

ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ / ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

## **Πτυχιακή εργασία**

«Ηλεκτρονικό εμπόριο και νομικά προβλήματα  
που αναφύονται»

Δέσποινα Μπαλόκα

Μεσολόγγι 2014



ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ / ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

## **Πτυχιακή εργασία**

«Ηλεκτρονικό εμπόριο και νομικά προβλήματα  
που αναφέρονται»

Δέσποινα Μπαλόκα

Επιβλέπων καθηγητής  
Βασίλειος Βασιλειάδης

# Μεσολόγγι 2014

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων/Μεσολογγίου του ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.



# ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Εισαγωγή

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1. Ηλεκτρονικό Εμπόριο-Γενικά.....	1
1.2 Ιστορική Αναδρομή.....	2
1.3 Μορφές ηλεκτρονικού εμπορίου.....	3
1.4 Τύποι καταναλωτών στο διαδίκτυο.....	9
1.5 Τύποι προϊόντων στο διαδίκτυο.....	9

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2. Τρόποι πληρωμής των διαδικτυακών συναλλαγών.....	10
2.1 Προβλήματα ασφάλειας ηλεκτρονικών συναλλαγών.....	13
2.2 Ασφάλεια διαδικτυακών συναλλαγών.....	14
2.2.1 Κρυπτογραφία.....	14
2.2.2 Πρωτόκολλα κρυπτογράφησης.....	15
2.3 Συμμετρική κρυπτογράφηση.....	16
2.3.2 Ψηφιακή Υπογραφή.....	17

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3. Ηλεκτρονικό Κατάστημα.....	19
3.1 Στάδια Ανάπτυξης.....	20
3.2 Σχεδιασμός Ηλεκτρονικού Καταστήματος.....	21
3.2.1 Συστατικά στοιχεία Ιστοσελίδας.....	22
3.3 Απαραίτητα εργαλεία για το Ηλεκτρονικό Κατάστημα.....	22

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο στην Ελλάδα.....	26
--	----

4.1 Η ανάπτυξη του Η.Ε στην Ελλάδα.....	27
4.2 Ελληνικές Επιχειρήσεις μέσω Διαδικτύου.....	29
4.3 Μέτρα Βελτίωσης.....	30
4.4 Στατιστικά στοιχεία Η.Ε στην Ελλάδα.....	31
4.5 Μειονεκτήματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	33
4.5.1 Πλεονεκτήματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	35
4.6 Το προσεχές μέλλον του Η.Ε.....	37

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5.1 Νομικές Πτυχές Η.Ε.....	39
5.2 Προστασία Δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.....	40
5.3 Προστασία Δεδομένων στις Τηλεπικοινωνίες.....	45
5.4 Πνευματική ιδιοκτησία.....	49
5.5 Ηλεκτρονικό Εμπόριο.....	54
5.6 Νομική Προστασία Ηλεκτρονικών Συνδρομητικών Υπηρεσιών.....	55
5.7 Ηλεκτρονικές Υπογραφές.....	56
5.8 Πωλήσεις από απόσταση.....	57
Συμπεράσματα.....	60
Βιβλιογραφία-Ιστογραφία.....	62
Παράρτημα.....	64

## **ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ**

Πίνακας 1: Ποσοστά των αγορών προτίμησης έως το 2012 .....28

## **ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ**

Εικόνα 3: Τρόποι πληρωμής του Έλληνα καταναλωτή.....32

Εικόνα 4: Αύξηση της έντασης αγορών.....33



## ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

ΤΕΙ.:	Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα
ΦΠΑ:	Φόρος Προστιθέμενης Αξίας
Η.Ε:	Ηλεκτρονικό Εμπόριο
Ε.Ε:	Ευρωπαϊκή Ένωση
ΕΚ:	Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο
ΗΠΑ:	Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής
ΠΔ:	Προεδρικό Διάταγμα
ΕΕΤΤ:	Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών & Ταχυδρομείων
ΚΠΔ:	Κώδικας Ποινικής Δικονομίας
ΚΕΔΕ:	Κώδικα Εισπράξεως Δημοσίων Εσόδων
ΕΕΔΕ:	Ελληνική Εταιρεία Διοικήσεως Επιχειρήσεων
ΕΟΚ:	Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα

## ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ

Internet:	Διαδίκτυο
Internet marketing:	Διαδικτυακό μάρκετινγκ
e-commerce:	Ηλεκτρονικό εμπόριο
e-mail:	Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο
PKI:	Κρυπτογράφηση δημόσιου κλειδιού
E-Business:	Ηλεκτρονικό επιχειρείν
E-Marketplace:	Ηλεκτρονική Αγορά
E-Malls:	Ηλεκτρονικά Εμπορικά Κέντρα
E-Procurement:	Σύστημα Ηλεκτρονικών Προμηθειών
E-Auctions:	Σύστημα Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών
E-Infobrokers:	Μεσίτες πληροφοριών
M-commerce:	Κινητό ηλεκτρονικό εμπόριο
Smartphone:	Έξυπνα τηλέφωνα
e-shop:	Ηλεκτρονικό κατάστημα
on-line:	Απευθείας σύνδεση

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην σημερινή εποχή, η τεχνολογία είναι κομμάτι της καθημερινότητας μας είτε στην εργασία είτε στην διασκέδασή μας. Ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι ασχολούνται με αυτή εφόσον είναι πλέον απαραίτητη σε όλους τους τομείς. Στην εργασία θα αναλυθεί ένα συγκεκριμένο κομμάτι της τεχνολογίας το οποίο γνωρίζει μεγάλη και ταχεία εξέλιξη τα τελευταία χρόνια, το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Σκοπός της εργασίας αυτής είναι να αναλυθεί εκτενέστερα και διεξοδικά το ηλεκτρονικό εμπόριο, να δούμε πως λειτουργεί, την εξέλιξη και κατά συνέπεια τις διαφορές του ανά τα χρόνια, όπως και τι είδους δυνατότητες προσφέρει στον χρήστη είτε από την σκοπιά του πελάτη είτε της επιχείρησης.

Η εργασία θα αποτελείται από πέντε κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο θα αναφερθούμε στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Θα εξηγήσουμε τι ακριβώς είναι και στην συνέχεια θα παραθέσουμε την ιστορική αναδρομή του ηλεκτρονικού εμπορίου, τις μορφές του και τους τύπους των καταναλωτών και προϊόντων που διατίθενται στο διαδίκτυο. Στο δεύτερο κεφάλαιο θα ασχοληθούμε με τους τρόπους πληρωμή ως προς το συγκεκριμένο εμπόριο, την ασφάλεια των συναλλαγών και των προσωπικών μας στοιχείων και την κρυπτογραφία. Στο τρίτο αναλύεται το ηλεκτρονικό κατάστημα ως προς τον σχεδιασμό του. Τέλος στο τέταρτο κεφάλαιο παραθέτουμε τα πλεονεκτήματα-μειονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα, την ανάπτυξη του και διάφορα στατιστικά στοιχεία. Το πέμπτο κεφάλαιο εμπεριέχει όλους τους νόμους και τις κυρώσεις.

Η μέθοδος που θα χρησιμοποιηθεί για την εκπόνηση της εργασίας αυτής, είναι η βιβλιογραφική και η διαδικτυακή έρευνα.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## 1. Ηλεκτρονικό Εμπόριο - Γενικά

Το Ηλεκτρονικό εμπόριο είναι μια διαδικασία αγοράς όπου εμπορεύεται αγαθά, υπηρεσίες και πληροφορίες οι οποίες μπορούν να πραγματοποιηθούν εξ αποστάσεως χρησιμοποιώντας τα ηλεκτρονικά μέσα. Είναι γνωστό ως e-commerce, eCommerce ή e-comm. Πραγματοποιεί κάθε είδους εμπορική συναλλαγή μεταξύ προσώπων φυσικών και μη. Έχει αυξηθεί ασυνήθιστα το εύρος των ανταλλαγών που διεξάγονται ηλεκτρονικά με την ευρεία χρήση του διαδικτύου επηρεάζοντας σημαντικά την πλειοψηφία του κόσμου, όπως επιχειρήσεις, επαγγελματίες και καταναλωτές-ανθρώπους. Με το ηλεκτρονικό εμπόριο πραγματοποιούνται όλων των ειδών οι συναλλαγές που εμπεριέχουν διαδικτυακή δέσμευση για αγορά ή πώληση ακόμα και αν τα συμβαλλόμενα μέρη βρίσκονται σε διαφορετικές χώρες και πραγματοποιούν μια συναλλαγή.

Η χρήση του εμπορίου διεξάγεται με αυτόν τον τρόπο, παρακινώντας και απορροφώντας καινοτομίες στην ηλεκτρονική μεταφορά χρηματικών πόρων(electronic funds transfer),στη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας(supply chain management),στο διαδικτυακό marketing (Internet marketing),στη διεκπεραίωση διαδικτυακών διαδικασιών(online transaction processing),στην ανταλλαγή ηλεκτρονικών δεδομένων(electronic data interchange (EDI)),στην καταγραφή συστημάτων διοίκησης(inventory management)και στην αυτοματοποίηση συστημάτων συγκέντρωσης δεδομένων.

Ηλεκτρονικό εμπόριο θεωρούνται επίσης και οι συναλλαγές μέσω τηλεφώνου και φαξ. Το ηλεκτρονικό εμπόριο διακρίνεται σε έμμεσο και άμεσο. Το έμμεσο χρησιμοποιείται όταν πρόκειται για την ηλεκτρονική παραγγελία υλικών αγαθών που μπορούν να παραδοθούν μόνο με παραδοσιακούς τρόπους όπως είναι το ταχυδρομείο. Ενώ το άμεσο είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο που περιλαμβάνει παραγγελία, πληρωμή και παράδοση άυλων αγαθών και υπηρεσιών. Η πληρωμή των υπηρεσιών αυτών γίνεται είτε με πιστωτικές κάρτες είτε με ηλεκτρονικό χρήμα με την αρωγή πάντα και τη σύμπραξη των τραπεζών.

Εν κατακλείδι έχει διάφορες προοπτικές εκ των οποίων θα αναφέρουμε τις πέντε σημαντικότερες:

- Προοπτικές επικοινωνίας, το Η.Ε μεταφέρει πληροφορίες, προϊόντα, υπηρεσίες, παραγγελίες και πληρωμές μέσω τηλεφωνικών γραμμών ηλεκτρονικών υπολογιστών και οποιοδήποτε άλλο μέσω πληροφορίας.
- Προοπτικές επιχειρηματικής διαδικασίας, το Η.Ε είναι η χρήση της τεχνολογίας για την αυτοματοποίηση των επιχειρηματικών συναλλαγών και της ροής εργασίας
- Προοπτικές εξυπηρέτησης, το Η.Ε είναι ένα εργαλείο που μπορεί να ικανοποιήσει την ανάγκη των καταναλωτών, των επιχειρήσεων, και την διαχείριση της μείωσης του κόστους των συναλλαγών, βελτιώνοντας την ποιότητα των αγαθών και υπηρεσιών αυξάνοντας την ταχύτητα της παράδοσης.
- Προοπτικές απευθείας σύνδεσης, το Η.Ε παρέχει την δυνατότητα αγοραπωλησίας προϊόντων και υπηρεσιών από το διαδίκτυο άμεσα.
- Προοπτικές ασφαλής διακίνησης, στο Η.Ε είναι ένας πολύ σημαντικός παράγοντας διότι για τις επιχειρήσεις οι πληροφορίες είναι το πιο σημαντικό περιουσιακό στοιχείο που έχουν. Συνεπώς πρέπει να διασφαλίζουν την προστασία των περιουσιακών τους δεδομένων.

Οι διακρίσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι σε έμμεσο και άμεσο.

Έμμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο ονομάζεται το εμπόριο του οποίου οι παραγγελίες αγαθών ή υπηρεσιών παραλαμβάνονται με τον παραδοσιακό τρόπο όπως το ταχυδρομείο και τον διανομέα από ιδιωτική υπηρεσία.

Άμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο ονομάζεται η εμπορική δραστηριότητα που πραγματώνεται ηλεκτρονικά. Δηλαδή η παραγγελία και η πληρωμή των άυλων αγαθών και υπηρεσιών γίνεται ηλεκτρονικά μέσω πιστωτικής κάρτας και άλλους τρόπους που θα αναλύσουμε σε επόμενο κεφάλαιο.

## **1.2 Ιστορική αναδρομή**

Όταν εμφανίστηκε ο παγκόσμιος ιστός έδωσε την δυνατότητα στους χρήστες να έχουν πρόσβαση στην πηγή κειμένων, γραφικών και πολυμέσων. Για μεγαλύτερη διευκόλυνση των χρηστών αναπτύχθηκαν οι περιηγητές ώστε να ανακτούν άμεσα την πληροφορία που αναζητούν. Με συνέπεια την εξέλιξη αυτή, πολλές επιχειρήσεις προσπαθούν να βρουν τρόπο

ώστε να εκμεταλλευτούν εμπορικά το νέο μέσο. Με τα χρόνια έγινε ένα σημαντικό και αναπόσπαστο εργαλείο τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για τους χρήστες. Οι δυνατότητες που αναπτύχθηκαν χρησιμοποιήθηκαν σε διάφορες εκφάνσεις του ονόματος του όπως ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), ηλεκτρονική εκπαίδευση (e-learning), ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές (e-banking), σύστημα διαχείρισης ηλεκτρονικών μαθημάτων (e-class) και άλλα. Το διαδίκτυο και ο παγκόσμιος ιστός έχουν φέρει επανάσταση με μια σειρά από νέες δυνατότητες στις εμπορικές δραστηριότητες σε όλο τον κόσμο.

Στις αρχές τις δεκαετίας του 1970 ξεκίνησαν οι επιχειρηματικές δραστηριότητες μέσω του διαδικτύου με εφαρμογές όπως η ηλεκτρονική μεταφορά χρηματικών πόρων (EFT) από μεγάλες χρηματοπιστωτικές εταιρείες το οποίο άλλαξε το πλαίσιο των αγορών. Το 1990 το λειτουργικό σύστημα στους προσωπικούς ηλεκτρονικούς υπολογιστές έδωσε λύση στο πρόβλημα της δημοσίευσης και της εύρεσης πληροφοριών στο διαδίκτυο. Στα τέλη του 1990 καθιερώθηκαν μέθοδοι κρυπτογράφησης του περιεχομένου και εξακρίβωσης της ταυτότητας του αποστολέα μέσα από ηλεκτρονικά μηνύματα, καθώς και η προσαρμογή της νομοθεσίας στους τομείς των εισαγωγών-εξαγωγών και των επικοινωνιών καθιστούν δυνατή την πραγματοποίηση ασφαλών διεθνών ηλεκτρονικών συναλλαγών.

### **1.3 Μορφές ηλεκτρονικού εμπορίου**

- Business to business (B2B)

Αυτή η μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου B2B διεκπεραιώνει εύκολα και γρήγορα τις παραγγελίες, τα τιμολόγια και τις πληρωμές μιας επιχείρησης παρέχοντας την δυνατότητα να τις εκτελεί ηλεκτρονικά. Περιγράφει εμπορικές συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων, όπως μεταξύ ενός κατασκευαστή και ενός χονδρεμπόρου, ή μεταξύ ενός πωλητή χονδρικής και ενός πωλητή λιανικής. Στόχος είναι η παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών στις διεπιχειρησιακές συναλλαγές όπως και στην ποιότητα.

- Business-to-Government (B2Government)

Συχνά αναφέρεται ως ορισμός της αγοράς του 'δημόσιου τομέα μάρκετινγκ' το οποίο περιλαμβάνει το εμπόριο προϊόντων και υπηρεσιών σε διάφορα επίπεδα της κυβέρνησης, συμπεριλαμβανομένων των ομοσπονδιακών, κρατικών και τοπικών, μέσω ολοκληρωμένων επικοινωνιακών τεχνικών μάρκετινγκ όπως η στρατηγική δημοσίων σχέσεων. Το μοντέλο B2G παρέχει έναν τρόπο στις επιχειρήσεις να υποβάλουν προσφορές για τα έργα ή τα

προϊόντα τους στην κυβέρνηση για να τα αγοράσει. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει οργανισμούς του δημόσιου τομέα που προτείνουν προσφορές. Συνεπώς όλες αυτές οι προσφορές διεξάγονται μέσω διαδικτύου σε πραγματικό χρόνο υποβολής τους.

- Business-to-Consumer (B2C)

Το μοντέλο B2C είναι η βελτιωμένη και πιο διαδεδομένη μορφή στις εμπορικές σχέσεις μεταξύ επιχειρήσεων και τελικών πελατών. Δηλαδή οι υπηρεσίες που ξεκινούν από την εταιρεία και απευθύνεται στο ευρύτερο καταναλωτικό κοινό σε διεθνή κλίμακα. Για παράδειγμα ο καταναλωτής βλέπει, επιλέγει και αν επιθυμεί αγοράζει το προϊόν χωρίς να βγει από το σπίτι του έχοντας κερδίσει πολύτιμο χρόνο και κόπο. Το μοντέλο αυτό μπορούμε να πούμε ότι είναι το πιο διαδεδομένο και εύκολο στην χρήση από την πλευρά του αποδέκτη.

- Consumer-to-Consumer (C2C)

Το μοντέλο C2C περιλαμβάνει συναλλαγές μεταξύ των καταναλωτών. Ο καταναλωτής μπορεί να πουλήσει απευθείας προϊόν σε έναν άλλο καταναλωτή μέσω ιστοσελίδων δημοπρασιών οι οποίες έχουν δημιουργηθεί για να εξυπηρετούν αυτό τον σκοπό. Το συγκεκριμένο μοντέλο είναι ευρέως γνωστό στο εξωτερικό όμως στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια έχει εξελιχθεί.

## **E-Business (Ηλεκτρονικό Επιχειρείν)**

Το Ηλεκτρονικό Επιχειρείν μπορεί να οριστεί ως η εφαρμογή της πληροφορίας και της επικοινωνίας για την υποστήριξη όλων των δραστηριοτήτων της επιχείρησης. Επικεντρώνεται στην χρήση των μέσων αυτών για να ενεργοποιήσει τις εξωτερικές δραστηριότητες και τις σχέσεις της επιχείρησης με άτομα, ομάδες και άλλες επιχειρήσεις. Οι ηλεκτρονικές επιχειρηματικές μέθοδοι επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να συνδέουν εσωτερικά και εξωτερικά τα δεδομένα τους σε συστήματα επεξεργασίας πιο αποτελεσματικά και ευέλικτα ώστε οι συνεργάτες να ικανοποιούν τις ανάγκες και τις προσδοκίες των πελατών τους. Το E-business περιλαμβάνει τις επιχειρηματικές διαδικασίες όπως ηλεκτρονικές αγορές και διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας, την επεξεργασία των παραγγελιών ηλεκτρονικά, διαχείριση εξυπηρέτησης πελατών, καθώς και τη συνεργασία με τους επιχειρηματικούς εταίρους. Ο όρος e-business επινοήθηκε από το IBM's marketing and Internet το 1996.

Φυσικά αυτά τα συστήματα έχουν τον μεγαλύτερο κίνδυνο όσο αφορά την ασφάλειά τους από ότι τα παραδοσιακά συστήματα και ως εκ τούτου θα πρέπει να είναι πλήρως

προστατευμένα. Οι πελάτες, οι προμηθευτές, οι εργαζόμενοι, καθώς και πολλοί άλλοι άνθρωποι χρησιμοποιούν κάποιο συγκεκριμένο ηλεκτρονικό σύστημα καθημερινά όπου μοιράζονται εμπιστευτικές πληροφορίες και επιθυμούν να παραμείνουν ασφαλή. Οι χάκερς είναι ένας από τους μεγάλους κινδύνους που απειλούν την ασφάλεια των ηλεκτρονικών επιχειρήσεων. Μερικές κοινές ανησυχίες των πελατών είναι αν διατηρούνται τα προσωπικά τους στοιχεία ασφαλή. Κάποιες από τις μεθόδους προστασίας του ηλεκτρονικού επιχειρείν για την ασφάλεια και διατήρηση των στοιχείων καθώς και την αποθήκευση δεδομένων, μετάδοση δεδομένων, περιλαμβάνουν λογισμικό antivirus, firewall, και κρυπτογράφηση. Θα αναφερθούμε σε επόμενο κεφάλαιο για την προστασία προσωπικών δεδομένων.

### **E-Enterprise (Ηλεκτρονική Επιχείρηση)**

Η ηλεκτρονική επιχείρηση είναι ένα σύστημα διαχείρισης του ηλεκτρονικού εμπορίου. Παρέχει χαμηλό λειτουργικό κόστος και προσπαθεί καθημερινά να επιτυγχάνει την ταχύτερη εξυπηρέτηση των πελατών. Σκοπός είναι να προβάλλει τα εμπορεύματα και τα στατιστικά μεγέθη ώστε να παρέχεται αποδοτικότερα η λήψη αποφάσεων της εταιρείας και η χρηματοοικονομική απόδοση.

### **M-Commerce (Κινητό Ηλεκτρονικό Εμπόριο)**

Αυτό το μοντέλο παρέχει με την χρήση ασύρματων φορητών συσκευών (smartphones,PDA,iPad,Tablet) αγορά και πώληση αγαθών και υπηρεσιών. Μπορεί να πραγματοποιήσει κάθε συναλλαγή η οποία γίνεται μέσω κινητού τηλεπικοινωνιακού δικτύου.

Η είσοδο των smartphones στην αγορά έχουν δώσει μια σημαντική ώθηση στο ηλεκτρονικό εμπόριο μέσω της κινητής τηλεφωνίας. Η κύρια προσφορά αυτής της νέας εφαρμογής είναι την μείωση του λειτουργικού κόστους διότι συνήθως είναι αυτοματοποιημένη η διαδικασία λήψης των παραγγελιών που δημιουργούν οι πελάτες μιας επιχείρησης. Προσφέρει την δυνατότητα να είναι διαρκώς συνδεδεμένοι οι χρήστες στις ψηφιακές υπηρεσίες όπως και να υπάρχει γεωγραφικό στίγμα. Επίσης δημιουργεί καλύτερες πελατειακές σχέσεις διότι υπάρχει άμεση εξυπηρέτηση, μειώνει το κόστος της επικοινωνίας και της προώθησης και τέλος αποκτά ανταγωνιστικό πλεονέκτημα γιατί είναι ένα καινοτόμο εργαλείο που λίγες εταιρείες το χρησιμοποιούν. Ένα χαρακτηριστικό του m-commerce sites είναι ότι προσάρμοσε την χρήση του σε μικρότερα μεγέθη οθονών.



## **E-Marketplace (Ηλεκτρονική Αγορά, B2B)**

Το E-Marketplace ανήκει στις πρώτες φάσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου όπου ήταν στο αρχικό στάδιο τόσο σε επίπεδο εφαρμογών όσο και σε τεχνολογία. Στην συνέχεια εξελίχθηκε ως E-Commerce και έγινε ευρέως γνωστό στις επιχειρήσεις και του πελάτες. Με το πέρασμα των χρόνων αναπτύχθηκε ως χώρος που υπάρχουν πωλητές και αγοραστές όπου δημοσιεύονται αγγελίες προσφοράς και ζήτησης προϊόντων και υπηρεσιών καθώς και πλειστηριασμοί αυτών. Η λειτουργία της συγκεκριμένης πλατφόρμας έχει δημοπρασίες, καταλόγους, μικρές αγγελίες, on-line παραγγελίες, καταλόγους προμηθευτών και αιτήσεις για προσφορές.

## **E-Malls (Ηλεκτρονικά Εμπορικά Κέντρα)**

Τα ηλεκτρονικά εμπορικά κέντρα είναι πολυκαταστήματα που δημιουργούνται στο διαδίκτυο. Δηλαδή είναι μια πλατφόρμα που μπορεί να φιλοξενεί εμπορικά καταστήματα από συγκεκριμένο χώρο. Η πλατφόρμα αυτή προσφέρει δυνατότητες τροποποίησης και αυτόνομης διαχείρισης των βάσεων των προϊόντων των επιχειρήσεων. Οι υπηρεσίες που προσφέρει είναι εμπορικό κατάλογο, υπηρεσίες ηλεκτρονικών αγορών, υπηρεσίες επιχειρηματικής υποστήριξης και επιχειρηματικής πληροφόρησης. Παρέχοντας έτσι μια πληθώρα πληροφοριών ώστε ο καταναλωτής-πελάτης να τα επεξεργάζεται μαζικά μέχρι να κάνει την επιλογή του.

## **E-Procurement (Σύστημα Ηλεκτρονικών Προμηθειών)**

Είναι ένα οργανωμένο σύστημα που συνδέει τις επιχειρήσεις, εταιρείες και οργανισμούς με τους προμηθευτές. Μέσα από αυτό το σύστημα μπορούν να πάρουν μέρος σε διαγωνισμούς δημόσιους ή ιδιωτικούς, να υποβάλουν προσφορές, να ενημερώνονται για νέες ή παλιές τιμές και οτιδήποτε άλλο αφορά τις προμήθειες. Το σύστημα Ηλεκτρονικών Προμηθειών έχει βελτιώσει την κερδοφορία των εταιρειών και έχει ως αποτέλεσμα τόσο στην μείωση όσο και στον έλεγχο των δαπανών που σχετίζονται με τις προμήθειες. Εξασφαλίζει καλύτερα τις διαδικασίες ενημερώσεις των εμπορικών συνεργατών, παρέχει στατιστικά στοιχεία παίρνοντας τα από την βάση και δίνει το πλεονέκτημα της ηλεκτρονικής αρχειοθέτησης των παραγγελιών.

## **E-Auctions (Σύστημα Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών)**

Πρόκειται για συστήματα μέσω των οποίων μπορούν να δημοπρατηθούν διάφορα αγαθά ή υπηρεσίες σε ένα ευρύτερο πλήθος δυνητικών αγοραστών. Αυτό συμβαίνει μεταξύ ιδιωτών από σελίδες όπως το eBay, Amazon αλλά έχει μεγάλη διαφορά από τις δημοπρασίες μεταξύ των επιχειρήσεων διότι δεν επιτρέπεται η ελεύθερη πρόσβαση. Οι δημοπρασίες έχουν τρεις φάσεις: κατάθεση/υποβολή δικαιολογητικών, αξιολόγηση τεχνικών προσφορών και διεξαγωγή των τιμών όταν πραγματοποιείτε η δημοπρασία.

### **E-Infobrokers (Μεσίτες πληροφοριών)**

Οι μεσίτες πληροφοριών στην πραγματικότητα κάνουν εύρεση πληροφορίας η οποία γίνεται μέσα από σύνθετη αναζήτηση στο διαδίκτυο. Οι πληροφορίες θα πρέπει να εντοπιστούν, να συγκεντρωθούν, να αρχειοθετηθούν και να αξιολογηθούν ώστε στο τέλος να δημιουργούνται χρήσιμα στοιχεία. Το εργαλείο τους είναι το διαδίκτυο που δίνει τεράστιο όγκο πληροφοριών αλλά αυτό πολλές φορές είναι χαοτικό με συνέπεια να μην μπορεί να αξιολογηθεί ορθά. Ο E-Infobroker δεν πρέπει να βρει μια πληροφορία μόνο αλλά θα πρέπει να την ερμηνεύσει με τρόπο που θα είναι προς όφελος του πελάτη.

### **Deep web**

Δεν θα μπορούσε να παραλείπει το ηλεκτρονικό εμπόριο που βρίσκεται στο βάθος του 'ωκεανού' του διαδικτύου. Το Deep web ιδρύθηκε από τον Bergman Mike. Είναι δυναμικά παραγόμενες ιστοσελίδες μέσα σε ιστότοπους όπου οι μηχανές αναζήτησης του επιφανειακού διαδικτύου δεν μπορούν να ανακτήσουν πληροφορίες. Η αναζήτηση πρέπει να είναι συγκεκριμένη ώστε να δοθεί αποτέλεσμα, που θα προσπελαθεί μόνο μέσω ειδικής φόρμας. Μηχανές αναζήτησης που βοηθούν στην εξερεύνηση του είναι οι: Techtra, deerwebtech, infoplease, scirus, infomine, intute, completeplanet, vlib. Το Deep web περιέχει πληθώρα δεδομένων εν συγκρίσει με το επιφανειακό web αν αναλογιστούμε ότι το μέγεθος του αποτελείται από περίπου 91.000 terabytes ενώ το επιφανειακό από 167 terabytes.

Πίσω από τον αόρατο ιστό κρύβονται προγραμματιστές, χάκερς, επιστήμονες κάθε είδους, δολοφόνοι, παιδόφιλοι, αστυνομικοί, τρομοκράτες, έμποροι ναρκωτικών-όπλων-λευκής σαρκός κλπ. Όπως μπορούμε να καταλάβουμε υπάρχουν άνθρωποι από κάθε μορφωτικό, κοινωνικό και βιοτικό επίπεδο όπου μπορούν να δημοσιεύσουν ή να πουλήσουν-αγοράσουν οτιδήποτε (είτε παράνομο είτε νόμιμο) χωρίς να διαρρεύσουν τα προσωπικά τους

στοιχεία. Σύμφωνα με τα παραπάνω ανακαλύπτεις έναν σκοτεινό αλλά παράλληλα γοητευτικό βυθό που σε προκαλεί να τον εξερευνήσεις.



**Εικόνα 1: Deep web**

Τα προϊόντα που πωλούνται στο deep web ποικίλουν ανάλογα με το ενδιαφέρον του κάθε χρήστη. Δηλαδή μπορούμε να αναζητήσουμε αγαθά τα οποία υπάρχουν για παράδειγμα στο eBay από είδη σπιτιού μέχρι λογισμικά για υπολογιστές. Μια κορυφαία ιστοσελίδα του αόρατου ιστού που πραγματοποιεί πωλήσεις αγαθών και υπηρεσιών σύμφωνα με έρευνα που διεξήγαγε το Forbes ανακάλυψε ότι κάθε χρόνο γίνονται αγοραπωλησίες ύψους 22.000.000 δολαρίων.

Το σημαντικότερο σε αυτό τον ιστότοπο είναι ότι μπορεί να γίνει διακίνηση πολλών παράνομων προϊόντων και υπηρεσιών. Για παράδειγμα παρέχονται υπηρεσίες για μισθωμένους δολοφόνους που καλούνται να σκοτώσουν ανθρώπους έναντι αμοιβής, παιδική πορνογραφία, πειράματα σε ανθρώπους και βρέφη.

Σύμφωνα με τα παραπάνω για να πλοηγηθεί κανείς στον αόρατο ιστό θα πρέπει να είναι εξοπλισμένος ο ηλεκτρονικός υπολογιστής με λογισμικά που να επιτρέπουν την ανωνυμία και οπωσδήποτε να υπάρχουν αντιβιοτικά για την μέγιστη παρεχόμενη ασφάλεια. Ο χρήστης σαφώς θα πρέπει να έχει γνώσεις υπολογιστή διότι εύκολα ένας χάκερ θα μπορεί να υποκλέψει πληροφορίες έως και να καταστρέψει έναν υπολογιστή. Αν ακολουθηθούν σωστά όλα τα βήματα ασφαλείας τότε η εξερεύνηση του θα γίνει πιο εύκολα.

## 1.4 Τύποι καταναλωτών στο Διαδίκτυο

- Αναλυτικοί καταναλωτές, πραγματοποιούν έρευνα και ανάλυση αγοράς προκειμένου να ενημερωθούν ευρέως για το τι συμβαίνει στην αγορά ώσπου να καταναλώσουν μια υπηρεσία ή ένα αγαθό.
- Παρορμητικοί, είναι οι καταναλωτές η οποίοι λειτουργούν αυθόρμητα και κάνουν βιαστικές αγορές.
- Υπομονετικοί, είναι εκείνοι οι οποίοι περιμένουν την κατάλληλη στιγμή ώστε να προβούν σε αγορά για παράδειγμα συγκρίνουν προϊόντα, βλέπουν προσφορές.

## 1.5 Τύποι προϊόντων στο Διαδίκτυο

- Οικονομικό Αγαθό, είναι αυτό που ικανοποιεί τις ανθρώπινες ανάγκες και θεωρείται χρήσιμο όταν καλύπτει την ανάγκη αυτή. Τα αγαθά πρέπει να καλύπτουν βασικές ανάγκες τις καθημερινότητας όπως στέγη, τροφή, ένδυση και υπόδηση τα οποία αποτελούν είδη πρώτης ανάγκης για την επιβίωση του ανθρώπινου είδους .  
Χωρίζονται σε δυο κατηγορίες τα καταναλωτικά και τα κεφαλαιουχικά.  
*Καταναλωτικά*, είναι τα αγαθά τα οποία προορίζονται για τους καταναλωτές και δεν είναι πρώτης ανάγκης. Κατηγοριοποιούνται στα διαρκή αγαθά επειδή δεν μπορεί να αλλοιωθεί η φυσική τους υπόσταση τα οποία είναι έπιπλα, αυτοκίνητα, ηλεκτρικές συσκευές κλπ και μπορούν να χρησιμοποιηθούν μακροπρόθεσμα.  
*Κεφαλαιουχικά*, είναι τα αγαθά εκείνα που χρησιμοποιούνται στην παραγωγική διαδικασία από την οποία παράγονται άλλα αγαθά προορισμένα να ικανοποιήσουν ανθρώπινες ανάγκες. Για παράδειγμα τα εργαλεία του ιατρού είναι τα μέσα που βοηθούν στην παραγωγή των υπηρεσιών που προσφέρει ο ιατρός
- Υπηρεσίες, η παροχή υπηρεσιών αναφέρεται στις επιχειρήσεις που δεν προσφέρουν κάποιο αγαθό αλλά παρέχουν στον πελάτη υπηρεσίες όπως εκπαιδευτικές, τραπεζικές, διαφημιστικές κλπ.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### 2.Τρόποι πληρωμής των διαδικτυακών συναλλαγών

Για να ολοκληρωθεί μια ηλεκτρονική αγορά από μια ιστοσελίδα υπάρχουν εναλλακτικοί τρόποι πληρωμής. Οι νέοι αυτοί τρόποι πληρωμής δημιουργήθηκαν ώστε να εξυπηρετούν τις συναλλαγές στον κυβερνοχώρο. Ο τομέας των ηλεκτρονικών συναλλαγών στο ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ένα αναπόσπαστο κομμάτι για την πραγματοποίηση μιας αγοραπωλησίας. Μερικοί από τους τρόπους πληρωμής αναφέρονται παρακάτω.

Τα συστήματα πληρωμών του ηλεκτρονικού εμπορίου περιλαμβάνουν:

- Πιστωτική κάρτα
- Χρεωστική κάρτα
- Προπληρωμένη κάρτα
- Αντικαταβολή
- Ηλεκτρονικές επιταγές
- Κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό
- Ηλεκτρονική μεταφορά κεφαλαίου

#### Πιστωτική κάρτα

Στην πιστωτική κάρτα η αγορά αγαθών η υπηρεσιών δεν απαιτεί άμεση καταβολή χρημάτων. Η κάρτα αυτή είναι εύχρηστη και μπορεί να γίνει τάχιστα η μεταφορά χρημάτων. Έχει πιστωτικό όριο, δηλαδή ένα μηνιαίο μέγιστο όριο χρημάτων που μπορεί να καταναλώσει ο κάτοχος της κάρτας. Σημαντικό είναι όταν ο κάτοχος θέλει να κάνει μια ηλεκτρονική αγορά θα πρέπει η διεύθυνση της ιστοσελίδας να ξεκινάει με <https://> διότι αυτό εξασφαλίζει ότι χρησιμοποιεί μια ασφαλή σύνδεση. Το ηλεκτρονικό κατάστημα θα πρέπει να διαθέτει ένα έγκυρο πρωτόκολλο ασφαλείας όπου θα εξασφαλίζει τα στοιχεία της κάρτα τα οποία θα κρυπτογραφούνται πριν την μεταβίβασή τους.

#### Χρεωστικές κάρτες

Βασικό της πλεονέκτημα είναι ότι αποκτάται εύκολα και γρήγορα. Υπάρχει η δυνατότητα να δημιουργήσεις τον λογαριασμό χωρίς να υποβάλεις χρήματα. Η χρήση της δεν απαιτεί αστυνομική ταυτότητα. Η διαφορά της χρεωστικής κάρτας από τις υπόλοιπες είναι ότι οι

πληροφορίες είναι αποθηκευμένες μέσα στην κάρτα με συνέπεια όταν θελήσει να πραγματοποιήσει μια αγορά από το διαδίκτυο πρέπει να διαθέτει ειδικό μηχάνημα υποδοχής (της κάρτας) συνδεδεμένο με τον ηλεκτρονικό υπολογιστή. Είναι ένας τρόπος άμεσης πληρωμής καθώς με την χρήση της χρεωστικής κάρτας το ποσό που αναλογεί στην αγορά αφαιρείται αυτόματα από τον λογαριασμό του κατόχου της.

### Προπληρωμένες κάρτες

Δίνουν την ευελιξία να καθορίζει ο κάτοχος το ποσό που θα υπάρχει στην κάρτα για να πραγματοποιήσει τις συναλλαγές του. Την κάρτα μπορεί ο κάτοχος να την ‘φορτίσει’ όσες φορές επιθυμεί αλλά κάθε κάρτα έχει διαφορετικό χρηματικό όριο. Το θετικό της είναι ότι δεν έχει πιστωτικό έλεγχο, παρέχει ασφάλεια διότι δεν έχει καμία σύνδεση με τον τραπεζικό λογαριασμό, ορίζεις το ύψος των δαπανών, δεν έχει τόκους, δεν είναι ονομαστική και λειτουργεί σαν έναν τραπεζικό λογαριασμό. Παρέχει ακόμα την δυνατότητα να εξοφλά άμεσα λογαριασμούς με απευθείας σύνδεση ή με χρήση τηλεφώνου. Ο κάτοχος της κάρτας μπορεί να την έχει ανώνυμα ή ονομαστικά.

### Αντικαταβολή

Η πληρωμή με αντικαταβολή είναι ο πλέον ασφαλής τρόπος. Συνήθως η αποστολή γίνεται στο ταχυδρομείο ή με διανομέα κατευθείαν στη διεύθυνση που μένει ο παραλήπτης. Τα χρήματα της παραγγελίας κατατίθενται στον διανομέα η στο ταχυδρομείο όπου υπογράφουν ο πομπός και ο δέκτης ότι έγινε η συναλλαγή. Δηλαδή η πληρωμή των παραγγελθέντων προϊόντων γίνεται κατά την στιγμή παράδοσής τους και όχι προκαταβολικά. Αν και η χρήση των καρτών που έχουν την δυνατότητα άμεσης πληρωμής μέσω του διαδικτύου έχουν μειώσει την χρήση της αντικαταβολής.

### Ηλεκτρονικές επιταγές

Το χαρακτηριστικό της ηλεκτρονικής επιταγής είναι ότι στην μορφή της είναι ίδια με την έντυπη επιταγή. Ο αποδέκτης της επιταγής την παρουσιάζει στην τράπεζα με συνέπεια να λάβει το ποσό. Για να λάβει το ποσό πρέπει πάνω στην επιταγή να αναγράφεται το όνομα του αποδέκτη, το ποσό και η ψηφιακή υπογραφή.

Η ηλεκτρονική επιταγή θεωρείται πιο ασφαλή από την έντυπη. Ο λόγος είναι ότι το συγκεκριμένο σύστημα πληρωμών απαιτεί την ύπαρξη μιας υποδομής δημόσιου κλειδιού με

αποτέλεσμα να κωδικοποιείται ο αριθμός του λογαριασμού και δεν αποκαλύπτεται στον έμπορο. Το PKI εμπεριέχει ένα συνδυασμό λογισμικού, τεχνολογιών ασύμμετρης κρυπτογραφίας και διαδικασιών το οποίο πιστοποιεί την εγκυρότητα του εμπλεκόμενου σε μια ψηφιακή συναλλαγή. Οι ψηφιακές επιταγές φαίνονται χρήσιμες στην μορφή του ηλεκτρονικού εμπορίου Business to Business (B2B) για τον λόγο αυτό η ασφάλεια και η εγκυρότητα είναι ιδιαίτερος σημαντική για τα υψηλά ποσά που συναλλάσσονται .

### PayPal

Χρησιμοποιείται για τις πληρωμές στο διαδίκτυο προσφέροντας μια ασφαλή συναλλαγή. Δηλαδή το πλεονέκτημα αυτής της κάρτας είναι ότι μόνο το PayPal γνωρίζει τα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας τα οποία αποθηκεύονται κωδικοποιημένα. Είναι σχεδόν αδύνατο να υποκλαπούν τα προσωπικά δεδομένα του πελάτη διότι όλες οι σελίδες του PayPal είναι κρυπτογραφημένες με συνέπεια η αγορά από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα αξιόπιστο ή μη να είναι ασφαλή παραλαμβάνοντας μόνο τα χρήματα χωρίς ποτέ να γνωρίζει τα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας. Επίσης διαθέτει τμήμα το οποίο προστατεύει τους πελάτες από τις ηλεκτρονικές απάτες και την οικονομική εξαπάτηση. Στο τμήμα αυτό μπορεί να απευθυνθεί ο κάτοχος σε περίπτωση που αντιμετωπίζει πρόβλημα με τις συναλλαγές του όπου υπάρχει μεγάλο ενδεχόμενο να του επιστραφούν τα χρήματα. Οι τρόποι πληρωμής από το PayPal στα καταστήματα γίνονται όταν ο χρήστης κάνει τραπεζική μεταφορά, συνδέσει την πιστωτική, χρεωστική και προπληρωμένη κάρτα με τον λογαριασμό PayPal.

### Κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό

Ο συγκεκριμένος τρόπος πληρωμής είναι σαφώς ο πιο ασφαλής διότι ο αγοραστής μπορεί να καταθέσει χρήματα στον τραπεζικό λογαριασμό της ηλεκτρονικής επιχείρησης. Θεωρείται ασφαλή εφόσον υπάρχει δυνατότητα ελέγχου της κινήσεως του λογαριασμού όπως και το απόκομμα της απόδειξης της κατάθεσης. Αυτός ο τρόπος είναι ο καταλληλότερος όσο αφορά υπηρεσίες και ελάχιστα στα αγαθά. Για παράδειγμα από ένα e-shop τύπου Deals εφόσον γίνει η κατάθεση ο αγοραστής αυτόματα λαμβάνει στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο του έναν μοναδικό κωδικό που όταν τον αναδεικνύει στο συμβαλλόμενο κατάστημα μπορεί μέσω λογισμικό πιστοποίησης να του παραχθούν οι υπηρεσίες και τα αγαθά που προπλήρωσε. Το χαρακτηριστικό της ηλεκτρονικής αγοράς είναι ότι ο καταναλωτής κάνει έρευνα αγοράς και μπορεί να πετύχει την χαμηλότερη τιμή για ότι τον ενδιαφέρει κάνοντας μόνο μια κατάθεση.

## Ηλεκτρονική μεταφορά κεφαλαίου

Είναι μία μέθοδος όπου διευκολύνει την μεταφορά μεγάλων ποσών. Λειτουργεί παίρνοντας το ποσό από ένα λογαριασμό και το μεταφέρουμε σε έναν άλλο σε οποιαδήποτε χώρα με ότι νόμισμα έχει ακόμα και σε διαφορετική τράπεζα. Οι χώρες που επιτρέπουν ηλεκτρονική μεταφορά είναι η Αυστραλία, Χονγκ Κονγκ, Ισραήλ, Ιαπωνία, Τουρκία, ΗΠΑ και όλες οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Μια τέτοια κατάθεση μπορεί να αποτύχει στην περίπτωση πληκτρολόγησης εσφαλμένου τραπεζικού λογαριασμού, αν ο λογαριασμός έχει κλείσει, αν το όνομα του δικαιούχου του λογαριασμού δεν ταιριάζει με τα στοιχεία που δίνει ο χρήστης, αν καταχωρηθεί λάθος νόμισμα από ότι έχει η χώρα, αν ο λογαριασμός που αποστέλλουμε τα χρήματα έχει κάνει απαγόρευση ηλεκτρονικής είσπραξης, αν ο κωδικός έχει αλλάξει λόγω συγχώνευσης με άλλη τράπεζα.

### **2.1 Προβλήματα ασφαλείας ηλεκτρονικών συναλλαγών**

Τα ηλεκτρονικά δίκτυα διανομής που χρησιμοποιούν τα συστήματα πληρωμών είναι ευρέως γνωστά από το 1960 και ωφελεί ιδιαίτερα τις επιχειρήσεις και τις τράπεζες. Δεν παύουν όμως να υπάρχουν προβλήματα σε κάποιους τρόπους πληρωμής ακόμα και αν η τεχνολογία εξελίσσεται. Καταρχήν υπάρχουν προβλήματα απάτης όπως να έχει κλαπεί η πιστωτική κάρτα ή να υποκλαπεί ο αριθμός της κάρτας κατά την διαδικασία αγοραπωλησίας από ένα site. Υπάρχουν κίνδυνοι που αφορούν του εμπόρου, δηλαδή ο πελάτης να έχει κλείσει το εμπόρευμα αλλά στο τελευταίο στάδιο της πληρωμής να το αρνείται. Ακόμα οι ηλεκτρονικές επιταγές δημιουργούν ένα πρόβλημα ως προς την εξάπλωση τους όσο αφορά τις διεθνείς συναλλαγές.

Ένα ακόμα πρόβλημα που δεν αφορά τόσο την ασφάλεια των πληρωμών είναι ότι ελλιπής ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού ως προς την ενημέρωση της ηλεκτρονικής πληρωμής, υπάρχει ελαχίστη κινητικότητα του ηλεκτρονικού εμπορίου στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και υπάρχει μεγάλη καθυστέρηση η υιοθέτηση της Ευρωπαϊκής νομοθεσίας.



## **2.2 Ασφάλεια διαδικτυακών συναλλαγών**

Οι ασφαλείς ηλεκτρονικές συναλλαγές θα πρέπει να είναι εμπιστευτικές, ακέραιες και αξιόπιστες ως προς την μεταφορά πληροφοριών στο διαδίκτυο. Ο κύριος προβληματισμός των χρηστών είναι η αμφιβολία της αγοράς από οποιαδήποτε ιστοσελίδα ηλεκτρονικού εμπορίου φοβούμενοι την ασφάλεια της συναλλαγής για την πρόσβαση στα προσωπικά δεδομένα τους. Επίσης σημαντικό είναι να υπάρχει πιστοποίηση ταυτότητας ώστε να γνωρίζουμε ότι οι πληροφορίες που ανταλλάσσουμε καταλήγουν στην εταιρεία και στον άνθρωπο που συνδιαλεγόμαστε. Ακόμα μια δικτυακή παραγγελία δεν θα μπορεί να τροποποιηθεί μετά την ολοκλήρωσή της. Για τον λόγο αυτό δημιουργήθηκαν πρωτόκολλα για να εξυπηρετούν της ασφάλεια δεδομένων. Η εξασφάλιση του απορρήτου μεταφοράς των προσωπικών δεδομένων γίνονται μέσω πρωτόκολλων κρυπτογράφησης.

### **2.2.1 Κρυπτογραφία**

Η κρυπτογραφία χρησιμοποιεί δυο συνθετικά μέρη το ‘κρυπτός’ και το ‘γράφω’. Οι βασικοί αντικειμενικοί σκοποί της κρυπτογράφησης είναι η εμπιστευτικότητα, δηλαδή την πληροφορία που στέλνει ο χρήστης να έχει πρόσβαση μόνο από το εξουσιοδοτημένο μέλος (παραλήπτης). Η ακεραιότητα, δηλαδή η πληροφορία να μπορεί να επεξεργαστεί μόνο από τα εξουσιοδοτημένα μέλη. Μη απάρνηση, δηλαδή ο χρήστης να μην μπορεί να αρνηθεί την γνησιότητα της πληροφορίας. Πιστοποίηση, δηλαδή ο αποστολέας και ο παραλήπτης θα μπορούν να εξακριβώνουν την ταυτότητα ο ένας του άλλου και την πηγή της πληροφορίας.

Σε νομικό επίπεδο τίθεται ο προβληματισμός για την προστασία του απόρρητου των προσωπικών δεδομένων σε όλους του τομείς της δικτυακής συναλλαγής πόσο μάλλον των απλών χρηστών όσο και των ηλεκτρονικών επιχειρήσεων. Η ιδέα της κρυπτογράφησης προήλθε από την ανάγκη να ασφαλιστούν σημαντικά μηνύματα που μεταδίδονταν ηλεκτρονικά με συνέπεια να είναι γραμμένα σε κώδικα ώστε σε περίπτωση υποκλοπής να παραμένουν ασφαλή. Οι χρήστες της κρυπτογραφίας είναι οι κυβερνήσεις, ο στρατός, οι χρηματιστηριακοί οργανισμοί, τα νοσοκομειακά ιδρύματα και μεγάλες εταιρείες ηλεκτρονικού εμπορίου. Τα συναλλασσόμενα μέρη θα πρέπει να έχουν ένα κοινό μυστικό κλειδί ώστε να εξασφαλίσουν την προστασία της πληροφορίας που μεταδίδεται. Αυτό συμβαίνει για να μην μπορεί κανένα εκ των δυο μελών να αποποιηθεί ευθύνες για την

αποστολή κάποιου μηνύματος. Για τον λόγο αυτό υπάρχει η κρυπτογράφηση δημόσιου κλειδιού.

Η κρυπτογράφηση γίνεται πάντα με την βοήθεια αλγορίθμου και κλειδιού κρυπτογράφησης. Αναφορικά αλγόριθμοι κρυπτογράφησης είναι DSA, RSA, RC2, RC4, IDEA, Diffie-Hellman, DES(Data Encryption Standard), Triple DES. Οι αλγόριθμοι προκύπτουν από μαθηματικές συναρτήσεις ώστε όσο πολύπλοκος είναι ο αλγόριθμος τόσο δυσκολότερο είναι να προσπελαστεί.

Οι μέθοδοι κρυπτογράφησης είναι:

- Συμμετρικοί κρυπτογράφηση
- Ασύμμετρη κρυπτογράφηση
- Κρυπτογράφηση δημόσιου κλειδιού



Εικόνα 2: Κρυπτογράφηση

## 2.2.2 Πρωτόκολλα κρυπτογράφησης

Τα δυο σημαντικότερα πρωτόκολλα κρυπτογράφησης του ηλεκτρονικού εμπορίου:

SSL (Secure Sockets Layer)

Σχεδιάστηκε από την εταιρεία Netscape με σκοπό της ασφάλειας ευαίσθητων δεδομένων κατά την μετάδοσή τους. Προσφέρει την πιστοποίηση του εξυπηρετητή από τον πελάτη και το αντίστροφο όπως επίσης εγκαθιδρύει ασφαλής κρυπτογραφημένους διαύλους επικοινωνίας μεταξύ των δυο μερών. Οι κρυπτογραφικοί αλγόριθμοι που υποστηρίζονται από το πρωτόκολλο είναι οι εξής: DES - Data Encryption Standard, DSA - Digital Signature Algorithm, KEA - Key Exchange Algorithm, MD5 - Message Digest, RC2/RC4, RSA, SHA-1 - Secure Hash Algorithm, SKIPJACK, Triple-DES. Έχει αναβαθμιστεί με το πέρασμα των χρόνων σε τρεις εκδόσεις σύμφωνα με την εξέλιξη της τεχνολογίας. Παρέχει υποχρεωτική πιστοποίηση ταυτότητας του εξυπηρετητή και την ακεραιότητα των δεδομένων.

SET (Secure Electronic Transaction)

Το πρωτόκολλο αυτό δημιουργήθηκε από την MasterCard και την Visa για τις εμπορικές συναλλαγές στο διαδίκτυο με πιστωτική κάρτα. Πιστοποιεί το γνήσιο της ταυτότητας του καταναλωτή και της εταιρείας. Παρέχει προστασία υποκλοπής των οικονομικών δεδομένων του πελάτη, πιστοποίηση ότι ο έμπορος δέχεται πληρωμή χρησιμοποιώντας αυτή την μέθοδο και δρομολογεί έναν αριθμό ελέγχων ασφαλείας ο οποίος γίνεται με χρήση ψηφιακών πιστοποιητικών. Εξασφαλίζει την λειτουργικότητα μεταξύ των λογισμικών που υποστηρίζουν το πρωτόκολλο. Το SET θα μπορούσε να θεωρηθεί ένα άριστο πρωτόκολλο. Υπάρχουν πληθώρα πρωτοκόλλων όπως HTTPS (Hypertext Transfer Protocol Secure), jeri , STT και πολλά άλλα.

## **2.3 Συμμετρική κρυπτογράφηση**

Το κλειδί της συμμετρικής κρυπτογράφησης είναι ένα το οποίο κρυπτογραφεί και αποκρυπτογραφεί το μήνυμα. Γνώση του μυστικού κλειδιού πρέπει να έχουν μόνο τα δύο μέρη που συναλλάσσονται την πληροφορία. Κατά συνέπεια το κλειδί δεν είναι ασφαλή να σταλεί με ηλεκτρονικό τρόπο για αυτό τον λόγο πρέπει τα δυο μέρη να έχουν συναντηθεί ή τηλεφωνηθεί πριν την αποστολή. Δεν προτείνετε για εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου διότι δεν υπάρχει κάποιο ασφαλές κανάλι επικοινωνίας. Για αυτό τον λόγο δημιουργήθηκαν διάφορα συστήματα ένα εκ των οποίων είναι ο Kerberos. Το κύριο πλεονέκτημα είναι ότι παρέχει ταχύτητα στην ανάγνωση του μηνύματος αλλά μειονεκτεί ως προς την κατανομή των κλειδιών. Οι χρησιμοποιούμενοι συμμετρικοί αλγόριθμοι είναι DES, Triple DES, Blowfish, SAFER, CAST, RC5 RC6, RC2 RC4.

### **2.3.1 Ασύμμετρη κρυπτογράφηση ή Κρυπτογράφηση δημόσιου κλειδιού(PKI)**

Την χρονολογία του 1970 δημιουργήθηκε η κρυπτογράφηση του δημόσιου κλειδιού όπου ήταν ένα εντελώς διαφορετικό μοντέλο από το συμμετρικό κλειδί. Η διαφορά είναι ότι αντικαθίσταται το μυστικό κλειδί από ένα ζεύγος κλειδιών δηλαδή το ιδιωτικό κλειδί και το δημόσιο κλειδί τα οποία έχουν ξεχωριστές λειτουργίες. Το ιδιωτικό κλειδί πρέπει ο χρήστης να τον κρατάει μυστικό και να το προφυλάσσει αντιθέτως με το δημόσιο κλειδί. Το πλεονέκτημα του είναι ότι είναι δυσεύρετο με υπολογισμούς το συγκεκριμένο κλειδί.

Το δημόσιο κλειδί μπορεί να διανέμεται σε συγκεκριμένους χρήστες ή στο διαδίκτυο. Η πληροφορία κρυπτογραφείται με το δημόσιο κλειδί του παραλήπτη και αποστέλλεται και στην συνέχεια ο παραλήπτης μπορεί να έχει πρόσβαση αποκρυπτογραφώντας το με το ιδιωτικό του κλειδί. Τα κλειδιά έχουν αλληλένδετη και μαθηματική σχέση δηλαδή το ένα αποκρυπτογραφεί και το άλλο αποκρυπτογραφεί. Στην περίπτωση που ο χρήστης κρυπτογραφήσει μήνυμα με το δημόσιο κλειδί μόνο με το ιδιωτικό του κλειδί μπορεί να το προσπελάσει με συνέπεια αυτή η λειτουργία να μην απειλεί την προσπέλαση από τρίτους. Το μειονέκτημα είναι ότι είναι πιο αργό από ότι το συμμετρικό διότι τα κλειδιά που χρησιμοποιούνται είναι σαφώς μεγαλύτερα αλλά πλεονεκτεί ως προς τις ψηφιακές υπογραφές και την εύκολη σύσταση ασφαλών καναλιών επικοινωνίας μεταξύ δύο χρηστών που βρίσκονται σε απόσταση. Επίσης τα δημόσια κλειδιά δεν χρειάζονται προστασία, δεν είναι αναγκαίο το κέντρο διανομής κλειδιών, τα κλειδιά μπορούν να υπάρχουν για μεγάλο χρονικό διάστημα χωρίς να διαρρεύσουν και τέλος υπάρχει η δυνατότητα της επαλήθευσης των ακέραιων δεδομένων

Οι κυριότεροι αλγόριθμοι της ασύμμετρης κρυπτογράφησης είναι οι RSA, Diffie-Hellman Key Exchange, ElGamal, Digital Signature Standard, AES.

### **2.3.2 Ψηφιακή Υπογραφή**

Η ψηφιακή υπογραφή χρησιμοποιείται για να αποδεικνύει το γνήσιο της ταυτότητας του αποστολέα δίνοντας έτσι στον παραλήπτη την βεβαιότητα ότι το ψηφιακό μήνυμα που έλαβε προήλθε από τον ίδιο τον αποστολέα χωρίς να έχει παραποιηθεί ή αλλοιωθεί κατά την μετάδοσή του. Πίσω από την ψηφιακή υπογραφή τρέχει μια κρυπτογραφική συνάρτηση κατατεμαχισμού για να πιστοποιεί την ταυτότητα και την μη παραποίηση του μηνύματος. Υπάρχουν τρεις αλγόριθμοι που συντελούν στην υπογραφή ο πρώτος κάνει επιλογή τυχαίων αριθμών για το δημόσιο και ιδιωτικό κλειδί, ο δεύτερος προσθέτει την ψηφιακή υπογραφή στο έγγραφο και ο τρίτος διεκπεραιώνει ελέγχους για την ακεραιότητα και την αυθεντικότητα του εγγράφου που θα αποσταλεί. Όταν γίνεται χρήση ασφαλών κρυπτογραφικών αλγορίθμων η ψηφιακή υπογραφή δεν μπορεί να πλαστογραφηθεί εν συγκρίσει με τις χειρόγραφες υπογραφές. Σαφώς γίνεται λόγος για κλοπή της υπογραφής αν και μόνο αν κλαπεί το ιδιωτικό κλειδί του αποστολέα και για αυτό τον λόγο πλέον υπάρχει κ ημερομηνία αποστολής του εγγράφου. Μεμπτό σημείο είναι η κατοχή ενός δημόσιου κλειδιού αν όντος ανήκει στον κάτοχο που ισχυρίζεται ότι είναι με συνέπεια να υπάρχει ο

Πάροχος Υπηρεσιών πιστοποίησης όπου πιστοποιεί τον κάτοχο του δημόσιου κλειδιού. Ο οργανισμός αυτός είναι η αρχή που εκδίδει τα ψηφιακά πιστοποιητικά.

Σύμφωνα με το ΠΔ 150/2000 καθόρισε το πλαίσιο που θα μπαίνει η ψηφιακή υπογραφή ώστε να αναγνωρίζεται νομικά ως ιδιόχειρη ώστε αν τηρείται σωστά το συμβαλλόμενο πρόσωπο που συνδιαλέγεται ηλεκτρονικά να μην μπορεί να αρνηθεί.

Οι αρμοδιότητες της ΕΕΤΤ όπως απορρέουν από το ΠΔ 150/2001, είναι επιγραμματικά οι εξής:

- Η παροχή Εθελοντικής Διαπίστευσης, ύστερα από έγγραφη αίτηση του ενδιαφερόμενου Παρόχου Υπηρεσιών Πιστοποίησης, προκειμένου να επιτευχθεί βελτιωμένο επίπεδο παροχής υπηρεσιών πιστοποίησης. (άρθρο 4 παρ. 5 εδ.α) ή η ανάθεση σε δημόσιους ή ιδιωτικούς φορείς του έργου αυτού. Με την Εθελοντική Διαπίστευση απονέμονται δικαιώματα και επιβάλλονται υποχρεώσεις, συμπεριλαμβανομένων τελών, στον Πάροχο Υπηρεσιών Πιστοποίησης.
- Η εποπτεία και ο έλεγχος των εγκατεστημένων στην Ελλάδα Παρόχων Υπηρεσιών Πιστοποίησης, καθώς και των φορέων διαπίστευσης και ελέγχου της συμμόρφωσης των υπογραφών προς το Παράρτημα ΙΙΙ του πδ. 150/2001 (εφόσον η ΕΕΤΤ αναθέσει τέτοια καθήκοντα σε άλλους φορείς) (άρθρο 4 παρ. 8).
- Η διαπίστωση της συμμόρφωσης των διατάξεων δημιουργίας υπογραφής (υλικού ή λογισμικού που χρησιμοποιείται για την εφαρμογή του ιδιωτικού κλειδιού για τη δημιουργία της ηλεκτρονικής υπογραφής) προς το Παράρτημα ΙΙΙ του Προεδρικού Διατάγματος 150/2001 (άρθρο 4 παρ. 2, εδ.α) ή ανάθεση σε δημόσιους ή ιδιωτικούς φορείς του έργου αυτού.
- Η επιβολή προστίμων σε Παρόχους Υπηρεσιών Πιστοποίησης, οι οποίοι ενεργούν ως διαπιστευμένοι, χωρίς να είναι (άρθρο 4 παρ.9)
- Η ενημέρωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις επωνυμίες και τις διευθύνσεις όλων των διαπιστευμένων εθνικών Παρόχων Υπηρεσιών Πιστοποίησης, καθώς και για τυχόν αλλαγές στις παραπάνω πληροφορίες (άρθρα 8 παρ. 2 και 3).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### 3. Ηλεκτρονικό κατάστημα

Το ηλεκτρονικό κατάστημα είναι ένας δικτυακός τόπος όπου ο επισκέπτης μπορεί να περιηγηθεί σε σελίδες ανάλογα με το αντικείμενο ή υπηρεσία που προτιμά και να πραγματοποιήσει μια αγορά πληρώνοντας πάντα το ανάλογο αντίτιμο. Το site μιας επιχείρησης παρουσιάζει το εμπόρευμα του, όπου ο υποψήφιος αγοραστής μπορεί να δει τα χαρακτηριστικά και τις κριτικές του εμπορεύματος πριν προβεί στην διαδικασία παραγγελίας του.

Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα που βρίσκεται στο διαδίκτυο δεν είναι υποχρεωτικά απαραίτητο να υπάρχει αντίστοιχο στην φυσική του υπόσταση. Μπορεί κάλλιστα να έχει μοναδικό σημείο προώθησης προϊόντων μόνο στο διαδίκτυο. Είναι ένα σημαντικό όπλο για την διαφήμιση των καταστημάτων διευκολύνοντας τις πελατειακές σχέσεις και την μείωση του κόστους. Ένα κατάστημα για να επιβιώσει πρέπει να δημιουργήσει μια σελίδα στο διαδίκτυο που συνεχώς θα αναζητά καινοτόμες και πρωτοποριακές ιδέες για την προσέλκυση περισσότερων πελατών. Ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος διότι η παρουσίασή του γίνεται διεθνώς με αποτέλεσμα ένα στάσιμο και απαρχαιωμένο κατάστημα να χάνετε πολύ πιο εύκολα από τις μηχανές αναζήτησης και από το ενδιαφέρον των αγοραστών. Η καθημερινή ανανέωση τις σελίδας με καινούργια προϊόντα και υπηρεσίες απαιτεί έναν μόνιμο χρήστη της σελίδας με ειδικές γνώσεις προς την πολιτική της επιχείρησης, των προϊόντων και της τεχνολογίας της πληροφορικής. Η απουσία τέτοιων χρηστών κάνει την επιχείρηση αναποτελεσματική και ανεύθυνη για έναν επισκέπτη αν σκεφτούμε το πιο απλό παράδειγμα δηλαδή την ανάγκη της συνομιλίας του επισκέπτη με των διαχειριστή της σελίδας. Τέτοιες περιπτώσεις πρέπει να αποφεύγονται από μια επιχείρηση που θέλει να μείνει στην αγορά.

Για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού καταστήματος χρειάζεται να υπάρχουν σωστές βάσεις για να είναι αποδοτικό σε έναν επιχειρηματία. Όσο το εξωτερικό περιβάλλον λοιπόν μεταβάλλεται είναι σχεδόν επιτακτική ανάγκη να αναπροσαρμοστεί και το ηλεκτρονικό κατάστημα ανάλογα για να μπορέσει να ανταπεξέλθει στις καινούργιες καταστάσεις. Για να προσαρμοστεί εύκολα, γρήγορα και με το μικρότερο αντίτιμο θα πρέπει εξ αρχής να σχεδιαστεί ορθά.

Από την άλλη πλευρά τα ηλεκτρονικά καταστήματα με την πάροδο των χρόνων άλλαξαν μορφή και στόχο ύπαρξης. Το περιβάλλον διεπαφής του χρήστη βελτιώθηκε, η ασφάλεια καταναλωτή και επιχείρησης έγινε πιο ισχυρή και αυξήθηκε η επιτυχία και το κέρδος του ηλεκτρονικού καταστήματος.

### 3.1 Στάδια ανάπτυξης

Πέρασε από διάφορα στάδια ανάπτυξης με το πέρασμα του χρόνου με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν τέσσερις γενιές ολοκλήρωσης των ηλεκτρονικών καταστημάτων.

- *Πρώτο στάδιο*, εμφανίστηκε μαζί με τον παγκόσμιο ιστό. Ήταν μια αναγνωριστική αρχή με τον ιστό στην προσπάθεια εκμετάλλευσης του για την ανάδειξη της επιχείρησης. Τα πρώτα ηλεκτρονικά καταστήματα κάνανε την εμφάνιση τους στο χώρο του διαδικτύου επί σκοπού να διαφημιστούν ώστε να δημιουργήσουν ένα πελατειακό κύκλο. Ήταν η απλούστερη μορφή καταστήματος με μόνη δυνατότητα δήλωσης της ύπαρξης της και μόνο.
- *Δεύτερο στάδιο*, ορμώμενη από το πρώτο στάδιο προσπάθησε να προσθέσει κάτι παραπάνω για την διευκόλυνση των καταναλωτών γιατί όπως φάνηκε η προβολή και μόνο της επιχείρησης δεν ήταν αρκετό. Η μεγάλη αλλαγή ήταν η δυνατότητα παραγγελίας μέσα από το διαδίκτυο. Η παραγγελία έδωσε την δυνατότητα αφενός το οικονομικό κέρδος στην επιχείρηση και αφετέρου νέους πελάτες από οποιοδήποτε μέρος του πλανήτη. Η φυσική παρουσία του καταστήματος πλέον δεν είχε καμία σημασία μετά το άνοιγμα των γεωγραφικών συνόρων του διαδικτύου.
- *Τρίτο στάδιο*, ήταν η μέγιστη προσπάθεια να συνδυαστεί ο ήδη υπάρχον εξοπλισμός της επιχείρησης με το πληροφοριακό σύστημα για ένα ολοκληρωμένο και αυτοματοποιημένο σύστημα. Η ανάγκη αυτή προήλθε όταν οι επιχειρήσεις θέλησαν να καταχωρούνται αυτόματα σε πραγματικό χρόνο οι ηλεκτρονικές παραγγελίες στο πληροφοριακό σύστημα των επιχειρήσεων. Αυτή η κίνηση διευκόλυνε την αμεσότητα ολοκλήρωσης της παράδοσης των εμπορευμάτων της παραγγελίας. Παρόλα αυτά υπήρχαν κάποιες λειτουργικές δυσκολίες ως προς την διεκπεραίωση του συστήματος οι οποίες αντιμετωπίστηκαν γρήγορα. Τα βασικά χαρακτηριστικά στο τρίτο στάδιο είναι η ηλεκτρονική προβολή και διαφήμιση της επιχείρησης, ηλεκτρονική τιμολόγηση, παραγγελία και συναλλαγή, ηλεκτρονικές προσφορές και ευκαιρίες των προϊόντων, ταχύτερη παράδοση παραγγελιών.

- *Τέταρτο στάδιο*, το στάδιο αυτό είναι το σύνολο των προηγούμενων με μια μεγάλη επέκταση των λειτουργιών αλλά και καινούργιων. Τα νέα δεδομένα στο τέταρτο στάδιο είναι η ενίσχυση της ασφάλειας και η σωστή διαχείριση του καταστήματος.

Μερικές από τις νέες υπηρεσίες είναι:

1. Ηλεκτρονική πληρωμή
2. Ασφάλεια προσωπικών δεδομένων
3. Εξατομίκευση συμπεριφοράς του πελάτη
4. Έλεγχος αποθεμάτων
5. Αυτοματοποιημένο τρόπο υπολογισμού της φορολογίας
6. Ευέλικτη κοστολόγηση

### **3.2 Σχεδιασμός Ηλεκτρονικού Καταστήματος**

Προγενέστερη φάση από την σχεδίαση είναι η προκαταρτική έρευνα και μελέτη για την σκοπιμότητα της δημιουργίας του ηλεκτρονικού καταστήματος. Η μελέτη των υπαρχόντων στατιστικών ερευνών μπορεί να δώσει στοιχεία για την γραμμή που θέλει να ακολουθήσει ο επιχειρηματίας. Το συγκεκριμένο στάδιο είναι βασικό επειδή από τα αποτελέσματα θα κριθεί το μέλλον για την ανάπτυξη τις ιστοσελίδας. Στην έρευνα ο ειδήμον σχεδιαστής πρέπει να εκτιμήσει σωστά τις ανάγκες της επιχείρησης για θέματα τα οποία αφορούν την απόδοση του συστήματος, την πληροφορία και τα δεδομένα που υπάρχουν στο σύστημα, την αύξηση του κέρδους, τον έλεγχο και την ασφάλεια του συστήματος επομένως της επιχείρησης, την αποδοτικότητα των διαδικασιών και τις υπηρεσίες εξυπηρέτησης των πελατών, των προμηθευτών και των διαχειριστών-υπαλλήλων.

Εφόσον καθορίσουμε τις ανάγκες και τις απαιτήσεις πρέπει να είμαστε βέβαιοι για ότι είναι σαφή, ορθές, πλήρη και συνεπή για να μεταβούμε στην επόμενη φάση. Οι τρεις βασικές απαιτήσεις για την δημιουργία του είναι οι λειτουργικές, οι μη λειτουργικές απαιτήσεις και οι περιορισμοί. Οι λειτουργικές απαιτήσεις δηλώνουν την λειτουργία του συστήματος και τον λόγο ύπαρξης του. Οι μη λειτουργικές απαιτήσεις δηλώνουν τα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει, τις ιδιότητες και τους λόγους επιτυχίας του. Οι περιορισμοί ισχύουν σε μικρό ποσοστό για τους πελάτες σε καίρια σημεία κ σε μεγάλο ποσοστό για τους χρήστες της σελίδας που μπορεί να είναι από τον αποθηκάριο μέχρι τον διαχειριστή.



Ο σχεδιαστής του ηλεκτρονικού καταστήματος πρέπει να έχει γνώσεις για σχεδιασμό ιστοσελίδας, προγραμματιστική εμπειρία, γενική γνώση επιχειρήσεων, να είναι ικανός να επιλύει προβλήματα, ικανότητες επικοινωνίας και διαπροσωπικών σχέσεων, να προσαρμόζεται με ευκολία και να μπορεί να κάνει ανάλυση και σχεδίαση συστημάτων.

Επιπροσθέτως πρέπει να είναι ξεκάθαρο σε πιο τμήμα της αγοράς θα κινηθεί η εταιρεία γιατί πρέπει να καθοριστούν όλα τα προϊόντα και οι υπηρεσίες και να χωριστούν σύμφωνα με το τμήμα στο οποίο ανήκουν. Φρόνιμο θα είναι η επιχείρηση να μην έχει πολλά τμήματα γιατί έτσι είναι εύκολο να χάσει τον στόχο και σκοπό της σελίδας. Εάν αφιερώσει όλη η ενέργεια σε τουλάχιστον δυο τμήματα αγοράς λειτουργεί συγκροτημένα, δεν ξεφεύγει από τον στόχο και επιτρέπει στο προσωπικό να πάρει τον χρόνο και την εκπαίδευση που απαιτείται για το κοινό όφελος.

Τέλος σημαντικό ρόλο παίζει η πολυγλωσσικότητα σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα. Εφόσον απευθύνεται στον παγκόσμιο ιστό θα πρέπει να έχει δυνατότητα ο καταναλωτής για παράδειγμα από την Αυστραλία να μπορεί να αγοράσει από το κατάστημα. Αφετέρου οι καταναλωτές αυξάνονται αφού μπορούν να διαβάσουν τα χαρακτηριστικά και τις κριτικές για τα προϊόντα η ακόμα τους όρους χρήσης.

### **3.2.1 Συστατικά στοιχεία Ιστοσελίδας**

- Domain name
- Εικαστικά σελίδας
- Πλοήγηση
- Ηλεκτρονικός κατάλογος
- Ηλεκτρονικές συναλλαγές
- Διαδικτυακά μέσα για επικοινωνία
- Παγκόσμια εικόνα

### **3.3 Απαραίτητα Εργαλεία για το Ηλεκτρονικό Κατάστημα**

Για την σύσταση του ηλεκτρονικού καταστήματος χρησιμοποιούνται εργαλεία που διευκολύνουν την διεπαφή με τον χρήστη. Η δημιουργία της σελίδας θα υλοποιηθεί από κάποιο εξειδικευμένο τεχνικό αλλά υπάρχουν βασικά εργαλεία που εφάπτονται συνήθως στο κατάστημα και το κοινό τα αναγνωρίζει πολύ πιο εύκολα.

Παρακάτω θα αναφέρουμε ορισμένα σημαντικά εργαλεία που είναι χρήσιμο να τα γνωρίζουμε διότι τα χρησιμοποιούμε και τα βλέπουμε συχνά σε e-shops.

- Διαδικτυακός τόπος
- Κατάλογος προϊόντων
- Καλάθι αγορών
- Τα αγαπημένα
- Πληρωμή
- Παράδοση

Με λίγα λόγια θα εξηγήσουμε γιατί είναι σημαντικά εργαλεία για το ηλεκτρονικό κατάστημα και σε ποιο πράγμα μας ωφελούν. Ο διαδικτυακός τόπος ο οποίος θα προβάλλει το κατάστημα στον καταναλωτή πρέπει να έχει συνέπεια και ευχρηστία. Δηλαδή το περιβάλλον που προωθείται θα είναι φιλικό προς τον χρήστη. Για να γίνει αυτό δεν χρειάζεται να παραφορτωθεί από πληθώρα πληροφοριών που κατά κόρων είναι άχρηστη για τον καταναλωτή παρά μόνο τα σημαντικά. Στην προσπάθεια να είναι πιο ελκυστική η σελίδα στο διαδίκτυο πέφτουμε σε ατοπήματα που μόνο χαοτικά θα είναι για τον επισκέπτη. Συνεπώς μια απλά σχεδιασμένη σελίδα και συνάμα οργανωμένη είναι εύχρηστη και ευχάριστη στην πλοήγηση της.

Ο κατάλογος των προϊόντων πρέπει να είναι σωστά δομημένος και χωρισμένος σε τμήματα ανά είδος. Η πληθώρα των προϊόντων που βρίσκονται σε ένα διαδικτυακό τόπο ενδέχεται να επιβαρύνει την χρηστικότητά του. Όταν λοιπόν είναι χωρισμένο τμηματικά ο αγοραστής επιλέγει το είδος που τον ενδιαφέρει χωρίς να χάνει χρόνο ψάχνοντας την σελίδα. Μια εύχρηστη λύση είναι η μηχανή αναζήτησης που θα βρίσκεται στον ιστότοπο όπου θα πληκτρολογεί το προϊόν που θέλει και θα λάβει άμεσα τα αποτελέσματα. Υπάρχει η δυνατότητα συνοπτικής παρουσίασης που εμφανίζει το προϊόν μεμονωμένο για να μπορεί ο αγοραστής να διαβάσει τα χαρακτηριστικά και τις κριτικές του προϊόντος.

Το καλάθι αγορών είναι ένα λειτουργικό εργαλείο στα χέρια των καταναλωτών που δίνει την δυνατότητα να συλλέγει ο πελάτης την λίστα προϊόντων που επιθυμεί. Κατά την έρευνα του στην σελίδα του καταστήματος μπορεί να προσθέσει, να επεξεργαστεί και να αφαιρέσει τα προϊόντα που βρίσκονται στο καλάθι του. Το εργαλείο αυτό δεν μας δεσμεύει εφόσον βάλουμε κάτι στο καλάθι υποχρεωτικά να το αγοράσουμε κιόλας. Επίσης μπορούμε να ξαναδούμε τι έχουμε επιλέξει και πόσο κοστίζουν συνολικά ώστε να τα παραγγέλλουμε. Υπάρχουν καταστήματα που εφαρμόζουν την επιλογή της αποθήκευσης του καλαθιού μέχρι

ένα διάστημα για να μπορεί ο πελάτης κλείσει τον υπολογιστή και να συνεχίσει την αγορά την επόμενη μέρα.

Τα ‘αγαπημένα’ είναι ένα λειτουργικό εργαλείο το οποίο αποθηκεύει τα προϊόντα αρεσκείας του πελάτη για να μπορεί να ανατρέξει εκεί όποτε θελήσει και εφόσον συνδεθεί με τον κωδικό του στο κατάστημα. Συνεπώς για να μπορεί να δημιουργήσει αυτή την λίστα πρέπει απαραίτητα να είναι μέλος στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Το εργαλείο αυτό μελλοντικά μπορεί να μεταφέρει αυτή την λίστα στο καλάθι αγορών για παραγγελία.

Παρόμοιο εργαλείο είναι η Wish list όπου εκεί μπορούμε να εισάγουμε τα προϊόντα που επιθυμούμε μελλοντικά να αποκτήσουμε. Είναι στην ουσία μια λίστα «επιθυμιών» που έχει δημιουργήσει ο πελάτης και ανεξάρτητα από το πότε σκοπεύει να τα αγοράσει μπορεί να αποθηκεύσει τις επιθυμίες του.

Η παραγγελία είναι η εντολή όπου κατά την ολοκλήρωση της λίστας στο καλάθι μπορεί να δώσει την εντολή αυτή για να γίνει η διαδικασία παραγγελίας. Η διαδικασία έχει συνήθως κάποια βήματα που δρομολογούν την παραγγελία και συνήθως ο αγοραστής μπορεί να εγκαταλείψει την αγορά αν νιώσει ότι η ασφάλεια για τα προσωπικά του δεδομένα δεν είναι επαρκείς ή ότι απαιτούνται πολλές προσωπικές πληροφορίες, αν είναι πολύ περίπλοκη διαδικασία και αν ελλοχεύουν κρυφές χρεώσεις. Για όλους τους παραπάνω προβληματισμούς θα ήταν σωστό να είναι ξεκάθαροι οι όροι χρήσης, τα έξοδα αποστολής και η χρέωση.

Η πληρωμή σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα είναι από τα τελευταία και κυριότερα βήματα για να ολοκληρωθεί η διαδικασία παραγγελίας. Συνήθως διατίθενται παραπάνω από 1 τρόποι πληρωμής και είναι η πιστωτική κάρτα, η αντικαταβολή και η κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό. Ανάλογα με την αξιοπιστία που παρέχει το κατάστημα επιλέγεται ο τρόπος πληρωμής αν και στην κουλτούρα και την καχυποψία των ελλήνων υπερισχύει η αντικαταβολή.

Οι τρόποι παράδοσης ποικίλουν οι συνήθεις είναι το ταχυδρομείο ή η παραλαβή από το φυσικό κατάστημα. Αυτό εξαρτάται από το τι εξυπηρετεί τον αγοραστή. Αν το υλικό που θα αγοραστεί είναι ψηφιακό η παράδοση γίνεται άμεσα. Για παράδειγμα αν αγοραστεί κάποιο λογισμικό για τον ηλεκτρονικό υπολογιστή η παράδοση γίνεται ηλεκτρονικά.

Εικαστικά στοιχεία της ιστοσελίδας

- Εικόνα
- Ήχος

- Βίντεο
- Κείμενο
- Σχεδίαση ανάλογα με την φύση της εταιρείας
- Σχεδίαση ανάλογα με το κοινό που απευθύνεται

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### 4. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο στη Ελλάδα

Όπως επισημάνεται στο άρθρο της εφημερίδας « Η Καθημερινή» το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει υποστεί μεγάλη ανάπτυξη σύμφωνα με την ετήσια έρευνα που έγινε για το 2012. Τα λεπτομερή αποτελέσματα ανακοινώθηκαν στο 8ο Πανελλήνιο Συνέδριο Διαδικτύου και Ηλεκτρονικού Επιχειρείν, που συνδιοργάνωσαν το Ελληνικό Ινστιτούτο Πληροφορικής και Επικοινωνιών της Ελληνικής Εταιρείας Διοικήσεως Επιχειρήσεων (ΕΕΔΕ) και το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, υπό την αιγίδα των υπουργείων Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών & Δικτύων, και Διοικητικής Μεταρρύθμισης & Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης.

«Σύμφωνα με την έρευνα, η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου B-C (επιχείρηση προς καταναλωτή) είναι ιδιαίτερα αυξητική το 2012, όποτε 1,9 εκατ. Έλληνες συνολικά αγόρασαν on-line προϊόντα ή υπηρεσίες αξίας 2,9 δισ. ευρώ και έκαναν κατά μέσο όρο, ετησίως, 20 αγορές μέσω του διαδικτύου, συνολικής αξίας 1.600 ευρώ.

Όπως επισημαίνεται στην έρευνα, στους βασικούς δείκτες μέτρησης της on-line αγοράς παρατηρήθηκε αύξηση το 2012 κατά 25-35%, ενώ στις συνολικές αγορές η αύξηση ήταν πάνω από 50%, σε σχέση με το 2011.

Η μεγάλη σημασία του διαδικτύου για τις αγορές καταγράφεται, επίσης, από την τάση ότι οι on-line καταναλωτές για το 50% των αγορών τους, που πραγματοποίησαν το 2012 σε φυσικά καταστήματα, είχαν ψάξει και συγκρίνει προϊόντα και είχαν κάνει έρευνα αγοράς στο ιντερνέτ πριν προχωρήσουν στην αγορά.»<sup>1</sup>

Δεν θα μπορούσε να παραληφτεί η αναφορά που κάνει το άρθρο για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που αγοράστηκαν από το καταναλωτικό κοινό. Την πρώτη θέση κατέλαβαν οι ταξιδιωτικές υπηρεσίες που προσφέρουν ολοκληρωμένες υπηρεσίες για το εσωτερικό αλλά και το εξωτερικό. Επιπλέον μεγάλη ζήτηση υπήρξε στα είδη

<sup>1</sup>[[http://portal.kathimerini.gr/4dcgi/w/articles/kathbreak\\_1\\_04/12/2012\\_472814](http://portal.kathimerini.gr/4dcgi/w/articles/kathbreak_1_04/12/2012_472814)]

ρουχισμού και υπόδησης επώνυμων προϊόντων αλλά με χαμηλό κόστος. Ακόμα δημιουργήθηκε μια καινούργια κατηγορία για υπηρεσίες με θέμα τις τηλεπικοινωνίες, ενοικίαση-πώληση, ασφάλειες και χρηματοοικονομικά-νομικά.

Η επιλογή του ηλεκτρονικού καταστήματος από τον Έλληνα καταναλωτή γίνεται με την προϋπόθεση ενός ασφαλούς τρόπου πληρωμής, ξεκάθαροι όροι χρήσης, ευχρηστία ιστοσελίδας και γρήγορη πλοήγηση.

Στο κεφάλαιο αυτό θα αναλύσουμε το ηλεκτρονικό εμπόριο στη Ελλάδα και σε άλλες χώρες όπως την Αμερική και Κύπρο. Επίσης θα αναλυθεί η κατάσταση της εξέλιξής του, τα προβλήματα που υπάρχουν ανά χώρα, τα στατιστικά στοιχεία ως προς την χρήση του και την διαδρομή του στο μέλλον.

#### **4.1 Η ανάπτυξη του Η.Ε στην Ελλάδα**

Σύμφωνα με μελέτες που έχουν διεξαχθεί σε διάφορα μεγάλα πανεπιστήμια ως προς την εξέλιξη του Η.Ε όλοι οι δείκτες ανάπτυξης τείνουν να εκτοξεύονται με ανοδική πορεία. Παρά την οικονομική κρίση που περνά η χώρα τα τελευταία χρόνια το Ελληνικό καταναλωτικό κοινό στρέφεται προς το ηλεκτρονικό εμπόριο ως μέσο για την εύρεση οικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών. Εκτός από τις αγορές των καταναλωτών είναι και οι επιχειρηματίες που δείχνουν μια εξωστρέφεια για την παγκόσμια αγορά και τις διεθνείς συνεργασίες. Η προσπάθεια να ανοίξουν νέους δρόμους σε ένα ευρύ καταναλωτικό κοινό είναι δύσκολη όχι όμως και ανέφικτη. Αν αναλογιστούμε το μέγεθος των ελληνικών προϊόντων που μπορούμε να εξάγουμε θα ήταν μια καλή αρχή ώστε να διατηρήσουμε ένα σταθερό ρυθμό ανάπτυξης της οικονομίας προς όφελος της κοινωνίας.

Ένα σημαντικό πλεονέκτημα των ηλεκτρονικών καταστημάτων είναι ότι δίνουν την δυνατότητα στον αγοραστή να μπορεί να δει τα χαρακτηριστικά των προϊόντων όπου σε ένα κατάστημα δεν του δίνετε αυτή η δυνατότητα όπως τον αριθμό των προϊόντων που πουλήθηκαν και τις κριτικές από προηγούμενους αγοραστές. Για παράδειγμα οι ηλεκτρονικές συσκευές όπως τα έξυπνα κινητά οι γνώμες για το λειτουργικό τους σύστημα και η αντοχή τους στο πέρασμα του χρόνου είναι μια σημαντική πληροφορία για τον υποψήφιο αγοραστή.

Το ενδιαφέρον των καταναλωτών στρέφεται κυρίως προς προϊόντα και υπηρεσίες για διασκέδαση και αναψυχή. Στον παρακάτω πίνακα φαίνονται τα ποσοστά των αγορών προτίμησης το 2012.

Υπηρεσίες-Προϊόντα	Ποσοστό του συνολικού αριθμού
Ταξιδιωτικές υπηρεσίες(εισιτήρια, ενουκίαση)	93%
Εξαρτήματα και περιφερειακός εξοπλισμός η/υ	73%
Ηλεκτρονικές συσκευές (βιντεοκάμερες, κινητά)	72%
Λογισμικό για ηλεκτρονικό υπολογιστή(software)	69%
Είδη ένδυσης και υπόδησης	59%
Βιβλία	58%
Οικιακά είδη (έπιπλα, ηλεκτρικές συσκευές)	53%
Εισιτήρια για εκδηλώσεις (συναυλίες, θέατρα)	53%
Ταινίες-Μουσική	48%
Παραγγελία έτοιμου φαγητού	47%
Διαμονή σε καταλύματα (ξενοδοχεία.κλπ)	46%
Προϊόντα-υπηρεσίες προσωπικής φροντίδας	39%
Κοσμήματα και ρολόγια	27%
E-gambling (τυχερά παιχνίδια, στοίχημα)	24%
Είδη λιανεμπορίου-supermarket	23%
Παιχνίδια για ηλεκτρονικούς υπολογιστές	21%
Βρεφικά/παιδικά είδη	15%
Φάρμακα	14%
Υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών	13%
Ασφάλειες (ζωής, αυτοκινήτου)	11%
Ενικαίαση-αγορά-πώληση σπιτιού	9%
Ενικαίαση-αγορά-πώληση αυτοκινήτου	8%
Υπηρεσίες νομικές-χρηματοοικονομικά	7%

Πίνακας 1: Ποσοστά των αγορών προτίμησης έως το 2012

Πηγή: <http://www.eltrun.gr>

Ο παραπάνω πίνακας είναι ένα στοιχείο ωριμότητας της Ελληνικής αγοράς καθώς παρατηρούμε μια μεγάλη ποικιλία κατηγοριών. Τα μεγαλύτερα ποσοστά καταλαμβάνουν οι ταξιδιωτικές υπηρεσίες που οφείλουν την αύξησή τους στις πλέον ολοκληρωμένες υπηρεσίες που παρέχουν. Άξια σημασίας είναι επίσης η εμφάνιση νέων κατηγοριών (σε σύγκριση με

παλαιότερες εκτιμήσεις) όπως είναι η ένδυση και η υπόδηση (λόγω επώνυμων-φθηνών προϊόντων). Κλείνοντας την συγκεκριμένη έρευνα παρατηρούμε μια νέα είσοδο υπηρεσιών όπως είναι οι ασφάλειες, οι τηλεπικοινωνίες και οι νομικές υπηρεσίες που έχουν κατακτήσει και αυτές με την σειρά τους μικρό αλλά σημαντικό αριθμό ατόμων που δείχνουν την προτίμησή τους.

## **4.2 Ελληνικές Επιχειρήσεις μέσω Διαδικτύου**

Ο χάρτης του εμπορίου έχει πλέον αλλάξει επιτρέποντας την αγορά και την πώληση σε κάθε γωνιά του πλανήτη. Το 2011 παρατηρείται μια έκρηξη των ηλεκτρονικών επιχειρήσεων διότι εκτός από το προτέρημα της γεωγραφικής εμβέλειας η ίδρυση μιας επιχείρησης ηλεκτρονικά έχει ένα σχετικά χαμηλό κόστος εν συγκρίσει με τον παραδοσιακό τρόπο ίδρυσης της. Μια παραδοσιακή επιχείρηση για να εδραιωθεί αποτελείται από κεφάλαιο, εργασία και πολύ χρόνο ώστε να σταθεροποιηθεί σωστά σε μια μικρή αγορά.

Το ηλεκτρονικό κατάστημα μπορεί να περιλαμβάνει μια έδρα σε μια χώρα ώστε να έχει υλική υπόσταση, αυτό το είδος επιχειρήσεων ονομάζεται «υβριδικές επιχειρήσεις» όμως δεν είναι και απαραίτητο. Για παράδειγμα μπορεί να έχει ο έμπορος μια μικρή επιχείρηση χειροποίητων γλυκών που τα κατασκευάζει στο σπίτι του και μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου να τα διανέμει σε όλη την Ελλάδα η την Ευρώπη.

Συνήθως το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ανάγκη της μικρομεσαίας επιχείρησης για να την βοηθήσει να αναπτύξει το κέρδος της. Αφενός στην μείωση του κόστους και αφετέρου στις πελατειακές σχέσεις. Μπορούν να συντελέσουν δυναμικά στην οικονομία μιας χώρας διότι είναι ευέλικτες και δυναμικές για την διαμόρφωση νέων συνθηκών στην αγορά. Στον συγκεκριμένο τομέα ο ανταγωνισμός είναι μοιραίο πρόβλημα με συνέπεια τις καινοτόμες τεχνολογίες, ιδέες για την αύξηση της παραγωγικότητας και βελτίωση της ποιότητας των αγαθών και υπηρεσιών.

Σύμφωνα με έρευνα που διεξήγαγε το ELTURN αξιολογήθηκαν τα ηλεκτρονικά καταστήματα ως προς την επιρροή τους στους καταναλωτές. Σε γενικές γραμμές από τα 3000 Ελληνικά καταστήματα στο διαδίκτυο τα 2/3 παρέχουν τις βασικές δυνατότητες και λειτουργίες στον αγοραστή σε ότι αφορά μια ασφαλή συναλλαγή η οποία μπορεί να συγκριθεί τα ξένα πρότυπα. Οι Έλληνες είναι δύσπιστοι για μια αγορά από απόσταση και



αυτό είναι ο κύριος γνώμονας επιτυχίας ενός καταστήματος. Με τα λύπης όμως ακόμα υπάρχουν e-shops σε μικρό ποσοστό βέβαια (1/10) που δεν δηλώνουν τα βασικά στοιχεία της επιχείρησης όπως διεύθυνση, τηλέφωνο, ΑΦΜ και άλλα που προφανώς πρέπει να τα αποφεύγει ο καταναλωτής. Το πιο σημαντικό είναι ότι το 61% των καταστημάτων έχουν σαφείς όρους για την πολιτική, το απόρρητο των προσωπικών δεδομένων και τους όρους χρήσης για το σημαντικό θέμα της συναλλαγής.

Τέλος πρέπει να αναφερθεί η εξέλιξη και ωριμότητα των καταστημάτων που παρέχουν εξελιγμένες υπηρεσίες για την παράδοση του εμπορεύματος με δυνατότητα παραλαβής από το ταχυδρομείο, το φυσικό κατάστημα και το courier. Επίσης παρέχουν παραπάνω από έναν τρόπο συναλλαγής οι συνήθεις είναι αντικαταβολή, κατάθεση σε λογαριασμό και χρήση πιστωτικής κάρτας.

### **4.3 Μέτρα βελτίωσης**

Ένα μέτρο για την βελτίωσης της ηλεκτρονικής επιχείρησης είναι η προώθηση των τεχνολογιών της πληροφορικής στις επιχειρήσεις γνωστοποιώντας έτσι την χρησιμότητα των πληροφοριακών συστημάτων και του Η.Ε. Να υπάρξει μια υπηρεσία από τον δημόσιο τομέα της χώρας ως προς την παροχή των ηλεκτρονικών επιχειρήσεων που λαμβάνουν χώρα στην Ελλάδα και μόνο. Να προωθήσουν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης την επιχειρηματικότητα στους νέους. Ένα άλλος τρόπος είναι το κράτος να δημιουργήσει προγράμματα επιδοτώντας τις νέες ηλεκτρονικές επιχειρήσεις καλύπτοντας έτσι ένα μεγάλο ποσοστό των άνεργων που βρίσκονται στην πλέον παραγωγική ηλικία και δεν μπορούν να βρουν δουλειά στις παραδοσιακές επιχειρήσεις. Το κράτος πρέπει να εκσυγχρονιστεί με τους νέους τρόπους επικοινωνίας και συναλλαγής με τις εταιρείες δημιουργώντας την ανάγκη στις επιχειρήσεις να υιοθετήσουν την τεχνολογία της πληροφορικής ως βάση εξέλιξης. Επιπροσθέτως για την εξέλιξη των επιχειρήσεων χρειάζεται μια συνθήκη εμπιστοσύνης και ακεραιότητας όσο αφορά τις ασφαλής συναλλαγές από το διαδίκτυο με συνέπεια ο καταναλωτής να μην έχει αμφιβολίες για τα προσωπικά του δεδομένα στο εθνικό σύστημα πληρωμών. Με την δημιουργία ενός θεσμικού πλαισίου προστασίας του καταναλωτή στο ηλεκτρονικό εμπόριο οι αγορές θα γίνονται ασφαλέστερα. Για την ενίσχυση των ηλεκτρονικών πελατειακών σχέσεων κάλο θα ήταν να υπάρχει ανάπτυξη στις διεθνής αγορές κατοχυρώνοντας εξαγωγές των ελληνικών προϊόντων και υπηρεσιών εξυπηρετώντας έτσι την δημόσια οικονομία της χώρας ώστε να υπάρχει εισροή χρημάτων. Να βελτιωθούν τα συστήματα μεταφορών. Τέλος

να βελτιωθεί η γραφειοκρατία για τις επιχειρήσεις όσο αφορά το άνοιγμα μιας νέας επιχείρησης, την φορολογία της και την απελευθέρωση στο κανάλι πώλησης των αγαθών.

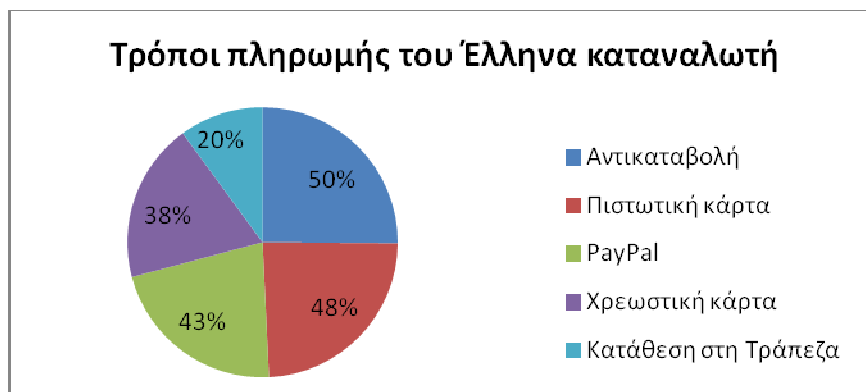
#### **4.4 Στατιστικά στοιχεία Η.Ε στην Ελλάδα**

Η αναφορά σε στατιστικά στοιχεία εδραιώνει την κοινή άποψη με αριθμούς για να υπάρχει γνώση σε διάφορα θέματα με σκοπό της ανάλυσης των δεδομένων που προήλθαν από ένα σύνολο ερευνών. Τα δεδομένα που συλλέγονται αποτελούν τον πληθυσμό των στοιχείων που ενδιαφέρουν την έρευνα. Πρέπει να αναλογιστούμε ότι είναι πρακτικά δύσκολο να γίνει συλλογή όλων των στοιχείων για τον λόγο αυτό λαμβάνουμε ένα μικρό δείγμα το οποίο θα μας οδηγήσει στα συμπεράσματα που θέλουμε για την διεκπεραίωση της έρευνας.

Η ποσοστιαία μονάδα που ανήλθε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα κατά το έτος 2012 άγγιξε το 27% πραγματοποιώντας στο 1 τρίμηνο αγορές κατά 14% (εν συγκρίσει με το 2011) με μέσω όριο ηλικίας καταναλωτών 25-35 αυξάνοντας σημαντικά το ενδιαφέρον τους στις εγχώριες επιχειρήσεις. Έρευνα που έγινε τον Μάιο έως τον Ιούλιο το 2012 σε 6.500 νοικοκυριά για τους χρήστες του διαδικτύου που πραγματοποίησαν αγορά ανέρχεται το 26,9%. Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που επέλεξαν οι καταναλωτές στην χρονική περίοδο Απρίλιος του 2011 έως Μάρτιος του 2012 είναι: 36,1% στα φάρμακα, 28% στα είδη ένδυσης και υπόδησης, 27,5 στο υλικό ηλεκτρονικής εκμάθησης, 25% σε είδη διατροφής και 16,2 για εισιτήρια παραστάσεων και εκδηλώσεων. Καταγράφηκε σημαντική μείωση στην τηλεπικοινωνίες κατά 40%, 37,1 για τον εξοπλισμό ηλεκτρονικού υπολογιστή, στον τουρισμό κατά 26,1, σε λογισμικό ηλεκτρονικού υπολογιστή κατά 25,6% και σε ταξιδιωτικές υπηρεσίες 21,5%.

Παρατηρήθηκαν σημαντικές αλλαγές στην συμπεριφορά των καταναλωτών όπου το 61% των Ελλήνων καταναλωτών προτίμησαν της Ελληνικές ιστοσελίδες για τις αγορές τους και 39% για τις ξένες σελίδες. Άρα σύμφωνα με την μελέτη που έκανε το εργαστήριο ηλεκτρονικού εμπορίου του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών μέσα στα επόμενα χρόνια το ποσοστό των αγορών θα αυξάνεται πλησιάζοντας το ευρωπαϊκό μέσο όρο. Το στατιστικό δείγμα αναφέρει ότι 8 στους 10 Έλληνες επισκέπτονται τις σελίδες Η.Ε κάνοντας έρευνα αγοράς ενώ 6 στους 10 υλοποιούν αγορές μέσω προσφορών.

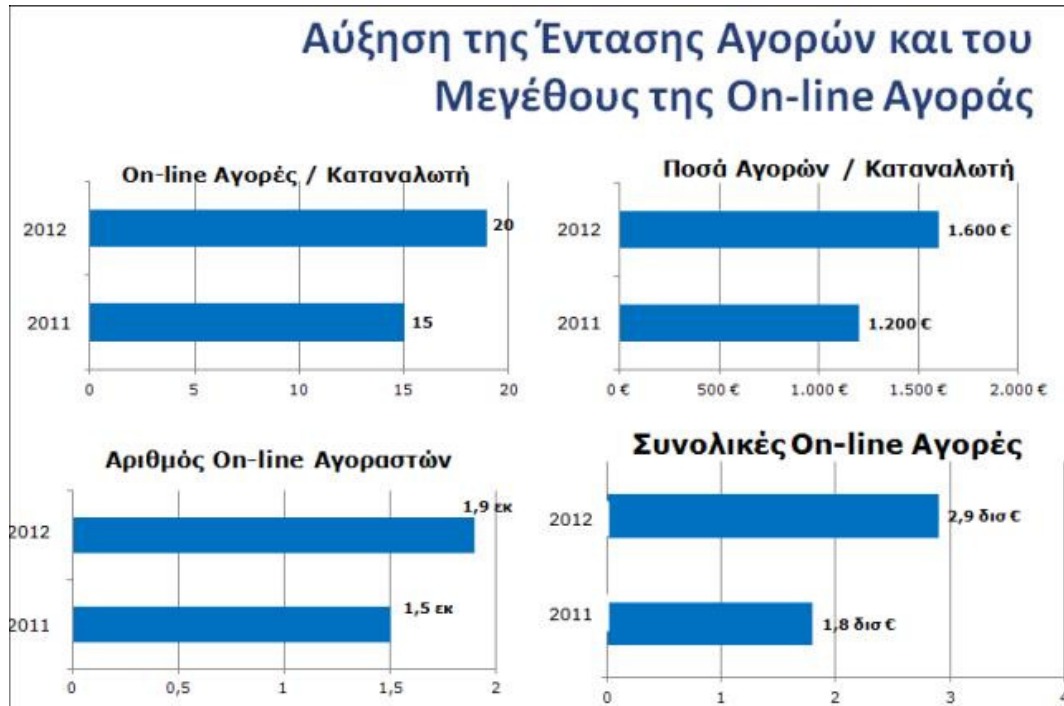
Επιπλέον ο τρόπος πληρωμής που παραμένει ακόμα στην πρώτη θέση είναι η αντικαταβολή χαρακτηρίζοντας έτσι τον Έλληνα καταναλωτή δύσπιστο ως προς την ασφάλεια που παρέχει το διαδίκτυο. Στην δεύτερη θέση βρίσκεται η πιστωτική κάρτα με ποσοστό 48% ακολουθεί το PayPal με 43% και τέλος έρχεται η χρεωστική κάρτα με ποσοστό 38%. Υπάρχει ένα μικρό ποσοστό αμελητέας ποσότητας που χρησιμοποιεί την κατάθεση στην τράπεζα.



**Εικόνα 3 :** Τρόποι πληρωμής του Έλληνα καταναλωτή.

Το προφίλ των καταναλωτών που υλοποιούν αγορές είναι για το 1 τρίμηνο του 2012 άνδρες με ποσοστό 56,8% και 43,2% είναι γυναίκες. Εν συγκρίσει με το 2011 τα ποσοστά είναι διαφορετικά δηλαδή 60,6% οι άνδρες και 39,4% οι γυναίκες, όσο για το 2010 η διαφορά είναι αισθητή 65,5% οι άνδρες και 34,5 οι γυναίκες καταναλωτές. Το ηλικιακό επίπεδο των καταναλωτών κυμαίνεται στο 25-35 χρόνων και το μορφωτικό επίπεδο αυτών είναι 55,7% άτομα που έχουν κατάρτιση από ΤΕΙ/ΑΕΙ και μεταπτυχιακές σπουδές και 40,4% για τα άτομα που βρίσκονται στην δευτεροβάθμια εκπαίδευση.

Μεγάλη διαφορά εντοπίζεται στα γεωγραφικά διαμερίσματα της χώρας όπου οι αγορές και τα είδη αγορών αλλάζει. Για παράδειγμα στην Βόρεια Ελλάδα υψηλό ποσοστό 36,9% παρατηρείται στην ένδυση, υπόδηση και αθλητικά είδη, 28,1 για τις ηλεκτρονικές συσκευές, 25,8% για διανομή σε καταλύματα και 23,7% για τις ταξιδιωτικές υπηρεσίες. Συγκριτικά με την Στερεά Ελλάδα και την Αττική πρωτιά υπάρχει στα είδη ένδυσης και υπόδησης στο 40% περίπου και τελευταίο είναι το ποσοστό στις ταξιδιωτικές υπηρεσίες με ποσοστό 25% των συνολικών αγορών.



Εικόνα 4: Αύξηση της έντασης αγορών.

Πηγή: <http://www.eltrun.gr>

Η παραπάνω έρευνα μας παραθέτει στοιχεία της συνεχόμενης αυξητικής τάσης των on-line αγορών. Το 2012 η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου μεταξύ B2C ήταν αρκετά ευοίωνα για το μέλλον των ηλεκτρονικών αγορών. Οι καταναλωτές με το πέρασμα των χρόνων εμπιστεύονται όλο και περισσότερο τις on-line αγορές και μεταλλάσσονται σε δυναμικούς αγοραστές που διαθέτουν ένα αξιόλογο ποσό για την απόκτηση αγαθών ή υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου.

#### 4.5 Μειονεκτήματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Υπάρχει μεγάλη διαφορά στα μειονεκτήματα και τα πλεονεκτήματα ανάμεσα στον καταναλωτή και την επιχείρηση.

Από την σκοπιά της επιχείρησης αν το προϊόν που προσφέρει είναι ευαίσθητο δεν μπορεί να ελεγχθεί απόλυτα για την ποιότητά του με συνέπεια όταν η παραγγελία είναι από μακρινή τοποθεσία να υπάρχει αλλοίωση. Επίσης η πώληση σε ογκώδη και βαριά αντικείμενα γίνεται σπάνια γιατί η μεταφορά τους κοστίζει ακριβά. Το γεγονός ότι η τεχνολογία εξελίσσεται από μέρα σε μέρα ποικίλει στην κοστολόγηση για την δημιουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος. Ακόμα θα χρειαστεί να επενδύσει κάποια χρήματα για την συντήρηση του

όπως και για τις ενημερώσεις ή τις αλλαγές του. Επιπρόσθετα πρέπει να γίνει συγχρονισμός μεταξύ της βάσης δεδομένων του πραγματικού καταστήματος με το λογισμικό του ηλεκτρονικού καταστήματος που θα βοηθήσει τις ενέργειες να γίνονται σε πραγματικό χρόνο.

Από την άλλη πλευρά ο καταναλωτής διστάζει να εμπιστευτεί τις συναλλαγές του από το internet όπως να αποστείλει τον αριθμό της πιστωτικής του κάρτας. Μπορούν να υπάρξουν τεχνικοί περιορισμοί όπως η αργή ταχύτητα της σύνδεσης στο διαδίκτυο. Επίσης η παραλαβή ή η επιστροφή ελαττωματικών προϊόντων είναι χρονοβόρα και πολλές φορές αναποτελεσματική. Πολύ σημαντικός είναι ο κίνδυνος της πλαστοπροσωπίας κατά την οποία ο hacker μπορεί να χρησιμοποιεί παράνομα τα προσωπικά δεδομένα του θύματος και να πραγματοποιεί συναλλαγές. Ακόμα υπάρχουν καταστήματα τα οποία δεν εμφανίζουν τα προσωπικά τους δεδομένα με συνέπεια αυτό να δρα ανασταλτικά για τον αγοραστή.

Επιπροσθέτως άλλη κίνδυνοι που ελλοχεύουν είναι στα φυσικά καταστήματα που επιβιώνουν δύσκολα με την πρόσθεση πολλών ηλεκτρονικών καταστημάτων με αποτέλεσμα να μην έχουν κέρδος και να κλείνουν οι επιχειρήσεις. Επίσης για να προστεθεί η επιχείρηση στο ηλεκτρονικό εμπόριο πρέπει να διαθέσει αρκετό χρόνο διότι η αλλαγή του σε ηλεκτρονικό κατάστημα είναι χρονοβόρα. Ακόμα ο υπάρχων εξοπλισμός πιθανό να μην είναι συμβατός με την καινούργια τεχνολογία. Εκτός από το νέο κατάστημα πρέπει οι υπάλληλοι τις επιχειρήσης να εκπαιδευτούν για να ανταπεξέλθουν στις νέες αλλαγές πράγμα που απαιτεί χρόνο και χρήμα.

Άλλο ένα μειονέκτημα που βέβαια είναι εις γνώσιν του καταναλωτή προκύπτει για όλες τις αγορές μέσω διαδικτύου. Το διαδίκτυο προσφέρει πληροφορία αλλά δεν μπορεί να παρέχει όσφρηση, γεύση και αφή. Για να το κατανοήσουμε καλύτερα ένα άρωμα που θα επιλέξουμε να αγοράσουμε από το ηλεκτρονικό κατάστημα δεν μπορούμε να γνωρίζουμε πως μυρίζει με συνέπεια να δυσαρεστηθούμε από την αγορά ή και το αντίθετο αλλά μέχρι να το αποκτήσουμε δεν μπορούμε να έχουμε γνώση αυτού. Σύμφωνα με το θέμα αυτό η καλύτερη αγορά πρέπει να είναι σε πράγματα που δεν χρειάζονται αυτά τα μέσα αλλά όπως αποδεικνύεται στα στατιστικά στοιχεία οι περισσότερες αγορές πραγματοποιούνται σε είδη ρουχισμού, υπόδησης και αθλητικών ειδών.

Οι επιχειρηματίες για καινοτομούν και να προσελκύσουν πελάτες αναβαθμίζουν συχνά την βάση δεδομένων τους με συνέπεια ο πελάτης να μπερδεύεται με άχρηστες πληροφορίες και να δυσκολεύεται να το χειριστεί. Τέλος οι συλλογικές συμβάσεις και οι εργατικές

νομοθεσίες πιθανών να μην προστατεύουν τον υπάλληλο με τον ίδιο που θα τον προστατευόταν σε μια παραδοσιακή επιχείρηση.

#### **4.5.1 Πλεονεκτήματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου**

Από την σκοπιά της επιχείρησης το κυριότερο πλεονέκτημα είναι το χαμηλό κόστος δημιουργίας, αποθήκευσης και επεξεργασίας ενός ηλεκτρονικού καταστήματος. Επίσης έχει την δυνατότητα να γίνει γνωστή μια επιχείρηση πέρα από τα σύνορά της σε παγκόσμιο επίπεδο. Το Pull system είναι μια κορυφαία εφαρμογή ως προς την εφοδιαστική αλυσίδα γιατί δίνει την δυνατότητα η παραγγελία του πελάτη να πηγαινει κατευθείαν στο κανάλι διανομής συνεπώς διατηρεί χαμηλά αποθέματα. Ακόμα μειώνει το κόστος επικοινωνίας εφόσον η συνομιλία γίνεται κυρίως διαδικτυακά. Όσο αφορά το κόστος ένα ακόμα πλεονέκτημα είναι ότι το παραδοσιακό κατάστημα απαιτεί τα πάγια έξοδα του που είναι ενοίκιο, λογαριασμοί ΔΕΗ, νερού και τηλεφώνου.

Επιπρόσθετα βελτιώνεται η εικόνα της επιχείρησης και η εξυπηρέτηση των πελατών είναι άμεση. Δίνει την δυνατότητα για νέες συνεργασίες αν υπάρχει ζήτηση συνεπώς έχει κέρδος.

Με το ηλεκτρονικό κατάστημα η επιχείρηση έχει πρόσβαση στο διεθνές εμπόριο επεκτείνοντας έτσι τα όρια των συναλλαγών της και την κάνει ανταγωνιστική. Επίσης κάθε εταιρεία μέσα από τις παραγγελίες που λαμβάνει μπορεί να συλλέξει πληροφορίες για τις προτιμήσεις και τις ανάγκες των καταναλωτών προωθώντας και διευρύνοντας τους ορίζοντές της για το μέγιστο αποτέλεσμα.

Οι αποφάσεις της διοίκησης μπορούν να γίνονται εύκολα και γρήγορα εφόσον υπάρχει υποδομή για την διαχείριση πληροφοριών. Όταν υπάρχει δυνατότητα οργάνωσης και χρήσης των δεδομένων με την κατάλληλη επεξεργασία η λήξη των αποφάσεων για μείζονος σημασίας θέματα γίνεται ταχύτερα και πιο αξιόπιστα από τα διοικητικά στελέχη.

Τέλος υπάρχει καλύτερος έλεγχος των αποθεμάτων και ευελιξία ως προς τις προμήθειες. Η ηλεκτρονική επικοινωνία με του πελάτες δίνει την δυνατότητα της άμεσης ενημέρωσης των τμημάτων του εφοδιασμού και άλλων όπου έχει ως αποτέλεσμα την μείωση του κόστους διάθεσης και παραγωγής.

Γιατί να δημιουργήσω ένα ηλεκτρονικό κατάστημα;

- Οι ανταγωνιστές και οι συνεργάτες έχουν ήδη σελίδες στο διαδίκτυο.
- Για να αναδειχτεί η δουλειά σε ένα ευρύ κοινό της χώρας.

- Για να αναδειχτεί η δουλειά στο παγκόσμιο κοινό.
- Για τη εύρεση νέων πελατών
- Για την εύρεση νέων προμηθευτών
- Για την εύρεση νέων συνεργατών
- Για μια γρήγορη, εύκολη, αποτελεσματική και οικονομική επικοινωνία με τους πελάτες.
- Γιατί το επαγγελματικό προφίλ της εταιρείας εκσυγχρονίζεται με τα νέα δεδομένα της τεχνολογίας.
- Οι εμπορικές σχέσεις με πελάτες και προμηθευτές είναι ταχύτερη όσο αφορά τις ηλεκτρονικές συναλλαγές.
- Υπάρχει καλύτερη και γρηγορότερη εξυπηρέτηση των πελατών στον τρόπο διανομής του εμπορεύματος.
- Είναι φθηνότερη η διαφήμιση του καταστήματος.
- Δυνατότητα νέων ευκαιριών και επιχειρηματικών ιδεών.
- Υπάρχει άμεση πληροφόρηση για φορολογικά και νομικά θέματα.
- Γιατί οι μικρομεσαίες εταιρείες ευδοκιμούν αρκεί να δικτυωθούν σωστά.

Από την σκοπιά του καταναλωτή πλεονέκτημα είναι η σημαντική μείωση τιμών που επιτυγχάνεται μέσω του ανταγωνισμού των επιχειρήσεων. Επίσης έχει δυνατότητα σύγκρισής τιμών επισκεπτόμενος σελίδες για το ίδιο αγαθό με αποτέλεσμα να βλέπει και να επιλέγει την χαμηλότερη τιμή και έχει πρόσβαση ώστε να συμμετάσχει σε ηλεκτρονικές δημοπρασίες. Ακόμα είναι αντιληπτό σε όλους ότι οι τιμές στο διαδίκτυο είναι αισθητά χαμηλότερες από ότι στο εμπόριο.

Μπορεί άμεσα να γνωρίζει πληροφορίες για το προϊόν που επιθυμεί όπως επίσης μπορεί να συνομιλήσει με άλλους καταναλωτές και να ανταλλάξουν τις απόψεις τους. Ακόμα έχει πρόσβαση όλη την ημέρα (24 ώρες) από όποιο σημείο και να βρίσκεται με την προϋπόθεση ότι έχει internet. Επίσης ο καταναλωτής μπορεί να παραγγέλλει ένα αγαθό από το ηλεκτρονικό εμπόριο που ενδεχομένως να μην υπάρχει στην χώρα του.

Ακόμα το ηλεκτρονικό εμπόριο επηρεάζει την γρήγορη παράδοση των αγαθών διότι επιτρέπει την άμεση πρόσβαση της παραγγελίας και έτσι απαιτείται λιγότερος χρόνος για παραγωγή και παράδοση του αποθέματος.

Σύμφωνα με τα παραπάνω έχει βελτιωθεί η εξυπηρέτηση των πελατών αν και είναι απρόσωπη. Το ηλεκτρονικό εμπόριο παρέχει αυτοματοποιημένο σύστημα που μπορεί να λύσει τις πιο συνηθισμένες απορίες δίνοντας προκαθορισμένες από το σύστημα απαντήσεις. Παράλληλα μια μεσαία εταιρεία μπορεί να υποστηρίξει το ηλεκτρονικό κατάστημα με μικρό αριθμό προσωπικού που θα εξυπηρετεί τους πελάτες παγκοσμίως όλη την ημέρα-νυχτα συμπεριλαμβανομένης της αλλαγής ώρας ανά κράτος. Από την άλλη πλευρά η πελατειακές σχέσεις αλλάζουν στο ηλεκτρονικό κατάστημα και εδώ η επιχείρηση οφείλει να παρέχει εμπιστοσύνη και αξιοπιστία στους πελάτες αφούγκραζόταν τις επιθυμίες και τις ανάγκες τους προσαρμόζοντας την παραγωγή της ανάλογα με την ζήτηση της αγοράς. Τέλος επιτρέπει να εργαστούν περισσότεροι άνθρωποι από το σπίτι.

Τέλος για την επιτυχία του ηλεκτρονικού καταστήματος πρέπει να ληφθεί υπόψη τα τέσσερα βασικά ζητήματα τα οποία είναι η παροχή της βέλτιστης αισθητικής, ένα φιλικό περιβάλλον προς τον χρήστη και η ευκολία πλοήγησης της σελίδας. Η προστασία των καταναλωτών σε σχέση με την συναλλαγή και τα προσωπικά τους δεδομένα και οι εξελιγμένες δυνατότητες τις σελίδας του καταστήματος.

#### **4.6 Το προσεχές μέλλον του Η.Ε**

Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα διαθέτει υψηλούς ρυθμούς εν συγκρίσει με το ποσοστό διείσδυσης στο διαδίκτυο που ακόμα βρίσκεται σε χαμηλό ποσοστό διεθνώς. Σε μια αγορά σαν την ελληνική που αναπτύσσεται μόνο ανοδική θα μπορούσε να χαρακτηριστεί η πορεία του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η εξελισσόμενη τεχνολογία το επηρεάζει σημαντικά με τέτοιο τρόπο που μοιραία πρέπει να ακολουθείται πιστά για να φτάσει σε ένα εύλογο επίπεδο. Προφανώς οι αγορές μέσω διαδικτύου και η προώθησή του είναι ο μόνος δρόμος που οδηγεί προς την ανάπτυξη και την εξέλιξή του συνάμα. Ο συνδυασμός της καλύτερης τιμής, η ποικιλία μεταχειρισμένων ή καινούργιων προϊόντων είναι ένα ατρόμητο πλεονέκτημα γι αυτό και θα καρποφορήσει στο μέλλον. Αφετέρου στον ίδιο δρόμο πρέπει να οδηγηθούν οι επιχειρήσεις επιλέγοντας την ηλεκτρονική τους προβολή προωθώντας και διαφημίζοντας τα προϊόντα και τις υπηρεσίες καθώς ελαττώνουν σημαντικά τα λειτουργικά έξοδα των επιχειρήσεων, το υπαλληλικό προσωπικό και την παραγωγή και διάθεση των προϊόντων επιτυγχάνοντας έτσι μεγάλο αριθμό πελατών. Κατ' επέκταση μια εταιρεία που δεν αναπτύσσεται στο ηλεκτρονικό εμπόριο τείνει να χάσει ένα μερίδιο αγοράς



με συνέπεια να μην είναι βιώσιμη δηλαδή να παύει να υπάρχει μελλοντικά. Δεν είναι τυχαίο που τα περισσότερα άρθρα επαναλαμβάνουν ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι πλέον σε φάση ωριμότητας στην χώρα μας. Αυτή η φράση υποδηλώνει ότι είναι ευρέως γνωστό στο εθνικό δίκτυο και τείνει να αναπτυχθεί με γοργούς ρυθμούς. Σύμφωνα με τα στατιστικά δεδομένα αναμένεται να κινείται στα επιθυμητά επίπεδα.

Τα επόμενα χρόνια η τεχνολογία θα παρέχει παραπάνω δυνατότητες στον καταναλωτή διευκολύνοντας τις αναζητήσεις για οτιδήποτε τον ενδιαφέρει. Για παράδειγμα θα μπορεί να μαζικά να έχει την δική του σελίδα όπου θα περιέχει όλες τις σελίδες που επισκέφτηκε, τα προϊόντα που είδε ή αγόρασε όπως και τις κριτικές του τοποθετήσεις. Η δυνατότητα αυτή δημιουργήθηκε ώστε ο καταναλωτής να ενημερώνεται για τα προϊόντα που προτιμά με αποτέλεσμα να προβεί σε μια ηλεκτρονική παραγγελία. Οι διαδικτυακές κοινότητες θα μπορούν να δίνουν δεδομένα στις εταιρείες για τις προτιμήσεις των αγοραστών όπου η συγκεκριμένη ενέργεια στο μέλλον θα διαμορφώνει τα μελλοντικά προϊόντα που έχει ανάγκη η ηλεκτρονική αγορά.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο έχοντας καταργήσει την γεωγραφική απόσταση ενισχύει τον παγκόσμιο ανταγωνισμό και αναμένεται οι καταναλωτές να πληθύνουν τα επόμενα χρόνια. Όλα αυτά δημιουργούν την εμφάνιση καινούργιων επιχειρήσεων οι οποίες θα δραστηριοποιούνται στον ηλεκτρονικό χώρο και αυτό με την σειρά του θα βοηθήσει στην πηγαία ανάγκη της εξέλιξής της τεχνολογίας.

Η Ελλάδα θα προσπαθήσει αυτόματα να ανταπεξέλθει με την αλλαγή που θα επέλθει με αποτέλεσμα την ενίσχυση της νομοθεσίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο, την ασφάλεια του και την παιδεία των ανθρώπων για την διαχείριση του. Οι επενδύσεις των εταιρειών αναμένεται να ξεπεράσει το επιθυμητό ποσοστό του 70% δηλώνοντας πάνω από το μισό των εταιρειών στην ηλεκτρονική αγορά. Στο μέλλον η χώρα θα έχει σκοπό να διευρυνθεί περισσότερο στις γειτονικές χώρες αλλά γιατί όχι στις ευρωπαϊκές χώρες και την Αμερική.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### 5.1 Περίληψη της οδηγίας 2000/31/EK

Η οδηγία 2000/31/EK στηριγμένη στην συνθήκη της ίδρυσης της Ευρωπαϊκής Κοινότητας και με βάση την πρόταση της επιτροπής αλλά και την γνώμη της Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής διατυπώνει ορισμένες πτυχές του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερικής αγορά.

Συγκεκριμένα, κύριος στόχος της είναι η ομαλή συνεργασία και η ελεύθερη ανταλλαγή υπηρεσιών μεταξύ κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης χωρίς να θίγει υπάρχοντα δικαιώματα. Όσον αφορά την εσωτερική αγορά, οποιοδήποτε κράτος-μέλος οφείλει να τηρεί τις υπάρχουσες εθνικές διατάξεις, χωρίς αυτό να σημαίνει πως μπορεί να αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα στην ελεύθερη παροχή υπηρεσιών άλλου κράτους-μέλους. Το κράτος-μέλος μπορεί να επιβάλει μόνο μέτρα που είναι αναγκαία για την δημόσια υγεία, ασφάλεια και την προστασία του καταναλωτή-επενδυτή.

Κάποιες γενικές αρχές της οδηγίας αυτής που πρέπει να ακολουθηθούν είναι καταρχάς η απαραίτητη πληροφόρηση στους αποδέκτες για την επωνυμία του φορέα, την γεωγραφική αναφορά, την ηλεκτρονική διεύθυνση, το εμπορικό μητρώο, την εμπορική αρχή (εφόσον υπάρχει), τον επαγγελματικό τίτλο και τον αριθμό αναγνώρισης. Επιπρόσθετα, υποχρεωτική είναι και η αναφορά στις ακριβείς τιμές (φόρο + έξοδα αποστολής). Αντίστοιχα, η εμπορική επικοινωνία πρέπει να είναι αναγνωρίσιμη, όπως επίσης προσφορές, τα δώρα, οι διαφημιστικοί διαγωνισμοί ή παιχνίδια των οποίων οι όροι οφείλουν να είναι σαφής και ακριβής. Εάν όμως το κράτος-μέλος δεν επιτρέπει ζητηθείσα εμπορική επικοινωνία μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου θα χρειαστεί να είναι σαφώς αναγνωρίσιμη η εμπορική επικοινωνία με την γεωγραφική διεύθυνση του φορέα.

Οι φορείς παροχών υπηρεσιών έχουν υποχρέωση να τηρούν τους επαγγελματικούς κανόνες και απόρρητο, καθώς και την πίστη προς τους πελάτες και τους συναδέλφους. Επιτρέπεται ακόμα, για δημιουργία κωδικών δεοντολογίας, η ύπαρξη επαγγελματικών ενώσεων και οργανισμών έχοντας σαν αποτέλεσμα την ομαλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς καθώς και την προστασία ανηλίκων αλλά και της ανθρώπινης αξιοπρέπειας.

Η σύμβαση με ηλεκτρονικά μέσα είναι ισότιμη με οποιαδήποτε άλλη διαδικασία σύναψης συμβάσεων (με συγκεκριμένες ωστόσο εξαιρέσεις). Ο φορέας είναι αναγκαίο να παρέχει στον αποδέκτη των υπηρεσιών πληροφορίες για τα στάδια της σύμβασης, την αρχειοθέτηση

της ή μη, την δυνατότητα τροποποίησης σφαλμάτων πριν την παραγγελία και το φασμάτων γλωσσών της σύμβασης. Τα παραπάνω δεν ισχύουν για ατομικές επικοινωνίες (π.χ ηλεκτρονικό μήνυμα). Με την ολοκλήρωση της παραγγελίας ο φορέας πρέπει να αποστείλει αποδεικτικό παραλαβής της παραγγελίας.

Ο φορέας παροχής υπηρεσίας μπορεί να κάνει προσωρινή αποθήκευση των πληροφοριών του αποδέκτη για την μεταγενέστερη μετάδοσή τους χωρίς όμως οποιαδήποτε τροποποίηση ή χρήση αυτών. Έχει επίσης την δυνατότητα απόσυρσης των δεδομένων, εφόσον η πρόσβαση είναι αδύνατη ή κάποια διοικητική αρχή απεφάνθη απόσυρση. Παρά ταύτα ο φορέας δεν έχει την υποχρέωση ελέγχου των πληροφοριών που μεταδίδει ή αποθηκεύει.

Ένα ακόμη σημαντικό άρθρο της οδηγίας αυτής αναφέρεται στην απαραίτητη συνεργασία που πρέπει να υπάρχει μεταξύ των κρατών-μελών, έτσι ώστε να δημιουργήσουν κοινά σημεία επαφής. Επίσης τα κράτη-μέλη πρέπει να λαμβάνουν πάντα υπόψη τις εθνικές διατάξεις και να ενεργούν με τα σύμφωνα μέτρα επιβολής τους, τις κυρώσεις.

Η οδηγία 2000/31/EK είναι η βάση μπορούμε να πούμε για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές υπηρεσιών και όχι μόνο. Είναι το πρώτο βήμα για μια παγκοσμιοποιημένη κοινωνία της ηλεκτρονικής υπηρεσίας και μπορεί να αποτελέσει από το πιο δραστικά μέσα εξόδου από την κρίση, ενισχύοντας καθοριστικά την οποιαδήποτε εθνική οικονομία.

## **5.2 Προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα**

Η εξέλιξη της τεχνολογίας με έμφαση στην οικονομική δραστηριότητα καθιστούν επιτακτική την ανάγκη της ασφάλειας των προσωπικών δεδομένων και της επεξεργασίας τους. Για τον λόγο αυτό έχει ρυθμιστεί η ασφάλεια από το άρθρο 10 του Νόμου ν. 2472/1997 και από το άρθρο 12 του ν. 3471/2006. Συγκεκριμένα γνωστοποιεί ότι ο υπεύθυνος επεξεργασίας ή ο εκτελώντας της επεξεργασίας αποκλειστικά και μόνο μπορεί να επεξεργαστεί τα προσωπικά δεδομένα και μόνο κατ' εντολή. Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας οφείλουν να λαμβάνουν μέτρα που θα εξασφαλίζουν την ασφάλεια ανάλογα με τους κινδύνους που επέρχονται από την επεξεργασία. Η επεξεργασία για λογαριασμό του προσώπου από τον υπεύθυνο γίνεται υποχρεωτικά εγγράφως.

Κυρώσεις του ν. 2472/1997

Άρθρο 21: Διοικητικές κυρώσεις

1. Η Αρχή επιβάλλει στους υπεύθυνους επεξεργασίας ή στους τυχόν εκπροσώπους τους τις ακόλουθες διοικητικές κυρώσεις, για παράβαση των υποχρεώσεών τους που απορρέουν από τον παρόντα νόμο και από κάθε άλλη ρύθμιση που αφορά την προστασία του ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα: α) Προειδοποίηση, με αποκλειστική προθεσμία για άρση της παράβασης. β) Πρόστιμο ποσού από τριακόσιες χιλιάδες (300.000) έως πενήντα εκατομμύρια (50.000.000) δραχμές. γ) Προσωρινή ανάκληση άδειας. δ) Οριστική ανάκληση άδειας. ε) Καταστροφή αρχείου ή διακοπή επεξεργασίας και καταστροφή των σχετικών δεδομένων.

2. Οι υπό στοιχεία β, γ, δ και ε διοικητικές κυρώσεις της προηγούμενης παραγράφου επιβάλλονται πάντοτε ύστερα από ακρόαση του υπεύθυνου επεξεργασίας ή του εκπροσώπου του. Είναι ανάλογες προς τη βαρύτητα της παράβασης που καταλογίζεται. Οι υπό στοιχεία γ, δ και ε διοικητικές κυρώσεις επιβάλλονται σε περιπτώσεις ιδιαίτερα σοβαρής ή καθ' υποτροπή παράβασης. Πρόστιμο μπορεί να επιβληθεί σωρευτικά και με τις υπό στοιχεία γ, δ και ε κυρώσεις. Εάν επιβληθεί η κύρωση της καταστροφής αρχείου, για την καταστροφή ευθύνεται ο υπεύθυνος επεξεργασίας αρχείου, στον οποίο μπορεί να επιβληθεί και πρόστιμο για μη συμμόρφωση.

3. Τα ποσά των προστίμων της παρ. 1 μπορεί να αναπροσαρμόζονται με απόφαση του Υπουργού Δικαιοσύνης, ύστερα από πρόταση της Αρχής.

4. Οι πράξεις της Αρχής με τις οποίες επιβάλλονται πρόστιμα συνιστούν εκτελεστό τίτλο και επιδίδονται στον υπεύθυνο επεξεργασίας ή τον τυχόν εκπρόσωπό του. Η είσπραξη των προστίμων γίνεται κατά τις διατάξεις του Κώδικα Εισπράξεως Δημοσίων Εσόδων (ΚΕΔΕ).

#### Άρθρο 22: Ποινικές κυρώσεις

1. Όποιος παραλείπει να γνωστοποιήσει στην Αρχή, κατά το άρθρο 6 του παρόντος νόμου τη σύσταση και λειτουργία αρχείου ή οποιαδήποτε μεταβολή στους όρους και τις προϋποθέσεις χορηγήσεως της άδειας που προβλέπεται από την παρ. 3 του άρθρου 7 του παρόντος νόμου, τιμωρείται με φυλάκιση έως τριών (3) ετών και χρηματική ποινή τουλάχιστον ενός εκατομμυρίου (1.000.000) δραχμών έως πέντε εκατομμυρίων (5.000.000) δραχμών.

2. Όποιος κατά παράβαση του άρθρου 7 του παρόντος νόμου διατηρεί αρχείο χωρίς άδεια ή κατά παράβαση των όρων και προϋποθέσεων της άδειας της Αρχής, τιμωρείται με φυλάκιση

τουλάχιστον ενός (1) έτους και χρηματική ποινή τουλάχιστον ενός εκατομμυρίου (1.000.000) δραχμών έως πέντε εκατομμυρίων (5.000.000) δραχμών.

3. Όποιος κατά παράβαση του άρθρου 8 του παρόντος νόμου προβαίνει σε διασύνδεση αρχείων χωρίς να την γνωστοποιήσει στην Αρχή, τιμωρείται με φυλάκιση έως τριών (3) ετών και χρηματική ποινή τουλάχιστον ενός εκατομμυρίου (1.000.000) δραχμών έως πέντε εκατομμυρίων (5.000.000) δραχμών. Όποιος προβαίνει σε διασύνδεση αρχείων χωρίς την άδεια της Αρχής, όπου αυτή απαιτείται ή κατά παράβαση των όρων της άδειας που του έχει χορηγηθεί, τιμωρείται με φυλάκιση τουλάχιστον ενός έτους και χρηματική ποινή τουλάχιστον ενός εκατομμυρίου (1.000.000) δραχμών έως πέντε εκατομμυρίων (5.000.000) δραχμών.

4. Όποιος χωρίς δικαίωμα επεμβαίνει με οποιονδήποτε τρόπο σε αρχείο δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα ή λαμβάνει γνώση των δεδομένων αυτών ή τα αφαιρεί, αλλοιώνει, βλάπτει, καταστρέφει, επεξεργάζεται, μεταδίδει, ανακοινώνει, τα καθιστά προσιτά σε μη δικαιούμενα πρόσωπα ή επιτρέπει στα πρόσωπα αυτά να λάβουν γνώση των εν λόγω δεδομένων, ή τα εκμεταλλεύεται με οποιονδήποτε τρόπο, τιμωρείται με φυλάκιση τουλάχιστον ενός έτους και χρηματική ποινή και αν πρόκειται για ευαίσθητα δεδομένα με φυλάκιση τουλάχιστον ενός (1) τουλάχιστον ενός εκατομμυρίου (1.000.000) δραχμών έως δέκα εκατομμυρίων (10.000.000) δραχμών, αν η πράξη δεν τιμωρείται βαρύτερα από άλλες διατάξεις.

5. Υπεύθυνος επεξεργασίας που δεν συμμορφώνεται με τις αποφάσεις της Αρχής που εκδίδονται για την ικανοποίηση του δικαιώματος πρόσβασης, σύμφωνα με την παρ. 4 του άρθρου 12, για την ικανοποίηση του δικαιώματος αντίρρησης, σύμφωνα με την παρ. 2 του άρθρου 13, καθώς και με πράξεις επιβολής των διοικητικών κυρώσεων των περιπτώσεων γ', δ' και ε' της παρ. 1 του άρθρου 21 τιμωρείται με φυλάκιση τουλάχιστον δύο (2) ετών και με χρηματική ποινή τουλάχιστον ενός εκατομμυρίου (1.000.000) δραχμών έως πέντε εκατομμυρίων (5.000.000) δραχμών. Με τις ποινές του προηγούμενου εδαφίου τιμωρείται ο υπεύθυνος επεξεργασίας που διαβιβάζει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα κατά παράβαση του άρθρου 9 καθώς και εκείνος που δεν συμμορφώνεται προς την δικαστική απόφαση του άρθρου 14 του παρόντος νόμου.

6. Αν ο υπαίτιος των πράξεων των παρ. 1 έως 5 του παρόντος άρθρου είχε σκοπό να προσπορίσει στον εαυτό του ή σε άλλον παράνομο περιουσιακό όφελος, ή να βλάψει τρίτον,

επιβάλλεται κάθειρξη έως δέκα (10) ετών και χρηματική ποινή τουλάχιστον δύο εκατομμυρίων (2.000.000) δραχμών έως δέκα εκατομμυρίων (10.000.000) δραχμών.

7. Αν από τις πράξεις των παρ. 1 έως και 5 του παρόντος άρθρου προκλήθηκε κίνδυνος για την ελεύθερη λειτουργία του δημοκρατικού πολιτεύματος ή για την εθνική ασφάλεια, επιβάλλεται κάθειρξη και χρηματική ποινή τουλάχιστον πέντε εκατομμυρίων (5.000.000) δραχμών έως δέκα εκατομμυρίων (10.000.000) δραχμών.

8. Αν οι πράξεις των παρ. 1 έως 5 του παρόντος άρθρου τελέστηκαν από αμέλεια, επιβάλλεται φυλάκιση έως τριών (3) ετών και χρηματική ποινή.

9. Για την εφαρμογή των διατάξεων του παρόντος άρθρου, αν υπεύθυνος επεξεργασίας δεν είναι φυσικό πρόσωπο, ευθύνεται ο εκπρόσωπος του νομικού προσώπου ή ο επικεφαλής της δημόσιας αρχής ή υπηρεσίας ή οργανισμού αν ασκεί και ουσιαστικά τη διοίκηση ή διεύθυνση αυτών.

10. Για τα εγκλήματα του παρόντος άρθρου ο Πρόεδρος και τα μέλη της Αρχής καθώς και οι προς τούτο ειδικά εντεταλμένοι υπάλληλοι του τμήματος ελεγκτών της Γραμματείας, είναι ειδικοί ανακριτικοί υπάλληλοι και έχουν όλα τα δικαιώματα που προβλέπει σχετικά ο Κώδικας Ποινικής Δικονομίας. Μπορούν να διενεργούν προανάκριση και χωρίς εισαγγελική παραγγελία, όταν πρόκειται για αυτόφωρο κακούργημα ή πλημμέλημα ή υπάρχει κίνδυνος από την αναβολή.

11. Για τα εγκλήματα της παρ. 5 του παρόντος άρθρου καθώς επίσης και σε κάθε άλλη περίπτωση όπου προηγήθηκε διοικητικός έλεγχος από την Αρχή, ο Πρόεδρος αυτής ανακοινώνει γραπτώς στον αρμόδιο εισαγγελέα οτιδήποτε αποτέλεσε αντικείμενο έρευνας από την Αρχή και διαβιβάζει σε αυτόν όλα τα στοιχεία και τις αποδείξεις.

12. Η προανάκριση για τα εγκλήματα του παρόντος άρθρου περατώνεται μέσα σε δύο (2) το πολύ μήνες από την άσκηση της ποινικής δίωξης και εφόσον υπάρχουν απόχρωσης ενδείξεις για την παραπομπή του κατηγορουμένου σε δίκη, η δικάσιμος ορίζεται σε ημέρα που δεν απέχει περισσότερο από τρεις (3) μήνες από το πέρας της προανάκρισης ή αν η παραπομπή έγινε με βούλευμα δύο (2) μήνες από τότε που αυτό έγινε αμετάκλητο. Σε περίπτωση εισαγωγής της υπόθεσης με απευθείας κλήση του κατηγορουμένου στο ακροατήριο δεν επιτρέπεται η προσφυγή κατά του κλητήριου θεσπίσματος.

13. Δεν επιτρέπεται αναβολή της δίκης για τα εγκλήματα του παρόντος άρθρου παρά μόνον μία φορά για εξαιρετικά σοβαρό λόγο. Στην περίπτωση αυτή ορίζεται ρητή δικάσιμος, που

δεν απέχει περισσότερο από δύο (2) μήνες και η υπόθεση εκδικάζεται κατ' εξαίρεση πρώτη. Τα κακούργηματα που προβλέπονται από τον παρόντα νόμο υπάγονται στην αρμοδιότητα του δικαστηρίου των εφετών.

#### Άρθρο 23: Αστική ευθύνη

1. Φυσικό πρόσωπο ή νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου, που κατά παράβαση του παρόντος νόμου, προκαλεί περιουσιακή βλάβη, υποχρεούται σε πλήρη αποζημίωση. Αν προκάλεσε ηθική βλάβη, υποχρεούται σε χρηματική ικανοποίηση. Η ευθύνη υπάρχει και όταν ο υπόχρεος όφειλε να γνωρίζει την πιθανότητα να επέλθει βλάβη σε άλλον.

2. Η κατά το άρθρο 932 ΑΚ χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης για παράβαση του παρόντος νόμου ορίζεται κατ' ελάχιστο στο ποσό των δύο εκατομμυρίων (2.000.000) δραχμών, εκτός αν ζητήθηκε από τον ενάγοντα μικρότερο ποσό ή η παράβαση οφείλεται σε αμέλεια. Η χρηματική αυτή ικανοποίηση επιδικάζεται ανεξαρτήτως από την αιτούμενη αποζημίωση για περιουσιακή βλάβη.

3. Οι απαιτήσεις του παρόντος άρθρου εκδικάζονται κατά τα άρθρα 664 - 676 του Κώδικα Πολιτικής Δικονομίας, ανεξάρτητα από την τυχόν έκδοση ή μη απόφασης της Αρχής ή την τυχόν άσκηση ποινικής δίωξης, καθώς και από την αναστολή ή αναβολή της για οποιοδήποτε λόγο. Η απόφαση του δικαστηρίου εκδίδεται μέσα σε δύο (2) μήνες από την πρώτη συζήτηση στο ακροατήριο.<sup>1</sup>

Σύμφωνα με την οδηγία 2002/58/EK παρουσιάζονται κανόνες που προορίστηκαν για να εξασφαλίζουν την εμπιστοσύνη των χρηστών στις υπηρεσίες και τις τεχνολογίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Αφορούν ιδιαίτερα την απαγόρευση των αυτόκλητων ηλεκτρονικών μηνυμάτων και την εγκατάσταση των μικρών αρχείων που κρατούν της πληροφορίες του χρήστη στις ιστοσελίδες που έχει επισκεφτεί.

Η παρούσα οδηγία στα πλαίσια της παροχής υπηρεσίας επικοινωνιών αφορά πρώτιστος την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Ειδικότερα αναφέρεται στην ασφάλεια της επεξεργασίας, στο απόρρητο των επικοινωνιών, στην διατήρηση των δεδομένων, στις αυτόκλητες επικοινωνίες (spamming) και τα cookies.

<sup>1</sup> [ <http://www.eae.org.gr> ]

Συναφής πράξεις είναι η οδηγία 95/46/EK που αναφέρεται στην προστασία των φυσικών προσώπων έναντι στην στη επεξεργασία προσωπικών δεδομένων και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών. Το κανονιστικό πλαίσιο που δημιουργεί έχει γίνει με σκοπό να διατηρηθεί η ισορροπία μεταξύ των προσωπικών δεδομένων των προσώπων και η ιδιωτική τους ζωή αλλά και η ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα μέσα στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Επίσης ο κανονισμός 45/2001/EK αναφέρει την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι στην επεξεργασία δεδομένων από τα όργανα της κοινότητας σε σχέση με την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων. Ο κανονισμός αυτός διατάσει την προστασία των δεδομένων, τα οποία τα διαχειρίζεται το όργανο της κοινότητας όπως και την δημιουργία ενός ανεξάρτητου οργάνου που θα εποπτεύεται και θα έχει τον έλεγχο με την εφαρμογή των διατάξεων.

### **5.3 Προστασία Δεδομένων στις Τηλεπικοινωνίες**

Ο ν. 2472/1997 τροποποιήθηκε με τον ν. 3471/2006 για την προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Γενικά ο υπεύθυνος επεξεργασίας και μόνο μπορεί να επεξεργαστεί ή να τροποποιήσει τα προσωπικά δεδομένα του χρήστη αλλά εφόσον έχει πάρει την έγκρισή του. Θα πρέπει να εκτιμάει την επικινδυνότητα των δεδομένων που βρίσκονται στο πληροφοριακό σύστημα ώστε να παρέχει την ασφάλεια που θα μειώσει τον κίνδυνο σε επιθυμητό επίπεδο. Οφείλει να έχει τα επαγγελματικά προσόντα και τις τεχνικές γνώσεις για το προσωπικό απόρρητο. Επίσης η ασφάλεια πρέπει να μην μπορεί να παραβιαστεί, αλλοιωθεί, τροποποιηθεί, να μην έχει τυχαία απώλεια και απαγορευμένη πρόσβαση ή διάδοση σε αθέμιτη πρόσβαση. Απαγορεύει η συνταγματική προστασία την υποκλοπή, την ακρόαση και την αποθήκευση τηλεπικοινωνιών. Επιτρέπεται μόνο για εμπορικούς και εκπαιδευτικούς σκοπούς πάντα με την συγκατάθεση των δυο μερών. Η επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων μπορεί να γίνει για συγκεκριμένους σκοπούς μόνο με την συγκατάθεση του χρήστη και αν είναι αναγκαίο.

#### **Κυρώσεις του ν. 3471/2006**

1. Όποιος, κατά παράβαση του παρόντος νόμου, χρησιμοποιεί, συλλέγει, αποθηκεύει, λαμβάνει γνώση, αφαιρεί, αλλοιώνει, καταστρέφει, μεταδίδει, ανακοινώνει, δημοσιοποιεί



δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα συνδρομητών ή χρηστών, ή τα καθιστά προσιτά σε μη δικαιούμενα πρόσωπα ή επιτρέπει στα πρόσωπα αυτά να λάβουν γνώση των εν λόγω δεδομένων ή τα εκμεταλλεύεται με οποιονδήποτε τρόπο, τιμωρείται με φυλάκιση τουλάχιστον ενός (1) έτους και χρηματική ποινή τουλάχιστον δέκα χιλιάδων ευρώ (10.000) μέχρι και εκατό χιλιάδων ευρώ (100.000), αν η πράξη δεν τιμωρείται βαρύτερα από άλλες διατάξεις.

2. Υπεύθυνος επεξεργασίας και τυχόν εκπρόσωπός του που δεν συμμορφώνεται με τις πράξεις της Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα που επιβάλλουν τις διοικητικές κυρώσεις της προσωρινής ανάκλησης αδείας, της οριστικής ανάκλησης αδείας και της καταστροφής αρχείου ή διακοπής επεξεργασίας και καταστροφής των σχετικών δεδομένων, τιμωρείται με φυλάκιση τουλάχιστον δύο (2) ετών και με χρηματική ποινή τουλάχιστον δώδεκα χιλιάδων ευρώ (12.000) μέχρι και εκατόν είκοσι χιλιάδων ευρώ (120.000).

3. Εφόσον ο δράστης των πράξεων των προηγούμενων παραγράφων είχε σκοπό να προσπορίσει στον εαυτό του ή σε άλλον παράνομο περιουσιακό όφελος ή να βλάψει τρίτο, επιβάλλεται κάθειρξη μέχρι δέκα (10) ετών και χρηματική ποινή τουλάχιστον δεκαπέντε χιλιάδων ευρώ (15.000) μέχρι και εκατόν πενήντα χιλιάδων ευρώ (150.000). Αν προκλήθηκε κίνδυνος για την ελεύθερη λειτουργία του δημοκρατικού πολιτεύματος ή για την εθνική ασφάλεια, επιβάλλεται κάθειρξη και χρηματική ποινή πενήντα χιλιάδων ευρώ (50.000) μέχρι και τριακοσίων πενήντα χιλιάδων ευρώ (350.000).

4. Εφόσον οι πράξεις των παραγράφων 1 και 2 του παρόντος άρθρου τελεσθούν από αμέλεια, επιβάλλεται φυλάκιση μέχρι δεκαοκτώ (18) μηνών και χρηματική ποινή μέχρι και δέκα χιλιάδων ευρώ (10.000).<sup>2</sup>

Ο ν. 2225/1994 αναφέρει ότι για οποιαδήποτε χρήση των τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών , προστατεύεται από τις ρυθμίσεις για το απόρρητο των επικοινωνιών. Η άρση του απορρήτου σε δημόσιες αρχές είναι επιτρέπει μόνο για τους λόγους και υπό τους όρους και διαδικασίες που ορίζει ο ν. 2225/1994. Επίσης η επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα επιτρέπεται

μόνο

εάν:

α) ο συνδρομητής ή ο χρήστης έχει δώσει τη συγκατάθεσή του μετά από ενημέρωση για το είδος των δεδομένων, το σκοπό και την έκταση της επεξεργασίας, τους αποδέκτες ή τις κατηγορίες

αποδεκτών

ή

β) η επεξεργασία είναι αναγκαία για την εκτέλεση σύμβασης στην οποία ο συνδρομητής ή ο

χρήστης είναι συμβαλλόμενο μέρος ή για τη λήψη μέτρων κατά το προσυμβατικό στάδιο μετά από αίτηση του συνδρομητή.

2[<http://www.ministryofjustice.gr>]

#### Κυρώσεις του ν. 2225/1994

##### Άρθρο 12 - Αστική ευθύνη

1. Φυσικό πρόσωπο ή νομικό πρόσωπο, που κατά παράβαση του παρόντος νόμου προκαλεί περιουσιακή βλάβη, υποχρεούται σε πλήρη αποζημίωση. Αν προκάλεσε ηθική βλάβη, υποχρεούται σε χρηματική ικανοποίηση. Ο υπόχρεος απαλλάσσεται από την ευθύνη αν αποδείξει ότι δεν γνώριζε ούτε όφειλε να γνωρίζει την πιθανότητα να επέλθει βλάβη σε άλλον.

2. Η κατά το άρθρο 932 Α.Κ. χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης για παράβαση του παρόντος νόμου ορίζεται κατ' ελάχιστο στο ποσό των δύο εκατομμυρίων (2.000.000) δραχμών, εκτός αν ζητήθηκε από τον ενάγοντα μικρότερο ποσό. Η χρηματική αυτή ικανοποίηση επιδικάζεται ανεξαρτήτως από την αιτούμενη αποζημίωση για περιουσιακή βλάβη.

3. Οι απαιτήσεις του παρόντος άρθρου εκδικάζονται κατά τα άρθρα 664-676 του Κώδικα Πολιτικής Δικονομίας, ανεξάρτητα από την τυχόν έκδοση ή μη απόφασης της Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα ή την τυχόν άσκηση ποινικής δίωξης. Η απόφαση του δικαστηρίου εκδίδεται το αργότερο μέσα σε δύο (2) μήνες από την πρώτη συζήτηση στο ακροατήριο.

##### Άρθρο 13 - Ποινικές κυρώσεις

1. Όποιος κατά παράβαση του παρόντος νόμου χρησιμοποιεί, επεξεργάζεται, μεταδίδει, ανακοινώνει, δημοσιοποιεί δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα συνδρομητών ή χρηστών, τα καθιστά προσιτά σε μη δικαιούμενα πρόσωπα ή επιτρέπει στα πρόσωπα αυτά να λάβουν γνώση των εν λόγω δεδομένων, ή τα εκμεταλλεύεται με οποιονδήποτε τρόπο, τιμωρείται με φυλάκιση και χρηματική ποινή και αν πρόκειται για ευαίσθητα δεδομένα με φυλάκιση τουλάχιστον ενός (1) έτους και χρηματική ποινή τουλάχιστον ενός εκατομμυρίου (1.000.000) έως δέκα εκατομμυρίων (10.000.000) δραχμών, αν η πράξη δεν τιμωρείται βαρύτερα από άλλες διατάξεις.

2. Υπεύθυνος επεξεργασίας που δεν συμμορφώνεται με τις πράξεις της Αρχής που επιβάλλουν τις διοικητικές κυρώσεις των περιπτώσεων γ', δ' και ε' της παρ. 1 του άρθρου 21 του ν. 2472/1997, τιμωρείται με φυλάκιση τουλάχιστον δύο (2) ετών και με χρηματική ποινή τουλάχιστον ενός εκατομμυρίου (1.000.0000) δραχμών έως πέντε εκατομμυρίων (5.000.000) δραχμών.<sup>3</sup>

Ο νόμος, 3917/2011 μιλάει για την διατήρηση των δεδομένων τα οποία υποβάλλονται σε επεξεργασία καθώς είναι διαθέσιμα στο κοινό υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών ή στα δημόσια δίκτυα επικοινωνιών, χρήση συστημάτων επιτήρησης με την λήψη η καταγραφή εικόνας και ήχου σε δημόσιους χώρους. Η οδηγία 2006/24/EK καθιερώνει την διατήρηση των δεδομένων των χρηστών στο πλαίσιο των ηλεκτρονικών επικοινωνιών για λόγο της αποφυγής της οργανωμένης εγκληματικότητας και της τρομοκρατίας πάντα υπό την επεξεργασία των αρμόδιων αρχών. Η οδηγία αυτή τροποποιήθηκε από την παλαιότερη οδηγία 2002/58/EK η οποία μετατρέπει τα προαναφερθέντα σε υποχρέωση των κρατών-μελών. Ο εν λόγω νόμος επιβάλλει την διατήρηση των δεδομένων προκειμένου να είναι διαθέσιμα στις αρμόδιες αρχές για την εξακρίβωση σοβαρών εγκλημάτων σύμφωνα με τους όρους πρόσβασης που ορίζονται από το σύνταγμα. Ο χρόνος διατήρησης των δεδομένων θα είναι 12 μήνες και έπειτα το πέρασμα του συγκεκριμένου χρόνου θα καταστρέφονται με αυτοματοποιημένο σύστημα. Για οποιαδήποτε παραβίαση προβλέπονται ποινικές και διοικητικές κυρώσεις και θωρακίζεται η ασφάλεια της επεξεργασίας των δεδομένων με την εγγύηση δικαστικής αρχής.

Η οδηγία 2002/58/EK αποτελεί μέρος της δέσμης ρυθμίσεων για τις τηλεπικοινωνίες και συνιστά τη νέα νομοθετική πράξη που θα καλύψει τον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και θα τροποποιήσει την υφιστάμενη νομοθεσία που διέπει τον τομέα των τηλεπικοινωνιών. Η δέσμη ρυθμίσεων για τις τηλεπικοινωνίες περιλαμβάνει τέσσερις ακόμη οδηγίες για το γενικό πλαίσιο, για την πρόσβαση και τη διασύνδεση, για τις γενικές και ειδικές άδειες, καθώς και για την καθολική υπηρεσία. Οι τηλεπικοινωνιακές ρυθμίσεις πρέπει να παρέχουν: Διατήρηση των δεδομένων, Απόρρητο των επικοινωνιών, Ασφάλεια της επεξεργασίας, Αυτόκλητες επικοινωνίες («spamming»).

<sup>3</sup>[<http://www.esec.gr>]<sup>4</sup>[http://europa.eu/legislation\\_summaries/information\\_society/legislative\\_framework/124120\\_el.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/legislative_framework/124120_el.htm)]

Η οδηγία 97/66/EK είναι παλαιότερη της οδηγίας 2002/58/EK και κάνει λόγο για την απαγόρευση της επεξεργασίας δεδομένων. Με την εξέλιξη της τεχνολογίας και την

δυσλειτουργία που είχε αυτή η οδηγία καταργήθηκε διότι οι ρυθμίσεις έπρεπε να προσαρμοστούν σύμφωνα με τις εξελίξεις. Κατά συνέπεια ο νόμος 2774/1999 για

λόγους αποφυγής συγκύσεων και σαφήνειας καταργήθηκε στο σύνολό του και την σκυτάλη πείρε ο νόμος 2472/1997. Η τροποποίηση του νόμου συμπληρώνει άλλες τροποποιήσεις που προηγήθηκαν όπως (ν. 2819/2000, ν. 2915/2001, 3156/2003).

## **5.4 Πνευματική Ιδιοκτησία**

Πνευματική ιδιοκτησία θεωρείται το δικαίωμα των πνευματικών δημιουργών για το έργο τους. Δηλαδή ο νόμος απαγορεύει από τους τρίτους να αναδημιουργήσουν το έργο του αυθεντικού δημιουργού χωρίς την άδεια του για ένα εύλογο χρονικό διάστημα. Θεωρείτε περιουσιακό και ηθικό δικαίωμα στην περίπτωση που κάποιος τρίτος σκοπεύει να το εκμεταλλευτεί. Η πνευματική ιδιοκτησία δικαιολογείτε από ανθρωπιστική και ωφελμιστική πλευρά.

Ο νόμος που προστατεύει την πνευματική ιδιοκτησία στην Ελλάδα είναι ο ν. 2121/1993 Περί προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενικών δικαιωμάτων. Συνοψίζει την ανάλυση και την επεξήγηση του περιεχομένου του δικαιώματος της πνευματικής ιδιοκτησίας, δηλαδή την εξουσία που έχει ο δημιουργός πάνω στο πρωτότυπο δημιούργημα είτε τέχνης, λόγου ή επιστήμης που έχει εκφραστεί όπως και τους όρους της μεταβίβασης, άσκησης ή εκμετάλλευσης του δικαιώματος. Παράλληλα θέτει περιορισμούς για το δικαίωμα για παράδειγμα ιδιωτικής χρήσης, αναπαραγωγής δικαστικούς σκοπούς όπως προστατεύει την παροχή του δικαιώματος για ρυθμίσεις συμβάσεων και εκμετάλλευσης έναντι κάποιου χρονικού διαστήματος.

Ακόμα εξετάζει την πρωτοτυπία σε σχέση με την πνευματική ιδιοκτησία για παράδειγμα τα δικαιώματα των ερμηνευτών ή καλλιτεχνών, των ραδιοτηλεοπτικών οργανισμών και των παραγωγών υλικών φορέων. Οριοθετεί την δράση την σύσταση και τις αρμοδιότητες ως προς την σύσταση της συλλογικής διαχείρισης. Ρυθμίζει ειδικά θέματα σε σχέση με τα προγράμματα των ηλεκτρονικών υπολογιστών για το δικαίωμα της πνευματικής ιδιοκτησίας. Τέλος παρέχει μέτρα πρόληψης από προσβολή όπως αστικές κυρώσεις και ποινικές κυρώσεις.

## Κυρώσεις του ν. 2121/1993

### Άρθρο 65: Αστικές κυρώσεις

1. Σε κάθε περίπτωση προσβολής ή επαπειλούμενης προσβολής της πνευματικής ιδιοκτησίας ή του συγγενικού δικαιώματος ο δημιουργός ή ο δικαιούχος του συγγενικού δικαιώματος μπορεί να αξιώσει κατά περίπτωση την αναγνώριση του δικαιώματός του, την άρση της προσβολής και την παράλειψή της στο μέλλον. Η άρση της προσβολής μπορεί να περιλαμβάνει κατ' αίτηση του ενάγοντος ενδεικτικά:
  - α) την απόσυρση από το εμπόριο των εμπορευμάτων που κρίθηκε ότι προσβάλλουν δικαίωμα του παρόντος νόμου και, εφόσον απαιτείται, των υλικών που κυρίως χρησίμευσαν στη δημιουργία ή την κατασκευή των εν λόγω εμπορευμάτων,
  - β) την οριστική απομάκρυνση αυτών από το εμπόριο ή γ) την καταστροφή αυτών. Τα δικαιώματα του πρώτου εδαφίου της παραγράφου αυτής έχουν οι δικαιούχοι και κατά διαμεσολαβητή, οι υπηρεσίες του οποίου χρησιμοποιούνται από τρίτον για την προσβολή δικαιωμάτων του παρόντος νόμου (άρθρα 10 παρ.1 και 11 της Οδηγίας 2004/48).
2. Όποιος υπαιτίως προσέβαλε την πνευματική ιδιοκτησία ή τα συγγενικά δικαιώματα άλλου υποχρεούται σε αποζημίωση και ικανοποίηση της ηθικής βλάβης. Η αποζημίωση δεν μπορεί να είναι κατώτερη από το διπλάσιο της αμοιβής που συνήθως ή κατά νόμο καταβάλλεται για το είδος της εκμετάλλευσης που έκανε χωρίς την άδεια ο υπόχρεος.
3. Αντί για αποζημίωση και χωρίς να απαιτείται υπαιτιότητα του υποχρέου ο δημιουργός ή ο δικαιούχος του συγγενικού δικαιώματος μπορεί να αξιώσει είτε την καταβολή του ποσού κατά το οποίο ο υπόχρεος έγινε πλουσιότερος από την εκμετάλλευση του έργου ή του αντικειμένου συγγενικού δικαιώματος προβλεπόμενης στα άρθρα 46 έως 48 και 51 του παρόντος νόμου χωρίς άδεια του δημιουργού ή του δικαιούχου είτε την καταβολή του κέρδους που ο υπόχρεος αποκόμισε από την εκμετάλλευση αυτή.
4. Το δικαστήριο καταδικάζοντας σε παράλειψη πράξης απειλεί για κάθε παράβαση χρηματική ποινή τριακοσίων χιλιάδων έως ενός εκατομμυρίου δραχμών υπέρ του δημιουργού ή του δικαιούχου συγγενικού δικαιώματος προβλεπόμενου στα άρθρα 46 έως 48 και 51 του παρόντος νόμου καθώς και προσωπική κράτηση έως ένα έτος. Το ίδιο ισχύει και όταν η καταδίκη γίνεται κατά τη διαδικασία των ασφαλιστικών μέτρων. Κατά τα λοιπά ισχύει το άρθρο 947 του Κ.Πολ.Δ..

5. Οι αστικές κυρώσεις του παρόντος άρθρου εφαρμόζονται αναλόγως και στην περίπτωση κατά την οποία ο οφειλέτης δεν κατέβαλε σε οργανισμό συλλογικής διαχείρισης την αμοιβή που προβλέπεται από την παράγραφο 3 του άρθρου 18 του παρόντος νόμου.

6. Οι αστικές κυρώσεις του παρόντος άρθρου εφαρμόζονται και στην περίπτωση προσβολής του δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας του δημιουργού βάσης δεδομένων καθώς και του δικαιώματος ειδικής φύσης του κατασκευαστή βάσης δεδομένων.

#### Άρθρο 65Α: Διοικητικές κυρώσεις

1. Όποιος χωρίς δικαίωμα και κατά παράβαση των διατάξεων του παρόντος νόμου αναπαράγει, πωλεί ή κατ' άλλον τρόπο διανέμει στο κοινό ή κατέχει με σκοπό διανομής πρόγραμμα ηλεκτρονικού υπολογιστή, ανεξαρτήτως άλλων κυρώσεων, υπόκειται σε διοικητικό πρόστιμο ίσο με χίλια (1.000) ευρώ για κάθε παράνομο αντίτυπο προγράμματος ηλεκτρονικού υπολογιστή.

2. Πλανόδιος ή στάσιμος (εκτός καταστήματος) που καταλαμβάνεται να διανέμει στο κοινό με πώληση ή με άλλους τρόπους ή να κατέχει με σκοπό διανομής υλικούς φορείς ήχου, στους οποίους έχει εγγραφεί έργο που αποτελεί αντικείμενο πνευματικής ιδιοκτησίας, υπόκειται σε διοικητικό πρόστιμο ίσο με το γινόμενο των τεμαχίων των παράνομων υλικών φορέων που αποτελούν αντικείμενο της προσβολής επί είκοσι (20) ευρώ ανά τεμάχιο υλικού φορέα ήχου κατά την έκθεση κατάσχεσης που συντάσσεται κατά τη σύλληψη του δράστη. Το ελάχιστο ποσό του διοικητικού προστίμου ορίζεται σε χίλια (1.000) ευρώ.

3. Με προεδρικό διάταγμα που εκδίδεται με πρόταση των Υπουργών Οικονομίας και Οικονομικών και Πολιτισμού μπορεί να αυξομειώνονται τα προβλεπόμενα στις παραγράφους 1 και 2 ποσά υπολογισμού και ελάχιστου ορίου του διοικητικού προστίμου.

4. Αρμόδιες για τον έλεγχο της εφαρμογής των διατάξεων του παρόντος νόμου και την επιβολή των προβλεπόμενων κυρώσεων είναι η Υπηρεσία Ειδικών Ελέγχων (ΥΠ.Ε.Ε.), οι Αστυνομικές και Τελωνειακές Αρχές, οι οποίες μετά τη διαπίστωση της παράβασης, ενημερώνουν τους δικαιούχους μέσω του Οργανισμού Πνευματικής Ιδιοκτησίας.

5. Με κοινή απόφαση των Υπουργών Οικονομίας και Οικονομικών και Πολιτισμού, καθορίζονται η διαδικασία επιβολής και είσπραξης του προστίμου, οι αρμόδιες υπηρεσίες είσπραξης, καθώς και κάθε άλλη λεπτομέρεια για την εφαρμογή του παρόντος.<sup>5</sup>

Ο νομός 2121/1993 τροποποιήθηκε με το άρθρο 81 του ν.3057/2002 που εναρμόνισε την οδηγία 2001/29 με την εθνική νομοθεσία όπως και με τα άρθρα 1,2,4 του ν. 3524/2007 ως

προς την προστασία του δημιουργού στην κοινωνία της πληροφορίας και την επιβολή των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας.

Σε μια μικρή ιστορική αναδρομή για τα πνευματικά δικαιώματα θα ξεκινήσουμε από το 1886 με την Διεθνή Σύμβαση Βέρνης που εφάρμοσε την προστασία στα καλλιτεχνικά και λογοτεχνικά έργα των δημιουργών. Η τελευταία τροποποίηση της έγινε στο Παρίσι το 1917 όπου η Ελλάδα την κύρωσε με τον νόμο 2054 το 1992.

Με την Διεθνή Σύμβαση της Ρώμης έγινε η αναγνώριση των συγγενικών δικαιωμάτων που προστάτουν τους ερμηνευτές και εκτελεστές όπως τους παραγωγούς των ραδιοτηλεοπτικών οργανισμών. Στη συνέχεια ακολούθησε η συμφωνία TRIPS αλλά η σημαντικότερη ήταν η Διπλωματική Διάσκεψη της Γενεύης όπου εκεί ψηφίστηκαν δύο νέες διεθνείς συνθήκες, η Συνθήκη WIPO για την πνευματική ιδιοκτησία και η Συνθήκη WIPO για τις ερμηνείες, εκτελέσεις και φωνογραφήματα. Ο νόμος ν.3184/2003 κύρωσε την συνθήκη παγκόσμιου οργανισμού διανοητικής ιδιοκτησίας.

5 [<http://web.opi.gr/xres/p/EL/web.opi.gr/portal/page/portal/opi/info/law2121.html#c11>]

Κοινοτικό κεκτημένο για την πνευματική ιδιοκτησία και συγγενικών δικαιωμάτων ονομάζονται οι ακόλουθες οδηγίες. Η οδηγία 91/250/ΕΟΚ εφαρμόστηκε για την νομική προστασία των προγραμμάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών. Όταν εγκρίθηκε η κοινή θέση για την οδηγία του Συμβουλίου 91/250/ΕΟΚ (13 Δεκεμβρίου 1990), η Επιτροπή ανέλαβε την πολιτική δέσμευση να καταρτίσει έκθεση σχετικά με την εφαρμογή και τα αποτελέσματα της οδηγίας. Καθόσον η εν λόγω οδηγία ήταν η πρώτη στον τομέα των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και των συγγενικών δικαιωμάτων, η πρόβλεψη ρήτρας αναθεώρησης στην ίδια την οδηγία δεν είχε ακόμα εξελιχθεί σε καθιερωμένη πρακτική.

Η παρούσα έκθεση βασίζεται κατά κύριο λόγο σε μελέτη που κατάρτισαν εξωτερικοί σύμβουλοι το 1997, καθώς και στις διαπιστώσεις της Επιτροπής και σε σχόλια ενδιαφερομένων.

Σύμφωνα με τα γενικά αποτελέσματα, οι στόχοι της οδηγίας έχουν επιτευχθεί και τα αποτελέσματα στον κλάδο παραγωγής λογισμικού είναι ικανοποιητικά (γεγονός που αποδεικνύεται, π.χ. από την οικονομική μεγέθυνση του κλάδου και τη μείωση των

φαινομένων πειρατείας λογισμικού). Με βάση τα εν λόγω αποτελέσματα δεν φαίνεται να υπάρχει ανάγκη τροποποίησης της οδηγίας.

Όσον αφορά την εφαρμογή εκ μέρους των κρατών μελών, παρατηρούνται ορισμένες ατέλειες. Παρ' όλο που η Επιτροπή δεν αξίζει να ασχοληθεί με όλες αυτές τις ατέλειες, ορισμένες χρειάζεται να διερευνηθούν περαιτέρω για να διαπιστωθεί κατά πόσο υπάρχει περίπτωση παράβασης.

Εξετάζονται επίσης ορισμένα ειδικά θέματα που έθεσε ο κλάδος (το δικαίωμα διανομής και η παρουσίαση στο κοινό, τα εφεδρικά αντίγραφα, η προσφυγή στη δικαιοσύνη και οι τεχνικές διατάξεις). Παρ' όλο που η Επιτροπή καταλήγει στο συμπέρασμα ότι, προς το παρόν, δεν χρειάζεται τροποποίηση της οδηγίας, δεν αποκλείεται η δυνατότητα προσαρμογής σε μεταγενέστερο στάδιο υπό το πρίσμα άλλων εξελίξεων.

Τέλος, αναφέρονται συναφείς κοινοτικές πρωτοβουλίες, ιδίως η δυνατότητα χορήγησης διπλώματος ευρεσιτεχνίας σε προγράμματα ηλεκτρονικών υπολογιστών (που θα συμπληρώσει τις ισχύουσες διατάξεις προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας) και η Πράσινη Βίβλος για την καταπολέμηση της παραποίησης και της πειρατείας στην εσωτερική αγορά που θα αποτελέσει το κατάλληλο πλαίσιο για περαιτέρω ενέργειες όσον αφορά την πειρατεία λογισμικού. Εφιστάται η προσοχή των κρατών μελών ιδίως όσον αφορά τη σημασία των κρατικών πολιτικών για τη χρησιμοποίηση νόμιμου λογισμικού.<sup>6</sup>

Η δεύτερη είναι η οδηγία 92/100/ΕΟΚ που αναφέρεται σε ζητήματα σχετικά με τα δικαιώματα δανεισμού, εκμίσθωσης και συγγενικά πνευματικά δικαιώματα για τα προϊόντα διανοίας. Άλλα ζητήματα είναι η πατρότητα των οπτικοακουστικών και κινηματογραφικών έργων ως προς τον δημιουργό. τα κράτη-μέλοι ήταν αντίθετα αλλά κατέληξαν σε συμβιβασμό.

Η τρίτη είναι η 93/83/ΕΟΚ που συντόνισε τους κανόνες για τα δικαιώματα του δημιουργού που εφαρμόζονται στις δορυφορικές μεταδόσεις και την καλωδιακή αναμετάδοση. Η διανομή αυτή θεωρείται ως παρουσίαση στο κοινό ή λήψη από το κοινό και εκτιμάται κατά το εθνικό δίκαιο.

Επόμενη είναι η οδηγία 93/98/ΕΟΚ που αναφέρει την χρονική διάρκεια που προστατεύεται το δικαίωμα της πνευματικής ιδιοκτησίας και των συγγενικών δικαιωμάτων. Στην ουσία ενοποιείσαι την οδηγίες 92/100/ΕΟΚ και 93/83/ΕΟΚ. Δηλαδή ένα έργο είτε



κινηματογραφικό είτε οπτικοακουστικό έχει γίνει με συλλογική εργασία όπου ο σκηνοθέτης είναι ένας από τους πολλούς δημιουργούς του.

Η οδηγία 2001/29/ΕΟΚ σύμφωνα με την παραπάνω εναρμονίζει κάποιες νομικές πτυχές των δικαιωμάτων του δημιουργού στην κοινωνία της πληροφορίας.

Συγκεκριμένα παρέχει την νομική κάλυψη των προγραμμάτων του ηλεκτρονικού υπολογιστή, ότι εμπεριέχει η οδηγία 93/83/ΕΟΚ και 93/98/ΕΟΚ και την νομική προστασία των βάσεων δεδομένων(οδηγία 96/6/ΕΚ). Στην ουσία θίγει βασικούς τομείς όπως το δικαίωμα παρουσίασης στο κοινό, το δικαίωμα αναπαραγωγής και το δικαίωμα διανομής.

Η Οδηγία 2001/84/ΕΚ κάνει αναφορά στον δημιουργό να εισπράττει αντίτιμο για κάθε διαδοχική μεταβίβαση ή μεταπώληση του έργου του. Ο δημιουργός έχει το δικαίωμα παρακολούθησης του έργου του στα κράτη- μέλη για να το προστατεύει από την εκμετάλλευση άλλων δημιουργών. Συνοπτικά μπορεί να παρακολουθήσει το πρωτότυπο έργου τέχνης του.

Τέλος η Οδηγία 2004/48/ΕΚ δημιουργεί συνθήκες ως προς την ανάπτυξη του πολυμέσων υλικού περιεχομένου στην Ευρώπη, τονώνει την ζήτηση του, παρέχει την ανταλλαγή γνώσεων, τονώνει την αγορά και συμβάλει στην πολιτιστική, κοινωνική και επαγγελματική ανάπτυξη των κρατών.

6[<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52000DC0199:EL:HTML>]

## **5.5 Ηλεκτρονικό Εμπόριο**

Η δυνατότητες που έχει ο παγκόσμιος ιστός ανάγκασε μοιραία το κάθε κράτος να θεσπίσει τους δικούς του νόμους όσο αφορά το ηλεκτρονικό εμπόριο για να αναπτυχθούν οι ηλεκτρονικές συναλλαγές σε ένα νόμιμο και ασφαλή εσωτερικό δίκαιο.

Η κοινοτική οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο που προσαρμόστηκε στο Προεδρικό Διάταγμα 131 το 2003 είναι η 2000/31/ΕΚ και αφορά «τις νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας κυρίως του ηλεκτρονικού εμπορίου στην εσωτερική αγορά». Υπάρχουν πολύ νόμοι που πλαισιώνουν την κεντρική ιδέα όπως ο ν. 2251/1994 που αναφέρεται στην προστασία των καταναλωτών, το Προεδρικό Διάταγμα 150/2001 για τις

ηλεκτρονικές υπογραφές, ο ν. 2472/1997 ως προς τα πνευματικά δικαιώματα και πολλοί άλλοι που έχουν αναφερθεί σε προγενέστερες ενότητες. Στην ουσία θεσπίζει ένα κανονιστικό πλαίσιο για την Ευρωπαϊκή Ένωση όσο αφορά τις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Οι διατάξεις αναφέρονται στον σερβερ για την χρήση των εμπορικών συναλλαγών και επικοινωνιών, για τις ηλεκτρονικές συμβάσεις, για τις υπηρεσίες του διαδικτύου και των φορέων παροχής.

Κυρώσεις της οδηγίας 2000/31/EK

Άρθρο 20

Τα κράτη μέλη καθορίζουν το καθεστώς των κυρώσεων για παραβιάσεις των εθνικών διατάξεων οι οποίες έχουν θεσπιστεί κατ' εφαρμογή της παρούσας οδηγίας και λαμβάνουν όλα τα απαραίτητα μέτρα επιβολής των εν λόγω κυρώσεων. Οι κυρώσεις πρέπει να έχουν αποτελεσματικό, αναλογικό και αποτρεπτικό χαρακτήρα.

7[<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32000L0031:EL:HTML>]

## **5.6 Νομική Προστασία Ηλεκτρονικών Συνδρομητικών Υπηρεσιών**

Η έκθεση της εφαρμογής όσο αφορά την οδηγία 98/84/EK εξασφαλίζει την νομική προστασία των ηλεκτρονικών συνδρομητικών υπηρεσιών για παράδειγμα τηλεόραση, διαδίκτυο και ραδιόφωνο που απαγορεύει την πειρατεία μέσα στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Σύμφωνα με την εκτίμηση της Επιτροπής αναμένει στην επέκταση των

συνδρομητικών υπηρεσιών με συνέπεια η πειρατεία να επιφέρει ζημιά στην κοινωνία τις πληροφορίας ακόμα και εγκληματικές πράξεις.

Σημαντικό θέμα που εντοπίζεται αδυναμία είναι προστατευμένη πρόσβαση σε δορυφορικούς σταθμούς άλλων κρατών. Οι πολίτες αντιδρούν στην προστατευμένη πρόσβαση για υπηρεσίες συνδρομητικής τηλεόρασης στην εσωτερική αγορά ενώ προτίθενται να πληρώσουν για την απόκτησή του. Καλείται λοιπόν η Επιτροπή να λύση το ζήτημα αναθεωρώντας την οδηγία για το έργο του δημιουργού και την αναμετάδοσή του. Αναφέρει ότι πρέπει να γίνει η εφαρμογή της οδηγίας σε όλη την ΕΕ για να μην βρίσκουν καταφύγιο οι πειρατικές ενέργειες σε άλλο κράτος μέλος.

Επίσης έγκλημα στον κυβερνοχώρο θεωρείται η πειρατεία των ηλεκτρονικών συνδρομητικών υπηρεσιών κατά συνέπεια δεν μπορούν να γίνουν αλλαγές στην οδηγία αλλά

σύμφωνα με τις διαβουλεύσεις εντοπίστηκαν θέματα που είναι ανάγκη να τεθούν προς συζήτηση και μελέτη σε συνεργασία με τους οικονομικούς φορείς και τα κράτη. Όλες οι μορφές πειρατείας, απομίμησης και παραποίησης όπως η διανομή κλειδιών και άλλων παράνομων συσκευών πρέπει να συμπεριληφθούν σε ένα κανονιστικό πλαίσιο.

### Κυρώσεις οδηγίας οδηγία 98/84/EK

#### Άρθρο 5

##### Κυρώσεις και μέσα αποκατάστασης

1. Οι κυρώσεις πρέπει να είναι αποτελεσματικές, αποτρεπτικές και ανάλογες των δυνητικών επιπτώσεων της παράνομης δραστηριότητας.
2. Τα κράτη μέλη λαμβάνουν τα αναγκαία μέτρα ώστε οι φορείς παροχής προστατευόμενων υπηρεσιών, τα συμφέροντα των οποίων θίγονται από παράνομη δραστηριότητα, όπως αυτή ορίζεται στο άρθρο 4, η οποία διεξάγεται στο έδαφός τους, να έχουν στη διάθεσή τους τα κατάλληλα μέσα αποκατάστασης, και, ιδίως, να μπορούν να ασκήσουν αγωγή αποζημίωσης και να επιτύχουν την έκδοση προσωρινής διαταγής ή τη λήψη άλλων ασφαλιστικών μέτρων, και, ενδεχομένως, να ζητήσουν την απόσυρση των παράνομων συσκευών από την εμπορική κυκλοφορία.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> [<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31998L0084:EL:HTML>]

#### **5.7 Ηλεκτρονικές Υπογραφές**

Σύμφωνα με το Π.Δ. 150/2001 "Προσαρμογή στην Οδηγία 99/93/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του συμβουλίου σχετικά με το κοινοτικό πλαίσιο για ηλεκτρονικές υπογραφές", και τον Ν. 3431/2006 η ΕΕΤΤ είναι η αρμόδια αρχή για τον έλεγχο και την εποπτεία των εγκατεστημένων στην Ελλάδα παροχών υπηρεσιών πιστοποίησης ηλεκτρονικής υπογραφής καθώς και για την διαπίστωση της συμμόρφωσης προς τις "ασφαλείς διατάξεις δημιουργίας υπογραφής".

Επίσης η Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων(ΕΕΤΤ) εποπτεύεται τους δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς για την διαπίστωση των παρόχων πιστοποίησης όσο και την συμμόρφωση για τις ασφαλείς διατάξεις δημιουργίας υπογραφής.

Έχει προαναφερθεί ότι η ψηφιακή υπογραφή αναγνωρίζεται νομικά ως ιδιόχειρη κατά συνέπεια τα πρόσωπα που υπογράφουν έτσι δεν μπορούν να το αρνηθούν. Σύμφωνα με το Προεδρικό Διάταγμα η ΕΕΤΤ έχει αρμοδιότητες όπως να παρέχει εθελοντική διαπίστευση μετά από αίτηση του παρόχου υπηρεσιών πιστοποίησης με σκοπό να υπάρχει ένα βέλτιστο επίπεδο παροχής. Ακόμα πρέπει να εποπτεύεται τους εγκατεστημένους στην Ελλάδα παρόχων υπηρεσιών πιστοποίησης. Οποτεδήποτε Πάροχος Υπηρεσιών Πιστοποίησης που εκδίδει Αναγνωρισμένα Πιστοποιητικά προβεί σε τυχόν ανάθεση σε τρίτον οποιουδήποτε μέρους της διαδικασίας έκδοσης πιστοποιητικών, υποχρεούται να το γνωστοποιήσει στην ΕΕΤΤ, περιγράφοντας το είδος της ανατεθείσης υπηρεσίας και την διάρκεια της ανάθεσης.

#### Κυρώσεις του ΠΔ150/2001

1. Η ΕΕΤΤ, αυτεπαγγέλτως ή κατόπιν καταγγελίας, δύναται να προβαίνει σε έλεγχο της συμμόρφωσης των Παρόχων Υπηρεσιών Πιστοποίησης με τις διατάξεις του Π.Δ. 150/2001, του παρόντος Κανονισμού και του Ν. 2867/2000.
2. Για την πραγματοποίηση του εν λόγω ελέγχου, η ΕΕΤΤ ή οριζόμενοι από την ΕΕΤΤ φορείς έχουν το δικαίωμα να ζητούν στοιχεία και να προβαίνουν σε επιθεωρήσεις στους χώρους εγκαταστάσεως και λειτουργίας των Παρόχων Υπηρεσιών Πιστοποίησης, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία, οι οποίοι υποχρεούνται να συνεργάζονται με την ΕΕΤΤ και να της παρέχουν κάθε πληροφορία και διευκόλυνση για την πραγματοποίηση των ελέγχων.
3. Κατά τα λοιπά, για τις κυρώσεις ισχύουν οι διατάξεις του Ν. 2867/2000.<sup>8</sup>

### **5.8 Πωλήσεις από απόσταση**

Ο νόμος που ρυθμίζει τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των μερών σε καταναλωτικές συμβάσεις που συνάπτονται εξ αποστάσεως είναι ο 2251/1994. Αναφέρει ότι κάθε σύμβαση που αφορά αγαθό η υπηρεσία πραγματοποιείται από των καταναλωτή και των προμηθευτή χωρίς φυσική παρουσία μέσω των ηλεκτρονικών καταστημάτων κατά συνέπεια έχουν ηλεκτρονική επικοινωνία.

#### Κυρώσεις του ν 2251/1994

1. Κάθε καταναλωτής ή και ένωση καταναλωτών έχουν το δικαίωμα, σε περίπτωση παράβασης των διατάξεων των άρθρων 9γ έως και 9η, να ζητούν την δικαστική παύση κάθε αθέμιτης εμπορικής πρακτικής και την παράλειψή της στο μέλλον, καθώς και αποζημίωση

για την ζημία που υφίστανται εξαιτίας της πρακτικής αυτής. Τα ένδικα βοηθήματα του προηγούμενου εδαφίου μπορεί να ασκούνται, χωριστά ή από κοινού, κατά ενός ή περισσοτέρων προμηθευτών του ίδιου οικονομικού τομέα ή κατά ιδιοκτήτη κώδικα, εφόσον αυτός προωθεί κώδικα που ενθαρρύνει τη μη συμμόρφωση με τις διατάξεις του παρόντος μέρους.

2. Το Δικαστήριο μπορεί, μετά από σχετική αίτηση, να διατάξει, δια του τύπου ή με άλλο πρόσφορο τρόπο, τη δημοσίευση της απόφασης που διατάσσει την παύση της αθέμιτης εμπορικής πρακτικής, στο σύνολό της, ή εν μέρει, καθώς και τη δημοσίευση σχετικής επανορθωτικής δήλωσης του παραβάτη.

3. Ο προμηθευτής στον οποίον αποδίδεται παράβαση των διατάξεων του παρόντος μέρους, υποχρεούται να προσκομίζει στο Δικαστήριο αποδεικτικά στοιχεία σχετικά με την ακρίβεια των πραγματικών ισχυρισμών που αφορούν εμπορική πρακτική, εφόσον αυτό κριθεί αναγκαίο από το Δικαστήριο, εν όψει των δεδομένων της συγκεκριμένης περίπτωσης, λαμβανομένων υπόψη των έννομων συμφερόντων όλων των διαδίκων. Αν δεν προσκομισθούν τα στοιχεία αυτά ή κριθούν ανεπαρκή, οι ισχυρισμοί του ενάγοντος ή των εναγόντων καταναλωτών τεκμαίρονται αληθείς.

8[[http://www.eett.gr/opencms/opencms/EETT/Electronic\\_Communications/DigitalSignatures/InfoSupervisionSystem.html](http://www.eett.gr/opencms/opencms/EETT/Electronic_Communications/DigitalSignatures/InfoSupervisionSystem.html)]

4. Ο έλεγχος των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών μπορεί να γίνει και από ιδιοκτήτες κωδίκων συμπεριφοράς, εφόσον προβλέπονται σχετικές διαδικασίες προσφυγής ενώπιον των φορέων αυτών. Η προσφυγή στις διαδικασίες του προηγούμενου εδαφίου δεν συνεπάγεται παραίτηση από το δικαίωμα δικαστικής προσφυγής.

5. Ο Υπουργός Ανάπτυξης μπορεί να διατάξει, με απόφασή του, για λόγους δημοσίου συμφέροντος, την άμεση παύση αθέμιτης εμπορικής πρακτικής. Σε περίπτωση μη συμμόρφωσης προς την απόφαση αυτή επιβάλλονται, σε βάρος του παραβάτη, οι κυρώσεις του άρθρου 13α του παρόντος νόμου.

Η «Οδηγία 2002/65/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 23ης Σεπτεμβρίου 2002, σχετικά με την εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές και την τροποποίηση των Οδηγιών 90/619/ΕΟΚ του Συμβουλίου, 97/7/EK και 98/27/EK». Εκτιμά πως πρέπει να δημιουργηθεί ένα πλαίσιο για την λήψη μέτρων της αγοράς που θα προστατεύουν τον καταναλωτή. Επιπρόσθετα η εξ αποστάσεως εμπορία θα έχει απτά αποτελέσματα για την ολοκλήρωση της εσωτερικής αγοράς. Θα

εξασφαλίζει μια ομαλή λειτουργία για τις συμβάσεις που συνάπτουν προμηθευτής με καταναλωτή ανεξάρτητα σε ποιο κράτος μέλος βρίσκονται. Θα θεσπιστεί ένα νομικό πλαίσιο που θα βελτιώσει την εμπιστοσύνη του καταναλωτή για το ηλεκτρονικό εμπόριο. Η οδηγία 97/7/EK θεσπίζει τις βασικές διατάξεις για τις εξ αποστάσεως συμβάσεις αλλά δεν αφορά τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες.

#### Κυρώσεις της οδηγίας 2002/65/EK

Τα κράτη μέλη προβλέπουν τις δέουσες κυρώσεις σε περίπτωση που ο προμηθευτής δεν τηρεί τις εθνικές διατάξεις που έχουν θεσπιστεί δυνάμει της παρούσας οδηγίας. Τα κράτη μέλη μπορούν ιδίως, για τον σκοπό αυτό, να ορίζουν ότι επιτρέπεται στον καταναλωτή να καταγγείλει τη σύμβαση ανά πάσα στιγμή, χωρίς έξοδα και ποινές. Οι κυρώσεις αυτές πρέπει να είναι αποτελεσματικές, αναλογικές και αποτρεπτικές.<sup>9</sup>

#### Κυρώσεις της οδηγίας 97/7/EK

1. Τα κράτη μέλη καθορίζουν το σύστημα των κυρώσεων που επιβάλλονται στις παραβάσεις των εθνικών διατάξεων που θεσπίζονται κατ' εφαρμογή της παρούσας οδηγίας και λαμβάνουν κάθε αναγκαίο μέτρο εφαρμογής τους. Οι κυρώσεις πρέπει να είναι αποτελεσματικές, αναλογικές και αποτρεπτικές.
2. Τα κράτη μέλη κοινοποιούν μέχρι την 1η Νοεμβρίου στην Επιτροπή τους κανόνες που αναφέρονται στην παράγραφο 1 καθώς και τις αρμόδιες αρχές που αναφέρονται στο άρθρο 82 και της κοινοποιούν αμελλητί κάθε μεταγενέστερη τροποποίησή τους.<sup>9</sup>

<sup>9</sup>[<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62007CJ0261:EL:HTML>]

## Συμπεράσματα

Εν κατακλείδι το συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι η τεχνολογία δεν μένει στάσιμη με συνέπεια να παρασύρει το εμπόριο σε ένα άλλο επίπεδο. Μοιραία λοιπόν παρατηρούμε μια ραγδαία ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου εφόσον τα πλεονεκτήματα δημιουργίας ενός ηλεκτρονικού καταστήματος είναι μεγάλα.

Τα βασικότερα πλεονεκτήματα είναι τα εξής:

- Χαμηλό κόστος
- Παγκόσμια ανταπόκριση
- Γρήγορη, αποτελεσματική και οικονομική επικοινωνία πελάτη-επιχείρησης
- Ασφάλεια συναλλαγών

Κατέχοντας πλέον το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι μια βάση για νέες και καινοτόμες λύσεις στην επιχειρηματικότητα μέσω της κρίσης. Παρέχει δυνατότητες οικονομικές κατά κύριο λόγο και άμεσα αποτελεσματικές στο ευρύ κοινό.

Ωστόσο η παγκοσμιοποίηση του ηλεκτρονικού εμπορίου μπορούμε να πούμε, πως δημιουργεί μια πληθώρα από νομικά προβλήματα, κυρίως για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές, αλλά και τη διαφήμιση στο διαδίκτυο, τα domain names, η προστασία προσωπικών δεδομένων κ.α., τα οποία μάλιστα συσχετίζονται σχεδόν με όλους τους κλάδους του δικαίου.

Πολλά από τα παραπάνω νομικά προβλήματα/ζητήματα που αναφύονται, δημιουργούνται από την ίδια τη φύση του διαδικτύου. Ακόμα πρέπει να αναφερθούμε: α) στην καθολικότητα και στον παγκόσμιο χαρακτήρα του (παρεμβολή διαφόρων εθνικών δικαίων), β) στην απαλοιφή των εδαφικών συνόρων (που είναι μια σημαντική παράμετρος στην επιλογή και την εφαρμογή του δικαίου όπως και της έννοιας του χρόνου), γ) στον άυλο χαρακτήρα πολλών προϊόντων και υπηρεσιών, δ) στην έλλειψη παρουσίας πρόσωπο με πρόσωπο μεταξύ των συναλλασσομένων) και ε) στην παρεμβολή της τεχνολογίας σε κάθε επίπεδο. Τα άνωθεν στοιχεία καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι τα νομοθετικά πλαίσια που κάλυπταν τις παραδοσιακές συναλλαγές, δύσκολα θα μπορούσαν να ανταποκριθούν στις ανάγκες των παγκόσμιων , χωρίς αυτό να τις καθιστά «άχρηστες» να δώσουν κάποιες λύσεις στα καινά προβλήματα.

Η ανάγκη αλλαγής όσον αφορά ζητήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου έχει θεωρηθεί απαραίτητη και από διεθνείς οργανισμούς όπως είναι η Επιτροπή για το Διεθνές Εμπορικό Δίκαιο των Ηνωμένων Εθνών (UNCITRAL), η οποία υιοθέτησε το 1996 τον Πρότυπο Νόμο για το ηλεκτρονικό εμπόριο, η Επιτροπή UN/ECE CEFACT, η οποία υιοθέτησε στις 3/3/1999 τη Συμφωνία Ηλεκτρονικού Εμπορίου (Electronic Commerce Agreement), καθώς και η Ευρωπαϊκή Ένωση, συγκεκριμένα η Επιτροπή.

Ευελπιστούμε ότι στο μέλλον τα συγκεκριμένα νομικά ζητήματα θα έχουν επιλυθεί και πως θα δημιουργηθεί ένας πιο αποτελεσματικός, σαφής και παγκόσμιος νομοθετικός κανόνας, ο οποίος θα μπορεί να καλύπτει ευρέως την κάθε εθνική απαίτηση των κρατών-μελών.



## Βιβλιογραφία –Ιστογραφία

<http://www.euretirio.com/2010/02/oikonomika-agatha.html>

<http://osarena.net>

<http://www.iefimerida.gr>

<http://www.terrapapers.com>

[http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%97%CE%BB%CE%B5%CE%BA%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AC\\_%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1](http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%97%CE%BB%CE%B5%CE%BA%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AC_%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1)

<http://travel.viva.gr/privacy-policy>

<http://el.wikipedia.org/wiki/SSL>

<http://windows.microsoft.com/el-gr/windows-vista/phishing-filter-frequently-asked-questions>

<http://www.hosting-web.gr/SSL/>

<http://secofexchanges.wordpress.com/2012/05/30/%CE%B1%CF%83%CF%86%CE%AC%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CE%B1-%CE%B7%CE%BB%CE%B5%CE%BA%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8E%CE%BD-%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%B3%CF%8E%CE%BD-%CF%83%CF%84/>

<http://www.informer.gr/Page/>

<http://el.wikipedia.org/wiki/HTTPS>

[http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9A%CF%81%CF%85%CF%80%CF%84%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%AC%CF%86%CE%B7%CF%83%CE%B7\\_%CE%94%CE%B7%CE%BC%CF%8C%CF%83%CE%B9%CE%BF%CF%85\\_%CE%9A%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CE%B4%CE%B9%CE%BF%CF%8D](http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9A%CF%81%CF%85%CF%80%CF%84%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%AC%CF%86%CE%B7%CF%83%CE%B7_%CE%94%CE%B7%CE%BC%CF%8C%CF%83%CE%B9%CE%BF%CF%85_%CE%9A%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CE%B4%CE%B9%CE%BF%CF%8D)

[http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9A%CF%81%CF%85%CF%80%CF%84%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%AC%CF%86%CE%B7%CF%83%CE%B7\\_%CE%94%CE%B7%CE%BC%CF%8C%CF%83%CE%B9%CE%BF%CF%85\\_%CE%9A%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CE%B4%CE%B9%CE%BF%CF%8D](http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9A%CF%81%CF%85%CF%80%CF%84%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%AC%CF%86%CE%B7%CF%83%CE%B7_%CE%94%CE%B7%CE%BC%CF%8C%CF%83%CE%B9%CE%BF%CF%85_%CE%9A%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CE%B4%CE%B9%CE%BF%CF%8D)

[http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A8%CE%B7%CF%86%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%AE\\_%CF%85%CF%80%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%AE](http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A8%CE%B7%CF%86%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%AE_%CF%85%CF%80%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%AE)

<http://www.eett.gr>

<https://support.google.com/adsense/answer/1208358?hl=el>

<http://www.moneypedia.gr>

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

[http://www.moke.teiath.gr/epixeirein/index.php?option=com\\_content&view=article&id=78&Itemid=73](http://www.moke.teiath.gr/epixeirein/index.php?option=com_content&view=article&id=78&Itemid=73)

<http://www.euro2day.gr/news/economy/article/1100393/diexodos-gia-tis-epiheirhseis-to-hlektroniko.html>

<http://www.acci.gr/acci/BusinessSupport/ECommerce/Introduction/tabid/119/language/el-GR/Default.aspx>

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

<http://www.epixeiro.gr>

<http://www.statistics.gr>

<http://www.greek-sites.gr/>

<http://www.ministryofjustice.gr/site/el/%CE%95%CE%9D%CE%97%CE%9C%CE%95%CE%A1%CE%A9%CE%A3%CE%97/%CE%9D%CE%BF%CE%BC%CE%BF%CE%B8%CE%B5%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CE%88%CF%81%CE%B3%CE%BF.aspx>

[http://www.elinyae.gr/el/item\\_details.jsp?cat\\_id=179&item\\_id=8862](http://www.elinyae.gr/el/item_details.jsp?cat_id=179&item_id=8862)

[www.eett.gr](http://www.eett.gr)

[www.adae.gr](http://www.adae.gr)

[www.dpa.gr](http://www.dpa.gr)

[www.dsanet.gr](http://www.dsanet.gr)

[www.ibls.com](http://www.ibls.com)

[http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file\\_id=226793](http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=226793)

## Παράρτημα

### 5.1.1 Οδηγία 2000/31/EK

Οδηγία 2000/31/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 8ης Ιουνίου 2000 για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά ("οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο")

ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ ΚΑΙ ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ,

Έχοντας υπόψη:

τη συνθήκη για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, και ιδίως το άρθρο 47 παράγραφος 2, το άρθρο 55 και το άρθρο 95,

την πρόταση της Επιτροπής(1),

τη γνώμη της Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής(2),

Αποφασίζοντας με τη διαδικασία του άρθρου 251 της συνθήκης(3),

Εκτιμώντας τα ακόλουθα:

(1) Η Ευρωπαϊκή Ένωση αποσκοπεί στη δημιουργία ολοένα στενότερων δεσμών μεταξύ των ευρωπαϊκών κρατών και λαών και στην εξασφάλιση της οικονομικής και κοινωνικής προόδου. Σύμφωνα με το άρθρο 14 παράγραφος 2 της συνθήκης, η εσωτερική αγορά αποτελεί ένα χώρο χωρίς εσωτερικά σύνορα μέσα στον οποίο διασφαλίζεται η ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων και των υπηρεσιών, καθώς και η ελευθερία εγκατάστασης. Η ανάπτυξη των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας στο χώρο χωρίς εσωτερικά σύνορα είναι ζωτικής σημασίας μέσο για την κατάργηση των φραγμών που χωρίζουν τους ευρωπαϊκούς λαούς.

(2) Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στο πλαίσιο της κοινωνίας της πληροφορίας προσφέρει σημαντικές ευκαιρίες απασχόλησης στην Κοινότητα, ιδίως στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, θα διευκολύνει την ανάπτυξη των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων, καθώς και τις επενδύσεις στην καινοτομία, και μπορεί να αυξήσει την ανταγωνιστικότητα της ευρωπαϊκής βιομηχανίας, υπό την προϋπόθεση ότι ο καθένας θα έχει πρόσβαση στο Internet.

(3) Το κοινοτικό δίκαιο και τα χαρακτηριστικά της κοινοτικής έννομης τάξης αποτελούν στοιχείο ζωτικής σημασίας που θα επιτρέψει στους ευρωπαίους πολίτες και επιχειρηματίες να εκμεταλλευτούν πλήρως, ανεξαρτήτως των συνόρων, τις ευκαιρίες που προσφέρει το ηλεκτρονικό εμπόριο. Επομένως, η παρούσα οδηγία έχει ως στόχο να εξασφαλίσει υψηλό επίπεδο ολοκλήρωσης της νομοθεσίας σε κοινοτικό επίπεδο, προκειμένου να εγκαθιδρύσει έναν πραγματικό χώρο χωρίς εσωτερικά σύνορα για τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας.

(4) Είναι σημαντικό να εξασφαλιστεί ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο θα μπορέσει να επωφεληθεί πλήρως από την εσωτερική αγορά και ότι, επομένως, όπως και στην περίπτωση της οδηγίας 89/552/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 3ης Οκτωβρίου 1989, για το συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την άσκηση τηλεοπτικών δραστηριοτήτων(4), θα επιτευχθεί υψηλό επίπεδο κοινοτικής ολοκλήρωσης.

(5) Η ανάπτυξη των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας στην Κοινότητα παρακωλύεται από ορισμένα νομικά εμπόδια στην καλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς τα οποία καθιστούν λιγότερο ελκυστική την άσκηση της ελευθερίας της εγκατάστασης και της ελεύθερης παροχής υπηρεσιών. Τα εν λόγω εμπόδια απορρέουν από τις αποκλίσεις των νομοθεσιών καθώς και από την έλλειψη ασφάλειας δικαίου ως προς το ποιοι εθνικοί κανόνες ισχύουν για τις υπηρεσίες αυτές. Ενόψει της απουσίας συντονισμού και προσαρμογής των νομοθεσιών στους συγκεκριμένους τομείς, μπορεί να δικαιολογείται η ύπαρξη των εμποδίων αυτών υπό το πρίσμα της νομολογίας του Δικαστηρίου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων. Δεν υπάρχει ασφάλεια δικαίου όσον αφορά την έκταση στην οποία τα κράτη μέλη μπορούν να ασκούν έλεγχο σε υπηρεσίες που προέρχονται από άλλα κράτη μέλη.

(6) Με βάση τους κοινοτικούς στόχους των άρθρων 43 και 49 της συνθήκης και του παράγωγου κοινοτικού δικαίου, τα εμπόδια αυτά θα πρέπει να καταργηθούν με το συντονισμό ορισμένων εθνικών νομοθεσιών και με την αποσαφήνιση ορισμένων νομικών σε κοινοτικό επίπεδο, στο βαθμό που χρειάζεται για την ομαλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς. Η παρούσα οδηγία πραγματεύεται μόνον ορισμένα ειδικά ζητήματα που δημιουργούν προβλήματα για την εσωτερική αγορά και, ως εκ τούτου, είναι απολύτως συνεπής με την αρχή της επικουρικότητας όπως αυτή διατυπώνεται στο άρθρο 5 της συνθήκης.

(7) Προκειμένου να εξασφαλιστούν η ασφάλεια δικαίου και η εμπιστοσύνη του καταναλωτή, η παρούσα οδηγία πρέπει να καθορίζει ένα σαφές γενικό πλαίσιο που να καλύπτει ορισμένες νομικές πτυχές του ηλεκτρονικού εμπορίου στην εσωτερική αγορά.

(8) Στόχος της παρούσας οδηγίας είναι η δημιουργία νομικού πλαισίου που θα εξασφαλίζει την ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας μεταξύ κρατών μελών και όχι η εναρμόνιση του ποινικού δικαίου αυτού καθ' εαυτού.

(9) Η ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας μπορεί σε πολλές περιπτώσεις να αντικατοπτρίζει στο κοινοτικό δίκαιο, κατά τρόπο συγκεκριμένο, μια γενικότερη αρχή, ήτοι την ελευθερία έκφρασης, όπως κατοχυρώνεται στο άρθρο 10 παράγραφος 1 της σύμβασης για την προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και των θεμελιωδών ελευθεριών, την οποία έχουν επικυρώσει όλα τα κράτη μέλη. Για το λόγο αυτό, οι οδηγίες που καλύπτουν την παροχή υπηρεσιών της πληροφορίας πρέπει να εξασφαλίζουν ότι μπορεί κανείς να επιδίεται στην εν λόγω δραστηριότητα ελεύθερα βάσει του ως άνω άρθρου, με μόνη επιφύλαξη τους περιορισμούς που ορίζει η παράγραφος 2 του εν λόγω άρθρου και το άρθρο 46 παράγραφος 1 της συνθήκης. Η παρούσα οδηγία δεν έχει σκοπό να θίξει τους εθνικούς θεμελιώδεις κανόνες και αρχές που αφορούν την ελευθερία την έκφρασης.

(10) Σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας, τα μέτρα που προβλέπει η παρούσα οδηγία περιορίζονται στο ελάχιστο αναγκαίο για την επίτευξη του στόχου της ομαλής λειτουργίας της εσωτερικής αγοράς. Εφόσον είναι απαραίτητη μια παρέμβαση σε κοινοτικό επίπεδο και προκειμένου να εξασφαλιστεί ένας χώρος ο οποίος θα είναι πράγματι χωρίς εσωτερικά σύνορα για το ηλεκτρονικό εμπόριο, η οδηγία οφείλει να εξασφαλίζει την υψηλού επιπέδου προστασία των στόχων γενικού συμφέροντος, ιδίως την προστασία των ανηλίκων και της ανθρώπινης αξιοπρέπειας, την προστασία του καταναλωτή και την προστασία της δημόσιας υγείας. Σύμφωνα με το άρθρο 152 της συνθήκης, η προστασία της δημόσιας υγείας είναι ουσιαστική συνιστώσα των άλλων πολιτικών της Κοινότητας.

(11) Η παρούσα οδηγία δεν θίγει το επίπεδο προστασίας, ιδίως της δημόσιας υγείας και των συμφερόντων του καταναλωτή, όπως θεσπίζεται σε κοινοτικές πράξεις. Μεταξύ άλλων, η οδηγία 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 5ης Απριλίου 1993, σχετικά με τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων που συνάπτονται με καταναλωτές(5) και η οδηγία 97/7/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ής Μαΐου 1997, για την προστασία των καταναλωτών κατά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις(6) αποτελούν ουσιώδες στοιχείο για

την προστασία του καταναλωτή στις συμβατικές σχέσεις. Οι οδηγίες αυτές εφαρμόζονται εξ ολοκλήρου και στις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας. Το αυτό κοινοτικό κεκτημένο, που εφαρμόζεται εξ ολοκλήρου στις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, περιλαμβάνει επίσης την οδηγία 85/450/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 10ης Σεπτεμβρίου 1984 για την παραπλανητική και τη συγκριτική διαφήμιση(7), την οδηγία 87/102/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 22ας Δεκεμβρίου 1986, για την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών που διέπουν την καταναλωτική πίστη(8), την οδηγία 93/22/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 10ης Μαΐου 1993, σχετικά με τις επενδυτικές υπηρεσίες στον τομέα των κινητών αξιών(9), την οδηγία 90/314/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 13ης Ιουνίου 1990, για τα οργανωμένα ταξίδια και τις οργανωμένες διακοπές και περιηγήσεις(10), την οδηγία 98/6/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 16ης Φεβρουαρίου 1998, περί της προστασίας των καταναλωτών όσον αφορά την αναγραφή των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές(11), την οδηγία 92/59/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 29ης Ιουνίου 1992, για τη γενική ασφάλεια των προϊόντων(12), την οδηγία 94/47/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 26ης Οκτωβρίου 1994, περί της προστασίας των αγοραστών ως προς ορισμένες πλευρές των συμβάσεων που αφορούν την απόκτηση δικαιώματος χρήσης ακινήτων υπό καθεστώς χρονομεριστικής μίσθωσης(13), την οδηγία 98/27/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 19ης Μαΐου 1998, περί των αγωγών παραλείψεως στον τομέα της προστασίας των συμφερόντων καταναλωτών(14), την οδηγία 85/374/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 25ης Ιουλίου 1985, για την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σε θέματα ευθύνης λόγω ελαττωματικών προϊόντων(15), την οδηγία 1999/44/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25ης Μαΐου 1999, σχετικά με ορισμένες πτυχές της πώλησης και των εγγυήσεων καταναλωτικών αγαθών(16), την μελλοντική οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την εξ αποστάσεως εμπορία καταναλωτικών χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και την οδηγία 92/28/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 31ης Μαρτίου 1992, για τη διαφήμιση των φαρμάκων που προορίζονται για ανθρώπους(17). Η παρούσα οδηγία δεν θα πρέπει να θίγει την οδηγία 98/43/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 6ης Ιουλίου 1998, για την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών όσον αφορά τη διαφήμιση και τη χορηγία υπέρ των προϊόντων καπνού(18), η οποία εκδόθηκε στο πλαίσιο της εσωτερικής αγοράς, ή οδηγίες σχετικά με την προστασία της

δημόσιας υγείας. Η παρούσα οδηγία συμπληρώνει τις απαιτήσεις πληροφόρησης που προβλέπουν οι ανωτέρω οδηγίες και κυρίως η οδηγία 97/7/EK.

(12) Είναι απαραίτητο να αποκλειστούν από το πεδίο εφαρμογής της παρούσας οδηγίας ορισμένες δραστηριότητες, λαμβάνοντας υπόψη ότι η ελεύθερη παροχή υπηρεσιών στους τομείς αυτούς δεν μπορεί, στο παρόν στάδιο, να εξασφαλιστεί βάσει της συνθήκης ή του παράγωγου κοινοτικού δικαίου. Ο αποκλεισμός αυτός ισχύει με την επιφύλαξη της εφαρμογής νομοθετικών μέσων τα οποία ενδέχεται να αποδειχθούν απαραίτητα για την καλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς. Η φορολογία, ιδίως ο φόρος προστιθέμενης αξίας, που επιβάλλεται σε μεγάλο αριθμό υπηρεσιών οι οποίες περιλαμβάνονται στην παρούσα οδηγία, πρέπει να αποκλείεται από το πεδίο εφαρμογής της παρούσας οδηγίας.

(13) Η παρούσα οδηγία δεν αποσκοπεί στον καθορισμό κανόνων σχετικά με φορολογικές υποχρεώσεις ούτε προδικάζει την κατάρτιση κοινοτικών πράξεων σχετικά με τις φορολογικές πτυχές του ηλεκτρονικού εμπορίου.

(14) Η προστασία προσώπων σχετικά με την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα ρυθμίζεται αποκλειστικά από την οδηγία 95/46/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 24ης Οκτωβρίου 1995, για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών(19) και από την οδηγία 97/66/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 15ης Δεκεμβρίου 1997, περί επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και προστασίας της ιδιωτικής ζωής στον τηλεπικοινωνιακό τομέα(20), που ισχύουν εξ ολοκλήρου για τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας. Οι εν λόγω οδηγίες θεσπίζουν ήδη ένα κοινοτικό νομικό πλαίσιο στον τομέα δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και επομένως το θέμα δεν χρειάζεται να καλυφθεί στην παρούσα οδηγία προκειμένου να εξασφαλιστεί η ομαλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς, ιδίως η ελεύθερη κυκλοφορία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα μεταξύ κρατών μελών. Η εκτέλεση και εφαρμογή της παρούσας οδηγίας θα πρέπει να γίνεται τηρουμένων πλήρως των αρχών περί προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, ιδίως όσον αφορά τη μη ζητηθείσα εμπορική επικοινωνία και την ευθύνη μεσαζόντων. Η παρούσα οδηγία δεν μπορεί να εμποδίζει την ανώνυμη χρήση ανοικτών δικτύων, όπως είναι το Internet.

(15) Η εμπιστευτικότητα των επικοινωνιών διασφαλίζεται από το άρθρο 5 της οδηγίας 97/66/EK. Βάσει της οδηγίας αυτής, τα κράτη μέλη οφείλουν να απαγορεύουν κάθε μορφή

υποκλοπής ή παρακολούθησης των εν λόγω επικοινωνιών από τρίτα άτομα, εκτός του αποστολέα και του αποδέκτη τους, εκτός αν υπάρχει σχετική νόμιμη άδεια.

(16) Η εξαίρεση των τυχερών παιχνιδιών από το πεδίο εφαρμογής της παρούσας οδηγίας καλύπτει μόνον τα τυχερά παιχνίδια, τα λαχεία και τα στοιχήματα στα οποία ο παίκτης στοιχηματίζει νομισματική αξία. Δεν καλύπτει τους διαφημιστικούς διαγωνισμούς ή παιχνίδια που αποσκοπούν στην πώληση αγαθών ή υπηρεσιών και όπου οι πληρωμές, όταν προκύπτουν, χρησιμεύουν μόνο για την απόκτηση των διαφημιζόμενων αγαθών ή υπηρεσιών.

(17) Ο ορισμός των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας υπάρχει ήδη στο κοινοτικό δίκαιο, και συγκεκριμένα στην οδηγία 98/34/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 22ας Ιουνίου 1998, για την καθιέρωση μιας διαδικασίας πληροφόρησης στον τομέα των τεχνικών προτύπων και κανονισμών(21) και στην οδηγία 98/84/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ής Νοεμβρίου 1998, για τη νομική προστασία των υπηρεσιών που βασίζονται ή συνίστανται στην παροχή πρόσβασης υπό όρους(22). Ο εν λόγω ορισμός καλύπτει κάθε υπηρεσία που συνήθως παρέχεται εξ αποστάσεως έναντι αμοιβής, μέσω εξοπλισμών ηλεκτρονικής επεξεργασίας (συμπεριλαμβανομένης της ψηφιακής συμπίεσης) και αποθήκευσης δεδομένων και κατόπιν ατομικού αιτήματος του αποδέκτη της υπηρεσίας. Οι υπηρεσίες που αναφέρονται στον ενδεικτικό κατάλογο του παραρτήματος V της οδηγίας 98/34/EK και οι οποίες δεν συνεπάγονται την επεξεργασία και αποθήκευση δεδομένων, δεν καλύπτονται από αυτόν τον ορισμό.

(18) Οι υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας καλύπτουν μεγάλο φάσμα οικονομικών δραστηριοτήτων σε απευθείας σύνδεση (on-line) οι οποίες μπορούν να συνίστανται, συγκεκριμένα, στην πώληση εμπορευμάτων σε απευθείας σύνδεση ενώ δεν καλύπτονται δραστηριότητες όπως η παράδοση αγαθών ή η παροχή υπηρεσιών off-line. Οι υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας δεν περιορίζονται σε υπηρεσίες επιτρέπουσες τη σύναψη συμβάσεων σε απευθείας σύνδεση αλλά επίσης, εφόσον συνιστούν οικονομικές δραστηριότητες, εκτείνονται και σε υπηρεσίες που δεν αμείβονται από τον αποδέκτη τους, όπως είναι η παροχή πληροφοριών σε απευθείας σύνδεση ή εμπορικές επικοινωνίες, ή οι υπηρεσίες αναζήτησης, πρόσβασης και ανάκτησης δεδομένων. Οι υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας καλύπτουν επίσης τη διαβίβαση πληροφοριών μέσω ενός δικτύου επικοινωνίας, με την παροχή πρόσβασης σε δίκτυο επικοινωνίας ή με την καταχώριση



πληροφοριών τις οποίες παρέχει ο αποδέκτης της υπηρεσίας. Η τηλεοπτική μετάδοση κατά την έννοια της οδηγίας 89/552/EΚ και η ραδιοφωνική μετάδοση δεν αποτελούν υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας διότι δεν παρέχονται κατόπιν ατομικού αιτήματος. Αντιθέτως, οι υπηρεσίες που διαβιβάζονται από σημείο σε σημείο, όπως η μαγνητοσκόπηση κατ' αίτηση ή η παροχή εμπορικών επικοινωνιών μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, αποτελούν υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας. Η χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή αντίστοιχων ατομικών επικοινωνιών, π.χ., από φυσικά πρόσωπα που δεν ενεργούν στο πλαίσιο της εμπορικής ή επαγγελματικής τους δραστηριότητας, συμπεριλαμβανομένης της χρήσης τους προς σύναψη συμβάσεων μεταξύ των εν λόγω προσώπων, δεν αποτελεί υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας. Η συμβατική σχέση μεταξύ εργαζομένου και εργοδότη δεν αποτελεί υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας. Οι υπηρεσίες οι οποίες εξ ορισμού δεν παρέχονται εξ αποστάσεως και με ηλεκτρονικά μέσα, όπως ο κατά νόμον έλεγχος των λογιστικών εταιρείας ή η παροχή ιατρικών συμβουλών όταν απαιτείται φυσική εξέταση του ασθενούς, δεν αποτελούν υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας.

(19) Ο προσδιορισμός του τόπου εγκατάστασης του φορέα παροχής των υπηρεσιών πρέπει να γίνεται σύμφωνα με τη νομολογία του Δικαστηρίου, κατά την οποία η έννοια της εγκατάστασης συνεπάγεται την επ' αόριστον ουσιαστική άσκηση οικονομικής δραστηριότητας μέσω μιας μόνιμης εγκατάστασης. Η προϋπόθεση αυτή πληρούνται και όταν η εταιρεία έχει συσταθεί για ορισμένο χρόνο. Ο τόπος εγκατάστασης εταιρείας που παρέχει υπηρεσίες μέσω διεύθυνσης (site) Internet, δεν βρίσκεται εκεί που είναι η τεχνολογία που υποστηρίζει την εν λόγω διεύθυνση ούτε εκεί που παρέχεται πρόσβαση στην εν λόγω διεύθυνση, αλλά εκεί που ασκεί την οικονομική της δραστηριότητα. Όταν υπάρχουν πλείονες τόποι εγκατάστασης του ίδιου φορέα, είναι σημαντικό να προσδιοριστεί από ποιο τόπο εγκατάστασης παρέχεται η εν λόγω υπηρεσία. Όταν είναι δύσκολο να προσδιοριστεί από ποιο τόπο εγκατάστασης παρέχεται η υπηρεσία, ως τόπος εγκατάστασης θεωρείται ο τόπος όπου ο φορέας παροχής υπηρεσιών έχει το κέντρο των δραστηριοτήτων του που συσχετίζονται με την υπηρεσία αυτή.

(20) Ο ορισμός του "αποδέκτη υπηρεσίας" καλύπτει όλους τους τύπους χρήσης των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, τόσο από άτομα που παρέχουν πληροφορίες σε ανοικτά δίκτυα όπως το Internet όσο και από άτομα που αναζητούν πληροφορίες στο Internet για ιδιωτικούς ή επαγγελματικούς λόγους.

(21) Το πεδίο εφαρμογής του συντονισμένου τομέα δεν προδικάζει τυχόν μελλοντική εναρμόνιση σε κοινοτικό επίπεδο σχετικά με τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας ούτε μελλοντική νομοθεσία που θα θεσπιστεί σε εθνικό επίπεδο σύμφωνα με το κοινοτικό δίκαιο. Ο συντονισμένος τομέας καλύπτει μόνον προϋποθέσεις σχετικά με δραστηριότητες σε απευθείας σύνδεση (on-line), όπως ενημέρωση on-line, διαφήμιση on-line, αγορά εμπορευμάτων on-line, σύναψη συμβάσεων on-line, και δεν αφορά τις νομικές προϋποθέσεις που ισχύουν στο κράτος σχετικά με εμπορεύματα, όπως τα πρότυπα ασφαλείας, οι υποχρεώσεις επισήμανσης ή η ευθύνη για τα προϊόντα, ούτε και τις προϋποθέσεις που ισχύουν στο κράτος μέλος σχετικά με την παράδοση ή μεταφορά εμπορευμάτων, συμπεριλαμβανομένης της διανομής φαρμάκων. Το πεδίο εφαρμογής δεν καλύπτει την άσκηση δικαιωμάτων προτίμησης εκ μέρους των κρατικών αρχών σχετικά με ορισμένα αγαθά, όπως τα έργα τέχνης.

(22) Ο έλεγχος των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας πρέπει να ασκείται στην πηγή της δραστηριότητας για να προστατεύεται αποτελεσματικά το γενικό συμφέρον και, γι' αυτό το σκοπό, είναι απαραίτητο να δοθούν εγγυήσεις ότι η αρμόδια αρχή θα εξασφαλίζει την προστασία του γενικού συμφέροντος όχι μόνο για τους πολίτες της χώρας της αλλά επίσης για όλους τους πολίτες της Κοινότητας. Για τη βελτίωση της αμοιβαίας εμπιστοσύνης μεταξύ των κρατών μελών είναι απαραίτητο να προσδιοριστεί επακριβώς η ευθύνη του κράτους μέλους καταγωγής των υπηρεσιών. Επιπλέον, για την αποτελεσματική εξασφάλιση της ελεύθερης κυκλοφορίας των υπηρεσιών και προκειμένου να υπάρχει ασφάλεια δικαίου για τους φορείς παροχής των υπηρεσιών και για τους αποδέκτες τους, οι εν λόγω υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας θα πρέπει να υπόκεινται καταρχήν στο νομικό καθεστώς του κράτους μέλους στο οποίο είναι εγκατεστημένος ο φορέας παροχής υπηρεσιών.

(23) Η παρούσα οδηγία δεν επιδιώκει να θεσπίσει πρόσθετους κανόνες ιδιωτικού διεθνούς δικαίου περί συγκρούσεως δικαίων ούτε θίγει τη δικαιοδοσία των δικαστηρίων. Οι εφαρμοστέες διατάξεις σύμφωνα με τους κανόνες του ιδιωτικού διεθνούς δικαίου δεν πρέπει να περιορίζουν την ελευθερία παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, όπως ορίζεται στην παρούσα οδηγία.

(24) Στο πλαίσιο της παρούσας οδηγίας, παρά τον κανόνα περί ελέγχου στην πηγή των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, είναι σύνηθες τα κράτη μέλη να λαμβάνουν

μέτρα για τον περιορισμό της ελεύθερης κυκλοφορίας των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, υπό τους όρους της παρούσας οδηγίας.

(25) Τα εθνικά δικαστήρια, περιλαμβανομένων των αστικών δικαστηρίων, που επιλαμβάνονται ιδιωτικών διαφορών, μπορούν να παρεκκλίνουν από την ελευθερία παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας σύμφωνα με τους όρους της παρούσας οδηγίας.

(26) Τα κράτη μέλη μπορούν, σύμφωνα με τους όρους της παρούσας οδηγίας, να εφαρμόζουν το εθνικό ποινικό δίκαιο και ποινική δικονομία, προκειμένου να λαμβάνουν όλα τα ανακριτικά και λοιπά μέτρα που απαιτούνται για τη διαπίστωση και δίωξη αξιόποινων πράξεων, χωρίς να απαιτείται η κοινοποίηση των μέτρων αυτών στην Επιτροπή.

(27) Η παρούσα οδηγία, μαζί με την μελλοντική οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την εξ αποστάσεως εμπορία καταναλωτικών χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, συμβάλλουν στη δημιουργία νομικού πλαισίου για την on-line παροχή χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών. Η παρούσα οδηγία δεν προδικάζει μελλοντικές πρωτοβουλίες στον τομέα των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, ιδίως όσον αφορά την εναρμόνιση των κανόνων συμπεριφοράς στον εν λόγω τομέα. Η δυνατότητα των κρατών μελών, δυνάμει της παρούσας οδηγίας, να περιορίζουν υπό ορισμένους όρους την ελευθερία παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, με σκοπό την προστασία των καταναλωτών, καλύπτει επίσης μέτρα στον τομέα των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, ιδίως μέτρα για την προστασία των επενδυτών.

(28) Η υποχρέωση των κρατών μελών να μην υπάγουν την πρόσβαση στη δραστηριότητα φορέα παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας σε καθεστώς προηγούμενης άδειας δεν αφορά ταχυδρομικές υπηρεσίες που καλύπτονται από την οδηγία 97/67/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 15ης Δεκεμβρίου 1997, σχετικά με τους κοινούς κανόνες για την ανάπτυξη της εσωτερικής αγοράς κοινοτικών ταχυδρομικών υπηρεσιών και τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών<sup>(23)</sup> και συνίστανται στη υλική παράδοση τυπωμένου ηλεκτρονικού μηνύματος, και δεν θίγει συστήματα εθελοντικής πιστοποίησης, ιδίως για φορείς παροχής υπηρεσιών πιστοποίησης της γνησιότητας ηλεκτρονικών υπογραφών.

(29) Οι εμπορικές επικοινωνίες είναι ουσιώδεις για τη χρηματοδότηση των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας και για την ανάπτυξη μεγάλης ποικιλίας νέων υπηρεσιών που

παρέχονται δωρεάν. Για το συμφέρον των καταναλωτών και για την τιμιότητα των συναλλαγών, οι εμπορικές επικοινωνίες, συμπεριλαμβανομένων των εκπτώσεων, των διαφημιστικών διαγωνισμών ή παιχνιδιών, οφείλουν να πληρούν ορισμένες απαιτήσεις διαφάνειας. Οι εν λόγω απαιτήσεις ισχύουν με την επιφύλαξη της οδηγίας 97/7/EK. Η παρούσα οδηγία εκδίδεται με την επιφύλαξη των υφιστάμενων οδηγιών που αφορούν τις εμπορικές επικοινωνίες, και ιδίως της οδηγίας 98/43/EK.

(30) Η αποστολή μη ζητηθεισών εμπορικών επικοινωνιών μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ενδέχεται να είναι ανεπιθύμητη για τους καταναλωτές και τους φορείς παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας και να διαταράσσει την ομαλή λειτουργία διαδραστικών δικτύων. Το θέμα της συγκατάθεσης του αποδέκτη ορισμένων μορφών μη ζητηθεισών εμπορικών επικοινωνιών δεν εξετάζεται από την παρούσα οδηγία, έχει όμως ήδη αντιμετωπισθεί, ειδικότερα στις οδηγίες 97/7/EK και 97/66/EK. Στα κράτη μέλη που επιτρέπουν τις μη ζητηθείσες εμπορικές επικοινωνίες μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, θα πρέπει να ενθαρρύνεται και να διευκολύνεται η ανάπτυξη κατάλληλων πρωτοβουλιών φιλτραρίσματος από τον αρμόδιο κλάδο. Επιπλέον είναι αναγκαίο, σε κάθε περίπτωση, οι μη ζητηθείσες εμπορικές επικοινωνίες να είναι σαφώς αναγνωρίσιμες, προκειμένου να βελτιωθεί η διαφάνεια και να διευκολυνθεί η λειτουργία των εν λόγω πρωτοβουλιών του αρμόδιου κλάδου. Οι μη ζητηθείσες εμπορικές επικοινωνίες μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου δεν θα πρέπει να συνεπάγονται πρόσθετα έξοδα επικοινωνίας για τον αποδέκτη.

(31) Τα κράτη μέλη που επιτρέπουν την αποστολή μη ζητηθεισών εμπορικών επικοινωνιών μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου χωρίς προηγούμενη συγκατάθεση του αποδέκτη, εκ μέρους φορέων παροχής υπηρεσιών που είναι εγκατεστημένοι στο έδαφός τους, πρέπει να εξασφαλίζουν ότι οι φορείς παροχής υπηρεσιών συμβουλευονται τακτικά και τηρούν τα μητρώα "επιλογών" στα οποία μπορούν να εγγράφονται τα φυσικά πρόσωπα που επιλέγουν να μην λαμβάνουν τέτοιες εμπορικές επικοινωνίες.

(32) Για να αρθούν τα εμπόδια στην ανάπτυξη των διασυνοριακών υπηρεσιών εντός της Κοινότητας, τις οποίες θα μπορούσαν να προτείνουν οι επαγγελματίες που ασκούν νομοθετικώς κατοχυρωμένα επαγγέλματα στο Internet, είναι απαραίτητο να εξασφαλίζεται σε κοινοτικό επίπεδο η τήρηση των επαγγελματικών κανόνων, οι οποίοι προβλέπονται για την προστασία, ιδίως, του καταναλωτή ή της δημόσιας υγείας. Οι κώδικες δεοντολογίας σε κοινοτικό επίπεδο αποτελούν το καλύτερο μέσο για τον καθορισμό των δεοντολογικών

κανόνων που εφαρμόζονται στην εμπορική επικοινωνία. Θα πρέπει να ενθαρρυνθεί η εκπόνηση ή, ενδεχομένως, η προσαρμογή αυτών των κανόνων, χωρίς να θίγεται η αυτονομία των επαγγελματικών οργανισμών και ενώσεων.

(33) Η παρούσα οδηγία συμπληρώνει την κοινοτική νομοθεσία και τις εθνικές νομοθεσίες σχετικά με τα νομοθετικώς κατοχυρωμένα επαγγέλματα, διατηρώντας ένα συνεκτικό σύνολο εφαρμοστέων κανόνων σε αυτόν τον τομέα.

(34) Κάθε κράτος μέλος οφείλει να προσαρμόσει τη νομοθεσία του η οποία περιέχει απαιτήσεις, ιδίως όσον αφορά τη μορφή, οι οποίες είναι σε θέση να παρεμποδίσουν τη χρησιμοποίηση συμβάσεων με ηλεκτρονικά μέσα. Η εξέταση των νομοθεσιών που χρειάζονται προσαρμογή θα πρέπει να γίνει συστηματικά και να αφορά όλα τα αναγκαία στάδια και τις πράξεις που περιλαμβάνει η διαδικασία σύναψης της σύμβασης, συμπεριλαμβανομένης της αρχειοθέτησης της σύμβασης. Ως αποτέλεσμα της τροποποίησης αυτής, η σύναψη συμβάσεων με ηλεκτρονικά μέσα θα πρέπει να καταστεί εφικτή. Το νομικό αποτέλεσμα των ηλεκτρονικών υπογραφών αποτελεί αντικείμενο της οδηγίας 1999/93/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 13ης Δεκεμβρίου 1999, σχετικά με το κοινοτικό πλαίσιο για ηλεκτρονικές υπογραφές(24). Το αποδεικτικό παραλαβής από έναν φορέα παροχής υπηρεσιών μπορεί να συνίσταται στην παροχή σε απευθείας σύνδεση (on-line) μιας αμειβόμενης υπηρεσίας.

(35) Η παρούσα οδηγία δεν εμποδίζει τα κράτη μέλη να διατηρούν ή να θεσπίζουν γενικές ή ειδικές νομικές προϋποθέσεις για τη σύναψη συμβάσεων με ηλεκτρονικά μέσα, ιδίως προϋποθέσεις σχετικά με ασφαλείς ηλεκτρονικές υπογραφές.

(36) Τα κράτη μέλη μπορούν να διατηρούν περιορισμούς για τη χρήση συμβάσεων που συνάπτονται με ηλεκτρονικά μέσα όσον αφορά τις συμβάσεις για τις οποίες απαιτείται διά νόμου η παρέμβαση δικαστηρίων, δημοσίων αρχών ή επαγγελματιών που ασκούν δημόσια εξουσία. Η δυνατότητα αυτή καλύπτει συμβάσεις που απαιτούν την παρέμβαση δικαστηρίων, δημοσίων αρχών ή επαγγελματιών που ασκούν δημόσια εξουσία προκειμένου να είναι αντιτάξιμες έναντι τρίτων, καθώς και συμβάσεις για τις οποίες απαιτείται διά νόμου πιστοποίηση ή επικύρωση από συμβολαιογράφο.

(37) Η υποχρέωση των κρατών μελών να εξαλείψουν τα εμπόδια στη χρήση συμβάσεων που συνάπτονται με ηλεκτρονικά μέσα αφορά μόνο νομικά εμπόδια και όχι πρακτικά εμπόδια που απορρέουν από το γεγονός ότι, σε ορισμένες περιπτώσεις, είναι αδύνατο να χρησιμοποιηθούν ηλεκτρονικά μέσα.

(38) Οι διατάξεις που υποχρεώνουν τα κράτη μέλη να εξαλείψουν τα εμπόδια στη χρήση συμβάσεων που συνάπτονται με ηλεκτρονικά μέσα, εφαρμόζονται σύμφωνα με τις νομικές προϋποθέσεις περί συμβάσεων, οι οποίες κατοχυρώνονται στο κοινοτικό δίκαιο.

(39) Οι εξαιρέσεις στις διατάξεις περί συμβάσεων που συνάπτονται αποκλειστικά με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ή με αντίστοιχες ατομικές επικοινωνίες προβλεπόμενες από την παρούσα οδηγία, σε συνδυασμό με τις πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται και την ανάθεση της παραγγελίας, δεν θα πρέπει να συνεπάγονται την παράκαμψη των σχετικών διατάξεων εκ μέρους των παρεχόντων υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας.

(40) Οι διαφορές των υφιστάμενων ή νεοεμφανιζόμενων εθνικών κανονιστικών διατάξεων και νομολογιών όσον αφορά την ευθύνη των φορέων παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, οι οποίοι δρουν με την ιδιότητα του μεσάζοντα, εμποδίζουν την καλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς, ιδίως παρεμποδίζοντας την ανάπτυξη των διασυνοριακών υπηρεσιών και δημιουργώντας στρεβλώσεις του ανταγωνισμού. Οι φορείς παροχής υπηρεσιών πρέπει ενίοτε να δράσουν προκειμένου να αποφύγουν ή να σταματήσουν παράνομες δραστηριότητες. Οι διατάξεις της παρούσας οδηγίας θα πρέπει να συνιστούν ικανή βάση για τη δημιουργία ταχέων και αξιόπιστων μηχανισμών με τους οποίους να μπορούν να αποσύρονται οι παράνομες πληροφορίες και να καθίστανται απρόσιτες. Καλό θα ήταν οι μηχανισμοί αυτοί να εκπονούνται βάσει εθελοντικών συμφωνιών μετά από διαπραγματεύσεις μεταξύ όλων των ενδιαφερόμενων μερών και να ενθαρρύνονται από τα κράτη μέλη. Είναι προς το συμφέρον όλων των μερών που συμμετέχουν στην παροχή υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας να υιοθετήσουν και να εφαρμόσουν τέτοιους μηχανισμούς. Οι διατάξεις της παρούσας οδηγίας σχετικά με την ευθύνη δεν εμποδίζουν την ανάπτυξη και πρακτική εφαρμογή, από τα διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη, τεχνικών συστημάτων προστασίας και αναγνώρισης και τεχνικών μέσων επιτήρησης που παρέχει η ψηφιακή τεχνολογία εντός των ορίων που καθορίζονται από τις οδηγίες 95/46/EK και 97/66/EK.

(41) Η παρούσα οδηγία εξισορροπεί τα διάφορα συμφέροντα και θεσπίζει αρχές επί των οποίων μπορούν να βασιστούν οι συμφωνίες και τα πρότυπα του κλάδου.

(42) Οι εξαιρέσεις από την ευθύνη που προβλέπονται στην παρούσα οδηγία καλύπτουν μόνο τις περιπτώσεις στις οποίες οι δραστηριότητες του φορέα παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας περιορίζονται στην τεχνική διαδικασία χειρισμού και παροχής πρόσβασης σε δίκτυο επικοινωνίας διά του οποίου μεταδίδονται ή στο οποίο τίθενται σε

προσωρινή αποθήκευση πληροφορίες που έχουν δοθεί από τρίτους, με αποκλειστικό σκοπό να καταστεί πιο αποτελεσματική η μετάδοση. Οι δραστηριότητες αυτές έχουν εντελώς τεχνικό, αυτόματο και παθητικό χαρακτήρα, πράγμα που συνεπάγεται ότι ο φορέας παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας ούτε γνωρίζει ούτε ελέγχει τις πληροφορίες που μεταδίδει ή αποθηκεύει.

(43) Ένας φορέας παροχής υπηρεσιών μπορεί να επωφεληθεί από τις απαλλαγές για "απλή μετάδοση" και για "αποθήκευση σε κρυφή μνήμη" όταν δεν έχει καμιά ευθύνη για τις μεταδιδόμενες πληροφορίες. Αυτό συνεπάγεται, μεταξύ άλλων, ότι δεν τροποποιεί τις πληροφορίες που μεταδίδει. Η απαίτηση αυτή δεν καλύπτει χειρισμούς τεχνικής φύσης, οι οποίοι πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια της μετάδοσης, δεδομένου ότι δεν αλλοιώνουν την ακεραιότητα των μεταδιδόμενων πληροφοριών.

(44) Ένας φορέας παροχής υπηρεσιών που σκοπίμως συνεργάζεται με έναν από τους αποδέκτες της υπηρεσίας του με σκοπό τη διάπραξη παράνομων πράξεων υπερβαίνει την "απλή μετάδοση" ή "αποθήκευση σε κρυφή μνήμη" και, επομένως, δεν μπορεί να επωφεληθεί των απαλλαγών από την ευθύνη που προβλέπονται για αυτές τις δραστηριότητες.

(45) Οι εκ της παρούσας οδηγίας περιορισμοί της ευθύνης των ενδιάμεσων φορέων παροχής υπηρεσιών δεν θίγουν τη δυνατότητα επιβολής μέτρων ποικίλης φύσεως που μπορούν να συνίστανται ιδίως σε αποφάσεις δικαστηρίων ή διοικητικών αρχών, οι οποίες διατάσσουν την παύση ή πρόληψη τυχόν παραβάσεων, συμπεριλαμβανομένης της απομάκρυνσης παράνομων πληροφοριών ή της απενεργοποίησης της πρόσβασης σ' αυτές.

(46) Προκειμένου να απολαύει του περιορισμού της ευθύνης, ο φορέας παροχής υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας, η οποία συνίσταται σε αποθήκευση πληροφοριών, μόλις πληροφορηθεί αποδεδειγμένως ή αντιληφθεί ότι πρόκειται για παράνομες δραστηριότητες, οφείλει ταχέως να τις αποσύρει ή να τις καταστήσει απρόσιτες. Η απόσυρση των πληροφοριών ή η απενεργοποίηση της πρόσβασης σε αυτές οφείλει να επιχειρείται τηρουμένης της αρχής της ελευθερίας της έκφρασης και των οικείων εθνικών διαδικασιών. Η παρούσα οδηγία δεν θίγει τη δυνατότητα των κρατών μελών να θεσπίζουν ειδικές προϋποθέσεις οι οποίες πρέπει να πληρούνται άμεσα, πριν από την απόσυρση των πληροφοριών ή την παρεμπόδιση της πρόσβασης σε αυτές.

(47) Τα κράτη μέλη δεν μπορούν να επιβάλουν γενική υποχρέωση ελέγχου στους φορείς παροχής υπηρεσιών. Αυτό δεν αφορά τις υποχρεώσεις ελέγχου σε συγκεκριμένες

περιπτώσεις, και ειδικότερα δεν θίγει τυχόν εντολές των εθνικών αρχών σύμφωνα με την εθνική νομοθεσία.

(48) Η παρούσα οδηγία δεν εμποδίζει τα κράτη μέλη να απαιτούν από τους φορείς παροχής υπηρεσιών, οι οποίοι φιλοξενούν πληροφορίες τις οποίες παρέχουν οι αποδέκτες των υπηρεσιών τους, να ασκούν καθήκοντα μέριμνας τα οποία ευλόγως μπορούν να αναμένονται εκ μέρους των και τα οποία προσδιορίζονται στο εθνικό δίκαιο, προκειμένου να αποκαλύπτονται και να προλαμβάνονται ορισμένες μορφές παράνομης δραστηριότητας.

(49) Τα κράτη μέλη και η Επιτροπή πρέπει να ενθαρρύνουν την κατάρτιση κωδίκων δεοντολογίας. Αυτό δεν πρέπει να αναιρεί τον εθελοντικό χαρακτήρα των κωδίκων αυτών ούτε τη δυνατότητα των ενδιαφερομένων μερών να αποφασίζουν ελεύθερα εάν θα προσχωρήσουν στους εν λόγω κώδικες.

(50) Είναι σημαντικό η προτεινόμενη οδηγία για την εναρμόνιση ορισμένων πτυχών των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και των συγγενικών δικαιωμάτων στην κοινωνία των πληροφοριών και η παρούσα οδηγία να τεθούν σε ισχύ βάσει παρόμοιου χρονοδιαγράμματος, προκειμένου να εγκαθιδρυθεί ένα σαφές κανονιστικό πλαίσιο περί ευθύνης των μεσαζόντων για παραβιάσεις δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενικών δικαιωμάτων σε κοινοτικό επίπεδο.

(51) Κάθε κράτος μέλος οφείλει, ενδεχομένως, να προσαρμόσει τη νομοθεσία του εφόσον αυτή μπορεί να παρεμποδίσει τη χρήση μηχανισμών εξώδικης επίλυσης των διαφορών με τα κατάλληλα ηλεκτρονικά μέσα. Η προσαρμογή πρέπει να καθιστά πραγματικά και ουσιαστικά εφικτή τη λειτουργία παρόμοιων μηχανισμών, τόσο νομικώς όσο και πρακτικώς, ακόμη και διασυνοριακώς.

(52) Η πραγμάτωση των ελευθεριών που παρέχει η εσωτερική αγορά απαιτεί να εξασφαλίζεται στους θιγέντες αποτελεσματική πρόσβαση σε μέσα διακανονισμού των διαφορών. Οι ζημίες που ενδέχεται να προκύψουν σε σχέση με τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας χαρακτηρίζονται ταυτόχρονα από την ταχύτητα και τη γεωγραφική τους έκταση. Λόγω της ιδιαιτερότητας αυτής και της ανάγκης να εξασφαλιστεί ότι οι εθνικές αρχές δεν διακυβεύουν την αμοιβαία εμπιστοσύνη που πρέπει να υπάρχει μεταξύ τους, η παρούσα οδηγία απαιτεί από τα κράτη μέλη να διαθέσουν τα κατάλληλα μέσα έννομης προστασίας. Τα κράτη μέλη οφείλουν να εξετάσουν την ανάγκη της παροχής σε δικαστικές διαδικασίες με κατάλληλα ηλεκτρονικά μέσα.



(53) Η οδηγία 98/27/EΚ, η οποία εφαρμόζεται στις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, παρέχει μηχανισμό αγωγών παραλείψεως με σκοπό την προστασία των συλλογικών συμφερόντων των καταναλωτών. Ο μηχανισμός αυτός συμβάλλει στην ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας διασφαλίζοντας υψηλό επίπεδο προστασίας των καταναλωτών.

(54) Οι κυρώσεις, περί των οποίων η παρούσα οδηγία, δεν θίγουν τυχόν άλλες κυρώσεις ή ένδικα μέσα που προβλέπονται από την εθνική νομοθεσία. Τα κράτη μέλη δεν υποχρεούνται να προβλέπουν ποινικές κυρώσεις για παραβάσεις των εθνικών διατάξεων που θεσπίζονται δυνάμει της παρούσας οδηγίας.

(55) Η παρούσα οδηγία δεν θίγει τους κανόνες περί συμβατικών υποχρεώσεων σχετικά με τις συμβάσεις καταναλωτών. Κατά συνέπεια, η παρούσα οδηγία δεν μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα να στερηθεί ο καταναλωτής την προστασία που του παρέχουν οι εφαρμοστέοι κανόνες περί συμβατικών υποχρεώσεων του κράτους μέλους συνήθους διαμονής του.

(56) Σε ό,τι αφορά την προβλεπόμενη στην παρούσα οδηγία παρέκκλιση σχετικά με τις συμβατικές υποχρεώσεις στις συμβάσεις που συνάπτονται με τους καταναλωτές, αυτές πρέπει να ερμηνεύονται ως περιλαμβάνουσες τις πληροφορίες για τα ουσιώδη στοιχεία του περιεχομένου της σύμβασης, συμπεριλαμβανομένων των δικαιωμάτων των καταναλωτών, οι οποίες επηρεάζουν καθοριστικά την απόφαση για τη σύναψη της σύμβασης.

(57) Κατά την πάγια νομολογία του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου, ένα κράτος μέλος διατηρεί το δικαίωμα να λάβει μέτρα κατά φορέα παροχής υπηρεσιών που είναι μεν εγκατεστημένος σε άλλο κράτος μέλος αλλά κατευθύνει όλες ή τις περισσότερες δραστηριότητές του στο έδαφος του πρώτου κράτους μέλους, εάν η επιλογή της έδρας έγινε με σκοπό να παρακαμφθεί η νομοθεσία που θα ίσχυε εάν ο φορέας αυτός ήταν εγκατεστημένος στο έδαφος του πρώτου κράτους μέλους.

(58) Η παρούσα οδηγία δεν εφαρμόζεται σε υπηρεσίες που παρέχονται από φορείς οι οποίοι είναι εγκατεστημένοι σε τρίτη χώρα. Λαμβανομένης υπόψη της παγκόσμιας διάστασης του ηλεκτρονικού εμπορίου, θα πρέπει ωστόσο να εξασφαλίζεται η συμβατότητα των κοινοτικών κανόνων με τους διεθνείς κανόνες. Η παρούσα οδηγία δεν θίγει τα αποτελέσματα των συνομιλιών στα πλαίσια των διεθνών οργανισμών [μεταξύ άλλων ΠΟΕ, ΟΟΣΑ, επιτροπής διεθνούς εμπορικού δικαίου των Ηνωμένων Εθνών (Uncitral)] όσον αφορά τις νομικές πτυχές.

(59) Παρά την παγκόσμια φύση των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, είναι αναγκαίος ο συντονισμός των εθνικών κανονιστικών μέτρων σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης για να αποφευχθεί η κατάτμηση της εσωτερικής αγοράς και για να εγκαθιδρυθεί ένα κατάλληλο ευρωπαϊκό κανονιστικό πλαίσιο. Ο εν λόγω συντονισμός αναμένεται επίσης να συμβάλει στην καθιέρωση κοινής και ισχυρής διαπραγματευτικής θέσης στα διεθνή φόρα.

(60) Για να επιτραπεί η απρόσκοπτη ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, το νομικό πλαίσιο πρέπει να είναι σαφές και απλό, προβλεπτό και συμβατό με τους κανόνες που ισχύουν σε διεθνές επίπεδο ώστε να μην πλήττεται η ανταγωνιστικότητα της ευρωπαϊκής βιομηχανίας ή να μην παρεμποδίζεται η καινοτομία στον τομέα αυτό.

(61) Προκειμένου να λειτουργήσει πράγματι η αγορά με ηλεκτρονικά μέσα στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης, η Ευρωπαϊκή Ένωση και οι κυριότερες μη ευρωπαϊκές περιοχές πρέπει να προβούν σε διαβουλεύσεις μεταξύ τους ώστε να καταστούν συμβατές οι νομοθεσίες και οι διαδικασίες.

(62) Πρέπει να ενισχυθεί η συνεργασία με τις τρίτες χώρες στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου, ιδίως με τις υποψήφιες προς ένταξη χώρες, με τις αναπτυσσόμενες χώρες και με τους άλλους κύριους εμπορικούς εταίρους της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

(63) Η έκδοση της παρούσας οδηγίας δεν εμποδίζει τα κράτη μέλη να λαμβάνουν υπόψη τις διάφορες κοινωνικές, κοινωνιακές και πολιτισμικές επιπλοκές που συνεπάγεται η έλευση της κοινωνίας της πληροφορίας. Ειδικότερα, δεν θα πρέπει να θίξει μέτρα τα οποία ενδέχεται να θεσπίζουν τα κράτη μέλη, σύμφωνα με το κοινοτικό δίκαιο, προκειμένου να επιτύχουν κοινωνικούς, πολιτισμικούς και δημοκρατικούς στόχους, λαμβάνοντας υπόψη τη γλωσσική τους ιδιομορφία, τις εθνικές και περιφερειακές ιδιαιτερότητες καθώς και τις πολιτιστικές τους κληρονομίες, καθώς και προκειμένου να διασφαλίζουν και να διατηρούν την πρόσβαση του κοινού στις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό. Η ανάπτυξη της κοινωνίας της πληροφορίας πρέπει να εξασφαλίζει, σε κάθε περίπτωση, την πρόσβαση των ευρωπαϊκών πολιτών στην ευρωπαϊκή πολιτιστική κληρονομιά η οποία θα προσφέρεται σε ψηφιακό περιβάλλον.

(64) Η ηλεκτρονική επικοινωνία προσφέρει στα κράτη μέλη ένα εξαιρετικό μέσο παροχής δημόσιων υπηρεσιών στον πολιτιστικό, εκπαιδευτικό και γλωσσικό τομέα.

(65) Το Συμβούλιο στο ψήφισμά του, της 19ης Ιανουαρίου 1999, για την καταναλωτική διάσταση της κοινωνίας της πληροφορίας(25), υπογράμμισε ότι η προστασία των καταναλωτών αξίζει ιδιαίτερης προσοχής στον εν λόγω τομέα. Η Επιτροπή θα εξετάσει σε

ποιο βαθμό οι υφιστάμενοι κανόνες προστασίας των καταναλωτών δεν παρέχουν επαρκή προστασία σε ό,τι έχει σχέση με την κοινωνία της πληροφορίας και θα εντοπίσει τα πιθανά κενά της εν λόγω νομοθεσίας και τις πτυχές εκείνες για τις οποίες μπορεί να κριθεί αναγκαία η λήψη πρόσθετων μέτρων. Η Επιτροπή θα πρέπει, ενδεχομένως, να υποβάλει πρόσθετες ειδικές προτάσεις για την κάλυψη των τυχόν κενών που θα έχει εντοπίσει,

ΕΞΕΔΩΣΑΝ ΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΑ ΟΔΗΓΙΑ:

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι

### ΓΕΝΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

#### Άρθρο 1

##### Στόχος και πεδίο εφαρμογής

1. Η παρούσα οδηγία έχει ως στόχο την ομαλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς, εξασφαλίζοντας την ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας μεταξύ των κρατών μελών.
2. Η παρούσα οδηγία εξασφαλίζει την προσέγγιση, εφόσον χρειάζεται για την πραγματοποίηση του στόχου που αναφέρεται στην παράγραφο 1, ορισμένων εθνικών διατάξεων για τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας οι οποίες αφορούν την εσωτερική αγορά, την εγκατάσταση των φορέων παροχής υπηρεσιών, τις εμπορικές επικοινωνίες, τη σύναψη συμβάσεων με ηλεκτρονικά μέσα, την ευθύνη των μεσαζόντων, τους κώδικες δεοντολογίας, τον εξώδικο διακανονισμό των διαφορών, τα μέσα έννομης προστασίας και τη συνεργασία μεταξύ κρατών μελών.
3. Η παρούσα οδηγία συμπληρώνει το ισχύον κοινοτικό δίκαιο περί υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας και δεν θίγει το επίπεδο προστασίας, ιδίως της δημόσιας υγείας και των συμφερόντων του καταναλωτή, όπως θεσπίζεται σε κοινοτικές πράξεις και στις εθνικές νομοθετικές πράξεις που εκδόθηκαν για την εφαρμογή τους, στο μέτρο που δεν περιορίζεται έτσι η ελευθερία παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας.
4. Η παρούσα οδηγία δεν θεσπίζει πρόσθετους κανόνες στον τομέα του ιδιωτικού διεθνούς δικαίου, ούτε αφορά τη δικαιοδοσία των δικαστηρίων.
5. Η παρούσα οδηγία δεν εφαρμόζεται:
  - α) στο φορολογικό τομέα·
  - β) σε θέματα σχετικά με τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας που καλύπτονται ήδη από τις οδηγίες 95/46/EK και 97/66/EK·

γ) σε θέματα αφορώντα συμφωνίες ή πρακτικές διεπόμενες από τη νομοθεσία περί καρτέλ·

δ) στις ακόλουθες δραστηριότητες των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας:

- τις δραστηριότητες συμβολαιογράφων ή αντίστοιχων επαγγελματιών στο βαθμό που συνεπάγονται άμεση και ειδική σύνδεση με την άσκηση δημόσιας εξουσίας,

- την εκπροσώπηση πελάτη και την υπεράσπιση των συμφερόντων του ενώπιον των δικαστηρίων,

- τη συμμετοχή σε τυχερά παιχνίδια στα οποία ο παίκτης στοιχηματίζει νομισματική αξία, συμπεριλαμβανομένων των λαχείων και των στοιχημάτων.

6. Η παρούσα οδηγία δεν θίγει μέτρα που λαμβάνονται σε κοινοτικό ή εθνικό επίπεδο, τηρουμένου του κοινοτικού δικαίου, με σκοπό την προώθηση της πολιτιστικής και γλωσσικής πολυμορφίας και την προάσπιση του πλουραλισμού.

## Άρθρο 2

### Ορισμοί

Για τους σκοπούς της παρούσας οδηγίας, νοούνται ως:

α) "υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας": υπηρεσίες κατά την έννοια της παραγράφου 2 του άρθρου 1 της οδηγίας 98/34/EK, όπως τροποποιήθηκε από την οδηγία 98/48/EK·

β) "φορέας παροχής υπηρεσιών": κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που παρέχει μια υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας·

γ) "εγκατεστημένος φορέας παροχής υπηρεσιών": φορέας ο οποίος ασκεί ουσιαστικώς μια οικονομική δραστηριότητα μέσω μιας μόνιμης εγκατάστασης για αόριστη χρονική διάρκεια. Η παρουσία και η χρήση των τεχνικών μέσων και των τεχνολογιών που απαιτούνται για την παροχή της υπηρεσίας δεν συνιστούν εγκατάσταση του φορέα·

δ) "αποδέκτης της υπηρεσίας": κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο χρησιμοποιεί, επαγγελματικώς ή άλλως, μια υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως για να αναζητήσει πληροφορίες ή για να προσφέρει πρόσβαση σε αυτές·

ε) "καταναλωτής": κάθε φυσικό πρόσωπο που επιδιώκει στόχους μη εντασσόμενους στο πλαίσιο της εμπορικής ή επαγγελματικής του δραστηριότητας·

στ) "εμπορικές επικοινωνίες": όλες οι μορφές επικοινωνίας που αποσκοπούν να προωθήσουν, άμεσα ή έμμεσα, αγαθά, υπηρεσίες ή την εικόνα μιας επιχείρησης, ενός οργανισμού ή ενός προσώπου που ασκεί εμπορική, βιομηχανική ή βιοτεχνική

δραστηριότητα ή νομοθετικώς κατοχυρωμένο επάγγελμα. Δεν συνιστούν καθ' εαυτό εμπορική επικοινωνία:

- τα στοιχεία που επιτρέπουν την άμεση πρόσβαση στη δραστηριότητα της εν λόγω επιχείρησης, του οργανισμού ή του προσώπου, ιδίως το όνομα του τομέα ή η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου,

- οι επικοινωνίες που αφορούν αγαθά, υπηρεσίες ή την εικόνα της εν λόγω επιχείρησης, του οργανισμού ή του προσώπου οι οποίες πραγματοποιούνται κατά τρόπο ανεξάρτητο από τη θέλησή τους, ιδίως χωρίς οικονομικό αντάλλαγμα.

ζ) "νομοθετικώς κατοχυρωμένο επάγγελμα": κάθε επάγγελμα κατά την έννοια είτε του άρθρου 1 στοιχείο δ) της οδηγίας 89/48/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 21ης Δεκεμβρίου 1988, για ένα γενικό σύστημα αναγνώρισης των διπλωμάτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης που πιστοποιούν επαγγελματική εκπαίδευση ελάχιστης διάρκειας τριών ετών(26) ή του άρθρου 1 στοιχείο στ) της οδηγίας 92/51/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 18ης Ιουνίου 1992, σχετικά με δεύτερο γενικό σύστημα αναγνώρισης της επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης προς συμπλήρωση της οδηγίας 89/48/ΕΟΚ(27).

η) "συντονισμένος τομέας": οι προϋποθέσεις που ισχύουν στα νομικά συστήματα των κρατών μελών προκειμένου για φορείς παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας ή υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, ανεξαρτήτως εάν πρόκειται για γενικές διατάξεις ή για διατάξεις σχεδιασμένες ειδικά για τον τομέα αυτό.

i) ο συντονισμένος τομέας αφορά απαιτήσεις προς τις οποίες πρέπει να συμμορφώνεται ο φορέας παροχής υπηρεσιών σχετικά με:

- την ανάληψη δραστηριότητας παροχής υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας, όπως προϋποθέσεις σχετικά με τα προσόντα, την έγκριση ή την κοινοποίηση,

- την άσκηση δραστηριότητας υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας, όπως απαιτήσεις σχετικά με τη συμπεριφορά του φορέα παροχής υπηρεσιών, σχετικά με την ποιότητα ή το περιεχόμενο της υπηρεσίας, συμπεριλαμβανομένων των διατάξεων για τη διαφήμιση και τη σύναψη συμβάσεων, ή απαιτήσεις σχετικά με την ευθύνη του φορέα παροχής υπηρεσιών.

ii) ο συντονισμένος τομέας δεν καλύπτει απαιτήσεις όπως:

- προϋποθέσεις σχετικά με τα ίδια τα αγαθά,

- προϋποθέσεις σχετικά με την παράδοση αγαθών,

- προϋποθέσεις σχετικά με υπηρεσίες που δεν παρέχονται με ηλεκτρονικά μέσα.

### Άρθρο 3

#### Εσωτερική αγορά

1. Κάθε κράτος μέλος μεριμνά ώστε οι υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας που παρέχει ένας φορέας εγκατεστημένος στο έδαφός του να τηρούν τις ισχύουσες εθνικές διατάξεις του οι οποίες εμπίπτουν στο συντονισμένο τομέα.

2. Τα κράτη μέλη δεν μπορούν, για λόγους που αφορούν το συντονισμένο τομέα, να περιορίσουν την ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας οι οποίες προέρχονται από άλλο κράτος μέλος.

3. Οι παράγραφοι 1 και 2 δεν εφαρμόζονται στους τομείς που αναφέρονται στο παράρτημα.

4. Τα κράτη μέλη μπορούν να λαμβάνουν μέτρα κατά παρέκκλιση από την παράγραφο 2 σε σχέση με συγκεκριμένη υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας, εφόσον πληρούνται οι ακόλουθοι όροι:

α) τα μέτρα πρέπει:

i) να είναι αναγκαία για έναν από τους ακόλουθους λόγους:

- δημόσια τάξη, ιδίως πρόληψη, έρευνα, διαπίστωση και δίωξη εγκλημάτων, στα οποία περιλαμβάνονται η προστασία των ανηλίκων και η καταπολέμηση της πρόκλησης μίσους λόγω φυλής, φύλου, θρησκείας ή εθνικότητας, καθώς και οι παραβιάσεις της ανθρώπινης αξιοπρέπειας που αφορούν μεμονωμένα πρόσωπα,

- προστασία της δημόσιας υγείας,

- δημόσια ασφάλεια, συμπεριλαμβανομένης της προάσπισης της εθνικής ασφάλειας και άμυνας,

- προστασία του καταναλωτή, περιλαμβανομένου και του επενδυτή.

ii) να στρέφονται κατά μιας υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας η οποία βλάπτει τους στόχους που αναφέρονται στο σημείο i) ή συνιστά σοβαρό κίνδυνο που απειλεί να βλάψει τους προαναφερόμενους στόχους.

iii) να είναι ανάλογα προς τους στόχους αυτούς.

β) πριν από τη λήψη των εν λόγω μέτρων και ανεξαρτήτως τυχόν δικαστικών διαδικασιών, συμπεριλαμβανομένων των προκαταρκτικών διαδικασιών και ενεργειών που αναλαμβάνονται στα πλαίσια ποινικών ερευνών, το κράτος μέλος:

- έχει ζητήσει από το κράτος μέλος που αναφέρεται στην παράγραφο 1 να λάβει μέτρα και το τελευταίο δεν έλαβε μέτρα ή τα μέτρα ήταν ανεπαρκή,

- έχει κοινοποιήσει στην Επιτροπή και στο κράτος μέλος που αναφέρεται στην παράγραφο 1 την πρόθεσή του να λάβει τέτοια μέτρα.

5. Τα κράτη μέλη μπορούν, σε έκτακτες περιπτώσεις, να παρεκκλίνουν από τους όρους που αναφέρονται στην παράγραφο 4 στοιχείο β). Στην περίπτωση αυτή, τα μέτρα πρέπει να κοινοποιούνται το συντομότερο δυνατό στην Επιτροπή και στο κράτος μέλος που αναφέρεται στην παράγραφο 1, αναφέροντας τους λόγους για τους οποίους το κράτος μέλος κρίνει ότι πρόκειται για επείγουσα κατάσταση.

6. Με την επιφύλαξη της δυνατότητας του κράτους μέλους να λάβει τα εν λόγω μέτρα, η Επιτροπή πρέπει να εξετάσει τη συμβατότητα των κοινοποιηθέντων μέτρων προς το κοινοτικό δίκαιο το ταχύτερο δυνατό. Εάν συμπεράνει ότι το μέτρο δεν συμβιβάζεται με το κοινοτικό δίκαιο, η Επιτροπή ζητεί από το εν λόγω κράτος μέλος να μη λάβει τα προβλεπόμενα μέτρα ή να τερματίσει επείγοντως τα ληφθέντα μέτρα.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ II

### ΑΡΧΕΣ

#### Τμήμα 1: Εγκατάσταση και πληροφόρηση

##### Άρθρο 4

#### Αρχή της μη αναγκαίας προηγούμενης άδειας

1. Τα κράτη μέλη εξασφαλίζουν ότι η ανάληψη και η άσκηση δραστηριότητας φορέα παροχής υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας δεν μπορεί να υπαχθεί σε καθεστώς προηγούμενης παροχής άδειας ή σε οποιαδήποτε άλλη προϋπόθεση ισοδυνάμου αποτελέσματος.

2. Η παράγραφος 1 εφαρμόζεται με την επιφύλαξη των καθεστώτων έγκρισης που δεν αφορούν ειδικά και αποκλειστικά τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας ή των καθεστώτων έγκρισης που προβλέπει η οδηγία 97/13/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 10ης Απριλίου 1997, σχετικά με κοινό πλαίσιο γενικών και ειδικών αδειών στον τομέα των τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών(28).

##### Άρθρο 5

#### Γενικές πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται

1. Εκτός από άλλες προϋποθέσεις πληροφόρησης που προβλέπει το κοινοτικό δίκαιο, τα κράτη μέλη εξασφαλίζουν ότι ο φορέας παροχής υπηρεσιών προσφέρει στους αποδέκτες

του και στις αρμόδιες αρχές εύκολη, άμεση και συνεχή πρόσβαση στις ακόλουθες τουλάχιστον πληροφορίες:

α) επωνυμία του φορέα παροχής της υπηρεσίας·

β) γεωγραφική διεύθυνση στην οποία ο φορέας είναι εγκατεστημένος·

γ) στοιχεία που να επιτρέπουν την ταχεία επαφή και την άμεση και ουσιαστική επικοινωνία με τον φορέα παροχής της υπηρεσίας, συμπεριλαμβανομένης της ηλεκτρονικής του διεύθυνσης·

δ) εφόσον ο φορέας είναι εγγεγραμμένος σε εμπορικό μητρώο ή παρόμοιο δημόσιο μητρώο, το οικείο μητρώο και τον αριθμό εγγραφής του σε αυτό, ή ισοδύναμο τρόπο αναγνώρισης στο μητρώο αυτό·

ε) εφόσον η δραστηριότητα υπόκειται σε καθεστώς έγκρισης, τα στοιχεία της σχετικής εποπτικής αρχής·

στ) όσον αφορά τα νομοθετικώς κατοχυρωμένα επαγγέλματα:

- επαγγελματική ένωση ή παρόμοιο όργανο στο οποίο είναι εγγεγραμμένος ο φορέας παροχής υπηρεσιών,

- επαγγελματικό τίτλο και το κράτος μέλος όπου έχει χορηγηθεί,

- μνεία των επαγγελματικών κανόνων που ισχύουν στο κράτος μέλος εγκατάστασης, καθώς και του τρόπου πρόσβασης σ' αυτούς·

ζ) εφόσον η δραστηριότητα που ασκεί ο φορέας υπόκειται σε ΦΠΑ, τον αριθμό αναγνώρισης που αναφέρεται στο άρθρο 22 παράγραφος 1 της έκτης οδηγίας 77/388/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 17ης Μαΐου 1977, περί εναρμονίσεως των νομοθεσιών των κρατών μελών, των σχετικών με τους φόρους κύκλου εργασιών - Κοινό σύστημα φόρου προστιθέμενης αξίας: ομοιόμορφη φορολογική βάση(29).

2. Εκτός από άλλες προϋποθέσεις πληροφόρησης που προβλέπονται από το κοινοτικό δίκαιο, τα κράτη μέλη εξασφαλίζουν τουλάχιστον ότι, όταν οι υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας αναφέρονται σε τιμές, αυτές πρέπει να αναγράφονται σαφώς και επακριβώς και, ειδικότερα, να αναφέρουν εάν περιλαμβάνουν φόρο και έξοδα αποστολής.

Τμήμα 2: Εμπορικές επικοινωνίες

Άρθρο 6

Παρεχόμενες πληροφορίες



Εκτός από άλλες προϋποθέσεις πληροφόρησης που προβλέπονται από το κοινοτικό δίκαιο, τα κράτη μέλη εξασφαλίζουν ότι οι εμπορικές επικοινωνίες που συνιστούν υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας ή αποτελούν μέρος της πληρούν τουλάχιστον τους ακόλουθους όρους:

α) η εμπορική επικοινωνία πρέπει να είναι σαφώς αναγνωρίσιμη·

β) το φυσικό ή νομικό πρόσωπο για λογαριασμό του οποίου γίνεται η εμπορική επικοινωνία πρέπει να είναι σαφώς αναγνωρίσιμο·

γ) οι προσφορές όπως είναι οι εκπτώσεις, τα πριμ και τα δώρα, εφόσον επιτρέπονται από το κράτος μέλος στο οποίο είναι εγκατεστημένος ο φορέας παροχής υπηρεσιών, πρέπει να είναι σαφώς αναγνωρίσιμες, η πρόσβαση στους όρους υπό τους οποίους μπορεί κανείς να επωφεληθεί από τις προσφορές πρέπει να είναι εύκολη, οι δε όροι να παρουσιάζονται σαφώς και επακριβώς·

δ) οι διαφημιστικοί διαγωνισμοί ή παιχνίδια, εφόσον επιτρέπονται από το κράτος μέλος στο οποίο είναι εγκατεστημένος ο φορέας παροχής υπηρεσιών, οφείλουν να είναι σαφώς αναγνωρίσιμα, η πρόσβαση στους όρους συμμετοχής πρέπει να είναι εύκολη, οι δε όροι να παρουσιάζονται σαφώς και επακριβώς.

## Άρθρο 7

### Μη ζητηθείσα εμπορική επικοινωνία

1. Εκτός από άλλες προϋποθέσεις προβλεπόμενες από το κοινοτικό δίκαιο, τα κράτη μέλη τα οποία επιτρέπουν μη ζητηθείσα εμπορική επικοινωνία μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, εξασφαλίζουν ότι η εν λόγω εμπορική επικοινωνία από φορέα παροχής υπηρεσιών εγκατεστημένο στο έδαφός τους πρέπει να είναι αναγνωρίσιμη σαφώς και επακριβώς ευθύς ως περιέλθει στον παραλήπτη.

2. Με την επιφύλαξη της οδηγίας 97/7/EK και της οδηγίας 97/66/EK, τα κράτη μέλη λαμβάνουν μέτρα για να εξασφαλίζεται ότι οι φορείς παροχής υπηρεσιών που αναλαμβάνουν δραστηριότητες μη ζητηθεισών εμπορικών επικοινωνιών μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου συμβουλευόμαστε τακτικά και τηρούν τα μητρώα "επιλογών", στα οποία μπορούν να εγγράφονται τα φυσικά πρόσωπα που επιλέγουν να μην λαμβάνουν τέτοιες εμπορικές επικοινωνίες.

## Άρθρο 8

### Νομοθετικώς κατοχυρωμένα επαγγέλματα

1. Τα κράτη μέλη εξασφαλίζουν ότι η χρήση εμπορικών επικοινωνιών που συνιστούν υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας ή αποτελούν μέρος της, η οποία παρέχεται από μέλος νομοθετικώς κατοχυρωμένου επαγγέλματος, επιτρέπεται εφόσον τηρεί τους επαγγελματικούς κανόνες οι οποίοι διέπουν την ανεξαρτησία, την αξιοπρέπεια και το ήθος του επαγγέλματος, καθώς και το επαγγελματικό απόρρητο και την πίστη προς τους πελάτες και τους συναδέλφους.

2. Με την επιφύλαξη της αυτονομίας των επαγγελματικών οργανισμών και ενώσεων, τα κράτη μέλη και η Επιτροπή ενθαρρύνουν τις επαγγελματικές ενώσεις και οργανισμούς να καταρτίζουν κώδικες δεοντολογίας σε κοινοτικό επίπεδο προκειμένου να προσδιορίζουν ποιες πληροφορίες μπορούν να δοθούν στα πλαίσια της εμπορικής επικοινωνίας, σύμφωνα με τους κανόνες που αναφέρονται στην παράγραφο 1.

3. Κατά την κατάρτιση προτάσεων για κοινοτικές πρωτοβουλίες, οι οποίες μπορούν να γίνουν αναγκαίες για να εξασφαλιστεί η ομαλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς σε σχέση με τις πληροφορίες που αναφέρονται στην παράγραφο 2, η Επιτροπή λαμβάνει δεόντως υπόψη τους κώδικες δεοντολογίας που ισχύουν σε κοινοτικό επίπεδο και συνεργάζεται στενά με τις σχετικές επαγγελματικές ενώσεις και οργανισμούς.

4. Η παρούσα οδηγία εφαρμόζεται επιπλέον των κοινοτικών οδηγιών που αφορούν την πρόσβαση σε νομοθετικώς κατοχυρωμένα επαγγέλματα καθώς και την άσκησή τους.

Τμήμα 3: Συμβάσεις που συνάπτονται με ηλεκτρονικά μέσα

#### Άρθρο 9

##### Μεταχείριση ηλεκτρονικών συμβάσεων

1. Τα κράτη μέλη μεριμνούν ώστε το νομικό τους σύστημα να επιτρέπει τη σύναψη συμβάσεων με ηλεκτρονικά μέσα. Τα κράτη μέλη εξασφαλίζουν, ιδίως, ότι οι νομικές προϋποθέσεις που ισχύουν για τη διαδικασία σύναψης των συμβάσεων δεν παρακωλύουν τη χρήση των συμβάσεων που συνάπτονται με ηλεκτρονικά μέσα ούτε αποστερούν τις συμβάσεις αυτές εννόμου αποτελέσματος ή ισχύος λόγω του ότι έχουν συναφθεί με ηλεκτρονικά μέσα.

2. Τα κράτη μέλη μπορούν να προβλέψουν ότι η παράγραφος 1 δεν εφαρμόζεται στις ακόλουθες συμβάσεις:

α) στις συμβάσεις που θεμελιώνουν ή μεταβιβάζουν δικαιώματα επί ακινήτου περιουσίας, εκτός από τα δικαιώματα μίσθωσης·

β) στις συμβάσεις οι οποίες απαιτούν εκ του νόμου την προσφυγή σε δικαστήρια, δημόσιες αρχές ή επαγγέλματα που ασκούν δημόσια εξουσία·

γ) στις συμβάσεις εγγυοδοσίας και συναφούς ασφαλείας από πρόσωπα που επιδιώκουν στόχους μη εντασσόμενους στο πλαίσιο της εμπορικής ή επαγγελματικής τους δραστηριότητας·

δ) στις συμβάσεις οι οποίες εμπίπτουν στο οικογενειακό ή κληρονομικό δίκαιο.

3. Τα κράτη μέλη ανακοινώνουν στην Επιτροπή τις κατηγορίες συμβάσεων που αναφέρονται στην παράγραφο 2 επί των οποίων δεν εφαρμόζουν την παράγραφο 1. Τα κράτη μέλη υποβάλλουν κάθε πέντε χρόνια έκθεση στην Επιτροπή σχετικά με την εφαρμογή της παραγράφου 2, στην οποία εξηγούν τους λόγους για τους οποίους θεωρούν αναγκαία τη διατήρηση της κατηγορίας που αναφέρεται στην παράγραφο 2 στοιχείο β), επί της οποίας δεν εφαρμόζουν την παράγραφο 1.

## Άρθρο 10

### Παρεχόμενες πληροφορίες

1. Εκτός από άλλες απαιτήσεις παροχής πληροφοριών οι οποίες προβλέπονται από το κοινοτικό δίκαιο, τα κράτη μέλη εξασφαλίζουν ότι, εφόσον δεν έχουν συμφωνήσει διαφορετικά τα συμβαλλόμενα μέρη που δεν είναι καταναλωτές, ο φορέας παροχής υπηρεσιών πρέπει να παρέχει τουλάχιστο τις ακόλουθες πληροφορίες κατά τρόπο σαφή, κατανοητό και αδιαφιλονίκητο, πριν από την ανάθεση της παραγγελίας από τον αποδέκτη της υπηρεσίας:

α) τα διάφορα τεχνικά στάδια έως τη σύναψη της σύμβασης·

β) εάν ο φορέας παροχής υπηρεσιών θα αρχειοθετήσει ή όχι τη σύμβαση μετά τη σύναψή της και εάν προβλέπεται δυνατότητα πρόσβασης σε αυτήν·

γ) τα τεχνικά μέσα που θα επιτρέπουν τον εντοπισμό και τη διόρθωση σφαλμάτων ηλεκτρονικού χειρισμού πριν από την ανάθεση της παραγγελίας·

δ) τις γλώσσες στις οποίες μπορεί να συναφθεί η σύμβαση.

2. Τα κράτη μέλη εξασφαλίζουν ότι, εφόσον δεν έχουν συμφωνήσει διαφορετικά τα συμβαλλόμενα μέρη που δεν είναι καταναλωτές, ο φορέας παροχής υπηρεσιών δηλώνει τους σχετικούς κώδικες δεοντολογίας στους οποίους υπόκειται, καθώς και τα στοιχεία που επιτρέπουν την πρόσβαση στους εν λόγω κώδικες με ηλεκτρονικά μέσα.

3. Συμβατικοί όροι και γενικοί όροι που προβλέπονται για τον αποδέκτη πρέπει να διατίθενται κατά τρόπο επιτρέποντα την αποθήκευση και την αναπαραγωγή τους.

4. Οι παράγραφοι 1 και 2 δεν εφαρμόζονται σε συμβάσεις που συνάπτονται αποκλειστικά μέσω ανταλλαγής ηλεκτρονικών μηνυμάτων ή ισοδύναμων ατομικών επικοινωνιών.

#### Άρθρο 11

##### Παραγγελία

1. Τα κράτη μέλη εξασφαλίζουν ότι, εφόσον δεν έχουν συμφωνήσει διαφορετικά τα συμβαλλόμενα μέρη που δεν είναι καταναλωτές, όταν ένας αποδέκτης υπηρεσίας αναθέτει παραγγελία με τεχνολογικά μέσα, ισχύουν οι ακόλουθες αρχές:

- ο φορέας παροχής υπηρεσιών οφείλει να αποστέλλει αποδεικτικό παραλαβής της παραγγελίας του αποδέκτη χωρίς περιττή καθυστέρηση και με ηλεκτρονικά μέσα,
- η παραγγελία και το αποδεικτικό παραλαβής θεωρείται ότι έχουν παραληφθεί όταν τα μέρη στα οποία απευθύνονται έχουν πρόσβαση σε αυτά.

2. Τα κράτη μέλη εξασφαλίζουν ότι, εφόσον δεν έχουν συμφωνήσει διαφορετικά τα συμβαλλόμενα μέρη που δεν είναι καταναλωτές, ο φορέας παροχής θέτει στη διάθεση του αποδέκτη της υπηρεσίας κατάλληλα, αποτελεσματικά και προσιτά μέσα που θα του επιτρέψουν να επισημάνει και να διορθώσει τα λάθη του κατά τον ηλεκτρονικό χειρισμό πριν από την ανάθεση της παραγγελίας.

3. Η παράγραφος 1 πρώτη περίπτωση και η παράγραφος 2 δεν εφαρμόζονται σε συμβάσεις που συνάπτονται αποκλειστικά με την ανταλλαγή ηλεκτρονικών μηνυμάτων ή μέσω ισοδύναμων ατομικών επικοινωνιών.

#### Τμήμα 4: Ευθύνη των μεσαζόντων παροχής υπηρεσιών

#### Άρθρο 12

##### Απλή μετάδοση

1. Τα κράτη μέλη διασφαλίζουν ότι, σε περίπτωση παροχής μιας υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας η οποία συνίσταται στη μετάδοση πληροφοριών που παρέχει ο αποδέκτης της υπηρεσίας σε ένα δίκτυο επικοινωνιών ή στην παροχή πρόσβασης στο δίκτυο επικοινωνιών, δεν υφίσταται ευθύνη του φορέα παροχής υπηρεσιών όσον αφορά τις μεταδιδόμενες πληροφορίες, υπό τον όρο ότι ο φορέας παροχής υπηρεσιών:

- α) δεν αποτελεί την αφετηρία της μετάδοσης των πληροφοριών·
- β) δεν επιλέγει τον αποδέκτη της μετάδοσης και

γ) δεν επιλέγει και δεν τροποποιεί τις μεταδιδόμενες πληροφορίες.

2. Οι δραστηριότητες μετάδοσης και παροχής πρόσβασης που αναφέρονται στην παράγραφο 1 περιλαμβάνουν την αυτόματη, ενδιάμεση και προσωρινή αποθήκευση των μεταδιδόμενων πληροφοριών, στο βαθμό που η αποθήκευση εξυπηρετεί αποκλειστικά την πραγματοποίηση της μετάδοσης στο δίκτυο επικοινωνιών και η διάρκειά της δεν υπερβαίνει το χρόνο που είναι ευλόγως απαραίτητος για τη μετάδοση.

3. Το παρόν άρθρο δεν θίγει τη δυνατότητα δικαστικής ή διοικητικής αρχής, σύμφωνα με τα νομικά συστήματα των κρατών μελών, να απαιτούν από το φορέα παροχής υπηρεσιών να προβεί στην παύση ή στην πρόληψη παράβασης.

### Άρθρο 13

#### Αποθήκευση σε κρυφή μνήμη (Caching)

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

α) δεν τροποποιεί τις πληροφορίες·

β) τηρεί τους όρους πρόσβασης στις πληροφορίες·

γ) τηρεί τους κανόνες που αφορούν την ενημέρωση των πληροφοριών, οι οποίοι καθορίζονται κατά ευρέως αναγνωρισμένο τρόπο και χρησιμοποιούνται από τον κλάδο·

δ) δεν παρεμποδίζει τη νόμιμη χρήση της τεχνολογίας, η οποία αναγνωρίζεται ευρέως και χρησιμοποιείται από τον κλάδο, προκειμένου να αποκτήσει δεδομένα σχετικά με τη χρησιμοποίηση των πληροφοριών και

ε) ενεργεί άμεσα προκειμένου να αποσύρει τις πληροφορίες που αποθήκευσε ή να καταστήσει την πρόσβαση σε αυτές αδύνατη, μόλις αντιληφθεί ότι οι πληροφορίες έχουν αποσυρθεί από το σημείο του δικτύου στο οποίο βρίσκονταν αρχικά ή η πρόσβαση στις πληροφορίες κατέστη αδύνατη ή μια δικαστική ή διοικητική αρχή διέταξε την απόσυρση των πληροφοριών ή απαγόρευσε την πρόσβαση σε αυτές.

2. Το παρόν άρθρο δεν θίγει τη δυνατότητα δικαστικής ή διοικητικής αρχής, σύμφωνα με τα νομικά συστήματα των κρατών μελών, να απαιτήσει από το φορέα παροχής υπηρεσιών να παύσει ή να προλάβει την παράβαση.

#### Άρθρο 14

##### Φιλοξενία

1. Τα κράτη μέλη διασφαλίζουν ότι σε περίπτωση παροχής μιας υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας η οποία συνίσταται στην αποθήκευση πληροφοριών παρεχομένων από έναν αποδέκτη υπηρεσίας, δεν υφίσταται ευθύνη του φορέα παροχής της υπηρεσίας για τις πληροφορίες που αποθηκεύονται μετά από αίτηση αποδέκτη της υπηρεσίας, υπό τον όρο ότι:

α) ο φορέας παροχής της υπηρεσίας δεν γνωρίζει πραγματικά ότι πρόκειται για παράνομη δραστηριότητα ή πληροφορία και ότι, σε ό,τι αφορά αξιώσεις αποζημιώσεως, δεν γνωρίζει τα γεγονότα ή τις περιστάσεις από τις οποίες προκύπτει η παράνομη δραστηριότητα ή πληροφορία, ή

β) ο φορέας παροχής της υπηρεσίας, μόλις αντιληφθεί τα προαναφερθέντα, αποσύρει ταχέως τις πληροφορίες ή καθιστά την πρόσβαση σε αυτές αδύνατη.

2. Η παράγραφος 1 δεν εφαρμόζεται όταν ο αποδέκτης της υπηρεσίας ενεργεί υπό την εξουσία ή υπό τον έλεγχο του φορέα παροχής της υπηρεσίας.

3. Το παρόν άρθρο δεν θίγει τη δυνατότητα δικαστικής ή διοικητικής αρχής, σύμφωνα με τα νομικά συστήματα των κρατών μελών, να απαιτούν από τον φορέα παροχής υπηρεσιών να προβεί στην παύση ή στην πρόληψη παράβασης, ούτε θίγει τη δυνατότητα των κρατών μελών να θεσπίζουν διαδικασίες για την απόσυρση των πληροφοριών ή την απενεργοποίηση της πρόσβασης σε αυτές.

#### Άρθρο 15

##### Απουσία γενικής υποχρέωσης ελέγχου

1. Τα κράτη μέλη δεν επιβάλλουν στους φορείς παροχής υπηρεσιών, για την παροχή των υπηρεσιών που αναφέρονται στα άρθρα 12, 13 και 14, γενική υποχρέωση ελέγχου των πληροφοριών που μεταδίδουν ή αποθηκεύουν ούτε γενική υποχρέωση δραστήριας αναζήτησης γεγονότων ή περιστάσεων που δείχνουν ότι πρόκειται για παράνομες δραστηριότητες.

2. Τα κράτη μέλη δύνανται να υποχρεώσουν τους φορείς παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας να ενημερώνουν πάραυτα τις αρμόδιες κρατικές αρχές για τυχόν υπόνοιες περί χορηγούμενων παρανόμων πληροφοριών ή δραστηριοτήτων που επιχειρούν αποδέκτες των υπηρεσιών τους ή να ανακοινώνουν στις αρμόδιες αρχές, κατ' αίτησή τους, πληροφορίες που διευκολύνουν την εντόπιση αποδεκτών των υπηρεσιών τους με τους οποίους έχουν συμφωνίες αποθήκευσης.

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ

#### ΕΦΑΡΜΟΓΗ

##### Άρθρο 16

##### Κώδικες δεοντολογίας

1. Τα κράτη μέλη και η Επιτροπή ενθαρρύνουν:

α) την κατάρτιση κωδίκων δεοντολογίας σε κοινοτικό επίπεδο, από τις ενώσεις ή οργανώσεις επαγγελματιών και καταναλωτών, με σκοπό να συμβάλουν στην ορθή εφαρμογή των άρθρων 5 έως 15·

β) την εθελοντική διαβίβαση των σχεδίων των κωδίκων δεοντολογίας εθνικού ή κοινοτικού επιπέδου στην Επιτροπή·

γ) τη δυνατότητα πρόσβασης με ηλεκτρονικά μέσα στους κώδικες δεοντολογίας στις κοινοτικές γλώσσες·

δ) την κοινοποίηση, εκ μέρους εμπορικών, επαγγελματικών και καταναλωτικών ενώσεων ή οργανώσεων, προς τα κράτη μέλη και την Επιτροπή, των αξιολογήσεων της εφαρμογής των κωδίκων δεοντολογίας τους και των συνεπειών των κωδίκων στις πρακτικές, στα συναλλακτικά ήθη και έθιμα του ηλεκτρονικού εμπορίου·

ε) την κατάρτιση κωδίκων δεοντολογίας όσον αφορά την προστασία των ανηλίκων και της ανθρώπινης αξιοπρέπειας.

2. Τα κράτη μέλη και η Επιτροπή ενθαρρύνουν τη συμμετοχή ενώσεων ή οργανώσεων καταναλωτών στη διαδικασία κατάρτισης και εφαρμογής των κωδίκων δεοντολογίας που συντάσσονται βάσει της παραγράφου 1 στοιχείο α) για θέματα που τις αφορούν. Εν ανάγκη και για να ληφθούν υπόψη οι ειδικές τους ανάγκες, θα πρέπει να ζητείται η γνώμη ενώσεων που εκπροσωπούν άτομα με προβλήματα οράσεως και άτομα με ειδικές ανάγκες γενικώς.

##### Άρθρο 17

##### Εξώδικος διακανονισμός των διαφορών

1. Τα κράτη μέλη μεριμνούν ώστε, σε περιπτώσεις διαφωνίας μεταξύ ενός φορέα παροχής και ενός αποδέκτη μιας υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας, η νομοθεσία τους να μην εμποδίζει τη χρήση των υπαρχόντων βάσει του εθνικού δικαίου μηχανισμών εξώδικης επίλυσης των διαφορών, συμπεριλαμβανομένων των κατάλληλων ηλεκτρονικών μέσων.
2. Τα κράτη μέλη ενθαρρύνουν τα αρμόδια όργανα εξώδικης επίλυσης των διαφορών, και ιδίως των καταναλωτικών διαφορών, να ενεργούν κατά τρόπο ο οποίος παρέχει τις δέουσες δικονομικές εγγυήσεις στα ενδιαφερόμενα μέρη.
3. Τα κράτη μέλη ενθαρρύνουν τα αρμόδια όργανα εξώδικης επίλυσης των διαφορών να ενημερώνουν την Επιτροπή σχετικά με σημαντικές αποφάσεις που λαμβάνουν όσον αφορά τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας και σχετικά με τις πρακτικές, τα συναλλακτικά ήθη και έθιμα του ηλεκτρονικού εμπορίου.

#### Άρθρο 18

##### Μέσα έννομης προστασίας

1. Τα κράτη μέλη μεριμνούν ώστε τα ένδικα μέσα του εθνικού δικαίου όσον αφορά τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, να επιτρέπουν την ταχεία λήψη μέτρων, συμπεριλαμβανομένων προσωρινών μέτρων, προκειμένου να παύει οιαδήποτε παράβαση και να προλαμβάνεται περαιτέρω ζημία των ενεχόμενων συμφερόντων.

2. Στο παράρτημα της οδηγίας 98/27/EK τίθεται το ακόλουθο σημείο:

"11. Οδηγία 2000/31/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 8ης Ιουνίου 2000, σχετικά με ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά ('οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο') (EE L 178 της 17.7.2000, σ. 1)."

#### Άρθρο 19

##### Συνεργασία

1. Τα κράτη μέλη πρέπει να διαθέτουν τα απαιτούμενα μέσα ελέγχου και έρευνας για την αποτελεσματική εφαρμογή της παρούσας οδηγίας και μεριμνούν ώστε οι φορείς παροχής υπηρεσιών να τους κοινοποιούν τις απαραίτητες πληροφορίες.

2. Τα κράτη μέλη συνεργάζονται μεταξύ τους και ορίζουν, για το σκοπό αυτό, ένα ή περισσότερα σημεία επαφής, των οποίων τα στοιχεία κοινοποιούν στα άλλα κράτη μέλη και στην Επιτροπή.



3. Τα κράτη μέλη παρέχουν, το συντομότερο δυνατό, και σύμφωνα με την εθνική νομοθεσία, τη συνδρομή και τις πληροφορίες που ζητά άλλο κράτος μέλος ή η Επιτροπή, μεταξύ άλλων και με τα κατάλληλα ηλεκτρονικά μέσα.

4. Τα κράτη μέλη δημιουργούν σημεία επαφής, στα οποία υπάρχει πρόσβαση με ηλεκτρονικά τουλάχιστον μέσα, και στα οποία μπορούν να απευθυνθούν τόσο οι αποδέκτες όσο και οι φορείς παροχής υπηρεσιών προκειμένου:

α) να λαμβάνουν γενικές πληροφορίες για τα συμβατικά τους δικαιώματα και υποχρεώσεις, καθώς και για τους υφιστάμενους μηχανισμούς υποβολής καταγγελιών και επανόρθωσης σε περίπτωση διαφορών, καθώς και για τις πρακτικές πλευρές της χρήσης των μηχανισμών αυτών·

β) να λαμβάνουν τα στοιχεία των αρχών, των οργανισμών ή των ενώσεων από τις οποίες οι αποδέκτες των υπηρεσιών μπορούν να λάβουν περισσότερες πληροφορίες ή πρακτική βοήθεια.

5. Τα κράτη μέλη μεριμνούν ώστε να κοινοποιούνται στην Επιτροπή οιοσδήποτε σημαντικές διοικητικές ή δικαστικές αποφάσεις που λαμβάνονται στο έδαφός τους για την επίλυση διαφορών στα πλαίσια των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, καθώς και σχετικά με τις πρακτικές, τα συναλλακτικά ήθη και έθιμα που αφορούν το ηλεκτρονικό εμπόριο. Η Επιτροπή κοινοποιεί τις αποφάσεις αυτές στα άλλα κράτη μέλη.

Άρθρο 20

Κυρώσεις

Τα κράτη μέλη καθορίζουν το καθεστώς των κυρώσεων για παραβιάσεις των εθνικών διατάξεων οι οποίες έχουν θεσπιστεί κατ' εφαρμογή της παρούσας οδηγίας και λαμβάνουν όλα τα απαραίτητα μέτρα επιβολής των εν λόγω κυρώσεων. Οι κυρώσεις πρέπει να έχουν αποτελεσματικό, αναλογικό και αποτρεπτικό χαρακτήρα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV

ΤΕΛΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

Άρθρο 21

Επανεξέταση

1. Πριν από της 17 Ιουλίου 2003 και στη συνέχεια κάθε δύο έτη, η Επιτροπή υποβάλλει έκθεση στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο και την Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή σχετικά με την εφαρμογή της παρούσας οδηγίας, η οποία μπορεί να συνοδεύεται,

ενδεχομένως, από προτάσεις για την προσαρμογή της στη νομοθετική, τεχνική και οικονομική εξέλιξη των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, κυρίως όσον αφορά την πρόληψη εγκληματικών πράξεων, την προστασία των ανηλίκων, την προστασία των καταναλωτών και την ομαλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς.

2. Η έκθεση εξετάζει την ανάγκη προσαρμογής της παρούσας οδηγίας, και ειδικότερα την ανάγκη να διατυπωθούν προτάσεις σχετικά με την ευθύνη των παροχών υπερσυνδέσμων και μέσων εντοπισμού πληροφοριών, τις απαιτήσεις κοινοποίησης και τον καταλογισμό της ευθύνης που προκύπτει από την αφαίρεση περιεχομένου. Η έκθεση πρέπει επίσης να εξετάζει την ανάγκη συμπληρωματικών προϋποθέσεων για την απαλλαγή από την ευθύνη που προβλέπεται στα άρθρα 12 και 13, υπό το πρίσμα των τεχνικών εξελίξεων, καθώς και τη δυνατότητα εφαρμογής των αρχών της εσωτερικής αγοράς στην περίπτωση μη ζητηθεισών εμπορικών επικοινωνιών μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

#### Άρθρο 22

##### Μεταφορά της οδηγίας στο εθνικό δίκαιο

1. Τα κράτη μέλη θέτουν σε ισχύ τις απαραίτητες νομοθετικές, κανονιστικές και διοικητικές διατάξεις για να συμμορφωθούν με την παρούσα οδηγία πριν από της 17 Ιανουαρίου 2002. Ενημερώνουν αμέσως την Επιτροπή σχετικά.
2. Οι αναφερόμενες στην παράγραφο 1 διατάξεις, όταν θεσπίζονται από τα κράτη μέλη, αναφέρονται στην παρούσα οδηγία ή συνοδεύονται από παρόμοια αναφορά κατά την επίσημη δημοσίευσή τους. Ο τρόπος της αναφοράς αυτής καθορίζεται από τα κράτη μέλη.

#### Άρθρο 23

##### Έναρξη ισχύος

Η παρούσα οδηγία αρχίζει να ισχύει την ημέρα της δημοσίευσής της στην Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων.

#### Άρθρο 24

##### Αποδέκτες

Η παρούσα οδηγία απευθύνεται στα κράτη μέλη.

Λουξεμβούργο, 8 Ιουνίου 2000.

Για το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο

Η Πρόεδρος

N. Fontaine

Για το Συμβούλιο

Ο Πρόεδρος

G. d'Oliveira Martins

(1) ΕΕ C 30 της 5.2.1999, σ. 4.

(2) ΕΕ C 169 της 16.6.1999, σ. 36.

(3) Γνώμη του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου της 6ης Μαΐου 1999 (ΕΕ C 279 της 1.10.1999, σ. 389)· κοινή θέση του Συμβουλίου της 28ης Φεβρουαρίου 2000 (ΕΕ C 128 της 8.5.2000, σ. 32) και απόφαση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου της 4ης Μαΐου 2000 (δεν έχει ακόμα δημοσιευθεί στην Επίσημη Εφημερίδα).

(4) ΕΕ L 298 της 17.10.1989, σ. 23· οδηγία όπως τροποποιήθηκε από την οδηγία 97/36/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (ΕΕ L 202 της 30.7.1997, σ. 60).

(5) ΕΕ L 95 της 21.4.1993, σ. 29.

(6) ΕΕ L 144 της 4.6.1997, σ. 19.

(7) ΕΕ L 250 της 19.9.1984, σ. 17· οδηγία όπως τροποποιήθηκε από την οδηγία 97/55/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (ΕΕ L 290 της 23.10.1997, σ. 18).

(8) ΕΕ L 42 της 12.2.1987, σ. 48· οδηγία όπως τροποποιήθηκε τελευταία από την οδηγία 98/7/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (ΕΕ L 101 της 1.4.1998, σ. 17).

(9) ΕΕ L 141 της 11.6.1993, σ. 27· οδηγία όπως τροποποιήθηκε τελευταία από την οδηγία 97/9/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (ΕΕ L 84 της 26.3.1997, σ. 22).

(10) ΕΕ L 158 της 23.6.1990, σ. 59.

(11) ΕΕ L 80 της 18.3.1998, σ. 27.

(12) ΕΕ L 228 της 11.8.1992, σ. 24.

(13) ΕΕ L 280 της 29.10.1994, σ. 83.

(14) ΕΕ L 166 της 11.6.1998, σ. 51· οδηγία όπως τροποποιήθηκε από την οδηγία 1999/44/ΕΚ (ΕΕ L 171 της 7.7.1999, σ. 12).

(15) ΕΕ L 210 της 7.8.1985, σ. 29· οδηγία όπως τροποποιήθηκε από την οδηγία 1999/34/ΕΚ (ΕΕ L 141 της 4.6.1999, σ. 20).

(16) ΕΕ L 171 της 7.7.1999, σ. 12.

- (17) ΕΕ L 113 της 30.4.1992, σ. 13.
- (18) ΕΕ L 213 της 30.7.1998, σ. 9.
- (19) ΕΕ L 281 της 23.11.1995, σ. 31.
- (20) ΕΕ L 24 της 30.1.1998, σ. 1.
- (21) ΕΕ L 204 της 21.7.1998, σ. 37· οδηγία όπως τροποποιήθηκε από την οδηγία 98/48/ΕΚ (ΕΕ L 217 της 5.8.1998, σ. 18).
- (22) ΕΕ L 320 της 28.11.1998, σ. 54.
- (23) ΕΕ L 15 της 21.1.1998, σ. 14.
- (24) ΕΕ L 13 της 19.1.2000, σ. 12.
- (25) ΕΕ C 23 της 28.1.1999, σ. 1.
- (26) ΕΕ L 19 της 24.1.1989, σ. 16.
- (27) ΕΕ L 209 της 24.7.1992, σ. 25· οδηγία όπως τροποποιήθηκε τελευταία από την οδηγία 97/38/ΕΚ της Επιτροπής (ΕΕ L 184 της 12.7.1997, σ. 31).
- (28) ΕΕ L 117 της 7.5.1997, σ. 15.
- (29) ΕΕ L 145 της 13.6.1977, σ. 1· οδηγία όπως τροποποιήθηκε τελευταία από την οδηγία 1999/85/ΕΚ (ΕΕ L 277 της 28.10.1999, σ. 34).

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

### ΠΑΡΕΚΚΛΙΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΟ ΑΡΘΡΟ 3

Όπως προβλέπεται στο άρθρο 3 παράγραφος 3, το άρθρο 3 παράγραφοι 1 και 2, δεν εφαρμόζεται:

- στα συγγραφικά δικαιώματα, τα συγγενικά δικαιώματα, τα δικαιώματα που προβλέπει η οδηγία 87/54/ΕΟΚ(1) και η οδηγία 96/9/ΕΚ(2), καθώς και τα δικαιώματα βιομηχανικής ιδιοκτησίας,
- στην έκδοση ηλεκτρονικού νομίσματος από τα ιδρύματα για τα οποία τα κράτη μέλη έχουν εφαρμόσει μια από τις παρεκκλίσεις που προβλέπονται στο άρθρο 8 παράγραφος 1 της οδηγίας 2000/46/ΕΚ(3),
- στο άρθρο 44 παράγραφος 2 της οδηγίας 85/611/ΕΟΚ(4),
- στο άρθρο 30 και στον τίτλο IV της οδηγίας 92/49/ΕΟΚ(5), στον τίτλο IV της οδηγίας 92/96/ΕΟΚ(6), στα άρθρα 7 και 8 της οδηγίας 88/357/ΕΟΚ(7) και στο άρθρο 4 της οδηγίας 90/619/ΕΟΚ(8),

- στην ελευθερία των μερών να επιλέξουν την εφαρμοστέα στις συμβάσεις τους νομοθεσία,
- στις συμβατικές υποχρεώσεις που αφορούν τις συμβάσεις που συνάπτουν οι καταναλωτές,
- στην τυπική ισχύ συμβάσεων που γεννούν ή μεταβιβάζουν δικαιώματα επί ακινήτου, εφόσον οι συμβάσεις αυτές υπόκεινται στις υποχρεωτικές τυπικές προϋποθέσεις της νομοθεσίας του κράτους μέλους στο οποίο κείται το ακίνητο,
- στη νομιμότητα μη ζητηθείσας εμπορικής επικοινωνίας μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

(1) ΕΕ L 24 της 27.1.1987, σ. 36.

(2) ΕΕ L 77 της 27.3.1996, σ. 20.

(3) Δεν δημοσιεύθηκε ακόμα στην Επίσημη Εφημερίδα.

(4) ΕΕ L 375 της 31.12.1985, σ. 3· οδηγία όπως τροποποιήθηκε τελευταία από την οδηγία 95/26/EK (ΕΕ L 168 της 18.7.1995, σ. 7).

(5) ΕΕ L 228 της 11.8.1992, σ. 1· οδηγία όπως τροποποιήθηκε τελευταία από την οδηγία 95/26/EK.

(6) ΕΕ L 360 της 9.12.1992, σ. 1· οδηγία όπως τροποποιήθηκε τελευταία από την οδηγία 95/26/EK.

(7) ΕΕ L 172 της 4.7.1988, σ. 1· οδηγία όπως τροποποιήθηκε τελευταία από την οδηγία 92/49/ΕΟΚ.

(8) ΕΕ L 330 της 29.11.1990, σ. 50· οδηγία όπως τροποποιήθηκε τελευταία από την οδηγία 92/96/ΕΟΚ.

[<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32000L0031:EL:HTML>]

## **Πνευματικά δικαιώματα**

Copyright © ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας. 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.

Δέσποινα Μπαλόκα, 2014