



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ**
UNIVERSITY OF PATRAS

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ
ΠΠΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΑΠΑΤΕΣ ΣΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΟΥ COVID-19

Βασιλική Φωτοπούλου Α.Μ 16800

Τέα Μέμα Α.Μ 16694

Μεσολόγγι 2021

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΠΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΑΠΑΤΕΣ ΣΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΟΥ COVID-19

Βασιλική Φωτοπούλου

Τέα Μέμα

Επιβλέπων καθηγήτρια

Γιάτσε Χριστιάννα

Μεσολόγγι 2021

UNIVERSITY OF PATRAS
SCHOOL OF ECONOMICS & BUSINESS

DEPARTMENT OF MANAGEMENT SCIENCE AND TECHNOLOGY
FORMER DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION AT MESSOLONGHI

THESIS

E-COMMERCE AND FRAUDS IN THE COVID-19 ERA

Vasiliki Fotopoulou
Tea Mema

Messolonghi 2021

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί το πιο διαδεδομένο τρόπο πραγματοποίησης των συναλλαγών μας στην εποχή της πανδημίας του covid-19. Η ριζική αλλαγή των συνθηκών διαβίωσής μας σε όλους τους τομείς της καθημερινότητας, με την υποχρεωτική χρήση της μάσκας, τη διατήρηση αποστάσεων ασφαλείας μεταξύ μας, την τηλεργασία, την αναγκαστική αποχή μας από την εργασία και γενικά, την αποφυγή συνωστισμού μας, αποτέλεσαν αναγκαίο μέτρο πρόληψης και αντιμετώπισης μίας άγνωστης αρρώστιας που έπληξε από το 2019 και πλήττει μέχρι και σήμερα ολόκληρο τον πλανήτη.

Εξαιτίας των νέων αυτών συνθηκών, ολοένα και περισσότεροι καταναλωτές στράφηκαν στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Για ορισμένα προϊόντα, μάλιστα, αποτέλεσε και αποτελεί το μοναδικό τρόπο αγοράς και απόκτησής τους. Οι αγορές μέσω του διαδικτύου είναι πλέον κομμάτι της καθημερινότητάς μας.

Μαζί με τη ραγδαία αύξηση του ηλεκτρονικού εμπορίου στην εποχή του covid-19, ραγδαία παρατηρήθηκε και η αύξηση της τέλεσης αδικημάτων ηλεκτρονικής απάτης. Οι καιροσκόποι επιτήδειοι άρπαξαν την ευκαιρία να εφαρμόσουν τα τεχνάσματά τους σε ανυποψίαστους καταναλωτές και ειδικά σε εκείνους που έχουν ημιμάθεια ή και μερική άγνοια της χρήσης των ηλεκτρονικών συστημάτων. Η βασική διαφορά των δραστών αυτών από το παρελθόν είναι ότι προβαίνουν στην τέλεση των πράξεών τους όχι με σκοπό την καθαυτού τέλεση του αδικήματος, αλλά τον προσπορισμό χρήματος με παράνομο τρόπο.

Λόγω της πολλαπλότητας των μέσων και των τρόπων τέλεσης της ηλεκτρονικής απάτης, ο μέσος καταναλωτής οφείλει να ενημερώνεται από τις αρμόδιες αρχές για τα σημάδια που μαρτυρούν ένα τέτοιο έγκλημα, έτσι ώστε να είναι σε θέση να τα αναγνωρίσει έγκαιρα και να τα αποφύγει. Μαζί με τη ενημέρωση αυτή, οφείλει και ο ίδιος να ενημερώνει τις αρμόδιες αρχές για τέτοιες πράξεις, προκειμένου να εντοπίζονται οι δράστες και να μειώνεται η συχνότητα τέλεσης τέτοιων αδικημάτων, ενώ σε καμία περίπτωση η θέση του ως θύμα μίας τέτοιας απάτης δεν πρέπει να τον αποτρέπει από τις ηλεκτρονικές συναλλαγές που επιφέρουν πολλαπλά οφέλη στον ίδιο και στην οικονομία.

Στην παρούσα εργασία θα αναλυθεί πώς το ηλεκτρονικό εμπόριο εφαρμόζεται στην καθημερινότητά μας και ειδικότερα, στην εποχή του Covid-19 που ζούμε, καθώς και ποια είδη ηλεκτρονικής απάτης υπάρχουν και πώς μπορούν αυτά να αντιμετωπιστούν εν καιρώ πανδημίας.

ABSTRACT

E-commerce is the most popular way to make our commercial affairs in the era of covid-19 pandemia. The radical change of our living conditions in every part of our everyday life, by using necessarily the mask, keeping safety distances between us, working from home, being down tools without our will, and generally, avoiding concentrating together, were the essential meter of preventing and fighting an unknown illness that has been injured since 2019 until today the whole planet.

Because of these new conditions, most consumers began using e-commerce. For some products, this has been the only way of buying and acquiring them. The purchasing through internet is nowadays a part of our routine.

With the radical increase of e-commerce in the covid-19 era, radical was also the increase of committing the offense of electronic fraud. The opportunist ingenious seized the opportunity to apply their techniques to oblivious consumers and especially, to those who do not know how to use the internet or they know the least information for such an act of using the electronic systems. The basic difference of these perpetrators to the past ones is that they commerce the offense, not indenting to make the action, but to earn for themselves money in an illegal way.

Due to the variety of ways and means of committing electronic fraud, the consumer is obliged to be informed by the responsible principles for the signs which witness such a crime, so that he can recognize them in time and avoid them. With this information, he has to inform himself of the principles for such actions, so that the perpetrators can be detected and the frequency of committing such offenses to be reduced. In no case, being a victim of electronic fraud should prevent the consumer from having commercial affairs which can be valuable to him and the economy.

In the present study, it is going to be analyzed how e-commerce is applied in our everyday life and especially, in the covid-19 era that we live in, as well as which are the kinds of electronic fraud and how they can be confronted in the time of pandemia.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	iii
ABSTRACT	iv
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ	viii
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	ixi
1. Ηλεκτρονικό Εμπόριο	1
1.1 Ορισμός	1
1.2 Ιστορική Αναδρομή	2
1.3 Είδη.....	43
1.4 Πλεονεκτήματα	98
1.5 Μειονεκτήματα.....	1010
2. Παράγοντες λειτουργίας ηλεκτρονικού εμπορίου.....	1110
2.1 Τηλεπικοινωνίες.....	1110
2.2 Δίκτυα	11
2.3 Προγράμματα και Εφαρμογές	11
2.4 Εμπόριο.....	12
2.5 Επιχειρησιακές Στρατηγικές.....	1312
2.6 Επιχειρησιακές Συνεργασίες.....	1312
3. Ηλεκτρονικές Απάτες.....	1413
3.1 Μορφές	1413
3.1.1 Ισπανικό Λόττο	1514
3.1.2 «Απάτες 419» ή «Νιγηριανές απάτες».....	1614
3.1.3 Απάτες με πιστωτικές κάρτες.....	1615
3.1.4 Spamming- Scamming	1715
3.1.5 Phishing προσωπικών δεδομένων	1716

3.1.6 Pharming	1716
3.1.7 Συστήματα εργασίας	1816
3.1.8 προσφορά θέσεων εργασίας.....	1817
3.1.9 Απάλειψη χρέους (Debt Elimination)	1817
3.1.10 Ιός ransomware - CryptoWall	18
3.1.11 Κινητά τηλέφωνα	1918
3.1.12 Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες (Auctions).....	1918
3.2 Εντοπισμός και Συμμόρφωση Δραστών.....	1918
4. Covid-19 Εποχή.....	2221
4.1 Εφαρμογή ηλεκτρονικού εμπορίου	2221
4.2 Απάτες στο ηλεκτρονικό εμπόριο.....	2422
4.3 Ασφάλεια ηλεκτρονικών συναλλαγών	2624
5. Έρευνα.....	2927
5.1 Αναγκαιότητα έρευνας	2927
5.2 Ερευνητικά ερωτήματα.....	3028
5.3 Μεθοδολογία.....	3028
5.4 Προσδοκώμενα αποτελέσματα	3129
5.5 Η έρευνα	3230
5.6 Ανάλυση των αποτελεσμάτων	3331
5.7 Συμπεράσματα- Προτάσεις.....	3936
6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ/ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ/ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	4037
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	41
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	43
Α. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ- ΦΟΡΜΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ 1...	4341
Β. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ- ΦΟΡΜΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ ΚΑΤΑΛΛΑΛΩΤΗ 2...	4745
Γ. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ- ΦΟΡΜΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ 3 ...	5149

Δ. ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΩΝ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ.....	55
Ε. ΦΟΡΜΑ ΣΥΓΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ	5554

Λέξεις-κλειδιά: ηλεκτρονικό εμπόριο, Covid-19, ηλεκτρονική απάτη, ασφάλεια των συναλλαγών

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

B2C	Business to Consumes
C2G	Consumers to Government
B2G	Business to Government
B2B	Business to Business
C2B	Consumers to Business
C2C	Consumers to Consumers
LANs	Local Area Networks
MANS	Metropolitan Area Networks
WANs	Wide Area Networks
VANs	Value Added Networks
E-mail	Μηνύματα Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου
E-catalogues	Ηλεκτρονικοί Κατάλογοι
E-forms	Ηλεκτρονικές Φόρμες Παραγγελιών
EDI	Ανταλλαγή στοιχείων μεταξύ των επιχειρήσεων
FEDI	Ανταλλαγή στοιχείων μεταξύ μίας επιχείρησης ή ενός καταναλωτή και ενός τραπεζικού ιδρύματος

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην παρούσα εργασία θα αναλυθεί πώς το ηλεκτρονικό εμπόριο εφαρμόζεται στην καθημερινότητα των καταναλωτών, ειδικά στην τρέχουσα εποχή του Covid-19 και με ποιον τρόπο αντιμετωπίζονται οι ηλεκτρονικές απάτες το έχουν αναπτυχθεί.

Η εργασία αυτή χωρίζεται σε έξι κεφάλαιο. Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύεται το ηλεκτρονικό εμπόριο. Χωρίζεται σε πέντε υποκεφάλαια. Στο πρώτο υποκεφάλαιο δίνεται ο ορισμός του ηλεκτρονικού εμπορίου. Στο δεύτερο υποκεφάλαιο γίνεται μία ιστορική αναδρομή του ηλεκτρονικού εμπορίου. Στο τρίτο υποκεφάλαιο αναλύονται τα είδη του ηλεκτρονικού εμπορίου. Στο τέταρτο υποκεφάλαιο αναφέρονται τα πλεονεκτήματά του και στο πέμπτο υποκεφάλαιο τα μειονεκτήματα αυτού.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στους παράγοντες λειτουργίας του ηλεκτρονικού εμπορίου. Αποτελείται από έξι υποκεφάλαια. Στο πρώτο υποκεφάλαιο ερμηνεύονται οι τηλεπικοινωνίες, στο δεύτερο τα δίκτυα, στο τρίτο τα προγράμματα και οι εφαρμογές, στο τέταρτο το εμπόριο, στο πέμπτο οι επιχειρησιακές στρατηγικές και στο έκτο οι επιχειρησιακές συνεργασίες.

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται ανάλυση των ηλεκτρονικών απατών. Αποτελείται από δύο υποκεφάλαια. Το πρώτο υποκεφάλαιο αναφέρεται στις μορφές της ηλεκτρονικής απάτης και αποτελείται από δώδεκα υποκεφάλαια. Στο πρώτο αναλύεται το Ισπανικό Λόττο, στο δεύτερο οι «Απάτες 419» ή «Νιγηριανές απάτες», στο τρίτο οι απάτες με πιστωτικές κάρτες, στο τέταρτο το spamming- scamming, στο πέμπτο το phishing προσωπικών δεδομένων, στο έκτο το pharming, στο έβδομο τα συστήματα εργασίας, στο όγδοο η προσφορά θέσεων εργασίας, στο ένατο η απάλειψη χρέους (Debt Elimination), στο δέκατο ο ιός ransomware – CryptoWall, στο ενδέκατο τα κινητά τηλέφωνα και στο δωδέκατο οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες (Auctions). Στο δεύτερο υποκεφάλαιο ερμηνεύεται ο τρόπος εντοπισμού και συμμόρφωσης των δραστών.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στην Covid-19 εποχή. Αποτελείται από τρία υποκεφάλαια. Στο πρώτο υποκεφάλαιο αναλύεται η εφαρμογή ηλεκτρονικού εμπορίου, στο δεύτερο οι απάτες στο ηλεκτρονικό εμπόριο και στο τρίτο η ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Στο πέμπτο κεφάλαιο διεξάγεται έρευνα. Αποτελείται από επτά υποκεφάλαια. Στο πρώτο υποκεφάλαιο αναλύεται η αναγκαιότητα της έρευνας, στο δεύτερο τα ερευνητικά ερωτήματα, στο τρίτο η μεθοδολογία, στο τέταρτο τα προσδοκώμενα αποτελέσματα, στο

πέμπτο η ίδια η έρευνα ως προς το δείγμα και την πορεία αυτής, στο έκτο η ανάλυση των αποτελεσμάτων και στο έβδομο η διεξαγωγή των συμπερασμάτων- προτάσεων.

Τέλος, το έκτο κεφάλαιο περιλαμβάνει τα συμπεράσματα- αποτελέσματα που διεξήχθησαν από την παρούσα εργασία.

1. Ηλεκτρονικό Εμπόριο

1.1 Ορισμός

Ηλεκτρονικό εμπόριο είναι κάθε είδους επιχειρηματική συναλλαγή, η οποία γίνεται με τη χρήση της τεχνολογίας και των μέσων πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών. Ως ηλεκτρονικό εμπόριο ορίζεται η πώληση και η αγορά προϊόντων, υπηρεσιών και αγαθών με ηλεκτρονικά μέσα. Χαρακτηρίζεται από διασυνδεσιμότητα, κατάργηση φυσικών ορίων, απρόσωπη υπόσταση, ταχύτητα επικοινωνίας, ηλεκτρονικά και ψηφιακά μέσα και πλούσιο περιεχόμενο (Σταματιάδης, 2005).

Η επιχειρηματική δραστηριότητα του ηλεκτρονικού εμπορίου εκτείνεται στην εξυπηρέτηση των συναλλαγών των επιχειρήσεων με αυτοματοποιημένου τρόπο, μέσω της χρήσης αντίστοιχων εφαρμογών και προγραμμάτων. Για το λόγο αυτό, κάθε επιχείρηση δημιουργεί ένα σύγχρονο και ευχάριστο ηλεκτρονικό περιβάλλον με τη δημιουργία θελκτικών ιστοσελίδων για τον καταναλωτή, προκειμένου να διαφημίσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της και να ανταγωνιστεί τις υπόλοιπες επιχειρήσεις. Εξίσου πολύτιμη είναι και η σύνδεση των επιχειρηματιών με εξειδικευμένα τραπεζικά προγράμματα και υπηρεσίες, έτσι ώστε να διευκολύνονται οι πληρωμές και οι συναλλαγές μέσω του διαδικτύου.

Οι παρεχόμενες υπηρεσίες του ηλεκτρονικού εμπορίου στοχεύουν στην ικανοποίηση της κοινής βούλησης των εμπόρων και των καταναλωτών εξυπηρέτησης των συναλλαγών τους με ανώδυνο τρόπο και με την παροχή συνεχώς αυξανόμενης ποιότητας, ευκολίας και ταχύτητας σε συνδυασμό με όσο το δυνατόν μικρότερο κόστος. Το ηλεκτρονικό εμπόριο προωθεί τις συναλλαγές ανεξαρτητοποιημένες από οποιαδήποτε γεωγραφική περιοχή εκτελούνται ή βρίσκονται τα συμβαλλόμενα μέρη και την επικοινωνία μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων. Λόγω δε, της οικονομικής φύσεως των συναλλαγών, δημιουργείται επιτακτική ανάγκη να χαρακτηρίζονται από ασφάλεια και εγκυρότητα, έτσι ώστε να ενθαρρύνονται οι καταναλωτές στην χρήση αυτής της μορφής συναλλαγών.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο, λοιπόν, αποτελεί έναν νέο τρόπο συναλλαγών των επιχειρήσεων και των πολιτών, μέσω των διάφορων δικτύων που παρέχονται και διευκολύνει την καθημερινότητά τους.

1.2 Ιστορική Αναδρομή

Το ηλεκτρονικό εμπόριο ξεκίνησε τη δεκαετία του 1970, όταν για πρώτη φορά δειλά-δειλά εμφανίστηκαν τα πρώτα συστήματα ηλεκτρονικής μεταφοράς χρηματικών πόρων (EFT), τα οποία εκτελούνταν αποκλειστικά μόνο μεταξύ των τραπεζών, χρησιμοποιώντας ασφαλή ηλεκτρονικά δίκτυα.

Στη συνέχεια, την αμέσως επόμενη δεκαετία του 1980, το ηλεκτρονικό εμπόριο επεκτείνεται κυρίως στην ανταλλαγή μηνυμάτων του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) και των συστημάτων EDI, τα οποία αντικατέστησαν το χαρτί στις συναλλαγές. Στο τέλος της δεκαετίας αυτής και στην αρχή της δεκαετίας του 1990, πρωτοδημιουργήθηκε το διαδίκτυο (internet) με τη διαδεδομένη χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών (PC'S), ηλεκτρονικά μέσα που χρησιμοποιούσαν τα προγράμματα των Windows για την αναζήτηση διάφορων πληροφοριών ανά τον κόσμο, την επικοινωνία μεταξύ των χρηστών και την εξυπηρέτηση των διάφορων μορφών των συναλλαγών (ΤΕΕΑΡΗ, 2015). Έτσι, το ηλεκτρονικό εμπόριο αρχίζει γίνεται θελκτικό, αφού ταυτόχρονα με τη διευκόλυνση διαφορετικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, πραγματοποιεί έναν αξιόλογο αριθμό συναλλαγών με τον πιο οικονομικό τρόπο. Με τον τρόπο αυτό, δίνεται η δυνατότητα ακόμη και στις μικρές επιχειρήσεις να συμμετέχουν στο εγχείρημα αυτό και ανταγωνιστούν πολύ μεγαλύτερες και οργανωμένες επιχειρήσεις στο ελεύθερο εμπόριο.

Περί τα τέλη της δεκαετίας του 1990, το ηλεκτρονικό εμπόριο εκτινάσσεται. Η κρυπτογράφηση των μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, σε συνδυασμό με τη θέσπιση πολλαπλών νομοθετημάτων που ρυθμίζουν τις συνθήκες νομιμότητας διεξαγωγής των ηλεκτρονικών συναλλαγών και αγοραπωλησιών δημιουργούν ένα κλίμα ασφάλειας στις ηλεκτρονικές συναλλαγές (ΤΕΕΑΡΗ, 2015).

Το 2000, το διαδίκτυο παρουσίασε άνθιση. Διάφορες επιτυχείς υπηρεσίες παρουσιάστηκαν, όπως το e-shop, το air tickets, οι Χρυσές Ευκαιρίες κ.ά. Η θέσπιση του νόμου περί έκδοσης ηλεκτρονικού τιμολογίου άνοιξε το δρόμο στο ηλεκτρονικό εμπόριο, ειδικά μεταξύ των επιχειρήσεων. Οι συναλλαγές μεταξύ των επιχειρήσεων και των καταναλωτών παροτρύνθηκαν από τις ακόλουθες ενέργειες:

- Ιδρύθηκε ο Ελληνικός Σύνδεσμος Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ΕΣΗΕ/GRECA) το 2012, ο οποίος δημιούργησε έναν κώδικα δεοντολογίας στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

- Χορηγήθηκε πιστοποίηση από το δημόσιο Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου στη χώρα, ενισχύοντας την εμπιστοσύνη των καταναλωτών στις ηλεκτρονικές συναλλαγές.

- Άρχισε να διοργανώνεται κάθε χρόνο διαγωνισμός αποδοτικότητας στο ηλεκτρονικό εμπόριο με βασικό στόχο την ανάδειξη της επιχειρηματικής αριστείας.

- Η δημιουργία επίσημου Μητρώου των εταιριών που συμμετέχουν στο ηλεκτρονικό εμπόριο στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο (ΓΕΜΗ).

Οι σημαντικότερες ηλεκτρονικές εμπορικές δραστηριότητες ήταν οι ταξιδιωτικές υπηρεσίες, η διαμονή στις διακοπές, τα εισιτήρια για εκδηλώσεις, η ένδυση/ υπόδηση, οι υπολογιστές και τα κινητά τηλέφωνα. Οι καταναλωτές, προκειμένου να προβούν σε μία ηλεκτρονική αγορά, εστίασαν κυρίως στην εξυπηρέτηση από τις επιχειρήσεις, στην χρηστικότητα της ιστοσελίδας, στις χαμηλές τιμές, στις συστάσεις και στη διαφήμιση. Τέλος, ιδιαίτερη προσοχή δόθηκε στην ασφάλεια των συναλλαγών μέσω του διαδικτύου.

Σήμερα, τον 21^ο αιώνα, το ηλεκτρονικό εμπόριο γνωρίζει ιδιαίτερη άνθιση. Η επικράτηση της πανδημίας του Covid-19 από τα τέλη του έτους 2019 έως και σήμερα άλλαξε όλα τα δεδομένα της καθημερινότητάς μας, συμπεριλαμβανομένου και των συναλλαγών. Η αναγκαστική αποχή από το δια ζώσης εμπόριο, το μακροχρόνιο κλείσιμο των επιχειρήσεων ένδυσης, υπόδησης, εστίασης, αλλά και πώλησης προϊόντων που δεν είναι πρώτης ανάγκης ανάγκασαν τους ιδιοκτήτες να στραφούν σε νέους τρόπους επαγγελματικής επιβίωσης. Τα κρατικά επιδόματα δεν είναι επαρκή για την κάλυψη των βιοτικών τους αναγκών και την εξυπηρέτηση των τρεχόντων επιχειρηματικών εξόδων, τα οποία εξακολουθούσαν και εξακολουθούν να υφίστανται. Έτσι, όλο και περισσότερες επιχειρήσεις έχουν στραφεί στο ηλεκτρονικό εμπόριο, το οποίο αποτελεί την κύρια πηγή εσόδων τους στην εποχή της πανδημίας. Αναπτύσσοντας τις τεχνολογικές υποδομές και τις προγραμματικές εφαρμογές που αφορούν στο κατάστημά τους, οι επιχειρηματίες διαφημίζουν τα προϊόντα τους στο διαδίκτυο σε ολόκληρη τη χώρα και τον κόσμο και μέσω της συνεργασίας τους με τα πιστωτικά ιδρύματα της χώρας για τη χρήση αξιόπιστων και ασφαλών πλατφορμών πληρωμής, ασκούν την εμπορική τους ιδιότητα με νέο τρόπο.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο, λοιπόν, όπως όλα δείχνουν, ήρθε για να μείνει στη ζωή μας και να διευκολύνει την καθημερινότητά μας.

1.3 Είδη

Το ηλεκτρονικό εμπόριο αφορά στις συναλλαγές των καταναλωτών με τις επιχειρήσεις, μεταξύ τους, των επιχειρήσεων μεταξύ τους, αλλά και των καταναλωτών και των επιχειρήσεων με τους κυβερνητικούς φορείς. Χωρίζεται σε έξι επιμέρους βασικές κατηγορίες:

- Από τις επιχειρήσεις προς τους καταναλωτές (B2C).
- Από τους καταναλωτές/πολίτες προς τους κυβερνητικούς φορείς (C2G).
- Από τις επιχειρήσεις προς τους κυβερνητικούς φορείς (B2G).
- Από τις επιχειρήσεις προς τις επιχειρήσεις (B2B).
- Από τους καταναλωτές στις επιχειρήσεις (C2B).
- Από τους καταναλωτές στους καταναλωτές (C2C).

- Από τις επιχειρήσεις προς τους καταναλωτές (B2C)

Το ηλεκτρονικό εμπόριο από τις επιχειρήσεις προς τους καταναλωτές (Business to consumers- B2C) αφορά στην προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών που προορίζονται προς αγορά από τους καταναλωτές. Χρήσιμα στοιχεία που εξετάζονται στην κατηγορία αυτή του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι το είδος και ο σχεδιασμός του προϊόντος, η πιστοποίηση και τα υλικά κατασκευής του, η αγορά που κυκλοφορεί, η ασφάλιση των εξαγωγικών πιστώσεων και η ασφάλεια στην πληρωμή του τιμήματος. Οι πιο διαδεδομένες επιχειρήσεις που υπάγονται στην κατηγορία αυτή είναι εκείνες της ένδυσης, του φαγητού και των καλλυντικών (Ομάδα Appgene, x.x).

Αυτή η μορφή του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η πιο συνηθισμένη. Αφορά στο μεγαλύτερο μέρος των συναλλαγών και διατηρεί βιώσιμες τις περισσότερες επιχειρήσεις στην εποχή του Covid-19 που διαβιούμε.

- Από τους καταναλωτές/πολίτες προς τους κυβερνητικούς φορείς (C2G)

Το ηλεκτρονικό εμπόριο από τους καταναλωτές/πολίτες προς τους κυβερνητικούς φορείς (Consumers to government-C2G) αφορά στην παροχή των διοικητικών

υπηρεσιών στους πολίτες και στην πληρωμή των φόρων και των τελών που αντιστοιχούν. Οι υπηρεσίες που πραγματοποιούνται μεταξύ των πολιτών και των κυβερνητικών φορέων σχετίζονται με την έκδοση πιστοποιητικών και βεβαιώσεων, αποφάσεων παροχής ή στέρησης δικαιωμάτων, διπλωμάτων κ.ά. Η δημιουργία της εφαρμογής e-government.gr και η αποδοτική πλέον σήμερα χρήση της από τους πολίτες, σε πολλές δε, περιπτώσεις υποχρεωτικά, αποτέλεσε κομβικό σημείο εκσυγχρονισμού της διοίκησης της χώρας και παροχής ποιοτικότερων και ταχύτερων υπηρεσιών στους πολίτες (ΕΣΕΕ, 2015).

Το μοτίβο αυτό λειτουργίας της διοίκησης και εξυπηρέτησης των πολιτών τέθηκε σε εφαρμογή μετά από πολλαπλή καθυστέρηση στη χώρα μας. Αποτελεί τον πλέον ενδεδειγμένο τρόπο επικοινωνίας του Ελληνικού Δημοσίου με τους πολίτες, ενώ, στην εποχή του covid-19, καθίσταται επιβεβλημένος τρόπος εξυπηρέτησης των υποχρεώσεων με ασφάλεια και προστασία της δημόσιας υγείας.

- Από τις επιχειρήσεις προς τους κυβερνητικούς φορείς (B2G)

Το ηλεκτρονικό εμπόριο από τις επιχειρήσεις προς του κυβερνητικούς φορείς (Business to government- B2G) αφορά στην πληρωμή την φορολογικών υποχρεώσεων, στα αναλογούντα τέλη και δασμούς των προϊόντων, στην έκδοση σχετικών πιστοποιητικών και εγγράφων πιστοποίησης, αδειών κυκλοφορίας εμπορευμάτων και λειτουργίας τομέων λιανικού ή χονδρικού εμπορίου κ.ά. Πρόκειται για μία μορφή εταιρικής συμμετοχής στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Και στην κατηγορία αυτή, απώτερος σκοπός είναι η παροχή ποιοτικότερων και ταχύτερων κρατικών υπηρεσιών στις επιχειρήσεις μέσω της εφαρμογής της τεχνολογίας και των ηλεκτρονικών μέσων.

Παρομοίως με την κατηγορία C2G, η κατηγορία αυτή του ηλεκτρονικού εμπορίου, επίσης ενισχύει τις συναλλαγές των επιχειρηματικών φορέων με τις κρατικές υπηρεσίες, έτσι ώστε, αφενός μεν να συνεχίζουν να απολαμβάνουν τα δικαιώματα που το κοινωνικό κράτος δικαίου τους προσφέρει και αφετέρου, να μπορούν να εκπληρώνουν τις υποχρεώσεις τους απέναντι στο κράτος. Με τον τρόπο αυτό, ενθαρρύνονται όλο και περισσότερες επιχειρήσεις να παραμείνουν βιώσιμες και να εκσυγχρονιστούν, υιοθετώντας έναν νέο τρόπο λειτουργικότητάς τους.

- Από τις επιχειρήσεις προς τις επιχειρήσεις (B2B)

Το ηλεκτρονικό εμπόριο από τις επιχειρήσεις στις επιχειρήσεις (Business to business- B2B) αφορά στις συναλλαγές μεταξύ των επιχειρήσεων και των εταιριών που συνεργάζονται μεταξύ τους. Σχετίζεται με τον έλεγχο των παραγγελιών των εμπορευμάτων και των αποθεμάτων, με την αναπλήρωση των προϊόντων ή την αντικατάστασή τους, τη διεξαγωγή των επενδύσεων κ.ά. Στον τομέα αυτό, υπάγονται οι σχέσεις των χονδρεμπόρων και των λιανέμπορων μεταξύ τους, όπως π.χ. όταν ένας χονδρέμπορος προμηθεύει έναν λιανέμπορο. Άργησε να εξελιχθεί συγκριτικά με τους υπόλοιπους τομείς, καθόσον οι επιχειρήσεις προτιμούσαν για αρκετό καιρό τις παραδοσιακές μεθόδους συναλλαγών μεταξύ τους. Το ηλεκτρονικό εμπόριο ανάμεσα στις επιχειρήσεις απαιτεί συντονισμό και αποτελεσματική συνεργασία μεταξύ τους. Με τον τρόπο αυτό, επιτυγχάνεται η αποδοτικότητά τους και η ανταγωνιστική λειτουργικότητα, μέσω της εφαρμογής ταχύτερων και περισσότερο λεπτομερών συναλλαγών.

Η κατηγορία αυτή του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι ζωτικής σημασίας, καθόσον ενισχύει την κυκλοφορία των προϊόντων και του χρήματος στην αγορά, μέσω της συνεργασίας των επιχειρήσεων. Η κίνηση αυτή με τη σειρά της βοηθά όλους τους λοιπούς τομείς της οικονομίας, όπως είναι η εξυπηρέτηση των δημοσίων υπηρεσιών με την πληρωμή των δημοσίων δαπανών, η πληρωμή των εργαζομένων και η αντιμετώπιση της ανεργίας κ.ά. Ειδικά, στον καιρό όπου ο covid-19 μεσουρανάει και ο πλέον προτεινόμενος τρόπος εργασίας είναι η τηλεργασία, αυτή η μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου βοηθά τις επιχειρήσεις να διατηρούν τους εργαζομένους τους και να τους απασχολούν, έχοντας την οικονομική δυνατότητα να καλύπτουν τα λειτουργικά τους έξοδα και την καταβολή των μισθών τους.

- Από τους καταναλωτές προς τις επιχειρήσεις (C2B)

Το ηλεκτρονικό εμπόριο από τους καταναλωτές προς τις επιχειρήσεις (C2B) αφορά κυρίως στην παροχή υπηρεσιών από τους πολίτες σε διάφορες επιχειρήσεις, όπως είναι για παράδειγμα η παροχή φωτογραφικών υπηρεσιών από έναν φωτογράφο σε ένα μαγαζί μέσω της ανάρτησης στο διαδίκτυο φωτογραφιών του καταστήματος.

Από τις επιχειρήσεις προς τις επιχειρήσεις (B2B). Σε λιγότερο συχνές περιπτώσεις, μπορεί να αφορά και στην παροχή προϊόντων από τους πολίτες στις επιχειρήσεις, όπως είναι για παράδειγμα η διαφήμιση σπιτικών και χειροποίητων βρώσιμων προϊόντων ομάδας γυναικών σε διάφορα καταστήματα πώλησης φαγητού.

Το είδος αυτό του ηλεκτρονικού εμπορίου καλύπτει μία άλλη εξίσου σημαντική κατηγορία εργαζομένων, τους ελεύθερους επαγγελματίες, οι οποίοι έχουν πληγεί πολλάκις τα τελευταία χρόνια από την οικονομική κρίση. Εν καιρώ covid-19, οι ελεύθεροι επαγγελματίες βιώνουν ακόμα πιο έντονα την επαγγελματική τους υποβάθμιση, λόγω των αναγκαστικών συνθηκών αποχής από την εργασία τους. Η ηλεκτρονική διαφήμισή τους ή η παροχή των υπηρεσιών τους μέσω ηλεκτρονικών μεθόδων, όπως π.χ. ένας δικηγόρος που μπορεί να καταθέσει κάποιο δικόγραφο στα δικαστήρια με ηλεκτρονικά μέσα, αποτελεί ανάσα για την οικονομική κατάστασή τους.

- Από τους καταναλωτές προς τους καταναλωτές (C2C)

Το ηλεκτρονικό εμπόριο από τους καταναλωτές προς τους καταναλωτές (Consumers to consumers- C2C) αφορά στην πώληση περιουσιακών στοιχείων ή online υπηρεσιών σε από καταναλωτές σε καταναλωτές (Ομάδα Appgene, χ.χ). Προκειμένου, μάλιστα, να επιτευχθεί η επαφή και η επικοινωνία ενός καταναλωτή με έναν άλλον καταναλωτή για το σκοπό αυτό, γίνεται χρήση και από τις δύο πλευρές ειδικών εφαρμογών που εξυπηρετούν στην επικοινωνία, όπως είναι διάφορες ιστοσελίδες, προσβάσιμες και ανοιχτές για όλους τους χρήστες (ebay, brands galaxy, amazon κ.ά).

Το είδος αυτό του ηλεκτρονικού εμπορίου αποτελεί μορφή που εξελίχθηκε τα τελευταία χρόνια, ιδιαίτερα αποδοτική στα πλαίσια της ελευθερίας των συναλλαγών. Στην εποχή του Covid-19, ο τρόπος αυτός είναι προσοδοφόρος, καθόσον οι παραδοσιακοί τρόποι αντικατάστασης ή πώλησης αγαθών δεν μπορούν να λειτουργήσουν. Με τον τρόπο αυτό, ενθαρρύνονται οι πολίτες να αναζητούν και να πωλούν οι ίδιοι προϊόντα στους τρίτους, βελτιώνοντας κατά το θεμιτό, το εισόδημά τους.

Πλέον των ανωτέρω κατηγοριών ηλεκτρονικού εμπορίου, υπάρχουν και άλλες ομάδες, οι οποίες ταξινομούνται με βάση τα προϊόντα προς πώληση. Έτσι, υπάρχουν οι online επιχειρήσεις πώλησης υλικών αγαθών, οι οποίες ανταγωνίζονται επάξια τα καταστήματα. Μάλιστα, στην εποχή του Covid-19, τολμά να πει κανείς ότι οι επιχειρήσεις αυτές έχουν μεγαλύτερη άνθιση και επισκεψιμότητα από τις φυσικές επιχειρήσεις, δεδομένης της εξειδίκευσης και ανάπτυξης των ηλεκτρονικών μέσων και της διαφήμισής τους στο διαδίκτυο, σε αντίθεση με τις φυσικές επιχειρήσεις, οι οποίες πολλές φορές, αδυνατούν να κάνουν ορθολογική και αποδοτική χρήση των ηλεκτρονικών μέσων, λόγω ελλιπούς κατάρτισης των εκπροσώπων τους ή ελλειπών πόρων.

Επίσης, χαρακτηριστική είναι και η διάδοση της πώλησης ψηφιακών προϊόντων, καθόσον τα έξοδα υλοποίησής τους είναι χαμηλά. Στις περιπτώσεις αυτές, ο ανταγωνισμός είναι αυξημένος, λόγω των πολλαπλών ειδών λογισμικού που διακινείται στ διαδίκτυο. Για το λόγο αυτό, οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με αυτή τη μορφή του ηλεκτρονικού εμπορίου πρέπει να δίνουν έμφαση στα οφέλη που οι καταναλωτές αποκομίζουν από τη χρήση τους και να διαφημίζουν συνεχώς τα πλεονεκτήματα αυτά.

Οι online επιχειρήσεις μπορούν να παρέχουν, πλέον, των προϊόντων και υπηρεσίες, όπως είναι για παράδειγμα η online παροχή φορολογικών ή συμβουλευτικών υπηρεσιών. Στην περίπτωση αυτή, απαραίτητη είναι η χρήση μέσων επικοινωνίας με τους καταναλωτές (όπως είναι το μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή το τηλέφωνο), έτσι ώστε να μπορέσουν να πετύχουν της επιδιωκόμενη συμφωνία ή να κλείσουν κάποια συνδρομή, σε περίπτωση επαναλαμβανόμενης παροχής υπηρεσιών.

Τέλος, με βάση τα επιχειρηματικά μοντέλα, υπάρχουν α. το μοντέλο drop shipping, σύμφωνα με το οποίο ο πωλητής συνεργάζεται με μία επιχείρηση χονδρικής, στην οποία αναθέτει το εμπόρευσμά του που υπάρχει ως απόθεμα προς φύλαξη. Από εκεί, το εμπόρευμα, κατόπιν παραγγελίας, μεταφέρεται απευθείας στον καταναλωτή. β. το μοντέλο warehousing, σύμφωνα με το οποίο ο πωλητής αγοράζει τα υλικά από τους κατασκευαστές, τα επεξεργάζεται και τα παραδίδει στους καταναλωτές μόνος του. Στην περίπτωση αυτή, απαιτούνται περισσότερα κεφάλαια να καταβληθούν για την αγορά των προϊόντων, αλλά ο πωλητής έχει τη δυνατότητα

να πράξει όπως επιθυμεί. γ. το μοντέλο της ιδιωτικής ετικέτας και κατασκευής, σύμφωνα με το οποίο ο πωλητής αναθέτει σε τρίτον την κατασκευή και την πώληση των προϊόντων του με τη χρήση του εμπορικού του σήματος και δ. το μοντέλο white labeling, σύμφωνα με το οποίο ο πωλητής αγοράζει τα προϊόντα από τους κατασκευαστές και τα πουλά με το δικό του εμπορικό σήμα.

Συνεπώς, ο τύπος του ηλεκτρονικού εμπορίου που επιλέγεται κάθε φορά σχετίζεται με το είδος της συναλλαγής που αφορά, τις σχέσεις μεταξύ των συμβαλλόμενων μερών, τα προϊόντα που διατίθενται και το επιχειρηματικό μοντέλο που χρησιμοποιείται.

1.4 Πλεονεκτήματα

Πολλά πλεονεκτήματα μπορούν να εντοπιστούν στο ηλεκτρονικό εμπόριο:

- Η χρήση του διαδικτύου και των ηλεκτρονικών μέσων για τη μετάδοση των πληροφοριών μειώνει το κόστος συγκριτικά με την έντυπη μορφή του.

- Παρέχεται η πρόσβαση σε νέες αγορές λόγω της διάδοσης των ψηφιακών δικτύων σε ολόκληρο τον κόσμο.

- Μέσω του διαδικτύου, παρέχεται η δυνατότητα στους πωλητές να προσφέρουν αναλυτικές πληροφορίες για το διαφημιζόμενο προϊόν και να το προωθήσουν ακόμη και εξατομικευμένα, με βάση τα χαρακτηριστικά του κάθε πελάτη. Η 24ωρη διαθεσιμότητα των προϊόντων επίσης παίζει σημαντικό ρόλο.

- Το ηλεκτρονικό εμπόριο βοηθά μία επιχείρηση να βελτιστοποιήσει τη δημόσια εικόνα της με μικρό κόστος.

- Μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου, πολλές επιχειρήσεις εφαρμόζουν νέες τεχνολογίες και πειραματίζονται με νέα προϊόντα και υπηρεσίες.

- Η χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου ενισχύει την ανταγωνιστικότητα παγκοσμίως, καθορίζοντας τις τιμές με βάση την προσφορά και τη ζήτηση.

- Το ηλεκτρονικό εμπόριο διευκολύνει τη διερεύνηση της αγοράς και τον εντοπισμό του κατάλληλου προϊόντος στην κατάλληλη τιμή γρήγορα και ανέξοδα.

- Μέσω της ψηφιοποίησης των πληροφοριών, γίνεται καλύτερη διαχείριση του υλικού που βρίσκεται στις επιχειρήσεις, οι οποίες οργανώνονται καλύτερα και πιο αποδοτικά.

- Μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου γίνεται καλύτερη ανεύρεση των προμηθειών των επιχειρήσεων, ενώ ελέγχονται πιο αποτελεσματικά τα αποθέματά τους.

- Η παράδοση των προϊόντων γίνεται με πιο γρήγορους ρυθμούς, όταν η πρόσβαση στις πληροφορίες γίνεται άμεσα. Οι ηλεκτρονικές εφημερίδες μπορούν να διαμορφώνουν το περιεχόμενό τους ανάλογα με τις προτιμήσεις του καταναλωτή και να του στέλνουν μόνο τις πληροφορίες που τον ενδιαφέρουν.

- Το ηλεκτρονικό εμπόριο βελτιώνει την εξυπηρέτηση των πελατών, αυτοματοποιώντας τις διαδικασίες.

- Η προσφορά πληροφοριών στους καταναλωτές μέσα από το δίκτυο, επιτρέπει στην επιχείρηση να αντλεί πληροφορίες σχετικά με τα ενδιαφέροντα και τη συμπεριφορά των πελατών.

- Το ηλεκτρονικό εμπόριο βοηθά στη δημιουργία νέων προϊόντων ή στην εξειδίκευση υπαρχόντων προϊόντων με πρωτοποριακούς τρόπους.

- Μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου επιτυγχάνονται οι χαμηλότερες τιμές των προϊόντων, καθώς η απλοποίηση και η αυτοματοποίηση πολλών δραστηριοτήτων εκμηδενίζουν το κόστος.

- Το ηλεκτρονικό εμπόριο μειώνει υλικοτεχνικά προβλήματα και μπορεί να βάλλει μια μικρή επιχείρηση σε ισότιμη βάση με άλλες μεγαλύτερες, αφού δεν είναι υποχρεωτικό οι επιχειρήσεις να διαθέτουν φυσικό χώρο παρουσίασης των εμπορευμάτων τους.

1.5 Μειονεκτήματα

Αρκετά παρουσιάζονται και τα μειονεκτήματα της χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου:

- Δημιουργεί κίνδυνο στην ασφάλεια των συναλλαγών.

- Από τεχνολογικής σκοπιάς, δημιουργεί αδυναμία κοινών προτύπων και πρωτοκόλλων επικοινωνίας.
- Το εύρος ζώνης των τηλεπικοινωνιών δεν είναι επαρκές.
- Τα εργαλεία ανάπτυξης λογισμικού είναι ακόμη υπό εξέλιξη.
- Η εξυπηρέτηση κάποιων διαδικασιών απαιτεί υψηλά αυτοματοποιημένα συστήματα.
- Συχνά δημιουργούνται προβλήματα προστασίας προσωπικών δεδομένων.
- Υπάρχει έλλειψη εμπιστοσύνης στα και σε άγνωστους προμηθευτές.
- Ο καταναλωτής δεν μπορεί να έρθει σε άμεση επαφή με το προϊόν που αγοράζει.
- Δημιουργούνται νομικά ζητήματα που δεν ερμηνεύονται επαρκώς.
- Η σύνδεση στο Internet κατά τόπους παραμένει ακριβή και δεν είναι διαθέσιμη για όλους.

2. Παράγοντες λειτουργίας ηλεκτρονικού εμπορίου

2.1 Τηλεπικοινωνίες

Οι τηλεπικοινωνίες αποτελούν την υλική βάση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Περιλαμβάνουν το τηλεφωνικό δίκτυο, τα καλώδια, την τηλεόραση, το δορυφορικό δίκτυο, ασύρματες συνδέσεις κ.ά. Χωρίς τα υλικά αυτά, το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν βρίσκει έδαφος εφαρμογής, καθώς δε διαθέτει την υλικοτεχνική δομή επί της οποίας μπορεί να δομηθεί.

2.2 Δίκτυα

Τα δίκτυα είναι μορφές επικοινωνίας μεταξύ των επιχειρήσεων, των καταναλωτών και των κυβερνητικών φορέων. Η πιο διαδεδομένη μορφή δικτύου

είναι το διαδίκτυο. Αν και χαρακτηρίζεται από έλλειψη ασφάλειας στις συναλλαγές και κακή ποιότητα παρεχόμενων συναλλακτικών υπηρεσιών, δεδομένου ότι η αρχική σχεδίασή του δεν είχε ως σκοπό την εξυπηρέτηση εμπορικών συναλλαγών, γίνονται αξιόλογες προσπάθειες βελτίωσης αυτού του τομέα λειτουργίας του και ενθάρρυνσης των καταναλωτών στη χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου μέσω του διαδικτύου. Το διαδίκτυο δημιουργεί προσιτό έδαφος για την προσβασιμότητα κάθε χρήστη με χαμηλό κόστος, ενώ η αύξησή του παγκοσμίως γίνεται με αλματώδεις και λογαριθμικούς ρυθμούς. Άλλες μορφές δικτύων αποτελούν:

- Τα τοπικά δίκτυα (Local Area Networks- LANs), τα οποία αναπτύσσονται μεταξύ γειτονικών κτιρίων και παρέχουν τη δυνατότητα στους εργαζομένους να χρησιμοποιούν κοινές εφαρμογές και προγράμματα. Τα δίκτυα αυτά αφορούν αποκλειστικά στην ίδια επιχείρηση.

- Τα μητροπολιτικά δίκτυα (Metropolitan Area Networks- MANs), τα οποία γίνονται εντός της πόλης που έχουν τον ίδιο κωδικό κλήσης. Τα δίκτυα αυτά αφορούν στην ίδια ή σε διαφορετικές επιχειρήσεις.

- Τα δίκτυα ευρείας περιοχής (Wide Area Networks-WANs), τα οποία συμπεριλαμβάνουν μεγαλύτερη έκταση από την έκταση μίας πόλης. Κρίνονται ασφαλή δίκτυα, έχοντας ωστόσο αυξημένα κόστη κατασκευής και συντήρησης.

- Τέλος, τα δίκτυα προστιθέμενης αξίας (Value Added Networks-VANs), τα οποία παρέχουν τη μεγαλύτερη ασφάλεια από όλα τα δίκτυα για την επικοινωνία μεταξύ των επιχειρήσεων. Έχουν αυξημένο κόστος λειτουργίας και περιορισμένη χρήση.

2.3 Προγράμματα και Εφαρμογές

Πρόκειται για διάφορες εφαρμογές, οι οποίες δίνουν μορφή στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Τέτοιες είναι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), οι ηλεκτρονικοί κατάλογοι (e-catalogues), οι ηλεκτρονικές φόρμες παραγγελιών (e-forms), η ανταλλαγή στοιχείων μεταξύ των επιχειρήσεων (EDI), η ανταλλαγή στοιχείων μεταξύ μίας επιχείρησης ή ενός καταναλωτή και ενός τραπεζικού ιδρύματος (FEDI), η ηλεκτρονική διαχείριση εγγράφων κ.ά. Μέσω των εφαρμογών του ηλεκτρονικού εμπορίου, δηλαδή της ανταλλαγής πληροφοριών, της παραγγελίας, της παράδοσης των προϊόντων. Της πληρωμής, της ηλεκτρονικής ανταλλαγής παραστατικών και της

εξυπηρέτησης των πελατών μετά τη συναλλαγή, μπορεί να επιτευχθεί ένα αξιόλογο επίπεδο χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου.

2.4 Εμπόριο

Το ίδιο το εμπόριο σχετίζεται με την πώληση των προϊόντων από τα επιχειρήσεις στους καταναλωτές ή στις άλλες επιχειρήσεις. Αποτελεί τη βασική ενέργεια για την οποία δημιουργούνται όλες οι υπόλοιπες προϋποθέσεις λειτουργίας και εφαρμογής του ηλεκτρονικού εμπορίου. Το ίδιο το εμπόριο κινεί την αγορά και τη μεταφορά του ρευστού χρήματος μεταξύ των οικονομικών παραγόντων.

2.5 Επιχειρησιακές Στρατηγικές

Οι στρατηγικές αυτές αυξάνουν την ανταγωνιστικότητα μεταξύ των επιχειρήσεων και πετυχαίνουν την καλύτερη συνεργασία, την έγκαιρη πληροφόρηση και την ταχύτερη διεκπεραίωση των διαδικασιών. Η επικοινωνία μεταξύ των υπαλλήλων γίνεται μέσω των εταιρικών δικτύων (intranets) και αποτελεί σημαντικό παράγοντα κατάστροφης μίας αξιόλογης και αποτελεσματικής στρατηγικής.

Οι στρατηγικές αυτές χωρίζονται σε ομάδες, α. την άμεση ανταπόκριση (quick response) με απώτερο σκοπό την καλύτερη εξυπηρέτηση του καταναλωτή μέσω της συνεργασίας των διάφορων τμημάτων της επιχείρησης, β. τη δικτυακή αγορά, η οποία επιτρέπει την άμεση επαφή του προμηθευτή με τον καταναλωτή και την αποφυγή συμμετοχής τρίτων παραγόντων, γ. την προσαρμοστικότητα στις απαιτήσεις της αγοράς, έτσι ώστε ο καταναλωτής να λαμβάνει εν τέλει το προϊόν που επιθυμεί.

2.6 Επιχειρησιακές Συνεργασίες

Πρόκειται για συνεργασίες που αναπτύσσονται μεταξύ των επιχειρήσεων, με σκοπό την παραγωγή βελτιωμένων προϊόντων με όσο το δυνατόν μικρότερο κόστος. Λαμβάνουν διάφορες μορφές, όπως είναι α. οι ιεραρχίες μεταξύ οικονομικά πιο ισχυρών και πιο ανίσχυρων εταιριών, β. τα διεπιχειρησιακά συστήματα μεταξύ των εταιριών, έτσι ώστε να μπορούν με κοινή γραμμή να αντιμετωπίσουν τους κινδύνους της αγοράς (Πασχαλόπουλος & Σκαλτσάς, 2000) και γ. τις just-in-time συνεργασίες

με την παραγωγή της σωστής ποσότητας και ποιότητας των προϊόντων υπό των συνθηκών που ο καταναλωτής επιθυμεί.

3. Ηλεκτρονικές Απάτες

3.1 Μορφές

Σύμφωνα με το νόμο 4411/2016 (Φ.Ε.Κ. 142/2016), επικαιροποιείται η ήδη υπάρχουσα ποινική νομοθεσία σχετικά με την «κυβερνοεγκληματικότητα» (“cybercriminality») και κυρώνεται η Σύμβαση του Συμβουλίου της Ευρώπης για το έγκλημα στον Κυβερνοχώρο της 23^{ης} Νοεμβρίου 2001, καθώς και το Πρόσθετο Πρωτόκολλο αυτής σχετικά με την ποινικοποίηση πράξεων ρατσιστικής και ξενοφοβικής φύσης που διαπράττονται μέσω συστημάτων υπολογιστών της 8^{ης} Ιανουαρίου 2003.

Ο νόμος αυτός τιμωρεί πράξεις ποινικά κολάσιμες που αποσκοπούν στην πρόκληση βλάβης στα δίκτυα με πρόθεση και στρέφονται κατά της ακεραιότητας και διαθεσιμότητας των δεδομένων και συστημάτων πληροφορικής. Μαζί με τις πράξεις αυτές, παράνομες και τιμωρητέες θεωρούνται και οι πράξεις της παράνομης πρόσβασης, υποκλοπής και την παρεμβολής σε δεδομένα (Ομάδα e-nomothesia.gr, 2016).

Οι παραπάνω πράξεις υπάγονται στην κατηγορία των απατών που διαπράττονται στο διαδίκτυο. Οι απάτες αυτής της μορφής μπορούν να λάβουν διάφορες μορφές. Έτσι υπάρχουν:

- Τα κυβερνοεγκλήματα, τα οποία αφορούν σε παράνομες ψηφιακές ενέργειες που αποσκοπούν να προκαλέσουν βλάβη σε μία επιχείρηση ή σε έναν ιδιώτη. Έτσι, κεντρικό ρόλο παίζει ο ηλεκτρονικός υπολογιστής, ο οποίος χρησιμεύει άλλοτε ως στόχος και άλλοτε, ως βασικό ή βοηθητικό εργαλείο διάπραξης του αδικήματος.

Τα εγκλήματα αυτά χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες, α. στα γνήσια πληροφοριακά εγκλήματα, τα οποία συμπεριλαμβάνουν τα ποινικά αδικήματα της απάτης, της πλαστογραφίας κ.ά. που τελούνται μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή, β. στα εγκλήματα σε σχέση με ψηφιακό περιεχόμενο, στα οποία συμπεριλαμβάνονται

ποινικά αδικήματα σχετικά με τη διακίνηση παράνομου υλικού μέσω του ηλεκτρονικού υπολογιστή, όπως π.χ. παιδικής πορνογραφίας και γ. στα εγκλήματα πληροφοριακών συστημάτων, στα οποία συμπεριλαμβάνονται ποινικά αδικήματα κατά της εμπιστευτικότητας και διαθεσιμότητας των πληροφοριακών δεδομένων ((Ομάδα e-nomothesia.gr, 2016).

- Τα ηλεκτρονικά εγκλήματα, τα οποία αφορούν στην τέλεση οποιασδήποτε αξιόποινης πράξης με τη χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή (εγκλήματα τελούμενα με τη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών- computer crimes). Τα ηλεκτρονικά εγκλήματα προηγούνται πάντοτε χρονικά των κυβερνοεγκλημάτων.

Η απάτη μπορεί να έχει διττή μορφή. Αποτελεί έγκλημα που τελείται με τη χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή και τιμωρείται με βάση το άρθρο 386 του Ποινικού Κώδικα. Μπορεί, ωστόσο, να αποτελέσει και αδίκημα που τελείται στον κυβερνοχώρο και σε περιβάλλον διαδικτύου, και τότε τιμωρείται συνδυαστικά και με τις ειδικότερες διατάξεις του νόμου 4411/2016, όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει σήμερα.

Βασικός σκοπός της απάτης μέσω του ηλεκτρονικού υπολογιστή και του διαδικτύου είναι να πειστεί ο καταναλωτής ότι η συναλλαγή είναι ασφαλής, έτσι ώστε να καταβάλλει στο δράστη ένα μικρό χρηματικό ποσό στην αρχή και στην πορεία ακόμα μεγαλύτερο. Οι κυριότερες μορφές διαδικτυακής απάτης είναι οι ακόλουθες:

3.1.1 Ισπανικό Λόττο

Ο δράστης αποστέλλει πολλαπλά μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε τυχαίους χρήστες του διαδικτύου, πληροφορώντας τους ότι δήθεν έχουν κερδίσει πολλά χρήματα σε κλήρωση του διαδικτύου. Το είδος της απάτης γίνεται με τη χρήση γνωστών ονομάτων μεγάλων εταιριών και συνοδεύονται από πλαστά έγγραφα και πιστοποιητικά. Η απάτη ολοκληρώνεται όταν ο καταναλωτής καταβάλλει ένα αξιόλογο χρηματικό ποσό με τη δικαιολογία μίας τυχόν προπληρωμής εξόδων ή φορολογικών επιβαρύνσεων.

3.1.2 «Απάτες 419» ή «Νιγηριανές απάτες»

Ο δράστης αποστέλλει μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε τυχαίους χρήστες του διαδικτύου, στα οποία αναφέρουν ότι κάποιος κάτοχος μεγάλης περιουσίας έχει αποβιώσει και ότι δήθεν ο χρήστης έχει επιλεγεί να κληρονομήσει την περιουσία ή κάποιος κληρονόμος που είναι συνήθως ευπόληπτο άτομο, χρειάζεται τη βοήθειά του χρήστη για να μεταφέρει ένα υψηλό χρηματικό ποσό έναντι υψηλής υποσχόμενης αμοιβής.

Στις απάτες αυτές, το θύμα παρέχει τη συγκατάθεσή του και τα στοιχεία του στο δράστη, καθώς και όλες τις πληροφορίες που αφορούν στους τραπεζικούς του λογαριασμούς. Μάλιστα, ο δράστης δεν ντρέπεται να προσκομίζει φερόμενα δικαιολογητικά των συναλλαγών πλαστά έγγραφα, που φαίνονται ως αυθεντικά. Ο δράστης αποστέλλει συνέχεια στο θύμα email, τηλεφωνήματα και επιστολές, ενώ λίγο πριν την τελική μεταβίβαση των χρημάτων εμφανίζεται κάποιο προσωρινό πρόβλημα, όπως π.χ. κάποιος φόρος που δεν είχε υπολογιστεί και ζητείται από το θύμα να καταβάλλει το ποσό αυτό.

3.1.3 Απάτες με πιστωτικές κάρτες

Ο δράστης «ψαρεύει» το θύμα μέσω της χρήσης των ευαίσθητων προσωπικών του δεδομένων και κυρίως, στοιχείων τραπεζικών λογαριασμών (phishing). Έτσι, πετυχαίνει την παράνομη μεταφορά χρημάτων σε λογαριασμούς μέσω των χρεώσεων πιστωτικών καρτών μέσω του διαδικτύου για αγορές διάφορων προϊόντων. Άλλοτε δημιουργείται μία πλασματική ιστοσελίδα, στην οποία συγκεντρώνονται τα στοιχεία των πιστωτικών καρτών που χρησιμοποιούνται με το πρόσχημα διενέργειας αγορών και άλλοτε, ο δράστης έχει άμεση πρόσβαση στα στοιχεία των πιστωτικών καρτών, τις οποίες κάνει χρήση. Άλλες, πάλι, φορές, το ίδιο το θύμα δίνει άθελά του τις πληροφορίες στο δράστη με το πρόσχημα να συμπληρώσει τα στοιχεία σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που λαμβάνει από κάποιο δήθεν πιστωτικό ίδρυμα, με τη δυνατότητα μετάβασής του σε μία πλασματική ιστοσελίδα της τράπεζας, προκειμένου να πεισθεί.

3.1.4 Spamming- Scamming

Μέσω του spamming, αποστέλλονται μαζικά μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με εμπορικό χαρακτήρα. Όταν ο αποδέκτης ενός τέτοιου μηνύματος χρησιμοποιήσει τα δεδομένα που του αποστάλθηκαν, τότε ο δράστης με κακόβουλο τρόπο τα υποκλέβει και ολοκληρώνεται το scamming. Είναι ο πιο διαδεδομένος τρόπος απάτης σε πολλά είδη ηλεκτρονικών οικονομικών εγκλημάτων (και μπορεί να πραγματοποιηθεί ακόμη και smartphones).

3.1.5 Phishing προσωπικών δεδομένων

Η μέθοδος αυτής γίνεται με τη μαζική αποστολή μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου spamming, τα οποία αποστέλλονται δήθεν από κάποια γνωστή εταιρία ή τράπεζα, έτσι ώστε το θύμα να παρέχει τα προσωπικά και οικονομικά του δεδομένα. Τα στοιχεία που δίνονται χρησιμοποιούνται για τη διάπραξη της απάτης μέσω της δημιουργίας πλασματικών ιστοσελίδων, απομίμησης των αντίστοιχων αυθεντικών. Το είδος αυτής της απάτης παγκοσμίως αποφέρει τα εξωπραγματικά κέρδη άνω του ενός εκατομμυρίου ευρώ ετησίως.

3.1.6 Pharming

Με το pharming, ο δράστης παρεμβαίνει στον εξυπηρετητή μιας ιστοσελίδας και ανακατευθύνει την περιήγηση σε άλλες ψεύτικες ιστοσελίδες. Έτσι, επιφέρεται αλλοίωση α. του «host» file ενός υπολογιστή ή β. του «router» ενός δικτύου LAN με την αλλοίωση των ρυθμίσεων ή γ. του firmware ενός router, με την ανακατεύθυνση ενός ονόματος για όλους τους υπολογιστές του δικτύου ή δ. ενός DNS server, αλλοιώνοντας την κίνηση όλων των χρηστών του διαδικτύου που εξυπηρετούνται από αυτόν. Με τον τρόπο αυτό, μία ιστοσελίδα διαδικτυακού καταστήματος μπορεί να μεταφέρει τον χρήστη εν αγνοία του σε έναν ψεύτικο ιστότοπο, στον οποίο ο δράστης μπορεί να τελέσει την απάτη.

3.1.7 Συστήματα εργασίας

Η μορφή αυτής της απάτης ωθεί το θύμα σε επενδύσεις που δήθεν θα του αποφέρουν υψηλές αμοιβές και ασυνήθιστα υψηλά κέρδη. Φυσικά οι επενδύσεις αυτές δεν πληρώνονται, ούτε αποδίδονται τα υποσχόμενα μερίδια.

3.1.8 Προσφορά θέσεων εργασίας

Η μορφή αυτής της διαδικτυακής απάτης αφορά στις απατηλές διαδικτυακές αγγελίες που αναρτώνται σε ιστοσελίδες εύρεσης εργασίας ή αποστέλλονται μέσω e-mail στο θύμα. Αναφέρονται σε θέσεις εργασίας εξωτερικού, έτσι ώστε το θύμα να καταχωρεί τα προσωπικά του δεδομένα, ακόμη και έγγραφα, όπως π.χ. πτυχίο, δίπλωμα οδήγησης κ.ά. Το θύμα πληροφορείται ότι για να πληρωθεί, πρέπει να εκδοθεί επιταγή στο όνομά του, η οποία, όμως, επειδή υπερβαίνει το συμφωνηθέν ποσό, ζητείται από το θύμα να κάνει έμβασμα με τη διαφορά αυτή πριν λάβει την επιταγή. Η επιταγή είναι πλαστή. Τα χρήματα αυτά μπορεί να καταβάλει το θύμα προκειμένου να επιβεβαιώσει την ανάληψη των εργασιακών του καθηκόντων συγκεκριμένης θέσης.

3.1.9 Απάλειψη χρέους (Debt Elimination)

Αυτή η μορφή απάτης περιλαμβάνει ιστοσελίδες που υπόσχονται τη ρύθμιση των χρεών ενός νοικοκυριού ή μίας επιχείρησης με νόμιμο τρόπο. Ζητείται εξ αρχής από το θύμα να δώσει μία προκαταβολή και να χορηγήσει όλες τις προσωπικές του πληροφορίες για τα δάνεια και τις πιστωτικές του κάρτες. Επίσης, ζητείται μια εξουσιοδότηση προς το άτομο που θα διεκπεραιώσει τη διαδικασία. Ο δράστης εκδίδει δήθεν γραμμάτια προς τους δανειστές του θύματος και το θύμα, υποχρεούται να καταβάλει ένα ποσοστό της αξίας των χρεών που θα καλύψει ο μεσάζων-δράστης.

3.1.10 Ιός ransomware - Crypto Wall

Ο ιός ransomware (ιός των 100€) σχετίζεται με κακόβουλο λογισμικό που χρησιμοποιείται όταν το θύμα ανέμελο περιηγείται στο διαδίκτυο. Με αυτό το

λογισμικό «κλειδώνονται» όλες οι λειτουργίες του υπολογιστή και εμφανίζεται στην οθόνη ένα μήνυμα δήθεν από τη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος, η οποία ζητά την καταβολή των 100€ ως πρόστιμο για αδικήματα του Ποινικού Κώδικα που υποτίθεται ότι διέπραξε το θύμα, μέσω προπληρωμένων καρτών.

Το κακόβουλο λογισμικό «CryptoWall» (αναπτυγμένο «Cryptolocker») μεταδίδεται όταν το θύμα επισκέπτεται επισφαλείς ιστοσελίδες και εμφανίζεται ως τάχα ενημέρωση εφαρμογών, καθώς και μέσω μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Κρυπτογραφεί τα δεδομένα του υπολογιστή, ενώ για να ξεκλειδώσει τα αρχεία του, το θύμα πρέπει να καταβάλει ένα χρηματικό ποσό (ransom), μέσω του bitcoin (BTC) με οδηγίες για την πληρωμή.

3.1.11 Κινητά τηλέφωνα

Η μορφή αυτή αναφέρεται στην αγοραπωλησία εφαρμογών software για κινητά τηλέφωνα, εισάγοντας το θύμα τον αριθμό του κινητού τηλεφώνου για να αποκτήσει την εφαρμογή που έχει επιλέξει. Μόλις προβεί στην ενέργεια αυτή, ο λογαριασμός του χρεώνεται με υπέρογκα χρηματικά ποσά.

3.1.12 Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες (Auctions)

Σε αυτή τη μορφή απάτης, τα προϊόντα που δημοπρατούνται παρουσιάζονται με ψευδή στοιχεία ή δεν παραδίδονται ποτέ στον υπερθεματιστή. Συνήθως, η καταβολή του εκπλειστηριάσματος ζητείται να γίνει μέσω Western Union ή MoneyGram.

3.2 Εντοπισμός και Συμμόρφωση Δραστών

Η νομοθεσία που εφαρμόζεται στο ηλεκτρονικό εμπόριο δεν έχει μόνο τοπικό χαρακτήρα, αλλά και διεθνή, λόγω της παγκόσμιας εμβέλειας των διαπραττόμενων αδικημάτων και της διασυνοριακής χρήσης του διαδικτύου. Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει προβεί στην έκδοση πολλαπλών Οδηγιών και Κανονισμών ρύθμισης των εγκλημάτων του κυβερνοχώρου, ενώ κάθε κράτος εκδίδει συνεχώς νέους νόμους ενίσχυσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών και της ασφάλειας πραγματοποίησής τους.

Στην Ελλάδα, το βασικό νομοθέτημα ρύθμισης των ζητημάτων του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι το προεδρικό διάταγμα 131/2003. Το διάταγμα αυτό ενσωμάτωσε την Οδηγία της Ευρωπαϊκής Ένωσης με αριθμό 2000/31/EK. Πιο εξειδικευμένα ζητήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου ρυθμίζονται στις διατάξεις του νόμου 2251/1994 για την προστασία των καταναλωτών, του νόμου 2472/1997 για την προστασία προσωπικών δεδομένων, του προεδρικού διατάγματος 150/2001 για τις ηλεκτρονικές υπογραφές κ.ά. Στα ζητήματα που δεν καλύπτονται από Κοινοτικές Οδηγίες, εφαρμόζονται οι εκάστοτε εθνικές διατάξεις κάθε κράτους. Οι Κοινοτικές οδηγίες αναφέρονται στην οικονομική δραστηριότητα των εμπλεκόμενων φορέων και συμπληρώνουν το ισχύον κοινοτικό δίκαιο (acquis communautaire) που αφορά στις υπηρεσίες της πληροφορίας και τις ήδη υφιστάμενες Οδηγίες, όπως π.χ. 1999/93/EK, 95/46/EK, 2002/58/EK, 2001/29/EK κ.ά.

Η ποινική αντιμετώπιση των δραστών ηλεκτρονικής απάτης προβλέπεται στις διατάξεις του νόμου 4411/2016 περί κύρωσης της Σύμβασης της Ευρώπης για το έγκλημα στον κυβερνοχώρο και τις επιθέσεις κατά των συστημάτων πληροφοριών, ενώ σε όποια σημεία παρουσιάζονται κενά στο νόμο αυτό, εφαρμόζεται αναλογικά η νομοθεσία του ισχύοντος Ποινικού Κώδικα και Κώδικα Ποινικής Δικονομίας.

Ο εντοπισμός των δραστών της ηλεκτρονικής απάτης και γενικότερα ηλεκτρονικών εγκληματικών ενεργειών (traceback) γίνεται από τη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος της Ελληνικής Αστυνομίας. Χρησιμοποιούνται διάφορες τεχνικές που ονομάζονται FORENSICS.. Η πιο διαδεδομένη είναι ο εντοπισμός της διεύθυνσης IP (IP address) του ηλεκτρονικού υπολογιστή που συνδέεται στο διαδίκτυο και προβαίνει σε παράνομες συναλλαγές και απάτες. Με τον τρόπο αυτό, θεωρητικά εντοπίζεται ο ηλεκτρονικός υπολογιστής που προβαίνει σε εγκλήματα στον κυβερνοχώρο (Μαβής, 2008). Η διεύθυνση IP κάθε υπολογιστή είναι μοναδική, μπορεί ωστόσο δύο διαφορετικοί υπολογιστές να έχουν την ίδια διεύθυνση IP. Στην περίπτωση αυτή, ανευρίσκεται ο συγκεκριμένος υπολογιστής που αναζητείται από τα log files του παρόχου διαδικτύου (ISP= Internet Service Provider) στον οποίο είναι συνδεδεμένος ο υπολογιστής. Τα δεδομένα αυτά πρέπει να είναι προσβάσιμα κατόπιν εισαγγελικής παραγγελίας άρσης του απορρήτου. Στις περιπτώσεις δε, εκείνες, που ο υπολογιστής συνδέεται στο τοπικό δίκτυο (LAN=Local Area Network) μιας εταιρείας, τότε η IP διεύθυνση εξευρίσκεται από την τελευταία μονάδα του LAN δικτύου (Μαβής, 2008).

Η διεκπεραίωση της διαδικασίας εντοπισμού ενός υπολογιστή μέσω της διεύθυνσης IP προϋποθέτει να είναι διαθέσιμα τα αρχεία ημερολογίου της δικτυακής μονάδας (router ή/και proxy server), μέσω της οποίας συνδέονται οι υπολογιστές ενός τοπικού δικτύου (LAN) στο Internet (Μαβής, 2008).

Ο δράστης μίας ηλεκτρονικής απάτης τιμωρείται αυστηρά στο νόμο. Πέρα από τις προβλεπόμενες ποινές του Ποινικού Κώδικα, σημαντικές είναι και οι ποινές και τα πρόστιμα που τίθενται στη νομοθεσία περί προστασίας των προσωπικών δεδομένων (ν. 2472/1997 όπως τροποποιήθηκε με το ν. 3625/2007, ν. 3471/2006). Σύμφωνα με το άρθρο 386^A του Ποινικού Κώδικα, περί απάτης με υπολογιστή, «όποιος, με σκοπό να προσπορίσει στον εαυτό του ή σε άλλον παράνομο περιουσιακό όφελος βλάπτει ξένη περιουσία, επηρεάζοντας τα αρχεία υπολογιστή είτε με μη ορθή διαμόρφωση του προγράμματος είτε με επέμβαση κατά την εφαρμογή του είτε με χρησιμοποίηση μη ορθών ή ελλιπών στοιχείων είτε με οποιονδήποτε άλλο τρόπο, τιμωρείται με τις ποινές φυλάκισης που προβλέπονται για την απάτη». Οι επιβαλλόμενες ποινές ποικίλουν ανάλογα με τη βαρύτητα του εντοπισμένου αδικήματος. Έτσι κυμαίνονται από φυλάκιση τουλάχιστον τριών μηνών έως πέντε ετών στις περιπτώσεις ελαφρών πλημμεληματικών μορφών ή στη φυλάκιση τουλάχιστον τριών ετών έως πέντε ετών στις περιπτώσεις πιο βαριών πλημμεληματικών μορφών. Μάλιστα, όταν πρόκειται για κακουργηματικής φύσεως ηλεκτρονική απάτη, τότε οι ποινές κυμαίνονται από τουλάχιστον πέντε έτη φυλάκιση μέχρι και την ισόβια κάθειρξη.

Σε περίπτωση που ανάμεσα στα ερευνώμενα αδικήματα υπάρξει παραβίαση του απορρήτου των τηλεφωνημάτων ή παράνομη αντιγραφή προγραμμάτων ηλεκτρονικού υπολογιστή, τυγχάνουν εφαρμογής τα άρθρα 370Α και 370Β του Ποινικού Κώδικα, ενώ για τα εγκλήματα κατά της ασφάλειας των τηλεφωνικών επικοινωνιών εφαρμόζεται το άρθρο 292^A του ίδιου Κώδικα. Οι κυρώσεις στις παραβιάσεις αυτές αυστηροποιήθηκαν αισθητά με επαπειλούμενη ποινή ακόμη και την κάθειρξη των δέκα ετών.

Τέλος, σύμφωνα με τις διατάξεις του νόμου 2251/1994, όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει σήμερα, απαγορεύονται οι παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές, ενώ παράλληλα, επιβάλλονται αντίστοιχα πρόστιμα στους παραβάτες. Σύμφωνα δε, με το νόμο 3471/2006 και το άρθρο 11 αυτού, προς συμμόρφωση με την Κοινοτική Οδηγία 2002/58/EK, ρυθμίζονται τα ειδικότερα ζητήματα που αφορούν στο spamming.

Πλην των ανωτέρω και της ποινικής αντιμετώπισης των δραστών της ηλεκτρονικής απάτης και των εν γένει ηλεκτρονικών εγκλημάτων, προβλέπεται η δυνατότητα του θύματος να εγείρει κατά του δράστη αγωγή, αξιώνοντας την αποζημίωσή του για την αποθετική ή θετική του ζημία, καθώς και την ενδεχόμενη ηθική του βλάβη, σύμφωνα με το άρθρο 914 του Αστικού Κώδικα.

Σε διεθνές επίπεδο, έχει θεσπιστεί η Διεθνής Σύμβαση του Συμβουλίου της Ευρώπης (2001), η οποία ρυθμίζει τα αντίστοιχα ζητήματα των ηλεκτρονικών εγκλημάτων και των εγκλημάτων στον κυβερνοχώρο. Παρόμοια νομοθετήματα έχουν εκδοθεί και από την Ευρωπαϊκή Ένωση για την καταπολέμηση διακίνησης παράνομου υλικού μέσω διαδικτύου. Πλέον των ανωτέρω, έχουν δημιουργηθεί ειδικές τηλεφωνικές γραμμές (hotlines), στις οποίες μπορούν να απευθυνθούν τα θύματα για να ενημερωθούν οι αρμόδιες αρχές.

Τα μέτρα, λοιπόν, εντοπισμού και καταπολέμησης των ηλεκτρονικών εγκλημάτων που έχουν ληφθεί παγκοσμίως είναι πολλά. Παρά, όμως, τις αξιόλογες προσπάθειες, εξακολουθεί να παραμένει δυσχερής ο εντοπισμός των δραστών. Για το λόγο αυτό, επιτακτική καθίσταται η ανάγκη για πρόληψη, ευαισθητοποίηση και λήψη μέτρων προστασίας κατά του ηλεκτρονικού εγκλήματος από όλους μας (Συνήγορος του Καταναλωτή, 2020).

4. Covid-19 Εποχή

4.1 Εφαρμογή ηλεκτρονικού εμπορίου

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην εποχή του covid-19 γνώρισε και γνωρίζει αλματώδη αύξηση. Η πολλαπλή χρήση του επιφέρει και θετικά και αρνητικά αποτελέσματα.

Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα του Βιομηχανικού και Εμπορικού Επιμελητηρίου Αθηνών το 2020, σε ερωτήσεις εργαζομένων με διευθυντικά και υπεύθυνα πόστα στις επιχειρήσεις, αποδείχτηκε ότι το 61% θεώρησε ότι ο covid-19 θα οδηγήσει στη μείωση των εσόδων τους, ενώ το 47% σε έλλειψη ρευστότητας γενικά. Επίσης, το 60% των ίδιων ερωτηθέντων απάντησε ότι οι νέες συνθήκες που διαμορφώθηκαν λόγω της πανδημίας θα οδηγήσουν τις επιχειρήσεις σε αναγκαστική

διεύρυνση των δραστηριοτήτων τους και στη δημιουργία νέων ευκαιριών, είτε αλλάζοντας τον τρόπο λειτουργίας τους είτε ψηφιοποιώντας τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους.

Σύμφωνα με έρευνα του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου GR.EC.A, το 74% των καταστημάτων που λειτουργούν ηλεκτρονικά, παρατήρησε εντός του έτους 2020 λιγότερες παραγγελίες των προϊόντων τους από προγενέστερα έτη, με ένα μικρό ποσοστό του 15% να βρίσκεται στον αντίποδα. Η εξάπλωση της πανδημίας και η λήψη εκτάκτων μέτρων διαφύλαξης της δημόσιας υγείας οδήγησε σε μεγάλες καθυστερήσεις στις παραδόσεις των προϊόντων στους καταναλωτές, στις αντίστοιχες καθυστερήσεις παράδοσης από τα γνωστά courier, καθώς και στην ανέγερση ζητημάτων ασφάλειας των εργαζομένων.

Από την παραπάνω έρευνα, έγινε αντιληπτό ότι πολλά προβλήματα παρουσιάζονται τόσο στην πώληση των εμπορευμάτων εκτός της χώρας, όσο και στην παραλαβή αυτών από τις επιχειρήσεις του εξωτερικού. Το 84% των επιχειρήσεων αναφέρθηκε στη μείωση των πωλήσεων λόγω του covid-19, το 67% στη μείωση της ζήτησης και το 64% στα προβλήματα ρευστότητας.

Αντίθετα, επιχειρήσεις που πωλούν είδη πρώτης ανάγκης, παιδικά βιβλία και τα φαρμακεία, στην εποχή του covid-19 παρουσίασαν αύξηση των πωλήσεών τους κατά 15%. Και στην περίπτωση αυτή σημειώνονται καθυστερήσεις στις παραδόσεις κατά 42%.

Στην αρχή της εξάπλωσης της πανδημίας, τα περισσότερα καταστήματα παρουσίασαν μείωση των αγοραπωλησιών τους. Και τούτο διότι ο κόσμος τρομοκρατήθηκε μπροστά στον άγνωστο ιό που τον απειλούσε και στις συνθήκες προστασίας του από αυτόν. Σταδιακά, όμως, όταν οι πολίτες άρχισαν να αντιμετωπίζουν την πανδημία συλλογικά και ατομικά, δειλά-δειλά άρχισαν να επεκτείνουν τις αγορές τους μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου. Μέσω της παροχής πολλών προσφορών, εκμηδένιση των μεταφορικών εξόδων και γρήγορης παράδοσης, οι επιχειρήσεις ανταγωνίστηκαν σε υψηλό επίπεδο τη δια ζώσης αγορά.

Όπως γίνεται άμεσα αντιληπτό, η αλλαγή των δεδομένων της εποχής λόγω της πανδημίας ενίσχυσε το ηλεκτρονικό εμπόριο. Ο Covid-19 άλλαξε ριζικά τις προτεραιότητες των επιχειρήσεων με την ανάδειξη της τήρησης των μέτρων δημόσιας υγιεινής και έπειτα της αύξησης των πωλήσεων. Το ενδιαφέρον για

πωλήσεις εξ αποστάσεως εντάθηκε από τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές και έτσι, το ηλεκτρονικό εμπόριο γνωρίζει ιδιαίτερη άνθιση.

Συνεπώς, ο covid-19 δημιούργησε νέα δεδομένα στις ηλεκτρονικές συναλλαγές.

4.2 Απάτες στο ηλεκτρονικό εμπόριο

Η μεγάλη άνθιση του ηλεκτρονικού εμπορίου κατά τη διάρκεια επικράτησης της πανδημίας είχε ως συνέπεια και την αύξηση των περιστατικών ηλεκτρονικής απάτης μέσω του διαδικτύου κατά τη διενέργεια ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Από πρόσφατες μελέτες των εθνικών αρχών του δικτύου συνεργασίας για την προστασία των καταναλωτών (CPC), αποδείχτηκε ότι διάφοροι επιτήδευτοι έμποροι χρησιμοποιούν θελκτικά για τον καταναλωτή μέσα, προβάλλοντας προϊόντα με ψευδή στοιχεία και χαρακτηριστικά, ιδιαίτερα για τη θεραπεία ή ακόμη και την εξοφάνιση της πανδημίας, επιδεικνύοντας μάλιστα, και πλαστά δήθεν έγγραφα πιστοποίησής τους. Το θράσος τους επεκτείνεται και άλλο, όταν στην εμφάνιση προσφορών των διαφημιζόμενων προϊόντων, προβαίνουν στην υποκλοπή των προσωπικών δεδομένων και των κωδικών πρόσβασης (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2020).

Όταν ο καταναλωτής αντιληφθεί την ηλεκτρονική απάτη, πρέπει άμεσα να κάνει χρήση της αναφοράς ακατάλληλου περιεχομένου της ιστοσελίδας και να ενημερώσει τις αρμόδιες αρχές και την αρχή προστασίας του καταναλωτή. Επίσης, σε Ευρωπαϊκό επίπεδο υπάρχει και το δίκτυο Ευρωπαϊκών Κέντρων Καταναλωτών (ECC) που βοηθά σε αυτές τις περιπτώσεις τους πολίτες όλων των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2020).

Κάποια από τα στοιχεία που μαρτυρούν ότι πρόκειται για ηλεκτρονική απάτη είναι:

- Η άρνηση παροχής στοιχείων ταυτότητας και επικοινωνίας της επιχείρησης.
- Τα συχνά ορθογραφικά λάθη τύπου «C?V?D?19» ή «cor/na?vir?s».

- Η έλλειψη λεπτομερούς και ενδεδειγμένης περιγραφής των προϊόντων, ειδικά όταν εμπεριέχονται εικόνες, συνθήματα κατά του Covid-19, διαφημίσεις κ.ά. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2020).

Τον καιρό της πανδημίας, οι ηλεκτρονικές απάτες έχουν λάβει συγκεκριμένη μορφή. Τις περισσότερες φορές, συμβαίνουν οι ακόλουθες ενέργειες:

- Το θύμα λαμβάνει μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου δήθεν από κάποιο τραπεζικό ίδρυμα, το οποίο του ζητά να επιβεβαιώσει επίσης με μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου τα προσωπικά του στοιχεία και δεδομένα (phishing) (Μεταξάκης, 2015).

- Τα θύματα, μαζικά, δέχονται μηνύματα ότι τρίτοι διαθέτουν πρόσβαση στους λογαριασμούς τους και με εκβιαστικό τρόπο επιδιώκεται η εξαπάτησή τους. Τα μηνύματα αυτά μπορεί να είναι ακόμα και από τον ίδιο τον χρήστη στον εαυτό του (spamming).

- Το θύμα δέχεται μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου από τρίτο που είναι επαφή του στα e-mail, το οποίο περιγράφει μία προγενέστερη συνομιλία τους και έχει συνημμένο έναν σύνδεσμο, που αν πατηθεί, ενεργοποιεί κακόβουλο λογισμικό (malware) (Euronews, 2020).

Συχνό είναι και το φαινόμενο της απάτης μέσω της ανάληψης χρημάτων από ΑΤΜ με κλεμμένη μαγνητική κάρτα αυτόματης συναλλαγής (cashcard). Σε αυτήν την περίπτωση, η κλοπή ή η υπεξαίρεση των χρημάτων τελείται επί ηλεκτρονικού χρήματος, ήτοι χρημάτων που βρίσκονται αποθηκευμένα σε ηλεκτρονικό μέσο. Κατά την κρατούσα, πλέον σήμερα, νομολογία και θεωρία, το αδίκημα αυτό τιμωρείται με τις διατάξεις του άρθρου 386^A του Ποινικού Κώδικα ως ηλεκτρονική απάτη, δεδομένου ότι ο δράστης, κατά την τέλεσή του, ασκεί επιρροή στα στοιχεία του υπολογιστή του χρήστη και προκαλεί την απόκλιση των δεδομένων της κάρτας από τη φυσιολογική πορεία μέσω της σύννομης χρήσης της (Χαραλαμπίκης, 2011). Το αδίκημα αυτό, λοιπόν, χαρακτηρίζεται ως απάτη με τη χρήση υπολογιστή για την παγίδευση μηχανημάτων αυτόματης ανάληψης μετρητών (ΑΤΜ) τραπεζών με αυτοσχέδιους μηχανισμούς (Άρειος Πάγος 131/2013).

Επίσης, άλλη μία κατηγορία ηλεκτρονικής απάτης που ανθίζει στην εποχή της πανδημίας είναι η απάτη μέσω του bitcoin. Το bitcoin είναι ένα ψηφιακό νόμισμα,

κρυπτογραφημένο, εφαρμοζόμενο στο peer-to-peer (P2P) πρωτόκολλο του διαδικτύου. Δημιουργήθηκε με σκοπό την καθιέρωση ενός ασφαλούς και ανεξάρτητου νομίσματος. Ερμηνεύοντας το χρήμα άλλοτε ως αιτία και άλλοτε ως αποτέλεσμα των οικονομικών καταστάσεων (Μηλιαράκης, 1990), το bitcoin δεν μπορεί να υπαχθεί στην έννοια αυτή. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, το bitcoin έχει χαρακτηριστεί ως εικονικό νόμισμα αμφίδρομης ροής, το οποίο αγοράζεται και πωλείται με βάση τις ισοτιμίες της αγοράς (Καζαζάκης, 2015). Ωστόσο, η απάτη που διενεργείται με τη χρήση του κρυπτονομίσματος αυτού, υπάγεται στις τιμωρούμενες από το άρθρο 386^A του Ποινικού Κώδικα απάτες με υπολογιστή, καθώς συνιστά ένα οικονομικό αγαθό μη αποδοκιμαζόμενο από την έννομη τάξη.

Συνεπώς, οι ηλεκτρονικές απάτες έχουν παρουσιάσει ιδιαίτερη άνθιση στην εποχή που διαβιούμε, όπου ο Covid-19 έχει εξαπλωθεί παγκοσμίως ως ένα έντονο καιρικό φαινόμενο και έχει αλλάξει όλες τις καθημερινές συνήθειες και δραστηριότητές μας.

4.3 Ασφάλεια ηλεκτρονικών συναλλαγών

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ο πλέον διαδεδομένος τρόπος πληρωμής της εποχής μας. Στον καιρό που ο covid-19 ανθίζει, ο κόσμος υποχρεώθηκε να παραμείνει απομονωμένος στα σπίτια τους, χωρίς ωστόσο, να μπορεί να «παγώσει» την εξυπηρέτηση των αναγκών του. Για το λόγο αυτό, όλες οι πληρωμές και οι συναλλαγές γίνονται πλέον ηλεκτρονικά.

Ευνόητο τίθεται το ζήτημα της ασφάλειας των πληρωμών στο διαδίκτυο. Οι πληρωμές είναι το σημαντικό μέρος όλης της διαδικασίας του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η έλλειψη προσωπικής επαφής πωλητή- καταναλωτή αποτελεί πρόβλημα στις ηλεκτρονικές εμπορικές συναλλαγές λιανεμπορίου, καθώς στο χονδρεμπόριο οι εμπορικές συναλλαγές επιτυγχάνονται με άλλα μέσα, όπως είναι η κατάθεση ή έκδοση διάφορων παραστατικών εγγράφων.

Μία από τις πιο διαδεδομένες μεθόδους πληρωμής των εμπορικών συναλλαγών στην εποχή της πανδημίας είναι το Internet banking (e-banking). Αν και έχει εντυπωθεί σε όλους μας ότι το e-banking είναι μέθοδος πληρωμής, ουσιαστικά δεν

είναι, δεδομένου ότι αντιπροσωπεύει το ηλεκτρονικό κατάστημα της τράπεζας. Η μέθοδος σχετίζεται με την απευθείας μεταφορά των χρημάτων μέσω του e-banking από έναν λογαριασμό σε έναν άλλο. Η διαμεσολάβηση του τραπεζικού καταστήματος κατοχυρώνει την ασφάλεια των συναλλαγών που γίνονται με αυτόν τον τρόπο.

Χαρακτηριστικές είναι και άλλες μέθοδοι πληρωμής των προϊόντων ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως είναι α. οι ηλεκτρονικές επιταγές, οι οποίες έχουν την κλασική μορφή των έγχαρτων επιταγών, αλλά δημιουργούνται ηλεκτρονικά με τη χρήση συγκεκριμένων τραπεζικών κωδικών, β. οι μικροπληρωμές, οι οποίες σχετίζονται με λογαριασμούς σε εταιρίες πληρωμών μικρών ποσών για την πληρωμή συναλλαγών, γ. το e-money, το οποίο δίνει τη δυνατότητα σε μία τράπεζα να προβαίνει σε ηλεκτρονικές εγγραφές σε έναν ηλεκτρονικό σύστημα, δ. το e-cash, σύμφωνα με το οποίο διεκπεραιώνονται οι online πληρωμές, ε. οι mobile phone payments, οι οποίες πληρώνουν τις εμπορικές συναλλαγές με τη χρέωση του λογαριασμού του κινητού τηλεφώνου, στ. οι προπληρωμές, όπου ο χρήστης προπληρώνει σε μία κάρτα ένα ποσό που χρησιμοποιείται σε κάθε συναλλαγή, ζ. οι παραδοσιακές μέθοδοι μέσω της αντικαταβολής και η. η πιστωτική κάρτα.

Η διαδεδομένη χρήση του e-banking καθιέρωσε την ασφάλεια στις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Πρέπει να γίνει σαφής διάκριση μεταξύ της έλλειψης ασφάλειας των ηλεκτρονικών εμπορικών συναλλαγών και του διαδικτύου του ίδιου, καθόσον, η παραβίαση τυχόν κωδικών πρόσβασης σε κάποιο σύστημα πληρωμής του καταναλωτή δεν φανερώνει ανασφάλεια της εμπορικής συναλλαγής, αλλά του διαδικτύου, μέσω του οποίου επιχειρείται η συναλλαγή αυτή. Αν και στον καταναλωτή έχει μικρή σημασία ποιος από τους δύο παράγοντες χαρακτηρίζεται από ανασφάλεια, στην πράξη η διάκριση αυτή κρίνεται ουσιώδης. Έτσι, λοιπόν, αν παραβιάζεται ο υπολογιστής του πελάτη ή το σύστημα πληρωμής, δεν είναι ζήτημα ασφάλειας του ηλεκτρονικού εμπορίου, αλλά του προσωπικού υπολογιστή του καταναλωτή ή ενδεχομένως, του τραπεζικού συστήματος που χρησιμοποιείται.

Υπάρχουν διάφορες μορφές χρηστών που προκαλούν ανασφάλεια στις εμπορικές συναλλαγές. Ενδεικτικά αναφέρονται:

- Ο Hacker. Ο επιτήδειος αυτός δεν στοχεύει στον προσπορισμό χρημάτων, αλλά στην τέλεση της «ζημιάς». Πρόκειται για νεαρά συνήθως άτομα, καταρτισμένα

τεχνικά, με τεχνολογική υποστήριξη. Επιτίθενται συνήθως σε ιστοσελίδες τραπεζών, μεγάλων εταιριών ή κρατικών φορέων.

- Ο επαγγελματίας ηλεκτρονικός κακοποιός. Ο απατεώνας αυτός διαθέτει την οικονομική δυνατότητα να επενδύσει στην τεχνογνωσία και στην οργάνωση του ηλεκτρονικού εγκλήματος που τελεί.

- Ο υπάλληλος του ηλεκτρονικού καταστήματος. Ένας δυσαρεστημένος υπάλληλος μπορεί να προκαλέσει σύγχυση στις συναλλαγές του καταστήματος στο οποίο εργάζεται, καθώς και να κλέψει χρήματα με διάφορα τεχνάσματα.

- Ο χρήστης. Ο χρήστης μπορεί να αποστείλει μία επιστολή δήθεν του ιδιοκτήτη του ηλεκτρονικού καταστήματος με μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και να ζητά τους κωδικούς πρόσβασης και άλλα προσωπικά δεδομένα. Το είδος αυτό της ηλεκτρονικής απάτης επηρεάζει σημαντικά το ηλεκτρονικό εμπόριο, καθόσον έχει αποτυπωθεί στη συνείδηση των καταναλωτών ότι σχετίζεται με την έλλειψη ασφάλειας στις εμπορικές συναλλαγές μέσω του διαδικτύου.

Για την κατοχύρωση της ασφάλειας στις εμπορικές συναλλαγές του ηλεκτρονικού εμπορίου εκδίδονται από τις εξουσιοδοτημένες αρχές πιστοποίησης τα αντίστοιχα ψηφιακά πιστοποιητικά. Τα πιστοποιητικά αυτά είναι ατομικά, περιέχουν μοναδικό αριθμό ταυτοποίησης, τα στοιχεία του χρήστη που αφορούν, αλγόριθμους, ημερομηνία λήξης και ψηφιακή υπογραφή του φορέα που εξέδωσε την πιστοποίηση. Στην Ελλάδα, η πιο διαδομένη αρχή είναι η Verisign, που αντιπροσωπεύεται από την εταιρεία Adacom του ομίλου Ideal. Πιστοποιεί την ταυτότητα του server, του εμπόρου και του πελάτη. Η πιστοποίηση, πλην των υπολοίπων, περιλαμβάνει την έκδοση πιστοποιητικού συναλλαγής, σύμφωνα με το οποίο βεβαιώνεται ότι η συναλλαγή έγινε.

Υπάρχουν πολλά προγράμματα που κατοχυρώνουν την ασφάλεια στις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Μέσω των προγραμμάτων antivirus, το κακόβουλο λογισμικό αναγνωρίζεται και εξουδετερώνεται εγκαίρως, χωρίς να προκαλέσει κάποια ζημιά στον χρήστη. Παρόμοια λειτουργία έχει και ο ελεγκτής ακεραιότητας, ο οποίος εντοπίζει τις αλλαγές στο σύστημα του υπολογιστή από κακόβουλο λογισμικό. Επίσης, γνωστά είναι και τα firewalls, τα οποία επιτρέπουν μόνο στους εξωτερικούς χρήστες να έχουν δικαιώματα που πρέπει να πιστοποιήσουν, ενώ οι εσωτερικοί χρήστες έχουν πλήρη πρόσβαση στις παρεχόμενες υπηρεσίες.

Όπως γίνεται άμεσα αντιληπτό, Στην εποχή του covid-19, όπου το μοναδικό ασφαλές και αξιόπιστο μέσο για τις συναλλαγές μας έχει γίνει ο υπολογιστής, η ασφάλεια στις ηλεκτρονικές συναλλαγές είναι ένα μείζον ζήτημα για όλους τους πολίτες. Διαβεβαιώνοντας τους πολίτες ότι οι εμπορικές συναλλαγές τους, όταν γίνονται ηλεκτρονικά, δε διαθέτουν κανέναν κίνδυνο απάτης και κλοπής, ενισχύεται το ηλεκτρονικό εμπόριο. Μέσω των προγραμμάτων προστασίας από τους ιούς, σε συνδυασμό με την αντίληψη και την υποψιασμένη στάση του μέσου καταναλωτή της έντονης παρουσίας επιτήδειων, οι ηλεκτρονικές απάτες εντοπίζονται εγκαίρως και εξουδετερώνονται.

5. Έρευνα

5.1 Αναγκαιότητα έρευνας

Το ηλεκτρονικό εμπόριο και οι ηλεκτρονικές συναλλαγές έχουν μπει για τα καλά στη ζωή μας. Η μακρά παραμονή της επιδημίας σε ολόκληρο τον κόσμο δημιούργησε νέα δεδομένα στις συναλλαγές και στην καθημερινότητά μας, τα οποία καλούμαστε να αποδεχτούμε όλοι μας. Έτσι, λοιπόν, η αναγκαστική παραμονή των ανθρώπων στα σπίτια τους για μεγάλο χρονικό διάστημα, η υποχρεωτική χρήση της μάσκας, η μακρόχρονη σφράγιση των εμπορικών καταστημάτων, η απαγόρευση συνωστισμού στα εμπορικά καταστήματα και η υποχρεωτική διατήρηση απόστασης μεταξύ μας είναι λίγα από τα μέτρα που θα παραμείνουν για πολύ καιρό στην καθημερινότητά μας.

Γι' αυτό, λοιπόν, η αναγκαιότητα προσαρμογής όλων μας σε μία νέα πραγματικότητα, υπό την επικράτηση του Covid-19, αλλά και στη μετά- Covid-19 εποχή, ώθησε την πλειοψηφία των υπηρεσιών στην ψηφιοποίησή τους και στην υποχρεωτική χρήση των ηλεκτρονικών μέσων για την εξυπηρέτηση των αναγκών τους από τους καταναλωτές. Ανάμεσα σε όλα αυτά, αναγκαίος ήταν και ο εκσυγχρονισμός των υπηρεσιών του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η ραγδαία αύξηση των χρηστών του ηλεκτρονικού εμπορίου, σε συνδυασμό με πολλούς επιτήδειους, που ψάχνουν ευκαιρία για να εκμεταλλευτούν τυχόν αδυναμία, απειρία ή λιγότερη

προσοχή από αυτήν που πρέπει των καταναλωτών, αποτελεί ένα από τα πιο συχνά φαινόμενα της εποχής μας.

Στην παρούσα εργασία γίνεται προσπάθεια μέσα από τις συνεντεύξεις αντιπροσωπευτικών δειγμάτων των δύο άμεσα εμπλεκόμενων ομάδων του ηλεκτρονικού εμπορίου να προσεγγιστεί η χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου στην εποχή του Covid-19, η σπουδαιότητα αυτής στη διευκόλυνση των εμπορικών συναλλαγών, καθώς και η επαπειλούμενη ηλεκτρονική απάτη κατά τις εμπορικές συναλλαγές που αποβαίνει εις βάρος των καταναλωτών.

5.2 Ερευνητικά ερωτήματα

Τα ερευνητικά ερωτήματα της παρούσας εργασίας είναι δύο:

- Κατά πόσο χρησιμοποιείται το ηλεκτρονικό εμπόριο στις συναλλαγές μεταξύ των επιχειρήσεων, των καταναλωτών και των κυβερνητικών φορέων σήμερα, στην εποχή που ανθίζει ο Covid-19 και ποια οφέλη προωθεί;

- Πόσο συχνά εντοπίζονται διάφορες μορφές ηλεκτρονικής απάτης κατά τη διαδικασία διεκπεραίωσης των συναλλαγών του ηλεκτρονικού εμπορίου και πώς αντιμετωπίζονται αυτές από τους καταναλωτές;

5.3 Μεθοδολογία

Η μεθοδολογική προσέγγιση της εργασίας θα είναι η ποιοτική προσέγγιση. Βασικό χαρακτηριστικό της συγκεκριμένης ποιοτικής έρευνας είναι οι τρεις συνεντεύξεις που ελήφθησαν από καταναλωτές. Οι συνεντεύξεις αυτές περιλαμβάνουν κοινά ερωτήματα, έτσι ώστε να αναδειχθεί η διαφορετική προσέγγιση των ερευνητικών ερωτημάτων από τους καταναλωτές διαφορετικής ηλικιακής ομάδας και διαφορετικού φύλου. Η χρήση της ποιοτικής έρευνας είναι πολύ σημαντική, διότι μέσω αυτής, κατανοούνται στάσεις και εμπειρίες των ατόμων (Mc Cusker and Gunayadin, 2015). Είναι ευέλικτη με ανοικτό σχεδιασμό και με ελάχιστες παρεμβάσεις εκ μέρους του ερευνητή. Περιλαμβάνει σχολαστική συλλογή ποιοτικών στοιχείων, τα οποία στη συνέχεια, ερμηνεύονται και αναλύονται (Bryman, 2012).

Στη συγκεκριμένη έρευνα, θα χρησιμοποιηθεί η «αντιπροσωπευτική μελέτη περίπτωσης». Πρόκειται, δηλαδή, για τυπικές μελέτες τριών περιπτώσεων, η κάθε μία εκ των οποίων αντιπροσωπεύει μία σημαντική μερίδα συναλλασσόμενων. Οι περιπτώσεις αυτές παρατίθενται για τους σκοπούς της ίδιας της έρευνας και αναλύονται, με σκοπό την απάντηση των ερευνητικών ερωτημάτων. Στην ανάλυση αυτή, σημαντικός παράγοντας είναι η διαφορετική οπτική γωνία από την οποία προσεγγίζουν οι ερωτώμενοι τις ερωτήσεις που τους τίθενται, που υποδεικνύουν και διαφορετική αντίληψη για τις εμπορικές συναλλαγές.

Συγχρόνως, ο ερευνητής ακολούθησε τις αρχές που διέπουν κάθε έρευνα. Έχει ηθική υποχρέωση να δείχνει σεβασμό σε όσους συμμετέχουν στην έρευνα που διεξάγει και να επεξεργάζεται το θέμα με υπευθυνότητα και συνέπεια. Τέλος, ο ερευνητής παρουσίασε τα αποτελέσματα της έρευνας με αντικειμενικότητα και διατύπωσε τα συμπεράσματά του με ανεπτυγμένο το αίσθημα ευθύνης απέναντι στην επιστημονική κοινότητα.

5.4 Προσδοκώμενα αποτελέσματα

Οι εμπορικές συναλλαγές υπήρξαν ανέκαθεν σημαντικό κομμάτι τις καθημερινής επαφής των ανθρώπων. Αποτελούν κυρίαρχο μέσο επικοινωνίας του ανθρώπινου είδους και ανταλλαγής προϊόντων και υπηρεσιών βιοτικής ανάγκης και ύπαρξης. Στην εποχή που ζούμε, η εμφάνιση της πανδημίας του Covid-19 και η επικράτηση αυτής για μακρό χρονικό διάστημα οδήγησε ολόκληρη την ανθρωπότητα στην αλλαγή της καθημερινότητας και των ανθρωπίνων συνηθειών. Η ανάγκη αποστασιοποίησης για τον περιορισμό της μετάδοσης του φονικού αυτού ιού έστρεψε το ενδιαφέρον των πολιτών στην πραγματοποίηση συναλλαγών μέσω του διαδικτύου και με τη χρήση ηλεκτρονικών μέσων. Με τον τρόπο αυτό, εκσυγχρονίστηκαν τα συστήματα διεκπεραίωσης των ηλεκτρονικών εμπορικών συναλλαγών και εμπλουτίστηκαν με δικλείδες ασφαλείας οι ηλεκτρονικές πληρωμές. Συνακόλουθη συνέπεια ήταν η ανάπτυξη κυκλωμάτων ηλεκτρονικών εγκλημάτων με κυρίαρχες όλων των ειδών τις ηλεκτρονικές απάτες. Μέσω της συνέντευξης των αντιπροσώπων του επιχειρηματικού κόσμου και του καταναλωτικού κοινού, επιδιώκεται η προσέγγιση του ηλεκτρονικού εμπορίου από κάθε ομάδα, καθώς και η αντιμετώπισή

τους στις ηλεκτρονικές απάτες από αντίστοιχες πρόσφατες εμπειρίες. Μέσα από τις συνεντεύξεις αυτές, καταγράφονται οι απόψεις και ο τρόπος σκέψης, ανεξάρτητα από το γνωστικό, κοινωνικό και πολιτιστικό υπόβαθρο των ερωτώμενων και ανεξάρτητα από τις τυχόν δυσκολίες που πιθανό να αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές στη χρήση των εφαρμογών του ηλεκτρονικού εμπορίου. Άλλωστε, προκειμένου να στοιχειοθετηθεί μία τεκμηριωμένη ερμηνεία και να μην περιοριστεί σε μία επιφανειακή, πρέπει να συνδυαστούν διαφορετικές πληροφορίες, οι οποίες δεν μένουν μόνο σε γενικά νοήματα, αλλά και σε συγκεκριμένα υποτακτικά νοήματα, ανάλογα με το πλαίσιο που δημιουργείται σε κάθε συνέντευξη.

5.5 Η έρευνα

- Δείγμα

Το δείγμα των ερωτωμένων είναι τρεις μέσοι καταναλωτές που χρησιμοποιούν τις ηλεκτρονικές συναλλαγές για την αγορά προϊόντων μέσω του διαδικτύου. Κάθε ερωτώμενος αντιπροσωπεύει αξιόλογη ομάδα συμμετεχόντων στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

Οι συνεντεύξεις και των τριών καταναλωτών διενεργήθηκαν σε ανοιχτό χώρο με ευχάριστο περιβάλλον, εξαιτίας της αποφυγής συνύπαρξης σε κλειστό χώρο λόγω του covid-19.

- Πορεία της έρευνας

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε διάστημα τριών εβδομάδων. Στο διάστημα αυτό διαδοχικά ελήφθησαν οι συνεντεύξεις των ερωτωμένων, αναλύθηκαν και επεξεργάστηκαν τα δεδομένα που προέκυψαν από αυτές. Η κάθε συνέντευξη διήρκεσε 15 λεπτά.

Πρωταρχικός στόχος του ερευνητή ήταν να δημιουργήσει ένα κατάλληλο πλαίσιο, στο οποίο μπορεί να οικοδομηθεί η εμπιστοσύνη των ερωτωμένων στο πρόσωπό του και η καλλιέργεια της εχεμύθειας σχετικά με τις πληροφορίες που δίνονται για το σκοπό της έρευνας. Αρχικά, προηγήθηκαν κάποιες «ανεπίσημες» συζητήσεις μαζί τους σχετικά με τις συνθήκες συναλλαγών στον καιρό της

πανδημίας, για να δημιουργηθεί ένα κατάλληλο κλίμα και θεματική σχετικά με τα ερωτήματα της έρευνας. Επιπλέον, έγινε ξεκάθαρο στους ερωτώμενους ότι η συζήτηση τους είναι εθελοντική και ότι είχαν κάθε δικαίωμα να τη διακόψουν, όποτε ήθελαν. Έτσι, εξοικειώθηκαν σύντομα με τον ερευνητή και ανέπτυξαν σχέσεις συμπάθειας.

Ο ερευνητής πέρασε στο επόμενο στάδιο της έρευνας, στην υποβολή των ερωτήσεων και στη συζήτηση με τους ερωτώμενους. Υπήρξε αρχικός προβληματισμός από τον ερευνητή πώς θα ξεκινήσει τη συζήτηση γύρω από τις εμπειρίες των ερωτωμένων στις ηλεκτρονικές απάτες, καθώς πολλοί δεν επιθυμούν να παραδεχτούν ότι έπεσαν θύματα επιτήδειων. Κατά το δεύτερο στάδιο της έρευνας, ο ερευνητής ζήτησε από τους ερωτώμενους να απαντήσουν ελεύθερα και χαλαρά στα ερωτήματα που τους τέθηκαν. Κατά τη συζήτηση μαζί τους, ο ερευνητής δεν παρενέβαινε με δικές του συστάσεις και υποδείξεις. Συνεχής προσπάθεια του ερευνητή ήταν να περάσει το μήνυμα ότι οι πληροφορίες που καταγράφονταν ήταν σημαντικές για το πόρισμα της έρευνας. Τέλος, οποιεσδήποτε πληροφορίες προέκυπταν από τις συζητήσεις και κρίνονταν χρήσιμες για την πορεία της έρευνας, τις κατέγραφε.

5.6 Ανάλυση των αποτελεσμάτων

Ο ερευνητής, αφού συγκέντρωσε όλες τις απαντήσεις των ερωτώμενων, επί των ιδίων ερωτήσεων, μπόρεσε να διατυπώσει τα συμπεράσματά του. Κάθε καταναλωτής έδωσε τη δική του σκοπιά στις ηλεκτρονικές απάτες τη σύγχρονη εποχή, κάτω από τις δύσκολες συνθήκες που διαβιούμε παγκοσμίως. Ειδικότερα, από τις δοθείσες απαντήσεις, συνήχθησαν τα ακόλουθα συμπεράσματα:

Όσον αφορά στην **Ερώτηση 1**: «Είστε άντρας ή γυναίκα;», το αντιπροσωπευτικό ερωτηθέν δείγμα των συνεντεύξεων της παρούσας εργασίας ήταν ανάμεικτο, αφού ερωτήθηκαν δύο γυναίκες και ένας άντρας. Με τον τρόπο αυτό, επιχειρήθηκε να καλυφθεί ολόκληρο το πεδίο δραστηριοποίησης των καταναλωτών στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Όσον αφορά στην **Ερώτηση 2**: «Με τι ασχολείστε και ποια είναι η ηλικία σας;», το δείγμα που ερωτήθηκε προέρχεται τόσο από το εργασιακό περιβάλλον του

δημόσιου όσο και του ιδιωτικού τομέα. Μάλιστα, ερωτήθηκε ενδεικτικά και μία φοιτήτρια, καθώς οι φοιτητές προβαίνουν πιο συχνά σε ηλεκτρονικές συναλλαγές, λόγω της καλύτερης εξοικειώσής τους με τα ηλεκτρονικά μέσα και τον υπολογιστή, καθώς και τον περισσότερο ελεύθερο χρόνο συγκριτικά με τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες.

Όσον αφορά στην **Ερώτηση 3:** «Πόσο συχνά αγοράζετε από ηλεκτρονικά καταστήματα στην εποχή του Covid-19;», από τις δοθείσες απαντήσεις αποδείχτηκε ότι οι καταναλωτές κατά μέσο όρο προβαίνουν σε ηλεκτρονικές αγορές κάθε εβδομάδα σχετικά με προϊόντα διατροφής και είδη πρώτης ανάγκης. Λιγότερο συχνές είναι οι αγορές για άλλου είδους προϊόντα, όπως είναι η ένδυση, η υπόδηση, τα καλλυντικά, καθόσον οι γυναίκες των ερωτηθέντων απάντησαν ότι σε τέτοιες αγορές προβαίνουν κάθε εβδομάδα, ενώ ο άντρας ότι κάνει τέτοιες αγορές μία με δύο φορές το μήνα. Περαιτέρω, αποδείχτηκε ότι οι μικρότερες ηλικιακές ομάδες προβαίνουν σε πιο συχνές αγορές προϊόντων που δεν υπάγονται στα είδη πρώτης ανάγκης, αγορές τις οποίες ίσως να δικαιολογεί το νεαρό της ηλικίας τους και η έλλειψη αυξημένων ευθυνών και υποχρεώσεων.

Από τις απαντήσεις του συγκεκριμένου ερωτήματος αποδείχθηκε ότι ο μέσος καταναλωτής κάνει χρήση των συστημάτων του ηλεκτρονικού εμπορίου κάθε εβδομάδα για τρόφιμα και κάθε δύο εβδομάδες για προϊόντα εξυπηρέτησης άλλων αναγκών. Η περίοδος που διανύουμε με την επικράτηση της πανδημίας του covid-19 αποδείχθηκε ότι έχει επηρεάσει σημαντικά τον μέσο καταναλωτή, ο οποίος επιλέγει πλέον σήμερα να μην έρθει σε επαφή ακόμη και με τους υπαλλήλους των αλυσίδων τροφίμων και να παραγγείλει τα προϊόντα αυτά μέσω του διαδικτύου. Η βασική προτεραιότητα του καταναλωτή έχει γίνει η προφύλαξη της υγείας του και της δημόσιας υγείας.

Όσον αφορά στην **Ερώτηση 4:** «Πόσα χρήματα ξοδεύετε μηνιαία σε κάθε ηλεκτρονική σας συναλλαγή;», κατά μέσο όρο δαπανούνται 100€-150€ εβδομαδιαίως για είδη πρώτης ανάγκης και τρόφιμα, ενώ για είδη ένδυσης, υπόδησης και αξεσουάρ δαπανούνται 100€ κατά μέσο όρο, με την πρωτιά να διατηρείται σταθερά από τις γυναίκες-καταναλωτές έναντι των ανδρών.

Από τα αποτελέσματα του ερωτήματος αυτού, αποδείχθηκε ότι οι καταναλωτές δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην καταβολή χρημάτων για την κάλυψη της διατροφής

τους που είναι απαραίτητη, ενώ, όταν οι συνθήκες το επιτρέπουν, ξοδεύουν ένα αντιπροσωπευτικό μικρό ποσό συγκριτικά με τις αγορές των προϊόντων πρώτης ανάγκης σε είδη όχι τόσο αναγκαία, τα οποία ωστόσο βοηθούν να διατηρούν την ψυχολογία τους σε φυσιολογικά επίπεδο, αν αναλογιστεί κανείς την πίεση που υφίστανται λόγω των περιορισμών της πανδημίας.

Όσον αφορά στην **Ερώτηση 5**: «Πόσες ώρες ημερησίως ασχολείστε με την έρευνα ηλεκτρονικών προϊόντων και προσφορών;», οι απαντήσεις ήταν τελείως διαφορετικές μεταξύ τους. Αποδείχτηκε ότι οι νεαρότερες ηλικίες διαθέτουν περισσότερο χρόνο για να περιηγηθούν στις ιστοσελίδες που διαφημίζουν προϊόντα και λόγω του χρόνου αυτού, διαθέτουν περισσότερα χρήματα σε ενδεχομένως άσκοπες αγορές.

Αντίθετα, οι μεγαλύτερες ηλικίες, όταν πρόκειται για άντρες, αποδείχθηκε ότι δεν αφιερώνουν ιδιαίτερο χρόνο με την έρευνα προσφορών ηλεκτρονικών προϊόντων, παρά μόνο όταν αναζητούν κάποιο συγκεκριμένο που χρειάζονται. Αντίθετα, οι γυναίκες ασχολούνται λίγες ώρες παραπάνω ημερησίως, αναζητώντας συμφέρουσες προσφορές στις αγορές τους.

Όσον αφορά στην **Ερώτηση 6**: «Με ποιο μέσο συνήθως προβαίνετε στις ηλεκτρονικές αγορές σας;», η πλειοψηφία του δείγματος χρησιμοποιεί το ηλεκτρονικό υπολογιστή (σταθερό ή φορητό-laptop), ενώ σε αρκετές περιπτώσεις χρησιμοποιείται και το κινητό τηλέφωνο.

Από τις απαντήσεις της ερώτησης αυτής, αποδείχθηκε ότι οι καταναλωτές στην πλειοψηφία τους, ανεξαρτήτως φύλου, ηλικίας ή εργασιακού επιπέδου, θεωρούν τον ηλεκτρονικό υπολογιστή το πιο ασφαλές μέσο για την αγορά ηλεκτρονικών προϊόντων. Όταν δε, για κάποιο λόγο ο υπολογιστής δεν είναι διαθέσιμος, επιλέγουν τον smartphone που προσομοιάζει στις λειτουργίες και στις δικλίδες ασφάλειας με τον ηλεκτρονικό υπολογιστή.

Όσον αφορά στην **Ερώτηση 7**: «Τι είδος προϊόντων αγοράζετε πιο συχνά μέσω διαδικτύου;», πλην των τροφίμων που ήταν η κοινή απάντηση ολόκληρου του ερωτηθέντος δείγματος, τα είδη των προϊόντων χωρίστηκαν ανάλογα με το φύλο. Έτσι, αποδείχτηκε ότι οι άντρες αγοράζουν περισσότερο είδη ηλεκτρονικά και λιγότερο προϊόντα ένδυσης ή υπόδησης, σε αντίθεση με τις γυναίκες που καθιστούν πιο διαδεδομένα τα καλλυντικά και τα ρούχα.

Όσον αφορά στην **Ερώτηση 8**: «Με ποιο κριτήριο επιλέγετε τις ιστοσελίδες που περιηγείστε για την αγορά προϊόντων;», η πλειοψηφία του ερωτηθέντος δείγματος απάντησε ότι επιλέγει τις ιστοσελίδες μέσω άλλων ιστοσελίδων που περιηγείται καιρό και γνωρίζει ότι είναι ασφαλείς. Επίσης, όλοι οι ερωτηθέντες απάντησαν ότι προσέχουν οι ιστοσελίδες που επισκέπτονται να μην έχουν διαφημίσεις και παραπλανητικά στοιχεία, που θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε κάποια ηλεκτρονική απάτη.

Όσον αφορά στην **Ερώτηση 9**: «Πότε ολοκληρώνετε μία ηλεκτρονική συναλλαγή;», οι μεγαλύτερες ηλικίες του ερωτηθέντος δείγματος με ρητές και λιτές φράσεις απάντησαν όταν βρίσκουν αυτό που ψάχνουν. Οι νεότερες, πάλι, ηλικίες συνεχίζουν την περιήγηση στο διαδίκτυο ακόμη και εάν έχουν βρει αυτό που ψάχνουν μέχρι να κουραστούν και να ολοκληρώσουν τη συναλλαγή τους.

Όσον αφορά στην **Ερώτηση 10**: «Μέσω ποιου τρόπου πληρώνετε τις αγορές σας στο διαδίκτυο;», η πλειοψηφία του δείγματος αναφέρθηκε στο e-banking, το οποίο θεωρεί το πιο αξιόπιστο και ασφαλές σύστημα πληρωμής των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Υπάρχει, ωστόσο, και ένα αξιόλογο δείγμα καταναλωτών, το οποίο εξυπηρετείται να χρησιμοποιεί τις κάρτες προπληρωμής, στις οποίες καταθέτει χρήματα που χρησιμοποιεί στις ηλεκτρονικές συναλλαγές του, έτσι ώστε να μπορεί να ελέγχει τη ροή του χρήματος που δαπανάται στις ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Όσον αφορά στην **Ερώτηση 11**: «Ποιο όφελος νομίζετε ότι έχετε από τη χρήση των ηλεκτρονικών συναλλαγών;», όλοι οι ερωτηθέντες αναφέρθηκαν στην ταχύτητα και στην ευκολία των αγορών, καθόσον παρακάμπτονται οι διαδικασίες μετακίνησης από και προς το κατάστημα πώλησης, καθώς και η τήρηση συγκεκριμένου ωραρίου λειτουργίας για την πραγματοποίηση των αγορών, αφού η παραγγελία των προϊόντων του ηλεκτρονικού εμπορίου μπορεί να γίνει οποτεδήποτε μέσα στο 24ωρο. Έτσι, δεν χρειάζεται ο καταναλωτής να προγραμματίσει τις αγορές του. Επίσης, η έλλειψη επαφής με τους υπαλλήλους των καταστημάτων πώλησης διατήρησε την υγεία και την ασφάλεια των καταναλωτών ως προς τη μετάδοση της πανδημίας.

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι μικρότερες ηλικίες εξέφρασαν το παράπονο της έλλειψης της δυνατότητας αναζήτησης των προϊόντων δια ζώσης, διαδικασία η οποία τους εξυπηρετούσε και τους ήταν ιδιαίτερα διασκεδαστική.

Όσον αφορά στην **Ερώτηση 12**: «Έχετε πέσει ποτέ θύμα ηλεκτρονικής απάτης;», και οι τρεις ερωτηθέντες απάντησαν θετικά. Τούτο πρακτικά σημαίνει ότι το εύρος των ηλεκτρονικών απατών στο διαδίκτυο είναι τόσο μεγάλο, που είναι δύσκολο για τον καταναλωτή να διακρίνει το πρόβλημα και να μην υπάρχει έστω και μία φορά θύμα. Τα είδη της ηλεκτρονικής απάτης που αναφέρθηκαν ποικίλουν και σχετίζονται κυρίως με το phishing και το spamming, τα οποία αποτελούν τις πιο διαδεδομένες μορφές απάτης του ηλεκτρονικού εμπορίου ανά τον κόσμο. Έτσι, το σύνηθες είναι να αποστέλλονται στους χρήστες ή στις επαφές τους μηνύματα με κακόβουλο λογισμικό που μπορούν να προκαλέσουν βλάβη στον υπολογιστή τους. Λιγότερο συχνές, αλλά αισθητές είναι και οι περιπτώσεις εκείνες που μέσω της αποστολής παραπλανητικών μηνυμάτων κυρίως ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, οι δράστες επιδιώκουν να εκμαιεύσουν τα προσωπικά δεδομένα των χρηστών για να τους χρεώσουν.

Όσον αφορά στην **Ερώτηση 13**: «Πώς αντιδράσατε όταν αναληφθήκατε την απάτη;», η πλειοψηφία των ερωτηθέντων απάντησε ότι αμέσως ενημέρωσε τους γνωστούς του, οι οποίοι εν αγνοία τους μπλέχτηκαν στην απάτη, ότι πρόκειται για ηλεκτρονική απάτη χωρίς τη συμμετοχή του θύματος. Σε άλλες περιπτώσεις, όπως στην παραλαβή άλλου προϊόντος από το παραγγελθέν, μετά από μία σύντομη αναζήτηση των φερόμενων ως πωλητών, οι καταναλωτές δεν συνέχιζαν την έρευνά τους και υπέμεναν το αποτέλεσμα της απάτης, προκειμένου να μην ταλαιπωρηθούν με ατελέσφορες διαδικασίες.

Όπως γίνεται άμεσα αντιληπτό, από τις απαντήσεις του συγκεκριμένου ερωτήματος φαίνεται ότι οι καταναλωτές είναι απρόθυμοι να συνεργαστούν με τις αρμόδιες διωκτικές αρχές για την ανεύρεση των δραστών των ηλεκτρονικών απατών και την παραδειγματική τιμωρία τους. Η έλλειψη θέλησης για συνεργασία οφείλεται κυρίως στην πεποίθηση που έχει σχηματιστεί ότι μία ενέργεια σε μία αρμόδια αρχή σχετικά με την απάτη χαρακτηρίζεται από γραφειοκρατία και ταλαιπωρία, ενώ στην ουσία δεν επιφέρει ουσιώδη αποτελέσματα.

Όσον αφορά στην **Ερώτηση 14**: «Δεν ενημερώσατε τις αρμόδιες αρχές;», η πλειοψηφία του δείγματος απάντησε ότι δεν προέβη σε κάποια καταγγελία στις αρχές ή νόμιμη ενέργεια, καθώς θεώρησε ότι δεν θα είχε κάποιο άμεσο αποτέλεσμα μία τέτοια ενέργεια, ενώ περισσότερο θα ους έβαζε σε περιπέτεια. Στην απόφασή τους

αυτή, ενδέχεται να συνέβαλε το μέγεθος της ζημίας που υπέστησαν από τις ηλεκτρονικές απάτες, το οποίο ήταν μικρό. Μόνο μικρή μερίδα του δείγματος τόλμησε να κάνει τις καταγγελίες στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος και στο Συνήγορο του Καταναλωτή, χωρίς ωστόσο, να υπάρχει κάποια εξέλιξη στην ανεύρεση των δραστών.

Όσον αφορά στην **Ερώτηση 15**: «Πιστεύετε ότι ο Covid-19 συνέβαλε στην αύξηση τέτοιου είδους απάτης σήμερα;», όλοι οι ερωτηθέντες απάντησαν εμμέσως πλην σαφώς ότι η νέα πραγματικότητα που δημιουργήθηκε από την επικράτηση και την εξάπλωση παγκοσμίως της πανδημίας και η συνακόλουθη επιβολή στους πολίτες πολλών περιοριστικών μέτρων, είχε αναμφισβήτητα ως αποτέλεσμα την αύξηση σε μεγάλο βαθμό της χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου και των υπηρεσιών του. Μαζί με την αύξηση αυτή, αναμενόμενη ήταν και η καιροσκοπική επιδίωξη των επιτήδειων να προβαίνουν σε όλο και περισσότερες απάτες.

Όσον αφορά στην **Ερώτηση 16**: «Και τι κάνετε για να περιοριστεί η δράση των απατεώνων αυτών;», η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος συμφώνησε ότι η πάταξη του φαινομένου των ηλεκτρονικών απατών ανήκει στις αρμόδιες διωκτικές αρχές και όχι στους ίδιους. Οι ίδιοι, ως καταναλωτές, απλά καθίστανται προσεκτικοί στις συναλλαγές τους και, έχοντας αυξημένη προσοχή στα παραπλανητικά σημάδια, προσπαθούν να αποφεύγουν να γίνονται θύματα μίας νέας προσπάθειας ηλεκτρονικής εξαπάτησής τους.

Όσον αφορά στην **Ερώτηση 17**: «Θα ψωνίζατε ξανά διαδικτυακά μετά την εμπειρία σας ως θύμα ηλεκτρονικής απάτης;», όλοι οι ερωτηθέντες με περισσή βεβαιότητα απάντησαν θετικά, γεγονός που φανερώνει πως η εμπειρία τους ως θύματα ηλεκτρονικής απάτης ήταν αισθητά λιγότερο σημαντική από την ωφέλεια που αποκομίζουν από τη χρήση των υπηρεσιών του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η ύπαρξη τέτοιων φαινομένων φαίνεται να είναι αναμενόμενη για τον μέσο καταναλωτή και να μην συνιστά αποτρεπτικό λόγο για τη χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών στις εμπορικές συναλλαγές του.

5.7 Συμπεράσματα- Προτάσεις

Στην έρευνα αυτή, μέσω των συνεντεύξεων που ελήφθησαν, μελετήθηκαν οι απόψεις και η συμπεριφορά του μέσου καταναλωτή στη χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του εμπορίου, με σκοπό να αναδυθεί η χρησιμότητα αυτού στην εποχή του covid-19, καθώς και η συσχέτισή του με τις συνεχώς αυξανόμενες ηλεκτρονικές απάτες. Η τεχνική αυτή αποδείχτηκε αποτελεσματική, καθώς μπόρεσε να φέρει στην επιφάνεια στοιχεία που ο μέσος καταναλωτής αντιμετωπίζει, τα οποία οι παραδοσιακές μέθοδοι αδυνατούν να επιτύχουν.

Ειδικότερα, μέσα από τις συνεντεύξεις της έρευνας αποδείχτηκε ότι ο μέσος καταναλωτής, λόγω της αλλαγής των συνθηκών διαβίωσης και καθημερινότητας μετά την επικράτηση και εξάπλωση του Covid-19, έχει στραφεί σημαντικά στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Στην προσπάθειά του να παραμείνει ασφαλής και υγιής έως ότου ολοκληρωθούν οι διαδικασίες αντιμετώπισης της πανδημίας, αποφεύγει ακόμη και την αγορά των ειδών πρώτης ανάγκης με τη φυσική παρουσία στα καταστήματα. Έτσι, επιλέγει να παραγγέλλει διαδικτυακά τα προϊόντα τροφίμων, ποτών, φαρμάκων, κάνοντας χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Επίσης, λόγω της πολύμηνης αναγκαστικής σφράγισης των εμπορικών καταστημάτων, στα πλαίσια λήψης έκτακτων μέτρων κατά του κορωνοϊού, επίσης πραγματοποιούν αποκλειστικά ηλεκτρονικά τις αγορές τους που σχετίζονται με άλλα είδη προϊόντων, όπως ρούχα, καλλυντικά κ.ά.

Δεδομένης της ραγδαίας αύξησης της χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου, συνακόλουθη ήταν και η αύξηση των ηλεκτρονικών απατών, στις οποίες ο μέσος καταναλωτής, παρά την προσοχή που δείχνει, πολλές φορές ανταποκρίνεται άθελά του θετικά. Η εμπειρία αυτή, βέβαια, όπως αποδείχτηκε από την έρευνα δεν ασκεί αρνητική επιρροή πάνω του, έτσι ώστε να τον αποτρέψει από τη χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών. Ωστόσο, αποτελεί κομμάτι της καθημερινότητάς του.

Συνίσταται, λοιπόν, η αναγκαία και ολοκληρωμένη πληροφόρηση του καταναλωτικού κοινού από τις αρμόδιες αρχές και φορείς σχετικά με την πρόληψη και την καταπολέμηση όλων των ειδών ηλεκτρονικής απάτης στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Αναγνωρίζοντας τα σημάδια και ενημερώνοντας τους αρμόδιους φορείς, ο μέσος καταναλωτής μπορεί αφενός μεν να αποφύγει να γίνει θύμα ηλεκτρονικής

απάτης και αφετέρου, να συμβάλλει ενεργά στον εντοπισμό των δραστών και στη δραστική μείωση τέλεσης τέτοιου είδους ηλεκτρονικών εγκλημάτων.

2. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ/ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ/ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Συνοψίζοντας, στην εποχή του Covid-19, το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί έναν εναλλακτικό τρόπο πραγματοποίησης των συναλλαγών μας, ο οποίος ήρθε στη ζωή μας με το πρόσχημα της προσωρινότητας, όμως, απ' ότι φαίνεται, θα μείνει. Λόγω του μεγάλου εύρους που περιλαμβάνει, όχι μόνο γεωγραφικού, αλλά και χρήσης προγραμμάτων και εφαρμογών, το ηλεκτρονικό εμπόριο χαρακτηρίζεται ως «πρόσφορο έδαφος» διάπραξης ηλεκτρονικής απάτης από επιτήδειους. Τα είδη της απάτης είναι πολλά και ολοκληρώνονται με τεχνάσματα. Αφορούν δε, συνήθως, το στάδιο της πληρωμής, αφού πλέον αποσκοπούν στον προσπορισμό κέρδους του δράστη με παράνομο τρόπο και όχι στην τέλεση αυτής καθαυτής της παράνομης πράξης.

Για το λόγο αυτό, ο μέσος καταναλωτής πρέπει να μεριμνά να ενημερώνεται σχετικά με τους κινδύνους που διατρέχει κατά τη χρήση των ηλεκτρονικών εφαρμογών για τις εμπορικές συναλλαγές του. Πρέπει, επίσης, να είναι προσεκτικός και να μπορεί να διακρίνει τα σημάδια μίας επαιλούμενης πράξης ηλεκτρονικής απάτης πολύ πριν αυτή γίνει πραγματικότητα. Σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να αποθαρρύνεται από τη χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου λόγω ενός ενδεχόμενου ηλεκτρονικής απάτης. Η ενημέρωση των αρμοδίων αρχών συνιστά πάντοτε ενδεικνυόμενο τρόπο εντοπισμού των δραστών και καταπολέμησης του φαινομένου.

Οι ηλεκτρονικές απάτες, λοιπόν, αποτελούν αδικήματα με έντονη δραστηριότητα στην εποχή του Covid-19, τα οποία μπορούν να αντιμετωπιστούν με την κατάλληλη συνεργασία μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Άρειος Πάγος, (2013). Αριθμός Απόφασης 131/2013. Α' Δημοσίευση Νόμος.
- Bryman, A., (2012). *“Social Research methods”*. 4th edition. Oxford: Oxford University Press.
- Μαβής, Μ. (2008). *«Εντοπισμός Ηλεκτρονικών Εγκλημάτων: Είναι δυνατόν να γίνει και πώς;»*. Άρθρο δημοσιευμένο στο ηλεκτρονικό περιοδικό it professional security. Ανακτήθηκε από <https://www.itsecuritypro.gr/entopismos-ilektronikon-egklimatou-ine-dynaton-na-gini-ke-pos/> [2 Μαί 2021].
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2020). *«Απάτες που σχετίζονται με την πανδημία covid-19»*. Ανακτήθηκε από https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/scams-related-covid-19_el [5 Μαί 2021].
- Euronews, (2020). *«Αύξηση στις καταγγελίες για οικονομικές απάτες την περίοδο του lockdown- τι να προσέχετε»*. Άρθρο δημοσιευμένο στην ιστοσελίδα euronews.gr. Ανακτήθηκε από <https://gr.euronews.com/2020/12/04/ellada-lockdown-kataggelies-oikonomikes-apates-online-shopping-ti-na-prosexete> [5 Μαί 2021].
- Καζαζάκης, Θ., (2015). *«Bitcoin»: Νομική θεώρηση ενός αρρύθμιστου ψηφιακού νομίσματος»*. Ελληνική Δικαιοσύνη. Τεύχος 4. Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη.
- Mc Cusker, K. and Guanydin, S. (2015). *“Perfusion”* [online]. Research using qualitative, quantitative or mixed methods and choice based on research. October, vol. 30, no 7, pp. 537-542.
- Μεταξάκης, Ε. (2015). *«Η ποινική αντιμετώπιση της ανεπιθύμητης ηλεκτρονικής αλληλογραφίας»*. Ποινική Δικαιοσύνη. Τεύχος 8-9/2015. Θεωρία & Πράξη του Νομικού Δικαίου, σελ. 681.
- Μηλιάρης, Π. (1990). *«Το Νομισματικό Σύστημα στα πλαίσια του Οικονομικού Δικαίου»*. Σελ. 55 επ. Αθήνα- Θεσσαλονίκη: Α. Ν. Σάκκουλας.

Ομάδα appgene, (χ.χ). «*Τύποι ηλεκτρονικού εμπορίου: μία γενική επισκόπηση*». Ανακτήθηκε από <https://www.appgene.net/blog/tipoi-ilektronikou-emporiou/> [15 Απρ 2021].

Ομάδα e-nomothesia.gr, (2016). «*Νόμος 4411/2016.: Κύρωση της Σύμβασης για το έγκλημα στον κυβερνοχώρο*». Ανακτήθηκε από <https://www.e-nomothesia.gr/nomikes-plirofories/n44112016-kyrosi-tis-symvasis-gia-to-egklima-ston-yvernochoro.html> [4 Μαί 2021].

Πασχαλόπουλος, Α. & Σκαλτσάς, Π. (2000). «*Ηλεκτρονικό Εμπόριο*». Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.

Σταματιάδης, Φ. (2005). «*Σημειώσεις στο μάθημα «Ηλεκτρονικό Επιχειρείν*». Αθήνα: Τ.Ε.Ι. Αθηνών.

Συνήγορος του Καταναλωτή, (2020). «*Ενημέρωση του Καταναλωτή για την προστασία από το ηλεκτρονικό έγκλημα*». Ανακτήθηκε από <http://www.synigoroskatanaloti.gr/docs/info/info-Hlekttroniko-Egklima.pdf> [2 μαί 2021].

ΤΕΕΑΡΗ, (2015). «*Ecommerce ΤΕΕΑΡΗ*». Άρθρο δημοσιευμένο στην ιστοσελίδα teeaph. Ανακτήθηκε από www.ecommerceteeaph.wikispaces.com [23 Απρ 2021].

Χαραλαμπίκης, Α., (2011). Ποινικός Κώδικας, Ερμηνεία κατ' άρθρο. Τόμος Δεύτερος. Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

A. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ- ΦΟΡΜΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΝΟΥΜΕΡΟ 1

Η συνέντευξη που ακολουθεί δόθηκε την από τον καταναλωτή νούμερο 1. Πραγματοποιήθηκε στην πλατεία Αγίου Γεωργίου της Πάτρας, σε ανοικτό και ευχάριστο περιβάλλον. Είχε διάρκεια 15 λεπτών. Η συνέντευξη έγινε στα πλαίσια μίας έρευνας, η οποία επικεντρώθηκε στην προσέγγιση των απατών στο ηλεκτρονικό εμπόριο στην εποχή του Covid-19.

Η συνομιλία ήταν η ακόλουθη:

Ερώτηση 1: Είστε άντρας ή γυναίκα;

Απάντηση 1: Γυναίκα.

Ερώτηση 2: Με τι ασχολείστε και ποια είναι η ηλικία σας;

Απάντηση 2: Είμαι 28 ετών και δημόσια υπάλληλος.

Ερώτηση 3: Πόσο συχνά αγοράζετε από ηλεκτρονικά καταστήματα στην εποχή του Covid-19;

Απάντηση 3: Αρκετά θα έλεγα, 2 φορές την εβδομάδα κατά μέσο όρο.

Ερώτηση 4: Πόσα χρήματα ξοδεύετε μηνιαία σε κάθε ηλεκτρονική σας συναλλαγή;

Απάντηση 4: Ανάλογα τις προσφορές που βρίσκω σε διάφορες ιστοσελίδες. Συνήθως, 150€-200€ το μήνα.

Ερώτηση 5: Πόσες ώρες ημερησίως ασχολείστε με την έρευνα ηλεκτρονικών προϊόντων και προσφορών;

Απάντηση 5: Συνήθως το βράδυ, όταν ξεκουράζομαι από τη δουλειά, χαζεύοντας στο κινητό τηλέφωνο, κοιτάζω και διάφορες προσφορές προϊόντων που μπορεί να με ενδιαφέρουν.

Ερώτηση 6: Με ποιο μέσο συνήθως προβαίνετε στις ηλεκτρονικές αγορές σας;

Απάντηση 6: Συνήθως μέσω του smartphone μου γιατί πραγματοποιούνται τις ώρες που, όπως σας είπα, χαλαρώνω και ξεκουράζομαι από ολόκληρη τη μέρα. Βέβαια, κάποιες συναλλαγές τις κάνω και μέσω του σταθερού υπολογιστή μου.

Ερώτηση 7: Τι είδος προϊόντων αγοράζετε πιο συχνά μέσω διαδικτύου;

Απάντηση 7: Ε να, συνήθως καλλυντικά παίρνω και τρόφιμα. Βέβαια, εάν βρεθεί καμία ευκαιρία, αγοράζω και ρούχα ή παπούτσια.

Ερώτηση 8: Με ποιο κριτήριο επιλέγετε τις ιστοσελίδες που περιηγείστε για την αγορά προϊόντων;

Απάντηση 8: Κοιτάω αν μου αρέσει το προϊόν που βλέπω μπροστά μου στη διαφήμιση κυρίως. Όταν, όμως, μπαίνω στην αντίστοιχη ιστοσελίδα, κοιτάω πάντα να μην έχει πολλές διαφημίσεις και να μην «κολλάει».

Ερώτηση 9: Πότε ολοκληρώνετε μία ηλεκτρονική συναλλαγή;

Απάντηση 9: Όταν είμαι σίγουρη ότι θέλω να αγοράσω το συγκεκριμένο προϊόν, αφού πρώτα εξετάσω τα χαρακτηριστικά του και αν αυτά με εξυπηρετούν.

Ερώτηση 10: Μέσω ποιου τρόπου πληρώνετε τις αγορές σας στο διαδίκτυο;

Απάντηση 10: Συνήθως με e-banking γιατί με βολεύει.

Ερώτηση 11: Ποιο όφελος νομίζετε ότι έχετε από τη χρήση των ηλεκτρονικών συναλλαγών;

Απάντηση 11: Νομίζω το πιο σημαντικό για μένα είναι ότι νιώθω ασφαλής και δεν έρχομαι σε επαφή με άλλα άτομα, τώρα που ο κορωνοϊός θερίζει. Πέραν αυτού, κερδίζω και χρόνο, αφού μπορώ να κάνω τις αγορές μου από το σπίτι μου όποτε θέλω χωρίς να ταλαιπωρούμαι.

Ερώτηση 12: Έχετε πέσει ποτέ θύμα ηλεκτρονικής απάτης;

Απάντηση 12: Δύο φορές, δεν το κρύβω. Την πρώτη είχα βρει ένα ζευγάρι παπουτσιών που μου άρεσαν πάρα πολύ. Τα προπλήρωσα μέσω e-banking και όταν τα παρέλαβα, συνειδητοποίησα ότι δεν είχαν καμία σχέση με αυτά που διαφημιζόνταν. Δεν έλαβα ούτε απόδειξη. Όταν έψαξα μετά να βρω τον πωλητή στο διαδίκτυο, αυτός είχε εξαφανιστεί. Τη δεύτερη φορά ήταν δικό μου λάθος. Μου έστειλαν e-mail από μία ιστοσελίδα πώλησης προϊόντων που επισκέπτομαι συχνά. Μόνο που το e-mail αυτό ήταν ψεύτικο και όταν πάτησα το λινκ για να δω τα προϊόντα, με πέταξε σε μία ιστοσελίδα με πορνογραφικό υλικό, η οποία άρχισε να χρεώνει το λογαριασμό μου. Δυσκολεύτηκα πολύ για να σταματήσω τη χρέωση αυτή.

Ερώτηση 13: Πώς αντιδράσατε όταν αναληφθήκατε την απάτη;

Απάντηση 13: Και τις δύο φορές προσπάθησα να αποκαταστήσω τη ζημιά που έπαθα. Την πρώτη φορά δυστυχώς δεν μπόρεσα και έτσι, έχασα τα χρήματά του. Τη δεύτερη φορά, με τη βοήθεια τεχνικού υπολογιστών και προγραμμάτων, κατάφερα να διώξω τον ιό που είχε εγκατασταθεί στον υπολογιστή μου.

Ερώτηση 14: Δεν ενημερώσατε τις αρμόδιες αρχές;

Απάντηση 14: Δεν είχε νόημα. Αφού είχα ήδη χάσει τα χρήματά μου.

Ερώτηση 15: Πιστεύετε ότι ο Covid-19 συνέβαλε στην αύξηση τέτοιου είδους απάτης σήμερα;

Απάντηση 15: Αναμφισβήτητα. Αφού όλοι μας πλέον αγοράζουμε μέσω της χρήσης του ηλεκτρονικού υπολογιστή για να αποφύγουμε τον συνωστισμό. Είναι δυνατόν να μην υπάρχουν επιτήδευτοι;

Ερώτηση 16: Και τι κάνετε για να περιοριστεί η δράση των απατεώνων αυτών;

Απάντηση 16: Τι να κάνω; Δεν είναι δική μου δουλειά να τιμωρήσω τους δράστες. Ούτε να κάνω τις συναλλαγές ασφαλείς. Απλά χρησιμοποιώ συγκεκριμένες ιστοσελίδες που γνωρίζω και εμπιστεύομαι ως προς την εγκυρότητά τους και γενικά, προσπαθώ να προσέχω πριν πληρώσω οτιδήποτε.

Ερώτηση 17: Θα ψωνίζατε ξανά διαδικτυακά μετά την εμπειρία σας ως θύμα ηλεκτρονικής απάτης;

Απάντηση 17: Σίγουρα. Αφού δεν υπάρχει άλλος ασφαλής τρόπος συναλλαγής πια, τουλάχιστον μέχρι να χαλαρώσουν τα μέτρα κατά του covid-19 και εμβολιαστούμε στην πλειοψηφία μας.

B. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ- ΦΟΡΜΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΝΟΥΜΕΡΟ 2

Η συνέντευξη που ακολουθεί δόθηκε την από τον καταναλωτή νούμερο 2. Πραγματοποιήθηκε στην πλατεία Αγίου Γεωργίου της Πάτρας, σε ανοικτό και ευχάριστο περιβάλλον. Είχε διάρκεια 15 λεπτών. Η συνέντευξη έγινε στα πλαίσια μίας έρευνας, η οποία επικεντρώθηκε στην προσέγγιση των απατών στο ηλεκτρονικό εμπόριο στην εποχή του Covid-19.

Η συνομιλία ήταν η ακόλουθη:

Ερώτηση 1: Είστε άντρας ή γυναίκα;

Απάντηση 1: Άντρας.

Ερώτηση 2: Με τι ασχολείστε και ποια είναι η ηλικία σας;

Απάντηση 2: Είμαι 33 ετών και ιδιωτικός υπάλληλος.

Ερώτηση 3: Πόσο συχνά αγοράζετε από ηλεκτρονικά καταστήματα στην εποχή του Covid-19;

Απάντηση 3: Πέρα από το σούπερ μάρκετ που αγοράζω κάθε βδομάδα, για άλλα είδη μπορεί μία με δύο φορές το μήνα.

Ερώτηση 4: Πόσα χρήματα ξοδεύετε μηνιαία σε κάθε ηλεκτρονική σας συναλλαγή;

Απάντηση 4: Για τα είδη πρώτης ανάγκης ξοδεύω κατά μέσο όρο 500-600€ το μήνα. Για τα υπόλοιπα είδη περίπου 100€.

Ερώτηση 5: Πόσες ώρες ημερησίως ασχολείστε με την έρευνα ηλεκτρονικών προϊόντων και προσφορών;

Απάντηση 5: Υπάρχουν μέρες που δεν ασχολούμαι και καθόλου. Πρέπει να έχω ανάγκη κάποιο προϊόν για να κάνω ιδιαίτερη αναζήτηση και έρευνα αγοράς στο ίντερνετ.

Ερώτηση 6: Με ποιο μέσο συνήθως προβαίνετε στις ηλεκτρονικές αγορές σας;

Απάντηση 6: Συνήθως μέσω του σταθερού υπολογιστή μου χρησιμοποιώντας το e-banking. Η διαδικασία αυτή με έσωσε, γιατί η καθημερινότητά μου είναι πολύ δύσκολη.

Ερώτηση 7: Τι είδος προϊόντων αγοράζετε πιο συχνά μέσω διαδικτύου;

Απάντηση 7: Είδη πρώτης ανάγκης για να αποφύγω να πάω στο σούπερ μάρκετ. Τώρα αν χρειαστώ και κάποιο ηλεκτρονικό προϊόν, αγοράζω και αυτό. Ρούχα και παπούτσια σπάνια, μόνο σε μεγάλη ανάγκη.

Ερώτηση 8: Με ποιο κριτήριο επιλέγετε τις ιστοσελίδες που περιηγείστε για την αγορά προϊόντων;

Απάντηση 8: Συνήθως κοιτάω να είναι γνωστές, δηλαδή να έχω ξαναεπισκεφτεί ή να ανήκουν σε γνωστή αλυσίδα εμπορικών καταστημάτων ή να συστήνονται από αξιόπιστη σελίδα.

Ερώτηση 9: Πότε ολοκληρώνετε μία ηλεκτρονική συναλλαγή;

Απάντηση 9: Όταν βρίσκω αυτό που θέλω.

Ερώτηση 10: Μέσω ποιου τρόπου πληρώνετε τις αγορές σας στο διαδίκτυο;

Απάντηση 10: Με e-banking κυρίως, αν και μερικές φορές χρησιμοποιώ και τις προπληρωμές.

Ερώτηση 11: Ποιο όφελος νομίζετε ότι έχετε από τη χρήση των ηλεκτρονικών συναλλαγών;

Απάντηση 11: Κερδίζω χρόνο και κόπο. Τώρα που είμαστε αναγκασμένοι να μην ερχόμαστε σε επαφή με πολύ κόσμο, νιώθω και κάπως ασφαλής που από το σπίτι μου αγοράζω ό,τι θέλω χωρίς να διακινδυνεύω να κολλήσω τον covid-19.

Ερώτηση 12: Έχετε πέσει ποτέ θύμα ηλεκτρονικής απάτης;

Απάντηση 12: Ναι, μία φορά, αν και προσέχω πολύ. Μου έστειλαν ένα μήνυμα στο facebook με ιο, το οποίο δεν παρατήρησα και κατά λάθος άνοιξα. Εκεί, κλείδωσαν όλοι οι λογαριασμοί μου (facebook, instagram, twitter, gmail) και δεν ήξερα πώς να αντιδράσω.

Ερώτηση 13: Πώς αντιδράσατε όταν αναληφθήκατε την απάτη;

Απάντηση 13: Προσπάθησα να σβήσω όλα τα παράθυρα με τον ιο και να χρησιμοποιήσω το antivirus, αλλά ήταν αργά. Όταν πήγα τον υπολογιστή στον τεχνικό, κατάφερε να σώσει λίγα πράγματα.

Ερώτηση 14: Δεν ενημερώσατε τις αρμόδιες αρχές;

Απάντηση 14: Ενημέρωσα την αρχή προστασίας ου καταναλωτή με τηλέφωνο και έκανα και ένα χαρτί, σαν επιστολή-καταγγελία, στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος.

Ερώτηση 15: Πιστεύετε ότι ο Covid-19 συνέβαλε στην αύξηση τέτοιου είδους απάτης σήμερα;

Απάντηση 15: Κοιτάζτε, πλέον όλος ο κόσμος αναγκάζεται να αγοράζει προϊόντα μέσω του διαδικτύου. Όλες οι απάτες που γίνονταν στα μαγαζιά μέχρι σήμερα, μεταφέρθηκαν στον υπολογιστή. Λογικό και επόμενο είναι, λοιπόν, ο covid-19 να βοήθησε στην εξάπλωση της απάτης αυτού του είδους.

Ερώτηση 16: Και τι κάνετε για να περιοριστεί η δράση των απατεώνων αυτών;

Απάντηση 16: Όταν πέφτει στην αντίληψή μου κάποια μορφή απάτης, ενημερώνω τους αρμόδιους φορείς να κάνουν το έργο τους.

Ερώτηση 17: Θα ψωνίζατε ξανά διαδικτυακά μετά την εμπειρία σας ως θύμα ηλεκτρονικής απάτης;

Απάντηση 17: Εννοείται. Οι απάτες δεν τελειώνουν ποτέ. Αν αυτό καθόριζε τις επιλογές μας, θα δυσκολεύαμε αναίτια την καθημερινότητά μας.

Γ. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ- ΦΟΡΜΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΝΟΥΜΕΡΟ 3

Η συνέντευξη που ακολουθεί δόθηκε την από τον καταναλωτή νούμερο 3. Πραγματοποιήθηκε στην πλατεία Αγίου Γεωργίου της Πάτρας, σε ανοικτό και ευχάριστο περιβάλλον. Είχε διάρκεια 15 λεπτών. Η συνέντευξη έγινε στα πλαίσια μίας έρευνας, η οποία επικεντρώθηκε στην προσέγγιση των απατών στο ηλεκτρονικό εμπόριο στην εποχή του Covid-19.

Η συνομιλία ήταν η ακόλουθη:

Ερώτηση 1: Είστε άντρας ή γυναίκα;

Απάντηση 1: Γυναίκα.

Ερώτηση 2: Με τι ασχολείστε και ποια είναι η ηλικία σας;

Απάντηση 2: Είμαι 19 ετών και είμαι φοιτήτρια.

Ερώτηση 3: Πόσο συχνά αγοράζετε από ηλεκτρονικά καταστήματα στην εποχή του Covid-19;

Απάντηση 3: Συνέχεια. Τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα.

Ερώτηση 4: Πόσα χρήματα ξοδεύετε μηνιαία σε κάθε ηλεκτρονική σας συναλλαγή;

Απάντηση 4: 100€ περίπου για ρούχα, αξεσουάρ, καλλυντικά. Φαγητό αγοράζω κάθε βδομάδα, περίπου 50€ βγαίνει γιατί μου στέλνουν και οι δικό μου.

Ερώτηση 5: Πόσες ώρες ημερησίως ασχολείστε με την έρευνα ηλεκτρονικών προϊόντων και προσφορών;

Απάντηση 5: 4-5. Λόγω του περιορισμού μας στα σπίτια, από ένα σημείο και μετά δεν μπορείς να κάνεις και πολλά και χαζεύεις στο ίντερνετ διάφορα προϊόντα και επικοινωνείς με φίλους.

Ερώτηση 6: Με ποιο μέσο συνήθως προβαίνετε στις ηλεκτρονικές αγορές σας;

Απάντηση 6: Με το κινητό μου τις πιο πολλές φορές. Έχω κατεβάσει όλες τις εφαρμογές και διευκολύνομαι. Σπάνια μπορεί να κάνω κάποια αγορά και από το laptop μου.

Ερώτηση 7: Τι είδος προϊόντων αγοράζετε πιο συχνά μέσω διαδικτύου;

Απάντηση 7: Πέρα από φαγητό από κάποιο σούπερ μάρκετ, ενδιαφέρομαι κυρίως για ρούχα και καλλυντικά. Αφού τα μαγαζιά ήταν κλειστά για τόσο καιρό, δεν μπορούσα διαφορετικά να κάνω αυτές τις αγορές.

Ερώτηση 8: Με ποιο κριτήριο επιλέγετε τις ιστοσελίδες που περιηγηίστε για την αγορά προϊόντων;

Απάντηση 8: Συνήθως τις διαλέγω από άλλες σελίδες που επισκέπτομαι συχνά και ξέρω ότι είναι ασφαλείς. Τώρα από κει και πέρα δεν έχω κάποιο συγκεκριμένο κριτήριο. Κοιτάω απλά να μην έχει παραπλανητικά στοιχεία και να μη μου βγάλει ο υπολογιστής ότι περιέχει κακόβουλο περιεχόμενο γιατί έχω βάλει τα antivirus.

Ερώτηση 9: Πότε ολοκληρώνετε μία ηλεκτρονική συναλλαγή;

Απάντηση 9: Σχετικά αμέσως μόλις δω ότι ένα προϊόν είναι κοντά στις προτιμήσεις μου.

Ερώτηση 10: Μέσω ποιου τρόπου πληρώνετε τις αγορές σας στο διαδίκτυο;

Απάντηση 10: Φτιάχνω κάρτες στις οποίες αποθηκεύω χρήματα και από εκεί κάνω τις συναλλαγές μου.

Ερώτηση 11: Ποιο όφελος νομίζετε ότι έχετε από τη χρήση των ηλεκτρονικών συναλλαγών;

Απάντηση 11: Δεν ξέρω να απαντήσω με ακρίβεια, γιατί αναγκαστικά κάνουμε ηλεκτρονικές συναλλαγές λόγω του Covid-19 που δεν αφήνει να πάμε να ψωνίσουμε από κάποιο κατάστημα. Σίγουρα κερδίζω χρόνο και κόπο από μία τέτοια αγορά, θα προτιμούσα όμως να κάνω βόλτα στα μαγαζιά της αγοράς και να επιλέγω τα προϊόντα που με ενδιαφέρουν μετά από προσωπική επαφή και δοκιμή.

Ερώτηση 12: Έχετε πέσει ποτέ θύμα ηλεκτρονικής απάτης;

Απάντηση 12: Ναι, κάποιες φορές. Θυμάμαι χαρακτηριστικά εκείνη τη φορά που μου έστειλαν φίλοι μου στο facebook και μου είπαν ότι εγώ τους στέλνω μηνύματα ότι έχασα το πορτοφόλι μου και ότι είχα ανάγκη από χρήματα. Άλλοι μου έστελναν να με ρωτήσουν αν όντως ισχύει κάτι τέτοιο και άλλοι για να μου δώσουν τα λεφτά που χρειάζομαι. Φυσικά και εγώ δεν είχα στείλει κανένα τέτοιο μήνυμα.

Ερώτηση 13: Πώς αντιδράσατε όταν αναληφθήκατε την απάτη;

Απάντηση 13: Αμέσως ενημέρωσα τους γνωστούς μου και φίλους μου με δημόσια ανάρτηση ότι δεν έχω καμία σχέση με τα μηνύματα αυτά και ότι είναι ιός να μην τον ανοίξουν.

Ερώτηση 14: Δεν ενημερώσατε τις αρμόδιες αρχές;

Απάντηση 14: Όχι, δεν ήθελα να μπλέξω με καταγγελίες.

Ερώτηση 15: Πιστεύετε ότι ο covid-19 συνέβαλε στην αύξηση τέτοιου είδους απάτης σήμερα;

Απάντηση 15: Σίγουρα. Αν και υπήρχαν πάντα άτομα που κέρδιζαν από το διαδίκτυο με παράνομο τρόπο. Αλλά σίγουρα τώρα που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για αγορές όλο και περισσότεροι άνθρωποι, οι απάτες πρέπει να γνωρίζουν αύξηση.

Ερώτηση 16: Και τι κάνετε για να περιοριστεί η δράση των απατεώνων αυτών;

Απάντηση 16: Όχι κάτι συγκεκριμένο, απλά φροντίζω να μην επισκέπτομαι σελίδες που δεν είναι ασφαλείς και να μην δίνω τα προσωπικά μου στοιχεία και δεδομένα σε όποιον τα ζητάει στο διαδίκτυο, εκτός εάν είναι αναγκαία για κάποια απόδειξη από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα.

Ερώτηση 17: Θα ψωνίζατε ξανά διαδικτυακά μετά την εμπειρία σας ως θύμα ηλεκτρονικής απάτης;

Απάντηση 17: Βέβαια. Πιστεύω πως αν προσέχεις, δεν έχεις πρόβλημα από τους απατεώνες που πάντα θα κυκλοφορούν στο διαδίκτυο.

Δ. ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΩΝ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ

Ερώτηση 1: Είστε άντρας ή γυναίκα;

Ερώτηση 2: Με τι ασχολείστε και ποια είναι η ηλικία σας;

Ερώτηση 3: Πόσο συχνά αγοράζετε από ηλεκτρονικά καταστήματα στην εποχή του Covid-19;

Ερώτηση 4: Πόσα χρήματα ξοδεύετε μηνιαία σε κάθε ηλεκτρονική σας συναλλαγή;

Ερώτηση 5: Πόσες ώρες ημερησίως ασχολείστε με την έρευνα ηλεκτρονικών προϊόντων και προσφορών;

Ερώτηση 6: Με ποιο μέσο συνήθως προβαίνετε στις ηλεκτρονικές αγορές σας;

Ερώτηση 7: Τι είδος προϊόντων αγοράζετε πιο συχνά μέσω διαδικτύου;

Ερώτηση 8: Με ποιο κριτήριο επιλέγετε τις ιστοσελίδες που περιηγείστε για την αγορά προϊόντων;

Ερώτηση 9: Πότε ολοκληρώνετε μία ηλεκτρονική συναλλαγή;

Ερώτηση 10: Μέσω ποιου τρόπου πληρώνετε τις αγορές σας στο διαδίκτυο;

Ερώτηση 11: Ποιο όφελος νομίζετε ότι έχετε από τη χρήση των ηλεκτρονικών συναλλαγών;

Ερώτηση 12: Έχετε πέσει ποτέ θύμα ηλεκτρονικής απάτης;

Ερώτηση 13: Πώς αντιδράσατε όταν αναληφθήκατε την απάτη;

Ερώτηση 14: Δεν ενημερώσατε τις αρμόδιες αρχές;

Ερώτηση 15: Πιστεύετε ότι ο covid-19 συνέβαλε στην αύξηση τέτοιου είδους απάτης σήμερα;

Ερώτηση 16: Και τι κάνετε για να περιοριστεί η δράση των απατεώνων αυτών;

Ερώτηση 17: Θα ψωνίζατε ξανά διαδικτυακά μετά την εμπειρία σας ως θύμα ηλεκτρονικής απάτης;

Ε. ΦΟΡΜΑ ΣΥΓΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ

Έχω διαβάσει και έχω καταλάβει το ενημερωτικό δελτίο της έρευνας και το παρόν έντυπο συγκατάθεσης. Είχα την ευκαιρία να θέσω ερωτήσεις σχετικά με την αναφορά των απαντήσεών μου στην έρευνα.

Συμφωνώ να χρησιμοποιηθούν στην έρευνα τα δεδομένα που θα περιέχονται στις απαντήσεις που θα παράσχω σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο και τις απάτες στην εποχή του Covid-19.

Όνομα ερευνητή:

Υπογραφή ερευνητή:

Ημερομηνία:

Διεύθυνση:

Τηλέφωνο:

E-mail:

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © Πανεπιστήμιο Πατρών. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν. 1599/1988 και τα άρθρα 2,4,6 παρ. 3 του Ν. 1256/1982, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής εργασίας και δεν προσβάλλει κάθε μορφής πνευματικά δικαιώματα τρίτων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον.

Βασιλική Φωτοπούλου Τέα Μέμα, 2021