

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ**  
**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ  
ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΣΤΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ  
ΔΙΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ (B2B)**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ: ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ ΕΥΦΡΟΣΥΝΗ**

**ΠΥΡΓΙΩΤΑΚΗ ΧΡΥΣΗ**

**ΧΟΥΛΙΑΡΑ ΑΝΔΡΟΜΑΧΗ**

**ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΦΩΤΕΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΜΙΧΑΗΛ**

**ΠΑΤΡΑ, 2011**



## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η τεχνολογία μετασχηματίζει τον κλάδο του εμπορίου. Τα νέα κανάλια διανομής προϊόντων και υπηρεσιών έχει πολλά πλεονεκτήματα, η υιοθέτησή τους όμως κρύβει και κινδύνους για τους οποίους πρέπει να βρεθούν αποτελεσματικοί τρόποι διαχείρισης.

Οι συναλλαγές μέσω Internet χαρακτηρίζονται από πολλά πλεονεκτήματα, με αποτέλεσμα να αποτελούν ολοένα και μεγαλύτερο τμήμα της σύγχρονης ψηφιακής ζωής μας. Για τις επιχειρήσεις αποτελεί μονόδρομος η επιλογή των ηλεκτρονικών συναλλαγών, για να μπορέσουν να είναι ανταγωνιστικές. Η καινοτομία και η εφαρμογή βέλτιστων πρακτικών προσφέρουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στις επιχειρήσεις που τα εφαρμόζουν δημιουργώντας με αυτό τον τρόπο ηγέτες στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου και της αγοράς γενικότερα.

Οι ηλεκτρονικές συναλλαγές όμως κρύβουν και κάποιους κινδύνους και γι αυτό το λόγο είναι απαραίτητο να ενδυναμωθούν με την λήψη ισχυρών μέτρων ασφαλείας τελευταίας τεχνολογίας. Οι B2B συναλλαγές αποτελούν στοιχείο της καθημερινής επιχειρηματικής ζωής και απαιτείται η βέλτιστη αποδοτικότητα και η μέγιστη ασφάλεια.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η μεγάλη ανάπτυξη του Διαδικτύου των τελευταίων δεκαετιών δε θα μπορούσε να αφήσει ανεπηρέαστο και τον επιχειρηματικό κλάδο. Ο αυξημένος ανταγωνισμός που κυριαρχεί τα τελευταία χρόνια ωθεί τις επιχειρήσεις στην εγκατάλειψη των παραδοσιακών και χρονοβόρων μεθόδων επιχειρηματικής λειτουργίας και πρακτικής και στην υιοθέτηση σύγχρονων τεχνολογιών και εφαρμογών μέσω του πλαισίου του **Ηλεκτρονικού Εμπορίου**.

Το **Ηλεκτρονικό Εμπόριο** είναι μία έννοια για την οποία έχουν δοθεί πολλαπλοί ορισμοί, οι οποίοι πηγάζουν κυρίως από το τρόπο με τον οποίο προσεγγίζεται από διάφορες επιστήμες. Οι διάφοροι ορισμοί αυτοί δεν καλύπτουν όλο το εύρος της έννοιας, δεδομένου ότι τα μέσα που απαιτούνται για την διενέργεια του ηλεκτρονικού εμπορίου δεν είναι μόνο ηλεκτρονικά, όπως επίσης και ότι οι τεχνολογίες Internet δεν αποτελούν αναγκαία και ικανή συνθήκη για την υλοποίησή του. Επιπλέον, οι ορισμοί αυτοί δεν δείχνουν τις επιδιώξεις των επιχειρήσεων σχετικά με το Ηλεκτρονικό Εμπόριο.

Το Διαδίκτυο αποτελεί αυτή τη στιγμή τη βασικότερη πλατφόρμα ανάπτυξης εφαρμογών Ηλεκτρονικού Εμπορίου για τις επιχειρήσεις. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο καλείται να επιλύσει παραδοσιακά επιχειρηματικά προβλήματα, όπως η δυσχέρεια των έγγραφων συναλλαγών, η βελτιστοποίηση της διαχείρισης των αποθεμάτων και να προσφέρει νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες όπως η εύρεση νέων εταίρων αλλά και προμηθευτών και πελατών σε παγκόσμια κλίμακα με μειωμένο κόστος. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο αποτελεί επιχειρηματική πρακτική που λαμβάνει διαστάσεις στρατηγικής τοποθέτησης των επιχειρήσεων χρηστών, που επιδιώκουν την αύξηση της αξίας τους σε οποιοδήποτε επίπεδο (είτε οικονομικής κατάστασης, είτε ανταγωνισμού, είτε μεριδίου αγοράς, είτε οποιοδήποτε άλλου είναι στρατηγικώς επιθυμητό από την επιχείρηση).

Η εργασία αυτή έχει σαν στόχο τη μελέτη των Ηλεκτρονικών Συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων, δηλαδή **B2B συναλλαγών** και πιο συγκεκριμένα να περιγράψει τον τρόπο με τον οποίο η τεχνολογία επηρεάζει τον τομέα των συναλλαγών.

## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

<b>ΠΡΟΛΟΓΟΣ</b> .....	<b>iii</b>
<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</b> .....	<b>iv</b>
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ</b> .....	<b>v</b>
<b>ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ</b> .....	<b>vii</b>
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	<b>1</b>

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1**

#### **ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

<b>1.1 Ιστορική Αναδρομή</b> .....	<b>4</b>
<b>1.2 Εφαρμογή της Πληροφορικής και των Νέων Τεχνολογιών στις Επιχειρήσεις</b> .....	<b>7</b>
<b>1.3 Σύγχρονες Μορφές Επιχειρήσεων</b> .....	<b>12</b>
<b>1.4 Παγκόσμια Επιχείρηση</b> .....	<b>17</b>

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2**

#### **ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ**

<b>2.1 Εννοιολογικός Προσδιορισμός</b> .....	<b>21</b>
<b>2.2 Ιστορική Αναδρομή</b> .....	<b>24</b>
<b>2.3 Είδη Ηλεκτρονικού Εμπορίου</b> .....	<b>25</b>
<b>2.4 Εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου</b> .....	<b>28</b>
<b>2.4.1 Ηλεκτρονικά Καταστήματα</b> .....	<b>28</b>
<b>2.4.2 e-Mall</b> .....	<b>29</b>
<b>2.4.3 Ηλεκτρονικοί Κατάλογοι</b> .....	<b>30</b>
<b>2.4.4 Ηλεκτρονικές Εκδόσεις και Πύλες</b> .....	<b>31</b>
<b>2.4.5 e-Marketplace</b> .....	<b>31</b>

2.4.6 Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες.....	32
2.4.7 e-Banking .....	33
2.4.8 e-Tourism .....	33
2.4.9 Ηλεκτρονικές Προμήθειες.....	34
2.4.10 Κινητό Ηλεκτρονικό Εμπόριο.....	34
2.5 Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου .....	34
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3</b>	
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ</b>	
3.1 Από τις Παραδοσιακές στις Ηλεκτρονικές Συναλλαγές.....	38
3.2 Ηλεκτρονικές B2B Αγορές .....	40
3.3 Συναλλαγές στις B2B Αγορές.....	45
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4</b>	
<b>ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ</b>	
4.1 Σύγχρονος Λογιστής.....	50
4.2 Λογιστικά Πληροφοριακά Συστήματα .....	53
4.3 Ενσωμάτωση AIS σε ERP .....	60
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5</b>	
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΚΑΙ B2B ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ</b>	
5.1 Προμήθειες.....	68
5.2 Συναλλαγές στις Ηλεκτρονικές Προμήθειες.....	72
5.3 Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα Ηλεκτρονικών Προμηθειών....	81
5.4 Ηλεκτρονικές Προμήθειες στην Ελλάδα .....	82
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6</b>	
<b>ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ</b>	
6.1 Κίνδυνοι B2B Συναλλαγών.....	87
6.2 Ασφάλεια Συναλλαγών .....	91
6.3 Οι Τραπεζικές Συναλλαγές .....	97

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7**

### **ΕΡΕΥΝΑ**

<b>7.1 Μεθοδολογία .....</b>	<b>101</b>
<b>7.2 Ανάλυση αποτελεσμάτων.....</b>	<b>115</b>
<b>7.3 Παρατηρήσεις .....</b>	<b>125</b>
<b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....</b>	<b>127</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>130</b>

### **ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ**

<b>Εικόνα 1.1. Λειτουργία μιας ιστοσελίδας στα πλαίσια του Ηλεκτρονικού Εμπορίου .....</b>	<b>12</b>
<b>Εικόνα 1.2. Εικονική Επιχείρηση .....</b>	<b>15</b>
<b>Εικόνα 1.3. Παγκόσμιο Προϊόν .....</b>	<b>18</b>
<b>Εικόνα 1.4. Μοντέλο Παγκόσμιας Επιχείρησης.....</b>	<b>19</b>
<b>Εικόνα 2.1. Το ηλεκτρονικό κατάστημα της εταιρίας e-seasons .....</b>	<b>29</b>
<b>Εικόνα 2.2. Το e-mall της Johnson&amp;Johnson.....</b>	<b>30</b>
<b>Εικόνα 2.3. Ηλεκτρονικός κατάλογος oShop.....</b>	<b>31</b>
<b>Εικόνα 2.4. Ηλεκτρονική Δημοπρασία bidster.gr .....</b>	<b>33</b>
<b>Εικόνα 3.1. Τρόπος διεξαγωγής συναλλαγών .....</b>	<b>39</b>
<b>Εικόνα 3.2. B2B κατάστημα της εταιρίας Πλαίσιο.....</b>	<b>44</b>
<b>Εικόνα 3.3. <a href="http://www.plaisiob2b.gr">http://www.plaisiob2b.gr</a>.....</b>	<b>44</b>
<b>Εικόνα 4.1. Eurofasma.....</b>	<b>57</b>
<b>Εικόνα 4.2. Manpower .....</b>	<b>58</b>
<b>Εικόνα 4.3. Βασικό Μοντέλο ERP .....</b>	<b>61</b>

<b>Εικόνα 4.4. SAP Netweaver ERP.....</b>	<b>63</b>
<b>Εικόνα 4.5. ATLANTIS ERP .....</b>	<b>65</b>
<b>Εικόνα 5.1. Στρατηγική Ηλεκτρονικών Προμηθειών .....</b>	<b>70</b>
<b>Εικόνα 5.2. Διαδικασία και Εργαλεία Ηλεκτρονικών Προμηθειών.....</b>	<b>73</b>
<b>Εικόνα 6.1. e-Banking .....</b>	<b>98</b>
<b>Εικόνα 7.1. Αρχική σελίδα Google.....</b>	<b>102</b>
<b>Εικόνα 7.2. Σύνδεση μέσω Gmail.....</b>	<b>103</b>
<b>Εικόνα 7.3. Έγγραφο της Google.....</b>	<b>104</b>
<b>Εικόνα 7.4. Λίστα με τα έγγραφο της Google.....</b>	<b>105</b>
<b>Εικόνα 7.5. Δημιουργία φόρμας.....</b>	<b>105</b>
<b>Εικόνα 7.6. Δημιουργία ερώτησης.....</b>	<b>106</b>
<b>Εικόνα 7.7. Εικονίδια εντολών για τις ερωτήσεις.....</b>	<b>107</b>
<b>Εικόνα 7.8. Πρότυπα εμφάνισης της φόρμας .....</b>	<b>108</b>
<b>Εικόνα 7.9. Text.....</b>	<b>108</b>
<b>Εικόνα 7.10. Paragraph Text .....</b>	<b>109</b>
<b>Εικόνα 7.11. Multiple Choice .....</b>	<b>109</b>
<b>Εικόνα 7.12. Checkboxes .....</b>	<b>109</b>
<b>Εικόνα 7.13. Choose from a list.....</b>	<b>110</b>
<b>Εικόνα 7.14. Scale.....</b>	<b>111</b>
<b>Εικόνα 7.15. Grid .....</b>	<b>112</b>
<b>Εικόνα 7.16. Ερωτηματολόγιο B2B.....</b>	<b>115</b>
<b>Εικόνα 7.17. Απαντήσεις στην ερώτηση 1.....</b>	<b>116</b>
<b>Εικόνα 7.18. Απαντήσεις στην ερώτηση 2.....</b>	<b>117</b>
<b>Εικόνα 7.19. Συναλλαγές εκτός έδρας και Ελλάδας .....</b>	<b>119</b>
<b>Εικόνα 7.20. Υπηρεσίες B2B και B2C.....</b>	<b>120</b>
<b>Εικόνα 7.21. Χρήση συστήματος συναλλαγών B2B.....</b>	<b>120</b>
<b>Εικόνα 7.22. Βαθμός ικανοποίησης από τα συστήματα B2B.....</b>	<b>121</b>



<b>Εικόνα 7.23. Ανάγκη κατάρτισης και εκπαίδευσης σε θέματα τεχνολογίας .....</b>	<b>122</b>
<b>Εικόνα 7.24. Απαντήσεις ως προς το θέμα της ασφάλειας.....</b>	<b>123</b>
<b>Εικόνα 7.25. Φύλο ερωτηθέντων .....</b>	<b>124</b>
<b>Εικόνα 7.26. Εκπαίδευση ερωτηθέντων.....</b>	<b>125</b>

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια η ανάπτυξη της τεχνολογίας και των πληροφοριακών συστημάτων, ο γρήγορος ρυθμός μεταβολών των συνθηκών του οικονομικού, κοινωνικού και πολιτικού περιβάλλοντος, η ένταση στο διεθνή χώρο και οι ενοποιήσεις των αγορών, καθιστούν αναγκαίο τον στρατηγικό προγραμματισμό για την λήψη σωστών αποφάσεων οι οποίες θα οδηγήσουν στην ανάπτυξη και επιβίωση των επιχειρήσεων, οι οποίες καλούνται σήμερα να λειτουργήσουν σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον.

Από έρευνες που έχουν γίνει έχουμε καταλήξει στο συμπέρασμα ότι στις επιχειρήσεις που εφαρμόζουν ένα υγιή και καλομελετημένο επιχειρηματικό σχέδιο οι πιθανότητες οικονομικής ανάπτυξης και εδραίωσης τους στο χώρο της αγοράς, είναι πολύ περισσότερες σε σχέση με εκείνες που δεν έχουν στρατηγικούς προσανατολισμούς αλλά απλώς αντιδρούν παθητικά στις μεταβολές του περιβάλλοντος. Προκειμένου λοιπόν να επιβιώσουν στο νέο περιβάλλον οι επιχειρήσεις πρέπει να αντιληφθούν την φύση των προκλήσεων και των ευκαιριών που ξεδιπλώνονται μπροστά τους και να αντιδράσουν με τον πλέον έξυπνο τρόπο.

Η παγκόσμια οικονομία μετακινείται από μια κυρίαρχα βιομηχανική κοινωνία στην ψηφιακή εποχή, την κοινωνία των πληροφοριών. Επιχειρήσεις όλων των κλάδων αρχίζουν να διεκπεραιώνουν πλέον της πάσης φύσεως συναλλαγές τους ηλεκτρονικά, ενώ οι νέοι δρόμοι επικοινωνίας που διανοίγει η ψηφιακή τεχνολογία μεταβάλλουν την ίδια την φύση της αγοράς η οποία από τοπική γίνεται πλέον διεθνής όπου οι οικονομικοί φορείς επικοινωνούν μέσα στα πλαίσια ενός εικονικού περιβάλλοντος με δορυφορικά τηλεπικοινωνιακά μέσα.

Οι εξελίξεις αυτές έχουν εξαιρετικά εκτεταμένο αντίκτυπο και προκαλούν συναρπαστικές εμπορικές ευκαιρίες. Νέοι δρόμοι επιχειρηματικής δράσης και επικοινωνίας διανοίγονται, και αποδοτικότερες και ανταγωνιστικότερες επιχειρήσεις παύουν να είναι ευθέως ανάλογες του μεγέθους τους, ενώ οι δυνατότητες που προσφέρονται για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των πολιτών μοιάζουν απίστευτες.

Το **Ηλεκτρονικό Εμπόριο** είναι στις μέρες μας ένας καινούργιος τρόπος με τον οποίο κάθε επιχείρηση μπορεί μέσω του Διαδικτύου να πραγματοποιήσει αγορές και πωλήσεις με ηλεκτρονικό τρόπο, αγαθών, υπηρεσιών και πληροφοριών. Πριν μερικές δεκαετίες το Ηλεκτρονικό Εμπόριο δεν ήταν τόσο διαδεδομένο λόγω του ότι η Τεχνολογία δεν ήταν σε πλήρη άνθηση και τα ηλεκτρονικά συστήματα δεν ήταν αρκετά ανεπτυγμένα ώστε να μπορέσουν να διεκπεραιώσουν τις συναλλαγές μεταξύ των επιχειρήσεων και των πελατών. Σήμερα, οι Τεχνολογίες Επικοινωνιών και Πληροφορικής έχουν φθάσει στα υψηλότερα επίπεδα, δημιουργώντας έτσι ένα ισχυρό σύστημα με το οποίο οι επιχειρήσεις μπορούν να συναλλάσσονται εύκολα και γρήγορα σε πραγματικό χρόνο.

Η εργασία αυτή έχει ως στόχο να αναλύσει τον κλάδο του **B2B επιχειρείν**, δηλαδή του εμπορίου που διεξάγεται αποκλειστικά ανάμεσα στις επιχειρήσεις, να περιγράψει τις σύγχρονες διαδικασίες που οφείλονται στα νέα τεχνολογικά εργαλεία και δίνει κυρίως έμφαση στις **ηλεκτρονικές επιχειρηματικές συναλλαγές (B2B Συναλλαγές)**, οι οποίες αποτελούν μέρος της καθημερινής επιχειρηματικής δραστηριότητας και προφέρουν πολλά πλεονεκτήματα. Πιο συγκεκριμένα ο κύριος στόχος είναι να περιγράψει τον τρόπο με τον οποίο οι νέες τεχνολογίες και η πληροφορικής έφεραν νέα δεδομένα στις επιχειρησιακές συναλλαγές, θέτοντας νέους κανόνες και όριο στις επιχειρησιακές διαδικασίες. Ο στόχος της εργασίας για να επιτευχθεί, υποστηρίχθηκε από μεθοδολογία δύο μερών: την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας μέσω βιβλίων, ερευνών και case studies, σε συνδυασμό με το ερευνητικό μέρος μέσω ερωτηματολογίου σε εργαζομένους σε επιχειρήσεις, οι οποίοι με τις απαντήσεις τους δίνουν μια μικρή εικόνα για την αντίληψη που υπάρχει σχετικά με τις B2B Συναλλαγές, τα οφέλη καθώς και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν στη χρήση των νέων τεχνολογικών εργαλείων στα πλαίσια των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Η εργασία προσπαθεί σταδιακά να μυήσει τον αναγνώστη στο χώρο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου αρχικά και στη συνέχεια τον προσηλώνει στο ερευνητικό της αντικείμενο **που είναι οι B2B Συναλλαγές**. Γι' αυτό το λόγο η δομή της έχει ως εξής:

- Στο κεφάλαιο 1 αναλύεται η τεχνολογική πρόοδος και τα νέα εργαλεία που προσέφερε στο χώρο των επιχειρήσεων
- Στο κεφάλαιο 2 γίνεται η προσέγγιση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου και περιγράφονται τα βασικά του στοιχεία
- Στο κεφάλαιο 3 οι Ηλεκτρονικές Συναλλαγές αποτελούν το βασικό θέμα και αναλύονται οι βασικές τους παράμετροι
- Στο κεφάλαιο 4 γίνεται αναφορά στον τρόπο με τον οποίο οι B2B συναλλαγές μεταβάλλουν εσωτερικές διαδικασίες και θέματα οργάνωσης

σε μια επιχείρηση και το ρόλο που παίζουν τα πληροφοριακά συστήματα στην ομαλή διαδικασία των συναλλαγών

- Το κεφάλαιο 5 περιγράφει έναν βασικό τομέα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, τις Ηλεκτρονικές Προμήθειες, όπου αναλύεται η διαδικασία προμηθειών και οι αλλαγές που έχουν επιφέρει οι ηλεκτρονικές συναλλαγές στο συγκεκριμένο τομέα.
- Το κεφάλαιο 6 επικεντρώνεται στο θέμα της ασφάλειας και της προστασίας από τους κινδύνους που υπάρχουν για τις συναλλαγές, με κλασικότερο παράδειγμα τις τραπεζικές συναλλαγές.
- Το κεφάλαιο 7 παρουσιάζει την έρευνά μας, μέσω ενός ερωτηματολογίου, το οποίο απαντήθηκε από 47 άτομα. Η ανάλυση των αποτελεσμάτων γίνεται μέσω ειδικών γραφημάτων, ώστε ο αναγνώστης να μπορεί να αφομοιώσει καλύτερα τα αποτελέσματα. Το δείγμα μας είναι πολύ μικρό και μπορούμε απλά να πούμε ότι μας δείχνει την τάση που υπάρχει στην Ελλάδα σχετικά με τις B2B Συναλλαγές και δεν μπορούμε να προβούμε σε σίγουρα συμπεράσματα.

Περιγράφοντας τις τεχνολογίες Ηλεκτρονικού Εμπορίου και κατ' επέκταση τις τεχνολογίες των B2B Συναλλαγών, επιτυγχάνουμε να μεταδώσουμε στον αναγνώστη τη βασική ιδέα της εργασίας, δηλαδή τις αλλαγές που έχει φέρει η είσοδος της τεχνολογίας στο εμπόριο, τα νέα δεδομένα, την παγκόσμια αγορά και τη διαδικασία συναλλαγών.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

### 1.1 Ιστορική Αναδρομή

Το σύγχρονο ανταγωνιστικό και συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις σήμερα, έχει καταστήσει την πληροφόρηση το σημαντικότερο στρατηγικό εργαλείο, για την επιτυχημένη οργάνωση, διοίκηση και ανάπτυξή τους. Η ποιότητα, η εγκυρότητα και η ταχύτητα αυτής της πληροφόρησης αποτελεί σε πολλές των περιπτώσεων τον παράγοντα που διαφοροποιεί τις επιτυχημένες από τις λιγότερο επιτυχημένες ή ακόμα και αποτυχημένες επιχειρήσεις. Τα τελευταία χρόνια πληθώρα επιστημόνων και ερευνητών έχουν προτείνει διάφορους τρόπους **Διοίκησης και Οργάνωσης** των σύγχρονων επιχειρήσεων, για την αποτελεσματικότερη και αποδοτικότερη λειτουργία τους. Ειδικά μετά την ωρίμανση νέων και αξιοθαύμαστων τεχνολογιών και τη χρήση υπολογιστών με σημαντικές δυνατότητες, γινόμαστε καθημερινά θιασώτες συστημάτων και δομών που διαρκώς βελτιώνουν τις συνθήκες λειτουργίας μιας επιχείρησης.

Από τα τέλη του 19ου αιώνα, οι **Taylor, Gantt** και **Fayol**, προερχόμενοι από το χώρο της παραγωγής (μηχανικοί) πρότειναν – μεταξύ άλλων - συστήματα βελτίωσης της αποδοτικότητας και της αποτελεσματικότητας μέσω της χρονομέτρησης των παραγωγικών και νεκρών κινήσεων μιας συγκεκριμένης εργασίας, χρησιμοποιώντας πίνακες παρακολούθησης του χρόνου εκτέλεσης του έργου και συνδέοντας την αμοιβή του εργαζόμενου με την παραγωγικότητα. Ο **Fayol** προσδιόρισε συγκεκριμένες λειτουργίες του management (προγραμματισμό, οργάνωση, διεύθυνση, συντονισμό, έλεγχο). Αργότερα οι **Follet** και **Mayo** προσέγγισαν την κοινωνικο - ψυχολογική σχέση των λειτουργιών των εργαζομένων ενώ ο **Weber** προσδιόρισε και υπεραμύνθηκε (υπό προϋποθέσεις) του γραφειοκρατικού συστήματος.

Στη δεκαετία του 1930, οι **Maslow, McGregor** και αργότερα ο **Chris Argyris**, προσέγγισαν το management από την πλευρά της κοινωνικής ψυχολογίας προτείνοντας μεθόδους υποκίνησης των εργαζομένων. Κατά την διάρκεια του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου, λόγω της ανάγκης μεταφοράς και συντονισμού τεραστίων ποσοτήτων στρατευμάτων και προμηθειών, αναδείχθηκε η οργάνωση

μέσα από την εφαρμογή ποσοτικών τεχνικών και μεθόδων, με την χρήση των μαθηματικών και της στατιστικής για την επίλυση των επιχειρησιακών προβλημάτων (*Οικονόμου κ.ά 2006*).

Στις μέρες μας, οι ειδικοί του management με επικεφαλής τον *Deming (1982)*, προσδιόρισαν την επιτυχή ανταγωνιστική διοίκηση μέσα από συστήματα ολικής ποιότητας (Total Quality Management), ενώ παράλληλα ο καθηγητής του Harvard M. Porter, ανέπτυξε τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα των επιχειρήσεων αλλά και των εθνών (*Porter 1990*).

Η εισαγωγή στον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων και η μέγιστη αξιοποίηση από αυτές των σύγχρονων τεχνολογιών πληροφορικής αποτελεί ένα σημαντικό στρατηγικό πλεονέκτημα για τις επιχειρήσεις. Οι δραστηριότητες της λειτουργίας του Λογιστηρίου, του Εμπορικού Τμήματος και του τμήματος Διασφάλισης Ποιότητας αποτελούν για τις επιχειρήσεις, τις κύριες πηγές πληροφόρησης και δημιουργίας Επιχειρησιακής Γνώσης. Η αξιοποίηση της Επιχειρησιακής Γνώσης (enterprise knowledge) στη λήψη αποφάσεων μπορεί να υποστηριχθεί από σύγχρονα πληροφοριακά συστήματα σχεδιασμένα με βάση τις σύγχρονες τεχνολογίες της Πληροφορικής.

Οι πρώτες εφαρμογές των υπολογιστών στις επιχειρήσεις (μισθοδοσία, τιμολόγηση) απαιτούσαν επαναλαμβανόμενους υπολογισμούς σε μεγάλο αριθμό δεδομένων και εμφανίστηκαν την δεκαετία του 50. Παράλληλα με την εξέλιξη του υλικού που είχε σαν αποτέλεσμα την δημιουργία φθηνότερων, καλύτερων και φιλικότερων υπολογιστών, οι επιχειρήσεις διαπίστωσαν τις ωφέλειες που προκύπτουν από τη χρήση της τεχνολογίας και τη δυναμική που μπορεί να προσδώσει.

Στη δεκαετία του 60 άρχισαν να αναπτύσσονται συστήματα που είχαν την δυνατότητα να διαχειριστούν δεδομένα σχετικά με την λήψη αποφάσεων (πληροφοριακό σύστημα διοίκησης). Τα συστήματα αυτά χαρακτηρίζονται κυρίως από τη δυνατότητα να παρέχουν περιοδικές αναφορές. Στην αρχή, τα συστήματα αυτά είχαν κυρίως ιστορικό χαρακτήρα (έδιναν δηλ. έμφαση κυρίως στο τι έχει συμβεί), ενώ αργότερα, χρησιμοποιήθηκαν για την πρόβλεψη τάσεων και την υποστήριξη αποφάσεων ρουτίνας. Στις αρχές της δεκαετίας του 70 τα υπολογιστικά συστήματα χρησιμοποίησαν το τηλεπικοινωνιακό δίκτυο (π.χ. συστήματα κράτησης θέσεων σε πτήσεις). Η χρήση αυτή των επικοινωνιών επεκτάθηκε αργότερα και συνετέλεσε μαζί με την διάδοση των συστημάτων

επεξεργασίας κειμένου στην εμφάνιση των συστημάτων αυτοματισμού γραφείου. Την ίδια εποχή εμφανίστηκε η έννοια του συστήματος στήριξης αποφάσεων με βασικό στόχο την υποστήριξη πολύπλοκων ημι-δομημένων αποφάσεων. Ωστόσο, το κόστος ανάπτυξης των συστημάτων αυτών εξακολουθούσε να είναι υψηλό. Οι όροι “computing” και “computers” αντικατοπτρίζουν το γεγονός ότι η τεχνολογία αρχικά είχε σχεδιαστεί για να υπολογίζει αριθμητικά δεδομένα που βρίσκονταν ως περιεχόμενα σε στρατιωτικές εφαρμογές. Στη συνέχεια έχουμε την εμφάνιση του όρου “*Information Technology*” που περιέκλειε τους υπολογιστές, τις επικοινωνίες, και τα συστήματα λογισμικού που διαχειρίζονταν την πληροφορία. Οι χρήστες υπολογιστών εκείνης της εποχής ήταν απομακρυσμένοι από τους hosts computers, οι οποίοι βρίσκονταν σε ξεχωριστές εγκαταστάσεις. Για να επιτευχθεί η επιθυμητή επικοινωνία, τηλεφωνικές γραμμές ένωσαν τους hosts με τα τερματικά των χρηστών. Η τηλεργασία δεν αποτελούσε ρεαλιστική επιλογή την εποχή εκείνη γιατί η ύπαρξη ενός desktop terminal σε ένα σπίτι ή σε κάποιο ιδιωτικό χώρο ήταν δυσβάστακτη οικονομικά. Οι χρήστες θα μπορούσαν να λοιπόν να έχουν πρόσβαση στις πληροφορίες που θα ήθελαν, μόνο αν ήταν παρόντες στον χώρο εργασίας. Μόνο όταν οι φορητοί υπολογιστές προς το τέλος της δεκαετίας αυτής έγιναν προσιτοί, μπορούσε κάποιος να έχει απομακρυσμένη πρόσβαση (μέσω τηλεφωνικών γραμμών), στις πληροφορίες.

Η κατάσταση άλλαξε με την εμφάνιση των μικροϋπολογιστών, στις αρχές της δεκαετίας του 80. Το φθινό κόστος των συστημάτων αυτών καθώς και η ευκολία χρήσης και προγραμματισμού τους, επέτρεψαν σε πολλούς χρήστες να δημιουργήσουν τα δικά τους συστήματα. Νέα έξυπνα συστήματα αναπτύχθηκαν, με περισσότερο δημοφιλή τα έμπειρα συστήματα. Τα συμβουλευτικά αυτά συστήματα είναι τελείως διαφορετικά από τα συστήματα επεξεργασίας συναλλαγών (που δίνουν έμφαση στα δεδομένα) και από τα συστήματα διοίκησης και υποστήριξης αποφάσεων (με έμφαση στην επεξεργασία πληροφοριών). Στα τέλη της δεκαετίας του 80 δημιουργήθηκαν τα συστήματα υποστήριξης ομάδων για την υποστήριξη των εργαζομένων σε ομάδες. Επίσης τα **microcomputers** και τα **pc’s** αντικατέστησαν τα μεγάλα τερματικά της προηγούμενης δεκαετίας, και όπως ήταν αναμενόμενο ο αριθμός των τηλεεργαζομένων αυξήθηκε σημαντικά. Γραφικά, χρώματα και φιλικά προς τον χρήστη λογισμικά άρχισαν να κάνουν την εμφάνιση τους, και ως φυσικό επακόλουθο έγιναν ευρέως αποδεκτά. Ακόμα θα πρέπει να σημειώσουμε πως ταυτόχρονα με την εμφάνιση των παραπάνω, το κόστος των τηλεπικοινωνιών, άρα και το κόστος της τηλεργασίας, ακολουθούσε συνεχώς μια καθοδική πορεία, πράγμα που επέτρεπε σε όλο και περισσότερους ανθρώπους να ακολουθούν τον δρόμο αυτό. Η ποιότητα δουλειάς των τηλεεργαζομένων βελτιώθηκε σημαντικά με την εμφάνιση των εκτυπωτών και τέλος τα laptops, με το μικρό τους μέγεθος και τις τιμές τους να πέφτουν συνεχώς, έκαναν τα

πράγματα ακόμη πιο εύκολα. Την εμφάνισή τους στο σημείο αυτό έκαναν τα LANs (Local Area Networks), τα οποία επέτρεπαν στους χρήστες να μοιραστούν hardware όπως εκτυπωτές και σκληρούς δίσκους, αλλά και την πρόσβαση σε βάσεις δεδομένων, την ανταλλαγή email και την μεταφορά αρχείων. Καθώς καταλαβαίνουμε πέρα από τα οφέλη δημιουργούνταν και πολλά προβλήματα και δυσκολίες. Για παράδειγμα λόγω του μικρού bandwidth των τηλεφωνικών γραμμών οι εργαζόμενοι υπέφεραν από πολύ χαμηλές ταχύτητες σε σχέση με τους συναδέλφους τους που παρέμεναν στο γραφείο.

Όσον αφορά στο ηλεκτρονικό εμπόριο και τις διαδικτυακές συναλλαγές, που άρχισαν δειλά δειλά να αναπτύσσονται τη δεκαετία του 90 και στη δεκαετία που διανύουμε βρίσκονται σε μεγάλη άνθηση, θα πρέπει να γνωρίζουμε ότι η φύση και η δραστηριότητα τους μεταβάλλεται δυναμικά. Με μεγάλη ταχύτητα και μικρό κόστος γίνονται άμεσες και έμμεσες ηλεκτρονικές συναλλαγές κάθε τύπου. Έτσι κατανοούμε πως προκαλούνται διαρθρωτικές αλλαγές στο εμπόριο και τον τουρισμό και σοβαρές ανακατατάξεις με ραγδαίους ρυθμούς. Αυτό μπορεί να έχει αντιφατικά αποτελέσματα όπως το γεγονός ότι έχουν δημιουργηθεί χιλιάδες νέες θέσεις εργασίας στην Ευρώπη και εκατοντάδες χιλιάδες στις Η.Π.Α, ενώ από την άλλη υπάρχουν εκτιμήσεις για συνολική μείωση θέσεων εργασίας 5-10% στον τομέα του συμβατικού εμπορίου.

## **1.2 Εφαρμογή της Πληροφορικής και των Νέων Τεχνολογιών στις Επιχειρήσεις**

Η κοινωνία της πληροφορίας διευκολύνει αφενός, αλλά πιέζει αφετέρου τις επιχειρήσεις να προγραμματίζουν και να παίρνουν αποφάσεις πιο γρήγορα, πιο εμπειριστατωμένα και πιο συχνά από ότι στο παρελθόν. Ο χρόνος λοιπόν μετατρέπεται σε ένα πολύτιμο προϊόν και η ικανότητα της επιχείρησης να αντιδρά γρήγορος στις ανάγκες του καταναλωτή και της αγοράς, καθορίζει σε μεγάλη έκταση την ικανότητα να επιβιώνει και να αναπτύσσεται στο νέο περιβάλλον. Η ικανότητα της επιχείρησης να κάνει πλήρη χρήση των πλεονεκτημάτων της ταχύτητας, θα είναι ένα καθοριστικής σημασίας πλεονέκτημα στο προσεχές μέλλον.

Η διαδικασία του σχεδιασμού της στρατηγικής αλλάζει στην κοινωνία της πληροφορίας. Με δεδομένη την οριζοντιοποίηση των επιχειρήσεων και την μεγέθυνση της αλυσίδας αξίας, αναμένεται ότι ο στρατηγικός σχεδιασμός θα περιλαμβάνει περισσότερα άτομα. Θα σχεδιάζεται κοντύτερα στον τακτικό και λειτουργικό σχεδιασμό, ώστε να λαμβάνει υπόψη του τα πιο πρόσφατα



δεδομένα, να είναι ευέλικτος και να αφορά στελέχη που σχετίζονται με την εφαρμογή της στρατηγικής. Θα είναι πιο αποκεντρωτικός, μιας και οι δυνατότητες των νέων τεχνολογιών επιτρέπουν το σχεδιασμό μιας στρατηγικής σε ένα αποκεντρωμένο περιβάλλον. Η διαδικασία του στρατηγικού σχεδιασμού θα είναι πιο ευέλικτη και πιο γρήγορα μεταβαλλόμενη. Καθώς η σημασία του παράγοντα «χρόνος» αυξάνεται, αναμένεται ότι ο σχεδιασμός στρατηγικής θα είναι περισσότερο μία συνεχής διαδικασία άμεσων προσαρμογών στις αλλαγές του περιβάλλοντος, στις ανάγκες των πελατών κλπ. Για να επιτευχθεί όμως αυτό θα πρέπει οι οργανισμοί να είναι κατάλληλα εξοπλισμένοι με τα εργαλεία των νέων τεχνολογιών που θα τους επιτρέψουν γρηγορότερη ανάλυση των δεδομένων, καθώς και αποτελεσματική μεταβίβαση των πληροφοριών στη διοίκηση.

Η Τεχνολογία της Πληροφορικής έχει ένα αντίκτυπο σε διάφορες πλευρές της εργασίας και της διαχείρισης της, στον τρόπο σχεδιασμού / ανάπτυξης των αγαθών, τον τρόπο παραγωγής τους, τον τρόπο διαχείρισης της εργασίας, τον τρόπο διανομής αγαθών και υπηρεσιών. Όμως μεγαλύτερη σημασία από τις προαναφερθείσες ευδιάκριτες εξελίξεις προέρχεται από το γεγονός ότι η τεχνολογία της Πληροφορικής ενοποιεί ό,τι μέχρι πρότινος αντιμετωπίζονταν ως ξεχωριστή περιοχή. Τα ηλεκτρονικά δίκτυα και τα δίκτυα οπτικών ινών έχουν τη δυνατότητα να συνδέουν διάφορους οργανισμούς αλλά και τα υποσύνολά τους έτσι ώστε οι διάφορες λειτουργίες σχεδιασμού, κατασκευής, διαχείρισης, μάθησης, έρευνας, να συνδέονται πολύ στενά. Αυτό κάνει δυνατή την κατάργηση των υπαρχόντων διακρίσεων μεταξύ γραφείου και εργοστασίου, εργατών και διοικητικών υπαλλήλων, και μπορεί να ανατρέψει σε ορισμένα πεδία ακόμη και τη διάκριση μεταξύ υπαλλήλου και διευθύνοντος.

Ανεξάρτητα από το μέγεθος και το αντικείμενο της κάθε επιχείρησης, είναι απαραίτητο να υπάρχει μια οργανωτική και διοικητική δομή που θα συντονίζει τις διάφορες λειτουργίες της και θα ελέγχει την αποδοτικότητα και την αποτελεσματικότητά της. Υπάρχουν δηλαδή επίπεδα ιεραρχίας, διευθύνσεις, τμήματα κλπ. Τα ανώτερα επίπεδα ελέγχουν και εποπτεύουν τις εργασίες των κατώτερων επιπέδων ενώ αντίστροφα, από κάτω προς τα πάνω, δημιουργείται σχέση αναφοράς και πληροφόρησης για την εκτέλεση του καθημερινού έργου. Παράλληλα υπάρχουν κανόνες και διαδικασίες που προσδιορίζουν τον τρόπο λειτουργίας και τους διαύλους επικοινωνίας μεταξύ των εργαζομένων όλων των βαθμίδων ώστε να εξασφαλίζεται η ομαλή συνεργασία. Ανάλογα επίσης με τη θέση και τη φύση της εργασίας αλλά και τα προσόντα του καθενός ορίζονται οι αρμοδιότητες και οι υπευθυνότητες του κάθε εργαζομένου.

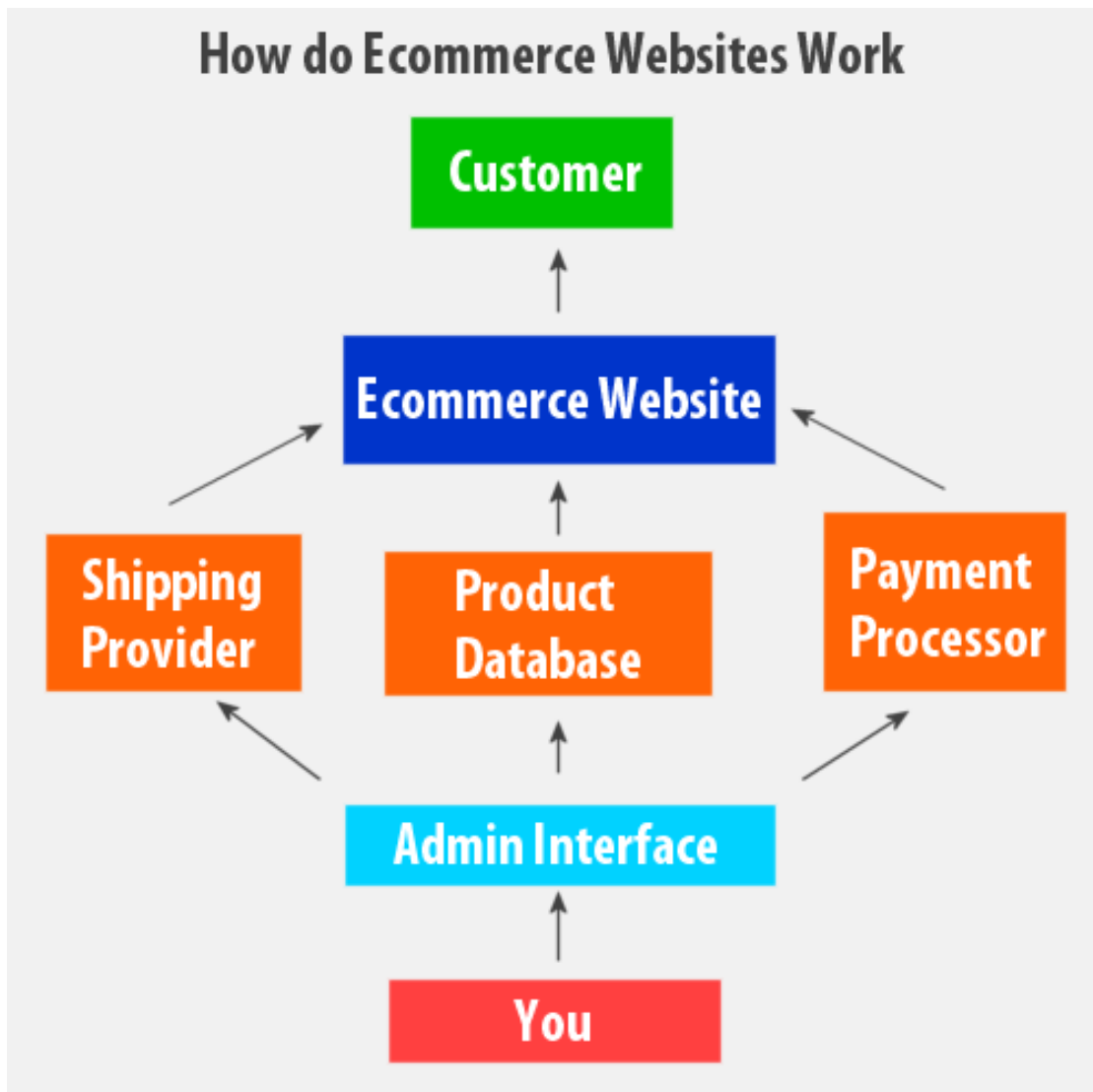
Οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών έχουν διεισδύσει σε όλους τους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας και τους έχουν επηρεάσει εισάγοντας καινοτομικά προϊόντα και υπηρεσίες. Η σύγχρονη επιχείρηση έχει αλλάξει σημαντικά τον τρόπο λειτουργίας της τόσο όσον αφορά στην παραγωγική της διαδικασία μέσω της εισαγωγής προηγμένων συστημάτων αυτοματοποίησης και ελέγχου, όσο και σχετικά με τη συνεργασία της με άλλες επιχειρήσεις ακολουθώντας προηγμένα μοντέλα επιχειρησιακής λειτουργίας. Αλλά και ο απλός πολίτης έχει επηρεαστεί σημαντικά από τις πληροφοριακές και επικοινωνιακές τεχνολογίες σε όλους τους τομείς της ζωής του από την καθημερινή του διαβίωση και την εργασία ως τον τρόπο διασκέδασής του.

Οι εφαρμογές των Νέων Τεχνολογιών και ειδικά των ΤΠΕ αποτελούν το βασικό λόγο για τη νέα μορφή των επιχειρήσεων. Επίσης η πληροφορία μετατράπηκε σε ένα βασικό περιουσιακό στοιχείο για μια επιχείρηση. Οι βασικές εφαρμογές νέων τεχνολογιών είναι:

- **Το Πληροφοριακό Σύστημα (ΠΣ)** (information system) είναι ένα σύνολο οντοτήτων το οποίο συλλέγει, αποθηκεύει, αναλύει δεδομένα και διαχέει πληροφορίες. Όπως κάθε σύστημα, το ΠΣ περιέχει εισόδους (δεδομένα, πληροφορίες, εντολές) επεξεργασίες (διαδικασίες, άνθρωποι, εξοπλισμός) και εξόδους (αναφορές, γραφήματα, υπολογισμοί). Ανάλογα με το υποσύστημα που υποστηρίζουν έχουμε τους παρακάτω τύπους:
  1. **Π.Σ. για τα τμήματα της επιχείρησης** - συχνά, μία επιχείρηση χρησιμοποιεί αρκετές εφαρμογές (προγράμματα) σε μία λειτουργική περιοχή. Οι εφαρμογές αυτές μπορεί να έχουν κάποια κοινά σημεία, μπορεί όμως και όχι. Το σύνολο των εφαρμογών που χρησιμοποιείται από το τμήμα προσωπικού, αναφέρεται ως πληροφοριακό σύστημα προσωπικού (παρόλο που αποτελείται από επιμέρους προγράμματα). Για παράδειγμα το τμήμα προσωπικού, μπορεί να χρησιμοποιεί ένα πρόγραμμα για την παρακολούθηση των αιτήσεων πρόσληψης και άλλο πρόγραμμα για την παρακολούθηση των απουσιών του προσωπικού.
  2. **Π.Σ. για όλη την επιχείρηση** - τα Π.Σ. για τα τμήματα της επιχείρησης συνήθως έχουν σχέση με κάποια δραστηριότητα. Μπορούμε να μιλήσουμε για ένα σύνολο εφαρμογών που υποστηρίζει αρκετές (ή όλες) τις δραστηριότητες της επιχείρησης. Ένα τέτοιο Π.Σ. υποστηρίζει όλη την επιχείρηση.
  3. **Διεπιχειρησιακά Π.Σ.** - είναι σύνθετα Π.Σ. που περιλαμβάνουν αρκετούς οργανισμούς. Για παράδειγμα, το παγκόσμιο σύστημα κράτησης θέσεων σε πτήσεις αποτελείται από τα συστήματα που ανήκουν σε διαφορετικές αεροπορικές εταιρίες.

- **Διαδίκτυο:** Είναι γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια ένας μεγάλος αριθμός από ηλεκτρονικά καταστήματα (e-store, e-shop, mall, κλπ.) λειτουργούν στο Web. Το ηλεκτρονικό εμπόριο έδωσε τη δυνατότητα στους χρήστες-πελάτες να επιλέξουν προϊόντα και υπηρεσίες μέσα από μια μεγάλη ποικιλία. Για παράδειγμα, αντί για τα μερικές εκατοντάδες βιβλία που ο χρήστης μπορεί να βρει σε ένα παραδοσιακό βιβλιοπωλείο έχει τώρα πρόσβαση σε χιλιάδες βιβλία που διαθέτουν τα on-line καταστήματα (*Mooney, Roy, 2000*). Με την αύξηση όμως των προσφερόμενων επιλογών, αυξάνει παράλληλα και ο φόρτος που απαιτείται από το χρήστη για να επιλέξει τα προϊόντα που ταιριάζουν με τις ανάγκες και τις απαιτήσεις του. Για να αντιμετωπισθεί αυτό το πρόβλημα της πληθώρας των πληροφοριών εφαρμόζονται κάποιες βασικές αρχές προσαρμογής (**customization**) όχι στα προϊόντα αλλά στον τρόπο που αυτά παρουσιάζονται στο on-line κατάστημα (*Pine, Gilmore, 1999*). Η επιχείρηση εκμεταλλεόμενη τις δυνατότητες που προσφέρει το Διαδίκτυο, μπορεί να οδηγηθεί σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Το Διαδίκτυο και οι e-εφαρμογές έχουν σημαντική προσφορά στην οργάνωση της επιχείρησης και σε πολλούς τομείς όπως οι πωλήσεις, το marketing και το management. Το Διαδίκτυο δεν αποτελεί μόνο πηγή πληροφόρησης, διασκέδασης ή εκπαίδευσης. Αποτελεί ένα εξαιρετικά πολύτιμο εργαλείο για το επιχειρείν. Το **Ηλεκτρονικό Επιχειρείν** σημαίνει ακριβώς αυτό που υποδεικνύει ο όρος: ανάπτυξη επιχειρηματικών διαδικασιών και υπηρεσιών μέσω του Διαδικτύου. Μέσω του ηλεκτρονικού επιχειρείν δίνεται η δυνατότητα σε οποιαδήποτε επιχείρηση, οργανισμό, αλλά και σε οποιονδήποτε επαγγελματία να παρέχει τις υπηρεσίες του και να ικανοποιεί τις απαιτήσεις και επιθυμίες των πελατών του γρήγορα και απλά, μέσω του Διαδικτύου, όπως και να συναλλάσσεται με τους προμηθευτές και τους συνεργάτες του. Με τον όρο **e-commerce** περιγράφεται το ηλεκτρονικό εμπόριο, δηλαδή η διάθεση και αγοραπωλησία προϊόντων ηλεκτρονικά. Πρόκειται για κάθε είδος εμπορικής συναλλαγής μεταξύ προσώπων (φυσικών και μη) που πραγματοποιείται με ηλεκτρονικά μέσα. Είναι η διάθεση και αγοραπωλησία προϊόντων ηλεκτρονικά, η διεκπεραίωση εμπορικών λειτουργιών και συναλλαγών χωρίς τη χρήση χαρτιού, συνήθως μέσω δικτύων ηλεκτρονικών υπολογιστών. Πρόκειται για την αγοραπωλησία αγαθών, πληροφοριών και υπηρεσιών μέσα από δίκτυα ηλεκτρονικών υπολογιστών. Ο τομέας αυτός έχει γνωρίσει μεγάλη άνθηση σε όλο τον κόσμο και εξαπλώνεται και στην Ελλάδα. Ήδη υπάρχουν πολλά ηλεκτρονικά καταστήματα (ελληνικά αλλά και ξένα) και η απήχησή τους στον κόσμο όλο ένα και διευρύνεται. Στην νέα εποχή των ευρυζωνικών δικτύων, που θα έχει πρόσβαση πολύ μεγάλη μερίδα του πληθυσμού, αναμένεται να γνωρίσουν ιδιαίτερη άνθηση, αφού παρέχουν ένα εύχρηστο και γρήγορο τρόπο για πραγματοποίηση αγορών. Προκειμένου

να μεγιστοποιήσει τα οφέλη από τη χρήση του διαδικτύου, της πληροφορικής και των νέων τεχνολογιών, η επιχείρηση αναπτύσσει βασικές ηλεκτρονικές συναλλαγές, παρέχοντας δυνατότητα αγορών μέσω της ιστοσελίδας της καθώς και δυνατότητα συναλλαγών και επικοινωνίας με τους προμηθευτές της. Σε αυτό το σημείο, η επιχείρηση πραγματοποιεί **εταιρικές συναλλαγές (business-to-business - B2B) ή / και συναλλαγές λιανεμπορίου (business-to-consumer - B2C)**. Τέλος προκειμένου η επιχείρηση να ανταπεξέλθει στις νέες συνεχώς διαμορφούμενες προκλήσεις, οι οποίες αναδεικνύονται από ένα ανταγωνιστικό και συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον, χρειάζεται να διαμορφώνει τις εδραιωμένες πλατφόρμες του ηλεκτρονικού επιχειρείν ούτως ώστε να εκμεταλλεύεται στο μέγιστο βαθμό τις νέες ευκαιρίες αλλά και τεχνολογίες. Είναι απαραίτητη η ακόμη αποδοτικότερη διαχείριση των συναλλαγών, η ταχύτερη ανάπτυξη νέων προϊόντων, η γρηγορότερη πρόσβαση στην αγορά και η περαιτέρω ανάπτυξη, αξιοποίηση και σύσφιξη των σχέσεων με την πελατειακή βάση.



Εικόνα 1.1. Λειτουργία μιας ιστοσελίδας στα πλαίσια του Ηλεκτρονικού Εμπορίου<sup>1</sup>

### 1.3 Σύγχρονες Μορφές Επιχειρήσεων

Οι Νέες Τεχνολογίες επιδρούν σημαντικά στον αποτελεσματικό σχεδιασμό των επιχειρήσεων. Οι σύγχρονες οργανωτικές δομές τις οποίες βλέπουμε να διαμορφώνονται, όπως τα λιγότερα ιεραρχικά επίπεδα ή οι αποκεντρωμένες δομές, αποφασίζονται μεν από τις επιχειρήσεις με κύριο γνώμονα την στρατηγική κατεύθυνση της κάθε επιχείρησης, τα χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος και της τάσης του κλάδου, έχουν όμως ως απαραίτητη προϋπόθεση την εφαρμογή της νέας τεχνολογίας που θα συμβάλλει ουσιαστικά στην υλοποίηση αυτού του σχεδιασμού. Οι παλαιότερες δομές που είχαν

<sup>1</sup> Από το blog της εταιρίας Chums IT Systems (<http://chumsit.blogspot.com>)

σχεδιαστεί μπορεί να μην λειτουργούσαν αποτελεσματικά χωρίς την εφαρμογή των σύγχρονων συστημάτων και των εργαλείων πληροφορικής, τα οποία αλληλεπιδρούν και επομένως μία μεταβολή στο ένα έχει αναπόφευκτες επιδράσεις και στο άλλο. Παράλληλα η εφαρμογή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου δημιουργεί νέες οργανωτικές δομές στην επιχείρηση, καθώς και στις σχέσεις της με τους προμηθευτές και τους πελάτες της.

Ένα από τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά της νέας οργάνωσης και επιχειρησιακής λειτουργίας στην εποχή της πληροφορίας είναι η αυξημένη δυνατότητα διασύνδεσης μέσα στο εσωτερικό ενός οργανισμού όπως και μεταξύ οργανισμών. Εκδηλώνεται με δυο τρόπους: Σε σχέση με το **εξωτερικό** περιβάλλον, οι νέες τεχνολογίες επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να ανοίγονται σε νέες αγορές, να επικοινωνούν γρηγορότερα με τους πελάτες, προμηθευτές και μητρικούς ή θυγατρικούς οργανισμούς. Έτσι γίνονται μέρος μιας αλυσίδας γεγονότων και διαδικασιών. Επίσης, βοηθάει τις επιχειρήσεις να σχηματίζουν συμμαχίες, να γίνονται μέλη δικτύων και να αντιδρούν γρηγορότερα στις αλλαγές του εξωτερικού περιβάλλοντος. Στο **εσωτερικό** περιβάλλον της επιχείρησης, οι νέες τεχνολογίες διευκολύνουν την επικοινωνία, αυξάνουν την παραγωγικότητα και παρουσιάζουν νέες ευκαιρίες για ομαδική εργασία, οργανωσιακή συνοχή, γρήγορο και αποτελεσματικό έλεγχο και λήψη αποφάσεων.

Οι νέες τεχνολογίες δίνουν τη δυνατότητα για εύκολη μετάδοση της πληροφορίας σε υψηλότερα επίπεδα χωρίς την ανάγκη να τις παίρνουν μέσα από πολλά μεσαία επίπεδα όπως πριν, πράγμα που οδηγεί σε μείωση του αριθμού των μεσαίων Managers, ενώ παράλληλα αυξάνουν την παραγωγικότητα της εργασίας, συμβάλλοντας στην ενδυνάμωση του προσωπικού και επιτρέπουν στον οργανισμό να παράγει περισσότερο έργο με λιγότερους ανθρώπους. Αυτό οδηγεί στις πιο λιτές δομές των επιχειρήσεων που παρατηρούνται τα τελευταία δέκα χρόνια. Αυτό θα πρέπει να γίνεται με ιδιαίτερη προσοχή, διότι η υπερβολική μείωση μπορεί να οδηγήσει σε αντίθετα από τα επιθυμητά αποτελέσματα.

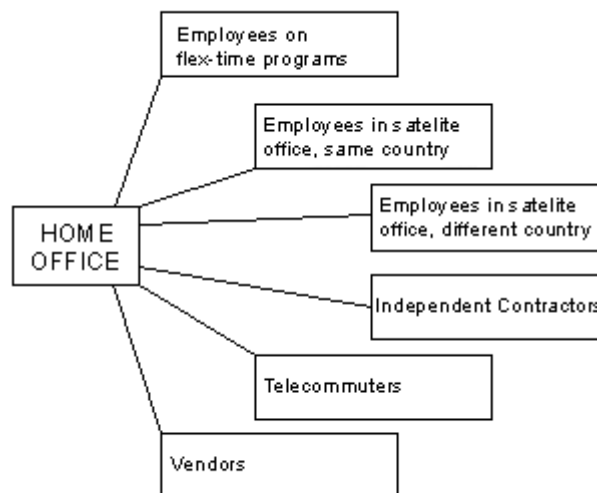
Μια σημαντική επίδραση της κοινωνίας των πληροφοριών είναι η απλούστευση της λειτουργίας μιας επιχείρησης μέσα από επανασχεδιασμό των βασικών της διαδικασιών. Πολλές επιχειρήσεις έχουν επιτύχει ριζικό ανασχεδιασμό της επιχειρησιακής τους οργάνωσης και λειτουργίας με κύριο καταλύτη αλλαγής τη νέα τεχνολογία. Αυτή η προσπάθεια απλοποιεί σημαντικά μια πολύπλοκη οργανωτική δομή και ενοποιεί όλες τις ξεχωριστές επιχειρηματικές

δραστηριότητες. Το αποτέλεσμα δεν είναι μόνο τα κέρδη από την αυξημένη παραγωγικότητα, αλλά εξίσου σημαντική είναι η υψηλότερη επιχειρηματική ενοποίηση που οδηγεί σε ταχύτερο χρόνο στην αγορά, καλύτερες υπηρεσίες, μεγαλύτερη ευελιξία και αυξημένη αξιοπιστία.

Η εκτεταμένη χρήση τεχνολογικών εφαρμογών στην καθημερινή ζωή έχει επηρεάσει έντονα και τη σφαίρα της απασχόλησης, καθώς μεταβάλλει τις υφιστάμενες και ταυτόχρονα δημιουργεί νέες μορφές οργάνωσης της εργασίας. Η **τηλεργασία** ορίζεται ως μια μορφή οργάνωσης ή/και εκτέλεσης της εργασίας με τη χρήση της τεχνολογίας πληροφοριών, στο πλαίσιο μιας εργασιακής σύμβασης/σχέσης, όπου η εργασία που θα μπορούσε να εκτελείται στους χώρους του εργοδότη, εκτελείται μακριά από τους χώρους αυτούς σε τακτική βάση. Στις σύγχρονες αγορές εργασίας η τηλεργασία καλύπτει ένα ευρύ φάσμα εργασιακών δραστηριοτήτων και η όποια απόπειρα κατηγοριοποίησής της γίνεται στη βάση του κριτηρίου του χώρου απασχόλησης. Η πλέον διαδεδομένη μορφή είναι η κατ' οίκον τηλεργασία που διεκπεραιώνεται στο σύνολό της ή μερικώς στην κατοικία του τηλεεργαζόμενου με τη χρήση του κατάλληλου εξοπλισμού που συνήθως παρέχεται από τον εργοδότη.

Η δυναμική είσοδος των νέων τεχνολογιών στην καθημερινότητα έχει δημιουργήσει και την επονομαζόμενη **κινητή τηλεργασία (mobile teleworking)**. Σε αυτή την περίπτωση, ο τηλεεργαζόμενος παρέχει την εργασία του κινούμενος, χωρίς μόνιμη βάση. Μέσω φορητών ηλεκτρονικών υπολογιστών, κινητής τηλεφωνίας, ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και άλλων εφαρμογών των ΤΠΕ είναι σε θέση να δημιουργεί ένα «κινητό ηλεκτρονικό γραφείο» που δεν υστερεί καθόλου σε σχέση με ένα συμβατικό γραφείο. Η τηλεργασία επομένως, ως νέα μορφή οργάνωσης της εργασίας μεταβάλλει ριζικά την καθημερινότητα του εργαζομένου και τη δομή των επιχειρήσεων, παρέχοντας πρωτόγνωρες προοπτικές αλλά και δημιουργώντας σοβαρές προκλήσεις. Η μεταφορά της εργασίας από το συμβατικό χώρο του γραφείου στο χώρο του τηλεεργαζόμενου προσφέρει σημαντικές δυνατότητες βελτίωσης της ποιότητας της εργασιακής ζωής και παρέχει την ευκαιρία εργασίας σε άτομα που αντιμετωπίζουν δυσκολίες στη συμφιλίωση επαγγελματικής και οικογενειακής ή κοινωνικής ζωής. Ειδικότερα, καθιστά δυνατή την εργασία ατόμων που λόγω οικογενειακών κυρίως υποχρεώσεων (φροντίδα παιδιών/ηλικιωμένων) θα παρέμεναν εκτός αγοράς εργασίας. Μια νέα και δυναμική μέθοδος επιχειρηματικότητας αναδύεται, η οποία υπερβαίνει την παραδοσιακή μορφή του σταθερού ανταγωνισμού όπως τη γνωρίζαμε, δηλαδή προμηθευτής, πελάτης ή ανταγωνιστής, με την αξία της να υλοποιείται μέσω επιχειρησιακών ευκαιριών, νέας τεχνολογίας ή ενός καλύτερου τρόπου εφοδιασμού.

Η **εικονική επιχείρηση (virtual organization)** είναι μία από τις μεθόδους υποστήριξης της ευκίνητης και πελατοκεντρικής αλυσίδας εφοδιασμού. Στο σύνολό τους, οι εικονικές οργανώσεις μπορούν να περιγραφούν σαν ένα προσωρινό δίκτυο διανομής ανεξάρτητων συνεργατών, οι οποίοι «ενώνονται προκειμένου να εκμεταλλευτούν τις γρήγορα εξελισσόμενες ευκαιρίες». Ο στόχος των συνεργατών είναι να μοιραστούν τους κοινούς στόχους, τις δαπάνες, τις δεξιότητες και την πρόσβαση στις παγκόσμιες αγορές, προκειμένου να δημιουργήσουν ένα πολύτιμο και ευκίνητο σύστημα εξυπηρέτησης του τελικού πελάτη. Βασικά, ο όρος «εικονικός» προέρχεται από τον κλάδο των υπολογιστών, όπου η «εικονική μνήμη» παρουσιάζει στις διεργασίες παραπάνω μνήμη από αυτήν που διαθέτει το σύστημα. Ομοίως, η εικονική οργάνωση είναι μια οντότητα με απεριόριστες ικανότητες, όταν στην πραγματικότητα είναι μια συλλογή πολλών επιχειρήσεων που ενώνονται για να επιτύχουν έναν συγκεκριμένο στόχο. Στην ουσία, μια εικονική επιχείρηση είναι επιχείρηση που υπάρχει μόνο στη φαντασία — όχι στην πραγματικότητα.



Εικόνα 1.2. Εικονική Επιχείρηση<sup>2</sup>

Η έννοια της εικονικής εταιρίας έχει ήδη εφαρμοστεί σε αρκετές βιομηχανίες, όπως στις κινηματογραφικές παραγωγές, στις οικοδομικές κατασκευές κ.α., όπου οι επιχειρήσεις εργάζονται μαζί για κάποιο διάστημα έως ότου τελειώσει το έργο και έπειτα διαλύουν την επιχείρηση. Στις εικονικές αλυσίδες

<sup>2</sup> Από την ιστοσελίδα συμβουλευτικών και εκπαιδευτικών υπηρεσιών για Project Managers, [eviton.com](http://eviton.com).



ανεφοδιασμού, η φυσική ροή των υλικών (εφοδιασμός) και η ροή πληροφοριών (ζήτηση) εξετάζονται ανεξάρτητα η μία από την άλλη. Δεν υπάρχει κάποια άμεση φυσική παρουσία και έλεγχος στους πόρους, καθώς η διαχείρισή τους γίνεται ηλεκτρονικά μέσω των πλατφορμών Διαδικτύου ή Extranet, πράγμα που σημαίνει ότι είναι σχεδιασμένοι ανεξάρτητα από τα φυσικά συστήματα logistics.

Η παγκοσμιοποίηση της οικονομικής και επιχειρηματικής δραστηριότητας αποτελεί μια από τις πλέον ευδιάκριτες και σημαντικές τάσεις της παγκόσμιας οικονομίας. Στο νέο αυτό περιβάλλον κρίσιμη παράμετρος για την επιβίωση και ανάπτυξη των μικρομεσαίων κυρίως επιχειρήσεων αναδεικνύεται ο εντοπισμός και η αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων, που τις καθιστούν ανταγωνιστικές. Η επίτευξη οικονομιών κλίμακας (economies of scale) και φάσματος (economies of scope) αποτελούν βασικά συστατικά βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων. Η οικονομική ανάπτυξη μιας περιοχής προϋποθέτει κυρίως την επίτευξη εξωτερικών οικονομιών (external economies) που δημιουργούνται από την μείωση του κόστους που συνεπάγεται η γεωγραφική συγκέντρωση επιχειρήσεων. Οι οικονομικοί λόγοι που οδηγούν στην γεωγραφική αυτή συγκέντρωση συγκεκριμένων επιχειρήσεων σχετίζονται με την παρουσία μοναδικών φυσικών πόρων, την επίτευξη οικονομιών κλίμακας στην παραγωγή, την εγγύτητα στις αγορές, τη δυνατότητα απορρόφησης εξειδικευμένου και ικανού προσωπικού, την δυνατότητα απόκτησης και ανταλλαγής πληροφοριών και γνώσης, την μείωση του κόστους μεταφοράς, την αξιοποίηση κοινών υποδομών, κ.α.

Στις αναπτυγμένες χώρες, τέτοιας μορφής διασυνδέσεις και ομαδοποιήσεις είναι συχνό φαινόμενο και έχει ενταθεί μετά από μια σειρά πρόσφατων αναλύσεων, που προτείνουν μεθοδολογίες εντοπισμού και υποστήριξης τέτοιων σχηματισμών. Έτσι, η έννοια **των ομάδων επιχειρήσεων ή σχηματισμών (clusters) και των δικτύων (networks)** αποκτά κεντρική σημασία στη σύγχρονη επιχειρηματική και βιομηχανική πολιτική. Το περιεχόμενο των όρων αυτών δεν είναι αυστηρά καθορισμένο, αφού πρόκειται για σχήματα που διαμορφώθηκαν σύμφωνα με τις συνθήκες και τις ανάγκες, που δημιουργήθηκαν σε κάθε περίπτωση, έτσι υπάρχουν πολλές προσεγγίσεις στο θέμα και δεν υπάρχει συγκεκριμένη προδιαγραφή για την περιγραφή ή τη δημιουργία των σχημάτων αυτών.

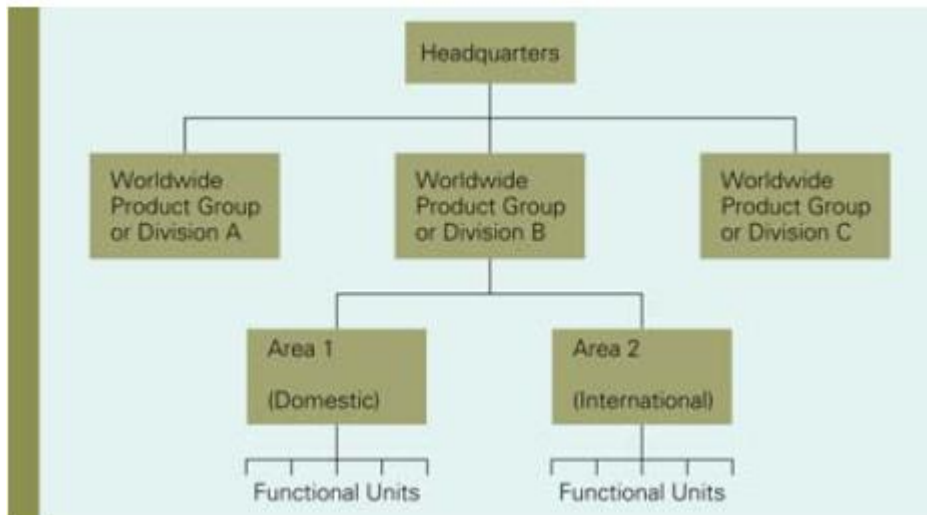
Ως **cluster** χαρακτηρίζεται ένα σύνολο ισχυρά αλληλεξαρτώμενων επιχειρήσεων συνδεδεμένων σε αλυσίδα προστιθέμενης αξίας, με στρατηγικές

συμμαχίες με πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα, προμηθευτές πελάτες, όπου υπάρχει διάχυση πληροφοριών μεταξύ των μελών και προάγεται η καινοτομία. Σε μια εποχή διεθνοποίησης, τα δίκτυα δίνουν τη δυνατότητα στις μικρές επιχειρήσεις να ανταγωνιστούν με ίσους όρους με τις μεγαλύτερες, καθώς επίσης να εμπλακούν σε μια διαδικασία ταχείας και με ίσους όρους απόκτησης εμπειρίας, να προάγουν την επανεξέταση των σχέσεών τους με τους προμηθευτές τους και να δημιουργηθεί προοπτική για αυξημένη αποτελεσματικότητα μέσα από τη συλλογική δράση. Εκτός αυτού δίνεται η δυνατότητα για καλύτερη εξειδίκευση μεταξύ των μικρών εταιρειών, δίνοντας νέες ευκαιρίες για εξοικονόμηση μέσων και οικονομίες κλίμακας. Η γεωγραφική συγκέντρωση κρίνεται ιδιαίτερα σημαντική για την επιτυχία τέτοιων σχηματισμών. Η συμμετοχή στα επιχειρησιακά και τα διεπιχειρησιακά δίκτυα προάγει την παραγωγικότητα, την καινοτομία και την ανταγωνιστική επίδοση των επιχειρήσεων.

**Ομάδες και Δίκτυα Επιχειρήσεων (Clusters – Networks)** δίνουν τη δυνατότητα σε μικρές εταιρίες να συνδυάσουν τα πλεονεκτήματα της μικρής μεγέθους κλίμακας με τα πλεονεκτήματα της μεγάλης κλίμακας. Η δικτύωση οδηγεί σε βελτίωση της αποτελεσματικότητας των δράσεων των επιχειρήσεων (όπως οι κοινές πρωτοβουλίες στην προώθηση των πωλήσεων, η δημιουργία κοινών ενώσεων εγγύησης πιστώσεων), κοινός σχεδιασμός και χρηματοδότηση της εκπαίδευσης, μια περισσότερο αποτελεσματική κατανομή της εργασίας ανάμεσα στις επιχειρήσεις, κ.λπ., καθώς επίσης και σε μία ποιοτικότερη κυβερνητική πολιτική και δράση, όπως στην εκπαίδευση, την παροχή πληροφόρησης και την παροχή κατάλληλης υποδομής.

#### **1.4 Παγκόσμια Επιχείρηση**

Οι καταναλωτές και οι επιχειρήσεις κινούνται πλέον σε μια "*παγκόσμια οικονομία*" (*global economy*). Οι φράσεις αυτές προσπαθούν να περιγράψουν τις ριζικές ανακατατάξεις που έχουν συμβεί στις μορφές, στον όγκο και στην ταχύτητα των οικονομικών συναλλαγών μεταξύ διαφορετικών χωρών. Εκτός από τα ραγδαία τεχνολογικά άλματα και τις καινοτομίες που επιτεύχθηκαν στους τομείς των μεταφορών, των συγκοινωνιών, των τηλεπικοινωνιών και της πληροφορικής, ουσιαστική συνεισφορά είχε η εντυπωσιακή απελευθέρωση των διεθνών ροών προϊόντων, υπηρεσιών και κεφαλαίων η οποία επιτελέστηκε στη δεκαετία του 1990.



Εικόνα 1.3. Παγκόσμιο Προϊόν<sup>3</sup>

Η σημασία της ύπαρξης των εθνικών συνόρων και των αποστάσεων σαν παραγόντων περιορισμού και επηρεασμού των διεθνών οικονομικών συναλλαγών έχει πλέον μειωθεί σημαντικά. Έχουμε οδηγηθεί λοιπόν, στην εμφάνιση και ανάπτυξη της κοινωνίας της πληροφορίας και γνώσης, η οποία αναπόφευκτα δημιούργησε το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης. Η διεθνοποιημένη οικονομία έχει μεταβάλλει ριζικά τις συνθήκες κάτω από τις οποίες λειτουργούν οι επιχειρήσεις, άσχετα από το μέγεθός τους, τον τομέα δραστηριοποίησής τους και από τοπικό ή διεθνή χαρακτήρα των δραστηριοτήτων τους. Ιδιαίτερα έντονες θα είναι οι πιέσεις σε επιχειρήσεις μικρού, με διεθνή κριτήρια, μεγέθους όπως είναι συντριπτική πλειοψηφία των ελληνικών επιχειρηματικών σχημάτων. Όλο και μεγαλύτερα τμήματα των αγορών θα καταλαμβάνονται από παγκοσμιοποιημένες επιχειρήσεις. Σε λίγα χρόνια, λίγες επιχειρήσεις θα μπορούν να παραμείνουν απρόσβλητες από το διεθνή ανταγωνισμό. Ακόμη και μικρές ή μικρομεσαίες επιχειρήσεις που πιο εύκολα θα τις έβλεπε κανείς να επιβιώνουν ως μόνο "εγχώριες", θα δουν τις αγορές τους να συρρικνώνονται. Ο ανταγωνισμός από διεθνοποιημένες επιχειρήσεις, εθνικές ή όχι, θα περιορίσει το ζωτικό τους χώρο. Είναι πλέον δεδομένο ότι η επιχείρηση, ο οργανισμός ή η οικονομία επηρεάζεται από τα γεγονότα στο διεθνές περιβάλλον. Αυτό που χρήζει προσοχή είναι ο βαθμός με τον οποίο επηρεάζονται από τα συγκεκριμένα γεγονότα. Μέσα σε αυτό το δυναμικό περιβάλλον τα διοικητικά στελέχη και οι επιχειρηματίες πρέπει να μπορέσουν να προσαρμόσουν τις επιχειρήσεις τους στα νέα δεδομένα και στις νέες συνθήκες ώστε να έχουν τη δυνατότητα οι επιχειρήσεις τους να παραμείνουν ανταγωνιστικές και συνεπώς, να κατορθώσουν να ευημερήσουν και να επιβιώσουν μακροχρόνια. Είναι αποδεκτό λοιπόν πως η διεθνής οικονομία έχει υποστεί μία σειρά αλλαγών την τελευταία δεκαετία. Οι αλλαγές

<sup>3</sup> Σημειώσεις από τον IT Support Οργανισμό του Rutgers University Camden Campus

αυτές σήμερα περιγράφονται με όρους, όπως «η νέα οικονομία», «κοινωνία της μάθησης», «κοινωνία της πληροφορίας» και «οικονομία βασισμένη στη γνώση».



Εικόνα 1.4. Μοντέλο Παγκόσμιας Επιχείρησης<sup>4</sup>

Στην πραγματικότητα, όμως, η διεθνής οικονομία δεν γνώρισε κάποια αύξηση στο ρυθμό παραγωγικότητας, εκτός από την αύξηση των νέων υπηρεσιών, όπου η παραγωγικότητα είναι δύσκολο να μετρηθεί. Η αλλαγή που αναμένεται να επιφέρει σημαντικές βελτιώσεις στην οικονομία συνδέεται όπως προαναφέρθηκε, με την ελαχιστοποίηση του κόστους για τη διάχυση και αξιοποίηση της πληροφορίας. Ως αποτέλεσμα αυτού, έχουμε σήμερα την προώθηση προϊόντων, τα οποία χαρακτηρίζονται από υψηλού επιπέδου περιεχόμενο σε δεξιότητες και τεχνολογία.

Υπάρχουν πολλές χαρακτηριστικές ευκαιρίες που συνδέονται με τη βασισμένη στη γνώση οικονομία τόσο για επιχειρήσεις, όσο και για χώρες. Για παράδειγμα, επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν τεχνολογίες πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών έχουν τη δυνατότητα να αυξήσουν τις επαφές τους τόσο με πελάτες όσο και με εταίρους. Όμως, ακόμη και η χρήση αυτών των τεχνολογιών δεν είναι δεδομένη, αφού απαιτούνται νέες δεξιότητες και προσωπικό. Οι επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο, προκειμένου να διακριθούν σήμερα, πρέπει να καινοτομούν, αφού ο ρόλος της καινοτομίας και της τεχνολογίας γίνεται διαρκώς σημαντικότερος. Η επιστήμη και η τεχνολογία μοιάζουν να είναι η προέλευση της καινοτομίας, αφού αποτελούν πηγές προέλευσης γνώσης. Όμως, οι ιδέες δεν είναι εφαρμόσιμες, αν δε βρεθεί το κατάλληλο επιχειρηματικό σχήμα που θα τις προωθήσει και αν δεν βρεθεί τρόπος να γίνουν πραγματικές

<sup>4</sup> Σημειώσεις από τον IT Support Οργανισμό του Rutgers University Camden Campus

ανάγκες των πελατών των επιχειρήσεων. Υπάρχουν πολλοί παράγοντες που επηρεάζουν τη σχέση ανάμεσα στην παροχή και ζήτηση καινοτομίας συμπεριλαμβανομένων των μακρο-οικονομικών και μικρο-οικονομικών συνθηκών. Τέτοιοι παράγοντες είναι τα πνευματικά δικαιώματα, η δομή της οικονομίας, το ανθρώπινο δυναμικό και οι επενδύσεις που γίνονται σε αυτό. Αν αυτές οι συνθήκες δεν είναι αρκετά ανεπτυγμένες, τότε μία επιχείρηση δεν μπορεί να επωφεληθεί σημαντικά από τα παράγωγα της οικονομίας της γνώσης. Η παγκόσμια οικονομία αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια με ιδιαίτερα ταχείς ρυθμούς. Υπάρχει ωστόσο σημαντική διαφοροποίηση των ρυθμών ανόδου ανάμεσα στις προηγμένες οικονομίες και τις αναδυόμενες, με τις δεύτερες να σημειώνουν ρυθμούς υπερδιπλάσιους απ' ότι οι πρώτες. Η εξέλιξη αυτή αλλάζει σταδιακά τη βαρύτητα των αντίστοιχων αγορών, καθώς εντείνονται συνεχώς οι εμπορικές ροές από και προς τις αναδυόμενες οικονομίες (ταχύτεροι ρυθμοί εισαγωγών και εξαγωγών), κάτι που υποδηλώνει την αυξανόμενη σημασία των αναπτυσσόμενων οικονομιών τόσο για την παγκόσμια ζήτηση, όσο και για την παγκόσμια αγορά.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

#### 2.1 Εννοιολογικός Προσδιορισμός

Ο όρος **e-commerce** ή **ηλεκτρονικό εμπόριο** αναφέρεται στη διαδικασία αγοράς ή πώλησης ενός προϊόντος ή υπηρεσίας μέσω ενός ηλεκτρονικού δικτύου και το δημοφιλέστερο μέσο πάνω στο οποίο γίνεται το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι το Internet. Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι οποιαδήποτε επιχειρησιακή συναλλαγή πραγματοποιείται μέσω ψηφιακών διαδικασιών και δικτύων. Ωστόσο, είναι κάτι περισσότερο από την απλή αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών μέσω διαδικτύου. Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι μια προωθητική τεχνολογία που επιτρέπει στις επιχειρήσεις να αυξήσουν την ακρίβεια και την αποτελεσματικότητά τους στην διεκπεραίωση των εμπορικών τους συναλλαγών και ένας τρόπος ανταλλαγής πληροφοριών μεταξύ οργανισμών, πελατών και πωλητών προς όφελος όλων. Με την εμφάνιση του ηλεκτρονικού εμπορίου αλλάζει ο τρόπος με τον οποίο τα προϊόντα, οι υπηρεσίες, ακόμη και οι πληροφορίες παρουσιάζονται, πωλούνται και ανταλλάσσονται και φυσικά αλλάζει ο τρόπος με τον οποίο οι οργανισμοί αλληλεπιδρούν με τους πελάτες και τους συνεργάτες τους (*Δουκίδης κ.α.,1998*).

Ο όρος ηλεκτρονικό εμπόριο χρησιμοποιείται για κάθε είδος εμπορικής συναλλαγής μεταξύ προσώπων (φυσικών και μη) που πραγματοποιείται με ηλεκτρονικά μέσα. Είναι η διάθεση και αγοραπωλησία προϊόντων ηλεκτρονικά, η διεκπεραίωση εμπορικών λειτουργιών και συναλλαγών χωρίς τη χρήση χαρτιού, συνήθως μέσω δικτύων ηλεκτρονικών υπολογιστών. Πρόκειται για την αγοραπωλησία αγαθών, πληροφοριών και υπηρεσιών μέσα από οποιοδήποτε δίκτυο.

Το 2001 ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ) πρότεινε έναν ευρύ και έναν στενό ορισμό του ηλεκτρονικού εμπορίου, οι οποίοι ακόμα αποδεικνύονται ισχυροί και χρήσιμοι. Ο στενός ορισμός περιελάμβανε μόνο τις συναλλαγές στο Διαδίκτυο. Σύμφωνα με τον ευρύ ορισμό του ΟΟΣΑ το ηλεκτρονικό εμπόριο περιελάμβανε «*την πώληση ή αγορά αγαθών ή υπηρεσιών μεταξύ επιχειρήσεων, νοικοκυριών, ιδιωτών, κυβερνήσεων*

και άλλων δημόσιων ή ιδιωτικών οργανισμών, οι οποίες πραγματοποιούνται μέσω ηλεκτρονικών δικτύων. Τα αγαθά και οι υπηρεσίες παραγγέλλονται μέσα από αυτά τα δίκτυα, αλλά η πληρωμή και η παράδοσή τους μπορεί να πραγματοποιείται online ή offline». Κατά τον παραπάνω ορισμό το ηλεκτρονικό εμπόριο επικεντρώνεται στην διαδικασία παραγγελίας ενός αγαθού ή μίας υπηρεσίας .

Η χρήση του εξαπλώνεται με ρυθμό κατά πολύ μεγαλύτερο και από τις πιο αισιόδοξες προβλέψεις, δημιουργώντας μια νέα αγορά προϊόντων και υπηρεσιών, αλλά και εισάγοντας νέες πιο αποτελεσματικές και πιο αποδοτικές πρακτικές στις ήδη υπάρχουσες αγορές. Ήδη μέσω του Διαδικτύου, έχει γίνει εφικτή η επιχειρησιακή συναλλαγή για πολλά προϊόντα και υπηρεσίες, γεγονός που μεταβάλλει την ίδια φύση των παραδοσιακών αγορών και επιχειρησιακών πρακτικών.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο εφαρμόζεται σε όλα τα στάδια του εμπορικού κύκλου, από την προμήθεια πρώτων υλών μέχρι το τελικό σημείο κατανάλωσης και παράδοσης του προϊόντος. Τρίτοι φορείς που είναι απαραίτητοι για τη λειτουργία του εμπορικού κύκλου( τράπεζες, δημόσιος τομέας, μεταφορικές εταιρίες) συμμετέχουν επίσης στις διαδικασίες του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η καθεμιά οντότητα που συμμετέχει στην εμπορική διαδικασία είναι ταυτόχρονα αποδέκτης και πομπός πληροφοριών, ανάλογα με τη θέση της στον εμπορικό κύκλο.

Το Ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί μια ολοκληρωμένη συναλλαγή που πραγματοποιείται στο Διαδίκτυο χωρίς να είναι απαραίτητη η παρουσία του πωλητή και του αγοραστή, οι οποίοι μπορούν να βρίσκονται ακόμα και σε διαφορετικές χώρες. Είναι οποιαδήποτε συναλλαγή που ενέχει διαδικτυακή δέσμευση για αγορά ή πώληση αγαθών ή υπηρεσιών (*Πασχόπουλος&Σκαλτσάς, 2001*). Ηλεκτρονικό εμπόριο θεωρούνται επίσης και οι συναλλαγές μέσω τηλεφώνου και φαξ. Σύμφωνα με τον τρόπο παράδοσης των αγαθών στον αγοραστή το ηλεκτρονικό εμπόριο καλύπτει δραστηριότητες του **έμμεσου** (ηλεκτρονική παραγγελία υλικών αγαθών που παραδίδονται με παραδοσιακό τρόπο, όπως ταχυδρομείο) και του **άμεσου** ηλεκτρονικού εμπορίου (ηλεκτρονική παραγγελία, πληρωμή και παράδοση άυλων αγαθών ή υπηρεσιών, όπως λογισμικού, αγοραπωλησία μετοχών, υπηρεσίες ψυχαγωγίας).

Το **ηλεκτρονικό επιχειρείν ή e-business**, είναι ένας γενικός όρος ο οποίος αποτελεί μετεξέλιξη του παραδοσιακού-συμβατικού επιχειρείν και περιγράφει την μεταφορά της επιχειρηματικής δραστηριότητας στο ηλεκτρονικό περιβάλλον. Πολλές φορές συγχέεται με την έννοια του ηλεκτρονικού εμπορίου. Ειδικότερα, ο όρος ηλεκτρονικό επιχειρείν αποτελεί την προσαρμογή του παραδοσιακού επιχειρηματικού μοντέλου στη νέα ηλεκτρονική πραγματικότητα. Οριοθετεί την ανάπτυξη ενός νέου επιχειρηματικού μοντέλου το οποίο αναπτύσσεται σε κάθε είδους δίκτυο. Συνεπώς αποτελεί έννοια ευρύτερη από το ηλεκτρονικό εμπόριο, η οποία περιλαμβάνει ειδικότερα την ηλεκτρονικοποίηση του συνόλου των λειτουργιών μιας επιχείρησης με τη χρήση ανάλογων δικτύων και εφαρμογών.

Μπορούμε να διακρίνουμε τέσσερις βασικές συνιστώσες του ηλεκτρονικού εμπορίου:

- **Επιχειρήσεις:** νέες δομές και χρήση νέων τεχνολογιών για τη διεκπεραίωση των επιχειρηματικών διαδικασιών
- **Αγαθά και Υπηρεσίες:** αναβάθμιση ποιότητας υπηρεσιών και εξοικονόμηση χρόνου. Ο τελικός στόχος του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι να ικανοποιήσει την κοινή επιθυμία προμηθευτών και πελατών για καλύτερη ποιότητα αγαθών και υπηρεσιών, μεγαλύτερη ταχύτητα εκτέλεσης συναλλαγών και μικρότερο κόστος.
- **Απόσταση:** εκμηδενίζονται οι αποστάσεις και ενοποιούνται οι αγορές
- **Επικοινωνία:** προηγμένα δίκτυα συναλλαγών και επικοινωνίας μεταξύ των συμβαλλομένων

Μία τυπική συναλλαγή ηλεκτρονικού εμπορίου μπορεί να περιλαμβάνει (*Δημητριάδης&Μπαλτάς,2003*):

- την παρουσίαση των εμπορευμάτων
- τη διεκπεραίωση παραγγελιών-πωλήσεων (καταγραφή παραγγελιών, πληρωμές)
- την υποστήριξη των πελατών (after sales support, order tracking)
- την επικοινωνία με τους προμηθευτές
- την αλληλεπίδραση με τον πελάτη (πωλήσεις)
- το marketing (προσέλκυση πελατών)



## 2.2 Ιστορική Αναδρομή

Τη δεκαετία του '70 κάνουν την εμφάνισή τους τα συστήματα ηλεκτρονικής μεταφοράς χρηματικών πόρων **EFT (Electronic Funds Transfer)** μεταξύ τραπεζών, που χρησιμοποιούν ασφαλή ιδιωτικά δίκτυα. Τα συστήματα EFT αλλάζουν τη μορφή των αγορών. Επίσης κάνει την εμφάνισή της μια νέα τεχνική σύνδεσης διαφορετικών δικτύων μεταξύ τους ώστε να αποτελέσουν ένα διαδίκτυο, το **Internet Protocol (IP)**. Στο διαδίκτυο αυτό όλοι οι υπολογιστές είναι ισοδύναμοι και επομένως μπορούν να επικοινωνούν μεταξύ τους. Επίσης δημιουργείται το πρωτόκολλο ελέγχου μετάδοσης των δεδομένων (**Transmission Control Protocol TCP**).

Τη δεκαετία του '80 οι τεχνολογίες ηλεκτρονικής επικοινωνίας που βασίζονται στην αρχιτεκτονική της ανταλλαγής μηνυμάτων (**συστήματα EDI- Electronic Data Interchange και ηλεκτρονικό ταχυδρομείο**) αποκτούν σημαντική διάδοση. Πολλές δραστηριότητες, που παραδοσιακά διεκπεραιώνονταν με βασικό μέσο το χαρτί, μπορούν πλέον να γίνουν ταχύτερα και με μικρότερο κόστος. Οι συναλλαγές, που παλαιότερα απαιτούσαν έντυπα, όπως παραγγελίες αγοράς, συνοδευτικά έγγραφα και επιταγές πληρωμής, μπορούν να γίνουν κατά ένα μέρος ή στο σύνολό τους ηλεκτρονικά - με δομημένο τρόπο χάρη στα συστήματα EDI ή μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Οι τεχνολογίες ηλεκτρονικής επικοινωνίας γίνονται αναπόσπαστο μέρος της ροής εργασιών ή της συνεργασίας μεταξύ μηχανογραφημένων συστημάτων, όπως για παράδειγμα το επιτυχημένο λογισμικό **Lotus Notes**.

Στις αρχές της δεκαετίας του '90 τα ηλεκτρονικά δίκτυα προσφέρουν μια νέα μορφή κοινωνικής επικοινωνίας, με δυνατότητες όπως **ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), ηλεκτρονική διάσκεψη (conferencing) και ηλεκτρονική συνομιλία (IRC), ομάδες συζήτησης (newsgroups, forums), μεταφορά αρχείων (FTP-File Transfer Protocol) κτλ.** Η πρόσβαση στο δίκτυο γίνεται φθηνότερη λόγω της διεθνούς απελευθέρωσης της αγοράς τηλεπικοινωνιών. Το 1993, το εργαστήριο **CERN στην Ελβετία παρουσιάζει το World Wide Web (WWW ή Παγκόσμιο Ιστό)** που αναπτύχθηκε από τον Tim Berners-Lee. Πρόκειται για ένα σύστημα διασύνδεσης πληροφοριών σε μορφή πολυμέσων (multimedia) που βρίσκονται αποθηκευμένες σε χιλιάδες υπολογιστές του Internet σε ολόκληρο τον κόσμο και παρουσιάσής τους σε ηλεκτρονικές σελίδες. Στα τέλη της ίδιας δεκαετίας έχουμε την καθιέρωση της κρυπτογράφησης (περιεχομένου, εξακρίβωση ταυτότητας του αποστολέα των μηνυμάτων) καθώς και η φιλελευθεροποίηση των εθνικών νομοθεσιών σε

τομείς εισαγωγών - εξαγωγών και επικοινωνιών, κάνει δυνατή την πραγματοποίηση ασφαλών διεθνών ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο γίνεται ένας πολύ φθηνότερος τρόπος για την πραγματοποίηση μεγάλου όγκου συναλλαγών, ενώ συγχρόνως διευκολύνει την παράλληλη λειτουργία πολλών διαφορετικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, επιτρέποντας σε μικρές επιχειρήσεις να ανταγωνιστούν μεγαλύτερες, με πολύ ευνοϊκότερες προϋποθέσεις.

### 2.3 Είδη Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Οι ηλεκτρονικές επιχειρηματικές αγορές που αναπτύχθηκαν μπορούν να κατηγοριοποιηθούν με βάση διάφορους παράγοντες που χαρακτηρίζουν τη φυσιογνωμία τους και κατηγοριοποιούνται σε 4 διαφορετικές κατηγορίες (*IBM Corporation, 2000*):

- **Αγορές καθοδηγούμενες από αγοραστές (buyer-driven)**, όπου η ηλεκτρονική αγορά δημιουργείται από ένα συνεταιρισμό αγοραστών, συνήθως προερχόμενων από τον ίδιο επιχειρηματικό κλάδο, οι οποίοι προμηθεύονται προϊόντα και υπηρεσίες μέσω διαδικτύου.
- **Αγορές καθοδηγούμενες από προμηθευτές (seller-driven)**, όπου η ηλεκτρονική αγορά δημιουργείται από ένα συνεταιρισμό προμηθευτών ή πωλητών, οι οποίοι πωλούν προϊόντα και υπηρεσίες μέσω του Διαδικτύου.
- **Ανεξάρτητες αγορές (independent)**, όπου η ηλεκτρονική αγορά δημιουργείται με σκοπό να προσελκύσει και αγοραστές και προμηθευτές, να τους φέρει σε επαφή ώστε να γίνουν εμπορικές συναλλαγές μεταξύ τους, χωρίς να δίνεται έμφαση σε κάποια από τις δύο πλευρές.
- **Αγορές καθοδηγούμενες από παροχές τεχνολογικών εφαρμογών (technology providers)**, όπου το e-marketplace δημιουργείται από κάποιο πάροχο τεχνολογικών εφαρμογών για την υλοποίηση και την λειτουργία ηλεκτρονικών αγορών, με σκοπό να παρέχει τις σχετικές υπηρεσίες σε αγοραστές και προμηθευτές αγαθών.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να διακριθεί στις εξής κατηγορίες (*Πολλάλης κ.α., 2007; Δημητριάδης κ.α., 2003; Δουκίδης κ.α., 2000*):

- 1 Εσωτερικό ηλεκτρονικό εμπόριο :** Αφορά τη χρήση της ηλεκτρονικής επικοινωνίας για τις εσωτερικές λειτουργίες μιας επιχείρησης. Η εσωτερική χρήση εφαρμογών του ηλεκτρονικού εμπορίου έχει ως στόχο την αποτελεσματικότερη λειτουργία των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης, ώστε να μπορεί να προσφέρει καλύτερα προϊόντα και υπηρεσίες στους πελάτες της. Οι εφαρμογές αυτές, όπως **ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), κλειστές ομάδες συζήτησης (discussion groups) και βιντεοδιάσκεψη (video conference)**, επιτρέπουν το διοικητικό συντονισμό και τη συνεχή πληροφόρηση των ομάδων, αυξάνοντας τη ροή των πληροφοριών και βελτιώνοντας την απόδοση των ομάδων εργασίας. Η επικοινωνία ανάμεσα στη δύναμη πωλητών και όλες τις άλλες δραστηριότητες της επιχείρησης προσφέρει διπλό όφελος: καλύτερη γνώση των πωλητών για τις δυνατότητες των προϊόντων και συγχρόνως ενημέρωση όλων των τμημάτων της επιχείρησης για τη συμπεριφορά της αγοράς και των ανταγωνιστών. Οι πληροφορίες αυτές επιτρέπουν την ευέλικτη προσαρμογή της στρατηγικής και των προϊόντων της επιχείρησης στις ανάγκες και τις προτιμήσεις των καταναλωτών.
- 2 Επιχείρηση –προς -Επιχείρηση ή Business-to-Business (B2B):** Αυτή η κατηγορία ηλεκτρονικού εμπορίου αφορά την πώληση αγαθών ή υπηρεσιών από μία επιχείρηση σε άλλη. Μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου τους δίνεται η δυνατότητα να βελτιώσουν τη μεταξύ τους συνεργασία, απλοποιώντας τις διαδικασίες προμηθειών, το κόστος τους, την ταχύτερη αποστολή των αγαθών και τον αποτελεσματικότερο έλεγχο του επιπέδου των διαθέσιμων αποθεμάτων. Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει σε επιχειρήσεις να βελτιώσουν τη μεταξύ τους συνεργασία, απλοποιώντας τις διαδικασίες και το κόστος των προμηθειών, την ταχύτερη αποστολή των προμηθειών και τον αποτελεσματικότερο έλεγχο του επιπέδου αποθεμάτων. Επιπλέον γίνεται ευκολότερα η αρχειοθέτηση των σχετικών εγγράφων και ποιοτικότερη η εξυπηρέτηση των πελατών. Η δυνατότητα ηλεκτρονικής σύνδεσης με προμηθευτές και διανομείς καθώς και η πραγματοποίηση ηλεκτρονικών πληρωμών βελτιώνουν ακόμη περισσότερο την αποτελεσματικότητα και αυτό διότι περιορίζουν το ανθρώπινο σφάλμα, αυξάνουν την ταχύτητα και μειώνουν το κόστος των συναλλαγών. Εξαιτίας του ηλεκτρονικού εμπορίου μεταξύ των επιχειρήσεων, η διαχείριση των επαφών με συνεργάτες (διανομείς, μεταπωλητές κλπ) γίνεται ευκολότερη και πιο αποτελεσματική. Κάθε αλλαγή που γίνεται μέσα στην επιχείρηση μπορεί να ανακοινώνεται μέσα από την ιστοσελίδα της ή με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Έτσι η επιχείρηση δεν έχει κόστος για ομαδικές επιστολές ή τηλεφωνήματα ή άλλες μορφές ενημέρωσης.
- 3 Επιχείρηση –προς -Καταναλωτή ή Business-to-Consumer (B2C):** Πρόκειται για την πιο διαδεδομένη μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου. Ο καταναλωτής έχει πρόσβαση σε μια τεράστια ποικιλία προϊόντων σε

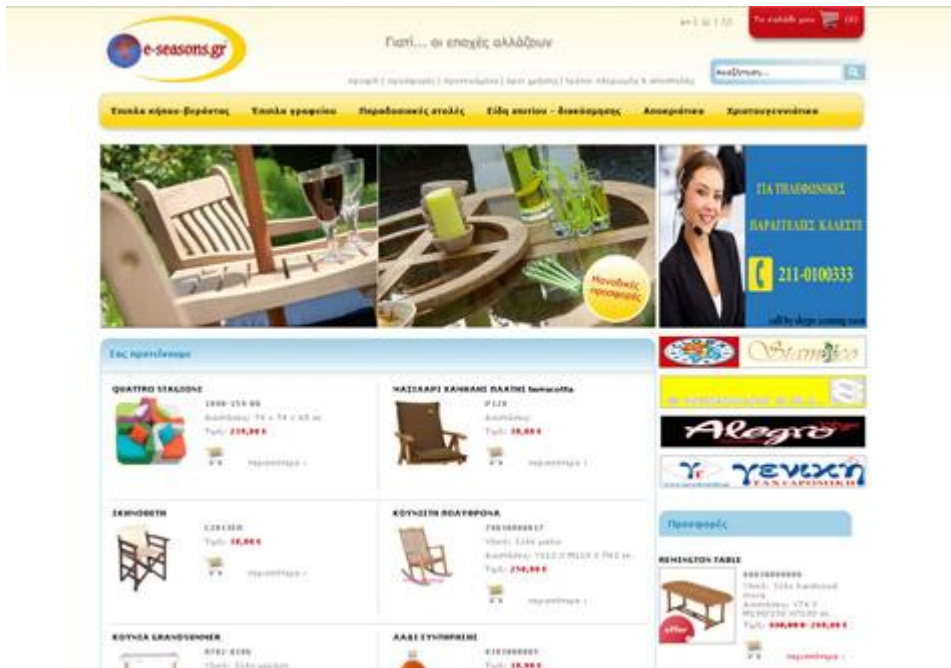
δικτυακούς κόμβους - καταστήματα, βλέπει, επιλέγει, ανακαλύπτει προϊόντα τα οποία δεν θα μπορούσε να βρει εύκολα στη χώρα του, συγκρίνει τιμές και τέλος αγοράζει. Σε αυτή την κατηγορία τα εμπλεκόμενα μέρη που συναλλάσσονται μεταξύ τους είναι ένας καταναλωτής και μια επιχείρηση. Η επιχείρηση χρησιμοποιεί το ηλεκτρονικό κατάστημα με σκοπό να διεκπεραιώσει ηλεκτρονικά την πώληση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας σε ένα απομακρυσμένο πελάτη που το επισκέφτηκε. Οι επιχειρήσεις προσφέρουν τη δυνατότητα στους καταναλωτές να αγοράσουν τα προϊόντα που προωθούν μέσα από το Διαδίκτυο.

- 4 Καταναλωτής –προς–Καταναλωτή ή Consumer-to-Consumer (C2C):** Σε αυτή την κατηγορία ο καταναλωτής πουλά απευθείας σε άλλους καταναλωτές. Παράδειγμα αποτελούν τα άτομα που κάνουν πωλήσεις μέσω καταχωρημένων αγγελιών, δικτυακοί τόποι δημοπρασιών, όπου ο οποιοσδήποτε μπορεί να πουλήσει οτιδήποτε. Με αυτό τον τρόπο κάθε πολίτης, έχει την δυνατότητα να πουλά τα προϊόντα του εύκολα και γρήγορα χωρίς να έρχεται σε επαφή με τον αγοραστή. Κάτι τέτοιο μπορεί να επιτευχθεί μέσω των site δημοπρασιών όπως το e-bay. Το χαρακτηριστικό στοιχείο αυτών των **auction sites** είναι η δυναμική τιμολόγηση των προϊόντων/υπηρεσιών, όπου οι τιμές δεν είναι προκαθορισμένες, αλλά ρυθμίζονται με βάση τη προσφορά και τη ζήτηση ανά χρονική στιγμή.
- 5 Επιχείρηση –προς- Δημόσια Διοίκηση ή Business-to-Government (B2G):** Καλύπτει όλες τις συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και δημόσιων οργανισμών. Αφορά τις επιχειρηματικές συναλλαγές με κυβερνητικούς φορείς, όπως για παράδειγμα την καταβολή φόρων και η συμπλήρωση και υποβολή εγγράφων ή αιτήσεων. Αυτό το είδος ηλεκτρονικού εμπορίου έχει αρχίσει να εξαπλώνεται και στην Ελλάδα, μέσω των δράσεων της **ηλεκτρονικής διακυβέρνησης (e-government)**.
- 6 Καταναλωτής –προς- Επιχείρηση ή Consumer-to-Business (C2B):** Στη κατηγορία αυτή τα εμπλεκόμενα μέρη που συναλλάσσονται μεταξύ τους είναι ένας καταναλωτής και μια επιχείρηση. Οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να αγοράζουν από τους ίδιους τους καταναλωτές τα προϊόντα που προωθούνται μέσα στο Internet. Αυτού του είδους οι εφαρμογές επιτρέπουν στον αγοραστή να ονοματίσει τη δική του τιμή για ένα συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία και να ζητήσει προσφορές από ένα σύνολο πωλητών.
- 7 Δημόσια Διοίκηση -προς- Καταναλωτή ή Government-to-Consumers (G2C):** Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει κάθε είδους αλληλεπίδρασης μεταξύ ενός πολίτη και της κυβέρνησης. Σε αυτή τη κατηγορία οι οντότητες που εμπλέκονται μεταξύ τους μπορούν να αναπτύξουν τις εξής δραστηριότητες: πληρωμή φόρων, ψηφοφορίες, ανανέωση διπλωμάτων οδήγησης καθώς και άλλες διάφορες δραστηριότητες.

## 2.4 Εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου

### 2.4.1 Ηλεκτρονικά Καταστήματα

Μια από τις σημαντικότερες εφαρμογές του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι και τα **ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shops)**. Κάθε χρήστης του Internet μπορεί μέσα από την οθόνη του υπολογιστή να βλέπει τα προϊόντα ενός καταστήματος και να αγοράζει αυτά που τον ενδιαφέρουν, πληρώνοντας φυσικά το ανάλογο αντίτιμο. Το προϊόν φθάνει στον καταναλωτή μέσω courier, επιβαρυνόμενο ως εκ τούτου το κόστος μεταφοράς. Ωστόσο, η απουσία του μεσάζοντα διευρύνει σημαντικά το περιθώριο κέρδους με αποτέλεσμα η επιχείρηση στις περισσότερες φορές να μπορεί εύκολα να απορροφήσει τα έξοδα μεταφοράς. Η δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος είναι μια σχετικά απλή διαδικασία. Είναι βέβαια δυνατόν να ακολουθηθούν διαφορετικές διαδρομές, ανάλογα με τις πωλήσεις που αναμένει η επιχείρηση και συνεπώς την επένδυση που είναι διατιθεμένη να πραγματοποιήσει. Η πλέον αυτόνομη και πλέον δαπανηρή λύση είναι η αγορά των εφαρμογών που θα δημιουργήσουν το ηλεκτρονικό κατάστημα και του ηλεκτρονικού υπολογιστή που θα φιλοξενήσει τις εφαρμογές όπως επίσης και μίσθωση της γραμμής που θα εξασφαλίσει την σύνδεση με το Internet. Για τη σύνθεση του περιεχομένου του ηλεκτρονικού καταστήματος απαιτείται να υπάρχει μια περιγραφή για κάθε είδος που πρόκειται να πωληθεί μέσω αυτού, ενώ θετικά στην πώληση θα μπορούσε να λειτουργήσει η ύπαρξη φωτογραφίας. Όταν τα προϊόντα καταχωρηθούν στη βάση δεδομένων του καταστήματος και δημιουργηθεί το περιβάλλον προβολής, ο πελάτης έχει την δυνατότητα να αγοράσει ένα ή περισσότερα πληρώνοντας με πιστωτική κάρτα ή αντικαταβολή.



Εικόνα 2.1. Το ηλεκτρονικό κατάστημα της εταιρίας e-seasons

#### 2.4.2 e-Mall

Ένα **ηλεκτρονικό εμπορικό κέντρο (e-Mall)** είναι μια συλλογή από ηλεκτρονικά μαγαζιά που συνήθως εμπλουτίζονται από μια γνωστή πηγή, δηλαδή μια επώνυμη εταιρία. Όταν τα πολυκαταστήματα αυτά εξειδικεύονται σε συγκεκριμένους τομείς αγοραστικών προϊόντων μοιάζουν πιο πολύ με βιομηχανικές αγορές (industry marketplace) οι οποίες αποκτούν περισσότερη αξία από κάποια εικονικά χαρακτηριστικά που συνυφαίνονται με την έννοια της κοινότητας. Στο διαχειριστή του ηλεκτρονικού πολυκαταστήματος μπορεί να είναι αδιάφορο το είδος και η φύση της επιχείρησης και της υπηρεσίας που φιλοξενεί, εντούτοις μπορεί να ωφεληθεί από τις εμπλουτισμένες πωλήσεις των υποστηριζόμενων τεχνολογιών. Εναλλακτικά οφέλη αναζητούνται στις υπηρεσίες, σε διαφημιστικό χώρο ή οφέλη που προκύπτουν από τα φιλοξενούμενα μαγαζιά, όπως για παράδειγμα η αυξημένη κυκλοφορία που βασίζεται στην προσδοκία πως η επίσκεψη σε ένα ηλεκτρονικό μαγαζί του πολυκαταστήματος θα οδηγήσει στην επίσκεψη και των γειτονικών του.



Εικόνα 2.2. Το e-mall της Johnson&Johnson

### 2.4.3 Ηλεκτρονικοί Κατάλογοι

Οι ηλεκτρονικοί κατάλογοι είναι διαδικτυακές σελίδες που δίνουν πληροφορίες για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παρέχει η εταιρεία. Ένας ηλεκτρονικός κατάλογος περιέχει πληροφορίες όπως:

- Ιδιότητες και χαρακτηριστικά του προϊόντος,
- Συσκευασία
- Διαθεσιμότητα
- Τρόποι Πληρωμής
- Τιμή

Η πραγματική ισχύς των ηλεκτρονικών καταλόγων σε σχέση με τους παραδοσιακούς καταλόγους έγκειται στην αλληλεπίδραση και τις δυνατότητες βελτιωμένης παρουσίασης (πολυμέσα). Η δυνατότητα αλληλεπίδρασης επιτρέπει στο χρήστη όχι μόνο να δει πληροφορίες για το προϊόν, αλλά να εντοπίσει και τα κοινά σημεία μεταξύ των διαφόρων προϊόντων μπορεί εύκολα να περιηγηθεί σε παρόμοια προϊόντα και να επιλέξει αυτά που καλύπτουν τις ανάγκες του.





Εικόνα 2.3. Ηλεκτρονικός κατάλογος oShop

#### 2.4.4 Ηλεκτρονικές Εκδόσεις και Πύλες

Ο εκδοτικός τομέας ήταν από τους πρώτους που επένδυσαν σε νέες τεχνολογίες και ειδικά στο διαδίκτυο. Όλο και περισσότεροι εκδότες χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο ως μέσο πληροφόρησης και επιδιώκουν την εμπορική τους εκμετάλλευση. Επιτυχημένες προσπάθειες ηλεκτρονικού εμπορίου σε σχέση με τις ηλεκτρονικές εκδόσεις είναι οι ηλεκτρονικές εφημερίδες και οι ανεξάρτητες εκδόσεις μέσω Διαδικτύου. Οι ηλεκτρονικές εκδόσεις και τα περιοδικά έχουν ως πρωτεύοντα στόχο την προώθηση του έντυπου μέσου. Τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί η μορφή των ηλεκτρονικών πυλών (portal) που αποτελούν χώροι που ενημερώνουν για ποικίλα θέματα και γίνεται εκμετάλλευση του διαφημιστικού τους χώρου.

#### 2.4.5 e-Marketplace



Το **e-marketplace (ηλεκτρονική αγορά)** είναι ένας ιστότοπος μέσω του οποίου δίνεται η δυνατότητα στα συναλλασσόμενα μέρη να έρθουν σε επαφή και να διαπραγματευτούν μεταξύ τους. Οι αγορές αυτές είναι χώροι ηλεκτρονικής συνάντησης πωλητών και αγοραστών. Στους χώρους αυτούς δημοσιεύονται αγγελίες προσφοράς και ζήτησης προϊόντων και υπηρεσιών. Αναφέρονται σε μια αυτοματοποιημένη ηλεκτρονική διαδικασία παραγγελιών η οποία συνδέει άμεσα τους πελάτες με τους προμηθευτές και επιτρέπει στους συμμετέχοντες αγοραστές και πωλητές να ανταλλάσσουν πληροφορίες για τιμές και προσφορές προϊόντων και να συνεργάζονται μεταξύ τους μέσω πληροφοριακών portals και εργαλείων εμπορικής συνεργασίας.

#### **2.4.6 Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες**

Το **μοντέλο δημοπρασιών (e-auction)** αποτελεί την υλοποίηση με ηλεκτρονικό τρόπο του μηχανισμού που είναι γνωστός από τις παραδοσιακές δημοπρασίες. Στην ουσία αφορά ένα διαδικτυακό χώρο όπου οι χρήστες μπορούν να πουλήσουν τα προϊόντα τους ή να κάνουν προσφορές για τα προϊόντα άλλων χρηστών. Συνήθως αυτού του είδους οι δημοπρασίες δεν περιορίζονται μόνο σε αυτές τις λειτουργίες. Έτσι, είναι δυνατόν να παρέχουν συμπληρωματικές λειτουργίες που υποστηρίζουν όλη τη δημοπρατική διαδικασία, όπως η δημιουργία συμβάσεων, η διενέργεια πληρωμών και η παράδοση των προϊόντων. Οι πηγές των εσόδων για τον πάροχο της δημοπρασίας σχετίζονται με την πώληση της τεχνολογικής πλατφόρμας, τις αμοιβές των συναλλαγών και τη διαφήμιση. Τα οφέλη για τους προμηθευτές και τους αγοραστές αφορούν την αυξημένη αποδοτικότητα και την εξοικονόμηση χρόνου, την μεγάλη ποικιλία προϊόντων, ενώ δεν είναι απαραίτητη η φυσική μεταφορά των συναλλασσόμενων. Λόγω των μειωμένων εξόδων γίνεται εφικτή η προσφορά πώλησης μικρότερων ποσοτήτων σε χαμηλότερες τιμές (πχ, όταν υπάρχει πλεόνασμα αποθεμάτων). Οι προμηθευτές ωφελούνται καθώς ελαττώνεται το πλεονάζον απόθεμα.



Εικόνα 2.4. Ηλεκτρονική Δημοπρασία bidster.gr

### 2.4.7 e-Banking

Έκρηξη στις τραπεζικές συναλλαγές μέσω Internet σημειώνεται τα τελευταία χρόνια, καθώς το **e-banking** αποκτά ολοένα και περισσότερους οπαδούς τα τελευταία χρόνια που προσπαθούν να γλιτώσουν τις προμήθειες, τις ουρές και την ταλαιπωρία στο γκισέ. Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα από την πλευρά τους επενδύουν σημαντικά ποσά στα συστήματα του e-banking, προκειμένου να αναβαθμίσουν τόσο τις υπηρεσίες τους όσο και την ασφάλεια των συναλλαγών. Ο προσανατολισμός των τραπεζών στρέφεται σταδιακά στην παροχή πρόσθετων υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις, πεδίο στο οποίο η γκάμα των επιλογών είναι ιδιαίτερα διευρυμένη. Την ίδια στιγμή, ο πελάτης γλιτώνει και χρόνο και χρήμα μέσω των ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών. Πέραν του ότι αποφεύγει τις ουρές στις τράπεζες και την ταλαιπωρία των γκισέ τραπεζών πραγματοποιεί συναλλαγές είτε εντελώς δωρεάν είτε με πολύ χαμηλές χρεώσεις.

### 2.4.8 e-Tourism

Οι υπηρεσίες που προσφέρονται από τα ηλεκτρονικά ταξιδιωτικά πρακτορεία περιλαμβάνουν Ηλεκτρονικούς Καταλόγους, Υπηρεσίες αναζήτησης και υπηρεσίες κρατήσεων για ξενοδοχεία, κρουαζιέρες και ξεναγήσεις, εισιτήρια κ.λ.π. Άλλες παρεχόμενες υπηρεσίες είναι ο Σχεδιασμός Ταξιδιών, Κοινοτικές Υπηρεσίες για την ανταλλαγή πληροφοριών και εμπειριών, Δημοπρασία ταξιδιωτικών υπηρεσιών.

## 2.4.9 Ηλεκτρονικές Προμήθειες

Μια από τις σημαντικές δραστηριότητες ενός οργανισμού είναι η προμήθεια των διαφόρων απαραίτητων προϊόντων. Η παραδοσιακή διαδικασία προμηθειών μπορεί να είναι χρονοβόρα και να μην προσφέρει πάντα τις καλύτερες τιμές για τον οργανισμό. Με την χρήση των διαφόρων τεχνολογιών οι προμήθειες έχουν πλέον αυτοματοποιηθεί για όλα τα είδη των προϊόντων και για οποιαδήποτε ποσότητα με πολύ μικρό κόστος.

## 2.4.10 Κινητό Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Το **Κινητό Εμπόριο** ή **m-commerce** ορίζεται ως το ηλεκτρονικό εμπόριο που συνεχίζει να διεξάγεται μέσω του Διαδικτύου, με τη χρήση κινητών τερματικών συσκευών και του ασύρματου δικτύου που προσφέρεται από τον τηλεπικοινωνιακό φορέα. Η πραγματοποίηση συναλλαγών όπως κρατήσεις ξενοδοχείων, εισιτηρίων, αγορές προϊόντων γίνονται με χρήση κινητού τηλεφώνου ή άλλης συσκευής.

## 2.5 Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Το ηλεκτρονικό εμπόριο αλλάζει ριζικά την παραδοσιακή θεώρηση της δοσοληψίας και γι' αυτό το λόγο, παρουσιάζει σημαντικά οφέλη σε ότι αφορά τόσο στους καταναλωτές όσο και τις επιχειρήσεις που το υιοθετούν. Πιο συγκεκριμένα μπορούμε να διακρίνουμε πλεονεκτήματα για τις εξής τρεις κατηγορίες που συμμετέχουν στο ηλεκτρονικό εμπόριο (*Πασχόπουλος&Σκαλτσάς, 2001; Ζέρβα, 2000*):

### **A. Καταναλωτές**

- Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο δίνει τη δυνατότητα στον καταναλωτή να διενεργεί αγορές και άλλες συναλλαγές σε εικοσιτετράωρη βάση, όπου κι αν βρίσκεται.
- Προσφέρει τη δυνατότητα επιλογής από περισσότερους προμηθευτές και για περισσότερα προϊόντα.

- Επιτρέπει την επαφή με άλλους καταναλωτές μέσα από τις λεγόμενες ηλεκτρονικές κοινότητες (electronic communities), με σκοπό την ανταλλαγή ιδεών και εμπειριών.
- Διευκολύνει τον ανταγωνισμό, με αποτέλεσμα τη σημαντική μείωση των τιμών.
- Εξοικονομείται ο χρόνος που πιθανόν να σπαταλούταν σε αναμονή για εξυπηρέτηση αλλά και εμπλοκή με γραφειοκρατικές διαδικασίες.
- Δεν υπάρχουν γεωγραφικοί φραγμοί στις αγορές.
- Εξατομίκευση των πληροφοριών και των περιεχομένων του καταστήματος με βάση τις προτιμήσεις και τις ιδιαιτερότητες του πελάτη.
- Η νομοθεσία για την προστασία του Καταναλωτή, όταν πρόκειται για αγορές από απόσταση, όπως είναι οι ηλεκτρονικές αγορές διασφαλίζει τα δικαιώματά τους.

## **B. Προμηθευτές**

- Αύξηση του όγκου των πωλήσεων.
- Μείωση του λειτουργικού κόστους.
- Βελτιστοποίηση των διαδικασιών προγραμματισμού.
- Ελαχιστοποίηση του επιχειρηματικού κινδύνου.
- Διεύρυνση της πελατειακής βάσης.
- Διευκόλυνση στην εκποίηση των προϊόντων - Καλύτερη διαχείριση αποθέματος.
- Ομαδοποίηση παραγγελιών, που μεταφράζεται σε μείωση του διαχειριστικού κόστους.
- Προώθηση νέων προϊόντων.
- Δυνατότητα παραγγελιοληψίας μέσω Διαδικτύου.
- Ενημέρωση σχετικά με νέες αγορές.
- Παρακολούθηση ανταγωνισμού.
- Παρακολούθηση της πορείας των αλλαγών στην αλυσίδα αξίας του ίδιου κλάδου μέσω της εξέλιξης των ηλεκτρονικών αγορών.

## **Γ. Επιχειρήσεις**

- Βελτίωση της λειτουργίας των επιχειρήσεων
- Πρόσβαση σε νέες αγορές
- Ταχύτερη παράδοση προϊόντων
- Καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών
- Άμεση ικανοποίηση του πελάτη

- Μείωση κόστους και χρόνου συναλλαγών
- Εύρεση καλύτερων τιμών των προϊόντων
- Εύρεση νέων προμηθευτών ή αγοραστών
- Παρακολούθηση των τάσεων της αγοράς
- Ενίσχυση - προώθηση της δημόσιας εικόνας της επιχείρησης
- Αυξημένη αγοραστική παραγωγικότητα
- Μετασχηματισμός των επιχειρήσεων
- Εκμάθηση της νέας τεχνολογίας
- Αλλαγή προτύπων
- Νέα λειτουργικά μοντέλα
- Καλύτερη διαχείριση των πληροφοριών
- Καλύτερος έλεγχος αποθεμάτων

Εκτός όμως από πλεονεκτήματα το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει και κάποια βασικά μειονεκτήματα (Λουκίδης κ.α.,2000;Συρμακέσης κ.α.,2006):

- Η προετοιμασία μιας επιχείρησης για την υιοθέτηση του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι χρονοβόρα και δύσκολη. Η αντίσταση προς το ηλεκτρονικό εμπόριο συχνά είναι μια ένδειξη για τους πόρους που είναι αναγκαίο να επενδυθούν. Η μετατροπή σε ηλεκτρονική μορφή των υπάρχοντων εντύπων και διαδικασιών μπορεί να αποτελέσει ένα σημαντικό φραγμό για την υιοθέτηση του ηλεκτρονικού εμπορίου.
- Έλλειψη ικανοποιητικής ασφάλειας, αξιοπιστίας, προτύπων, και πρωτοκόλλων επικοινωνίας των συστημάτων στο διαδίκτυο που συνεπάγεται με έλλειψη εμπιστοσύνης του πελάτη ως μέσω πληρωμής.
- Η ανάγκη για ειδικούς και ισχυρούς εξυπηρετητές διαδικτύου που θα υποστηρίζουν την παράλληλη εξυπηρέτηση μεγάλου αριθμού πελατών.
- Η εκθετική αύξηση της ποσότητας των πληροφοριών που είναι διαθέσιμες μέσα από την ψηφιακή υποδομή, κάνει διαρκώς δυσκολότερο τον διαχωρισμό και την ανεύρεση συγκεκριμένων πληροφοριών. Οι χρήστες επιθυμούν να μπορούν να βρουν πληροφορίες με την ελάχιστη δυνατή προσπάθεια, αλλά συχνά δεν διαθέτουν τα εργαλεία και τις γνώσεις που απαιτούνται για μια αποτελεσματική αναζήτηση.
- Πολλές επιχειρήσεις εμφανίζονται αρνητικές ή διστακτικές όταν εξετάζουν τις δυνατότητες επέκτασής τους, και λαμβάνουν υπόψη μόνο το άμεσο κόστος και τα άμεσα πλεονεκτήματα-αποτυγχάνοντας να δουν τα μακροπρόθεσμα οφέλη. Το κόστος της απαιτούμενης επένδυσης είναι γενικά ευδιάκριτο, αλλά τα πλεονεκτήματα μπορεί να απαιτούν ένα πιο μακροπρόθεσμο ορίζοντα. Έτσι είναι δυσκολότερο να εκτιμηθούν, και κατά συνέπεια είναι δύσκολο να δικαιολογηθεί η αρχική επένδυση.

- Πολλές χώρες, όπως και η Ελλάδα, δεν έχει προλάβει να θέσει νομοθετικό πλαίσιο που να καλύπτει τις συναλλαγές μέσα από το Διαδίκτυο. Επίσης σε κάθε χώρα υπάρχει διαφορετική νομοθεσία που διέπει τις εμπορικές συναλλαγές με αποτέλεσμα να είναι αναγκαίες οι διακρατικές συμφωνίες για την διενέργεια διεθνών αγοροπωλησιών μέσω του Διαδικτύου, μιας και αυτό ξεπερνάει τα φυσικά σύνορα.

Πολλά άτομα είναι πρόθυμα να παρέχουν προσωπικές πληροφορίες, προκειμένου να έχουν εξατομικευμένες υπηρεσίες. Ωστόσο, με όλες τις σύγχρονες τεχνολογίες και τις εφαρμογές λογισμικού από την μια πλευρά και την έλλειψη τεχνολογικής ειδίκευσης και γνώσεων από την άλλη, η λεπτή γραμμή των προσωπικών δεδομένων μπορεί να καταπατηθεί.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ

#### 3.1 Από τις Παραδοσιακές στις Ηλεκτρονικές Συναλλαγές

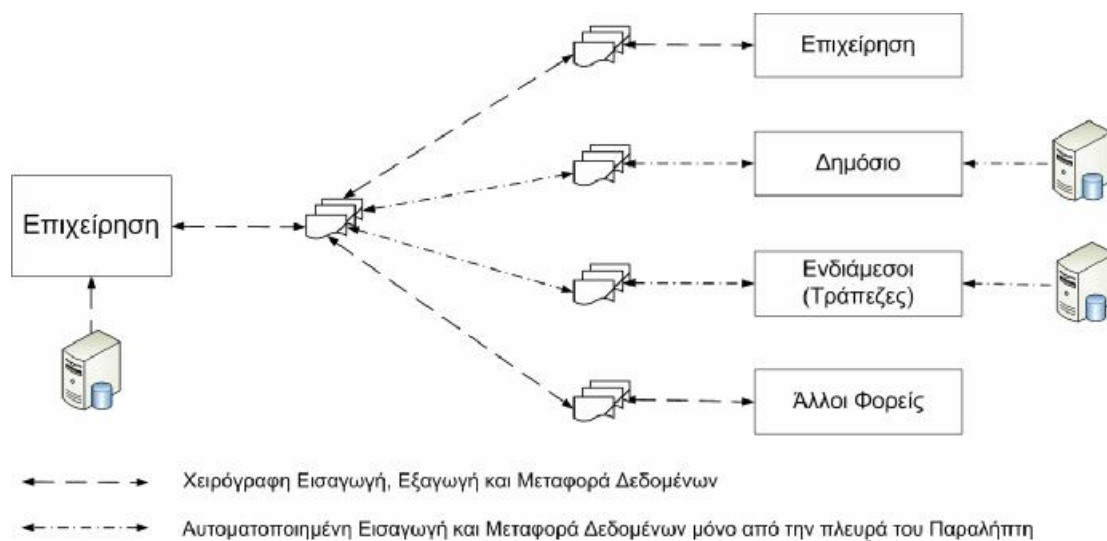
Κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών έχει παρατηρηθεί σημαντική τεχνολογική πρόοδος στον τομέα του **ηλεκτρονικού επιχειρείν (e-Business)** τόσο σε Διεθνές όσο και σε Ευρωπαϊκό επίπεδο. Παρά το γεγονός της τεχνολογικής προόδου, η διείσδυση των τεχνολογιών στο επιχειρηματικό περιβάλλον παραμένει σχετικά περιορισμένη, ιδιαίτερα μάλιστα σε χώρες ή αγορές όπως αυτές των Νέων Κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής ένωσης όπου η πλειοψηφία των επιχειρήσεων είναι μικρές ή μικρομεσαίες. Παράλληλα, μέχρι σήμερα οι προσπάθειες ανάπτυξης και υιοθέτησης των τεχνολογιών e-Business κατευθύνονται κυρίως στον τελικό καταναλωτή (λύσεις Business-to-Consumer / B2C) και σποραδικά μόνο περιλαμβάνουν την πραγματική διασύνδεση ανάμεσα σε εφαρμογές (Application-to-Application / A2A), τομέα που πραγματικά θα αποτελούσε ένα βήμα μπροστά στην ταχύτητα, ακρίβεια, ασφάλεια και τελική υιοθέτηση του ηλεκτρονικού επιχειρείν.

Το σύνολο των επιχειρήσεων συναλλάσσονται καθημερινά ή σε τακτική βάση με ένα πλήθος εξωτερικών φορέων ή προσώπων, τα οποία περιλαμβάνουν (*Χαραλαμπίδης κ..α.,2005*):

- 1) Άλλες Επιχειρήσεις, είτε σε ρόλο προμηθευτή είτε σε ρόλο πελάτη.
- 2) Υπηρεσίες του Δημοσίου και ευρύτερου Δημόσιου Τομέα..
- 3) Ένα σύνολο Ενδιάμεσων Φορέων όπως Τραπεζικά ιδρύματα από όπου πραγματοποιείται σταδιακά όλο και μεγαλύτερο μέρος πληρωμών και εισπράξεων προς επιχειρήσεις ή δημόσιους φορείς.
- 4) Άλλες επιχειρήσεις ή ανεξάρτητους επαγγελματίες σε διάφορους υποστηρικτικούς ρόλους (π.χ. λογιστές) καθώς και το τελικό αγοραστικό κοινό/καταναλωτές

Σε όλες τις παραπάνω περιπτώσεις η πλειοψηφία των συναλλαγών διενεργείται με τον «κλασικό» τρόπο – χειρόγραφο ή μηχανογραφική έκδοση δελτίων, αποστολή δελτίων μέσω ταχυδρομείου ή τηλεομοιοτυπίας, επανα-εισαγωγή των στοιχείων των δελτίων στο σύστημα του παραλήπτη, αρχειοθέτηση των χειρόγραφων ή εκτυπωμένων δελτίων, συνεχείς έλεγχοι και προσπάθειες συμφωνίας ανάμεσα στα συστήματα των εμπλεκόμενων φορέων, κλπ. Αυτή η

μικρή διείσδυση του διαδικτύου και όλων των σχετικών τεχνολογιών του ηλεκτρονικού επιχειρείν στις δια-επιχειρησιακές διαδικασίες δεν ενθαρρύνει τις επιχειρήσεις να χρησιμοποιήσουν το νέο μέσο, ακόμη και για τις B2C δοσοληψίες τους, ενώ ακόμη και σε περιπτώσεις που έχει εφαρμοστεί κάποιας μορφής ηλεκτρονική διασύνδεση η διασύνδεση αυτή είναι αυτοματοποιημένη μόνο από την πλευρά του παραλήπτη (κυρίως δημόσιες υπηρεσίες) – καθώς οι επιχειρήσεις/χρήστες είναι υποχρεωμένες να εξακολουθούν εισάγουν χειροκίνητα τα διάφορα στοιχεία σε κατάλληλες σελίδες στο διαδίκτυο.



Εικόνα 3.1. Τρόπος διεξαγωγής συναλλαγών<sup>5</sup>

Η διεθνοποίηση των επιχειρήσεων και γενικά το περιβάλλον της επιχειρηματικής επέβαλαν την αλλαγή στη διεξαγωγή των συναλλαγών. Μέσω των νέων τεχνολογιών δημιουργείται ένας ενιαίος οικονομικός χώρος, ο οποίος στηρίζεται όχι μόνο στην αλληλοσύνδεση των εθνικών οικονομιών των κρατών που αποτελούν μέρος της παγκόσμιας οικονομικής αλυσίδας, αλλά ταυτόχρονα δημιουργούνται ισχυροί δεσμοί οικονομικής αλληλεξάρτησης. Η χαρακτηριστική δύναμη και δυναμική των παγκόσμιων χρηματιστηριακών αγορών και του διεθνούς εμπορίου, ενδυναμώνεται σημαντικά με τη δυνατότητα λήψης, επεξεργασίας και μεταβίβασης της οικονομικής πληροφορίας στον ελάχιστο δυνατό ή και σε πραγματικό χρόνο με τη χρήση των νέων τεχνολογιών (*Krugman, 2000*). Οι διεθνείς οικονομικοί οργανισμοί, προκειμένου να καθορίσουν ένα πλαίσιο για την ομαλοποίηση των εμπορικών και οικονομικών σχέσεων ανάμεσα στα κράτη, προωθούν τη χρήση των νέων τεχνολογιών από τα κράτη και τις επιχειρήσεις, με σκοπό τη μείωση του κόστους επικοινωνίας και την ανάπτυξη των κρατών και των επιχειρήσεων,

<sup>5</sup> 9ο Πανελλήνιο Συνέδριο Logistics, Θεσσαλονίκη, 25-26 Νοεμβρίου 2005



αλλά και την καλύτερη διαχείριση των πολυπληθών οικονομικών πληροφοριών ανάμεσα στα εμπορικά οικονομικά κέντρα και τις χρηματαγορές.

Με την ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών μειώθηκε το κόστος συναλλαγών και αυξήθηκε η ταχύτητα διεκπεραίωσης των διεθνών χρηματοπιστωτικών συναλλαγών, με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν οι συνθήκες για την εμφάνιση τεράστιων παγκόσμιων αγορών στενά συνδεδεμένων η μία με την άλλη. Οι παραγγελίες παραγωγής προϊόντων, οι οικονομικές συναλλαγές με προμηθευτές και πελάτες των θυγατρικών πολυεθνικών εταιριών που εδρεύουν σε άλλη ήπειρο γίνονται μέσω της χρήσης του διαδικτύου. Οι πολυεθνικές εταιρίες μέσω των ΤΠΕ μπορούν και έχουν τη δυναμική της 24ωρης επικοινωνίας με τις θυγατρικές, τους προμηθευτές, τους πελάτες και το σύστημα αγορών, με αποτέλεσμα να διενεργούν εμπόριο σε παγκόσμια κλίμακα. Η χρήση των πληροφοριακών συστημάτων και επικοινωνίας μπορεί να αποφέρει αποτελεσματική και κερδοφόρα συμμετοχή στις διεθνείς αγορές. Η χρήση των νέων τεχνολογιών στις διεθνείς οικονομικές διαδικασίες αποτελεί το κλειδί πρόσβασης σε οικονομικές πληροφορίες και εξελίξεις, γεγονός που αποκτά βαρύνουσα σημασία για την αποτελεσματική οργάνωση των παραγωγικών διαδικασιών και την πρόσβαση σε παγκόσμιες αγορές σε παγκόσμιο επίπεδο (Soete,2003).

Στα πλαίσια της παγκοσμιοποίησης και της χρήσης των νέων τεχνολογιών η διακίνηση κεφαλαίων μέσα από τις παγκόσμιες ηλεκτρονικές αγορές έχει ως αποτέλεσμα όχι μόνο τη μείωση του χρόνου και του κόστους μεταφοράς τεραστίων κεφαλαίων, αλλά και την ουσιαστική-ψηφιακή ενοποίηση των παγκόσμιων αγορών. Η μεταφορά των χρημάτων από χώρα σε χώρα συνεχίζεται αδιάκοπα 24 ώρες το εικοσιτετράωρο, δημιουργώντας έτσι μια ενιαία αγορά ανάμεσα στις επιχειρήσεις, επηρεάζοντας παράλληλα τις οικονομίες των κρατών.

### **3.2 Ηλεκτρονικές B2B Αγορές**

Το B2B υποδηλώνει ότι αγοραστές και πελάτες είναι επιχειρήσεις. Οι B2B αγορές είναι τόποι ηλεκτρονικής συνάθροισης των πωλητών-επιχειρήσεων και των αγοραστών-επιχειρήσεων, στους οποίους μπορούν να δημοσιευτούν ανακοινώσεις σχετικά με προσφορές, ζήτηση και πλειστηριασμούς αγαθών και υπηρεσιών. Λειτουργούν με βάση το μοντέλο Business- to -Business ή Business-to- Government Περιλαμβάνουν τουλάχιστον μια εμπορική λειτουργία και οι επιχειρήσεις – πελάτες που συνεργάζονται μεταξύ τους έχουν

πρόσβαση μέσω ειδικού κωδικού, γεγονός που επιτρέπει τη δημοσίευση καταλόγων και τιμοκαταλόγων, ειδικών προσφορών σε ηλεκτρονική μορφή αλλά και τη διαμόρφωση παροχής υπηρεσιών και προϊόντων ανά συνεργάτη.

Οι B2B Ηλεκτρονικές Αγορές μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε κλάδους με βάση κάποια κριτήρια:

### **1. Με βάση το κλάδο δραστηριότητας τους σε κάθετες και οριζόντιες.**

Οι **Κάθετες Ηλεκτρονικές Αγορές** δραστηριοποιούνται σε κλάδους που είναι εξειδικευμένοι πάνω σε ένα συγκεκριμένο αντικείμενο- εργασία όπως για παράδειγμα η κατασκευή υπολογιστών. Οι **Οριζόντιες Ηλεκτρονικές Αγορές** δραστηριοποιούνται σε κλάδους που έχουν να κάνουν με πιο γενικευμένης χρήσης αντικείμενα αφού σε αυτούς συμμετέχουν επιχειρήσεις από όλους τους κλάδους.

### **2. Με βάση το καθεστώς ιδιοκτησίας ή διαχείρισης.**

**Ανεξάρτητες.** Είναι ηλεκτρονικές αγορές που δημιουργούνται και ανήκουν σε μια ανεξάρτητη οντότητα που δεν είναι ούτε αγοραστής ούτε πωλητής. Συνήθως, η οντότητα αυτή είναι κάποιος πάροχος τεχνολογικών εφαρμογών, ο οποίος παρέχει στους συμμετέχοντες ηλεκτρονικές υπηρεσίες αγοραπωλησιών και προστιθέμενης αξίας. Οι ανεξάρτητες αγορές μπορεί να είναι κάθετες ή οριζόντιες και αποτελούν την πλειοψηφία των ηλεκτρονικών αγορών.

**Κοινοπραξίες.** Είναι οντότητες που έχουν δημιουργηθεί από μεγάλες εταιρίες αγοραστών και πωλητών για την εξυπηρέτηση των αναγκών τους.

**Εταιρικές.** Είναι ηλεκτρονικές αγορές που δημιουργεί μια εταιρία με σκοπό την αποπεράτωση των ηλεκτρονικών συναλλαγών της με τους πελάτες-προμηθευτές.

### **3. Με βάση την ευκολία εισόδου των συμμετεχόντων σε δημόσιες ή ιδιωτικές**

Οι **δημόσιες ηλεκτρονικές αγορές**, είναι προσβάσιμες προς όλες τις επιχειρήσεις ενώ οι **ιδιωτικές ηλεκτρονικές αγορές** είναι μόνο για κλειστές ομάδες επιχειρήσεων. Όλες οι ανεξάρτητες ηλεκτρονικές αγορές είναι δημόσιες

ενώ οι κοινοπραξίες και οι εταιρικές αποτελούν ιδιωτικές ηλεκτρονικές αγορές (*Κουργιαντάκης, 2005*).

Οι **Kaplan και Sawhney (2000)** ανέπτυξαν ίσως το πιο εξεζητημένο μοντέλο για κατηγοριοποίηση των ηλεκτρονικών αγορών, το οποίο εστιάζει στις πτυχές των προμηθευτικών ιδιοτήτων των αγορών. Στο μοντέλο αυτό οι αγορές μεταξύ των επιχειρήσεων διαφοροποιούνται αρχικά σε βιομηχανικές και λειτουργικές και στην συνέχεια διαφοροποιείται και η μέθοδος των αγορών σε αγορές σημείου και συστηματικές αγορές.

1. Οι ηλεκτρονικές αγορές τύπου **Market Research Organization**, είναι οριζόντιες ηλεκτρονικές αγορές που αφορούν συστηματικές αγορές και καλύπτουν ανάγκες των επιχειρήσεων για λειτουργικά προϊόντα. Μερικά χαρακτηριστικά αυτών των αγορών είναι η μεγάλη ποικιλία σε μικρής αξίας προϊόντα, ο μεγάλος αριθμός συναλλαγών και ο μεγάλος αριθμός προμηθευτών.
2. Οι ηλεκτρονικές αγορές των διευθυντών παραγωγής, συνήθως χρησιμοποιούν το μηχανισμό των δημοπρασιών για την αγορά λειτουργικών προϊόντων/ υπηρεσιών όπως η διαφήμιση και οι υπηρεσίες εύρεσης εργασίας.
3. Οι αγορές ανταλλαγής προϊόντων, χρησιμοποιούνται συνήθως για αγορές σημείου βιομηχανικών προϊόντων, τα οποία είναι εύκολα στην περιγραφή, όπως πρώτες ύλες, χαρτί αγροτικά προϊόντα.
4. Οι ηλεκτρονικές αγορές καταλόγου είναι κάθετες αγορές που περιλαμβάνουν προμηθευτές σε μια συγκεκριμένη βιομηχανία και χρησιμοποιούνται για την προμήθεια βιομηχανικών προϊόντων και είναι το κοντινότερο είδος στην έννοια τη παραδοσιακής εφοδιαστικής αλυσίδας.

Τα μοντέλα των B2B Ηλεκτρονικών αγορών που είναι κοινώς αποδεκτά και τα συναντάμε στη βιβλιογραφία είναι τρία. Το μοντέλο του **Προμηθευτή**, το μοντέλο του **Αγοραστή** και το μοντέλο του **Ενδιάμεσου** (*Κουργιαντάκης, 2007*).

Στο μοντέλο του Προμηθευτή ο χώρος είναι επικεντρωμένος στον προμηθευτή και ανήκει κυρίως σε κατασκευαστές που διευθύνουν ηλεκτρονικά καταστήματα. Οι καταναλωτές και οι επιχειρήσεις – αγοραστές έχουν τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν τον ίδιο χώρο αγοράς. Το μοντέλο αυτό δεν είναι ιδιαίτερα εύχρηστο για τους μεγάλους πελάτες της επιχείρησης, διότι οι πληροφορίες των παραγγελιών αποθηκεύονται στους Server των προμηθευτών και όχι των αγοραστών με αποτέλεσμα να μην ολοκληρώνεται σωστά η διαδικασία της παραγγελίας με βάση τα Εταιρικά Πληροφοριακά Συστήματα των αγοραστών. Για το λόγο αυτό είναι απαραίτητο να υπάρχει ένα καλάθι παραγγελιών για κάθε αγοραστή έτσι ώστε να αποθηκεύονται οι πληροφορίες στο Server των αγοραστών με τη βοήθεια των Εταιρικών Πληροφοριακών Συστημάτων τους. Επιπλέον, είναι ιδιαίτερα χρήσιμο αυτό το μέτρο επειδή διευκολύνει τους αγοραστές όταν επισκέπτονται άλλες δικτυακές αγορές για σύγκριση προϊόντων. Άλλη μια εφαρμογή που ανήκει στο μοντέλο του Προμηθευτή είναι οι **Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες**. Σε αυτές δημοπρατούνται συνήθως προϊόντα τα οποία έχουν επιστραφεί, προϊόντα που είναι σε μεγάλες ποσότητες στην αποθήκη, προϊόντα που χρήζουν επεξεργασίας εκσυγχρονισμού. Σε αυτή την εφαρμογή λαμβάνουν μέρος μόνο εγγεγραμμένοι πελάτες χονδρικής πώλησης, όπου αφού έχουν ήδη εγγραφεί, κάνουν τις παραγγελίες μέσα από τους καταλόγους προϊόντων. Η αξία των προϊόντων έχει ειδικά τιμολογηθεί για τον κάθε πελάτη, ανάλογα με τις ποσότητες που έχει παραγγείλει και από τα έσοδα που αποφέρει η επιχείρηση.



**ΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ( B2B )**

ΣΤΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΣΤΙΣ	ΠΩΣ ΘΑ ΞΕΚΙΝΗΣΕΙ ΜΙΑ ΝΕΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΑΖΙ ΣΑΣ	ΤΙ ΚΑΝΟΥΜΕ ΓΙΑ ΕΣΑΣ
<p>Τεχνική εξυπηρέτηση από <b>150</b> τεχνικούς</p> <p><b>Προσωπική εξυπηρέτηση</b> επιχειρήσεων από 200 συνεργάτες</p> <p><b>Τηλεφωνική εξυπηρέτηση</b> με 12.000 κλήσεις ημερησίως</p> <p><b>Μηχανογράφηση</b> από <b>60 servers</b> μεγέθους 10 Terabyte</p> <p><b>23 καταστήματα</b> Πανελλαδικά</p> <p><b>80 εκδόσεις</b> καταλόγων εταιριών</p> <p>Το ηλεκτρονικό κατάστημα <a href="http://www.plaisio.gr">www.plaisio.gr</a> με 70.000 επισκέπτες ημερησίως</p>	<p><b>Τηλεφωνήστε</b> στα 210-2895504 και ζητήστε το τμήμα εξυπηρέτησης επιχειρήσεων (B2B)</p> <p>Ο υπεύθυνος του τμήματος εξυπηρέτησης επιχειρήσεων θα <b>καταγράψει</b> τις ανάγκες σας</p> <p>Αφού καταγράψει τις ανάγκες σας θα σας <b>προσυτάξει</b> τον προσωπικό σας συνεργάτη</p> <p>Ο νέος σας συνεργάτης θα <b>διερευνήσει</b> τις ανάγκες σας σε βάθος και θα βρει τις καλύτερες λύσεις για εσάς</p> <p>Θα <b>προετοιμάσει</b> τους προσωπικούς σας όρους συνεργασίας και θα σας τους <b>προσυτάξει</b></p>	<p>Σας <b>συνδέουμε</b> με τον ειδικό συνεργάτη μου σε κάθε τμήμα της Πλαίσιο:</p> <p>Στο τμήμα <b>Υπολογιστών</b></p> <p>Στο τμήμα <b>Ψηφιακών</b></p> <p>Στο τμήμα <b>Τηλεφωνίας</b></p> <p>Στο τμήμα <b>Εξδών Γραφείου</b></p> <p>Στη <b>Τεχνική Εξυπηρέτηση</b></p> <p>Στην <b>Εξυπηρέτηση Πελατών</b></p> <p>Σας <b>προσφέρουμε</b> τους ανταγωνιστικότερους όρους συνεργασίας μας, μεσι ειδικών Συμφωνιών</p> <p>Σας <b>ενημερώνουμε</b> με τους ειδικούς καταλόγους για επιχειρήσεις</p> <p><b>Φροντίζουμε</b> να διασφαριστεί σωστά η παραγγελία σας και να σας <b>ενημερώσουμε</b> για το στάδιο στο οποίο βρίσκεται.</p> <p><b>Προμηθευτούμε</b> στατιστική ανάλυση των αγορών σας και σας <b>αποστέλλουμε</b> αναλυτικό στέρεο αυτών.</p>

Εικόνα 3.2. B2B κατάστημα της εταιρίας Πλαίσιο

The screenshot shows the B2B website for Plaisio. At the top left is the logo 'πλαίσιο business' with the tagline 'the best customer approach'. A red navigation bar contains four links: 'Σχετικά με το plaisiob2b.gr', 'Γίνετε μέλος', 'Πλεονεκτήματα', and 'Εσχάστε τον κωδικό σας?'. The main content area features a heading 'Καλώς ήρθατε στο plaisiob2b.gr Το μεγαλύτερο ηλεκτρονικό κατάστημα για επιχειρήσεις'. Below this is a detailed introductory text about Plaisio's B2B services, including a list of services under 'Προσωποποιημένη εξυπηρέτηση'. To the right is a login form with fields for 'Όνομα χρήστη' and 'Κωδικός πρόσβασης', and a red 'Είσοδος' button with a play icon.

**πλαίσιο business** the best customer approach

Σχετικά με το plaisiob2b.gr    Γίνετε μέλος    Πλεονεκτήματα    Εσχάστε τον κωδικό σας?

### Καλώς ήρθατε στο plaisiob2b.gr Το μεγαλύτερο ηλεκτρονικό κατάστημα για επιχειρήσεις

Το Πλαίσιο αποτελεί την μεγαλύτερη B2B εταιρεία στην Ελλάδα και την μεγαλύτερη σε πωλήσεις εταιρεία στον χώρο της Πληροφορικής και Ειδών Γραφείου στην ελληνική αγορά. Βρίσκεται ανάμεσα στους 150 μεγαλύτερους συναρμολογητές Η/Υ, και ανάμεσα στους 100 σημαντικότερους προμηθευτές ειδών γραφείου στην Ευρώπη. Παράλληλα, για 9 συνεχόμενες χρονιές (1999-2007) βρίσκεται στη λίστα με τις 500 ταχύτερα αναπτυσσόμενες εταιρείες της Ευρώπης. Επί 4 σχεδόν δεκαετίες διαμορφώνουμε το τοπίο και τις τάσεις της ελληνικής αγοράς στις νέες τεχνολογίες, και ταυτιζόμαστε με ό,τι πιο σύγχρονο και λειτουργικό κυκλοφορεί.

**Business (not) as usual**

Στο Πλαίσιο έχουμε δημιουργήσει ένα εξειδικευμένο Τμήμα Εξυπηρέτησης Επιχειρήσεων που προσφέρει ένα μοναδικό πακέτο υπηρεσιών, είτε μέσω τηλεφώνου στο πιο πρωτοποριακό Call Center της αγοράς, είτε ως σύμβουλοι που επισκέπτονται τις μεγαλύτερες εταιρείες. Με δυναμικό 200 εξειδικευμένων συνεργατών και τα πιο σύγχρονα πληροφοριακά συστήματα, εξυπηρετούμε σήμερα πάνω από 180.000 επιχειρήσεις καλύπτοντας ολοκληρωμένα τις ανάγκες τους από αγορά εξοπλισμού και αναλωσίμων μέχρι υπηρεσίες εγκατάστασης και τεχνικής υποστήριξης.

**Προσωποποιημένη εξυπηρέτηση**

Στο Πλαίσιο έχουμε διαθέσει μία συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων που θα είναι δίπλα σας όταν τους χρειαστείτε. Κάθε επιχείρηση υποστηρίζεται από 2 τουλάχιστον ειδικούς συνεργάτες: έναν συνεργάτη πωλήσεων και έναν τεχνικό σύμβουλο που ασχολούνται εξειδικευμένα και υπεύθυνα με τις ανάγκες σας, για πιο άμεση και αποτελεσματική εξυπηρέτηση.

**Το Πλαίσιο B2B εν συντομία...**

- 180.000 πελάτες-επιχειρήσεις
- 15 Account Managers
- 40 τεχνικοί
- 200 τηλεφωνητές
- 10.000 κλήσεις / ημέρα
- 2.500 παραγγελίες / ημέρα
- € 180 εκ. τζίρος

Όνομα χρήστη

Κωδικός πρόσβασης

**Είσοδος** ▶

Εικόνα 3.3. <http://www.plaisiob2b.gr>

Το μοντέλο του Αγοραστή εφαρμόζεται κυρίως από εταιρίες που έχουν μεγάλο όγκο παραγγελιών. Επειδή η αναζήτηση ηλεκτρονικών καταστημάτων και προμηθευτών για τη σύγκριση προϊόντων και τιμών είναι δαπανηρή και δύσκολη, σε αυτό το χώρο αγοράς, κάθε επιχείρηση-αγοραστής ανοίγει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα όπου προσπαθεί να εντοπίσει και να προσελκύσει υποψήφιους προμηθευτές που να προσφέρουν πολύ καλές τιμές. Επιπλέον, εφαρμόζεται κυρίως όταν υπάρχει ανάγκη για προμήθεια αγαθών και υπηρεσιών και δεν υπάρχει ανάλογο συμβόλαιο ή το συμβόλαιο αυτό δεν ανταποκρίνεται σε ικανοποιητικό βαθμό στις ανάγκες του αγοραστή. Για το λόγο αυτό, οι προμηθευτές προσπαθούν να προσαρμόσουν τα προϊόντα τους στις ανάγκες του αγοραστή.

Το τρίτο μοντέλο είναι αυτό του Ενδιάμεσου. Το μοντέλο αυτό λειτουργεί σαν “μεσάζοντας” μεταξύ του πωλητή και του αγοραστή ανεξάρτητα με το αν έχει σχέση ή όχι με την αγορά την οποία πραγματοποιεί. Ο ρόλος του είναι να δημιουργήσει ένα δικτυακό τόπο στον οποίο θα συναντούνται οι επιχειρήσεις – αγοραστές και πωλητές. Η χρηματική αμοιβή ενός ενδιάμεσου μπορεί να προέλθει είτε από ένα ποσοστό επί της τελικής τιμής της συναλλαγής που

πραγματοποιείται στο χώρο αγοράς, είτε από ποσά εγγραφής, είτε από κάποια μηνιαία ή ετήσια συνδρομή για χρήση των υπηρεσιών του.

### 3.3 Συναλλαγές στις B2B Αγορές

Για να μπορέσουμε να χαρακτηρίσουμε ένα δικτυακό τόπο Ηλεκτρονική αγορά θα πρέπει να περιλαμβάνει κάποια στοιχεία που θα του δώσουν τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει Εμπορικές Συναλλαγές. Τα στοιχεία αυτά είναι:

**1. Δημοπρασίες:** Είναι η δημόσια διαδικασία κατά την οποία πωλείται σε χαμηλή τιμή ένα προϊόν ή ανατίθεται η εκτέλεση ενός έργου σε όποιον κάνει την καλύτερη χρηματική προσφορά.

**2. Αντίστροφες Δημοπρασίες:** Σε μια αντίστροφη δημοπρασία ζητείται να αγοραστεί ένα ή περισσότερα αγαθά. Οι πωλητές προσπαθούν να δελεάσουν τους αγοραστές προσφέροντας τα προϊόντα στις πιο χαμηλές τιμές. Ο αγοραστής με τη σειρά του είναι αυτός που θα επιλέξει αν θα το αγοράσει και από ποιόν, χωρίς όμως να δεσμεύεται να το αγοράσει οπωσδήποτε ([www.ibid.gr](http://www.ibid.gr)).

**3. Δυναμική τιμολόγηση:** Είναι ο διαχωρισμός της τιμής σε επίπεδο μοναδικού κωδικού προϊόντος. Απευθύνεται στις πιέσεις της προσφοράς και της ζήτησης, και χρησιμοποιείται εδώ και αρκετά χρόνια από τις αεροπορικές εταιρίες, τα ξενοδοχεία αλλά χρησιμοποιείται επίσης και στην αυτοκινητοβιομηχανία, στην ηλεκτρονική βιομηχανία, στην προσωπική εξυπηρέτηση πελατών, στις τηλεπικοινωνίες και στις αγορές second- hand αγαθών.

**4. Ηλεκτρονική παρακολούθηση της ροής εργασιών:** Επιτυγχάνεται η παρακολούθηση ηλεκτρονικά όλων των εργασιών εκείνων που έχουν σχέση με τη συστηματική οργάνωση, το πλήθος των πληροφοριών ώστε να πραγματοποιηθεί σωστά μια εμπορική συναλλαγή μέσα σε ένα δικτυακό τόπο.

**5. Δημιουργία και διαχείριση καταλόγων:** Πρόκειται για μια απλή αντιγραφή των καταλόγων που αποτυπώνονται σε χαρτί. Οι κατάλογοι αυτοί περιλαμβάνουν την παρουσίαση των προϊόντων του καταστήματος καθώς και συμπληρωματικών προϊόντων και παρουσιάζουν αναβαθμισμένα προϊόντα.

**6. Κατάλογοι με δυνατότητα online παραγγελίας:** Κάθε κατάστημα που έχει και Ηλεκτρονική παρουσία στο Διαδίκτυο διαθέτει στην ιστοσελίδα του Ηλεκτρονικούς Καταλόγους. Κάθε κατάλογος παρέχει τη δυνατότητα online παραγγελιών, όπου η επιχείρηση-πελάτης μπορεί να αγοράσει υπηρεσίες και προϊόντα από άλλες επιχειρήσεις, δημιουργώντας ισχυρές διεπιχειρησιακές σχέσεις μεταξύ τους.

**7. Ανταλλαγή πληροφορίας σε διάφορους τομείς και αγαθά:** Μετά από κάθε αγορά ή πώληση κρίνεται απαραίτητη η επικοινωνία της επιχείρησης με τον πελάτη. Σε αυτό το πλαίσιο κάθε επιχείρηση θα πρέπει να γνωρίζει το βαθμό ικανοποίησης του πελάτη από το προϊόν που αγόρασε και να είναι σε θέση να λύσει κάθε είδους πρόβλημα που θα παρουσιαστεί. Αυτή η κίνηση μπορεί να θεωρηθεί στρατηγική καθώς είναι το καλύτερο όπλο κατά του ανταγωνισμού επειδή μπορεί να δημιουργηθεί μια οντότητα από πιστούς πελάτες.

Όσον αφορά στα συστήματα ηλεκτρονικών συναλλαγών, σε αυτά εντάσσεται κάθε μέθοδος που χρησιμοποιείται για να εξυπηρετήσει την πραγματοποίηση αγορών μέσω του Διαδικτύου. Ορίζοντας τις ηλεκτρονικές συναλλαγές με αυτό τον τρόπο, μπορούμε να συμπεριλάβουμε σε αυτές εκτός από τις αμιγώς ψηφιακές- και κάποιες παραδοσιακές μεθόδους. Έτσι, σύστημα ηλεκτρονικών συναλλαγών θεωρούνται όχι μόνο η χρήση πιστωτικών καρτών, το ψηφιακό χρήμα και οι ηλεκτρονικές επιταγές, αλλά και το έμβασμα, η αντικαταβολή, η μεταφορά χρημάτων σε λογαριασμό κ.ά.

Η ανάγκη για ευκολότερη και ταχύτερη εξέλιξη του χρήματος μεγάλωσε, με την εμφάνιση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Οι παραδοσιακοί τρόποι πληρωμής δεν ήταν αρκετοί για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Στην αγορά εμφανίστηκαν νέες μέθοδοι πληρωμής και διακίνησης χρημάτων. Η ηλεκτρονική μεταφορά χρημάτων είναι ένα ζήτημα που εξελίσσεται συνεχώς. Οι **πιστωτικές κάρτες** είναι η πιο γνωστή μέθοδος πληρωμής για αγορές μέσω Διαδικτύου, μέχρι σήμερα. Παρόλα αυτά, πολλοί χρήστες είναι ακόμα διστακτικοί σε τέτοιου είδους συναλλαγές. Αρκετά από τα συστήματα ηλεκτρονικής πληρωμής αποτελούνται από σύνθετα πακέτα λογισμικού που εφαρμόζονται για τις ψηφιακές συναλλαγές πραγματικού χρόνου. Οι πιο δημοφιλείς πιστωτικές κάρτες είναι οι Visa, Diner's Club, MasterCard και American Express. Για να ενεργοποιηθεί η διαδικασία υποδοχής πληρωμών μέσω πιστωτικής από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, θα πρέπει αρχικά να υπάρχει συνεργασία με κάποια από τις εταιρίες εκτέλεσης δικτυακών πληρωμών μέσω πιστωτικών καρτών όπως η Cybercash ή η PaymentNet κ.α. Οι εταιρίες αυτές παρέχουν το απαραίτητο λογισμικό το οποίο θα πρέπει να εγκατασταθεί στον secure server της επιχείρησης προκειμένου να πραγματοποιηθούν οι συναλλαγές. Μόλις ένας πελάτης πληκτρολογήσει τον αριθμό της πιστωτικής του κάρτας και τα υπόλοιπα στοιχεία που του ζητούνται και πατήσει το πλήκτρο επικύρωσης της συναλλαγής, ενεργοποιείται το λογισμικό της εταιρίας εκτέλεσης πληρωμών. Η διαδικασία είναι απόλυτα ασφαλής εφόσον πραγματοποιείται με ασφαλές (secure) πρωτόκολλο επικοινωνίας. Η διαδικασία ολοκληρώνεται όταν έρθει η επιβεβαίωση της συναλλαγής από την εταιρία πληρωμών. Με την ολοκλήρωση

της συναλλαγής κατατίθενται από την εταιρία πληρωμών τα χρήματα στο λογαριασμό της επιχείρησης (Αγγελής,2005)..

Οι **προπληρωμένες πιστωτικές κάρτες** αποτελούν ένα καινούργιο προϊόν των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, που αποσκοπεί στην ενθάρρυνση των οικονομικών συναλλαγών μέσω Διαδικτύου. Η φιλοσοφία των εν λόγω καρτών συνοψίζεται στο ότι ο χρήστης που θέλει να πραγματοποιήσει online αγορές προμηθεύεται από κάποιο τραπεζικό κατάστημα την κάρτα προκαταβάλλοντας την αξία της. Αγοράζει δηλαδή κάποιο ποσό, το οποίο και μπορεί να χρησιμοποιήσει για ηλεκτρονικές αγορές με την κάρτα, χωρίς την ύπαρξη τραπεζικού λογαριασμού (Αγγελής,2005).

Η λειτουργία των **ηλεκτρονικών πορτοφολιών (e-Wallets)** μοιάζει με αυτή ενός πραγματικού πορτοφολιού συγκρατώντας τις πιστωτικές πληροφορίες του ιδιοκτήτη, τη διεύθυνση επικοινωνίας, τους αριθμούς των πιστωτικών καρτών έτσι ώστε να χρησιμοποιούνται άμεσα στο ηλεκτρονικό κατάστημα της επιλογής του χρήστη. Όταν ένας καταναλωτής διαλέξει ένα αγαθό, η συναλλαγή πραγματοποιείται απευθείας με τη χρήση του ηλεκτρονικού πορτοφολιού.

Το **ψηφιακό χρήμα (Digital cash)** συγκεντρώνεται ηλεκτρονικά και χρησιμοποιείται για την εκτέλεση online συναλλαγών. Οι καταναλωτές αλλάζουν τα χρηματικά τους ποσά από κανονικούς λογαριασμούς σε ψηφιακά μετρητά. Το βασικότερο προτέρημα αυτού του είδους των συναλλαγών είναι ότι δεν είναι ανιχνεύσιμη η ταυτότητα του πελάτη, σε αντίθεση με τις πιστωτικές κάρτες. Ένας χρήστης μπορεί να κάνει ανάληψη ψηφιακού χρήματος από μια τράπεζα μεταφέροντας το ποσό αυτό στον ηλεκτρονικό του υπολογιστή. Το ψηφιακό χρήμα που παραχωρείται από την τράπεζα σημαδεύεται κατάλληλα για λόγους εγκυρότητας και ασφάλειας. Το ψηφιακό χρήμα χρησιμοποιείται συνήθως σε συνδυασμό με τα ηλεκτρονικά πορτοφόλια (**Πομπόρτσες & Τσουλφάς, 2002**).

Οι **ηλεκτρονικές επιταγές (e-checks)** είναι μια εξελισσόμενη τεχνολογία που έχει ως αντικείμενο τις ηλεκτρονικές εμπορικές συναλλαγές ανάμεσα σε επιχειρήσεις (Business-to-Business, B2B). Τα συστήματα που υποστηρίζουν τα e-Checks θα χρειαστεί να το συσχετίσουν με το υπάρχον λογιστικό πληροφοριακό τους σύστημα. Τα e-Checks χρησιμοποιούνται με πανομοιότυπο



τρόπο όπως μια επιταγή που έχει την παραδοσιακή χάρτινη μορφή. Ένα βασικό προτέρημα των e-Checks είναι ότι μπορούν να μεταφέρουν περισσότερα δεδομένα όπως είναι συμπληρωματικές οδηγίες πληρωμής, ημερομηνίες επιβεβαίωσης της παραγγελίας κ.α. (*Πομπόρτσας & Τσουλφάς, 2002*). Μια ηλεκτρονική επιταγή έχει όλα τα χαρακτηριστικά που διαθέτει μια έντυπη επιταγή και χρησιμοποιείται σαν ένα μήνυμα προς την τράπεζα του αποστολέα για τη μεταφορά κεφαλαίων από ένα λογαριασμό σε έναν άλλο. Σε αντιστοιχία, με την παραδοσιακή διαδικασία, η ηλεκτρονική επιταγή αποστέλλεται αρχικά στον αποδέκτη ο οποίος την υπογράφει και την προωθεί στην τράπεζα προκειμένου να λάβει το αντίστοιχο ποσό.

**Η κατάθεση χρημάτων σε λογαριασμό τρίτου, το έμβασμα και η μεταφορά επί πιστώσει σε λογαριασμό τρίτου μέσω της φυσικής ή ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking)** είναι από τις πιο γνωστές μεθόδους συναλλαγών. Για την ενσωμάτωση των τριών αυτών συναλλακτικών μεθόδων στη λειτουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος, αρκεί ο έμπορος να ενημερώσει τον πελάτη για τον αριθμό λογαριασμού όπου επιθυμεί να πιστωθούν ή να κατατεθούν τα χρήματα. Προκειμένου να εξυπηρετηθεί ο πελάτης, πρέπει να συμπληρώσει την ηλεκτρονική φόρμα και να καταθέσει (ή να μεταφέρει) τα χρήματα στο λογαριασμό που θα του υποδειχθεί. Για την ολοκλήρωση της παραγγελίας, χρειάζεται η τράπεζα του παρόχου να επιβεβαιώσει την κατάθεση των χρημάτων (*Hilman & Wong, 2000*).

**Η έξυπνη κάρτα (smart card)** είναι μια πλαστική κάρτα που έχει πάνω της ένα μικροτσίπ το οποίο έχει πληροφορίες όπως προσωπικά στοιχεία, οικονομικά στοιχεία, κλειδιά κρυπτογράφησης, αριθμούς πιστωτικών καρτών και άλλα, έχει την δυνατότητα αποθήκευσης πάνω από 100 φορές μεγαλύτερο όγκο στοιχείων από ότι μια πιστωτική κάρτα, προσφέροντας ταυτόχρονα μεγαλύτερη ασφάλεια. Παραδείγματος χάρη, σε μια απλή πιστωτική κάρτα είναι εμφανής ο αριθμός της. Σε μια έξυπνη κάρτα ζητείται απαραίτητα ένας κωδικός για το ξεκλείδωμα των κρυπτογραφημένων δεδομένων που περιέχονται και δεν εμφανίζεται κάποιος αριθμός, ούτε κάποια υπογραφή του κατόχου η οποία να μπορεί να παραποιηθεί από κάποιον (*Κράπης, 2007*).

Όσον αφορά στο **κινητό εμπόριο (M-commerce)**, είναι κάθε είδους ηλεκτρονικής συναλλαγής που περιλαμβάνει την αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών μέσω ασύρματων, φορητών συσκευών όπως είναι τα κινητά τηλέφωνα, τα PDA κ.α. **M-payment** ή Mobile-Payment, είναι μία πληρωμή που μπορεί να γίνει και από συσκευή κινητού τηλεφώνου ή από κάποιο PDA.

Το **PayPal** είναι μια επιχείρηση ηλεκτρονικού εμπορίου που επιτρέπει οι πληρωμές και η μεταφορά χρημάτων να γίνονται μέσω του διαδικτύου. Το PayPal χρησιμεύει ως ένα ηλεκτρονικό έγγραφο εναλλακτικό σε παραδοσιακές μεθόδους όπως οι έλεγχοι και οι χρηματικές εντολές. Ένας λογαριασμός PayPal μπορεί να χρηματοδοτηθεί με μια ηλεκτρονική χρέωση από τραπεζικό λογαριασμό ή μέσω πιστωτικής κάρτας. Ο αποδέκτης μιας μεταφοράς PayPal μπορεί είτε να ζητήσει έλεγχο από το PayPal, είτε εξακριβώνει μόνος του την κατάθεση στον δικό του λογαριασμό PayPal ή ζητάει μια μεταφορά στον τραπεζικό λογαριασμό του. Το PayPal είναι ένα παράδειγμα μιας μεσολαβητικής υπηρεσίας πληρωμής που διευκολύνει το παγκόσμιο ηλεκτρονικό εμπόριο. Το PayPal εκτελεί πληρωμές για online πωλητές, ιστότοπους δημοπρασιών και άλλους εμπορικούς χρήστες για τους οποίους χρεώνει κάποια τέλη.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ

#### 4.1 Σύγχρονος Λογιστής

Το άτομο το οποίο είναι υπεύθυνο για την καταγραφή και επεξεργασία των εμπορικών συναλλαγών, των οικονομικών μονάδων και που κοινοποιεί με συνοπτικές καταστάσεις τα αποτελέσματα των συναλλαγών στα ενδιαφερόμενα μέλη (δηλαδή στους φορείς της οικονομικής μονάδας, στους πελάτες στους πιστωτές, στο προσωπικό, στο κράτος κλπ), είναι φυσικά ο λογιστής. Το άτομο αυτό έχει έναν σημαντικό ρόλο στις επιχειρήσεις σήμερα και θα πρέπει να έχει κάποιες συγκεκριμένες γνώσεις προκειμένου να ανταποκριθεί στα καθήκοντά του.

Οι λογιστικές εργασίες έχουν πολύ μεγάλο πεδίο εργασιών και έχουν σαν σκοπό την ικανοποίηση των αναγκών της επιχείρησης και τελικά την επιρροή της μελλοντικής πορείας της. Οι λογιστές πρέπει να είναι σε θέση να παρέχουν τέτοιες εξειδικευμένες πληροφορίες για το σκοπό αυτό. Η τεχνολογία των υπολογιστών έχει αλλάξει ριζικά τον τρόπο με τον οποίο οι λογιστές σήμερα κάνουν τη δουλειά τους. Οι λογιστές ξοδεύουν πολύ χρόνο προκειμένου να συμβαδίσουν με τις εξελίξεις χρησιμοποιώντας εμπορικά πακέτα λογισμικού στους υπολογιστές τους (*Καραγιώργος&Πετρίδης,2006*).

Οι τομείς δραστηριότητας των λογιστών μπορούν να ομαδοποιηθούν σε έξι κατηγορίες:

- 1.Οικονομική λογιστική
- 2.Φορολογία εισοδήματος
- 3.Λογιστική κόστους
- 4.Διοικητική λογιστική
- 5.Ελεγκτική λογιστική και

## 6.Λογιστική που αφορά την ανάπτυξη συστημάτων.

Οι λογιστές σε όποιο τομέα δραστηριότητας και να ανήκουν έχουν πολύ μεγάλη σημασία για την πορεία της επιχείρησης ή του οργανισμού. Προκειμένου να διεκπεραιώσει με επιτυχία τα καθημερινά του καθήκοντα ένας λογιστής, θα πρέπει να γνωρίζει σε ικανοποιητικό βαθμό μεταξύ άλλων (*Γκίνογλου κ.ά.,2004*):

- 1.Την καταγραφή των λογιστικών γεγονότων που λαμβάνουν χώρα μέσα στην επιχείρηση
- 2.Τη σωστή τήρηση των λογιστικών βιβλίων και λοιπών λογιστικών καταστάσεων
- 3.Τον έλεγχο της συμφωνίας των οικονομικών συναλλαγών με τις ισχύουσες Λογιστικές Αρχές
- 4.Την κατάρτιση των διαφόρων οικονομικών καταστάσεων ανάλυσης και ελέγχου
- 5.Την ενημέρωση των διοικούντων και των λοιπών στελεχών που ενδιαφέρονται για την οικονομική πορεία της επιχείρησης
- 6.Τη διατήρηση ομαλών σχέσεων με τους τρίτους προς την επιχείρηση φορείς (Εφορίες, τράπεζες, κ.λπ.)
- 7.Τη μισθοδοσία του προσωπικού
- 8.Τους φορολογικούς νόμους και κανονισμούς
- 9.Όλες τις σχετικές με το λογιστικό επάγγελμα νομοθεσίες και κανονισμούς
- 10.Τη φορολογική νομοθεσία
- 11.Τον κώδικα βιβλίων και στοιχείων (Κ.Β.Σ.)
- 12.Τη φορολογία του ΦΠΑ
- 13.Στοιχεία εμπορικού δικαίου
- 14.Εργατική νομοθεσία
- 15.Τις επιμέρους φορολογίες
- 16.Τρόπους και μεθόδους ανάλυσης οικονομικών καταστάσεων
- 17.Τραπεζικές διαδικασίες εισαγωγών-εξαγωγών.

Αν τώρα σε όλα αυτά προσθέσει τις πρόσθετες αναλύσεις που απαιτούνται για την απόδοση του ΦΠΑ, το πλήθος των οικονομικών καταστάσεων των επιχειρήσεων που έχουν συναλλαγές με χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης αλλά και την επιτακτική ανάγκη που έχουν οι επιχειρήσεις για άμεση και ακριβή πληροφόρηση που θα τους οδηγήσει στη λήψη των ορθών αποφάσεων για την βελτίωση της αποδοτικότητας και της ανταγωνιστικότητάς τους, καταλαβαίνουμε όλοι τη σοβαρότητα καθώς και τη σπουδαιότητα του ρόλου και της θέσης του λογιστή στη σημερινή επιχείρηση.

Όλες οι παραπάνω γνώσεις και δραστηριότητες του λογιστή εκτελούνται πλέον καθημερινά με τη χρήση εργαλείων μηχανογράφησης. Με αυτόν τον τρόπο διευκολύνεται η ακρίβεια, η ποιότητα και η ταχύτητα διεκπεραίωσης του έργου του. Η επαρκής γνώση της μηχανογράφησης είναι άρα απαραίτητο προσόν για το σύγχρονο λογιστή προκειμένου να εξασφαλιστεί η καθημερινή λειτουργία των επιχειρήσεων. Στο σύγχρονο και γεμάτο δυσκολίες και σκοπέλους επιχειρηματικό περιβάλλον, οι επιχειρήσεις καλούνται -ή ακριβέστερα είναι υποχρεωμένες- να βρουν τρόπους ώστε να ελαττώσουν τα λειτουργικά έξοδα και να βελτιώσουν τα οικονομικά τους μεγέθη. Στο πλαίσιο αυτό, εργασίες που δεν συνεισφέρουν έσοδα στην επιχείρηση είναι απαραίτητο να περιοριστούν στο ελάχιστο δυνατό, όσον αφορά στο κόστος που απαιτείται για την πραγματοποίησή τους. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι λογιστικές και φορολογικές εργασίες και υποχρεώσεις που οφείλει να διεκπεραιώνει μια επιχείρηση. Τα χρήματα που δαπανώνται για αυτές τις εργασίες δεν επιστρέφονται, δεν προσφέρουν κάτι στα κέρδη, δεν προσθέτουν στα έσοδα, δεν αυξάνουν τις πωλήσεις. Τα παραπάνω ισχύουν αδιαμφισβήτητα όταν οι λογιστικές εργασίες γίνονται μέσω του παραδοσιακού, χειρόγραφου τρόπου **(Καραγιώργος&Πετρίδης,2006)**.

Το εξειδικευμένο λογισμικό που κυκλοφορεί έχει αλλάξει τη φύση της λογιστικής καθώς την έχει μετατρέψει σε μία εύκολη διαδικασία. Η δουλειά του λογιστή έχει διευκολυνθεί αφού αυτός μπορεί να έχει ανά πάσα στιγμή πιο αναλυτικές και ακριβείς πληροφορίες, ευκολότερα και γρηγορότερα. Από την άλλη μεριά, η τεχνολογία που χρησιμοποιείται έχει και κάποια προβλήματα. Για κάποιον που δεν είναι ειδικός, οι υπολογιστές και το λογισμικό που χρησιμοποιούν στο πιο λεπτομερές επίπεδο της εργασίας τους είναι πολύπλοκοι. Επιπροσθέτως, η επεξεργασία που διενεργούν οι υπολογιστές στα δεδομένα, είναι απίθανο να παρατηρηθεί, αφού γίνεται αόρατα και αθόρυβα. Επίσης, αρκετές φορές οι επεξεργασμένες πληροφορίες δεν είναι εύκολα αναγνώσιμες από τους ανθρώπους εκτός αν αυτές πάρουν αναγνώσιμη μορφή. Για το σχεδιασμό των λογιστικών πληροφοριακών συστημάτων θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν τα βασικά κομμάτια της γνώσης της επιστήμης των

υπολογιστών, της επεξεργασίας των δεδομένων, του εσωτερικού και εξωτερικού έλεγχου, και της ανάλυσης των συστημάτων σε συνδυασμό με τις βασικές λογιστικές αρχές. Μόνο με την επικοινωνία και την αποδοτική δουλειά με τους ειδικούς πάνω σε θέματα σχεδιασμού και της εγκατάστασης των συστημάτων με βάση τους υπολογιστές οι λογιστές διασφαλίζουν ότι αυτά τα συστήματα συναντούν τις ανάγκες τους και ότι εκείνοι και όχι τα συστήματα διατηρούν τον έλεγχο (Βενιέρης,1998).

## 4.2 Λογιστικά Πληροφοριακά Συστήματα

Προκειμένου να αυξήσει μία επιχείρηση την ανταγωνιστικότητά της θα πρέπει να μπορεί να οργανώνει τα διαθέσιμα μέσα της (ανθρώπινο δυναμικό, κεφάλαια, μηχανολογικό εξοπλισμό, κ.λπ.) και τις λειτουργίες της κατά τέτοιο τρόπο ώστε ανά πάσα στιγμή να μπορεί να πάρει τις αποφάσεις εκείνες που είναι αναγκαίες για τη βιωσιμότητά της καταρχήν. Για να πάρει λοιπόν η επιχείρηση αυτές τις σημαντικές αποφάσεις θα πρέπει ανά πάσα στιγμή να έχει την πληροφόρηση που χρειάζεται για να έχει τις κατάλληλες γνώσεις για το που ακριβώς βρίσκεται και που μπορεί να πάει με βάση τις δυνατότητές της.

Οι συνεχείς εξελίξεις στην τεχνολογία των υπολογιστών οδήγησαν στην ραγδαία εξέλιξη της επεξεργασίας των συστημάτων. Επίσης, υπάρχει μία μεγάλη αύξηση στον αριθμό και τις απαιτήσεις των χρηστών των λογιστικών πληροφοριών. Αυτοί οι δύο παράγοντες, δηλαδή, η μεγάλη ανάπτυξη της τεχνολογίας και οι αυξημένες απαιτήσεις των ολοένα και περισσότερων χρηστών έχουν σαν αποτέλεσμα, την ιδιαίτερη έμφαση στη μελέτη και την ανάπτυξη του σχεδιασμού και της λειτουργίας των λογιστικών πληροφοριακών συστημάτων.

Ο στόχος ενός **λογιστικού πληροφοριακού συστήματος** συνίσταται στην παρακολούθηση της νομισματικής διάστασης μίας οικονομικής δραστηριότητας ενός οργανισμού και γίνεται με την επεξεργασία των δεδομένων σύμφωνα με γνωστούς κανόνες και τέλος την παράδοση ακριβούς πληροφορίας που είναι χρήσιμη για αυτούς που σχεδιάζουν και διοικούν τις δραστηριότητες του οργανισμού, καθώς και τα ενδιαφερόμενα μέρη. Η πληροφορία που αυτά τα συστήματα προμηθεύουν, αποτελεί ένα συνεπές και ακριβές πλαίσιο που καθοδηγεί τις διοικητικές λειτουργίες οι οποίες σφαιρικά καλύπτουν τα έσοδα, τα έξοδα, τα περιουσιακά στοιχεία, τις υποχρεώσεις και τα κέρδη του οργανισμού (Βενιέρης,1998).

Οι πληροφορίες, και πιο συγκεκριμένα οι λογιστικές πληροφορίες τις οποίες και παρέχει η λογιστική, είναι αυτές που ενισχύουν την προσπάθεια των σύγχρονων επιχειρήσεων να αποκτήσουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και να ξεχωρίσουν στις δύσκολες συνθήκες της αγοράς. Η συνεισφορά της μηχανογράφησης έγκειται στο ότι εξασφαλίζει την ταχύτητα και την αξιοπιστία της πληροφορίας. Η αξιοπιστία και η ποιότητα της πληροφορίας εξαρτάται από την ταχύτητα της συλλογής της και από την αποτελεσματική επεξεργασία της ώστε να συμβάλλει θετικά στην τεκμηριωμένη λήψη αποφάσεων και στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης.

Θα μπορούσαμε να αναφέρουμε πάρα πολλά πλεονεκτήματα της μηχανογραφημένης λογιστικής έναντι του χειρόγραφου συστήματος. Η σύγκριση είναι πραγματικά άνιση από κάθε άποψη. Παρακάτω επισημαίνουμε μόνο τα κυριότερα που είναι:

1. Άμεση, πλήρης και σωστή πληροφόρηση με τη μηχανογραφική τήρηση της λογιστικής στη διοίκηση της επιχείρησης
2. Αυτοματοποίηση λογιστικών διαδικασιών
3. Αυτοματοποίηση και τυποποίηση λογιστικών καταστάσεων
4. Άμεση και διαρκής ενημέρωση για την πορεία της επιχείρησης
5. Μείωση του λειτουργικού κόστους των επιχειρήσεων
6. Αύξηση του διαθέσιμου χρόνου των λογιστών

Τα προγράμματα **Μηχανογραφημένης Λογιστικής και Εμπορικής Διαχείρισης** (με τη συνεργασία και άλλων λογισμικών εφαρμογών) απλοποιούν τα πάντα και δίνουν τη δυνατότητα στην επιχείρηση να περιορίσει τα λειτουργικά έξοδα και να μειώσει στο ελάχιστο δυνατό το χρόνο και τον κόπο (ανθρωπόωρες) που απαιτείται για την ολοκλήρωση των σχετικών εργασιών. Ωστόσο, οι εφαρμογές μηχανογραφημένης λογιστικής δεν σταματούν εκεί. Αξιοποιούν την εργασία που θεωρούνταν απαραίτητη αλλά μη χρήσιμη, προς όφελος της επιχείρησης, των πωλήσεων και του τζίρου. Συγκεντρώνουν αριθμούς και μεγέθη που μέχρι πρότινος θεωρούνταν "άχρηστα" και τα μετατρέπουν σε καθαρή, ατόφια γνώση, απαραίτητη για τη χάραξη εμπορικής πολιτικής, στρατηγικής και σχεδιασμού (*Γκίνογλου κ.ά.,2004*).

Τα προγράμματα Μηχανογραφημένης Λογιστικής, σε συνεργασία με τις εφαρμογές Εμπορικής Διαχείρισης, προσφέρουν ολοκληρωμένες λύσεις σε μια επιχείρηση, προκειμένου να αντεπεξέλθει με αξιοπιστία και ταχύτητα στις σύγχρονες λογιστικές, φορολογικές και εμπορικές απαιτήσεις. Ειδικότερα, μεταξύ άλλων, τα εν λόγω προγράμματα επιτρέπουν σε μια επιχείρηση να διαχειρίζεται ηλεκτρονικά:

- Τα Βιβλία Α' κατηγορίας (αγορών), Β' κατηγορίας (εσόδων - εξόδων), Γ' κατηγορίας (γενική και αναλυτική λογιστική, Λογιστικό Σχέδιο), ανάλογα φυσικά με την κατηγορία στην οποία ανήκει η επιχείρηση.
- Όλες τις οικονομικές κινήσεις της (αγορές, δαπάνες, πάγια, έσοδα, αξιόγραφα, γραμμάτια, επιταγές, πιστωτικά σημειώματα), μέσα από μία και μόνο καταχώριση και την αυτόματη ταξινόμηση, επεξεργασία και διασταύρωσή τους.
- Τις κινήσεις και την εποπτεία του ταμείου (εισπράξεις, πληρωμές, υπόλοιπο), ανά πάσα στιγμή.
- Τον έλεγχο του ισοζυγίου, τη διαχείριση του ΦΠΑ (περιοδικής και εκκαθαριστικής δήλωσης), των καταστάσεων ΚΕΠΥΟ, την καταχώριση ειδικών φόρων (λ.χ. δημοτικών).
- Τη δημιουργία και την εκτύπωση παραστατικών κάθε είδους, βιβλίων εσόδων - εξόδων, δηλώσεων ΦΠΑ, καταστάσεων ΚΕΠΥΟ, σύμφωνα με τις ανάγκες, τις ιδιαιτερότητες και τις επιθυμίες της κάθε εταιρίας.
- Την αποθήκη, τους πελάτες και τους προμηθευτές με τρόπο λεπτομερή και αναλυτικό (σε συνεργασία με εφαρμογές Εμπορικής Διαχείρισης).
- Τη δημιουργία ισολογισμού και το λογιστικό προσδιορισμό των καθαρών κερδών.
- Τα στοιχεία της επιχείρησης (επωνυμία, διεύθυνση, τηλέφωνο, ΑΦΜ, ΔΟΥ κλπ) μέσω μίας μόνο καταχώρισης, της αρχικής, η οποία μεταφέρεται άμεσα και αυτόματα σε όλες τις επόμενες εφαρμογές -



ενέργειες, ενώ παράλληλα υπάρχει η δυνατότητα διαγραφής ή τροποποίησης των ίδιων στοιχείων.

Σήμερα υπάρχουν στην αγορά πληροφορικής προϊόντα προσαρμοσμένα στην ανάγκη αυτή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που το βασικό τους χαρακτηριστικό είναι η εύκολη εγκατάσταση και η αφομοίωση των δυνατοτήτων τους πολύ γρήγορα. Με την εξέλιξη αυτή οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις ανταποκρίθηκαν θετικά και σε συνδυασμό με προγράμματα χρηματοδότησης που "τρέχουν" με διάφορες εκδοχές κατέστησαν τις επιχειρήσεις αυτές βασικούς αποδέκτες τέτοιων λύσεων.

Για μια σύγχρονη επιχείρηση, τα συστήματα ERP αποτελούν το βασικό εργαλείο υποδομής, ενώ παράλληλα τους επιτρέπουν να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις και τις προκλήσεις στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης της αγοράς. Στην ομάδα των προγραμμάτων μηχανογραφημένης λογιστικής, υπάρχουν σήμερα στο εμπόριο πολλές λύσεις οι οποίες καλύπτουν:

A) Εμπορική Διαχείριση (παραστατικά αγορών και πωλήσεων, πληρωμές, εισπράξεις, γραμμάτια - επιταγές, καρτέλες, υπόλοιπα ειδών κ.τ.λ.).

B) Λογιστική Διαχείριση Επιχειρήσεων με βιβλία Β κατηγορίας (δημιουργία βιβλίου

Εσόδων - Εξόδων).

Γ) Λογιστική Διαχείριση Επιχειρήσεων με βιβλία Γ' κατηγορίας (δημιουργία βιβλίων

Γενικής Λογιστικής (Ημερολόγιο, Γενικό Καθολικό).

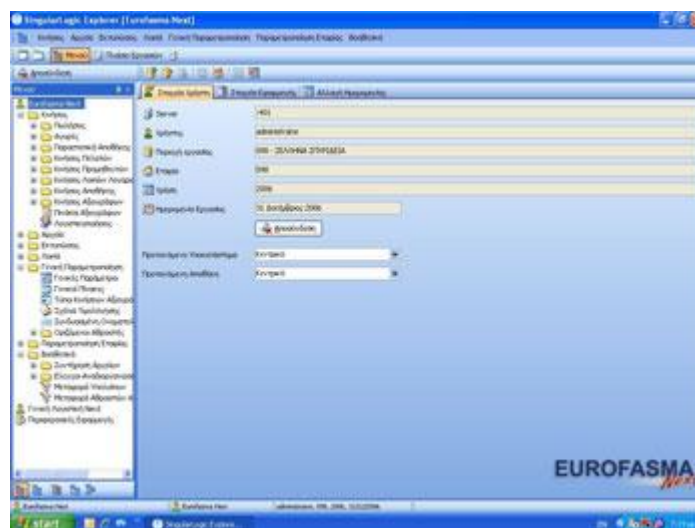
Δ) Λογιστικά Φύλλα (διαχείριση οικονομικών στοιχείων, γραφικές παραστάσεις,

ανάλυση οικονομικών δεδομένων κ.τ.λ.).

Μερικές πολύ γνωστές εφαρμογές οι οποίες έχουν καθιερωθεί σαν τις πιο αξιόπιστες λύσεις είναι οι εξής:

**1. Eurofasma:** Αποτελεί πρόγραμμα το οποίο πληροφορεί με κάθε λεπτομέρεια την καθημερινή λειτουργία μιας επιχείρησης και περιλαμβάνει:

- Διαχείριση αποθήκης
- Διαχείριση αγορών – πωλήσεων - αξιόγραφων
- Αξιολόγηση προμηθευτών-πελατών
- Διαχείρισης χονδρικής-λιανικής
- Μαζική τιμολόγηση
- Διαχείριση παραγωγής
- Συναλλαγή σε ξένο νόμισμα
- Διαχείριση παρτίδων
- Διαχείριση παγίων
- Έσοδα και έξοδα
- Γενική και αναλυτική λογιστική



**Εικόνα 4.1. Eurofasma**

**2. Κεφάλαιο:** Αποτελεί ολοκληρωμένο πρόγραμμα με τα υποσυστήματα:

- Διαχείριση αποθήκης

- Διαχείριση πελατών – προμηθευτών – πωλητών
- Διαχείριση πωλήσεων – αγορών
- Διαχείριση αξιόγραφων
- Γενική – αναλυτική λογιστική
- Διαχείριση παγίων
- Διαχείριση παραγωγής
- Κοστολόγηση

**3. Manpower:** Αποτελεί ολοκληρωμένο πρόγραμμα μισθοδοσίας και διαχείρισης προσωπικού. Χειρίζεται διαχρονικά την εξέλιξη του προσωπικού μέσα σε μια επιχείρηση. Τα υποσυστήματά του είναι:

- Μισθοδοσία
- Διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού
- Διαχείριση παρουσιών προσωπικού
- Διαχείριση προσπέλασης σε ελεγχόμενους χώρους
- Παρακολούθηση – κοστολόγηση έργων

The screenshot shows the Manpower software interface. The main window displays a table titled 'Συλλογικές Συμβάσεις Εργασίας (Σ.Σ.Ε.)' with the following columns: 'Κωδικός', 'Περιγραφή', 'Είδος', and 'Κατάσταση'. The table lists various collective agreements with their respective codes, descriptions, and status indicators (green checkmarks).

Κωδικός	Περιγραφή	Είδος	Κατάσταση
10-001	ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ ΓΕΝΙΚΩΣ	Κύρια	✓
1-001	ΙΤΑΛΙΑΝΟΙ	Ε.Γ.Σ.Σ.	✓
1-002	ΗΜΕΡΟΜΕΣΟΙ	Ε.Γ.Σ.Σ.	✓
104-001	ΕΡΓΑΤΟΠΕΙΝΙΤΕΣ	Κύρια	✓
104-002	ΤΕΙΝΙΤΕΣ	Κύρια	✓
105-001	A. ΚΟΝΣΕΡΒΟΡΘΟΝΑ-ΚΕΝΑΔΡΟΙ, ΑΠΟΤΕΡΩΤΕΣ	Κύρια	✓
105-002	A. ΚΟΝΣΕΡΒΟΡΘΟΝΑ-ΤΕΙΝΙΤΕΣ ΣΠΕΣ ΜΕΡΟΜΩ	Κύρια	✓
105-003	A. ΚΟΝΣΕΡΒΟΡΘΟΝΑ-ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ Π/Ι	Κύρια	✓
105-004	A. ΚΟΝΣΕΡΒΟΡΘΟΝΑ-ΒΟΗΘΟΙ ΤΩΝ ΣΠ/Ι & ΣΠ/Α/Α	Κύρια	✓
105-005	A. ΚΟΝΣΕΡΒΟΡΘΟΝΑ-ΠΑΡΑΒΕΤΗΛΕΣ ΣΠΕΣ ΜΑΤΕ	Κύρια	✓
105-006	A. ΚΟΝΣΕΡΒΟΡΘΟΝΑ-ΑΝΕΜΩ-ΕΥΤΟ ΕΡΓΑΤΕΣ Π/Α	Κύρια	✓
105-007	B. ΑΝΤΑΓΓΑ-ΑΡΙΣΤΕΡΑΤΕΣ ΑΝΤΑΓΓΙΩΝ	Κύρια	✓
105-008	B. ΑΝΤΑΓΓΑ-ΒΟΗΘΟΙ ΑΡΙΣΤΕΡΑΤΩΝ ΜΕΤΑΦΟΡΕ	Κύρια	✓
105-009	B. ΑΝΤΑΓΓΑ-ΕΡΓΑΤΕΣ ΣΠΕΣ ΓΑΓΓΟΜΑΤΟΣ ΚΑ/Α	Κύρια	✓
105-010	B. ΑΝΤΑΓΓΑ-ΑΜΕΜΩ-ΕΥΤΟ ΕΡΓΑΤΕΣ ΣΠΕΣ	Κύρια	✓
107-001	ΤΕΙΝΙΤΕΣ ΣΑΩΝ ΤΩΝ ΕΙΣΑΓΟΡΩΤΩΝ	Κύρια	✓

Εικόνα 4.2. Manpower

**4. Defacto:** Το ολοκληρωμένο πρόγραμμα περιλαμβάνει τα παρακάτω υποσυστήματα:

- Γενική και αναλυτική λογιστική
- Διαχείριση προϋπολογισμού
- Διαχείριση ξένου νομίσματος
- Διαχείριση παγίων
- Διαχείριση αποθήκης
- Διαχείριση πελατών – προμηθευτών – πωλητών
- Διαχείριση πωλήσεων – αγορών
- Μισθοδοσία

Οι τρεις τύποι των **Λογιστικών Πληροφοριακών Συστημάτων ( Accounting Information Systems-AIS )** είναι (*Καραγιώργος&Πετρίδης,2006*):

**1. Συστήματα manual:** Αυτά χρησιμοποιούνται από μικρούς οργανισμούς και αποτελούνται από τα έγγραφα, το γενικό καθολικό, το ημερολόγιο, ειδικά ημερολόγια και άλλα καθολικά.

**2. Συστήματα legacy:** αυτά βασίζονται συχνά σε παλιά τεχνολογία. Αυτά είναι σχεδιασμένα να εξυπηρετούν συγκεκριμένες ανάγκες και είναι πλήρως κατανοητά από το προσωπικό που τα χειρίζεται ήδη. Από την άλλη όμως αυτά τα συστήματα είναι ακριβό να διατηρηθούν, συχνά δεν έχουν τους απαραίτητους πόρους, συχνά δεν είναι σχεδιασμένα να είναι φιλικά στο χρήστη, είναι δύσκολο να ανταποκριθούν σε μία ενδεχόμενη συγχώνευση ή επέκταση του οργανισμού.

**3. Τα νέα ενοποιημένα συστήματα:** αυτά είναι φιλικά στο χρήστη, κοστίζουν λιγότερο, χρειάζονται λιγότερο χρόνο για την επεξεργασία των δεδομένων.

Το θέμα της επιλογής του σωστού λογιστικού πληροφοριακού συστήματος από μία επιχείρηση έχει πολύ μεγάλη σημασία για τη μελλοντική πορεία αυτής καθώς επηρεάζει πολλούς τομείς που την αφορούν. Για το λόγο αυτό έχουν γίνει πολλές μελέτες και οι επιστήμονες έχουν καταλήξει σε αρκετά συμπεράσματα για τα κριτήρια που θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη για την

επιλογή του σωστού λογιστικού πληροφοριακού συστήματος. Οι κατηγορίες αυτές μπορούν να διαχωριστούν ως εξής:

- Ο τομέας της επιχείρησης.
- Το μέγεθος η οργανωσιακή δομή της επιχείρησης
- Το είδος και το εύρος των συναλλαγών της
- Οι αγορές που απευθύνεται
- Ο αριθμός των εργαζομένων που απασχολούνται στη συγκεκριμένη επιχείρηση
- Το ποσό το οποίο είναι διατεθειμένη η επιχείρηση να επενδύσει. Το ποσό αυτό θα είναι μία εκτίμηση για το πόσο θέλει η επιχείρηση να ξοδέψει για την υλοποίηση του λογιστικού πληροφοριακού συστήματος το οποίο θα επιλεγεί. Σε αυτό θα πρέπει να συμπεριληφθούν όλα τα κόστη τα οποία αφορούν την εγκατάσταση του νέου λειτουργικού συστήματος καθώς και τα πιθανά κόστη από την απόκτηση των αδειών χρήσης αυτού.
- Οι γλώσσες που θα υποστηρίζει το σύστημα. Αυτό αφορά τις απαιτήσεις της επιχείρησης για γλωσσική υποστήριξη σχετικά με τις διεπαφές του χρήστη.
- Οι απαιτήσεις που έχει μία επιχείρηση σχετικά με ορισμένα χαρακτηριστικά του προμηθευτή του λογιστικού της πληροφοριακού συστήματος
- Οι λειτουργικές απαιτήσεις της επιχείρησης
- Ο χρόνος παράδοσης και ολοκλήρωσης του έργου
- Οι τεχνολογίες και τα τεχνικά χαρακτηριστικά του συστήματος

#### **4.3 Ενσωμάτωση AIS σε ERP**

Τα **ERP IS** (Πληροφοριακά Συστήματα Διαχείρισης Επιχειρηματικών Πόρων) είναι πληροφοριακά συστήματα τα οποία αποτελούνται από πολλά τμήματα και έχουν σχεδιαστεί για να διοικούν πολλά τμήματα του οργανισμού. Αυτά αποτελούνται από τμήματα που αφορούν τα οικονομικά, τις πωλήσεις, τις αγορές, τον έλεγχο της αποθήκης, την παραγωγή και το ανθρώπινο δυναμικό. Το ERP είναι ένα πληροφοριακό σύστημα που αφορά στις διαδικασίες ολόκληρης της επιχείρησης, φέρνοντας όλες αυτές τις διαδικασίες να συναντήσουν τους επιχειρηματικούς στόχους και ενοποιώντας-ολοκληρώνοντας διαλειτουργικά όλα τα τμήματα της επιχείρησης. Μέσω της διαλειτουργικής ολοκλήρωσης επιτυγχάνεται η ταχύτατη, ακριβής και έγκαιρη μετάδοση της πληροφορίας στο εσωτερικό της επιχείρησης. Αυτή η πληροφορία μπορεί να αφορά σε κόστος, έσοδα, κέρδη, υλικά κτλ.



Εικόνα 4.3. Βασικό Μοντέλο ERP<sup>6</sup>

Τα συστήματα ERP υποστηρίζουν τις βασικότερες επιχειρηματικές διαδικασίες και είναι δομημένα σε «λειτουργικά υποσυστήματα» (functional modules). Παρακάτω συνοψίζονται οι βασικές διαδικασίες που υποστηρίζονται από κάθε υποσύστημα:

- Το υποσύστημα οικονομικής διαχείρισης είναι η καρδιά του ERP και ανταλλάσσει πληροφορίες με όλα τα υπόλοιπα συστήματα. Βασικές διαδικασίες της οικονομικής διαχείρισης περιλαμβάνουν τη γενική λογιστική, την αναλυτική λογιστική, τη διαχείριση παγίων, τις οικονομικές καταστάσεις, τους

<sup>6</sup> «Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης», Παυλίδης Γεώργιος, Πανεπιστημιακές Σημειώσεις, 2007

εισπρακτέους λογαριασμούς, τους πληρωτέους λογαριασμούς και τη διαχείριση διαθεσίμων. Ανάλογα με το βαθμό ολοκλήρωσης των ERP υποστηρίζονται και άλλες διαδικασίες, όπως ο προϋπολογισμός, η κοστολόγηση βάσει δραστηριοτήτων και άλλες.

- Οι βασικές λειτουργίες του υποσυστήματος Πωλήσεων-Marketing περιλαμβάνουν την παραγγελιοληψία, την τιμολόγηση, τη διαχείριση συμβολαίων, το μητρώο πελατών, τα αξιόγραφα και στατιστικά πωλήσεων. Ορισμένα από τα συστήματα ERP υποστηρίζουν επίσης την ανάλυση οφειλών, την εξυπηρέτηση πελατών, το marketing, τις προβλέψεις ζήτησης, την ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων και το ηλεκτρονικό εμπόριο μέσω Internet. Το υποσύστημα των πωλήσεων ανταλλάσσει πληροφορίες κυρίως με τα υποσυστήματα αποθήκευσης και διανομής, οικονομικής διαχείρισης και παραγωγής.
- Οι βασικές λειτουργίες του υποσυστήματος προμηθειών περιλαμβάνουν τον έλεγχο και διαχείριση αιτήσεων αγοράς, τη διαχείριση εντολών αγοράς, την αξιολόγηση προμηθευτών και τη διαχείριση συμβάσεων. Το υποσύστημα των προμηθειών ανταλλάσσει πληροφορίες κυρίως με τα υποσυστήματα αποθήκευσης και διανομής, οικονομικής διαχείρισης και παραγωγής.
- Οι βασικές λειτουργίες του υποσυστήματος αποθήκευσης-διανομής περιλαμβάνουν τη διαχείριση αποθεμάτων και τον προγραμματισμό των απαιτήσεων διανομής. Άλλες λειτουργίες περιλαμβάνουν τη διαχείριση αποθηκών και τη διαχείριση στόλου φορτηγών. Το υποσύστημα της αποθήκευσης-διανομής ανταλλάσσει πληροφορίες κυρίως με τα υποσυστήματα οικονομικής διαχείρισης, πωλήσεων-marketing, προμηθειών και παραγωγής.
- Οι βασικές λειτουργίες που καλύπτει το υποσύστημα ανθρώπινων πόρων περιλαμβάνουν τον προγραμματισμό προσωπικού, τη μισθοδοσία, και την αξιολόγηση προσωπικού. Άλλες λειτουργίες που καλύπτονται είναι τα εξοδολόγια και η παρουσία προσωπικού.
- Οι βασικές λειτουργίες που καλύπτει το υποσύστημα παραγωγής περιλαμβάνουν τον προγραμματισμό απαιτήσεων δυναμικότητας, το μακροπρόθεσμο προγραμματισμό παραγωγής, τον προγραμματισμό απαιτήσεων υλικών, τον έλεγχο παραγωγής, και την κοστολόγηση παραγωγής. Άλλες λειτουργίες που πιθανώς να υποστηρίζει είναι η δομή προϊόντων, ο έλεγχος αλλαγών σχεδίων, και ο βραχυπρόθεσμος προγραμματισμός παραγωγής. Το υποσύστημα της παραγωγής ανταλλάσσει πληροφορίες με τα υποσυστήματα οικονομικής διαχείρισης, πωλήσεων, προμηθειών και αποθήκευσης-διανομής.

Ένας βασικός διαχωρισμός των λύσεων ERP που διατίθενται είναι, **1. μεγάλα πολυεθνικά πακέτα και 2. ελληνικά ERP**. Στην πρώτη κατηγορία στην

ελληνική αγορά δραστηριοποιούνται έντονα λύσεις **SAP R/3**, **BaaN IV**, **JDEdwards**, και επίσης **Singular**, **Platinum**, **Oracle Financials**, **MFG/PRO ERP/ERM System** καθώς και το κλασικό **BPCS**. Τα πλεονεκτήματα αυτών των λύσεων σε γενικές γραμμές είναι η υψηλή τους παραμετρικότητα, η ολοκληρωμένη (integrated) ενσωμάτωση περιφερειακών κυκλωμάτων (Παραγωγή, Διαχείριση Εργων/Συμβάσεων, Συντήρηση Εξοπλισμού, Διαχείριση Ανθρωπίνων Πόρων, κ.ά.) και τέλος η λειτουργικότητα work-flow που επιτρέπει τη μηχανογραφική υποστήριξη λ.χ. διαδικασιών commitment management ή pre-sales. Δεν είναι σωστό να μιλήσουμε για «μειονεκτήματα» αυτών των λύσεων αλλά βέβαια πρέπει να επισημανθεί ότι, παρ' όλο που η υψηλή τους παραμετρικότητα τους προσδίδει σημαντική ευελιξία για να αντιμετωπίσουν τις ιδιαιτερότητες της κάθε επιχειρηματικής δραστηριότητας, η υιοθέτησή τους προϋποθέτει ότι η ενδιαφερόμενη εταιρεία έχει ήδη ή είναι αποφασισμένη να αποκτήσει σαφείς διαδικασίες. Επιπλέον, εφόσον θέλει να ωφεληθεί όσο το δυνατόν περισσότερο από τη μεγάλη στην περίπτωση αυτή επένδυση, είναι υποχρεωμένη να δεσμεύσει σημαντικούς ανθρώπινους πόρους στην διαδικασία της εγκατάστασης (implementation). Το ζήτημα τέλος της ελληνικοποίησης υπήρξε και συνεχίζει σε κάποιες περιπτώσεις να είναι σοβαρό, και γι' αυτό όσοι Οίκοι που αντιπροσωπεύουν διεθνή πακέτα έχουν επενδύσει σημαντικά σε αυτόν τον τομέα έχουν κερδίσει ήδη αξιόλογα μερίδια αγοράς.

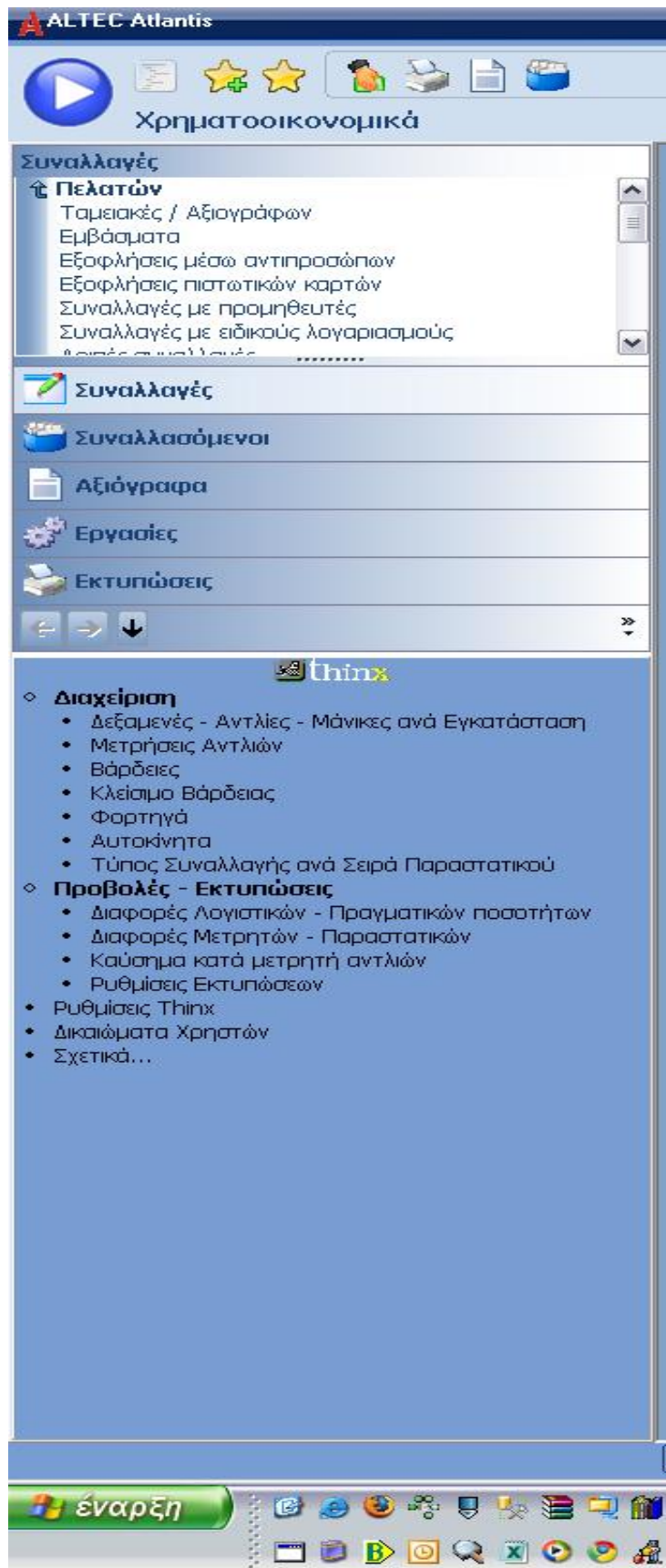
End-User Service Delivery					
Analytics	Strategic Enterprise Management	Financial Analytics	Operations Analytics	Workforce Analytics	
Financials	Financial Supply Chain Management	Financial Accounting	Management Accounting	Corporate Governance	
Human Capital Management	Talent Management	Workforce Process Management		Workforce Deployment	
Procurement and Logistics Execution	Procurement	Supplier Collaboration	Inventory and Warehouse Management	Inbound and Outbound Logistics	Transportation Management
Product Development and Manufacturing	Production Planning	Manufacturing Execution	Enterprise Asset Management	Product Development	Life-Cycle Data Management
Sales and Services	Sales Order Management	Aftermarket Sales and Service	Professional Service Delivery	Global Trade Services	Incentive and Commission Management
Corporate Services	Real Estate Management	Project Portfolio Management	Travel Management	Environment, Health, and Safety	Quality Management

Εικόνα 4.4. SAP Netweaver ERP

Όσον αφορά στα ελληνικά πακέτα, μπορούμε να αναφέρουμε τα: **Atlantis**, **ComPak Win**, **Computer Logic ERP System**, **Orama ERP** και **Singular Enterprise**, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν υπάρχουν και άλλες λύσεις σε



συγκρίσιμα επίπεδα. Εδώ βέβαια δεν τίθενται θέματα ελληνικοποίησης, οι απαιτούμενοι πόροι που πρέπει να δεσμευτούν στο έργο της εγκατάστασης είναι δυνατόν να είναι κάπως λιγότεροι, αλλά η προσφερόμενη λειτουργικότητα και ολοκλήρωση κυκλωμάτων είναι στην παρούσα φάση πιο λιτή. Ωστόσο πρέπει να επισημανθεί ότι οι ελληνικοί Οίκοι σε γενικές γραμμές επενδύουν σημαντικά στην ανάπτυξη και την ενσωμάτωση στα προϊόντα τους λύσεων αναφορικά με τα logistics και την παραγωγή. Σημαντικό είναι ακόμα το γεγονός ότι οι ελληνικές εταιρείες στο χώρο του ERP έχουν αρκετά διαφοροποιημένες στρατηγικές αναφορικά με τα προϊόντα τους, όσον αφορά τόσο την αρχιτεκτονική ανάπτυξής τους όσο και τα νέα κυκλώματα που σταδιακά εντάσσουν σε αυτά. Η επιχείρηση που θα αρχίσει μια μακροχρόνια σχέση με έναν Οίκο Λογισμικού πρέπει να εξασφαλίσει ότι η στρατηγική του προϊόντος ERP που θα υιοθετήσει θα καλύπτει τις μελλοντικές της απαιτήσεις οργάνωσης.



Εικόνα 4.5. ATLANTIS ERP

Τα τελευταία χρόνια έχουν πραγματοποιηθεί κάποιες έρευνες από διάφορους επιστήμονες σχετικά με τη λογιστική και τα ERP συστήματα. Χρήσιμα συμπεράσματα έχουν εξαχθεί, αλλά υπάρχει ακόμη πολύ περιθώριο για περαιτέρω έρευνα. Ένα θέμα σχετικό με το λογιστικό τμήμα ενός ERP συστήματος, είναι και οι **λογιστικές ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων (accounting databases)**. Με το συγκεκριμένο θέμα ασχολήθηκαν οι **Yang, Vasarhelyi και Liu (2003)**. Συγκεκριμένα οι τρεις επιστήμονες αναφέρουν ότι από την αρθρογραφία προκύπτει ότι λάθη σχετικά με δεδομένα συνδέονται με τις accounting databases. Η έρευνά τους σκοπό έχει να ορίσει τα πιθανά προβλήματα που μπορούν να προκύψουν από τη χρήση ηλεκτρονικών λογιστικών βάσεων δεδομένων και τις αδυναμίες ή τα ελαττώματα που οφείλονται στη χρήση τέτοιων βάσεων. Μέσα από την έρευνα σε βάσεις δεδομένων διαφόρων επιχειρήσεων και κλάδων, βρέθηκε ότι υπάρχουν πολλές διαφορές στον τρόπο με τον οποίο γίνονται αντιληπτές οι λογιστικές μεταβλητές και τα λογιστικά δεδομένα και μεγέθη γενικότερα. Διαφορές παρατηρούνται ανάμεσα σε διαφορετικές επιχειρήσεις αλλά και ανάμεσα σε επιμέρους βάσεις δεδομένων. Οι χρήστες των βάσεων αυτών, επιβάλλεται να είναι ενήμεροι για τις ασυμφωνίες αυτές και για τους τρόπους ώστε να αποφεύγονται τα προβλήματα λόγω των διαφορών αυτών.

**Οι Newman και Westrup (2005)** με τη σειρά τους, πραγματοποίησαν μία έρευνα η οποία πραγματευόταν τη σχέση των ERP συστημάτων με αυτούς που τα χρησιμοποιούν και στη συγκεκριμένη έρευνα αυτά τα άτομα ήταν λογιστές. Βασιζόμενοι σε λογιστές της Μεγάλης Βρετανίας, εφάρμοσαν ένα τεχνολογικό μοντέλο το οποίο έδειχνε πως ήταν προγραμματισμένα τα ERP να δουλεύουν και πώς οι διάφοροι ειδικοί (στην προκειμένη περίπτωση οι λογιστές) τα κάνουν να δουλεύουν για δικό τους όφελος και συγχρόνως αναπτύσσουν τα συστήματα αυτά περισσότερο. Η έρευνα έδειξε ότι πλέον υπάρχει μεγάλη σχέση μεταξύ των λογιστών και των ERP συστημάτων, αλλά ότι πολλές φορές άλλα άτομα παίρνουν τον έλεγχο από τους λογιστές και κάνουν τα συστήματα αυτά να δουλεύουν γι' αυτούς.

Σε ένα άρθρο του ο **Sutton (2006)** παραδέχεται, ότι τα ολοκληρωμένα επιχειρησιακά συστήματα έχουν επηρεάσει δραματικά τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις συγκεντρώνουν, αποθηκεύουν, επεξεργάζονται και τέλος χρησιμοποιούν τα δεδομένα τους. Παρόλα αυτά τονίζει, ότι υπάρχει επιτακτική ανάγκη για περαιτέρω έρευνα σχετικά με τις επιδράσεις που έχουν τα ERP στις αρχές και στις εκφάνσεις της λογιστικής και στον τρόπο με τον οποίο αυτή αναπτύσσεται στα πλαίσια της επιχείρησης. Θεωρεί επίσης ότι επιβάλλεται να πραγματοποιηθούν πολύ περισσότερες έρευνες πάνω σε αυτό το θέμα, οι οποίες να στηρίζονται απαραίτητα σε εμπειρικά στοιχεία και δεδομένα.

Συνεπώς τα ERP επηρεάζουν τα καθήκοντα και τις εργασίες των λογιστών και φαίνεται να τους απαλλάσσουν από εργασίες ρουτίνας και να τους αφήνουν χρόνο προκειμένου να ασχοληθούν με πιο ζωτικής σημασίας διεργασίες. Ένα άλλο βασικό συμπέρασμα είναι ότι τα ERP βοηθούν ιδιαίτερα στη συλλογή, επεξεργασία και χρησιμοποίηση των δεδομένων, στην οργάνωση της λογιστικής και γενικά στην ευελιξία. Τα πακέτα ERP των ξένων εταιριών στην Ελλάδα δεν ευδοκίμησαν, με πρόσχημα την εντόπια πρωτοτυπία ξεχωριστής Γενικής και Αναλυτικής Λογιστικής και κατέληξαν να γίνουν απλοϊκές πατέντες εγκατάστασης και κοινά εμπορικά και λογιστικά πακέτα. Το γεγονός αυτό αποτέλεσε σημαντική ευκαιρία για τις ελληνικές εταιρίες λογισμικού να προτείνουν τις δικές τους λιγότερο φιλόδοξες, πιο οικονομικές και προβλέψιμες και με σαφώς καλύτερη τοπική και συνολική υποστήριξη λύσεις.

Από τη λειτουργία του ERP οι επιχειρήσεις φαίνονται να δικαιώνονται, καθώς τα οφέλη που προκύπτουν για τη λογιστική είναι πολλά, με πιο βασικά 1) μεγαλύτερη ευελιξία της πληροφορίας, 2) μεγαλύτερη ολοκλήρωση των εφαρμογών, 3) καλύτερη ποιότητα των αναφορών, 4) μείωση του χρόνου έκδοσης αναφορών και 5) βελτιωμένες αποφάσεις βασισμένες σε έγκαιρες και έγκυρες λογιστικές πληροφορίες.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΚΑΙ Β2Β ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ

#### 5.1 Προμήθειες

Η επανάσταση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας έχει εισάγει ριζικές αλλαγές στον παραδοσιακό τρόπο διακίνησης προϊόντων και υπηρεσιών. Οι συνήθεις εμπορικές και επιχειρηματικές δραστηριότητες έχουν μεταφερθεί πια Διαδίκτυο. Η διαδικασία που έπρεπε να ακολουθηθεί για την διενέργεια μιας προμήθειας περιλάμβανε πολλά βήματα και απαιτούσε χρόνο και ενέργεια: εύρεση προμηθευτή, σύγκριση τιμών, επικοινωνία με το αντίστοιχο τμήμα, καταγραφή παραγγελίας, πληρωμή, παραλαβή των προϊόντων κλπ. Μέχρι πριν λίγα χρόνια οι περισσότερες εταιρίες ήταν αναγκασμένες να κάνουν τις προμήθειές τους με τον κλασικό τρόπο δηλαδή έγγραφα, φαξ, τηλέφωνο. Σήμερα η ηλεκτρονική επικοινωνία και οι Β2Β συναλλαγές δίνουν τη δυνατότητα αυτοματοποίησης, ελέγχου και επιτάχυνσης των συναλλαγών μεταξύ των επιχειρήσεων.

Ο όρος **προμήθειες** αναφέρεται στην εργασία απόκτησης, με οποιοδήποτε νόμιμο τρόπο, ακόμη και με τη μορφή της ενοικίασης, εξοπλισμού, πρώτων υλών και βοηθητικών υλών για μεταπώληση, κατανάλωση ή την παραγωγή υπηρεσιών. Ως λειτουργία των “προμηθειών” ορίζεται η συστηματική διαδικασία απόφασης για τον προσδιορισμό και επιλογή της ποιότητας, της ποσότητας, της τιμής, του χρόνου και της πηγής αγοράς για ένα αντικείμενο-υλικό-προϊόν- εμπόρευμα ή υπηρεσία που έχει αποφασιστεί η απόκτησή του και η εφαρμογή κανόνων διασφάλισης ότι το παραλαμβανόμενο είδος ανταποκρίνεται πλήρως στις απαιτούμενες προδιαγραφές (*Μπαλτάς&Παπαβασιλείου,2003*).

Η οργάνωση του τμήματος προμηθειών σε κάθε επιχείρηση πρέπει να είναι ενιαία, δηλαδή το τμήμα αυτό να αναλαμβάνει τις αγορές όλων των προϊόντων που χρειάζεται η επιχείρηση. Οι κανόνες που ισχύουν για κάθε αγορά είναι οι ίδιοι, αλλά οι παράγοντες που επηρεάζουν τη διαμόρφωση της τελικής απόφασης αγοράς ενός συγκεκριμένου αγαθού και της επιλογής ενός συγκεκριμένου προμηθευτή διαφέρουν. Τον πρώτο ρόλο παίζει κυρίως η

αξιοπιστία και η συμπεριφορά του προμηθευτή, αλλά και οι ιδιότητες του προϊόντος ή ο συνδυασμός και των δύο.

Η εργασία του τμήματος προμηθειών, μπορεί χονδρικά να χωριστεί σε τρία εξίσου σημαντικά στάδια: την επιλογή προμηθειών, την επιλογή προμηθευτών και τις εργασίες μετά την παραγγελία. Στόχοι του τμήματος προμηθειών είναι:

- Να επιτυγχάνει λογικές τιμές για τα προϊόντα ή υπηρεσίες που αποκτά η επιχείρηση.
- Να αξιοποιεί τα κεφάλαια κίνησης της επιχείρησης.
- Να επιδιώκει επικερδείς αγορές με την εξεύρεση εναλλακτικών πηγών προμηθειών.
- Να εξασφαλίζει τα συμφέροντα της επιχείρησης έναντι των προμηθευτών της μέσα από τις συμβάσεις και τις συμφωνίες που επιτυγχάνει.
- Να βοηθά τα άλλα τμήματα στο σωστό προγραμματισμό των αναγκών τους.
- Να φροντίζει για τη συνεχή βελτίωση και διατήρηση του ονόματος της επιχείρησης προς τους προμηθευτές.

Οι προμήθειες, στα πλαίσια της παγκοσμιοποίησης, διαφέρουν από τις παραδοσιακές διεθνείς προμήθειες, τόσο ως προς το εύρος τους όσο και ως προς την πολυπλοκότητά τους. Οι προμηθευτές μιας επιχείρησης μπορεί να βρίσκονται σε οποιοδήποτε σημείο της υδρογείου, παρέχοντας προϊόντα και υπηρεσίες εντός των συμβατικών προθεσμιών, στη συμφωνηθείσα ποιότητα και στο χαμηλότερο κόστος. Η επιλογή και ανάπτυξη ενός αποτελεσματικού δικτύου προμηθευτών προαπαιτεί γνώση των διαθέσιμων υλικών αλλά και των ανά τον κόσμο αντίστοιχων προμηθευτών. Στόχος είναι η επιλογή του καλύτερου προμηθευτή, ανεξάρτητα από τη θέση εγκατάστασής του. Επόμενος στόχος είναι η ανάπτυξη των ικανοτήτων του προμηθευτή, ο οποίος πλέον αντιμετωπίζεται ως μέρος της ομάδας της αγοράστριας επιχείρησης (*Λάιος, 2010*).

Οι ραγδαίες εξελίξεις και οι αλλαγές στο επιχειρηματικό περιβάλλον δημιούργησαν την ανάπτυξη των **ηλεκτρονικών προμηθειών**, δηλαδή διαδικασία με την οποία ένας οργανισμός ή μια επιχείρηση προμηθεύεται τις υπηρεσίες και τα αγαθά που τους ενδιαφέρουν με την χρήση σύγχρονων δικτυακών και υπολογιστικών υπηρεσιών. Μέσω αυτών των υπηρεσιών αναζητεί τους προμηθευτές, δέχεται προσφορές, συνάπτει συμβάσεις, και γενικά

διενεργεί με ηλεκτρονικό τρόπο όλο τον κύκλο μίας προμήθειας μέχρι και την ολοκλήρωσή της και την αποπληρωμή του προμηθευτή (Μπαλτάς&Παπαβασιλείου,2003).

Οι επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο αν και με αργό ρυθμό αρχίζουν να συνειδητοποιούν τα οφέλη που μπορεί να τους προσφέρει η ηλεκτρονική διαχείριση και υλοποίηση των προμηθειών, είτε βρίσκονται στο ένα μέρος ως αγοραστές είτε βρίσκονται στο άλλο σαν προμηθευτές. Έτσι γίνεται ολοένα και περισσότερο πραγματικότητα η ηλεκτρονική επικοινωνία μεταξύ των επιχειρήσεων καθώς και η αυτοματοποίηση των διαδικασιών. Κύριος στόχος κατά το σχεδιασμό των συστημάτων ηλεκτρονικών προμηθειών είναι ο περιορισμός των δαπανών που σχετίζονται με τις προμήθειες ενός οργανισμού. Οι δαπάνες αυτές περιλαμβάνουν τις άμεσες δαπάνες της αξίας των υλικών καθώς και τις δαπάνες διαχείρισης λόγω διαδικασιών.



Εικόνα 5.1. Στρατηγική Ηλεκτρονικών Προμηθειών<sup>7</sup>

Οι ηλεκτρονικές προμήθειες στηρίζονται σε ένα σύνολο από ηλεκτρονικά συστήματα (υλικό και λογισμικό) και διαδικασίες, τα οποία υποστηρίζουν τις λειτουργίες προμήθειας, από την αγορά, αγαθών και υπηρεσιών, που χρειάζεται ένας φορέας ή μια επιχείρηση (Παπαδημητρίου&Σχινάς,2002). Κατά την περίπτωση που ο φορέας είναι δημόσια υπηρεσία τότε ομιλούμε για ηλεκτρονικές δημόσιες προμήθειες (Public e-Procurement). Στην περίπτωση

<sup>7</sup> <http://www.esourcingsolutions.co.uk/Pages/e-procurement.htm>

που ο φορέας είναι ιδιωτικός τότε ομιλούμε για **ιδιωτικές ηλεκτρονικές προμήθειες (Private e-Procurement)**. Οι δημόσιες ηλεκτρονικές προμήθειες είναι μία μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου που ανήκει στην γενικότερη κατηγορία B2G, ενώ οι ιδιωτικές ηλεκτρονικές προμήθειες ανήκουν κυρίως στη μορφή B2B.

Στο σύστημα των ηλεκτρονικών προμηθειών υπάγονται και άλλες υπηρεσίες και διαδικασίες που αποτελούν μέρος του ηλεκτρονικού εμπορίου. Οι **ηλεκτρονικές συναλλαγές** αποτελούν τη διαδικασία που έχει συνδεθεί άρρηκτα με κάθε μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου αλλά και τις ηλεκτρονικές προμήθειες. Στα συστήματα ηλεκτρονικών συναλλαγών εντάσσεται κάθε μέθοδος που χρησιμοποιείται για να εξυπηρετήσει την πραγματοποίηση αγορών μέσω του Internet. Ορίζοντας τις ηλεκτρονικές συναλλαγές με αυτό τον τρόπο, μπορούμε να συμπεριλάβουμε σε αυτές εκτός από τις αμιγώς ψηφιακές- και κάποιες παραδοσιακές μεθόδους. Έτσι, σύστημα ηλεκτρονικών συναλλαγών θεωρούνται όχι μόνο η χρήση πιστωτικών καρτών, το ψηφιακό χρήμα και οι ηλεκτρονικές επιταγές, αλλά και το έμβασμα, η αντικαταβολή, η μεταφορά χρημάτων σε λογαριασμό κ.ά (**Κατσουλάκος,2001**).

Δυο άλλες έννοιες που αποτελούν μέρος του συστήματος των ηλεκτρονικών προμηθειών αποτελούν **οι ηλεκτρονικές αγορές (e-marketplaces), οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες (e-auctions) και οι ηλεκτρονικοί κατάλογοι (e-Catalogues)**.

**Η ηλεκτρονική αγορά** είναι ένα διεπιχειρησιακό πληροφοριακό σύστημα στο οποίο συμμετέχουν προμηθευτές και αγοραστές ανταλλάσσοντας πληροφορίες σχετικά με τα παρεχόμενα προϊόντα και υπηρεσίες (**Bakos,1991**). Από την πρώτη στιγμή που εμφανίστηκαν οι ηλεκτρονικές αγορές στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου δόθηκε μεγαλύτερη βαρύτητα στην ανάπτυξη B2B αγορών παρά B2C, κάτι απόλυτα φυσιολογικό εάν αναλογιστούμε τον όγκο των συναλλαγών που καταλαμβάνουν και τις πιέσεις που ασκούνταν από τις επιχειρήσεις για εξεύρεση λύσεων που θα αποσκοπούσαν στην βελτίωση της λειτουργίας τους. Οι πρώτες αγορές δημιουργήθηκαν από **ουδέτερους μεσάζοντες (independent e-marketplaces)** που προσπαθούσαν να προσελκύσουν προμηθευτές και αγοραστές, επικεντρώνοντας τη λειτουργία τους σε ένα συγκεκριμένο βιομηχανικό κλάδο.



**Οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες** είναι μία από τις κυριότερες λειτουργίες των ηλεκτρονικών αγορών, ενώ η σημαντικότητά τους κρίνεται ιδιαίτερος υψηλή, καθώς αποτελούν βασικό παράγοντα εισόδου στις ηλεκτρονικές αγορές για πλήθος προμηθευτών και αγοραστών. Ουσιαστικά αποτελούν την ηλεκτρονική εκδοχή των παραδοσιακών δημοπρασιών, με την διαφορά ότι δεν υποχρεώνουν τους ενδιαφερομένους να συνευρίσκονται σε συγκεκριμένη φυσική τοποθεσία, αλλά απλώς να συναλλάσσονται σε καθορισμένο χρονικό διάστημα μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας στην οποία είναι μέλη. Ταιριάζουν απόλυτα σε συναλλαγές όπου τα προϊόντα είναι περιορισμένης προσφοράς και η ζήτησή τους άγνωστη. Σε αυτές τις περιπτώσεις, οι πιθανότητες για μεγαλύτερο κέρδος από την πλευρά του προμηθευτή είναι αυξημένες (*Albrecht, 2005*).

Οι **ηλεκτρονικοί κατάλογοι** χρησιμοποιούνται κυρίως από τους προμηθευτές οι οποίοι θέλουν να προωθήσουν τα προϊόντα τους μέσω των ηλεκτρονικών αγορών. Τα κυριότερα πλεονεκτήματα που αποφέρουν στους προμηθευτές είναι:

- Διεύρυνση του αγοραστικού τους κοινού
- Μείωση κόστους αναζήτησης
- Προβολή-διαφήμιση με ελάχιστο κόστος
- Καλύτερη ενημέρωση για την τάση της αγοράς και της θέσης τους σε αυτήν.

## **5.2 Συναλλαγές στις Ηλεκτρονικές Προμήθειες**

Οι μορφές με τις οποίες διενεργούνται σήμερα οι ηλεκτρονικές προμήθειες σε διεθνές επίπεδο, είναι ποικίλες, καθώς χρησιμοποιούνται ένα σύνολο από τεχνολογίες, τεχνολογικές πλατφόρμες ποικίλων κατασκευαστών και διαφορετικές πολιτικές ανάλογα με το χώρο τον οποίο καλύπτουν οι ηλεκτρονικές προμήθειες με την διεξαγωγή τους. Στηρίζονται σε ένα σύνολο από διαφορετικές μεθοδολογίες και συστήματα που η λειτουργία τους στηρίζεται στην ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων μέσω Διαδικτύου, με την χρήση ενός συνόλου από τεχνολογίες.



Εικόνα 5.2. Διαδικασία και Εργαλεία Ηλεκτρονικών Προμηθειών<sup>8</sup>

Τα συστήματα ηλεκτρονικών προμηθειών αποτελούν ενοποιημένες λύσεις που ολοκληρώνουν τις επιχειρησιακές διαδικασίες, δηλαδή αυτοματοποιούν, παρακολουθούν και ελέγχουν τις διαδικασίες προμηθειών με τον καλύτερο δυνατό τρόπο για τους φορείς, τις επιχειρήσεις και τους προμηθευτές. Οι λύσεις αυτές ομαδοποιούνται σε τέσσερις μεγάλες κατηγορίες που υποστηρίζουν είτε άμεσες συναλλαγές είτε την λειτουργία εμπορικών δικτύων:

- λύσεις με την οπτική του αγοραστή
- λύσεις με την οπτική του πωλητή
- λύσεις με τη φιλοσοφία των δημοπρασιών
- οι λύσεις που υποστηρίζουν την λειτουργία εφοδιαστικών αλυσίδων.

Οι μέθοδοι με την οποία γίνονται οι προμήθειες σε κάθε κατηγορία είναι διαφορετικές και προσαρμοσμένες στις ανάγκες της κατηγορίας που εξυπηρετούν. Η ραγδαία ανάπτυξη του Διαδικτύου, ως ανοιχτής και εύκολα προσβάσιμης αρχιτεκτονικής λύσης, καθιερώνει πλέον νέες προοπτικές στην υιοθέτηση πρακτικών ηλεκτρονικών προμηθειών. Η εξέλιξη των συστημάτων

<sup>8</sup> [http://www.cosmo-one.gr/educommerce/?page\\_id=284](http://www.cosmo-one.gr/educommerce/?page_id=284)

ηλεκτρονικών προμηθειών ακολουθεί συνήθως τέσσερα στάδια εξέλιξης (*Δρίγκας, 2002*):

1. Παρουσία ενός website που παρέχει γενικές πληροφορίες και on-line φόρμες.
2. Δυνατότητα αναζήτησης σε βάσεις δεδομένων και ολοκληρωμένες online φόρμες.
3. Αμφίδρομη επικοινωνία με προμηθευτές καθώς και εισαγωγή από τους προμηθευτές εμπιστευτικών δεδομένων.
4. Από κοινού χρήση πιστοποιημένων/ελεγμένων δεδομένων με άλλες υπηρεσίες, με τη συγκατάθεση των προμηθευτών.

Τα συστήματα ηλεκτρονικών προμηθειών στηρίζονται σε διαδικασίες, τεχνικές και λειτουργίες που ομαδοποιούνται στις ακόλουθες κατηγορίες (*Δρίγκας, 2001; Popovic, 2002; Koch, 2003; Davis, 2003; Χρυσοστόμου, 2008*):

- 1. e-Tendering:** Το e-Tendering αναφέρεται στην χρήση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας για την πραγματοποίηση με ηλεκτρονικό τρόπο της διαδικασίας δημιουργίας και δημοσίευσης της προκήρυξης καθώς και της δημιουργίας και διακίνησης των σχετιζόμενων με αυτήν εγγράφων. Συνήθως η όλη διαδικασία συντονίζεται μέσω ενός κεντρικού διαδικτυακού τόπου μέσω του οποίου είναι διαθέσιμες σε ηλεκτρονική μορφή οι προκηρύξεις καθώς και όλα τα απαραίτητα συνοδευτικά έγγραφα (διευκρινίσεις, τεχνικές προδιαγραφές κ.λπ.).
- 2. e-Marketplace:** Επιτρέπει σε επιχειρήσεις να παρουσιάζουν το εταιρικό προφίλ τους και τα προϊόντα τους σε μια ειδική για το σκοπό αυτό πλατφόρμα στο διαδίκτυο, προσφέροντας στις δημόσιες αρχές τη δυνατότητα να έχουν μια γενική εικόνα της αγοράς. Μπορούμε να διακρίνουμε τις εξής κατηγορίες:

- **public e-marketplace:** είναι μια πραγματικά ανοικτή αγορά, που χαρακτηρίζεται από παγκόσμια συμμετοχή και διάφορους τύπους αλληλεπίδρασης (έναν προς πολλούς, πολλοί προς πολλούς κτλ). Οι τιμές καθοδηγούνται από την αγορά και οι παραγγελίες γίνονται σε πραγματικό χρόνο.
  - **private e-marketplace:** μία ιδιωτική αγορά που επιτρέπει εγκεκριμένους προμηθευτές να κάνουν προσφορές σε μεγάλες επιχειρήσεις ή επιτρέπει οικονομικά αποδοτικές συναλλαγές με τις δυνατότητες διαπραγμάτευσης που προσφέρει. Χαρακτηρίζεται από πολλούς τύπους αλληλεπίδρασης (έναν προς πολλούς, πολλοί προς πολλούς κτλ). Συνήθως διαχειρίζεται από μία ή μερικές μεγάλες εταιρίες και είναι ανοικτό στους στρατηγικούς εμπορικούς εταίρους αυτών των εταιριών, σε όλα τα στάδια της αλυσίδας προμηθειών
  - **horizontal e-marketplace:** ένας τύπος(B2B με πολλές εταιρίες οι οποίες εστιάζουν σε κοινές λειτουργίες ή επιχειρηματικές διαδικασίες
  - **vertical e-marketplace:** αυτοί οι τόποι (B2B) αγοράς εστιάζονται σε ένα σχετικά στενό εύρος από αγαθά και υπηρεσίες
- 3. e-Auctions:** Οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες αποτελούν μια επαναληπτική διαδικασία, που βασίζεται σε έναν ηλεκτρονικό μηχανισμό παρουσίασης νέων, μειωμένων τιμών ή/και νέων αξιών όσον αφορά στοιχεία των προσφορών. Οι δημοπρασίες δεν αποτελούν πλήρη διαδικασία αξιολόγησης, αλλά μέρος αυτής. Διεξάγονται έπειτα από προκαταρκτική πλήρη αξιολόγηση των προσφορών (ανοικτός, κλειστός ή με διαπραγμάτευση διαγωνισμός), επιτρέποντας την ταξινόμησή τους με βάση αυτόματη μέθοδο αξιολόγησης. Απαραίτητη προϋπόθεση για

διεξαγωγή δημοπρασίας είναι να μπορούν οι παράμετροι αξιολόγησης των προσφορών να οριστούν με ακρίβεια. Μόλις ολοκληρωθεί η προκαταρκτική αξιολόγηση η αναθέτουσα αρχή στέλνει πρόσκληση στους επιλεγθέντες προμηθευτές να συμμετάσχουν στην δημοπρασία. Διακρίνουμε τις εξής μορφές:

- **Dutch auctions:** είναι η δημοπρασία η οποία αποτελείται από έναν πωλητή και πολλούς αγοραστές, στην οποία αυτός που διευθύνει την δημοπρασία μειώνει την τιμή (από μία αρχικά υψηλή τιμή) μέχρι να συμφωνηθεί από κάποιον αγοραστή να υποβάλλει προσφορά στην συγκεκριμένη τιμή
- **English auctions:** είναι η δημοπρασία η οποία αποτελείται από έναν πωλητή και πολλούς αγοραστές, στην οποία οι συμμετέχοντες αγοραστές αυξάνουν την τιμή των προσφορών για να αγοράσουν ένα αντικείμενο
- **Japanese auctions:** είναι η δημοπρασία η οποία αποτελείται από έναν πωλητή και πολλούς αγοραστές, στην οποία αυτός που διευθύνει τη δημοπρασία αυξάνει την τιμή (από ένα χαμηλό σημείο έναρξης) και οι συμμετέχοντες αγοραστές πρέπει να δεχθούν την τιμή σε κάθε στάδιο για να παραμείνουν στη δημοπρασία
- **American auction:** είναι η δημοπρασία η οποία αποτελείται από έναν πωλητή και πολλούς αγοραστές, στην οποία ένα προϊόν προσφέρεται για πώληση σε σταθερή τιμή. Η υψηλότερη προσφορά που θα αγοράσει τη μεγαλύτερη ποσότητα κερδίζει τη δημοπρασία
- **Sealed-Bid auction:** είναι η δημοπρασία η οποία αποτελείται από έναν πωλητή και πολλούς αγοραστές, στην οποία ο κάθε αγοραστής κάνει μία μυστική- κλειστή προσφορά, η υψηλότερη προσφορά κερδίζει τη δημοπρασία

- **Private auction:** μια ομάδα από διαπραγματευτές έχουν πρόσβαση σε μία προσωπική δημοπρασία η οποία δεν είναι ανοικτή για άλλους
- **Multi-Unit auction:** μία δημοπρασία στην οποία πολλαπλά αντίγραφα ενός προϊόντος είναι διαθέσιμα προς δημοπρασία και αγορά από πιθανούς αγοραστές

**4. Reverse e-auctions:** Οι αγοραστές δημοσιοποιούν τις ανάγκες τους για ένα συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία, έπειτα οι προμηθευτές κάνουν προφορά για να ικανοποιήσουν αυτές τις ανάγκες. Διακρίνουμε τις εξής μορφές:

- **Reverse Dutch auctions:** είναι η δημοπρασία με έναν αγοραστή και πολλούς πωλητές στην οποία αυτός που διευθύνει την δημοπρασία αυξάνει την τιμή. (αρχίζοντας από μία χαμηλή εναρκτήρια τιμή), μέχρι ένας πωλητής να συμφωνήσει να πουλήσει σε αυτήν την τιμή
- **Reverse English auctions:** είναι η δημοπρασία με έναν αγοραστή και πολλούς πωλητές στην οποία οι πωλητές μειώνουν συνεχώς τις προσφορές για την πώληση ενός αντικειμένου
- **Reverse Japanese auctions:** είναι η δημοπρασία με έναν αγοραστή και πολλούς πωλητές στην οποία αυτός που διευθύνει την δημοπρασία μειώνει τις τιμές (αρχίζοντας από μία υψηλή εναρκτήρια τιμή), και οι πωλητές πρέπει να δεχθούν την τιμή αυτή σε κάθε στάδιο για να παραμείνουν στην δημοπρασία
- **Reverse Sealed-Bid auction:** είναι η δημοπρασία με έναν αγοραστή και πολλούς πωλητές στην οποία κάθε πωλητής κάνει μία μυστική προσφορά, αυτός που έχει κάνει την χαμηλότερη προσφορά κερδίζει τη δημοπρασία

- 5. e-Catalogues:** Οι ηλεκτρονικοί κατάλογοι έχουν μια κοινή-προτυποποιημένη δομή και βασίζονται σε ενιαία ηλεκτρονικά μητρώα προμηθευτών και ειδών τα οποία δομούνται επίσης βάσει προτύπων. Η συγκέντρωση καταλόγων από πολλούς πωλητές με συγκρίσιμες στατικές τιμές με σκοπό τη δημιουργία επιλογών αγοράς για τους αγοραστές καθώς και η δημιουργία καταλόγων με τέτοιο τρόπο ώστε να γίνονται άμεσα κι εύκολα οι συγκρίσεις των προϊόντων αποτελούν διαδικασίες που ευνοούν τη χρήση των ηλεκτρονικών καταλόγων.
- 6. Bid:** Είναι μία προσφορά για αγορά ή πώληση συγκεκριμένης ποσότητας ενός αντικειμένου σε συγκεκριμένη τιμή. Οι κατηγορίες είναι οι εξής:
- **Replacement Bid:** αν η αγορά επιτρέπει αντικατάσταση προσφορών μπορεί κάποιος να αλλάξει την προσφορά (σε τιμή η ποσότητα ή και τα δύο) ενώ η αγορά τρέχει
  - **Schedule Bid:** προσφορά που δίνει διαφορετικές τιμές για διαφορετικές ποσότητες. Αποτελείται από ένα αριθμό ζευγών τιμής-ποσότητας
  - **Sell Bid:** μία προσφορά για πώληση μιας συγκεκριμένης ποσότητας ενός είδους σε συγκεκριμένη τιμή
  - **Submit a Bid:** υποβολή μίας προσφοράς στην αγορά. Ο συναλλασσόμενος υποβάλει μία προσφορά, αυτή κρίνεται ως προς την εγκυρότητα και αν είναι αποδεκτή μπαίνει στην αγορά
- 7. e-Exchanges:** Ένα marketplace στο οποίο οι αγοραστές και οι προμηθευτές διαπραγματεύονται την τιμή συνήθως με το σύστημα «προσφορά και ζήτηση» και στο οποίο οι τιμές κινούνται και διαμορφώνονται δυναμικά.
- 8. E-Hubs:** Ηλεκτρονική πλατφόρμα για το συντονισμό της εμπορικής αλυσίδας και διευκόλυνση του συγχρονισμού μεταξύ των συναλλασσόμενων εμπορικών συνεργατών. Επίσης διακρίνουμε και το

**procurement hub**, που αποτελεί ένα marketplace για προμήθειες ρουτίνας όπως προμήθειες γραφείου, υπηρεσίες ταξιδιών ή υπολογιστές που χρειάζονται σε μια επιχείρηση για να λειτουργήσει, που δεν είναι κρίσιμες όμως για τη λειτουργία της επιχείρησης. Μια άλλη μορφή είναι το **purchasing hub**, δηλαδή μεσολαβητής αγοραστών, ο οποίος συγκεντρώνει τις αιτήσεις από μικρούς αγοραστές και διαπραγματεύεται καλύτερους όρους με μεγάλους πωλητές.

Εκτός από τις παραπάνω μορφές υλοποίησης των ηλεκτρονικών προμηθειών, έχουμε και μια σειρά από λειτουργίες και διαδικασίες που διευκολύνουν τα συστήματα που περιγράψαμε. Η αξιοποίηση των πληροφοριών που βρίσκονται στους ηλεκτρονικούς καταλόγους γίνεται αποτελεσματικότερη με τη χρήση των υπηρεσιών **Request For x (RFx)**. Οι υπηρεσίες RFx παρέχουν τη δυνατότητα αναζήτησης και εξεύρεσης προϊόντων και προμηθευτών, λήψης και αποστολής αιτημάτων για αγορά ή πώληση και αξιολόγησης προσφορών, με ηλεκτρονικό τρόπο. Ωστόσο η χρήση τους δεν περιορίζεται μόνο στις υπηρεσίες των ηλεκτρονικών καταλόγων - πολλές ηλεκτρονικές αγορές χρησιμοποιούν ηλεκτρονικούς πίνακες (e-bulletin boards) για την δημοσίευση των αιτημάτων ή προσπαθούν να φέρουν σε επικοινωνία τα συναλλασσόμενα μέρη ανάλογα με τις εκάστοτε απαιτήσεις. Οι υπηρεσίες e-RFx αξιοποιούνται για την διεκπεραίωση των παρακάτω εμπορικών διαδικασιών (Δημητριάδης & Μιχιώτης, 2007):

- **RFI (Request For Information):** Αίτημα για πληροφορίες ή εκδήλωση ενδιαφέροντος σχετικά με προϊόντα, υπηρεσίες, προμηθευτές ή πελάτες
- **RFP (Request For Proposal):** Πρόσκληση για υποβολή προτάσεων σχετικά με την αγορά ή την πώληση προϊόντων/υπηρεσιών σε προμηθευτές ή αγοραστές
- **RFQ (Request For Quote):** Πρόσκληση για υποβολή προσφορών σχετικά με την αγορά ή την πώληση συγκεκριμένων προϊόντων/υπηρεσιών σε καθορισμένους προμηθευτές ή αγοραστές και δυνατότητα αξιολόγησής των προσφορών που λαμβάνονται, συγκρίνοντας τις μεταξύ τους

Ιδανική προσέγγιση για την αυτοματοποίηση διαδικασιών ηλεκτρονικού εμπορίου μεταξύ επιχειρήσεων αποτελεί η ψηφιακή τιμολόγηση (**e-invoicing**). Η λειτουργία αυτή είναι υπεύθυνη για την αυτοματοποίηση της διαδικασίας



δημιουργίας και διακίνησης των τιμολογίων μεταξύ αγοραστή και προμηθευτή. Οι προοπτικές του e- invoice είναι τέτοιες, που ίσως δεν θα ήταν υπερβολή να υποστηριχθεί ότι σε λίγα χρόνια η πλειονότητα των μεγάλων επιχειρήσεων θα επιδιώκει να συνεργάζεται με MME που θα μπορούν να συμμετάσχουν σε διαδικασίες ηλεκτρονικής τιμολόγησης και θα αποφεύγει τη συνεργασία με εκείνες που θα χρησιμοποιούν ακόμα το "παραδοσιακό" μοντέλο ([www.cosmo-one.gr](http://www.cosmo-one.gr)).

Η λειτουργία **eAwarding** αποσκοπεί στην υποβοήθηση της διαδικασίας αξιολόγησης των προσφορών αφενός μέσω της αυτοματοποίησης των τυποποιημένων-τετριμμένων διαδικασιών και αφετέρου μέσω της χρήσης εργαλείων στήριξης αποφάσεων (decision support tools) τα οποία υποβοηθούν στην βαθμολόγηση των προμηθευτών και την επιλογή του αναδόχου, ενισχύοντας έτσι την διαφάνεια και το αδιάβλητο της διαδικασίας. Επιπλέον η μονάδα αυτή αναλαμβάνει την αποστολή γνωστοποίησης και όλων των σχετιζόμενων εγγράφων στον επιλεγμένο ανάδοχο-προμηθευτή. Η λειτουργία **eContracting** αναλαμβάνει να υποστηρίξει την ηλεκτρονική διαχείριση των διαδικασιών κατάρτισης και παρακολούθησης της εκτέλεσης των συμβάσεων. Η μονάδα **eOrdering** επιτελεί όλες τις λειτουργίες που σχετίζονται με την δημιουργία και διακίνηση με ηλεκτρονικό τρόπο όλων των σχετιζόμενων με τις παραγγελίες εγγράφων. Η λειτουργία **ePayment** αναφέρεται στην διακίνηση πληροφορίας πληρωμών ή/και την πραγματοποίηση ηλεκτρονικά της πληρωμής μεταξύ αγοραστή, προμηθευτή και τράπεζας. Επιπλέον η μονάδα αυτή υποστηρίζει την ηλεκτρονική διαχείριση εγγυητικών επιστολών

Άλλες λειτουργίες ενός συστήματος ηλεκτρονικών προμηθειών αποτελούν.

- Αυτόματη υποδοχή προσφορών, παραγωγή και αποστολή ειδοποιήσεων και απαντήσεων σε προκηρύξεις.
- Εργαλεία που υποστηρίζουν αναφορές με αξιολογήσεις για την παρακολούθηση των τιμών των προμηθευτών, την ποιότητα και την εξυπηρέτηση.
- Πρόσβαση σε υπηρεσίες υπολογισμού των φόρων
- Υποστήριξη σε logistics.
- Υποστήριξη πολλαπλών συστημάτων διεπαφής (PC, PDA ή ασύρματες συσκευές κ.ά.).

- Υποστήριξη modules (πρόσθετων εργαλείων), που αφορούν στην ολοκλήρωση με συστήματα διαχείρισης επιχειρησιακών πόρων (ERP), συστήματα πληρωμών και γενικής ή αναλυτικής λογιστικής.
- Υποστήριξη συστημάτων ηλεκτρονικής ταυτοποίησης
- Πληροφοριακό σύστημα στήριξης αποφάσεων (MIS) που παρέχει στους αγοραστές τις αναγκαίες πληροφορίες για τη διαχείριση της σχέσης τους με τους προμηθευτές.

### 5.3 Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα Ηλεκτρονικών Προμηθειών

Τα πλεονεκτήματα των ηλεκτρονικών προμηθειών σε γενικές γραμμές είναι η εξοικονόμηση χρόνου και χρήματος όπως επίσης και **εύκολη, γρήγορη, οικονομική, απλούστερη, ασφαλή, ελεγχόμενη, ευσταθή, αξιόπιστη, διαφανή, αδιάβλητη**, λειτουργία των προμηθειών. Πιο συγκεκριμένα:

- Ικανότητα ενοποίησης των αγορών που πρέπει να κάνουν διαφορετικά τμήματα ή υποδιευθύνσεις της εταιρίας, διατηρώντας μάλιστα τον έλεγχο στις προμήθειες από το κάθε τμήμα ξεχωριστά
- Εδραίωση αποτελεσματικότερης πολιτικής προμηθειών για την ανεύρεση όσο το δυνατό καλύτερης αναλογίας, τιμής/ ποιότητας σε μια μεγάλη γκάμα προμηθευτών
- Τα τιμολόγια εισάγονται γρηγορότερα στα συστήματα των πελατών και η εκκαθάρισή τους συντομεύεται
- Μείωση των δυσλειτουργιών που παρουσιάζονται όταν η έκδοση και η παράδοση των παραστατικών γίνονται με τον παραδοσιακό τρόπο
- Καλύτερη ανταπόκριση στις αντιφάσεις που προκύπτουν ανάμεσα στην τιμή, ποιότητα και παράδοση του προϊόντος γιατί ο έλεγχος και η σύγκριση τιμών καθώς και ο ποιοτικός έλεγχος γίνεται πολύ πιο εύκολα από μια επιχείρηση που θέλει να αγοράσει το προϊόν

- Μείωση των ανεπιθύμητων προμηθειών είτε πρόκειται για αγαθά που δεν πληρούν τα πρότυπα που η εταιρία έχει θέσει, είτε προέρχονται από προμηθευτές που δεν συμπεριλαμβάνονται στη λίστα που έχει εγκρίνει η εταιρία

Μειονεκτήματα των ηλεκτρονικών προμηθειών είναι τα εξής:

- Η αδυναμία της επιχείρησης να αλλάξει τον παραδοσιακό τρόπο συναλλαγής της και να εφαρμόσει το σύστημα των ηλεκτρονικών προμηθειών
- Η χρήση ηλεκτρονικών προμηθειών απαιτεί αλλαγές σε θέματα λειτουργίας, επένδυση σε νέο λογισμικό και εκπαίδευση προσωπικού
- Η επιλογή του κατάλληλου συστήματος ανατίθεται σε άτομα που δεν έχουν τις απαιτούμενες γνώσεις και την εμπειρία
- Η ύπαρξη πολλών δικτυακών τόπων που προσφέρουν υπηρεσίες ηλεκτρονικών προμηθειών μπορεί να οδηγήσει σε αποπροσανατολισμό ή στη χρονοβόρα διαδικασία επίσκεψής τους από τον ενδιαφερόμενο

Οι ηλεκτρονικές προμήθειες πάντως, στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου, έχουν συντελέσει στη βελτίωση των προϊόντων, στην ποιοτική ανάπτυξη των υπηρεσιών και στη συχνή επικοινωνία ανάμεσα σε επιχειρήσεις, προμηθευτές και αγοραστές. Επίσης η αρχική επένδυση σε σύστημα προμηθειών έχει σύντομη και σίγουρη απόσβεση σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα.

#### **5.4 Ηλεκτρονικές Προμήθειες στην Ελλάδα**

Είναι αισιόδοξες οι τάσεις που διαμορφώνονται στην ελληνική αγορά των ηλεκτρονικών προμηθειών. Αισιόδοξα μηνύματα τοποθετούνται στο άμεσο και απώτερο μέλλον και όχι στη σημερινή πραγματικότητα, η οποία λόγω αντικειμενικών δυσχερειών ( μέτριος βαθμός διείσδυσης επιχειρήσεων στο

Διαδίκτυο), είναι σαφές ότι δεν θα μπορούσε να παρουσιάζει μεγάλη ανάπτυξη ως προς τις ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Στην Ελλάδα οι περισσότερες επιχειρήσεις δεν έχουν αντιληφθεί τα οφέλη και τις δυνατότητες του e-procurement, με αποτέλεσμα να επιμένουν σε παραδοσιακούς τρόπους λειτουργίας και σε παραδοσιακές συνεργασίες σε επίπεδο διεπιχειρησιακό. Αυτό οφείλεται σε έλλειψη τεχνογνωσίας και στη μη εξοικείωση των επιχειρήσεων με τις νέες μορφές επιχειρηματικότητας. Επίσης σημαντικό ποσοστό του ελληνικού πληθυσμού δε χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο για αγορές και συναλλαγές. Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να επενδύσουν σε κάποιο σύστημα e-procurement. Όμως οι εξελίξεις είναι ραγδαίες και οι ελληνικές επιχειρήσεις οφείλουν να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα.

Αρκετές εταιρίες προσπαθούν να εισέλθουν στον κλάδο της παροχής υπηρεσιών και τη δημιουργία συστημάτων e-procurement. Η **Cosmo One** είναι ένας οργανισμός που ξεκίνησε την εμπορική του δραστηριότητα έχοντας σαν όραμα τη παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου μεταξύ επιχειρήσεων και τηλεματικής διαχείρισης εταιρικών στόλων τόσο στην Ελλάδα όσο και στα Βαλκάνια. Σήμερα, δίνει τη δυνατότητα σε κάθε είδους επιχείρησης να συναλλάσσεται με ευκολία, ασφάλεια, αξιοπιστία και ταχύτητα, οδηγώντας έτσι τις επιχειρήσεις στην αύξηση της κερδοφορίας τους, στη μείωση του άμεσου και του έμμεσου κόστους που σχετίζονται με τις αγορές και τις προμήθειες. Η **Yassas.com A.E.** είναι η πρώτη κάθετη Business-to-Business ηλεκτρονική αγορά στην Ελλάδα, που δραστηριοποιείται στο χώρο των προμηθειών των ξενοδοχείων, νοσοκομείων, πλοίων και χώρων εστίασης, προσφέροντας ολοκληρωμένες λύσεις μέσω Internet από το 2000. Στόχος της ήταν η δημιουργία πλατφόρμας όπου τα μέλη της θα έχουν τη δυνατότητα να αξιοποιήσουν τα πλεονεκτήματα που τους προσφέρονται μέσα από την τεχνολογία, προσαρμόζοντάς τα στις ανάγκες τους. Η πλατφόρμα εγκαινιάστηκε το 2001 και αποτέλεσε την πρώτη πλατφόρμα υπηρεσιών ηλεκτρονικών προμηθειών στην Ελλάδα και χαίρει αναγνωρισιμότητας και προτίμησης ακόμα και σήμερα.

Στο Δημόσιο Τομέα, το έργο **Εθνικό Σύστημα Ηλεκτρονικών Δημόσιων Προμηθειών – ΕΣΗΔΠ** αποτελεί έργο του Επιχειρησιακού Προγράμματος Κοινωνία της Πληροφορίας. Το ΕΣΗΔΠ έχει στόχο αφενός να βελτιώσει την υφιστάμενη κατάσταση σχετικά με τον τρόπο και τις διαδικασίες εκτέλεσης των δημόσιων προμηθειών και αφετέρου να προδιαγράψει και να υποστηρίξει την

εφαρμογή και χρήση νέων μοντέλων. Στο πλαίσιο αυτό, ο βασικός στόχος του ΕΣΗΔΠ μπορεί να αναλυθεί περαιτέρω στους παρακάτω άξονες δράσης ([www.observatory.gr](http://www.observatory.gr)):

- Μηχανογραφική υποστήριξη των διαδικασιών δημόσιων προμηθειών, με στόχο την επιτάχυνση και απλούστευση τόσο της συνολικής διαδικασίας όσο και επιμέρους τμημάτων της.
- Υποστήριξη νέων πρακτικών (συμφωνίες-πλαίσιο, ηλεκτρονικές δημοπρασίες).
- Λογική δια-δικτύωση των αναθετουσών αρχών του Δημοσίου και των ιδιωτικών επιχειρήσεων (προμηθευτών) με τις κεντρικές υπηρεσίες της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου.
- Βελτίωση της εσωτερικής μηχανογράφησης και πληροφορικής υποδομής της ΓΓΕ, με την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών και πρακτικών.
- Δημιουργία ενός ανοιχτού συστήματος, προσβάσιμου τόσο από τα στελέχη της ΓΓΕ όσο και από τους φορείς του Δημοσίου που συμμετέχουν στη διαμόρφωση του Ενιαίου Προγράμματος Προμηθειών και τις ιδιωτικές επιχειρήσεις-προμηθευτές.
- Βελτίωση της επικοινωνίας με τους φορείς του Δημοσίου και τους προμηθευτές
- Παροχή καλύτερης και πληρέστερης πληροφόρησης καθώς και προηγμένων ηλεκτρονικών υπηρεσιών, π.χ. ηλεκτρονικής υποβολής προσφορών, προς κάθε ενδιαφερόμενο (αναθέτουσες αρχές, προμηθευτές, ευρύ κοινό).

Το ΕΣΗΔΠ θα αποτελεί το ενιαίο πληροφοριακό σύστημα, το οποίο θα εξυπηρετεί και θα καλύπτει το σύνολο των βασικών διαδικασιών που εφαρμόζονται στις δημόσιες προμήθειες, όπως:

- Προετοιμασία Ενιαίου Προγράμματος Προμηθειών
- Κατάρτιση και Εκτέλεση του ΕΠΠ
- Δημοσίευση και Διενέργεια Διαγωνισμών
- Υποβολή Αιτήσεων Συμμετοχής (για κλειστό διαγωνισμό)
- Υποβολή Προσφορών από Προμηθευτές
- Αξιολόγηση και Επιλογή προμηθευτών
- Σύναψη και Εκτέλεση Συμβάσεων

- Απολογισμός του ΕΠΠ.

Για κάθε διαδικασία, το σύστημα προσφέρει τη δυνατότητα να σχεδιαστεί κατ' αρχάς η κατάλληλη ροή εργασιών που ανταποκρίνεται πλήρως στην υφιστάμενη κατάσταση. Παράλληλα ορίζονται οι εμπλεκόμενες οντότητες και η μορφή των δεδομένων που θα χρησιμοποιούνται σε κάθε διαδικασία, καθώς και οι απαραίτητες παράμετροι ασφαλείας.

Η λειτουργία του ΕΣΗΔΠ θα σχετίζεται άμεσα με το σύστημα του Μητρώου Προμηθευτών της Γενικής Διεύθυνσης Κρατικών Προμηθειών, η υλοποίηση του οποίου αποτελεί αντικείμενο ενός ξεχωριστού έργου. Με την ηλεκτρονική διασύνδεση των δύο συστημάτων διασφαλίζεται:

1. Συνεχής δυνατότητα άντλησης από το Μητρώο όλων των απαραίτητων για τη διαδικασία δημοσίων προμηθειών στοιχείων online.
2. Δυνατότητα άμεσης και απρόσκοπτης εκμετάλλευσης των παραπάνω στοιχείων για τις λειτουργικές ανάγκες της διαδικασίας δημοσίων προμηθειών.
3. Δυνατότητα αποστολής στο Μητρώο συγκεκριμένων στοιχείων σχετικά με τους προμηθευτές (ειδικά σχετικά με τη συμβατική συμπεριφορά τους) που συλλέγονται κατά τις διάφορες φάσεις της διαδικασίας δημοσίων προμηθειών.

Το ΕΣΗΔΠ θα παρέχει τη δυνατότητα ολοκλήρωσης με συστήματα οικονομικής διαχείρισης και συστήματα διαχείρισης επιχειρησιακών πόρων, τα οποία λειτουργούν είτε στις αναθέτουσες αρχές είτε στους προμηθευτές. Η ολοκλήρωση με τέτοια συστήματα περιλαμβάνει ενδεικτικά:

- Έλεγχο πιστώσεων αναθέτουσας αρχής κατά την προετοιμασία του Ενιαίου Προγράμματος Προμηθειών.
- Συγχρονισμό κυκλωμάτων διαχείρισης προμηθειών μεταξύ ΓΓΕ και αναθέτουσας αρχής.
- Συγχρονισμό των Κωδικολογίων Προϊόντων-Προμηθευτών μεταξύ ΓΓΕ και αναθέτουσας αρχής.
- Συγχρονισμό κυκλώματος εκτέλεσης συμβάσεων.
- Αποπληρωμή προμηθευτή – Λογιστικό κύκλωμα

Προκειμένου να διευκολυνθεί μελλοντικά η διασύνδεση των συστημάτων του ΕΣΗΔΠ με πάσης φύσεως τρίτα συστήματα, όλες οι διεπαφές του ΕΣΗΔΠ προς τρίτα συστήματα θα βασίζονται σε ανοικτά πρότυπα διαλειτουργικότητας.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

### ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

#### 6.1 Κίνδυνοι B2B Συναλλαγών

Η ασφάλεια των συναλλαγών είναι κατά πάσα πιθανότητα το σημαντικότερο θέμα στο Διαδίκτυο. Αν και ο αριθμός των επιχειρήσεων που εισέρχονται στην εικονική αγορά αυξάνεται συνεχώς, ωστόσο ο όγκος των ηλεκτρονικών συναλλαγών δεν ακολουθεί τον ίδιο ρυθμό. Μια από αυτές τις αιτίες που αποφεύγεται η διενέργεια διαδικτυακών αγορών είναι η έλλειψη εμπιστοσύνης στην ασφάλεια των συναλλαγών.

Οι ασφαλείς συναλλαγές είναι σημαντικές διότι καθιερώνουν την εμπιστοσύνη ανάμεσα στις συναλλασσόμενες εταιρίες. Όταν ένα πρόσωπο, πράγμα, γεγονός ή ιδέα το οποίο αποτελεί κίνδυνο για κάποιο αγαθό (asset) σε σχέση με την εμπιστευτικότητα, την ακεραιότητα, τη διαθεσιμότητα ή/και τη νόμιμη χρήση του συγκεκριμένου αγαθού, τότε απειλείται (**threat**).

Ιδιαίτερα ανησυχητικά είναι τα κρούσματα δικτυακής απάτης που έχουν ως στόχο τους ανυποψίαστους καταναλωτές ή τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για ηλεκτρονικές συναλλαγές. Οι δικτυακοί απατεώνες έχουν πλέον ως στόχο το εύκολο κέρδος και προσπαθούν να αποσπάσουν προσωπικά δεδομένα όπως αριθμούς πιστωτικών καρτών, τραπεζικών λογαριασμών. Παραδείγματα τέτοιων απειλών αποτέλεσαν και τα περιστατικά που ενέπλεκαν γνωστούς οργανισμούς όπως η Citibank, eBay, και PayPal για την εξαπάτηση των χρηστών του Διαδικτύου.

Οι κίνδυνοι οι οποίοι απειλούν τις B2B συναλλαγές έχουν ως εξής (*Πολλάλης&Γιαννακόπουλος,2007*):

1. **Υποκλοπή δεδομένων στο δίκτυο.** Αυτό συνήθως γίνεται με ειδικά μηχανήματα στο δίκτυο, δηλαδή έξω από το σύστημα. Είναι σημαντικός κίνδυνος διότι η παραβίαση του συστήματος ασφαλείας της πιστωτικής



κάρτας αποτελεί πρόκληση για τους hackers, αλλά και ένα καλό εισόδημα για διάφορους γνώστες των θεμάτων ασφαλείας δικτύων. Στα πλαίσια της παρατήρησης ότι η συμπεριφορά τέτοιων ατόμων είναι απρόβλεπτη, θα πρέπει να παρατηρηθεί ότι υπάρχουν συλλέκτες ενεργών αριθμών Visa, οι οποίοι δεν τους χρησιμοποιούν, παρά μόνο όταν χρειαστεί να αποδείξουν ότι το νόμισμα είναι ενεργό. Η υποκλοπή γίνεται με μια διαδικασία η οποία μπορεί να θεωρηθεί αντίστοιχη της τηλεφωνικής υποκλοπής.

- 2. Καταστροφή - μαζική αλλοίωση δεδομένων.** Αυτό μπορεί να συμβεί για δεκάδες λόγους, αλλά οι ύποπτοι είναι οι ιοί (συνήθως από άλλο υπολογιστή της επιχείρησης ή από το e-mail), οι λογικές βόμβες (είδος κακόβουλου προγράμματος που συνήθως διαδίδεται με το e-mail) και οι υπάλληλοι της εταιρίας (λάθος ή δόλος).
- 3. Επιλεκτική αλλοίωση δεδομένων.** Η περίπτωση όπου κάποιος έχει μπει στο σύστημα και έχει π.χ. γράψει στοιχεία για ανύπαρκτες συναλλαγές ή υπάρχει μια παραγγελία με αλλοιωμένη τη διεύθυνση, οπότε το προϊόν πάει αλλού. Είναι το σύννηθες τελικό αποτέλεσμα ενός επιτυχημένου hacking. Το πρόβλημα δεν έγκειται στη συχνότητα αλλά στη δυσκολία εντοπισμού τους, αυτή η δραστηριότητα έχει διάφορα παρακλάδια ανάλογα με τον τρόπο διείσδυσης αλλά το τελικό αποτέλεσμα είναι το ίδιο: ο εισβολέας αποκτά έλεγχο όλου ή ενός μέρους του συστήματος.

Οι πιο γνωστές απειλές είναι οι εξής:

- 1. Ένας sniffer** είναι ένα πρόγραμμα υποκλοπής δεδομένων που παρακολουθεί κρυφά την κίνηση ενός δικτύου με σκοπό να αρπάξει πληροφορίες που διακινούνται σε αυτό. Αυτό το πρόγραμμα λειτουργεί επειδή το Ethernet κατασκευάστηκε γύρω από την αρχή του sharing. Τα περισσότερα δίκτυα χρησιμοποιούν τεχνολογία εκπομπής, όπου τα

μηνύματα από ένα υπολογιστή διαβιβάζονται σε άλλο υπολογιστή σε αυτό το δίκτυο. Πρακτικά όλοι οι υπολογιστές του δικτύου αγνοούν το μήνυμα, εκτός αυτού που είναι ο παραλήπτης του. Πάντως, υπολογιστές μπορούν να διαμορφωθούν, ώστε να δέχονται τα μηνύματα ακόμα και αν δεν είναι για αυτούς.

2. Το **key logging** συμβαίνει όταν καταγράφεται ότι πληκτρολογεί ο χρήστης, χωρίς ο ίδιος να το ξέρει ή να το επιτρέπει. Χρησιμοποιείται από επιτήδειους για την κλοπή των στοιχείων της πιστωτικής κάρτας, των τραπεζικών συναλλαγών και των προσωπικών κωδικών και αποτελεί σοβαρή απειλή για τη διαρροή προσωπικών/εταιρικών στοιχείων. Η κλοπή γίνεται από ένα ειδικό υλικό, το οποίο είναι εύκολο να εγκατασταθεί και δύσκολο να εντοπιστεί. Τα **key loggers** καταγράφουν και αποθηκεύουν τις πληκτρολογήσεις και τα mouse clicks σε ειδικό αρχείο, το οποίο αποστέλλεται μέσω του Internet σε αυτόν που κατασκοπεύει τον χρήστη.
3. Ο **δούρειος ίππος (trojan horse ή απλά trojan)** είναι ένα κακόβουλο πρόγραμμα που ξεγελάει τον χρήστη και τον κάνει να πιστεύει ότι εκτελεί κάποια χρήσιμη λειτουργία ενώ στα κρυφά εγκαθιστά στον υπολογιστή του άλλα κακόβουλα προγράμματα. Εξωτερικά μοιάζουν με προγράμματα τα οποία εκτελούν χρήσιμες λειτουργίες, είναι ενδιαφέροντα και δίνουν την εντύπωση στον χρήστη ότι είναι ακίνδυνα. Όταν όμως ο χρήστης εκτελέσει αυτό το πρόγραμμα, τότε ενεργοποιείται ο κακόβουλος κώδικας με αποτέλεσμα ο υπολογιστής να μολυνθεί. Συνήθως αποτέλεσμα της μόλυνσης από δούρειο ίππο είναι η εγκατάσταση κάποιου προγράμματος που επιτρέπει σε μη εξουσιοδοτημένους χρήστες να έχουν πρόσβαση στο μολυσμένο υπολογιστή και να τον χρησιμοποιούν για να ξεκινήσουν άλλες επιθέσεις προς άλλους υπολογιστές του διαδικτύου. Σε αντίθεση με τους ιούς, οι δούρειοι ίπποι δε μεταδίδονται μολύνοντας αρχεία.

4. Όταν αναφερόμαστε στο **phishing**, πρόκειται για τη διαδικασία όπου οι επίδοξοι απατεώνες στέλνουν e-mails σε χρήστες, τα οποία φαίνεται να προέρχονται από κάποια τράπεζα ζητώντας επιβεβαίωση των προσωπικών τους στοιχείων. Οι τεχνικές που χρησιμοποιούνται, φυσικά, είναι ποικίλες αλλά βασίζονται στη φιλοσοφία ότι κάποια έμπιστη εταιρία-οργανισμός επικοινωνεί μαζί του ζητώντας τα προσωπικά του στοιχεία για κάποιο λόγο που φαίνεται αληθοφανής. Αυτές οι περιπτώσεις είναι μάλιστα και οι πιο επικίνδυνες, αφού η επιτυχία της εξαπάτησης στηρίζεται στο γεγονός ότι ο χρήστης είναι ήσυχος ότι αποστέλλει τα στοιχεία του σε έναν έμπιστο παραλήπτη.
5. Πλέον οι χρήστες και οι οργανισμοί είναι πολύ προσεκτικοί στις επιθέσεις phishing, έτσι οι επιτήδριοι προχώρησαν ακόμα παραπέρα. Η νέα μορφή υποκλοπής κωδικών λέγεται **pharming**. Η απειλή αυτή αποτελεί μια επιβλαβή δικτυακή δραστηριότητα στο πλαίσιο της οποίας, μόλις ο χρήστης ενός υπολογιστή αναγράψει την ηλεκτρονική διεύθυνση (URL) την οποία θέλει να επισκεφτεί, μεταφέρεται αυτόματα και ακούσια σε μια πλαστή ιστοσελίδα, που μοιάζει όμως πολύ με την πραγματική, την οποία εξαρχής σκόπευε να επισκεφτεί.
6. Το **spam** είναι η μαζική αποστολή μεγάλου αριθμού μηνυμάτων που απευθύνονται σε ένα σύνολο παραληπτών του διαδικτύου, χωρίς αυτοί να το επιθυμούν και χωρίς να έχουν συνειδητά προκαλέσει την αλληλογραφία με τον εν λόγω αποστολέα. Το spam υποσκάπτει την εμπιστοσύνη των χρηστών ηλεκτρονικών υπηρεσιών και οδηγεί σε απώλεια χρόνου, πόρων και παραγωγικότητας, τόσο για τους ίδιους τους χρήστες, όσο και για τις επιχειρήσεις. Επιπλέον, τα μηνύματα spam, εκτός από ενοχλητικά, μπορεί να είναι προσβλητικά, απατηλά ή ακόμα και επικίνδυνου περιεχομένου. Για παράδειγμα αρκετά μηνύματα spam σήμερα διαφημίζουν πλαστά προϊόντα ως προϊόντα γνωστών εταιρειών,

διαδίδουν παραπλανητικές ειδήσεις ή/και προωθούν προϊόντα και υπηρεσίες σεξουαλικού ή/και πορνογραφικού χαρακτήρα.

7. Ο όρος **IP spoofing**, αναφέρεται στην δημιουργία πακέτων IP με ψεύτικη διεύθυνση προέλευσης, ούτως ώστε να συγκαλυφθεί η ταυτότητα του αποστολέα του πακέτου και ο παραλήπτης να νομίζει ότι προήλθε από άλλον υπολογιστή.
8. Ο όρος **rootkit**, χρησιμοποιείται για να περιγράψουμε τους μηχανισμούς και τις τεχνικές όπου κακόβουλα προγράμματα προσπαθούν να κρυφτούν από προγράμματα προστασίας από ιούς και spyware. Δηλαδή ένα rootkit, είναι ένα σύνολο εργαλείων λογισμικού που προορίζεται για να κρύψει τις τρέχουσες διαδικασίες, τα αρχεία ή τα στοιχεία συστημάτων από το λειτουργικό σύστημα.
9. Το **spyware** είναι ένα πρόγραμμα, που μπορεί να προσκολληθεί κρυφά σε αρχεία που κατεβάζουμε από το διαδίκτυο. Μόλις κατέβει, αυτοεγκαθίσταται στον υπολογιστή και ξεκινάει την παρακολούθηση της διαδικτυακής δραστηριότητας του χρήστη. Οι πληροφορίες που καταγράφει, αποστέλλονται σε τρίτους που τις περισσότερες φορές ενδιαφέρονται να δημιουργήσουν το προφίλ του χρήστη και να ξεκινήσουν την αποστολή διαφημιστικού ή άλλου υλικού προς το χρήστη, ανάλογα με τα ενδιαφέροντα του τελευταίου. Το spyware, μπορεί επίσης να συγκεντρώσει πληροφορίες για τις διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, για τους κωδικούς πρόσβασης ακόμη και για τους αριθμούς των πιστωτικών καρτών.

## 6.2 Ασφάλεια Συναλλαγών

Κανένα σύστημα και καμία τεχνολογία δεν μπορεί να υποστηρίξει ότι καλύπτει με απόλυτη ασφάλεια τον κύκλο μιας συναλλαγής. Αυτό που συνήθως κάνουν όλοι οι δικτυακοί τόποι είναι η διαχείριση των πιθανών κινδύνων και η ελαχιστοποίηση των κενών ασφαλείας που μπορεί να εξελιχθούν σε απειλές.

Η προστασία των συναλλαγών και των δεδομένων που περιέχουν είναι ένα θέμα που καλούνται να αντιμετωπίσουν όλοι οι οργανισμοί και όχι μόνο αυτοί που επιχειρούν online. Η ασφάλεια ενός δικτυακού τόπου μπορεί να οριστεί ως η δυνατότητα να αντισταθεί σε τυχαία συμβάντα ή σε προμελετημένες ενέργειες. Οι βασικές απαιτήσεις για την ασφαλή διεξαγωγή των συναλλαγών είναι οι εξής (Αγγελής, 2005):

### **1. Εμπιστευτικότητα**

Η εμπιστευτικότητα είναι απαραίτητο στοιχείο της προστασίας του χρήστη καθώς και της προστασίας των μυστικών πληροφοριών. Η εμπιστευτικότητα είναι συνυφασμένη με την αποφυγή μη εξουσιοδοτημένης τροποποίησης μιας πληροφορίας και παρέχεται μέσω κρυπτογράφησης. Σε ένα ηλεκτρονικό περιβάλλον θα πρέπει να υπάρχει η βεβαιότητα ότι το περιεχόμενο των μηνυμάτων που ανταλλάσσονται παραμένει αναλλοίωτο.

### **2. Ακεραιότητα**

Ακεραιότητα σημαίνει αποφυγή μη εξουσιοδοτημένης τροποποίησης των πληροφοριών που ανταλλάσσονται και παρέχεται μέσω ψηφιακής υπογραφής. Τα δεδομένα που αποστέλλονται ως μέρος της συναλλαγής πρέπει να είναι μη τροποποιήσιμα κατά τη διάρκεια της μεταφοράς και αποθήκευσής τους στο δίκτυο.

### **3. Έλεγχος Αυθεντικότητας**

Η διαδικασία επαλήθευσης της ορθότητας του ισχυρισμού ενός χρήστη ότι κατέχει μια συγκεκριμένη ταυτότητα, αλλά και η βεβαιότητα ότι το περιεχόμενο του μηνύματος παρέμεινε αναλλοίωτο κατά τη μεταφορά, οριοθετούν την έννοια του ελέγχου αυθεντικότητας. Σύμφωνα με τον παραπάνω ορισμό, η πιστοποίηση της ταυτότητας των επιχειρήσεων που συμμετέχουν σε μία συναλλαγή είναι απαραίτητη ώστε κάθε συναλλασσόμενο μέρος να μπορεί να πεισθεί για την ταυτότητα του άλλου. Ο έλεγχος αυθεντικότητας παρέχεται μέσω ψηφιακής υπογραφής.

### **4. Εξουσιοδότηση**

Η εξουσιοδότηση αφορά την παραχώρηση δικαιωμάτων από τον ιδιοκτήτη στον χρήστη. Για παράδειγμα, ο πελάτης εξουσιοδοτεί τον έμπορο ώστε ο τελευταίος να ελέγξει αν ο αριθμός της πιστωτικής κάρτας είναι έγκυρος και αν τα χρήματα στον λογαριασμό μπορούν να καλύψουν το ποσό των συναλλαγών.

## **5. Εξασφάλιση**

Η εμπιστοσύνη ότι κάποιος αντικειμενικός σκοπός ή απαίτηση επιτυγχάνονται. Για παράδειγμα, μια από τις απαιτήσεις του πελάτη είναι η βεβαιότητα ότι ο έμπορος με τον οποίο συναλλάσσεται είναι νόμιμος και έμπιστος.

## **6. Μη αποποίηση ευθύνης**

Κανένα από τα συναλλασσόμενα μέρη δεν πρέπει να έχει τη δυνατότητα να αρνηθεί τη συμμετοχή του σε μία συναλλαγή.

Για την προστασία των εταιρικών δεδομένων χρησιμοποιούνται κυρίως τα firewalls και τα τούνελ επικοινωνίας μεταξύ επιχειρήσεων που συνδέονται μέσω ιδεατών δικτύων. Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη των ηλεκτρονικών συναλλαγών αποτελεί το επίπεδο αξιοπιστίας και ασφάλειάς τους. Αυτό εξασφαλίζεται μόνο με την ύπαρξη ενιαίας υποδομής που προστατεύει το απόρρητο και την ακεραιότητα των ανταλλασσόμενων πληροφοριών

Τα εργαλεία που μπορούν να εξασφαλίσουν μια συναλλαγή με ασφάλεια στο Διαδίκτυο είναι (Αγγελής, 2005):

### **1. Κρυπτογράφηση (encryption)**

Πολλοί άνθρωποι φοβούνται να χρησιμοποιήσουν το Διαδίκτυο για τις αγορές τους, διότι μπορεί κάποιος να κλέψει τα στοιχεία της κάρτας τους και να πάρει χρήματα από το λογαριασμό τους. Από την άλλη πλευρά, οι εταιρίες φοβούνται ότι οι πελάτες τους δεν θα ακολουθήσουν τους όρους των συμβολαίων που έχουν κάνει ηλεκτρονικώς. Όλα αυτά τα προβλήματα λύνονται με τη χρήση της κρυπτογράφησης. Αυτή βασίζεται στο ότι τα στοιχεία τροποποιούνται με βάση κάποιους κανόνες, έτσι ώστε μόνο όποιος ξέρει αυτούς τους κανόνες να μπορεί

να τα διαβάσει. Υπάρχουν διάφορα είδη κρυπτογράφησης. Σε όλα αυτά χρησιμοποιούνται ένα ή περισσότερα κλειδιά, τα οποία όσο μεγαλύτερα είναι τόσο περισσότερη ασφάλεια παρέχουν. Στην απλή περίπτωση κατά την οποία κάποιος θέλει να προστατέψει τα δεδομένα που έχει, χρησιμοποιεί ένα κλειδί, μόνο με τη χρήση του οποίου γίνεται δυνατή η ανάγνωση των δεδομένων.

## **2. Ψηφιακά πιστοποιητικά (Digital Certificates)**

Τα ψηφιακά πιστοποιητικά είναι οι αντίστοιχες αστυνομικές ταυτότητες στις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Τα ψηφιακά πιστοποιητικά εκδίδονται από ένα τρίτο γνωστό ως αρχή πιστοποίησης έναντι χρεώσεως, που τυγχάνει δημόσιας εμπιστοσύνης (Εμπιστη Τρίτη Οντότητα-ΕΤΟ) (Trusted third party certificate Authority-CA). Εταιρείες όπως η Verisign και η Thawte. Προκειμένου να γίνει χρήση της κρυπτογράφησης δημοσίου κλειδιού θα πρέπει να παραχθεί ένα δημόσιο και ένα ιδιωτικό κλειδί. Βέβαια, κάτι τέτοιο θα μπορούσε να γίνει με κάποιο πρόγραμμα που θα χρησιμοποιήσει το κλειδί αυτό (π.χ. προγράμματα πλοήγησης ή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου). Έπειτα ο κάτοχος θα πρέπει να φροντίσει για την διαφύλαξη του ιδιωτικού του κλειδιού αλλά και τη δημοσίευση του δημοσίου κλειδιού. Η δημοσίευση θα μπορούσε να γίνει με την αποστολή του δημοσίου κλειδιού στους παραλήπτες μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Οι αρχές πιστοποίησης αποτελούν έναν πιο έμπιστο τρόπο για την δημοσίευση και διανομή των δημοσίων κλειδιών. Οι αρχές πιστοποίησης λαμβάνουν το δημόσιο κλειδί του ενδιαφερομένου χρήστη. Εάν ο χρήστης ενεργεί στη συγκεκριμένη περίπτωση ως άτομο θα πρέπει να παραχωρήσει όλα τα απαραίτητα στοιχεία που αποδεικνύουν την ταυτότητά του. Σε αντίθετη περίπτωση, ο χρήστης θεωρείται ότι ενεργεί για λογαριασμό κάποιας επιχείρησης και θα πρέπει να παραχωρήσει όλες τις νομικές πληροφορίες που απαιτούνται για την αξιοπιστία και την νόμιμη λειτουργία της. Έτσι λοιπόν, οι υπόλοιποι μπορούν να ζητήσουν την αυθεντικοποίηση του δημοσίου κλειδιού από την αρχή πιστοποίησης.

## **3. Χρονική σφραγίδα (Time Stamp)**

Η χρονική σφραγίδα είναι μια μεταβλητή, μια ψηφιακή πιστοποίηση μη επιδεχόμενη πλαστογράφησης και η οποία πιστοποιεί ότι κάποιο έγγραφο ή συναλλαγή υπήρξε σε συγκεκριμένη χρονική στιγμή. Μέσω μηχανισμών, όπως το Network time protocol, ένας υπολογιστής διατηρεί ακριβή τρέχουσα ώρα, σε κλάσματα του δευτερολέπτου, έτσι η χρονική σφραγίδα προσδιορίζει την ακριβή χρονική στιγμή της αρχής της εκτέλεσης μίας συναλλαγής. Ο

μηχανισμός χρονικών σφραγίδων δε χρησιμοποιεί κλειδαριές για την προστασία δεδομένων άρα δεν μπορεί να δημιουργηθεί αδιέξοδο.

#### **4. Ψηφιακός φάκελος (Digital Envelope)**

Ο ψηφιακός φάκελος χρησιμοποιείται για την αποστολή εμπιστευτικών δεδομένων, είναι το αποτέλεσμα μίας διαδικασίας κρυπτογράφησης ενός μηνύματος (που μπορεί να είναι τα στοιχεία κάποιου συναλλασσόμενου) που χρησιμοποιεί δύο «στρώσεις» κρυπτογράφησης για την προστασία του. Πρώτα, το ίδιο το μήνυμα κωδικοποιείται χρησιμοποιώντας συμμετρική κρυπτογράφηση, και στη συνέχεια, το κλειδί για την αποκωδικοποίηση του μηνύματος κρυπτογραφείται με τη χρήση του δημόσιου κλειδιού κρυπτογράφησης. Δηλαδή ο ψηφιακός φάκελος αποτελείται από ένα μήνυμα κρυπτογραφημένο με ένα συμμετρικό κλειδί και το συμμετρικό κλειδί κρυπτογραφημένο με άλλο κλειδί. Αυτή η τεχνική υπερνικά το σημαντικότερο πρόβλημα του δημόσιου κλειδιού κρυπτογράφησης, το οποίο είναι το ότι είναι πιο αργή από συμμετρική κρυπτογράφηση. Λόγω του ότι μόνο το κλειδί είναι προστατευμένο με κρυπτογράφηση δημόσιου κλειδιού, υπάρχει πολύ μικρή επιβάρυνση.

#### **5. Ψηφιακή ή Ηλεκτρονική υπογραφή (Digital Signature)**

Οι ψηφιακές υπογραφές στηρίζονται στα δημόσια κλειδιά. Έχουν τη δυνατότητα να χρησιμοποιούνται για την πιστοποίηση αυθεντικότητας της ταυτότητας του αποστολέα ενός εγγράφου ή ενός μηνύματος. Επιπλέον, έχουν τη δυνατότητα να χρησιμοποιούνται για να επαληθεύσουν ότι τα αρχικά περιεχόμενα ενός εγγράφου ή ενός ηλεκτρονικού μηνύματος δεν έχουν τροποποιηθεί (*Turban et al., 2004*).

#### **6. Συγχώνευση μηνύματος (message digest)**

Στο site του παραλήπτη το μήνυμα συγχωνεύεται σε μέγεθος 160 bits, όπως και η ψηφιακή υπογραφή. Η σύγκρισή τους δίνει την ακεραιότητα του μηνύματος.

#### **7. Υδατογραφήματα (Watermarks)**

Εκτός από τις ψηφιακές υπογραφές και την κρυπτογραφία έννοιες όπως η στεγανογραφία και η υδατογράφηση αναφέρονται ως μέθοδοι προστασίας των



πνευματικών δικαιωμάτων στον ψηφιακό κόσμο. Η στεγανογραφία επιτρέπει την κρυφή επικοινωνία, συνήθως κρύβοντας τις πληροφορίες σε άλλα δεδομένα υπεράνω υποψίας. Βασίζεται στην υπόθεση ότι η ύπαρξη κρυφής επικοινωνίας είναι άγνωστη σε τρίτους και χρησιμοποιείται κυρίως στην κρυφή σημείο-προς-σημείο επικοινωνία ανάμεσα σε έμπιστα μέρη. Ως εκ τούτου, οι κρυφές πληροφορίες δε μπορούν να ανακτηθούν μετά από παραποίηση των δεδομένων.

## 8. Security Socket Layer (SSL)

Στην περίπτωση που θα θέλαμε ο μέσος χρήστης να κατανοήσει πώς χρησιμοποιούνται οι ψηφιακές υπογραφές, τα ψηφιακά πιστοποιητικά, η κρυπτογράφηση και τα παρόμοια, θα γινότουσαν ελάχιστες ασφαλείς δοσοληψίες στο Web. Ευτυχώς, ο χειρισμός αρκετών από τα παραπάνω θέματα πραγματοποιείται με μια ξεκάθαρη μέθοδο από το πρόγραμμα περιήγησης στο Web και από τους διακομιστές στο Web. Με βάση ότι πολλές εταιρίες, κυβερνήσεις και χρηματοοικονομικά ιδρύματα σε διάφορες χώρες ασχολούνται με το ηλεκτρονικό εμπόριο, είναι βασικό να υφίστανται γενικής αποδοχής πρωτόκολλα για τη διασφάλιση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Σήμερα ένα από τα κυριότερα πρωτόκολλα που υπάρχουν είναι το **Security Socket Layer (SSL)**, γνωστό και ως **Transport Layer Security (TLS)** (*Turban et al., 2004*). Το Security Socket Layer (SSL) φτιάχτηκε από την Netscape για την κρυπτογράφηση δεδομένων, για να μεταχειρίζεται πρότυπα πιστοποιητικά για πιστοποίηση της αυθεντικότητας και για να επαληθευτεί ότι υφίσταται διασφάλιση του απορρήτου ή εμπιστευτικότητα.

## 9. Security Electronic Transaction (SET)

Το **Secure Electronic Transaction (SET)** είναι ένας εναλλακτικός τρόπος διασφάλισης των συναλλαγών, που δημιουργήθηκε και εξελίχθηκε σύμφωνα με τις προϋποθέσεις και ανάγκες των συναλλαγών μέσω Διαδικτύου. Το 1997 εξελίχθηκε το πρωτόκολλο αυτό για πρώτη φορά από δύο χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς, τη Visa International και τη MasterCard International και έπειτα συμμετείχαν αναγνωρισμένες εταιρίες λογισμικού όπως η IBM, η Microsoft και η Netscape. Μέσω του πρωτοκόλλου SET υλοποιείται η πιστοποίηση των συναλλασσόμενων μερών (αγοραστής, ψηφιακό κατάστημα, χρηματοπιστωτικός οργανισμός-εκδότης της πιστωτικής κάρτας του αγοραστή, χρηματοπιστωτικός οργανισμός-διαχειριστής των συναλλαγών του ψηφιακού καταστήματος) με τη χρήση ψηφιακών υπογραφών. Επιπλέον το πρωτόκολλο SET παρέχει υψηλού επιπέδου απόκρυψη, αλλά και ακεραιότητα των συναλλαγών (*Γεωργόπουλος κ.ά, 2001*).

### 6.3 Οι Τραπεζικές Συναλλαγές

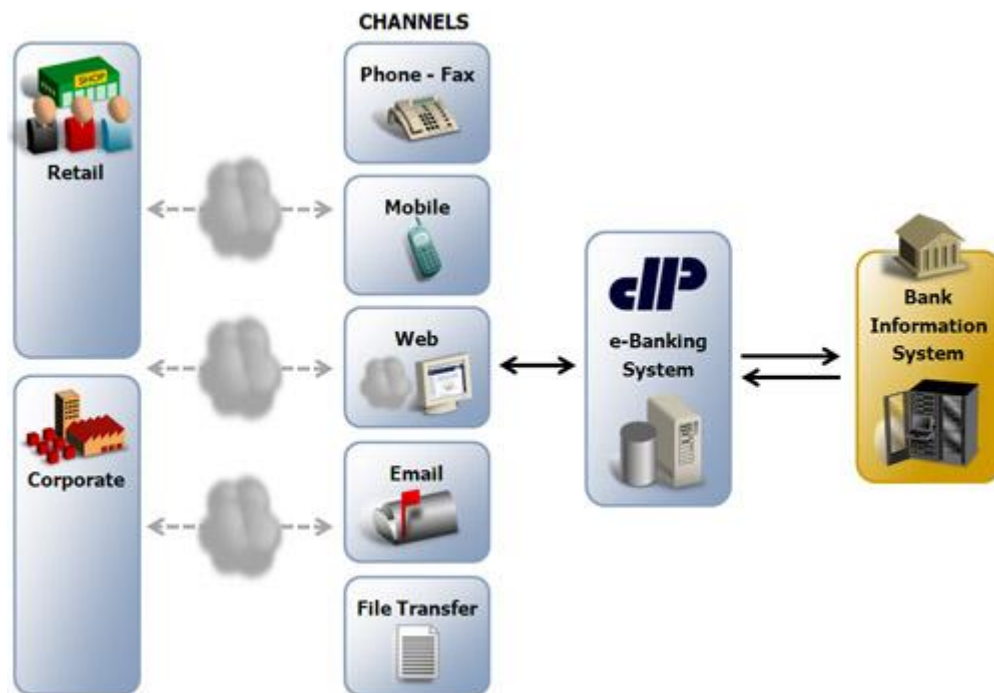
Η ηλεκτρονική τραπεζική (**e-banking**) είναι μία αυτοματοποιημένη παροχή νέων και παραδοσιακών προϊόντων και υπηρεσιών, απευθείας στους πελάτες, μέσω ηλεκτρονικών, αλληλεπιδραστικών καναλιών επικοινωνίας. Περιλαμβάνει τα συστήματα που επιτρέπουν σε οικονομικούς οργανισμούς, ιδιώτες και επιχειρήσεις να έχουν πρόσβαση σε λογαριασμούς, να πραγματοποιούν ποικίλες χρηματοοικονομικές συναλλαγές και να λαμβάνουν χρήσιμες πληροφορίες για σχετικά προϊόντα και υπηρεσίες μέσω δημόσιων ή ιδιωτικών δικτύων, συμπεριλαμβανόμενου του Internet (*Hillman&Wong,2000*).

Οι πελάτες (ιδιώτες και επιχειρήσεις) ωφελούνται σημαντικά από τη χρήση των υπηρεσιών e-banking, καθώς τους παρέχεται η δυνατότητα να διεκπεραιώνουν ένα μεγάλο μέρος των συναλλαγών τους με την τράπεζα εύκολα, γρήγορα και με ασφάλεια 24 ώρες το 24ωρο, 365 μέρες το χρόνο. Για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις το όφελος είναι ακόμη μεγαλύτερο, καθώς περιορίζεται το κόστος λειτουργίας τους όσον αφορά σε λειτουργικά έξοδα, προμήθειες και κινδύνους απώλειας χρήματος, ενώ παράλληλα εξοικονομείται πολύτιμος χρόνος.

Με το e-banking οι τραπεζικές υπηρεσίες προσφέρονται ανά πάσα στιγμή, ο δε καταναλωτής μπορεί να ενημερωθεί για κάθε προϊόν ή υπηρεσία ανέξοδα και χωρίς χρόνους αναμονής. Συχνό είναι και το φαινόμενο των προσφορών ή της εφαρμογής ευνοϊκότερων όρων στην παροχή προϊόντων μέσω Internet, γεγονός που από μόνο του είναι ικανό να προσελκύσει σημαντική μερίδα καταναλωτών που αναζητούν προσφορές (*Αγγελής, 2005*).

Για την πρόσβαση στις διαθέσιμες υπηρεσίες οι πελάτες μπορούν να χρησιμοποιήσουν έξυπνες ηλεκτρονικές συσκευές, όπως προσωπικούς υπολογιστές, υπολογιστές χειρός (PDA), ATM ακόμη και κινητά τηλέφωνα. Ο ανταγωνισμός έχει συμβάλει στη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών e-banking, όπως έγκριση δανείων, άνοιγμα λογαριασμών, ηλεκτρονικές πληρωμές, portals με χρηματοοικονομικό περιεχόμενο, προσαρμοσμένο στις προτιμήσεις κάθε πελάτη, **συναλλαγές B2B (Business To Business)** κ.ά. Σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες, όπου τα συστήματα πληρωμών είναι περισσότερο ανεπτυγμένα και τυποποιημένα, ο προσανατολισμός των τραπεζών στρέφεται σταδιακά στην παροχή πρόσθετων **υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις**

(corporate sites), πεδίο στο οποίο η γκάμα των επιλογών είναι ιδιαίτερα διευρυμένη (Αγγελής, 2005).



Εικόνα 6.1. e-Banking<sup>9</sup>

Τα συστήματα e-banking μπορεί να παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές, ανάλογα με ποικίλους παράγοντες. Οι τραπεζικοί οργανισμοί πρέπει να διαμορφώσουν το σύστημα e-banking και να επιλέξουν με προσοχή τους συνεργάτες τους (outsourcing) βάσει των παρακάτω:

- Στρατηγικοί στόχοι των υπηρεσιών e-banking
- Σκοπός, έκταση υλοποίησης και πολυπλοκότητα εξοπλισμού, συστημάτων και λειτουργιών
- Τεχνολογική εξειδίκευση
- Προδιαγραφές ασφάλειας και εσωτερικού ελέγχου

Οι τραπεζικοί οργανισμοί μπορούν να αναλάβουν εσωτερικά την υποστήριξη των υπηρεσιών e-banking ή να την αναθέσουν σε τρίτους. Παρά τις εξελιγμένες μεθόδους για τη διασφάλιση των τραπεζικών συναλλαγών, η συχνότητα των

<sup>9</sup> <http://www.clear2pay.com/pages/en/solutions/opfebanking.htm>

ηλεκτρονικών επιθέσεων αυξάνεται τα τελευταία χρόνια. Η αύξηση αυτή προκαλεί ανησυχία στους ειδικούς, καθώς διακυβεύονται τεράστια ποσά, ειδικά στις περιπτώσεις κατά τις οποίες θύματα απάτης γίνονται επιχειρήσεις. Σε ορισμένες περιπτώσεις, εταιρίες συνεργάζονται με τράπεζες προκειμένου να διαχειριστούν τις πληρωμές των λογαριασμών και τις συναλλαγές με εταιρικούς πελάτες. Οι τράπεζες ενίοτε επιτρέπουν στις εταιρίες αυτές να διαχειρίζονται ολόκληρο το δίκτυό τους. Σε αυτήν την περίπτωση, οι επιτήδριοι μελετούν τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις επεξεργάζονται τις πληρωμές και μεταφέρουν τα χρήματα. Μόλις βρεθεί μια αδυναμία, μεταφέρουν με λίγες απλές κινήσεις ολόκληρους εταιρικούς λογαριασμούς στις προσωπικές τους θυρίδες.

Τα πλεονεκτήματα για τις επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν το e- banking είναι τα εξής:

- **Ολοκληρωμένα πακέτα υπηρεσιών πληρωμών για επιχειρήσεις**
- **Εύκολη ενημέρωση των μηχανογραφικών συστημάτων της εταιρίας**
- **Εκτέλεση μισθοδοσίας προσωπικού ή μαζικών πληρωμών Προμηθευτών**
- **Διαφορετικά δικαιώματα χρήσης και πρόσβασης**
- **Δημιουργία εναλλακτικού δικτύου εξόφλησης λογαριασμών**
- **Δημιουργία εναλλακτικού δικτύου πώλησης προϊόντων και Υπηρεσιών**

Τα μειονεκτήματα είναι τα εξής:

- **Χρονοβόρα εγγραφή πελατών:** Για να γραφτεί κάποιος στο online πρόγραμμα της τράπεζάς του, θα πρέπει να δώσει στοιχεία ταυτότητας και να υπογράψει ένα έντυπο στο τραπεζικό κατάστημα ή αν πρόκειται για μια αποκλειστικά ηλεκτρονική τράπεζα, τα έντυπα θα του αποσταλούν ταχυδρομικώς έτσι ώστε να συμπληρωθούν και να σταλούν ξανά στην τράπεζα.

- **Δυσκολία στο χειρισμό:** Οι τραπεζικοί δικτυακοί τόποι ίσως φανούν δύσχρηστοι σε κάποιον που δεν ξέρει να χειρίζεται καλά το Internet. Το άνοιγμα ενός online λογαριασμού ή η online λήψη ενός δανείου μπορεί να τρομάζει κάποιους λόγω ελλιπών γνώσεων πάνω στις νέες τεχνολογίες.
- **Δυσπιστία του χρήστη:** Πολλοί άνθρωποι δεν εμπιστεύονται την ηλεκτρονική τραπεζική. Θέλουν να βλέπουν αυτόν που θα επεξεργαστεί το λογαριασμό τους, ενώ η ηλεκτρονική μεταφορά χρημάτων τους προκαλεί αμφιβολίες.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

### ΕΡΕΥΝΑ

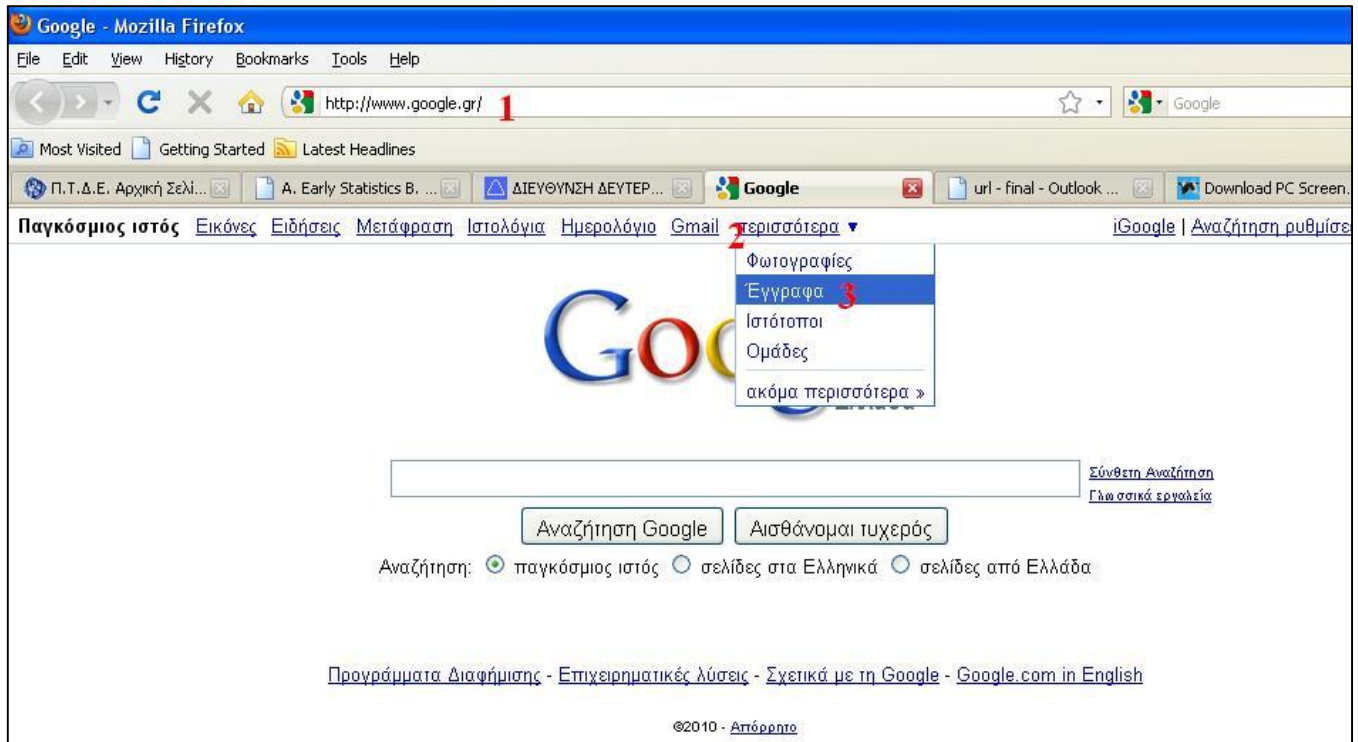
#### 7.1 Μεθοδολογία

Στα πλαίσια της πτυχιακής μας εργασίας αποφασίσαμε να διεξάγουμε μια μικρή έρευνα σχετικά με την αντίληψη που υπάρχει στην ελληνική αγορά για τις B2B συναλλαγές και τη συχνότητα χρήσης τους. Η έρευνα αυτή έγινε μέσω της δημιουργίας και της συμπλήρωσης ενός online ερωτηματολογίου, που περιλαμβάνει ερωτήσεις κλειστού και ανοικτού τύπου.

Για τη δημιουργία του ερωτηματολογίου επιλέξαμε τον online εργαλείο της Google που χρησιμοποιείται αποκλειστικά για τη δημιουργία ερωτηματολογίων και η διαδικασία είναι η εξής:

#### **Βήμα 1<sup>ο</sup>**

Μπαίνουμε στη σελίδα της Google (<http://www.google.gr>) (1) και επιλέγουμε στην λίστα «περισσότερα» (2) τον σύνδεσμο «Έγγραφα» (3).



Εικόνα 7.1. Αρχική σελίδα Google

## Βήμα 2<sup>ο</sup>

Συμπληρώνουμε το αντίστοιχο e-mail και κωδικό του λογαριασμού μας στο Google και πατάμε το κουμπί “Σύνδεση”. Σε περίπτωση που δεν έχουμε Google λογαριασμό, πατάμε το κουμπί “Δημιουργία Λογαριασμού” και ακολουθούμε τις οδηγίες για να δημιουργήσουμε έναν.

Google Λογαριασμό

Όνομα Χρήστη:   
π.χ.: pat@example.com

Κωδικός πρόσβασης:

Παραμείνετε συνδεδεμένος

[Δεν είναι δυνατή η πρόσβαση στο λογαριασμό σας:](#)

Είστε νέος χρήστης του Gmail; Είναι δωρεάν και εύκολο στη χρήση.

[Πληροφορίες για το Gmail](#) [Νέες δυνατότητες!](#)

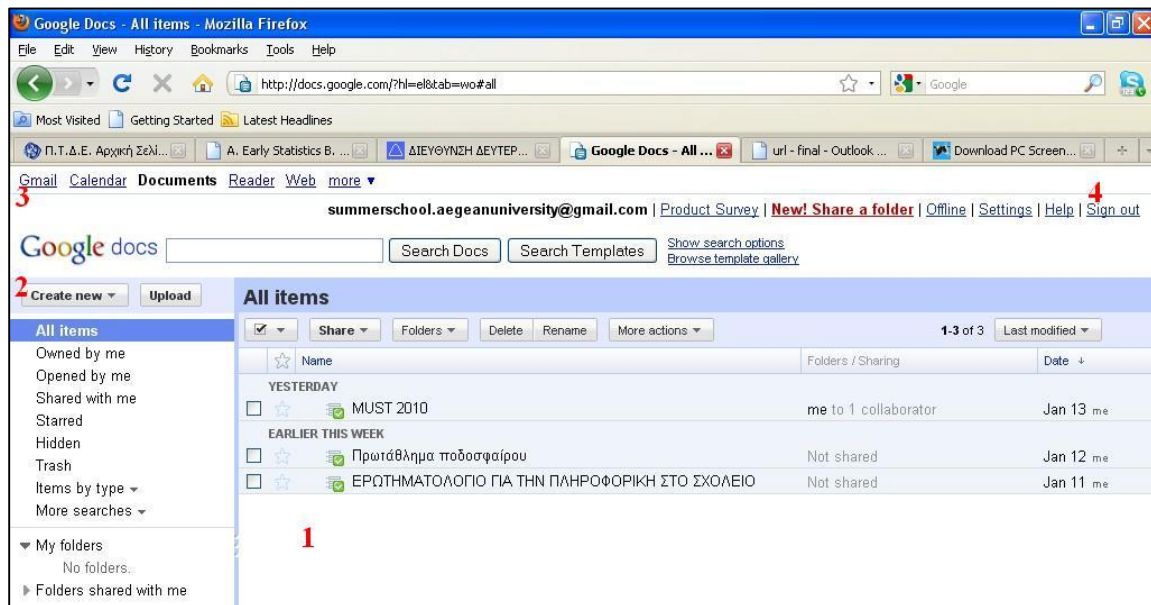
Εικόνα 7.2. Σύνδεση μέσω Gmail

### **Βήμα 3<sup>ο</sup>**

Στην οθόνη, κατά την είσοδο στον λογαριασμό μας, εμφανίζονται, μεταξύ άλλων, οι εξής επιλογές:

- (1)** Περιοχή που μας δείχνει τα έγγραφα που έχουμε στον λογαριασμό μας.
- (2)** Το κουμπί “Create new” που δημιουργεί κάποιο καινούργιο Έγγραφο στο Google.
- (3)** Τον σύνδεσμο που μας μεταφέρει στο Gmail.
- (4)** Τον σύνδεσμο που μας αποσυνδέει από τον λογαριασμό μας.

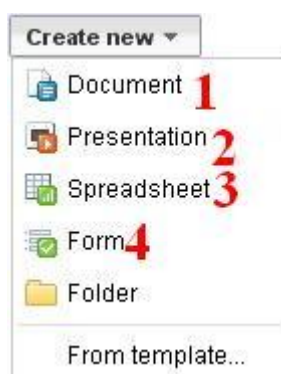




Εικόνα 7.3. Έγγραφα της Google

Πατώντας το κουμπί “Create new” εμφανίζονται, μεταξύ άλλων, οι εξής επιλογές:

- (1) Δημιουργία Εγγράφου κειμένου.
- (2) Δημιουργία Παρουσίασης.
- (3) Δημιουργία Λογιστικού φύλλου.
- (4) Δημιουργία Φόρμας ερωτηματολογίου.



Εικόνα 7.4. Λίστα με τα έγγραφα της Google

Για να δημιουργήσουμε μία Φόρμα ερωτηματολογίου, επιλέγουμε την επιλογή Form (4) και εμφανίζονται τα εξής στοιχεία:

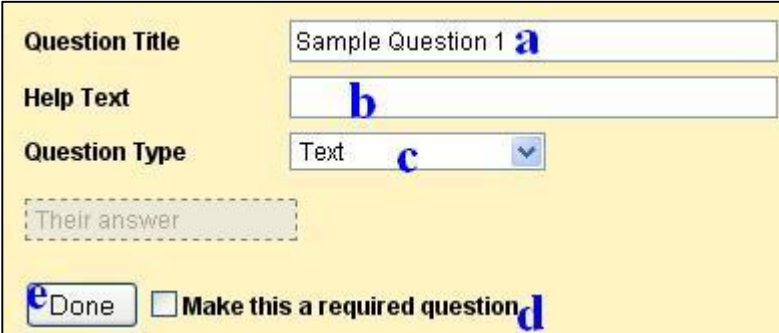
- (1) Theme: Επιλέγουμε την όψη που θα έχει το ερωτηματολόγιό μας από μια σειρά έτοιμων θεμάτων.
- (2) Περιοχή που καταχωρούμε τον τίτλο του ερωτηματολογίου.
- (3) Περιοχή που μπορούμε να γράψουμε κάποιο ενημερωτικό κείμενο που αφορά το ερωτηματολόγιο.

Ξεκινώντας, το ερωτηματολόγιό μας έχει έτοιμες δύο ερωτήσεις τύπου Text. Η πρώτη ερώτηση είναι ήδη ανοιχτή για επεξεργασία.

Εικόνα 7.5. Δημιουργία φόρμας

**(4)** Ερώτηση που έχει επιλεγεί για να τροποποιήσουμε. Συγκεκριμένα, υπάρχουν τα παρακάτω πεδία:

- a. Κείμενο ερώτησης.
- b. Βοηθητικό/επεξηγηματικό κείμενο.
- c. Τύπος ερώτησης.
- d. Αν το επιλέξουμε, η απάντηση της ερώτησης είναι υποχρεωτική.
- e. Καταχώρηση των στοιχείων της ερώτησης.



The screenshot shows a form for creating a question. It has a yellow background. The fields are: 'Question Title' with the text 'Sample Question 1' and a small blue 'a' icon; 'Help Text' with a large blue 'b' icon; 'Question Type' with a dropdown menu showing 'Text' and a small blue 'c' icon; a dashed box labeled 'Their answer'; and a 'Done' button with a small blue 'e' icon and a checkbox labeled 'Make this a required question' with a small blue 'd' icon.

Εικόνα 7.6. Δημιουργία ερώτησης

**(5)** Καταχωρημένη ερώτηση. Μπορούμε να αλλάξουμε την σειρά των ερωτήσεων, με την μέθοδο “Drug ‘n Drop”.

**(6)** Πηγαίνοντας το ποντίκι πάνω από κάθε ερώτηση, εμφανίζονται αντίστοιχα τα τρία εικονίδια:

**1** - Επεξεργασία στοιχείων ερώτησης.

**2** - Διπλασιασμός με αντιγραφή ερώτησης.

**3** - Διαγραφή ερώτησης.

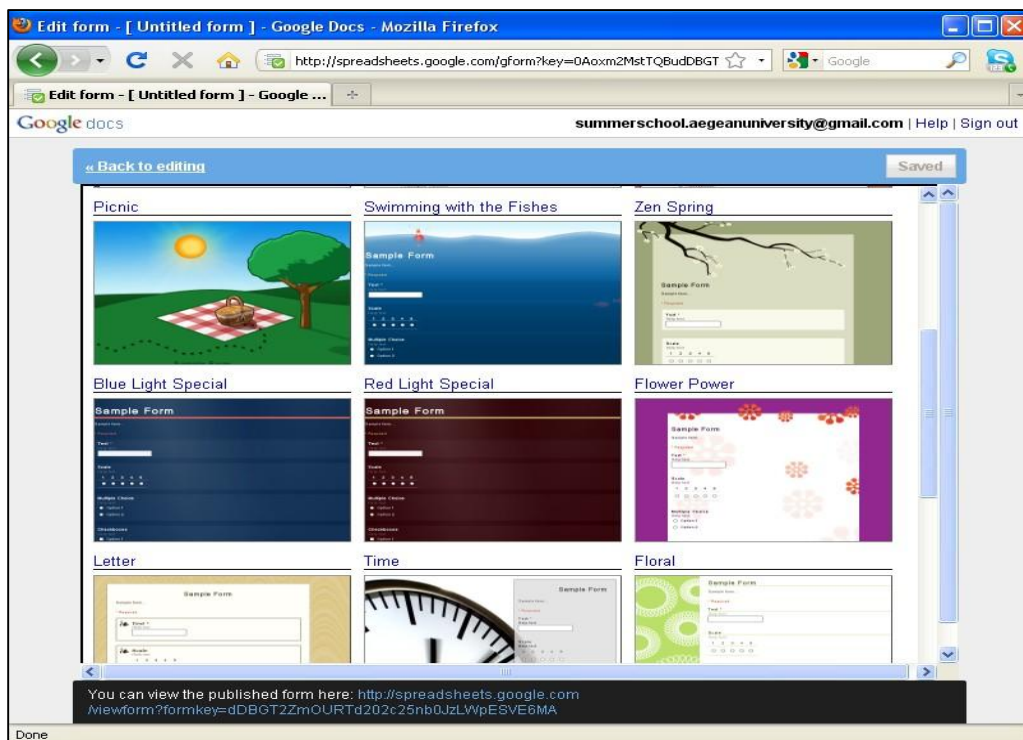


Εικόνα 7.7. Εικονίδια εντολών για τις ερωτήσεις

- (7) Αποθήκευση ρυθμίσεων ερωτηματολογίου.
- (8) Αποστολή ερωτηματολογίου με e-mail.
- (9) Ανατροφοδότηση/αποτελέσματα.
- (10) Επιπλέον επιλογές (Ενσωμάτωση ερωτηματολογίου σε ιστοσελίδα, μήνυμα επιβεβαίωσης καταχώρησης στοιχείων).
- (11) Εισαγωγή νέου στοιχείου/ερώτησης στο ερωτηματολόγιο.
- (12) Η διεύθυνση στο internet (url) του ερωτηματολογίου.

#### **Βήμα 4<sup>ο</sup>**

Στο κουμπί  επιλέγουμε την όψη/χρωματικό συνδυασμό του ερωτηματολογίου:

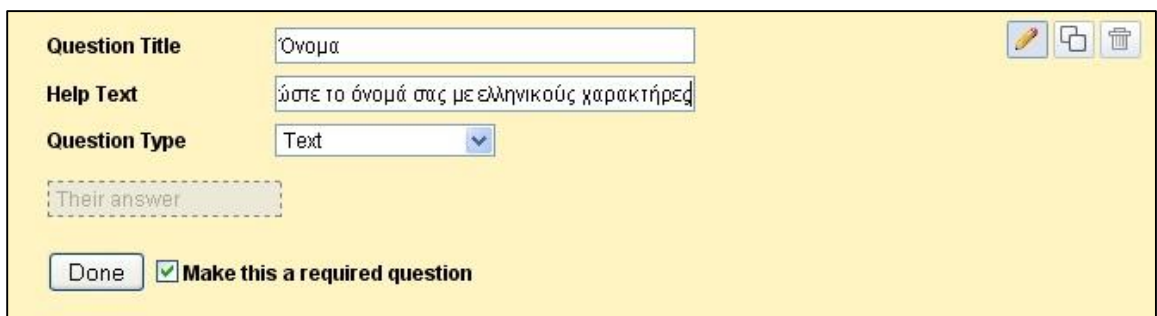


Εικόνα 7.8. Πρότυπα εμφάνισης της φόρμας

## Βήμα 5<sup>ο</sup>

Κατά τη δημιουργία των ερωτήσεων έχουμε τις εξής επιλογές:

1. Η απάντηση έχει τη μορφή κειμένου και πιο συγκεκριμένα έχει έκταση έως 5 λέξεις.

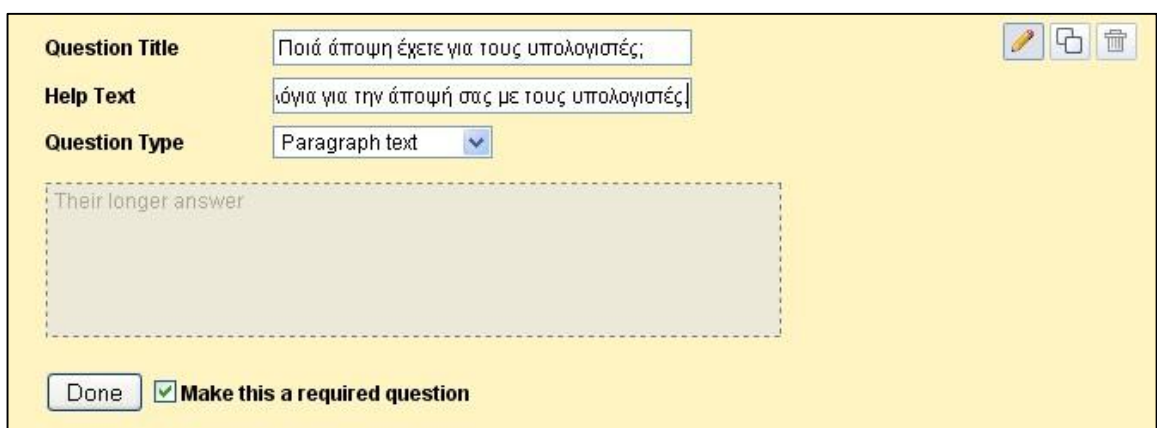


The screenshot shows a question creation form with the following fields and options:

- Question Title:** Όνομα
- Help Text:** ώστε το όνομά σας με ελληνικούς χαρακτήρες
- Question Type:** Text
- Answer Area:** Their answer
- Buttons:** Done,  Make this a required question

Εικόνα 7.9. Text

2. Η απάντηση έχει τη μορφή παραγράφου και ο ερωτηθέντας μπορεί να αναπτύξει τις ιδέες του χωρίς περιορισμούς.



The screenshot shows a question creation form with the following fields and options:

- Question Title:** Ποιά άποψη έχετε για τους υπολογιστές;
- Help Text:** λόγια για την άποψή σας με τους υπολογιστές
- Question Type:** Paragraph text
- Answer Area:** Their longer answer
- Buttons:** Done,  Make this a required question

Εικόνα 7.10. Paragraph Text

### 3. Απάντηση της μορφής πολλαπλής επιλογής.

The screenshot shows the Moodle question editor for a Multiple Choice question. The 'Question Title' field contains 'Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε υπολογιστή;'. The 'Question Type' is set to 'Multiple choice'. There are five radio button options: 'Κάθε μέρα', 'Κάποιες μέρες της εβδο', 'Σπάνια', 'Ποτέ', and an empty field with a red '1' next to it. Below the options is a 'Done' button and a checkbox for 'Make this a required question'.

Εικόνα 7.11. Multiple Choice

Κάνοντας κλικ στο εκάστοτε ξεθωριασμένο πεδίο (1), ενεργοποιείται η επόμενη επιλογή απάντησης της ερώτησής μας.

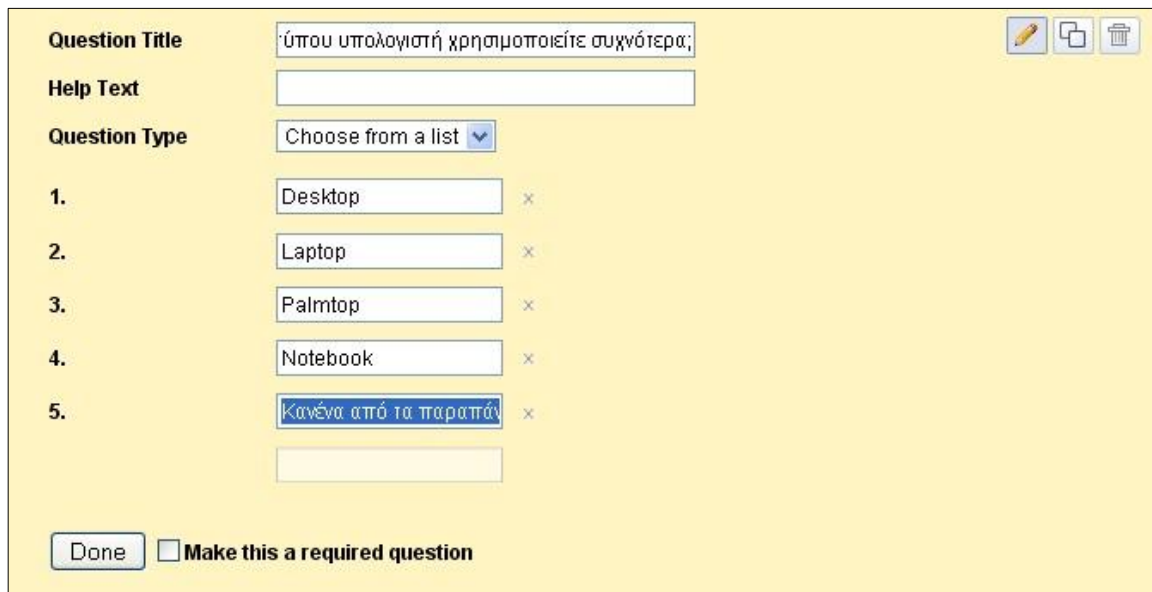
### 4. Checkboxes

The screenshot shows the Moodle question editor for a Checkboxes question. The 'Question Title' field contains 'Ποιό λειτουργικό σύστημα χρησιμοποιείτε;'. The 'Question Type' is set to 'Checkboxes'. There are five checkbox options: 'Windows', 'Linux', 'MacOS', 'άλλο', and an empty field with the text 'or add "Other"'. A red asterisk is next to the 'Windows' option. Below the options is a 'Done' button and a checkbox for 'Make this a required question'.

Εικόνα 7.12. Checkboxes

Η διαφορά μεταξύ **Checkboxes** και **Multiple choice** είναι ότι στη δεύτερη κατηγορία ερωτήσεων, μόνο μία απάντηση γίνεται δεκτή.

## 5. Choose from a list



The screenshot shows a configuration window for a 'Choose from a list' question. The window has a yellow background and contains the following elements:

- Question Title:** A text input field containing the Greek text 'Ύπου υπολογιστή χρησιμοποιείτε συχνότερα;'. To the right of this field are three icons: a pencil (edit), a square (copy), and a trash can (delete).
- Help Text:** An empty text input field.
- Question Type:** A dropdown menu currently set to 'Choose from a list'.
- Options:** A list of five options, each in a text input field with a small 'x' icon to its right for deletion:
  1. Desktop
  2. Laptop
  3. Palmtop
  4. Notebook
  5. Κανένα από τα παραπάνω
- Buttons:** At the bottom left, there is a 'Done' button and a checkbox labeled 'Make this a required question'.

Εικόνα 7.13. Choose from a list

Όταν θέλουμε να διαγράψουμε μία επιλογή απάντησης, πατάμε το σύμβολο 'x' που είναι δεξιά από την απάντηση (\*).

## 6. Scale

The screenshot shows a configuration window for a Scale question. The fields are as follows:








- Question Title:** Πόσο καλά χειρίζεστε τους υπολογιστές;
- Help Text:** που ταιριάζει καλύτερα στην περίπτωσή σας.
- Question Type:** Scale
- Scale:** 1 to 5
- Labels - optional:**
  - 1: το λογιστές; Τι είναι αυτό
  - 5: Τέλεια
- Buttons:** Done,  Make this a required question

Εικόνα 7.14. Scale

Μπορούμε να ρυθμίσουμε το εύρος των απαντήσεων/κλίμακας, επιλέγοντας τους κατάλληλους αριθμούς στη θέση (α). Επίσης, μπορούμε να δηλώσουμε προαιρετικά την τιμή/ερμηνεία της αρχικής και τελικής επιλογής της λίστας μας (β).

**7. Grid.** Η ερώτηση αυτού του τύπου, είναι ουσιαστικά μια ομάδα ερωτήσεων τύπου Scale.



<b>Question Title</b>	αξιολογείτε τα παρακάτω πακέτα λογισμικού;	  
<b>Help Text</b>	<input type="text"/>	
<b>Question Type</b>	Grid	
<b>Columns</b>	4  #	
<b>Column 1 label</b>	Δυσλειτουργικό	
<b>Column 2 label</b>	Μέτριο	
<b>Column 3 label</b>	Πολύ καλά	
<b>Column 4 label</b>	Ιδανικό	
<b>Row 1 label</b>	MS Office 2007	
<b>Row 2 label</b>	OpenOffice 3.2	
	<input type="text"/>	
<input type="button" value="Done"/> <input type="checkbox"/> <b>Make this a required question</b>		

Εικόνα 7.15. Grid

## Ερωτηματολόγιο

Το online ερωτηματολόγιο βρίσκεται στη διεύθυνση <https://spreadsheets.google.com/spreadsheet/viewform?formkey=dGZBcWhHVUtkTkNMX2dLRjdDTGY5MFE6MQ> και έχει την εξής μορφή:

# Ερωτηματολόγιο B<sub>2</sub>B



\* Required

## Γενικές Πληροφορίες για την Επιχείρησή σας



Έχετε δική σας επιχείρηση/εταιρεία; \*

- Ναι, έχω
- Όχι, αλλά δουλεύω σε επιχείρηση/εταιρεία
- Όχι

Ποια είναι η νομική της μορφή;

- Ατομική Επιχείρηση
- ΟΕ
- ΕΕ
- ΕΠΕ
- ΑΕ
- Άλλη

Σε ποιον κλάδο ανήκει η επιχείρησή σας/ που δουλεύετε;

*Αναφέρετε το είδος των υπηρεσιών που παρέχετε*

Σε ποια πόλη είναι η έδρα της;

Πόσα άτομα απασχολεί η επιχείρησή σας/εταιρεία σας;

## Συναλλαγές B<sub>2</sub>B



Οι πελάτες σας είναι μόνο στην έδρα σας ή και σε άλλες πόλεις;

- Μόνο στην έδρα της επιχείρησης
- Μόνο σε άλλες πόλεις
- Και στην έδρα και σε άλλες πόλεις

Έχετε συναλλαγές με πελάτες εντός Ελλάδας;

- Ναι
- Όχι

**Προσφέρετε υπηρεσίες B2B ή B2C; \***

- B2B
- B2C
- Και τα 2

**Η επιχείρησή σας χρησιμοποιεί κάποιο ηλεκτρονικό σύστημα για τις συναλλαγές σας μέσω διαδικτύου- B2B; \***

- Ναι
- Όχι

**Είστε ικανοποιημένος από το ηλεκτρονικό σύστημα B2B που χρησιμοποιείτε;**

- Σε μεγάλο βαθμό
- Σε ικανοποιητικό βαθμό
- Σε μέτριο βαθμό
- Δεν είμαι ικανοποιημένος
- Καθόλου ικανοποιημένος

**Ποιες ανάγκες θέλετε να καλύπτει ένα σύστημα συναλλαγών B2B;**

*Περιγράψτε μας σύντομα τις ανάγκες που έχετε τις οποίες θέλετε να ικανοποιεί ένα σύστημα συναλλαγών B2B*

**Το προσωπικό έχει ανάγκη εκπαίδευσης και συνεχούς υποστήριξης σε θέματα τεχνολογίας, διαδικτύου και πληροφοριακών συστημάτων; \***

- Σε μεγάλο βαθμό
- Σε μικρό βαθμό
- Όχι, δε χρειάζεται

**Το προσωπικό έχει ανάγκη κατάρτισης ώστε να μπορεί να χρησιμοποιήσει ένα σύστημα συναλλαγών B2B; \***

- Σε μεγάλο βαθμό
- Σε μικρό βαθμό
- Όχι, δεν έχει ανάγκη

**Εσείς προσωπικά στην επιχείρησή διαχειρίζεστε ή χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό σύστημα συναλλαγών B2B;**

- Καθημερινά
- Αρκετά συχνά
- Συχνά
- Σπάνια
- Ποτέ

**Σαν πελάτης, η επιχείρησή σας χρησιμοποιεί συστηματα συναλλαγών B2B; \***

*Απευθύνεται κυρίως σε όσους κάνουν αγορές μέσω διαδικτύου ή χρησιμοποιούν ηλεκτρονικές υπηρεσίες για κάποιες ανάγκες τους (πχ. τραπεζικές συναλλαγές μέσω e-banking))*

- Καθημερινά
- Αρκετά συχνά
- Συχνά
- Σπάνια
- Ποτέ

Θεωρείτε ότι τα συστήματα συναλλαγών B2B είναι ασφαλή;

Απολύτως ασφαλή  
 Αρκετά ασφαλή  
 Σε μικρό βαθμό ασφαλή  
 Δεν τα εμπιστεύομαι

Πείτε μας γενικά τη γνώμη σας για τις συναλλαγές μέσω διαδικτύου-B2B

### Δημογραφικά Στοιχεία

---

**Φύλο \***

Άνδρας  
 Γυναίκα

**Ηλικία \***

**Εκπαίδευση \***

Απόφοιτος/η Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης  
 Απόφοιτος/η ΑΕΙ/ΑΤΕΙ  
 Μεταπτυχιακός/Διδακτορικός Τίτλος  
 Απόφοιτος/η ΙΕΚ  
 Απόφοιτος/η Δημοτικού  
 Άλλο

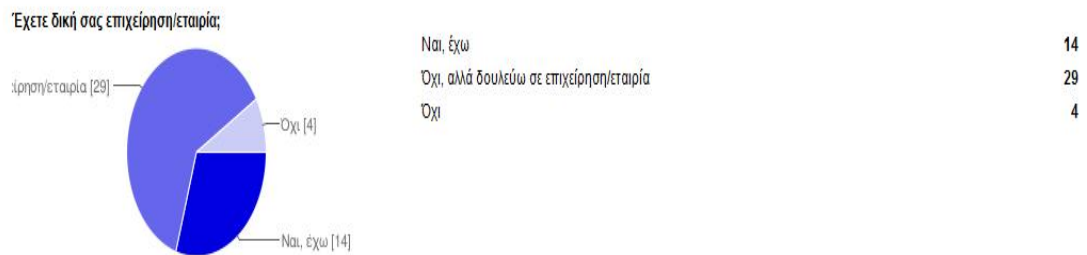
Εικόνα 7.16. Ερωτηματολόγιο B2B

## 7.2 Ανάλυση αποτελεσμάτων

Το ερωτηματολόγιο που δημιουργήσαμε απαντήθηκε online από 47 άτομα, που είτε δουλεύουν (ή έχουν δουλέψει παλαιότερα) είτε έχουν δική τους εταιρία/επιχείρηση. Το ερωτηματολόγιό μας έχει χωριστεί σε τρεις ομάδες ερωτήσεων. Η πρώτη ομάδα περιλαμβάνει ερωτήσεις σχετικά με την εταιρία για την οποία συμπληρώνεται το ερωτηματολόγιο, η δεύτερη περιλαμβάνει ερωτήσεις για τις B2B συναλλαγές και η τρίτη δημογραφικά στοιχεία και πληροφορίες για τους ερωτηθέντες. Από τις απαντήσεις που λάβαμε κατά τη συμπλήρωση έχουμε τα εξής στοιχεία:

## 1. Έχετε δική σας επιχείρηση/εταιρία; \*

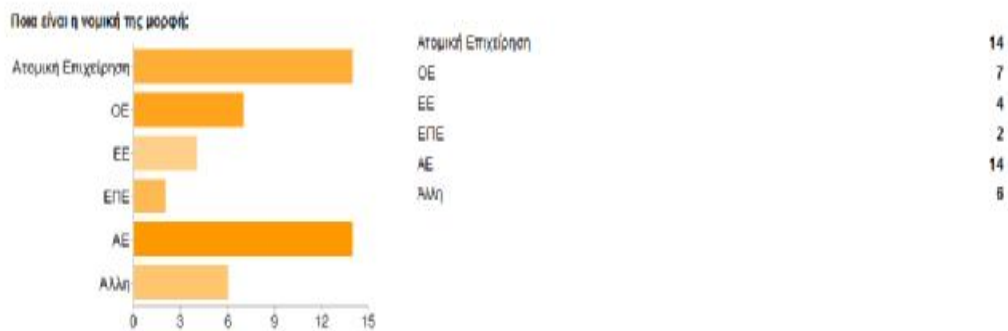
Απάντησαν 14 επιχειρηματίες, 29 εργαζόμενοι και 4 άτομα που δε δουλεύουν αυτή τη στιγμή.



Εικόνα 7.17. Απαντήσεις στην ερώτηση 1

## 2. Ποια είναι η νομική της μορφή;

Η νομική μορφή των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα φαίνονται στην παρακάτω εικόνα (Εικ. 7.18). Η πλειοψηφία τους ήταν ατομικές επιχειρήσεις ή ΑΕ.



Εικόνα 7.18. Απαντήσεις στην ερώτηση 2

**3. Σε ποιον κλάδο ανήκει η επιχείρησή σας/ που δουλεύετε;  
(Αναφέρετε το είδος των υπηρεσιών που παρέχετε)**

Στην έρευνα συμμετείχαν επιχειρήσεις από τους εξής κλάδους:

- Εκπαίδευση
- Λογιστικό Γραφείο
- Καταστήματα ένδυσης
- Συμβουλευτικές
- Πληροφορική
- Τουρισμό
- Εισαγωγές-Εξαγωγές
- Μάρκετινγκ
- Πιστωτικά Ιδρύματα

**4. Σε ποια πόλη είναι η έδρα της;**

Το 30% των επιχειρήσεων έχουν έδρα την Αθήνα, το 17% στην Πάτρα ,15% στη Θεσσαλονίκη αλλά και στην Κρήτη. Οι υπόλοιπες περιοχές έχουν έδρα στην Πελοπόννησο ενώ έχουμε και μία συμμετοχή από επιχείρηση με έδρα την Ιαπωνία.

## 5. Πόσα άτομα απασχολεί η επιχείρησή σας/εταιρία σας;

Από τις 47 επιχειρήσεις, οι 35 απασχολούν λιγότερα από 50 άτομα, οι 7 περισσότερους από 50 και λιγότερους από 80, οι 4 βρίσκονται στο διάστημα 80 έως 100 και μόλις μια εταιρία απασχολεί περισσότερους από 100 εργαζομένους.

## 6. Οι πελάτες σας είναι μόνο στην έδρα σας ή και σε άλλες πόλεις; Έχετε συναλλαγές με πελάτες εκτός Ελλάδας;

Σύμφωνα με τις απαντήσεις, η πλειοψηφία των επιχειρήσεων έχουν συναλλαγές και με επιχειρήσεις εκτός της έδρας τους. Επίσης και στο 50% των περιπτώσεων σχεδόν έχουν συναλλαγές και με το εξωτερικό.



Εικόνα 7.19. Συναλλαγές εκτός έδρας και Ελλάδα



## 7. Προσφέρετε υπηρεσίες B2B ή B2C;

Το 72% των επιχειρήσεων προσφέρει υπηρεσίες B2B.



Εικόνα 7.20. Υπηρεσίες B2B και B2C

## 8. Η επιχείρησή σας χρησιμοποιεί κάποιο ηλεκτρονικό σύστημα για τις συναλλαγές σας μέσω διαδικτύου- B2B;

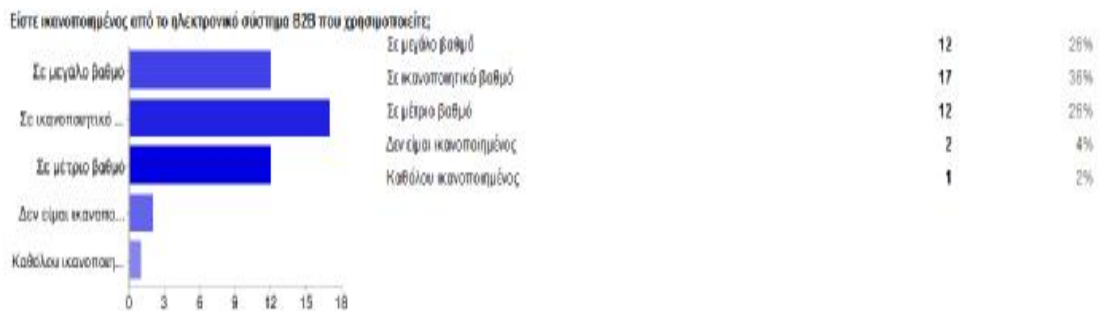
Το 72% των επιχειρήσεων χρησιμοποιούν κάποιο σύστημα B2B συναλλαγών.



Εικόνα 7.21. Χρήση συστήματος συναλλαγών B2B

## 9. Είστε ικανοποιημένος από το ηλεκτρονικό σύστημα B2B που χρησιμοποιείτε;

Μόλις το 6% των ερωτηθέντων δηλώνουν τη δυσαρέσκειά τους για τα σύστημα B2B συναλλαγών που χρησιμοποιούν. Το 62% δηλώνει αρκετά ικανοποιημένο.



Εικόνα 7.22. Βαθμός ικανοποίησης από τα συστήματα B2B

## 10. Ποιες ανάγκες θέλετε να καλύπτει ένα σύστημα συναλλαγών B2B;

Σύμφωνα με τους ερωτηθέντες, τα απαιτούμενα χαρακτηριστικά για ένα σύστημα συναλλαγών B2B, είναι τα εξής:

- Ευκολία στη χρήση
- Ασφάλεια
- Δυνατότητα αναβάθμισης και προσαρμογής στις ανάγκες της επιχείρησης
- Σύνδεση με ERP
- Προγραμματισμός ροής εργασιών
- Άμεση εκτέλεση εργασιών σε θέματα προμηθειών και παραγγελιών
- Επιτάχυνση διαδικασιών

**11. Το προσωπικό έχει ανάγκη εκπαίδευσης και συνεχούς υποστήριξης σε θέματα τεχνολογίας, διαδικτύου και πληροφοριακών συστημάτων;  
Το προσωπικό έχει ανάγκη κατάρτισης ώστε να μπορεί να χρησιμοποιήσει ένα σύστημα συναλλαγών B2B;**

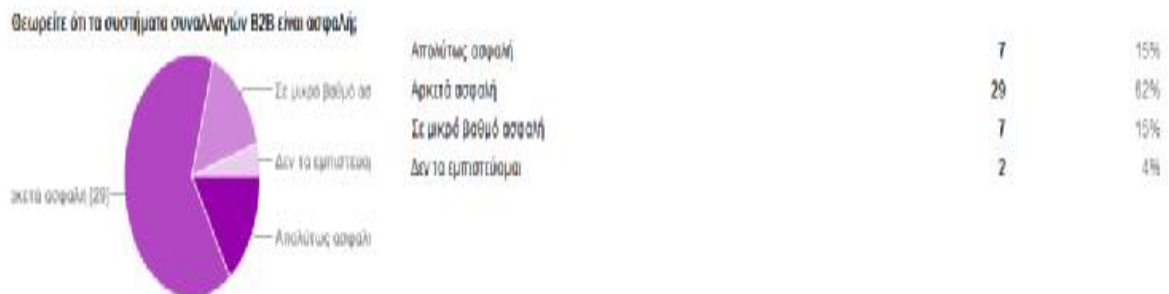
Ένα πολύ σημαντικό πρόβλημα είναι η κατάρτιση των εργαζομένων και των στελεχών σε θέματα τεχνολογίας και πληροφοριακών συστημάτων, αφού σε ποσοστό 80% υποστηρίζεται ότι υπάρχει η ανάγκη για τεχνολογική εκπαίδευση και υποστήριξη.



**Εικόνα 7.23. Ανάγκη κατάρτισης και εκπαίδευσης σε θέματα τεχνολογίας**

## 12.Θεωρείτε ότι τα συστήματα συναλλαγών B2B είναι ασφαλή;

Το 77% των ερωτηθέντων νιώθουν ιδιαίτερη ασφάλεια και σιγουριά με τα συστήματα συναλλαγών B2B. Το 19% δεν τα εμπιστεύεται ενώ το 4% δεν απάντησε.



Εικόνα 7.24. Απαντήσεις ως προς το θέμα της ασφάλειας

### 13. Πείτε μας γενικά τη γνώμη σας για τις συναλλαγές μέσω διαδικτύου- B2B;

Οι επιχειρήσεις εμπιστεύονται πάντως σε μεγάλο βαθμό τα συστήματα συναλλαγών και γι' αυτό το λόγο καθημερινά τα χρησιμοποιούν. Η ασφάλεια που παρέχουν και η ταχύτητα είναι τα βασικά τους πλεονεκτήματα που επισημαίνουν όλοι οι ερωτηθέντες.

### 14. Φύλο και Ηλικία

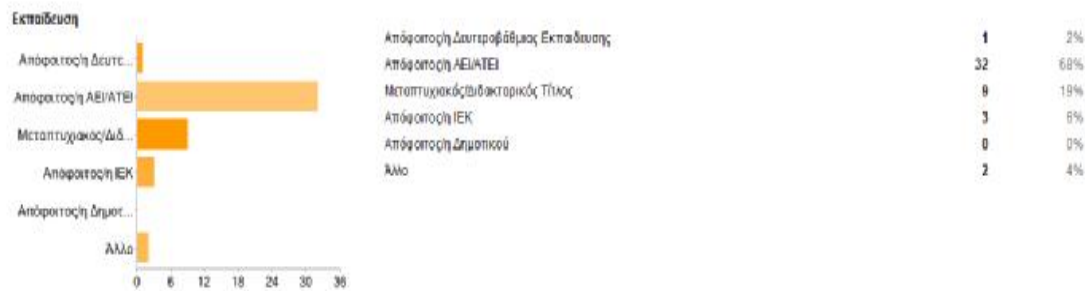
Στην έρευνά μας συμμετείχαν 30 άνδρες και 17 γυναίκες, ηλικίας 23 έως 42 ετών. Αυτό δηλώνει ότι είναι άτομα που έχουν έρθει σε επαφή από μικρή ηλικία με την τεχνολογία.



Εικόνα 7.25. Φύλο ερωτηθέντων

## 15. Εκπαίδευση

Η σύσταση ως προς την εκπαίδευση των ερωτηθέντων φαίνεται στο παρακάτω σχήμα:



Εικόνα 7.26. Εκπαίδευση ερωτηθέντων

### 7.3 Παρατηρήσεις

Η έρευνά μας είχε σκοπό την προσέγγιση της εικόνας που υπάρχει στις επιχειρήσεις και στην ελληνική αγορά σχετικά με τις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Δυστυχώς το δείγμα μας δεν μπορεί να χαρακτηριστεί ιδιαίτερα αξιόπιστο, για τους εξής λόγους:

- Μικρός αριθμός ερωτηθέντων
- Ανομοιόμορφη κατανομή ως προς τη δράση (κλάδο)
- Ανομοιόμορφη γεωγραφική κατανομή
- Ανομοιόμορφη ηλικιακή κατανομή

Σε γενικές γραμμές όμως τα αποτελέσματα είναι ικανοποιητικά, αφού συμφωνούν με τα αποτελέσματα άλλων ερευνών ή δημοσιεύσεων. Πιο συγκεκριμένα η έρευνά μας επιβεβαιώνει τις εξής τάσεις:

- Συχνή χρήση συστημάτων B2B
- Η προτίμηση στα συστήματα λόγω ασφάλειας και ταχύτητας
- Η ανάγκη για εξειδίκευση και εκπαίδευση σε θέματα τεχνολογίας
- Η ανάγκη για σύνδεση των συστημάτων αυτών με τα υπόλοιπα επιχειρησιακά πληροφοριακά συστήματα.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ανακεφαλαιώνοντας, στην εργασία αυτή περιγράψαμε τον τρόπο με τον οποίο οι νέες τεχνολογίες άλλαξαν τα δεδομένα και επέβαλαν νέους κανόνες στις επιχειρήσεις και στην παγκόσμια αγορά. Φυσικά η τεχνολογία από μόνη της δεν λύνει τα προβλήματα ούτε δημιουργεί πλεονεκτήματα, παρά μόνο αν ενσωματωθεί σε έναν οργανισμό με τέτοιο τρόπο ώστε να υποστηρίζει την εφαρμογή μιας στρατηγικής, η οποία έχει οριστεί προσεκτικά, έχοντας την πλήρη υποστήριξη της διοίκησης.

Η πληροφορική, έχει συμβάλει στη βελτίωση της ενημέρωσης μέσω της δικτύωσης των υπολογιστών και κυρίως μέσω του Internet. Επίσης, έχει αναβαθμίσει σημαντικά τις υπηρεσίες των μέσων μαζικής ενημέρωσης, βελτιώνοντας την ποιότητα των προϊόντων που προσφέρουν. Η πληροφορική έχει συντελέσει επίσης στην αυτοματοποίηση των δορυφορικών δικτύων, με αποτέλεσμα την άμεση επικοινωνία σε παγκόσμιο επίπεδο. Επιπλέον, η δυνατότητα αποθήκευσης μεγάλου όγκου πληροφοριών, αλλά ταυτόχρονα και η μετάδοσή τους με υψηλούς ρυθμούς σε ολόκληρο τον πλανήτη, έχουν συμβάλει στη βελτίωση των επικοινωνιών (Internet, πολυμέσα, τηλεδιάσκεψη).

Στο πρόσφατο παρελθόν οι συναλλαγές και οι αγορές των καταναλωτών και αντίστοιχα οι πωλήσεις των εμπόρων γίνονταν με καθαρά συμβατικά μέσα. Οι καταναλωτές προκειμένου να αγοράσουν αυτό που επιθυμούσαν ή να δεχτούν μία υπηρεσία έπρεπε να μεταβούν στην έδρα του προμηθευτή των αγαθών ή των υπηρεσιών.

Το **Ηλεκτρονικό Εμπόριο** έφερε ένα νέο όραμα στη παγκόσμια οικονομία δίνοντας στις επιχειρήσεις τη δυνατότητα και την ευκαιρία να μεταβούν από το παλιό παραδοσιακό τρόπο λειτουργίας στο νέο ηλεκτρονικό, επιφέροντας νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες, στρατηγικές και θέσεις εργασίας. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο σημειώνει ραγδαία ανάπτυξη, καθώς αποτελεί έναν ιδιαίτερα αποτελεσματικό μηχανισμό της αγοράς, και συμβάλλει στην υγιή διαχείριση της οικονομίας. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο καλείται να επιλύσει παραδοσιακά επιχειρηματικά προβλήματα, όπως η δυσχέρεια των έγγραφων συναλλαγών και η αδυναμία αποτελεσματικής διαχείρισης αποθεμάτων, αλλά και να προσφέρει



νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες, όπως η εύρεση νέων εταίρων και η προσφορά νέων προϊόντων ή υπηρεσιών

**Το B2B Επιχειρείν**, έδωσε ένα άνοιγμα στη συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων, ισχυροποιώντας έτσι τις επιχειρησιακές σχέσεις τους μέσα από μια ταχύτερη, ασφαλέστερη και εύκολη επικοινωνία. Επιπλέον, έδωσε το έναυσμα για το άνοιγμα νέων αγορών και στην καλύτερη πληροφόρηση για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχονται από τις επιχειρήσεις.

Το Διαδίκτυο προσφέρει ένα ανοιχτό, ελεύθερο, εμπορικό περιβάλλον, όπου ήδη εκατοντάδες μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται, προωθούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, προσεγγίζουν κοινό που ποτέ δεν θα προσέγγιζαν με παραδοσιακά μέσα, και τελικά αποκομίζουν πολλαπλά κέρδη, τόσο σε οικονομικό όσο και σε άλλα επίπεδα. Η ταχύτητα και η αμφίδρομη επικοινωνία στις διεπιχειρησιακές διαδικασίες μέσω του Διαδικτύου, προσφέρουν νέες δυνατότητες εξέλιξης και ανάπτυξης.

Οι **B2B Συναλλαγές** διαφέρουν σε μεγάλο βαθμό από τις παραδοσιακές διαδικασίες συναλλαγών. Οι βασικές διαφορές είναι:

- Η ταχύτητα Συναλλαγών
- Η άμεση επικοινωνία
- Η χρήση τεχνολογικών συστημάτων που προσφέρουν ακρίβεια και μειώνουν την πιθανότητα λάθους
- Οι συναλλαγές με άλλες αγορές, σε οποιοδήποτε σημείο του πλανήτη
- Η έλλειψη γραφειοκρατίας
- Οι μηχανισμοί ασφάλειας και ελέγχου

Η συμβολή της πληροφορικής και των νέων τεχνολογιών στις B2B συναλλαγές έχει επιφέρει αλλαγές και στην οργάνωση μιας επιχείρησης. Η χρήση ενός **Λογιστικού Πληροφοριακού Συστήματος** ή ενός **ERP** είναι αναγκαία.

Η έρευνά μας έγινε σε ένα πολύ μικρό δείγμα και δεν μπορούμε να βγάλουμε ασφαλή συμπεράσματα. Όμως μπορούμε με επιφύλαξη να διατυπώσουμε τις βασικές τάσεις που καταγράφονται:

- Η αγορά είναι παγκόσμια και οι ελληνικές επιχειρήσεις συνεχώς συναλλάσσονται με επιχειρήσεις άλλων χωρών
- Οι B2B συναλλαγές προσφέρουν οφέλη που είναι άμεσα αντιληπτά από τους εργαζομένους
- Οι επιχειρήσεις νιώθουν αρκετά ασφαλείς με τις B2B συναλλαγές
- Το βασικό πρόβλημα είναι η κατάρτιση και η εκπαίδευση του προσωπικού στα συστήματα συναλλαγών.

Όπως προαναφέραμε η τεχνολογία έχει προσφέρει στο χώρο των επιχειρήσεων πολλά οφέλη. Όμως από μόνη της δεν μπορεί να επιλύσει όλα τα προβλήματα. Η έλλειψη τεχνολογικής κατάρτισης και εξειδίκευσης σε θέματα πληροφορικής και νέων τεχνολογιών αποτελεί βασικό εμπόδιο και ανασταλτικό παράγοντα στη χρήση των νέων συστημάτων και συνεπώς στην απλοποίηση των διαδικασιών. Παρόλο που τα πλεονεκτήματα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου και των B2B Συναλλαγών είναι αποδεκτά από όλους, η έλλειψη ενημέρωσης και τεχνολογικής γνώσης προκαλεί προβλήματα και δυσλειτουργίες σε σημαντικό αριθμό επιχειρήσεων στην Ελλάδα.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ξένη Βιβλιογραφία

1. **Albrecht C., Dean D., Hansen J., (2005).** “*Marketplace and Technology Standards for B2B e-Commerce: Progress, Challenges, and the State of the Art*”. Information & Management, Vol. 42, pp. 865-875.
2. **Bakos Y., (1991).** “*A Strategic Analysis of Electronic Marketplaces*”. MIS Quarterly, Vol. 15, No. 3, pp. 295-310.
3. **Davis W., Benamati J., (2003).** ‘*E- Commerce Basics Technology foundation and E-Business Applications*’. Published by Addison Wesley.
4. **Koch H., (2003).** “*Business-to-Business Electronic Marketplaces: Membership and Use Drivers*”. PhD dissertation. Texas A&M University
5. **Pine B., Gilmore J., (1999).** “*The Experience Economy*”, U.S: Harvard Business School Press
6. **Popovic M., 2002.** “*B2B e-Marketplaces. Information Society Technologies: New Working Methods and Electronic Commerce*”. Published by European Commission’s Electronic Commerce Team. Brussels
7. **Porter, E.M., (1990).** “*The Competitive advantage of nations*”, New York: The Free Press

### Ελληνική Βιβλιογραφία

1. **Αγγελής Γ. Β., (2005).** “*Η βίβλος του e-banking*”. Εκδ. Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα
2. **Βενιέρης Γ., (1998).** “*Λογιστικά Πληροφοριακά Συστήματα*”. Εκδόσεις Μπένου, Αθήνα

3. Γκινόγλου Δ., Ταχυνάκης Π., Πρωτόγερος Ν., (2004). “Λογιστικά Πληροφοριακά Συστήματα”. Μηχανογραφημένη Λογιστική, Εισαγωγικές έννοιες των συστημάτων πληροφορικής σελ.27-37, Μεθοδολογίες για την ανάπτυξη συστημάτων σελ. 38-52, Εκδοτικός Οίκος Rosili.
4. Δημητριάδης Σ., Μιχιώτης Α., (2007). “Διοίκηση Παραγωγικών Συστημάτων”. Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα
5. Δημητριάδης Σ, Μπαλτάς Γ. (2003). “Ηλεκτρονικό εμπόριο και Μάρκετινγκ”. Εκδόσεις «Rosili», 1η έκδοση, Αθήνα
6. Δουκίδης Γ. , Δράκος Β., (2000). “Ηλεκτρονικό Εμπόριο”. Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα
7. Ζέρβα Μ., (2000). “Στρατηγικές για την είσοδο μιας εταιρίας στο Διαδίκτυο”. Εκδόσεις Ανούβης, Αθήνα
8. Καραγιώργος Θ., Πετρίδης Α., (2006). “Μηχανογραφημένη Λογιστική Θεωρία και Πράξη Μηχανογραφική Αντιμετώπιση Λογιστικών Θεμάτων με χρήση του προγράμματος ΚΕΦΑΛΑΙΟ”. Μηχανογραφημένη Λογιστική η Σύγχρονη προσέγγιση της Λογιστικής, σελ. 23-50, Εκδόσεις Γερμανός, Θεσσαλονίκη
9. Κατσουλάκος Ιωαν., (2001). “Νέα Οικονομία, Διαδίκτυο και Ηλεκτρονικό Εμπόριο”. Εκδόσεις Κέρκυρα, Αθήνα
10. Κουργιαντάκης Μ., (2007). “Στρατηγικές Ανάπτυξης του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν και των Κάθετων Ηλεκτρονικών Αγορών”. Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστήμιο Κρήτης.
11. Krugman, P., (2000). “Παγκοσμιοποίηση των εμπορικών ροών”. Στο Κατανοώντας την Παγκοσμιοποίηση, Θεόδωρος Κ. Πελαγίδης (επιμ.), Παπαζήσης, Αθήνα
12. Λάιος Α., (2010). “Διοίκηση Εφοδιασμού”. Εκδόσεις Humantec, Πειραιάς
13. Μπαλτάς Γ., Παπαβασιλείου, Ν. (2003). “Διοίκηση δικτύων διανομής και Logistics”. Εκδόσεις Rosili, Αθήνα.
14. Οικονόμου Γ., Γεωργίου Α., Τσιότρας Γ., (2006). “Μελέτες περιπτώσεων επιχειρησιακής έρευνας” Εκδ. Μπένου Ευγ., Αθήνα
15. Παμπόρτσας Α, Τσούλφας Α, (2002). “Εισαγωγή στο ηλεκτρονικό εμπόριο” Εκδόσεις Τζιόλα, Θεσσαλονίκη
16. Παπαδημητρίου Σ., Σχινάς Ο., (2002). “Εισαγωγή στα Logistics”. Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα

17. Πασχόπουλος Α., Σκαλτσάς, Π. (2001). “Ηλεκτρονικό Εμπόριο”. Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα
18. Πολλάλης Ιωαν, Γιαννακόπουλος Δ, (2007). “Ηλεκτρονικό επιχειρείν”. Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.
19. Soete, L., (2003). “Νέα οικονομία και παγκοσμιοποίηση”. Στο Ηλία Κατσούλη, Μπλάνκα Ανασιάδη, Σταύρου Ιωαννίδη, Παγκοσμιοποίηση-οικονομικές, πολιτικές, πολιτισμικές όψεις, Σιδέρης, Αθήνα
20. Συρμακέσης Σ., Μαρκέλλου Π., Ρήγκου Μ., Μάρκελλος Κ., Τσακαλίδης Α. (2006). “e-Επιχειρηματικότητα: Από την Ιδέα στην Υλοποίηση”. Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα, Σειρά: Τεχνολογία Πληροφορικής & Επικοινωνιών, Πάτρα.
21. Χρυσοστόμου Σ., (2008). “E-business and supply chain management. Εφαρμογή της διαχείρισης της αλυσίδας προμηθειών στο ηλεκτρονικό επιχειρείν”. Διπλωματική Εργασία, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

#### Περιοδικά-Δημοσιεύσεις

1. E-business forum (2001). “Επιχειρησιακή Δικτύωση και Ηλεκτρονικό Εμπόριο”. Δημοσιευμένο στη σελίδα [www.e-businessforum.gr](http://www.e-businessforum.gr)
2. Δρίγκας Α.,Σ., (2002). “Η Ηλεκτρονική Αγορά των Δημοσίων Προμηθειών”. Διεθνές Συνέδριο Interop. Αθήνα
3. Δρίγκας Α.,Σ., (2001). “Οι ηλεκτρονικές προμήθειες στο δημόσιο τομέα και η υλοποίησή τους”. Greek ICT Forum, Μεγάλη Βρετανία. Αθήνα
4. Κουργιαντάκης Μ., (2005). “Οι B2B Ηλεκτρονικές Αγορές με απλά λόγια”. Δημοσιευμένο στη σελίδα [www.e-businessforum.gr](http://www.e-businessforum.gr)

#### Διαδίκτυο

[www.cosmo-one.gr](http://www.cosmo-one.gr)

[www.ibm.com/us/en/](http://www.ibm.com/us/en/)

[www.observatory.gr](http://www.observatory.gr)

