



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ**

**ΠΟΛΥΤΕΧΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ**

**ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ  
& ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ**

**ΕΡΓΑΣΙΑ ΕΞΑΜΗΝΟΥ**

*ΓΙΑ ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ*

*ΤΗΛΕΜΑΤΙΚΗ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ*

---

---

*ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ*

---

---

*ΜΑΡΙΑ ΓΑΤΟΥ*

**A.M 4967**

*ΔΙΔΑΣΚΩΝ: ΧΡΗΣΤΟΣ ΜΠΟΥΡΑΣ*

**ΠΑΤΡΑ 2015**

[1]



---

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

---

---

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΟΡΙΣΜΟΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ .....</b>	<b>6</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ .....</b>	<b>9</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ .....</b>	<b>12</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ .....</b>	<b>15</b>
<b>4.1 ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ .....</b>	<b>15</b>
<b>4.2. ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ – ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ....</b>	<b>17</b>
<b>4.3 ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΗΣ ΥΠΕΡΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ .....</b>	<b>17</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΕΛΙΔΑΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ .....</b>	<b>19</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΒΑΣΙΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ .....</b>	<b>21</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ.....</b>	<b>24</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8- ΝΟΜΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΝΟΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ .....</b>	<b>29</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9- ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ .....</b>	<b>40</b>
<b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....</b>	<b>43</b>

---

<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>45</b>
--------------------------	-----------

---

# ΑΚΡΩΝΥΜΙΑ

---

EDI - Electronic Data Interchange

OBI - Open Buying on the Internet

OTP - Open Trading Protocol

OPS - Open Profiling Standard

SSL - Secure Sockets Layer

SET - Secure Electronic Transactions

CMS - Content Management Systems

---

## *ΕΙΣΑΓΩΓΗ*

---

Μία από τις πιο βασικές φιλοδοξίες κάθε επιχείρησης είναι η δυνατότητα πρόσβασης σε νέες ή και ήδη διαμορφωμένες αγορές. Έτσι κάθε επιχειρηματίας που ζει στην Ελλάδα θα ήθελε να έχει πρόσβαση στο καταναλωτικό κοινό της Σουηδίας της Γερμανίας των Ηνωμένων Πολιτειών. Επίσης θα ήθελε σίγουρα ένας πελάτης που έχει δυσκολία πρόσβασης στο σημείο πώλησης να μπορούσε να του αποστείλει μια παραγγελία με εύκολο και γρήγορο τρόπο από το να προσπαθήσει να φτάσει στο σημείο πώλησης.

Επίσης από την πλευρά των πελατών, κάποιος καταναλωτής θα κέρδιζε εμφανώς αν είχε την δυνατότητα να ελέγξει τις τιμές και να αγοράσει ένα προϊόν και από άλλα σημεία εκτός από αυτά που του είναι χωροταξικά διαθέσιμα σε αυτόν. Π.χ. αν ένα βιβλίο που κοστίζει σε ένα κατάστημα στην Πάτρα 17€ και σε ένα άλλο κατάστημα στην Αθήνα 20€ ο Αθηναίος πολίτης θα προτιμούσε να έχει την δυνατότητα ενημέρωσης και τελικά παραγγελίας από το κατάστημα στην Πάτρα.

Για τους παραπάνω λόγους αλλά και για πολλούς ακόμα που αφορούν την ανάπτυξη, οργάνωση, διαχείριση και προώθηση των προϊόντων, τα τελευταία χρόνια έχουν αναπτυχθεί τεχνολογίες στην πληροφορική κατάλληλες για την εξυπηρέτηση τέτοιων αναγκών.

Η ταχύτατη πρόοδος στις επικοινωνίες, στα δίκτυα ηλεκτρονικών υπηρεσιών, στα πολυμέσα και τις εφαρμογές client - server δημιούργησαν νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες και οδήγησαν σε νέους και αποτελεσματικούς τρόπους για τη διάδοση πληροφοριών, την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών και πολύ πρόσφατα την εκτέλεση χρηματικών ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Το κλειδί για όλα αυτά ήταν το παγκόσμιο δίκτυο του Internet που εξαπλώνεται μέρα με την μέρα και παρακινεί ένα διαρκώς αυξανόμενο αριθμό επιχειρήσεων και καταναλωτών παγκόσμια να συμμετάσχουν στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο.

---

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι: ΟΡΙΣΜΟΣ

## ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

---

---

Για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο δεν υπάρχει μέχρι τώρα ένα σαφής ορισμός.

Ένας πιθανός ορισμός θα μπορούσε να είναι: "οποιαδήποτε μορφή εμπορικών συναλλαγών στις οποίες τα μέλη ενεργούν με ηλεκτρονικές παρά με φυσικές συναλλαγές ή άμεση φυσική επαφή".

Όμως, ενώ ένας τέτοιος ορισμός είναι ακριβής, δύσκολα θα μπορούσε να συλλάβει το πνεύμα του ηλεκτρονικού εμπορίου που στην πραγματικότητα γίνεται πιο καλά κατανοητό ως μία από εκείνες τις σπάνιες περιπτώσεις στις οποίες οι μεταβαλλόμενες ανάγκες και οι νέες τεχνολογίες συναντιούνται για να προκαλέσουν μια επανάσταση στον τρόπο με τον οποίο γίνονται οι επιχειρήσεις.

Έτσι ένας πιο τεχνικός ορισμός του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι:

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι η ανταλλαγή επιχειρηματικών πληροφοριών με τη χρησιμοποίηση ηλεκτρονικών τυποποιήσεων που περιλαμβάνουν την Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων (EDI), το Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο (e-Mail), τους Ηλεκτρονικούς Πίνακες Ανακοινώσεων (EBBs) και την Ηλεκτρονική Μεταφορά Κεφαλαίων (EFT). Οι τεχνολογίες Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι σχεδιασμένες να αντικαταστήσουν τις παραδοσιακές εργασίες ροής που βασίζονται στα έγγραφα με πιο γρήγορες, πιο επαρκείς και πιο αξιόπιστες επικοινωνίες ανάμεσα σε υπολογιστές και συστήματα πληροφορικής.

Σήμερα η σύγχρονη επιχειρηματική δραστηριότητα χαρακτηρίζεται από διαρκώς αυξανόμενες ικανότητες παροχής, από διαρκώς αυξανόμενο παγκόσμιο ανταγωνισμό, και διαρκώς αυξανόμενες απαιτήσεις από τους πελάτες.

Ανταποκρινόμενες σ' αυτό, οι επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο μεταβάλλουν την οργάνωσή και τον τρόπο λειτουργία τους. Έτσι με χρήση των νέων τεχνολογιών στις επικοινωνίες και την ραγδαία ανάπτυξη της πληροφορικής εγκαταλείπουν τις παλιές

---

ιεραρχικές δομές και καταλύουν τα σύνορα ανάμεσα στα διάφορα τμήματα της επιχείρησης.

Η ανάπτυξη δε του Internet τους δίνει την δυνατότητα να μειώσουν τους φραγμούς ανάμεσα στην εταιρία, τους πελάτες και τους προμηθευτές.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ένα μέσο που επιτρέπει και υποστηρίζει τέτοιες αλλαγές σε παγκόσμια κλίμακα. Επιτρέπει στις εταιρίες να είναι πιο ευέλικτες και πιο αποτελεσματικές στην εσωτερική τους λειτουργία, να εργάζονται πιο στενά με τους προμηθευτές τους, και να ανταποκρίνονται καλύτερα στις προσδοκίες και τις ανάγκες των πελατών τους. Επιτρέπει στις εταιρίες να επιλέγουν τους πιο καλούς προμηθευτές, ανεξάρτητα από τη γεωγραφική τους θέση και να κάνουν πωλήσεις στην παγκόσμια αγορά.

Μια ειδική περίπτωση του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι οι ηλεκτρονικές πωλήσεις, κατά τις οποίες ένας προμηθευτής προσφέρει αγαθά και υπηρεσίες σε έναν πελάτη με πληρωμή. Μια ειδική περίπτωση ηλεκτρονικής πώλησης είναι το ηλεκτρονικό λιανικό εμπόριο, όπου πελάτης συνήθως είναι ένας συνηθισμένος καταναλωτής και όχι μια εταιρία. Όμως, ενώ αυτές οι ειδικές περιπτώσεις θεωρούνται σημαντικές από οικονομική άποψη, δεν είναι παρά απλά παραδείγματα πιο γενικών περιπτώσεων οποιασδήποτε μορφής επιχειρηματικής λειτουργίας ή συναλλαγής που γίνεται με ηλεκτρονικά μέσα. Άλλα εξίσου έγκυρα παραδείγματα περιλαμβάνουν εσωτερικές συναλλαγές μέσα σε μια μόνο εταιρία, ή την προσφορά πληροφοριών σε μια εξωτερική οργάνωση χωρίς καμιά πληρωμή.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι μια τεχνολογία αλλαγής. Οι εταιρίες που επιλέγουν να το θεωρούν σαν ένα ακόμη "πρόσθετο" στους υπάρχοντες τρόπους με τους οποίους κάνουν τις συναλλαγές τους θα αποκομίσουν ελάχιστα. Τα κυριότερα οφέλη θα συσσωρευτούν σε εκείνες τις επιχειρήσεις που είναι πρόθυμες να αλλάξουν την οργάνωσή τους και τις επιχειρηματικές τους διαδικασίες ώστε να εκμεταλλευτούν πλήρως τις ευκαιρίες που προσφέρονται από το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Παρόλα αυτά όμως οι περισσότερες επιχειρήσεις τουλάχιστον στον ελληνικό χώρο δεν έχουν προχωρήσει σε τέτοια βήματα. Το πρόβλημα δε γίνεται έντονο κυρίως στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις οι οποίες αποτελούν και το θεμέλιο της οικονομικής δραστηριότητας στην Ελλάδα και την Ευρώπη γενικότερα. Αντιθέτως στις Ηνωμένες Πολιτείες οι περισσότερες επιχειρήσεις τουλάχιστον των μεγάλων αστικών περιοχών



---

έχουν αναπτύξει έστω και μια απλή ηλεκτρονική πύλη στο διαδύκτιο (μια απλή σελίδα με δυνατότητα συμπλήρωσης φόρμας παραγγελίας).

Η συνεχή ανάπτυξη όμως του διαδικτύου δημιουργεί σαφώς έντονο ανταγωνιστικό προβάδισμα στις εταιρίες που έχουν προχωρήσει και σε τέτοιες εφαρμογές γιατί οι χρήστες του διαδικτύου μπορούν εύκολα και γρήγορα να πληροφορηθούν και να παραγγείλουν από αυτές.

---

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

---

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να υποδιαιρεθεί σε τέσσερις κατηγορίες

1. Από επιχείρηση σε επιχείρηση
2. Από επιχείρηση σε καταναλωτή
3. Από επιχείρηση προς τη διοίκηση
4. Από καταναλωτή προς τη διοίκηση

Ένα παράδειγμα της κατηγορίας από επιχείρηση σε επιχείρηση θα μπορούσε να είναι μια εταιρία που χρησιμοποιεί ένα δίκτυο για τις παραγγελίες στους προμηθευτές της, τα τιμολόγια και τις πληρωμές. Αυτή η κατηγορία ηλεκτρονικού εμπορίου έχει εδραιωθεί πολύ καλά για αρκετά χρόνια, χρησιμοποιώντας κυρίως την Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων (EDI - Electronic Data Interchange) μέσα από ιδιωτικά ή προστιθέμενης αξίας δίκτυα.

Η κατηγορία ανάμεσα σε επιχείρηση και καταναλωτή αναφέρεται κυρίως στο ηλεκτρονικό λιανικό εμπόριο. Αυτή η κατηγορία αναπτύχθηκε υπερβολικά με την έλευση του World Wide Web. Υπάρχουν τώρα "εμπορικά κέντρα" παντού μέσα στο Internet που προσφέρουν όλων των ειδών τα καταναλωτικά αγαθά, από κέικ και κρασιά μέχρι υπολογιστές και αυτοκίνητα. Είναι δε και η πιο διαδεδομένη και έντονα αναπτυσσόμενη γιατί μέσω αυτού του τρόπου οι εταιρείες μπορούν να πληροφορούν και να δέχονται παραγγελίες από τον άμεσα ενδιαφερόμενο και από οποιοδήποτε σημείο του κόσμου. Αυτό σημαίνει ότι οποιαδήποτε επιχείρηση έχει μια τέτοια πύλη εμπορίου ξαφνικά γίνεται διεθνής τουλάχιστον στο επίπεδο πωλήσεων.

Η κατηγορία ανάμεσα στην επιχείρηση και στη διοίκηση καλύπτει όλες τις συναλλαγές που γίνονται ανάμεσα σε εταιρίες και κυβερνητικούς οργανισμούς. Για παράδειγμα, στις ΗΠΑ, οι λεπτομέρειες για τις μελλοντικές κρατικές προμήθειες δημοσιεύονται στο Internet και οι εταιρίες μπορούν να ανταποκριθούν ηλεκτρονικά.

---

Τώρα αυτή η κατηγορία βρίσκεται σε νηπιακό στάδιο, αλλά θα μπορούσε να αναπτυχθεί πολύ γοργά καθώς οι κυβερνήσεις χρησιμοποιούν τους δικούς τους μηχανισμούς για να προωθήσουν τη γνώση αναφορικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο και την ανάπτυξή του. Πέρα από τις δημόσιες προμήθειες, οι διοικήσεις μπορούν επίσης να προσφέρουν την επιλογή για την εκτέλεση ηλεκτρονικών συναλλαγών όπως είναι η επιστροφή του ΦΠΑ και η πληρωμή των εμπορικών φόρων.

Η κατηγορία που αναφέρεται ανάμεσα στον καταναλωτή και στη διοίκηση δεν έχει ακόμη αναπτυχθεί. Όμως ως επακόλουθο της ανάπτυξης των κατηγοριών ανάμεσα σε επιχείρηση και καταναλωτή όσο και επιχείρηση και διοίκηση, οι κυβερνήσεις μπορούν στο μέλλον να επεκτείνουν την ηλεκτρονική αλληλεπίδραση σε τέτοιες περιοχές όπως είναι τα επιδόματα κοινωνικής προνοίας και οι αυτόματες επιστροφές φόρων.

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο χρησιμοποιεί αρκετά πρότυπα, ειδικά όσον αφορά το πλαίσιο των συναλλαγών ανάμεσα σε επιχειρήσεις.

### **Η Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων**

#### **(EDI - Electronic Data Interchange )**

Καθώς δημιουργήθηκε από την κυβέρνηση στις αρχές του 1970 και τώρα χρησιμοποιείται κατά 95% από τις 1000 εταιρίες του Fortune, η EDI είναι μια κοινή δομή αρχείων που σχεδιάστηκε ώστε να επιτρέψει σε μεγάλους οργανισμούς να μεταδώσουν πληροφορίες μέσα από μεγάλα ιδιωτικά δίκτυα. Η EDI βρίσκει εξίσου ένα ρόλο στους επιχειρηματικούς σταθμούς του Δικτύου.

#### **Ανοιχτή Αγορά στο Internet (OBI - Open Buying on the Internet ):**

Το πρότυπο OBI, που δημιουργήθηκε από τη Στρογγυλή Τράπεζα Αγορών μέσω του Internet, έχει ως στόχο να διασφαλίσει ότι όλα τα διαφορετικά συστήματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου μπορούν να συνομιλούν μεταξύ τους. Η OBI που ανακοινώθηκε από την OBI Consortium τον περασμένο Ιούνιο, υποστηρίζεται από τις μεγαλύτερες τεχνολογικές εταιρίες όπως είναι οι Actra, InteliSys, Microsoft, Open Market και Oracle.

#### **Το Ανοικτό Πρωτόκολλο Αγορών (OTP - Open Trading Protocol)**

Στόχος του πρωτοκόλλου OTP είναι να θέσει τα πρότυπα για μια σειρά από δραστηριότητες που σχετίζονται με τις πληρωμές, στις οποίες περιλαμβάνονται

---

συμφωνίες αγορών, αποδείξεις αγορών, και πληρωμές. Δημιουργήθηκε ως ανταγωνιστικό πρότυπο στο OBI και υποστηρίζεται από ένα όμιλο εταιριών στις οποίες περιλαμβάνονται η AT&T, CyberCash, Hitachi, IBM, Oracle, Sun Microsystems και η British Telecom.

### **Το Πρότυπο Ανοιχτού Προφίλ (OPS - Open Profiling Standard)**

Το πρότυπο OPS που υποστηρίζεται από τη Microsoft και την Firefly, επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργήσουν ένα προσωπικό προφίλ προτιμήσεων και ενδιαφερόντων που θα ήθελαν να συμμεριστούν με τους εμπόρους. Η ιδέα πίσω απ' αυτό βρίσκεται να βοηθήσει τους καταναλωτές να προστατεύσουν το ιδιωτικό απόρρητο τους χωρίς να εμποδιστούν στην online συλλογή εμπορικών πληροφοριών.

### **Περίβλημα Ασφαλούς Θήκης (SSL - Secure Sockets Layer)**

Αυτό το πρωτόκολλο σχεδιάστηκε για να δημιουργήσει μια ασφαλή σύνδεση με τον εξυπηρετητή. Το SSL χρησιμοποιεί κλειδί δημόσιας κρυπτογράφησης, μια από τις πιο ισχυρές μεθόδους κρυπτογράφησης που υπάρχουν, με σκοπό να προστατεύσει τα δεδομένα καθώς ταξιδεύουν μέσα στο Internet. Το SSL δημιουργήθηκε από τη Netscape, αλλά τώρα χρησιμοποιείται ευρέως.

### **Ασφαλείς Ηλεκτρονικές Συναλλαγές (SET - Secure Electronic Transactions)**

Το SET κωδικοποιεί τους αριθμούς της πιστωτικής κάρτας που αποθηκεύονται στον εξυπηρετητή του έμπορου. Αυτό το πρότυπο που δημιουργήθηκε από τη Visa και τη MasterCard, απολαμβάνει μεγάλης αποδοχής από την τραπεζική κοινότητα. Το πρώτο εμπορικό κύκλωμα που επιτρέπει τις SET δοκιμάζεται ήδη στην Ασία.

---

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

---

---

Τα όρια του ηλεκτρονικού εμπορίου δεν καθορίζονται από τα γεωγραφικά και εθνικά σύνορα, αλλά περισσότερο από την κάλυψη που έχουν τα δίκτυα υπολογιστών. Από τη στιγμή που τα περισσότερα δίκτυα έχουν παγκόσμια κάλυψη, το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει και στους πιο μικρούς ακόμη προμηθευτές να επιτύχουν μια παγκόσμια παρουσία και να ασκήσουν επιχειρηματική δραστηριότητα σε όλο τον κόσμο.

Το αντίστοιχο όφελος για τον πελάτη είναι η παγκόσμια επιλογή - ένας πελάτης μπορεί να επιλέξει από όλους τους δυνητικούς προμηθευτές το προϊόν ή την υπηρεσία που ζητά, ανεξάρτητα από το πού βρίσκεται γεωγραφικά.

### **Βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα / ποιότητα υπηρεσιών**

Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει στους προμηθευτές να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους με το "να έρθουν πιο κοντά στον πελάτη". Ως απλό παράδειγμα πολλές εταιρίες χρησιμοποιούν την τεχνολογία του ηλεκτρονικού εμπορίου για να προσφέρουν βελτιωμένα επίπεδα υποστήριξης πριν και μετά την πώληση, με αυξανόμενα επίπεδα πληροφόρησης για τα προϊόντα, οδηγίες για τη χρήση των προϊόντων, και γοργή ανταπόκριση στις ερωτήσεις των πελατών. Το αντίστοιχο όφελος για τον πελάτη είναι βελτιωμένη ποιότητα υπηρεσιών.

### **Μαζική προσαρμογή σε απαιτήσεις πελατών / Εξατομικευμένα προϊόντα και υπηρεσίες**

Με την ηλεκτρονική αλληλεπίδραση, οι προμηθευτές είναι σε θέση να συγκεντρώσουν αναλυτικές πληροφορίες για τις ανάγκες κάθε πελάτη ατομικά και να σχεδιάσουν προϊόντα και υπηρεσίες για εκείνες τις ατομικές ανάγκες. Αυτό καταλήγει σε προσαρμοσμένα προϊόντα που συγκρίνονται με εκείνα που προσφέρονται από εξειδικευμένους προμηθευτές, αλλά σε τιμές μαζικής αγοράς. Ένα απλό παράδειγμα

---

είναι ένα online περιοδικό που είναι "κομμένο και ραμμένο" στα μέτρα του αναγνώστη με κάθε πρόσβαση να δίνει έμφαση στα άρθρα που τον ενδιαφέρουν και να αποκλείονται εκείνα τα οποία τα έχει ήδη διαβάσει.

### **Μείωση ή εξάλειψη των δικτύων διανομής / Γοργή ανταπόκριση στις ανάγκες**

Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει συχνά την δραματική μείωση των παραδοσιακών αλυσίδων εφοδιασμού. Υπάρχουν πολλά εδραιωμένα παραδείγματα εταιριών, στις οποίες τα αγαθά αποστέλλονται κατευθείαν από τον κατασκευαστή στον τελικό καταναλωτή, παρακάμπτοντας τα παραδοσιακά δίκτυα χονδρικής και λιανικής πώλησης. (Τυπικά η συνεισφορά του ηλεκτρονικού εμπορίου δεν είναι ότι κάνει εφικτή μια τέτοια άμεση διανομή - από τη στιγμή που θα μπορούσε να γίνει με έντυπους καταλόγους και τηλεφωνικές ή ταχυδρομικές παραγγελίες- αλλά το ότι μια τέτοια άμεση διανομή γίνεται πρακτική όσον αφορά το κόστος και τη χρονική καθυστέρηση.)

Το ακραίο παράδειγμα εμφανίζεται στην περίπτωση των προϊόντων και των υπηρεσιών που μπορούν να παραδοθούν ηλεκτρονικά, όπου το δίκτυο διανομής θα εκλείψει τελείως. Αυτό έχει μαζικές επιπτώσεις στη βιομηχανία της ψυχαγωγίας (φίλμ, βίντεο, μουσική, περιοδικά, εφημερίδες), τη βιομηχανία της πληροφόρησης και της εκπαίδευσης (στην οποία περιλαμβάνονται όλες οι μορφές εκδόσεων) και τις εταιρίες που σχετίζονται με την ανάπτυξη και τη διανομή λογισμικού για τους υπολογιστές.

Το αντίστοιχο όφελος για τον πελάτη είναι η ικανότητα να αποκτά γρήγορα το ακριβές προϊόν που χρειάζεται, χωρίς να περιορίζεται σε εκείνο που υπάρχει σε στοκ στον τοπικό προμηθευτή.

### **Ουσιαστική μείωση κόστους / Ουσιαστική μείωση τιμών**

Μια από τις κύριες συνεισφορές του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η μείωση του κόστους των συναλλαγών. Ενώ το κόστος μια επιχειρηματικής συναλλαγής που απαιτεί ανθρώπινη αλληλεπίδραση μπορεί να μετρηθεί σε δολάρια, το κόστος για να γίνει μια παρόμοια συναλλαγή ηλεκτρονικά μπορεί να είναι της τάξης λίγων λεπτών του ευρώ ή ακόμη χαμηλότερο. Επομένως, οποιαδήποτε επιχειρηματική διαδικασία που περιλαμβάνει αλληλεπιδράσεις ρουτίνας ανάμεσα σε ανθρώπους προσφέρει τη δυνατότητα για ουσιαστική μείωση κόστους, η οποία με τη σειρά της μπορεί να μεταφραστεί σε ουσιαστική μείωση τιμών για τους πελάτες.

---

### Νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες / Νέα προϊόντα και υπηρεσίες

Πέρα από τον επαναπροσδιορισμό των αγορών για τα υπάρχοντα προϊόντα και υπηρεσίες, το ηλεκτρονικό εμπόριο προσφέρει επίσης την ευκαιρία για την ανάπτυξη εντελώς νέων προϊόντων και υπηρεσιών. Τα παραδείγματα περιλαμβάνουν δικτυακή υποστήριξη, και υπηρεσίες στήριξης, υπηρεσίες καταλόγων, υπηρεσίες υπηρεσιών (δηλ. εδραίωση αρχικής επαφής ανάμεσα στους δυνητικούς πελάτες και στους δυνητικούς προμηθευτές) και πολλά είδη online υπηρεσιών πληροφόρησης.

Ενώ όλες αυτές οι ευκαιρίες και τα ωφέλη είναι διακριτά, σε κάποιο βαθμό σχετίζονται μεταξύ τους. Για παράδειγμα, οι βελτιώσεις στον τομέα του ανταγωνισμού και της ποιότητας της υπηρεσίας μπορούν εν μέρει να προέλθουν από τη μαζική προσαρμογή στις απαιτήσεις των πελατών, ενώ η μείωση των δικτύων διανομής μπορεί να συνεισφέρει στη μείωση του κόστους και τη μείωση τιμών.

**Στο παρακάτω πίνακα φαίνονται συνοπτικά τα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου για τους καταναλωτές αλλά και τους προμηθευτές.**

Πλεονεκτήματα για τους προμηθευτές	Πλεονεκτήματα για τους καταναλωτές
Παγκόσμια παρουσία	Παγκόσμια επιλογή
Βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα	Ποιότητα υπηρεσιών
Μαζική προσαρμογή σε απαιτήσεις πελατών	Εξατομικευμένα προϊόντα και υπηρεσίες
Μειωμένα ή εξαφανισμένα δίκτυα διανομής	Γοργή ανταπόκριση στις ανάγκες
Ουσιαστική μείωση κόστους	Ουσιαστική μείωση τιμών
Νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες	Νέα προϊόντα & και υπηρεσίες

---

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

---

---

## 4.1 Το πρόβλημα της ασφάλειας

### Ασφάλεια στη χρήση προσωπικών δεδομένων

Κατά την διαδικασία μιας παραγγελίας ζητούνται κάποια στοιχεία τους όπως η διεύθυνση τους το email τους ο αριθμός της πιστωτικής τους κάρτας, την ημερομηνία γέννησης κ.α. και ότι άλλο θεωρηθεί απαραίτητο για την συναλλαγή. Όμως το πρόβλημα είναι ότι στο διαδίκτυο πολλοί εξειδικευμένοι χρήστες οι λεγόμενοι hackers μπορούν να κλέψουν και να χρησιμοποιήσουν τα στοιχεία αυτά για δικό τους όφελος. Έτσι συνήθως δημιουργούν παράνομες βάσεις δεδομένων όπου και πουλούν τα στοιχεία αυτά σε άλλες εταιρίες που τα χρησιμοποιούν κυρίως για διαφημιστικούς λόγους, όπως την μαζική αποστολή μηνυμάτων κ.α. χωρίς όμως την άδεια του πελάτη. Πολλές φορές τα ίδια στοιχεία χρησιμοποιούνται και για άκρως παράνομες ενέργειες όπως η πλαστογραφία και η οικονομική κλοπή των ατόμων που έκαναν την παραγγελία.

### Προβλήματα ασφάλειας στις οικονομικές συναλλαγές

Τα ποσά που δαπανώνται για την πραγματοποίηση αγορών μέσω του Internet εκτιμάται ότι ανέρχονται σε δισεκατομμύρια δολάρια ετησίως. Ήδη μπορείτε να αγοράσετε οτιδήποτε από το Internet - από ένα βιβλίο ως ένα αυτοκίνητο. Κάποια μέρα οι αγορές μέσω του Internet θα είναι τόσο κοινές όσο αυτές μέσω του ταχυδρομείου ή των επισκέψεων στα καταστήματα λιανικών πωλήσεων.

Ο πιο συνήθης τρόπος πληρωμής μέσα από το Internet είναι μέσω πιστωτικής κάρτας. Υπάρχει όμως ένα σημαντικό πρόβλημα που αφορά στις online αγορές: το Internet δεν είναι ένα ασφαλές δίκτυο!

Καθώς τα πακέτα των πληροφοριών ταξιδεύουν στο Internet, οποιοσδήποτε που βρίσκεται στην πορεία τους θα μπορούσε να τα επεξεργαστεί. Έτσι θα μπορούσε ένας εξειδικευμένος χρήστης να κλέψει τον αριθμό της κάρτας και να πραγματοποιήσει αγορά.



---

Για την επίλυση αυτού του προβλήματος έχουν αναπτυχθεί διάφορες μέθοδοι πληρωμών. Οι περισσότερες χρησιμοποιούν διαδικασίες και πρωτόκολλα που έχουν σχεδιαστεί για να κάνουν τις οικονομικές συναλλαγές στο Internet όσο είναι δυνατόν πιο εμπιστευτικές, χρησιμοποιώντας τεχνολογίες απόκρυψης οι οποίες διασφαλίζουν ότι κανείς δεν μπορεί να κλέψει τον αριθμό της πιστωτικής σας κάρτας. Δεκάδες οργανισμοί, συμπεριλαμβανομένων των Microsoft και Netscape, των μεγαλύτερων εταιριών πιστωτικών καρτών καθώς και των οργάνων που είναι επιφορτισμένα με τα πρότυπα του Web αναπτύσσουν σχήματα που προσφέρουν ασφαλείς κωδικοποιημένες οικονομικές συναλλαγές στο Internet. Δύο είναι τα διαθέσιμα σχήματα ασφαλών συναλλαγών.

- Το πρώτο αποκρύπτει τις προσωπικές οικονομικές πληροφορίες, όπως τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας, έτσι ώστε να μπορούν να μεταφερθούν στο Internet χωρίς να επιτρέπεται σε άλλους να διαβάσουν τα δεδομένα.
- Η δεύτερη μέθοδος δημιουργεί ένα σύστημα κυβερνο-δολαρίων, ηλεκτρονικών δηλαδή χρημάτων τα οποία μόνο εξουσιοδοτημένοι έμποροι μπορούν να τα εξαργυρώσουν με πραγματικά χρήματα.

Το πρωτόκολλο Secure Electronic Transaction (SET) έχει υιοθετηθεί από τις VISA, MasterCard, American Express, Microsoft, Netscape κ.ά. Περιγράφει έναν τρόπο με τον οποίο οι χρήστες μπορούν να ψωνίζουν online και να χρεώνουν τις πιστωτικές τους κάρτες. Η υποστήριξη αυτής της μεθόδου από τις σημαντικότερες οικονομικές εταιρίες και εταιρίες Πληροφορικής της δίνει μία πολύ καλή πιθανότητα για την μετατροπή της μελλοντικά σε ένα πρότυπο για την πραγματοποίηση online αγορών.

Εκτός από την μέθοδο των ασφαλών συναλλαγών με τη χρήση πιστωτικών καρτών, ένας αριθμός εταιριών στηρίζεται στη χρήση των κυβερνο-δολαρίων τα οποία επιτρέπουν στους καταναλωτές να αγοράζουν τα αγαθά και τις υπηρεσίες ανώνυμα. Με αυτή τη μέθοδο ο χρήστης χρησιμοποιεί το ψηφιακό ισοδύναμο των χρημάτων για την πραγματοποίηση αγορών και έτσι δεν χρειάζεται να στέλνει προσωπικές πληροφορίες στο Δίκτυο. Με τη χρήση αυτής της μεθόδου ηλεκτρονικών πληρωμών οι καταναλωτές μπορούν να αγοράσουν ηλεκτρονικά κέρματα και να τα χρησιμοποιήσουν για την πραγματοποίηση αγορών. Τα συστήματα πιστωτικών καρτών και ηλεκτρονικού "ρευστού" έχουν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά τους.

---

Τα συστήματα απόκρυψης των πιστωτικών καρτών είναι βολικά και δεν απαιτούν από τους πελάτες να αλλάξουν τις αγοραστικές συνήθειές τους. Οι συναλλαγές χρεώνονται στην πιστωτική κάρτα και εμφανίζονται στην κατάσταση που αποστέλλεται στον κάτοχο της ακριβώς όπως και με οποιαδήποτε άλλη αγορά. Τα ηλεκτρονικά χρήματα απαιτούν περισσότερες ενέργειες από την πλευρά του χρήστη αφού πρέπει πρώτα να τα αποκτήσει πριν προχωρήσει στη χρήση τους. Παρ' όλα αυτά εξασφαλίζουν καλύτερα το απόρρητο στις ηλεκτρονικές αγορές.

## **4.2. Το πρόβλημα της ταυτότητας του προμηθευτή – καταναλωτή**

Βασικό πρόβλημα στις ηλεκτρονικές αγορές είναι η μη γνώση της ταυτότητας του καταναλωτή ή του προμηθευτή. Έτσι είναι αυξημένη η περίπτωση εξαπάτησης από των προμηθευτή ή από τον πελάτη. Χαρακτηριστικό ήταν η δημιουργία εμπορικού καταστήματος στο Internet με επωνυμία γνωστής πολυεθνικής εταιρίας στην οποία οι πελάτες εξαπατούνταν και έκαναν αγορές με την πιστωτική τους κάρτα χωρίς όμως ποτέ να λάβουν τα προϊόντα τα οποία παράγγελναν. Οι πελάτες εξέφρασαν τα παράπονα τους στην εταιρία που νόμιζαν ότι έκαναν την αγορά χωρίς όμως ποτέ να ανακαλυφθεί ποιοι ήταν πίσω από την συγκεκριμένη απάτη.

Αντίστοιχα πολλά είναι τα παραδείγματα πελατών που κάνουν αγορές χωρίς όμως να δίνουν τα πραγματικά στοιχεία τους. Αυτό συμβαίνει συχνά από άτομα μικρών ηλικιών ή από ανταγωνιστικές άλλες εταιρίες που στόχο έχουν την δημιουργία μηχανογραφικών και γραφειοκρατικών προβλημάτων στις αντίπαλες εταιρείες.

Πολλές φορές αυτό γίνεται και με μηχανογραφημένο τρόπο

## **4.3 Το πρόβλημα της υπερπληροφορίας**

Σύμφωνα με μια έρευνες πάνω στη χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου οι χρήστες του δικτύου συνήθως δε βρίσκουν εύκολα αυτό που ψάχνουν ή βρίσκουν υπερβολικά μεγάλο όγκο από παρόμοια με το αντικείμενο θέματα.

Ο λόγος είναι ότι πολλοί οργανισμοί δίνουν σαν λέξεις κλειδιά για το site τους πολλές παρόμοιες με αυτό λέξεις και όχι ακριβής με αυτό με στόχο και μόνο την

---

επισκευσιμότητα . Το αποτέλεσμα είναι η υπερπληροφόρηση και τελικώς η μη λειτουργικότητα στην αναζήτηση.

Το πρόβλημα αυτό αντιμετωπίζεται με την συνεχή ανάπτυξη των μηχανών αναζήτησης και την όλο και πιο αποτελεσματική χρήση κριτηρίων και φίλτρων αναζήτησης. Αυτό όμως δημιουργεί πρόσθετα προβλήματα μια και αυξάνει το βαθμό πολυπλοκότητας του τρόπου αναζήτησης.

---

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

### ΣΕΛΙΔΑΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ

### ΕΜΠΟΡΙΟΥ

---

---

Στόχος της ιστοσελίδας μας είναι να είναι αρκετά εύκολη στην χρήση της και να μπορεί και ο πιο απλός χρήστης να βρεί εύκολα αυτό που ζητά άμεσα και αποτελεσματικά χωρίς καμία δυσκολία

Στοιχεία εύκολης πρόσβασης αποτελούν τα παρακάτω:

**Μπάρα κύριας πλοήγησης:** Η μπάρα κύριας πλοήγησης αποτελεί ουσιαστικά μια συλλογή συνδέσμων στα πιο σημαντικά τμήματα του Ιστοτόπου. Μια καλή πρακτική είναι τα στοιχεία της μπάρας κύριας πλοήγησης να παρουσιάζονται σε μορφή κειμένου και όχι σε μορφή εικόνων.

**Μπάρα δευτερεύουσας πλοήγησης:** Όταν ο όγκος της πληροφορίας σε ένα δικτυακό τόπο είναι μεγάλος, η μπάρα κύριας πλοήγησης καθίσταται ανεπαρκής για τον προσανατολισμό και την εύκολη πλοήγηση του χρήστη. Στην περίπτωση αυτή συνιστάται η κατασκευή ενός συστήματος δευτερεύουσας πλοήγησης (δείκτης) που αποτελείται απλά από μια λίστα τμημάτων στα οποία διαιρείται μια συγκεκριμένη περιοχή του Ιστοτόπου.

**Χάρτης Ιστοτόπου:** Ένας χάρτης Ιστοτόπου παρέχει μια καθολική άποψη της οργάνωσης του Ιστοτόπου και συνιστάται να παρέχεται σε κάθε σελίδα του. Συνιστάται ο χάρτης Ιστοτόπου να παραμένει μικρός σε μέγεθος και συγκεκριμένα να μην ξεπερνά κατά τρεις φορές το μέγεθος του παραθύρου της οθόνης.

**Πίνακα περιεχομένων:** Ένας πίνακας περιεχομένων αποτελεί ουσιαστικά μια απαρίθμηση (και παροχή συνδέσμων) στα σημαντικότερα τμήματα ενός εγγράφου.

**Μηχανή αναζήτησης:** Η μηχανή αναζήτησης σε ένα ιστότοπο συνήθως είναι απλά ένα πεδίο που ο χρήστης θα δίνει λέξεις ή φράσεις κλειδιά και αναζητεί στο site σχετικά αποτελέσματα από την ιστοσελίδα μας καθώς και τους σχετικούς συνδέσμους.

---

### **Προσβασιμότητα (Accessibility) (ταχύτητα πρόσβασης)**

Για να είναι μια σελίδα γρήγορη θα πρέπει να προσεχθούν τα παρακάτω:

Να φιλοξενείται σε κατάλληλο Web server που να είναι γρήγορος και η βάση δεδομένων που διατηρούμε τα δεδομένα μας να είναι αρκετά γρήγορη. Οι τεχνολογίες PHP και MYSQL είναι τέτοιες περιπτώσεις που δίνουν γενικά καλές αποδόσεις αρκεί και ο ίδιος ο Server καθώς και η γραμμή upload και download που διαθέτει να είναι γρήγορες.

Προγραμματιστικά να προσεχθεί ώστε να χρησιμοποιούνται γρήγοροι αλγόριθμοι στις διάφορες διαδικασίες και ερωτήματα όσο το δυνατόν πιο απλά ώστε να έρχονται γρήγορα οι απαντήσεις από τον database server.

Οι εικόνες-βίντεο που χρησιμοποιούνται να είναι μικρού μεγέθους ώστε να «κατεβαίνουν» γρήγορα και έτσι ο χρήστης να μην περιμένει για να λάβει τα δεδομένα.

---

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΒΑΣΙΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

---

Το ηλεκτρονικό εμπόριο βασίζεται κυρίως στη δομή του World Wide Web. Το WWW έχει σαν βασική τεχνολογία τις τεχνολογίες υπερκειμένου με κύρια την τεχνολογία της γλώσσας υπερκειμένου HTML. Μέσω αυτής της γλώσσας μπορεί κάποιος να κάνει το πρώτο βήμα δημιουργώντας μια απλή ιστοσελίδα με εικόνες, ήχο βίντεο κείμενα κ.λ.π κατάλληλη για να διαφημίσει και να επικοινωνήσει με τον πελάτη του. Η γνώση της HTML θεωρείται η πιο βασική για την ανάπτυξη οποιαδήποτε ιστοσελίδας.

Η χρήση όμως μόνο της γλώσσας υπερκειμένου Html δεν είναι αρκετή για την υλοποίηση μιας επαγγελματικής σελίδας ηλεκτρονικού εμπορίου. Αυτό γιατί οι σελίδες Html είναι σελίδες στατικές δηλαδή σελίδες απλής παρουσίασης δεδομένων μη εξαρτώμενες από τις αποφάσεις και κινήσεις του χρήστη.

Η δυναμικότητα της σελίδας εξασφαλίζεται με τεχνολογίες όπως τα script. Τα script είναι προγράμματα και υπορουτίνες γραμμένες σε γλώσσες υποστηριζόμενες από τον Internet Explorer , το FileZilla, το Chrome όπως ή γλώσσες Javascript και Vbscript. Τα script μπορούν να δώσουν έντονη δυναμικότητα σε μια σελίδα κάνοντας τη να φαίνεται σαν ολοκληρωμένη εφαρμογή. Μέσω των script μπορεί ο σχεδιαστής να δώσει ζωή στις φόρμες των σελίδων να ενεργοποιήσει κουμπιά επιλογών να χρησιμοποιήσει πλαίσια κειμένου κ.λ.π.

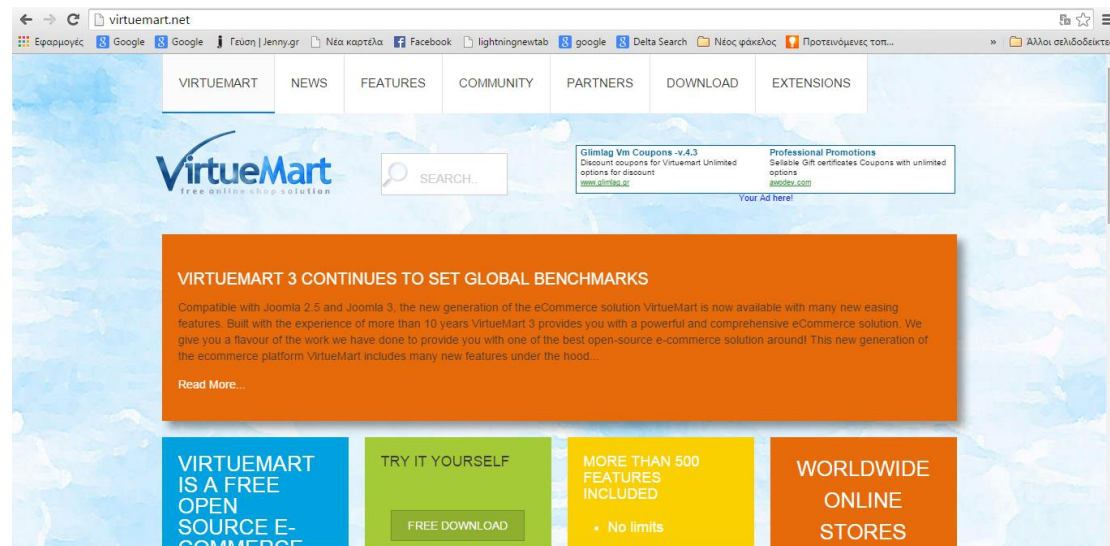
Επίσης υπάρχουν και Script που εκτελούνται από την μεριά μόνο του Server όπως τα script , PHP, .net , Vbscript κ.α.

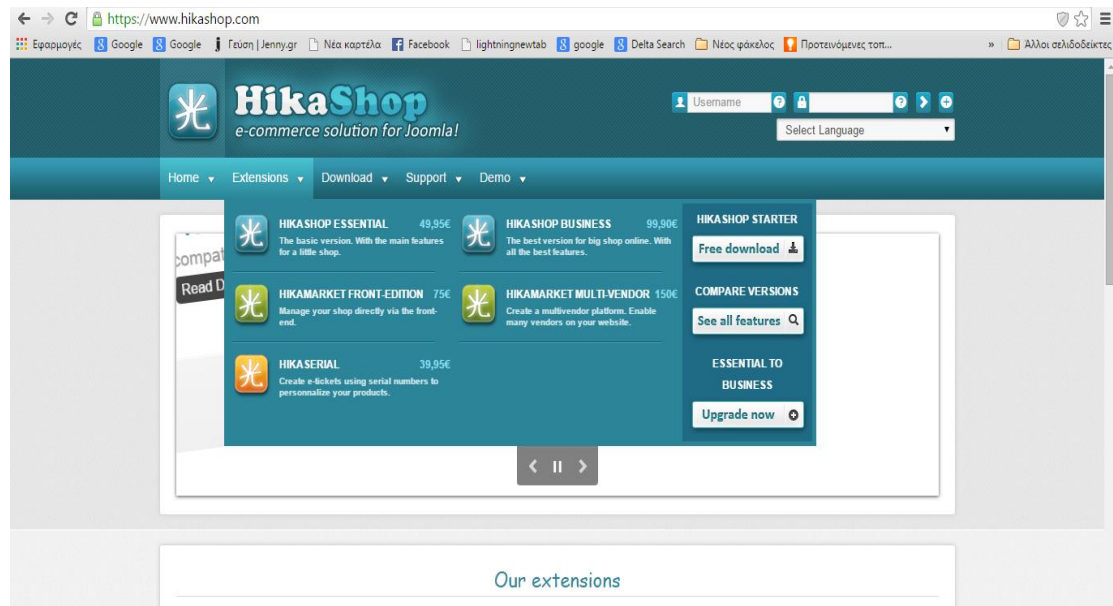
Τα Script σε Server σε συνδυασμό με την τυπική γλώσσα ερωτημάτων SQL μπορεί να αποτελέσουν την βάση για την δημιουργία ιστοσελίδων εξαρτώμενων από βάσεις δεδομένων. Μπορούν έτσι ο σχεδιαστής να καλέσει μέσω των αντικειμένων

ADO βάσεις δεδομένων, ή να συνθεθεί άμεσα με αυτές και η σελίδα να διαχειρίζεται τα δεδομένα μιας βάσης. Μέσω του τρόπου αυτού ο χρήστης μπορεί να εισάγει τα δεδομένα μιας παραγγελίας στη βάση της εταιρίας ή να λάβει στοιχεία και δεδομένα για τα προϊόντα τα οποία ενδιαφέρεται. Οι τεχνολογίες αυτές δηλαδή η χρήση της SQL σε συνδυασμό με γλώσσες όπως η PHP ,ASP , C#, PERL αποτελούν άμεσες τεχνολογίες για δυναμικές σελίδες και κατεπέκταση ιδανικά εργαλεία για τις σελίδες ηλεκτρονικού εμπορίου.

Φυσικά για να μπορέσει κάποιος να ανταποκριθεί στη δημιουργία ιστοσελίδων οποιασδήποτε χρήσης πρέπει να έχει και βασικές γνώσεις χρήσης και διαχείρισης εικόνας, Animation και Video όπως τα προγράμματα Photoshop, Illustator, Paint Shop, Gif Animator, Flash κ.α.

Επίσης έχουν αναπτυχθεί πολύ καλά περιβάλλοντα για ανάπτυξη σελίδων ηλεκτρονικού εμπορίου με πολύ εύκολο τρόπο σε **Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου (ΣΔΠ, Content Management Systems, CMS)** όπως το JOOMLA, το Drupal, το WordPress, κ.α. που μπορεί ακόμα και ένας απλός χρήστης να παραμετροποιήσει το περιβάλλον και να δημιουργήσει μια σελίδα που προβάλλει τα προϊόντα του , τα πουλά και παρακολουθεί την πορεία των πωλήσεων. Τέτοια είναι το Virtumart, το Hikashop κ.α.





Η ανάπτυξη των παραπάνω πακέτων έχει γίνει και αυτή με χρήση PHP και MySQL.



---

# *ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ*

## *ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ,*

### *ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ*

---

---

Με την ολοένα και ταχύτερη ανάπτυξη των τεχνολογιών και των επικοινωνιών και ιδίως την ραγδαία, τα τελευταία χρόνια, ανάπτυξη του Internet, η φύση και η δραστηριότητα του εμπορίου αλλάζει. Μια νέα μορφή εμπορίου, το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει κάνει δυναμική εμφάνιση και διεκδικεί σημαντικό μερίδιο από το παραδοσιακό εμπόριο. Η ανάπτυξή του οφείλεται ακριβώς στο γεγονός ότι προσφέρει τη δυνατότητα να πραγματοποιούνται κάθε είδους συναλλαγές -συμπεριλαμβανομένων της πώλησης αγαθών και υπηρεσιών μέσα από ηλεκτρονικά μέσα με μεγάλη ταχύτητα και μικρό κόστος.

Έτσι για παράδειγμα, εάν κανείς συνδεθεί με το Internet θα διαπιστώσει αμέσως ότι μπορεί να επιλέξει και να αγοράσει μέσω του Η/Υ από τα ηλεκτρονικά καταστήματα, μια σειρά από προϊόντα και υπηρεσίες: από βιβλία και ρούχα ως πακέτα διακοπών για οποιαδήποτε χώρα. Μπορεί επίσης να κλείσει αεροπορικό εισιτήριο χρεώνοντάς την πιστωτική του κάρτα και αμέσως μετά να παραγγείλει φαγητό για το σπίτι. Ωστόσο το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν έχει μόνο αυτή την μορφή, αντίθετα περιλαμβάνει μια ευρεία κλίμακα συναλλαγών και χρήση πολλαπλών τεχνολογικών εφαρμογών. Ειδικότερα το ηλεκτρονικό εμπόριο εμφανίζεται με δύο τύπους δραστηριότητας και τέσσερις μορφές.

Στη μελέτη της EuroFiet και του EuroCimmerce αναφέρεται ότι ήδη, στην Ευρώπη λειτουργούν περίπου 150.000 εμπορικά sites στο Internet, τα οποία από μόνα τους έχουν δημιουργήσει κατά τους υπολογισμούς 3.000 νέες θέσεις εργασίας, ενώ στις ΗΠΑ όπου το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι πολύ περισσότερο αναπτυγμένο υπολογίζεται ότι έχει δημιουργήσει 760.000 θέσεις εργασίας.

Είναι λοιπόν φανερό ότι η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και η δημιουργία κάποια στιγμή μιας κρίσιμης μάζας χρηστών-καταναλωτών μέσω

---

ηλεκτρονικού εμπορίου, παρουσιάζει τεράστιες δυνατότητες επιχειρηματικής δράσης και δημιουργίας θέσεων εργασίας που αναγκαστικά θα οδηγήσει σε μεγάλης έκτασης διαρθρωτικές αλλαγές κυρίως στους κλάδους του εμπορίου και του τουρισμού. Εδώ κυρίως αλλά όχι αποκλειστικά, αναμένεται να σημειωθούν ανακατατάξεις με τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων, την επέκταση άλλων αλλά ίσως και τη δημιουργία προβλημάτων βιωσιμότητας ορισμένων παραδοσιακών εμπορικών επιχειρήσεων.

Ως αποτέλεσμα, το ηλεκτρονικό εμπόριο επιφέρει σημαντικές επιπτώσεις στην αγορά εργασίας. Οι επιπτώσεις αυτές αναφέρονται περισσότερο στις μορφές εργασίας που θα αναπτυχθούν και τα προσόντα των εργαζομένων που θα απαιτηθούν.

Από τη μια πλευρά, αν για παράδειγμα το ηλεκτρονικό εμπόριο αποκτήσει ένα σημαντικό μέρος της αγοράς με αντίστοιχη μείωση των παραδοσιακών μορφών πώλησης στα καταστήματα, τότε θα υπάρξουν πιθανά απολύσεις ιδίως στα μεγάλα καταστήματα. Παράλληλα όμως, πάντα θα υπάρχει η αναγκαιότητα της «φυσικής» παράδοσης των προϊόντων. Ίσως υπάρξει μείωση της παραδοσιακής «εξόρμησης» στα καταστήματα για ψώνια αλλά θα αυξηθούν οι ανάγκες για παραδόσεις των προϊόντων.

Από την άλλη πλευρά, και καθώς η αγορά του ηλεκτρονικού εμπορίου θα αναπτύσσεται, οι νέες τεχνολογίες θα δημιουργήσουν νέα εξειδικευμένα επαγγέλματα πληροφορικής (όπως για παράδειγμα πωλητές μέσω Η/Υ, διαχειριστές-συντηρητές δικτύων, υπεύθυνοι ασφαλείας ηλεκτρονικών συναλλαγών κλπ) σε επιχειρήσεις που θα σχεδιάζουν και θα λειτουργούν ηλεκτρονικά καταστήματα για τρίτους ή για εμπορικές επιχειρήσεις που θα ενσωματώνουν το ηλεκτρονικό εμπόριο στη δομή τους.

Συνεπώς και με τα σημερινά δεδομένα είναι δύσκολο να υπολογιστεί ποιο θα είναι το τελικό ποσοτικό αποτέλεσμα σε ότι αφορά την απασχόληση αν και υπάρχουν εκτιμήσεις ότι τελικά θα υπάρξει μια μείωση θέσεων εργασίας της τάξης του 5-10% στον τομέα του εμπορίου.

Πέρα όμως από το θέμα της απασχόλησης, η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου θα έχει μεσοπρόθεσμα σημαντικές επιπτώσεις στο περιεχόμενο και τις συνθήκες εργασίας. Όπως σημειώθηκε νέες ειδικότητες και καθήκοντα θα αναδειχτούν, νέα προσόντα και δεξιότητες θα απαιτηθούν. Η προώθηση των προϊόντων μέσα από το Internet ήδη έχει δημιουργήσει νέες ανάγκες. Οι δυνατότητες και ευκαιρίες για ηλεκτρονικές πωλήσεις που δίνει το Internet, οδηγεί νέους ανθρώπους αλλά και ορισμένο από το υπάρχον προσωπικό στο να ασχοληθούν επαγγελματικά με τις

---

ηλεκτρονικές πωλήσεις. Σύμφωνα με την έρευνα της ομάδας του HELTRUN, τα νέα προσόντα και καθήκοντα για τους εργαζόμενους στο ηλεκτρονικό εμπόριο θα εστιαστούν σε τρεις κυρίως μορφές δραστηριότητας: α) στην διαχείριση της προώθησης των προϊόντων, στο marketing και την παρακολούθηση των ανταγωνιστών, β) στη διαχείριση των επικοινωνιών ανάμεσα στην επιχείρηση, τους προμηθευτές και τους πελάτες και γ) στη διαχείριση της πληροφορίας και τεχνολογικής υποδομής και των επικοινωνιών.

Επιπλέον ο μελλοντικός χώρος εργασίας θα είναι διαφορετικός από αυτόν που ήδη γνωρίζουμε. Οι ευέλικτες μορφές απασχόλησης θα ενισχυθούν με την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου. Για παράδειγμα η εξυπηρέτηση πελατών μέσω Internet γίνεται σε 24ωρη βάση. Θα απαιτηθεί ίσως κάποιο είδους αναδιανομή των εργαζομένων και ορισμένες θέσεις εργασίας δεν θα απαιτούν τη φυσική παρουσία στο χώρο της επιχείρησης. Η εργασία θα επικεντρώνεται κυρίως στα αποτελέσματα και όχι σε προκαθορισμένα καθήκοντα και ρόλους.

Με βάση το παραπάνω πλαίσιο, η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου θέτει νέες προκλήσεις και αναγκαιότητες, τόσο για τις επιχειρήσεις, όσο και για τους εργαζόμενους.

Έτσι, σε ότι αφορά τις επιχειρήσεις που θα δραστηριοποιηθούν στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου, η εισαγωγή του θα απαιτήσει αλλαγές σε βασικές τους λειτουργίες και διαδικασίες, στις μορφές και την οργάνωση της εργασίας (π.χ. τηλεργασία), καθώς και αλλαγές που συνδέονται με τα πωλούμενα προϊόντα μέσα από τα νέα κανάλια προώθησης και διανομής (π.χ. νέες μέθοδοι marketing και προώθησης, νέου τύπου σχέσεις ανάμεσα στην επιχείρηση και τους πελάτες κλπ). Σύμφωνα με την μελέτη του HELTRUN για παράδειγμα, η άμεση επαφή επιχείρησης - πελάτη μπορεί ακόμη να οδηγήσει και στην μείωση του ρόλου των λιανεμπορικών επιχειρήσεων, που διαμεσολαβούν για την πώληση, αφού θα υπάρχει η δυνατότητα άμεσης πώλησης από τον κατασκευαστή στον πελάτη. Από την πλευρά τους οι λιανέμποροι και προκειμένου να μη μείνουν έξω από την αλυσίδα διανομής θα πρέπει να προχωρήσουν σε αλλαγές εκμεταλλευόμενοι τις ειδικές γνώσεις που έχουν για τα προϊόντα και τα χαρακτηριστικά τους και παρέχοντας εξειδικευμένες υπηρεσίες με ηλεκτρονική μορφή.

Επιπτώσεις αναμένονται και για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, όπου μια πιθανή σε μεγάλη κλίμακα-- ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου θα τις καταστήσει ακόμη

---

περισσότερο ευάλωτες. Συμμαχίες, συνεργασίες, εξειδίκευση, ευελιξία και εισαγωγή νέας τεχνολογίας είναι μερικά από τα στοιχεία που θα πρέπει να υιοθετήσουν προκειμένου να αντεπεξέλθουν στον αυξανόμενο ανταγωνισμό.

Από την πλευρά των εργαζομένων, η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου - πέρα από τις επιπτώσεις στην απασχόληση - θα αλλάξει και το τοπίο των εργασιακών σχέσεων και των συνθηκών εργασίας, καθώς οι νέες ανάγκες που θα προκύψουν θα οδηγήσουν σε ακόμα μεγαλύτερη ευελιξία και ελαστικοποίηση της εργασίας.

Στο πλαίσιο αυτό, το ηλεκτρονικό εμπόριο αναμένεται να έχει σημαντικές επιπτώσεις στα ωράρια εργασίας, στη διαθεσιμότητα του εργαζόμενου για εργασία, στις άδειες και τα ρεπό, στην υγιεινή και ασφάλεια στους χώρους εργασίας αλλά και στα ασφαλιστικά δικαιώματα. Γενικά θα πρέπει να αναμένεται μια μείωση της ανάγκης για φυσική παρουσία του εργαζόμενου στον τόπο εργασίας και αύξηση της εργασίας από απόσταση δηλ. τηλεργασία. Επίσης θα πρέπει να αναμένεται αυξημένη ευελιξία σε ότι αφορά το χρόνο εργασίας, είτε με τη μορφή της μερικής απασχόλησης και των διακεκομμένων ωραρίων, είτε με τη μορφή της απασχόλησης με βάση το έργο που πρέπει να παραδοθεί.

Πάντως, είναι πολύ πιθανό η εργασία με αυτή την μορφή να μην προστατεύεται όπως συμβαίνει με την παραδοσιακή απασχόληση που ρυθμίζεται από την εργατική νομοθεσία και τις συλλογικές συμβάσεις εργασίας και μπορεί να οδηγήσει σε ακραίου τύπου φαινόμενα ευελιξιών που θα μειώνουν με κάθε τρόπο το κόστος εργασίας, προκειμένου να αυξάνεται η ανταγωνιστικότητα. Προκύπτει λοιπόν η ανάγκη, τα συνδικάτα να παρέμβουν ενεργά στις εξελίξεις που θα έχει η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, καταγράφοντας τις αλλαγές στο εργασιακό πεδίο και κατόπιν ρυθμίζοντας σε συλλογική βάση μέσα από συμβάσεις εργασίας τους όρους αμοιβής και εργασίας και αυτών των εργαζομένων.

Τέλος, το θέμα της εκπαίδευσης και κατάρτισης για τους εργαζόμενους στο ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ιδιαίτερα σημαντικό γιατί τα νέα προσόντα, οι ικανότητες και δεξιότητες που θα απαιτηθούν θα είναι ιδιαίτερα αυξημένα. Η δια βίου εκπαίδευση θα αποτελέσει σημείο κλειδί για την προσαρμογή των εργαζομένων στις νέες συνθήκες.

Συμπερασματικά, η εισαγωγή και ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου θα θέσει νέες προκλήσεις και νέα προβλήματα στον κλάδο και τους εργαζόμενους. Σε κάθε περίπτωση δεν θα πρέπει να αφηθεί μόνο στις δυνάμεις της αγοράς και να γίνει κατά

---

ανεξέλεγκτο τρόπο. Αντίθετα θα πρέπει να αποτελέσει πεδίο διαλόγου ανάμεσα σε εργοδότες και συνδικάτα. Ιδίως από την σκοπιά των δεύτερων, θα πρέπει να τεθεί κάτω από την ομπρέλα των συλλογικών διαπραγματεύσεων, προκειμένου να ρυθμιστούν σε συλλογική βάση οι ελάχιστοι όροι αμοιβής και εργασιακών συνθηκών.

Στο πλαίσιο αυτό, αποτελεί θετική εξέλιξη, η εισαγωγή του θέματος του ηλεκτρονικού εμπορίου στην ημερήσια διάταξη του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Διαλόγου για τον κλάδο του εμπορίου και η καταρχήν συζήτηση που έχει ξεκινήσει για τις επιπτώσεις του στην Απασχόληση.

Ηδη οι ευρωπαϊκές οργανώσεις εργοδοτών (EUROCOMMERCE) και εργαζομένων (EURO-FIET) με τις αντίστοιχες ελληνικές (Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου, Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών και Ομοσπονδία Ιδιωτικών Υπαλλήλων Ελλάδος) διοργάνωσαν τον Απρίλιο 1998 στην Αθήνα, ευρωπαϊκό σεμινάριο για τις επιπτώσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου στην απασχόληση. Στο σεμινάριο που συμμετείχαν 50 περίπου εκπρόσωποι συνδικάτων και εργοδοτικών ενώσεων του εμπορίου από τις χώρες της Ε.Ε., παρουσιάστηκε η μελέτη που εκπόνησε η ομάδα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών και έγινε ευρεία ανταλλαγή απόψεων για αυτό το θέμα. Τέλος, αποφασίστηκε οι εργοδότες και τα συνδικάτα να υλοποιήσουν από κοινού σε ευρωπαϊκό επίπεδο πιλοτικό εκπαιδευτικό πρόγραμμα στην εισαγωγή και χρήση μορφών ηλεκτρονικού εμπορίου.

---

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8-ΝΟΜΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΝΟΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

---

---

Τα συστήματα ηλεκτρονικού εμπορίου πρέπει να εναρμονίζονται με τη νομοθεσία των χωρών στις οποίες λειτουργούν. Με την εμφάνιση του διαδικτύου και την πραγματοποίηση εμπορικών συναλλαγών μέσω αυτού ανέκυψε μια σειρά από νομικά ζητήματα που απασχόλησαν τόσο την Ευρωπαϊκή Ένωση όσο και τα επιμέρους κράτη μέλη. Το βασικό πρόβλημα σε επίπεδο νομοθεσίας που αντιμετώπισαν οι περισσότερες εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου, που αναπτύχθηκαν με την εμφάνιση του διαδικτύου, ήταν η έλλειψη ξεκάθαρων νομοθετικών ρυθμίσεων που διέπουν το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Η απότομη τεχνολογική ανάπτυξη και η ραγδαία εξάπλωση του ηλεκτρονικού εμπορίου βρήκαν απροετοίμαστη τη νομοθεσία σε παγκόσμιο επίπεδο, η οποία αποδείχθηκε ελλιπείς και αδύναμη να προσαρμοστεί τόσο γρήγορα στα νέα δεδομένα.

Παρά την παγκόσμια φύση των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, είναι αναγκαίος ο συντονισμός των εθνικών κανονιστικών μέτρων σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης για να αποφευχθεί η κατάτμηση της εσωτερικής αγοράς και για να εγκαθιδρυθεί ένα κατάλληλο ευρωπαϊκό κανονιστικό πλαίσιο.

Για να επιτραπεί η απρόσκοπτη ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, το νομικό πλαίσιο πρέπει να είναι σαφές, απλό και συμβατό με τους κανόνες που ισχύουν σε διεθνές επίπεδο. Για τους λόγους αυτούς, η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει εκδώσει δέσμη Οδηγιών που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με το ηλεκτρονικό εμπόριο. Συμπεριλαμβάνονται η Οδηγία 1999/93/ΕΚ σχετικά με το κοινοτικό πλαίσιο για τις ηλεκτρονικές υπογραφές, η οποία καθορίζει κανόνες σχετικά με τη νομική αναγνώριση των ηλεκτρονικών υπογραφών και τις διαδικασίες πιστοποίησης, και η Οδηγία 2000/31/ΕΚ για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά.

---

Κάθε κράτος μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης πρέπει να ενσωματώσει τις διάφορες νομοθετικές ρυθμίσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον τοπικό του νόμο. Η Ελλάδα έχει ενσωματώσει ήδη αρκετές από τις Οδηγίες στο εθνικό της δίκαιο. Ενδεικτικά, έχει ενσωματώσει την Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο στο Προεδρικό Διάταγμα 131/2003 και την Οδηγία σχετικά με το κοινοτικό πλαίσιο για τις ηλεκτρονικές υπογραφές στο Προεδρικό Διάταγμα 150/2001.

Στα πλαίσια της δημιουργίας του εθνικού μας κανονιστικού πλαισίου καθορίστηκε η Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών & Ταχυδρομείων (ΕΕΤΤ) ως αρμόδια αρχή για την εποπτεία των εγκατεστημένων στην Ελλάδα Παρόχων Υπηρεσιών Πιστοποίησης ηλεκτρονικής υπογραφής (ΠΥΠ), καθώς και για τη λειτουργία μηχανισμών εθελοντικής διαπίστευσης των ΠΥΠ και διαπίστωσης της συμμόρφωσης των προϊόντων ηλεκτρονικής υπογραφής.

Πολύ σημαντικό ρόλο στο ελληνικό νομοθετικό πλαίσιο για το ηλεκτρονικό εμπόριο παίζει ένας ανεξάρτητος διοικητικός φορέας, η Αρχή Διασφάλισης Απορρήτου Επικοινωνιών (ΑΔΑΕ) που δραστηριοποιείται τα τελευταία χρόνια. Βασική αρμοδιότητα της είναι η προστασία του απορρήτου των επικοινωνιών. Για το σκοπό αυτό η ΑΔΑΕ έχει εκδώσει κάποιους κανονισμούς για τη διασφάλιση του απορρήτου των επικοινωνιών και κάθε εγκατεστημένος στην Ελλάδα οργανισμός που έχει ως γενικό αντικείμενο την επικοινωνία, συνεπώς και κάθε οργανισμός ηλεκτρονικού εμπορίου, θα πρέπει να τους τηρεί. Επίσης, ευθύνη της ΑΔΑΕ είναι και ο έλεγχος τήρησης των κανονισμών, που εκδίδει, από τους εν λόγω οργανισμούς.

### **Σχετική Νομοθεσία**

Η συνεχώς αυξανόμενη χρήση του διαδικτύου για τη σύναψη εμπορικών συμβάσεων, το ηλεκτρονικό εμπόριο και οι ανυπολόγιστες επιδράσεις του στην οικονομία, δραστηριοποίησαν διεθνείς οργανισμούς, την Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων καθώς και κυβερνήσεις διαφόρων χωρών, προκειμένου να ορίσουν το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Σε διεθνές επίπεδο, η Επιτροπή Διεθνούς Εμπορικού Δικαίου των Ηνωμένων Εθνών (UNCITRAL) συνέταξε το 1996 τον Πρότυπο Νόμο για το ηλεκτρονικό εμπόριο, ρυθμίζοντας ζητήματα όπως η εξομοίωση των ηλεκτρονικών πληροφοριών με έγγραφα υλικής υπόστασης, η νομική ισχύς της ηλεκτρονικής υπογραφής, η

---

αποδεικτική δύναμη των ηλεκτρονικών κειμένων, ο τόπος, ο χρόνος και απόδειξη παραλαβής του ηλεκτρονικού μηνύματος.

Μέσα στο πλαίσιο αυτό, η Ευρωπαϊκή Ένωση πραγματοποιεί σταδιακά μια συντονισμένη προσπάθεια να θέσει σταθερές νομικές βάσεις που να δημιουργούν ένα δίκτυο ασφάλειας για το ηλεκτρονικό εμπόριο. Βασικός γνώμονας είναι η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου με την απαραίτητη, όμως, υποδομή που να αποδίδει την κατάλληλη νομική ισχύ στις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Τα τελευταία χρόνια η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει κάνει αρκετά για την ενίσχυση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Έχει εκδώσει Οδηγίες, προτάσεις, συστάσεις για τη δημιουργία νομικού πλαισίου για το ηλεκτρονικό εμπόριο. Κάθε χώρα μέλος πρέπει να ενσωματώσει τις διάφορες νομοθετικές ρυθμίσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον τοπικό της νόμο. Κατά μέσον όρο, τα κράτη μέλη έχουν μια διετή περίοδο μετάβασης να μεταφράσουν μια Οδηγία σε εθνικό νόμο.

Η ελληνική έννομη τάξη προσπαθεί να προσαρμοστεί στις προταγές της νέας εμπορικής πραγματικότητας κυρίως με την προσαρμογή των ευρωπαϊκών νομοθετημάτων στο εσωτερικό δίκαιο. Παρόλο που παρουσιάζεται γενικά μια καθυστέρηση στην υιοθέτηση κάποιων επιμέρους Οδηγιών, αρχίζει και παίρνει μορφή το νομοθετικό καθεστώς που αρμόζει στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

### **Ευρωπαϊκή Νομοθεσία**

Στο επίκεντρο των προσπαθειών της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη νομοθετική ρύθμιση του ηλεκτρονικού εμπορίου βρίσκεται η Οδηγία για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο (2000/31/EK) που θέτει τις βάσεις για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου. Με την Οδηγία αυτή καθιερώθηκε η αρχή της ελευθερίας σύναψης ηλεκτρονικών συμβάσεων, η αρχή της χώρας προέλευσης, που σημαίνει ότι το Δίκαιο που διέπει τις συναλλαγές με ηλεκτρονικά μέσα είναι το Δίκαιο της χώρας μόνιμης εγκατάστασης του φορέα παροχής υπηρεσιών, και ο εξωδικαστικός διακανονισμός των διαφορών που θα προκύψουν.

Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου συμπληρώνουν μια σειρά από Οδηγίες, συστάσεις και κανονισμοί που είτε συστάθηκαν προκειμένου να ρυθμίσουν ηλεκτρονικές μορφές εμπορίου είτε είναι σχετικές χωρίς βέβαια να αναφέρονται ρητά στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Κάθε χώρα μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχει προσαρμόσει



---

το νομικό αυτό πλαίσιο στο δικό της εσωτερικό δίκαιο, δημιουργώντας τους δικούς της Κανόνες. Στη συνέχεια παρουσιάζεται η Ευρωπαϊκή Νομοθεσία σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο.

### **Δικαιώματα Πνευματικής Ιδιοκτησίας**

- Οδηγία 2004/48/EC του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την επιβολή του δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας.
- Οδηγία 2001/29/EC της 22ας Μαΐου 2001 για την εναρμόνιση ορισμένων πτυχών του δικαιώματος του δημιουργού και συγγενικών δικαιωμάτων στην κοινωνία της πληροφορίας.
- Οδηγία 96/9/EC της 11ης Μαρτίου 1996 σχετικά με τη νομική προστασία των βάσεων δεδομένων.
- Οδηγία 92/100/EEC σχετικά με το δικαίωμα εκμίσθωσης το δικαίωμα δανεισμού και ορισμένα δικαιώματα συγγενικά προς την πνευματική ιδιοκτησία στον τομέα των προϊόντων της διανοίας.

### **Ηλεκτρονικό Εμπόριο**

- Οδηγία 2000/31/EC του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 8ης Ιουνίου 2000 για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά

### **Προστασία Δεδομένων**

- Οδηγία 95/46/EC του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 24ης Οκτωβρίου 1995 για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών.
- Κανονισμός (EC) 45/2001 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 18ης Δεκεμβρίου 2000 για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από τα όργανα και τους οργανισμούς της κοινότητας και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών.

### **Προστασία Δεδομένων στον Τηλεπικοινωνιακό Τομέα**

- Οδηγία 97/66/EC του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 15ης Δεκεμβρίου 1997 περί επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και προστασίας της ιδιωτικής ζωής στον τηλεπικοινωνιακό τομέα.
- Οδηγία 2002/58/EC του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 12ης Ιουλίου 2002 σχετικά με την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τηλεπικοινωνιακό τομέα.

---

## **Προστασία των Ηλεκτρονικών Συνδρομητικών Υπηρεσιών**

- Οδηγία 98/84/EC του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τη νομική προστασία των υπηρεσιών που βασίζονται ή συνίστανται στην παροχή πρόσβασης υπό όρους (συνδρομητικές υπηρεσίες).

## **Ηλεκτρονικές Υπογραφές**

- Οδηγία 1999/93/EC του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 13ης Δεκεμβρίου 1999 σχετικά με το κοινοτικό πλαίσιο για τις ηλεκτρονικές υπογραφές.

## **Εξ αποστάσεως Πωλήσεις**

- Οδηγία 97/7/EC του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 20ης Μαΐου 1997 για την προστασία των καταναλωτών κατά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις.

## **Παραπλάνηση και Συγκριτική Διαφήμιση**

- Οδηγία 97/55/EC του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 6ης Οκτωβρίου 1997, για την τροποποίηση της Οδηγίας 84/450/EEC, σχετικά με την παραπλανητική διαφήμιση προκειμένου να συμπεριληφθεί η συγκριτική διαφήμιση.

Μια ιδιαίτερα σημαντική εξέλιξη των τελευταίων χρόνων είναι η δημιουργία του προγράμματος eEurope. Το πρόγραμμα αυτό, στο οποίο η Ελλάδα έχει ενεργό μέρος, ιδρύθηκε από την Ευρωπαϊκή Ένωση σε μια προσπάθεια διερεύνησης των δυνατοτήτων χρήσης του διαδικτύου στον ευρωπαϊκό χώρο και των προκλήσεων που αυτό δημιουργεί για εταιρείες και ιδιώτες. Μια από τις σημαντικότερες προτεραιότητες του προγράμματος είναι η βελτίωση της ασφάλειας των ηλεκτρονικών συναλλαγών, προκειμένου να αναπτυχθεί η εμπιστοσύνη των χρηστών στο διαδίκτυο και να αυξηθούν οι ηλεκτρονικές συναλλαγές. Παράλληλα, το πρόγραμμα eEurope προσπαθεί να συμβάλει στην ενίσχυση του νομοθετικού πλαισίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

---

## **Ελληνική Νομοθεσία**

Όπως σε κάθε χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, έτσι και στην Ελλάδα οι αρμόδιες αρχές προσπαθούν να συμμορφώσουν το εθνικό δίκαιο προς τα ευρωπαϊκά νομοθετήματα που ήδη υπάρχουν. Η σταδιακή δημιουργία του νομοθετικού πλαισίου αποτελεί τη βάση για τη ρύθμιση του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Στη συνέχεια παρουσιάζεται η Ελληνική Νομοθεσία σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο.

### **Δικαιώματα Πνευματικής Ιδιοκτησίας**

- Νόμος 2121/1993 για την πνευματική ιδιοκτησία, τα συγγενικά δικαιώματα και τα πολιτιστικά θέματα.

### **Ηλεκτρονικό Εμπόριο**

- Προεδρικό Διάταγμα 131/2003, το οποίο αποτελεί προσαρμογή στην Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο (2000/31/EC).

### **Προστασία Δεδομένων**

- Νόμος 2472/1997 για την προστασία του ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, ο οποίος ενσωματώνει στο ελληνικό δίκαιο την ευρωπαϊκή οδηγία 95/46/EK.
- Νόμος 2225/1994 για την προστασία του απορρήτου των επικοινωνιών, ο οποίος όμως καθορίζει και τις περιπτώσεις άρσης του απορρήτου αυτού.

### **Προστασία Δεδομένων στον Τηλεπικοινωνιακό Τομέα**

- Νόμος 2774/1999 για την προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στον τηλεπικοινωνιακό τομέα. Ο Νόμος αυτός αποτελεί προσαρμογή στην Οδηγία 97/66/EC.

---

## **Προστασία των Ηλεκτρονικών Συνδρομητικών Υπηρεσιών**

- Προεδρικό Διάταγμα 343/2002 για τη νομική προστασία των υπηρεσιών που βασίζονται ή συνίστανται στην παροχή πρόσβασης υπό όρους (συνδρομητικές υπηρεσίες). Το Διάταγμα αυτό αποτελεί προσαρμογή στην Οδηγία 98/84/EC.

## **Ηλεκτρονικές Υπογραφές**

- Προεδρικό Διάταγμα 150/2001 αποτελεί προσαρμογή στην Οδηγία 1999/93/EC σχετικά με το κοινοτικό πλαίσιο για τις ηλεκτρονικές υπογραφές.
- Κανονισμός ΕΕΤΤ για την Παροχή Υπηρεσιών Πιστοποίησης Ηλεκτρονικής Υπογραφής (ΦΕΚ 603/B'/16-5-2002).
- Προεδρικό Διάταγμα 342/2002 για τη διακίνηση εγγράφων με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο μεταξύ των δημόσιων υπηρεσιών, Ν.Π.Δ.Δ. και Ο.Τ.Α. ή μεταξύ αυτών και των φυσικών ή νομικών προσώπων ιδιωτικού δικαίου και ενώσεων φυσικών προσώπων.
- Κανονισμός ΕΕΤΤ για την Εθελοντική Διαπίστευση των Παρόχων Υπηρεσιών Πιστοποίησης (295/65).
- Κανονισμός ΕΕΤΤ για τη Διαπίστωση Συμμόρφωσης Ασφαλών Διατάξεων Δημιουργίας Υπογραφής και Ασφαλών Κρυπτογραφικών Μονάδων (295/64).
- Κανονισμός ΕΕΤΤ για τη Διαπίστωση Συμμόρφωσης Ασφαλών Διατάξεων Δημιουργίας Υπογραφής και Ασφαλών Κρυπτογραφικών Μονάδων και Φορέων για τη Διαπίστωση Συμμόρφωσης των Παρόχων Υπηρεσιών Πιστοποίησης προς τα Κριτήρια Εθελοντικής Διαπίστευσης (295/63).

## **Εξ αποστάσεως Πωλήσεις**

- Νόμος 2251/1994 για την προστασία των καταναλωτών (ΦΕΚ 191 Α'/16 Νοεμβρίου 1994).

## **Παραπλάνηση και Συγκριτική Διαφήμιση**

- Νόμος 2251/1994 για την προστασία των καταναλωτών (ΦΕΚ 191 Α'/16 Νοεμβρίου 1994).

---

## ***Οδηγία για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο***

Με βάση την Οδηγία 2000/31/ΕΚ για το ηλεκτρονικό εμπόριο, αλλά και το Π.Δ. 131/2003 για το ηλεκτρονικό εμπόριο που την ενσωματώνει στην ελληνική έννομη τάξη, ο «ορισμός των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας» καλύπτει κάθε υπηρεσία που συνήθως παρέχεται εξ' αποστάσεως έναντι αμοιβής, μέσω εξοπλισμών ηλεκτρονικής επεξεργασίας και αποθήκευσης δεδομένων και κατόπιν ατομικού αιτήματος του αποδέκτη της υπηρεσίας. Στον ορισμό εμπίπτουν και υπηρεσίες που δεν αμείβονται από τον αποδέκτη τους όπως η παροχή πληροφοριών on line, οι εμπορικές επικοινωνίες, οι υπηρεσίες αναζήτησης, οι υπηρεσίες πρόσβασης και ανάκτησης δεδομένων, εφόσον αυτές συνιστούν οικονομικές δραστηριότητες.

### **Εσωτερική Αγορά**

Κάθε κράτος μέλος (συνεπώς και η Ελλάδα) μεριμνά ώστε οι υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας που παρέχει ένας φορέας εγκατεστημένος στο έδαφος του να τηρούν τις ισχύουσες εθνικές διατάξεις του οι οποίες εμπίπτουν στο συντονισμένο τομέα.

Τα κράτη μέλη δε μπορούν να περιορίσουν την ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας οι οποίες προέρχονται από άλλο κράτος μέλος. Υπάρχουν όμως κάποιες προϋποθέσεις που εφόσον πληρούνται (π.χ. για τη δημόσια ασφάλεια, τη δημόσια υγεία, τη δίωξη εγκλημάτων κλπ.) τα κράτη μέλη μπορούν να λάβουν μέτρα για συγκεκριμένη υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας που προέρχεται από άλλο κράτος μέλος.

---

## Πληροφόρηση

Ο φορέας παροχής υπηρεσιών οφείλει να προσφέρει στους αποδέκτες του και στις αρμόδιες αρχές εύκολη, άμεση και συνεχή πρόσβαση στις ακόλουθες τουλάχιστον πληροφορίες:

- Επωνυμία του φορέα παροχής της υπηρεσίας.
- Γεωγραφική διεύθυνση στην οποία ο φορέας είναι εγκατεστημένος.
- Στοιχεία που να επιτρέπουν την ταχεία επαφή και άμεση επικοινωνία με τον φορέα παροχής της υπηρεσίας.
- Εφόσον ο φορέας είναι εγγεγραμμένος σε εμπορικό ή δημόσιο μητρώο, το οικείο μητρώο και τον αριθμό εγγραφής του σε αυτό.
- Εφόσον η δραστηριότητα υπόκειται σε καθεστώς έγκρισης, τα στοιχεία της σχετικής εποπτικής αρχής.

Όταν οι υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας αναφέρονται σε τιμές, αυτές πρέπει να αναγράφονται σαφώς και επακριβώς και, ειδικότερα να διευκρινίζεται εάν περιλαμβάνουν φόρο και έξοδα αποστολής.

Κάθε οργανισμός ηλεκτρονικού εμπορίου οφείλει να παρέχει τόσο στους πελάτες του όσο και στις αρμόδιες αρχές πρόσβαση στις πιο πάνω πληροφορίες, όπως επίσης και να αναφέρει στους πελάτες του τυχόν έξοδα αποστολής για προϊόντα που προτίθενται να αγοράσουν.

## Εμπορικές Επικοινωνίες

Οι εμπορικές επικοινωνίες που συνιστούν υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας ή αποτελούν μέρος της, οφείλουν να πληρούν τουλάχιστον τους ακόλουθους όρους:

Η εμπορική επικοινωνία πρέπει να είναι σαφώς αναγνωρίσιμη.

Το φυσικό ή νομικό πρόσωπο για λογαριασμό του οποίου γίνεται η εμπορική επικοινωνία πρέπει να είναι σαφώς αναγνωρίσιμο.

Οι προσφορές όπως είναι οι εκπτώσεις, τα πριμ και τα δώρα, εφόσον επιτρέπονται από το κράτος μέλος στο οποίο είναι εγκατεστημένος ο φορέας παροχής υπηρεσιών, πρέπει να είναι σαφώς αναγνωρίσιμες, η πρόσβαση στους όρους υπό τους

---

οποίους μπορεί κανείς να επωφεληθεί από τις προσφορές πρέπει να είναι εύκολη, οι δε όροι να παρουσιάζονται σαφώς και επακριβώς.

### **Συμβάσεις που Συνάπτονται με Ηλεκτρονικά Μέσα**

Τα κράτη μέλη εξασφαλίζουν ότι ο φορέας παροχής υπηρεσιών πρέπει να παρέχει τουλάχιστο τις ακόλουθες πληροφορίες κατά τρόπο σαφή, κατανοητό και αδιαφιλονίκητο, πριν από την ανάθεση της παραγγελίας από τον αποδέκτη της υπηρεσίας:

- Τα διάφορα τεχνικά στάδια έως τη σύναψη της σύμβασης.
- Εάν ο φορέας παροχής υπηρεσιών θα αρχειοθετήσει ή όχι τη σύμβαση μετά τη σύναψη της και εάν προβλέπεται δυνατότητα πρόσβασης σε αυτήν.
- Τα τεχνικά μέσα που θα επιτρέπουν τον εντοπισμό και τη διόρθωση σφαλμάτων ηλεκτρονικού χειρισμού πριν από την ανάθεση της παραγγελίας.
- Τις γλώσσες στις οποίες μπορεί να συναφθεί η σύμβαση.

### **Παραγγελία**

Όταν ένας αποδέκτης υπηρεσίας αναθέτει παραγγελία με τεχνολογικά μέσα, ισχύουν οι ακόλουθες αρχές:

Ο φορέας παροχής υπηρεσιών οφείλει να αποστέλλει αποδεικτικό παραλαβής της παραγγελίας του αποδέκτη χωρίς περιττή καθυστέρηση και με ηλεκτρονικά μέσα.

Η παραγγελία και το αποδεικτικό παραλαβής θεωρείται ότι έχουν παραληφθεί όταν τα μέρη στα οποία απευθύνονται έχουν πρόσβαση σε αυτά.

### **Ευθύνη των Μεσαζόντων Παροχής Υπηρεσιών**

Σε περίπτωση παροχής μιας υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας, η οποία συνίσταται στη μετάδοση πληροφοριών που παρέχει ο αποδέκτης της υπηρεσίας σε ένα δίκτυο επικοινωνιών, δεν υφίσταται ευθύνη του φορέα παροχής υπηρεσιών όσον αφορά τις μεταδιδόμενες πληροφορίες, υπό τον όρο ότι ο φορέας παροχής υπηρεσιών:

- Δεν αποτελεί την αφετηρία της μετάδοσης των πληροφοριών.

- 
- Δεν επιλέγει τον αποδέκτη της μετάδοσης.
  - Δεν επιλέγει και δεν τροποποιεί τις μεταδιδόμενες πληροφορίες.

### **Αποθήκευση σε κρυφή μνήμη (cashing)**

Σε περίπτωση παροχής μιας υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας, η οποία συνίσταται στη μετάδοση πληροφοριών που παρέχει ένας αποδέκτης υπηρεσίας σε ένα δίκτυο επικοινωνιών, δεν υφίσταται ευθύνη του φορέα παροχής της υπηρεσίας όσον αφορά την αυτόματη, ενδιάμεση και προσωρινή αποθήκευση των πληροφοριών η οποία γίνεται με αποκλειστικό σκοπό να καταστεί αποτελεσματικότερη η μεταγενέστερη μετάδοση των πληροφοριών, μετά από αίτηση άλλων αποδεκτών της υπηρεσίας, υπό τον όρο ότι ο φορέας παροχής υπηρεσιών:

- Δεν τροποποιεί τις πληροφορίες.
- Τηρεί τους όρους πρόσβασης στις πληροφορίες και τους κανόνες που αφορούν την ενημέρωση των πληροφοριών.
- Ενεργεί άμεσα προκειμένου να αποσύρει τις πληροφορίες που αποθήκευσε, μόλις αντιληφθεί ότι οι πληροφορίες αυτές έχουν αποσυρθεί από το σημείο του δικτύου στο οποίο βρίσκονταν αρχικά.

### **Φιλοξενία**

Σε περίπτωση παροχής μιας υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας, η οποία συνίσταται στην αποθήκευση πληροφοριών παρεχόμενων από έναν αποδέκτη υπηρεσίας, δεν υφίσταται ευθύνη του φορέα παροχής της υπηρεσίας για τις πληροφορίες που αποθηκεύονται μετά από αίτηση αποδέκτη της υπηρεσίας, υπό τον όρο ότι:

- Ο φορέας παροχής της υπηρεσίας δε γνωρίζει πραγματικά ότι πρόκειται για παράνομη δραστηριότητα ή πληροφορία.
- Ο φορέας παροχής της υπηρεσίας, μόλις αντιληφθεί ότι πρόκειται για παράνομη δραστηριότητα, αποσύρει ταχέως τις πληροφορίες.



---

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

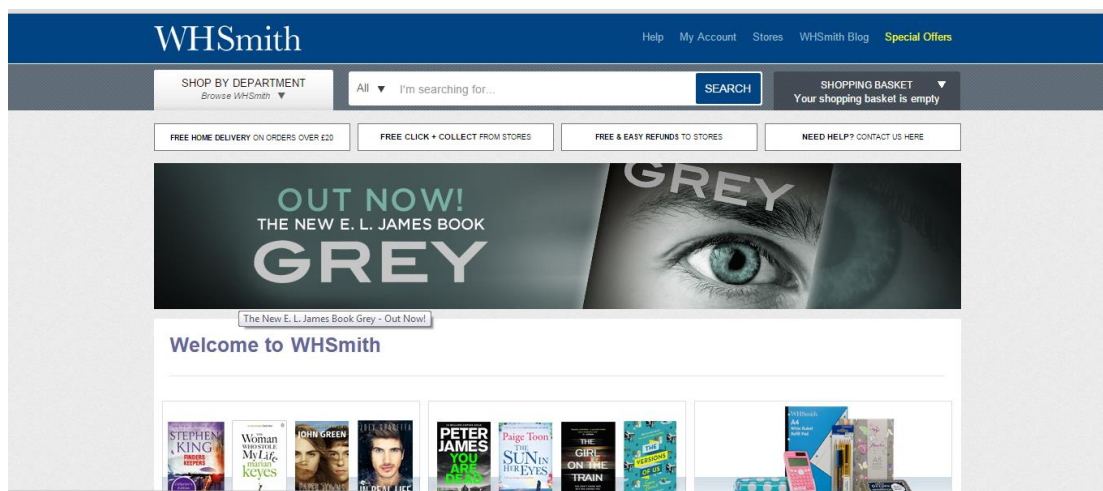
---

Όνομα ιστοσελίδας: <http://www.whsmith.co.uk/>

Όνομα εταιρίας: Internet Bookshop

## Περιγραφή

Το Internet Bookshop παίζει το ρόλο ενός βιβλιοπωλείου μέσα στο Internet. Υπάρχει μόνο ως σταθμός στο Internet και δεν υπάρχει καμιά φυσική πρόσβαση μέσα από παραδοσιακά καταστήματα πώλησης. Το κατάστημα εξειδικεύεται σε τεχνικά βιβλία και αυτή τη στιγμή προσφέρει περισσότερους από 780.000 τίτλους. Οι πελάτες που επισκέπτονται το IBS μπορούν να ψάξουν χρησιμοποιώντας λέξεις κλειδιά και να βρουν αναλυτικές πληροφορίες για συγκεκριμένους τίτλους, για διάφορα κείμενα, βιβλιογραφικές αναφορές, λίστες περιεχομένων, επισκοπήσεις και προτεινόμενη βιβλιογραφία. Μπορούν να παραγγείλουν και να πληρώσουν για βιβλία, τα οποία μετά παραδίδονται μέσα από εδραιωμένα διεθνή κανάλια διανομής των εκδοτών.

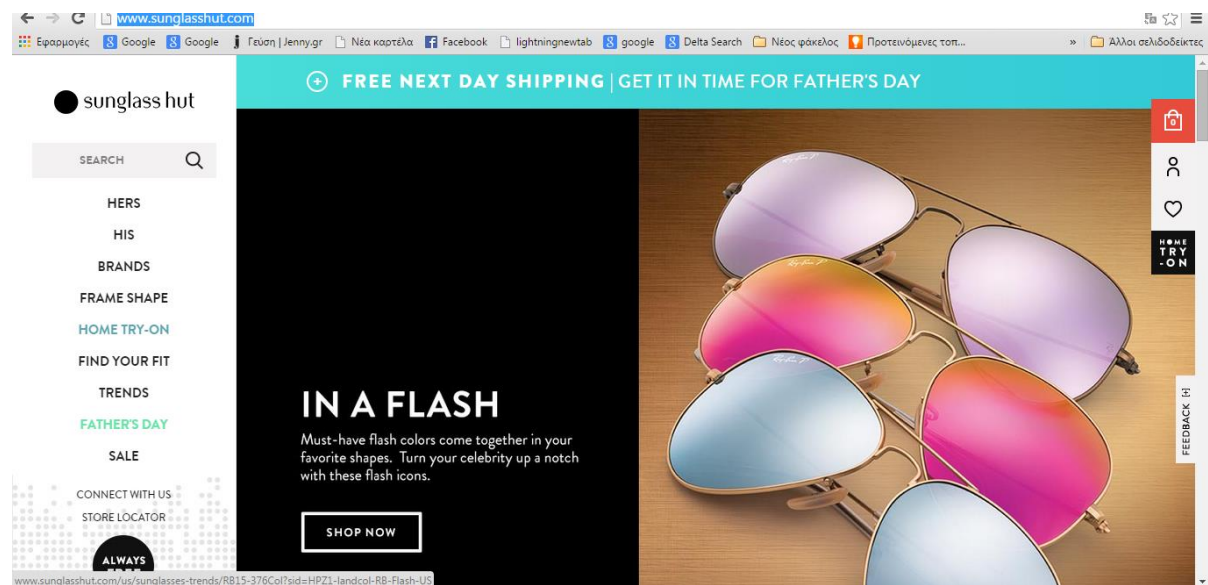


Όνομα ιστοσελίδας: <http://www.sunglasshut.com/>

## Όνομα εταιρίας: Sunglasses Hut International

### Περιγραφή

Η εταιρεία Sunglasses Hut International είναι ένας οργανισμός ηλεκτρονικού εμπορίου που επιχειρήθηκε μεταξύ των εταιριών Ottica Meloni (Ιταλική εταιρία οπτικών ) και της εταιρίας Openlink Services (Αγγλική εταιρία τεχνολογίας υπολογιστών και υπηρεσιών διαδικτύου). Η ιστοσελίδα έχει κατασκευαστεί αποκλειστικά για την Ottica Meloni υποστηριζόμενη όσο αφορά την διαχείριση και ανάπτυξη της από την Openlink Services. Η Sunglasses Hut International πουλά γυαλιά ηλίου Ιταλών σχεδιαστών κυρίως στην αγορά της βόρειας Αμερικής (το 75% του τζίρου της). Η εταιρία συνεργάζεται και με τράπεζες του ευρωπαϊκού αλλά και αμερικάνικου χώρου δίνοντας έτσι την δυνατότητα οι πελάτες της να πληρώνουν και μέσω τραπεζικών λογαριασμών τόσο στην Αμερική όσο και στην Ευρώπη.



---

Όνομα ιστοσελίδας: www.amazon.com

Όνομα εταιρίας: Amazon.com

## Περιγραφή

Η ιστοσελίδα amazon.com είναι το μεγαλύτερο και ίσως το πρώτο και πιο γνωστό βιβλιοπωλείο στο internet στο κόσμο. Διαθέτει την μεγαλύτερη συλλογή βιβλίων στο κόσμο όπως και την υπηρεσία να παραγγείλει για τον πελάτη οποιοδήποτε βιβλίο θελήσει κάποιος από οποιοδήποτε εκδοτικό οίκο. Οι τιμές για κάθε βιβλίο σχεδόν πάντα κατώτερες αυτών των κλασικών βιβλιοπωλείων. Τα τελευταία χρόνια δραστηριοποιείται και σε μια σειρά νέων εκπαιδευτικών προϊόντων και προϊόντων πληροφορικής δίνοντας έτσι την δυνατότητα σε κάθε ενδιαφερόμενο να βρει αυτό που ζητά χρησιμοποιώντας απλά τον υπολογιστή του.

Επίσης τα τελευταία χρόνια είναι και ένα από τα μεγαλύτερα καταστήματα παντός τύπου στο διαδίκτυο αφού τα προϊόντα που διαθέτει είναι από ηλεκτρονικές συσκευές μέχρι και ρούχα. Θεωρείται ένα από τα μεγαλύτερα πολυκαταστήματα στο διαδίκτυο και μια από τις μεγαλύτερες εταιρίες στον κόσμο.



---

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

---

Ως Ηλεκτρονικό Εμπόριο ορίζεται το εμπόριο παροχής αγαθών και υπηρεσιών που πραγματοποιείται εξ αποστάσεως με ηλεκτρονικά μέσα, βασιζόμενο δηλαδή στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων, χωρίς να καθίσταται αναγκαία η φυσική παρουσία των συμβαλλομένων μερών, πωλητή-αγοραστή. Περιλαμβάνει το σύνολο των διαδικτυακών διαδικασιών: ανάπτυξης, προώθησης, πώλησης, παράδοσης, εξυπηρέτησης και πληρωμής για προϊόντα και υπηρεσίες. Το εύρος των ανταλλαγών που διεξάγονται ηλεκτρονικά, έχει αυξηθεί ασυνήθιστα με την ευρεία χρήση του Διαδικτύου.

Στην ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου έχει συμβάλλει η εξέλιξη της τεχνολογίας και της επικοινωνίας, η εμφάνιση νέων, οργανωμένων και αξιόπιστων ηλεκτρονικών καταστημάτων καθώς και η εξέλιξη του τραπεζικού συστήματος και των συστημάτων πληρωμών. Έχει παρατηρηθεί ότι ο τρόπος διεξαγωγής των συναλλαγών έχει αλλάξει στις μέρες μας και σε αυτό έχει συμβάλλει δραστικά η ύπαρξη προπληρωμένων καρτών που 79 ελαχιστοποιούν τον κίνδυνο της ασφάλειας των συναλλαγών που ελλοχεύει στο διαδίκτυο.

Παρά την ύπαρξη νέων πιο ευέλικτων τρόπων πληρωμής ανασταλτικός παράγοντας της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου εξακολουθεί να είναι ο φόβος για την ασφάλειά του. Έρευνες δείχνουν ότι ένας σημαντικός λόγος για την περιορισμένη ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η απουσία εμπιστοσύνης εκ μέρους των καταναλωτών, για την ασφάλεια των αγορών με πιστωτική κάρτα. Τα στοιχεία δείχνουν ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των πωλήσεων πραγματοποιείται με αντικαταβολή ή κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό παρά με την χρήση πιστωτικής κάρτας.

Αποτέλεσμα της χρήσης ηλεκτρονικών μέσων και διαδικασιών για την πραγματοποίηση των συναλλαγών είναι και η μετάβαση από το παραδοσιακό τιμολόγιο που είχε ως βάση το χαρτί στην ηλεκτρονική τιμολόγηση. Σε μία ψηφιακή άμεσα συνδεδεμένη οικονομία, με την διαθεσιμότητα της τεχνολογίας του διαδικτύου, την πίεση του κόστους και την επιθυμία για νέες πηγές αξίας, όλα τα παραπάνω ενεργούν

---

ως καταλύτες για την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Έρευνες στην Ευρώπη έχουν δείξει ότι πάνω από τις μισές εταιρείες με τις μεγαλύτερες ποσότητες τιμολόγιων σχεδιάζουν να εφαρμόσουν την ηλεκτρονική τιμολόγηση και αρχειοθέτηση και πάνω από το ένα τρίτο των οποίων έχει ήδη εμπλακεί με κάποιο τρόπο.

Η ποικιλία αγαθών και τα ωράρια που μπορεί ο καθένας να πραγματοποιήσει τις αγορές του στο διαδίκτυο είναι παράγοντες που στις περισσότερες των περιπτώσεων δίνουν προβάδισμα στις ηλεκτρονικές αγορές σε αντίθεση με τα συμβατικά φυσικά καταστήματα.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο σήμερα παρουσιάζει έντονη ανάπτυξη και έτσι προσφέρει εργασία σε πάρα πολλές κατηγορίες επαγγελματιών. Η ανάπτυξη του δε μπορεί να αποτελέσει δε ένα πολύ σημαντικό παράγοντα στην οικονομία μιας χώρας.

---

# *BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ*

---

---

## **Βιβλία:**

- Chaffey Dave – (2007) - E-business and E-commerce Management - Pearson Education
- Miller, Roger (2002). The Legal and E-Commerce Environment Today (Hardcover έκδοση). Thomson Learning. σελ. 741 pages. ISBN 0-324-06188-9.
- Δημητριάδης Σέργιος, Μπαλάς Γεώργιος – (2003) – Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Μάρκετινγκ – Αθήνα – Εκδόσεις Rosilli

## **Δημοσιεύσεις:**

- Nissanoff, Daniel (2006). FutureShop: How the New Auction Culture Will Revolutionize the Way We Buy, Sell and Get the Things We Really Want (Hardcover έκδοση). The Penguin Press. σελ. 246 pages. ISBN 1-59420-077-7.

## **URLs:**

- [www.eshop.gr](http://www.eshop.gr)
- [www.amazon.com](http://www.amazon.com)
- [www.virtuemart.com](http://www.virtuemart.com)
- [www.joomla.com](http://www.joomla.com)
- [www.php.net](http://www.php.net)
- [www.mysql.net](http://www.mysql.net)
- <http://www.whsmith.co.uk/>
- <http://www.sunglasshut.com/>