεις που θεωρούνται σήμερα ως παραδόσεις αγαθών, όπως οι παραδόσεις μουσικών έργων ή ταινιών βίντεο σε δίσκους ή κασέτες, μπορούν να επιβαρυνθούν με εισαγωγικούς δασμούς. Τα προϊόντα τα οποία, στην υλική τους μορφή, θεωρούνται, για τους σκοπούς του ΦΠΑ, ως αγαθά, αντιμετωπίζονται ως υπηρεσίες όταν τα ίδια αυτά αγαθά παραδίδονται με ηλεκτρονικά μέσα.

παραδόσεις "άυλων" αγαθών, όπως η μουσική, οι βιντεοταινίες ή τα λογισμικά.

Είναι δύσκολο να εκτιμηθεί ο κύκλος εργασιών όσον αφορά την εντός της ΕΕ τελική κατανάλωση (δηλαδή τις παραδόσεις σε μεμονωμένους ιδιώτες, σε αντίθεση με τις παραδόσεις σε εταιρείες) που μπορεί να αποδοθεί στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Ο εν λόγω κύκλος εργασιών ενδέχεται να ανέλθει σε 5 δισ. ECU μέχρι το 2001 για όλες τις μορφές ηλεκτρονικού εμπορίου (αγαθά και υπηρεσίες, με ηλεκτρονική παραγγελία και πληρωμή, ανεξάρτητα από τον τρόπο παράδοσης). Μόνο ένα ποσοστό αυτού του συνόλου μπορεί να αποδοθεί σε παραδόσεις από τρίτες χώρες και μόνον ένα τμήμα αυτού του ποσοστού θα αφορά εν μέρει το "άμεσο" ηλεκτρονικό εμπόριο, δηλαδή τις ηλεκτρονικώς παρεχόμενες υπηρεσίες.

Οι προαναφερθείσες υπηρεσίες, τις οποίες παραγγέλουν ιδιώτες καταναλωτές της ΕΕ από προμηθευτές εγκατεστημένους σε τρίτες χώρες, αντιπροσωπεύουν τη μεγαλύτερη πρόκληση από την άποψη της είσπραξης του ΦΠΑ. Εάν η προβλεπόμενη αύξηση αυτού του είδους υπηρεσιών που παρέχονται σε τελικούς καταναλωτές, και για τις οποίες σήμερα δεν καταβάλλεται ΦΠΑ, καταστεί σημαντική από οικονομική άποψη, ενδέχεται να κριθεί απαραίτητος ο σχεδιασμός, από κοινού με την επιχειρηματική κοινότητα, μηχανισμών φορολόγησης συναλλαγών αυτού του είδους.

Η μη φορολόγηση αυτών των συναλλαγών ενδέχεται να οδηγήσει σε αθέμιτο ανταγωνισμό εις βάρος των επιχειρηματικών φορέων της ΕΕ, οι οποίοι οφείλουν ήδη να φορολογούν τις υπηρεσίες που παρέχουν για ιδιωτική κατανάλωση εντός της ΕΕ. Ομοίως, δεδομένου ότι η αρχή της φορολόγησης στη χώρα προέλευσης- η οποία προβλέπεται από την κοινοτική νομοθεσία - εφαρμόζεται σήμερα σε πολυάριθμες υπηρεσίες ανοικτής γραμμής, οι κοινοτικοί προμηθευτές πρέπει να καταβάλλουν τον ΦΠΑ για όλες τις υπηρεσίες που παρέχουν σε τρίτες χώρες.

Αντίθετα, οι παροχές υπηρεσιών που πραγματοποιούνται από τρίτες χώρες προς την ΕΕ δεν φορολογούνται, γεγονός που αποτελεί, προφανώς, ένα διπλό ανταγωνιστικό μειονέκτημα για τις κοινοτικές επιχειρήσεις. Οι διαφορές αυτές στην εφαρμογή του φόρου αποτελούν σαφή παραβίαση της αρχής της ουδετερότητας.

Για να αποφευχθεί αυτό το είδος στρέβλωσης και να διασφαλιστεί η ουδετερότητα του φορολογικού συστήματος θα πρέπει:

3. Το κοινοτικό σύστημα ΦΠΑ να διασφαλίζει ότι: οι υπηρεσίες, που παρέχονται ηλεκτρονικώς ή με άλλον τρόπο, για κατανάλωση εντός της ΕΕ φορολογούνται εντός της ΕΕ, ανεξάρτητα από την προέλευσή τους.

Οι υπηρεσίες αυτές, που παρέχονται από επιχειρήσεις της ΕΕ για κατανάλωση εκτός της ΕΕ δεν υπόκεινται στον ΦΠΑ στην ΕΕ και ότι μπορεί να εκπέσει ο ΦΠΑ για τις εισροές που συνδέονται με την παροχή αυτών των υπηρεσιών.

Τα παραπάνω δεν προδικάζουν τους κανόνες που θα εφαρμοστούν εντός της ΕΕ.

Πάντως, δεδομένου ότι η πρακτική εφαρμογή αυτής της κατευθυντήριας γραμμής θα θέσει προβλήματα, η Επιτροπή προτίθεται να συνεχίσει τη σχετική μελέτη σε συνεργασία με τα κράτη μέλη, στο πλαίσιο της ομάδας εργασίας που θέσπισε η Επιτροπή, καθώς και με τον κλάδο των επιχειρήσεων.

Τα προαναφερθέντα αντικατοπτρίζουν την αμετάβλητη θέση της Επιτροπής για καθιέρωση κοινού συστήματος ΦΠΑ που θα βασίζεται στην φορολόγηση στη χώρα καταγωγής και θα προβλέπει ένα ενιαίο τόπο για την εγγραφή στον ΦΠΑ, στον οποίο ο επιχειρηματικός φορέας θα υποβάλλει δηλώσεις και θα εκπίπτει τον φόρο για όλες τις υποκείμενες στον ΦΠΑ συναλλαγές του που πραγματοποίησε εντός της ΕΕ. Ένα τέτοιο σύστημα όχι μόνο θα απλουστεύσει τη λειτουργία του φορολογικού συστήματος για τις επιχειρήσεις της ΕΕ αλλά και θα παράσχει στις επιχειρήσεις τρίτων χωρών τη δυνατότητα να εκπληρώνουν σε μια και μόνο χώρα τις σχετικές με τον ΦΠΑ υποχρεώσεις τους εντός της ΕΕ.

Συνολικά, η κατευθυντήρια αυτή γραμμή συνιστά σημαντική αλλαγή σε σχέση με την παρούσα κατάσταση. Σημαίνει ενδεχομένως ότι όλες οι ηλεκτρονικώς παρεχόμενες υπηρεσίες από επιχειρήσεις τρίτων χωρών σε ιδιώτες καταναλωτές στην ΕΕ θα υπόκεινται στον ΦΠΑ και ότι όλες αυτές οι υπηρεσίες που εξάγονται από την ΕΕ σε άλλες χώρες δεν θα επιβαρύνονται με ΦΠΑ. Αυτό θα διασφαλίσει την φορολογική ουδετερότητα μεταξύ παροχών υπηρεσιών από κοινοτικές και μη κοινοτικές επιχειρήσεις. Για να διατηρηθεί η φορολογική ουδετερότητα μεταξύ παραδόσεων ανοικτής και μη ανοικτής γραμμής, αυτό σημαίνει ότι, σε αντίθεση με ότι συμβαίνει μέχρι σήμερα, οι παρεχόμενες με παραδοσιακά μέσα υπηρεσίες, όπως οι τηλεφωνικές υπηρεσίες ή οι υπηρεσίες τηλεομοιοτυπίας, από μη κοινοτικές επιχειρήσεις σε ιδιώτες καταναλωτές στην ΕΕ, θα υπόκεινται επίσης σε ΦΠΑ.

Κατευθυντήρια γραμμή 4: Να διευκολυνθεί η τήρηση των υποχρεώσεων. Η αξιοπιστία κάθε φορολογικού συστήματος βασίζεται στον πρακτικό του χαρακτήρα, καθώς και στην εφικτότητα της εφαρμογής του. Πρέπει να υφίσταται βεβαιότητα όσον αφορά τους κανόνες, ενώ η τήρηση των υποχρεώσεων πρέπει να είναι όσο το δυνατόν απλούστερη ώστε να αποφευχθεί η επιβολή περιττών επιβαρύνσεων στις επιχειρήσεις.

Εξάλλου, τόσο οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις όσο και οι φορολογικές αρχές πρέπει να έχουν τη βεβαιότητα ότι ο φόρος μπορεί να ελεγχθεί και να εισπραχθεί πραγματικά και αποτελεσματικά. Η παγκόσμια διάσταση αυτών των εμπορικών δραστηριοτήτων πρέπει να ληφθεί υπόψη και επιβάλλεται να επιδιωχθεί η επίτευξη συναίνεσης και συνεργασίας σε διεθνές επίπεδο, προκειμένου να δημιουργηθούν τα μέσα που θα διευκολύνουν την τήρηση αυτών των υποχρεώσεων.

Πρέπει να σχεδιαστούν φορολογικοί μηχανισμοί οι οποίοι να είναι πλήρως συμβιβάσιμοι με την αναμενόμενη εξέλιξη των εμπορικών πρακτικών, η οποία θα προκύψει από την εμφάνιση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Πρέπει επίσης να έχουν αναλογικό χαρακτήρα, λαμβάνοντας υπόψη τις ειδικές ανάγκες των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιούνται μέσω του Ιντερνέτ και σχετίζονται με τον ουσιαστικά διεθνικό, διαφοροποιημένο και αποκεντρωμένο χαρακτήρα της αγοράς. Η προσαρμογή των φορολογικών συστημάτων στις ισχύουσες εμπορικές πρακτικές είναι απαραίτητο στοιχείο για την αποτελεσματική εφαρμογή του φόρου, τόσο για τους επιχειρηματικούς φορείς όσο και για τις φορολογικές αρχές· για το σκοπό αυτό, με την παράθεση των αρχών που ακολουθούν επιδιώκεται να ικανοποιηθούν οι ανάγκες που προβλέπεται να προκύψουν στο πλαίσιο του νεοεμφανιζόμενου ηλεκτρονικού εμπορίου:

4. Στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου, όλοι οι δραστηριοποιούμενοι φορείς θα πρέπει να μπορούν να εκπληρώνουν όσο το δυνατόν ευκολότερα τις υποχρεώσεις τους.

Κατευθυντήρια γραμμή 5: Διασφάλιση ελέγχου και εφαρμογής. Όπως ήδη προαναφέρθηκε, τα συστήματα φορολόγησης πρέπει να διασφαλίζουν ότι όλες οι μορφές κατανάλωσης στην ΕΕ θα φορολογούνται με τον ίδιο τρόπο. Πρέπει να περιοριστεί στο ελάχιστο ο αριθμός των κανόνων και να αποφευχθεί η επιβολή δυσανάλογων υποχρεώσεων, προκειμένου να καταστεί δυνατή η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου. Πάντως, ταυτόχρονα, πρέπει να διασφαλιστεί η δυνατότητα αποτελεσματικού ελέγχου του φόρου.

5. Το φορολογικό καθεστώς και τα μέσα ελέγχου που αυτό προβλέπει πρέπει να διασφαλίζουν ότι ο φόρος εφαρμόζεται πραγματικά στις ηλεκτρονικές παροχές υπηρεσιών εντός της ΕΕ, τόσο προς τις επιχειρήσεις όσο και προς μεμονωμένους ιδιώτες. Όσον αφορά τους μεμονωμένους ιδιώτες, οι μηχανισμοί που θα σχεδιαστούν θα πρέπει να είναι σύμφωνοι προς την υφιστάμενη νομοθεσία περί προστασίας των προσωπικών δεδομένων.

Κατευθυντήρια γραμμή 6: Διευκόλυνση της διαχείρισης του φόρου
Για να εδραιωθεί η εμπιστοσύνη των επιχειρήσεων σε ένα φορολογικό σύστημα, θα πρέπει το σύστημα αυτό να μπορεί να εφαρμοστεί δίκαια, να προσφέρει βεβαιότητα και να λειτουργεί με τρόπο που να παρέχει τη δυνατότητα να αντληθούν όλα τα οφέλη που μπορεί να προσφέρει το ηλεκτρονικό εμπόριο. Πρέπει να αναγνωριστεί ότι είναι προς το συμφέρον τόσο της ΕΕ όσο και των κρατών μελών της να δημιουργηθούν συνθήκες οι οποίες να επιτρέπουν στους μη κοινοτικούς επιχειρηματικούς φορείς να εκπληρώνουν άνετα τις υποχρεώσεις τους όσον αφορά τον κοινοτικό ΦΠΑ στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Επίσης, πρέπει να διασφαλιστεί ότι, στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου, η τήρηση των υποχρεώσεων δεν συνεπάγεται επαχθέστερες επιβαρύνσεις για τις κοινοτικές επιχειρήσεις σε σχέση με τις επιχειρήσεις τρίτων χωρών. Στο νέο αυτό περιβάλλον, θα πρέπει να καταστεί δυνατή η τιμολόγηση και η τήρηση λογιστικών καταστάσεων σε ηλεκτρονική μορφή.

6. Η απουσία χαρτιού θα είναι ένα χαρακτηριστικό του ηλεκτρονικού εμπορίου. Για τους σκοπούς του ΦΠΑ, η ηλεκτρονική τιμολόγηση θα πρέπει να επιτραπεί για τις πράξεις που πραγματοποιούνται εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το νόμιμο συμφέρον των κρατών μελών πρέπει πάντως να διασφαλισθεί μέσω της πρόβλεψης κατάλληλων μέσων ελέγχου και πρόληψης της απάτης· τα προαναφερθέντα μέσα μπορούν να αποφασιστούν κατά τον καθορισμό των ομοιόμορφων όρων χρησιμοποίησης της ηλεκτρονικής τιμολόγησης εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Επίσης, πρέπει να δοθεί άμεση προτεραιότητα στη δημιουργία πλαισίου συνεργασίας μεταξύ ΕΕ και τρίτων χωρών, προκειμένου να διασφαλισθεί ότι όροι ισοδύναμοι με εκείνους που καθορίστηκαν εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης, θεσπίστηκαν για την ηλεκτρονική τιμολόγηση και σε διεθνές επίπεδο.

7. Με την επιφύλαξη της έγκρισης ομοιόμορφων όρων σε κοινοτικό επίπεδο, οι φορολογικές διοικήσεις πρέπει να παράσχουν στους επιχειρηματικούς φορείς, που δραστηριοποιούνται στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου, τη δυνατότητα να εκπληρώνουν τις φορολογικές τους υποχρεώσεις μέσω υποβολής δηλώσεων ΦΠΑ και τήρησης λογιστικών καταστάσεων σε ηλεκτρονική μορφή.

Και στο επίπεδο αυτό, οι φορολογικές διοικήσεις θα πρέπει να διαδραματίσουν ενεργό ρόλο στο νέο ηλεκτρονικό περιβάλλον και να είναι έτοιμες να ενσωματώσουν τις εν λόγω έννοιες και πρακτικές στις σχέσεις τους με τους οικονομικούς φορείς και τους καταναλωτές στο παγκόσμιο περιβάλλον του ηλεκτρονικού εμπορίου.



Ελληνικά

Ηλεκτρονικά

καταστήματα



Ελληνικά ηλεκτρονικά καταστήματα

Στο παρόν κεφάλαιο θα παρουσιαστούν – τα περισσότερα- ελληνικά ηλεκτρονικά καταστήματα, με αντίστοιχο σχολιασμό των χαρακτηριστικών τους.



Αθλητικά είδη

Σε αυτή τη κατηγορία ηλεκτρονικών καταστημάτων, ο πελάτης καλείται στο καλάθι της παραγγελίας, να συμπληρώσει το «νούμερο» του ρούχου (σε κάποια από τα καταστήματα υπάρχει αναλυτικός διαχωρισμός και προσδιορισμός του εκάστοτε μεγέθους), τη ποσότητα, το χρώμα.

● www.e-sportarena.com : Η εταιρεία αυτή έχει συνάψει συμφωνίες με διεθνή εταιρείες όπως Addidas, Nike κ.α. Προσφέρει όλων των ειδών τα αθλητικά είδη όπως φόρμες, τσάντες, καπέλα. Στο εμπόρευμα της υπάρχουν οι επίσημες ενδυμασίες ελληνικών και ξένων ποδοσφαιρικών συλλόγων, ενώ στην ιστοσελίδα του καταστήματος υπάρχουν τα τρέχουσα αθλητικά νέα και ένα παιχνίδι ερωτοαπαντήσεων αθλητικού περιεχομένου.

● www.magnet.gr/business/eurowill/ : Ένα απλό ηλεκτρονικό κατάστημα μιας βιοτεχνίας της Θεσσαλονίκης, η οποία προσφέρει αθλητικές φόρμες, t-shirts, παιδικά ενδύματα.

● www.olympiakos.gr/exclusives : Το επίσημο ηλεκτρονικό κατάστημα του Ολυμπιακού.

● www.trifili.gr : Το καλύτερο κατάστημα της κατηγορίας με μία μεγάλη γκάμα προϊόντων, που σχετίζονται με την ομάδα του Παναθηναϊακού. Έτσι, το κατάστημα προσφέρει, μεταξύ των άλλων,

αυθεντικές ρέμπλικες, casual ντύσιμο, πορσελάνες, βιντεοκασέτες, είδη μπάνιου κ.α.




Άνθη, φυτά

Τα ηλεκτρονικά ανθοπωλεία δεν διαφέρουν σχεδόν σε τίποτα από τα «κανονικά». Τα περισσότερα από αυτά ανήκουν στο δίκτυο της interflora και προσαρμόζουν τις προσφορές τους ανάλογα με το εορτολόγιο, όπως τη γιορτή των Χριστουγέννων, των ερωτευμένων, σε τελετές γάμων. Σε κάποια από τα ηλεκτρονικά ανθοπωλεία με τη συμπλήρωση της φόρμας παραγγελίας, ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να στείλει και κάποιο μήνυμα προς τον παραλήπτη, ως ένα είδος κάρτας. Για αυτό χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή κατά τη συμπλήρωση της παραγγελίας, όσο αφορά τη διεύθυνση αποστολής. Ενδεχομένως, να μας φανούν χρήσιμες και κάποιες πληροφορίες σχετικά με τη περιποίηση των φυτών.

- www.antonello.gr : Αθηναϊκό ανθοπωλείο, το οποίο προσφέρει διάφορες δημιουργίες του, συμβουλές σχετικά με τη περιποίηση των φυτών και κάνει μια μικρή αναφορά σε αντίστοιχα ανθοπωλεία του εξωτερικού.
- www.cactusflowers.gr : Ανθοπωλείο της Κρήτης το οποίο προσφέρει διεθνή διανομή, αλλά και δυνατότητα παραγγελίας online, με τηλεφωνική κλήση και μέσω Fax..
- www.fiorellino.gr : Καλοσχεδιασμένο ανθοπωλείο στο Χαλάνδρι με τιμητική διάκριση από το περιοδικό INLIFE. Το επιπλέον είναι ότι προσφέρει κουάφ για τα μαλλιά της νύφης!
- www.fiorissimo.gr : Ανθοπωλείο στο Χαλάνδρι, με ανθοσυνθέσεις και για γαμήλιες τελετές.

Ηλεκτρονικό εμπόριο

- www.floria.gr : Καλοσχεδιασμένο ανθοπωλείο στην Αθήνα με όλες τις απαιτούμενες κατηγορίες-προσφορές.
- www.flowers-club.gr : Καταπράσινο ανθοπωλείο από τη Θεσσαλονίκη.
- www.florist.gr : Αθηναϊκό ανθοπωλείο παλαιάς κοπής.
- www.interflora.gr :

 Το Interflora.gr είναι το ηλεκτρονικό κατάστημα της μεγαλύτερης εταιρίας αποστολής λουλουδιών στον κόσμο. Με 700 ανθοπώλες στην Ελλάδα και 55.000 παγκοσμίως, αναλαμβάνει να στείλει τις ευχές σας με πρωτότυπες ανθοδέσμες παντού. Το σήμα της - ο αγγελιοφόρος Ερμής - εγγυάται την εκδήλωση των συναισθημάτων σας με σιγουριά και ασφάλεια.	
Πολιτική επιχείρησης:	
Τρόποι πληρωμής: Visa Mastercard American Express Discover Diners Club	Εκτέλεση παραγγελίας: Αυθημερόν από τα κατά τόπους ανθοπωλεία / συνεργάτες
Δυνατότητες επιστροφής:	Ειδικές παροχές: Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας

- www.lafleur.gr : Ανθοπωλείο στο Πειραιά.
- www.red-rose.gr : Εξειδικευμένο ανθοπωλείο στα τριαντάφυλλα.
- www.studiocorazon.gr
- www.flower.gr
- www.zerbera-flowers.com
- www.flowers.gr

177

@@@

Ηλεκτρονικό εμπόριο

- www.mathioudakis.gr
- www.flowersstores.gr
- www.louloudia.gr

Company Profile

Store Locations

Contact Information

Wedding Trends

Fleria Trends

A Present

Plants For Two

Plants For You
Miniature Garden



Το ηλεκτρονικό κατάστημα : www.fleria.gr

Γκαλερί, Έργα τέχνης


Η τέχνη στο διαδίκτυο! Με την πώληση όλων των ειδών τέχνης (ζωγραφική, γλυπτική, κεραμική κ.α), όχι όμως ευρέως γνωστών καλλιτεχνών.

● www.kyrgkos.gr : Έργα του φλωρινιώτη Βασίλη Κύρκου. Η συλλογή περιλαμβάνει ελαιογραφίες, υδατογραφίες κυρίως ελληνικών νησιωτικών περιοχών.

● www.shops.gr/grigoriadou : Ηλεκτρονική γκαλερί με αρκετές θεματικές κατηγορίες πινάκων.

● www.fine-artgallery.com : Διαθέτει πλούσια συλλογή με Πίνακες διασήμων Ελλήνων και ξένων Ζωγράφων - Έπιπλα εποχής - Καθρέπτες - Χαλιά - Πορσελάνες Ευρωπαϊκές και Ασιατικές - Ασημικά - Επάργυρα - Λάμπες επιτραπέζιες και οροφής - Γραβούρες - Μινιατούρες - Ξυλόγλυπτες- Κορνίζες - Ρολόγια - Κηροπήγια - και πλήθος άλλων αριστουργημάτων τέχνης.

● www.gallery.gr :

 Το GalleryGR έχει ως κύρια δραστηριότητα την διοργάνωση on-line εκθέσεων με ποικιλία θεμάτων. Υπάρχει η δυνατότητα αναζήτησης και η ασφαλούς αγοράς μέσω Internet ιδιαίτερα αξιόλογων έργων τέχνης γνωστών καλλιτεχνών του 19ου και 20ου αιώνα. Διατίθεται μεγάλη συλλογή από πίνακες εποχής, κλασσικά έργα, γλυπτά, γκραβούρες, και άλλα αυθεντικά έργα τέχνης.

Πολιτική επιχείρησης:

Γρόποι πληρωμής:

Γσεκ

Εκτέλεση παραγγελίας:

Επόμενη μέρα

	Αποστολή με courier
Δυνατότητες επιστροφής:	Ειδικές παροχές: Ασφαλής μεταφορά Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών

● www.athensgallery.gr : Γκαλερί της Πλάκας με πίνακες, κεραμικά, γλυπτά , κοσμήματα, αγιογραφίες.

● www.tze.gr

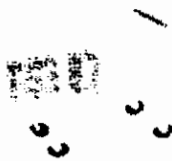
● www.tsangarakis-gallery.gr

● www.miraraki.com : Γκαλερί Μιραράκη με «ειδίκευση» στο χαλί.



Γραφικές τέχνες

● www.lstudiostampa.com : Σφραγίδες από καουτσούκ, προσωπικές και επαγγελματικές κάρτες.




Δίσκοι, cd, dvd

Από τις πιο πετυχημένες κατηγορίες ηλεκτρονικών καταστημάτων από τη μεριά των πωλήσεων. Διαθέτουν δίσκους cd's, dvd, βινύλιο, βιντεοκασέτες. Τα ηλεκτρονικά αυτά καταστήματα διαθέτουν μια πληθώρα δραστηριοτήτων όπως: Ειδήσεις σχετικά με τα πρόσφατα μουσικά και κινηματογραφικά νέα, οι νέες κυκλοφορίες βρίσκονται

συνήθως σε κεντρικό σημείο της ιστοσελίδας, υπάρχουν ειδικές προσφορές κατά κανόνα σε παλαιότερες κυκλοφορίες, διενεργούνται διαγωνισμοί μουσικο-κινηματογραφικών γνώσεων, παρουσιάζονται κάθε είδους charts, μερικά από αυτά προσφέρουν downloads video clips ή μέρος του μουσικού κομματιού ή τρέιλερ της ταινίας, κάποια περιέχουν και συνεντεύξεις καλλιτεχνών. Επίσης, σε καθένα από τα παραπάνω προϊόντα ενδέχεται να υπάρχει ο σχολιασμός του αντίστοιχου κριτικού ή κάποιου πελάτη. Η αναζήτηση του επιθυμητού προϊόντος μπορεί να γίνει με ποικίλους τρόπους: με την πληκτρολόγηση είτε του ονόματος της ταινίας ή του cd, είτε με τη πληκτρολόγηση του συνθέτη ή τραγουδιστή, του σκηνοθέτη ή κάποιων από τους πρωταγωνιστές της ταινίας.

● www.7plus7.gr :

 Το 7plus7 είναι ένα πλήρες και άρτια οργανωμένο μουσικό ηλεκτρονικό κατάστημα. Απευθύνεται στους φανατικούς οπαδούς της μουσικής και το περιεχόμενό του συγκεντρώνει όλα τα είδη ελληνικής και ξένης δισκογραφίας. Το 7plus7 εμπλουτίζεται διαρκώς με νέες κυκλοφορίες από την διεθνή μουσική σκηνή, ειδήσεις, διαγωνισμούς και προσφορές.	
Πολιτική επιχείρησης:	
Τρόποι πληρωμής:	Εκτέλεση παραγγελίας:
Δυνατότητες επιστροφής:	Ειδικές παροχές:

● www.cdonline.gr : Με τη συνεργασία και τη βοήθεια του δημοφιλούς Cdnw, μια διαφορετική επιλογή.


● www.compactdisclub.gr : Ποιοτική μουσική και εντυπωσιακές συλλογές.

● www.deltaclub.gr : Επιλεγμένα κομμάτια, σε ελκυστικές τιμές.

● www.discshop.gr

● www.djrecordstore.com

- www.dvdcool.gr
- www.lasercorner.com
- <http://shop.mad.gr>

 Στο shopmad.gr μπορούμε να βρούμε εύκολα, γρήγορα και φθηνά, οποιοδήποτε Ελληνικό CD θέλουμε! Μπορούμε πλέον να αγοράζουμε τα αγαπημένα μας CD, αφού δούμε τι περιέχουν, τους συντελεστές, το εξώφυλλο, την τιμή του μέχρι και να ακούσουμε διαθέσιμα audio clips, καθώς και να διαβάσουμε τα σχετικά νέα και βιογραφικά για οποιονδήποτε από τους συντελεστές του CD. Επίσης το shopmad.gr δημιούργησε μια μοναδική λίστα επιθυμιών μας (wishlist), όπου μπορούμε να τοποθετούμε τα CD που μας ενδιαφέρουν και τα οποία θα είναι διαθέσιμα όποτε τα θελήσουμε. Η διαδικασία που ακολουθούμε είναι απλή και όταν θελήσουμε να τα αγοράσουμε δεν έχουμε παρά να τα μεταφέρουμε στο καλάθι αγορών μας!

Πολιτική επιχείρησης:

Τρόποι πληρωμής:

Visa

Πληρωμή με αντικαταβολή

Εκτέλεση παραγγελίας:

Αποστολή με courier

2 ως 5 εργάσιμες μέρες

Δυνατότητες επιστροφής:

Δεκτές επιστροφές

Επιστροφές χρημάτων

Ειδικές παροχές:

Ασφαλής μεταφορά

Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών

Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας

Μηχανή αναζήτησης προϊόντων

Ειδικές προσφορές



Το ηλεκτρονικό κατάστημα του <http://shop.mad.gr>

● www.music.gr :

music.gr Το www.music.gr λειτουργεί από το 1996 και είναι το πρώτο αποκλειστικά Δικτυακό ελληνικό δισκοπωλείο. Επίσης είναι η πρώτη νέα ελληνική επιχείρηση που χρέωσε πιστωτικές κάρτες μέσω Ιντερνετ στην Ελλάδα. Το νέο Music.gr περιλαμβάνει όλη την ελληνική δισκογραφία που είναι διαθέσιμη αυτή τη στιγμή και συνεχή μουσική ενημέρωση, τον πρώτο on-demand σταθμό στον ελληνικό κυβερνοχώρο, παιχνίδια, mailing list, διαγωνισμούς αλλά και πολύτιμα εργαλεία όπως το σύστημα αυτόματης μετάφρασης ιστοσελίδων στα ελληνικά - επίσης για πρώτη φορά στην Ελλάδα.

Πολιτική επιχείρησης:

Τρόποι πληρωμής:

Visa

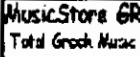
Εκτέλεση παραγγελίας:

Μεθεπόμενη μέρα


Ηλεκτρονικό εμπόριο

Mastercard Πληρωμή με αντικαταβολή	Κανονική αποστολή
Δυνατότητες επιστροφής: Δεκτές επιστροφές Χωρίς έξοδα επιστροφής Χωρίς χρέωση πιστωτικής κάρτας Επιστροφές χρημάτων	Ειδικές παροχές: Ασφαλής μεταφορά Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών Μηχανή αναζήτησης προϊόντων Συσκευασία δώρου Ειδικές προσφορές

- www.musicstore.gr :

 Το MusicStore.GR είναι ένα ιδιαίτερα ενημερωμένο κατάστημα αποκλειστικά ελληνικής μουσικής, με έμφαση στην ελληνική παραδοσιακή μουσική. Το MusicStore.GR ανά τακτά χρονικά διαστήματα προτείνει κάποιους δίσκους αδιακρίτως κατηγορίας ή εμπορικότητας.	
Πολιτική επιχείρησης:	
Τρόποι πληρωμής: Visa Πληρωμή με αντικαταβολή	Εκτέλεση παραγγελίας: Ταχυδρομική Αποστολή 4-15 μέρες
Δυνατότητες επιστροφής: Δεκτές επιστροφές Χωρίς έξοδα επιστροφής Επιστροφές χρημάτων	Ειδικές παροχές: Ασφαλής μεταφορά Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας Μηχανή αναζήτησης προϊόντων

- www.musical.gr :

 Το MUSICAL απευθύνεται σε ανθρώπους που αγαπάνε και ακούνε καλή Ελληνική μουσική και τραγούδια. Όσοι θέλουν περισσότερη μουσική, από αυτή τη σελίδα θα ενημερώνονται κάθε εβδομάδα για κάθε νέα κυκλοφορία που αφορά το Ελληνικό τραγούδι σε όλα τα είδη της. Μια σελίδα που θα σας προτείνει κάποια CDs, παλιότερα και νεότερα, σπάνιες εκτελέσεις, απρόβλεπτες συνεργασίες.

πάνω από όλα την ασφάλεια των συναλλαγών και των προσωπικών μας στοιχείων.

Πολιτική επιχείρησης:

Τρόποι πληρωμής:

Visa

Τραπεζική Κατάθεση

Πληρωμή με αντικαταβολή

Εκτέλεση παραγγελίας:

Επόμενη μέρα

Ταχυδρομική Αποστολή

Αποστολή με courier

Δυνατότητες επιστροφής:

Ειδικές παροχές:

Ασφαλής μεταφορά

Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών

Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας

Μηχανή αναζήτησης προϊόντων

● www.greekbooks.gr :

**Greek
books.gr**

Το Greekbooks.gr είναι ένα ιδιαίτερα λειτουργικό ελληνικό on-line βιβλιοπωλείο. Κατά την περιήγησή σας στις σελίδες του θα διαπιστώσετε ότι αποτελεί και μια σημαντική πηγή πληροφόρησης για ότι αφορά τον κόσμο του βιβλίου. Με σεβασμό και αξιοπιστία προβάλλει το βιβλίο στην πιο ολοκληρωμένη του μορφή. Ο κατάλογος του αποτελείται από έναν αρκετά σημαντικό αριθμό βιβλίων που συνεχώς αυξάνεται και ανανεώνεται. Ο επισκέπτης πριν αγοράσει ένα βιβλίο μπορεί πρώτα να ενημερωθεί καθώς οι περισσότεροι τίτλοι συνοδεύονται από το αντίστοιχο εξώφυλλο και την περίληψη. Μπορεί επίσης να το βαθμολογήσει και να εκφράσει την άποψη του μέσα από την αντίστοιχη ενότητα. Αρχή του greekbooks.gr είναι η παροχή της καλύτερης δυνατής εξυπηρέτησής, καθώς και η συνεχής ανάπτυξη και βελτίωση των υπηρεσιών.

Πολιτική επιχείρησης:

Τρόποι πληρωμής:

Visa

Mastercard

Πληρωμή με

αντικαταβολή

Εκτέλεση παραγγελίας:

Επόμενη μέρα

Ταχυδρομική Αποστολή


Αποστολή με courier

Ηλεκτρονικό εμπόριο

μόνο για εσωτερικό	
Δυνατότητες επιστροφής: Δεκτές επιστροφές Επιστροφές χρημάτων	Ειδικές παροχές: Ασφαλής μεταφορά Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας Μηχανή αναζήτησης προϊόντων Συσκευασία δώρου Ειδικές προσφορές ηλεκτρονική προσωπική βιβλιοθήκη Wish list Σπάνια βιβλία Κριτικές

- www.leaderbooks.gr : Εκδόσεις πληροφορικής, οικονομίας, συνδρομές περιοδικών, CD-ROM, χαρτικά, βιβλιοπωλείο στην Αθήνα.
- www.lycabetus.com : Εκδόσεις αγγλόφωνων βιβλίων για την Ελλάδα.
- www.mathisis.com
- www.e-shop.mls.gr
- www.mmpi.net : Εκδόσεις ξενόγλωσσων σχολικών βιβλίων.
- www.greekwineguide.gr : Εκδόσεις για το χώρο του κρασιού.
- www.praxis.gr : Εκδόσεις διδακτικών βιβλίων για γερμανομαθείς.
- www.agyra.gr
- www.agra.gr
- www.agrotypos.gr : Εκδόσεις για τη γεωργία και την κτηνοτροφία.
- www.athlotypos.gr : Αθλητικές και ηλεκτρονικές εκδόσεις, προπονητικά βοηθήματα.
- www.aiolos.com.gr
- www.addgr.com/comp/vefa : Εκδόσεις μαγειρικής.
- www.avlosbooks.com : Online βιβλιοπωλείο που δίνει έμφαση στις παιδικές εγκυκλοπαίδειες.

- www.emotion.gr :


 Το ηλεκτρονικό κατάστημα E-motion παρέχει ολοκληρωμένες προτάσεις προϊόντων και υπηρεσιών ψηφιακής τεχνολογίας. Εάν γίνουμε μέλη μπορούμε να κάνουμε γρήγορα, με ευκολία και με ασφάλεια τις αγορές μας και να ενημερωνόμαστε για νέα προϊόντα και τεχνολογίες.	
Πολιτική επιχείρησης:	
Τρόποι πληρωμής: Visa Mastercard American Express Πληρωμή με αντικαταβολή Dynamic Visa σε κατάστημα E-motion	Εκτέλεση παραγγελίας: Επόμενη μέρα Αποστολή με courier
Δυνατότητες επιστροφής: Δεκτές επιστροφές Χωρίς έξοδα επιστροφής Επιστροφές χρημάτων	Ειδικές παροχές: Ασφαλής μεταφορά Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας Μηχανή αναζήτησης προϊόντων Ειδικές προσφορές

- www.incahellas.com :

- www-5.ibm.com/gr/shop


- www.infosoft.gr : Ηλεκτρονικό κατάστημα με προϊόντα και υπηρεσίες ψηφιακής τεχνολογίας . Η InfoSoft net ΑΕ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΤΗΛΕΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ είναι ιδιωτική εταιρία ολοκληρωμένων πληροφοριακών συστημάτων τηλεπληροφορικής, μηχανογραφικών εφαρμογών, μηχανοργάνωσης επιχειρήσεων, παραγωγής εξειδικευμένου λογισμικού, εκπαίδευσης πληροφορικής, τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών και παροχής τεχνικών και συμβουλευτικών υπηρεσιών. Παρέχει ολοκληρωμένες μηχανογραφικές λύσεις για κάθε επιχείρηση.

- <http://212.205.55.134/idb2c> :
- www.markethellas.gr
- www.melani.gr
- www.memonet.gr : Εκτυπωτικά μέσα, υλικά δικτύου, μικροπεριφερειακά, συσκευές, αξεσουάρ.
- www.mgmanager.gr
- www.eml.gr :

 Στο Microland μπορούμε να βρούμε τις λύσεις που οδηγούν στον κόσμο της πληροφορικής και της επικοινωνίας. Παρέχει τις καλύτερες προτάσεις όσον αφορά υπολογιστές, περιφερειακά, internet, telecoms, software, gadgets, αναλώσιμα αλλά και είδη χαρτοπωλείου.	
Πολιτική επιχείρησης:	
Γρόποι πληρωμής: Visa Mastercard Τραπεζική Κατάθεση Πληρωμή με αντικαταβολή	Εκτέλεση παραγγελίας: Επόμενη μέρα Αποστολή με courier
Δυνατότητες επιστροφής:	Ειδικές παροχές: Ασφαλής μεταφορά Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας Συσκευασία δώρου Ειδικές προσφορές


- www.naftilos.com/eshop

- www.ntc.gr :

 Το NTC Online Store περιέχει μεγάλη ποικιλία από προϊόντα στο χώρο των υπολογιστών. Μπορούμε να ψάξουμε τους καταλόγους των προϊόντων, να εγγραφούμε ως μέλος ή να παραγγείλουμε κάποιο προϊόν, κυρίως συμβατά μελάνια και toner υψηλής ποιότητας και σύντομα προϊόντα τηλεπικοινωνιών.	
Πολιτική επιχείρησης:	
Τρόποι πληρωμής: Πληρωμή με αντικαταβολή	Εκτέλεση παραγγελίας: Επόμενη μέρα Ταχυδρομική Αποστολή Αποστολή με courier
Δυνατότητες επιστροφής: κατόπιν συμφωνίας	Ειδικές παροχές: Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας Μηχανή αναζήτησης προϊόντων Ειδικές προσφορές

- www.officeprofit.gr : Είδη γραφείου, χαρτικά, αναλώσιμα Η/Υ.

- www.loneway.gr :

 Το One Way είναι ένα ηλεκτρονικό κατάστημα προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής τεχνολογίας που σκοπό έχει την πλέον φιλική και ποιοτική εξυπηρέτηση των πελατών. Με εβδομαδιαίες προσφορές, συνδέσεις κινητής τηλεφωνίας και δυνατότητα σύνθεσης προσωπικού υπολογιστή ενώ εξασφαλίζει εγγυημένη επιστροφή χρημάτων.	
Πολιτική επιχείρησης:	
Τρόποι πληρωμής: Visa Mastercard American Express Diners Club Τραπεζική Κατάθεση	Εκτέλεση παραγγελίας: Επόμενη μέρα Αποστολή με courier

Ηλεκτρονικό εμπόριο

Τσεκ Πληρωμή με αντικαταβολή Διακανονισμός	
Δυνατότητες επιστροφής: Δεκτές επιστροφές Χωρίς έξοδα επιστροφής Επιστροφές χρημάτων	Ειδικές παροχές: Ασφαλής μεταφορά Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας Μηχανή αναζήτησης προϊόντων Ειδικές προσφορές

● www.planetstation.gr : Παιχνιδομηχανές, λογισμικό, gadgets.

● www.ram-shop.gr :

RAM	Το RAM-shop είναι ένα ηλεκτρονικό κατάστημα υπολογιστών με πλούσια συλλογή από hardware, software, περιφερειακά και αναλώσιμα. Ξεχωριστή θέση έχουν οι προσφορές, τα νέα προϊόντα και τα best sellers.	
Πολιτική επιχείρησης:		
Τρόποι πληρωμής: Visa Mastercard American Express Diners Club Τραπεζική Κατάθεση Πληρωμή με αντικαταβολή	Εκτέλεση παραγγελίας: Μεθεπόμενη μέρα Ταχυδρομική Αποστολή Αποστολή με courier	
Δυνατότητες επιστροφής: Δεκτές επιστροφές	Ειδικές παροχές: Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας	

● www.widget.gr : Η Widget είναι η μεγαλύτερη αλυσίδα μεταπώλησης στην Ευρώπη, με εξειδίκευση στον χώρο των φορητών υπολογιστών χειρός (Palmtops) και δραστηριοποιείται στον χώρο της υψηλής τεχνολογίας από το 1987. Το δίκτυο συνεργατών της Widget αριθμεί

Ηλεκτρονικό εμπόριο

σήμερα τα δέκα μέλη σε δέκα αντίστοιχες Ευρωπαϊκές χώρες. Μια άλλη σοβαρή ιδιαιτερότητα της Widget είναι ότι το δίκτυο καταστημάτων της είναι ηλεκτρονικό. Δεν έχει σημεία λιανικής πώλησης αλλά ψηφιακά καταστήματα στο διαδίκτυο.

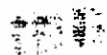
● www.yeswebhosting.net : Φίλοξενία, σχεδιασμός, ηλεκτρονικών σελίδων, συνδέσεις (dial-up), μεταπωλήσεις.

● www.electroniki.gr/polymesa :

● www.magenta.gr

● www.plaisio.gr :


<p>● Το Plaisio.gr είναι το ηλεκτρονικό κατάστημα της γνωστής αλυσίδας που παρέχει ολοκληρωμένες λύσεις υψηλής τεχνολογίας. Με ειδικές προσφορές και ασφάλεια στις συναλλαγές, αποτελεί μια ιδιαίτερα λειτουργική λύση για τις δικτυακές αγορές.</p>	
Πολιτική επιχείρησης:	
Τρόποι πληρωμής: Visa Mastercard Τραπεζική Κατάθεση Πληρωμή με αντικαταβολή	Εκτέλεση παραγγελίας: Επόμενη μέρα
Δυνατότητες επιστροφής: Δεκτές επιστροφές Επιστροφές χρημάτων	Ειδικές παροχές: Ασφαλής μεταφορά Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας Μηχανή αναζήτησης προϊόντων Πωλήσεις κατ'οίκον παρουσία αντιπροσώπων Ειδικές προσφορές



Ηλεκτρικές συσκευές, Ηλεκτρονικά

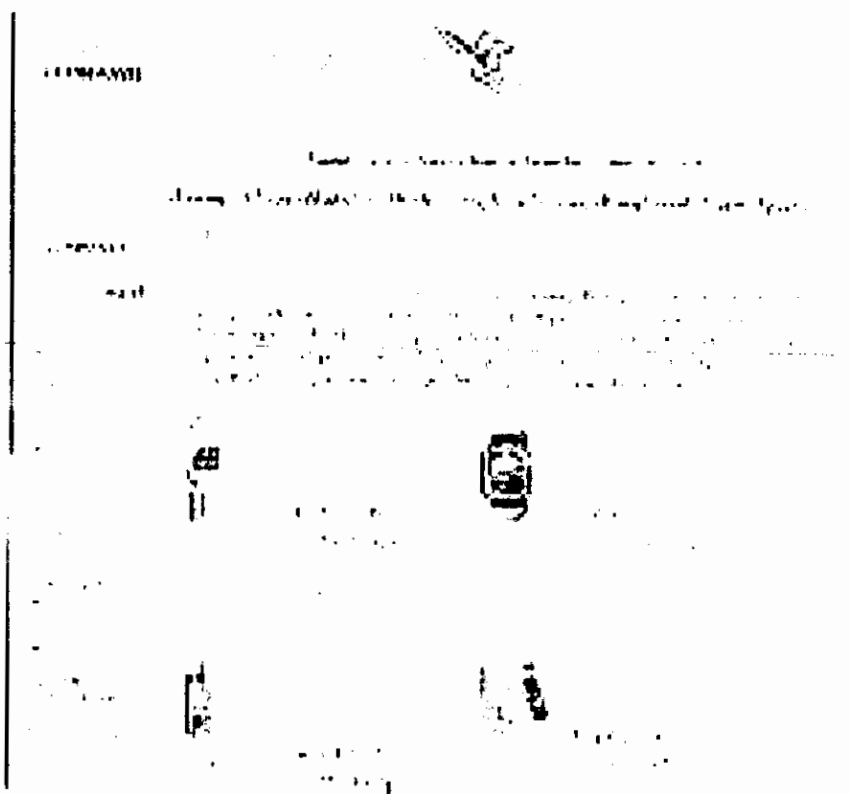
Εδώ εμπεριέχονται οι γνωστές αλυσίδες καταστημάτων, τα οποία εμπορεύονται ηλεκτρικές οικιακές συσκευές. Κάποια από αυτά τα ηλεκτρονικά καταστήματα δραστηριοποιούνται και στο χώρο του b2b. Υπάρχουν αναλυτικές οδηγίες για τον τρόπο παραγγελίας και την πολιτική παράδοσης των προϊόντων, στοιχεία σημαντικά για αυτή τη κατηγορία.

- www.alarco.gr : Κατασκευή και εισαγωγή διαφόρων προϊόντων, συστήματα και υπηρεσίες ασφαλείας.
- www.e-shop.gr/casio : Ρολόγια, ηλεκτρονικές συσκευές.
- <http://shop.contact.com.gr>
- <http://194.219.182.214/corner2>
- <http://www.shops.gr/digisat> : Δορυφορικός εξοπλισμός, ηλεκτρονικές συσκευές και αξεσουάρ.
- www.isdnshop.gr
- www.stereopark.gr : Συσκευές ήχου και εικόνας.
- www.e-germanos.gr :

	<p>Το e-germanos αποτελεί το ηλεκτρονικό κατάστημα της γνωστής αλυσίδας ΓΕΡΜΑΝΟΣ. Με εξειδίκευση στον τομέα των νέων τεχνολογιών, παρέχει λειτουργικές και ολοκληρωμένες λύσεις στον ιδιαίτερα απαιτητικό χώρο της υψηλής τεχνολογίας.</p>
<p>Πολιτική επιχείρησης:</p>	
<p>Τρόποι πληρωμής: Visa Mastercard</p>	<p>Εκτέλεση παραγγελίας: 48 ώρες Αθήνα 72 ώρες Επαρχία Η παραλαβή γίνεται από κατάστημα ΓΕΡΜΑΝΟΣ, επιλογής</p>

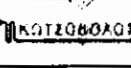
Ηλεκτρονικό εμπόριο

American Express Diners Club Με καταναλωτικό δάνειο	του πελάτη
Δυνατότητες επιστροφής: Δεκτές επιστροφές	Ειδικές παροχές: Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας Μηχανή αναζήτησης προϊόντων Συσκευασία δώρου Ειδικές προσφορές



Το ηλεκτρονικό κατάστημα www.e-germanos.gr

- www.electroniki.gr : Ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές, προϊόντα ψηφιακής τεχνολογίας.
- www.kotsovolos.gr

 Το ηλεκτρονικό κατάστημα της γνωστής αλυσίδας ΚΩΤΣΟΒΟΛΟΣ παρέχει τη δυνατότητα on-line αγοράς των πιο γνωστών και αξιόπιστων λευκών συσκευών, συσκευών ήχου και εικόνας και κλιματιστικών, με εγγυημένη ποιότητα.	
Πολιτική επιχείρησης:	
Γρόποι πληρωμής: Visa Mastercard American Express Diners Club Τραπεζική Κατάθεση Γσεκ Πληρωμή με αντικαταβολή Διακανονισμός	Εκτέλεση παραγγελίας: Επόμενη μέρα Ταχυδρομική Αποστολή Αποστολή με courier Φορτηγά εταιρείας
Δυνατότητες επιστροφής: Δεκτές επιστροφές	Ειδικές παροχές: Ασφαλής μεταφορά Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας Μηχανή αναζήτησης προϊόντων Ειδικές προσφορές on - line χρέωση Visa

● www.seios.gr : Ο ΣΕΗΟΣ εμπορεύεται ένα ευρύ φάσμα ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών δηλαδή:

Λευκές συσκευές : ηλεκτρικές κουζίνες, πλυντήρια ρούχων - πιάτων, ψυγεία, καταψύκτες, εντοιχιζόμενες συσκευές κλπ.

Μαύρες συσκευές : τηλεοράσεις, συστήματα Hi-Fi, video κλπ.

Μικροσυσκευές οικιακής χρήσης : σκούπες, καφετιέρες, -μίξερ, τοστιέρες, κλπ.

Κλιματιστικές συσκευές- Κινητή τηλεφωνία

-Ηλ. Υπολογιστές & Video Games.



Τηλεπικοινωνίες

Όλα τα αξεσουάρ και οι υπηρεσίες γύρω από τη κινητή τηλεφωνία (για κάποια στιγμή ανάγκης).

- www.citishop.gr : Είδη κινητής τηλεφωνίας.
- <http://shop.hub.gr> : Συνδρομές πρόσβασης Διαδικτύου, υπηρεσίες διεθνούς τηλεφωνίας.
- www.ote-shop.gr : Η πρώτη επιλογή σε τηλεπικοινωνιακά προϊόντα.
- www.panafon-hello.gr : Κινητή τηλεφωνία, ασύρματα τηλέφωνα, αξεσουάρ, υπηρεσίες Panafon.
- www.telestetemporio.gr :

TELESTET Το Telestet Emporio σας δίνει την δυνατότητα να κάνουμε τις αγορές μας μέσω του on- line shop και να επιλέξουμε μεταξύ των εκατοντάδων προϊόντων που προβάλλονται. Το μόνο που χρειάζεται είναι να γίνουμε μέλος του on-line shop. Τα προϊόντα μπορούμε να τα επιλέξουμε σε μια από τις κατηγορίες Συσκευές, B-Free, Αξεσουάρ και Προϊόντα Τηλεπικοινωνίας. Μπορούμε ανά πάσα στιγμή να δούμε το περιεχόμενο της παραγγελίας μας και να ενημερωνόμαστε για την κατάσταση των συνολικών μας παραγγελιών.

Πολιτική επιχείρησης:

Τρόποι πληρωμής:

Visa

Πληρωμή με αντικαταβολή

Εκτέλεση παραγγελίας:

Δυνατότητες επιστροφής:

Ειδικές παροχές:

Μηχανή αναζήτησης προϊόντων

- www.vectel.com



Τρόφιμα, Γλυκά, Ποτά

Γλυκά, κρασιά, σπαράγγια, ψάρια, χαλβάδες, λουκουμάδες, πίτσες, σουβλάκια, ροφήματα, ελληνικό ελαιόλαδο και χιώτικη μαστίχα, από όλα έχει το διαδίκτυο.

- www.agaritos.gr : Γλυκά, σοκολάτες, κρασιά και ποτά σε συσκευασία δώρου.
- www.chambers.com.gr/mall/argo : Προϊόντα ντομάτας.
- www.aspa.gr : Νωπά σπαράγγια.
- www.blauel.gr : Ελαιόλαδο από τη Μάνη.
- www.e-fish.gr : Η εταιρεία λειτουργεί από το 1990 και παράγει ψάρια που καλλιεργούνται μέσα στη θάλασσα σε πλωτούς κλωβούς. Τα βασικά είδη ψαριών που καλλιεργούνται είναι τσιπούρα, λαυράκι και μυτάκι.
- www.rigas.com : Γύρος, σουβλάκια στη Θεσσαλονίκη.
- www.greekmarket.gr : Ελληνικά παραδοσιακά προϊόντα.
- www.grproducts.gr :

Grproducts Το GRproducts είναι το πρώτο ελληνικό ηλεκτρονικό παντοπωλείο παραδοσιακών προϊόντων διατροφής. Στη διάθεσή μας βρίσκονται χαρακτηριστικές λιχουδιές που παρασκευάζονται με παραδοσιακούς τρόπους με σκοπό να φτάσει σε μας ότι καλύτερο έχει να προσφέρει η ελληνική φύση.

Πολιτική επιχείρησης:


Τρόποι πληρωμής:

Εκτέλεση παραγγελίας:

Ηλεκτρονικό εμπόριο

Visa Τραπεζική Κατάθεση στην ALPHA BANK	Επόμενη μέρα Αποστολή με courier
Δυνατότητες επιστροφής:	Ειδικές παροχές: Ασφαλής μεταφορά Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας Συσκευασία δώρου

- www.healthynutrition.freesevers.com : Προϊόντα υγιεινής διατροφής.
- www.chambers.com.gr/mall/kostandopoulos
- www.leonidas.gr : Βελγικές πραλίνες.
- www.mikesdailycafe.gr : Ροφήματα, ποτά, ποικιλίες, ελληνική κουζίνα, σάντουιτς στο Κολωνάκι.
- www.pizzahut.gr :

	Η διάσημη Pizza Hut βρήκε τη θέση που της αξίζει στο ελληνικό διαδίκτυο. Διαλέγουμε ηλεκτρονικά την πίτσα της αρεσκείας μας, επιλέγουμε το μέγεθος και στέλνουμε την παραγγελία μας. Με μια μικρή αναμονή μια υπέροχη PizzaHut θα φτάσει στην πόρτα μας.
Πολιτική επιχείρησης:	
Τρόποι πληρωμής: Πληρωμή με αντικαταβολή	Εκτέλεση παραγγελίας:
Δυνατότητες επιστροφής:	Ειδικές παροχές: Πωλήσεις κατ'οίκον παρουσία αντιπροσώπων

- www.livorno.gr : Πίτσα, ζυμαρικά, ορεκτικά, γλυκά.
- www.thegreekwine.com

● www.wineshop.gr : Ελληνικά και ευρωπαϊκά κρασιά, delicatessen, δώρα.

● www.toronto.gr : Πιτσαρία στο Βόλο.

● www.tresor.com.gr : Το TRESOR βρίσκεται στο Χαλάνδρι, Κ. Βάρναλη 2-4, εδώ και δέκα χρόνια, με έντονη την επιθυμία να προσφέρει ότι πιο ώριμο και εξελιγμένο στον μεγάλο χώρο του κρασιού, της σαμπάνιας και των λοιπών αλκοολούχων διεθνούς φήμης.

● www.wineclub.gr :

<p><i>Wineshop.gr</i> Το wineshop.gr μας δίνει τη δυνατότητα να επιλέξουμε ανάμεσα από τους καλύτερους ελληνικούς και εισαγόμενους Οίνους, οινοπνευματώδη ποτά, delicatessen, accessories, βιβλία. Όλες οι συναλλαγές μας στο wineshop.gr γίνονται με εγγυημένη ασφάλεια ενώ η παράδοση θα γίνει στη διεύθυνση της επιλογής μας μέσα σε 3 ημέρες.</p>	
Πολιτική επιχείρησης:	
Τρόποι πληρωμής: Visa Mastercard Πληρωμή με αντικαταβολή	Εκτέλεση παραγγελίας: Μεθεπόμενη μέρα Αποστολή με courier
Δυνατότητες επιστροφής: Δεκτές επιστροφές	Ειδικές παροχές: Ασφαλής μεταφορά Μηχανή αναζήτησης προϊόντων

● www.zest-pizza.gr : Πιτσαρία στη Θεσσαλονίκη.

● www.chambers.com.gr/mall/allme : Νωπά και κατεψυγμένα φρούτα και λαχανικά.

● www.oineas.gr

Ηλεκτρονικό εμπόριο

● www.manrommatis.gr : Πιστή στην παράδοση που ξεκινά από το 1906, η εταιρεία ΜΑΥΡΟΜΜΑΤΗ παράγει κρασιά και οινοπνευματώδη στην περιοχή της Καβάλας, εξακολουθώντας να αποτελεί μία από τις βασικές μονάδες στην περιοχή της Βόρειας Ελλάδας. Με ιστορική διαδρομή που ξεκινά από την Ξάνθη, έχει ενδιάμεσο σταθμό τη Δράμα για να καταλήξει στην Καβάλα, η εταιρεία ΜΑΥΡΟΜΜΑΤΗ εγκατέστησε οριστικά την παραγωγική της μονάδα, το 1979, στα Αμισιανά Καβάλας. Σε μία περιοχή με πλούσια οινοπαραγωγική ιστορία, στον δρόμο που οδηγεί από το Όρος Παγγαίο στο αρχαίο θέατρο των Φιλίππων.

● www.averis.gr : Παραγωγή αλεύρων στη Λακκιά Θεσσαλονίκης.

● www.oliveoil.gr/plemmenos : Καλαματιανό ελαιόλαδο.

● www.saranti.gr : Παραδοσιακά γλυκά Χίου, καλλυντικά με μαστίχα.

● www.tzivelekas.gr :

<p><i>tzivelekas</i> Το ηλεκτρονικό ζαχαροπλαστείο Tzivelekas κάνει το Internet πιο γλυκό και παρέχει τη δυνατότητα ηλεκτρονικής παραγγελίας. Με ιδιαίτερα απλό και λειτουργικό site σας προτείνει τούρτες ή γλυκά για αποστολή και διεκπεραιώνει τις παραγγελίες μας με παράδοση σε όλη την Αθήνα.</p>	
<p>Πολιτική επιχείρησης:</p>	
<p>Τρόποι πληρωμής: Visa Πληρωμή με αντικαταβολή</p>	<p>Εκτέλεση παραγγελίας: Επόμενη μέρα</p>
<p>Δυνατότητες επιστροφής: Ο πελάτης έχει πάντα δίκιο!</p>	<p>Ειδικές παροχές: Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας Συσκευασία δώρου</p>



Πολυκαταστήματα

Τα ηλεκτρονικά αυτά πολυκαταστήματα εμπεριέχουν, κυρίως, τις περισσότερες κατηγορίες ηλεκτρονικών καταστημάτων. Αναλόγως με τη πολιτική του κάθε πολυκαταστήματος περιλαμβάνονται ομοειδής ή μη κατηγορίες ηλεκτρονικών καταστημάτων. Σε αυτή τη κατηγορία μπορούμε να διοργανώσουμε τις διακοπές μας μέχρι να αγοράσουμε το πιο απλό αξεσουάρ.

● www.101.gr : Ηλεκτρονικό πολυκατάστημα. Κοσμήματα, καλλυντικά, δώρα, CD, είδη λαϊκής τέχνης.

● www.agora.gr

● <http://cretashop.gr> : Πολυκατάστημα κρητικών προϊόντων.

● www.cybergifts.gr : Πολυκατάστημα με είδη δώρων

● <http://mall.cybershops.gr>

● www.cyberstore.gr

● www.e-best.gr : Η/Υ, περιφερειακά, αναλώσιμα, λογισμικό, βιβλία, ηλεκτρονικές συσκευές.

● www.enable.gr :



Το Enable.gr αποτελεί ένα πρωτοποριακό ηλεκτρονικό πολυκατάστημα με στόχο την εξυπηρέτηση των Ελληνικών εταιρειών σε ότι αφορά την προμήθεια εξοπλισμού και υλικών και την παροχή υπηρεσιών απαραίτητων για τη λειτουργία τους. Υποστηρίζεται από πλήρως αυτοματοποιημένες λειτουργίες, με στόχο να καλύψει όλες τις ανάγκες έγκαιρα και με τον πλέον οικονομικό τρόπο. Στόχος της εταιρείας είναι η καταγραφή των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές εταιρείες και η υποστήριξη της επικοινωνίας των στελεχών

Ηλεκτρονικό εμπόριο

των επιχειρήσεων με ειδικούς που μπορούν να δώσουν λύσεις.

Πολιτική επιχείρησης:**Τρόποι πληρωμής:**

Visa
Mastercard

Εκτέλεση παραγγελίας:

Μεθεπόμενη μέρα
Αποστολή με courier

Δυνατότητες επιστροφής:


Δεκτές επιστροφές
Χωρίς έξοδα επιστροφής
Επιστροφές χρημάτων
Σε περίπτωση που το προϊόν
έχει κάποιο πρόβλημα

Ειδικές παροχές:

Ασφαλής μεταφορά
Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών
Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας
Μηχανή αναζήτησης προϊόντων
Ειδικές προσφορές
Δυνατότητα αυτοματοποίησης των
παραγγελιών για τις μεγάλες εταιρίες

● <http://eshops.eone.gr>

● www.e-shop.gr :

 Το e-shop.gr είναι ένα πρωτοπόρο ηλεκτρονικό κατάστημα λιανικής διάθεσης αγαθών μέσω Internet στην Ελλάδα και όλο τον κόσμο. Ξεκίνησε την λειτουργία του το 1998 και οι κατάλογοί προϊόντων μεγαλώνουν. Στόχος της δημιουργίας του είναι η αποφυγή της μετακίνησης για αγορές με πολύ καλούς χρόνους παράδοσης των παραγγελιών στην πόρτα σας και ιδιαίτερα χαμηλές τιμές.

Πολιτική επιχείρησης:**Τρόποι πληρωμής:**

Visa
Mastercard
Diners Club
Τραπεζική Κατάθεση
Πληρωμή με αντικαταβολή
phone web banking

Εκτέλεση παραγγελίας:

Αυθημερόν
Ταχυδρομική Αποστολή
Αποστολή με courier

Δυνατότητες επιστροφής:

Δεκτές επιστροφές
Επιστροφές χρημάτων

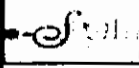
Ειδικές παροχές:

Ασφαλής μεταφορά
Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών

Ηλεκτρονικό εμπόριο

	Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας Μηχανή αναζήτησης προϊόντων Συσκευασία δώρου Ειδικές προσφορές
--	--

● www.e-style.gr :

 Το e-style είναι ένα πολυκατάστημα που περιλαμβάνει επώνυμα είδη μόδας, όπως ρούχα, αξεσουάρ, ρολόγια αλλά και βιβλία, extreme games, αντικείμενα και προϊόντα που μας βοηθάνε να περνάμε καλύτερα. Έχει συμπεριλάβει τη συλλογή κοσμημάτων του goldforever.com. Συνεργάζεται μόνο με τους επίσημους εισαγωγείς ή παραγωγούς των προϊόντων τα οποία περιλαμβάνει έτσι ώστε να προσφέρει στους επισκέπτες του καλύτερη δυνατή ποιότητα και ασφάλεια.	
Πολιτική επιχείρησης:	
Τρόποι πληρωμής: Visa Mastercard American Express Τραπεζική Κατάθεση Πληρωμή με αντικαταβολή 3 άτοκες δόσεις για αγορές πάνω από 12000δρχ. με κάρτα Visa	Εκτέλεση παραγγελίας: Μεθεπόμενη μέρα Ταχυδρομική Αποστολή Αποστολή με courier Σε χειροποίητα ή εξειδικευμένα προϊόντα (π.χ. κοσμήματα) στέλνετε ειδοποίηση με mail για την ακριβή ημερομηνία αποστολής
Δυνατότητες επιστροφής: Δεκτές επιστροφές εφόσον η συσκευασία παραμένει άθικτη	Ειδικές παροχές: Ασφαλής μεταφορά Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας Μηχανή αναζήτησης προϊόντων Συσκευασία δώρου Ειδικές προσφορές

● www.fokas.com : Ανδρικά, γυναικεία και παιδικά ρούχα, παπούτσια, αξεσουάρ, δώρα, είδη ταξιδιού, είδη σπιτιού.

● www.full.gr : Το πολυκατάστημα FULL A.E. ιδρύθηκε τον Μάιο του 1999. Σαν σκοπό έχει την εμπορία και μεταπώληση όλων των προϊόντων

Ηλεκτρονικό εμπόριο

που έχουν να κάνουν με τον άντρα, τη γυναίκα, το παιδί και γενικότερα οτιδήποτε έχει να κάνει με το σύγχρονο σπίτι ή γραφείο.

● www.greekshops.com

● www.hellashopping.gr : Η Hellashopping είναι ένας ηλεκτρονικός κόμβος που κατασκευάστηκε με στόχο να διευκολύνθει το καταναλωτικό κοινό στην εύρεση προϊόντων, ταξιδιωτικών θέσεων, Δημοπρασιών και τέλος υπηρεσιών όπως E-banking.


● www.hermeion.gr : Κοσμήματα, τρόφιμα, ποτά, βιβλία, άνθη, φυτά.

● www.homeshop.gr :


homê shop	Μέσα στις σελίδες του ηλεκτρονικού πολυκαταστήματος Homeshop.gr θα εντυπωσιαστείτε από μια πλήρη συλλογή μοναδικών προϊόντων. Τα καλύτερα βιβλία, DVD, CD, ηλεκτρονικά, υπολογιστές, μικροσυσκευές, είδη ταξιδιού και παιχνίδια στις καλύτερες τιμές. Η διασφάλιση των προσωπικών σας στοιχείων και η απόλυτη ασφάλεια στις συναλλαγές αποτελεί προτεραιότητα	
Πολιτική επιχείρησης:		
Τρόποι πληρωμής: Visa Πληρωμή με αντικαταβολή	Εκτέλεση παραγγελίας: Αποστολή με courier 3-4 μέρες	
Δυνατότητες επιστροφής: Δεκτές επιστροφές	Ειδικές παροχές: Ασφαλής μεταφορά Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας Μηχανή αναζήτησης προϊόντων Ειδικές προσφορές	

● www.interemporio.gr : Αντίγραφα μουσειακών εκθεμάτων και κειμηλίων, είδη λαϊκής τέχνης, βιβλία, δώρα, δερμάτινα είδη.


● www.oops.gr :

 Το OOPS!, το μεγαλύτερο ελληνικό ηλεκτρονικό πολυκατάστημα. φιλοξενεί τα καλύτερα και τα πιο επώνυμα καταστήματα από κάθε χώρο της ελληνικής αγοράς.. Στο OOPS! μπορεί κανείς να κάνει τις αγορές του, με τον πιο ευκολο και άνετο τρόπο ? από όπου και εάν βρίσκεται, οποιαδήποτε μέρα και ώρα-επιλεγώντας από μια τεράστια ποικιλία προϊόντων που ξεπερνούν τις 200.000. Η δυνατότητα αγορών με «ενιαίο καλάθι» από διαφορετικά καταστήματα, μας επιτρέπει να αποκτήσουμε άμεσα ό,τι επιθυμούμε με μία παραγγελία, ένα τιμολόγιο, ενιαίο τρόπο πληρωμής και μία παράδοση. Οι ειδικές προσφορές και οι προτάσεις δώρων σε συνδυασμο με την δυνατότητα επιστροφής αλλά και την απόλυτη ασφάλεια των συναλλαγών εξασφαλίζουν μια μοναδική e-shopping εμπειρία.	
Πολιτική επιχείρησης:	
Τρόποι πληρωμής: Visa Mastercard Πληρωμή με αντικαταβολή	Εκτέλεση παραγγελίας: Αποστολή με courier Αυθημερόν αποστολή συνθέσεων λουλουδιών σε όλη την Αθήνα
Δυνατότητες επιστροφής: Δεκτές επιστροφές	Ειδικές παροχές: Ασφαλής μεταφορά Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας Μηχανή αναζήτησης προϊόντων Ειδικές προσφορές Ασφάλεια Ηλεκτρονικών συναλλαγών Δωρεάν μεταφορά σε όλη την Ελλάδα Ενιαίο καλάθι αγορών/εκτέλεση παραγγελίας


● www.open24.gr :

 Το Open24 φιλοδοξεί να γίνει το σημείο αναφοράς στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου, ως προς την ασφάλεια, την αξιοπιστία, τα επώνυμα προϊόντα και τις προσφορές. Το Open24 αποτελεί την πρώτη e-πόλη του Ελληνικού διαδικτύου, ένα μόλις κλικ μακριά, που συνδunάζει μόνο ότι πραγματικά μας ενδιαφέρουν: Τις βασικές ειδήσεις για να είμαστε πάντα ενήμεροι, όλες τις επιλογές για τη διασκέδασή μας, τα πιο γνωστά ονόματα για τις αγορές μας και τις χρηματοοικονομικές μας υπηρεσίες.	
Πολιτική επιχείρησης:	
Τρόποι πληρωμής:	Εκτέλεση παραγγελίας:
Δυνατότητες επιστροφής:	Ειδικές παροχές:

● www.openshop.gr :





 Το OpenShop.gr παρουσιάζει μία καινοτόμο για τα Ελληνικά δεδομένα υπηρεσία η οποία επιτρέπει σε κάθε εταιρία να προχωρήσει άμεσα και γρήγορα στην on-line κατασκευή και διαχείριση του ηλεκτρονικού της καταστήματος. Επιπροσθέτως, αποτελεί - εκτός από μία εφαρμογή ηλεκτρονικού εμπορίου - και ένα ολοκληρωμένο εμπορικό πάρκο, το οποίο συγκεντρώνει κάτω από μία κοινή στέγη και προβάλλει τους συνεργαζόμενους εμπορικούς οργανισμούς	
Πολιτική επιχείρησης:	
Τρόποι πληρωμής: Visa	Εκτέλεση παραγγελίας: Αποστολή με courier Εντός 6 ημερών από τη στιγμή της παραγγελίας
Δυνατότητες επιστροφής: Δεκτές επιστροφές Επιστροφές χρημάτων	Ειδικές παροχές: Ασφαλής μεταφορά Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας

- www.prom.gr :

 Το Prom.gr είναι το ηλεκτρονικό πολυκατάστημα της εταιρείας PROMOTA ΕΛΛΑΣ. Επιλέγει και εισάγει για μας τις πιο πρωτότυπες ιδέες και μας παρουσιάζει μια τεράστια γκάμα προϊόντων. Κάνουμε την παραγγελία μας με ασφάλεια και παραλαμβάνουμε τα πάντα χωρίς έξοδα αποστολής.	
Πολιτική επιχείρησης:	
Τρόποι πληρωμής: Visa Mastercard Τσεκ Πληρωμή με αντικαταβολή	Εκτέλεση παραγγελίας: Επόμενη μέρα
Δυνατότητες επιστροφής:	Ειδικές παροχές: Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών Μηχανή αναζήτησης προϊόντων

Η PROMOTA ΕΛΛΑΣ ξεκίνησε την επιχειρηματική της δράση το 1977 και υπάρχει με την σημερινή εταιρική της μορφή από το 1985. Από την ίδρυση της δραστηριοποιείται στον κλάδο των επιχειρηματικών, διαφημιστικών και προωθητικών δώρων, ενώ τον Οκτώβριο του 2000 εγκαινίασε την ενεργό παρουσία της στο Διαδίκτυο και στον χώρο του B2B και B2C Ηλεκτρονικού Εμπορίου.

- www.shopicana.com : Ηλεκτρονικό πολυκατάστημα, όπου υπάρχουν σύνδεσμοι και με ξένα ηλεκτρονικά καταστήματα. Διαθέτει διάφορους τρόπους επικοινωνίας εξυπηρέτησής όπως :

	Γραπτή επικοινωνία, chat .	<input type="radio"/> ΕΠΙΛΟΓΗ ↘
	Τηλεφωνική επικοινωνία, call back.	<input type="radio"/> ΕΠΙΛΟΓΗ ↘
	Επικοινωνία με e-mail.	<input type="radio"/> ΕΠΙΛΟΓΗ ↘
	Επικοινωνία με live-voice.	<input type="radio"/> ΕΠΙΛΟΓΗ ↘
	Επικοινωνία με live-video.	

● www.shopper.gr

● www.shops.gr :

Shops.gr Το Shops.gr είναι ένας κόμβος φιλοξενίας και εξυπηρέτησης ηλεκτρονικών καταστημάτων. Το περιβάλλον και η σχεδίαση των καταστημάτων ακολουθεί μια βασική γραμμή και ομοιομορφία υπηρεσιών, έτσι ώστε οι χρήστες του κόμβου να μπορούν να περιηγηθούν με ευκολία σε οποιοδήποτε κατάστημα. Ο εγγεγραμμένος χρήστης του Shops.gr λαμβάνει ορισμένες υπηρεσίες από το σύστημα και ανεξάρτητα από το κατάστημα που θα κάνει κάποια αγορά. Οι πιο βασικές είναι η κάρτα μέλους με τα στοιχεία για εύκολη συμπλήρωση παραγγελιών, παρακολούθηση κατάστασης και αρχειοθέτηση των παραγγελιών που δόθηκαν και ασφάλεια μετάδοσης στοιχείων.

Πολιτική επιχείρησης:

Γρόποι πληρωμής:

Εκτέλεση παραγγελίας:

Ηλεκτρονικό εμπόριο

Visa Τραπεζική Κατάθεση Πληρωμή με αντικαταβολή	Επόμενη μέρα Ταχυδρομική Αποστολή Αποστολή με courier
Δυνατότητες επιστροφής: Δεκτές επιστροφές	Ειδικές παροχές: Ηλεκτρονικό καλάθι αγορών Ηλεκτρονική καταχώρηση παραγγελίας Μηχανή αναζήτησης προϊόντων

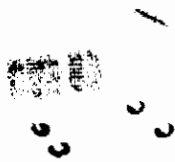
● www.smarbuy.gr

● www.telemarketing.gr : Η Εταιρία Τηλεμάρκετινγκ Α.Ε. ιδρύθηκε το 1987. Τα πρώτα προϊόντα της Εταιρίας ήταν συλλεκτικά κάτω από το διακριτικό τίτλο "Διεθνείς Μοναδικές Συλλογές". Η δραστηριότητα αυτή συνίσταται σε εκδόσεις συλλεκτικών σειρών για διάφορα θέματα ή εκδόσεις κειμηλίων επ' ευκαιρία εορτασμών και επαιτειών. Παράλληλα η Εταιρία ανέπτυξε πωλήσεις μέσω αλληλογραφίας και μέσω καταχωρήσεων στα μαζικά μέσα επικοινωνίας κατακτώντας σημαντική θέση στις πωλήσεις από απόσταση. Το 1991 η Εταιρία ανοίγει δυναμικά τις ηλεκτρονικές πωλήσεις στην Ελλάδα και ξεκινά το θεσμό της τηλεαγοράς στο εθνικής κάλυψης κανάλι ANTENNA. Διαδοχικά από το 1993 η Εταιρία δραστηριοποιείται στην τηλεαγορά μέσα από το σύνολο των καναλιών εθνικής εμβέλειας.

● www.wiz.gr : Το WIZ.gr αποτελεί την πρώτη ηλεκτρονική ιστοσελίδα στην Ελλάδα που παρέχει υπηρεσία σύγκρισης τιμών από όλα τα ηλεκτρονικά καταστήματα. Ο χρήστης πέρα από τη δυνατότητα της εύκολης πρόσβασης σε οποιοδήποτε ηλεκτρονικό κατάστημα, που γίνεται με τη βοήθεια άριστα δομημένων καταλόγων αναζήτησης, για πρώτη φορά έχει τη δυνατότητα να δει συγκριτική παρουσίαση του προϊόντος που τον ενδιαφέρει, βάσει της λιανικής τιμής του σε κάθε ηλεκτρονικό σημείο πώλησής του. Το WIZ.gr ταυτόχρονα με την υπηρεσία σύγκρισης τιμών των προϊόντων παρέχει τη μοναδική υπηρεσία συμβούλου αγορών σύμφωνα με την οποία ο χρήστης με τη βοήθεια κατάλληλων ερωτηματολογίων καθοδηγείται στην επιλογή του προϊόντος που καλύπτει καλύτερα τις ανάγκες του. Παράλληλα ο χρήστης κατά τη διάρκεια της πλοήγησής του, μπορεί να ζητήσει πληροφορίες για τα τεχνικά χαρακτηριστικά των προϊόντων, ενημέρωση για προσφορές που διαθέτουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα στα είδη που διαθέτουν και επιπλέον κάθε είδος πληροφόρησης από τον χώρο της ηλεκτρονικής

αγοράς. Επιπλέον, το WIZ.gr προσφέρει κατάλογο με τις διευθύνσεις ελληνικών και διεθνών ιστοσελίδων ηλεκτρονικού εμπορίου, άρθρα και ειδήσεις από τον χώρο της ηλεκτρονικής αγοράς, λεξικό με όρους που χρησιμοποιούνται κατά τη καθημερινή χρήση του Διαδικτύου, προτάσεις δώρων για κάθε περίπτωση, μικρές αγγελίες, ειδήσεις και νέα από την Ευρωπαϊκή Ένωση, κατάλογο με τα domain names στο διεθνή χώρο, υπηρεσία ψηφοφορίας με θέματα από το χώρο της ηλεκτρονικής αγοράς και οποιαδήποτε δραστηριότητα έχει σχέση με το ηλεκτρονικό εμπόριο.

● www.teleutaiastigmi.com : Ηλεκτρονικό πολυκατάστημα. Ταξίδια, διακοπές, εισιτήρια, ηλεκτρικά και ηλεκτρονικά είδη, υπολογιστές κ.λπ.



Σούπερ μάρκετ

Δύο «ελληνικά» supermarket διαθέτουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους σε ηλεκτρονική μορφή.

● www.ab.gr : Πληροφορίες, προϊόντα, προσφορές και αποστολή στο σπίτι με αγορές άνω των 20.000 δραχμών.

● www.veropoulos.gr : Της γνωστής αλυσίδας.



Το ηλεκτρονικό κατάστημα www.veropoulos.gr



Ενδύματα, Υποδήματα

Εταιρίες έτοιμων ενδυμάτων και υποδημάτων, σε μια φιλότιμη προσπάθεια προσαρμογής στις συνθήκες της ηλεκτρονικής μορφής ενός καταστήματος.

- www.chambers.com.gr/mall/carmen : Βιοτεχνία έτοιμων ενδυμάτων.
- www.childrenwear.gr : Βρεφικά, παιδικά εσώρουχα και αξεσουάρ.
- www.convoy.net : Δερμάτινα ρούχα, αξεσουάρ.

- www.eroslingerie.com : Ανδρικά και γυναικεία εσώρουχα, αξεσουάρ.
- www.magnet.gr/business/eurowill : Η εταιρία Eurowill ιδρύθηκε το 1988 στη Θεσσαλονίκη. Η εταιρία έχει παράδοση στην κατασκευή αθλητικών φορμών, t-shirts και ειδικότερα στην κατασκευή ποιοτικών παιδικών ενδυμάτων.
- www.gibber.gr : Παιδικά ρούχα, υποδήματα και είδη μπε-μπέ.
- www.jouliana.gr : Γυναικεία εσώρουχα.
- www.lasoieline.gr : Γυναικεία, ανδρικά και παιδικά ρούχα.
- www.pehlidi.gr : Παιδικά, εφηβικά ενδύματα.
- <http://webserver.bohemeshoe.gr> : Ηλεκτρονική αγορά υποδημάτων.
- www.sider.gr :

SIDER Το νέο ηλεκτρονικό κατάστημα της εταιρείας Sider, είναι σε θέση να προσφέρει ποιοτικά ανώτερα προϊόντα στις καλύτερες τιμές με άψογο service. Διαθέτει ολοκληρωμένες συλλογές επωνύμων υποδημάτων και δερμάτινα αξεσουάρ.

Πολιτική επιχείρησης:

Γρόποι πληρωμής:

Εκτέλεση παραγγελίας:

Δυνατότητες επιστροφής:

Ειδικές παροχές:

- www.gravates.com : Παραγωγή και εμπορία γραβατών.

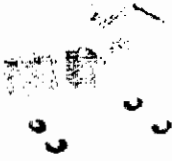
● www.doumas.gr : Η εταιρία ΔΟΥΜΑΣ & ΣΙΑ Ε.Π.Ε. ιδρύθηκε την άνοιξη του 1998. Ωστόσο, δεν είναι τίποτε άλλο από μία συνέχεια διαφόρων εταιρειών παραγωγής και εμπορίας ενδυμάτων υπό την επωνυμία "ΔΟΥΜΑΣ", οι οποίες πρωτοέκαναν την εμφάνισή της στην Αθήνα και τον Πειραιά στα τέλη της δεκαετίας του '20.



Κοσμήματα, Ρολόγια

Κοσμηματοπωλεία και ωρολογοποιία online.

- www.acropolisjewelry.com : Κοσμήματα και εικόνες.
- www.adelegold.com : Ελληνικά παραδοσιακά κοσμήματα.
- www.afrodite.gr : Κοσμηματοπωλείο στην Αθήνα.
- www.aristo-jewels.gr
- www.bulgarionline.com : Ανεπίσημος δικτυακός τόπος.
- www.divashop.gr : Κοσμήματα, ρολόγια, δερμάτινα είδη.
- www.incahellas.com/ishop/giftshop : Βυζαντινές εικόνες, κοσμήματα.
- www.jeweller.gr : Εργαστήριο αργυροχρυσοχοΐας στη Θεσσαλονίκη.
- www.addgr.com/jewel/maris
- www.megahertz.gr : Ηλεκτρονικό κατάστημα ρολογιών.
- www.neelshop.gr
- www.orologio.gr : Ρολόγια χειρός, τοίχου, τσέπης.
- www.selekos.gr
- www.voulgaris.gr : Εργαστήριο αργυροχρυσοχοΐας.
- www.goldenworld.gr : Εργαστήριο χρυσοχοΐας.
- www.maris-jewellery.com : Κοσμηματοπωλείο στην Αθήνα.



Καλλυντικά, Αρώματα

- www.beautyshop.gr :

<p>Μέσα από τις σελίδες του Beauty Shop.gr, μπορούμε να ενημερωνόμαστε για τις τελευταίες τάσεις στο μακιγιάζ, τη μόδα, την περιποίηση, τα αρώματα αλλά παράλληλα να αγοράζουμε online τα γνωστά και καταξιωμένα πλέον προϊόντα του Beauty Shop (private label). Μπορούμε να ρωτήσουμε την προσωπική μας αισθητικό για οποιοδήποτε πρόβλημα, ενώ με την αρχική μας εγγραφή κερδίζουμε δώρα και τυγχάνουμε αξιόλογων προσφορών!</p>	
<p>Πολιτική επιχείρησης:</p>	
<p>Τρόποι πληρωμής:</p>	<p>Εκτέλεση παραγγελίας:</p>
<p>Δυνατότητες επιστροφής:</p>	<p>Ειδικές παροχές:</p>

- www.camelot.gr : Φυσικά καλλυντικά.
- www.pharmaroma.net : Συμβουλές υγείας, αρωματοθεραπεία, προϊόντα.



Οπτικά

- www.eye-net.gr/eye-shop/gr : Φακοί επαφής, γυαλιά ηλίου.
- www.eyeway.gr : Οπτικά είδη, γυαλιά όρασης, ηλίου στον Πύργο Ηλείας.

● www.opterion.gr : Τα οπτικά καταστήματα OPTERION - ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ιδρύθηκαν το 1965 και είναι πλέον η πιο οργανωμένη οπτική επιχείρηση στην Ελλάδα. Διαθέτουν μία πλήρη γκάμα προϊόντων από φακούς επαφής, γυαλιά ηλίου, σκελετούς οράσεως, κρύσταλλα υψηλής τεχνολογίας, ακουστικά βαρηκοΐας VIENNATONE και οφθαλμικές προθέσεις.

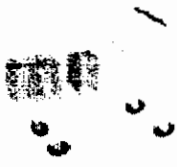


Έπιπλα, Διακοσμητικά

- www.amforeas.gr
- www.candlemaker.gr : Διακοσμητικά κεριά.
- www.dfs.gr
- www.dosragiadakos.com : Πτυσσόμενα έπιπλα Dos (καναπέδες, πολυθρόνες μασάζ) με έδρα την Αθήνα.
- www.gialamas.gr : Εΐδη δώρων, διακοσμητικά.
- www.greek-shop.com : Ελληνικά τουριστικά προϊόντα.
- www.homegallery.gr
- www.metroclassic.com : Κλασικά έπιπλα.
- www.shipsmodels.gr : Ξυλόγλυπτα, παραδοσιακά πλοΐα.
- www.promo.gr/swarovski :
- www.stoneglobe.gr : Υδρόγειες σφαΐρες από ημιπολύτιμες πέτρες.
- www.vicko-sa.gr : Η VICKO A.E. δραστηριοποιείται από το 1978 στην εισαγωγή και εξαγωγή υαλικών, ειδών δώρου, ειδών οικιακής

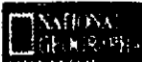
χρήσεως με μεγάλη επιτυχία και ανοδική πορεία. Από το 1997 η έδρα της εταιρείας στεγάζεται στις νέες ιδιόκτητες εγκαταστάσεις στην Πυλαία Θεσσαλονίκης συνολικής επιφάνειας 9000 τ.μ. με μόνιμο εκθετήριο όλων των ειδών και αποθηκευτικό χώρο.

- <http://208.56.228.44> : Αγγειοπλαστείο στην Τήνο.
- www.promo.gr/fosdoro : Φωτιστικά και κρυστάλλινα διακοσμητικά..



Είδη δώρων, Διαφημιστικά

- www.anodosgifts.com : Είδη δώρων, ποτά.
- www.design.com.gr
- www.downtownshop.gr : Παιχνίδια, εποχιακά είδη, είδη δώρων στο Χαλάνδρι.
- www.giftshop.gr
- www.giftlist.gr : Είδη δώρων, διαφημιστικά, δημιουργία λίστας γάμου.
- www.nationalgeographic.gr :



Το καινούριο ηλεκτρονικό κατάστημα του National Geographic διαθέτει όλα τα προϊόντα του πιο διάσημου περιοδικού στον κόσμο. Η συλλογή περιλαμβάνει ταξιδιωτικά αξεσουάρ, επιμορφωτικά δώρα, βιβλία, βίντεοκασέτες, χάρτες, DVD και αρχειοθήκες για τα τεύχη του περιοδικού. Όλα εκείνα, δηλαδή, που μας φέρνουν πιο κοντά στον κόσμο μας και στα θάματα που περικλείει.

Πολιτική επιχείρησης:

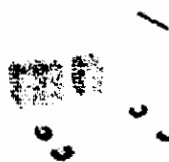
Τρόποι πληρωμής:

Εκτέλεση παραγγελίας:

Ηλεκτρονικό εμπόριο

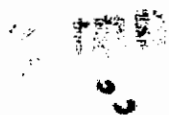
Visa Mastercard American Express Diners Club Πληρωμή με αντικαταβολή	Ταχυδρομική Αποστολή Αποστολή με courier 7 έως 10 ημέρες
Δυνατότητες επιστροφής: Δεκτές επιστροφές Χρέωση εξόδων επιστροφής	

- www.netkids.gr : Είδη για παιδιά.
- <http://posto.gr/shop> : Κρύσταλλα, επάργυρα, πορσελάνες, επιχειρηματικά δώρα.
- www.microbytes.gr/alexandros : Κορνίζες, φωτο-άλμπουμ, κηροπήγια, είδη οικιακής χρήσης, τεχνητά άνθη στη Θεσσαλονίκη.
- www.souvenirland.com : Τουριστικά είδη, κάρτες, δώρα γάμου στη Χαλκιδική.
- www.dorothessaliki.gr
- www.estrela.gr
- www.perikerion.gr



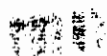
Εκκλησιαστικά είδη

- www.religiousnet.gr : Βυζαντινές εικόνες, εκκλησιαστικά είδη.
- www.kkountouris.gr : Αγιογραφίες εκκλησιών, γκαλερί βυζαντινής αγιογραφίας.
- www.byzantine-icons.gr : Βυζαντινές εικόνες.



Είδη γάμου, Βάπτισης

- www.weddinglist.gr : Όλα τα «αναγκαία» για τη τέλεση του μυστηρίου του γάμου.
- www.website.gr : Δικτυακή πύλη με θέματα γάμου.
- www.globaldirectories.com/eytyxia



Είδη κάμπινγκ, εξοχής

- www.intermarket.gr : Είδη κάμπινγκ, ένδυσης κ.λπ.



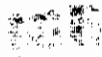
Είδη κυνηγιού, Ψαρέματος

- www.sportfishing.gr : Είδη αλιείας.
- www.kalaitzis.gr : Είδη αλιείας.



Μουσικά όργανα

- <http://users.hol.gr/~adagio> : Μουσικά όργανα στο Χαλάνδρι.
- www.nakas.gr : Ο Μουσικός Οίκος Φίλιππος Νάκας, είναι ο παλαιότερος στην Ελλάδα και ιδρύθηκε το 1937 από τον Φίλιππο Νάκα. Η εταιρεία ξεκινά τη λειτουργία της από ένα πολύ μικρό κατάστημα στο κέντρο της Αθήνας, στην οδό Χαρ. Τρικούπη 2. Μια από τις αρχικές της δραστηριότητες ήταν η έκδοση έργων γνωστών Ελλήνων συνθετών.



Παιχνίδια

- www.markethellas.gr : Υλικό, λογισμικό, αναλώσιμα, ηλεκτρονικά παιχνίδια.
- www.netkids.gr : Είδη για παιδιά.
- www.planetstation.gr : Το PLANET STATION Games Store, στο κέντρο της Θεσσαλονίκης, δίνει την ευκαιρία στους πελάτες του να επιλέξουν μέσα από μία ολοκληρωμένη σειρά προϊόντων και επίσης να επωφεληθούν από τις πιο ανταγωνιστικές τιμές της αγοράς. Διαθέτει μεγάλη ποικιλία σε κονσόλες παιχνιδομηχανών PSone - Playstation2 - Dreamcast - Nintendo64 - Gameboy καθώς και μια μεγάλη σειρά πρωτότυπων Gadgets - Action figures και είδη δώρων. Το PLANET STATION Games Store μέσα από τις ιστοσελίδες του, μας δίνει την ευκαιρία να ενημερωνόμαστε διαρκώς για όλες τις νέες κυκλοφορίες καθώς και για όλα τα νέα του προϊόντα. Επίσης μας προσφέρει τη δυνατότητα να αποκτήσουμε τα αγαπημένα μας είδη μέσω αντικαταβολής σε ολόκληρη την ΕΛΛΑΔΑ.

- www.toys.gr : Παιχνίδια, διακοσμητικά με έδρα τη Θεσσαλονίκη.
- www.toysacademy.gr :

Το Toys Academy e-shop είναι το πρώτο ηλεκτρονικό κατάστημα παιχνιδιών στην Ελλάδα. Ξεκίνησε τη λειτουργία του στις 20 Δεκεμβρίου 2000 με στόχο να προσφέρει στους χρήστες του internet τη δυνατότητα να πραγματοποιούν τις αγορές τους εξοικονομώντας χρόνο και χρήμα ανάμεσα σε 2.000 προϊόντα. Το Toys Academy e-shop περιμένει από τους χρήστες του internet να περιπλανηθούν στα τμήματά του, για να βρουν παιχνίδια της αρεσκείας τους. Το Toys Academy e-shop εγγυάται την άριστη ποιότητα των προϊόντων του, την παράδοση της παραγγελίας σύμφωνα με την εντολή του καταναλωτή και το σημαντικότερο την ασφάλεια των συναλλαγών και το απόρρητο των πληροφοριών που διακινούνται καθ'όλη τη διάρκεια της επίσκεψης του χρήστη.

Πολιτική επιχείρησης:

Τρόποι πληρωμής:

Visa
 Mastercard
 American Express
 Discover
 Diners Club
 Τραπεζική Κατάθεση

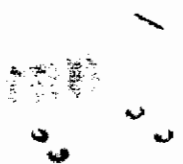
Εκτέλεση παραγγελίας:

κατόπιν συμφωνίας με το χρήστη μέσω ιδιωτικού ταχυδρομείου

Δυνατότητες επιστροφής:

Ειδικές παροχές:

Ασφαλής μεταφορά
 Συσκευασία δώρου
 με συνοδευτική ευχετήρια κάρτα



Διάφορα

- www.chambers.com.gr/mall/3Cat : Καταλύτες αυτοκινήτων.
- www.adco.gr : Οι δραστηριότητες μας αναφέρονται στην παραγωγή, στην εμπορεία και στην διακίνηση υψηλής ποιότητας ορθοπαιδικών προϊόντων. Το δίκτυο πωλήσεων και διανομής μας απλώνεται σ' όλη την Ελλάδα και εξυπηρετεί κυρίως τα φαρμακεία αλλά και τα καταστήματα ορθοπαιδικών ειδών.
- www.agrival.gr : Είδη ταξιδιού, δερμάτινα, σχολικές τσάντες.
- www.aristotelis.gr : Δερμάτινες τσάντες, είδη ταξιδιού στη Ζάκυνθο.
- www.citystores.gr : Δικτυακός τόπος προβολής καταστημάτων της Θεσσαλονίκης.
- www.disnetstep.net
- www.easycard.gr : Ευχετήριες κάρτες.
- www.force5.gr : Ο Ιωάννης Παπαγεωργίου, πρώην διοικητικό στέλεχος του Ιστιοπλοϊκού Ομίλου Κερκύρας , Εκπαιδευτής Ιστιοπλοΐας , και έμπειρος δύτες , δημιούργησε την φίρμα Force 5 το 1984 στην Κέρκυρα. Το ξεκίνημα έγινε με καθαρά ναυτιλιακό εξοπλισμό, και στην πορεία η Force 5 εξελίχθηκε σε ένα από τα πιο αξιόπιστα και μεγάλα ονόματα στον χώρο του εξοπλισμού σκαφών και ειδών αλιείας. Διαθέτουμε ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΑ ΕΙΔΗ , ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΜΗΧΑΝΩΝ, ΛΙΠΑΝΤΙΚΑ, ΟΡΓΑΝΑ, ΒΥΘΟΜΕΤΡΑ, ΕΙΔΗ ΑΛΙΕΙΑΣ, ΔΟΛΩΜΑΤΑ, ΕΙΔΗ ΘΑΛΑΣΣΙΩΝ ΣΠΟΡ, ΣΧΟΙΝΙΑ ΣΥΡΜΑΤΟΣΧΟΙΝΑ, ΕΡΓΑΛΕΙΑ, ΕΙΔΗ ΚΑΜΠΙΝΓΚ. Αντιπροσωπεύουμε μεγάλες εταιρίες του εξωτερικού, MERCURY,QUICKSILVER, TETROSYL και το όνομα μας αναφέρεται σε περιοδικά όπως το Motor boat, Yachting world κ.α

● www.ebirikos.com/monastiraki : Παλιά αντικείμενα, βιβλία, μουσικά LP, κόμικς, περιοδικά.

● www.praxisgsk.gr : Κατασκευή πυροτεχνημάτων εσωτερικού και εξωτερικού χώρου στην Κοζάνη.

● www.saturn.gr : Η SATURN S.A. ιδρύθηκε το 1990 με την ονομασία Gas Technic Co. εισάγοντας για πρώτη φορά στον Ελλαδικό χώρο σε αποκλειστική συνεργασία με την Kyungdong Boiler Co της Ν. Κορέας τις οικολογικές ατομικές μονάδες SATURN, ανοίγοντας έτσι τον δρόμο για προώθηση στην Ελληνική αγορά αυτών των προϊόντων . Στην συνέχεια, το 1996 μετονομάστηκε σε Gas Technic SA και το 1998 σε SATURN SA. Κατά την διαδρομή και εξέλιξη της, η εταιρία εμπλούτισε σταδιακά τη γκάμα των προϊόντων που προωθεί, συνάπτοντας νέες αποκλειστικές συνεργασίες με αξιόλογα εργοστάσια, έχοντας πάντα σαν βασική προϋπόθεση την άριστη ποιότητα τους. Έτσι σήμερα η SATURN SA προωθεί στην Ελλάδα , Κύπρο & Βαλκανικές χώρες :

1. Συστήματα Θέρμανσης & παραγωγής Ζεστού Νερού (Πετρελαίου - Αερίου) για οικιακή χρήση, Συστήματα παραγωγής Ζεστού Νερού (Πετρελαίου - Αερίου) για επαγγελματική χρήση και αντιστάτες προθέρμανσης σιλικόνης, του οίκου Kyungdong Boiler Co της Ν. Κορέας.
2. Fan Coils με το όνομα SATURN, του οίκου Bumyang Air-Conditioning Co. της Ν. Κορέας.
3. Αερολέβητες (Ζεστού Αέρα-Πετρελαίου/Αερίου) και Αερολέβητες (Ζεστού/Ψυχρού Αέρα-Πετρελαίου/Αερίου-Ηλ.Ρεύματος), του οίκου KORUS Co της Ν. Κορέας.
4. Κλιματιστικά, διαιρούμενου τύπου(split type) και Ντουλάπες , Inverter & Heat Pumps, του οίκου HISENSE Air-Conditioning της Κίνας. Και
5. Κλιματιστικά, διαιρούμενου τύπου(split type) και Ντουλάπες, Heat Pumps, του οίκου WUXI LITTLE SWAN Air-Conditioning της Κίνας

● www.smartmutts.gr : Κλουβιά, μαξιλάρια κατοικίδιων ζώων.

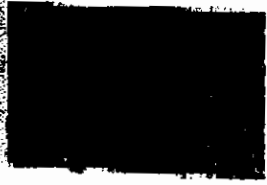
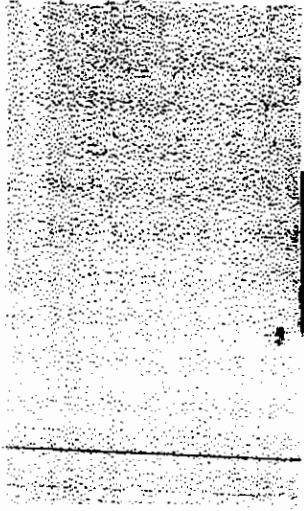
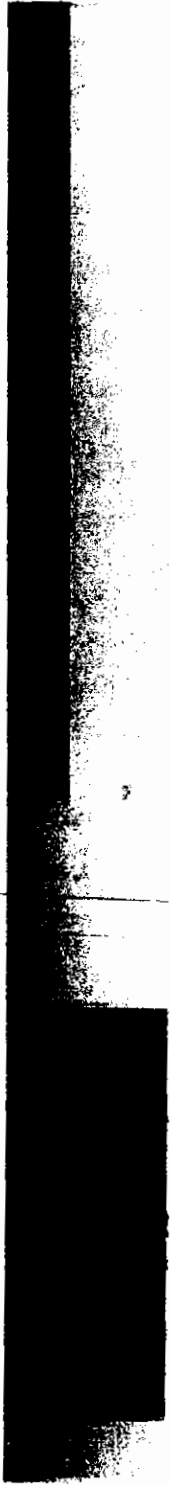
● www.snowball.gr : Στο snowball.gr βρίσκεται η πρώτη κοινότητα αγοραστών, ανθρώπων δηλαδή που συγκεντρώθηκαν προκειμένου να χτυπάνε τις τιμές διαφόρων προϊόντων με την αγοραστική τους δύναμη.

- www.sunnyfarm.gr : Εκκόλαψη και εμπορία πτηνών και σπάνιων ζώων στη Θεσσαλονίκη.
- www.vergos.gr : Φωτογραφικά είδη.
- www.vlamos.com : Δερμάτινες τσάντες, πορτοφόλια, ζώνες στην Αθήνα.

Links

- <http://shopping.pathfinder.gr> : Κατάλογος ηλεκτρονικών καταστημάτων και δημοπρασιών.

Παραρτήματα



Παράρτημα Α

Σε αυτό το παράρτημα θα γίνει μια παρουσίαση ενδεικτική κάποιων εφαρμογών, οι οποίες προσφέρουν το κατάλληλο λογισμικό και τις απαραίτητες υπηρεσίες (web hosting, web design, web development, e-logistics, web advertising κ.ά.), για την κατασκευή και λειτουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος.

■ www.marketline.gr : Το MarketLine είναι μια ολοκληρωμένη μηχανογραφική λύση που στοχεύει στην εξυπηρέτηση των αναγκών όλων των επιχειρήσεων μέσα στον χώρο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Προσφέρεται σε όλες τις επιχειρήσεις οι οποίες αντίλαμβάνονται το νέο επιχειρηματικό περιβάλλον που αναπτύσσεται διεθνώς και νιώθουν την αναγκαιότητα συμμετοχής και επέκτασης των δραστηριοτήτων τους σε αυτό.

Το MarketLineTM δίδει τη δυνατότητα σε όλες τις εταιρίες να δημιουργήσουν με το μικρότερο δυνατό κόστος τη δική τους ηλεκτρονική παρουσία στο Internet αποκτώντας έτσι τη δυνατότητα προβολής αλλά και διενέργειας πωλήσεων μέσα από ένα ολοκληρωμένο και εύκολο περιβάλλον ηλεκτρονικού καταστήματος.

Μεταξύ των ειδικών χαρακτηριστικών του MarketLineTM είναι η ευκολία διαχείρισης του, η ταχύτητα του, το τέλειο εικαστικό αποτέλεσμα της προβολής στο Internet καθώς η δυνατότητα διασύνδεσής του με οποιαδήποτε υφιστάμενη μηχανογραφική λύση έχει εγκατεστημένη η κάθε επιχείρηση για την λογιστική και εμπορική διαχείριση της.

Το MarketLine απευθύνεται σε όλες τις επιχειρήσεις μικρού, μεσαίου και μεγάλου μεγέθους που θέλουν να επεκτείνουν την παρουσία και τις πωλήσεις τους μέσω του διαδικτύου (Internet) χωρίς να σπαταλήσουν μία περιουσία.

Η εμπορική φιλοσοφία είναι η προσφορά του MarketLine σε πολύ φιλική τιμή καθώς και με εναλλακτικούς τρόπους πληρωμής προκειμένου να διευκολύνουμε τις επιχειρήσεις να μουν στον χώρο του Internet.

Η ποιότητα του προϊόντος και των παρεχομένων υπηρεσιών εξασφαλίζεται από την εμπειρία της GLOBO Technologies στον χώρο του Internet αλλά και από τα προηγμένα εργαλεία και την αρχιτεκτονική ανάπτυξης που έχουν χρησιμοποιηθεί.

Στα πλαίσια του προγράμματος 'ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ' (Ανάπτυξη ιστοσελίδων, με δυνατότητα πραγματοποίησης συναλλαγών) οι εταιρίες που ενδιαφέρονται να δραστηριοποιηθούν στον χώρο του Internet μπορούν να αποκτήσουν το MarketLine™ με επιδότηση που φτάνει το 40% της αξίας του.



Το συγκεκριμένο πρόγραμμα υλοποιείται από τον **EOMMEX**, εντάσσεται στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα 'ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ' και έχει διάρκεια από το 2000 έως το 2003.

Το MarketLine™ συμμορφώνεται πλήρως με τις προδιαγραφές του προγράμματος '**ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ**' και αποτελεί την πλέον εγγυημένη λύση για τις εταιρίες που θέλουν να το αποκτήσουν μέσω αυτού.

Η GLOBO Technologies μπορεί να καθοδηγήσει όλες τις ενδιαφερόμενες εταιρίες στη διαδικασία σύνταξης της αίτησης που απαιτείται για τη συμμετοχή στο πρόγραμμα

Το MarketLine™ αποτελεί την πλέον αξιόπιστη λύση και υπερτερεί όλων των άλλων σε πολλά σημεία.

Ενδεικτικά αναφέρουμε :

1. Τιμή

Το MarketLine™ προσφέρεται στην πλέον ανταγωνιστική τιμή της αγοράς.

2. Ευκολία χρήσης

Το MarketLine™ χαρακτηρίζεται από την ευκολία χρήσης του μια και όλη η εργασία κατασκευής, συντήρησης του καταστήματος γίνεται σε τοπικό επίπεδο και μέσα από ειδική εφαρμογή διαχείρισης (MarketLine™ Manager) που εγκαθίσταται στον υπολογιστή του χρήστη. Η εισαγωγή προϊόντων και των χαρακτηριστικών τους γίνεται ακόμη πιο απλή μια και η εφαρμογή διαχείρισης διαθέτει επεξεργασία εικόνας που φροντίζει για τα σωστά μεγέθη των φωτογραφιών. Η εισαγωγή σελίδων και κειμένων υποστηρίζεται από HTML Editor

(WYSIWYG) κάνοντας τη συγγραφή τόσο απλή όσο και το WORD.

Παράλληλα κι όσο αφορά το περιβάλλον του ηλεκτρονικού καταστήματος στο Internet προσφέρεται ένα πλήρες και απλό περιβάλλον πλοήγησης, αναζήτησης προϊόντων και ολοκλήρωσης των συναλλαγών που κάνει τους πελάτες να θέλουν να ξαναγυρίσουν στο site.

3. Απεριόριστες δυνατότητες

Το MarketLine μπορεί να δεχτεί απεριόριστο αριθμό προϊόντων και κατηγοριών ενώ υποστηρίζονται τιμολογιακές πολιτικές, εκπτώσεις, προσφορές, τρόποι αποστολής, εναλλακτικοί τρόποι πληρωμής, διαφορετικά χαρακτηριστικά προϊόντων, τεχνικές cross selling / up selling κλπ.

4. Ταχύτητα

Δεδομένου ότι η εφαρμογή διαχείρισης του MarketLineTM είναι τοπική, η χρήση της χαρακτηρίζεται από ταχύτητα που είναι τουλάχιστον 10 φορές μεγαλύτερη από οποιαδήποτε WEB BASED εφαρμογή. Αυτό σημαίνει λιγότερος χρόνος διαχείρισης και λιγότερη κούραση από άσκοπες καθυστερήσεις που επιβάλουν οι τηλεφωνικές συνδέσεις με το Internet.

5. Οικονομία στα τηλεπικοινωνιακά τέλη

Δεδομένου ότι η εφαρμογή διαχείρισης του MarketLineTM είναι τοπική, η χρήση της μπορεί να γίνεται χωρίς να υπάρχει σύνδεση με το Internet. Αυτό σημαίνει ότι έχουμε λιγότερο κόστος τηλεφωνικών κλήσεων προς το Internet καθώς και δυνατότητα διαχείρισης του καταστήματός μας όταν είμαστε μακριά από τηλεφωνική γραμμή.

6. Ασφάλεια στις συναλλαγές

Τόσο η εφαρμογή διαχείρισης αλλά και η εφαρμογή του ηλεκτρονικού καταστήματος προστατεύονται από αδιάβλητα συστήματα ασφάλειας και

κρυπτογραφίας (SSL 128 Bit) ενώ σε περίπτωση που χρησιμοποιούμε τη δυνατότητα των on-line εκκαθαρίσεων των πιστωτικών καρτών των πελατών μας, τα στοιχεία των πιστωτικών καρτών καταλήγουν στην συνεργαζόμενη Τράπεζα και δεν τα βλέπει κανένας άλλος.

7. Ποιότητα Υπηρεσιών

Η φιλοξενία των ηλεκτρονικών καταστημάτων γίνεται σε servers της GLOBO Technologies εξασφαλίζοντας έτσι υψηλή διαθεσιμότητα αλλά και ταχύτητες σύνδεσης. Η υποστήριξη που παρέχεται τόσο σε τεχνικό όσο και σε συμβουλευτικό επίπεδο είναι η πλέον εξελιγμένη και γίνεται από έμπειρο προσωπικό που μπορεί να δώσει άμεσα λύση στις καθημερινές σας ανάγκες.

8. Άριστη εμφάνιση και δυνατότητες προσαρμογής

Το MarketLine™ συνοδεύεται από 100 διαφορετικά πρότυπα σχεδίασης που σίγουρα θα ικανοποιήσει και τα πλέον ειδικά γούστα. Παράλληλα μέσα από το ολοκληρωμένο περιβάλλον διαχείρισης και με χρήση του ολοκληρωμένου εγχειριδίου χρήσης μπορεί να προσαρμοστεί η εμφάνιση του ηλεκτρονικού καταστήματος στις απαιτήσεις της κάθε εταιρίας. Συνεργαζόμενοι φορείς αλλά και η GLOBO Technologies μπορούν να προσφέρουν υπηρεσίες προσαρμογής της εμφάνισης του καταστήματος στην κάθε ενδιαφερόμενη επιχείρηση.

9. Προώθηση και προβολή του καταστήματος

Οι εταιρίες που θα αποκτήσουν το MarketLine™ θα αποκτήσουν ταυτόχρονη προβολή του καταστήματος και των υπηρεσιών τους μέσα στο Internet μέσα από υπηρεσίες της GLOBO Technologies. Με αυτό τον τρόπο η προσέγγιση του ηλεκτρονικού καταστήματος γίνεται πιο γρήγορα από τους χρήστες με αποτέλεσμα να αυξάνεται η πελατειακή βάση και με τους κάτωθι τρόπους.

» BUY.gr

Το μεγαλύτερο ηλεκτρονικό πολυκατάστημα που θα προβάλει όλα τα προϊόντα και τα καταστήματα που θα δημιουργηθούν με το MarketLineTM.

» TOXO Search

Η μεγαλύτερη μηχανή αναζήτησης του Ελληνικού Internet που λειτουργεί ταυτόχρονα και σε 3 Portals (PAN.gr, E-GO.gr, κλπ).

» WEBSITES Directory

Ο μεγαλύτερος κατάλογος του Ελληνικού Internet που λειτουργεί ταυτόχρονα και σε 3 Portals (PAN.gr, E-GO.gr, κλπ).

■ www.intarget.gr :

Το Προϊόν

Το InCommerce[®] αποτελεί μία ολοκληρωμένη εμπορική εφαρμογή, η οποία ενσωματώνει δυνατότητες αυτοματοποίησης καθημερινών λειτουργιών του "φυσικού" καταστήματος.

Η ολοκληρωμένη λύση ηλεκτρονικού εμπορίου που έχει σχεδιάσει η InTarget, περιλαμβάνει όλα τα στάδια που απαιτούνται για την πραγματοποίηση μίας εμπορικής συναλλαγής, από την ολοκληρωμένη παρουσίαση των προϊόντων μέχρι την διεκπεραίωση μίας συναλλαγής. Επίσης, το σύστημα δίνει την δυνατότητα στον On line έμπορο να αυτοματοποιήσει τις καθημερινές διαδικασίες (όπως αυτόματη ενημέρωση της αποθήκης) και με τον τρόπο αυτό να εξυπηρετήσει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τους πελάτες του.

Ακόμη, το InCommerce[®] ενσωματώνει τεχνικές One-to-One Marketing οι οποίες βασίζονται στη γνώση των καταναλωτικών συνηθειών και

αναγκών του κάθε πελάτη, με βάση την τελευταία επίσκεψη του πελάτη στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Το σύστημα κατηγοριοποιεί τους χρήστες σε διαφορετικές ομάδες ανάλογα με τις καταναλωτικές τους συνήθειες και ενδιαφέροντα. Μέσω της κατηγοριοποίησης αυτής, το σύστημα μπορεί να "αναγνωρίζει" τον χρήστη στο site και να του προτείνει αυτά τα προϊόντα που πραγματικά τον ενδιαφέρουν. Επίσης, με τον τρόπο αυτό παρέχεται η δυνατότητα στους διαχειριστές του συστήματος να αναπτύξουν διαφοροποιημένη προβολή προϊόντων κι ιδανική στόχευση του επιθυμητού αγοραστικού κοινού.

Η InTarget με την χρήση της πλατφόρμας Microsoft, εξειδικεύεται στην ανάπτυξη εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου (Business-to-Consumer) που προσαρμόζονται πλήρως στις ιδιαίτερες ανάγκες των πελατών.

Ακόμη, οι εφαρμογές InCommerce[®] μπορούν να αποτελέσουν το βασικό συστατικό όχι μόνο για την δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος αλλά επίσης για την ανάπτυξη ενός ηλεκτρονικού πολυκαταστήματος. Επί πλέον, το InCommerce[®] εκμεταλλεύεται την υπάρχουσα υποδομή της επιχείρησης και ταυτόχρονα επιτρέπει την μελλοντική προσθήκη αλλαγών ή νέων χαρακτηριστικών. Πρέπει να τονιστεί επίσης ότι το σύστημα αυτό, όπως όλες οι εφαρμογές που αναπτύσσει η InTarget, συνεχώς εμπλουτίζεται με νέα χαρακτηριστικά σύμφωνα με τις τάσεις που κυριαρχούν στην αγορά.

Χαρακτηριστικά

Τα κύρια χαρακτηριστικά του InCommerce[®] είναι τα παρακάτω:

Κατάλογοι Προϊόντων/Υπηρεσιών

Το σύστημα διαθέτει μία ιδανική πλατφόρμα για την παρουσίαση και προώθηση όλων των προϊόντων/υπηρεσιών και των προσφορών που τα συνοδεύουν. Οι χρήστες έχουν στη διάθεσή τους όλες τις απαραίτητες πληροφορίες που αφορούν ένα προϊόν/υπηρεσία όπως όνομα, κατασκευαστής, τιμή και χαρακτηριστικά.

Κατάλογοι Καταστημάτων

Τα ηλεκτρονικά πολυκαταστήματα περιλαμβάνουν καταλόγους των ηλεκτρονικών καταστημάτων που φιλοξενούν. Οι κατάλογοι αυτοί κατηγοριοποιούν τα ηλεκτρονικά καταστήματα με βάση το λογότυπο και την κατηγορία στην οποία ανήκουν.

Αίτηση για νέο ηλεκτρονικό κατάστημα

Στο σύστημα περιλαμβάνεται μία φόρμα επικοινωνίας όπου οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να υποβάλλουν αίτηση για την δημιουργία νέου ηλεκτρονικού καταστήματος.

Καλάθι αγορών

Το καλάθι αγορών αποτελεί ένα εύχρηστο και ασφαλή μηχανισμό που επιτρέπει στους χρήστες να αγοράζουν με εύκολο τρόπο τα προϊόντα/υπηρεσίες που επιθυμούν. Οι χρήστες μπορούν να προσθέσουν/αφαιρέσουν προϊόντα ή ακόμη να αλλάξουν την ποσότητα αυτών από το καλάθι αγορών, προτού προβούν στο «ταμείο» όπου θα ολοκληρώσουν την συναλλαγή.

Ενιαία Βάση Δεδομένων

Το ηλεκτρονικό πολυκατάστημα (E-Mall) αποτελείται από ηλεκτρονικά καταστήματα (E-Shops) τα οποία διαθέτουν όμοιο σχεδιασμό της βάσης δεδομένων με τέτοιο τρόπο που στο ηλεκτρονικό πολυκατάστημα παρέχονται οι παρακάτω λειτουργίες: Γενική αναζήτηση, οριζόντια σύγκριση προϊόντων και την κατάλληλη υποδομή για να υποστηρίξει μελλοντικά άλλες τραπεζικές υπηρεσίες (π.χ πληρωμές).

Ποικίλοι τρόποι online πληρωμών

Οι οικονομικές συναλλαγές μπορούν να ολοκληρωθούν μέσω πιστωτικών καρτών ή ακόμη με την on line χορήγηση δανείου. Η InTarget με δεδομένη την εξειδίκευση της σε εφαρμογές ηλεκτρονικού και τραπεζικού εμπορίου, εφαρμόζει τα πιο εξειδικευμένα συστήματα ασφαλείας (SSL, SET).

Αυτοματοποίηση διαδικασίας Factoring

Το σύστημα υποστηρίζει όλη την διαδικασία από την υποβολή αίτησης μέχρι την έγκριση αυτής, την καταχώριση στην κεντρική βάση δεδομένων, την διαδικασία πληρωμής και την τελική διευθέτησή της. Το σύστημα Factoring αυτοματοποιεί όλη την διαδικασία χορήγησης δανείου όχι μόνο στο ηλεκτρονικό κατάστημα, αλλά επίσης και στο «φυσικό» υποκατάστημα.

Εργαλεία One-to-One Marketing

Το ηλεκτρονικό κατάστημα μπορεί να εξυπηρετήσει κάθε πελάτη με ένα μοναδικό και εξατομικευμένο τρόπο. Η InTarget δημιουργεί ένα ιδανικό περιβάλλον για την εφαρμογή τεχνικών Marketing, προώθησης προϊόντων/υπηρεσιών, καθώς επίσης στόχευσης του επιθυμητού κοινού. Επί πλέον, με τον τρόπο αυτό οι διαχειριστές του συστήματος μπορούν να προβούν στην εφαρμογή cross-selling τεχνικών. Τέλος, ένα από τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά του one-to-one marketing είναι ο Ευφυής πωλητής που είναι ένα πακέτο ειδικών προγραμμάτων που καθοδηγούν το πελάτη μέσα στο ηλεκτρονικό κατάστημα.

Backoffice Integration

Το σύστημα συνδέεται με την υπάρχουσα υποδομή (backoffice) της επιχείρησης.

On line Διαχείριση

Το σύστημα επιτρέπει στους χρήστες να προβούν σε αλλαγές, προσθήκες κ.α

Αυτόματη Παρακολούθηση & Ενημέρωση της Αποθήκης

Το σύστημα αυτοματοποιεί πλήρως τις διαδικασίες που ακολουθούνται για την παρακολούθηση και ενημέρωση της αποθήκης καθώς εντοπίζει τις ποσότητες των προϊόντων σε όλες τις αποθήκες (αν υπάρχουν παραπάνω από μία). Όταν το απόθεμα ενός προϊόντος μειωθεί από μία επιθυμητή ποσότητα, το σύστημα αυτόματα ενημερώνει μέσω μίας παραγγελίας το κατασκευαστή ή χονδρέμπορο.

Ασφάλεια Συναλλαγών

Η αναγνώριση του χρήστη, η ακεραιότητα και κρυπτογράφηση στοιχείων αποτελούν ορισμένα από τα χαρακτηριστικά που συνθέτουν το ασφαλές περιβάλλον του συστήματος InCommerce® και που επιτρέπουν την ασφαλή και αποτελεσματική μεταφορά δεδομένων.

Πλεονεκτήματα

Το InCommerce® προσφέρει στους πελάτες μία σειρά από αξιοσημείωτα πλεονεκτήματα. Μερικά από αυτά είναι τα παρακάτω:

Μείωση λειτουργικού κόστους

Η μείωση του λειτουργικού κόστους και κατ'επέκταση η υψηλότερη κερδοφορία, οφείλεται στο γεγονός ότι η λιανεμπορική επιχείρηση μπορεί να εξυπηρετήσει τους πελάτες της με ελάχιστο κόστος. Επίσης σημαντικό είναι το γεγονός, ότι όσο αυξάνεται ο αριθμός των πελατών που χρησιμοποιούν το Internet, τόσο μειώνεται το συνολικό κόστος εξυπηρέτησης αυτών.

Συνεχής Λειτουργία

Το Internet αποτελεί ίσως το μοναδικό κανάλι εξυπηρέτησης πελατών που επιτρέπει την πραγματοποίηση αγορών οποιαδήποτε στιγμή το 24ωρο.

Ευρεία Γεωγραφική Κάλυψη

Η Λιανεμπορική επιχείρηση έχει την δυνατότητα να απευθυνθεί σε πελάτες που βρίσκονται παντού, χωρίς την σύσταση τοπικού υποκαταστήματος.



Εργαλείο Marketing

Το σύστημα InCommerce® μπορεί κάλλιστα να μετατραπεί σε ένα δραστικό εργαλείο Marketing καθώς δημιουργεί το κατάλληλο περιβάλλον για προώθηση προϊόντων και στόχευση του επιθυμητού αγοραστικού κοινού.

Σμίκρυνση της Προμηθευτικής Αλυσίδας

Ο προμηθευτής μπορεί να απευθυνθεί κατευθείαν στο πελάτη, χωρίς την ανάμειξη «τρίτων» (π.χ καταστήματα που χρησιμοποιούνται για την διανομή προϊόντων) κι έτσι να παραλειφθούν οι περιττοί μεσάζοντες. Επίσης, οι πελάτες ωφελούνται από το σύστημα αυτό καθώς οι ανάγκες τους καλύπτονται χωρίς καθυστέρηση.

■ www.internetq.net :

Πακέτα Φιλοξενίας	<i>Για Windows 2000 Server</i>
<p>FeaturePlan <small>www.internetq.net</small> </p> <p><u>Πλήρες πρόγραμμα φιλοξενίας</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ www.τοόνομάσας.com ή .gr ▶ 150 MB χωρητικότητα ▶ Απεριόριστα E-mail Accounts ▶ 10 GB/μήνα μεταφορά δεδομένων ▶ Τιμή : 59.880 δρχ. το χρόνο χωρίς ΦΠΑ <p>Παραγγείλε Τώρα!</p> <p>FeaturePlus <small>www.internetq.net</small> </p> <p><u>Το πιο διάσημο plan φιλοξενίας του κόσμου!</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ www.τοόνομάσας.com ή .gr ▶ 300 MB χωρητικότητα ▶ Απεριόριστα E-mail Accounts ▶ 20 GB/μήνα μεταφορά δεδομένων ▶ Τιμή : 155.880 δρχ. το χρόνο χωρίς ΦΠΑ 	

Παραγγείλε Τώρα!**BusinessPlan**

www.businessplan.gr

Ειδικά plan φιλοξενίας για web sites υψηλής κίνησης

- ▶ www.τοόνομάσας.com ή .gr
- ▶ 1 GB χωρητικότητα
- ▶ Απεριόριστα E-mail Accounts
- ▶ 50 GB/μήνα μεταφορά δεδομένων
- ▶ Τιμή : 455.880 δρχ. το χρόνο χωρίς ΦΠΑ

Ειδικά plan φιλοξενίας για web sites υψηλής κίνηση

- ▶ www.τοόνομάσας.com ή .gr
- ▶ 9 GB χωρητικότητα
- ▶ Απεριόριστα E-mail Accounts
- ▶ 100 GB/μήνα μεταφορά δεδομένων
- ▶ Τιμή : 1.499.880 δρχ. το χρόνο χωρίς ΦΠΑ

Διαφημιστική προσφορά

Η InternetQ μετά από απαίτηση των πελατών της, προσφέρει ένα φθινό αλλά αποδοτικό πακέτο διαφήμισης για αυτούς που θέλουν να διαφημίσουν και να προωθήσουν τη σελίδα τους σε όλο τον κόσμο.

Η τιμή του πακέτου είναι 39.900 χωρίς Φ.Π.Α. Το παραπάνω πακέτο περιλαμβάνει:

▶

Καταχώρηση σε μηχανές αναζήτησης (Search Engines)

Η καταχώρηση σε μηχανές αναζήτησης (Search Engines) είναι το πιο δυναμικό και βασικό μέσο διαφήμισης των σελίδων μας.

Αναλαμβάνει την καταχώρηση της σελίδας μας σε πάνω από 700 Search Engines σε όλο τον κόσμο. Η καταχώρηση αυτή δίνει τη δυνατότητα σε κάθε άνθρωπο από όλο τον κόσμο να φτάσει στις σελίδες μας. Για να υποβληθεί το site μας στις μηχανές αναζήτησης θα πρέπει να συμπληρώσουμε τη φόρμα παραγγελίας διαφημιστικού πακέτου.



Διαφήμιση με δωρεάν banners

Ο τρόπος αυτός διαφήμισης είναι πολύ διαδεδομένος και βασίζεται στην αμοιβαία διαφήμιση. Τα banners είναι διαφημίσεις μεγέθους συνήθως 400-460 X 40-60 pixels τα οποία οδηγούν με links από το ένα site σε κάποιο άλλο. Ο τρόπος αυτός διαφήμισης λειτουργεί ως εξής. Το banner του δικού μας site προβάλλεται στο site ή στα sites των οποίων εμείς προβάλλουμε τα δικά τους διαφημιστικά banners. Με άλλα λόγια γίνεται ανταλλαγή διαφημιστικών banners. Με αυτό τον τρόπο εμφανίζοντας διαφημίσεις άλλων site στις σελίδες μας, κερδίζουμε δωρεάν διαφημιστικές προβολές του site μας στις σελίδες των άλλων.

Παρόμοια links

- | | | |
|--|--|--|
| ■ www.internet.gr | ■ www.mysap.com | ■ www.hub.gr |
| ■ www.openshop.gr | ■ www.ciel.gr | ■ www.sas.com |
| ■ www.cisco.com/hellas | ■ www.oracle.com | ■ www.byte.gr |
| ■ www.atc.gr | ■ www.medianet.gr | ■ www.eunet.gr |
| ■ www.citycom.gr | | |
| ■ www.westnet.gr | ■ www.fdsweb.com | |
| ■ www.sitehellas.com | | |
| ■ www.hellasnet.gr | ■ www.hol.gr | |
| ■ www.can.gr | ■ www.irismedia.gr | |
| ■ www.e2bgr | | |
| ■ www.commercekey.gr | ■ www.shosting.gr | |
| ■ www.northlink.gr | ■ www.3w.gr | |

242

@@@

Ηλεκτρονικό εμπόριο

Παράρτημα Β

Το Πρόγραμμα «Δικτυωθείτε»

<p>"ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ", ένα πρόγραμμα του Υπουργείου Ανάπτυξης για τις μικρές επιχειρήσεις.</p>	
ΤΙ ΕΙΝΑΙ	<p>Το Πρόγραμμα «ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ» είναι ένα πρόγραμμα που έρχεται ν' απαντήσει στα ερωτήματα του μικρού επιχειρηματία, δίνοντάς του τα εργαλεία και τη γνώση της νέας τεχνολογίας. Πρόκειται για το μέτρο 3.2 του Επιχειρησιακού Προγράμματος «ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ» του Γ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης του Υπουργείου Ανάπτυξης, το οποίο υλοποιείται από τον ΕΟΜΜΕΧ, την περίοδο 2000 έως 2003.</p>
ΓΙΑΤΙ	<p>Για να εξοικειωθούν οι μικρές επιχειρήσεις με την ψηφιακή οικονομία και ν' αξιοποιήσουν τις δυνατότητες και τις ευκαιρίες που προσφέρει το Διαδίκτυο.</p>
ΠΟΥ ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ	<p>Το πρόγραμμα απευθύνεται σε όλες τις επιχειρήσεις, οι οποίες πληρούν τις παρακάτω προϋποθέσεις:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Έχουν απασχολούμενο προσωπικό μέχρι και 10 άτομα (εκτός των ίδιων των επιχειρηματιών) και κύκλο εργασιών μέχρι και 200 εκατ. δραχμές. • Έχουν κλείσει μία τουλάχιστον διαχειριστική χρήση και έχουν υποβάλλει φορολογική δήλωση. • Δραστηριοποιούνται σε έναν από τους

ζητούμενους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας

Για τους σκοπούς του προγράμματος οι επιχειρήσεις διακρίνονται στις ακόλουθες τρεις κατηγορίες:

- Επιχειρήσεις που δεν διαθέτουν σύνδεση με το Διαδίκτυο.
- Επιχειρήσεις που διαθέτουν σύνδεση στο διαδίκτυο και ηλεκτρονική διεύθυνση επικοινωνίας (Internet-ready).
- Επιχειρήσεις που είναι συνδεδεμένες με το διαδίκτυο και διαθέτουν δική τους εταιρική παρουσίαση ή δικτυακό τόπο στο διαδίκτυο, πιθανά με δυνατότητα διεξαγωγής συναλλαγών με πελάτες ή/και προμηθευτές.

Το πρόγραμμα απευθύνεται στις δύο πρώτες ανωτέρω κατηγορίες επιχειρήσεων.

Κάθε επιχείρηση μίας από τις κατηγορίες I, II που περιγράφονται πιο πάνω, χρηματοδοτείται για την προμήθεια εξοπλισμού και υπηρεσιών με ποσοστό 40% των επιλέξιμων δαπανών και μέχρι τις 240.000 δραχμές.

Επιχειρήσεις κατηγορίας I: Προμήθεια του ελάχιστου αναγκαίου εξοπλισμού και σύνδεση στο διαδίκτυο για δύο χρόνια.

Επιχειρήσεις κατηγορίας II: Ανάπτυξη εταιρικής παρουσίασης στο διαδίκτυο, συντήρηση και φιλοξενία των ιστοσελίδων για δύο χρόνια σε παροχέα σχετικών υπηρεσιών.

ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗ

Το πρόγραμμα δεν προβλέπει την απευθείας μετάβαση από την κατηγορία I στην κατηγορία III, δηλαδή την ταυτόχρονη προμήθεια εξοπλισμού και ανάπτυξης εταιρικής παρουσίασης στο διαδίκτυο. Η προμήθεια του εξοπλισμού γίνεται μετά την έγκριση της αίτησης και σε 3 μήνες από την ημερομηνία της έγκρισης.

	<p>Η πληρωμή γίνεται βάσει των επίσημων (θεωρημένων) τιμολογίων ή αποδείξεων παροχής υπηρεσιών, όπου πρέπει να περιγράφονται αναλυτικά τα είδη και οι υπηρεσίες.</p>
ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ	<p>Τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται για την επιλογή των δικαιούχων, είναι τα παρακάτω:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Το μέγεθος της επιχείρησης, εκτιμώμενο με βάση τον αριθμό των απασχολούμενων και τον κύκλο εργασιών. • Ο τόπος εγκατάστασης της επιχείρησης. • Το αντικείμενο εργασιών της επιχείρησης, και συγκεκριμένα η δυναμική και η δεκτικότητα του κλάδου σε εφαρμογές ηλεκτρονικού επιχειρείν.
ΑΙΤΗΣΕΙΣ	<p>Οι αιτήσεις μπορούν να υποβάλλονται οποτεδήποτε κατά τη διάρκεια του προγράμματος. Η αξιολόγηση γίνεται δύο φορές ετησίως. Προκειμένου μια αίτηση να περιλαμβάνεται στον πρώτο ετήσιο κύκλο, θα πρέπει να υποβάλλεται μέχρι το τέλος Ιανουαρίου, ενώ για τον δεύτερο ετήσιο κύκλο μέχρι το τέλος Αυγούστου.</p> <p>Για την καλύτερη δυνατή ροή του προγράμματος συνιστάται στους ενδιαφερόμενους να αξιοποιήσουν όλη τη διάρκεια του κύκλου και όχι το τέλος του. Σε περίπτωση ελλιπούς συμπλήρωσης, η αίτηση απορρίπτεται.</p>
ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ	<p>Το σύστημα αξιολόγησης του προγράμματος «ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ» έχει σχεδιαστεί με στόχο την ελάχιστη δυνατή επιβάρυνση των επιχειρήσεων που συμμετέχουν.</p> <p>Ετσι τα στοιχεία τα οποία η επιχείρηση δηλώνει στην αίτηση συμμετοχής, διασταυρώνονται με τα στοιχεία που διαθέτουν άλλες δημόσιες υπηρεσίες και οργανισμοί.</p>
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	<p>Στις επιχειρήσεις που εντάσσονται στο πρόγραμμα παρέχεται επί τόπου δωρεάν χρήση υπηρεσιών</p>

	<p>διαδικτύου. Αντικείμενο της εκπαίδευσης είναι η εξοικείωση του δικαιούχου με τις υπηρεσίες διαδικτύου, ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, καθώς και η αξιοποίηση ηλεκτρονικών υπηρεσιών του κράτους (π.χ. TAXIS).</p>
ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ	<p>Οι αιτήσεις υποβάλλονται <u>μόνο</u> με συστημένη επιστολή (η σφραγίδα με την ημερομηνία της συστημένης επιστολής πρέπει να είναι ευδιάκριτη) στην Ταχυδρομική Διεύθυνση :</p> <p>EOMMEX Ταχ. Θυρίδα 14025, Ξενίας 16 & Έβρου Αθήνα 115 28</p> <p>Για περισσότερες πληροφορίες: Τηλεφωνική γραμμή επικοινωνίας: 01 - 7491111 031 - 421701 Fax : 01 - 7491153</p> <p>Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο: info@eomdex.gr URL: http://www.eomdex.gr</p> <p>στους τοπικούς φορείς απ' όπου παραλάβατε την αίτηση</p>

ΚΑΛΑΘΙ Ελάχιστες απαιτήσεις εξοπλισμού και υπηρεσιών για τη 1 σύνδεση στο διαδίκτυο

Με την ένταξή σας στο Πρόγραμμα "Δικτυωθείτε" ως επιχείρηση της κατηγορίας 1 (Επιχειρήσεις που δεν διαθέτουν σύνδεση με το διαδίκτυο), και προκειμένου να επιτευχθεί η μετάβασή μας στην κατηγορία 2 (επιχειρήσεις με σύνδεση στο διαδίκτυο και ηλεκτρονική διεύθυνση επικοινωνίας) είναι απαραίτητο να προχωρήσουμε στην αγορά προϊόντων και υπηρεσιών των οποίων οι ελάχιστες απαιτήσεις περιγράφονται παρακάτω.

Η σύνθεση του πρώτου καλαθιού, παρατίθεται σε τέσσερις ενότητες:

το Υλικό (προσωπικός υπολογιστής και εκτυπωτής),
 το Λογισμικό (προγράμματα που θα δώσουν δυνατότητα εκτέλεσης
 διάφορων λειτουργιών πχ. η συγγραφή μιας επιστολής και η ηλεκτρονική
 αποστολή της μέσω e-mail, ή η εμπορική διαχείριση της επιχείρησης με
 ηλεκτρονικό τρόπο),
 οι υπηρεσίες υποστήριξης από τον προμηθευτή, και
 η παροχή υπηρεσιών Internet.

1. Υλικό Η/Υ

Επεξεργαστής (CPU)	Celeron 600 MHz ή Duron ή iMac ή <u>ισοδύναμο</u>
Μητρική πλακέτα (Motherboard)	3 PCI (σε περίπτωση αγοράς PC)
Μνήμη (RAM)	64 MB
Μονάδα εύκαμπτων δίσκων (FD)	3,5" 1,44MB
Σκληρός Δίσκος (HD)	Χωρητικότητα 10GB
Μονάδα οπτικών δίσκων (CD-ROM)	Ταχύτητα 32X
Κάρτα Γραφικών	Ανάλυση 1024x768 75Hz, AGP VGA card (σε περίπτωση αγοράς PC)
Κάρτα Ήχου	16bit Stereo κάρτα με μικρόφωνο και ηχεία
Modem	Ταχύτητα 56K και υποστήριξη πρωτοκόλλου V90 ή ISDN modem
Πληκτρολόγιο / Ποντίκι	Εργονομικό, 104 πλήκτρων και ποντίκι 2 πλήκτρων
Οθόνη	Διαστάσεων 15" TCO 95 , Ανάλυση 1024x768 75Hz,
Εκτυπωτής	Είτε 1α. έγχρωμος inkjet, μεγ. ταχύτητα 4 σελ/λεπτό είτε 1β. Dot Matrix 9 ακίδων, ταχύτητας 230 cps
Πιστοποίηση	CE

Τμημάτων Υλικού	
----------------------------	--

2. Λογισμικό Η/Υ

Λειτουργικό Σύστημα	Ελληνικό, σύγχρονο λειτουργικό σύστημα με γραφικό παραθυρικό περιβάλλον, με εγγενείς εφαρμογές για χρήση WWW (Web Browser), e-mail (E-mail Client) και FTP (FTP client)
Εφαρμογές	Είτε 1α. Ελληνικό λογισμικό εφαρμογών γραφείου (επεξεργαστής κειμένου με λεξικό, λογιστικά φύλλα, παρουσιάσεις & βάση δεδομένων, κλπ.) Είτε 1β. Ελληνικό λογισμικό εμπορικής διαχείρισης (αποθήκη, τιμολόγηση, λογιστήριο, ταμείο, φορολογική διαχείριση, κλπ.) Είτε 1γ. Ειδικό λογισμικό σε άμεση σχέση με το αντικείμενο της επιχείρησης (π.χ. λογισμικό φαρμακοποιού για φαρμακεία) Και 2. Λογισμικό anti-virus

3. Παροχή Υπηρεσιών από τον Προμηθευτή Η/Υ

Εγκατάσταση Εξοπλισμού / Λογισμικού	Εγκατάσταση και σύνδεση του υπολογιστή στο διαδίκτυο και εγκατάσταση όλων των συνοδευτικών εφαρμογών λογισμικού. Το τιμολόγιο πώλησης θα αναγράφει αναλυτικά τη σύνθεση του υλικού (βλ. Υπόδειγμα), καθώς και τον κατασκευαστή του λογισμικού και την εμπορική ονομασία της εφαρμογής λογισμικού. Το λογισμικό θα συνοδεύεται από έγγραφο άδειας χρήσης, που θα αναφέρει αριθμούς σειράς, ή κωδικούς χρήσης, κατά περίπτωση.
Εκπαίδευση	8 ώρες κατάρτιση στον χώρο εγκατάστασης Ενδεικτική κατανομή: 2 ώρες Χρήση Λειτουργικού Συστήματος 3 ώρες Εφαρμογές Γραφείου ή Εφαρμογές Εμπορικής Διαχείρισης

	2 ώρες "internet + www + e-mail" 1 ώρα ενημέρωση για θέματα ασφάλειας, ενημερώσεις λογισμικού anti-virus, ενημερώσεις λειτουργικού συστήματος μέσω δικτύου.
Εγγύηση / Παροχή Υποστήριξης (Ανά Η/Υ)	3 χρόνια εγγύηση με αλλαγή ή αντικατάσταση του ελαττωματικού μέρους μέσα σε χρονικό διάστημα 4 εργάσιμων ημερών. Υποστήριξη on-site τους 6 πρώτους μήνες από την αγορά. Εξαιρούνται προβλήματα από κακή χρήση του υλικού ή του λογισμικού.

4. Υπηρεσίες Σύνδεσης στο Internet – Υποχρεώσεις Παροχέα Δικτυακών Υπηρεσιών (Internet Service Provider – ISP)

Σύνδεση στο διαδίκτυο (Internet)	Διετής σύνδεση με ΕΠΙΑΚ αριθμό κλήσης και PSTN πρόσβαση 56Kbps ή ISDN 64kbps. Αναγνωρισμένη παροχή δικτυακών υπηρεσιών του ISP από ΕΕΤΤ.
Αναλογία «Dialup» γραμμών	10:1 χρήστες ανά "Modem"
Παροχή Υποστήριξης Dialup Σύνδεσης	Τηλεφωνική υποστήριξη, 24 ώρες, 365 μέρες το χρόνο για προβλήματα σύνδεσης.
Στατιστικά	Παροχή στατιστικών χρήσης Internet (διάρκεια σύνδεσης, bytes in/out, e-mail sent / received)

ΚΑΛΑΘΙ Ελάχιστες απαιτήσεις για την ανάπτυξη εταιρικής
2 παρουσίασης στο διαδίκτυο

Δικτυακή Φιλοξενία (Hosting)

Ονοματοδοσία	Κατοχύρωση ονόματος www.mycompany.gr για 2 έτη.
Υπηρεσίες & Εξοπλισμός	Χώρος 50MB και τουλάχιστον 3 λογαριασμοί e-mail της μορφής username@mycompany.gr . Ασφάλεια όλων των εξυπηρετητών με χρήση Cluster ή backup

	servers. Διαθεσιμότητα 24 ώρες, 365 μέρες.
Διάρκεια Φιλοξενίας	2 χρόνια

Κατασκευή Ιστοσελίδων Προβολής ΜΜΕ

Κατασκευή σελίδων κόμβου	Κατασκευή μιας πρώτης, ξεχωριστής σελίδας για κάθε ΜΜΕ, με το λογότυπο και τα ιδιαίτερα εταιρικά χαρακτηριστικά. Κατασκευή ή επιλογή από προκατασκευασμένα πρότυπα διατηρώντας το προφίλ παρουσίασης της εταιρίας, 5 τουλάχιστον επιπλέον σελίδων για την παρουσίαση της εταιρίας (ιστορικό, πληροφορίες επικοινωνίας, δελτία τύπου, βοήθεια, σχετικά links κτλ). Οι σελίδες θα κατασκευαστούν στα Ελληνικά και στα Αγγλικά. Έγγραφη βεβαίωση καλής εγκατάστασης και λειτουργίας. (Βλ. Υπόδειγμα)
Συντήρηση κόμβου	Κατασκευή νέας "εικαστικής" ταυτότητας του site ή δυνατότητα αλλαγής μέσω web (wizards) ή client software (τουλάχιστον μία φορά εντός της διετίας). Δυνατότητα δυναμικής ενημέρωσης σελίδων

Κατασκευή Ηλεκτρονικού Καταστήματος (e-shop)

Κατασκευή E-shop	Κατασκευή ή επιλογή από προκατασκευασμένα πρότυπα, σελίδων για την παρουσίαση των προϊόντων (προσφορές, νέα προϊόντα) και την υποστήριξη των e-shop δυνατοτήτων. Καταχώρηση ηλεκτρονικού καταστήματος σε 3 μηχανές αναζήτησης (ηλεκτρονική διαφήμιση). Οι σελίδες θα κατασκευαστούν στα Ελληνικά και στα Αγγλικά.
Δυνατότητες E-shop	Ηλεκτρονική αναζήτηση προϊόντων (με εύρος τιμής και με όνομα), παραγγελία και δυνατότητα "on-line" πληρωμής. Δυνατότητα και για άλλους τρόπους πληρωμής πχ με αντικαταβολή. Ασφάλεια στις συναλλαγές με χρήση κρυπτογράφησης (SSL v3). Δυνατότητα αποστολής διευκρινιστικής ερώτησης για συγκεκριμένο προϊόν από τον πελάτη Αποθήκευση απεριόριστου αριθμού προϊόντων σε βάση δεδομένων με ανώτατο όριο το διαθέσιμο χώρο. Αλληλοδιασύνδεση παρεμφερών προϊόντων.

	Χρήση δυναμικών ιστοσελίδων (αυτόματες ενημερώσεις) και δυνατότητα ανασκόπησης των πωλήσεων από τη ΜΜΕ. Δυνατότητα αυτόματης αποστολής επιβεβαιωτικών e-mails στον πελάτη και στον πωλητή καθώς και αποθήκευση στοιχείων πελάτη.
Συντήρηση E-shop	Βασική συντήρηση (αισθητικές, λειτουργικές αλλαγές περιορισμένης έκτασης) των ιστοσελίδων του e-shop από τον σχεδιαστή των σελίδων. Δυνατότητα δυναμικής αλλαγής των ιστοσελίδων για την τακτική ενημέρωση από την ΜΜΕ των στοιχείων της βάσης δεδομένων.

Υπηρεσίες Παροχέα Ηλεκτρονικού Καταστήματος (ASP)

Υποστήριξη	Παροχή υποστήριξης, 12 ώρες, 365 μέρες το χρόνο. Υπογραφή σύμβαση υποστήριξης.
Στατιστικά	Παροχή στατιστικών χρήσης (αριθμός επισκέψεων, αριθμός επισκέψεων με μία τουλάχιστον συναλλαγή, παραγγελίες, αγορές, κλπ.). Τα στατιστικά στοιχεία θα αποστέλλονται επίσης προς τη διεύθυνση του προγράμματος "Δικτυωθείτε", σε συνοπτική μορφή, χωρίς προσωπικά στοιχεία των επιχειρήσεων.
Εκπαίδευση	Εκπαίδευση συνολικά 4 ώρες, στη διαχείριση του e-shop για την ενημέρωση των περιεχομένων της Βάσης Δεδομένων. Ενδεικτική αποθήκευση των πρώτων 3 προϊόντων.

Δηλώσεις συμμετοχής για τον πρώτο κύκλο του προγράμματος "Δικτυωθείτε".

Στατιστικά στοιχεία, ανά περιφέρεια, των αιτήσεων των ΜΜΕ για συμμετοχή στο πρόγραμμα "Δικτυωθείτε".

Στατιστικά στοιχεία για την Ανατολική Μακεδονία.

Συνολικά 724 επιχειρήσεις

Στατιστικά στοιχεία για την Κεντρική Μακεδονία.

Συνολικά 2015 επιχειρήσεις.

Στατιστικά στοιχεία για την Δυτική Μακεδονία

Συνολικά 371 επιχειρήσεις.

Στατιστικά στοιχεία για την Ηπειρο

Συνολικά 294 επιχειρήσεις.

Στατιστικά στοιχεία για την Θεσσαλία

Συνολικά 774 επιχειρήσεις.

Στατιστικά στοιχεία για το Ιόνιο

Συνολικά 445 επιχειρήσεις

Στατιστικά στοιχεία για τη Δυτική Ελλάδα

Συνολικά 567 επιχειρήσεις

Στατιστικά στοιχεία για τη Στερεά Ελλάδα και την Εύβοια

Συνολικά 384 επιχειρήσεις

Στατιστικά στοιχεία για την Αττική

Συνολικά 1024 επιχειρήσεις

Στατιστικά στοιχεία για τη Δυτική Αττική

Συνολικά 374 επιχειρήσεις.

Στατιστικά στοιχεία για την Ανατολική Αττική

Συνολικά 507 επιχειρήσεις

Στατιστικά στοιχεία για τον Πειραιά

Συνολικά 759 επιχειρήσεις

Στατιστικά στοιχεία για την Πελοπόννησο

Συνολικά 662 επιχειρήσεις

Στατιστικά στοιχεία για τις Νήσους Β. και Ν. Αιγαίου

Συνολικά 679 επιχειρήσεις

Στατιστικά στοιχεία για την Κρήτη

Συνολικά 1079 επιχειρήσεις

«Δικτυωθείτε» ΕΓΚΡΙΣΕΙΣ

Γεωγραφική Κατανομή Επιχειρήσεων (Νομός)

<i>Νομός</i>	<i>Αριθμός</i>	<i>%</i>
Αιτωλοακαρνανίας	78	0,85%
Αργολίδας	181	1,97%
Αρκαδίας	49	0,53%
Αρτας	63	0,69%
Αχαΐας	306	3,33%
Βοιωτίας	48	0,52%
Γρεβενών	42	0,46%
Δράμας	115	1,25%
Δωδεκανήσου	254	2,76%
Εβρου	107	1,16%
Ευβοίας	120	1,31%
Ευρυτανίας	7	0,08%
Ζακύνθου	118	1,28%
Ηλείας	98	1,07%
Ημαθίας	119	1,29%
Ηρακλείου	423	4,60%
Θεσπρωτίας	8	0,09%
Θεσσαλονίκης	934	10,16%

Ηλεκτρονικό εμπόριο

Ιωαννίνων	122	1,33%
Καβάλας	164	1,78%
Καρδίτσας	105	1,14%
Καστοριάς	72	0,78%
Κέρκυρας	96	1,04%
Κεφαλληνίας	117	1,27%
Κιλκίς	68	0,74%
Κοζάνης	101	1,10%
Κορινθίας	64	0,70%
Κυκλάδων	272	2,96%
Λακωνίας	58	0,63%
Λάρισας	217	2,36%
Λασιθίου	111	1,21%
Λέσβου	138	1,50%
Λευκάδας	13	0,14%
Μαγνησίας	151	1,64%
Μεσσηνίας	182	1,98%
Ξάνθης	180	1,96%
Πέλλας	89	0,97%
Πιερίας	81	0,88%
Πρέβεζας	48	0,52%
Ρεθύμνης	137	1,49%
Ροδόπης	21	0,23%
Σάμου	77	0,84%
Σερρών	255	2,77%

256
@@@
Ηλεκτρονικό εμπόριο

Τρικάλων	165	1,80%
Φθιώτιδας	105	1,14%
Φλώρινας	89	0,97%
Φωκίδας	47	0,51%
Χαλκιδικής	101	1,10%
Χανίων	243	2,64%
Χίου	90	0,98%
Αθηνών	1.473	16,03%
Ανατ. Αττικής	204	2,22%
Δυτ. Αττικής	224	2,44%
Πειραιά	441	4,80%
	9191	100,00%

Τετάρτη, 4 Ιουλίου 2001

«ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ» ΕΓΚΡΙΣΕΙΣ

Κατανομή Επιχειρήσεων ανά Τομέα Δραστηριότητας

<i>Τομέας Δραστηριότητας</i>	<i>Αριθμός</i>	<i>%</i>
ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ	1.590	17,30%
ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ	383	4,17%
ΕΜΠΟΡΙΟ	4.850	52,77%
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	869	9,45%
ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ, ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ	383	4,17%
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	1.116	12,14%

«Δικτυωθείτε» ΕΓΚΡΙΣΕΙΣ

Κατανομή Επιχειρήσεων ανά Νομική Μορφή

<i>Νομική Μορφή</i>	<i>Αριθμός</i>	<i>%</i>
ΑΤΟΜΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	6.712	73,03%
Ο.Ε.	1.514	16,47%
Ε.Ε.	179	1,95%
Ε.Π.Ε.	389	4,23%
Α.Ε.	350	3,81%
ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ	6	0,07%
ΑΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	3	0,03%
ΚΟΙΝΩΝΙΑ	19	0,21%
ΝΑΥΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	9	0,10%
ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	7	0,08%
ΑΛΛΗ ΜΟΡΦΗ	3	0,03%

Βιβλιογραφία

- ✘ Πασχόπουλος Αρσένης και Σκαλτσάς Παναγιώτης, «Ηλεκτρονικό εμπόριο : Νέο περιβάλλον, Νέα εργαλεία, Νέοι ηγέτες», Κλειδάριθμος, 2000.
- ✘ Δουκίδης Γεώργιος, Θεμιστοκλέους Μαρίνος, Δράκος Βίλλιαμ, Παπαζαφειροπούλου Νατάσα, « Ηλεκτρονικό εμπόριο», Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, 1998.
- ✘ Σιδηρόπουλος Θεόδωρος, «Εισαγωγή στο Δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου», Εκδοτικός Οίκος Αδελφών Κυριακίδη, 2000.
- ✘ Siegel David, « e-ΠΙΧΕΙΡΕΙΝ, το όπλο της Σύγχρονης Επιχείρησης», Β. Γκιούρδας ΕΚΔΟΤΙΚΗ, 2000.
- ✘ Szydluk Sherry & Wood Lamont, « e-trepreneur», John Wiley & Sons, 2000
- ✘ Fiore Frank, « Starting an Online Business», Que, 2000.
- ✘ Sleight Steve, « Moving to E-Business», Dorling Kindersley Book, 2001
- ✘ Ash Brian & Lambert Tom, « e-market dominance», McGraw-Hill, 2001.
- ✘ Connellan Tom & Zemke Ron, « e-service: 24 ways to keep your customers- when the competition is just a click away», AMACOM, 2001.
- ✘ Raisch D. Warren, « The eMarketplace: Strategies for success in B2B eCommerce», McGraw-Hill, 2001.
- ✘ Gutzman D. Alexis, « The E-Commerce Arsenal: 12 technologies you need to prevail in the digital arena», AMACOM, 2001.
- ✘ Koth Handry & Wiergan Gaby, « Custom Enterprise.com», ft.com, 2000.

Περιοδικά

- ✕ Pc Magazine (www.pcmag.gr)
- ✕ RAM (www.in.gr/ram/)
- ✕ InLife (www.in.gr/inlife/)
- ✕ HiTECH (www.in.gr/hitech/)

Εφημερίδες

- ✕ Ελευθεροτυπία (www.enet.gr)
- ✕ ΤΑ ΝΕΑ (<http://ta-nea.dolnet.gr/>)
- ✕ Το Βήμα (<http://tovima.dolnet.gr/>)
- ✕ Καθημερινή (www.kathimerini.gr)
- ✕ Ημερησία (www.imerissia.gr)
- ✕ Ναυτεμπορική (www.naftemporiki.gr)

Ευρετήριο

Αγγλικοί όροι

- A**
- E-mail 2, 11, 12, 20, 59, 61, 83, 85, 93, 131, 135, 148, 153, 158, 248, 250
 - E-mail server 13
 - E-BI 162
 - E-procurement 113, 119
 - Ethernet 2
- Apranet 1, 11
- Arpa 1
- B**
- B2B 26, 112-123
 - B2C 26
 - B2G 143
 - Banners 153-160, 241
 - Browsers 3-6, 83, 135
- C**
- C2C 26
 - C2G 26, 143
 - Chat-room 4, 10, 46, 93
 - Cookies 83
- D**
- Dapra 1
 - Domain name 34-37, 41
- E**
- E-banking 135-150
 - E-business 20, 40, 90
 - EDI 83, 101
- F**
- Factoring 237
 - Faqs 47
- H**
- HTML 3, 5, 159, 231
 - HTTP 3, 5
 - Hypertext 2-3
- I**
- ICAP 23, 90
 - Internet banking 135-139
 - Interstitials 154
 - ISC 17, 37
 - ISOC 21
 - ISP 4, 20, 30, 249
 - ITU 135
- L**
- Licklider J.C.R 1
 - Links 3, 6, 20, 39, 44, 74, 85, 122, 148, 164, 241

- M**
- Microsoft Internet Explorer 6-7
 - Microsoft Outlook 12
 - Mobile Banking 135-136, 140, 150
 - Mobile commerce 135
- N**
- Netscape Communicator 6-7
 - Newsletter 20, 153, 155, 157
- O**
- Outsourcing
- P**
- Password 4, 60, 114, 136-139
 - Permanent buttons 154
 - Personalization 9, 162
 - Phone Banking 135, 140
 - Pop server 13
 - Portal 9-10, 38, 120, 144, 152, 234
- S**
- Search engines 7-10, 44, 241
 - Servers 3, 5, 135, 233
 - Site map 44
 - Spam 59
 - Sputnik 1
 - SSL 77, 232, 236
 - Superstitials 154
- T**
- Taxisnet 136
 - TCP 2
- W**
- Wap 135, 148
 - World Wide Web 3, 23, 26, 248
- X**
- XML 4

Ελληνικοί όροι

A	K
Αμερικάνικο Πεντάγωνο 1	Καλάθι αγορών 57
Αντικαταβολή 62, 65, 72, 250	ΚΕΠΚΑ 88
	Κλεισθένης 147
B	Κοινωνία της πληροφορίας 38,40, 231,243
Βιοτεχνικό Επιμελητήριο Αθήνας 40	Κρυπτογράφηση 77-81, 83, 86, 139
Δ	M
Δημοπρασίες 113, 240	Μηχανές αναζήτησης 7-10, 43-44, 118, 152-153, 240, 250
Δικτυωθείτε 231, 243, 251-254	
E	O
E.E.T 34-36	ΟΟΣΑ 18-19, 25
Εμπορικό επιμελητήριο Αθήνας 40	
EOMMEX 22, 38, 231, 246	
Ευρωπαϊκή Επιτροπή 23, 25, 41, 166	Π
H	Πιστωτική κάρτα 62,65,72 75, 97
Ηλεκτρονική υπογραφή 84-85, 140	Σ
I	Σοβιετική Ένωση 1
INKA 88	
ITE 34	

Τ

Τομλινσον Ρει 2, 11

Υ

Υπηρεσίες μέλους 54

Υπουργείο Ανάπτυξης 22, 38, 243

Ψ

Ψηφιακό χρήμα (ecash) 26, 65

Ψυχρός Πόλεμος 1

Πίνακες, σχέδια, γλυπτά, φωτογραφίες που
χρησιμοποιήθηκαν:

- Εξωφύλλου: Frantisek Kupka, Amorphous-Fuque in two colors, 1912
- Henry Moore, King and Queen, 1952
- Alberto Giacometti, Walking man, 1960
- Henri Laurens, Clown, 1915
- Duane Hanson, Supermarket lady, 1969
- Christo, Package in Shopping Cart, 1964
- Magdalena Abakanowicz, Crowd, 1986
- Barbara Hepworth, Two Forms, 1961
- Kasimir Malevich, Suprematist Composition, 1915
- Lazlo Moholy-Nagy, Composition Z VIII, 1924
- Pablo Picasso, Coat skull, Bottle and Candle, 1952

- Ο ναός της Ήρας, Ολυμπία
- George Vantongerloo, Composition, 1917

Η πτυχιακή εργασία πραγματοποιήθηκε το διάστημα Μάρτιος-Ιούνιος
2001 στα Γλυκά Νερά Αττικής.

Επιμέλεια – σχεδίαση - εκτύπωση: Βαλάκας Λαζαρος



**Γεννήθηκα στις 19-2-1979 στο Χαλάνδρι Αττικής.
Φοίτησα στο Τ.Ε.Ι Πάτρας στο τμήμα Διοίκησης
Επιχειρήσεων το διάστημα 1997-2001.**