

# Ηλεκτρονικό Εμπόριο 2008

Αρχές - Εξελίξεις - Στρατηγική από τη σκοπιά του Manager

**Efraim Turban**

*University of Hawaii*

**David King**

*JDA Software Group, Inc.*

**Judy McKay**

*Swinburne University, Australia*

**Peter Marshall**

*University of Tasmania, Australia*

**Jae Lee**

*Korea Advanced Institute of Science and Technology*

**Dennis Viehland**

*Massey University, New Zealand*

με συνεισφορές των

**Linda Volonino**

*Canisius College*

**Christy Cheung**

*Hong Kong Baptist University*

**Linda Lai**

*Macau Polytechnic Institute of China*

**Carol Pollard**

*Appalachian State University*

Απόδοση: **Γιάννης Β. Σαμαράς**

Ηλεκτρολόγος Μηχανολόγος Ε.Μ.Π.

M.Sc. Computer Science

 **Εκδόσεις: Μ. Γκιούρδας**

Ζωοδόχου Πηγής 70-74 - Τηλ.: 210 3630219

106 81 Αθήνα, 2008

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

**Τίτλος Πρωτοτύπου:**

Electronic Commerce 2008

A Managerial Perspective

ISBN 13: 978-0-13-224331-5

ISBN 10: 0-13-224331-8

Copyright © 2008 by Pearson Education, Inc.

Upper Saddle River,

New Jersey, 07458, U.S.A.

Αποκλειστικότητα για την Ελληνική Γλώσσα

Εκδόσεις: **Μόσχος Γκιούρδας**



Ζωοδόχου Πηγής 70-74 - Τηλ.: 210 3630219

106 81 Αθήνα, 2008

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

**ISBN: 978-960-512-543-1**

Επιμέλεια κειμένων: Μιχαήλ Μεταξάς

Desktop Publishing: Κ. Καλαϊτζής, τηλ.: 210 2811662

Εκτύπωση: ΜΗΤΡΟΠΟΛΙΣ Γραφικές Τέχνες Α.Ε., τηλ.: 210 3300067

Βιβλιοδεσία: Στάμου Κ. & ΣΙΑ Ο.Ε., τηλ.: 210 2821113

Αναδημοσίευση του βιβλίου σε οποιαδήποτε μορφή, ολόκληρου ή μέρους, καθώς και των περιεχομένων προγραμμάτων, δεν επιτρέπεται χωρίς την έγγραφη εξουσιοδότηση του εκδότη.

**Αφιερώνεται σε όλους εκείνους που θέλουν  
να μάθουν ηλεκτρονικό εμπόριο.**

<b>ΜΕΡΟΣ 1</b>	<b>Εισαγωγή στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο και στις Ηλεκτρονικές Θέσεις Αγορών</b>	<b>1</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1</b>	Επισκόπηση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου . . . . .	1
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2</b>	Ηλεκτρονικές Θέσεις Αγορών: Δομή, Μηχανισμοί, Οικονομικά και Επιδράσεις . . . . .	42
<b>ΜΕΡΟΣ 2</b>	<b>Λιανικό Εμπόριο στο Internet</b>	<b>90</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3</b>	Λιανικές Πωλήσεις στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Προϊόντα και Υπηρεσίες . . . . .	90
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4</b>	Συμπεριφορά Καταναλωτή, Έρευνα Αγοράς και Διαφήμιση . . . . .	155
<b>ΜΕΡΟΣ 3</b>	<b>Ηλεκτρονικό Εμπόριο Επιχειρήσεων με Επιχειρήσεις</b>	<b>217</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5</b>	Ηλεκτρονικό Εμπόριο B2B: Πώληση και Αγορά σε Ιδιωτικές Ηλεκτρονικές Θέσεις Αγορών . . . . .	217
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6</b>	Ανταλλακτήρια B2B, Κατάλογοι και Άλλες Υπηρεσίες Υποστήριξης . . . . .	260
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7</b>	Αλυσίδες Ηλεκτρονικών Προμηθειών, Συνεργατικό Εμπόριο και Ενδοεπιχειρησιακό ΗΕ . . . . .	304
<b>ΜΕΡΟΣ 4</b>	<b>Άλλα Μοντέλα και Εφαρμογές ΗΕ</b>	<b>363</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8</b>	Καινοτόμα Συστήματα ΗΕ: Από την Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση στην Ηλεκτρονική Εκμάθηση και σε ΗΕ Καταναλωτή με Καταναλωτή . . . . .	363
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9</b>	Κινητό Εμπόριο και Διεισδυτική Υπολογιστική . . . . .	415
<b>ΜΕΡΟΣ 5</b>	<b>Υπηρεσίες Υποστήριξης ΗΕ</b>	<b>471</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10</b>	Δυναμική Διαπραγμάτευση: Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες, Ανταλλαγές και Διαπραγματεύσεις . . . . .	471
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11</b>	Ασφάλεια Ηλεκτρονικού Εμπορίου . . . . .	508
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12</b>	Συστήματα Ηλεκτρονικών Πληρωμών . . . . .	547
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13</b>	Εκπλήρωση Παραγγελιών, Ηλεκτρονική Διαχείριση Σχέσεων με Πελάτες και Άλλες Υπηρεσίες Υποστήριξης . . . . .	587
<b>ΜΕΡΟΣ 6</b>	<b>Στρατηγική και Υλοποίηση ΗΕ</b>	<b>638</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 14</b>	Στρατηγική Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Διεθνές ΗΕ . . . . .	638
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 15</b>	Οικονομικά Στοιχεία και Αιτιολόγηση του ΗΕ . . . . .	681
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 16</b>	Έναρξη μιας Επιτυχημένης Ηλεκτρονικής Επιχείρησης και Έργων ΗΕ . . . . .	726
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 17</b>	Νομικές, Ηθικές Επιπτώσεις του ΗΕ και Ζητήματα Συμμόρφωσης . . . . .	771
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 18</b>	Κοινωνικά Δίκτυα και Ριζοσπάστες των Κλάδων στο Περιβάλλον Web 2.0 . . . . .	806

### Online Part 7 Application Development

**CHAPTER 19** Building E-Commerce Applications and Infrastructure

#### Online Appendices

- A** Current Electronic Commerce Research
- B** Structure and Components of the E-Commerce Business Model
- C** E-Business Planning and Analysis Framework

#### Technical Appendices

- A** Infrastructure for Electronic Commerce
- B** Web Page Design and Creation
- C** Software (Intelligent) Agents

#### Online Tutorials

- T1** E-Business Plan
- T2** Supply Chain Management

<b>ΜΕΡΟΣ 1</b>	<b>Εισαγωγή στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο και στις Ηλεκτρονικές Θέσεις Αγορών</b>	<b>1</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1</b>	<b>ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ</b>	<b>1</b>
	<b>Dell – Χρήση Ηλεκτρονικού Εμπορίου για Επιτυχημένες Εργασίες</b>	<b>2</b>
<b>1.1</b>	Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Ορισμοί και Αρχές	4
	Ορισμός του Ηλεκτρονικού Εμπορίου	4
	Ορισμός του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν	4
	Αμιγές και Μερικό ΗΕ	4
	ΗΕ στο Internet και Εκτός Internet	5
	Ηλεκτρονικές Αγορές και Διεπιχειρησιακά και Ενδοεπιχειρησιακά Συστήματα Πληροφοριών	6
<b>1.2</b>	Το Πλαίσιο, η Ταξινόμηση και το Περιεχόμενο του ΗΕ	6
	Ένα Πλαίσιο ΗΕ	6
	Ταξινόμηση του ΗΕ με Βάση την Φύση των Συναλλαγών ή των Αλληλεπιδράσεων	8
	Πραγματική Περίπτωση 1.1 <b>Εφαρμογή ΗΕ</b> Αγοράζετε Σοκολάτες Online; Δοκιμάστε το Godiva.com	9
	Συνοπτική Ιστορία του ΗΕ	10
	Πραγματική Περίπτωση 1.2 <b>Εφαρμογή ΗΕ</b> Η Boeing Αλλάζει την Φύση των Δραστηριοτήτων της με Διεθνή Συνεργασία	11
	Η Διεπιστημονική Φύση του ΗΕ	12
	Το Μέλλον του ΗΕ	13
<b>1.3</b>	Η Ψηφιακή Επανάσταση Καθοδηγεί το Ηλεκτρονικό Εμπόριο	14
	Η Ψηφιακή Επανάσταση και η Οικονομία	14
	<b>Σκέψεις και Προσθήκες 1.1 Ενδιαφέρουσες και Μοναδικές Εφαρμογές του ΗΕ</b>	<b>16</b>
<b>1.4</b>	Το Επιχειρηματικό Περιβάλλον Καθοδηγεί το ΗΕ	16
	Το Επιχειρηματικό Περιβάλλον	17
<b>1.5</b>	Επιχειρηματικά Μοντέλα ΗΕ	18
	Η Δομή των Επιχειρησιακών Μοντέλων	19
	Τυπικά Επιχειρησιακά Μοντέλα στο ΗΕ	22
<b>1.6</b>	Οφέλη και Περιορισμοί του ΗΕ	24
	Τα Οφέλη του ΗΕ	25
	<b>Σκέψεις και Προσθήκες 1.2 Βελτίωση της Ασφάλειας στο Σπίτι με Ηλεκτρονικό Τρόπο</b>	<b>26</b>
	Οι Περιορισμοί και οι Φραγμοί του ΗΕ	26
<b>1.7</b>	Κοινωνικά και Επιχειρηματικά Δίκτυα	27
	Κοινωνικά Δίκτυα	27
	Πραγματική Περίπτωση 1.3 <b>Εφαρμογή ΗΕ MySpace:</b> Η Δημοφιλέστερη Ιστοθέση Κοινωνικού Δικτύου στον Κόσμο	28
<b>1.8</b>	Η Ψηφιακή Επιχείρηση	29
	Η Ψηφιακή Επιχείρηση	29
<b>1.9</b>	Επισκόπηση του Βιβλίου	31
	Μέρος 1: Εισαγωγή στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο και στις Ηλεκτρονικές Θέσεις Αγορών	32
	Μέρος 2: Λιανικό Εμπόριο στο Internet	32

	Μέρος 3: Β2Β και Ηλεκτρονικό Εμπόριο . . . . .	33
	Μέρος 4: Άλλα Μοντέλα και Εφαρμογές ΗΕ . . . . .	33
	Μέρος 5: Υπηρεσίες Υποστήριξης ΗΕ . . . . .	33
	Μέρος 6: Στρατηγική και Υλοποίηση ΗΕ . . . . .	33
	Online Μέρος 7: Ανάπτυξη Εφαρμογών . . . . .	33
	Online Μαθήματα . . . . .	33
	Online Παραρτήματα . . . . .	33
	Online Συμπληρώματα . . . . .	33
	Θέματα Διοίκησης . . . . .	34
	Ερευνητικά Θέματα . . . . .	35
	Περίληψη . . . . .	35
	Λέξεις - Κλειδιά . . . . .	36
	Ερωτήσεις για Συζήτηση . . . . .	36
	Ασκήσεις Internet . . . . .	37
	Ομαδικές Ασκήσεις . . . . .	37
	Πραγματική Περίπτωση: Η Google τα Αλλάζει Όλα . . . . .	38
	Παραπομπές . . . . .	39
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2</b>	<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΘΕΣΕΙΣ ΑΓΟΡΩΝ: ΔΟΜΗ, ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΙ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΑΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ . . . . .</b>	<b>42</b>
	<b>Πώς η Blue Nile Inc. Αλλάζει τον Κλάδο των Κοσμηματοπωλών . . . . .</b>	<b>43</b>
	<b>2.1 Ηλεκτρονικές Θέσεις Αγορών . . . . .</b>	<b>44</b>
	Ηλεκτρονικές Αγορές . . . . .	44
	Συστατικά και Συμμετέχοντες του Χώρου Αγορών . . . . .	45
	Πραγματική Περίπτωση 2.1 <b>Εφαρμογή ΗΕ: WebMD . . . . .</b>	<b>46</b>
	<b>2.2 Τύποι Ηλεκτρονικών Αγορών: Από Μετωπικά Καταστήματα στις Ηλεκτρονικές Πύλες . . . . .</b>	<b>47</b>
	Ηλεκτρονικά Μετωπικά Καταστήματα . . . . .	47
	Ηλεκτρονικά Εμπορικά Κέντρα . . . . .	47
	Τύποι Καταστημάτων και Εμπορικών Κέντρων . . . . .	47
	Τύποι Θέσεων Αγορών . . . . .	48
	Ηλεκτρονικές Πύλες Πληροφοριών . . . . .	49
	<b>2.3 Συναλλαγές, Διαμεσολαβητές και Διεργασίες στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο . . . . .</b>	<b>51</b>
	Πωλητές, Αγοραστές και Συναλλαγές . . . . .	51
	Οι Ρόλοι και η Αξία των Διαμεσολαβητών στις Ηλεκτρονικές Αγορές . . . . .	51
	Εξάλειψη Διαμεσολαβητών και Εισαγωγή Διαμεσολαβητών . . . . .	53
	Η Διεργασία Αγοράς . . . . .	54
	<b>2.4 Ηλεκτρονικοί Κατάλογοι και Άλλοι Μηχανισμοί της Αγοράς . . . . .</b>	<b>55</b>
	Ηλεκτρονικοί Κατάλογοι . . . . .	55
	Μηχανές Αναζήτησης και Ευφείς Πράκτορες . . . . .	57
	Καλάθια Αγορών . . . . .	58
	<b>2.5 Οι Δημοπρασίες ως Μηχανισμοί Αγορών ΗΕ . . . . .</b>	<b>59</b>
	Ορισμοί και Χαρακτηριστικά . . . . .	59
	Παραδοσιακές Δημοπρασίες Έναντι Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών . . . . .	59
	Πραγματική Περίπτωση 2.2 <b>Εφαρμογή ΗΕ: Νεοτεριστικές Δημοπρασίες . . . . .</b>	<b>60</b>
	Δυναμική Απόδοση Τιμής και Τύποι Δημοπρασιών . . . . .	60
	Οφέλη, Περιορισμοί και Επιπτώσεις των Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών . . . . .	62
	<b>Σκέψεις και Προσθήκες 2.1 Οφέλη των Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών . . . . .</b>	<b>62</b>

2.6	Ηλεκτρονικές Εμπράγματα Ανταλλαγές και Ηλεκτρονική Διαπραγμάτευση	63
	Ηλεκτρονικές Εμπράγματα Ανταλλαγές	63
	Ηλεκτρονική Διαπραγμάτευση	64
2.7	Ηλεκτρονικό Εμπόριο στο Ασύρματο Περιβάλλον: Κινητό Εμπόριο και Εμπόριο Βάσει Θέσης	64
	Η Επανάσταση της Κινητικότητας	65
	Η Προοπτική του Κινητού Εμπορίου	65
	i-Mode: Μια Επιτυχημένη Κινητή Ηλεκτρονική Πύλη	66
	Πραγματική Περίπτωση 2.3 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Η Ασύρματη Λειτουργία της Pepsi Αυξάνει την Παραγωγικότητα	67
2.8	Ανταγωνισμός στην Ψηφιακή Οικονομία και η Επίπτωσή του στις Επιχειρήσεις	67
	Το Οικοσύστημα του Internet	67
	Πραγματική Περίπτωση 2.4 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Craigslist: Η Απόλυτη Ηλεκτρονική Ιστοθέση Μικρών Αγγελιών	71
	Επιπτώσεις σε Όλους τους Κλάδους	71
2.9	Επιπτώσεις των Ηλεκτρονικών Αγορών στις Επιχειρησιακές Διεργασίες και στους Οργανισμούς	72
	Βελτίωση του Απευθείας Μάρκετινγκ	73
	Μετασχηματισμός Οργανισμών	75
	Ανακαθορισμός Επιχειρήσεων	75
	Θέματα Διοίκησης	79
	Ερευνητικά Θέματα	80
	Περίληψη	81
	Λέξεις - Κλειδιά	81
	Ερωτήσεις για Συζήτηση	82
	Ασκήσεις Internet	82
	Ομαδικές Ασκήσεις	83
	Πραγματική Περίπτωση: Η Wal-Mart Οδηγεί την Υιοθέτηση του RFID	83
	Παραπομπές	84
2A	Παραγωγή Κατά Παραγγελία	87

## **ΜΕΡΟΣ 2** Λιανικό Εμπόριο στο Internet 90

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3** ΛΙΑΝΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ: ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ 90

	<b>Amazon.com: Η Βασίλισσα του Ηλεκτρονικού Λιανικού Εμπορίου</b>	<b>91</b>
3.1	Πωλήσεις στο Internet και Ηλεκτρονικό Λιανικό Εμπόριο	93
	Επισκόπηση του Ηλεκτρονικού Λιανικού Εμπορίου	93
	Μέγεθος και Ανάπτυξη της Αγοράς B2C	93
	Τι Πωλείται Καλά στο Internet	94
	<b>Σκέψεις και Προσθήκες 3.1 Κινητό B2C στην Ιαπωνία</b>	<b>97</b>
	Χαρακτηριστικά του Επιτυχημένου Ηλεκτρονικού Λιανικού Εμπορίου	98
3.2	Επιχειρησιακά Μοντέλα Ηλεκτρονικού Λιανικού Εμπορίου	99
	Κατάταξη με Βάση το Κανάλι Διανομής	99
	Πραγματική Περίπτωση 3.1 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> LittleWoods Shop Direct Group: Πώς μια Εταιρεία Ταχυδρομικών Παραγγελιών Έγινε Ηλεκτρονική	101

<b>Σκέψεις και Προσθήκες 3.2 Πώληση Αυτοκινήτων Ηλεκτρονικά:</b>	
<b>Παραγωγή κατά Παραγγελία</b>	<b>102</b>
Άλλα Μοντέλα B2C	103
<b>3.3 Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες Ταξιδιών και Τουρισμού</b>	<b>105</b>
Παρεχόμενες Υπηρεσίες	106
Ειδικές Υπηρεσίες	107
Οφέλη και Περιορισμοί των Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών Ταξιδιών	107
Εταιρικά Ταξίδια	108
Επιπτώσεις του ΗΕ στον Κλάδο των Ταξιδιών	108
Ευφυείς Πράκτορες στις Υπηρεσίες Ταξιδιών	109
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 3.3 Τα Travel Bots Κάνουν τις Ηλεκτρονικές Αγορές Ταξιδιών Ευκολότερες</b>	
<b>3.4 Τοποθέτηση Υπαλλήλων και Η Αγορά Εργασίας</b>	<b>110</b>
Η Αγορά Εργασίας στο Internet	111
Οφέλη και Περιορισμοί της Ηλεκτρονικής Αγοράς Εργασίας	112
Ευφυείς Πράκτορες στην Ηλεκτρονική Αγορά Εργασίας	113
Πραγματική Περίπτωση 3.2 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Χρήση Ευφυούς Λογισμικού και Κοινωνικών Δικτύων για Βελτίωση των Διεργασιών Στρατολόγησης	114
<b>3.5 Κτηματομεσιτικές, Ασφαλιστικές Συναλλαγές και Διαπραγμάτευση Μετοχών Ηλεκτρονικά</b>	<b>115</b>
Κτηματομεσιτικές Υπηρεσίες Ηλεκτρονικά	115
Κτηματομεσιτικές Εφαρμογές	116
Ηλεκτρονικοί Ασφαλιστές	117
Ηλεκτρονική Διαπραγμάτευση Μετοχών	117
<b>3.6 Τραπεζικές Συναλλαγές και Προσωπικά Οικονομικά Ηλεκτρονικά</b>	<b>120</b>
Δυνατότητες Τραπεζικών Συναλλαγών από το Σπίτι	120
Εικονικές Τράπεζες	120
Διεθνείς Τραπεζικές Εργασίες και Τραπεζικές Εργασίες σε Πολλαπλά Νομίσματα	121
Πραγματική Περίπτωση 3.3 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> ING Direct: Μια Επιτυχημένη Ιστορία Ηλεκτρονικής Τράπεζας	122
Θέματα Υλοποίησης στις Ηλεκτρονικές Οικονομικές Συναλλαγές	122
Πραγματική Περίπτωση 3.4 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Ασφάλεια Τραπεζικών Συναλλαγών σε μια Τράπεζα	123
Προσωπικά Οικονομικά Ηλεκτρονικά	124
<b>3.7 Υπηρεσίες Παράδοσης Κατ' Απαίτηση και Ηλεκτρονικοί Παντοπώλες</b>	<b>125</b>
Η Περίπτωση των Ηλεκτρονικών Παντοπωλών	126
<b>3.8 Ηλεκτρονική Παράδοση Ψηφιακών Προϊόντων, Διασκέδασης και Μέσων</b>	<b>128</b>
Διασκέδαση Ηλεκτρονικά	129
Πραγματική Περίπτωση 3.5 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Το Φαινόμενο YouTube	129
Εξελίξεις στην Παράδοση Ψηφιακών Προϊόντων	131
<b>3.9 Βοηθήματα Λήψης Αποφάσεων για Ηλεκτρονικές Αγορές</b>	<b>132</b>
Ηλεκτρονικές Πύλες Αγορών	132
Πράκτορες Αγορών και Πράκτορες Λογισμικού	132
Ιστοθέσεις Αξιολόγησης Επιχειρήσεων	133
Ιστοθέσεις Επιβεβαίωσης Αξιοπιστίας	133
Άλλα Εργαλεία για Αγοραστές	133
Πραγματική Περίπτωση 3.6 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Reseller Ratings: Πώς οι Ηλεκτρονικοί Έμποροι Λιανικής Γίνονται Υπόλογοι στους Πελάτες	134
<b>3.10 Προβλήματα του Ηλεκτρονικού Λιανικού Εμπορίου και Διδάγματα</b>	<b>136</b>
Διδάγματα από Αυτές τις Αποτυχίες	136



	<b>Σκέψεις και Προσθήκες 3.4 Αποτυχίες των B2C Dot-Coms</b> . . . . .	<b>137</b>
	Επιτυχημένες Στρατηγικές Μερικού ΗΕ . . . . .	139
<b>3.11</b>	Θέματα του Ηλεκτρονικού Λιανικού Εμπορίου . . . . .	140
	Εξάλειψη και Εισαγωγή Διαμεσολάβησης . . . . .	140
	Συγκρούσεις Καναλιών . . . . .	142
	Καθορισμός της Σωστής Τιμής . . . . .	142
	Εξατομίκευση . . . . .	143
	Απάτη και Άλλες Παράνομες Δραστηριότητες . . . . .	143
	Πώς να Κάνετε τους Πελάτες σας Ευτυχημένους . . . . .	143
	Θέματα Διοίκησης . . . . .	144
	Ερευνητικά Θέματα . . . . .	144
	Περύληψη . . . . .	145
	Λέξεις - Κλειδιά . . . . .	146
	Ερωτήσεις για Συζήτηση . . . . .	146
	Ασκήσεις Internet . . . . .	147
	Ομαδικές Ασκήσεις . . . . .	148
	Πραγματική Περίπτωση: Η Wal-Mart Γίνεται Ηλεκτρονική . . . . .	149
	Παραπομπές . . . . .	150
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4</b>	<b>ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ, ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ</b> . . . . .	<b>155</b>
	<b>Η Netflix Αυξάνει τις Πωλήσεις της Χρησιμοποιώντας Συστάσεις και Διαφημίσεις για DVD</b> . . . . .	<b>156</b>
<b>4.1</b>	Μάθετε την Συμπεριφορά των Καταναλωτών Ηλεκτρονικά . . . . .	157
	Ένα Ηλεκτρονικό Μοντέλο Συμπεριφοράς Καταναλωτών . . . . .	157
<b>4.2</b>	Η Διαδικασία Λήψης Αποφάσεων του Καταναλωτή . . . . .	160
	Ένα Πρωτογενές Μοντέλο Απόφασης Αγοράς . . . . .	160
	Ένα Μοντέλο Λήψης Αποφάσεων Καταναλωτή για Αγορές στο Web . . . . .	161
	Μοντέλο Υποστήριξης Αποφάσεων Ηλεκτρονικού Αγοραστή . . . . .	162
	Άλλα Μοντέλα . . . . .	162
<b>4.3</b>	Μαζικό Μάρκετινγκ, Τμηματοποίηση Αγοράς και Μάρκετινγκ Ενός προς Ένα . . . . .	162
	Από το Μαζικό Μάρκετινγκ στο Μάρκετινγκ Ενός προς Ένα . . . . .	162
	Πρακτική Εφαρμογή Σχέσεων Ενός προς Ένα . . . . .	164
<b>4.4</b>	Εξατομίκευση, Πίστη, Ικανοποίηση και Εμπιστοσύνη στο ΗΕ . . . . .	165
	Εξατομίκευση στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο . . . . .	165
	<b>Σκέψεις και Προσθήκες 4.1 Cookies στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο</b> . . . . .	<b>166</b>
	Πίστη Πελατών . . . . .	167
	Ικανοποίηση στο ΗΕ . . . . .	168
	Εμπιστοσύνη στο ΗΕ . . . . .	169
<b>4.5</b>	Έρευνα Αγοράς για ΗΕ . . . . .	171
	Μέθοδοι Διεξαγωγής Ηλεκτρονικής Έρευνας Αγοράς . . . . .	171
	Πραγματική Περίπτωση 4.1 <b>Εφαρμογή ΗΕ: Η Έρευνα Αγοράς Μέσω Internet</b>	
	Επισπεύδει τον Χρόνο Εμφάνισης στην Αγορά στην Procter & Gamble . . . . .	172
	Περιορισμοί της Ηλεκτρονικής Έρευνας Αγοράς και πώς να τους Υπερβείτε . . . . .	178
	Μάρκετινγκ με Βάση Βιομετρικά Χαρακτηριστικά . . . . .	178
<b>4.6</b>	Internet Μάρκετινγκ στο B2B . . . . .	179
	Συμπεριφορά Επιχειρησιακού Αγοραστή . . . . .	179

	Οι Διαδικασίες Μάρκετινγκ και Διαφήμισης στο B2B . . . . .	179
	Μέθοδοι για Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ B2B . . . . .	180
	Προγράμματα Σύνδεσης, Διαμεσολαβητές Πληροφοριών και Εξόρυξη Δεδομένων . . . .	181
<b>4.7</b>	<b>Διαφήμιση στο Web . . . . .</b>	<b>182</b>
	Επισκόπηση της Διαφήμισης στο Web . . . . .	182
	Ορολογία Διαφήμισης στο Internet . . . . .	183
	Γιατί Διαφήμιση στο Internet; . . . . .	184
	Διαφημιστικά Δίκτυα . . . . .	185
<b>4.8</b>	<b>Μέθοδοι Ηλεκτρονικής Διαφήμισης . . . . .</b>	<b>186</b>
	Αφίσες . . . . .	186
	Αναδυόμενες και Παρόμοιες Διαφημίσεις . . . . .	187
	Διαφήμιση με E-mail. . . . .	188
	Διαφημίσεις Τύπου Εφημερίδας και Μικρές Αγγελίες . . . . .	189
	Διαφήμιση μέσω Μηχανών Αναζήτησης . . . . .	189
	Εμφάνιση Σχετικών Διαφημίσεων . . . . .	190
	Διαφήμιση σε Αίθουσες Συζητήσεων, Ιστολόγια και Κοινωνικά Δίκτυα . . . . .	190
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 4.2 Μέθοδοι Διαφήμισης της Google . . . . .</b>		<b>191</b>
	Άλλες Μορφές Διαφήμισης . . . . .	192
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 4.3 Καινοτομία στις Στοχευμένες Διαφημίσεις . . . . .</b>		<b>192</b>
<b>4.9</b>	<b>Στρατηγικές Διαφήμισης και Προωθήσεις . . . . .</b>	<b>194</b>
	Μάρκετινγκ Σύνδεσης και Διαφήμιση . . . . .	194
	Οι Διαφημίσεις ως Εμπόρευμα . . . . .	194
	Προφορικό Μάρκετινγκ . . . . .	194
	Εξειδικευμένες Διαφημίσεις . . . . .	195
	Ηλεκτρονικές Εκδηλώσεις, Προωθήσεις και Θεάματα . . . . .	195
<b>4.10</b>	<b>Ειδικά Θέματα Διαφήμισης . . . . .</b>	<b>197</b>
	Διαφήμιση Κατόπιν Αδείας . . . . .	197
	Η Διαφήμιση σαν Μοντέλο Εσόδων . . . . .	197
	Μέτρηση της Αποτελεσματικότητας της Ηλεκτρονικής Διαφήμισης . . . . .	197
	Διαχείριση Διαφημίσεων . . . . .	197
	Τοπικοποίηση . . . . .	198
	Ασύρματη Διαφήμιση . . . . .	199
	Περιεχόμενο Διαφημίσεων . . . . .	200
<b>4.11</b>	<b>Πράκτορες Λογισμικού σε Εφαρμογές που Σχετίζονται με Πελάτες και Διαφήμιση . . . .</b>	<b>200</b>
	Ένα Πλαίσιο Εργασίας για Κατάταξη Πρακτόρων ΗΕ . . . . .	200
	Πραγματική Περίπτωση 4.2 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Η Fujitsu Χρησιμοποιεί Πράκτορες για	
	Στοχευμένη Διαφήμιση στην Ιαπωνία . . . . .	202
	Διαδραστικοί Πράκτορες με Εμφάνιση Κινούμενων Χαρακτήρων . . . . .	203
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 4.4 Επώνυμα Προϊόντα σε ένα Κορεάτικο Ηλεκτρονικό</b>		
<b>Εμπορικό Κέντρο . . . . .</b>		<b>204</b>
	Άλλοι Πράκτορες ΗΕ . . . . .	205
	Θέματα Διοίκησης . . . . .	205
	Ερευνητικά Θέματα . . . . .	206
	Περίληψη . . . . .	207
	Λέξεις - Κλειδιά . . . . .	209
	Ερωτήσεις για Συζήτηση . . . . .	209
	Ασκήσεις Internet. . . . .	210
	Ομαδικές Ασκήσεις . . . . .	211

Πραγματική Περίπτωση: Η 1-800-Flowers.com Χρησιμοποιεί Εξόρυξη Δεδομένων για να Καλλιεργήσει την Διαχείριση Σχέσεων με Πελάτες .....	211
Παραπομπές .....	212
<b>ΜΕΡΟΣ 3 Ηλεκτρονικό Εμπόριο Επιχειρήσεων με Επιχειρήσεις</b>	<b>217</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ Β2Β: ΠΩΛΗΣΗ ΚΑΙ ΑΓΟΡΑ ΣΕ ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΘΕΣΕΙΣ ΑΓΟΡΩΝ</b> .....	<b>217</b>
Οι Πρωτοβουλίες Β2Β της General Motors .....	218
<b>5.1</b> Αρχές, Χαρακτηριστικά και Μοντέλα του ΗΕ Β2Β .....	219
Βασικές Αρχές Β2Β .....	219
Μέγεθος και Περιεχόμενο της Αγοράς στο Β2Β .....	219
Οι Βασικοί Τύποι Συναλλαγών και Δραστηριοτήτων Β2Β .....	219
Οι Βασικοί Τύποι Ηλεκτρονικών Θέσεων Αγορών και Υπηρεσιών Β2Β .....	221
Χαρακτηριστικά του Β2Β .....	221
Σχέσεις Αλυσίδας Προμηθειών στο Β2Β .....	222
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 5.1 Περίληψη των Χαρακτηριστικών του Β2Β</b> .....	<b>223</b>
Εικονικές Εταιρείες Υπηρεσιών στο Β2Β .....	223
Τα Οφέλη του Β2Β .....	224
<b>5.2</b> Ένας προς Πολλούς: Θέσεις Αγορών στην Πλευρά του Πωλητή .....	225
Μοντέλα και Δραστηριότητες στην Πλευρά του Πωλητή .....	225
Απευθείας Πωλήσεις από Καταλόγους .....	226
Πραγματική Περίπτωση 5.1 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Η Gregg's Cycles Γίνεται Ηλεκτρονική .....	227
Πραγματική Περίπτωση 5.2 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Ηλεκτρονική Πύλη Εμπορικών Συναλλαγών Β2Β της Whirlpool .....	228
Απευθείας Πωλήσεις: Cisco Systems .....	228
Κατάσταση Παραγγελιών .....	229
<b>5.3</b> Πωλήσεις μέσω Διαμεσολαβητών και Διανομέων .....	230
<b>5.4</b> Πωλήσεις μέσω Δημοπρασιών .....	230
Χρήση Δημοπρασιών στην Πλευρά του Πωλητή .....	230
Πραγματική Περίπτωση 5.3 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> W.W. Grainger και Goodrich Corporation .....	231
Δημοπράτηση από την Ιστοθέση της Εταιρείας .....	231
Χρήση Διαμεσολαβητών σε Δημοπρασίες .....	232
Παραδείγματα Προωθητικών Δημοπρασιών Β2Β .....	232
Πραγματική Περίπτωση 5.4 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Πώς η Πολιτεία της Pennsylvania Πωλεί Πλεονάζοντα Εξοπλισμό .....	233
<b>5.5</b> Ένας από Πολλούς: Θέσεις Αγορών στην Πλευρά του Αγοραστή και Ηλεκτρονικός Εφοδιασμός .....	233
Μέθοδοι Εφοδιασμού .....	233
Ανεπάρκειες της Παραδοσιακής Διαχείρισης Εφοδιασμού .....	234
Οι Στόχοι και τα Οφέλη του Ηλεκτρονικού Εφοδιασμού .....	235
Υλοποίηση Ηλεκτρονικού Εφοδιασμού .....	236
Πραγματική Περίπτωση 5.5 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Regent Inns: Επιτυχημένη Υλοποίηση Ηλεκτρονικών Προμηθειών .....	238
<b>5.6</b> Ηλεκτρονικές Θέσεις Αγορών στην Πλευρά του Αγοραστή: Αντίστροφες Δημοπρασίες .....	239
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 5.2 Σύγκριση Διεργασιών Αντίστροφων Δημοπρασιών προ του Internet και Μέσω του Web</b> .....	<b>239</b>
Διεξαγωγή Αντίστροφων Δημοπρασιών .....	240
Ομαδικές Αντίστροφες Δημοπρασίες .....	241

Πραγματική Περίπτωση 5.6 <b>Εφαρμογή HE:</b> Οι Αντίστροφες Δημοπρασίες Γίνονται ένα Διπλωματικό Εργαλείο . . . . .	241
<b>5.7</b> Άλλες Μέθοδοι Ηλεκτρονικού Εφοδιασμού . . . . .	242
Μια Εσωτερική Θέση Αγορών: Συγκέντρωση Καταλόγων Προμηθευτών . . . . .	242
Πραγματική Περίπτωση 5.7 <b>Εφαρμογή HE:</b> Ηλεκτρονικός Εφοδιασμός στο Defra . . . . .	243
Αγορές σε Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες . . . . .	243
Ομαδικές Αγορές . . . . .	244
Αγορές από Ηλεκτρονικούς Διανομείς . . . . .	245
Αγορά Πρώτων Υλών . . . . .	245
Ηλεκτρονικές Εμπορικές Ανταλλαγές . . . . .	245
Αγορές σε Ανταλλακτήρια και Βιομηχανικά Εμπορικά Κέντρα . . . . .	245
<b>5.8</b> Αυτοματοποίηση Εργασιών B2B . . . . .	246
Διαχείριση Συμβάσεων . . . . .	246
Διαχείριση Δαπανών . . . . .	246
Διαχείριση Προμηθειών και Διαπραγματεύσεων . . . . .	246
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 5.3 Ozro Negotiate . . . . .</b>	<b>247</b>
Διαχείριση Ηλεκτρονικού Εφοδιασμού . . . . .	248
<b>5.9</b> Υποδομή, Ολοκλήρωση και Πράκτορες Λογισμικού στο HE B2B . . . . .	248
Υποδομή για B2B . . . . .	248
Ολοκλήρωση . . . . .	249
Ο Ρόλος των Προτύπων και της XML στην Ολοκλήρωση B2B . . . . .	250
Ο Ρόλος των Πρακτόρων Λογισμικού στο HE B2B . . . . .	251
Θέματα Διοίκησης . . . . .	252
Ερευνητικά Θέματα . . . . .	252
Περίληψη . . . . .	253
Λέξεις - Κλειδιά . . . . .	254
Ερωτήσεις για Συζήτηση . . . . .	254
Ασκήσεις Internet . . . . .	255
Ομαδικές Ασκήσεις . . . . .	255
Πραγματική Περίπτωση: Η Eastman Chemical Μετατρέπει τον Εφοδιασμό σε Στρατηγικό της Πλεονέκτημα . . . . .	256
Παραπομπές . . . . .	257
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6</b>	<b>ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΗΡΙΑ B2B, ΚΑΤΑΛΟΓΟΙ ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ . . . . .</b>
	<b>260</b>
<b>ChemConnect: Το Παγκόσμιο Ανταλλακτήριο Χημικών Προϊόντων . . . . .</b>	<b>261</b>
<b>6.1</b> Ηλεκτρονικά Ανταλλακτήρια B2B – Επισκόπηση . . . . .	262
Κατάταξη των Ανταλλακτηρίων . . . . .	263
Δυναμική Διαμόρφωση Τιμής . . . . .	264
Λειτουργίες των Ανταλλακτηρίων . . . . .	265
Ιδιοκτησία, Διοίκηση και Οργάνωση των Ανταλλακτηρίων . . . . .	265
Οφέλη και Περιορισμοί και το Μοντέλο Εσόδων των Ανταλλακτηρίων . . . . .	266
<b>6.2</b> Ηλεκτρονικές Πύλες και Κατάλογοι B2B . . . . .	268
Thomas Global . . . . .	269
Alibaba.com . . . . .	269
Υπηρεσίες Καταλόγου και Μηχανές Αναζήτησης . . . . .	270
<b>6.3</b> Ανταλλακτήρια (Συναλλαγών) Τρίτων και Κατάλογοι . . . . .	270

Πραγματική Περίπτωση 6.1 <b>Εφαρμογή HE:</b> Agentrics: Ένα Γιγαντιαίο Ανταλλακτήριο Λιανικού Εμπορίου . . . . .	272
Το Μοντέλο Συγκέντρωσης Προμηθευτών . . . . .	273
Το Μοντέλο Συγκέντρωσης Αγοραστών . . . . .	273
Καταλληλότητα Ανταλλακτηρίων Τρίτων . . . . .	273
<b>6.4</b> Ανταλλακτήρια Συναλλαγών για Κοινόσρτια . . . . .	274
Πραγματική Περίπτωση 6.2 <b>Εφαρμογή HE:</b> Δίκτυο Παγκόσμιων Μεταφορών Ocean . . . . .	275
Κοινόσρτια με Προσανατολισμό προς τις Αγορές . . . . .	276
Κοινόσρτια με Προσανατολισμό προς τις Πωλήσεις . . . . .	276
Νομικά Ζητήματα για Κοινόσρτια . . . . .	277
<b>6.5</b> Δυναμικές Συναλλαγές: Ταίριασμα και Δημοπρασίες . . . . .	279
Ταίριασμα . . . . .	279
Δημοπρασίες . . . . .	279
<b>6.6</b> Διαχείριση Σχέσεων Εταίρων και Προμηθευτών . . . . .	280
Διαχείριση Σχέσεων Εταίρων . . . . .	280
Ηλεκτρονικές Κοινότητες και PRM . . . . .	281
<b>6.7</b> Δημιουργία και Ολοκλήρωση Ηλεκτρονικών Θέσεων Αγορών και Ανταλλακτηρίων . . . . .	282
Δημιουργία Ηλεκτρονικών Θέσεων Αγορών . . . . .	282
Το Θέμα της Ολοκλήρωσης . . . . .	282
<b>6.8</b> Δίκτυα B2B . . . . .	283
Εταιρικά (Ιδιωτικά) Δίκτυα . . . . .	284
Δημόσια (Κάθετα) Δίκτυα . . . . .	284
Υπερκλαδικά και Παγκόσμια Δίκτυα . . . . .	284
<b>6.9</b> Άλλα Θέματα Υλοποίησης B2B . . . . .	285
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 6.1 Δημόσια Δίκτυα B2B . . . . .</b>	<b>286</b>
Ιδιωτικές Θέσεις Αγορών Έναντι Δημοσίων Ανταλλακτηρίων . . . . .	288
Πράκτορες Λογισμικού σε Ανταλλακτήρια B2B . . . . .	288
Πραγματική Περίπτωση 6.3 <b>Εφαρμογή HE:</b> Η Ηλεκτρονική Θέση Αγορών της Asite για τον Κλάδο των Κοινόσρτιων . . . . .	289
Εξάλειψη Διαμεσολάβησης και Εισαγωγή Διαμεσολάβησης . . . . .	290
<b>6.10</b> Διαχείριση Ανταλλακτηρίων . . . . .	291
Αξιολόγηση Ανταλλακτηρίων . . . . .	291
Κεντρική Διαχείριση . . . . .	291
Κρίσιμοι Παράγοντες Επιτυχίας Ανταλλακτηρίων . . . . .	291
Νέες Κατευθύνσεις για Θέσεις Αγορών B2B . . . . .	292
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 6.2 Ορισμένοι Κρίσιμοι Παράγοντες Επιτυχίας Ανταλλακτηρίων . . . . .</b>	<b>293</b>
Θέματα Διοίκησης . . . . .	294
Ερευνητικά Θέματα . . . . .	295
Περίληψη . . . . .	296
Λέξεις - Κλειδιά . . . . .	297
Ερωτήσεις για Συζήτηση . . . . .	297
Ασκήσεις Internet . . . . .	297
Ομαδικές Ασκήσεις . . . . .	298
Πραγματική Περίπτωση: iMarketKorea . . . . .	298
Παραπομπές . . . . .	300
<b>6A</b> Δίκτυα Επικοινωνιών και Εξωδίκτυα για B2B . . . . .	302

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7</b>	<b>ΑΛΥΣΙΔΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ, ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΕΝΔΟΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΗΕ</b>	<b>304</b>
	<b>Η Παγκόσμια Αλυσίδα Προμηθειών της Boeing για το Dreamliner 787</b>	<b>305</b>
7.1	Ηλεκτρονικές Αλυσίδες Προμηθειών	306
	Ορισμοί και Αρχές	307
	Τμήματα Αλυσίδας Προμηθειών	308
	Διαχείριση Αλυσίδων Προμηθειών	308
7.2	Προβλήματα και Λύσεις Αλυσίδας Προμηθειών	312
	Τυπικά Προβλήματα Επάνω στην Αλυσίδα Προμηθειών	312
	Η Ανάγκη για Κοινή Χρήση Πληροφοριών Επάνω στην Αλυσίδα Προμηθειών	314
	Λύσεις ΗΕ Επάνω στην Αλυσίδα Προμηθειών	314
	Πραγματική Περίπτωση 7.1 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Αλυσίδα Προμηθειών της Nike:	
	Αποτυχία και Τελική Επιτυχία	315
	Πραγματική Περίπτωση 7.2 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Netafim: Προβλήματα και Λύσεις στην Κατεύθυνση προς μια Ευκίνητη Παγκόσμια Αλυσίδα Προμηθειών	316
7.3	Βασικές Τεχνολογίες που Ενδυναμώνουν την Αλυσίδα Προμηθειών: RFID και RuBee	318
	Η Επανάσταση του RFID	318
	Περιορισμοί του RFID	322
	RuBee: Εναλλακτική Λύση Αντί του RFID	323
7.4	Συνεργατικό Εμπόριο	324
	Θεμελιώδη Στοιχεία Συνεργατικού Εμπορίου	324
	Κέντρα Συνεργασίας	325
	Πραγματική Περίπτωση 7.3 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Η Leightons Opticians Βλέπει την Αξία των Κέντρων Συνεργασίας	325
	Συνεργατικά Δίκτυα	326
	Αντιπροσωπευτικά Παραδείγματα Ηλεκτρονικής Συνεργασίας	328
	Φραγμοί του Συνεργατικού Εμπορίου	330
	<b>Σκέψεις και Προσθήκες 7.1 Χρήση ΗΕ στον Κλάδο του Λιανικού Εμπορίου για Μείωση Χρόνου και Κόστους</b>	<b>331</b>
	Πραγματική Περίπτωση 7.4 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Zara: Νεοτερισμοί στην Ταχεία Αλυσίδα Προμηθειών στον Χώρο της Μόδας	332
7.5	Συνεργατικός Σχεδιασμός, CPFR και Συνεργατική Σχεδίαση	334
	Συνεργατικός Σχεδιασμός, Πρόβλεψη και Αναπλήρωση	334
	Πραγματική Περίπτωση 7.5 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> West Marine: Μια Επιτυχημένη Ιστορία CPFR	336
	Προχωρημένος Σχεδιασμός και Χρονοπρογραμματισμός	336
	Διαχείριση Κύκλου Ζωής Προϊόντος	337
	Υποστήριξη Από Κοινού Σχεδίασης	338
7.6	Ολοκλήρωση Επάνω στην Αλυσίδα Προμηθειών	338
	Πώς Ολοκληρώνονται τα Πληροφοριακά Συστήματα	338
	Ενδυνάμωση της Ολοκλήρωσης και ο Ρόλος των Προτύπων και των Υπηρεσιών Web	339
	Ολοκλήρωση Επάνω στην Επεκταμένη Αλυσίδα Προμηθειών	339
	<b>Σκέψεις και Προσθήκες 7.2 Ομαλή Ολοκλήρωση Συστημάτων Επιχειρηματικών Εταίρων</b>	<b>339</b>
7.7	Εταιρικές Ηλεκτρονικές Πύλες	340
	Εταιρικές Ηλεκτρονικές Πύλες: Επισκόπηση	340
	Τύποι Εταιρικών Ηλεκτρονικών Πυλών	340

<b>Σκέψεις και Προσθήκες 7.3 Ορισμένες Εταιρικές Ηλεκτρονικές Πύλες Μεγάλων Εταιρειών . 342</b>	
Εφαρμογές Εταιρικών Ηλεκτρονικών Πυλών . . . . .	343
Αιτιολόγηση της Δημιουργίας Ηλεκτρονικών Πυλών. . . . .	344
Ανάπτυξη Ηλεκτρονικών Πυλών . . . . .	344
<b>7.8</b> Εργαλεία Ενδυνάμωσης Συνεργασίας: Από την Ροή Εργασίας στο Λογισμικό Ομάδας . . 344	
Τεχνολογίες και Εφαρμογές Ροής Εργασίας . . . . .	345
Πραγματική Περίπτωση 7.6 <b>Εφαρμογή HE:</b> Η Poste Italiane Κερδίζει Αποδοτικότητα και Συμμόρφωση μέσω Υλοποίησης Συστημάτων Ροής Εργασίας . . . . .	346
Λογισμικό Ομάδας: Εργαλεία Συνεργασίας . . . . .	347
Άλλα Συνεργατικά Εργαλεία. . . . .	353
Θέματα Υλοποίησης για Ηλεκτρονική Συνεργασία . . . . .	353
Θέματα Διοίκησης . . . . .	354
Ερευνητικά Θέματα . . . . .	354
Περίληψη. . . . .	355
Λέξεις - Κλειδιά . . . . .	356
Ερωτήσεις για Συζήτηση . . . . .	356
Ασκήσεις Internet. . . . .	357
Ομαδικές Ασκήσεις . . . . .	358
Πραγματική Περίπτωση: Sysco – Υπεροχή στην Διαχείριση της Αλυσίδας Προμηθειών μέσω Νεοτερισμών στην Επιχειρησιακή Διεργασία και ΤΠ . . . . .	358
Παραπομπές . . . . .	359
<b>ΜΕΡΟΣ 4 Άλλα Μοντέλα και Εφαρμογές HE</b>	<b>363</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ HE: ΑΠΟ ΤΗΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ ΣΤΗΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΕΚΜΑΘΗΣΗ ΚΑΙ ΣΕ HE ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΜΕ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ . . . . 363</b>	
<b>Η Dresdner Kleinnwort Wasserstein Χρησιμοποιεί Wiki για Συνεργασία και Διασπορά Πληροφοριών . . . . .</b>	<b>364</b>
<b>8.1</b> Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση: Επισκόπηση. . . . .	365
Εμβέλεια και Ορισμός . . . . .	365
Κυβέρνηση με Πολίτες. . . . .	365
Κυβέρνηση με Επιχειρήσεις. . . . .	368
Πραγματική Περίπτωση 8.1 <b>Εφαρμογή HE:</b> Διαχείριση Συμβάσεων στην Αυστραλία. . . . .	369
Κυβέρνηση με Κυβέρνηση . . . . .	370
Κυβέρνηση με Υπαλλήλους και Εσωτερική Απόδοση και Αποδοτικότητα . . . . .	370
Πραγματική Περίπτωση 8.2 <b>Εφαρμογή HE:</b> G2E στο Ναυτικό των Η.Π.Α. . . . .	371
Διευκόλυνση της Ασφάλειας στο Σπίτι. . . . .	371
<b>8.2</b> Υλοποίηση Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης . . . . .	372
Η Διεργασία Μετασχηματισμού . . . . .	373
Θέματα Υλοποίησης. . . . .	374
Υιοθέτηση Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης από Πολίτες . . . . .	375
Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση εκτός Internet. . . . .	375
<b>8.3</b> Ηλεκτρονική Εκμάθηση . . . . .	376
Τα Βασικά της Ηλεκτρονικής Εκμάθησης . . . . .	376
Πραγματική Περίπτωση 8.3 <b>Εφαρμογή HE:</b> Ηλεκτρονική Εκμάθηση στην Cisco Systems . . . . .	378
Οφέλη και Μειονεκτήματα της Ηλεκτρονικής Εκμάθησης. . . . .	378

<b>Σκέψεις και Προσθήκες 8.1 Blackboard και WebCT</b> . . . . .	<b>379</b>
Αποτροπή Αποτυχιών Ηλεκτρονικής Εκμάθησης . . . . .	380
Εκμάθηση εξ Αποστάσεως και Ηλεκτρονικά Πανεπιστήμια . . . . .	381
Ηλεκτρονική Εταιρική Εκπαίδευση . . . . .	381
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 8.2 Παραδείγματα Εταιρικής Εκπαίδευσης</b> . . . . .	<b>382</b>
Υλοποίηση Ηλεκτρονικής Εκμάθησης σε Κέντρα Εκπαίδευσης . . . . .	383
Edutainment . . . . .	383
Πραγματική Περίπτωση 8.4 <b>Εφαρμογή HE:</b> Ηλεκτρονικό Παγκόσμιο Κέντρο Εκπαίδευσης στην W. R. Grace . . . . .	384
Εργαλεία Ηλεκτρονικής Εκμάθησης . . . . .	384
<b>8.4</b> Ηλεκτρονικές Εκδόσεις και Ηλεκτρονικά Βιβλία . . . . .	385
Προσεγγίσεις και Μέθοδοι Ηλεκτρονικής Έκδοσης . . . . .	385
Ηλεκτρονικά Βιβλία . . . . .	387
Εκτύπωση κατ' Απαίτηση . . . . .	390
<b>8.5</b> Blogs (Ιστολόγια) και Wikis . . . . .	390
Ιστολόγια (Blogging, Weblogging) . . . . .	390
Πραγματική Περίπτωση 8.5 <b>Εφαρμογή HE:</b> Η Stonyfield Farm Υιοθετεί τα Blogs για Δημόσιες Σχέσεις . . . . .	392
<b>8.6</b> Διαχείριση Γνώσης και Ηλεκτρονικό Εμπόριο . . . . .	393
Τύποι και Δραστηριότητες Διαχείρισης Γνώσης . . . . .	393
Πώς Σχετίζεται η Διαχείριση Γνώσης με το Ηλεκτρονικό Εμπόριο . . . . .	394
Πραγματική Περίπτωση 8.6 <b>Εφαρμογή HE:</b> Ηλεκτρονικό Μοίρασμα Γνώσης στην Xerox . . . . .	394
Ηλεκτρονικές Πύλες Γνώσης . . . . .	395
Ηλεκτρονικές Συμβουλές και Παροχή Υπηρεσιών Συμβούλων . . . . .	396
Δίκτυα Γνώσης Υπαλλήλων και Συμβουλές από Ειδικούς μέσα σε Οργανισμούς . . . . .	397
Πραγματική Περίπτωση 8.7 <b>Εφαρμογή HE:</b> Πώς το Υπουργείο Εμπορίου των Η.Π.Α. Χρησιμοποιεί ένα Σύστημα Εντοπισμού Ειδικών . . . . .	399
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 8.3 Το Λογισμικό X1 Enterprise Ψάχνει για Γνώση</b> . . . . .	<b>399</b>
<b>8.7</b> Ηλεκτρονικό Εμπόριο Πελάτη με Πελάτη . . . . .	400
Δημοπρασίες C2C . . . . .	400
Μικρές Αγγελίες . . . . .	400
Προσωπικές Υπηρεσίες . . . . .	400
Ανταλλακτήρια C2C . . . . .	401
Πώληση Εικονικών Περιουσιών . . . . .	401
Υπηρεσίες Υποστήριξης για C2C . . . . .	401
<b>8.8</b> Δίκτυα και Εφαρμογές Ομοτίμων . . . . .	401
Χαρακτηριστικά Συστημάτων P2P . . . . .	402
Μοντέλα Εφαρμογών P2P . . . . .	403
Εφαρμογές Ομοτίμων C2C . . . . .	403
Ενδοεπιχειρησιακές Εφαρμογές Ομοτίμων . . . . .	404
Εφαρμογές Ομοτίμων B2B . . . . .	404
Εφαρμογές Ομοτίμων B2C . . . . .	405
Θέματα Διοίκησης . . . . .	405
Ερευνητικά Θέματα . . . . .	406
Περίληψη . . . . .	407
Λέξεις - Κλειδιά . . . . .	407
Ερωτήσεις για Συζήτηση . . . . .	407
Ασκήσεις Internet . . . . .	408



Ομαδικές Ασκήσεις . . . . .	408
Πραγματική Περίπτωση: Μια Δεκαετία Ανάπτυξης της Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης στο Χονγκ Κονγκ (1998-2007) . . . . .	409
Παραπομπές . . . . .	410
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9 ΚΙΝΗΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΔΙΕΙΣΔΥΤΙΚΗ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΗ . . . . .</b>	<b>415</b>
<b>Καινοτομίες Κινητού Εμπορίου της Food Lion . . . . .</b>	<b>416</b>
<b>9.1</b> Κινητή Υπολογιστική: Περιεχόμενο, Υποδομή και Υπηρεσίες . . . . .	417
Νέο Υπολογιστικό Περιβάλλον: Κινητή Υπολογιστική . . . . .	417
Τεχνολογίες που Επιτρέπουν την Χρήση Κινητής Υπολογιστικής . . . . .	419
Λογισμικό Κινητής Υπολογιστικής . . . . .	419
Κινητές Υπολογιστικές Υπηρεσίες . . . . .	422
<b>9.2</b> Δίκτυα Ασύρματων Επικοινωνιών . . . . .	423
Δίκτυα Προσωπικής Περιοχής . . . . .	423
Ασύρματα Δίκτυα Τοπικής Περιοχής και Wi-Fi . . . . .	424
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 9.1 Το Wi-Fi Απογειώνεται . . . . .</b>	<b>426</b>
Δημοτικά Δίκτυα Wi-Fi . . . . .	427
Ασύρματα Δίκτυα Μητροπολιτικής Περιοχής και WiMax . . . . .	427
Ασύρματα Δίκτυα Ευρείας Περιοχής . . . . .	428
<b>9.3</b> Κινητό Εμπόριο: Χαρακτηριστικά, Οφέλη και Κατευθυντήριες Δυνάμεις . . . . .	431
Επισκόπηση του Κινητού Εμπορίου . . . . .	431
Χαρακτηριστικά του Κινητού Εμπορίου . . . . .	431
Κατευθυντήριες Δυνάμεις του Κινητού Εμπορίου . . . . .	433
<b>9.4</b> Κινητές Χρηματοοικονομικές Εφαρμογές . . . . .	434
Κινητές Τραπεζικές και Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες . . . . .	434
Ασύρματα Ηλεκτρονικά Συστήματα Πληρωμών . . . . .	434
Ασύρματες Πληρωμές Λογαριασμών . . . . .	436
<b>9.5</b> Κινητές Αγορές, Διαφήμιση και Παροχή Περιεχομένου . . . . .	437
Αγορές από Ασύρματες Συσκευές . . . . .	437
Κινητή και Στοχευμένη Διαφήμιση . . . . .	437
Κινητές Ηλεκτρονικές Πύλες . . . . .	437
<b>9.6</b> Κινητή Επιχείρηση και Αλυσίδα Προμηθειών . . . . .	438
Υποστήριξη για Κινητούς Υπαλλήλους . . . . .	438
Πραγματική Περίπτωση 9.1 <b>Εφαρμογή HE: Η MarketSource Παρέχει Κινητικότητα</b> στους Υπαλλήλους της . . . . .	439
Υποστήριξη Άλλων Τύπων Εργασίας . . . . .	441
Υποστήριξη Πελατών και Εταίρων . . . . .	442
Ενδοεπιχειρησιακές Εφαρμογές εκτός Internet . . . . .	442
Κινητό Εμπόριο B2B και Διαχείριση Αλυσίδας Προμηθειών . . . . .	443
<b>9.7</b> Κινητός Καταναλωτής και Εφαρμογές Προσωπικών Υπηρεσιών . . . . .	443
Κινητή Διασκέδαση . . . . .	444
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 9.2 Κινητές Εφαρμογές που Σχετίζονται με Αθλήματα . . . . .</b>	<b>445</b>
Ασύρματη Τηλεϊατρική . . . . .	445
Άλλες Υπηρεσίες Κινητής Υπολογιστικής για Καταναλωτές . . . . .	446
Εφαρμογές Καταναλωτών εκτός Internet . . . . .	446
<b>9.8</b> Εμπόριο Βάσει Τοποθεσίας . . . . .	446
Τεχνολογίες Εμπορίου Βάσει Τοποθεσίας . . . . .	447
Διαφήμιση Βάσει Τοποθεσίας . . . . .	448

Επείγουσες Κλήσεις από Κινητό Τηλέφωνο . . . . .	448
Εφαρμογές Τηλεματικής και Τηλεμετρίας . . . . .	449
Άλλες Εφαρμογές Συστημάτων Βάσει Τοποθεσίας . . . . .	449
Φραγμοί του Εμπορίου Βάσει Τοποθεσίας . . . . .	450
<b>9.9 Ασφάλεια και Άλλα Ζητήματα Υλοποίησης στο Κινητό Εμπόριο . . . . .</b>	<b>450</b>
Θέματα Ασφάλειας Κινητού Εμπορίου . . . . .	450
Τεχνολογικοί Φραγμοί του Κινητού Εμπορίου . . . . .	452
Ηθικά, Νομικά Ζητήματα και Ζητήματα Υγείας στο Κινητό Εμπόριο . . . . .	453
Φραγμοί Για Επιχειρησιακή Κινητή Υπολογιστική . . . . .	453
Αποτυχίες Έργων Κινητού Εμπορίου . . . . .	453
<b>9.10 Διεσδυτική Υπολογιστική . . . . .</b>	<b>454</b>
Επισκόπηση της Διεσδυτικής Υπολογιστικής. . . . .	454
Ραδιοσυχνική Αναγνώριση (RFID). . . . .	456
Έξυπνες Εφαρμογές: Σπίτια, Αυτοκίνητα και Άλλα. . . . .	458
Πραγματική Περίπτωση 9.2 <b>Εφαρμογή HE:</b> Ένα Δίκτυο Αισθητήρων με Wi-Fi Βοηθά τους Οينوπαραγωγούς. . . . .	460
Φραγμοί της Διεσδυτικής Υπολογιστικής. . . . .	461
Θέματα Διοίκησης . . . . .	461
Ερευνητικά Θέματα . . . . .	462
Περίληψη. . . . .	463
Λέξεις - Κλειδιά . . . . .	464
Ερωτήσεις για Συζήτηση . . . . .	464
Ασκήσεις Internet. . . . .	465
Ομαδικές Ασκήσεις . . . . .	465
Πραγματική Περίπτωση: Η 7-Eleven Παρακολουθεί Αποθέματα Ασύρματα. . . . .	466
Παραπομπές . . . . .	467
<b>ΜΕΡΟΣ 5 Υπηρεσίες Υποστήριξης HE . . . . .</b>	<b>471</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10 ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΕΣ, ΑΝΤΑΛΛΑΓΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΙΣ . . . . .</b>	<b>471</b>
<b>eBay – Η Μεγαλύτερη Ιστοθέση Δημοπρασιών στον Κόσμο . . . . .</b>	<b>472</b>
<b>10.1 Θεμελιώδη Στοιχεία της Δυναμικής Διαμόρφωσης Τιμών και Δημοπρασίες . . . . .</b>	<b>473</b>
Ένας Αγοραστής, Ένας Πωλητής . . . . .	474
Ένας Πωλητής, Πολλοί Πιθανοί Αγοραστές . . . . .	474
Ένας Αγοραστής, Πολλοί Πιθανοί Πωλητές . . . . .	475
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 10.1 Προωθητικές Δημοπρασίες B2C: Δημοπρασίες της Dell. . . . .</b>	<b>475</b>
Πραγματική Περίπτωση 10.1 <b>Εφαρμογή HE:</b> Προμήθειες Μέσω Δημοπρασιών στην STE. . . . .	476
Πολλοί Πωλητές, Πολλοί Αγοραστές . . . . .	476
<b>10.2 Οφέλη, Περιορισμοί και Στρατηγικές Χρήσεις των Δημοπρασιών . . . . .</b>	<b>477</b>
Οφέλη των Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών . . . . .	477
Περιορισμοί των Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών . . . . .	479
Στρατηγικές Χρήσεις των Δημοπρασιών και Μηχανισμοί Διαμόρφωσης Τιμών . . . . .	479
Δημοπρασίες για Δημοσιότητα. . . . .	479
<b>10.3 Το Μοντέλο C2B Καθορισμού Τιμής. . . . .</b>	<b>480</b>
<b>10.4 Η Διεργασία Δημοπρασίας και Υποστήριξη Λογισμικού . . . . .</b>	<b>481</b>

	Φάση 1: Αναζήτηση και Σύγκριση . . . . .	481
	Φάση 2: Έναρξη μιας Δημοπρασίας . . . . .	482
	<b>Σκέψεις και Προσθήκες 10.2 Εύρεση ενός Τραπεζιού Μπιλιάρδου και Πολλά Άλλα . . . . .</b>	<b>483</b>
	Φάση 3: Η Υποβολή Προσφορών . . . . .	484
	Φάση 4: Παρακολούθηση μετά την Δημοπρασία . . . . .	484
	Πρόσθετοι Όροι και Κανόνες . . . . .	485
<b>10.5</b>	Διπλές Δημοπρασίες, Συναλλαγές σε Πακέτο και Θέματα Διαμόρφωσης Τιμών . . . . .	486
	Διπλές Δημοπρασίες . . . . .	486
	Συναλλαγές σε Πακέτο . . . . .	486
	Τιμές σε Δημοπρασίες: Υψηλότερη ή Χαμηλότερη; . . . . .	486
<b>10.6</b>	Εμπράγματα Ανταλλαγές και Διαπραγμάτευση με Ηλεκτρονικό Τρόπο . . . . .	487
	Εμπράγματα Ανταλλαγές . . . . .	487
	Πραγματική Περίπτωση 10.2 <b>Εφαρμογή HE:</b> Ανταλλαγή ενός Συνδετήρα με ένα Σπίτι . . . . .	488
	Τεχνολογίες Ηλεκτρονικής Διαπραγμάτευσης . . . . .	489
<b>10.7</b>	Απάτη σε Δημοπρασίες και η Αποτροπή της . . . . .	490
	Τύποι Απάτης σε Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες . . . . .	490
	Προστασία από Απάτη σε Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες . . . . .	491
	<b>Σκέψεις και Προσθήκες 10.3 Η Ανάλυση Προβλέπει την Απάτη σε Δημοπρασίες . . . . .</b>	<b>493</b>
<b>10.8</b>	Ζητήματα που Αφορούν στην Υλοποίηση Δημοπρασιών . . . . .	493
	Χρήση Διαμεσολαβητών . . . . .	493
	Βοηθοί Συναλλαγών . . . . .	494
	Κανόνες Δημοπρασιών . . . . .	494
	Στρατηγικά Θέματα . . . . .	494
	<b>Σκέψεις και Προσθήκες 10.4 Χρήση Βοηθών Συναλλαγών στην eBay . . . . .</b>	<b>494</b>
	Δημοπρασίες σε Ανταλλακτήρια . . . . .	495
	Υποδομή για Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες . . . . .	495
	Δημοπρασίες σε Ιδιωτικά Δίκτυα . . . . .	495
	Πραγματική Περίπτωση 10.3 <b>Εφαρμογή HE:</b> Ηλεκτρονική Δημοπρασία Σταφυλιών και Κρασιών . . . . .	495
<b>10.9</b>	Κινητές Δημοπρασίες και το Μέλλον των Δημοπρασιών . . . . .	498
	Οφέλη και Περιορισμοί των Κινητών Δημοπρασιών . . . . .	498
	Το Μέλλον των Δημοπρασιών . . . . .	499
	Θέματα Διοίκησης . . . . .	500
	Ερευνητικά Θέματα . . . . .	501
	Περίληψη . . . . .	502
	Λέξεις - Κλειδιά . . . . .	503
	Ερωτήσεις για Συζήτηση . . . . .	503
	Ασκήσεις Internet . . . . .	503
	Ομαδικές Ασκήσεις . . . . .	504
	Πραγματική Περίπτωση: Δυναμική Διαπραγμάτευση στην OceanConnect.com . . . . .	505
	Παραπομπές . . . . .	506
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11</b>	<b>ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ . . . . .</b>	<b>508</b>
	<b>Απατεώνες του Κυβερνοχώρου Εναντίον Ηλεκτρονικών Αγοραστών . . . . .</b>	<b>509</b>
<b>11.1</b>	Πώς Θα Σταματήσουν τα Εγκλήματα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου . . . . .	510
<b>11.2</b>	Στρατηγική Ασφάλειας Ηλεκτρονικού Εμπορίου και η Προσέγγιση Κύκλου Ζωής . . . . .	514

Η Τρωτή Σχεδίαση του Internet . . . . .	514
Η Αλλαγή Κατεύθυνσης σε Εγκλήματα με Κίνητρο το Κέρδος . . . . .	515
Θεώρηση της Ασφάλειας ΗΕ ως Ένα Έργο . . . . .	515
Αγνόηση των Βέλτιστων Πρακτικών Ασφάλειας ΗΕ . . . . .	516
<b>11.3</b> Διασφάλιση Πληροφοριών . . . . .	516
Εμπιστευτικότητα, Ακεραιότητα και Διαθεσιμότητα . . . . .	517
Πιστοποίηση Αυθεντικότητας, Εξουσιοδότηση και Μη Αποκήρυξη . . . . .	517
Ταξινομία Ασφάλειας Ηλεκτρονικού Εμπορίου . . . . .	519
<b>11.4</b> Μοντέλο Ασφάλειας και Διασφάλισης Απορρήτου του Ηλεκτρονικού Εμπορίου σε Όλη την Επιχείρηση . . . . .	519
Αφοσίωση και Υποστήριξη από την Διοίκηση . . . . .	520
Πολιτικές Ασφάλειας ΗΕ και Εκπαίδευση . . . . .	520
Διαδικασίες και Επιβολή Ασφάλειας . . . . .	520
Εργαλεία Ασφάλειας: Υλικό και Λογισμικό . . . . .	521
<b>11.5</b> Βασικά Θέματα Ασφάλειας Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Προοπτικές . . . . .	522
<b>11.6</b> Απειλές και Επιθέσεις . . . . .	523
Η Κοινωνική Δικτύωση Διευκολύνει την Κοινωνική Τεχνολογία . . . . .	523
Τεχνικές Επιθέσεις . . . . .	523
Πραγματική Περίπτωση 11.1 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Ποιος Χρησιμοποιεί τον Υπολογιστή σας; . . . . .	525
<b>11.7</b> Διασφάλιση Επικοινωνιών ΗΕ . . . . .	527
Έλεγχος Πρόσβασης . . . . .	527
Υποδομή Δημόσιου Κλειδιού . . . . .	528
Πραγματική Περίπτωση 11.2 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Κοιτάξτε τους Στα Μάτια . . . . .	529
<b>11.8</b> Διασφάλιση Δικτύων ΗΕ . . . . .	532
Firewalls . . . . .	533
Αποστρατικοποιημένη Ζώνη . . . . .	534
Προσωπικά Firewalls . . . . .	535
ΕΙΔ . . . . .	535
Συστήματα Ανίχνευσης Εισβολής . . . . .	536
Δίκτυα Παγίδες και Θέσεις Παγίδες . . . . .	536
Πραγματική Περίπτωση 11.3 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Τα Δίκτυα Παγίδες και ο Νόμος . . . . .	537
Θέματα Διοίκησης . . . . .	538
Ερευνητικά Θέματα . . . . .	539
Περίληψη . . . . .	540
Λέξεις - Κλειδιά . . . . .	541
Ερωτήσεις για Συζήτηση . . . . .	542
Ασκήσεις Internet . . . . .	542
Ομαδικές Ασκήσεις . . . . .	543
Πραγματική Περίπτωση: Οι Επιχειρηματικές Λειτουργίες της UBS PaineWebber Εξασθένησαν από Κακόβουλο Λογισμικό . . . . .	543
Παραπομπές . . . . .	545
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12 ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ . . . . .</b>	<b>547</b>
<b>Σελίδες Πληρωμής ανά Θέση: Το Επόμενο iTunes . . . . .</b>	<b>548</b>
<b>12.1</b> Η Επανάσταση των Πληρωμών . . . . .	549
<b>12.2</b> Χρήση Καρτών Πληρωμής Ηλεκτρονικά . . . . .	551
Ηλεκτρονική Επεξεργασία Καρτών . . . . .	551
Απατηλές Συναλλαγές Καρτών . . . . .	553

Εικονικές Πιστωτικές Κάρτες . . . . .	554
Πραγματική Περίπτωση 12.1 <b>Εφαρμογή HE:</b> Η CompUSA Βασίζεται στο SuperCode της MasterCard . . . . .	555
<b>12.3</b> Έξυπνες Κάρτες . . . . .	556
Τύποι Έξυπνων Καρτών . . . . .	556
Εφαρμογές Έξυπνων Καρτών . . . . .	557
Πραγματική Περίπτωση 12.2 <b>Εφαρμογή HE:</b> Κάρτα TaiwanMoney . . . . .	560
Διασφάλιση Έξυπνων Καρτών . . . . .	562
<b>12.4</b> Κάρτες Αποθηκευμένης Αξίας . . . . .	562
Πραγματική Περίπτωση 12.3 <b>Εφαρμογή HE:</b> Κάρτες Αποθηκευμένης Αξίας: Η Αγορά της Εφηβικής και της Προεφηβικής Ηλικίας . . . . .	564
<b>12.5</b> Ηλεκτρονικές Μικροπληρωμές . . . . .	565
<b>12.6</b> Ηλεκτρονικές Επιταγές . . . . .	566
Πραγματική Περίπτωση 12.4 <b>Εφαρμογή HE:</b> POP ή BOC: Ψηφιακές Επιταγές στον Παραδοσιακό Κόσμο . . . . .	568
<b>12.7</b> Εμφάνιση Ηλεκτρονικού Λογαριασμού και Πληρωμή . . . . .	569
Τύποι Ηλεκτρονικής Πληρωμής Λογαριασμών . . . . .	570
Πλεονεκτήματα της Ηλεκτρονικής Πληρωμής Λογαριασμών . . . . .	572
<b>12.8</b> Ηλεκτρονικές Πληρωμές B2B . . . . .	572
Τρέχουσες Πρακτικές Πληρωμών B2B . . . . .	572
Εμφάνιση και Πληρωμή Εταιρικών Τιμολογίων . . . . .	573
<b>12.9</b> Το Ζήτημα του Φόρου Πωλήσεων . . . . .	577
Θέματα Διοίκησης . . . . .	578
Ερευνητικά Θέματα . . . . .	579
Περίληψη . . . . .	579
Λέξεις - Κλειδιά . . . . .	581
Ερωτήσεις για Συζήτηση . . . . .	581
Ασκήσεις Internet . . . . .	582
Ομαδικές Ασκήσεις . . . . .	582
Πραγματική Περίπτωση: Εξάλειψη Πιστωτικών Επιστολών: Η Rite Aid Αναπτύσσει την Λύση TradeCard . . . . .	583
Παραπομπές . . . . .	584
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13 ΕΚΠΛΗΡΩΣΗ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ, ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΣΧΕΣΕΩΝ ΜΕ ΠΕΛΑΤΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ . . . . .</b>	<b>587</b>
<b>Εκπλήρωση Παραγγελιών στην Amazon.com . . . . .</b>	<b>588</b>
<b>13.1</b> Εκπλήρωση Παραγγελιών και Επιμελητεία – Επισκόπηση . . . . .	589
Επισκόπηση της Εκπλήρωσης Παραγγελιών . . . . .	590
Επισκόπηση της Επιμελητείας . . . . .	591
Η Διεργασία Εκπλήρωσης Παραγγελιών στο HE . . . . .	591
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 13.1 Ποιες Υπηρεσίες Χρειάζονται οι Πελάτες . . . . .</b>	<b>593</b>
<b>13.2</b> Προβλήματα της Εκπλήρωσης Παραγγελιών . . . . .	594
Τυπικά Προβλήματα της Αλυσίδας Προμηθειών . . . . .	594
Γιατί Υπάρχουν Προβλήματα σε Αλυσίδες Προμηθειών . . . . .	595
<b>13.3</b> Λύσεις των Προβλημάτων Εκπλήρωσης Παραγγελιών . . . . .	596
Βελτιώσεις στην Διεργασία Λήψης Παραγγελιών . . . . .	596
Βελτιώσεις στην Διαχείριση Αποθεμάτων . . . . .	596

Πραγματική Περίπτωση 13.1 <b>Εφαρμογή HE:</b> Πώς το ΣΔΑ Βοηθά την Schurman να Βελτιώσει το Εσωτερικό και το Εξωτερικό Σύστημα Εκπλήρωσης Παραγγελιών . . . . .	597
Πραγματική Περίπτωση 13.2 <b>Εφαρμογή HE:</b> Η Peacock's Χρησιμοποιεί Ασύρματο ΣΔΑ για να Εξομαλύνει την Αλυσίδα Προμηθειών . . . . .	598
Επιτάχυνση Παραδόσεων . . . . .	599
Πραγματική Περίπτωση 13.3 <b>Εφαρμογή HE:</b> Η Άνοδος και η Πτώση της Kozmo.com. . . . .	600
Συνεργατικές Προσπάθειες και Χρήση Εξωτερικών Συνεργατών για Ζητήματα Επιμελητείας . . . . .	600
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 13.2 Η UPS Παρέχει Εκτεταμένες Υπηρεσίες HE . . . . .</b>	<b>601</b>
Ολοκληρωμένα Διεθνή Συστήματα Επιμελητείας . . . . .	601
Διαχείριση Επιστροφών . . . . .	602
Εκπλήρωση Παραγγελιών στο B2B . . . . .	602
Πραγματική Περίπτωση 13.4 <b>Εφαρμογή HE:</b> Πώς η Daisy Brand Ικανοποιεί Παραγγελίες B2B . . . . .	603
Νεωτεριστικές Στρατηγικές Ηλεκτρονικής Εκπλήρωσης Παραγγελιών . . . . .	605
Πραγματική Περίπτωση 13.5 <b>Εφαρμογή HE:</b> Η Sundowner Motor Inns Ικανοποιεί τις Ηλεκτρονικές Κρατήσεις της . . . . .	605
<b>13.4 Διαχείριση Σχέσεων με Πελάτες και η Σχέση της με το HE . . . . .</b>	<b>606</b>
Τι Είναι CRM: Ορισμοί, Τύποι και Κατάταξη . . . . .	607
Ηλεκτρονικό CRM . . . . .	607
Η Εμβέλεια του CRM . . . . .	608
Οφέλη και Περιορισμοί του CRM . . . . .	608
Θέματα Υλοποίησης CRM . . . . .	608
Πραγματική Περίπτωση 13.6 <b>Εφαρμογή HE:</b> Πώς οι Εταιρείες Χρησιμοποιούν eCRM . . . . .	609
Ενσωμάτωση του CRM Μέσα στην Επιχείρηση . . . . .	610
Δικαιολόγηση της Εξυπηρέτησης Πελατών και των Προγραμμάτων CRM . . . . .	611
Μελλοντικές Τάσεις του CRM . . . . .	612
<b>13.5 Εξυπηρέτηση Πελατών στον Κυβερνοχώρο: Εφαρμογές και Εργαλεία CRM . . . . .</b>	<b>613</b>
Κατάταξη Εφαρμογών CRM . . . . .	613
Εφαρμογές Αλληλεπίδρασης Πελατών με την Εταιρεία . . . . .	614
Πραγματική Περίπτωση 13.7 <b>Εφαρμογή HE:</b> Ανάπτυξη του Καναλιού Teleweb της IBM . . . . .	615
Εφαρμογές Αλληλεπίδρασης Πελατών με Εφαρμογές . . . . .	618
Πραγματική Περίπτωση 13.8 <b>Εφαρμογή HE:</b> Η American Airlines Προσφέρει Εξατομικευμένες Ιστοθέσεις . . . . .	618
Πελατοκεντρικές Εφαρμογές . . . . .	620
Ηλεκτρονική Δικτύωση και Άλλες Εφαρμογές . . . . .	620
Πραγματική Περίπτωση 13.9 <b>Εφαρμογή HE:</b> Πώς η HSBC Mexico Προσελκύει Νέες Επιχειρήσεις και Μεγιστοποιεί Υφιστάμενες Σχέσεις με CRM . . . . .	621
<b>13.6 Άλλες Υπηρεσίες Υποστήριξης HE . . . . .</b>	<b>624</b>
Υπηρεσίες Συμβούλων . . . . .	624
Πακέτα CRM . . . . .	625
Υπηρεσίες Καταλόγου, Ενημερωτικά Δελτία και Μηχανές Αναζήτησης . . . . .	625
Μερικές Ακόμη Υπηρεσίες Υποστήριξης HE . . . . .	626
<b>13.7 Υπηρεσίες Υποστήριξης HE από Εξωτερικούς Συνεργάτες . . . . .</b>	<b>628</b>
Γιατί να Προσλάβουμε Εξωτερικούς Συνεργάτες για Υπηρεσίες HE; . . . . .	628
Πάροχοι Υπηρεσιών ΤΠ και Εφαρμογών . . . . .	628
Θέματα Διοίκησης . . . . .	630
Ερευνητικά Θέματα . . . . .	630
Περίληψη . . . . .	631
Λέξεις - Κλειδιά . . . . .	632

Ερωτήσεις για Συζήτηση . . . . .	632
Ασκήσεις Internet. . . . .	633
Ομαδικές Ασκήσεις . . . . .	633
Πραγματική Περίπτωση: Πώς η CIGNA Εκπληρώνει Παραγγελίες Εξυπηρέτησης και Βελτιώνει το CRM . . . . .	634
Παραπομπές . . . . .	635
<b>ΜΕΡΟΣ 6 Στρατηγική και Υλοποίηση ΗΕ</b>	<b>638</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 14 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ ΗΕ</b>	<b>638</b>
<b>Η Επιτυχία της Ηλεκτρονικής Στρατηγικής της Travelocity</b>	<b>639</b>
<b>14.1</b> Οργανισμική Στρατηγική: Αρχές και Επισκόπηση . . . . .	640
Στρατηγική και το Περιβάλλον Web . . . . .	640
Η Διεργασία Στρατηγικού Σχεδιασμού . . . . .	641
Εργαλεία Στρατηγικού Σχεδιασμού. . . . .	643
Πραγματική Περίπτωση 14.1 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Στρατηγικός Σχεδιασμός στην InternetNZ . . . . .	644
<b>14.2</b> Επιχειρησιακός Σχεδιασμός στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο . . . . .	645
Θεμελιώδη Στοιχεία Επιχειρησιακού Σχεδίου. . . . .	646
Επιχειρησιακή Μελέτη . . . . .	647
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 14.1 Επιχειρησιακός Σχεδιασμός μιας Ηλεκτρονικής Επιχείρησης</b>	<b>647</b>
<b>14.3</b> Στρατηγική ΗΕ: Αρχές και Επισκόπηση. . . . .	648
<b>14.4</b> Έναρξη Ηλεκτρονικής Στρατηγικής . . . . .	649
Ζητήματα της Έναρξης της Ηλεκτρονικής Στρατηγικής . . . . .	649
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 14.2 Επιτυχημένες Ιστορίες Πρωτοπόρων και Καλύτερων σε μια Αγορά</b>	<b>650</b>
Πραγματική Περίπτωση 14.2 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Μέτρηση Κερδών στο Web . . . . .	653
<b>14.5</b> Διαμόρφωση Ηλεκτρονικής Στρατηγικής . . . . .	654
Επιλογή Ευκαιριών ΗΕ . . . . .	654
Καθορισμός ενός Κατάλληλου Χαρτοφυλακίου Εφαρμογής ΗΕ . . . . .	654
Ανάλυση και Διαχείριση Κινδύνου . . . . .	656
Ζητήματα της Διαμόρφωσης Στρατηγικής. . . . .	656
<b>14.6</b> Υλοποίηση Ηλεκτρονικής Στρατηγικής. . . . .	659
Ζητήματα Υλοποίησης Στρατηγικής . . . . .	660
<b>14.7</b> Ηλεκτρονική Στρατηγική και Αποτίμηση Έργου . . . . .	662
Οι Στόχοι της Αποτίμησης . . . . .	662
Μέτρηση Αποτελεσμάτων και Χρήση Δεικτών Μέτρησης . . . . .	663
<b>14.8</b> Διεθνές Ηλεκτρονικό Εμπόριο . . . . .	665
Οφέλη και η Έκταση των Λειτουργιών . . . . .	665
Φραγμοί του Διεθνούς ΗΕ . . . . .	666
Πραγματική Περίπτωση 14.3 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Μετάφραση Ιστοσελίδας στο Denver Metro Convention and Visitors Bureau . . . . .	667
Κατάρριψη των Φραγμών του Διεθνούς ΗΕ . . . . .	668
<b>14.9</b> ΗΕ σε Επιχειρήσεις Μικρού και Μεσαίου Μεγέθους . . . . .	669
Κρίσιμοι Παράγοντες Επιτυχίας για MME . . . . .	670
Υποστήριξη MME. . . . .	671
Πραγματική Περίπτωση 14.4 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Η Networx Events Χρησιμοποιεί Ηλεκτρονικό Εμπόριο. . . . .	672
Θέματα Διοίκησης . . . . .	672

Ερευνητικά Θέματα . . . . .	673
Περίληψη . . . . .	674
Λέξεις - Κλειδιά . . . . .	675
Ερωτήσεις για Συζήτηση . . . . .	675
Ασκήσεις Internet . . . . .	676
Ομαδικές Ασκήσεις . . . . .	676
Πραγματική Περίπτωση: Η Pierre Lang Επεκτείνεται στην Ανατολική Ευρώπη . . . . .	677
Παραπομπές . . . . .	678
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 15 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΙ ΑΙΤΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΗΕ . . . . .</b>	<b>681</b>
<b>Αιτιολόγηση της Επένδυσης σε ΤΠ και ΗΕ στην Ένωση Αυτοκινητιστών της Πολιτείας της Καλιφόρνιας . . . . .</b>	<b>682</b>
<b>15.1</b> Γιατί να Αιτιολογούμε τις Επενδύσεις σε Ηλεκτρονικό Εμπόριο; Πώς Μπορούν να Αιτιολογηθούν; . . . . .	683
Αυξημένη Απαιτήση για Χρηματοοικονομική Αιτιολόγηση . . . . .	683
Άλλοι Λόγοι για τους Οποίους Χρειάζεται η Αιτιολόγηση του ΗΕ . . . . .	684
Κατηγορίες και Οφέλη Επένδυσης για ΗΕ . . . . .	684
Πώς Αιτιολογείται μια Επένδυση ΗΕ . . . . .	685
Τι Πρέπει να Αιτιολογηθεί; Πότε Πρέπει να Γίνει η Αιτιολόγηση; . . . . .	685
Χρήση Δεικτών Μέτρησης για Αιτιολόγηση του ΗΕ . . . . .	685
<b>15.2</b> Δυσκολίες Μέτρησης και Αιτιολόγησης Επενδύσεων για ΗΕ . . . . .	686
Η Διεργασία Αιτιολόγησης του ΗΕ . . . . .	686
Δυσκολίες Μέτρησης Κερδών σε Παραγωγικότητα και Απόδοση . . . . .	687
Συσχέτιση Δαπανών ΤΠ με Απόδοση του Οργανισμού . . . . .	688
Δυσκολίες στην Μέτρηση Άυλων Στοιχείων Κόστους και Οφελών . . . . .	689
Η Διεργασία Αιτιολόγησης Έργων ΗΕ και ΤΠ . . . . .	691
<b>15.3</b> Μέθοδοι και Εργαλεία για Αποτίμηση και Αιτιολόγηση Επενδύσεων ΗΕ . . . . .	692
Ευκαιρίες και Παραγόμενα Έσοδα από μια Επένδυση ΗΕ . . . . .	692
Θέματα Μεθοδολογίας για Αιτιολόγηση Επενδύσεων ΤΠ . . . . .	692
Παραδοσιακές Μέθοδοι για Αποτίμηση Επενδύσεων ΗΕ . . . . .	693
NPV . . . . .	693
Προχωρημένες Μέθοδοι Αποτίμησης Επενδύσεων ΤΠ και ΗΕ . . . . .	696
<b>15.4</b> Παραδείγματα Αιτιολόγησης Έργου ΗΕ . . . . .	698
Ηλεκτρονικός Εφοδιασμός . . . . .	698
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 15.1 Δείκτες Μέτρησης Ηλεκτρονικού Εφοδιασμού . . . . .</b>	<b>698</b>
Εξυπηρέτηση Πελατών και eCRM . . . . .	699
Πραγματική Περίπτωση 15.1 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Η American Express Χρησιμοποιεί Λογισμικό Διαχείρισης Έργων για να Αυξήσει το ROI . . . . .	700
Προχωρημένη Αναλυτική Επεξεργασία και Συνδυασμός Μεθόδων . . . . .	700
Αιτιολόγηση Δημιουργίας Μιας Ηλεκτρονικής Πύλης . . . . .	700
Αιτιολόγηση Έργων Ηλεκτρονικής Εκπαίδευσης . . . . .	701
Αιτιολόγηση μιας Επένδυσης σε Κινητή Υπολογιστική και σε RFID . . . . .	702
Αιτιολόγηση Έργων Ασφάλειας . . . . .	702
Υπολογισμός του Κόστους της Πράξης Sarbanes-Oxley . . . . .	702
<b>15.5</b> Τα Οικονομικά Στοιχεία του ΗΕ . . . . .	703
Μείωση του Κόστους Παραγωγής . . . . .	704
Αυξημένα Έσοδα . . . . .	706
Μείωση Τριβής ή Κινδύνου Συναλλαγής . . . . .	707
Διευκόλυνση της Διαφοροποίησης Προϊόντων . . . . .	708



	Το HE Αυξάνει την Ευκινησία . . . . .	708
	Αγορές Έναντι Ηλεκτρονικών Αγορών . . . . .	708
	Αποτίμηση Εταιρειών HE . . . . .	708
	Άλλα Ζητήματα . . . . .	709
<b>15.6</b>	Παράγοντες που Καθορίζουν την Επιτυχία του HE . . . . .	710
	Κατηγορίες Επιτυχίας του HE . . . . .	710
	Τα Επίπεδα Μέτρησης του HE . . . . .	711
<b>15.7</b>	Ευκαιρίες για Επιτυχία στο HE και Αποφυγή Αποτυχίας . . . . .	711
	Αποτυχίες Ηλεκτρονικού Εμπορίου . . . . .	712
	Επιτυχίες Ηλεκτρονικού Εμπορίου . . . . .	712
	Δημιουργία Ψηφιακών Επιλογών . . . . .	715
	Συμπληρωματικές Επενδύσεις . . . . .	715
	Πολιτιστικές Διαφορές και HE . . . . .	715
	Πραγματική Περίπτωση 15.2 <b>Εφαρμογή HE:</b> Ψηφιακές Επιλογές της GE Aircraft Engines . . . . .	716
	HE σε Αναπτυσσόμενες Οικονομίες . . . . .	716
	Πραγματική Περίπτωση 15.3 <b>Εφαρμογή HE:</b> Η Επιτυχημένη Ιστορία της E-Choupal . . . . .	717
	Θέματα Διοίκησης . . . . .	718
	Ερευνητικά Θέματα . . . . .	718
	Περίληψη . . . . .	719
	Λέξεις - Κλειδιά . . . . .	720
	Ερωτήσεις για Συζήτηση . . . . .	720
	Ασκήσεις Internet . . . . .	721
	Ομαδικές Ασκήσεις . . . . .	721
	Πραγματική Περίπτωση: Αιτιολόγηση της Επένδυσης για HE και ΤΠ στην Πολιτεία της Αϊόβα . . . . .	722
	Παραπομπές . . . . .	723
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 16</b>	<b>ΕΝΑΡΞΗ ΜΙΑΣ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΡΓΩΝ HE . . . . .</b>	<b>726</b>
	<b>Η ΟΒΟ Θέτει τους Στόχους της για Επιτυχία . . . . .</b>	<b>727</b>
<b>16.1</b>	Μπείτε στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο . . . . .	728
<b>16.2</b>	Έναρξη μιας Νέας Ηλεκτρονικής Επιχείρησης . . . . .	728
	Μια Νέα Ηλεκτρονική Επιχείρηση Είναι μια Νέα Επιχείρηση . . . . .	729
	Δημιουργία μιας Νέας Εταιρείας ή Προσθήκη ενός Ηλεκτρονικού Έργου . . . . .	729
	Πραγματική Περίπτωση 16.1. <b>Εφαρμογή HE:</b> Καινοτομία και Δημιουργικότητα στην Amazon.com . . . . .	730
	Σχεδιασμός Ηλεκτρονικής Επιχείρησης . . . . .	731
	Χρηματοδότηση της Ηλεκτρονικής Επιχείρησης . . . . .	732
	<b>Σκέψεις και Προσθήκες 16.1 Ένα Υψηλού Επιπέδου Πρότυπο Επιχειρησιακής Μελέτης . . . . .</b>	<b>733</b>
<b>16.3</b>	Προσθήκη Πρωτοβουλιών HE ή Μετασχηματισμός σε Ηλεκτρονική Επιχείρηση . . . . .	734
	Προσθήκη Ηλεκτρονικών Πρωτοβουλιών σε μια Υφιστάμενη Επιχείρηση . . . . .	735
	Μετασχηματισμός σε Ηλεκτρονική Επιχείρηση . . . . .	735
<b>16.4</b>	Δημιουργία ή Πρόσκτηση μιας Ιστοθέσης . . . . .	738
	Ταξινόμηση Ιστοθέσεων . . . . .	738
	Δημιουργία της Ιστοθέσης . . . . .	739
<b>16.5</b>	Φιλοξενία της Ιστοθέσης και Λήψη ενός Ονόματος Τομέα . . . . .	740
	Επιλογές Φιλοξενίας Ιστοθέσης . . . . .	740

Πραγματική Περίπτωση 16.2 <b>Εφαρμογή HE:</b> Πώς οι Μικρές Εταιρείες Χρησιμοποιούν για Υπηρεσία Κατασκευής Καταστήματος . . . . .	742
Καταχώριση ενός Ονόματος Τομέα . . . . .	743
<b>16.6</b> Δημιουργία, Παράδοση και Διαχείριση Περιεχομένου . . . . .	744
Κατηγορίες και Τύποι Περιεχομένου . . . . .	744
Δημιουργία και Απόκτηση Περιεχομένου . . . . .	746
Διαχείριση και Συντήρηση Περιεχομένου . . . . .	748
Πραγματική Περίπτωση 16.3 <b>Εφαρμογή HE:</b> Η Anglesea Online Χρησιμοποιεί Λογισμικό Διαχείρισης Περιεχομένου για να Επιτύχει . . . . .	750
Περιεχόμενο υπό Μορφή Καταλόγου και η Διαχείρισή του . . . . .	750
Υπηρεσίες Μεγιστοποίησης Περιεχομένου και Περιεχομένου Συνεχούς Ροής . . . . .	750
<b>16.7</b> Σχεδίαση Ιστοθέσης . . . . .	751
Αρχιτεκτονική Πληροφοριών . . . . .	751
Πραγματική Περίπτωση 16.4 <b>Εφαρμογή HE:</b> Akamai Technologies . . . . .	752
Περιήγηση μέσα στην Ιστοθέση . . . . .	754
Απόδοση . . . . .	755
Χρώματα και Γραφικά . . . . .	755
Ποιότητα Χρησιμοποίησης Ιστοθέσης . . . . .	756
<b>16.8</b> Παροχή Υπηρεσιών Υποστήριξης Ηλεκτρονικού Εμπορίου . . . . .	756
Ποιος Κατασκευάζει την Ιστοθέση . . . . .	757
Πληρωμές: Αποδοχή Πιστωτικών Καρτών . . . . .	757
Πρώθηση Ιστοθέσης . . . . .	758
Διαχείριση Σχέσεων με Πελάτες . . . . .	758
<b>16.9</b> Άνοιγμα ενός Μετωπικού Καταστήματος στο Web . . . . .	759
Επιλογές Απόκτησης Μετωπικών Καταστημάτων . . . . .	760
Yahoo! Small Business . . . . .	761
Θέματα Διοίκησης . . . . .	762
Ερευνητικά Θέματα . . . . .	763
Περίληψη . . . . .	764
Λέξεις - Κλειδιά . . . . .	765
Ερωτήσεις για Συζήτηση . . . . .	765
Ασκήσεις Internet . . . . .	766
Ομαδικές Ασκήσεις . . . . .	766
Πραγματική Περίπτωση: Πώς η Telecom New Zeland (TNZ) Υπερέχει με Διαχείριση Περιεχομένου . . . . .	767
Παραπομπές . . . . .	768
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 17 ΝΟΜΙΚΕΣ, ΗΘΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ HE ΚΑΙ ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗΣ . . . . .</b>	<b>771</b>
<b>Splogs και Spam Μηχανής Αναζήτησης για Σύλληψη της Κίνησης Πελατών . . . . .</b>	<b>772</b>
<b>17.1</b> Θεμελιώδη Νομικά, Ηθικά και Ρυθμιστικά Ζητήματα . . . . .	773
Οι Νόμοι Ερμηνεύονται . . . . .	774
Νομοθεσία: Ένα Σύστημα για Κοινωνικό Έλεγχο . . . . .	775
Προσωπικά Δικαιώματα και Περιουσιακά Δικαιώματα . . . . .	776
Ποινικό Δίκαιο και Αστικό Δίκαιο . . . . .	777
<b>17.2</b> Αστικό Δίκαιο, Νόμοι Πνευματικής Ιδιοκτησίας και Εθνικό Δίκαιο . . . . .	778
Αστικό Δίκαιο . . . . .	778
Νόμοι Περί Πνευματικής Ιδιοκτησίας . . . . .	778
Εθνικό Δίκαιο . . . . .	780

17.3	Νομικές και Ηθικές Προκλήσεις και Οδηγίες . . . . .	782
	Ηθικά Ζητήματα ΗΕ . . . . .	782
17.4	Διασφάλιση του Απορρήτου, Ελευθερία του Λόγου και Δυσφήμιση. . . . .	784
	Προέλευση των Δικαιωμάτων Διασφάλισης του Απορρήτου και η Εξέλιξη της Σημασίας της. . . . .	784
	Ελευθερία του Λόγου. . . . .	784
	Η Τιμή της Προστασίας . . . . .	785
	Πραγματική Περίπτωση 17.1 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Προστασία Εναντίον Διασφάλισης του Απορρήτου . . . . .	785
	Προστασία Απορρήτου. . . . .	787
	Πραγματική Περίπτωση 17.2 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Τα Δικαιώματα Ιδιοκτησίας Επεκτάθηκαν σε Ονόματα Τομέων και σε Ψηφιακή Ιδιοκτησία . . . . .	788
	Ο Νόμος του Φιλόπατρι των Η.Π.Α. . . . .	788
	Προστασία Απορρήτου σε Άλλες Χώρες . . . . .	789
17.5	Spam, Splogs και Αναδυόμενα Παράθυρα . . . . .	789
	Spam και Splogs . . . . .	789
	Προστασία από Αναδυόμενα Παράθυρα . . . . .	790
	Ιστοθέσεις Διασκέδασης και Μίσους. . . . .	791
17.6	Απάτη και Προστασία Καταναλωτή και Πωλητή. . . . .	792
	Απάτη στο Internet . . . . .	792
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 17.1 Τυπικά Σχήματα Απάτης . . . . .</b>		<b>792</b>
	Άλλα Νομικά Ζητήματα . . . . .	793
	Πραγματική Περίπτωση 17.3 <b>Εφαρμογή ΗΕ:</b> Απάτη με Μετοχές στο Internet . . . . .	794
	Προστασία Καταναλωτών. . . . .	794
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 17.2 Πόροι για Περισσότερες Πληροφορίες . . . . .</b>		<b>796</b>
	Προστασία Πωλητών . . . . .	798
	Θέματα Διοίκησης . . . . .	798
	Ερευνητικά Θέματα . . . . .	799
	Περίληψη. . . . .	800
	Λέξεις - Κλειδιά . . . . .	801
	Ερωτήσεις για Συζήτηση . . . . .	801
	Ασκήσεις Internet. . . . .	802
	Ομαδικές Ασκήσεις . . . . .	803
	Πραγματική Περίπτωση: Ουδετερότητα του Δικτύου: Είναι Καλή για τις Ηλεκτρονικές Επιχειρήσεις;. . . . .	803
	Παραπομπές . . . . .	804
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 18</b>	<b>ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΚΑΙ ΡΙΖΟΣΠΑΣΤΕΣ ΤΩΝ ΚΛΑΔΩΝ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ WEB 2.0 . . . . .</b>	<b>806</b>
	<b>Wikipedia και τα Προβλήματά της με την Ποιότητα Περιεχομένου και την Προστασία του Απορρήτου. . . . .</b>	<b>807</b>
18.1	Η Επανάσταση του Web 2.0, Κοινωνικά Δίκτυα, Καινοτομίες και Διασπαστές της Αγοράς . . . . .	808
	Η Επανάσταση του Web 2.0 . . . . .	808
	Τι Υπάρχει στο Web 2.0; . . . . .	808
	Τα Θεμέλια του Web 2.0 . . . . .	809
	Αντιπροσωπευτικά Χαρακτηριστικά του Web 2.0 . . . . .	809

Κοινωνικά Μέσα. . . . .	810
Διασπαστές Κλάδων και της Αγοράς . . . . .	811
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 18.1 Οι Γάμοι Γίνονται Είδη Υψηλής Τεχνολογίας με το Web 2.0 . . .</b>	<b>813</b>
<b>18.2</b> Google: Διαφήμιση και Πόλεμοι των Μηχανών Αναζήτησης . . . . .	814
Αρχές των Μηχανών Αναζήτησης. . . . .	814
Πόλεμοι Αναζήτησης: Google Εναντίον Yahoo! και Άλλων . . . . .	814
Μηχανές Αναζήτησης που Βασίζονται σε Απαντήσεις . . . . .	817
Διασπαστές της Google: Θα Επιτύχουν; . . . . .	817
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 18.2 Η Υπηρεσία Askville της Amazon.com . . . . .</b>	<b>818</b>
<b>18.3</b> Εικονικές Κοινότητες . . . . .	819
Χαρακτηριστικά των Κοινοτήτων. . . . .	819
<b>Σκέψεις και Προσθήκες 18.3 Παραδείγματα Κοινοτήτων . . . . .</b>	<b>820</b>
Εμπορικά Θέματα των Κοινοτήτων . . . . .	820
Κύριες Στρατηγικές για Επιτυχημένες Ηλεκτρονικές Κοινότητες . . . . .	821
<b>18.4</b> Ηλεκτρονικά Κοινωνικά Δίκτυα. . . . .	822
Αρχές και Ορισμοί . . . . .	822
Αντιπροσωπευτικά Κοινωνικά Δίκτυα: Από την Facebook στην Classmates.com. . . . .	823
<b>18.5</b> YouTube – Ένας Καινούριος Κόσμος . . . . .	825
YouTube: Τα Βασικά. . . . .	825
Συνοπτική Ιστορία και Τεχνολογία . . . . .	826
Το Επιχειρησιακό Μοντέλο και το Μοντέλο Εσόδων. . . . .	827
Δυσκολίες Υλοποίησης: Το Πρόβλημα των Δικαιωμάτων Δημιουργών . . . . .	827
Πραγματική Περίπτωση 18.1 <b>Εφαρμογή HE:</b> Πώς η YouTube Κεφαλαιοποιεί σε Μεγάλα Γεγονότα και σε Εμπορικά Βίντεο . . . . .	828
Ο Ανταγωνισμός . . . . .	829
<b>18.6</b> Επιχειρηματικά Δίκτυα και Δίκτυα Επιχειρηματικής Δραστηριότητας . . . . .	829
Επιχειρηματικά Δίκτυα . . . . .	829
Κοινωνική Θέση Αγορών . . . . .	830
<b>18.7</b> Ταξίδια και Τουρισμός – Η Επανάσταση του HE Είναι Εδώ . . . . .	831
Οι Κύριοι Παίκτες. . . . .	831
Οι Επιπτώσεις του Web . . . . .	832
Ταξιδιώτες και Κοινωνικά Δίκτυα . . . . .	832
Πραγματική Περίπτωση 18.2 <b>Εφαρμογή HE:</b> Φιλτράρισμα Βάσει Περιεχομένου στην EuroVacations.com . . . . .	834
<b>18.8</b> ZOPA, Prosper και Δανεισμός Ανάμεσα σε Άτομα: Θα Διασπάσουν τις Τραπεζικές Συναλλαγές; . . . . .	834
Η Καινοτομία: Δανεισμός Πρόσωπο με Πρόσωπο. . . . .	834
ZOPA LTD. . . . .	835
PROSPER . . . . .	836
Ανταγωνισμός . . . . .	836
<b>18.9</b> Διασκέδαση με το Στυλ του Web 2.0: Από τις Κοινότητες στις Θέσεις Αγορών Διασκέδασης . . . . .	837
Κοινότητες Διασκέδασης και Επιχειρηματικές Κοινότητες . . . . .	837
Διαφημίσεις Ταινιών και Εκδηλώσεων σε Κοινότητες. . . . .	838
Ηλεκτρονική Θέση Αγορών για Ταινίες. . . . .	838
Η Hype Machine. . . . .	838
Σειρές στο Internet. . . . .	839
Κινητές Συσκευές Web 2.0 για Διασκέδαση και Εργασία . . . . .	839

<b>18.10</b>	Υποστήριξη από την Τεχνολογία: Από την Blogger.com στις Υπηρεσίες Υποδομής . . . .	840
	Web 2.0 και Κοινωνικό Λογισμικό. . . . .	841
	Εργαλεία για Blogging και Wikis . . . . .	841
	Mashups . . . . .	843
	Εργαλεία Εξατομίκευσης: Από την Yahoo! στην Netvibes . . . . .	843
	Εργαλεία Ανάπτυξης . . . . .	843
	Εργαλεία που Υποστηρίζουν Εφαρμογές . . . . .	844
	Υποστήριξη Υποδομής . . . . .	845
	Πού Πηγαίνει το Λογισμικό Web 2.0; . . . . .	846
<b>18.11</b>	Web 2.0, Κοινωνικά Δίκτυα και Ηλεκτρονικό Εμπόριο . . . . .	847
	Γιατί Υπάρχει Ενδιαφέρον; . . . . .	847
	Διαφήμιση . . . . .	847
	Πραγματική Περίπτωση 18.3 <b>Εφαρμογή HE:</b> Πηγές Εσόδων της YouTube . . . . .	848
	Αγορές . . . . .	849
	Ανάδραση από Πελάτες. . . . .	850
	Άλλες Στρατηγικές Παραγωγής Εσόδων σε Κοινωνικά Δίκτυα . . . . .	851
	Εμπορικές Δραστηριότητες Web 2.0 Μέσα στην Επιχείρηση . . . . .	852
<b>18.12</b>	Το Μέλλον του HE και το Web 3.0 . . . . .	852
	Web 3.0: Ποια Είναι η Συνέχεια;. . . . .	853
	Ολοκλήρωση της Θέσης Αγορών με τον Χώρο Αγορών . . . . .	854
	Κινητά Κοινωνικά Δίκτυα . . . . .	854
	Θέματα Διοίκησης . . . . .	855
	Ερευνητικά Θέματα . . . . .	856
	Περίληψη . . . . .	856
	Λέξεις - Κλειδιά . . . . .	857
	Ερωτήσεις για Συζήτηση . . . . .	857
	Ασκήσεις Internet. . . . .	858
	Ομαδικές Ασκήσεις . . . . .	858
	Πραγματική Περίπτωση: Web 2.0 στην Eastern Mountain Sport . . . . .	859
	Παραπομπές . . . . .	861
	<b>ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ . . . . .</b>	<b>866</b>
	<b>ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ . . . . .</b>	<b>885</b>