

Τεχνολογικό Παιδαγωγικό Τμήμα Εκπαιδευτών

Σχολή Διοίκησης & Οικονομίας
Τμήμα Λογιστικής

Πτυχιακή εργασία του σπουδαστή Ευάγγελου Μουστάκα

Πανεπιστήμιο Πειραιώς – Παιδαγωγικό Τμήμα

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών

Εισηγήτρια : Ελένη Γκέκα



Μεσολόγγι, Ιούνιος 1999

Πίνακας Περιεχομένων

1. Εισαγωγή
2. Ιστορική Αναδρομή του Internet
3. Τι εννοούμε με τον όρο Ηλεκτρονικό Εμπόριο
4. Οι φορείς που συμμετέχουν σε ένα περιβάλλον Ηλεκτρονικού Εμπορίου
5. Λειτουργία Ηλεκτρονικού Καταστήματος
 - 5.1. Ηλεκτρονική Εφημερίδα
 - 5.2. Ηλεκτρονικές Τραπεζικές Υπηρεσίες
 - 5.3. Τουριστικές Υπηρεσίες στο Internet
6. Χαρακτηριστικά πλεονεκτήματα εφαρμογών Ηλεκτρονικού Εμπορίου για τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές
7. Προβλήματα που εμφανίζονται στην εξάπλωση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου
8. Πώς οργανώνεται ένα Ηλεκτρονικό Κατάστημα
9. Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Απασχόληση
10. Η ασφάλεια στις Ηλεκτρονικές Συναλλαγές
11. Νομικό Καθεστώς του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στην Ευρωπαϊκή Ένωση
Κατ' άρθρο σχολιασμός της τελικής Πρότασης – Οδηγίας της Ε.Ε.
12. Επίλογος
13. Παράρτημα
Παραδείγματα Εφαρμογών Ηλεκτρονικού Εμπορίου
14. Βιβλιογραφία



Εισαγωγή

Η επιθυμία μου να ασχοληθώ με την μελέτη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου ως πτυχιακή μου εργασία οφείλεται και στο γεγονός ότι ασχολούμαι από το παρελθόν με το Internet και τον προγραμματισμό ιστοσελίδων (web-pages), γνώσεις που χρειάζονται και είναι απαραίτητες στην τεχνολογία του Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Επιπλέον στη Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας διδάχτηκα μαθήματα Οργάνωσης Διοίκησης και Marketing. Το πάντρεμα των παραπάνω θεωρητικών γνώσεων που απέκτησα στη σχολή μου και συγχρόνως οι τεχνικές γνώσεις που είχα σε γλώσσες προγραμματισμού όπως HTML, Java-script κλπ. με οδήγησαν στο να ασχοληθώ με τον κλάδο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι ένας καινούριος κλάδος στην αγορά εργασίας που αξιοποιεί και προωθεί την ανάπτυξη των διοικητικών και ανθρώπινων ικανοτήτων στην επικοινωνία, διαπραγμάτευση, ηγεσία κ.α και δημιουργεί νέες στρατηγικές τόσο στον τομέα της Διοίκησης όσο και στον τομέα του Marketing.

Οι ανταγωνιστές της Ευρώπης, έχουν ήδη εκμεταλλευτεί αποφασιστικά τις ευκαιρίες που προσφέρει το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, με τις Η.Π.Α. να έχουν αποκτήσει το προβάδισμα. Η Σιγκαπούρη είναι επίσης μία χώρα που έχει αναπτύξει σε πολύ μεγάλο βαθμό το Η.Ε. τόσο στο Δημόσιο όσο και στον Ιδιωτικό τομέα και έχει ένα άριστο επίπεδο τεχνολογίας. Και η Ευρώπη διαθέτει ισχυρή βάση σε τεχνολογία και υποδομή. Έχει πανίσχυρους φορείς εκμετάλλευσης τηλεπικοινωνιών και πρόωπη ανάπτυξη προηγμένων ψηφιακών δικτύων. Είναι γνωστό ότι για να αναπτυχθεί το Η.Ε. απαιτούνται χαμηλά τιμολόγια στις τηλεπικοινωνίες. Από το 1997 η Ε.Ε σε κοινή απόφαση με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου (Π.Ο.Ε.) αποφάσισε την απελευθέρωση των τηλεπικοινωνιών. Έτσι με την απελευθέρωση αυτή θα υπάρξουν χαμηλότερες τιμές και ευέλικτα συστήματα τιμολόγησης. Μεγάλοι τηλεπικοινωνιακοί οργανισμοί στην Ευρώπη αλλά και παγκοσμίως συγχωνεύονται ώστε να δώσουν χαμηλότερες τιμές στους συναλλασσόμενους. Όμως, στην Ελλάδα, η τιμολόγηση των τηλεπικοινωνιακών συνδιαλέξεων έχει υψηλό κόστος, που δυσχεραίνει την ανάπτυξη του Η.Ε. Για παράδειγμα οι τιμές για τηλεφωνικές συνδιαλέξεις στην Ελλάδα είναι υπερπενταπλάσιες των

αντίστοιχων τιμών στη Σουηδία, τετραπλάσιες εκείνων στη Φινλανδία και τριπλάσιες περίπου εκείνων στην Βρετανία. Εξαιρετικά υψηλό είναι το κόστος χρήσης των ψηφιακών δικτύων ευρείας ζώνης και υψηλών ταχυτήτων (ISDN).

Το Η.Ε. έχει ως εκ της φύσεώς του παγκόσμιο χαρακτήρα και δραστηριότητα γι αυτό και στον τομέα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου απαιτείται πολυμερής διεθνής διάλογος με την συμμετοχή των κυβερνήσεων όλων των κρατών του πλανήτη μας. Άλλωστε η απελευθέρωση των τηλεπικοινωνιών ήταν απόφαση του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου. Κάθε Ευρωπαϊκή δράση στον τομέα του Η.Ε. θα πρέπει να είναι συμβατή με τις δεσμεύσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου. Η Ε.Ε χορήγησε προθεσμίες στα διάφορα μέλη της για την απελευθέρωση των τηλεπικοινωνιών τους και στην Ελλάδα αυτό θα γίνει την 1-1 του 2000.

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο αποτελεί για την Κοινότητα μια μοναδική ευκαιρία για την οικονομική ανάπτυξη, την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της Ευρωπαϊκής βιομηχανίας και την δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης. Το ΕΥΡΩ και το νομικό πλαίσιο της εσωτερικής αγοράς είναι δύο βασικά μέσα για την αξιοποίηση της ευκαιρίας αυτής.

Σύμφωνα με ορισμένες εκτιμήσεις κατά την περίοδο 1995-1997 δημιουργήθηκαν στην Κοινότητα πάνω από 400.000 θέσεις απασχόλησης που συνδέονται με την κοινωνία των πληροφοριών. Σύμφωνα με τις παραπάνω εκτιμήσεις το ¼ των νέων θέσεων απασχόλησης που δημιουργούνται στην Κοινότητα προέρχονται από τις δραστηριότητες αυτές. Οι εκτιμήσεις δείχνουν ότι υπάρχουν σήμερα 500.000 ελεύθερες (προς πλήρωση) θέσεις απασχόλησης στα επαγγέλματα της κοινωνίας των πληροφοριών και ότι το 60% αυτών των θέσεων απασχόλησης βρίσκονται σε Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις που επιθυμούν να αναπτύξουν τις δραστηριότητές τους στον τομέα του Η.Ε. Η χρήση του ενιαίου νομίσματος ΕΥΡΩ στην μεγαλύτερη αγορά του κόσμου θα αποτελέσει ισχυρό κίνητρο για την αφομοίωση και την ανάπτυξη του Η.Ε. στην Ενωμένη Ευρώπη αλλά και αντίστροφα το Η.Ε. θα συμβάλει στην ευκολότερη αποδοχή του ΕΥΡΩ. Με τη χρήση του ΕΥΡΩ θα καταστούν οι τιμές των προϊόντων εύκολα και ευθέως συγκρίσιμες μεταξύ των χωρών μελών της Ε.Ε αφού οι επιχειρήσεις και οι καταναλωτές θα μιλούν την ίδια νομισματική γλώσσα. Το κοινό

νόμισμα θα εξαλείψει τους συναλλαγματικούς κινδύνους στις συναλλαγές μεταξύ των χωρών της Ε.Ε και αν προσθέσουμε την ευκολία στη σύγκριση των τιμών και το μειωμένο κόστος συναλλαγών αυτά θα οδηγήσουν στην μείωση του κόστους των εισαγομένων προϊόντων. Η Ελλάδα δεν έχει ακόμα ενταχθεί στην ΟΝΕ αλλά έχει ήδη ενταχθεί στο Σύστημα Συναλλαγματικών Ισοτιμιών. Η ισοτιμία που είναι υποχρεωμένη να διατηρήσει η δραχμή με τα λοιπά Ευρωπαϊκά νομίσματα και το ΕΥΡΩ, έχει μειώσει τους συναλλαγματικούς κινδύνους στη συναλλαγές της με τις υπόλοιπες χώρες-μέλη της Ε.Ε επ' ωφελεία της οικονομίας της.

Ιστορική αναδρομή του Internet

Το Internet ξεκίνησε στις αρχές του 1969 με το όνομα ARPAnet (Advanced Research Project Agency = Υπηρεσία Προηγμένων Ερευνητικών Προγραμμάτων) που ήταν τμήμα του Αμερικάνικου Υπουργείου Εθνικής Άμυνας. Το Υπουργείο Άμυνας και η κυβέρνηση έλαβαν πρόβλεψες να εξασφαλίσουν την ασφαλή αποστολή οδηγιών από τα κέντρα ελέγχου προς τις βάσεις βαλλιστικών πυραύλων σε περίπτωση καταστροφής του δικτύου τηλεπικοινωνιών ύστερα από επίθεση. Αν δύο υπολογιστές συνδέονται με ένα καλώδιο και αυτό καταστραφεί από βομβαρδισμό ή απλώς φθαρεί η επικοινωνία διακόπτεται. Αυτό για τους στρατιωτικούς είναι θέμα ζωής και θανάτου. Το ARPAnet σχεδιάστηκε ώστε να εξασφαλίζει την επικοινωνία ακόμα και με κατεστραμμένους κλάδους. Το 1972 ύστερα από επιτυχή επίθεση του ARPAnet συστάθηκε η Internet Working Group γεγονός που σηματοδότησε την επίσημη γέννηση του Internet. Το όνομα Internet δόθηκε στο δίκτυο το 1974 από τον Vint Serf καθηγητή του Πανεπιστημίου της Καλιφόρνια στο Los Angeles. Το Πανεπιστήμιο άρχισε να δημιουργούν δίκτυα για τη πρόσβαση σε πληροφορίες επιστημονικού χαρακτήρα. Το διαπανεπιστημιακό δίκτυο επεκτάθηκε το 1984 όταν η National Science Foundation (N.S.F.) το επέλεξε για την εγκατάσταση πέντε μεγάλων κέντρων υπολογιστών, τα οποία θα επέτρεπαν την πρόσβαση του συνόλου της επιστημονικής κοινότητας στις πληροφορίες που είχαν καταχωρηθεί. Το 1989 στην Γενεύη τέθηκε σε εφαρμογή, από ερευνητές του CERN, το World Wide Web (WWW).

Η λειτουργία του Internet βασίζεται στη σύνδεση ηλεκτρονικών υπολογιστών δια μέσου διαφόρων τηλεπικοινωνιακών μέσων. Η σύνδεση με το Internet γίνεται μέσω ενός προσώπου που παρέχει πρόσβαση στο δίκτυο (Access Provider – Internet Provider) όπως είναι η ελληνικές εταιρίες www.acropolis.net , www.forthnet.gr , www.othenet.gr) κλπ. Ο χρήστης (user) επιβαρύνεται με τα έξοδα σύνδεσης που είναι ενδεικτικά :

Για την εταιρία Internet Provider Otenet η ετήσια συνδρομή είναι :

Μηνιαίο	Εξαμηνιαίο	Ετήσιο
19.500 δρχ.	39.000 δρχ.	70.200 δρχ.

Για την εταιρία Acropolis net η αντίστοιχη ετήσια συνδρομή είναι :

Σημνή	Όμιλή	Ετήσια
15 000 δρχ.	27.000 δρχ.	45.200 δρχ.

Οι ανωτέρω τιμές επιβαρύνονται με ΦΠΑ 18%.

Επίσης ο χρήστης επιβαρύνεται και με έξοδα επικοινωνίας τα οποία αντιστοιχούν σε χρέωση όσο και ο χρόνος ομιλίας μιας τοπικής τηλεφωνικής συνδιάλεξης.

Τι εννοούμε με τον όρο Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Με τον όρο ηλεκτρονικό εμπόριο αναφερόμαστε στην διεκπεραίωση διαδικασιών όπως είναι, η εύρεση εμπορικών συμφωνιών, η συναλλαγή παραγγελιών, η αλληλεπίδραση και η προώθηση προϊόντων, με ηλεκτρονικό τρόπο. Η αλλιώς θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι η μεταφορά όλων ή των περισσότερων διαδικασιών των εμπορικών συναλλαγών (πώληση αγαθών ή παροχή υπηρεσιών) σε ηλεκτρονικό επίπεδο όπου σε κάθε μορφή εμπορικής συναλλαγής τα συναλλασσόμενα μέρη συνομιλούν με ηλεκτρονικό τρόπο αντί να έχουν φυσική επαφή. Για τις συναλλαγές χρησιμοποιούνται μόνο ηλεκτρονικά κανάλια και ηλεκτρονικά εργαλεία μέσω των οποίων θα γίνεται η επικοινωνία και συναλλαγή.

Έτσι η πρακτική αξία του Internet δεν περιορίζεται μόνο στην λειτουργία του ως μέσου πληροφόρησης αλλά οι διάδρομοι επικοινωνίας που δημιουργήθηκαν χρησιμοποιούνται για την διενέργεια ηλεκτρονικών συναλλαγών (electronic commerce). Το ηλεκτρονικό εμπόριο καλύπτει και το Marketing (προώθηση, διαφήμιση, τιμή, διανομή) των προϊόντων ή των υπηρεσιών μιας επιχείρησης.

Στις συναλλαγές που πραγματοποιούνται μεταξύ καταναλωτών και επιχειρήσεων μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου (Internet) εμπλέκονται και άλλες επιχειρήσεις. Π.χ. όταν πραγματοποιείται αγορά ενός προϊόντος από ηλεκτρονικό κατάστημα και η αγορά αυτή ολοκληρώνεται με την καταβολή του τιμήματος (ηλεκτρονική πληρωμή) εμπλέκεται στην συναλλαγή τόσο η τράπεζα του πελάτη όσο και αυτή του ηλεκτρονικού καταστήματος. Γι' αυτό το λόγο και οι ηλεκτρονικές συναλλαγές αφορούν και τις σχέσεις μεταξύ δύο επιχειρήσεων (ηλεκτρονικού καταστήματος και τράπεζας).

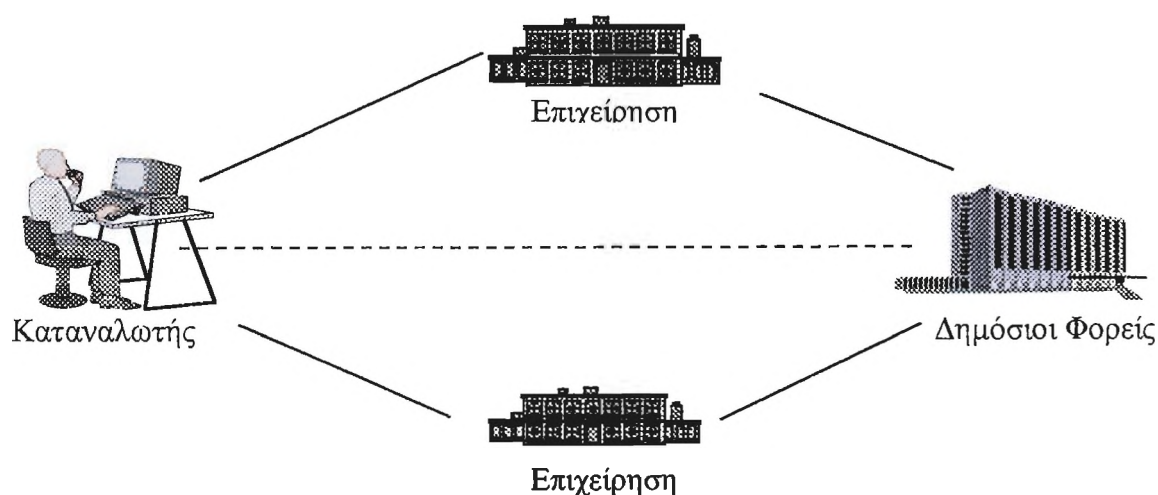
Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί μία από τις πιο πρόσφατες εξελίξεις στο χώρο του λιανεμπορίου και είναι ένας ξεχωριστός τρόπος διανομής με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Είναι ένας από τους σημαντικότερους τρόπους για να παραμείνει μία επιχείρηση ανταγωνιστική στο σύγχρονο εμπορικό περιβάλλον. Σταδιακά θα αποτελέσει ένα συμπληρωματικό τρόπο αγορών για ένα συγκεκριμένο αγοραστικό κοινό και κυρίως σε νέους και πολυάσχολους καταναλωτές με επίπεδο εκπαίδευσης και γνώστες της νέας τεχνολογίας (υπολογιστές-Internet). Πρόσφατη έρευνα στην Αμερική (Newell F., The New Rules of Marketing 1997, Mc Graw-Hill) έδειξε ότι μέχρι το 2010, το 55% των αγορών στις μεγάλες λιανεμπορικές αλυσίδες θα γίνονται εκτός του καταστήματος και με τους περισσότερους καταναλωτές να προγραμματίζουν λιγότερες επισκέψεις στα λιανεμπορικά καταστήματα.

Οι επιχειρήσεις της επόμενης δεκαετίας είναι υποχρεωμένες, προκειμένου να επιβιώσουν στις συνθήκες του σύγχρονου ανταγωνισμού, να προσαρμοστούν στην νέα τεχνολογία και στις νέες τεχνολογίες της αγοράς.

Οι φορείς που συμμετέχουν σε ένα περιβάλλον Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Οι πιθανές περιπτώσεις φορέων που συμμετέχουν σε ένα περιβάλλον Ηλεκτρονικού Εμπορίου, σύμφωνα με το ακόλουθο διάγραμμα, είναι:

- ⊗ Ο Δημόσιος Φορέας προς την Ιδιωτική Επιχείρηση
- ⊗ Επιχείρηση προς επιχείρηση
- ⊗ Επιχείρηση προς καταναλωτή



Ο Δημόσιος Φορέας προς την Ιδιωτική Επιχείρηση

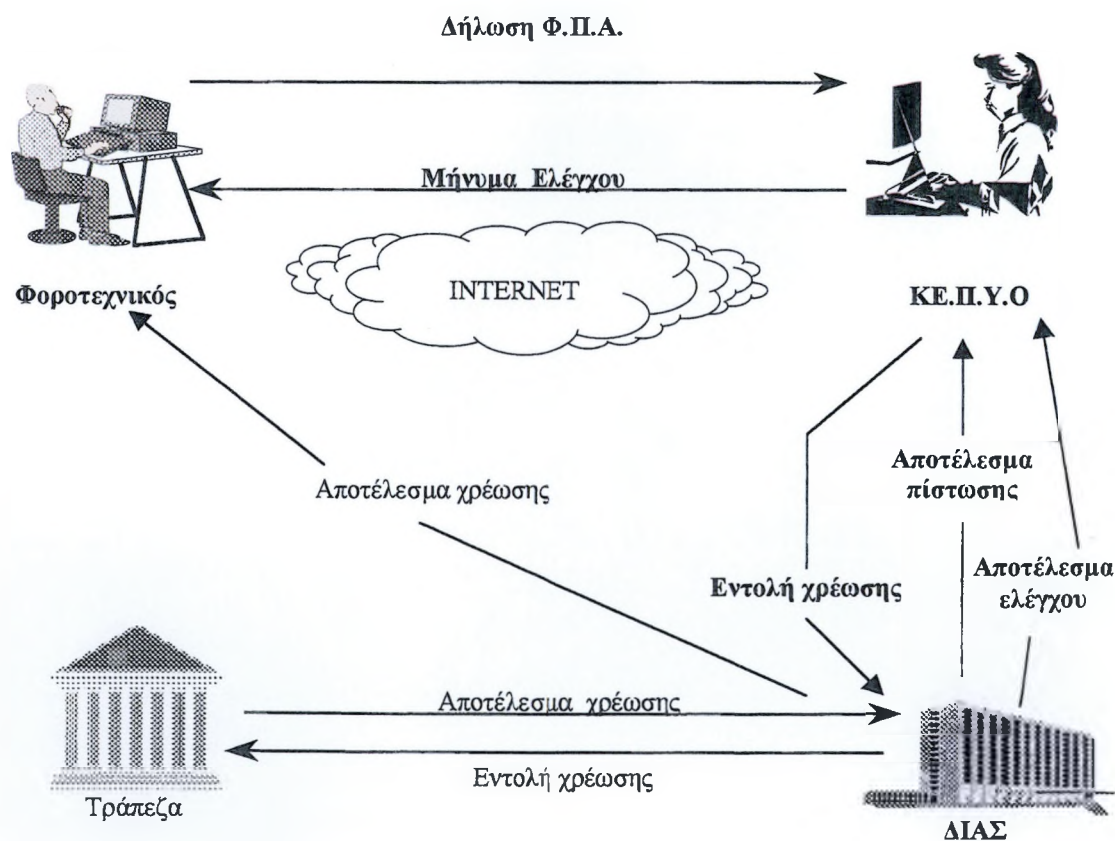
Ο τομέας αυτός καλύπτει κάθε μορφή ηλεκτρονικής επικοινωνίας και συναλλαγής μεταξύ των ιδιωτικών εταιριών και των Δημοσίων Αρχών ή Νομικών Προσώπων Δημοσίου Δικαίου. Η συναλλαγή αφορά διεκπεραίωση φορολογικών ή άλλων υποχρεώσεων (κατάθεση Φορολογικής Δήλωσης, Δήλωση Φ.Π.Α.), αυτοματοποίηση της διαδικασίας των Δημοσίων Προμηθειών καθώς και αυτοματοποίηση των εισαγωγών και εξαγωγών μέσω των τελωνείων. Τέλος στην κατηγορία αυτή υπάγεται και η ηλεκτρονική πληροφόρηση δηλαδή η έκδοση βεβαιώσεων και πιστοποιητικών εκ μέρους των υπηρεσιών του Δημοσίου των Ν.Π.Δ.Δ. και των Οργανισμών Τοπική Αυτοδιοίκησης προς τα ενδιαφερόμενα Φυσικά ή Ν.Π.Ι.Δ. πρόσωπα. Οι βεβαιώσεις αυτές παρέχονται με μήνυμα

ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail). Στις Η.Π.Α., στον Καναδά και στην Σιγκαπούρη, έχουν αναπτυχθεί πληθώρα εφαρμογών της μορφής αυτής με αποτέλεσμα μείωση των λειτουργικών εξόδων, καλύτερες υπηρεσίες, αποτελεσματικότερο έλεγχο εσόδων και διαφανή Δημόσια Διοίκηση.

Ένα πρότυπο σύστημα υποβολής διαχείρισης και διεκπεραίωσης δηλώσεων Φ.Π.Α. θα μπορούσε να περιγραφεί ως εξής:

Ο φοροτεχνικός αποστέλλει τη δήλωση Φ.Π.Α. προς το Κέντρο Πληροφορικής Υπουργείου Οικονομικών (ΚΕ.Π.Υ.Ο). Το ΚΕ.Π.Υ.Ο. ευθύς ως λάβει τη δήλωση του Φ.Π.Α. αποστέλλει μήνυμα στο φοροτεχνικό ότι έλαβε τη δήλωση (μήνυμα ελέγχου). Το ΚΕ.Π.Υ.Ο. στέλνει μέσω του τραπεζικού δικτύου «ΔΙΑΣ», εντολή στην Τράπεζα για χρέωση του λογαριασμού του φορολογούμενου. Με τη σειρά της η Τράπεζα στέλνει μέσω του δικτύου «ΔΙΑΣ» το αποτέλεσμα της χρέωσης στο φοροτεχνικό και στο ΚΕ.Π.Υ.Ο.

Πρότυπο Σύστημα Υποβολής, Διαχείρισης και Διεκπεραίωσης Δηλώσεων ΦΠΑ



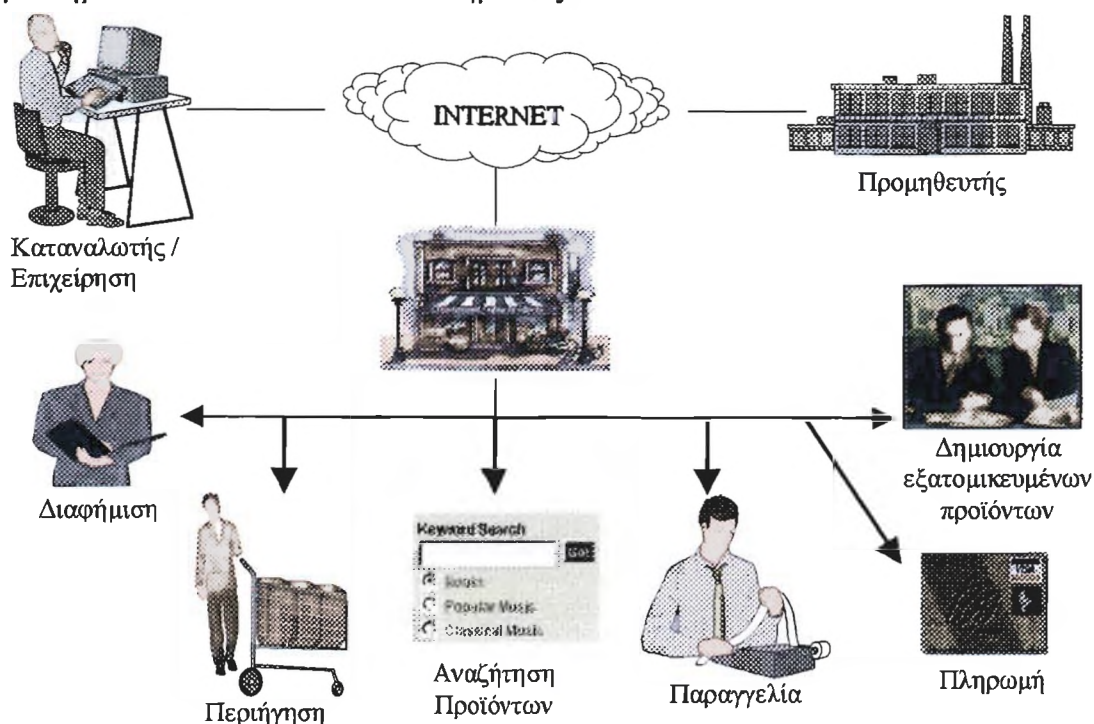
Επιχείρηση προς καταναλωτή

Οι επιχειρήσεις εκμεταλλευόμενες τα οφέλη που προσφέρει το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, δημιουργούν τις προϋποθέσεις για την ευρεία χρήση των δυνατοτήτων του Internet το οποίο ενδείκνυται για την αποτελεσματική προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών σε μεγάλο εύρος πιθανών καταναλωτών. Έτσι δημιουργήθηκαν σειρές εφαρμογών που περιλαμβάνουν την υποστήριξη πελατών, την ηλεκτρονική δημοσιογραφία, την ηλεκτρονική διανομή προϊόντων (πληροφορίες, εφημερίδες, μουσική), τη διαφήμιση, τα ηλεκτρονικά καταστήματα, ηλεκτρονικές τράπεζες κ.α. Παράδειγμα εφαρμογής Η.Ε. στην κατηγορία αυτή είναι η ηλεκτρονική δημοσιογραφία

Λειτουργία Ηλεκτρονικού Καταστήματος

Ο πελάτης μπαίνει στην ηλεκτρονική σελίδα (site) του εμπόρου είτε καταχωρώντας το URL (Uniform Resource Locator) του, είτε μέσω κάποιου καταλόγου. Ο καταναλωτής – χρήστης περιηγείται στο ηλεκτρονικό κατάστημα και με τη βοήθεια βάσεων δεδομένων και μηχανών αναζήτησης αναζητά τα προϊόντα που τον ενδιαφέρουν ομαδοποιημένα σε κατηγορίες. Στο επόμενο στάδιο ο καταναλωτής τοποθετεί τα προϊόντα που επέλεξε σε ένα εικονικό καλάθι στο οποίο υπάρχει δυνατότητα να προσθέσει και να αφαιρέσει προϊόντα. Στη συνέχεια ξεκινά η διαδικασία της συναλλαγής. Το ηλεκτρονικό κατάστημα μπορεί να παρέχει πολλαπλές δυνατότητες πληρωμής όπως με πιστωτική κάρτα, με ηλεκτρονικές επιταγές, με ψηφιακό χρήμα ή ακόμα και με αντικαταβολή. Ο καταναλωτής συμπληρώνει στη φόρμα πληρωμής τα προσωπικά του στοιχεία και τον αριθμό της πιστωτικής του κάρτας. Ο αριθμός της πιστωτικής κάρτας κρυπτογραφείται και στέλνεται σε πραγματικό χρόνο στο Bank Card Acquirer για έλεγχο της κάρτας. Αν η αίτηση – εξουσιοδότηση γίνει αποδεκτή τότε οι πληροφορίες για τα προϊόντα και τον τρόπο μεταφοράς τους κρυπτογραφούνται και στέλνονται απευθείας στον έμπορο για τη διεκπεραίωση της παραγγελίας. Μετά την ασφαλή μετάδοση της παραγγελίας, παράγεται από τον server του εμπόρου μία απόδειξη πληρωμής, κρυπτογραφείται και στέλνεται στο PC του πελάτη. Η απόδειξη αυτή περιλαμβάνει ένα αριθμό παραγγελίας και μία λίστα με τα προϊόντα που αγόρασε ο πελάτης. Στην περίπτωση που το site του Ηλεκτρονικού Καταστήματος παρουσιάζει μεγάλο αριθμό «επισκέψεων» καταναλωτών η επιχείρηση προχωρεί στην τοποθέτηση διαφημιστικών banners στην αρχική

της ιστοσελίδα και έτσι μπορεί να διαφημίσει προϊόντα άλλων εταιριών που συμπληρώνουν αυτά του καταστήματός του.



Ηλεκτρονική Εφημερίδα

Οι δημοσιογραφικοί εκδοτικοί οργανισμοί ήταν από τους πρώτους που επένδυσαν στις νέες τεχνολογίες και ιδιαίτερα στο Internet. Ένα βασικό πλεονέκτημα των on-line εφημερίδων είναι ότι μπορούν **πολύ εύκολα να ενημερωθούν σε σύντομο χρονικό διάστημα** που οι παραδοσιακές έντυπες εφημερίδες δεν κατορθώνουν, αφού πλήττονται άμεσα από την τηλεόραση. Η απαίτηση για έγκαιρη ενημέρωση στην εποχή μας είναι καθοριστικός παράγοντας και οι on-line εφημερίδες διεκδικούν με αξιώσεις μερίδιο στην αγορά των μέσων μαζικής ενημέρωσης.

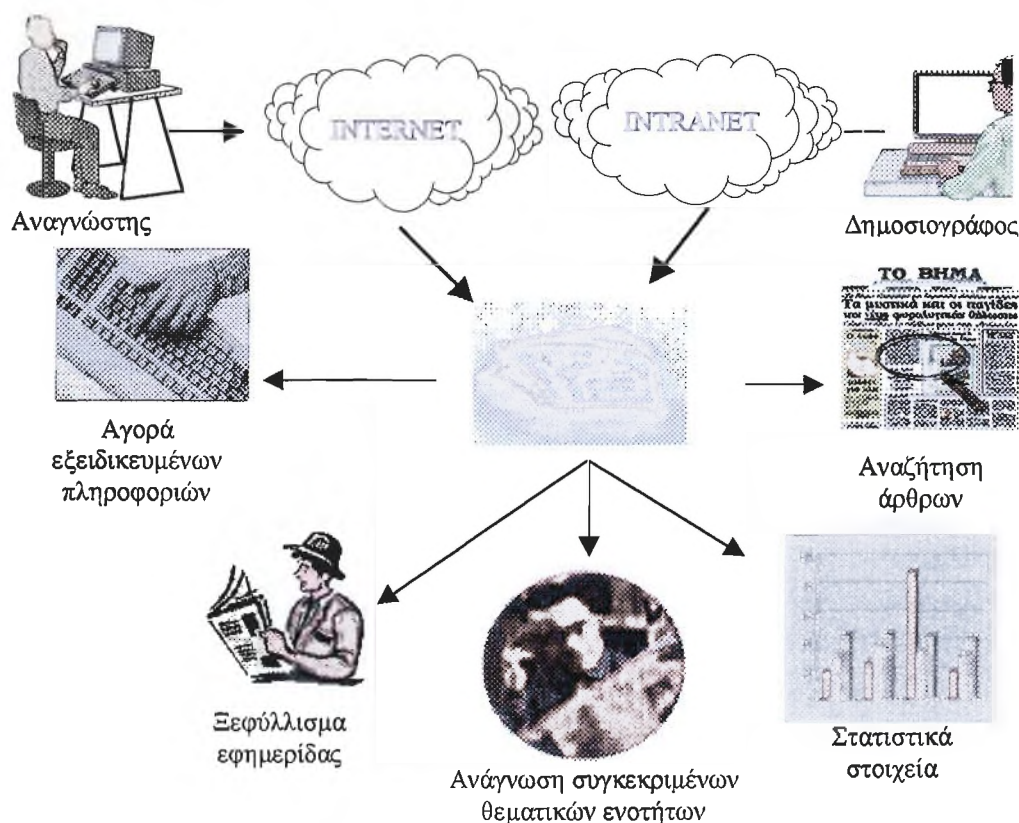
---Δυνατότητες για τους χρήστες

Μία on-line εφημερίδα θα πρέπει να παρέχει στους χρήστες τις παρακάτω δυνατότητες όπως φαίνεται και από το παρακάτω σχέδιο.

1. **Ανάγνωση της εφημερίδας από το Internet.** Αυτό είναι εφικτό με τη χρήση συνδέσμων υπερκειμένου (hypertext links) που συνδέουν τις σελίδες της εφημερίδας που εξάγονται στο Internet. Με την κατηγοριοποίηση των θεμάτων προσφέρεται πρόσθετη ευκολία για τους χρήστες-αναγνώστες. Ο αναγνώστης επιλέγει τη στήλη της εφημερίδας

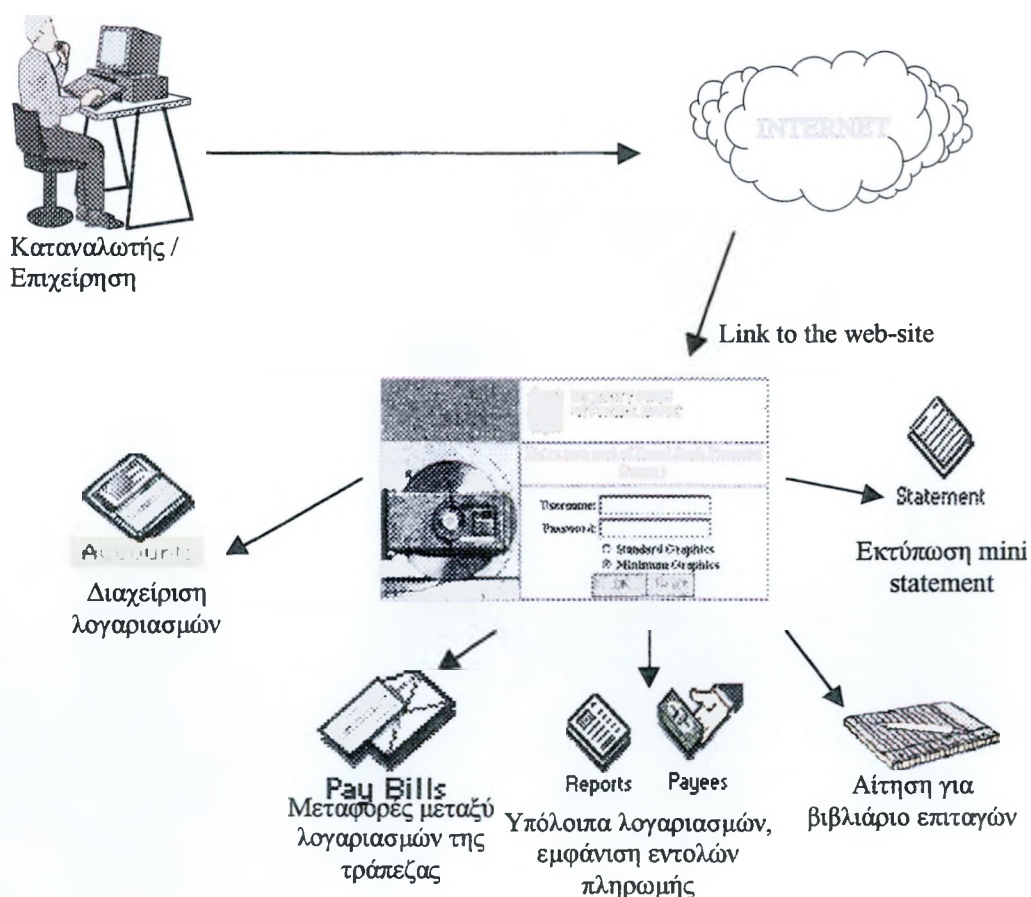
που θέλει να διαβάσει (π.χ στήλη οικονομικών ή πολιτικών ή οικολογικών θεμάτων).

2. **Αναζήτηση υλικού της εφημερίδας.** Η on-line εφημερίδα προσφέρει γρήγορη πρόσβαση στην κρίσιμη πληροφορία με την γρήγορη ανεύρεση της πληροφορίας βάσει μηχανισμών αναζήτησης.
3. **Εκμετάλλευση των στατιστικών στοιχείων και αρχείων της εφημερίδας.** (π.χ Άρθρα παλαιότερων εκδόσεων, αρχείο φωτογραφιών κλπ.)
4. **Εξειδικευμένη πληροφόρηση.** Συνήθως οι αναγνώστες μιας εφημερίδας στο Internet διαβάζουν επιλεκτικά ξεκινώντας από τα θέματα που τους ενδιαφέρουν περισσότερο. Ο τρόπος αυτός καταγράφεται είτε αυτόματα είτε με ενέργειες του χρήστη. Μέσω ενός αυτόματου μηχανισμού καταγραφής δεδομένων (data mining) ανάλογα και με τις επιλογές του καταναλωτή δημιουργείται μία προσωπική εφημερίδα που περιέχει τις επιλογές του χρήστη από το σύνολο των παρεχόμενων πληροφοριών.
5. **Αυτόματη ενημέρωση on-line.** Μία on-line εφημερίδα μπορεί να συλλέγει δυναμικά την κρίσιμη πληροφορία και να την αποστέλλει μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στον ενδιαφερόμενο. (www.ekonomist.com)
6. **Παροχή πρόσθετων υπηρεσιών.** Παράδειγμα τέτοιων υπηρεσιών είναι οι μικρές αγγελίες και οι ανακοινώσεις που είναι απαραίτητο στοιχείο μιας εφημερίδας.



Ηλεκτρονικές Τραπεζικές Υπηρεσίες

Ο καταναλωτής – επιχείρηση έχει πλέον τη δυνατότητα να διενεργεί τις τραπεζικές συναλλαγές του μέσω διαδικτύου με τον προσωπικό του υπολογιστή. Οι προσφερόμενες υπηρεσίες ξεκινούν από την δυνατότητα που έχει ο χρήστης να ελέγχει το υπόλοιπο του τραπεζικού του λογαριασμού, την δυνατότητα να πληρώνει τους λογαριασμούς Δ.Ε.Η., Ο.Τ.Ε. και Ε.Υ.Δ.ΑΠ. Ακόμα μπορεί να ελέγχει τις τιμές των ξένων χαρτονομισμάτων, του συναλλάγματος, τις τιμές των επιλεγμένων μετοχών του Χρηματιστηρίου Αθηνών, να εντοπίζει και να ελέγχει την κατάσταση των δανείων του από την Τράπεζα και να πληρώνει τις δόσεις του δανείου. Μπορεί να έχει αναλυτική καταγραφή των λογαριασμών που διεξήγαγε σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Μπορεί να αποστέλλει μέσω Internet αίτηση για τη λήψη οποιουδήποτε καταναλωτικού δανείου ή ακόμα και να εκδίδει block επιταγών έχοντας την δυνατότητα να ελέγχει το ύψος των καταθέσεών του και να τα συγκρίνει με το ύψος των εκδοθέντων επιταγών.



Τουριστικές Υπηρεσίες στο Internet

Ο κλάδος του τουρισμού αποτελεί ένα από τους σημαντικότερους επιχειρηματικούς κλάδους στην Ελλάδα. Ήταν ένας από τους πρώτους επιχειρηματικούς τομείς που αξιοποίησε τις δυνατότητες του Internet. Τα τουριστικά γραφεία αποτελούν τον ενδιάμεσο φορέα μεταξύ των τουριστικών προμηθευτών και των καταναλωτών. Πολλά τουριστικά πρακτορεία στο Internet παρουσιάζουν μια στατική ιστοσελίδα η οποία περιέχει την επωνυμία του τουριστικού πρακτορείου, την πραγματική του διεύθυνση και μερικές φορές μια ηλεκτρονική διεύθυνση επικοινωνίας. Στην περίπτωση αυτή η χρησιμοποίηση του Internet γίνεται για καθαρά διαφημιστικούς σκοπούς.

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν όσα πρακτορεία προσφέρουν και τουριστικές υπηρεσίες δηλαδή κάποιο πληροφοριακό σύστημα το οποίο χρησιμοποιείται για την εξυπηρέτηση των πελατών – τουριστών και παρέχει τουριστικές πληροφορίες, υπηρεσίες κράτησης και υπηρεσίες διαχείρισης συστήματος.

Στην περίπτωση που το πρακτορείο παρέχει υπηρεσίες τουριστικών πληροφοριών περιλαμβάνει τουριστικά πακέτα, ξενοδοχεία, μεταφορικά μέσα, κρουαζιέρες, εισιτήρια (αεροπορικά, ακτοπλοϊκά κλπ.)

Όταν παρέχει υπηρεσίες κράτησης, αυτές γίνονται με ειδικές φόρμες (On line ή με συμβατικό τρόπο επικοινωνίας). Επίσης παρέχει επικοινωνία με τον πελάτη μέσω e-mail. Το τουριστικό πρακτορείο μπορεί να προσφέρει λεπτομερειακή πληροφόρηση στον χρήστη - πελάτη και συγκεκριμένα προβάλλει εικόνες και video από την τουριστική περιοχή μέσω της ιστοσελίδας.

---Τεχνολογίες που είναι απαραίτητες για την υλοποίηση ενός συστήματος τουριστικού πρακτορείου στο Internet.

Web-server → Αποτελεί βασικό υποσύστημα για την εξαγωγή τουριστικών πληροφοριών που είναι καταχωρημένες στη βάση δεδομένων στο Internet.

Web-forms → Για την ανάπτυξη Web-forms (φόρμες αναζήτησης, εγγραφής, κρατήσεων κλπ.) είναι απαραίτητη η χρήση τεχνολογίας Web-forms. Επιπλέον για τη πιο ασφαλή ανάπτυξη δεδομένων μεταξύ πελατών και τουριστικού γραφείου μπορεί να χρησιμοποιηθεί και τεχνολογία S.S.L. (Secure Sockets Layer) σε συνδυασμό με Java. Μέσω της τεχνολογίας Web-Forms θα υλοποιηθεί και η διεπαφή μεταξύ των προμηθευτών των τουριστικών υπηρεσιών και του ταξιδιωτικού γραφείου. Συγκεκριμένα οι προμηθευτές θα έχουν την δυνατότητα μέσω ηλεκτρονικών φορμών να

ενημερώνουν το σύστημα αλλά και να παρακολουθούν τις κρατήσεις, τους πελάτες τους κλπ.

Multimedia database → Στην βάση δεδομένων θα είναι καταχωρημένες σε multimedia μορφή (εικόνα, ήχος και video) όλες οι τουριστικές πληροφορίες έτσι ώστε ο τελικός καταναλωτής να έχει μια πλήρη εικόνα και ενημέρωση για τα τουριστικά προϊόντα.

Υποσύστημα πληρωμών → Η πληρωμή μεταξύ των καταναλωτών και του τουριστικού γραφείου μπορεί να διεξάγεται μέσω συστημάτων πληρωμών με πιστωτικές κάρτες ή ηλεκτρονικό χρήμα. Για το σκοπό αυτό πρέπει να υπάρχει η απαραίτητη υποδομή τόσο στην επιχείρηση όσο και στην τράπεζα που διεξάγει τις τραπεζικές συναλλαγές.

Data mining και OLAP → Οι τεχνολογίες αυτές μπορεί να χρησιμοποιηθούν για την ανάλυση των στοιχείων που συλλέγονται από το σύστημα και αφορούν κυρίως τους πελάτες και τις κρατήσεις. Με τον τρόπο αυτό η επιχείρηση μπορεί να αναλύσει την αγοραστική συμπεριφορά των πελατών της και να προχωρήσει σε προβλέψεις, ανανέωση των προϊόντων και των προσφορών της κλπ.

Επιχείρηση προς επιχείρηση

Ο τομέας αυτός στοχεύει στην απλοποίηση των διαδικασιών των συναλλαγών των επιχειρήσεων, στον έλεγχο του ύψους αποθέματος, τις προμήθειες των προϊόντων, την αποστολή τιμοκαταλόγων, την παραγγελιοδοσία, τη λήψη του τιμολογίου και των εγγράφων που συνοδεύουν τα εμπορεύματα, τη διαχείριση των πληρωτέων λογαριασμών, την αποστολή εντολών πληρωμής και τη λήψη των προϊόντων.

Χαρακτηριστικά πλεονεκτήματα εφαρμογών Η.Ε. για τις επιχειρήσεις και για τους καταναλωτές.

Πλεονεκτήματα για τις επιχειρήσεις:

Η επιχείρηση η οποία αναπτύσσει εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου παρουσιάζει βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα. Αναλυτικά τα πλεονεκτήματα που αποκομίζει είναι τα ακόλουθα:

1. Η δυνατότητα των επιχειρήσεων να **προβάλλονται και να δραστηριοποιούνται παγκοσμίως και όλο το 24^{ωρο} 7 ημέρες την εβδομάδα** (γεωγραφική διεύρυνση της πελατειακής βάσης) χωρίς να είναι απαραίτητη η φυσική τους παρουσία στη χώρα της συναλλαγής, αποτελεί όφελος του ηλεκτρονικού εμπορίου. Είναι πολύ δαπανηρό για ένα αντίστοιχο μαγαζί με «φυσική» υπόσταση να λειτουργήσει κάτω από τέτοια ωράρια. Παλαιότερα, την παγκόσμια παρουσία στις αγορές μπορούσαν να πραγματοποιήσουν μόνο οι μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις, ενώ οι μικρότερες επιχειρηματικές μονάδες ήταν υποχρεωμένες να πωλούν τα αγαθά τους σε τοπικές αγορές. Το ηλεκτρονικό εμπόριο δίνει την ευκαιρία και τη δυνατότητα στις μικρές επιχειρήσεις να αναπτυχθούν παγκοσμίως.
2. Η μεγαλύτερη προσφορά του Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι η **σημαντική μείωση του κόστους και του χρόνου προώθησης προϊόντων και διεκπεραίωσης των συναλλαγών με άλλες επιχειρήσεις**. Κάθε ηλεκτρονική συναλλαγή κοστίζει πολύ λιγότερο από τη φυσική συναλλαγή. Π.χ. Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail) κοστίζει ελάχιστα μπροστά στο κόστος μιας τηλεφωνικής επικοινωνίας και ακόμα λιγότερο από μια φυσική συνάντηση. Το μέσο παγκόσμιο κόστος τραπεζικών συναλλαγών στοιχίζει ένα δολάριο στο ταμείο, αλλά μόνο ένα cent με τη χρήση υπηρεσιών Internet.
3. **Μπορεί να δημιουργήσει νέες πωλήσεις-νέα κανάλια αγορών σε αγοραστικό κοινό που αδυνατεί να επισκεφτεί το κατάστημα για διάφορους λόγους**. Το Somerfield γνώρισε τη μεγαλύτερη αύξηση σε πωλήσεις στην αγορά του ηλεκτρονικού εμπορίου από όλους τους άλλους λιανέμπορους, αφού, ενώ στην αρχή εξυπηρετούσε κυρίως ηλικιωμένους πελάτες, τώρα έχει στο πελατολόγιό του και μητέρες με βρέφη, ανάπηρους και εργαζόμενους σε βιομηχανίες και εταιρίες που δεν μπορούν εύκολα να επισκεφτούν το Super Market, στους οποίους με το Η.Ε. παρέχεται η ευχέρεια να παραλαμβάνουν τα εμπορεύματα στην εταιρία που εργάζονται. Η αύξηση των μονογονέικων περιπτώσεων

καθώς και εκείνων που εργάζονται και οι δυο γονείς, οι αγορές από το σπίτι γίνονται απαραίτητη συνήθεια.

4. Σύμφωνα με τον καθηγητή P. Kotlet (The Friday report, Hoke Communications, 28 Ιουνίου 1996) το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί μεγάλη πρόκληση κυρίως για τους μικρούς λιανέμπορους αλλά και για τις νέες εταιρίες που βρίσκουν ένα νέο «πωλητή» ενώ παράλληλα προβλέπει ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο θα οδηγήσει στην σταδιακή μείωση του αριθμού του λιανεμπορικών εταιριών δηλαδή θα εξαφανιστούν οι μεσάζοντες που δεν είναι απαραίτητοι στις εμπορικές συναλλαγές. Στις περιπτώσεις μάλιστα που το προϊόν είναι τέτοιας φύσεως που μπορεί να μεταφερθεί ηλεκτρονικά, τότε μιλάμε για πλήρη εξαφάνιση των μεσαζόντων π.χ τομέας ψυχαγωγίας, μουσικής, video, εκδόσεις. Οι προμηθευτές μπορεί να έρθουν σε απευθείας επικοινωνία με τον πελάτη χωρίς την παρεμβολή ενδιαμέσων και να παρακάμψουν ένα μεγάλο μέρος προμηθευτών στην αλυσίδα της προστιθέμενης αξίας.
5. **Βελτιώνει την εικόνα (image)** του λιανέμπορου μέσω της χρήσης της νέας τεχνολογίας και ταυτόχρονα μπορεί να βελτιώσει την πολιτική εξυπηρέτησης των πελατών. Ειδικότερα το Somerfield έχει δημιουργήσει ειδικό τμήμα εξυπηρέτησης πελατών για παραγγελίες στο σπίτι στο οποίο έχουν παρουσιαστεί και τα λιγότερα παράπονα μια και η επιχείρηση προσέχει περισσότερο την ποιότητα των προϊόντων της. Αφενός η επικοινωνία μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτή είναι άμεση, η επιχείρηση εύκολα μπορεί να συγκεντρώσει τις αδυναμίες και τα ελαττώματα των προϊόντων της στέλνοντας ηλεκτρονικές φόρμες τις οποίες και θα ζητά από τους καταναλωτές να τις συμπληρώσουν και αφετέρου ο καταναλωτής μπορεί να παραπονεθεί και να διατυπώσει τη γνώμη του για το προϊόν ή την προσφερόμενη υπηρεσία γεγονός που θα βελτιώσει την ποιότητα των αγαθών. Επιπλέον το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι ένας νέος τρόπος συναλλαγής, γεγονός που αυξάνει την υπευθυνότητα στους επιχειρηματίες για παροχή καλύτερης ποιότητας προϊόντων και τους καθιστά ιδιαίτερα προσεχτικούς στο να διατηρήσουν καλό «όνομα» που θα τους εδραιώσει στο χώρο των online συναλλαγών.
6. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο αποτελεί μέσο πληροφόρησης. Στις ηλεκτρονικές ιστοσελίδες υπάρχουν για όλα τα προϊόντα λεπτομερείς περιγραφές και πληθώρα φωτογραφιών. Η βρετανική αλυσίδα τροφίμων Tesco παρουσιάζει στο Internet συγκριτικούς πίνακες με τιμές των προϊόντων της όπου φαίνεται πως είναι αρκετά πιο φτηνή έναντι άλλων ομοειδών εταιριών. Ο καταναλωτής έτσι πολύ εύκολα και γρήγορα με ένα κλικ μπορεί να συγκρίνει τις τιμές των προϊόντων

μεταξύ των διαφόρων καταστημάτων για παρόμοια προϊόντα τόσο στο εσωτερικό της χώρας του αλλά και στις χώρες της Ε.Ε αφού οι τιμές είναι εύκολα συγκρίσιμες με το ΕΥΡΩ.

7. Άλλα σημαντικά πλεονεκτήματα είναι η **ταχύτητα και η απλοποίηση των συναλλαγών** είτε με τους κρατικούς φορείς (τελωνεία) είτε με άλλες επιχειρήσεις, η **άμεση εξυπηρέτηση, η ελάττωση των λαθών** με την μικρότερη χρήση του ανθρώπινου παράγοντα.
8. Μέσω του Internet οι επιχειρήσεις έχουν άμεση σύνδεση με τους πελάτες, προμηθευτές ή διανομείς τους. Πραγματοποιείται **καλύτερη επικοινωνία** μεταξύ πελάτη-προμηθευτή, **καλύτερος έλεγχος αποθεμάτων** και καλύτερος καταμερισμός επιχειρηματικών διαδικασιών.
9. Νέες ευκαιρίες χρηματοδότησης. Το Η.Ε. λόγω της παγκοσμιότητάς του θα μπορέσει να αναζητήσει πηγές χρηματοδότησης και εκτός της Ελλάδος.
10. Μέσω του Η.Ε. αναπτύσσονται νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες. Συγκεκριμένα η γνωστή μηχανή αναζήτησης **Yahoo** εκτός από την παροχή πληροφοριών μέσω των βάσεων της έχει αναπτύξει διαφόρων ειδών υπηρεσίες όπως φιλοξενία εμπορικών ιστοσελίδων (on-line hosting) όπου μπορεί κάθε επιχείρηση να αναπτύξει εμπορικές συναλλαγές. Άλλο παράδειγμα αποτελεί αεροπορική εταιρία η οποία εκτός από κράτηση εισιτηρίων (on-line booking) παρέχει και υπηρεσίες ταξιδιωτικού γραφείου (travel-agency).

Πλεονεκτήματα για τους καταναλωτές:

1. Το ηλεκτρονικό εμπόριο ωφελεί και τον καταναλωτή διότι του παρέχει την δυνατότητα μεγαλύτερης επιλογής σε παγκόσμιο επίπεδο όταν το προϊόν δεν έχει τοπική εξάρτηση π.χ ένα Αγγλικό βιβλίο μπορεί κανείς να το αγοράσει από οποιοδήποτε ηλεκτρονικό διεθνές βιβλιοπωλείο. Αλλά και στην αντίθετη περίπτωση όπου το προϊόν καταναλώνεται συνήθως από τους ντόπιους (παραδοσιακή μουσική, νησιώτικα, δημοτικά κλπ.) παρατηρήθηκε ζήτηση από αλλοδαπούς καταναλωτές αγορά που δεν μπορούσαν να πραγματοποιήσουν στην πατρίδα τους. Ο καταναλωτής εξοικονομεί πολύτιμο χρόνο και κυρίως για κείνους που ζουν σε μεγάλες πόλεις όπου ο ελεύθερος χρόνος έχει μειωθεί. Υπάρχουν καταναλωτές που θα προτιμούσαν να είχαν στην διάθεσή τους κάποιο χρόνο ξεκούρασης ειδικά όταν η αγορά αφορά τυποποιημένα προϊόντα όπως είδη σπιτιού, τρόφιμα, βιβλία κλπ. Δεν είναι λίγοι εκείνοι που θα προτιμούσαν Παρασκευή απόγευμα ή

Σάββατο πρωί να απολαμβάνουν τον ελεύθερο χρόνο τους με έναν τρόπο διαφορετικό από το να χάνουν πολύτιμο χρόνο πηγαίνοντας με το αυτοκίνητό τους στο Super Market. Αν μάλιστα συνδυαστεί να μεταφέρονται τα τυποποιημένα προϊόντα στο σπίτι του καταναλωτή τότε αυτός εύκολα θα τα παραγγέλλει και θα τα πληρώνει μέσω του υπολογιστή του. Άλλο ένα πλεονέκτημα είναι ότι μπορεί ο καταναλωτής να συγκρίνει τις τιμές μεταξύ των διαφόρων καταστημάτων για παρόμοια προϊόντα πολύ γρήγορα. Επίσης εύκολα με ένα «κλικ» μπορεί να βρεθεί σε ένα άλλο κατάστημα και να μορφώσει αμέσως μια γρήγορη γνώμη για τις τιμές, όταν μάλιστα του προσφέρονται μέσω του site πλήρεις περιγραφές και φωτογραφίες των προϊόντων.

2. Υπάρχει η δυνατότητα επιστροφής χρημάτων αν ο πελάτης δεν μείνει ευχαριστημένος (Money back guarantee). Για αυτήν την περίπτωση υπάρχει λύση που εφαρμόζεται από χρόνια στο εξωτερικό. Αν δεν αρέσει ένα προϊόν, που μόλις αγόρασε ο καταναλωτής από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, παρέχεται η ευχέρεια επιστροφής του προϊόντος και αντίστοιχα το κατάστημα επιστρέφει τα χρήματα του καταναλωτή.
3. Αν λάβουμε υπόψη ότι το λειτουργικό κόστος ενός on-line καταστήματος είναι αρκετά μικρότερο από αυτό των αντίστοιχων καταστημάτων τούτο σημαίνει ότι τα προϊόντα που θα βρούμε στο on-line κατάστημα θα είναι φθηνότερα από το να τα αγοράζαμε σε κάποιο μαγαζί της περιοχής μας.

Προβλήματα που εμφανίζονται στην εξάπλωση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου

1. Ένα από τα σπουδαιότερα προβλήματα στην εξάπλωση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι το «Θέμα της Ασφάλειας των on-line συναλλαγών». Μία πρόσφατη έρευνα (Δεκέμβρης 1998) απεφάνθη ότι το 89% των χρηστών θεωρούν ότι οι on-line συναλλαγές δεν είναι αρκετά ασφαλείς και έχουν αρκετούς ενδοιασμούς στο να χρησιμοποιούν τις πιστωτικές τους κάρτες, φοβούμενοι πιθανή υποκλοπή. Το θέμα της ασφάλειας θα αναπτυχθεί σε ξεχωριστό κεφάλαιο.
2. Ένας ακόμα σημαντικός λόγος που γίνεται εμπόδιο στην εξάπλωση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι και το γεγονός ότι μέχρι σήμερα στα διάφορα on-line καταστήματα δεν υπάρχουν αρκετά κίνητρα ώστε να παρακινήσουν τον καταναλωτή να πραγματοποιήσει αγορές μέσω του δικτύου. Τέτοια κίνητρα μπορεί να είναι μια έκπτωση στα προϊόντα συγκεκριμένης ποσότητας, ή ένα bonus αν συμπληρώσει κάποιο συνολικό ποσό αγορών. Σύμφωνα με μελέτες της Jupiter μόλις το 16% των on-line αγορών συνοδεύεται από κάποιο bonus-δώρο.
3. Ένας ακόμα αρνητικός παράγοντας για τη εξάπλωση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι το έλλειμμα τεχνογνωσίας που παρατηρείται στο χώρο αυτόν. Όπως παρατηρεί ο καθηγητής του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθήνας Γ. Δουκίδης «όσο πιο σύντομα εξαιρεθούν αυτές οι αδυναμίες τόσο πιο γρήγορα θα αναπτυχθεί στη χώρα μας το Ηλεκτρονικό Εμπόριο».

Πώς οργανώνεται ένα ηλεκτρονικό κατάστημα

Στον χώρο του εμπορίου εδώ και δύο τρία χρόνια έχει συντελεστεί μία επανάσταση. Αναφερόμαστε στο ηλεκτρονικό εμπόριο ή με άλλες λέξεις στο On line εμπόριο μέσω Internet.

Ένα βασικό στοιχείο που πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη κατά το στάδιο του σχεδιασμού και της ανάπτυξης κάθε ηλεκτρονικού καταστήματος είναι το γεγονός πως το ηλεκτρονικό εμπόριο αν και βασίζεται σε τεχνολογίες αιχμής πρέπει να προσαρμοστεί στις πρακτικές που διέπουν μέχρι σήμερα τις μεθόδους πώλησης και να μην προσπαθήσει να ανατρέψει παλαιά κατεστημένα. Και συγκεκριμένα :

1. Μία επιχείρηση προτού αποφασίσει να προχωρήσει σε ηλεκτρονικές εμπορικές συναλλαγές πρέπει να διερευνήσει αν η τεχνολογία μπορεί να εφαρμοστεί στη συγκεκριμένη επιχείρηση και ποιος είναι ο βαθμός

δυσκολίας. Μία εταιρία που εμπορεύεται άυλα προϊόντα π.χ λογισμικό, είναι δυνατόν να υιοθετήσει πιο εύκολα την νέα τεχνολογία έναντι ενός καταστήματος που εμπορεύεται υλικά αγαθά λόγω της φύσεως του προϊόντος. Καταστήματα που παρέχουν «πακέτα» προϊόντων εξυπηρέτησης δηλαδή πωλήσεις που περιλαμβάνουν παράδοση, συσκευασία και υπηρεσίες συντήρησης και βασίζονται σε προϊόντα με ποιότητα είναι σε θέση να αναπτυχθούν ανταγωνιστικά. Επιπλέον εάν η εταιρία χρησιμοποιεί ήδη κάποιο δίκτυο Intranet έχοντας τη βασική αυτή υποδομή ευκολότερα μπορεί να προχωρήσει στην υλοποίηση ενός Online shop. Οι επιχειρήσεις που έχουν εξοικειωθεί με τις νέες τεχνολογίες θα αντιμετωπίσουν λιγότερες δυσκολίες.

2. Από τη στιγμή που η διοίκηση της επιχείρησης αποφασίσει την εισαγωγή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, θα πρέπει να γνωρίζει ότι θα προχωρήσει σε προσλήψεις υπαλλήλων με εξειδικευμένες γνώσεις της τεχνολογικής υποδομής του Η.Ε. Εξειδικευμένες γνώσεις επίσης και στους τομείς της τεχνο-οργανωτικής υποστήριξης των τεχνικών πώλησης και προώθησης για συγκεκριμένο προϊόν. Επίσης οι ήδη υπάρχοντες υπάλληλοι θα πρέπει να εξοικειωθούν στις νέες τεχνολογίες.
3. Όπως στο παραδοσιακό κατάστημα ο πελάτης προσπαθεί να βρει εκείνο που ζητάει και ο έμπορος προσπαθεί να του προσφέρει όλο και μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων, έτσι και σε μια ηλεκτρονική βιτρίνα πρέπει να παρουσιάζεται ποικιλία προϊόντων ώστε να μην προδιαθέτει αρνητικά τον πελάτη ώστε να επιτευχθεί η πώληση.
4. Το ηλεκτρονικό κατάστημα πρέπει να διευκολύνει τον καταναλωτή στην περίπτωση που εκείνος δεν μπορεί να αποφασίσει αμέσως την αγορά ενός αγαθού αν δεν το δοκιμάσει προηγουμένως. Εάν για παράδειγμα ο καταναλωτής προτίθεται να αγοράσει ένα κουστόμι η ιστοσελίδα στο Internet πρέπει να του παρέχει πληροφορίες σχετικές σε ποια χρώματα διατίθεται, ποια είναι η ποιότητα του υφάσματος, ποια η προτεινόμενη τιμή κλπ. Η περιήγηση του καταναλωτή σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα πριν την τελική του αγορά τον βοηθά ώστε, με την ησυχία του, να κάνει τις αγορές του αργότερα.
5. Κατά την σχεδίαση των σελίδων πρέπει να προσεχθεί ώστε οι ιστοσελίδες, να είναι μικρές σε όγκο (bytes), έτσι ώστε το «κατέβασμα» δηλαδή το download της σελίδας στον υπολογιστή του χρηστή-καταναλωτή να γίνεται γρήγορα και να μην τον κουράζει. Οι ιστοσελίδες πρέπει να είναι πλούσιες σε πληροφορίες για τα προϊόντα αλλά και εύκολα αναγνώσιμες. Η πλοήγηση στο εσωτερικό της ιστοσελίδας κατά τη διάρκεια της προόδου της συναλλαγής πρέπει είναι εύκολα αντιληπτή στο μέσο καταναλωτή έτσι ώστε να μην κουράζεται και εγκαταλείπει την

αγορά. Το πρόβλημα αυτό επιδεινώνεται διότι οι προσφερόμενες ταχύτητες σύνδεσης στην Ελλάδα είναι σχετικά χαμηλές.

Όπως ένα καλό βιβλίο χρειάζεται ένα εύχρηστο ευρετήριο για να γίνεται από τον αναγνώστη εύκολη η ανεύρεση του θέματος που τον απασχολεί, έτσι κατά τον ίδιο τρόπο στα on-line καταστήματα πρέπει η πλοήγηση να είναι εύκολη, ώστε εύκολα να βρίσκει ο καταναλωτής τα προϊόντα που θέλει. Σύμφωνα με έρευνα που έγινε από το “Zona Research” το 69% των καταναλωτών που πραγματοποιούν on-line αγορές, έχουν εγκαταλείψει στη μέση τις αγορές τους, τουλάχιστον μία φορά το μήνα επειδή βρέθηκαν σε σελίδα (site) η οποία τους κούρασε και τους άγχωσε στην προσπάθειά τους να βρουν αυτό που έψαχναν.

6. Η τεχνολογία που πρέπει να χρησιμοποιείται στο ηλεκτρονικό εμπόριο πρέπει να παρέχει τέτοιες μεθόδους, ώστε, κάθε πελάτης να εμφανίζεται σαν μια ξεχωριστή μονάδα ώστε **ο καταστηματάρχης να αναγνωρίζει την ταυτότητα του πελάτη** όχι τόσο ως προς τα προσωπικά του στοιχεία αλλά κυρίως όσον αφορά τις αγοραστικές του συνήθειες. Με αυτόν τον τρόπο η επιχείρηση, με την υποστήριξη που της παρέχει η τεχνολογία του Η.Ε., μπορεί να αναπτύξει προσωπικό Marketing στον κάθε καταναλωτή. Επιπλέον ο πελάτης - επισκέπτης ενός ηλεκτρονικού καταστήματος διευκολύνεται αφάνταστα όταν, κατά την είσοδό του στην ηλεκτρονική σελίδα του καταστήματος, του εμφανίζονται μόνο προϊόντα και υπηρεσίες που είναι διαμορφωμένες σύμφωνα με τις προτιμήσεις του. Στη σελίδα αυτή μπορεί να υπάρχουν πληροφορίες με τα προϊόντα που έχει αγοράσει μέχρι την τελευταία του επίσκεψη, νέα προϊόντα που ταιριάζουν στις αγοραστικές του συνήθειες ακόμα και προσφορές που γίνονται σε αυτόν.
7. Η οργάνωση ενός Ηλεκτρονικού Καταστήματος σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις που δεν έχουν δυνατότητες να ανταπεξέλθουν το τεχνικό – οργανωτικό κόστος, χρειάζεται να εξετάσουν τις δυνατότητες συμμαχίας με άλλες επιχειρήσεις ή να κάνουν εξειδικευμένο Marketing (Niche Marketing) προκειμένου να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητά τους είτε να διεισδύσουν σε αγορές απομακρυσμένων γεωγραφικών περιοχών.
8. Οι επιχειρηματίες των on-line καταστημάτων θα πρέπει να δίνουν κίνητρα στους καταναλωτές, όπως κάποιο δώρο ή κάποια έκπτωση αν αγοράσει κανείς κάποια συγκεκριμένη ποσότητα από ένα προϊόν. Άλλωστε για να προτιμηθεί ο καινούριος τρόπος συναλλαγής ο οποίος, όπως αναφέρθηκε έχει λειτουργικό και συναλλακτικό κόστος μικρότερο, πρέπει οπωσδήποτε οι επιχειρηματίες να συνοδεύουν τη αγορά με κάποιο δώρο.

9. Ένα σοβαρό on-line κατάστημα θα πρέπει στη σελίδα του να αναφέρει στον καταναλωτή (χρήστη) ποια είναι τα λεπτομερή έξοδα αποστολής των προϊόντων που έχει παραγγείλει, γιατί, πολλές φορές, το ύψος των εξόδων αυτών κάνει ασύμφορη την συναλλαγή. Ο καταναλωτής πρέπει να γνωρίζει το κόστος εκ των προτέρων. Πολλά on-line καταστήματα δεν ενημερώνουν καθόλου τον καταναλωτή και άλλα ενημερώνουν αφού ο καταναλωτής έχει δώσει στοιχεία της πιστωτικής του κάρτας. Επίσης το site θα πρέπει να ενημερώνει και να διαβεβαιώνει τον καταναλωτή πριν προβεί αυτός στην αγορά (πριν πατήσει το πλήκτρο που λέει προχωρήστε στην αγορά) ότι το site υποστηρίζει τις ασφαλείς συναλλαγές. Το site επίσης πρέπει να ενημερώνει τον καταναλωτή ποια είναι η φυσική διεύθυνση της εταιρίας τα τηλέφωνα της και τα fax έτσι ώστε, αν κάτι δεν πάει καλά στην συναλλαγή, να έχει την δυνατότητα φυσικής επικοινωνίας ο καταναλωτής με τους υπεύθυνους της εταιρίας.

Ηλεκτρονικό Εμπόριο και απασχόληση

Με το ηλεκτρονικό εμπόριο δημιουργούνται νέα επαγγέλματα που θα έχουν σχέση με την πληροφορική. Θα έχουμε μεγαλύτερη ζήτηση σε προγραμματιστές και χειριστές ηλεκτρονικών υπολογιστών ώστε τα άτομα αυτά, με κατάλληλες γνώσεις Marketing, θα είναι σε θέση **να προωθήσουν** τα προϊόντα και τις υπηρεσίες μέσω Internet και γενικότερα στα δίκτυα (ηλεκτρονική προώθηση προϊόντων – Web promoter) **να παρακολουθήσουν** τους ανταγωνιστές τους, **να επικοινωνήσουν** με τους πελάτες και **να διαχειριστούν τις πληροφορίες**. Οι ήδη εργαζόμενοι στις διάφορες επιχειρήσεις πρέπει να βελτιώσουν τις ικανότητές τους και τις γνώσεις τους στις νέες τεχνολογίες. Η παραδοσιακοί πωλητές στο κατάστημα θα μειωθούν και πολλές θέσεις εργασίας παραδοσιακές θα καταργηθούν. Τα ωράρια εργασίας και η ζήτηση παροχής υπηρεσιών θα γίνεται σε 24^{ωρη} βάση. Οι νέοι υπάλληλοι θα πρέπει να έχουν ανώτερα και εξειδικευμένα προσόντα, οι δε εργοδότες αναμένονται να προσφέρουν υψηλότερες αμοιβές για υπαλλήλους με γνώσεις στον τομέα της τεχνολογικής υποδομής του ηλεκτρονικού εμπορίου καθώς επίσης στους τομείς της τεχνοοργανωτικής υποστήριξης των τεχνικών πώλησης και προώθησης για συγκεκριμένο προϊόν και τομέα αγοράς. Η **αυτο-υποκίνηση** (self- motivation), η **αυτονομία καθηκόντων**, η **ικανότητα εργασίας με γνώμονα τα αποτελέσματα** (και όχι με προκαθορισμένα καθήκοντα και ρόλους όπως στο παρελθόν) καθώς και ο **αυξημένος επαγγελματισμός** θα αποτελέσουν τους αναγκαίους παράγοντες αξιολόγησης για τα άτομα που θα ασχοληθούν στο μέλλον στον τομέα του εμπορίου.

Το θέμα της ασφάλειας στις ηλεκτρονικές συναλλαγές

Το μεγάλο πρόβλημα που ανακύπτει στις ηλεκτρονικές συναλλαγές είναι φυσικά το ζήτημα της ασφάλειας, το οποίο αποτελεί για πολλά άτομα τον κυριότερο ανασταλτικό παράγοντα για να προχωρήσουν σε ηλεκτρονικές συναλλαγές. Λιγότερο από το 30% των ανθρώπων που ρωτήθηκαν σε μία πρόσφατη έρευνα της εταιρίας Ernst & Young (1998) απάντησαν πως αισθάνονται ασφάλεια όταν κάνουν αγορές με τη χρήση πιστωτικών καρτών μέσω Internet. Κάθε μέρα όμως το Internet γίνεται ασφαλέστερο και οι εταιρίες προηγμένης τεχνολογίας βελτιώνουν όλο και περισσότερο τον παράγοντα ασφάλεια. Οι εκατοντάδες περιπτώσεις παραβιάσεων σε συστήματα υψηλής ασφαλείας από hackers, πολλές από τις οποίες έχουν γίνει πρωτοσέλιδα σε εφημερίδες όλου του κόσμου, έχουν δημιουργήσει την εντύπωση ότι δεν υπάρχει ασφάλεια στο Internet. Πρόκειται για μια σχετικά λανθασμένη εντύπωση καθώς, αυτή τη στιγμή, υπάρχουν στην αγορά και συστήματα που εγγυώνται την ασφάλεια του προσωπικού απορρήτου. Βέβαια, θεωρητικά ο κίνδυνος για κλοπή προσωπικών στοιχείων υπάρχει, στην πραγματικότητα όμως είναι σημαντικά μικρότερος. Στο συγκεκριμένο ζήτημα τη λύση δεν αποκλείεται να δώσει το SET (Secure Electronic Transaction), ένα πρότυπο κρυπτογράφησης στοιχείων το οποίο θεωρείται ότι προσφέρει μεγαλύτερη ασφάλεια στη διενέργεια των συναλλαγών. Στην ανάπτυξη του Secure Electronic Transaction, συμμετέχουν η VISA και η MASTERCARD (δύο από τις μεγαλύτερες εταιρείες έκδοσης πιστωτικών καρτών) καθώς επίσης και κολοσσοί από το χώρο της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών όπως η IBM, η MICROSOFT, η NETSCAPE και η GTE.

Όσο πιο σύγχρονες είναι οι παραπάνω εφαρμογές τόσο περισσότερες δυνατότητες προσφέρουν στον καταστηματάρχη και στον χρήστη. Προκειμένου να ξεπεραστεί το πρόβλημα της μη εξασφάλισης εκατό τοις εκατό ασφαλών ηλεκτρονικών συναλλαγών, πρέπει οι καταστηματάρχες να φροντίσουν για τη σωστή ενημέρωση αλλά και την κάλυψη των πελατών τους σε περίπτωση που προκύψει κάποιο πρόβλημα. Πάντως, ο καταναλωτής-χρήστης του Internet, πρέπει να γνωρίζει ότι τα στοιχεία της πιστωτικής του κάρτας την οποία χρησιμοποιεί για να κάνει μια ηλεκτρονική συναλλαγή είναι το ίδιο εκτεθειμένα με το να τη δίνει στο σερβιτόρο ενός εστιατορίου ή στον ταμιά ενός καταστήματος. Εξάλλου, σημαντική διευκόλυνση για το μελλοντικό αγοραστή, συνιστά η δυνατότητα πληρωμής με αντικαταβολή καθώς, ειδικά για πωλήσεις στην

Ελλάδα, οι πιστωτικές κάρτες δεν έχουν την ίδια διάδοση με εκείνη στο εξωτερικό.

Εργασίες που έχουν πραγματοποιηθεί με σκοπό ένα συνετές παγκόσμιο ρυθμιστικό πλαίσιο στο Η.Ε. και το Νομικό Καθεστώς του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στην Ε.Ε

Στο νομοθετικό πλαίσιο που θα ισχύσει παγκόσμια επιβάλλεται να ληφθεί ιδιαίτερη μέριμνα για την προστασία του καταναλωτή ενόψει των νέων συνθηκών που ισχύουν στο εμπόριο στις οποίες πολλές φορές δεν υπάρχει προσωπική επαφή, και άρα προσωπική επιβεβαίωση, ούτε για την ποιότητα των πωλουμένων αγαθών, ούτε και για την αξιοπιστία του πωλητή. Συγκεκριμένα, πρόκειται για τη εξακρίβωση της ταυτότητας του πωλητή αλλά και του αγοραστή (ποιος είναι και εάν είναι αξιόπιστος), την αποζημίωση (τρόπος υποβολής επιτυχούς διαμαρτυρίας σχετικά με την ποιότητα του εμπορεύματος σε έναν πωλητή που βρίσκεται στην άλλη άκρη του κόσμου), την πληρωμή (εάν είναι ασφαλής η ηλεκτρονική πληρωμή και ποιος είναι υπεύθυνος για ενδεχόμενα προβλήματα) και τη νομική διαδικασία επίλυσης των διαφορών πωλητών – καταναλωτών (όπως π.χ ποια δικαστήρια είναι αρμόδια για την επίλυση μιας διαφοράς, διαιτησία online). Τα ζητήματα αυτά είναι σημαντικά τόσο για τους καταναλωτές όσο και για τους εμπόρους.

Ηδη έχουν γίνει σημαντικά βήματα από διάφορους διεθνείς οργανισμούς όπως ο ΠΟΕ (Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου), ο Ο.Ο.Σ.Α. (Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας & Ανάπτυξης), ο Παγκόσμιος Τελωνειακός Οργανισμός, η UNCTAD (Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για το Εμπόριο και την Ανάπτυξη), η UNCITRAL (Επιτροπή των Ηνωμένων Εθνών για το Διεθνές Εμπορικό Δίκαιο), ο Διακανονισμός Εμπορικών Πιστώσεων (Export Credits Arrangement) και το Συμβούλιο της Ευρώπης. Μέχρις ότου εξασφαλιστεί η θέσπιση και εφαρμογή παγκόσμιων κανόνων σε διάφορους τομείς η Ε.Ε πρέπει να δράσει προκειμένου να δημιουργήσει στην Ευρώπη μια πραγματικά ενιαία αγορά για το Η.Ε.

Το Νομικό πλαίσιο της Ε.Ε καθορίζεται από πολλές Οδηγίες που έχουν εκδοθεί μέχρι σήμερα για συναφή θέματα με το Ηλεκτρονικό Εμπόριο αλλά το Νομοθετικό Πλαίσιο για το Η.Ε. θα ρυθμίζεται πλέον από το τελευταίο νομοσχέδιο της Ε.Ε, νομοσχέδιο το οποίο αποτελεί την τελική πρόταση οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 18/11/1998, η οποία τελική πρόταση θα καταστεί Νόμος (Οδηγία) της Ε.Ε και θα ρυθμίζει τα θέματα του Η.Ε. με 23 Άρθρα.

Κατ' άρθρο σχολιασμός της τελικής Πρότασης – Οδηγίας της Ε.Ε.

Άρθρο 2 Ορισμοί

Σύμφωνα με το **άρθρο 2** παρ. α της παραπάνω προτάσεως – οδηγίας ως υπηρεσία της κοινωνίας των πληροφοριών, εννοείται «οποιαδήποτε υπηρεσία παρέχεται έναντι αμοιβής, με ηλεκτρονικά μέσα εξ' αποστάσεως και κατόπιν συγκεκριμένης παραγγελίας ενός αποδέκτη υπηρεσιών». Φορέας μπορεί να είναι είτε φυσικό ή νομικό πρόσωπο και αν πρόκειται για νομικό πρόσωπο μπορεί να αφορά οποιαδήποτε μορφή εταιρίας. (άρθρο 2 παρ. γ).

Η **εγκατάσταση του φορέα** παροχής υπηρεσιών είναι ο τόπος όπου ουσιαστικά ασκεί την οικονομική του δραστηριότητα μέσω μιας μόνιμης εγκατάστασης σε ένα άλλο κράτος – μέλος για απεριόριστη χρονική διάρκεια. (Απόφαση δικαστηρίου της 25/7/1991 σημείο 20 Υπόθεση C-221/89 Συλλογή 1991, σελ 1-3905). Δηλαδή σύμφωνα και με την νομολογία η εγκατάσταση ενός φορέα παροχής υπηρεσιών κρίνεται από ουσιαστικά κριτήρια όπου η επιχείρηση αναπτύσσει την οικονομική της δραστηριότητα και όχι με τεχνολογικά κριτήρια (δηλαδή εκεί όπου είναι η εγκατάσταση των τεχνικών μέσων) και όχι με τυπικά κριτήρια (απλό γραμματοκιβώτιο). Ο τόπος εγκατάστασης καθορίζει πιο είναι το αρμόδιο δικαστήριο σε περίπτωση διένεξης.

Σχετικά με τη δικαιοδοσία των δικαστηρίων του τόπου εγκατάστασης των φορέων παροχής υπηρεσιών έχουμε να παρατηρήσουμε ότι θα δημιουργήσει δυσχέρειες στην επιδίωξη των απαιτήσεων εκτός αν επιτραπεί διαφορετική ρύθμιση. Είναι πολύ δύσκολο για τον καταναλωτή που του πούλησαν ένα ακατάλληλο προϊόν να επιδιώξει π.χ στο Puerto Rico ή στην Αντίγκουα να βρει το δίκιο του επειδή η έδρα της εταιρίας βρίσκεται εκεί. Γι αυτό θα πρέπει η δικαιοδοσία των δικαστηρίων να είναι διάταξη ενδοτικού δικαίου όπου οι συμβαλλόμενοι να είναι ελεύθεροι να καθορίζουν μόνοι τους τα αρμόδια δικαστήρια. Αυτό συμφωνεί και με την ελευθερία των συμβάσεων.

Άρθρο 4 Αρχή της μη αναγκαίας προηγούμενης αδείας

Το δικαίωμα να παρέχει κάποιος υπηρεσίες Internet σε καμιά περίπτωση δεν εξαρτάται από τη χορήγηση κάποιας άδειας (άρθρο 4 παρ 1) εκτός αν η νομοθεσία του κράτους προβλέπει και απαιτεί προσόντα ή άδεια για μια δραστηριότητα. (π.χ Γραφείο ταξιδιών). Η άδεια αυτή θα συνεχίζει να εφαρμόζεται και όταν αυτός ασκήσει τις δραστηριότητα στο Internet. (άρθρο 4 παρ 2).

Άρθρο 5 Γενικές πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται

Σύμφωνα με το άρθρο 5 παρ 1 οι υπηρεσίες στο Internet πρέπει σε μόνιμη βάση να προσφέρουν στους αποδέκτες και στις αρμόδιες αρχές τις ακόλουθες πληροφορίες:

α) **Επωνυμία** του φορέα παροχής της υπηρεσίας.

β) **Διεύθυνση** στην οποία ο φορέας είναι εγκατεστημένος

γ) Στοιχεία που να επιτρέπουν την **ταχεία επαφή**, την άμεση και ουσιαστική επικοινωνία με το φορέα, συμπεριλαμβανομένης και της **ηλεκτρονικής του διεύθυνσης**

δ) Εάν ο φορέας είναι εγγεγραμμένος σε **εμπορικό μητρώο**, το μητρώο που είναι εγγεγραμμένος και τον αριθμό εγγραφής του σε αυτό.

ε) Εφόσον η δραστηριότητα υπόκειται σε καθεστώς άδειας, οι δραστηριότητες που καλύπτονται από την **άδεια** και τα στοιχεία της Αρχής που χορήγησε την άδεια.

στ) Όσον αφορά τα νομικά κατοχυρωμένα επαγγέλματα, πρέπει να αναφέρεται η **επαγγελματική ένωση ή Όργανο** στο οποίο είναι εγγεγραμμένος ο φορέας παροχής υπηρεσιών. Ο **επαγγελματικός τίτλος** που του έχει χορηγηθεί στο κράτος - μέλος της εγκατάστασης Ε.Ε και οι επαγγελματικοί κανόνες που ισχύουν στο κράτος μέλος της Ε.Ε καθώς και τα κράτη - μέλη στα οποία παρέχονται, σε τακτική βάση, οι υπηρεσίες της κοινωνίας των πληροφοριών.

ζ) Εφόσον η δραστηριότητα που ασκεί ο φορέας υπόκειται σε Φ.Π.Α., τον αριθμό του Φ.Π.Α. με τον οποίο είναι εγγεγραμμένος στην φορολογική του αρχή.

Σύμφωνα με το άρθρο 5 παρ 2 οι τιμές των πληροφοριών να αναγράφονται κατά τρόπο ακριβή και μη επιδεχόμενο αντιρρήσεων.

Με το άρθρο 5 πρέπει να παρέχονται πληροφορίες από τον φορέα παροχής υπηρεσιών (πλήρη στοιχεία) ώστε να προστατεύεται ο καταναλωτής στις πωλήσεις εξ' αποστάσεως. Να γνωρίζει και να μπορεί να ελέγξει εύκολα με ποιον συναλλάσσεται διότι η ανωνυμία που εξασφαλίζει το δίκαιο ευνοεί συναλλαγές που εγκυμονούν κινδύνους. Σχετική οδηγία 97/7 Ε.Κ. EEL/144, 4/6/97 σελ 19.

Άρθρο 7 Μη ζητηθείσα εμπορική επικοινωνία

Το άρθρο 7 διαπραγματεύεται τις πρακτικές **spamming** δηλαδή την αποστολή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που δεν έχει ζητηθεί σε καταναλωτές

ή σε ομάδες συζήτησης. Το άρθρο αυτό απαιτεί η επικοινωνία με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο να αποτελεί αντικείμενο ειδικής ένδειξης στο φάκελο, προκειμένου ο παραλήπτης ενός τέτοιου ταχυδρομείου, να μπορεί αμέσως να αναγνωρίζει αν πρόκειται για εμπορική επικοινωνία χωρίς να το ανοίξει. Στο παραπάνω άρθρο στόχος είναι η προστασία των καταναλωτών η οποία συμπληρωματικά επιβάλλεται και με το άρθρο 10 παρ 2 της οδηγίας 97/7/Ε.Κ. (EEL/144 4/6/97 σελ 19) και με το άρθρο 12 παρ 2 της οδηγίας 97/66/Ε.Κ. του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των τηλεπικοινωνιών.

Το άρθρο 8 Νομοθετικά κατοχυρωμένα επαγγέλματα.

Σύμφωνα με το άρθρο 8 παρ. 1 για να μπορούν τα επαγγέλματα αυτά που είναι νομοθετικά κατοχυρωμένα να παρέχουν υπηρεσίες στο Internet πρέπει να σέβονται τους επαγγελματικούς κανόνες που ισχύουν γι αυτά. Για τα επαγγέλματα αυτά υπάρχουν κανόνες σε όλα τα κράτη μέλη και στην πράξη πρέπει να καθοριστούν τα είδη των πληροφοριών που μπορούν να κοινοποιούνται από αυτούς, λαμβανομένων υπόψη των κανόνων δεοντολογίας σχετικά με τη διαφήμιση. Σύμφωνα με το άρθρο 8 παρ. 2 δύο είδη πληροφοριών χρήζουν ειδικής εξέτασης από τους ενδιαφερόμενους οργανισμούς: Η ένδειξη των ειδικοτήτων και των τιμολογίων. Πράγματι, οι ενδείξεις αυτές είναι ουσιώδεις για την οικονομική δραστηριότητα και για την προστασία του καταναλωτή. Άλλες αναφορές ενδέχεται να είναι εξίσου σημαντικές και αξίζουν να εξεταστούν όπως απεικονίσεις, φωτογραφίες, λογότυποι, επιλυθείσες υποθέσεις με τη σύμφωνη γνώμη των πελατών, αναφορές των ονομάτων των πελατών, η εκτίμηση των πελατών όσον αφορά τις υπηρεσίες που έχουν παρασχεθεί. Οι οργανισμοί που εκπροσωπούν τα νομοθετικά κατοχυρωμένα επαγγέλματα σε Ευρωπαϊκό επίπεδο να αναζητήσουν στο πλαίσιο του Κοινοτικού Δικαίου κοινές λύσεις αναγκαίες για το συμφέρον των επαγγελματιών αυτών καθ' αυτών, αλλά και για το συμφέρον των καταναλωτών και των εθνικών κρατών. Σύμφωνα με τα άρθρο 8 παρ 3 εφόσον είναι απαραίτητο για την καλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς, σε ότι έχει σχέση με τους κώδικες δεοντολογίας που ισχύουν σε κοινοτικό επίπεδο, η επιτροπή σε συνεργασία με τα κράτη μέλη στο πλαίσιο της επιτροπής που προβλέπεται στο άρθρο 23 θα μπορούσε να λάβει μέτρα ποιες είναι οι πληροφορίες που αναφέρονται στην παράγραφο 2.

Σύμφωνα με τον όρο **Εμπορική Επικοινωνία** εννοούμε όλες τις μορφές επικοινωνίας που αποσκοπούν να προωθήσουν άμεσα ή έμμεσα αγαθά,

υπηρεσίες ή την εικόνα μιας επιχείρησης, ενός οργανισμού, ενός προσώπου που ασκεί εμπορική, βιομηχανική ή βιοτεχνική δραστηριότητα ή δραστηριότητα ελεύθερου επαγγελματία.

Δεν αποτελεί εμπορική επικοινωνία

1. Η απλή κατοχή μιας διεύθυνσης
2. Το γεγονός παροχής πληροφοριών που δεν έχουν στόχο την προώθηση.
3. Στην περίπτωση κατά την οποία ο κάτοχος ενός site παρουσιάσει ένα Link εμπορικό χωρίς οικονομικό ή άλλο αντάλλαγμα.
4. Η αναφορά του ονόματος μιας διεύθυνσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ενός λογότυπου ή ενός σήματος όταν γίνεται χωρίς οικονομικό ή άλλο αντάλλαγμα που προέρχεται από το άτομο που κατέχει το όνομα τη διεύθυνση, το λογότυπο ή το σήμα. (πρόκειται για ανεξάρτητη προώθηση).

Άρθρο 9 Αντιμετώπιση των συμβάσεων που συνάπτονται με ηλεκτρονικά μέσα

Σύμφωνα με το άρθρο 9 παρ 1 ζητείται από τα κράτη μέλη να καταστήσουν εφικτή τη σύναψη συμβάσεων με ηλεκτρονικά μέσα. Δηλαδή η ηλεκτρονική σύμβαση να έχει την ίδια νομική ισχύ με τις άλλες συμβάσεις. Ήδη στην Ελλάδα αναγνωρίστηκε η νομική ισχύς των ηλεκτρονικών υπογραφών με τον νόμο 2672/98 άρθρο 14 και με τίτλο Διακίνηση Εγγράφων με Ηλεκτρονικά μέσα (τηλεομοιοτυπία- ηλεκτρονικό ταχυδρομείο).

Σύμφωνα με το άρθρο 9 παρ 2 μπορούν να προβλέψουν να μην εφαρμόζεται η ηλεκτρονική σύμβαση στις ακόλουθες περιπτώσεις.

- α) Στις συμβάσεις που απαιτούν συμβολαιογραφικό τύπο
- β) Στις συμβάσεις που απαιτούν, προκειμένου να έχουν νομική ισχύ, την εγγραφή τους σε μητρώο Δημόσιας Αρχής
- γ) Στις συμβάσεις που εμπίπτουν στο οικογενειακό και κληρονομικό δίκαιο.

Σύμφωνα με το άρθρο 9 παρ 3 οι συμβάσεις που θα εξαιρεθούν μπορεί να τροποποιηθούν από την Επιτροπή σύμφωνα με την διαδικασία που προβλέπει το άρθρο 23 του παρόντος. Και σύμφωνα με το άρθρο 9 παρ 4 τα κράτη – μέλη θα ανακοινώσουν στην επιτροπή τον πλήρη κατάλογο των κατηγοριών συμβάσεων τις οποίες καλύπτει η παρέκκλιση που αναφέρεται στη παράγραφο 2.

Άρθρο 10 Πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται

Το άρθρο αυτό προβλέπει υποχρέωση διαφάνειας για τους όρους της συμβατικής διαδικασίας με ηλεκτρονικά μέσα. Ειδικότερα πρέπει να περιγράφονται:

- α) Οι χειρισμοί και τα διάφορα στάδια μέχρι την επίσημη σύναψη της σύμβασης
- β) Τα μέσα που θα επιτρέπουν την διόρθωση των σφαλμάτων του ηλεκτρονικού χειρισμού
- γ) Τη αρχειοθέτηση ή όχι της σύμβασης μετά την σύναψή της και τον τρόπο πρόσβασης σε αυτήν.

Σύμφωνα με το άρθρο 10 παρ 2 τα κράτη-μέλη πρέπει να προβλέψουν στην νομοθεσία τους ώστε να εξασφαλίζεται η απόλυτη και ενσυνείδητη συγκατάθεση των μερών που συνάπτουν μια ηλεκτρονική σύμβαση. Και σύμφωνα με το άρθρο 10 παρ 3 τα κράτη – μέλη πρέπει να προβλέπουν στην νομοθεσία τους, εφόσον δεν έχουν συμφωνήσει διαφορετικά, ότι οι φορείς παροχής υπηρεσιών πρέπει να δηλώνουν τους κώδικες δεοντολογίας στους οποίους υπόκεινται.

Άρθρο 11 Χρονική στιγμή σύναψης σύμβασης

Σύμφωνα με το άρθρο 11 παρ 1, εφόσον τα συμβαλλόμενα μέρη δεν έχουν συμφωνήσει διαφορετικά, η σύμβαση συνάπτεται όταν ο αποδέκτης της υπηρεσίας

- α) Έχει λάβει με ηλεκτρονικά μέσα από τον φορέα παροχής της υπηρεσίας το αποδεικτικό παραλαβής της αποδοχής της υπηρεσίας
- β) Έχει επιβεβαιώσει την παραλαβή του αποδεικτικού παραλαβής

Σύμφωνα με το άρθρο 11 παρ 2 ο φορέας παροχής πρέπει να παρέχει στον αποδέκτη της υπηρεσίας τα κατάλληλα ηλεκτρονικά μέσα που θα του επιτρέπουν να αντιλαμβάνεται και να διορθώνει τα λάθη του.

Άρθρο 12 Απλή μεταφορά (mere conduit)

Θεσπίζεται απαλλαγή ευθύνης (για αστική αποζημίωση και ποινική δίωξη) για τις δραστηριότητες διάδοσης πληροφοριών όταν ο φορέας (παροχής υπηρεσιών) διαδραματίζει παθητικό ρόλο ο οποίος συνίσταται στην διακίνηση απλά των πληροφοριών για λογαριασμό τρίτων (αποδέκτες της υπηρεσίας).

Σύμφωνα με την παράγραφο 1 για να μπορούν να επωφεληθούν από την απαλλαγή της ευθύνης πρέπει να πληρούνται σωρευτικά τρεις προϋποθέσεις:

α) Ο φορέας παροχής των υπηρεσιών να μην αποτελεί την αφετηρία της μετάδοσης των πληροφοριών. Δηλαδή δεν πρέπει το ίδιο το άτομο αυτό που μεταδίδει την πληροφορία να λαμβάνει και την απόφαση να πραγματοποιήσει την μετάδοση αυτή.

β) Ο φορέας τη παροχής δεν πρέπει να επιλέγει ούτε να τροποποιεί τις πληροφορίες που αποτελούν το αντικείμενο της μετάδοσης των πληροφοριών

γ) Δεν πρέπει να επιλέγει τον αποδέκτη της μετάδοσης.

Σύμφωνα με το Άρθρο 12 παρ 2 η ενδιάμεση και μεταβατική αποθήκευση που γίνεται κατά τη διάρκεια μετάδοσης των πληροφοριών και οποία πραγματοποιείται για περιορισμένο χρονικό διάστημα, καλύπτεται από την απαλλαγή της «απλής μεταφοράς» σύμφωνα με το άρθρο 12 παρ 1.

Άρθρο 13 Caching

Το άρθρο αυτό καλύπτει μορφές προσωρινής αποθήκευσης οι οποίες αποκαλούνται συχνότερα system caching. Αυτή η μορφή αποθήκευσης γίνεται από το φορέα παροχής υπηρεσιών με στόχο να αυξηθούν οι επιδόσεις και η ταχύτητα των ψηφιακών δικτύων. Δεν αποτελεί ξεχωριστή εκμετάλλευση της μεταδιδόμενης πληροφορίας. Έτσι γίνονται αντίγραφα των πληροφοριών που διατίθενται online και μεταδίδονται από τρίτους και τα αντίγραφα αυτά φυλάσσονται προσωρινά στο σύστημα ή στο δίκτυο του φορέα εκμετάλλευσης για να διευκολύνουν τη μεταγενέστερη πρόσβαση στις πληροφορίες. Τα αντίγραφα αυτά είναι το αποτέλεσμα μιας τεχνικής και αυτόματης διαδικασίας και αποτελούν μεσάζοντες μεταξύ του σημείου όπου καθίσταται αρχικά δυνατή η προσπέλαση των πληροφοριών στο δίκτυο και του τελικού χρήστη.

Για να απαλλαγεί από την ευθύνη ο φορέας της αποθήκευσης των πληροφοριών θα πρέπει να πληροί ορισμένες προϋποθέσεις.

Άρθρο 14 Φιλοξενία

Το άρθρο 14 παρ 1 θεσπίζει ένα όριο ευθύνης όσον αφορά τη δραστηριότητα αποθήκευσης των πληροφοριών που παρέχονται από τους αποδέκτες της υπηρεσίας, αποθήκευση που πραγματοποιείται κατόπιν δικής τους αίτησης (για παράδειγμα η παροχή ενός χώρου εξυπηρετητή για τη

θέση web μιας επιχείρησης ή ενός ιδιώτη). Η απαλλαγή ευθύνης (αστική και ποινική ευθύνη) δεν μπορεί να χορηγηθεί αν ο φορέας παροχής υπηρεσιών γνωρίζει ότι ένα χρήστης της υπηρεσίας του, επιδίδεται σε παράνομη δραστηριότητα.

Οι φορείς παροχής υπηρεσιών δε θα στερηθούν του δικαιώματος απαλλαγής από αστική και ποινική ευθύνη αν λάβουν γρήγορα τα κατάλληλα μέτρα για να αποσύρουν της πληροφορίες ή να καταστήσουν αδύνατη την πρόσβαση σε αυτές.

Σύμφωνα με το άρθρο 14 παρ 2 όταν ο αποδέκτης της πληροφορίας ενεργεί υπό την εξουσία ή τον έλεγχο του φορέα παροχής υπηρεσιών το άρθρο 14 δεν εφαρμόζεται.

Άρθρο 15 Απουσία υποχρέωσης ελέγχου

Το άρθρο αυτό προβλέπει ότι οι φορείς παροχής υπηρεσιών δεν πρέπει να επιφορτίζονται με καμία γενική υποχρέωση επίμονης επαλήθευσης ή ελέγχου των πληροφοριών τρίτων. Αλλά αυτός ο γενικός κανόνας δεν αποκλείει τη δυνατότητα ενός δικαστηρίου ή της αστυνομίας να ζητήσει από ένα φορέα να ελέγξει π.χ μια διεύθυνση για μια συγκεκριμένη περίοδο προκειμένου να εμποδίσει ή να καταπολεμήσει μια παράνομη δραστηριότητα.

Άρθρο 16 Κώδικες δεοντολογίας

Προκειμένου να εξασφαλιστεί η συμβατότητα των κωδίκων δεοντολογίας σε Κοινοτικό επίπεδο, το άρθρο 16 ενθαρρύνει τα ενδιαφερόμενα μέρη να κοινοποιούν τα σχέδια κωδίκων δεοντολογίας.

Άρθρο 17 Εξώδικος διακανονισμός των διαφορών

Το άρθρο 17 παρ 1 προβλέπει την υποχρέωση να επιτραπεί η ουσιαστική προσφυγή, ιδίως με ηλεκτρονικά μέσα στους μηχανισμούς εξώδικου διακανονισμού εφόσον τηρούν τις αρχές που αναφέρονται στην παράγραφο 2. Αυτό το είδος μηχανισμού είναι ιδιαίτερα χρήσιμο για ορισμένες διαφορές σχετικά με το Internet λαμβανομένων υπόψη των χαμηλών ποσών των συναλλαγών και για να αποτραπούν να χρησιμοποιήσουν τις νομικές διαδικασίες λόγω του κόστους τους.

Σύμφωνα με το άρθρο 17 παρ 2 οι αρχές που αναφέραμε στην παρ 1 απαριθμούνται στη σύσταση 98/257/Ε.Κ της Επιτροπής που εκδόθηκε στις 30 Μαρτίου 1998 για την εξώδικη επίλυση των διαφορών κατανάλωσης.

Άρθρο 18 Μέσα έννομης προστασίας

Η παρ 1 του Άρθρου 18 αφορά τα μέσα έννομης προστασίας σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης για παράδειγμα διαδικασία Ασφαλιστικών μέτρων για την αποτροπή της παράβασης και τη αποφυγή περαιτέρω ζημιάς στα διακυβευόμενα συμφέροντα. Σύμφωνα με την παρ 2 οι πράξεις που αντιβαίνουν στις εθνικές διατάξεις που μεταφέρουν τα άρθρα 5 – 15 της παρούσας οδηγίας στο εθνικό δίκαιο και βλάπτουν τα συμφέροντα των καταναλωτών συνιστούν παραβιάσεις κατά την έννοια της παρ 2 του Άρθρου 1 της οδηγίας 98/27/Ε.Κ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου.

Άρθρο 19 Συνεργασία μεταξύ αρχών

Το άρθρο αυτό έχει ως στόχο να παράσχει στις εθνικές αρχές τα απαραίτητα μέσα για να μπορούν να εκπληρώσουν το καθήκον της παρακολούθησης των υπηρεσιών της κοινωνίας των πληροφοριών και να εξασφαλίσουν αποτελεσματική συνεργασία μεταξύ των κρατών μελών καθώς και μεταξύ των κρατών μελών και της επιτροπής. Η παρ 4 καλεί τα κράτη – μέλη να ορίσουν στην διοίκησή τους σημεία επαφής ώστε να μπορούν να προσανατολίζουν και να υποστηρίζουν τους αποδέκτες των υπηρεσιών ιδίως στους καταναλωτές.

Άρθρο 20 Ηλεκτρονικά μέσα

Στο άρθρο αυτό η Επιτροπή μπορεί να λάβει μέτρα σύμφωνα με τη διαδικασία που προβλέπεται στο Άρθρο 23 προκειμένου να εξασφαλίσει την καλή λειτουργία των ηλεκτρονικών μέσων μεταξύ των κρατών – μελών με στόχο να διευκολύνουν τις διασυνοριακές επικοινωνίες κάτω από επαρκείς συνθήκες ασφαλείας και ειδικότερα για την εκπλήρωση των υποχρεώσεων που αναφέρονται στο άρθρο 17 παρ 1 και άρθρο 19 παρ 3 και 4.

Άρθρο 21 Κυρώσεις

Τα κράτη – μέλη καθορίζουν το καθεστώς των κυρώσεων που εφαρμόζονται για τις παραβιάσεις των εθνικών διατάξεων οι οποίες έχουν θεσπιστεί σε εφαρμογή της παρούσας οδηγίας. Ο κυρώσεις πρέπει να έχουν αποτελεσματικό, ανάλογο και αποτρεπτικό χαρακτήρα. Τα κράτη μέλη κοινοποιούν τις εν λόγω διατάξεις στην επιτροπή το αργότερο κατά την

ημερομηνία που αναφέρεται στο Άρθρο 24 παρ 1 (δηλαδή το αργότερο σε 3 χρόνια μετά την ημερομηνία έναρξης ισχύς της παρούσας οδηγίας).

Άρθρο 22 Εξαιρέσεις και παρεκκλίσεις

Η οδηγία προβλέπει 3 ήδη παρεκκλίσεων:

α) στον τομέα της φορολογίας, και στον τομέα που καλύπτει η οδηγία 95/46 Ε.Κ. δηλαδή αποκλείονται με την παρούσα οδηγία οι φορολογικές πτυχές του Ηλεκτρονικού Εμπορίου γιατί αυτές αποτελούν αντικείμενο εργασιών που έχουν ξεκινήσει στο πλαίσιο της ανακοίνωσης της επιτροπής «Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Έμμεση φορολογία».

Η οδηγία 95/46 Ε.Κ. που εξασφαλίζει την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα μεταξύ των κρατών μελών, έχει αποκλειστεί από το πεδίο εφαρμογής της παρούσας οδηγίας. Αποκλείονται επίσης από το πεδίο εφαρμογής ορισμένες δραστηριότητες που απαριθμούνται στο παράρτημα 1. Οι δραστηριότητες αυτές αποκλείονται διότι δεν είναι δυνατόν να εξασφαλιστεί η ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών μεταξύ των κρατών μελών λαμβανομένης υπόψη της απουσίας αμοιβαίας αναγνώρισης ή επαρκούς εναρμόνισης για την διασφάλιση ισοδύναμου επιπέδου προστασίας των στόχων γενικού συμφέροντος.

Σύμφωνα με την παρ 2 του άρθρου 22 ορισμένοι ειδικοί τομείς δεν μπορούν να επωφεληθούν της αρχής της χώρας προέλευσης διότι είναι αδύνατον να εφαρμοστεί η αρχή της αμοιβαίας αναγνώρισης όπως απορρέει από τη νομολογία του Δικαστηρίου σχετικά με τις αρχές της ελεύθερης κυκλοφορίας που προβλέπονται στη συνθήκη.

Σύμφωνα με την παρ 3 του άρθρου 22 υπάρχουν παρεκκλίσεις από την ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών σε ειδικές περιπτώσεις.

Άρθρο 23 Συμβουλευτική Επιτροπή

Το άρθρο 23 προβλέπει τη σύσταση Συμβουλευτικής Επιτροπής την οποία αποτελούν αντιπρόσωποι των κρατών μελών και είναι επιφορτισμένη να επικουρεί την επιτροπή στην άσκηση της εκτελεστικής εξουσίας της.

Άρθρο 25 Μεταφορά της οδηγίας στο Εθνικό Δίκαιο

Τα κράτη – μέλη θα θέσουν σε ισχύ τις απαραίτητες νομοθετικές, κανονιστικές και διοικητικές διατάξεις για να συμμορφωθούν με την παρούσα οδηγία σε διάστημα ενός έτους από την έναρξη της ισχύος της.

Όλα τα κράτη – μέλη που θεσπίζουν τις εν λόγω διατάξεις θα παραπέμπουν στην παρούσα οδηγία.

Άρθρο 26 Έναρξη ισχύος

Η παρούσα οδηγία αρχίζει να ισχύει την 20ή ημέρα από την δημοσίευσή της στην Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων.

Άρθρο 27 Αποδέκτες

Η παρούσα οδηγία απευθύνεται στα κράτη – μέλη.

Επίλογος

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο αλλάζει τις παραδοσιακές διαδικασίες του εμπορίου και γενικότερα των συναλλαγών μεταξύ των επιχειρήσεων των καταναλωτών και των υπηρεσιών του Δημοσίου.

Με την πάροδο του χρόνου θα ανατραπούν οι παραδοσιακές μέθοδοι διαφήμισης και προώθησης των προϊόντων. Η γραπτή συμφωνία εξαφανίζεται σταδιακά από τις συναλλαγές και αντικαθίσταται με την ηλεκτρονική συμφωνία και την ψηφιακή υπογραφή. Οι διεθνείς εκθέσεις που γίνονται για την προβολή των προϊόντων χάνουν συνεχώς έδαφος από την προβολή που γίνεται στο Internet διότι το κόστος είναι μικρότερο και η πρόσβαση ευκολότερη.

Στην Ελλάδα το Η.Ε. μπορεί να αναπτυχθεί τα επόμενα χρόνια αρκεί το Κράτος να αυτοματοποιήσει και να απλοποιήσει τις συναλλαγές του με τις επιχειρήσεις. Η ηλεκτρονική πληροφόρηση των επιχειρήσεων πρέπει να είναι άμεση και συνεχής και οι Δημόσιες προμήθειες να γίνονται ηλεκτρονικά έτσι ώστε να επιτυγχάνεται μεγαλύτερη διαφάνεια. Επιπλέον πρέπει να αναπτύξει σταδιακά **Κέντρα Διευκόλυνσης Ηλεκτρονικού Εμπορίου** τα οποία θα υποβοηθούν τις πρωτοπόρες στο χώρο επιχειρήσεις και θα ενημερώνουν τον επιχειρηματικό κόσμο για τις εξελίξεις στο χώρο.

Για να ωφεληθεί από το Η.Ε., η Ευρώπη πρέπει να υπάρξει σύγχρονη νομοθεσία που θα εξυπηρετεί πλήρως τις ανάγκες των επιχειρήσεων και των καταναλωτών. Πρέπει επίσης στόχος της Ευρωπαϊκής Ένωσης να είναι η εφαρμογή του κατάλληλου νομοθετικού, ρυθμιστικού πλαισίου ως το τέλος του 2000 με σκοπό να λύσει τα νομικά προβλήματα που ανακύπτουν σε επίπεδο Κοινότητας και τα οποία πρέπει να επιλυθούν ταχέως.

Παράρτημα

Παραδείγματα Εφαρμογών Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Yahoo Flower Club

<http://www.yahoo.com/flowers>

Lufthansa

<http://www.lufthansa.com>

Easyjet

<http://www.easyjet.com>

Papasotiriou

<http://www.papasotiriou.gr>

New-York Times

<http://www.nytimes.com>

Amazon bookstore

<http://www.amazon.com>

Expedia Travel

<http://www.expedia.com>



"Simply the best way to send flowers"



Mother's Day Features

Mother's Day Features

[What We Are](#)

[Flower Club By Show](#)

To see more arrangements, visit us at flowerclub.com



Memories of Mom Bouquet

[More Information](#)

[Order Now](#)

\$45.00



Floral Fantasy Bouquet

[More Information](#)

[Order Now](#)

\$60.00



Mother's Day Masterpiece

[More Information](#)

[Order Now](#)

\$40.00



Treasured Thoughts Bouquet

[More Information](#)

[Order Now](#)

\$90.00



Relax and Pamper Gift Basket

[More Information](#)

[Order Now](#)

\$38.00 | \$58.00



Colorful Medley Bouquet

[More Information](#)

[Order Now](#)

\$45.00

Due to the high volume of Mother's Day orders, The Flower Club cannot guarantee that any orders placed after 5:00 p.m. CST on Thursday, May 6th will be delivered by Sunday, May 9th. Thank you for your understanding and for visiting us at The Flower Club.

Copyright © 1999 Florafax. All Rights Reserved Worldwide.



English

InfoFlyway



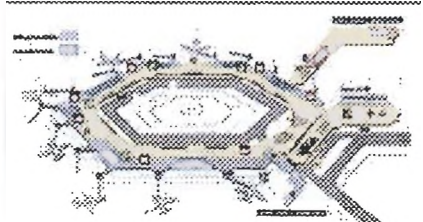
- Δρομολόγια
- Travel Planning
- Αφίξεις/Αναχωρ.
- Miles & More
- Fly & Save
- Η Lufthansa
- Νέα & Υπηρεσίες



Results of the auction



Η Lufthansa σέβεται το περιβάλλον



Πληροφορίες για Πόλεις και Αεροδρόμια.

ΕΜΕΙΣ
Αισία Χωρών

Επικοινωνία



Θέλετε να συμμετέχετε στο Miles & More;

Γίνετε -δωρεάν- μέλος του Miles & More και απολαύστε μοναδικά προνόμια.



122 φωτογραφίες από την Lufthansa για εσάς.

Επισκευθείτε την Έκθεση φωτογραφίας και βρείτε μια σπάνια συλλογή από φωτογραφίες της Lufthansa -σε μια εξαιρετική ανάλυση- τέλειες για εκτύπωση.



Lufthansa Download

Screensaver από την Lufthansa.



buy online
click here

- prices
- timetables
- destinations
- mission statement
- message from stakeholders
- what you need to know
- our aircraft
- financial report
- easyJet jobs
- media
- travel extras

online sales

proceed

welcome to easyJet's online sales

In just a few minutes you can select either a single or return flight and book it right here over the Web, where the fares are cheaper than buying them over the phone. We offer £1 off every one-way flight (ie. £2 off every return flight) purchased on the internet.

You can book up to passengers at one time.


Remember - easyJet is a - forget your tickets - we don't have any. All you need to remember is your and your passport (for international flights).

We use the internationally accepted security system called SSL to encrypt all credit card payments over the Web. This is automatic, and you will receive instant notification if your browser does not support this.

Online booking is optimised for Version 3 and 4 Browsers freely available from and .

Please read our below, and on accepting them hit the "proceed" button, otherwise hit the "quit online sales" button.

10. **THE BIG BOOK OF LOGOS**



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΛΟΓΟΤΥΠΟ. Με περισσότερα από 2500 λογότυπα που περιέχονται στις σελίδες του, το βιβλίο αυτό θεωρείται το μεγαλύτερο και πληρέστερο στο είδος του. Είναι μια πολυτελής έκδοση με 400 έγχρωμες φωτογραφίες.



McGraw Hill για Μηχανολόγους Μηχανικούς σε software. Καλύπτει όλα τα θέματα που περιέχει το βιβλίο και προσφέρει την δυνατότητα άμεσης επίλυσης προβλημάτων σε ένα περιβάλλον ιδιαίτερα φιλικό προς τον χρήστη.



ΠΟΛΙΤ 98 για Μηχανικούς

Επισκεφθείτε την [σελίδα βοήθειας](#) του Online Βιβλιοπωλείου μας για τυχόν απορίες σας σχετικά με την λειτουργία του site.
 Αν υπάρχει πρόβλημα με τον τύπο του browser που χρησιμοποιείτε διαβάστε περισσότερες [πληροφορίες](#).
 Για υποδείξεις, σχόλια, και παρατηρήσεις σχετικά με το site επικοινωνήστε με τον [webmaster](#).

Copyright © 1997-1999 Papasotiriou S.A.

30% OFF
ALL DVD'S
BONUS DVD

The New York Times

ON THE WEB

NYC Weather
 57° F

THURSDAY, MAY 13, 1999 | Site Updated 8:00 AM

- QUICK NEWS**
- PAGE ONE PLUS
 - International
 - National/N.Y.
 - Politics
 - Business
 - Technology
 - Science/Health
 - Sports
 - Weather
 - Opinion
 - Arts/Entertainment
 - Automobiles
 - Books
 - Current Events
 - Debate/Issues
 - Magazines
 - Real Estate
 - Travel
- ARCHIVES**
- TOP NEWS**

Yeltsin Dismisses His Premier; Loyalist Is Named to the Post

President Boris N. Yeltsin fired Prime Minister Yevgeny M. Primakov, pushing Russia to the brink of a fresh political crisis. [Go to Article](#)
 •RELATED ARTICLE: [Yeltsin Impeachment Hearings Begin](#)



President Clinton greeted Lawrence H. Summers, left, in the White House Rose Garden on Wednesday with Treasury Secretary Robert E. Rubin. Summers will be nominated to succeed Rubin. [Go to Article](#)

Allied Air Commander Stresses Need to Attack Belgrade Sites

NATO's top air war commander said that the alliance needed to renew its attacks against the Yugoslav leadership in central Belgrade. [Go to Article](#)
 •ISSUE IN DEPTH: [The Conflict in Kosovo](#)
 •RELATED ARTICLE: [Milosevic Acknowledges Heavy Casualties](#)

The Senate Rejects Measure To Regulate Gun-Show Sales

The Senate narrowly defeated a Democratic measure that would have tightened regulations on the sale of firearms at gun shows. [Go to Article](#)
 •ISSUE IN DEPTH: [America Under the Gun](#)

TECHNOLOGY
[Gains in Privacy on the Internet](#)

POLITICS
[Bush's Presidential Run Casts Shadow on Hate Crimes Bill](#)

NATIONAL
[Saul Steinberg, Epic Doodler, Dies at 84](#)

FOR LISTENERS, VISIT [NEWYORKtoday](#)

- Movies
- Restaurants
- Theater
- Music
- Shopping
- Yellow Pages

The New York Times Learning Network

FOR STUDENTS, TEACHERS & PARENTS

[Text Version](#)

- [Archives](#)
- [Classifieds](#)
- [Forums](#)
- [Marketplace](#)
- [Services](#)

[Help](#)
[Site Tour](#)

[Home Delivery](#)
[Order Online](#)
[Service](#)

[Media Kit](#)

[Make Us Your Home Page](#)

[The New York Times Co.](#)

FIND A BOOK AT **BARNES & NOBLE**

Search By

IN NATIONAL **AMERICA UNDER THE GUN**

MARKETS		At Close
Dow	11000.37	DOWN
Nasdaq	2606.54	DOWN
S&P 500	1364.00	DOWN
Russell 2000	449.26	UP
NYSE	647.68	UP

SEARCH THE SITE

Tips

GET STOCK QUOTES

Look Up Symbol

BREAKING NEWS FROM A.S.

SPORTS

Knicks Move Ahead of Heat
 The Knicks overwhelmed the Heat, 97-73, to take a 2-1 advantage in their three-of-five-game playoff series.

ON THE CAMPAIGN: WILLIAM CLAYTON

Boris Strikes Again
 Yevgeny Primakov was sent to the showers not only because he is an economic ignoramus but because he did not stand up for his boss to the Communist impeachers.

FOCUS

The Internet Mounts a Masterpiece
 Art online is coming of age in the form of the Grove Dictionary of Art. A subscription costs \$1,500 a year, but image quality has improved dramatically.

ARTS

Making Peace With Museums of Indian Culture
 The Heard Museum is pointing the way to a new spirit of collaboration between Indians and the museums housing their patrimony.
 SLIDE SHOW: [Heard's Showcases Brim With Tribal Art](#)

HOME

Dorm Destiny: Design Too Good to Leave

[Stock Markets Mixed in Asia 7:51 a.m. EDT](#)

[Stock Prices Rise in London 7:47 a.m. EDT](#)

[Hillary Clinton Urges Ireland Peace 7:45 a.m. EDT](#)

[German Party Debates Kosovo Stand 7:39 a.m. EDT](#)

[Palestinians Clash With Israelis 7:38 a.m. EDT](#)

[Money Wires Settle Overcharge](#)

SpotShop.com

New Yorkers may find it unfair, but it's true: some of this city's college students may have better living arrangements than they do.
SLIDE SHOW: Airy Apartments With Great Views

Case 7:37 a.m. EDT

Hard Times for Curious Minds

Oliver Sacks, the author of "Awakenings," examines the increasing restriction on the availability of chemicals to children.

Yugoslavia Shows Signs of Pullout
7:32 a.m. EDT

Featured Author: Germaine Greer

This feature includes collected coverage of the life and work of Germaine Greer, the author of the classic 1971 feminist manifesto "The Female Eunuch," who has written a new book, "The Whole Woman."

New President Elected in Italy
7:27 a.m. EDT

MORE A.P. NEWS

On This Day

On May 13, 1981, Pope John Paul II was shot and seriously wounded in St. Peter's Square by Turkish assailant Mehmet Ali Agca. See this historic front page and read the full Times article.

You are signed in as athen10

[View Your Profile](#) | [Log Out](#)



Copyright 1999 The New York Times Company
[Privacy Information](#)

amazon.com

BOOKS

MUSIC

VIDEO

GIFTS

e-CARDS

AUCTIONS

HELP
YOUR ACCOUNT

HOME
SEARCH

BROWSE
CATEGORIES

NEWSELLERS

FEATURED IN
THE MEDIA

AWARD
WINNERS

COMPUTERS
& INTERNET

KIDS
BUSINESS &
INVESTING

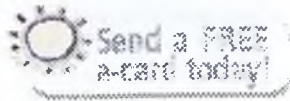
Search: Books

Go!

Browse: Health, Mind & Body

Go!

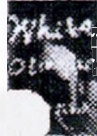
Full Search:



STAR WARS Episode I Visit our

Sell books, CDs, and videos from your Web site.

New Oprah Book!



at 40% off. More on our page.

Shopping Services

Amazon.com Delivers e-mail reviews.

Try our shopping service:

Learn about our supported



We've got excerpts galore from the new issue of

Our World Has Grown

U.K. titles? You'll find 1.5 million at

Sprechen Sie Deutsch? Visit

Visit drugstore.com

Save \$3 on the popular supplement for well-being.

Need Help?

-
-
-
-



In , NPR mainstay Ray Suarez chronicles one of the great migrations of the last 50 years--the movement of Americans from the city to the suburbs. The author pins the blame on crime, racial prejudice, and the decline of urban schools. Yet his book is less an exercise in finger-pointing than an affectionate portrait of that endangered species, the inner-city neighborhood.

Check out the

Singer, songwriter, illustrator, and celebrated children's poet Shel Silverstein has died at the age of 66. Check out our list of that should ensure that we never forget where the sidewalk ends.



Find more articles and interviews in:

Read our " This week: Mary Jo Salter.



Around the time Bill Gates was born, Peter Drucker pretty much invented the discipline of business management. In his brilliant new book, Drucker explains the "New Information Revolution" and gives businesspeople a driving lesson for the tricky road ahead.

More Titles

- , on NPR's *Public Interest*®
- , on ABC's *The View*®
- , on NPR's *Diane Rehm Show*®

Find more talked-about titles in

Amazon.com Auctions!

8 million Amazonians are preregistered to bid, buy & sell.

Exclusive--preview *Melrose Place* now!

: get a free Public Enemy track.

Chart Toppers

1. Ricky Martin
2. John Williams
3. Chieftains

More

We've got

Video Top Sellers

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

More Video

Recently released in its second edition, Jeff Prosise's [Windows NT 4.0](#) will update intermediate C++ programmers to the most recent version of the Microsoft Foundation Class Library. With high-quality code samples that illustrate the breadth and power of MFC, readers should make great strides in [learning Windows NT 4.0](#). Plus scores of other wired topics in [Windows NT 4.0](#).

Thursday, May 13, 1999

More to Explore

- [Learn More About Us](#)
- [Amazon.com's Customer Service](#)
- [Help](#)
- [Your Account](#)
- [Amazon.com's Privacy Policy](#)
- [Feedback](#)

Build a Store on Your Web Site

We'll show you how. Join [Amazon.com's Affiliate Program](#) today!

Independent Publishers and Authors:

Increase Your Sales! Get the [Amazon.com Advantage](#).

Publisher Resources

- [Amazon.com's Publisher Resources](#)
- [Contact Us](#)
- [Help](#)
- [Your Account](#)
- [Amazon.com's Privacy Policy](#)
- [Feedback](#)

[Home](#) | [Books](#) | [Music](#) | [Video](#) | [Gifts](#) | [Computers](#) | [Software](#) | [Books & Reference](#) | [Business](#) | [Home & Garden](#) | [Health](#) | [Kids](#)

[New Arrivals](#) | [Special Offers](#) | [Deals](#) | [Amazon.com's Choice](#) | [Amazon.com's Best Sellers](#)

[Amazon.com's Choice](#) | [Deals](#) | [Amazon.com's Best Sellers](#)

[Amazon.com's Choice](#) | [Deals](#)

© 1996-1999, Amazon.com, Inc.
[Amazon.com's Privacy Policy](#) | [Your Account](#)



THE ALL-NEW CHEVY TRACKER. IT GETS AROUND.

Expedia Travel

[go to msn.com](http://go.to/msn.com)

- [Home Page](#)
- [Travel Agent](#)
- [Deals](#)
- [Places to Go](#)
- [Magazine](#)
- [Maps](#)
- [Find](#)
- [Help](#)

Double Your Miles with Alamo



[Book a flight](#)

[Rent a car](#)

[Book a train](#)

OR



Try our fast Roundtrip Fare Finder:

Leaving from	Departing (MM/DD/YY)	Time
<input type="text"/>	5/27/99	evening
Going to	Returning (MM/DD/YY)	Time
<input type="text"/>	5/29/99	evening
1 adult		

This search is limited to adult roundtrip coach fares. Click "Book a flight" to do a more detailed search.

[Destination Info](#)
Select a region

[Special Deals](#)
Paris springtime packages from \$299

- [Vacation Packages](#)
- [Travel Insurance](#)
- [Hotels](#)
- [Accommodations](#)
- [Rentals & Services](#)
- [Travel Merchandise](#)

This site is secure! Read about [SSL](#), and our [privacy policy](#).

New visitors!

for free online booking.

Find travel info faster

A guide to new ways MSN Expedia can help you

Non-U.S. residents Use our sites in

OTHER TRAVEL PLANNING TOOLS

- [Price Checker](#) : Check the lowest published fares before you shop for flights.
- [Recent Itineraries](#) : View your purchased, reserved, or planned trips.
- [Flight Alerts](#) : See up-to-the-minute status on flight arrivals and departures.
- [Fare Tracker](#) : Receive a free weekly update on low fares to your favorite cities.
- [Mileage Tracker](#) : Track your frequent flyer accounts and maximize your miles.

TRAVEL TIPS

- [Check with your credit card](#)
- [Luggage is a matter of choice](#)
- [Travel insurance: Is it worth it?](#)
- [How to pack](#)

FEATURED DESTINATION

Los Angeles: City of angels, Oscars, and California style
Sponsored by Universal Studios Hollywood

Travel [USA](#) Plan your next trip across the United States with the most popular [road trip](#) at [Expedia.com](#).

FEATURED HOTELS



Hyatt Hotels & Resorts - For Hotel Information, Reservations and Special Offers

FEATURED TRAVEL PROVIDERS



The Internet's largest selection of Las Vegas hotels-with exclusive online savings!

[Select from list](#)

Directory of Services

Travel Agent
[Book a Cruise](#), [Reserve a Room](#), [Rent a Car](#), [Lowest Priced Flights](#), [Travel Insurance](#), [Traveler Profile](#), [Microsoft Rewards](#), [Fast Forward](#)

Places to Go
[Africa](#), [Asia](#), [Australia](#), [Canada](#), [Europe](#), [Hawaii](#), [Latin America](#), [Middle East](#), [North America](#), [Oceania](#), [South America](#), [United Kingdom](#)

Deals
[Hotels](#), [Flights](#), [Vacation Packages](#), [Cruises & Adventures](#), [Travel Insurance](#), [Travel Tips](#)

Magazine
[Travel Agent](#), [Travel Agent](#), [Travel Agent](#)

Maps
[Address Maps](#), [Basic Maps](#), [Custom Locations](#), [Business Maps](#)

Find
[Hotels](#), [Flights](#), [Vacation Packages](#), [Cruises & Adventures](#)

Help
[About Microsoft Rewards](#), [Traveler Profile](#), [Privacy Policy](#), [Terms of Use](#), [Feedback](#), [User Support](#)



[↑ top](#)

©1999 Microsoft Corporation. All rights reserved.
 This site best viewed with [Internet Explorer](#)

- [Home Page](#)
- [Travel Agent](#)
- [Deals](#)
- [Places to Go](#)
- [Magazine](#)
- [Maps](#)
- [Find](#)
- [Help](#)



Do it Today on MSN.
 Stay in touch with FREE
 Hotmail--from any PC
 with Internet access.

- [Autos](#) [Buyer's Guide](#) [Computing](#) [Entertainment](#) [Games](#)
- [MSN Insider](#) [News](#) [Personal Finance](#) [Real Estate](#) [Shopping](#)
- [Small Business](#) [Sports](#) [Travel](#) [Web Communities](#)
- [Web Events](#) [Women](#)

- [Air Tickets](#) [Buy Books](#) [Buy Music](#) [Buy Videos](#) [Chat](#) [Do Your Taxes](#)
- [Downloads](#) [E-cards](#) [E-mail](#) [Encyclopedia](#) [Free Games](#) [Get Online](#)
- [Great Deals](#) [Maps](#) [Movie Times](#) [Sports Scores](#) [Stock Quotes](#)
- [TV Listings](#) [Weather](#) [White Pages](#) [Yellow Pages](#)

other searches

[Advertise](#) [TRUSTe Approved](#) [Privacy Statement](#)
 © 1999 Microsoft Corporation. All rights reserved.

Βιβλιογραφία

1. TECH BUSINESS

«Ηλεκτρονικό εμπόριο-Θέλει περισυλλογή και τόλμη η επιτυχία»
«Συναλλαγές του Μέλλοντος από τον επίτροπο στην Ε.Ε. κο Χρήστο Παπουτσή»,
τεύχος 0, σελ. 28-40.

2. Ο ΚΟΣΜΟΣ ΤΟΥ INTERNET

«Πρότυπα Έργα Ηλεκτρονικού Εμπορίου», τεύχος 37, Σεπτ. 1998.

3. Ο ΚΟΣΜΟΣ ΤΟΥ INTERNET

«Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο», τεύχος 33, σελ. 44-65, Απρ. 1998

4. RETAIL TECHNOLOGY

«Ο στρατηγικός ρόλος των logistics», σελ. 116, τεύχος Μαρτ. 1998
«Κεντρική αποθήκη της Αλφα-Βήτα Βασιλόπουλος», σελ. 132, τεύχος Μαρτ. 1998.

5. COMPUTER ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ

«On-line shopping», τεύχος 144, σελ. 86-95.

6. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΙΚΑΙΟΣΥΝΗ

«Το Internet και οι συνέπειες του, κυρίως στον χώρο του Δικαίου», άρθρο του
Αντιπροέδρου του ΣτΕ κου Αναστάσιου Μαρίνου, Ελλ. Δικαιοσύνη τόμος 39ος, σελ. 1-
14, Ιαν.-Φεβρ. 1998
«Συναλλαγές δια μέσου του Internet», άρθρο Σπήλιου Αντ. Μούζουλα, Ελλ. Δικαιοσύνη
τόμος 39ος, σελ. 15-23, 1998.

7. ΤΟ ΒΗΜΑ ΤΗΣ ΚΥΡΙΑΚΗΣ

«Αύξηση του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ε.Ε.», 18 Οκτ. 1998

8. ΕΞΠΡΕΣ

«Το ηλεκτρονικό εμπόριο θα κυριαρχεί στην επιχειρηματική δραστηριότητα», 22 Οκτ.
1998

9. Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ

«Το ηλεκτρονικό εμπόριο νέο Ελ Ντοράντο για τις τηλεπικοινωνίες», 7 Οκτ. 1998

10. ΕΞΟΥΣΙΑ

«Λευκή Βίβλος Σημίτη για την «κοινωνία» πληροφοριών-Τα προβλήματα που
δημιουργεί το ηλεκτρονικό εμπόριο», 5 Οκτ. 1998.

11. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Δουκίδης Γ., Θεμιστοκλέους Μ., Δράκος Β., Παπαζαφειροπούλου Ν.,
Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, έκδοση 1η, 1998.

12. ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΩΝ ΣΤΟ INTERNET.:

<http://www.lufthansa.gr/>

<http://papasotiriou.gr/>

<http://www.compactdisclub.gr>

13. Ανακοίνωση της Επιτροπής στο Συμβούλιο, Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και επιτροπή των περιφερειών. Βρυξέλλες 16/4/97 com(97) τελικό με τίτλο: «Μία Ευρωπαϊκή πρωτοβουλία στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο».
14. Τελική πρόταση Οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου υποβληθείσα από την Επιτροπή. Βρυξέλλες 18/11/98 com(98) 586 τελικό, 98/0325 COD.
15. Ζητήματα Ηλεκτρονικής Συναλλαγής Στέλιος Ν. Κουσουλής Εκδόσεις Αντωνίου Σάκουλα Κομοτινή 1992
16. Ηλεκτρονικό Εμπόριο David Kosiur Έκδοση 1997 Microsoft Press.