

**ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΟΝΟΜΙΑΣ**



**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΤΗΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑΣ:
ΔΕΣΠΟΙΝΑ ΛΕΠΙΔΑ**

ΘΕΜΑ:

**«ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΕ ΣΥΝΑΡΤΗΣΗ ΜΕ
ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΕΣ, ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΑ, ΒΙΒΛΙΑ ΚΑΙ ΑΛΛΑ
ΤΕΚΜΗΡΙΑ»**

**ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ-ΕΠΟΠΤΡΙΑ:
ΜΑΙΡΗ ΒΛΑΧΟΥ-ΧΑΛΚΙΟΠΟΥΛΟΥ**

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

2003

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η είσοδος του ηλεκτρονικού εμπορίου στην διεθνή οικονομία εγκαινιάζει μία νέα εποχή για την διεξαγωγή των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Η εποχή αυτή χαρακτηρίζεται από την παγκοσμιοποίηση της αγοράς με την συμπίεση των χρονικών και γεωγραφικών περιορισμών. Στην παρούσα πτυχιακή εργασία παρουσιάζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο και η εφαρμογή του στις βιβλιοθήκες, τα βιβλιοπωλεία, τα βιβλία και αλλά τεκμήρια.

Θίγονται θέματα χρήσης ή όχι του ηλεκτρονικού εμπορίου, θέματα ασφαλείας καθώς και ο τρόπος λειτουργίας του ηλεκτρονικού εμπορίου γενικότερα. Τα παραπάνω παραδείγματα εμπλουτίζονται με αναφορές σε παραδείγματα ηλεκτρονικών βιβλιοθηκών και βιβλιοπωλείων κυρίως που υπάρχουν στον χώρο αυτό.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Σελίδες

Κεφάλαιο 1

1.1	Εισαγωγή.....	1-3
1.2	Μεθοδολογία.....	4-6

Κεφάλαιο 2

2.1	Ηλεκτρονικό εμπόριο.....	7-8
2.2	Ορισμός ηλεκτρονικού εμπορίου.....	8-9
2.3	Ιστορία ηλεκτρονικού εμπορίου.....	10
2.4	Πλεονεκτήματα απο την χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου.....	10-13
2.5	Μειονεκτήματα απο την χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου.....	13-15

Κεφάλαιο 3

3.1	Εργαλεία για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου.....	16-17
3.2	Ηλεκτρονικές αγορές.....	17-18
3.3	Ηλεκτρονικές πληρωμές.....	18-19
3.4	Ηλεκτρονικό εμπόριο και ασφάλεια.....	19
3.4.1	Εχθροί του ηλεκτρονικού εμπορίου.....	20
3.4.2	Λύσεις ηλεκτρονικού εμπορίου.....	20-21
3.5	Χρήστες ηλεκτρονικού εμπορίου.....	22-23

5.1.4.1 Ηλεκτρονικό εμπόριο «Μπαρμπουνάκης».....	68-69
5.1.5 Ζήτη.....	69-72
5.1.5.1 Ηλεκτρονικό εμπόριο «Ζήτη».....	72
Κεφάλαιο 6	
6.1 Ηλεκτρονικό εμπόριο βιβλίων.....	73-76
Κεφάλαιο 7	
7.1 Άλλα τεκμήρια.....	77
7.1.1 Περιοδικά.....	77-78
7.1.1.1 Επιστημονικά ηλεκτρονικά περιοδικά.....	79-81
7.1.1.2 Παιδικά ηλεκτρονικά περιοδικά.....	81-83
7.1.2 Εφημερίδες.....	83-85
7.1.3 Cd-rom.....	86-87
Κεφάλαιο 8	
8.1 Προσωπικά συμπεράσματα	88-89
Βιβλιογραφία.....	90-95
Παράρτημα Α΄	96-105

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία διαπραγματεύεται το θέμα του ηλεκτρονικού εμπορίου γενικά για την χρήση του και αναπτύσσει πιο συγκεκριμένα την συνάρτηση που υπάρχει σε σχέση με τις βιβλιοθήκες , τα βιβλιοπωλεία, τα βιβλία και τα άλλα τεκμήρια που σχετίζονται με το υλικό που κινείται μέσα σε μια βιβλιοθήκη.

Μέσα στον χώρο του Διαδικτύου υπάρχουν χιλιάδες για να μην πούμε εκατομμύρια ιστοσελίδες που ασχολούνται με το ηλεκτρονικό εμπόριο. Στην εποχή μας απο το Διαδίκτυο μπορείς να αγοράσεις και να διακινήσεις ελεύθερα όλα τα προϊόντα που παρέχει μια επιχείρηση (δημόσια ή ιδιωτική).

Οι Έλληνες και το Διαδίκτυο δεν έχουν καθόλου καλή σχέση. Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία που περιέχει έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η Ελλάδα βρίσκεται σταθερά σε μία απο τις τελευταίες θέσεις συνήθως στην τελευταία σε ό,τι αφορά την χρησιμοποίηση του Διαδικτύου στο σπίτι, στην δουλειά και στο σχολείο. Οι πολύ χαμηλές ελληνικές επιδόσεις

στην κοινωνία της πληροφορίας είναι μια χαρακτηριστική ένδειξη της απόστασης που εξακολουθεί να την χωρίζει από την υπόλοιπη Ευρωπαϊκή Ένωση. Είναι μια απόδειξη του γεγονότος ότι η ΟΝΕ δεν είναι αρκετή για να ενταχθεί η Ελλάδα στον ευρωπαϊκό κορμό και να εξασφαλίσει για τους πολίτες της ανάλογο επίπεδο ζωής με το μέσο ευρωπαϊκό. Πρέπει να βελτιώσει τις επιδόσεις της και σε άλλους τομείς, εκτός από τα μακροοικονομικά μεγέθη, και αυτός της πληροφορικής είναι από τους πλέον σημαντικούς.¹

Η ελληνική αγορά του ηλεκτρονικού εμπορίου βρίσκεται σε μία διαρκή φάση ανάπτυξης κατά τα τελευταία δύο χρόνια παρότι ο αριθμός των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν παραδοσιακές τεχνολογίες ηλεκτρονικού εμπορίου κυρίως για business-to-business επικοινωνίες έχει σταθεροποίηση σε σχετικά χαμηλά επίπεδα και κυρίως στον κλάδο του λιανεμπορίου, παρουσιάζεται ένα διαρκώς αυξανόμενο ενδιαφέρον για εφαρμογές που αφορούν την σχέση business-to-consumer και τις on-line πωλήσεις προϊόντων και υπηρεσιών.²

Υπάρχουν πολλοί τρόποι με τους οποίους το Διαδίκτυο μπορεί να συνδυαστεί και να μπει σε χρήση σε ένα

1. Χρυσοδώρα, Ειρήνη, Ουραγός η Ελλάδα στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Η οικονομία, 2003. σ. 1-2.

2. Δουκίδης, Γεώργιος, Ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα: σημερινή κατάσταση και προοπτικές. Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. σ. 1.

επιχειρησιακό περιβάλλον. Το αποτέλεσμα του εξαρτάται από τους στόχους της επιχείρησης η οποία σχεδιάζει να κάνει χρήση του παγκόσμιου ιστού. Ορισμένες εταιρίες μπορεί να έχουν μεγαλύτερο όφελος χρησιμοποιώντας το εργαλείο αυτό για άμεσες πωλήσεις. Άλλες θα δουν μία άμεση βελτίωση στο κόστος των υπηρεσιών που παρέχουν στον πελάτη. Άλλες πάλι θα δούν το μέσο αυτό σαν μία ευκαιρία για να δημιουργήσουν και να πουλήσουν νέες υπηρεσίες μαζί.¹

Οι μέχρι πρότινος χωρίς υπολογιστή παραγγελίες, οι τρόποι οικονομικού ελέγχου και οι ενημερώσεις των αρχειακών καταστάσεων και καταλόγων, βρήκαν τώρα βελτίωση με την ελάττωση της χειροκίνητης εργασίας και την αύξηση της παραγωγής της. Η αυτοματοποίηση αυτής της λειτουργίας απόκτησης υλικού άρχισε από τους προμηθευτές που ανήκουν στον ιδιωτικό τομέα , ανοίγοντας τον δρόμο στον δημόσιο τομέα (π.χ. βιβλιοθήκες) που σχεδόν πάντα υστερεί του ιδιωτικού που έχει αναπτυχθεί ραγδαία τα τελευταία χρόνια.²

-
1. Σουπρανίδης, Ιωάννης, Ηλεκτρονικό εμπόριο-σχεδιασμός βάσης δεδομένων για online εντολές αγοράς/πώλησης μετοχών μέσω WWW. Πανεπιστήμιο Μακεδονίας Θεσσαλονίκης, 2000. σ. 7.
 2. Βλάχου-Χαλκιοπούλου, Μαίρη, Αυτοματισμός Βιβλιοθηκονομικών Λειτουργιών. 3^η εκδ. Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, 2000. σ. 17.

1.2 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι να δείξει στους πιθανούς χρήστες την σχέση που υπάρχει στην Ελλάδα με το Ηλεκτρονικό Εμπόριο και πιο συγκεκριμένα με τις βιβλιοθήκες, τα βιβλιοπωλεία, τα βιβλία και τα άλλα τεκμήρια όπως προαναφέραμε. Πραγματοποιείται από την τελειόφοιτη του τμήματος Βιβλιοθηκονομίας Δέσποινα Λεπίδα, υπό την επιτήρηση της καθηγήτριας Μαίρης Βλάχου-Χαλκιοπούλου.

Ο εντοπισμός του υλικού που χρησιμοποιήθηκε για την δημιουργία της εργασίας έγινε κυρίως με προσωπική έρευνα μέσα στον χώρο του Διαδικτύου, καθώς και με έρευνα με ερωτηματολόγια που βρίσκονται στο τέλος της εργασίας, στο παράτημα, σε βιβλιοθήκες και βιβλιοπωλεία της Θεσσαλονίκης, της Καβάλας και της Ξάνθης.

Στο κυρίως μέρος η σύνταξη των παραπομπών έγιναν σύμφωνα με το πρότυπο, *MLA Handbook for Writers of Research Papers*¹ και τις βιβλιογραφίας με το πρότυπο

1. Gibaldi, Joseph, *MLA Handbook for Writers Research Papers*. 4thed. New York: The Modern Language Association of America, 1995.

ISO690¹. Στο κυρίως μέρος η ανάπτυξη έγινε με βάση αξιολογημένες ιστοσελίδες με πρότυπο τα κριτήρια αξιολόγησης ηλεκτρονικών πηγών από τις προσωπικές σημειώσεις του μαθήματος Ανθρωπιστικές Επιστήμες της καθηγήτριας Μαίρης Βλάχου-Χαλκιοπούλου². Ακόμη μέσα θα βρούμε μια μικρή αναφορά για ποιές από αυτές τις αξιολογημένες ηλεκτρονικές πηγές χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό εμπόριο μέσα από συμπεράσματα που βγαίνουν από την έρευνα με ερωτηματολόγια.

Η συλλογή του φωτογραφικού υλικού για την δημιουργία εικόνων έγινε με προσωπική επεξεργασία στον υπολογιστή. Οι εικόνες κατεβάστηκαν μέσα από τον παγκόσμιο ιστό και επικολλήθηκαν στο κείμενο της εργασίας.

Η παρούσα πτυχιακή εργασία ξεκίνησε τον Σεπτέμβριο του 2002 και ολοκληρώθηκε τον Μάιο του 2003. Αρχικά ήρθα σε επαφή με συναδέλφους από μεγάλες βιβλιοθήκες της Θεσσαλονίκης και ιδιαίτερα του Πανεπιστημίου Μακεδονίας όπου ασκούσα την πρακτική μου άσκηση και τους ευχαριστώ ιδιαίτερα για την βοήθεια τους, καθώς επίσης και με προσωπικό των βιβλιοπωλείων της πόλης.

1. International Standard ISO 690, 1987.

2. Βλάχου-Χαλκιοπούλου, Μαίρη, Πληροφόρηση-Ανθρωπιστικές επιστήμες Σημειώσεις. Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, 2000.

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω και την επόπτρια καθηγήτριά μου για την πολύτιμη βοήθεια της και τον χρόνο που διέθεσε για να με κατευθύνει σωστά πάνω στο θέμα της πτυχιακής μου εργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο καταργεί τα εθνικά σύνορα. Είναι η ανάγκη για καλύτερη χρήση των τεχνολογιών για την βελτίωση της επικοινωνίας. Υπάρχουν αρκετοί ορισμοί για το τί είναι ηλεκτρονικό εμπόριο αλλά στην ουσία ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η δυνατότητα επικοινωνίας καταναλωτών και των εμπορικών καταστημάτων που επιτρέπει την είσοδο των εταιριών για να έλθουν σε επαφή μεταξύ τους, για να διεξάγουν εμπορικές συναλλαγές με αποτέλεσμα να γίνουν αγοροπωλησίες μεγάλων όγκων αγαθών και υπηρεσιών με κατα πολύ χαμηλότερο κόστος σε σύγκριση με τις τιμές που προσφέρονται ακόμη και απο επίσημες αγορές πρώτων υλών. Οι διανομές πληροφοριών γίνονται με την χρήση ηλεκτρονικών μέσων (ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, news groups, chat rooms).

Υπάρχουν δύο βασικές κατηγορίες ηλεκτρονικού εμπορίου :

- Business-to-Consumer (B2C): Συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και τελικού πελάτη στον χώρο του Διαδικτύου.

- Business-to-Business (B2B): Συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων στον χώρο του Διαδικτύου.

2.2 ΟΡΙΣΜΟΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Το ηλεκτρονικό εμπόριο θα μπορούσε να οριστεί ως ένα σύνολο επιχειρηματικών στρατηγικών που μπορούν να υποστηρίξουν συγκεκριμένους τομείς επιχειρηματικής δραστηριότητας και συγκεκριμένες επιχειρηματικές πρακτικές οι οποίες επιτρέπουν μέσω της χρήσης νέων τεχνολογιών την διεκπεραίωση εμπορικών διαδικασιών με ηλεκτρονικά μέσα.

Από νομικής πλευράς το Ηλεκτρονικό Εμπόριο αποδίδεται ως η «Ηλεκτρονική κατάρτιση εμπορικών συμβάσεων».

Στην διεθνή βιβλιογραφία είναι γενικά παραδεκτό ότι δεν υπάρχει ομοφωνία ως προς τον ορισμό του ηλεκτρονικού Εμπορίου με την υποστήριξη ηλεκτρονικών μέσων. Μερικοί από τους ορισμούς που έχουν κατά καιρούς προταθεί είναι :

- Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αναφέρει ότι:
«Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι ο ηλεκτρονικός τρόπος διεξαγωγής επιχειρηματικής δραστηριότητας. Βασίζεται στην ηλεκτρονική επεξεργασία και μετάδοση δεδομένων που περιλαμβάνουν κείμενο, ήχο και εικόνα. Περικλείει ποικίλες δραστηριότητες όπως η ηλεκτρονική διακύμανση αγαθών και υπηρεσιών on-line διανομή ψηφιακού υλικού, ηλεκτρονικές μεταφορές κεφαλαίων, ηλεκτρονική διακύμανση μετοχών,

εμπορικές δημοπρασίες, collaborative design, και engineering, on-line αναζήτηση πρώτων υλών, άμεσο μάρκετινγκ, after sales υπηρεσίες. Αφορά προϊόντα (π.χ. καταναλωτικά αγαθά, εξειδικευμένο ιατρικό εξοπλισμό) υπηρεσίες (π.χ. παροχή πληροφοριών, οικονομικές και νομικές υπηρεσίες) παραδοσιακές δραστηριότητες (π.χ. υγειονομική περίθαλψη, μόρφωση) και νέες δραστηριότητες.»

- Το European Information Technology Observatory θεωρεί πως :

«Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι η διεκπεραίωση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων οι οποίες οδηγούν στην ανταλλαγή αξίας μέσω των τηλεπικοινωνιακών δικτύων.»¹

Γενικά οι δυνατότητες που μπορεί να παρέχει το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι τεράστιες αρκεί να αξιοποιηθούν σωστά από τις επιχειρήσεις που έχουν την κατάλληλη τεχνογνωσία και υποδομή.

1. Πανταζή, Μαλαματένια-Άλμα, Ηλεκτρονικό εμπόριο: εξελίξεις και προοπτικές. Πανεπιστήμιο Μακεδονίας Θεσσαλονίκης, 1998. σ. 2-3.

2.3 ΙΣΤΟΡΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Αν και οι αγορές μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος έγιναν ευρέως γνωστές τα τελευταία χρόνια η ηλεκτρονική μεταφορά εμφανίστηκε το 1970 μεταξύ των τραπεζών. Το 1980 διαδόθηκε το ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ των επιχειρήσεων για την μετάδοση κυρίως μηνυμάτων, τα οποία βοηθούσαν τις επιχειρήσεις να στέλνουν και να λαμβάνουν έγγραφα σε τυποποιημένη μορφή με την ελάχιστη δυνατή ανθρώπινη παρέμβαση.

Με την πάροδο των ετών η ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων αποδείχθηκε ιδιαίτερα επιτυχής. Η εξέλιξη του Διαδικτύου στα τέλη του 1980 έδωσε την δυνατότητα να αναπτυχθεί ριζικά το Ηλεκτρονικό Εμπόριο και ιδιαίτερα στην δεκαετία του 1990 με την εμφάνιση του Παγκόσμιου Ιστού (World Wide Web, w. w. w.).

2.4 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Όλα τα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου μπορούν να συνοψιστούν σε μία πρόταση: Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να αυξήσει τις πωλήσεις και να μειώσει το

κόστος. Για τους καταναλωτές το ηλεκτρονικό εμπόριο παρέχει έναν ακόμη μηχανισμό για την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών που λειτουργεί επι μονίμου βάσεως 24 ώρες την ημέρα , 7 μέρες την εβδομάδα, 365 μέρες τον χρόνο, με το πλεονέκτημα ότι όλα μπορούν να γίνουν από την πολυθρόνα τους, το γραφείο ή το σπίτι τους. Καθώς το Διαδίκτυο δεν γνωρίζει γεωγραφικά όρια, οι καταναλωτές έχουν την δυνατότητα να συνδιαλεχτούν με περισσότερες εταιρίες απο ότι μέσω του παραδοσιακού τρόπου αγορών. Επιπλέον έχουν την δυνατότητα πρόσβασης σε ένα ευρύ φάσμα πληροφοριών πραγματικού χρόνου και υπηρεσιών οι οποίες θα τους βοηθήσουν να πάρουν πιο σωστές αποφάσεις στην αγορά των επιθυμητών προϊόντων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί πλέον η δυνατότητα σύγκρισης τιμών και προϊόντων καθώς επίσης και η δυνατότητα παρακολούθησης της κατάστασης στην οποία βρίσκεται η παραγγελία μέσω του Δικτυακού τόπου του ηλεκτρονικού καταστήματος ή μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Επιπλέον κάποια προϊόντα όπως λογισμικό, φωτογραφίες, μουσικά και video αρχεία μπορούν να παραδοθούν απευθείας μέσω του Διαδικτύου, χωρίς να χρειάζεται ο πελάτης να περιμένει την παραλαβή τους μέσω ταχυδρομείου. Το ηλεκτρονικό εμπόριο παρέχει στους αγοραστές έναν εύκολο τρόπο προσαρμογής του επιπέδου των πληροφοριών που θα λαμβάνουν για τα επιθυμητά προϊόντα. Για παράδειγμα δίνεται πλέον η δυνατότητα, απο κάποια ηλεκτρονικά καταστήματα, δημιουργίας προσωπικών σελίδων

έτσι ώστε να παίρνουν οι πελάτες μόνο τις πληροφορίες που τους αφορούν. Επίσης μπορεί να υπάρχει σύστημα καταγραφής των ενεργειών που ακολούθησε ο πελάτης κατά την διάρκεια επίσκεψης του στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Έτσι την επόμενη φορά που θα το επισκεφτεί, οι προτάσεις για τα διάφορα προϊόντα γίνονται ανάλογα με τα ενδιαφέροντα και τις προηγούμενες αγορές του συγκεκριμένου καταναλωτή. Η καταγραφή των αγοραστικών τάσεων του πελάτη επιτρέπει μία προσωποποίηση του μάρκετινγκ, με αποτέλεσμα μία πιο επιτυχημένη στρατηγική πωλήσεων.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο αυξάνει την ταχύτητα και την ακρίβεια με την οποία οι επιχειρήσεις ανταλλάσσουν πληροφορίες και μειώνει το κόστος με την βοήθεια αυτοματοποιημένων επιχειρησιακών διαδικασιών. Επεκτείνει τα γεωγραφικά όρια μίας επιχείρησης, εισάγοντας την σε περιοχές που ήταν φυσικά μη προσβάσιμες στο παρελθόν. Μία εταιρία δεν χρειάζεται απαραίτητα να κάνει φυσική παράδοση των προϊόντων όπως είναι το λογισμικό, αρκεί για παράδειγμα μόνο η ηλεκτρονική καταβολή των χρημάτων από τον πελάτη μέσω πιστωτικών καρτών. Η γνώση μίας επιχείρησης για τις προτιμήσεις των πελατών της αυξάνεται καθώς θα υπάρχει η δυνατότητα καταγραφής και αποτίμησης των ιδιαιτέρων αναγκών τους. Η επιρροή που θα έχει το ηλεκτρονικό εμπόριο στις εταιρίες τα επόμενα χρόνια αναμένεται να είναι θεαματική,

αρκεί φυσικά αυτές με την σειρά τους να εκμεταλλευτούν πλήρως τις δυνατότητες που τους παρέχονται.¹

2.5 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Ως βασικό μειονέκτημα μπορεί να θεωρηθεί το γεγονός ότι οι καταναλωτές ακόμα δεν εμπιστεύονται για τις συναλλαγές τους το Διαδίκτυο και κυρίως διστάζουν να αποστείλουν τον αριθμό της πιστωτικής τους κάρτας μέσω του Διαδικτύου. Παρόλο που τα περισσότερα ζητήματα ασφαλείας έχουν λυθεί μέσω της κρυπτογράφησης και της πιστοποίησης, δεν έχει ακόμη δημιουργηθεί εκείνο το κλίμα που θα πείθει τους καταναλωτές ότι οι συναλλαγές τους είναι απολύτως ασφαλείς. Το πρόβλημα όμως παραμένει περισσότερο στο μυαλό και στην νοοτροπία των ανθρώπων διότι ο αριθμός της πιστωτικής κάρτας ‘κινδυνεύει’ πολύ περισσότερο όταν δίνεται στο προσωπικό ενός εστιατορίου από ότι όταν δίνεται σε ένα

1. Πομπόρτσας, Ανδρέας Σ., Εισαγωγή στο ηλεκτρονικό εμπόριο, Θεσσαλονίκη: Τζιόλα, 2000. σ. 17-18.

ηλεκτρονικό κατάστημα για την αγορά ενός προϊόντος. Μερικά είδη επιχειρήσεων όπως για παράδειγμα εταιρίες με είδη ρουχισμού, ευαίσθητων τροφίμων, κοσμημάτων είναι σχεδόν αδύνατον, προς το παρόν τουλάχιστον, να ελεγχθούν επαρκώς για την ποιότητα που προσφέρουν, απο μία απομακρυσμένη τοποθεσία αν και υπάρχουν εξαιρέσεις. Τα πιο συνηθισμένα προϊόντα που διακινούνται μέσω του Διαδικτύου είναι μικρά και ελαφριά αντικείμενα, τα οποία είναι ανθεκτικά κατά την διαδικασία μεταφοράς τους, όπως είναι τα βιβλία, τα μουσικά CDs, τα DVDs, οι υπολογιστές, το λογισμικό κ.α. Είναι ελάχιστα τα ηλεκτρονικά καταστήματα που πωλούν μεγάλα σε όγκο και βαριά προϊόντα, που η μεταφορά τους κοστίζει πολύ. Γενικά οτιδήποτε απαιτεί τη δική μας φυσική παρουσία για την αγορά του είναι αρκετά δύσκολο, προς το παρόν τουλάχιστον, να πουληθεί μέσω του Διαδικτύου.

Τα περισσότερα όμως απο τα μειονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου σήμερα, προκύπτουν από τις συνεχώς αναπτυσσόμενες τεχνολογίες που εμφανίζονται. Το κόστος για την δημιουργία ενός απλού ηλεκτρονικού καταστήματος μπορεί να μεταβληθεί δραματικά, καθώς προστίθενται καθημερινά νέες τεχνολογίες που βοηθούν στην υλοποίησή του. Ακόμη και η πολύ γνωστή εταιρία Amazon (<http://www.amazon.com>) λειτουργεί σήμερα παρουσιάζοντας ζημίες, προσδοκώντας όμως σε μελλοντικά κέρδη. Επιπλέον κάθε επιχείρηση θα πρέπει να

επενδύει ένα αρκετά μεγάλο χρηματικό ποσό κάθε χρόνο για την συντήρηση και βελτιστοποίηση του ηλεκτρονικού της καταστήματος. Ένα άλλο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις που θέλουν να εισέλθουν στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η δυσκολία ενσωμάτωσης των ήδη υπάρχοντων βάσεων δεδομένων που χρησιμοποιούν για τις παραδοσιακές εμπορικές τους συναλλαγές, με λογισμικό που θα επιτρέπει την ενοποίηση με το ηλεκτρονικό τους κατάστημα. Τέλος η ανάγκη για την ύπαρξη του απαραίτητου ‘διανοητικού’ κεφαλαίου είναι και εδώ προφανής.¹

1. Πομπόρτσης, Ανδρέας Σ., Εισαγωγή στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Θεσσαλονίκη: Τζιόλα, 2002. σ. 18-19.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1 ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Όταν πρωτοεμφανίστηκε ο παγκόσμιος ιστός (World Wide Web) το μεγαλύτερο ποσοστό των εφαρμογών είχαν την μορφή μίας ομάδας σελίδων που περιείχαν πληροφορίες χωρίς να υπάρχει δυνατότητα αλλαγής των δεδομένων τους. Η εξέλιξη του ηλεκτρονικού εμπορίου δημιούργησε την ανάγκη μιας δυναμικής σελίδας που θα μπορούσε αυτόματα να γίνεται διόρθωση των δεδομένων της.

Μερικά απο αυτά τα χρήσιμα εργαλεία που βοηθούν στην ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι τα εξής:

- 1) Πακέτα δημιουργίας ηλεκτρονικών καταστημάτων μέσω του Διαδικτύου (απόκτηση λογαριασμού στον δικτυακό τόπο = όνομα + κωδικό, δηλαδή μία ηλεκτρονική διεύθυνση).
- 2) Δυναμικές γλώσσες προγραμματισμού (η χρήση μιας γλώσσας προγραμματισμού επιτρέπει σαφώς μεγαλύτερη ευελιξία και έναν πιο ολοκληρωμένο σχεδιασμό).

- 3) Java (απλή γλώσσα, ασφαλής γιατί αποτρέπει πολλά λάθη).
- 4) XML(Extensible Markup Language)
(Είναι ένας μηχανισμός που αποφεύγει τα μειονεκτήματα της HTML και επιτρέπει στους προγραμματιστές να δημιουργούν δικές τους ετικέτες tags).
- 5) Εξειδικευμένο λογισμικό ανάπτυξης ηλεκτρονικών καταστημάτων (διαθέτει όλη την απαραίτητη υποδομή για το στήσιμο ενός ηλεκτρονικού καταστήματος).

3.2 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Πρίν απο αρκετά χρόνια στην Αμερική και αργότερα στην Ευρώπη και την Ελλάδα δόθηκε η δυνατότητα στο καταναλωτικό κοινό να κάνει τις αγορές του μέσω τηλεφώνου και τηλεόρασης. Σήμερα, με τη βοήθεια των δικτύων και του Διαδικτύου, οι καταναλωτές μπορούν να κάνουν τις αγορές τους ηλεκτρονικά. Μπορούν, δηλαδή, ν' αναζητήσουν, να επιλέξουν, να παραγγείλουν και να πληρώσουν μέσα από το Διαδίκτυο με ηλεκτρονικό χρήμα, χρησιμοποιώντας την πιστωτική τους κάρτα ή κατά την παραλαβή.¹

1. Πασχόπουλος, Αρσένης, Ηλεκτρονικό εμπόριο: νέο περιβάλλον, νέα εργαλεία, νέοι ηγέτες. Αθήνα: Κλειδάριθμος, 2000. σ. 31.

Ένα πολύ γνωστό φαινόμενο μέσα στον χώρο του Διαδικτύου που μπορεί να βοηθήσει σε μία ηλεκτρονική αγορά είναι οι διάφορες διαφημίσεις προϊόντων ή υπηρεσιών που μπορεί να συναντήσουμε προσεγγίζοντας μία ιστοσελίδα. Αυτές πολλές φορές περιβάλλουν την ιστοσελίδα ή εμφανίζονται ξαφνικά μπροστά στην οθόνη του υπολογιστή μας την ώρα της έρευνας. Μερικές φορές είναι ανεπιθύμητες άλλες πάλι μας βοηθούν να εντοπίσουμε ιστοσελίδες που μας ενδιαφέρουν άμεσα για τις αγορές μας και δεν ήταν δυνατόν να βρεθούν στον Δικτυακό χώρο.

3.3 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ

Κάθε κρίσιμο σημείο της εμπορικής συναλλαγής είναι η πληρωμή γιατί εμπόριο χωρίς χρήμα δεν έχει νόημα. Ο πιο συνηθισμένος τρόπος πληρωμής του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι με την χρήση της πιστωτικής κάρτας ή με ηλεκτρονικές επιταγές, όπου αυτός ο τρόπος πληρωμής δεν λειτουργεί ακόμη στην χώρα μας.

Προβλήματα μπορούν να παρουσιαστούν και εδώ σχετικά με τις νομισματικές διαφορές που υπάρχουν σε κάθε χώρα ή με υποκλοπές ή με πλαστοπροσωπία ή φοροδιαφυγή απο

συναλλαγές που γίνονται από χώρα σε χώρα γιατί ο φόρος μένει μόνο στην χώρα που αποστέλλει τα προϊόντα. Ακόμη ένα και από τα πιο σημαντικά προβλήματα είναι οι παρακάμψεις των νόμων και εμπορικών κανόνων που γίνονται μέσα στον χώρο του παγκόσμιου ιστού για παράδειγμα είναι πολύ εύκολο να ανοίξει κάποιος ένα ηλεκτρονικό κατάστημα και να πουλάει πλαστά CDs.

3.4 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ

Στο Διαδίκτυο είναι πολύ πιο δύσκολο να προστατέψεις το ηλεκτρονικό σου κατάστημα από ότι είναι να προστατέψεις το φυσικό σου κατάστημα (π.χ. το κτίσμα που στεγάζεται η επιχείρηση).

Μερικά προβλήματα για την διακίνηση του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι:

- 1) Παραβίαση της ασφάλειας του ηλεκτρονικού υπολογιστή του πελάτη.
- 2) Παραβίαση της ασφάλειας του συστήματος πληρωμών (π.χ. πιστωτικής κάρτας)
- 3) Υποκλοπές μέσα στο δίκτυο.

3.4.1 ΕΧΘΡΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Οι εχθροί που υπάρχουν και πολλές φορές γίνονται σοβαρό εμπόδιο στην σωστή χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι:

- 1) Ερασιτέχνες γνωστοί ως hackers, γενικά είναι άτομα μικρής ηλικίας με σημαντική τεχνογνωσία.
- 2) Επαγγελματίες ηλεκτρονικοί κακοποιοί.
- 3) Μυστικές υπηρεσίες.
- 4) Υπάλληλοι που νοιώθουν αδικημένοι.
- 5) Αυτόνομα κακόβουλα προγράμματα οι γνωστοί σε πολλούς ιοί που μολύνουν τα αρχεία και αποτελούν μεγάλο κίνδυνο.
- 6) Υποκλοπές δεδομένων που γίνονται με ειδικά μηχανήματα στο δίκτυο.
- 7) Καταστροφική μαζική αλλοίωση δεδομένων (μαύρισμα οθόνης).
- 8) Επιλεκτική αλλοίωση δεδομένων (κάποιων συγκεκριμένων συνήθως χρήσιμων δεδομένων).

3.4.2 ΛΥΣΕΙΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

Ένα σύστημα σωστά στημένο, απο τεχνικής πλευράς, λύνει αυτόματα πολλά προβλήματα ασφαλείας.

Οι πιθανές λύσεις που μπορούν να προταθούν είναι οι εξής:

- 1) Επιλογή σωστού ειδικευμένου προσωπικού (π.χ. διαχειριστής συστήματος και διαχειριστής web ή server).
- 2) Διοικητική προσαρμογή που είναι το πιο δύσκολο κομμάτι της εγκατάστασης, όπου σε αυτό το σημείο αν γίνουν λάθη η ασφάλεια παύει να είναι εφικτή. Η διοίκηση υποστηρίζει απόλυτα το σχέδιο όχι μόνο αρχικά αλλά και διαχρονικά.
- 3) Αρχές ηλεκτρονικής ασφάλειας όπως η ύπαρξη μίας καλής ηλεκτρονικής κλειδαριάς.¹
- 4) Κρυπτογραφία όπου θα υπάρχει κρυπτογράφηση των κειμένων δηλαδή κωδικοποίηση των πληροφοριών.²

1.Πασχόπουλος, Αρσένης, Ηλεκτρονικό εμπόριο: νέο περιβάλλον, νέα εργαλεία, νέοι ηγέτες. Αθήνα: Κλειδάριθμος, 2000. σ. 69-77.

2. Πομπόρτσης, Ανδρέας Σ., Εισαγωγή στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Θεσσαλονίκη: Τζιόλα, 2002. σ. 142.

3.5 ΧΡΗΣΤΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Η ανάπτυξη του παγκόσμιου ιστού αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα. Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία και εκτιμήσεις υπάρχουν στην Ελλάδα σήμερα περίπου 350.000-400.000 χρήστες από τους οποίους το 50% σε εμπορικά και 50% σε ακαδημαϊκά δίκτυα. Τον τελευταίο χρόνο ο αριθμός των IP (Internet Protocol, Πρωτόκολλο Διαδικτύου) αυξήθηκε κατά 80% ενώ παράλληλα τα domain names (ονόματα δικτυακών τόπων) είχαν αύξηση κατά 180%. Παρά την εντυπωσιακή αυτή αύξηση η χρήση του Διαδικτύου στην Ελλάδα παραμένει περιορισμένη. Το 1998 η διείσδυση ήταν το 3% του πληθυσμού ενώ στα τέλη του 2000 το 6%. Για το 2000 αναφέρεται ενδεικτικά ότι η διείσδυση στο Βέλγιο είναι το 23%, στην Ισπανία το 13% και στην Φιλανδία το 49%.

Όσο αφορά την Ελλάδα, μέχρι πρότινος το Διαδίκτυο αποτελούσε ένα ακόμη κανάλι προώθησης και προβολής προϊόντων και υπηρεσιών χωρίς να προσφέρει την δυνατότητα στον τελικό καταναλωτή να υλοποιεί τις αγορές μέσω αυτού. Αυτήν τη στιγμή γίνονται οι πρώτες προσπάθειες για την δημιουργία αξιόπιστων ηλεκτρονικών καταστημάτων που θα βοηθήσουν τους χρήστες και πελάτες του Internet να κάνουν τις

αγορές τους μέσα από τον χώρο του σπιτιού τους με την απόλυτη ασφάλεια που απαιτείται.¹

Μετά από προσωπικές έρευνες διαπιστώνεται ότι στην Ελλάδα οι χρήστες δεν εμπιστεύονται σχεδόν καθόλου αυτό το μέσο συναλλαγής. Στις βιβλιοθήκες δεν υπάρχει καθόλου το φαινόμενο του ηλεκτρονικού εμπορίου ενώ στον χώρο των βιβλιοπωλείων γίνονται οι πρώτες προσπάθειες για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και ευελπιστούν για το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα.

1. Δουκίδης, Γεώργιος, Ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα: σημερινή κατάσταση και προοπτικές. Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. σ. 2.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΕΣ

Ο όρος βιβλιοθήκη είναι ελληνικός και χρησιμοποιήθηκε πρώτη φορά από τους Έλληνες και τους ρωμαίους για να δηλώσει ένα μεγάλο αριθμό βιβλίων, είτε ένα χώρο μέσα στον οποίο είναι τοποθετημένα βιβλία.

Μέσα απο έρευνα που έγινε διαπιστώνεται ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν κινείται καθόλου μέσα από τον χώρο της βιβλιοθήκης. Είναι άγνωστο ακόμη αν και στο μέλλον θα χρησιμοποιηθεί , εάν δηλαδή οι παραγγελίες των βιβλίων και των άλλων τεκμηρίων (π.χ. περιοδικών, εφημερίδων κ.α.) θα αγοράζονται κάποια στιγμή ηλεκτρονικά απο τους διάφορους εκδοτικούς οίκους.

Από ηλεκτρονικής μορφής όλες σχεδόν οι βιβλιοθήκες στην Ελλάδα (π.χ. δημόσιες, ακαδημαϊκές, ειδικές κ.α.) έχουν δημιουργήσει ιστοσελίδες όπου μέσα σε αυτές μπορούμε να βρούμε ιστορικά βιβλιοθηκών, έναν ηλεκτρονικό κατάλογο με την συλλογή που παραβρίσκεται στην βιβλιοθήκη και μπορεί να μας ενημερώσει αν και μόνο το συγκεκριμένο βιβλίο που αναζητάμε βρίσκεται μέσα στην υπάρχουσα συλλογή, κάποιες βάσεις δεδομένων και πολλά άλλα θέματα που θα βοηθήσουν

την έρευνα μας να γίνει καλύτερη και εύκολη και να μας δώσει τα επιθυμητά αποτελέσματα από όποιο χώρο και αν εργαζόμαστε. Αλλά τουλάχιστον για τα χρόνια που έρχονται φαντάζει αδύνατον να μπορούμε να δανειστούμε ένα βιβλίο ηλεκτρονικά! Γιατί όχι; Αν το σκεφτούμε καλύτερα αυτός θα ήταν ένας τρόπος να προσεγγίζουμε κόσμο ακόμη και στη «ηλεκτρονική βιβλιοθήκη»!!!

4.1.1 ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ



<http://www.lib.uom.gr>

ΣΚΟΠΟΣ: Ο σκοπός για την δημιουργία αυτής της ιστοσελίδας απο το Πανεπιστήμιο Μακεδονίας της Θεσσαλονίκης είναι η σωστή ενημέρωση όλων όσων την επισκέπτονται. Γίνετε μία σφαιρική ενημέρωση γύρω απο τους τομείς και τα θέματα που καλύπτει το Πανεπιστήμιο. Παρέχει πληροφορίες που αφορούν την βιβλιοθήκη (νέα, ωράριο

λειτουργίας, ηλεκτρονική ξενάγηση, πλάνο βιβλιοθήκης κ.α.) καθώς επίσης και έναν οδηγό για τον τρόπο λειτουργίας της βιβλιοθήκης. Βεβαίως μέσα απο αυτήν την ιστοσελίδα δεν θα μπορούσε να λείπει και ο ηλεκτρονικός κατάλογος των βιβλίων, περιοδικών, οι βάσεις δεδομένων και τα ηλεκτρονικά περιοδικά που διαθέτει η βιβλιοθήκη.

ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΤΗΤΑ: Για την αυθεντικότητα αυτής της πηγής θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι άρτια αφού μιλάμε για ένα από τα μεγαλύτερα Πανεπιστήμια της χώρας και μία απο τις καλύτερες σε οργάνωση βιβλιοθήκες. Η ιστοσελίδα αυτή δημιουργήθηκε από το Πανεπιστήμιο Μακεδονίας το 1998 και είναι πλήρως ενημερωμένη αφού η τελευταία διαμόρφωση για τα νέα δεδομένα έγινε τον Φεβρουάριο του 2003. Μέσα από την ιστοσελίδα μας δίνει την δυνατότητα σε περίπτωση που υπάρχουν προβλήματα για την χρήση της να απευθυνθούμε απευθείας στο τμήμα μηχανογράφησης και δικτύωσης της βιβλιοθήκης.

ΑΡΤΙΟΤΗΤΑ: Δεν μπορούμε να την χαρακτηρίσουμε ελλιπή αφού ανταποκρίνεται απόλυτα στον σκοπό που εξυπηρετεί. Καλύπτει άμεσα τις πληροφοριακές ανάγκες του κοινού της. Μέσα στην ιστοσελίδα μπορούμε να βρούμε μία (on-line) συλλογή απο 50.000 τίτλους βιβλίων και 1.168 περιοδικών

ελληνικών και ξένων, καθώς επίσης και τίτλους απο διπλωματικές εργασίες και κλαδικές μελέτες (της ICAP και του IOBE). Ακόμη δίνει την δυνατότητα με την συμπλήρωση μίας αίτησης στον χώρο της βιβλιοθήκης να δοθεί ένας κωδικός με τον οποίο θα μπορεί ο κάθε χρήστης να κάνει την έρευνα του στα ηλεκτρονικά περιοδικά και τις βάσεις δεδομένων τις βιβλιοθήκης και απο τον προσωπικό του χώρο.

ΚΟΣΤΟΣ-ΚΟΙΝΟ: Το κόστος που μπορεί να έχει κάποιος όταν επισκεφτεί την ιστοσελίδα από τον προσωπικό του χώρο είναι το ελάχιστο δυνατό κόστος (Internet σύνδεση) γιατί η ιστοσελίδα διατίθεται δωρεάν.

Το κοινό στο οποίο απευθύνεται είναι κυρίως οι ίδιοι οι φοιτητές του Πανεπιστημίου Μακεδονίας και το διδακτικό προσωπικό του. Φυσικά η πρόσβαση είναι ελεύθερη και για κάθε εξωτερικό χρήστη που ενδιαφέρεται να αποκτήσει οποιαδήποτε πληροφορία που θα του φανεί χρήσιμη.

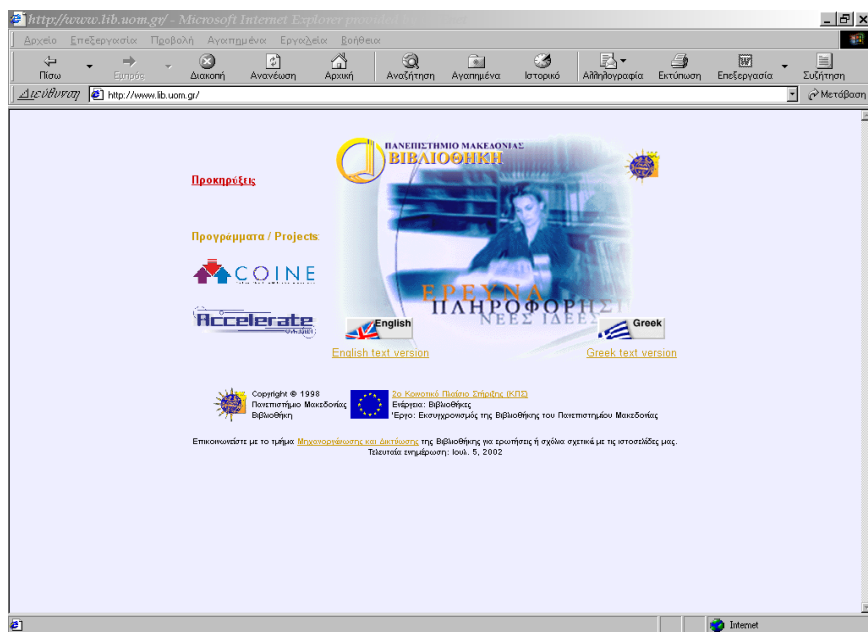
ΠΟΙΟΤΗΤΑ: Η ποιότητα της παρουσίασης των δεδομένων της θα μπορούσε να χαρακτηριστεί φιλική προς το περιβάλλον της και τους χρήστες αφού είναι εύκολη στην χρήση της. Όλα μέσα στην ιστοσελίδα λειτουργούν με συνδέσμους που κάνουν πιο γρήγορη την μετακίνηση τους μέσα στον χώρο του δικτύου.

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ: Η ηλεκτρονική αυτή βιβλιοθήκη παρουσιάζει με έντονα χρώματα τις πληροφορίες που θέλει να τονίσει για να γίνονται πιο εύκολα προσιτές στους χρήστες. Για την έρευνα χρησιμοποιούνται σύνδεσμοι που μόλις επιλεγούν αλλάζουν χρώμα, συγκεκριμένα γίνονται κίτρινοι, και αυτόματα γίνετε η μετακίνηση. Μέσα στην ιστοσελίδα μπορεί να γίνει χρήση δύο γλωσσών της ελληνικής και της αγγλικής.

ΔΟΜΗ: Η δομή της ιστοσελίδας γίνεται σαφώς πιο εύκολη με την χρήση των συνδέσμων. Στην αρχική σελίδα (εικόνα 4.1) επιλέγεις την γλώσσα που θέλεις να κάνεις την έρευνα σου και αμέσως σε μεταφέρει σε μία σελίδα με πλήθος επιλογών και συνδέσμων που με διάφορες μετακινήσεις μπορείς να φτάσεις στο επιθυμητό αποτέλεσμα.

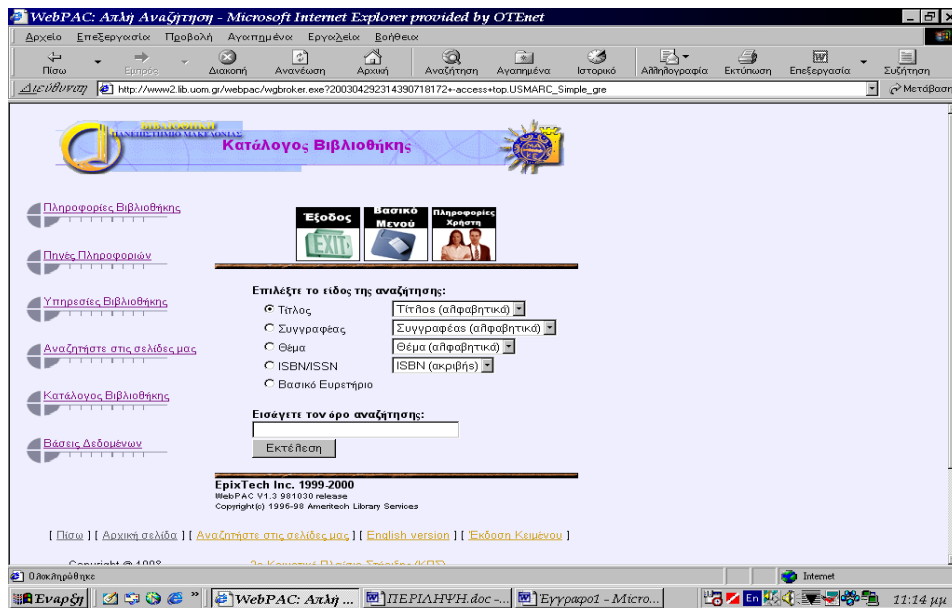
Περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικές με την βιβλιοθήκη (νέα, ωράριο κ.α.), τον δανεισμό, διαδανεισμό, αιτήσεις, κρατήσεις, αλλαγή στοιχείων, τον κατάλογο της βιβλιοθήκης με τα βιβλία, τα περιοδικά, τους νόμους, τις κλαδικές μελέτες, τις διπλωματικές εργασίες, τις βάσεις δεδομένων και τα ηλεκτρονικά περιοδικά.

Ένα απο τα βασικότερα πλεονεκτήματα αυτής της ιστοσελίδας είναι το πλήθος των βάσεων δεδομένων (με χρήση κωδικού) για την αναζήτηση στοιχείων ή άρθρων μέσα από τα ηλεκτρονικά περιοδικά.



Εικόνα 4.1: Αρχική σελίδα ηλεκτρονικής βιβλιοθήκης Πανεπιστημίου Μακεδονίας.

ΤΡΟΠΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ: Υπάρχουν δύο τρόποι αναζήτησης μέσα στην ιστοσελίδα. Ο πρώτος είναι με την μετακίνηση μέσω συνδέσμων και ο δεύτερος είναι απο το πλαίσιο της αναζήτησης (απλής και σύνθετης) του καταλόγου (εικόνα 4.2) με λέξεις κλειδιά ή κάποιο γνωστό στοιχείο που θα μπορούσε να μας οδηγήσει στο βιβλίο που αναζητάμε (π.χ. θέμα, συγγραφέας, τίτλος κ.α.).



Εικόνα 4.2: Φόρμα αναζήτησης στον κατάλογο της βιβλιοθήκης.

4.1.1.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ «ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ: ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ»

Η βιβλιοθήκη του Πανεπιστημίου Μακεδονίας δεν έχει καμία σχέση προς το παρόν με το ηλεκτρονικό εμπόριο, δηλώνει όμως ότι στο μέλλον θα ήθελαν να το χρησιμοποιήσουν και αυτοί για τις παραγγελίες των βιβλίων τους γιατί έχει καλές τιμές, πιο γρήγορη εξυπηρέτηση, εκδοτική ενημέρωση, διαφήμιση και πληροφορεί απευθείας για το ποιές παραγγελίες θα διεκπεραιωθούν αμέσως.

4.1.2 ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

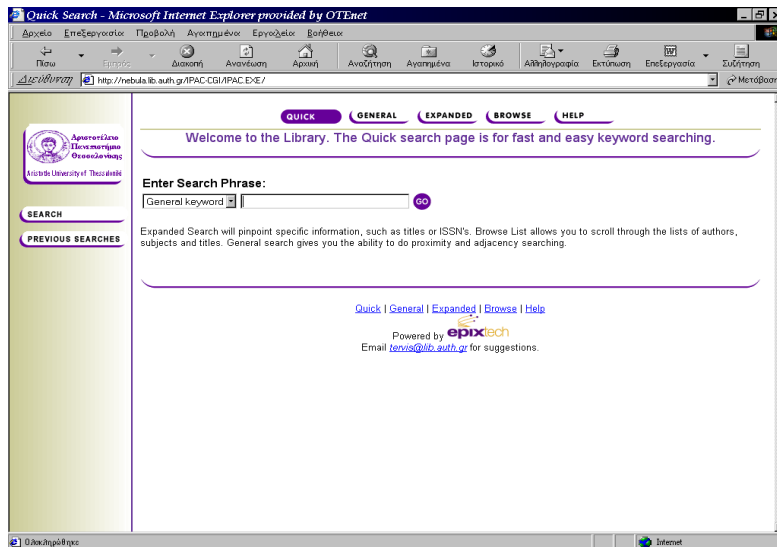


(<http://www.lib.auth.gr>)

ΣΚΟΠΟΣ: Η δημιουργία αυτής της ιστοσελίδας που έγινε απο το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης έχει σαν σκοπό την ενημέρωση όλων όσων την επισκέπτονται ηλεκτρονικά γύρω απο τα θέματα, την ιστορία και τα νέα του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου και πιο συγκεκριμένα της κεντρικής βιβλιοθήκης του. Παρέχει πληροφορίες για τον ηλεκτρονικό κατάλογο της βιβλιοθήκης, τα ηλεκτρονικά περιοδικά και τις βάσεις δεδομένων. Ακόμη περιλαμβάνει και έναν κατάλογο με επιλεγμένες ηλεκτρονικές διευθύνσεις ελληνικών βιβλιοθηκών και έναν οδηγό για τον τρόπο και τις ώρες λειτουργίας της βιβλιοθήκης.

ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΤΗΤΑ: Κανείς δεν μπορεί να αμφισβητήσει την αυθεντικότητα μιας τέτοιας ηλεκτρονικής βιβλιοθήκης όπως είναι του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου της Θεσσαλονίκης και πόσο μάλλον μιας βιβλιοθήκης με μεγάλη ιστορία που λειτουργεί από τον Ιούλιο του 1927 και διατίθεται πλέον και ηλεκτρονικά. Είναι πλήρως ενημερωμένη με τα νέα δεδομένα που ισχύουν έως σήμερα στον χώρο της, η τελευταία ανανέωση της ιστοσελίδας έγινε τον Μάρτιο του 2003.

ΑΡΤΙΟΤΗΤΑ: Περιλαμβάνει μία άρτια ηλεκτρονική συλλογή αφού τα θέματα που καλύπτονται ηλεκτρονικά βοηθούν στην γρήγορη και εύκολη αναζήτηση(εικόνα 4.3) και μέσα απο κάθε προσωπικό χώρο. Μέσα στην ηλεκτρονική αυτή βιβλιοθήκη μπορούμε να βρούμε βιβλία (απο όλες τις σχολές που καλύπτει το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης) όπου 2.000 τίτλους βιβλίων ανήκουν στην βιβλιοθήκη και ένας τεράστιος όγκος απο σημαντικές δωρεές που έγιναν σε αυτήν και αποτελούν ένα απο τα σημαντικότερα κομμάτια αυτής της συλλογής. Ακόμη διατίθενται ηλεκτρονικά περιοδικά, βάσεις δεδομένων και ένας κατάλογος περιοδικών από το Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης (Ε. Κ. Τ.).



Εικόνα 4.3: Σελίδα αναζήτησης.

ΚΟΣΤΟΣ-ΚΟΙΝΟ: Όσο για το κόστος της είναι δωρεάν και το μόνο που στοιχίζει όταν χρησιμοποιείται από προσωπικούς χώρους είναι το ελάχιστο δυνατό μίας σύνδεσης.

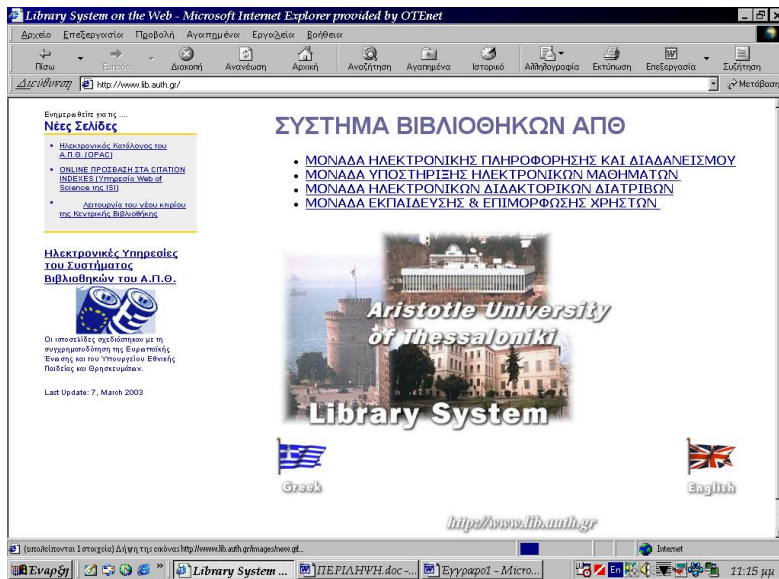
Απευθύνεται κυρίως στους φοιτητές του Αριστοτελείου και εκπαιδευτές του, καθώς και σε οποιονδήποτε χρήστη που ενδιαφέρεται να αποκομίσει πληροφορίες που θα καλύψουν τις ανάγκες του.

ΠΟΙΟΤΗΤΑ: Παρουσιάζει μία ποιότητα φιλική προς το περιβάλλον που απευθύνεται. Δίνει την δυνατότητα αναζήτησης μέσω κατηγοριών (π.χ. ηλεκτρονικός κατάλογος, ηλεκτρονικά περιοδικά, βάσεις δεδομένων, εκπαιδευτικοί οδηγοί κ.α.) οπού επιλέγοντας μία από τις κατηγορίες μας εμφανίζει

υποκατηγορίες ή επεξηγήσεις ώστε ψάχνοντας να βρούμε αυτό ακριβώς που θέλουμε. Πολύ καλή οργάνωση.

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ: Η ηλεκτρονική αυτή βιβλιοθήκη είναι στολισμένη με απαλά χρώματα, κυρίως το γαλάζιο και το μπλε, χωρίς να είναι κάτι υπερβολικό. Χρησιμοποιούνται δύο γλώσσες για την έρευνα, η ελληνική και η αγγλική. Όλη η κίνηση μέσα σε αυτήν την ιστοσελίδα γίνεται με την χρήση συνδέσμων όπου με την επιλογή τους ερευνάς μέσα σε ένα πλήθος απο πληροφορίες που διαθέτει.

ΔΟΜΗ: Απο την αρχική της σελίδα (εικόνα 4.4) είναι απλή χωρίς εντυπωσιακά χρώματα και σχέδια. Επιλέγοντας την γλώσσα εμφανίζονται πλήθος απο άλλες επιλογές. Φυσικά δίνονται στοιχεία για τον δανεισμό των βιβλίων και τον διαδανεισμό. Τα σημαντικότερα όμως σημεία μίας τέτοιας ιστοσελίδας είναι η έρευνα και η εύρεση βιβλίων στον ηλεκτρονικό της κατάλογο καθώς επίσης και ο εντοπισμός άρθρων και στοιχείων απο τα ηλεκτρονικά περιοδικά και τις βάσεις δεδομένων της βιβλιοθήκης.



Εικόνα 4.4: Αρχική σελίδα του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου.

ΤΡΟΠΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ: Η έρευνα μπορεί να γίνει αμέσως από την επιλογή της αναζήτησης με λέξεις κλειδιά και άλλα στοιχεία του βιβλίου που θα κάνουν πιο εύκολο τον εντοπισμό του. Επίσης άλλος ένας τρόπος είναι με τους τελεστές Boolean (and, or, not) και με την χρήση συνδέσμων.

4.1.2.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ «ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ: ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ»

Η βιβλιοθήκη του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης δεν ασχολείται καθόλου με το ηλεκτρονικό εμπόριο για τις παραγγελίες των βιβλίων της. Στο μέλλον είναι αβέβαιο αν θα ασχοληθεί με αυτό γιατί θεωρεί δύσκολη την

ασφάλεια των παραγγελιών που θα διεξάγει πόσο μάλλον την πληρωμή με πιστωτική κάρτα απο ένα μεγάλο ίδρυμα όπως είναι του Αριστοτελείου.

4.1.3 ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ ΔΗΜΟΚΡΙΤΕΙΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΘΡΑΚΗΣ



(<http://www.lib.duth.gr>)

ΣΚΟΠΟΣ: Αποστολή αυτής της ηλεκτρονικής βιβλιοθήκης είναι να αποτελέσει το σημαντικότερο όργανο κατά πόλεις και τμήματα βιβλιοθηκών έτσι ώστε να διευκολύνει το Πανεπιστήμιο στην επίτευξη των εκπαιδευτικών και ερευνητικών στόχων του, παρέχοντας και προωθώντας στην κοινότητα με τον καλύτερο δυνατόν τρόπο, την καταγραμμένη γνώση. Εξασφαλίζει στους χρήστες την άμεση πρόσβαση σε κάθε διατιθέμενη πληροφορία και αποτελεί ένα σύγχρονο κέντρο διαχείρισης της πληροφόρησης. Βέβαια σαν στόχο έχει

να συγκεντρώσει την πνευματική παραγωγή του ιδρύματος και της Θράκης γενικότερα.

ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΤΗΤΑ: Είναι μία ενημερωμένη βιβλιοθήκη μιας μεγάλης Πανεπιστημιακής κοινότητας που εδρεύει σε τέσσερεις μεγάλες πόλεις της Ελλάδας (Κομοτηνή, Ξάνθη, Αλεξανδρούπολη, Ορεστιάδα). Αυτό και μόνο την κάνει αξιόπιστη και αυθεντική.

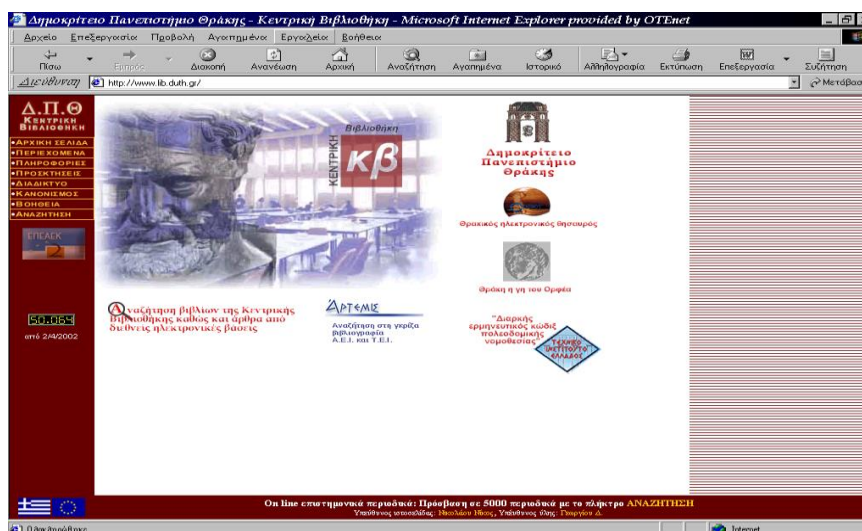
ΑΡΤΙΟΤΗΤΑ: Η ιστοσελίδα αυτή περιλαμβάνει πληροφορίες για της ξεχωριστές βιβλιοθήκες των τμημάτων που κατέχει καθώς και για άλλες βιβλιοθήκες Α. Ε. Ι. (Ανώτατων Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων) και Τ. Ε. Ι (Τεχνολογικών Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων). Έχει πρόσβαση σε 5.000 περιοδικά καθώς επίσης παρακολουθεί και την διεθνή βιβλιογραφία.

ΚΟΣΤΟΣ-ΚΟΙΝΟ: Το κόστος αυτής της ιστοσελίδας είναι δωρεάν μέσω του πανεπιστημιακού δικτύου και για τις οποίες παρέχεται πρόσβαση από το σπίτι, το γραφείο, το δωμάτιο εστίας και τον χώρο της βιβλιοθήκης.

Απευθύνεται τόσο στην ακαδημαϊκή κοινότητα όσο και την ευρύτερη επιστημονική κοινότητα χωρίς γεωγραφικούς και χρονικούς περιορισμούς.

ΠΟΙΟΤΗΤΑ: Οι πληροφορίες που παρέχει αυτή η ιστοσελίδα παρατίθενται σε μία ποικιλία συνδέσμων τα οποία είναι καθαρά, ευανάγνωστα και ευπαρουσίαστα.

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ: Η ιστοσελίδα αυτή περικλείεται με κόκκινο σκούρο χρώμα. Οι πληροφορίες δίνονται με έντονα γράμματα και η χρήση των συνδέσμων υπάρχει σε μεγάλο βαθμό(εικόνα 4.5).



Εικόνα 4.5: Παρουσίαση αρχικής σελίδας του Δημοκρίτειου Πανεπιστημίου Θράκης.

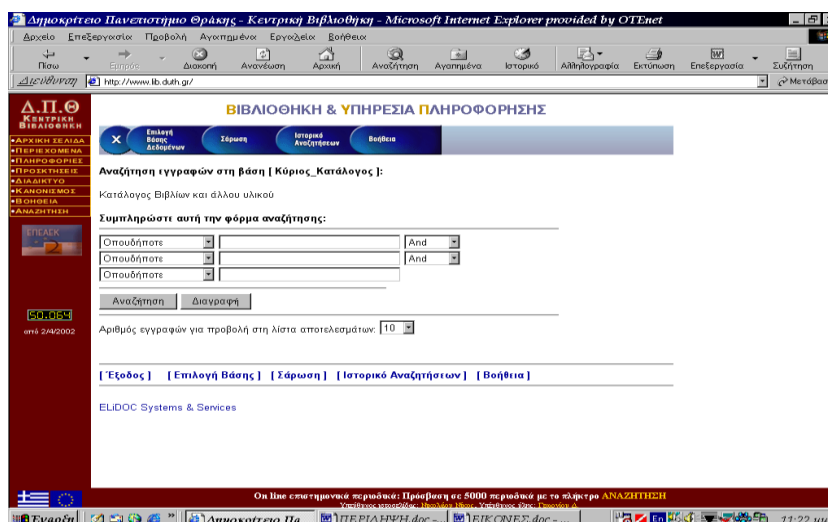
ΔΟΜΗ: Στην αρχική σελίδα δίνεται ένα πλήθος απο συνδέσμους που οδηγούν στην αναζήτηση, σε κάποιες πληροφορίες που δίνονται για την Θράκη κ.α. Μέσα στο κυρίως μέρος μπορούμε να αναζητήσουμε όλα τα τεκμήρια που

περιλαμβάνει η βιβλιοθήκη (βιβλία, περιοδικά, εφημερίδες, χειρόγραφα, φίλμ, οπτικοακουστικές καταγραφές, παρτιτούρες, χάρτες, σχέδια, εικόνες, φωτογραφίες, εκτυπώσεις).

ΤΡΟΠΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ: Η έρευνα γίνεται με την χρήση συνδέσμων και με τους Boolean τελεστές (and, or, not) απο την επιλογή της αναζήτησης (εικόνες 4.6 και 4.7).



Εικόνα 4.6: Επιλογές αναζήτησης.

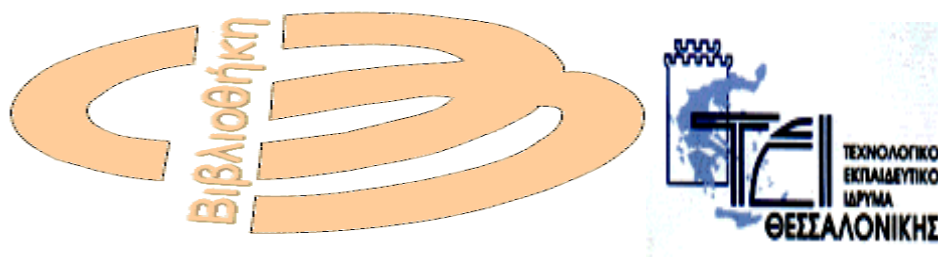


Εικόνα 4.7: Φόρμα αναζήτησης.

4.1.3.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ «ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ: ΔΗΜΟΚΡΙΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΡΑΚΗΣ»

Ούτε η βιβλιοθήκη του Δημοκρίτειου Πανεπιστημίου Θράκης ασχολείται με το ηλεκτρονικό εμπόριο για τις συναλλαγές της. Στο μέλλον και αν οι απαιτήσεις της εποχής το κρίνουν απαραίτητο ίσως και αυτοί αναγκαστούν να το βάλουν στο πρόγραμμά τους για να διεξάγουν τις παραγγελίες τους.

4.1.4 ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ ΑΝΩΤΑΤΟΥ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ



(<http://www.lib.teithe.gr>)

ΣΚΟΠΟΣ: Ο σκοπός της ιστοσελίδας της βιβλιοθήκης είναι η εξυπηρέτηση των αναγκών των σπουδαστών και των εκπαιδευτικών του ιδρύματος αλλά και για όποιον επιθυμεί να μάθει για τις ανάγκες που καλύπτει αυτή η βιβλιοθήκη. Μέσα από αυτήν την ιστοσελίδα μπορούμε να έχουμε πρόσβαση σε ένα τεράστιο αριθμό ελληνικών και ξένων πηγών πληροφόρησης που βρίσκεται στο Διαδίκτυο.

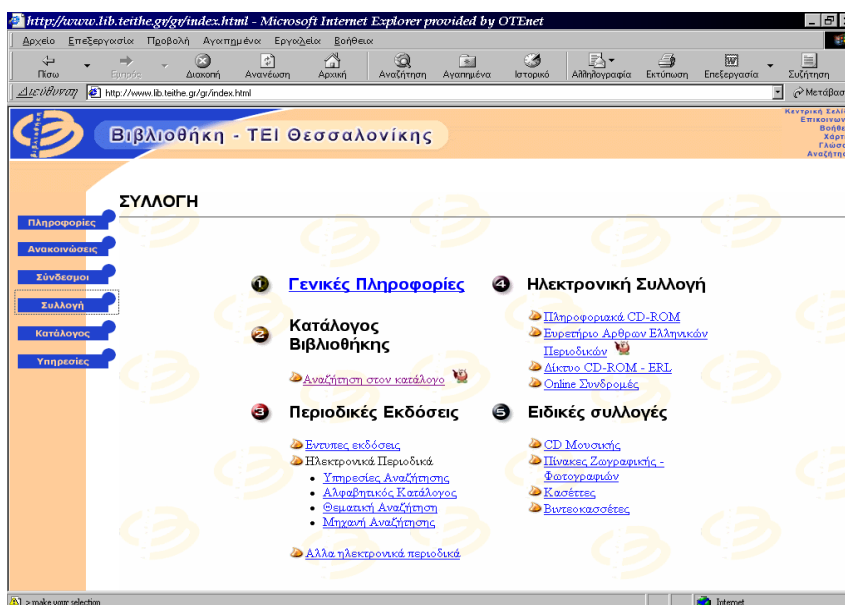
ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΤΗΤΑ: Η αυθεντικότητα της σελίδας είναι ανάλογη με το κύρος που μπορεί να έχει ένα από τα μεγαλύτερα εκπαιδευτικά ιδρύματα της χώρας μας. Είναι ενημερωμένη με τα νέα δεδομένα και η τελευταία ανανέωση της έγινε τον Απρίλιο του 2002.

ΑΡΤΙΟΤΗΤΑ: Περιλαμβάνει μία άρτια συλλογή με υλικό από όλους τους τομείς της γνώσης που καλύπτονται από τα τμήματα που λειτουργούν στο Ίδρυμα. Αυτή η ιστοσελίδα ανταποκρίνεται στους στόχους που έχει θέσει.

ΚΟΣΤΟΣ-ΚΟΙΝΟ: Το κόστος για την πρόσβαση είναι δωρεάν μέσα από τους χώρους του ιδρύματος και έξω από αυτόν στοιχίζει το ελάχιστο δυνατό μιας σύνδεσης στο Διαδίκτυο.

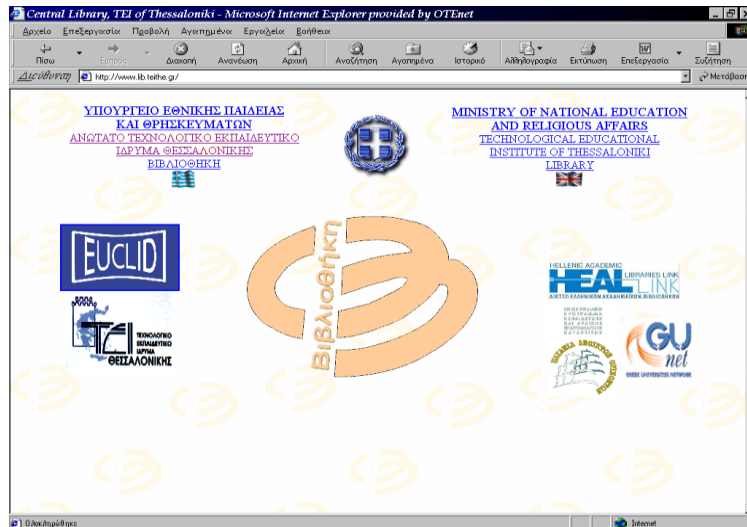
Το κοινό στο οποίο απευθύνεται είναι οι σπουδαστές, εκπαιδευτικοί και διοικητικοί υπάλληλοι του ΤΕΙ, αλλά λόγω του όγκου των πληροφοριών που καλύπτει στο κοινό της μπορεί να ανήκει και οποιοσδήποτε χρήστης επιθυμεί να κάνει την έρευνά του.

ΠΟΙΟΤΗΤΑ: Η ποιότητα της ηλεκτρονικής αυτής βιβλιοθήκης θα μπορούσε να θεωρηθεί πολύ καλή. Παρουσιάζει τα θέματα της με επιλογή συνδέσμων (εικόνα 4.8).



Εικόνα 4.8: Παρουσίαση Θεμάτων.

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ: Η ιστοσελίδα αυτή έχει απαλά χρώματα που δεν κουράζουν και δεν παρουσιάζουν καμία υπερβολή. Γίνεται χρήση δύο γλωσσών, της ελληνικής και της αγγλικής (εικόνα 4.9). Για περισσότερες πληροφορίες γίνεται μετακίνηση μέσα στον χώρο του δικτύου με την χρήση συνδέσμων.



Εικόνα 4.9: Αρχική σελίδα.

ΔΟΜΗ: Η δομή της ιστοσελίδας είναι απλή χωρίς εντυπωσιακά χρώματα και σχέδια. Οι σύνδεσμοι δίνουν πληροφορίες για τον κατάλογο, τις ηλεκτρονικές συλλογές, περιοδικές εκδόσεις, πληροφοριακή συλλογή (δεν δανείζεται). Υπάρχουν και σύνδεσμοι που οδηγούν προς άλλες πηγές όπου εκεί εντοπίζονται άλλοι σύνδεσμοι που οδηγούν στο σημείο της έρευνας που θέλουμε να φτάσουμε.

ΤΡΟΠΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ: Οι τρόποι με τους οποίους μπορούμε να κάνουμε την έρευνα μας, είναι σε δύο γλώσσες την ελληνική και την αγγλική. Στην αναζήτηση μπορεί να γίνει χρήση από λέξεις-κλειδιά και τους Boolean τελεστές (and, or, not). Όλη η μετακίνηση μέσα στην ιστοσελίδα γίνεται με την χρήση των συνδέσμων της.

4.1.4.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ «ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ»

Η βιβλιοθήκη του Ανωτάτου Τεχνολογικού Ιδρύματος Θεσσαλονίκης δεν χρησιμοποιεί το ηλεκτρονικό εμπόριο για τις παραγγελίες των βιβλίων της ούτε επιθυμεί να το χρησιμοποιήσει στο μέλλον. Όλες οι συναλλαγές τους μέχρι τώρα γίνονται με ασφάλεια και δεν επιθυμούν μια τέτοια αλλαγή.

4.1.5 ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ ΑΝΩΤΑΤΟΥ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ



(<http://www.library.teikav.edu.gr>)

ΣΚΟΠΟΣ: Ο σκοπός της ύπαρξης της ηλεκτρονικής βιβλιοθήκης του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος της Καβάλας είναι η κάλυψη για τις εκπαιδευτικές και ερευνητικές

ανάγκες των μελών του ιδρύματος με στόχο την έγκυρη και άμεση πληροφόρηση.

ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΤΗΤΑ: Η ιστοσελίδα εκπροσωπεί την βιβλιοθήκη ενός ιδρύματος από τα καλύτερα της χώρας και είναι αρκετά αξιόπιστη. Βέβαια σημαντικό είναι ακόμη το γεγονός να αναφέρουμε ότι η ιστοσελίδα αυτή δεν έχει ολοκληρωθεί ακόμη η κατασκευή όλων των στοιχείων που επρόκειτο να διαθέσει στο κοινό της.

ΑΡΤΙΟΤΗΤΑ: Είναι μια ιστοσελίδα που με βάση τα δεδομένα που καλύπτει υπόσχεται να ανταποκριθεί σε όλες τις ανάγκες των χρηστών που θα εξυπηρετεί. Αφού θα καλύπτει ένα μεγάλο πλήθος από πληροφορίες.

ΚΟΣΤΟΣ-ΚΟΙΝΟ: Διατίθεται δωρεάν μέσα στον χώρο του ιδρύματος και αν την αναζητήσουμε μέσα από προσωπικούς μας χώρους χρεωνόμαστε με το ελάχιστο δυνατό μιας σύνδεσης στον παγκόσμιο ιστό.

Απευθύνεται στο διδακτικό προσωπικό, τους σπουδαστές, ειδικό τεχνικό προσωπικό, τους πολίτες της περιοχής και κάθε ενδιαφερόμενο ανεξάρτητα από την ηλικία ή την γεωγραφική περιοχή.

ΠΟΙΟΤΗΤΑ: Είναι φιλική προς το περιβάλλον, αρκετά εύκολη στην χρήση της αφού η πλοήγηση γίνεται εύκολα με την χρήση συνδέσμων.

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ: Η ιστοσελίδα αυτή δεν έχει έντονα χρώματα στο πλαίσιο της παρά μόνο έντονα τονίζονται οι σημαντικότερες πληροφορίες της (εικόνα 4.10).



Εικόνα 4.10: Παρουσίαση αρχικής σελίδας.

ΔΟΜΗ: Είναι μία ιστοσελίδα που δεν έχει ολοκληρωθεί ακόμη αλλά οι πληροφορίες που δηλώνει ότι θα καλύψει είναι σημαντικές. Κάτι το ξεχωριστό που δίνει είναι ένας συλλογικός κατάλογος των CD-ROMs που περιλαμβάνει η βιβλιοθήκη.

ΤΡΟΠΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ: Η έρευνα γίνεται με την χρήση συνδέσμων μέσα στον χώρο της ηλεκτρονικής βιβλιοθήκης του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος της Καβάλας.

4.1.5.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ «ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ: ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΑΒΑΛΑΣ»

Η βιβλιοθήκη του Ανώτατου Τεχνολογικού Ιδρύματος της Καβάλας δεν σκέφτεται ακόμη να μπει σε μια τέτοια διαδικασία αφού τώρα ακόμη δημιουργεί μια σωστή ηλεκτρονική σελίδα. Στο μέλλον ίσως να ασχοληθούν και αυτοί με το ηλεκτρονικό εμπόριο εάν αυτό κατακτήσει την αγορά και είναι ένα αξιόλογο και απόλυτα ασφαλές μέσον για τις συναλλαγές τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΑ

Το ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο δεν είναι τίποτα άλλο από μία διεύθυνση και μία ιστοσελίδα στο Διαδίκτυο. Αυτό μπορεί να χαρακτηριστεί ως ένα κατάστημα χωρίς τοπικούς και χρονικούς περιορισμούς που παραμένει ανοιχτό 24 ώρες το 24ωρο. Ο χρήστης μπορεί να βρει το βιβλίο, οποιουδήποτε συγγραφέα ανεξάρτητα από την γλώσσα και τον τόπο έκδοσης. Είναι πλέον προσιτό σε όλες τις χώρες του κόσμου.

Οι παραγγελίες των βιβλίων γίνονται ηλεκτρονικά μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) και όχι τηλεφωνικά ή με τηλετυπία (Fax). Οι πληρωμές γίνονται με τον τρόπο που προαναφέραμε στο κεφάλαιο 3.3 με πιστωτική κάρτα ή ηλεκτρονικές επιταγές.

Κάθε βιβλιοπωλείο βέβαια ακολουθεί την δική του πολιτική και τακτική για την οργάνωση του ηλεκτρονικού καταστήματος. Φυσικά θα πρέπει να δίνεται μεγάλη προσοχή στην σωστή κατανομή των βιβλίων που έχει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα.

Προσεγγίζοντας ο πελάτης στον δικτυακό χώρο δεν έχει κανέναν να τον βοηθήσει για το πώς θα βρει ένα βιβλίο που

θέλει. Έτσι θα πρέπει να υπάρχει μία λίστα με τα καλύτερα βιβλία και έπειτα να χωρίζει όλη τη διαθέσιμη συλλογή σε κατηγορίες (π.χ. λογοτεχνία, ποίηση, ιστορικά κ.α.). Στα βιβλία δίπλα θα πρέπει να υπάρχει μία κριτική όπου όποιος δεν έχει αγοράσει ακόμη βιβλίο να μπορεί να πάρει μία γνώμη για το περιεχόμενό τους.

Για τον εντοπισμό των βιβλίων στην κεντρική σελίδα του βιβλιοπωλείου θα πρέπει να υπάρχει μία μηχανή αναζήτησης που ψάχνοντας ο χρήστης να βρει το βιβλίο με την κριτική του και σαφώς την τιμή του. Σε περίπτωση που δεν βρει το βιβλίο που χρειάζεται, πολλά βιβλιοπωλεία δίνουν την δυνατότητα στον χρήστη να παραγγείλει το βιβλίο αυτό μέσα από κάποιες οδηγίες συμπλήρωσης ενός δελτίου παραγγελίας καθώς επίσης δηλώνεται αναλυτικά και ο τρόπος χρέωσης και τα μεταφορικά. Σε μια ή δυο μέρες το βιβλιοπωλείο στέλνει ένα μήνυμα στον πελάτη για να τον ευχαριστήσει και να τον ενημερώσει για την κατάσταση της παραγγελίας του. Η αποστολή γίνεται μέσω ΕΛΤΑ ή με εταιρία ταχυμεταφοράς (courier) ή με μεταφορικό μέσο του βιβλιοπωλείου.

Παρακάτω αναφέρονται διάφορα ηλεκτρονικά βιβλιοπωλεία που ασχολούνται με το ηλεκτρονικό εμπόριο.

5.1.1 ΙΑΝΟΣ



(<http://www.ianos.gr>)

ΣΚΟΠΟΣ: Ο σκοπός του ηλεκτρονικού αυτού βιβλιοπωλείου του εκδοτικού οίκου Ιανού είναι η προβολή και η διάδοση του ελληνικού βιβλίου στα πλαίσια της χώρας μας αλλά και του εξωτερικού, και ιδιαίτερα ανθρώπων της διασποράς που επιθυμούν να μάθουν πως κινείται και τι εκδίδεται από βιβλία στην Ελλάδα. Στόχος του είναι να καλύψει τις ανάγκες της επιστημονικής κοινότητας, για έγκυρη ενημέρωση αναφορικά με την ελληνική βιβλιογραφία και να διαφημίσει το βιβλιοπωλείο μέσω του Διαδικτύου.

ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΤΗΤΑ: Το βιβλιοπωλείο Ιανός είναι θα λέγαμε ένα ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο πλήρες απο άποψη κάλυψης των πληροφοριακών αναγκών αφού περιλαμβάνει όλες τις θεματικές κατηγορίες της ανθρώπινης γνώσης. Το βιβλιοπωλείο λειτουργεί απο το 1984 και το βρίσκουμε και ηλεκτρονικά απο το 1998.

ΑΡΤΙΟΤΗΤΑ: Ανταποκρίνεται σχεδόν απόλυτα στο σκοπό που εξυπηρετεί. Καλύπτει όλες τις θεματικές κατηγορίες της

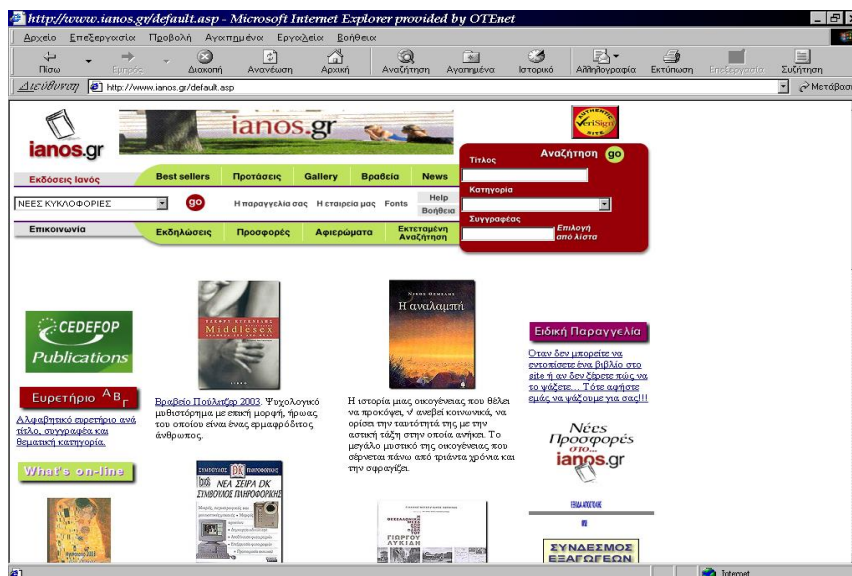
ανθρώπινης γνώσης όπως λογοτεχνία, ιστορία, λεξικά, εγκυκλοπαίδειες...κ.α. όπου επιλέγοντας μία απο τις κατηγορίες θα συναντήσουμε ένα πλήθος από βιβλία με όλα τα στοιχεία τους που το κάνουν πιο προσιτό στους χρήστες.

ΚΟΣΤΟΣ-ΚΟΙΝΟ: Η πρόσβαση για την χρήση αυτής της ιστοσελίδας είναι δωρεάν.

Απευθύνεται σε όλους τους ανθρώπους κάθε ηλικίας και χώρας που ενδιαφέρονται να μάθουν για την ύπαρξη του ή να αγοράσουν κάποιο από τα βιβλία του βιβλιοπωλείου.

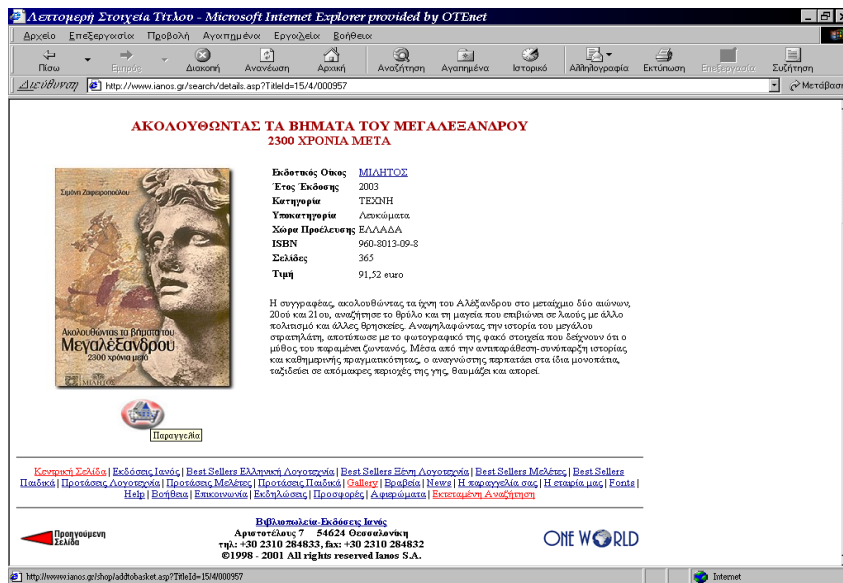
ΠΟΙΟΤΗΤΑ: Είναι μία φιλική ιστοσελίδα, πολύ εύκολη στην χρήση της. Πολύ καλή οργάνωση του δικτυακού χώρου και των επιμέρους συνδέσμων.

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ: Δεν έχει πολλά χρώματα, δεν κουράζει στο μάτι. Για τα περισσότερα βιβλία που επιλέγονται δίνεται μία πρώτη εικόνα απο το εξώφυλλό τους και μια μικρή περίληψη των περιεχομένων τους (εικόνα 5.1). Γενικά η παρουσίαση αυτού του ηλεκτρονικού βιβλιοπωλείου φαίνεται απλή αλλά κρύβει μέσα της ένα μεγάλο θησαυρό βιβλίων.

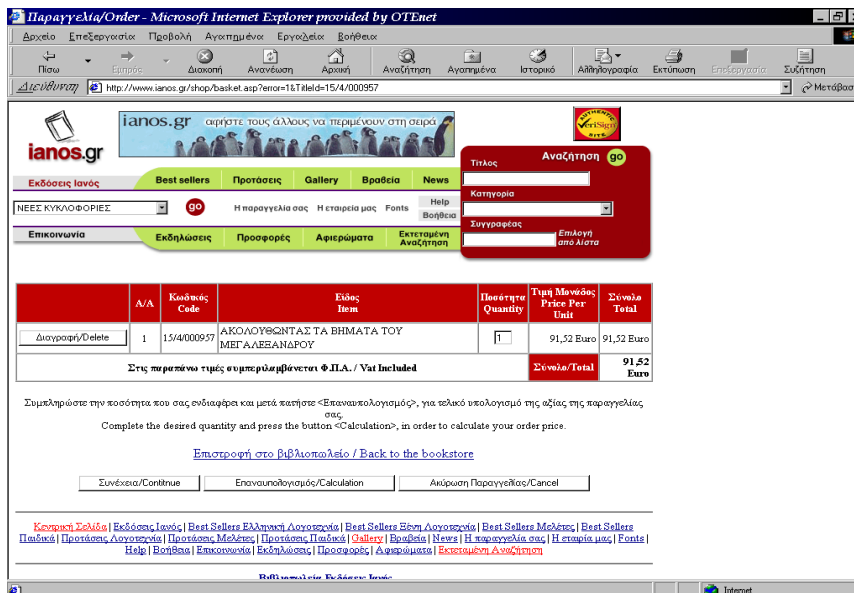


Εικόνα 5.1: Παρουσίαση σελίδας «Ιανός».

ΔΟΜΗ: Στην αρχική του ιστοσελίδα μας παρουσιάζει όλες τις νέες κυκλοφορίες των βιβλίων και μας δίνει και τον πίνακα της αναζήτησης για να ψάξουμε τα βιβλία που θέλουμε. Περιλαμβάνει όπως προαναφέραμε εικόνες από τα εξώφυλλά βιβλίων με τα απαραίτητα στοιχεία αναγνώρισης τους δίπλα καθώς επίσης και το εικονίδιο με το καλάθι παραγγελίας, που με την επιλογή του είναι δυνατόν, μετά απο την συμπλήρωση της φόρμας με τα στοιχεία του πελάτη, να παραγγελθεί ηλεκτρονικά το βιβλίο (εικόνες 5.2, 5.3 και 5.4).



Εικόνα 5.2: Ηλεκτρονικές παραγγελίες.



Εικόνα 5.3: Παραγγελία βιβλίου.

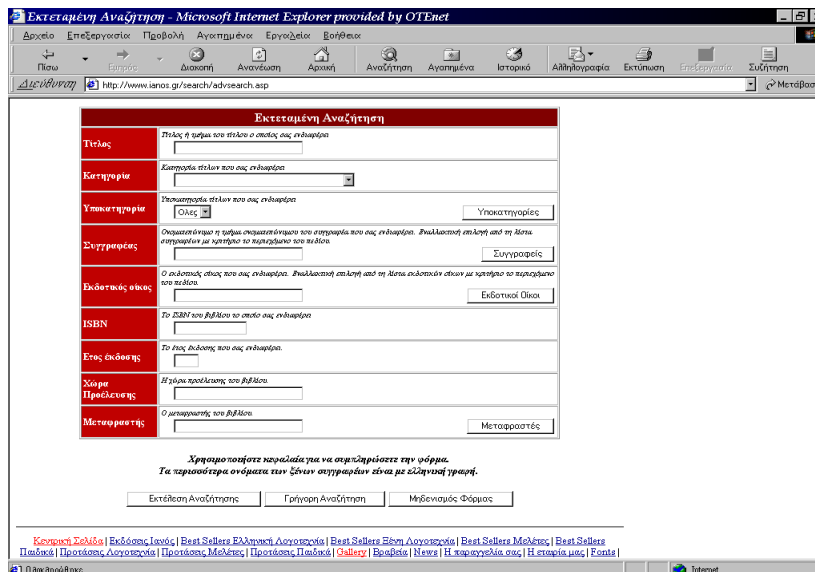
The screenshot shows a web browser window with the URL <https://www.ianos.gr/shop/newcust.asp>. The page title is "Εισαγωγή Νέου Πελάτη / New Client Info - Microsoft Internet Explorer provided by OTEnet". The website header includes the logo "ianos.gr" and navigation links like "Best sellers", "Προτάσεις", "Gallery", "Βιβλία", and "News". A search bar is located at the top right. The main content area contains three registration form sections:

- Προσωπικά Στοιχεία / Personal Info:** Fields for Επώνυμο (Last Name), Όνομα (First Name), Διεύθυνση (Address), Πόλη (City), Ταχ. Κώδικας (Zip Code), Χώρα (Country - set to Greece), Τηλέφωνο (Phone), and Email.
- Κωδικοί Χρήσης / User Codes:** Fields for Κωδικός Όνομα (User Name) and Κωδικός Πρόσβασης (Password).
- Στοιχεία Πιστωτικής Κάρτας / Card's Info:** Fields for Επώνυμο Εκτόχου (Last Name), Τύπος (Type), Αριθμός (Number), and Ημερομηνία Λήξης (Expiration Date).

At the bottom of the form, there is a note: "Απαιτείται στοιχεία είναι πάντα που εμφανίζονται με έντονα γράμματα. *Οι κωδικοί χρήσης (Κωδικός Όνομα, Κωδικός Πρόσβασης) είναι δική σας επιλογή."

Εικόνα 5.4: Φόρμα για τα στοιχεία του πελάτη.

ΤΡΟΠΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ: Η έρευνα μέσα στην ιστοσελίδα γίνεται με την χρήση συνδέσμων που μας βοηθούν να μετακινηθούμε μέσα σε αυτήν. Ένας άλλος τρόπος είναι από το πλαίσιο της αναζήτησης όπου δηλώνουμε τίτλο, κατηγορία και συγγραφέα και ψάχνουμε. Ακόμη μπορούμε να ερευνήσουμε και από την επιλογή της εκτεταμένης αναζήτησης (εικόνα 5.5) που δηλώνουμε όσα περισσότερα στοιχεία ξέρουμε για να βρούμε πιο γρήγορα το βιβλίο και αν θέλουμε γίνεται και παραγγελία αφού το βιβλιοπωλείο φιλοξενεί το ηλεκτρονικό εμπόριο.



Εικόνα 5.5: Φόρμα εκτεταμένης αναζήτησης.

5.1.1.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ «ΙΑΝΟΣ»

Το βιβλιοπωλείο Ιανός χρησιμοποιεί το ηλεκτρονικό εμπόριο από τον Μάιο του 1998 γιατί πιστεύει ότι μέσα από αυτό υπάρχει μια πιο γρήγορη και άμεση εξυπηρέτηση, αφού καλύπτει ένα αρκετά μεγάλο μέρος απο τα βιβλία που διαθέτει. Για την δημιουργία του χρειάστηκε ένας τεχνικός υποστήριξης και ενημέρωσης και μια εταιρεία που υποστηρίζει τον εξυπηρετητή (server) της ιστοσελίδας (site).

Υπάρχει ικανοποίηση από τη χρήση του αφού κερδίζουν χρόνο, χρήμα και αναπτύσσουν την ποιότητα τους.

Τρεις θετικοί λόγοι που το χρησιμοποιούν είναι η κατάργηση των γεωγραφικών διαστάσεων, μείωση χρόνου και ανάπτυξη των δραστηριοτήτων της εταιρείας.

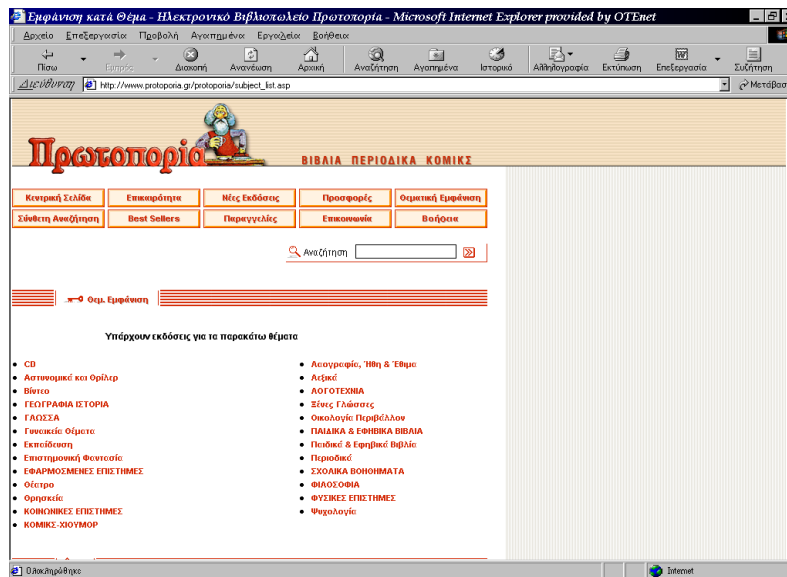
5.1.2 ΠΡΩΤΟΠΟΡΙΑ



(<http://www.protoporia.gr>)

ΣΚΟΠΟΣ: Ο σκοπός του ηλεκτρονικού βιβλιοπωλείου Πρωτοπορία είναι να προωθήσει όσο γίνεται την εκδοτική παραγωγή της Ελλάδας και πιο συγκεκριμένα των τεκμηρίων που κατέχει το βιβλιοπωλείο όχι μόνο στα πλαίσια του Ελλαδικού χώρου αλλά και παγκοσμίως, αφού σε όλων τον κόσμο μπορούν να έχουν πρόσβαση μέσω του παγκόσμιου ιστού σε αυτήν την ιστοσελίδα.

ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΤΗΤΑ: Η ιστοσελίδα της Πρωτοπορίας καλύπτει ένα μεγάλο αριθμό βιβλίων που εκδίδονται στην χώρα μας. Παρουσιάζει ένα πλούσιο περιεχόμενο από θεματικές κατηγορίες (εικόνα 5.6). Οι πληροφορίες που διατίθενται είναι συγκεκριμένες και αξιόλογες.



Εικόνα 5.6: Θεματική εμφάνιση.

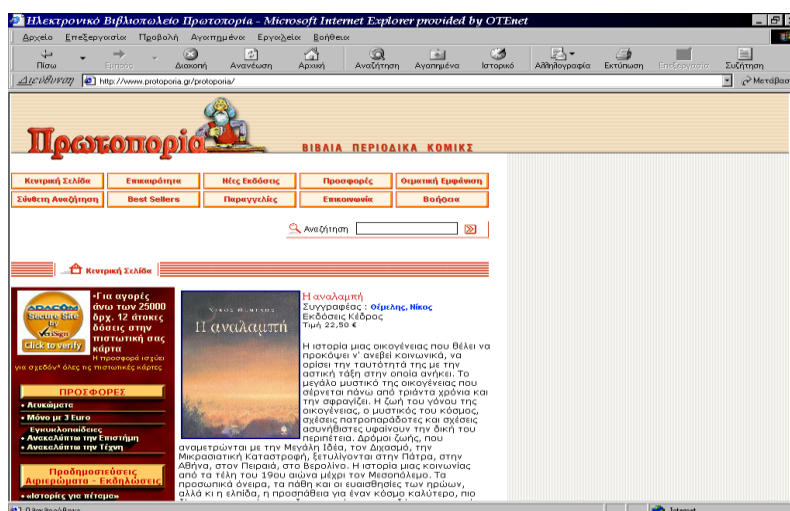
ΑΡΤΙΟΤΗΤΑ: Μας δίνει όσο το δυνατόν καλύτερα γίνεται την περιγραφή του βιβλίου με τα στοιχεία που αυτό διαθέτει (τίτλος, συγγραφέας, εκδότης, τιμή...κ.α.) καθώς και μια μικρή περίληψη για το θέμα που καλύπτει το κάθε βιβλίο.

ΚΟΣΤΟΣ-ΚΟΙΝΟ: Κυκλοφορεί δωρεάν μέσα στον παγκόσμιο ιστό (W. W. W. , World Wide Web).

Απευθύνεται σε κάθε ηλικία χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς που επιθυμούν να μάθουν για παλιές και νέες κυκλοφορίες βιβλίων.

ΠΟΙΟΤΗΤΑ: Θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι πολύ φιλικό στο περιβάλλον του, εύκολο στην χρήση του, ευανάγνωστο με μεγάλα γράμματα για να χτυπούν το ενδιαφέρον.

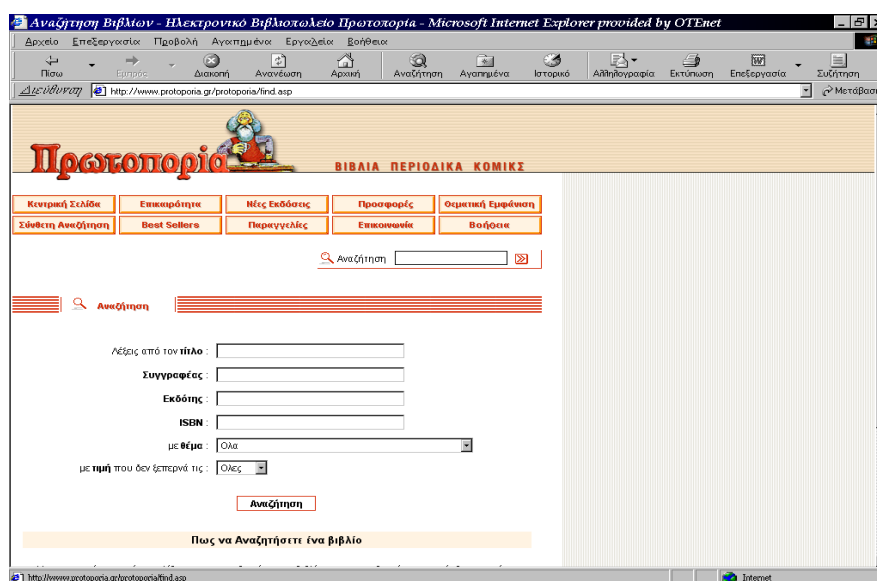
ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ: Περιλαμβάνει εικόνες των βιβλίων. Η ιστοσελίδα περικλείεται με φόντο κίτρινο και η γραμματοσειρά της είναι σε χρώμα κόκκινο που την κάνει πολύ ευχάριστη και προσιτή (εικόνα 5.7). Χρησιμοποιούνται για την έρευνα σύνδεσμοι που σε μετακινούν αυτόματα σε όλες τις ιστοσελίδες του βιβλιοπωλείου.



Εικόνα 5.7: Παρουσίαση ιστοσελίδας της «Πρωτοπορίας».

ΔΟΜΗ: Στην αρχική σελίδα παρουσιάζεται μία σειρά από βιβλία που αυτήν την περίοδο το βιβλιοπωλείο τα έχει σε χαμηλότερες τιμές και διατίθενται είτε με προσωπική επαφή με το βιβλιοπωλείο ή με ηλεκτρονική παραγγελία και παραλαβή στον χώρο επιθυμίας του πελάτη αφού η ιστοσελίδα αυτή χρησιμοποιεί και το ηλεκτρονικό εμπόριο.

ΤΡΟΠΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ: Η βασική έρευνα και κίνηση μέσα στην ιστοσελίδα γίνεται με την χρήση συνδέσμων αλλά αν κάποιος θέλει να κάνει μία πιο σύνθετη αναζήτηση (εικόνα 5.8) αρκεί να επιλέξει το εικονίδιο και θα του εμφανιστεί μία φόρμα για να συμπληρώσει τα στοιχεία που γνωρίζει (π.χ. τίτλος, συγγραφέας, εκδότης, θέμα, τιμή, ISBN).



Εικόνα 5.8: Φόρμα αναζήτησης.

5.1.2.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ «ΠΡΩΤΟΠΟΡΙΑ»

Το βιβλιοπωλείο Πρωτοπορία χρησιμοποιεί το ηλεκτρονικό εμπόριο και είναι πολύ καλυμμένο από την χρήση του. Μπορούν οι πελάτες του να αγοράσουν εύκολα τα βιβλία με τις συχνές προσφορές που διαθέτει.

Τα βιβλία τους τα προωθούν και με τους δύο τρόπους δηλαδή και με ηλεκτρονικές παραγγελίες αλλά και απευθείας με προσωπική επαφή από τον χώρο του βιβλιοπωλείου.

Είναι ικανοποιημένοι από την χρήση του και πιστεύουν ότι και στο μέλλον θα ασχοληθούν απόλυτα με αυτό.

Θετικοί λόγοι για να το χρησιμοποιήσει κανείς είναι: οτι αποτελεί αξιόπιστο μέσον και παρέχει γρήγορη εξυπηρέτηση σε μικρό χρόνο. Το μόνο αρνητικό που δήλωσαν είναι ότι οι χρήστες διστάζουν να αποκαλύψουν τα προσωπικά τους στοιχεία γιατί δεν είναι σίγουροι για την ασφάλειά του.

5.1.3 ΜΑΛΛΙΑΡΗΣ



(<http://www.malliaris.gr>)

ΣΚΟΠΟΣ: Το ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο του Μαλλιάρη έχει σαν σκοπό την διάδοση του βιβλιογραφικού καταλόγου της χώρας μας σε όλον τον κόσμο. Στόχος του είναι όσοι το επισκεφθούν να ενημερωθούν πλήρως για τις εκδόσεις που περιλαμβάνει καθώς επίσης και τα άλλα είδη που υπάρχουν μέσα σε αυτό με προοπτική την άμεση καθημερινή ενημέρωση τους, εάν είναι επιθυμητό και την αγορά τους ηλεκτρονικά.

ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΤΗΤΑ: Είναι ένα από τα πιο καταξιωμένα βιβλιοπωλεία στον χώρο του. Ιδρύθηκε το 1961 και λειτουργεί και ηλεκτρονικά απο το 1999 όπου στεγάζει πάνω από 120.000 τίτλους βιβλίων.

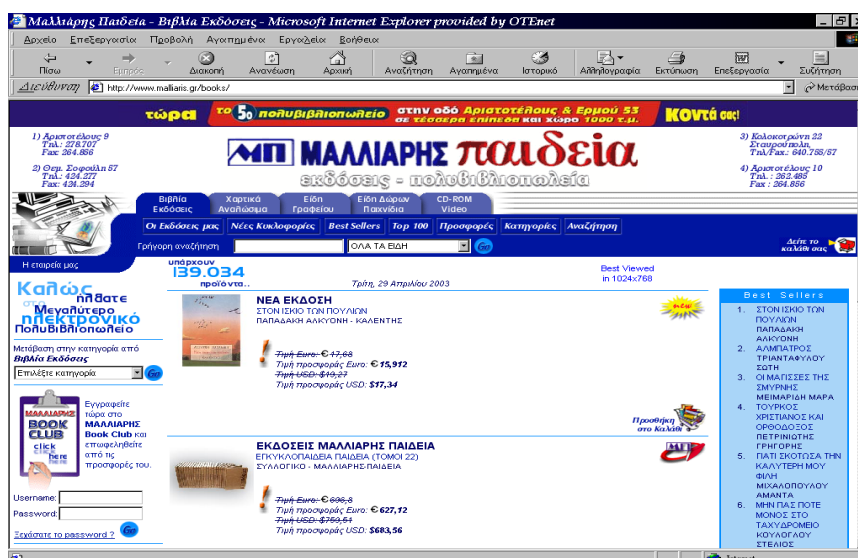
ΑΡΤΙΟΤΗΤΑ: Το υλικό του καλύπτει ένα μεγάλο φάσμα βιβλίων από όλους τους τομείς της ανθρώπινης γνώσης όπου παρατίθεται στον θεματικό του κατάλογο.

ΚΟΣΤΟΣ-ΚΟΙΝΟ: Η πρόσβαση στην ιστοσελίδα είναι δωρεάν και όπως κάθε ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο απευθύνεται σε όλους τους ανθρώπους που αγαπούν το βιβλίο και επιθυμούν να ενημερωθούν γι' αυτό ανεξάρτητα από ηλικία και χώρα.

ΠΟΙΟΤΗΤΑ: Είναι ευανάγνωστο και αρκετά εύκολο στην χρήση του. Διαθέτει μία σωστή οργάνωση.

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ: Περιλαμβάνει εικόνες των βιβλίων. Δεν έχει πολλά χρώματα, το χρώμα που επικρατεί κυρίως είναι το μπλε. Η κίνηση μέσα στην ιστοσελίδα γίνεται με την χρήση συνδέσμων που βοηθούν τον χρήστη στην γρήγορη ξενάγηση του μέσα στον χώρο του ηλεκτρονικού βιβλιοπωλείου.

ΔΟΜΗ: Η δομή του είναι εύκολη και κατανοητή. Στην αρχική του σελίδα (εικόνα 5.9) παρουσιάζονται τα νέα βιβλία που κυκλοφορούν στο βιβλιοπωλείο, οι προσφορές τους και η τιμή τους και δίπλα σε αυτά το εικονίδιο με το καλάθι παραγγελιάς όπου μπορεί ο κάθε επισκέπτης συμπληρώνοντας μια φόρμα με τα στοιχεία του να το παραγγείλει. Ακολουθεί ένας θεματικός κατάλογος και μία φόρμα αναζήτησης που συμπληρώνοντας τα απαραίτητα στοιχεία το αναζητεί.



Εικόνα 5.9: Παρουσίαση αρχικής σελίδας.

ΤΡΟΠΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ: Μπορούμε να ερευνήσουμε μέσα σε αυτήν την ιστοσελίδα με δύο τρόπους. Πρώτον με τους αμέτρητους συνδέσμους που υπάρχουν και δεύτερον με την φόρμα αναζήτησης στην ελληνική κυρίως γλώσσα.

5.1.3.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ «ΜΑΛΛΙΑΡΗΣ»

Το βιβλιοπωλείο του Μαλλιάρη ασχολείται με το ηλεκτρονικό εμπόριο σχεδόν τρία χρόνια για πιο γρήγορη και άμεση εξυπηρέτηση, αλλά δεν εξαρτάται απόλυτα από αυτό.

Πιστεύει ότι η προσωπική πώληση, δηλαδή όταν ο πελάτης είναι παρόν είναι πιο εύκολο να του λυθούν οι απορίες του. Παρόλα αυτά μέσα στο ηλεκτρονικό εμπόριο καλύπτεται μια μεγάλη γκάμα από τα βιβλία τους, αν και το θεωρεί λίγο ακριβό μέσο συναλλαγών.

Τις παραγγελίες για τα βιβλία του τις κάνει μόνο μέσω προμηθευτών.

Τρεις θετικοί λόγοι προκαλούν το ενδιαφέρον των πελατών να το επισκεφτούν ηλεκτρονικά. Η άμεση παράδοση, η μεγάλη ποικιλία, η άμεση ενημέρωση (νέων εκδόσεων). Τρεις αρνητικοί λόγοι που διστάζουν οι πελάτες να τολμήσουν να αγοράσουν ηλεκτρονικά είναι για την ασφάλεια των συναλλαγών τους, δεν υπάρχει προσωπική επαφή με το αντικείμενο εκτός από μία φωτογραφία του, και αμφιβάλλουν για την αξιοπιστία του.

5.1.4 ΜΠΑΡΜΠΟΥΝΑΚΗΣ



(<http://www.barbounakis-online.gr>)

ΣΚΟΠΟΣ: Ο σκοπός του ηλεκτρονικού βιβλιοπωλείου του Μπαρμπουνάκη είναι η διαφήμιση των βιβλίων και πιο γενικά των εκδόσεων που κυκλοφορούν στην χώρα μας σε όλον τον κόσμο που ασχολούνται με το Διαδίκτυο. Δεν υπάρχει καμία διάκριση στους χρήστες. Μπορεί οποιοσδήποτε να ανατρέξει σε αυτήν την ιστοσελίδα. Δίνεται η δυνατότητα παραγγελίας οποιουδήποτε βιβλίου και σε λίγο καιρό αποστέλεται στο σπίτι του πελάτη όπου και αν βρίσκεται.

ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΤΗΤΑ: Η ιστοσελίδα εκπροσωπεί το βιβλιοπωλείο Μπαρμπουνάκη που έχει την έδρα του στην Θεσσαλονίκη. Η πορεία αυτού του βιβλιοπωλείου έχει ξεκινήσει από το 1978 και συνεχίζεται έως σήμερα.

ΑΡΤΙΟΤΗΤΑ: Είναι ένα από τα μεγαλύτερα βιβλιοπωλεία της Θεσσαλονίκης με μεγάλη ιστορία που μπορεί να καλύψει όλες τις ανάγκες των πελατών του ακόμη και ηλεκτρονικά.

ΚΟΣΤΟΣ-ΚΟΙΝΟ: Η πρόσβαση στο ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο είναι δωρεάν.

Απευθύνεται σε χρήστες που αναζητούν πληροφορίες για τις εκδόσεις χωρίς περιορισμούς γεωγραφικούς και ηλικίας.

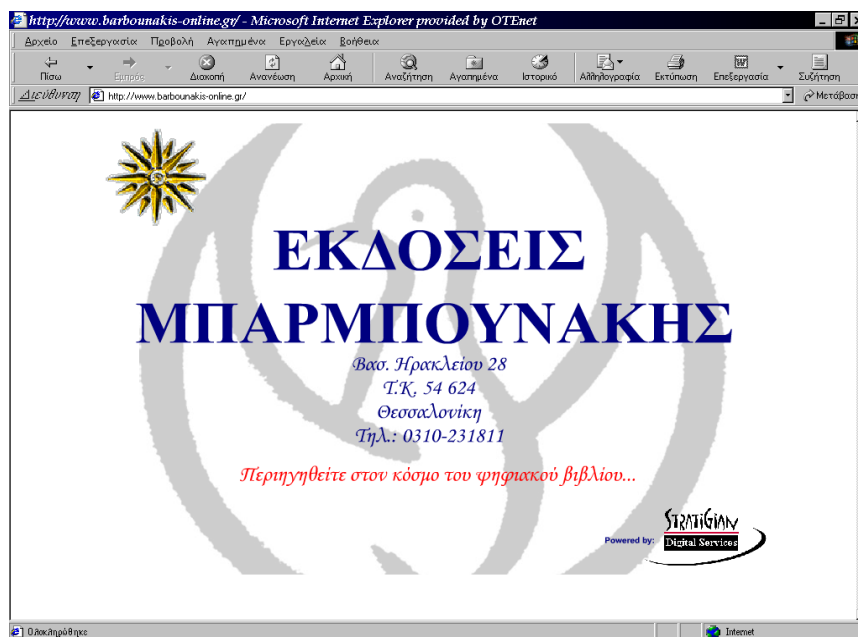
ΠΟΙΟΤΗΤΑ: Παρουσιάζονται όλα τα βιβλία με τα στοιχεία τους και τα χωρίζει σε θεματικές κατηγορίες (π.χ. λογοτεχνία, ποίηση, ιστορία,...κ.α.).

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ: Σε όλα τα βιβλία δίπλα βρίσκεται μια εικόνα με το εξώφυλλο τους για να υπάρχει μια πρώτη οπτική επαφή με το βιβλίο (εικόνα 5.10). Άλλη μια σημαντική καινοτομία της ιστοσελίδας είναι η ανάγνωση βιβλίων μέσα από την ιστοσελίδα, αφού πρώτα τα κατεβάσουμε στην οθόνη του υπολογιστή.

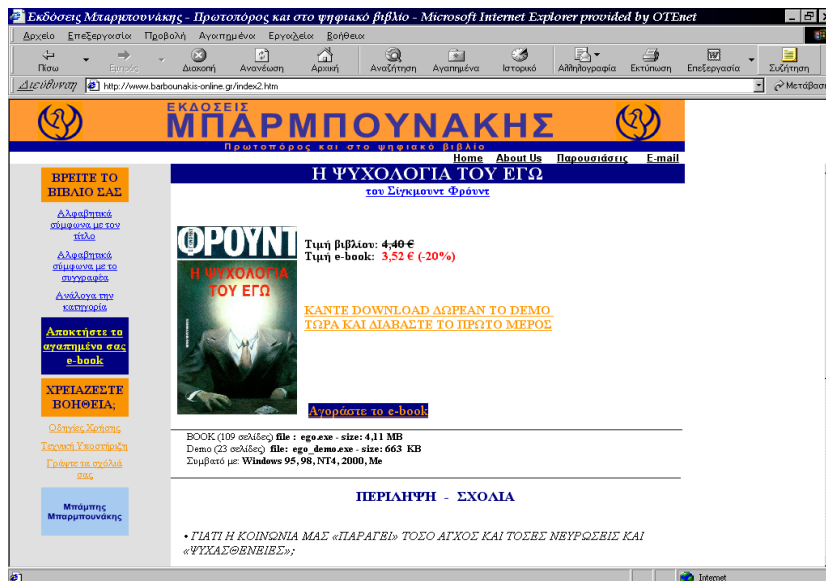


Εικόνα 5.10: Πρώτη επαφή με το βιβλίο ηλεκτρονικά.

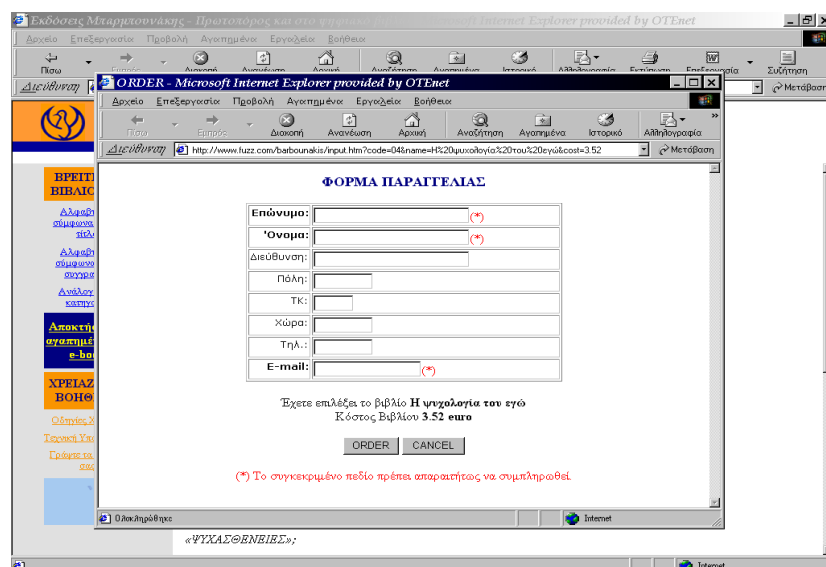
ΔΟΜΗ: Στην πρώτη σελίδα βρίσκεται η επωνυμία του εκδοτικού οίκου, η διεύθυνσή του και τα τηλέφωνα επικοινωνίας (εικόνα 5.11). Μπαίνοντας μέσα στο περιεχόμενο της συναντάμε έναν κατάλογο των βιβλίων με εικόνες τους και την φόρμα αναζήτησης, καθώς επίσης και έναν σύνδεσμο που μας οδηγεί στην φόρμα παραγγελίας των βιβλίων (εικόνες 5.12 και 5.13).



Εικόνα 5.11: Στοιχεία εκδοτικού οίκου.



Εικόνα 5.12: Αγορά βιβλίων.



Εικόνα 5.13: Φόρμα παραγγελίας.

ΤΡΟΠΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ: Η έρευνα γίνεται με την χρήση συνδέσμων αλλά και με την φόρμα αναζήτησης όταν ζητούνται πιο συγκεκριμένες πληροφορίες.

5.1.4.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ «ΜΠΑΡΜΠΟΥΝΑΚΗΣ»

Το βιβλιοπωλείο του Μπαρμπουνάκη βρίσκεται ακόμη σε διαδικασία ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου. Επιθυμεί να ασχοληθεί απόλυτα με αυτό στο μέλλον γιατί προσφέρει πιο γρήγορη και άμεση εξυπηρέτηση με μικρότερο κόστος συναλλαγών.

Μέχρι να γίνει η τελειοποίηση του Business-to-Business στην Ελλάδα θεωρεί ότι οι παραδοσιακοί τρόποι απόκτησης των βιβλίων στο βιβλιοπωλείο τους είναι πιο αποτελεσματικοί.

Για την ανάπτυξη του ήδη υπάρχοντος ηλεκτρονικού εμπορίου για την πώληση των βιβλίων του χρειάστηκε μία σωστή υποδομή σε λογισμικό (software) και υλισμικό (hardware) καθώς επίσης και προσωπικό με γνώσεις ηλεκτρονικού υπολογιστή.

Οι παραγγελίες μέσα στο βιβλιοπωλείο γίνονται και με τους δύο τρόπους και με το ηλεκτρονικό εμπόριο αλλά και απευθείας με άλλους εκδοτικούς οίκους.

Το θεωρεί ένα αρκετά καλό μέσο συναλλαγών για τα διεθνή δεδομένα που θα παίξει στο μέλλον σπουδαίο ρόλο γιατί οι καταναλωτές με την χρήση του θα μπορούν να πραγματοποιούν πιο γρήγορες και ασφαλείς συναλλαγές.

Τρεις θετικοί λόγοι για χρησιμοποίηση του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι κέρδος χρόνου, δυνατότητα αγορών μέσα από την Παγκόσμια αγορά και ανταγωνιστικές τιμές. Τρεις αρνητικοί λόγοι για τους οποίους υπάρχει μία μικρή επιφύλαξη είναι προβλήματα στην ασφάλεια συναλλαγών, δυσκολία στις επιστροφές προϊόντων, άρνηση στην χρήση των προσωπικών δεδομένων.

5.1.5 ΖΗΤΗ



(<http://www.ziti.gr>)

ΣΚΟΠΟΣ: Ο σκοπός της ιστοσελίδας αυτής των εκδόσεων Ζήτη είναι η διαφήμιση του βιβλιοπωλείου τους καθώς επίσης και η διάδοση των σχολικών βιβλίων που διαθέτει στους πιθανούς πελάτες του. Με αυτόν τον τρόπο οι εκδόσεις γίνονται γνωστές σε όλον τον κόσμο.

ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΤΗΤΑ: Είναι ένας πολύ καταξιωμένος εκδοτικός οίκος για την κατηγορία των σχολικών βιβλίων που εκδίδει. Λειτουργεί από το 1959, είχε μία πρώτη επαφή με τον παγκόσμιο ιστό το 1997 και δημιουργεί προσωπική ιστοσελίδα

στις αρχές του 2000, όπου μέσα σε αυτήν φιλοξενεί ένα ηλεκτρονικό κατάστημα για αγορές.

ΑΡΤΙΟΤΗΤΑ: Ανταποκρίνεται στον σκοπό και στο είδος που εξυπηρετεί. Φιλοξενεί πάνω από 800 τίτλους βιβλίων αποκλειστικά των εκδόσεων Ζήτη με αναλυτικά στοιχεία για το περιεχόμενο τους.

ΚΟΣΤΟΣ-ΚΟΙΝΟ: Η ιστοσελίδα διατίθεται δωρεάν.

Απευθύνεται κυρίως σε μαθητές, φοιτητές, σπουδαστές και εκπαιδευτικούς που ασχολούνται με το είδος του βιβλίου που εκδίδει ο εκδοτικός οίκος.

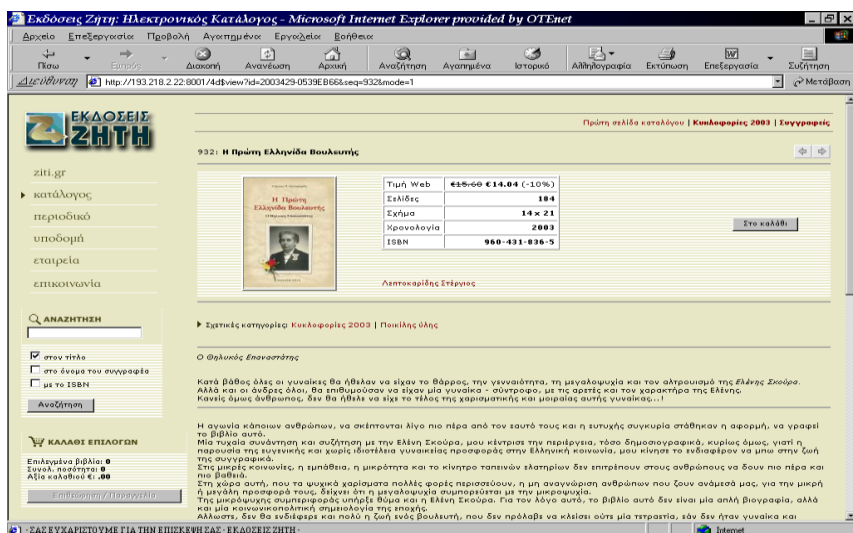
ΠΟΙΟΤΗΤΑ: Είναι θα λέγαμε κάπως ψυχρό προς το περιβάλλον του αλλά συγχρόνως και σοβαρό για να ανταποκρίνεται στο κύρος ενός εκδοτικού οίκου με μία τέτοια μεγάλη εκδοτική ιστορία.

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ: Περιλαμβάνει αρκετές φωτογραφίες, τα χρώματα που το περιβάλλουν είναι πολύ απαλά. Έχει διευθύνσεις και τηλέφωνα για περισσότερες πληροφορίες. Η μετακίνηση μέσα στην ιστοσελίδα γίνεται με την χρήση συνδέσμων (εικόνα 5.14).



Εικόνα 5.14: Παρουσίαση ιστοσελίδας εκδόσεων «Ζήτη».

ΔΟΜΗ: Η ιστοσελίδα αυτή του ηλεκτρονικού βιβλιοπωλείου περιλαμβάνει ένα θεματικό κατάλογο για πιο γρήγορη και εύκολη αναζήτηση των κατηγοριών και των θεμάτων που καλύπτει. Σε κάθε βιβλίο δίπλα αναγράφεται η τιμή, οι σελίδες που περιλαμβάνει, το σχήμα του (εκατοστά), η χρονολογία έκδοσής του και το ISBN ακολουθεί το εικονίδιο με το καλάθι για τις παραγγελίες αν είναι επιθυμητό και έπειτα απο κάτω ακριβώς, σχόλια, συμβουλές, περιεχόμενα, μικρή περίληψη (εικόνα 5.15).



Εικόνα 5.15: Ηλεκτρονική παρουσίαση βιβλίου.

ΤΡΟΠΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ: Η έρευνα γίνεται με την χρήση των συνδέσμων και από το πλαίσιο της αναζήτησης για τον εντοπισμό των βιβλίων.

5.1.5.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ «ΖΗΤΗ»

Το βιβλιοπωλείο των εκδόσεων Ζήτη ασχολείται με το ηλεκτρονικό εμπόριο σχεδόν τρία χρόνια. Είναι απόλυτα ικανοποιημένο από την χρήση του.

Οι καταναλωτές του αγοράζουν βιβλία και με τους δύο τρόπους και ηλεκτρονικά αλλά και από το βιβλιοπωλείο απευθείας.

Το θεωρούν αξιόπιστο μέσο και αρκετά ασφαλές γιατί τα στοιχεία του κάθε πελάτη παραμένουν απόρρητα και ασφαλή. Το μόνο αρνητικό που βρίσκει είναι ότι αποξενώνει τις σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων και αναπτύσσει την σχέση με τα ηλεκτρονικά μηχανήματα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

6.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΒΙΒΛΙΩΝ

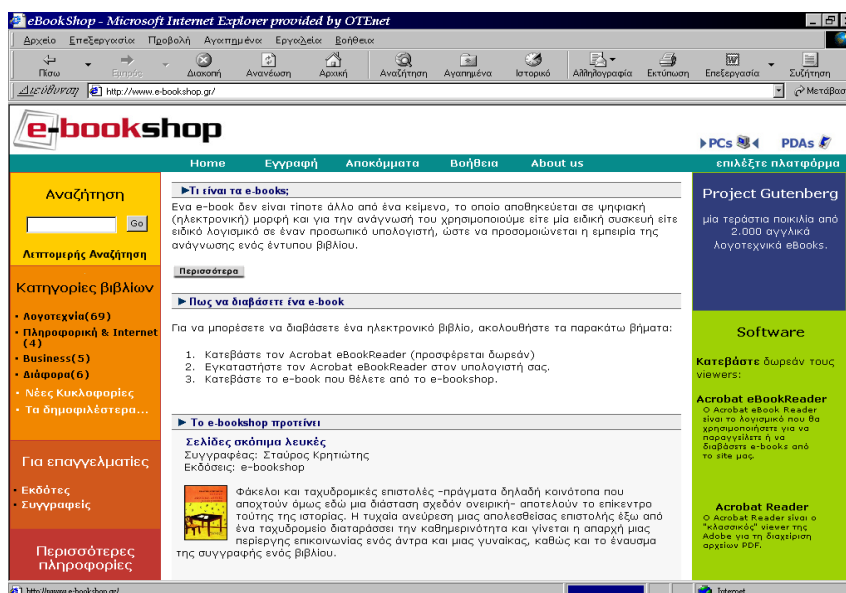
Μεγάλη ποσότητα βιβλίων εμφανίζονται σε δικτυακούς τόπους και διατίθενται προς διανομή και πώληση από των προσωπικό υπολογιστή κάθε χρήστη. Ο χρήστης μπορεί να ‘κατεβάσει’ ακόμη και τα κείμενα από τα βιβλία σε ψηφιακή μορφή και να τα αποθηκεύσει στον σκληρό δίσκο του προσωπικού του υπολογιστή εξοικονομώντας με αυτόν τον τρόπο χώρο και χρόνο και εξασφαλίζοντάς αρκετές δυνατότητες όπως η αναζήτηση μέσα στο κείμενο ή η προσθήκη σημειώσεων και παραπομπών. Εκτός από τα ηλεκτρονικά βιβλία έχουν κάνει και την εμφάνισή τους και τα μυθιστορήματα, τα οποία δημιουργούνται στις σελίδες κάποιας τοποθεσίας (site) σε συνεργασία του συγγραφέα με τους χρήστες αναγνώστες.¹

Μεγάλη είναι επίσης και η κίνηση για πώληση βιβλίων σε αμέτρητες ιστοσελίδες. Το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει κατακτήσει τον χώρο του βιβλίου και με τα χρόνια γνωρίζει όλο και μεγαλύτερη άνθηση. Παρακάτω θα κάνουμε μία αναφορά

1. Φραντζή, Μαρία, Ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο. Σύγχρονη βιβλιοθήκη και υπηρεσίες πληροφόρησης. τευχ. 17. Νοέμβριος-Δεκέμβριος 2002. σ. 38.

σε μερικές από αυτές.

Μία ιστοσελίδα που ασχολείται με τα ηλεκτρονικά βιβλία είναι το «e-book shop» το οποίο μας δίνει την δυνατότητα να κατεβάσουμε βιβλία σε ψηφιακή μορφή και να τα διαβάσουμε (εικόνα 6.1).



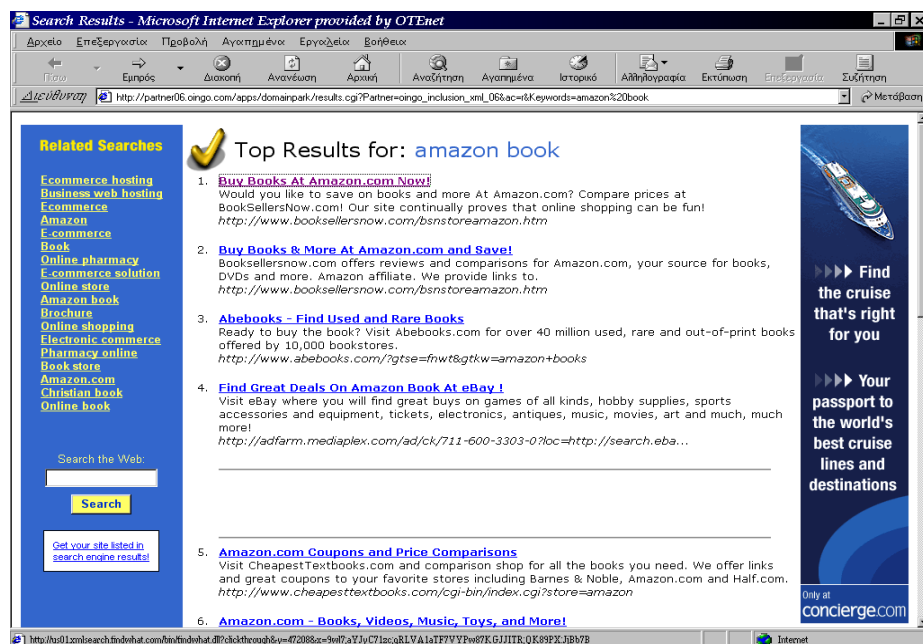
Εικόνα 6.1: Ηλεκτρονικά βιβλία (<http://www.e-bookshop.gr>)

Η ιστοσελίδα της μηχανής αναζήτησης του Yahoo μας προσφέρει την δυνατότητα της ανάγνωσης των ηλεκτρονικών βιβλίων(εικόνα 6.2).



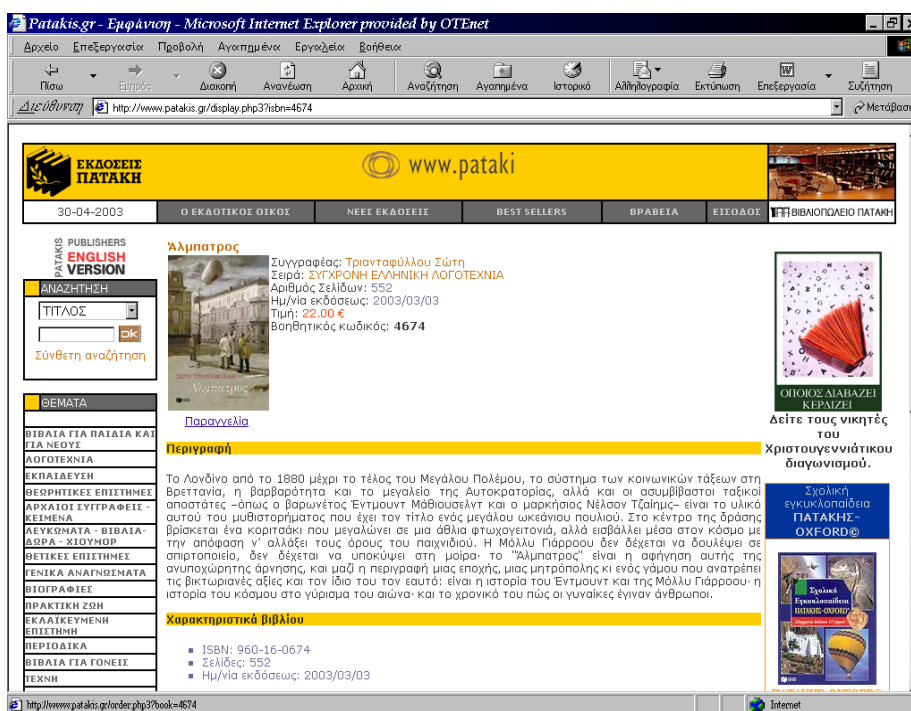
Εικόνα 6.2: Ηλεκτρονικά βιβλία (<http://www.yahoo.com>)

Φυσικά δεν θα μπορούσε να μην γίνει αναφορά στην μεγάλη ιστοσελίδα του Amazon που μέσα από αυτήν έγινε η πρώτη εμφάνιση του ηλεκτρονικού εμπορίου και βέβαια δεν θα μπορούσαν να λείπουν τα βιβλία (εικόνα 6.3).



Εικόνα 6.3: Αγορά βιβλίων (<http://www.amazon.com>)

Και τέλος όπως προαναφέραμε σε παραπάνω κεφάλαιο πολλά είναι εκείνα τα βιβλιοπωλεία που ασχολούνται με την πώληση των βιβλίων που διαθέτουν ηλεκτρονικά. Μερικά από αυτά είναι του «Ιανός», «Μπαρμπουνάκης», «Μαλλιάρης», των εκδόσεων «Ζήτη», «Πρωτοπορία», των εκδόσεων «Πατάκη» (εικόνα 6.3) και φυσικά υπάρχουν και πολλά άλλα.



Εικόνα 6.3: Αγορά βιβλίων από τον «Πατάκη»

(<http://www.patakis.gr>)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

7.1 ΑΛΛΑ ΤΕΚΜΗΡΙΑ

Μέσα σε ένα βιβλιοπωλείο και σε μία βιβλιοθήκη τα τεκμήρια που κινούνται δεν είναι σαφώς μόνο τα βιβλία. Υπάρχουν και άλλες εκδόσεις όπως περιοδικές ή εφημερίδες, ακόμη CD-ROMs που χρησιμεύουν ως συνοδευτικά βιβλίων.

Και γι' αυτά τα τεκμήρια ισχύουν οι ίδιοι κανόνες διακίνησης τους ηλεκτρονικά μέσα από την σελίδα ενός ηλεκτρονικού βιβλιοπωλείου ή ενός ηλεκτρονικού καταστήματος.

Παρακάτω θα δούμε μερικές τέτοιες ιστοσελίδες που προσφέρουν την δυνατότητα ηλεκτρονικής αγοράς τέτοιων τεκμηρίων.

7.1.1 ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

Τα περιοδικά είναι από αυτές τις εκδόσεις που κυκλοφορούν σε μεγάλο βαθμό μέσα στον χώρο μίας Βιβλιοθήκης και χρησιμοποιούνται πάρα πολύ.

Μπορεί κάποιος να τα αγοράσει μέσα από τον παγκόσμιο ιστό με ετήσιες συνδρομές (εικόνα 7.1) που ο πελάτης συμπληρώνει τα στοιχεία του και επιλέγει τον τρόπο πληρωμής της (πιστωτική κάρτα, μετρητά, τραπεζικό σύστημα). Αλλά ακόμη μπορεί και να τα διαβάσει από το σπίτι του ή την δουλειά του χωρίς να χρεώνεται γι' αυτά από τον προσωπικό του υπολογιστή.

Παρακάτω αναφερόμαστε στα επιστημονικά και στα παιδικά περιοδικά.

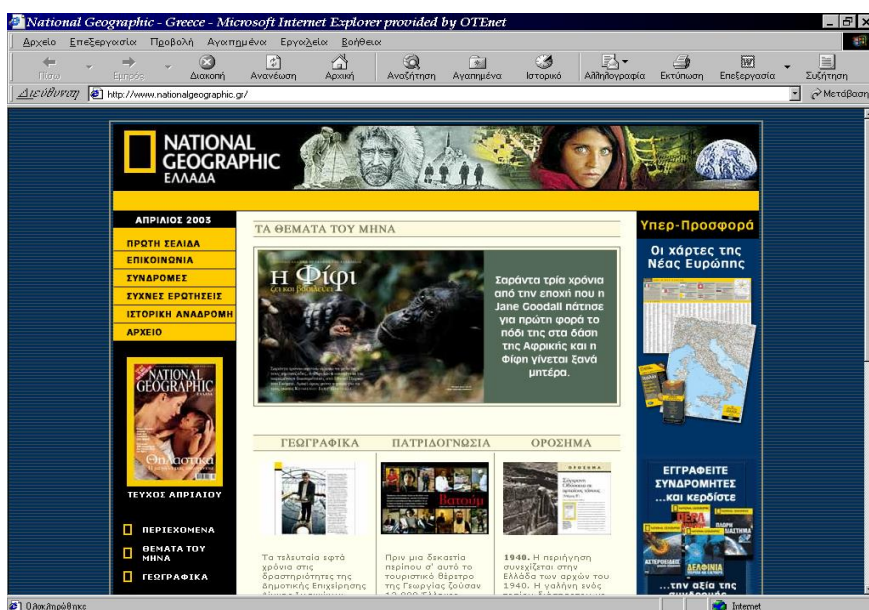


Εικόνα 7.1: Συνδρομή περιοδικού National Geographic

(<http://www.nationalgeographic.gr/subscriptions.html>)

7.1.1.1 ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

Γίνεται μία μικρή αναφορά σε δύο σημαντικά περιοδικά που όλες οι βιβλιοθήκες τα έχουν στην συλλογή τους και είναι δυνατό να διαβασθούν και ηλεκτρονικά από τον προσωπικό υπολογιστή αρκεί να υπάρχει μία σύνδεση με τον παγκόσμιο ιστό. Το ένα είναι ένα πολύ καταξιωμένο περιοδικό το National Geographic που δεν έχει χάσει την αξία του σχεδόν ποτέ και κινεί πάντα στους αναγνώστες το ενδιαφέρον(εικόνα 7.2).



Εικόνα 7.2: National Geographic

(<http://www.nationalgeographic.gr>)

Το άλλο περιοδικό είναι ο Οικονομικός ταχυδρόμος που κρύβει μέσα του πολλά επίκαιρα θέματα και αναζητείται πολύ από όλους τους χρήστες είτε για την διεξαγωγή εργασιών είτε για προσωπική ενημέρωση(εικόνα 7.3).



Εικόνα 7.3: Οικονομικός Ταχυδρόμος

(<http://www.oikonomikos.dolnet.gr>)

Άλλα περιοδικά που μπορούμε να συναντήσουμε σε μία βιβλιοθήκη και που έχουν κατακλίσει την αγορά τα τελευταία χρόνια είναι τα περιοδικά της πληροφορικής που δεν θα μπορούσαν να μην κινούνται και ηλεκτρονικά (εικόνα 7.4).



Εικόνα 7.4: Περιοδικό Πληροφορικής «RAM»

(<http://www.in.gr/ram/>)

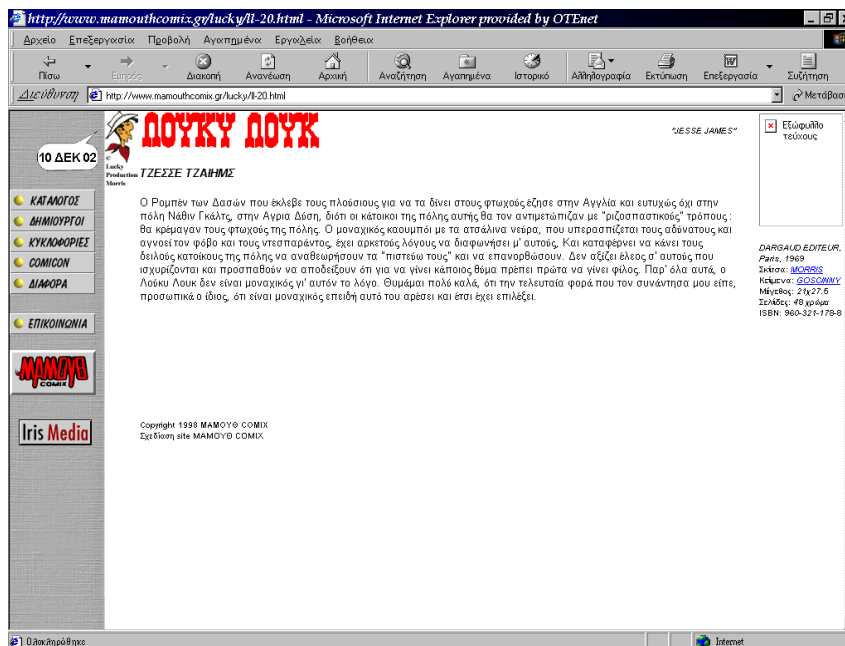
7.1.1.2 ΠΑΙΔΙΚΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

Σε μία παιδική βιβλιοθήκη σίγουρα εκτός από βιβλία και παραμύθια υπάρχουν και κάποια παιδικά περιοδικά τα γνωστά σε όλους μας «κόμιξ» που κινούνται μέσα στον παγκόσμιο ιστό και ηλεκτρονικά όπου μπορεί ο κάθε αναγνώστης από κάθε ηλικία να τα διαβάσει και να περάσει κάποιες ευχάριστες στιγμές από τις ιστορίες τους . Παρακάτω βλέπουμε δύο γνωστά περιοδικά ένα του Λούκυ Λούκ (εικόνες 7.5 και 7.6) και ένα από τα αγαπημένα κόμιξ μας (εικόνα 7.7).



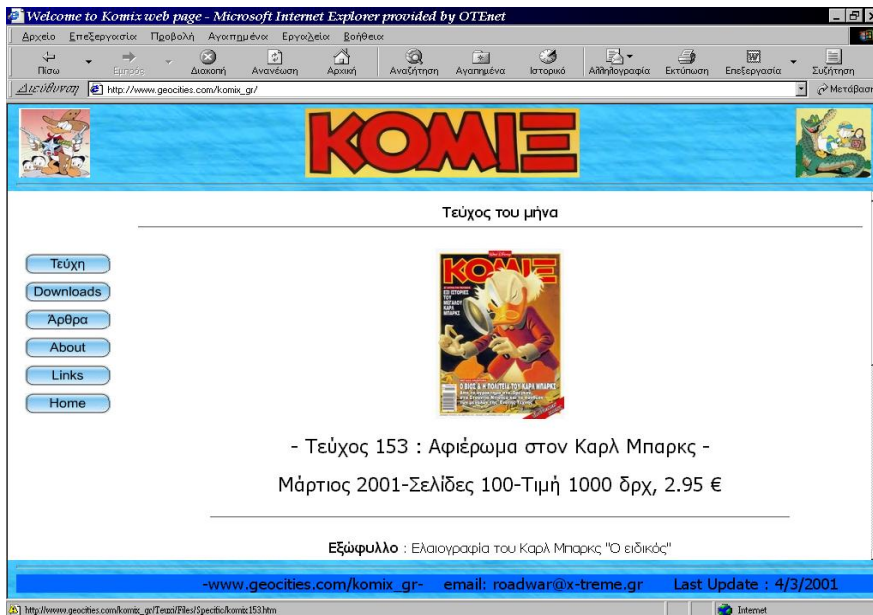
Εικόνα 7.5: Μαμούθ παιδικά περιοδικά

(<http://www.mamouthcomix.gr>)



Εικόνα 7.6: Ηλεκτρονικό περιοδικό Λούκυ Λούκ

(<http://www.mamouthcomix.gr/II-20.html>)



Εικόνα 7.7: Ηλεκτρονικό περιοδικό Κόμιξ

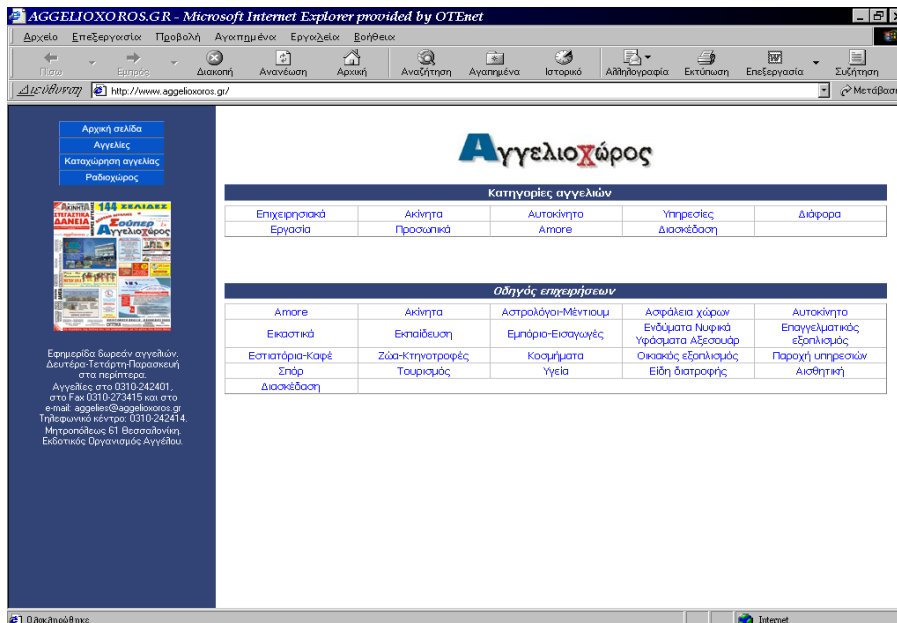
(http://www.geocities.com/komix_gr/)

7.1.2 ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ

Άλλο ένα τεκμήριο που βρίσκουμε σε μία βιβλιοθήκη είναι οι εφημερίδες! Δεν γίνεται πώληση με το ηλεκτρονικό εμπόριο μέσα στον παγκόσμιο ιστό γιατί η τιμή τους είναι πολύ χαμηλή και μπορεί ο καθένας να προμηθευτεί μία εφημερίδα ακόμη και από ένα περίπτερο. Τις συναντάμε όμως σε ηλεκτρονική μορφή μέσα στο Διαδίκτυο και μπορούμε κάλλιστα να τις διαβάσουμε και από εκεί. Μπορούμε να βρούμε ένα μεγάλο πλήθος από τίτλους εφημερίδων ελληνικών (εικόνες 7.8 και 7.9) και ξένων (εικόνες 7.10 και 7.11).



Εικόνα 7.8: Ηλεκτρονική Εφημερίδα «Ναυτεμπορική»
[\(http://www.naftemporiki.gr/\)](http://www.naftemporiki.gr/)



Εικόνα 7.9: Ηλεκτρονική Εφημερίδα «Αγγελιοχώρος»
[\(http://www.aggelioxoros.gr/\)](http://www.aggelioxoros.gr/)



Εικόνα 7.10: Αγγλική Ηλεκτρονική Εφημερίδα «Times»
[\(http://www.timesonline.co.uk/\)](http://www.timesonline.co.uk/)



Εικόνα 7.11: Αμερικάνικη Ηλεκτρονική Εφημερίδα
 «The Washington times»
[\(http://www.washtime.com/\)](http://www.washtime.com/)

7.1.3 CD-ROM

Τα CD-ROMs θεωρούνται ως ένα συνοδευτικό μέσο σε βιβλία κυρίως πληροφορικής, αλλά και σε εγκυκλοπαίδειες και άλλα τεκμήρια. Η χρήση του τα τελευταία πέντε χρόνια είναι όλο και πιο συχνή. Μέσα στον κόσμο του Διαδικτύου γίνεται ηλεκτρονική εμπορική συναλλαγή και γι' αυτά. Δηλαδή μπορούμε χάρης στο ηλεκτρονικό εμπόριο να δούμε ποια Cd-roms υπάρχουν στην αγορά και να τα παραγγείλουμε στον προσωπικό μας χώρο (εικόνα 7.12). Μεγάλη κίνηση για την πώλησή τους έχουν και τα βιβλιοπωλεία (εικόνα 7.13).



Εικόνα 7.12: Ηλεκτρονικό Εμπόριο CD-ROMs

(http://www.smartbuy.gr/category_products.asp?lang=gr&Dept=3)



Εικόνα 7.13: Ηλεκτρονικό Εμπόριο Cd-roms από Βιβλιοπωλεία
(<http://www.malliaris.gr/cd-rom/>)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

8.1 ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Κατά την γνώμη μου το ηλεκτρονικό εμπόριο θα είναι η αγορά του μέλλοντος! Όλη κάποια μέρα θα πουλάμε και θα αγοράζουμε ηλεκτρονικά! Στην Ελλάδα η κίνηση του είναι ακόμη σε πολύ χαμηλά επίπεδα αλλά κάποια μέρα και στην χώρα μας θα γίνει αισθητή αυτή η μεγάλη ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Έτσι μπορούμε να ισχυριστούμε ότι η χρήση του παγκόσμιου ιστού και γενικότερα του Διαδικτύου είναι χρήσιμη στην σύγχρονη επιχειρηματική πρακτική που έχει σαν στόχο την βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων, την πιο γρήγορη είσοδο τους στην αγορά και την μείωση του κόστους των υπηρεσιών. Στις βιβλιοθήκες, τα βιβλιοπωλεία και γενικότερα στην κίνηση όλων των τεκμηρίων θα μπορούσε κάλλιστα να γίνει μία πολύ εύκολη και γρήγορη προσέγγιση από τον προσωπικό χώρο κάθε χρήστη χωρίς να μπαίνει στον κόπο να μετακινηθεί! Εδώ θα μπορούσαμε να πούμε όχι όλη η αγορά σε μία βόλτα αλλά **όλη η αγορά μπροστά σε μία οθόνη!!!** Ο ανταγωνισμός δεν παύει όμως να είναι μεγάλος και το

ηλεκτρονικό εμπόριο προσφέρει καλύτερα, φτηνότερα και γρηγορότερα αποτελέσματα!

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΒΙΒΛΙΑ

ΒΛΑΧΟΥ-ΧΑΛΚΙΟΠΟΥΛΟΥ, Μ. *Αυτοματισμός Βιβλιοθηκονομικών Λειτουργιών*. 3^ηεκδ. Σίνδος: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, 2000. 223σ.

ΒΛΑΧΟΥ-ΧΑΛΚΙΟΠΟΥΛΟΥ, Μ. *Πληροφόρηση-Ανθρωπιστικές επιστήμες*. 2^ηεκδ. Σίνδος: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, 2000. 146σ.

ΔΟΥΚΙΔΗΣ, Γ. *Ηλεκτρονικό εμπόριο*. Θεμιστοκλέους Γ. Μαρίνος, Δράκος Σ. Βίλλιαμ, Παπαζαφειροπούλου Γ. Νατάσσα. Αθήνα: Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, 1998. 235σ. ISBN 960-7981-05-7

ΚΑΤΣΟΥΛΑΚΟΣ, Γ. *Νέα Οικονομία, Διαδίκτυο και ηλεκτρονικό εμπόριο*. Αθήνα: Εκδόσεις Κέρκυρα, 2001, 279σ. ISBN 960-86003-8-3

ΠΑΝΤΑΖΗ, Μ. *Ηλεκτρονικό εμπόριο: εξελίξεις και προοπτικές*. Θεσσαλονίκη: Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, 1998. 113σ.

ΠΑΣΧΟΠΟΥΛΟΣ, Α. *Ηλεκτρονικό εμπόριο: νέο περιβάλλον, νέα εργαλεία, νέοι ηγέτες*. Παναγιώτης Σκαλτσάς. Αθήνα: Κλειδάριθμος, 2000. 264σ. ISBN 960-209-394-3

ΠΙΕΡΡΟΣ, Σ. *Μέθοδοι έρευνας στην βιβλιοθηκονομία*. Σίνδος: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, 2000. 141σ.

ΠΟΜΠΟΡΤΣΗΣ, Α. *Εισαγωγή στο ηλεκτρονικό εμπόριο*. Τσουφλάς Γ. Ανέστης. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τσιόλα, 2002. 288σ. ISBN 960-8050-82-0

ΣΙΔΗΡΟΠΟΥΛΟΣ, Θ. *Εισαγωγή στο Δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου*. Θεσσαλονίκη :Κυριακίδης, 2000, 132σ. ISBN 960-343-518-x

ΣΟΠΡΑΝΙΔΗΣ, Ι. *Ηλεκτρονικό εμπόριο-σχεδιασμός βάσης δεδομένων για online εντολές αγοράς/πώλησης μετοχών μέσω WWW*. Θεσσαλονίκη: Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, 1999. 107σ.

GHOSH, A. *E-commerce security*. Canada: Wiley computer publishing, 1998. 288p. ISBN 0-471-19223-6

JAVEAU, C. *Η έρευνα με ερωτηματολόγιο*. επιμέλεια Κατερίνα Τζαννόνε-Τζώρτζη. Αθήνα: Τυπωθήτω, 1996. 256p. ISBN 960-7643-33-x

KORPER, S. *The e-commerce books building the e-empire*.
Juanita Ellis. United States of America: Academic press, 2000.
284p. ISBN 0-12-421160-7

RAJPUT, W. *E-commerce systems architecture and applications*. London: Attech house, 2000. 422p. ISBN 1-58053-085-0

ROSEN, A. *The e-commerce: question and answer book*.
United States of America: Amacom, 2000. 210p. ISBN 0-8144-0525-8

TREPPER, CH. *E-commerce strategies*. United States of
America: Microsoft press, 2000. 341p. ISBN 0-7356-0723-0

ΑΡΘΡΑ - ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

ΦΡΑΝΤΖΗ, Μαρία. Ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο. *Σύγχρονη βιβλιοθήκη και υπηρεσίες πληροφόρησης*, Νοέμβριος-Δεκέμβριος 2002, τευχ. 17, σ.27-40.

ΧΡΥΣΟΔΩΡΑ, Ειρήνη. Ουραγός η Ελλάδα στο ηλεκτρονικό εμπόριο. *Η οικονομία*, Μάρτιος 2003.

CRONEIS, Karen. Electronic and digital librarian positions: a content analysis of announcements from 1990 through 2000. *The journal of academic librarianship*, July 2002, vol 28, no 4, p.232-237.

FRITSCH, David. Outsourcing electronic journal licensing and negotiation or, how to make e-journal acquisitions and licensing processes as ordering as ordering print journals. *The serials librarian*, April 2002, vol 42, no ¾, p.183-189.

ΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

<http://find.in.gr/results.page?data=cache:www.dimitriaki.gr/news46.htm>

http://shopping.yahoo.com/shop?d=br&id=2065001312&_yltc=s:22708228,d:2065001312,w:b

<http://www.aggelioxoros.gr>

<http://www.amazon.com>

<http://www.barbounakis-online.gr>

<http://www.duth.gr>

http://www.ey.com/global/gcr.nsf/Isle_of_Man/Library

<http://www.e-bookshop.gr>

http://www.geocities.com/komix_gr

<http://www.ianos.gr>

<http://www.in.gr/ram/>

<http://www.lib.auth.gr>

<http://www.duth.gr>

<http://www.lib.teithe.gr>

<http://www.lib.uom.gr>

<http://www.libraries.gr/nonmembers/main.htm>

<http://www.library.teikav.edu.gr>

<http://www.malliaris.gr>

<http://www.mamouthcomix.gr>

<http://www.mamouthcomix.gr/II-20.html>

<http://www.naftemporiki.gr>

<http://www.naftemporiki.gr/news/static/02/02/02/198693.htm>

<http://www.naftemporiki.gr/news/static/02/02/09/196413.htm>

<http://www.nationalgeographic.gr>

<http://www.nationalgeographic.gr/subscriptions.html>

<http://www.oikonomikos.dolnet.gr>

<http://www.patakis.gr>

<http://www.protoporia.gr>

http://www.shareware.gr/press/article8_2000.asp

http://www.smartbuy.gr/category_products.asp?lang=gr&Dept=3

<http://www.timesonline.co.uk/>

<http://www.washtime.com>

<http://www.yahoo.com>

<http://www.ziti.gr>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α'

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΑ

ΘΕΜΑ: «*Ηλεκτρονικό εμπόριο σε συνάρτηση με βιβλιοθήκες, βιβλιοπωλεία, βιβλία και άλλα τεκμήρια*».

1. Το 'Ηλεκτρονικό εμπόριο' θεωρείται σαν μία από τις μαστιγες του αιώνα μας. Εσείς το χρησιμοποιείτε στο βιβλιοπωλείο σας;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

2. Αν ΝΑΙ έχετε καιρό που το χρησιμοποιείται για την διεξαγωγή των εργασιών σας;

- πριν από 2 χρόνια
- τον προηγούμενο χρόνο
- πριν από 3 χρόνια
- πριν από περισσότερα από 4 χρόνια
- την φετινή χρονιά

3. Αν ΟΧΙ θα επιθυμούσατε στο μέλλον να ασχοληθείτε και εσείς με αυτό;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

4. Πως θα χαρακτηρίζατε κατά την γνώμη σας την σχέση που κατέχει το βιβλιοπωλείο σας σε συνάρτηση με το ηλεκτρονικό εμπόριο;

.....
.....
.....
.....
.....

5. Για ποιούς λόγους διαλέξατε να ακολουθήσετε τον δρόμο του ηλεκτρονικού εμπορίου για τις παραγγελίες σας;

- Για πιο γρήγορη και άμεση εξυπηρέτηση.
- Ολοκληρωτική εικόνα των τεκμηρίων που κυκλοφορούν στο εμπόριο γενικότερα.
- Γρήγορη εργασία χωρίς μετακινήσεις.
- Μικρότερο κόστος συναλλαγών

➤ **Άλλοι λόγοι:**

.....
.....
.....
.....
.....

6. Ποιός είναι κατά την άποψη σας ο καλύτερος τρόπος απόκτησης βιβλίων ή άλλων τεκμηρίων;

.....
.....
.....
.....
.....

7. Εκτός από την σύνδεσή στο Διαδίκτυο (Internet) χρειάζονται και άλλα μέσα ή ποιό εξειδικευμένοι άνθρωποι που θα βοηθούσαν στην πιο αποτελεσματική χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

8. Αν ΝΑΙ ποιά είναι κατά την γνώμη σας αυτά;

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)

9. Μπορείτε μέσα από το Διαδίκτυο (Ηλεκτρονικό εμπόριο) να καλύψετε όλη την γκάμα των παραγγελιών σας;

- ΝΑΙ
- ΑΡΚΕΤΑ
- ΟΧΙ

10. Υπάρχει μεγάλο κόστος στην τιμή για μία παραγγελία μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

11. Αν ΝΑΙ σε ποιά κλίμακα περίπου φτάνει το κόστος αυτό;

- Πάνω από 100 ευρώ
- 100-50 ευρώ
- 50-20 ευρώ
- 20-10 ευρώ
- 10-0 ευρώ

12. Αν ΟΧΙ είστε ικανοποιημένοι από την χρήση του;

- Πάρα πολύ
- Αρκετά
- Λίγο
- Καθόλου

13. Χρησιμοποιείτε για τις παραγγελίες σας το ηλεκτρονικό εμπόριο ή έρχεστε και σε επαφή με προμηθευτές ή άλλους εκδοτικούς οίκους;

- Μόνο με το Ηλεκτρονικό εμπόριο
- Και με τους 2 τρόπους
- Μόνο με προμηθευτές απευθείας

14. Αναφέρετε όσους τομείς τεκμηρίων θα σας ενδιέφερε να αγοράζετε ηλεκτρονικά (π.χ. λογοτεχνικά, περιοδικά...κ.α.).

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)
- 6)
- 7)
- 8)
- 9)
- 10)

15. Λέγεται ότι το Ηλεκτρονικό εμπόριο θα κατακλίσει όλη την αγορά. Εσείς το βρίσκετε αξιόπιστο μέσω συναλλαγών;

- Πάρα πολύ ικανοποιητικό
- Αρκετά καλό
- Καλό
- Μέτριο
- Όχι ιδιαίτερα αξιόπιστο
- Καθόλου ικανοποιητικό

➤ **Αιτιολογήστε την απάντησή σας:**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

16. Αναφέρετε 3 θετικούς λόγους κατά την άποψη σας για το Ηλεκτρονικό εμπόριο:

- 1)
- 2)
- 3)

17. Αναφέρετε 3 αρνητικούς λόγους που δεν θα το χρησιμοποιούσατε:

- 1)
- 2)
- 3)

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΣΑΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΕΣ

ΘΕΜΑ: «*Ηλεκτρονικό εμπόριο σε συνάρτηση με βιβλιοθήκες, βιβλιοπωλεία, βιβλία και άλλα τεκμήρια*».

1. Το 'Ηλεκτρονικό εμπόριο' θεωρείται σαν μία από τις μάστιγες του αιώνα μας. Εσείς το χρησιμοποιείτε στην βιβλιοθήκη σας;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

2. Αν ΝΑΙ έχετε καιρό που το χρησιμοποιείτε για την διεξαγωγή των εργασιών σας;

- πριν από 2 χρόνια
- τον προηγούμενο χρόνο
- πριν από 3 χρόνια
- πριν από περισσότερα από 4 χρόνια
- την φετινή χρονιά

3. Αν ΟΧΙ θα επιθυμούσατε στο μέλλον να ασχοληθείτε και εσείς με αυτό;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

4. Πως θα χαρακτηρίζατε κατά την γνώμη σας την σχέση που κατέχει η βιβλιοθήκη σας σε συνάρτηση με το ηλεκτρονικό εμπόριο;

.....
.....
.....
.....
.....

5. Για ποιους λόγους διαλέξατε να ακολουθήσετε τον δρόμο του ηλεκτρονικού εμπορίου για τις παραγγελίες σας;

- Για πιο γρήγορη και άμεση εξυπηρέτηση.
- Ολοκληρωτική εικόνα των τεκμηρίων που κυκλοφορούν στο εμπόριο γενικότερα.
- Γρήγορη εργασία χωρίς μετακινήσεις.
- Μικρότερο κόστος συναλλαγών

➤ **Άλλοι λόγοι:**

.....

.....

.....

.....

.....

6. Ποιος είναι κατά την άποψη σας ο καλύτερος τρόπος απόκτησης βιβλίων ή άλλων τεκμηρίων;

.....

.....

.....

.....

.....

7. Εκτός από την σύνδεση στο Διαδίκτυο (Internet) χρειάζονται και άλλα μέσα ή ποιό εξειδικευμένοι άνθρωποι που θα βοηθούσαν στην πιο αποτελεσματική χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

8. Αν ΝΑΙ ποιά είναι κατά την γνώμη σας αυτά;

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)

9. Μπορείτε μέσα από το Διαδίκτυο (Ηλεκτρονικό εμπόριο) να καλύψετε όλη την γκάμα των παραγγελιών σας;

- ΝΑΙ
- ΑΡΚΕΤΑ
- ΟΧΙ

10.Υπάρχει μεγάλο κόστος στην τιμή για μία παραγγελία μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

11.Αν ΝΑΙ σε ποιά κλίμακα περίπου φτάνει το κόστος αυτό;

- Πάνω από 100 ευρώ
- 100-50 ευρώ
- 50-20 ευρώ
- 20-10 ευρώ
- 10-0 ευρώ

12.Αν ΟΧΙ είστε ικανοποιημένη από την χρήση του;

- Πάρα πολύ
- Αρκετά
- Λίγο
- Καθόλου

13. Χρησιμοποιείτε για τις παραγγελίες σας το ηλεκτρονικό εμπόριο ή έρχεστε και σε επαφή με προμηθευτές ή άλλους εκδοτικούς οίκους;

- Μόνο με το Ηλεκτρονικό εμπόριο
- Και με τους 2 τρόπους
- Μόνο με προμηθευτές απευθείας

14. Αναφέρετε όσους τομείς τεκμηρίων θα σας ενδιέφερε να αγοράζετε ηλεκτρονικά (π.χ. λογοτεχνικά, περιοδικά...κ.α.).

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)
- 6)
- 7)
- 8)
- 9)
- 10).....

15. Λέγετε ότι το Ηλεκτρονικό εμπόριο θα κατακλίσει όλη την αγορά. Εσείς το βρίσκετε αξιόπιστο μέσω συναλλαγών;

- Πάρα πολύ ικανοποιητικό
- Αρκετά καλό
- Καλό
- Μέτριο
- Όχι ιδιαίτερα αξιόπιστο
- Καθόλου ικανοποιητικό

➤ **Αιτιολογήστε την απάντησή σας:**

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

16.Αναφέρετε 3 θετικούς λόγους κατά την άποψη σας για το Ηλεκτρονικό εμπόριο:

- 1)
- 2)
- 3)

17.Αναφέρετε 3 αρνητικούς λόγους που δεν θα το χρησιμοποιούσατε:

- 1)
- 2)
- 3)

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΣΑΣ

