

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το ηλεκτρονικό εμπόριο (**e-commerce**) αφορά τις συναλλαγές που λαμβάνουν χώρα κυρίως μέσω του Internet όπου χρησιμοποιούνται οι υπολογιστές για την αγοραπωλησία αγαθών και υπηρεσιών. Ανάλογα με το ποιος είναι ο τελικός αποδέκτης των παραπάνω αγαθών και υπηρεσιών οι δραστηριότητες του ηλεκτρονικού εμπορίου χωρίζονται σε δυο κατηγορίες:

- I. Από επιχειρήσεις σε επιχειρήσεις (**business to business**), που μπορεί να αφορούν τις παραγγελίες και αγορές ενός εργοστασίου ή ενός εμπορικού οίκου από τους προμηθευτές του, οπότε στην κατηγορία αυτή δεν περιλαμβάνονται κατά ανάγκη απλές συναλλαγές (πληρωμή – αγορά), αλλά γενικότερα συναλλαγές στις οποίες λαμβάνουν χώρα αμφίδρομες διαδικασίες αγοράς και πώλησης μεταξύ των εμπλεκόμενων μερών στις οποίες περιλαμβάνονται και άλλα στοιχεία επιχειρηματικής πολιτικής.
- II. Από επιχειρήσεις σε τελικούς καταναλωτές (**business to customer**). Παραδείγματα αυτής της κατηγορίας ηλεκτρονικού εμπορίου είναι οι πωλήσεις βιβλίων, υπολογιστών, προγραμμάτων και άλλων αγαθών.

Αντιστοιχίζοντας τις παραπάνω δραστηριότητες με τις ήδη γνωστές «συμβατικές» μορφές εμπορίου, μπορούμε να πούμε ότι η πρώτη κατηγορία αντιστοιχεί στο χονδρικό εμπόριο, ενώ η δεύτερη στο λιανικό.[1]

2. ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ ΥΠΟΔΟΜΗ

Ο βασικός εξοπλισμός που απαιτείται για μια εφαρμογή ηλεκτρονικού εμπορίου είναι ένας ή ενδεχομένως και περισσότεροι ισχυροί υπολογιστές, που θα εκτελούν χρέη διακομιστή (server), το κατάλληλο λογισμικό για τη δημιουργία και συντήρηση της τοποθεσίας (site), το κατάλληλο λογισμικό διαχείρισης των συναλλαγών, το λογισμικό και υλικό για την ασφάλεια της τοποθεσίας και των συναλλαγών, και φυσικά ότι άλλο απαιτείται για την σύνδεση με το διαδίκτυο (modem, γραμμή σύνδεσης κτλ).

Δεδομένου, ότι ένα από τα πολύ σημαντικά ζητήματα που απασχολούν όσους ασχολούνται με εμπορικές εφαρμογές στο διαδίκτυο, είτε σαν προμηθευτές, είτε σαν καταναλωτές, είναι η ασφάλεια, θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή σε αυτήν. Έτσι, για τη διασφάλιση της ακεραιότητας της τοποθεσίας από «εισβολείς» πολλές φορές απαιτείται η εγκατάσταση κάποιου τείχους προστασίας (firewall) και κατάλληλο λογισμικό.

Δεδομένου ότι στις συναλλαγές business to customer εμπλέκεται σχεδόν πάντα η διαδικασία της πληρωμής από τον καταναλωτή προς την επιχείρηση – σε αντίθεση με κάποιες business to business εφαρμογές όπου υπάρχουν και άλλοι τρόποι διακανονισμού, όπως μεταξύ εταιρειών που συναλλάσσονται σε τακτική βάση – η ασφάλεια των συναλλαγών είναι απαραίτητη για την προστασία των καταναλωτών και της εταιρείας προκειμένου να μην αποτρέπονται οι καταναλωτές στο να προβούν σε συναλλαγή. Έτσι, απαραίτητως πρέπει να λαμβάνεται υπόψη από τους σχεδιαστές μιας τοποθεσίας και τους ιδιοκτήτες της, η χρήση κάποιου πρωτοκόλλου όπως το SET (Secure Electronic Transaction) ή ίσως του περισσότερο διαδεδομένου, αλλά όχι τόσο αποτελεσματικού, SSL (Secure Sockets Layer), ώστε να είναι ασφαλής η σύνδεση μεταξύ του server και του browser του πελάτη. Για τους ίδιους λόγους καλό είναι να χρησιμοποιούνται και διάφορα πρωτόκολλα κρυπτογράφησης όπως το PGP (<http://www.pgpinternational.com/>).

Για την διαχείριση των συναλλαγών με τους καταναλωτές, ειδικά όταν ο όγκος τους είναι μεγάλος και τα διατιθέμενα προϊόντα είναι πολλά, απαραίτητη είναι η ύπαρξη κάποιας βάσης δεδομένων με το απαραίτητο λογισμικό και σύνδεση με το διαχειριστικό σύστημα της εταιρείας που τιμολογεί και ελέγχει την ύπαρξη των προϊόντων στην αποθήκη της εταιρείας.[2]

3. ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ

Μια τοποθεσία ηλεκτρονικού εμπορίου έχει πάντα σαν στόχο να αποφέρει κέρδη στους ιδιοκτήτες της, με τις πωλήσεις που θα γίνονται σε αυτήν. Συνεπώς, θα πρέπει να προσελκύει πελάτες, και για να γίνει αυτό δεν αρκεί απλά να υπάρχει στο διαδίκτυο, αλλά θα πρέπει με κάποιο τρόπο να γίνεται γνωστή η ύπαρξή της. Είναι απόλυτα κατανοητό, ότι η εύρεση μιας τοποθεσίας, εάν δεν είναι γνωστή η διεύθυνσή της εκ των προτέρων, γίνεται μέσω αναζήτησης με τη χρήση μηχανών αναζήτησης ή μέσω συνδέσμων (links) από άλλες τοποθεσίες. Για να είναι λοιπόν αποδοτική η τοποθεσία θα πρέπει να γίνει διαφήμιση της. Ένας εύκολος τρόπος είναι η συνεννόηση με ιδιοκτήτες, παρεμφερών κατά προτίμηση, τοποθεσιών προκειμένου να συμπεριλαμβάνεται στις σελίδες τους κάποιο σήμα (banner) που θα ενεργοποιεί ένα σύνδεσμο (link) προς τη νέα τοποθεσία. Αυτό φυσικά, τις πιο πολλές φορές συνεπάγεται και την καταβολή κάποιου χρηματικού ποσού που θα πρέπει να συμπεριληφθεί στο συνολικό κόστος δημιουργίας και λειτουργίας της τοποθεσίας. Ένας άλλος τρόπος προβολής είναι η εγγραφή σε όσο το δυνατό περισσότερες μηχανές αναζήτησης. Φυσικά, υπάρχουν και άλλοι τρόποι διαφήμισης και προβολής μιας τοποθεσίας με μεγαλύτερο όμως κόστος, όπως η κατοχύρωση κάποιου domain.name και η προβολή του με χρήση άλλων μέσων όπως ραδιόφωνο, τηλεόραση και περιοδικά.[3]

4. WEB-SITE DEVELOPMENT LIFE CYCLE

Τα στάδια ανάπτυξης μιας τοποθεσίας στο διαδίκτυο και κατ' επέκταση και μιας τοποθεσίας ηλεκτρονικού εμπορίου με χαρακτήρα business to customer είναι τα εξής:

- **Συλλογή στοιχείων.** Στο στάδιο αυτό ορίζεται η ομάδα που αναλαμβάνει το έργο και συλλέγονται όλα τα απαραίτητα στοιχεία μεταξύ των οποίων δεδομένα και πληροφορίες για την εταιρεία στην οποία ανήκει το web-site, γενικότεροι και ειδικότεροι στόχοι της όσο αναφορά το web-site, τα προϊόντα που θα πωλούνται, οι επιθυμητοί τρόποι συναλλαγών κτλ.

- **Σχεδιασμός τοποθεσίας.** Μετά τη συλλογή των στοιχείων ακολουθεί η διαδικασία της παραγωγής της τοποθεσίας. Στο στάδιο αυτό καθορίζεται το πως θα είναι η τοποθεσία, ποιες θα είναι οι λειτουργίες της, το πνεύμα της, κτλ, με βάση τις απαιτήσεις και τις οικονομικές δυνατότητες των ιδιοκτητών.
- **Υλοποίηση.** Στο στάδιο αυτό λαμβάνει χώρα η κωδικοποίηση σε HTML η οποία μόλις ολοκληρωθεί γίνονται οι απαραίτητες δοκιμές και έλεγχοι. Σε αυτό το στάδιο θα πρέπει να γίνουν και όλες οι δοκιμές συμβατότητας με τους browsers, πράγμα πολύ σημαντικό για μια εμπορική εφαρμογή business to customer. Τέλος εφόσον δεν απαιτούνται άλλες αλλαγές η τοποθεσία είναι έτοιμη να δημοσιευθεί στο διαδίκτυο.
- **Συντήρηση.** Το στάδιο αυτό καταλαμβάνει όλο τον υπόλοιπο κύκλο ζωής του Web-site μέχρι να απαιτηθεί η αντικατάστασή του από ένα νέο. Στο στάδιο αυτό γίνεται η συνεχής παρακολούθηση της λειτουργίας του, η αποκατάσταση σφαλμάτων και βλαβών που μπορεί να συμβούν κατά τη διάρκειά της, και φυσικά η τακτική ενημέρωση του site, ειδικά όταν πρόκειται για εφαρμογές e-commerce όπου τα πράγματα αλλάζουν ακόμη και σε καθημερινή βάση (νέα προϊόντα, τιμολόγηση, νέοι όροι διακανονισμών κτλ).[4]

5. BUDGETING

Από όλα τα παραπάνω γίνεται αντιληπτό ότι το να καταστρώσει κάποιος τον προϋπολογισμό για τη δημιουργία και ανάπτυξη ενός business-to-customer site δεν είναι και τόσο εύκολο. Τα κόστη που εμπλέκονται στην κατάστρωση του προϋπολογισμού αφορούν τόσο συγκεκριμένα πακέτα εργασιών και λειτουργιών, που είναι εύκολο να οριστούν, όσο και εργασίες, που υπολογίζονται και κοστολογούνται με βάση το χρόνο. Έτσι, οι γενικές κατηγορίες εξόδων περιλαμβάνουν τα σταθερά έξοδα, όπως το κόστος ενός συγκεκριμένου πακέτου λογισμικού ή εξοπλισμού, τα έξοδα ανά μονάδα χρόνου όπως η εργασία προγραμματιστών και υπαλλήλων για την κατασκευή του site καθώς και τρέχοντα έξοδα λειτουργίας όπως οι μισθοί όσων παρακολουθούν τη λειτουργία και συντηρούν το site, το κόστος ενοικίασης

server, τα διαφημιστικά έξοδα και διάφορα άλλα που εξαρτώνται από τις επιλογές της εταιρείας ή του ιδιώτη στον οποίο ανήκει το site.

Ένα site μπορεί να διαφέρει σε πάρα πολλά σημεία από άλλα του ίδιου αντικειμένου, με αποτέλεσμα σημαντικές διαφορές και στον προϋπολογισμό του. Οι απαιτήσεις σε κόστος ενός site εξαρτώνται άμεσα από τον προσανατολισμό της επιχείρησης, στην οποία ανήκει, και τον σκοπό που αυτή έχει επιλέξει για να εξυπηρετήσει. Παρακάτω τίθενται κάποιες γενικές λειτουργίες και οντότητες, που επιβαρύνουν οικονομικά, και αφορούν την ανάπτυξη ενός Site. Η παράθεση των στοιχείων γίνεται με βάση όσα έχουν αναφερθεί μέχρι τώρα, χωρίς όμως να φαίνονται τα αντίστοιχα κόστη, αφού τα περιθώρια στα οποία αυτά κυμαίνονται απέχουν πολύ μεταξύ τους, ανάλογα με τις απαιτήσεις και τις προδιαγραφές σε ποιότητα και λειτουργίες[5]:

1^ο στάδιο – προετοιμασία.

- Προσωπικό (υπάλληλοι και σύμβουλοι).
- Hardware (όλος ο εξοπλισμός που απαιτείται, όπως ηλεκτρονικοί υπολογιστές, modems, κτλ).
- Software (HTML editors, graphics programs, word processing software, transaction and database servers, web-server, κτλ).

2^ο στάδιο. Σχεδιασμός.

- Εργατώρες για το σχεδιασμό των προδιαγραφών και των απαιτήσεων (μέγεθος του site, αρχιτεκτονική, πλοήγηση, κτλ).
- Εργατώρες για σχεδίαση εικόνων και γραφικών και για διάφορες παρουσιάσεις αυτών.

3^ο στάδιο. Υλοποίηση.

- Συγγραφή περιεχομένων.
- Κωδικοποίηση σε HTML.
- Προγραμματισμός των scripts.
- Δημιουργία γραφικών και χρήση πολυμέσων.
- Δημιουργία διεπαφών (interfaces) με βάσεις δεδομένων και επεξεργασία και δημιουργία αλληλεπιδραστικού συστήματος για εφαρμογές εμπορίου.
- Δοκιμές του site σε εικονικό server.
- Δοκιμές του site σε κάποιον ενεργό server με όλες τις φόρμες και τα scripts ενεργά.

- Έλεγχος των συνδέσμων (links).
- Προετοιμασία όλου του απαραίτητου υλικού marketing και προώθησης του site.
- Τελική μεταφορά του site στον server που θα τον φιλοξενεί.
- Δημοσιοποίηση του site (συμβόλαια για διαφημίσεις σε άλλα sites και μηχανές αναζήτησης, κτλ).

4^ο στάδιο – συντήρηση.

- Εργατοώρες για έλεγχο και επιδιόρθωση λειτουργιών και συνδέσμων που έχουν υποστεί ζημιά.
- Εργατοώρες για την ενημέρωση του site με νέα περιεχόμενα και την παρακολούθηση της κίνησης και των συναλλαγών.
- Κόστος ενοικίασης ή λειτουργίας ιδιωτικού server.
- Κόστος διαφημίσεων.

Τα παραπάνω σημεία του προϋπολογισμού είναι πολύ γενικά. Εσκεμμένα δεν παρουσιάζονται κόστη αφού οι επιλογές για το καθε ένα από αυτά είναι πολλές, π.χ. το είδος των γραφικών (μπορεί να σημαίνει ότι για τη δημιουργία τους ενδεχομένως θα πρέπει να εργαστούν ειδικοί γραφίστες) οι τρόποι διαφήμισης, το μέγεθος του Site και της πολυπλοκότητας του. Σε επόμενη, ωστόσο, παράγραφο αναφέρονται δειγματοληπτικά κάποια στοιχεία που αφορούν την ελληνική αγορά και στα οποία υπάρχει κοστολογική εκτίμηση.

6. ΚΕΡΔΗ

Τα οφέλη από την ύπαρξη μιας τοποθεσίας στο διαδίκτυο που αφορά ηλεκτρονικό εμπόριο (business to customer) ποικίλουν και φυσικά η ύπαρξη μιας τέτοιας τοποθεσίας δεν είναι πάντα κερδοφόρα. Από τη στιγμή που το αντικείμενο είναι η εξέταση μιας τέτοιας τοποθεσίας γενικά, χωρίς να καθορίζεται συγκεκριμένη εφαρμογή, ακολουθεί η παρουσίαση γενικών πηγών κέρδους άμεσων ή έμμεσων, πέρα από το προφανές κέρδος που προκύπτει από τις παραγγελίες των πελατών:

- Διεύρυνση του αγοραστικού κοινού πέρα από το κοινό των πραγματικών καταστημάτων της εταιρείας (εάν φυσικά υπάρχουν).
- Πρόσβαση σε μεγάλο κοινό χωρίς περιορισμούς γεωγραφικούς, οικονομικούς και πολιτικούς, πέρα από τα σύνορα της χώρας.
- Μείωση του κόστους των πωλήσεων, αφού για την πραγματοποίησή τους δεν απαιτούνται πωλητές και καταστήματα, πράγμα που συνεπάγεται την ελάττωση των λειτουργικών εξόδων της εταιρείας.

Φυσικά, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω τα κέρδη (όπως και τα έξοδα) που προκύπτουν από την ύπαρξη ενός web-site εξαρτώνται από όλες εκείνες τις επιλογές που χαρακτηρίζουν το ύφος και την ποιότητά του. Ένα φτωχό από κάθε άποψη (εμφάνιση – λειτουργικότητα – δομή – ασφάλεια) web-site λογικά θα αποδώσει λίγα ή και τίποτα σε αντίθεση με εκείνο που θα έχει σχεδιαστεί προσεκτικά εκθέτοντας όπως πρέπει τα προς πώληση προϊόντα.

Το κέρδος που αποφέρει ένα site, όντας συνέπεια της προτίμησης που δείχνουν για αυτό οι πελάτες, σχετίζεται και με άλλους παράγοντες που έχουν σχέση κυρίως με την εταιρεία – τους ιδιοκτήτες του δηλαδή – και όχι μόνο με το ίδιο το site. Αυτό σημαίνει ότι πίσω από αυτό θα έχει αναπτυχθεί τέτοια υποδομή που θα επιτρέπει ανταπόκριση στις παραγγελίες των πελατών με συνέπεια και σε μικρούς χρόνους (μία έως τρεις μέρες).

7. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Ένα web-site μπορεί να είναι από μία απλή εφαρμογή π.χ. το site κάποιου ιδιώτη που πουλά σε μια τοποθεσία κάτι, μέχρι μια πολύ σύνθετη εφαρμογή μεγάλης εταιρείας ή εμπορικού οίκου που η κατασκευή του θα έχει στοιχίσει μερικές εκατοντάδες εκατομμύρια δραχμές. Εκ των πραγμάτων δεν είναι δυνατό να αναλυθούν όλα τα σημεία που αφορούν τον προϋπολογισμό ενός site, αφού για πολλά δεν υπάρχουν συγκεκριμένες τιμές, όπως για παράδειγμα οι επιλογές που αφορούν την ασφάλεια που εξαρτώνται από το είδος των συναλλαγών που εξυπηρετούνται ή του δικτύου, κτλ. Ωστόσο,

παρακάτω γίνεται η προσπάθεια να παρατεθούν κάποια στοιχεία από την Otenet που αφορούν τη δημιουργία και φιλοξενία εμπορικών sites [6]:

1. Μελέτη και κατασκευή HTML σελίδων.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΚΟΣΤΟΣ
Καλλιτεχνική επιμέλεια site	30,000δρχ ανά εργατοώρα
Αρχική σελίδα (home page) Περιλαμβάνεται ποιοτικός έλεγχος από ειδικευμένο γραφίστα – κείμενο – εικόνες – παραπομπές – μελέτη διάρθρωσης για τις λειτουργίες και κατευθύνσεις των επόμενων σελίδων (storyboarding).	15,000δρχ ανά σελίδα
Λοιπές σελίδες Περιλαμβάνεται ποιοτικός έλεγχος - κείμενο – εικόνες – παραπομπές.	10,000δρχ ανά σελίδα

2. Αλλαγή περιεχομένου σελίδων.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΚΟΣΤΟΣ
Μετά από εκτίμηση του έργου και χρέωση.	15,000δρχ ανά εργατοώρα
Συμβόλαιο συντήρησης σελίδων site.	Κατόπιν συμφωνίας.
Συντήρηση του υλικού και της εφαρμογής που έχει κατασκευαστεί για λογαριασμό του Πελάτη.	15,000δρχ ανά εργατοώρα

3. Ψηφιοποίηση υλικού.

ΕΡΓΑΣΙΑ	ΚΟΣΤΟΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
Δακτυλογράφηση ελληνικού απλού κειμένου / σελίδα.	500δρχ	A4 28 γραμμές
Δακτυλογράφηση αγγλικού απλού κειμένου / σελίδα.	800δρχ	A4 28 γραμμές
Δακτυλογράφηση ελληνικού και σχεδιασμός πινάκων / σελίδα.	800δρχ	A4 28 γραμμές
Δακτυλογράφηση αγγλικού και σχεδιασμός πινάκων / σελίδα.	1100δρχ	A4 28 γραμμές
Γενικές διορθώσεις (ορθογραφικές, κτλ) / σελίδα.	200δρχ	A4 28 γραμμές
Ψηφιοποίηση εικόνας / εικόνα.	1000δρχ	Ανώτατο μέγεθος A4
Ψηφιοποίηση ήχου.	15,000δρχ	Ανά εργατοώρα
Ψηφιοποίηση video.	15,000δρχ	Ανά εργατοώρα

4. ΑΛΛΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΚΟΣΤΟΣ
Υποστήριξη site με βάση δεδομένων (εφαρμογή ODBC).	15,000δρχ ανά εργατώρα
Βελτίωση κατάταξης site σε μηχανές αναζήτησης (search engine positioning) *	50,000δρχ ανά μηχανή αναζήτησης
Java, JavaScript, ActiveX, VBS Script, Active Documents, Forms, Frames, Image Maps, κτλ.	20,000δρχ ανά εργατώρα
Web Authoring Consulting.	15,000δρχ ανά εργατώρα
Επεξεργασμένα στατιστικά στοιχεία.	15,000δρχ ανά μήνα
Στατιστικά στοιχεία πελατών Plain Hosting.	2,000δρχ ανά μήνα
Υποστήριξη Scripts (μόνο σε περιβάλλον Windows NT).	50,000δρχ εφάπαξ ανά script
Κατασκευή διαφημιστικού Banner (400 X 60 pixels).	15,000δρχ το ένα
Κατασκευή διαφημιστικού Button (123 X 40 pixels).	25,000δρχ το ένα
Κατασκευή Animated gif.	50,000δρχ το ένα
SQL support services.**	
Εφάπαξ τέλος εγκατάστασης (setup).	30,000δρχ εφάπαξ
Μηνιαία πάγια τέλη.	15,000δρχ ανά μήνα
Password protected σελίδες.	
Εφάπαξ τέλος εγκατάστασης (setup).	7,500δρχ εφάπαξ
Μηνιαία πάγια τέλη.	5,000δρχ ανά μήνα
Καταχώρηση site σε μεγάλο αριθμό μηχανών αναζήτησης.	10,000δρχ εφάπαξ

* Η υπηρεσία αυτή αφορά εμφάνιση μέσα στα πρώτα 20 αποτελέσματα της μηχανής αναζήτησης στην οποία έχει γίνει ερώτηση με τον συνδυασμό λέξεων που επιλέγει ο πελάτης

(ο συνδυασμός πρέπει να αποτελείται από δύο ή περισσότερες λέξεις που θα δίνονται ταυτόχρονα στην μηχανή). Για περισσότερους συνδυασμούς, η υπηρεσία που αναφέρεται μόνο σε μηχανές αναζήτησης (π.χ. Altavista, Lycos) και όχι σε καταλόγους (π.χ. Yahoo), πρέπει να αγοραστεί εκ' νέου.

** Ο χώρος που καταλαμβάνεται από την βάση δεδομένων χρεώνεται σύμφωνα με την πολιτική ενοικίασης χώρου.

5. WEB PLAIN HOSTING (www.otenet.gr/yourcompany)

Προσφέρεται χώρος 5MB στους web servers της Otenet, κάθε πρόσθετο MB χρεώνεται με βάση τον τιμοκατάλογο.

Μηνιαία τιμή	Μηνιαία χρέωση πρόσθετων Mbytes	
5.000 δρχ.	10 Mbytes	5.000 δρχ.
	50 Mbytes	10.000 δρχ.
	100 Mbytes	15.000 δρχ.

6. WEB VIRTUAL HOSTING (www.yourcompanyname.gr).

Προσφέρεται χώρος 10MB στους web servers της Otenet, κάθε πρόσθετο MB χρεώνεται με βάση τον τιμοκατάλογο.

Μηνιαία τιμή	Μηνιαία χρέωση πρόσθετων Mbytes	
20.000 δρχ.	10 Mbytes	5.000 δρχ.
	50 Mbytes	10.000 δρχ.
	100 Mbytes	15.000 δρχ.

7. WEB COMMERCIAL HOSTING (www.yourcompanyname.gr).

Προσφέρεται χώρος 20MB στους web servers της Otenet, κάθε πρόσθετο MB χρεώνεται με βάση τον τιμοκατάλογο.

Μηνιαία τιμή	Μηνιαία χρέωση πρόσθετων Mbytes	
100.000 δρχ.	10 Mbytes	15.000 δρχ.
	50 Mbytes	30.000 δρχ.
	100 Mbytes	45.000 δρχ.

8. BUTTONS (διαστάσεις 123 x 40 pixels).

	ΤΙΜΗ ΑΝΑ ΗΜΕΡΑ
Αρχική Σελίδα (Home Page)	15.000 δρχ.
Αρχική Σελίδα Κατηγορίας	7.500 δρχ.
Άλλες Σελίδες	5.000 δρχ.

9. BANNERS (διαστάσεις 400 x 60 pixels).

	ΤΙΜΗ ΑΝΑ ΗΜΕΡΑ
Αρχική Σελίδα (Home Page)	35.000 δρχ.
Αρχική Σελίδα Κατηγορίας	15.000 δρχ.
Άλλες Σελίδες	10.000 δρχ.

8. ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Στις προηγούμενες παραγράφους παρουσιάστηκαν κάποια γενικά σημεία, που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη προκειμένου να συνταχθεί ο προϋπολογισμός και να εκτιμηθούν τα αναμενόμενα κέρδη ενός Web-site εμπορικής εφαρμογής με προσανατολισμό business to customer. Δεδομένου ότι οι επιλογές για τη δημιουργία, ανάπτυξη και λειτουργία ενός τέτοιου site είναι πρακτικά άπειρες, δεν επιχειρήθηκε περισσότερο εμβάθυνση και παρουσίαση παραδειγμάτων προκειμένου να αποφευχθεί η εστίαση της ανάλυσης ενός εικονικού προϋπολογισμού σε μια συγκεκριμένη εφαρμογή. Κάτι τέτοιο θα σήμαινε να επιχειρήσει κάποιος να αναπτύξει τις αρχές δημιουργίας προϋπολογισμού και ανάλυσης κέρδους/κόστους, που αφορούν γενικά τα εμπορικά καταστήματα, παρουσιάζοντας τον προϋπολογισμό και προβαίνοντας σε ανάλυση ενός γνωστού, για παράδειγμα, βιβλιοπωλείου, αγνοώντας ότι οι νόμοι της αγοράς για τα υπόλοιπα καταστήματα και οι συνθήκες λειτουργίας τους μπορεί να είναι τελείως διαφορετικές. Έτσι, παρουσιάστηκαν οι γενικές αρχές και επιλογές που πρέπει να απασχολούν τους ιδιοκτήτες ενός Web-site, ενώ καθαρά δειγματοληπτικά έγινε αναφορά και σε κάποιες τιμές που αφορούν υπηρεσίες και λειτουργίες για ανάπτυξη τοποθεσιών της ελληνικής αγοράς.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Οι εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου business-to-customer κερδίζουν συνεχώς έδαφος. Αντικείμενο της εργασίας είναι η ανάλυση κέρδους-κόστους και γενικά ο προϋπολογισμός μιας τοποθεσίας (web-site) που εξυπηρετεί μια τέτοια εφαρμογή. Ωστόσο, το είδος της τοποθεσίας ποικίλει από εφαρμογή σε εφαρμογή, και δεν εξαρτάται μόνο από το είδος των αγαθών ή των υπηρεσιών που προσφέρονται, αλλά και από τις επιλογές των ιδιοκτητών της. Έτσι, παρατίθενται τα γενικά σημεία της μελέτης προϋπολογισμού, που θα πρέπει να προηγηθεί της δημιουργίας μιας τέτοιας τοποθεσίας, καθώς και οι γενικές πηγές κέρδους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

[1]. K.Laudon, J.Laudon, Management Information Systems, 5th ed. Prentice Hall International Inc. 1998.

Στο βιβλίο αυτό υπάρχει γενική αναφορά στο ηλεκτρονικό εμπόριο και στα είδη του. Επίσης υπάρχουν σε διάφορα κεφάλαια και κάποια παραδείγματα εταιρειών που δραστηριοποιούνται στο συγκεκριμένο χώρο.

[2]. Περιοδικό RAM, τεύχος Ιανουαρίου 2000.

Στο τεύχος του Ιανουαρίου υπάρχει εκτενές αφιέρωμα, με πολλές χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο.

[3]. D.Tauber, B.Keanan, Managing great expectations for your web-site, Sept.1997, <http://www.webreview.com/>

Στο άρθρο αυτό οι συγγραφείς τονίζουν τη χρησιμότητα και ανάγκη για τον καθορισμό των στόχων που πρέπει να εξυπηρετεί μια εμπορική διαδικτυακή τοποθεσία.

[4]. Web-site development life cycle,

<http://html.tucows.com/designer/intertut/wsdlc1.html>

<http://html.tucows.com/designer/intertut/wsdlc2.html>

<http://html.tucows.com/designer/intertut/wsdlc3.html>

<http://html.tucows.com/designer/intertut/wsdlc4.html>

Στις παραπάνω διευθύνσεις περιγράφονται τα στάδια δημιουργίας μιας τοποθεσίας για εμπορική εφαρμογή.

[5]. B.Keanan, D.Tauber, before you forget anything, webreview.com, Apr. 1998, <http://www.webreview.com/pub/98/04/24/webmaster/index5.html>

Στο άρθρο αυτό παρουσιάζονται τα γενικά σημεία που πρέπει να λάβει κανείς υπόψη προκειμένου να συντάξει τον προϋπολογισμό για την ανάπτυξη μιας τοποθεσίας. Η παρουσίαση είναι γενική χωρίς να δίνονται τιμές.

[6]. <http://www.otenetngr/greek/timologi/web.htm>

Στις σελίδες της Otenet παρουσιάζονται τιμοκατάλογοι που αφορούν τη δημιουργία και φιλοξενία ιστοσελίδων.