



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	6644
----------------------	------

Θέμα πτυχιακής: Το ηλεκτρονικό εμπόριο (πλεονεκτήματα-μειονεκτήματα) και οι επιπτώσεις του στις ΜΜΕ.

Έρευνα στο Νομό Αττικής (σε 4 εταιρίες).



Εργάστηκαν: Έφη Μίτσιγγα(5228)
Φοδαλία Κάρδαρη(5321)

Ευχαριστούμε τη κα Κάρδαρη για τη βοήθεια της.

ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

Νοέμβριος
2003

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	σελ
1. Ιστορική αναδρομή	4
2.1 Τι είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο;	6
2.2 Ηλεκτρονικό εμπόριο και απασχόληση	7
2.3 Βασικές αρχές	11
2.4 Τύποι προϊόντων ηλεκτρονικού εμπορίου	15
2.5 Πεδία εφαρμογής του ηλεκτρονικού εμπορίου	16
2.6 Επίπεδα ηλεκτρονικού εμπορίου	19
2.7 Εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου	24
2.8 Η επιρροή του ηλεκτρονικού εμπορίου στην απασχόληση και γενικότερα στον τρόπο ζωής μας	25
2.9 Τι πρέπει να γνωρίζουν οι επιχειρηματίες πριν τη δημιουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος τους	26
3.1 Πλεονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου	34
3.2 Μειονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου	42
4. Επιπτώσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου στις Μικρομ. Επιχ.	45
5. Τεχνολογική υποδομή για τη δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος με υπολογιστικό σύστημα	52
6. Αρχιτεκτονική του ηλεκτρονικού εμπορίου	56
7. Ηλεκτρονικές πληρωμές	60
8. Επίλογος	74
9.1 Παράρτημα	75
9.2 Ρωτήσαμε20 άτομα για το ηλεκτρονικό εμπόριο	79
10. Έρευνα σε 4 εταιρίες του Νομού Αττικής	81
11. Συμπεράσματα	129
12. Βιβλιογραφία	130

1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Η εμφάνιση κατά την δεκαετία του 1970 της Ηλεκτρονικής μεταφοράς κεφαλαίων (Electronic Funds Transfer, EFT) μεταξύ τραπεζών, μέσω ασφαλών ιδιωτικών δικτύων, άλλαξε την εικόνα των χρηματοπιστωτικών αγορών. Η Ηλεκτρονική Μεταφορά Κεφαλαίων βελτιώνει τις ηλεκτρονικές πληρωμές με την αποστολή πληροφορικών με ηλεκτρονικά μέσα. Σήμερα υπάρχουν πολλές παραλλαγές της EFT, μεταξύ των οποίων οι συνηθέστερες είναι οι χρεωστικές κάρτες και οι άμεσες καταθέσεις στους τραπεζικούς λογαριασμούς των εργαζομένων. Κάθε μέρα περίπου 4-τρεις δολάρια αλλάζουν χέρια με EFT μέσω δικτύων που συνδέουν τράπεζες αυτοματοποιημένα γραφεία συμψηφισμού και επιχειρήσεις. Το Υπουργείο Οικονομικών των ΗΠΑ εκτιμά ότι το 1996 το 55% του συνόλου των πληρωμών της ομοσπονδιακής κυβέρνησης πραγματοποιήθηκε με EFT. Στις αρχές της δεκαετίας του 1980, το **Ηλεκτρονικό Εμπόριο (e-commerce)** διαδόθηκε μεταξύ των επιχειρήσεων αρχικά ως τεχνολογία ηλεκτρονικής μετάδοσης μηνυμάτων: Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων (EDI) και Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο (E - mail). Με τις τεχνολογίες της Ηλεκτρονικής Ανταλλαγής Δεδομένων εκσυγχρονίστηκαν οι διαδικασίες των επιχειρήσεων καθώς μειώθηκαν τα έγγραφα σε χαρτί και αυξήθηκε η αυτοματοποίηση. Οι τεχνολογίες EDI εξελίχθηκαν σε αναπόσπαστο τμήμα της ροής της εργασίας ή των συνεργαζόμενων συστημάτων υπολογιστών, συνδυάζοντας υπάρχουσες μη ηλεκτρονικές μεθόδους με ηλεκτρονικά μέσα για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των επιχειρηματικών διαδικασιών. Η Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων επιτρέπει στις επιχειρήσεις να στέλνουν και να λαμβάνουν έγγραφα εργασίας (όπως παραγγελίες αγορών) σε τυποποιημένη ηλεκτρονική μορφή με την ελάχιστη δυνατή ανθρώπινη παρέμβαση.

Με τη πάροδο των ετών, η ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων εντάχθηκε στα εσωτερικά συστήματα πληροφοριών και στις καθημερινές πρακτικές των επιχειρήσεων και αποδείχθηκε ιδιαίτερα επιτυχής σε ορισμένους τομείς, όπως στην διαχείριση κατηγοριών προϊόντων (category management) για είδη παντοπωλείου στο λιανικό εμπόριο.

Η εξέλιξη του διαδικτύου (Internet) στα τέλη της δεκαετίας του 1980 έδωσε τη δυνατότητα να αναπτυχθούν ριζικά διαφορετικές μορφές ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως υπηρεσίες σε απευθείας σύνδεση, καθώς και νέες μορφές μαζικών κοινωνικών επαφών και διάδοσης γνώσεων. Εκτός από τη διαθεσιμότητα και το χαμηλό κόστος των πληροφοριών σε αυτό το "δίκτυο των δικτύων", βασικός παράγων για την προώθηση της ευρείας χρήσης του από τις επιχειρήσεις είναι η ύπαρξη κατάλληλων υποδομών "από άκρη σε άκρη" και εφαρμογών που υποστηρίζουν τις διαδικασίες με ολοκληρωμένο τρόπο. Ο παγκόσμιος ιστός (World Wide Web) στη δεκαετία του 1990 αντιμετώπισε με αποφασιστικό τρόπο θέματα δημοσίευσης και διάδοσης πληροφοριών. Ο ιστός καθιστά το Ηλεκτρονικό Εμπόριο ένα φθηνότερο μέσο για την εκτέλεση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων (οικονομίες κλίμακας) και επιτρέπει τη μεγαλύτερη

διαφοροποίηση των δραστηριοτήτων (οικονομίες φάσματος). Οι περιορισμένες απαιτήσεις εισόδου (ένας προσωπικός υπολογιστής, ένας αποδιαμορφωτής - modem και λογαριασμός Internet) επιτρέπουν στις μικρές επιχειρήσεις να εισέλθουν στον τομέα αυτό με τεχνολογικές βάσεις που δεν διαφέρουν από εκείνες των μεγάλων επιχειρήσεων. Επίσης μία πληθώρα επιχειρήσεων αξιοποιεί τις δυνατότητες που προσφέρει το Internet τόσο για τις επαφές τους με άλλες επιχειρήσεις (business-to-business) όσο και για την πρόσβασή τους στον τελικό καταναλωτή-πελάτη (business-to-customer). Τα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου, παρά το μικρό ακόμη βαθμό διείσδυσης του Internet (περίπου 600.000 χρήστες στις αρχές του 2000), έχουν αρχίσει να γίνονται φανερά και στην Ελλάδα. Πρόσφατα έχει αρχίσει να δραστηριοποιείται η Εθνική Επιτροπή Ηλεκτρονικού Εμπορίου, κατόπιν των σχετικών οδηγιών της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της βούλησης της Ελληνικής Κυβέρνησης για προώθηση των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

2.1 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ;

Το Ηλεκτρονικό εμπόριο θα μπορούσε να ορισθεί σαν επιχειρηματική δραστηριότητα που περιλαμβάνει τις διάφορες συναλλαγές για την αγορά και πώληση αγαθών και υπηρεσιών μέσω του internet.

Οι εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου αφορούν τόσο προϊόντα (π.χ καταναλωτικά αγαθά) όσο και υπηρεσίες (π.χ υπηρεσίες πληροφόρησης, Χρηματοπιστωτικές και νομικές υπηρεσίες), παραδοσιακές δραστηριότητες (π.χ ιατρική περίθαλψη , εκπαίδευση) και νέες δραστηριότητες (π.χ εικονικά πολυκαταστήματα).

Σε ένα περιβάλλον Ηλεκτρονικού Εμπορίου μπορεί να συμμετάσχουν επιχειρήσεις , δημόσιοι οργανισμοί και καταναλωτές . Στα πλαίσια αυτά οι εφαρμογές του Ηλεκτρονικού Εμπορίου μπορούν να διαχωριστούν στις ακόλουθες πέντε κατηγορίες : δημόσιος φορέας προς επιχείρηση, δημόσιος φορέας προς πολίτες – καταναλωτές , επιχείρηση προς επιχείρηση (business to business), επιχείρηση προς καταναλωτή (Business to consumer), καταναλωτής προς καταναλωτή (person to person).

Οι τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται για τις εφαρμογές του ηλεκτρονικού εμπορίου περιλαμβάνει όλες τις μορφές ηλεκτρονικών μηνυμάτων, ηλεκτρονικής ανταλλαγής δεδομένων (Electronic Data Interchange, EDI), ηλεκτρονικής μεταφοράς κεφαλαίων (Electronic Funds Transfer, EFT), ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (Electronic Mail, E-mail), ηλεκτρονικών καταλόγων , υπηρεσιών ηλεκτρονικού πίνακα ανακοινώσεων (Bulletin Board Services - BBS) κλπ .

Στο ηλεκτρονικό εμπόριο ο web server είναι ο υπολογιστής που καλείται να φιλοξενήσει στα ράφια του τα προϊόντα που διακινεί η επιχείρηση και να εγγράψει στο ταμείο τα χρήματα από την πώλησή τους . Ο Web Server πρέπει να συνδεθεί με το Internet. Αυτό επιτυγχάνεται με τη χρήση εργαλείων , όπως τα modems και οι routers, και μισθωμένων τηλεφωνικών γραμμών ή γραμμών ISDN. Σημαντικότερα συστήματα επιβοήθησης είναι οι δευτερεύοντες servers. Κατά τη λειτουργία του κύριου server λειτουργούν και αυτοί , ενημερώνονται συνεχώς από αυτόν και είναι έτοιμοι να τον αντικαταστήσουν σε περίπτωση ανάγκης για μικρό χρονικό διάστημα . Επίσης , η ύπαρξη συσκευών backup καθώς και συστήματος αδιάλειπτης τροφοδοσίας (UPS), θεωρείται απολύτως απαραίτητη .

Στην επιδίωξη της να «βγει στο διαδύκτιο », η επιχείρηση έχει βασικά δύο επιλογές : α) να αναπτύξει μόνη της ή με υπεργολάβο το λογισμικό που θα χρησιμοποιήσει και β) να το επιλέξει από τη μεγάλη ομάδα προϊόντων λογισμικού που διατίθενται στην αγορά και στη συνέχεια να το παραμετροποιήσει, έτσι ώστε να καλύπτει τις δικές της ανάγκες .

Η αρχιτεκτονική του ηλεκτρονικού εμπορίου διαφέρει από εφαρμογή σε εφαρμογή. Τα βασικά της όμως επίπεδα είναι τρία : επίπεδο παρουσίασης (web browser layer), επίπεδο βασικών υποσυστημάτων εφαρμογής (application layer), επίπεδο δεδομένων (database layer).

Η πρακτική εφαρμογή του Ηλεκτρονικού εμπορίου στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον απαιτεί την ύπαρξη συστημάτων πληρωμών των οποίων θα διεκπεραιώνονται ηλεκτρονικά οι οφειλές των εμπλεκομένων. Ήδη έχουν υιοθετηθεί διάφορα συστήματα ηλεκτρονικών πληρωμών, όπως πιστωτικές κάρτες, ηλεκτρονικές επιταγές, έξυπνες κάρτες, ψηφιακό χρήμα, κλπ.

Για να διασφαλίσουμε τις ευαίσθητες πληροφορίες πρέπει να στηριχθούμε στην κρυπτογράφηση, η οποία παρέχει μεθόδους εγγραφής και αποκρυπτογράφησης πληροφοριών, με την εξασφάλιση ότι τα δεδομένα ζητούνται από ένα εξουσιοδοτημένο άτομο. Τα πιο γνωστά πρωτόκολλα κρυπτογράφησης είναι τα SSL και SET.

Φαίνεται να είναι επιτακτική ανάγκη για όλες τις επιχειρήσεις να μπουν στη νέα φάση. Κανένας δεν μπορεί να βλέπει με αισιοδοξία τα επιχειρηματικά του σχέδια, αν σε αυτά δεν συμπεριλάβει το ηλεκτρονικό εμπόριο. Σύντομα θα αντιμετωπίσουμε οξύτατο πρόβλημα στην εύρεση εξειδικευμένων στελεχών πληροφορικής. Στο χώρο αυτό η εν λόγω ένδεια είναι ήδη εμφανής και η κάλυψή της θα κοστίζει πολύ περισσότερο από τον όποιο εξοπλισμό αγοράσουν οι επιχειρήσεις που προσβλέπουν στο διαδίκτυο.

2.2 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ:

Δυνατότητες και προοπτικές

Έτσι για παράδειγμα, εάν κανείς συνδεθεί με το Internet θα διαπιστώσει αμέσως ότι μπορεί να επιλέξει και να αγοράσει μέσω του Η/Υ από τα ηλεκτρονικά καταστήματα, μια σειρά από προϊόντα και υπηρεσίες: από βιβλία και ρούχα ως πακέτα διακοπών για οποιαδήποτε χώρα. Μπορεί επίσης να κλείσει αεροπορικό εισιτήριο χρεώνοντάς την πιστωτική του κάρτα και αμέσως μετά να παραγγείλει φαγητό για το σπίτι. Ωστόσο το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν έχει μόνο αυτή την μορφή, αντίθετα περιλαμβάνει μια ευρεία κλίμακα συναλλαγών και χρήση πολλαπλών τεχνολογικών εφαρμογών. Ειδικότερα το ηλεκτρονικό εμπόριο εμφανίζεται με δύο τύπους δραστηριότητας και τέσσερις μορφές. Ως προς τους τύπους μπορεί κανείς να διακρίνει ανάμεσα στο *έμμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο*, όπου η παραγγελία των προϊόντων γίνεται μέσω Η/Υ, τα οποία στη συνέχεια παραδίδονται στον πελάτη με φυσικό τρόπο χρησιμοποιώντας μεταφορικά και ταχυδρομικά μέσα, και το *άμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο*, όπου η παραγγελία, πώληση αλλά και παράδοση προϊόντων και υπηρεσιών γίνεται ηλεκτρονικά (π.χ. πώληση προγραμμάτων λογισμικού, παροχή πληροφόρησης κ.α.).

Ήδη, πλειάδα επιχειρήσεων, τόσο στην Ευρώπη όσο και στις Ηνωμένες Πολιτείες διαθέτουν τα προϊόντα τους μέσω του διαδικτύου. Θα λέγαμε πως κορυφαίο παράδειγμα αυτής της εξέλιξης αποτελεί το Amazon.com, το οποίο είναι αυτή τη στιγμή το μεγαλύτερο ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο με τους περισσότερους τίτλους στον κόσμο. Στην Ελλάδα, αν και υπάρχει μια σχετική καθυστέρηση σε αυτό τον

τομέα, οι εξελίξεις είναι σημαντικές και υπάρχουν ήδη αρκετές εταιρίες και επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Επιπλέον υπάρχουν ήδη στη χώρα μας και εταιρίες που προσφέρουν λύσεις ηλεκτρονικού εμπορίου σε επιχειρήσεις που έχουν ανοίξει ή θα ήθελαν ν'ανοίξουν κάποιο ηλεκτρονικό κατάστημα. Σε κάθε περίπτωση, ο κύριος λόγος που μια επιχείριση δραστηριοποιείται σε ηλεκτρονικό επίπεδο είναι για να προσελκύσει αγοραστικό κοινό πέρα από τα στενά όρια της γεωγραφικής της έδρας, αυξάνοντας έτσι τις πωλήσεις των προϊόντων της και κατά συνέπεια τα έσοδά της. Σύμφωνα με έρευνες που έχουν γίνει από εταιρίες του χώρου, τα έσοδα από το ηλεκτρονικό εμπόριο παγκοσμίως έφτασαν σχεδόν τα 100 δισεκατομμύρια το 1999, ενώ το 2003 το ποσό αυτό αναμένεται ν' αγγίζει τα 1,3 τρις.

Σε γενικές γραμμές μπορούμε να πούμε πως οι συναλλαγές μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου γίνονται ως εξής: Οι επιχειρήσεις προσφέρουν στις σελίδες του ηλεκτρονικού τους καταστήματος ένα είδος on-line καταλόγου με όλα τα προϊόντα τους, τα λεπτομερή χαρακτηριστικά τους και βέβαια τις αντίστοιχες τιμές τους. Από την άλλη πλευρά, οι ηλεκτρονικοί πελάτες έχουν στη διάθεσή τους ένα «καλάθι» στο οποίο στοιβάζουν τα προϊόντα που επιθυμούν να αγοράσουν και έχοντας ολοκληρώσει τα ψώνια τους από το συγκεκριμένο site, δίνουν την τελική παραγγελία τους, η οποία και εκτελείται αυτόματα. Οι πληρωμές, όπως και οι παραγγελίες, γίνονται και αυτές ηλεκτρονικά, μέσω της πιστωτικής κάρτας του καταναλωτή η οποία χρεώνεται με το αντίστοιχο ποσό.

Θα λέγαμε πως το ηλεκτρονικό εμπόριο ενδείκνυται για επιχειρήσεις που παράγουν βιομηχανοποιημένα προϊόντα και δη βιομηχανοποιημένα προϊόντα το οποία δεν διακρίνονται για τη μοναδικότητά τους και δεν χρειάζεται ο αγοραστής κατά κάποιο τρόπο να τα «δοκιμάσει» πριν τα αγοράσει, όπως βιβλία, εισιτήρια, CD, διάφορα είδη δώρων, ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές που δεν απαιτούν κάποιου είδους "test drive", προγράμματα software & hardware, καινούρια αυτοκίνητα κλπ. Παρακάτω παραθέτουμε μια λίστα με τα προϊόντα που μπορούν κατά κύριο λόγο να συναλλαγούν ηλεκτρονικά:

- Βιβλία & CD
- Κάθε μορφής εισιτήρια
- Προγράμματα hardware και software
- Αυτοκίνητα και ανταλλακτικά
- Δομικά Υλικά
- Κινητά τηλέφωνα
- Παιχνίδια
- Είδη-δώρων

Είναι γεγονός ότι η ραγδαία ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου έχει επιπτώσεις στο θέμα της απασχόλησης και των εργασιακών σχέσεων, ιδίως στον κλάδο του εμπορίου. Το ποια όμως έκταση θα λάβουν και το αν το τελικό

ισοζύγιο θα είναι θετικό, δεν μπορεί να το υπολογίσει σήμερα κανείς με βεβαιότητα.

Σήμερα υπολογίζεται ότι περίπου 23 εκατ. νοικοκυριά είναι παγκοσμίως συνδεδεμένα με το Internet, στοιχείο το οποίο μεταφράζεται σε 55-60 εκατ. χρήστες. Άλλοι υπολογισμοί αναφέρουν ότι έως την επόμενη πενταετία οι χρήστες Internet θα έχουν ανέλθει σε 550 εκατ., δηλαδή περίπου το 10% του πληθυσμού.

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

Είναι λοιπόν φανερό ότι η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και η δημιουργία κάποια στιγμή μιας κρίσιμης μάζας χρηστών-καταναλωτών μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου, παρουσιάζει τεράστιες δυνατότητες επιχειρηματικής δράσης και δημιουργίας θέσεων εργασίας που αναγκαστικά θα οδηγήσει σε μεγάλης έκτασης διαρθρωτικές αλλαγές κυρίως στους κλάδους του εμπορίου και του τουρισμού. Εδώ κυρίως αλλά όχι αποκλειστικά, αναμένεται να σημειωθούν ανακατατάξεις με τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων, την επέκταση άλλων αλλά ίσως και τη δημιουργία προβλημάτων βιωσιμότητας ορισμένων παραδοσιακών εμπορικών επιχειρήσεων.

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

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

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

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

Πέρα όμως από το θέμα της απασχόλησης, η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου θα έχει μεσοπρόθεσμα σημαντικές επιπτώσεις στο περιεχόμενο και τις συνθήκες εργασίας. Όπως σημειώθηκε νέες ειδικότητες και καθήκοντα θα αναδειχτούν, νέα προσόντα και δεξιότητες θα απαιτηθούν. Η προώθηση των προϊόντων μέσα από το Internet ήδη έχει δημιουργήσει νέες ανάγκες. Οι δυνατότητες και ευκαιρίες για ηλεκτρονικές πωλήσεις που δίνει το Internet, οδηγεί νέους ανθρώπους αλλά και ορισμένο από το υπάρχον προσωπικό στο να ασχοληθούν επαγγελματικά με τις ηλεκτρονικές πωλήσεις. Σύμφωνα με την έρευνα της ομάδας του HELTRUN, τα νέα προσόντα και καθήκοντα για τους εργαζόμενους στο ηλεκτρονικό εμπόριο θα εστιαστούν σε τρεις κυρίως μορφές δραστηριότητας:

α) στην διαχείριση της προώθησης των προϊόντων, στο marketing και την παρακολούθηση των ανταγωνιστών,

β) στη διαχείριση των επικοινωνιών ανάμεσα στην επιχείρηση, τους προμηθευτές και τους πελάτες και

γ) στη διαχείριση της πληροφορίας και τεχνολογικής υποδομής και των επικοινωνιών.

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

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

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

ειδικές γνώσεις που έχουν για τα προϊόντα και τα χαρακτηριστικά τους και παρέχοντας εξειδικευμένες υπηρεσίες με ηλεκτρονική μορφή.

2.3 ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ

Η ανάγκη για Ηλεκτρονικό εμπόριο προκύπτει από την απαίτηση των επιχειρήσεων και των κυβερνήσεων για καλύτερη χρήση της τεχνολογίας των υπολογιστών και των τηλεπικοινωνιών ώστε να βελτιωθούν οι σχέσεις αμφίδρομης επικοινωνίας με τους πελάτες, πολίτες, καταναλωτές, οι επιχειρηματικές διεργασίες και η ανταλλαγή πληροφοριών ένδοεπιχειρησιακά, αλλά και κυρίως μεταξύ των επιχειρήσεων. Πάντως η ουσιαστική επιδίωξη κάθε επιχείρησης στον έντονα ανταγωνιστικό επιχειρηματικό στίβο της εποχής μας είναι η εξασφάλιση στρατηγικού πλεονεκτήματος. Η τεχνολογία και ειδικότερα το Ηλεκτρονικό Εμπόριο παρέχει ευέλικτες και ολοκληρωμένες λύσεις τοποθέτησης των επιχειρήσεων στις επιθυμητές αγορές (target markets) παρεμβαίνοντας ευεργετικά σε κάθε στάδιο της αλυσίδας αξίας τους (value chain). Ένας απλός ορισμός για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι το "αποτελεί κάθε μορφή επιχειρηματικής συναλλαγής και επικοινωνίας που γίνεται με ηλεκτρονικά μέσα". Ένας τέτοιος απλοϊκός ορισμός όμως, παρόλο που τεχνικά μπορεί να είναι ακριβής, δεν μπορεί να συλλάβει το βασικό πνεύμα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου που δεν είναι απλώς η χρήση ηλεκτρονικών μέσων για επικοινωνία, αλλά οι δυνατότητες για επανακαθορισμό του τρόπου με τον οποίο γίνεται το εμπόριο, ο οποίος γίνεται για πρώτη φορά εφικτός με τη χρήση νέων τεχνολογιών από τις σύγχρονες επιχειρήσεις.

Έτσι το Ηλεκτρονικό Εμπόριο θα μπορούσε να οριστεί ως ένα σύνολο επιχειρηματικών στρατηγικών που μπορούν να υποστηρίξουν συγκεκριμένους τομείς επιχειρηματικής δραστηριότητας και συγκεκριμένες επιχειρηματικές πρακτικές, οι οποίες επιτρέπουν, μέσω της χρήσης νέων τεχνολογιών, τη διεκπεραίωση εμπορικών διαδικασιών με ηλεκτρονικά μέσα. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο προσφέρει τη δυνατότητα εκτέλεσης πράξεων για την ανταλλαγή προϊόντων ή υπηρεσιών μεταξύ δύο ή περισσότερων μερών με χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών και δικτύων υπολογιστών. Βασίζεται στην ηλεκτρονική επεξεργασία και μετάδοση δεδομένων, ήχου και εικόνων βίντεο. Η έννοια του Ηλεκτρονικού Εμπορίου περιλαμβάνει πολλές διαφορετικές δραστηριότητες όπως:

- ηλεκτρονική εμπορία αγαθών και υπηρεσιών
- παράδοση ψηφιακού περιεχόμενου (άυλων αγαθών)
- ηλεκτρονική αγοραπωλησία μετοχών
- ηλεκτρονική έκδοση φορτωτικών
- εμπορικές δημοπρασίες

- συλλογικές εργασίες σχεδίασης και τεχνικών μελετών
- ενημέρωση από πηγές σε απευθείας σύνδεση
- κρατικές προμήθειες
- πωλήσεις απευθείας στον καταναλωτή και μεταγοραστική εξυπηρέτηση

Οι εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου αφορούν τόσο προϊόντα (π.χ. καταναλωτικά αγαθά) όσο και υπηρεσίες (π.χ. υπηρεσίες πληροφόρησης, χρηματοπιστωτικές και νομικές υπηρεσίες), παραδοσιακές δραστηριότητες (π.χ. ιατρική περίθαλψη, εκπαίδευση) και νέες δραστηριότητες (π.χ. εικονικά, πολυκαταστήματα).

Οι τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται για τις εφαρμογές του ηλεκτρονικού εμπορίου συμπεριλαμβάνουν όλες τις μορφές ηλεκτρονικών μηνυμάτων, ηλεκτρονικής ανταλλαγής δεδομένων (Electronic Data Interchange, EDI) ηλεκτρονικής μεταφοράς κεφαλαίων (Electronic Funds Transfer, EFT) ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (Electronic Mail, E-mail) ηλεκτρονικών καταλόγων, υπηρεσιών ηλεκτρονικού πίνακα ανακοινώσεων (Bulletin Board Services - BBS), κοινών βάσεων δεδομένων και οδηγών, συστημάτων συνεχιζόμενης αγοράς και υποστήριξης για όλο τον κύκλο ζωής των προϊόντων ηλεκτρονικών εντύπων, πρόσβασης σε απευθείας σύνδεση σε υπηρεσίες μέσω Internet, καθώς και κάθε άλλη μορφή ηλεκτρονικής μετάδοσης δεδομένων για εμπορικούς σκοπούς.

Έμμεσο Η.Ε.	Άμεσο Η.Ε.
<ul style="list-style-type: none"> • Ηλεκτρονική παραγγελία προϊόντων • Τα αγαθά παραδίδονται με παραδοσιακούς τρόπους (π.χ. ταχυδρομείο, ιδιωτικές υπηρεσίες διανομής) • Εξαρτάται από εξωτερικούς παράγοντες (π.χ. αποτελεσματικότητα συστήματος μεταφορών) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ηλεκτρονική παραγγελία προϊόντων • Πληρωμή και παράδοση άυλων αγαθών και υπηρεσιών (π.χ. λογισμικό, ψυχαγωγικό περιεχόμενο) • Υποστήριξη ηλεκτρονικών εμπορικών συναλλαγών σε παγκόσμιο επίπεδο

Πίνακας 1 : τύποι δραστηριοτήτων Η.Ε.

Το Ηλεκτρονικό εμπόριο όπως παρουσιάζεται στον πίνακα 1 καλύπτει κυρίως δύο τύπους δραστηριοτήτων: το Έμμεσο Ηλεκτρονικό Εμπόριο (ηλεκτρονική παραγγελία υλικών αγαθών τα οποία εξακολουθούν να παραδίδονται με παραδοσιακούς τρόπους όπως ταχυδρομικά ή μέσω ιδιωτικών υπηρεσιών διανομής) και το Άμεσο Ηλεκτρονικό Εμπόριο (τηλεματική παραγγελία, πληρωμή και παράδοση άυλων αγαθών και υπηρεσιών, όπως λογισμικό υπολογιστών, ψυχαγωγικό περιεχόμενο ή υπηρεσίες πληροφόρησης σε παγκόσμια κλίμακα).

Τόσο το άμεσο όσο και το έμμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο προσφέρουν συγκεκριμένες δυνατότητες όπως παρουσιάζονται συνοπτικά στον πίνακα 1. Οι εταιρίες συνήθως κάνουν χρήση και των δύο τύπων δραστηριοτήτων του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, (π.χ. πουλώντας λογισμικό σε απευθείας σύνδεση, καθώς και με τον κλασσικό τρόπο πώλησης "από το ράφι"). Το έμμεσο Ηλεκτρονικό Εμπόριο όμως εξαρτάται από ορισμένους εξωτερικούς παράγοντες, όπως από την αποτελεσματικότητα του συστήματος μεταφορών. Το άμεσο Ηλεκτρονικό εμπόριο παρέχει δυνατότητα πραγματοποίησης απρόσκοπτων ηλεκτρονικών συναλλαγών από άκρη σε άκρη, πέρα από γεωγραφικά σύνορα και με τον τρόπο αυτό, εκμεταλλεύεται όλες τις δυνατότητες των παγκόσμιων ηλεκτρονικών αγορών.

Θα γίνει μια σύντομη αναφορά στις διάφορες μορφές του Η.Ε. στους τύπους προϊόντων και στις επιχειρηματικές διαδικασίες που λαμβάνουν χώρα στον εμπορικό κύκλο.

Οι Εμπλεκόμενοι Εταίροι

Σε ένα περιβάλλον Ηλεκτρονικού Εμπορίου μπορεί να συμμετέχουν επιχειρήσεις, δημόσιοι οργανισμοί και καταναλωτές. Στα πλαίσια αυτά, οι εφαρμογές του Ηλεκτρονικού Εμπορίου μπορούν να διαχωριστούν στις ακόλουθες τέσσερις κατηγορίες:

- **Δημόσιος φορέας προς επιχείρηση.**

Η κατηγορία εφαρμογών επιχείρηση προς Δημόσιους Οργανισμούς καλύπτει κάθε μορφή ηλεκτρονικής επικοινωνίας μεταξύ ιδιωτικών εταιριών και των αρμοδίων αρχών, τόσο για τη διεκπεραίωση φορολογικών ή άλλων υποχρεώσεων, όσο και για την αυτοματοποίηση της διαδικασίας των δημοσίων προμηθειών. Οι συναλλαγές των επιχειρήσεων με τους δημόσιους φορείς αφορούν συνήθως τέσσερις περιπτώσεις:

- Φορολογία
- Εισαγωγές-εξαγωγές-μέσσωτελωνείων,
- Δημόσιες προμήθειες,
- Προηγμένες ηλεκτρονικές υπηρεσίες
(π.χ. ηλεκτρονική πληροφόρηση, έκδοση βεβαιώσεων κ.λ.π.)

Σε προηγμένες χώρες του εξωτερικού όπως οι ΗΠΑ, ο Καναδάς, η Σιγκαπούρη κ.λ.π. έχει αναπτυχθεί πλήθωρα εφαρμογών της μορφής αυτής, επιτυγχάνοντας μείωση των λειτουργικών εξόδων, καλύτερες υπηρεσίες, αποτελεσματικότερο έλεγχο των εσόδων και διαφανή δημόσια διοίκηση.

Σύντομα θα τεθούν σε λειτουργία και στη χώρα μας παρόμοιες εφαρμογές όπως για παράδειγμα η ηλεκτρονική υποβολή και διεκπεραίωση των δηλώσεων του ΦΠΑ.

- **Δημόσιος φορέας προς πολίτες - καταναλωτές.**

Στις περισσότερες εφαρμογές της μορφής αυτής, οι πολίτες - φορολογούμενοι συναλλάσσονται με τους δημοσίους οργανισμούς χρησιμοποιώντας εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου είτε για να ολοκληρώσουν τις φορολογικές τους υποχρεώσεις είτε για να προμηθευτούν με τα απαραίτητα πιστοποιητικά ή βεβαιώσεις είτε ακόμη για να εξασφαλίσουν τις απαραίτητες πληροφορίες που χρειάζονται.

- **Επιχείρηση προς επιχείρηση.**

Οι εφαρμογές της μορφής αυτής στοχεύουν στην απλοποίηση των διαδικασιών των επιχειρήσεων, στον έλεγχο και τη μείωση του αποθέματος, στην αυτοματοποιημένη αντικατάσταση των προϊόντων κ.α. Απαραίτητη προϋπόθεση για την επιτυχία των εφαρμογών της κατηγορίας αυτής είναι η συνεργασία και ο συντονισμός των επιχειρήσεων. Ένα παράδειγμα εφαρμογής Ηλεκτρονικού Εμπορίου μεταξύ επιχειρήσεων είναι η χρήση τηλεπικοινωνιακών δικτύων για να διεκπεραιωθούν ηλεκτρονικά καίριες λειτουργίες, όπως η παραγγελιοδοσία και η τιμολόγηση.

- **Επιχείρηση προς καταναλωτή:**

Η κατηγορία εφαρμογών επιχείρηση προς καταναλωτή παρουσιάζει αυξανόμενη χρήση σε διεθνές επίπεδο, λόγω της ευρείας χρήσης των δυνατοτήτων του Internet, το οποίο ενδείκνυται για την αποτελεσματική προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών σε μεγάλο εύρος πιθανών πελατών. Οι επιχειρήσεις εκμεταλλευόμενες τα στρατηγικά οφέλη που προσφέρει το ηλεκτρονικό εμπόριο και ειδικότερα η παγκοσμιοποίηση της αγοράς μέσω της οικονομίας του διαδικτύου, δημιουργούν καινοτομικά προϊόντα και υπηρεσίες και τα προωθούν στους καταναλωτές. Έτσι έχει αναπτυχθεί μια ατελείωτη σειρά εφαρμογών που περιλαμβάνει μεταξύ άλλων και τα ακόλουθα:

- Υποστήριξη πελατών.
- Ηλεκτρονική δημοσιογραφία (εφημερίδες, περιοδικά),
- Ηλεκτρονική διανομή προϊόντων (π.χ. πληροφορίες, εφημερίδες)
- Διαφήμιση,
- Ηλεκτρονικά καταστήματα - ηλεκτρονικές αγορές,
- Ηλεκτρονικές πληρωμές,
- Ηλεκτρονικές τράπεζες κ.α.

2.4 ΤΥΠΟΙ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Οι εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου παρέχουν τη δυνατότητα εύρεσης και ανάκτησης πληροφοριών, καθώς επίσης και συναλλαγής τεσσάρων τύπων προϊόντων: αγαθά, εργασίες, υπηρεσίες και άυλα αγαθά. Κάθε ένα από αυτά έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που καθιστούν χρήσιμη τη μελέτη τους, αφού η αντιμετώπισή τους σε μια εφαρμογή ηλεκτρονικού εμπορίου πρέπει να γίνεται με προσαρμογή στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους.

- **Αγαθά:** Πρόκειται για φυσικά αντικείμενα, που έχουν παραχθεί σύμφωνα με κάποιες προδιαγραφές που κατά κύριο λόγο τις ορίζει ο κατασκευαστής τους. Συνήθως συμπεριλαμβάνεται στην έννοιά τους και η μεταφορά από τον τόπο παραγωγής στον τόπο πώλησης. Παραδείγματα αυτής της κατηγορίας περιλαμβάνουν: χημικά, φαρμακευτικά προϊόντα, είδη ένδυσης, ανταλλακτικά κάθε είδους, οχήματα κ.λ.π.
- **Εργασίες:** Σε αυτή την κατηγορία υπάγονται εργασίες ανάπτυξης ή κατασκευής αγαθών σύμφωνα με προδιαγραφές που θέτει ο πελάτης. Παραδείγματα αποτελούν τα προϊόντα λογισμικού, ηλεκτρικές / υδραυλικές εγκαταστάσεις, κατασκευές χώρων κ.λ.π. Βασικές επιχειρηματικές διαδικασίες που έχουν σχέση με αυτή την κατηγορία αφορούν στη διαπραγμάτευση των προδιαγραφών, τις πληρωμές σύμφωνα με την πρόοδο του έργου κ.λ.π.
- **Υπηρεσίες.** Η διάθεση και πώληση υπηρεσιών είναι συνήθως διαδικασίες αλληλοεξαρτώμενες. Παραδείγματα αυτής της κατηγορίας περιλαμβάνουν δημόσιες τουριστικές, χρηματοοικονομικές, ψυχαγωγικές, συμβουλευτικές υπηρεσίες υγείας.
- **Άυλα αγαθά.** Εδώ περιλαμβάνονται προϊόντα των οποίων η αξία δεν συνδέεται άμεσα με το κόστος παραγωγής τους αλλά με το περιεχόμενο και τη χρήση τους. Επιπλέον, η διανομή τους εξαρτάται άμεσα από κάποιο μέσο επικοινωνίας, ενώ συνδέονται άρρηκτα με την έννοια των δικαιωμάτων χρήσης. Παραδείγματα αυτής της κατηγορίας περιλαμβάνουν τις κινηματογραφικές ταινίες, προϊόντα μουσικής, πακέτα λογισμικού, σχέδια διαφόρων ειδών κ.λ.π. Επιχειρηματικές διαδικασίες που σχετίζονται με αυτή την κατηγορία περιλαμβάνουν την αναπαραγωγή των προϊόντων κατόπιν σχετικής άδειας και όλες τις επικοινωνιακές διεργασίες που πρέπει να συντελεστούν γι' αυτό το σκοπό.

Πρέπει να σημειωθεί ότι οι παραπάνω κατηγορίες είναι πολύ γενικού περιεχομένου. Στην πράξη, ένα προϊόν μπορεί να προέλθει από τη συνένωση δύο ή περισσότερων από τις παραπάνω γενικές κατηγορίες: για παράδειγμα, ένα πακέτο λογισμικού είναι ένα προϊόν με στοιχεία άυλου αγαθού, ενώ αυτό μπορεί να συνοδεύεται από ένα συμβόλαιο συντήρησης

κάτι που πρακτικά θεωρείται παροχή υπηρεσίας και ανήκει στην κατηγορία υπηρεσίες.

2.5 ΠΕΔΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο μπορεί να εφαρμοστεί σε μία ευρεία γκάμα επιχειρηματικών λειτουργιών που περιλαμβάνουν:

- **Ανταλλαγή πληροφοριών για προϊόντα και υπηρεσίες (πριν την πώληση).**

Η ανταλλαγή πληροφοριών, η διαφήμιση και ενημέρωση για προϊόντα και υπηρεσίες είναι ίσως η πλέον διαδομένη χρήση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Για παράδειγμα, πάρα πολλές επιχειρήσεις διαθέτουν ηλεκτρονικές σελίδες μέσω των οποίων διαφημίζουν στο Internet τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχουν. Οι περισσότερες προσφέρουν παράλληλα και επιπλέον υπηρεσίες στους πελάτες τους και σε κάθε ενδιαφερόμενο, που εμπίπτουν συνήθως σε μια από τις επόμενες κατηγορίες.

- **Υποστήριξη πελάτη (πριν και μετά την πώληση).**

Πολλές επιχειρήσεις δημιουργούν ομάδες συζητήσεων και επαφών με τους πελάτες τους, οι οποίοι με τον τρόπο αυτό μπορούν να επικοινωνούν όχι μόνο με τον προμηθευτή, αλλά και μεταξύ τους, ανταλλάσσοντας ιδέες, ερωτήσεις, συμβουλές κ.α. Ένα παράδειγμα τέτοιας εφαρμογής είναι το δίκτυο GEN (Global Engineering Network) που συντονίζεται από τη Siemens Nixdorf και αποτελεί ένα forum επαφών για μηχανικούς, προμηθευτές και πελάτες μηχανολογικού εξοπλισμού από όλη την Ευρώπη (<http://www.gen.net>).

- **Δημιουργία ηλεκτρονικών επιχειρήσεων (virtual enterprises) - Εμπορικά κέντρα.**

Το ηλεκτρονικό Εμπόριο παρέχει τη δυνατότητα δημιουργίας ηλεκτρονικών επιχειρήσεων στο δίκτυο (π.χ. ηλεκτρονικά καταστήματα, εταιρίες παροχής υπηρεσιών κλπ). Επιπλέον πολλές επιχειρήσεις (κυρίως οι μικρομεσαίες) δημιουργούν Ηλεκτρονικά Εμπορικά Κέντρα δηλαδή ομάδες επιχειρήσεων που συνεργάζονται ηλεκτρονικά δημιουργώντας ένα Εμπορικό Κέντρο στο Internet. Μια ηλεκτρονική επιχείρηση αποτελείται από δύο ή περισσότερα ηλεκτρονικά καταστήματα και παρέχει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να δημιουργούν ισχυρούς και ανταγωνιστικούς ομίλους εταιριών.

Ηλεκτρονικά Καταστήματα (e-shops)

Πρόκειται για καταστήματα που υπάρχουν εξ' ολοκλήρου στο Internet. Τα καταστήματα αυτά προσφέρουν ένα ολόκληρο φάσμα υπηρεσιών στον

καταναλωτή που πολλές φορές προσομοιάζουν τις υπηρεσίες που προσφέρονται σε ένα συμβατικό κατάστημα: π.χ. αναζήτηση (browsing) των προϊόντων, δοκιμή (trial), κλπ. Ο επισκέπτης του ηλεκτρονικού καταστήματος μπορεί απλά να χαζέψει τα διάφορα προϊόντα προς πώληση, να διαλέξει, και να παραγγείλει. Τα προϊόντα αποστέλλονται μέσω συμβατικού ή επείγοντος ταχυδρομείου εφ' όσον έχει πραγματοποιηθεί η πληρωμή. Τα περισσότερα ηλεκτρονικά καταστήματα δέχονται πληρωμές με τη χρήση πιστωτικών καρτών και χρησιμοποιούν το πρότυπο SET (secure electronic transaction) το οποίο διασφαλίζει την ασφαλή μετάδοση ευαίσθητων δεδομένων όπως τα στοιχεία των πιστωτικών καρτών. Πολλές φορές είναι δυνατή και η εξόφληση με άλλες πιο συνήθεις μεθόδους, όπως επί αντικαταβολή ή με επιταγή.

Εικονικά Ιδιωτικά Δίκτυα (virtual private networks)

Σύγχρονες μορφές χωρικής οργάνωσης επιχειρήσεων, όπως ο διαχωρισμός παραγωγικών και εμπορικών δραστηριοτήτων, οι αντιπροσωπίες, το franchising, κ.ά, καθιστούν την ανάγκη για επικοινωνία με αποτελεσματικό, ασφαλή και οικονομικό τρόπο επιτακτική. Η χρησιμότητα των ιδιωτικών δικτύων αποδεικνύεται μεγάλη για τη μετάδοση και ενδο-επιχειρησιακή χρήση πληροφορίας όπως: κατάλογοι και δειγματολόγια, stock αποθηκών και ετοιμών προϊόντων, παραγγελιοληψία και έκδοση παραστατικών, κ.ά

Η χρήση των εικονικών ιδιωτικών δικτύων, δηλαδή ιδιωτικών δικτύων που έχουν δομηθεί με τη χρήση κάποιου "δημόσιου" δικτύου (όπως το Internet) παρέχουν τα πλεονεκτήματα των παραδοσιακών ιδιωτικών δικτύων, χωρίς το αυξημένο τους κόστος (π.χ. μίσθωση ιδιωτικών κυκλωμάτων).

Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες (e-auctions)

Η ηλεκτρονική δημοπρασία συνδυάζει το παραδοσιακό σύστημα των δημοπρασιών με τα πλεονεκτήματα των ηλεκτρονικών συναλλαγών (εξοικονόμηση χρόνου, μεγιστοποίηση της ευκολίας, μεγιστοποίηση του αριθμού των συμμετεχόντων, κλπ). Σε μία ηλεκτρονική δημοπρασία μπορεί κανείς να βρει οτιδήποτε θα έβρισκε και σε μία συμβατική. Οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες μπορούν να διακριθούν σε έξι κατηγορίες ως προς τη διαδικασία:

- Παραδοσιακή δημοπρασία (traditional auction)
- Dutch Auction (οι πιθανοί αγοραστές δηλώνουν το ανώτατο ποσό που μπορούν να δώσουν και τον αριθμό αντικειμένων για τα οποία ενδιαφέρονται)
- Κλειστές Δημοπρασίες (πώληση αντικειμένων μη κατάλληλων για ανηλίκους)
- No-Haggle Auction (μη διαπραγματεύσιμες κατώτατες τιμές)
- Flash-Express Auction (έκθεση των προς πώληση αντικειμένων για περιορισμένο χρονικό διάστημα)

- Straight Sale Auction (πώληση αντικειμένων με προκαθορισμένες τιμές στον πρώτο ενδιαφερόμενο).

Ηλεκτρονικές τράπεζες (e-banking) Αρκετές τράπεζες έχουν δημιουργήσει ηλεκτρονικές υπηρεσίες παρέχοντας ένα σύνολο δυνατοτήτων στους πελάτες τους. Οι ηλεκτρονικές τράπεζες επιτρέπουν στους πελάτες να χρεοπιστώνουν τους λογαριασμούς τους μέσα από το Internet, να μεταφέρουν κεφάλαια από ένα λογαριασμό σε άλλο ή ακόμη να κάνουν αίτηση για προέγκριση δανείου ή απόκτηση πιστωτικής ή άλλης κάρτας. Άλλες υπηρεσίες που προσφέρονται από τις τράπεζες είναι η εξυπηρέτηση των οικονομικών συναλλαγών των ιδεατών καταστημάτων.

Ηλεκτρονική διανομή. Στα πλαίσια της ηλεκτρονικής διανομής μπορούν να ενταχθούν υπηρεσίες On-Line διάχυσης πληροφοριών με μηδαμινό, συνήθως κόστος χρήσης. Για παράδειγμα, η εταιρία ORACLE διαθέτει μια ηλεκτρονική σελίδα στο Internet μέσω της οποίας οι πελάτες ενημερώνονται για τα προϊόντα της εταιρίας, μπορούν να μεταφέρουν στον υπολογιστή τους δωρεάν δοκιμαστικές εκδόσεις (Demos) των προγραμμάτων της εταιρίας και, αν πληρώσουν μέσω πιστωτικής κάρτας, μπορούν να μεταφέρουν ολόκληρα προγράμματα.

Ανάπτυξη κοινών επιχειρηματικών διαδικασιών (shared business processes) μεταξύ επιχειρήσεων.

Τέτοιες διαδικασίες φέρνουν σε στενή επαφή τους συμμετάσχοντες στο εμπορικό κύκλωμα, συσφίγγοντας τους επιχειρηματικούς δεσμούς και δυσχεραίνοντας με αυτόν τον τρόπο την αλλαγή συνεργατών. Για παράδειγμα η αλυσίδα σουπερμάρκετ Tesco της Μ. Βρετανίας έχει αναπτύξει ένα πολύπλοκο σύστημα ανατροφοδότησης των 540 καταστημάτων που διαθέτει στη χώρα. Κάθε πώληση προϊόντων που καταγράφεται στα ταμεία κάποιου καταστήματος μεταφέρεται ηλεκτρονικά στα κεντρικά γραφεία της εταιρίας. Εκεί γίνεται αυτόματος έλεγχος αποθεμάτων για το συγκεκριμένο κατάστημα και υπολογίζονται οι ανάγκες ανατροφοδότησης κάθε καταστήματος με βάση τα προϊόντα που εμφανίζονται με υπόλοιπο κάτω από το όριο ασφαλείας. Η πληροφορία τελικά στέλνεται ηλεκτρονικά στο αντίστοιχο (depot) αποθηκευτικό χώρο της εταιρίας. Εκεί, αν τα προϊόντα δεν υπάρχουν σε απόθεμα, παραγγέλλονται ηλεκτρονικά από τον κατάλληλο προμηθευτή. Μετά την παραλαβή από το depot, τα προϊόντα στέλνονται στο κατάστημα που τα χρειάζεται. Το όλο σύστημα ανατροφοδότησης λειτουργεί με τη στενή συνεργασία των προμηθευτών, οι οποίοι ουσιαστικά συμμετέχουν σε μια κοινή επιχειρηματική διαδικασία ανατροφοδότησης των ραφιών στα καταστήματα του σουπερμάρκετ.

Βέβαια, η χρήση Ηλεκτρονικού Εμπορίου για όλες αυτές τις κατηγορίες συναλλαγών δεν είναι εύκολη. Το κόστος χρήσης ηλεκτρονικής επικοινωνίας δεν είναι το ίδιο για κάθε εφαρμογή και εξαρτάται από μια πληθώρα παραγόντων, όπως η εξοικείωση της επιχείρησης με την πληροφορική, η τυχόν ήδη χρήση

δικτύων και ηλεκτρονικών μεθόδων επικοινωνίας, ο αριθμός των συναλλασσόμενων εταιριών, κ.α. Γενικά μια επιχείρηση που χρησιμοποιεί ήδη την πληροφορική σε ικανοποιητικό βαθμό και συναλλάσσεται με άλλους εταίρους που κάνουν το ίδιο, δεν αντιμετωπίζει συνήθως το κόστος επένδυσης για του Ηλεκτρονικού Εμπορίου σαν ανασχετικό παράγοντα. Αντίθετα, μια επιχείρηση που πρέπει να επενδύσει από την αρχή σε όλο τον απαραίτητο εξοπλισμό και τεχνογνωσία και ίσως χρειαστεί να "πριμοδοτήσει" κάποιους μικρούς πελάτες ή και προμηθευτές της να κάνουν το ίδιο, ίσως χρειάζεται να αντιπαραβάλει προσεκτικά τα κόστη με τα αναμενόμενα (άμεσα και στρατηγικά) οφέλη. Γεγονός πάντως είναι ότι σε μια τέτοια ανάλυση ιδιαίτερη βαρύτητα έχουν και κριτήρια που δεν μπορούν να μεταφραστούν άμεσα σε χρηματικούς όρους:

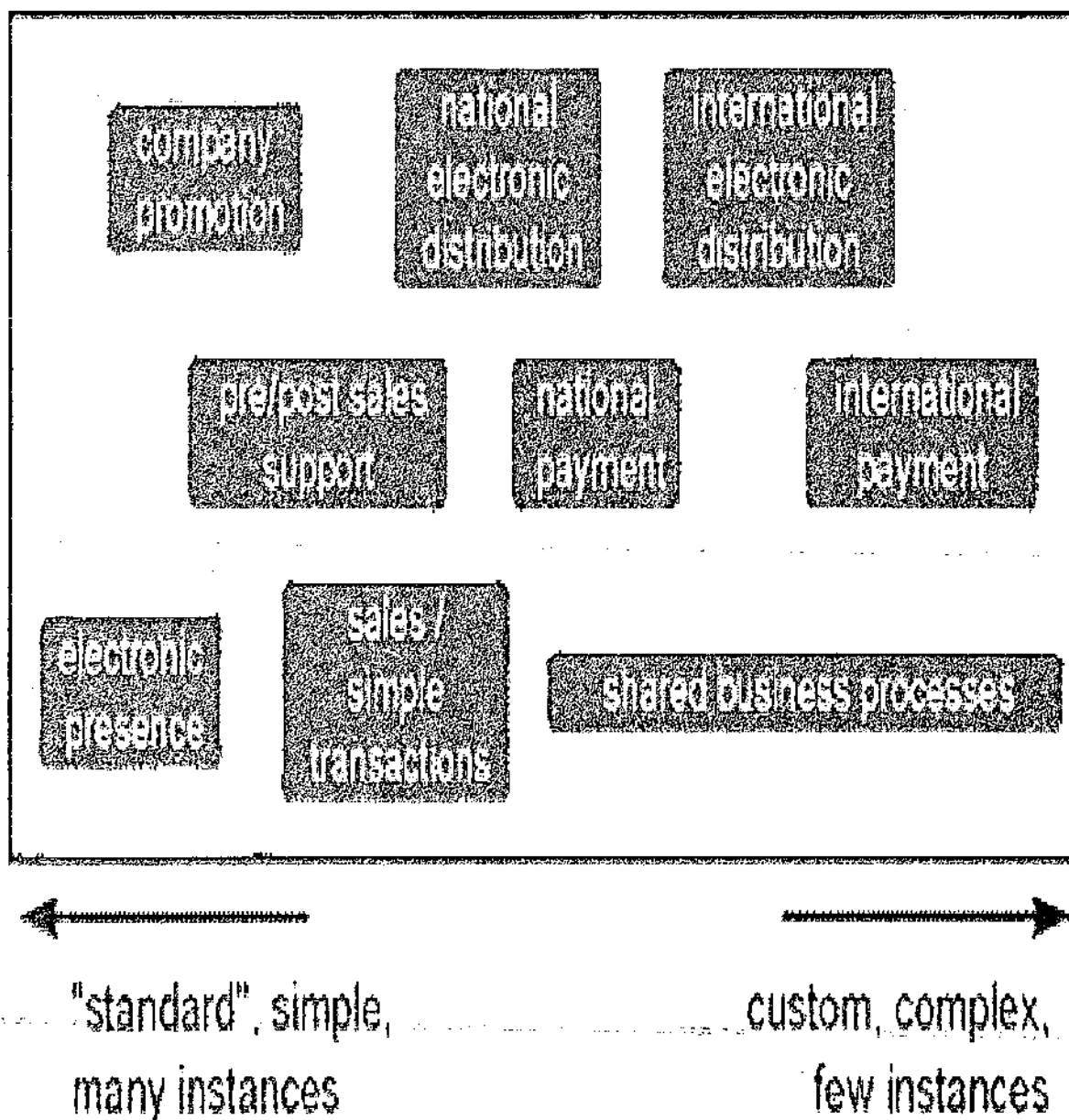
π.χ. το προβάδισμα έναντι του ανταγωνισμού σε τεχνολογίες αιχμής. Επιπρόσθετα, η χρήση μεθόδων Ηλεκτρονικού Εμπορίου σε κάθε ένα από τα προαναφερόμενα είδη επιχειρηματικών λειτουργιών δεν είναι το ίδιο εύκολη λόγω της ενδεχόμενης ύπαρξης νομικών ή άλλων κανονιστικών περιορισμών. Έτσι, η χρήση Ηλεκτρονικού Εμπορίου για διαφήμιση ή για ανταλλαγή πληροφοριών για προϊόντα είναι ίσως εύκολη. Δεν ισχύει όμως το ίδιο και για τις ηλεκτρονικές πληρωμές, παρόλο που οι τεχνολογίες που επιτρέπουν τη διακίνηση "ηλεκτρονικού χρήματος" είναι ήδη αρκετά ώριμες για ευρεία χρήση. Οι νομοθεσίες των περισσότερων κρατών θα χρειαστεί να τροποποιηθούν για να επιτρέψουν τέτοιες συναλλαγές, διαφυλάσσοντας παράλληλα τα συμφέροντα των κρατών και διατηρώντας τη δυνατότητα νομικών και φορολογικών ελέγχων από της αρχές. Είναι αναπόφευκτο βέβαια ότι με εξάπλωση της χρήσης του Ηλεκτρονικού Εμπορίου θα δημιουργηθεί η αναγκαία πίεση προς τις κυβερνήσεις για προσαρμογή των εθνικών και διεθνών νομοθεσιών, κάτι που γίνεται ήδη ορατό στις προηγμένες χώρες.

2.6 ΕΠΙΠΕΔΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Υπάρχουν διάφορα και σημαντικά επίπεδα στα οποία μπορεί να συναντήσουμε το ηλεκτρονικό εμπόριο. Ποικίλλουν από μια απλή ηλεκτρονική παρουσία στο δίκτυο έως μια πλήρης ηλεκτρονική υποστήριξη εργασιών που ανήκουν σε δύο ή και παραπάνω εταιρίες και οι οποίες έχουν θεσπιστεί απ' αυτές.

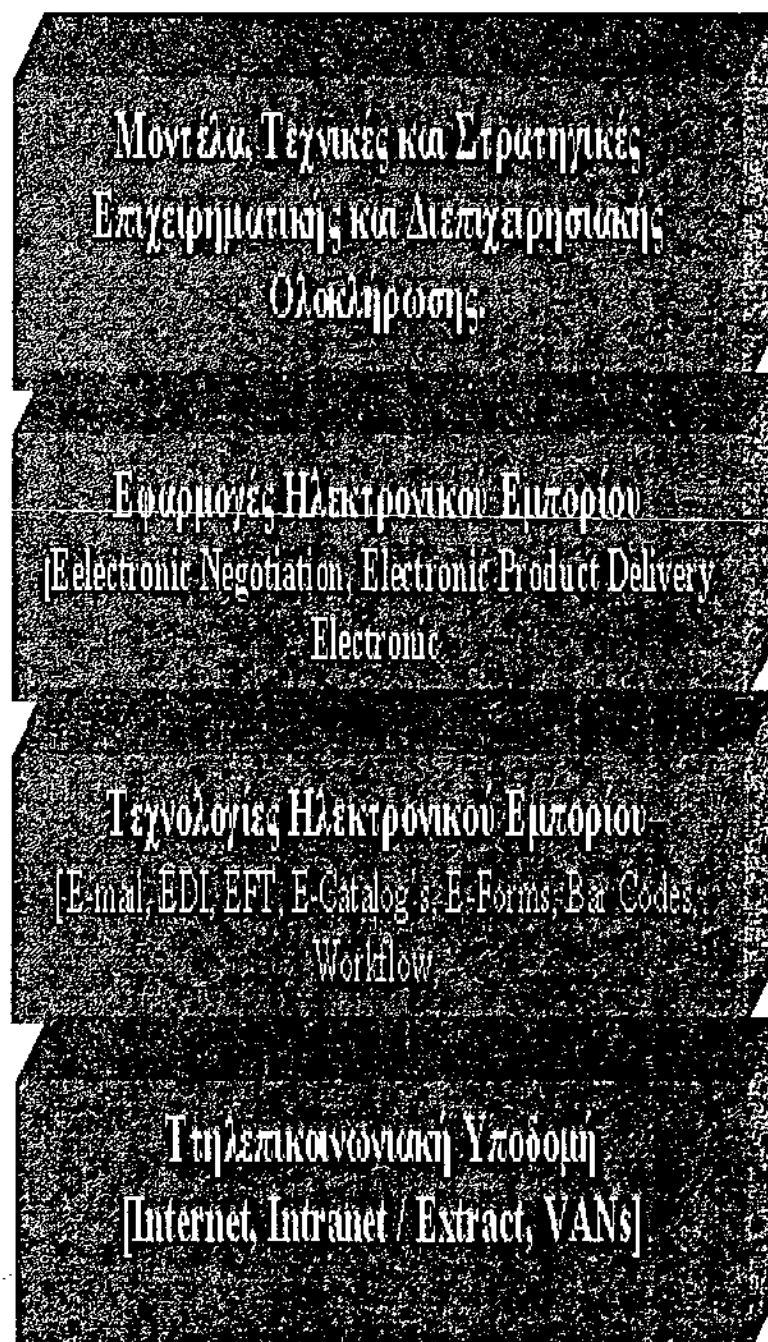
Τα σημαντικότερα επίπεδα του ηλεκτρονικού εμπορίου φαίνονται και στο παρακάτω σχήμα (πίνακας 2). Βλέπουμε ότι γίνεται ένας διαχωρισμός μεταξύ εθνικών και διεθνών συναλλαγών και η διάκριση αυτή δεν γίνεται τόσο από τεχνικής άποψης όσο από νομικής. Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι πιο περίπλοκο στο διεθνές επίπεδο επειδή ακριβώς εμπλέκονται παράγοντες όπως η φορολόγηση, οι δασμοί, οι πληρωμές και οι διαφορές που υπάρχουν στις τραπεζικές πρακτικές.

Τα κατώτερα επίπεδα του ηλεκτρονικού εμπορίου ασχολούνται βασικά με μια απλή παρουσία δικτύου, προώθηση της εταιρίας και υποστήριξη πριν και μετά την πώληση. Χρησιμοποιώντας τεχνολογία "off the selves" μπορούν να έχουν ένα φτηνό αλλά ικανό εργαλείο στα χέρια τους. Σε αντίθεση σε πιο αναπτυγμένες μορφές συναντάμε προβλήματα τόσο νομικά όσο και τεχνολογικά. Οι εταιρίες αυτές είναι αναγκασμένες να αναπτύξουν μόνες τους τα συστήματα.



Πίνακας 2: Μοντέλο Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Ο πίνακας 3 απεικονίζει το τεχνολογικό και επιχειρηματικό μοντέλο Ηλεκτρονικού εμπορίου. Συγκεκριμένα το μοντέλο Ηλεκτρονικού Εμπορίου αποτελείται από τέσσερα επίπεδα :



Πίνακας 3: Τεχνολογικό και Επιχειρηματικό Μοντέλο Ηλεκτρονικού Εμπορίου

- **Μοντέλα, Τεχνικές και Στρατηγικές Επιχειρηματικής και Διεπιχειρησιακής Ολοκλήρωσης.**

Βασικός άξονας του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η υποστήριξη των επιχειρήσεων στην προσπάθειά τους να σχεδιάσουν εκείνες τις στρατηγικές κινήσεις που θα τους εξασφαλίσουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και θα βοηθήσουν τόσο στη εσωτερική τους λειτουργία όσο και στην επικοινωνία και συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις. Έτσι, το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν αναφέρεται απλά στη χρήση τεχνολογίας για αυτοματοποίηση κάποιων επιχειρηματικών διαδικασιών, αλλά και στη στρατηγική εκμετάλλευση της για επίτευξη ενδοεπιχειρησιακών και διεπιχειρησιακών στόχων.

- **Εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου.**

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να προσφέρει σημαντικά οφέλη σε αρκετούς τομείς δραστηριοτήτων και επιχείρησης και σε πολλά στάδια της συνολικής της λειτουργίας. Έτσι για παράδειγμα, κλασσικές εφαρμογές Η.Ε. είναι η Σύναψη Εμπορικής Σχέσης (Διαπραγμάτευση Συμφωνιών), η προώθηση προϊόντων (Marketing , Διαφήμιση , Πωλήσεις), η παράδοση Προϊόντων, ο κύκλος της Προσφοράς / Παραγγελιοδοσίας / Τιμολήγησης, οι Πληρωμές, κ.α.

- **Τεχνολογίες Ηλεκτρονικού Εμπορίου.**

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο αποτελεί μια ολοκληρωμένη και εμπειριστατωμένη προσπάθεια συνδυασμού νέων τεχνολογιών με απώτερο σκοπό την εξυπηρέτηση των επιχειρήσεων. Έτσι, το Ηλεκτρονικό Εμπόριο συνδυάζει τεχνολογίες που υποστηρίζουν όλα τα στάδια των επιχειρηματικών συναλλαγών και σχετίζονται τόσο με το διεπιχειρησιακό (π.χ. E-mail, EDI, E-Catalogs, E-Forms, Bar codes, E-Cash, Multimedia Databases) όσο και με το ενδοεπιχειρησιακό επίπεδο (Workflow, Electronic Document management).

Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (Electronic Mail - E-mail). Αποτελεί ένα γρήγορο, οικονομικό και αποδοτικό τρόπο επικοινωνίας μεταξύ μεμονωμένων χρηστών στο δίκτυο σε ολόκληρο τον κόσμο αφού συνδυάζει άμεση διαπροσωπική επικοινωνία, αλλά και ευελιξία στη μεταφορά μηνυμάτων και αρχείων. Το ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο είναι το άμεσο αντίστοιχο του παραδοσιακού ταχυδρομείου σε ηλεκτρονική μορφή επιτρέποντας την επικοινωνία μεταξύ χρηστών για την ανταλλαγή οποιουδήποτε είδος πληροφορίας.

Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων (Electronic Data Interchange EDI). Η ηλεκτρονική ανταλλαγή Δεδομένων αποτελεί μία από τις πιο σημαντικές τεχνολογίες Η.Ε. Το EDI αναφέρεται στην ηλεκτρονική ανταλλαγή δομημένων εμπορικών δεδομένων (παραστατικών) μεταξύ επιχειρήσεων. Τυπικά τέτοια παραδείγματα είναι παραγγελίες, τιμολόγια, τιμοκατάλογοι, αναφορές, κ.α. Η

μεγάλη επιτυχία του EDI οφείλεται στο γεγονός ότι τα δεδομένα που ανταλλάσσονται μορφοποιούνται σύμφωνα με κάποιο πρότυπο επικοινωνίας και άμεσης επεξεργασίας από διάφορες εφαρμογές ακόμα και αν αυτές δεν είναι συμβατές μεταξύ τους.

Ηλεκτρονική Μεταφορά Κεφαλαίων (Electronic Funds Transfer - EFT). Η ηλεκτρονική μεταφορά κεφαλαίων εμφανίστηκε τη δεκαετία του 1970 και αναφέρεται στην επικοινωνία μεταξύ δύο τραπεζών για την διεκπεραίωση των μεταξύ τους δοσοληψιών. Η επικοινωνία αυτή μπορεί να γίνεται μέσω EDI ή άλλων τεχνολογιών (π.χ. SWIFT). Τα πλεονεκτήματα χρήσης του EFT είναι:

1. Ταχύτητα
2. Ασφάλεια
3. Διευκόλυνση καταθετών
4. Μείωση κόστους συναλλαγής
5. Άμεση παρακολούθηση συναλλαγών

Ηλεκτρονική κατάλογοι (E -CAT). Πρόκειται στην ουσία για ηλεκτρονικές σελίδες στο Internet που περιλαμβάνουν πληροφορίες για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει μια εμπορική επιχείρηση. Ένας τυπικός ηλεκτρονικός κατάλογος περιλαμβάνει λεπτομερή πληροφόρηση για τη συσκευασία, τη μορφή και την τιμή των προϊόντων, ενώ στις περισσότερες περιπτώσεις υπάρχει δυνατότητα ηλεκτρονικής παραγγελίας, αγοράς και πληρωμής. Στα σημαντικά πλεονεκτήματα των ηλεκτρονικών καταλόγων μπορούμε να συμπεριλαμβάνουμε:

- Την αυξημένη δυνατότητα αλληλεπίδρασης.
- Τη δυναμική αναβάθμισή τους.
- Τη δυνατότητα ενσωμάτωσης υπέρ-συνδέσμων στο κείμενο.
- Τη δυνατότητα για παγκόσμια παρουσίαση του υλικού τους.

2.7 ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Το επίπεδο αυτό αναφέρεται στις βασικές επιχειρηματικές λειτουργίες που μπορούν να μετασχηματιστούν έτσι ώστε να γίνονται με ηλεκτρονικό τρόπο.

- **Ηλεκτρονική Διαπραγμάτευση (Electronic Negotiation).**

Η ηλεκτρονική διαπραγμάτευση αναφέρεται σε όλες τις μορφές επικοινωνίας μεταξύ δύο επιχειρήσεων οι οποίες έχουν σαν τελική κατάληξη τη σύναψη εμπορικής σχέσης. Αυτό το είδος επικοινωνίας δεν έχει συνήθως εφαρμογή στις σχέσεις των επιχειρήσεων με τους τελικούς καταναλωτές. Το σημείο αυτό της επιχειρηματικής λειτουργίας αντί να απλουστευτεί με τη χρήση Ηλεκτρονικού Εμπορίου γίνεται πιο πολύπλοκο. Έτσι, εάν για παράδειγμα δύο επιχειρήσεις θέλουν να αποκαταστήσουν μια ηλεκτρονική εμπορική σχέση θα πρέπει αρχικά να ανταλλάξουν μια σειρά πληροφοριών για τις ίδιες τις επιχειρήσεις και τα προϊόντα / υπηρεσίες που προσφέρουν. Σκοπός της ανταλλαγής είναι η τροφοδότηση των εφαρμογών πληροφορικής εκατέρωθεν με τα στοιχεία εκείνα που είναι απαραίτητα για οποιαδήποτε μετέπειτα επικοινωνία. Για το λόγο αυτό, η συγκεκριμένη επικοινωνία δεν ενδείκνυται για ευκαιριακές εμπορικές συναλλαγές, αλλά περισσότερο για πιο εμπορικές σχέσεις.

- **Ηλεκτρονική Παράδοση Προϊόντος (Electronic Product Delivery).**

Η ηλεκτρονική παράδοση προϊόντων είναι εφικτή, όπως έχει ήδη αναφερθεί, μόνο για τα προϊόντα που έχουν από την φύση τους ηλεκτρονική υφή ή μπορούν να μετασχηματιστούν σε τέτοια (π.χ. λογισμικό, μουσική, εκδόσεις.)

- **Ηλεκτρονική Πληρωμή (Electronic Payment).**

Η ηλεκτρονική πληρωμή για εμπορικές συναλλαγές είναι ίσως η πιο δύσκολη εφαρμογή του ηλεκτρονικού εμπορίου αυτή τη στιγμή. Οι λόγοι που συντελούν σε αυτή τη δυσκολία είναι πολλοί:

1. Η μη ύπαρξη κατάλληλης εναρμόνισης σε πολλές εθνικές νομοθεσίες
2. Οι αυξημένες απαιτήσεις ασφαλείας που υπάρχουν
3. Η ανυπαρξία μέχρι σήμερα κάποιου παγκόσμιου αποδεκτού προτύπου για τέτοιου είδους πληρωμές.

Γενικά, ηλεκτρονικές πληρωμές μπορούν να γίνουν σήμερα με τους εξής τρόπους

1. Μέσω πιστωτικής κάρτας. Ο τρόπος αυτός χρησιμοποιείται σε εμπορικές συναλλαγές που διεξάγονται κυρίως μέσω Internet.
2. Το Financial EDI παρέχει ένα εναλλακτικό τρόπο ηλεκτρονικής πληρωμής που χαρακτηρίζεται από υψηλό βαθμό ασφαλείας.
3. Τέλος, ένας πρωτοποριακός τρόπος ηλεκτρονικών πληρωμών είναι το ηλεκτρονικό χρήμα. Το ηλεκτρονικό χρήμα μπορεί να έχει δύο μορφές:

α) Μιας κάρτας συναλλαγών που ενσωματώνει συγκεκριμένη αγοραστική αξία με τη μορφή μονάδων.

β) Η πιο εξελιγμένη μορφή ηλεκτρονικού χρήματος δεν χρησιμοποιεί καθόλου κάρτες αλλά βασίζεται σε ασφαλές λογισμικό το οποίο βρίσκεται εγκατεστημένο στους υπολογιστές των χρηστών.

• **Ηλεκτρονική Διαφήμιση (Electronic Advertising).**

Δεν είναι υπερβολή να υποστηρίξουμε πως το Internet δημιούργησε μια νέα επιστημονική περιοχή στο χώρο του Marketing που ασχολείται αποκλειστικά με την ηλεκτρονική διαφήμιση και προώθηση προϊόντος. Το Internet, λόγω του γραφικού περιβάλλοντος που παρέχει μέσα από το WWW της εύκολης πρόσβασης του και του οικονομικού τρόπου παγκόσμιας παρουσίας επιτρέπει τη διείσδυση των επιχειρήσεων στις παγκόσμιες και τοπικές αγορές.

2.8 Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΑ ΣΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΖΩΗΣ ΜΑΣ

Η άνθηση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου έχει σημαντικό αντίκτυπο στην απασχόληση σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση δεδομένου ότι πάνω από 22 εκατ. Άνθρωποι εργάζονται στο εμπόριο. Κατά τη δεκαετία μεταξύ 1984 και 1994 το εμπόριο δημιούργησε περίπου 2,3 εκατ. θέσεις εργασίας στα μέλη κράτη της τότε ευρωπαϊκής ένωσης, αριθμός που ισοδυναμεί με το 12% της συνολικής αύξησης. Πλέον το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι σχεδόν για όλες τις επιχειρήσεις. Οι καταναλωτές προτιμούν να ψάχνουν στις "ηλεκτρονικές βιτρίνες" παρά να χάνουν χρόνο ψάχνοντας στους δρόμους αφού με το πάτημα ενός πλήκτρου μπορούν να δουν πράγματα που τους ενδιαφέρουν μέσα σε λίγα λεπτά. Σε αντίθεση χρησιμοποιώντας τον παραδοσιακό τρόπο θα έχαναν αρκετές ώρες.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί σήμερα το δεύτερο πιο δημοφιλές αντικείμενο συζήτησης μεταξύ των στελεχών επιχειρήσεων και των κρατικών αξιωματούχων στην Ελλάδα (πρώτο παραμένει ακόμη το Χρηματιστήριο). Κάθε τόσο ακούμε κυβερνητικές και ευρωπαϊκές εξαγγελίες για μέτρα ενθάρρυνσης των επενδύσεων σε αυτό το χώρο, ενώ ο τύπος δημοσιεύει συνεχώς μελέτες σύμφωνα με τις οποίες η επιχειρηματική δραστηριότητα μετακομίζει στο δίκτυο και σύντομα όλες οι εργασίες και οι αγοραπωλησίες θα γίνονται μέσα από αυτό.

Όπως είναι φυσικό, υπάρχει μια ισχυρή δόση υπερβολής σε όλες αυτές τις προβλέψεις (μέχρι σήμερα σχεδόν καμία νέα τεχνολογία δεν αντικατέστησε εντελώς τις προηγούμενες). Είναι όμως γεγονός πως βρισκόμαστε μπροστά σε

μια πραγματική επανάσταση.

Μέσα σε αυτόν τον κυκεώνα προφητειών, ιδεών και προειδοποιήσεων, κάθε επενδυτής καλείται να προβλέψει ποια είναι εκείνα τα δεδομένα που θα μεταβληθούν στο άμεσο ή το απώτερο μέλλον και ποιες από τις παρουσιαζόμενες ως επαναστατικές αλλαγές θα αποδειχθούν επιτυχημένες και δεν θα προστεθούν στο WAIS, τις Push Technologies, τα e-malls και τα άλλα πολυδιαφημισμένα εργαλεία του δικτύου τα οποία τελικά αποδείχθηκαν άχρηστα και παραδόθηκαν στον Καιιάδα των αποτυχημένων τεχνολογιών μαζί με τα εκατομμύρια δολάρια πουδαπανήθηκαν για την ανάπτυξή τους.

Δυστυχώς, αυτό το άγχος για την καλύτερη κατανόηση και πρόβλεψη της εξέλιξης των τεχνολογιών Internet μας κάνει συχνά να ξεχνάμε πως η επιχειρηματική δραστηριότητα στο δίκτυο έχει τις ίδιες απαιτήσεις ανάλυσης, σχεδιασμού, κοστολόγησης, οικονομικής διαχείρισης, έρευνας αγοράς και διαφήμισης με κάθε ανάλογη προσπάθεια στην "παραδοσιακή" οικονομία.

2.9 ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΓΝΩΡΙΖΟΥΝ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ ΠΡΙΝ ΤΗΝ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΤΟΥΣ

Πριν από κάθε επένδυση απαιτείται η σύνταξη μιας σοβαρής μελέτης βιωσιμότητας η οποία θα περιλαμβάνει μεταξύ άλλων ρεαλιστικές εκτιμήσεις για τα απαιτούμενα έξοδα και τα προβλεπόμενα έσοδα της επένδυσης αυτής. Όσο και αν φαίνεται αντιτεχνολογικό λοιπόν η δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος ξεκινάει πάντοτε από ένα φύλλο λευκό χαρτί. Πάνω σε αυτό το απλό παραδοσιακό μέσο ο επίδοξος "δικτυοεπιχειρηματίας" πρέπει να γράψει τα ακόλουθα ερωτήματα μαζί με τις απαντήσεις τους: Ποιος, Τι, Πώς;

Ποιος;

Όπως σε κάθε επιχείρηση πώλησης, έτσι και σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα (e-store) η πρώτη ερώτηση που πρέπει να απαντηθεί είναι: "Σε ποια αγορά απευθύνεται το κατάστημα; Ποιο είναι το κοινό το οποίο προσδοκούμε πως θα επισκέπτεται αυτό το χώρο για να αγοράσει προϊόντα ή να παραγγείλει υπηρεσίες;"

Για να απαντήσει μια ελληνική επιχείρηση στο ερώτημα αυτό θα πρέπει να ξεκαθαρίσει τα ακόλουθα θέματα:

1. Εθνικότητα, Τόπος Κατοικίας, Γλώσσα

Το ηλεκτρονικό κατάστημα μπορεί να απευθύνεται μόνο στους Ελλαδίτες (κατοίκους Ελλάδος) χρήστες του Internet, στους Έλληνες του εξωτερικού, τους κατοίκους μιας συγκεκριμένης χώρας, σε ολόκληρο τον κόσμο ή σε ένα συνδυασμό όλων των παραπάνω.

Αντίθετα απ' ό,τι συμβαίνει στις ΗΠΑ, στην Ευρώπη και στην Ελλάδα οι

περισσότερες επενδύσεις στο χώρο των ηλεκτρονικών καταστημάτων γίνονται από επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται ήδη στο χώρο αυτό μέσω παραδοσιακών μορφών εμπορίου (π.χ. αλυσίδες βιβλιοπωλείων, ή καταστημάτων πώλησης Η/Υ). Για τον λόγο αυτό, συνήθως οι επιχειρήσεις αυτές προσεγγίζουν την παρουσία τους στο δίκτυο ως ένα ακόμη υποκατάστημα και σπάνια αναγνωρίζουν ότι το Internet τους δίνει πρόσβαση και σε άλλες, μεγαλύτερες και πιο προσοδοφόρες αγορές.

Έτσι, πολύ συχνά, όταν το ηλεκτρονικό κατάστημα ξεκινήσει τις εργασίες του, είτε χάνει σημαντικές αγορές, είτε υποχρεώνεται να επανασχεδιαστεί από την αρχή, επεκτείνοντας τις δυνατότητες του συστήματος χρέωσης και διανομής και καλύπτοντας όσες ανάγκες ή προκλήσεις εμφανίστηκαν στην πορεία.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα τέτοιας ανάγκης αποτελεί η πώληση σε Έλληνες του εξωτερικού οι οποίοι πολλές φορές αποδεικνύονται πολύ σημαντικότεροι πελάτες απ' ό,τι αναμενόταν, ακόμη και για "απρόβλεπτα" προϊόντα όπως τα αθλητικά σουβενίρ ή τα ελληνικά γλυκά. Αξίζει επίσης να σημειωθεί πως η Ελλάδα και τα ελληνικά προϊόντα παρουσιάζουν ενδιαφέρον ακόμη και για Έλληνες δεύτερης, τρίτης ή τέταρτης γενεάς οι οποίοι είτε δεν γνωρίζουν ελληνικά είτε δεν έχουν εγκαταστήσει το απαραίτητο λογισμικό στον Η/Υ τους για την απεικόνιση ελληνικών χαρακτήρων.

2. Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

Η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και η οικογενειακή κατάσταση του κοινού στο οποίο απευθύνεται το κατάστημα παίζουν σημαντικό ρόλο στη δημιουργία του. Η γλώσσα που θα χρησιμοποιηθεί (τεχνική με πολλούς ειδικούς όρους σε ένα site για επαγγελματίες ή απλή καθημερινή σε ένα site για το ευρύ κοινό), η σχεδίαση η οποία θα επιλεγεί (σοβαρή, χαρούμενη, παιδική, ξένοιαστη κ.λπ.), οι τεχνικές δυνατότητες που θα παρέχονται (εξειδικευμένες εφαρμογές για power users ή απλές φόρμες παραγγελίας) κ.λπ. αποτελούν θέματα τα οποία πρέπει να έχουν καθοριστεί πολύ πριν αρχίσει η κατασκευή του καταστήματος. Όπως συμβαίνει σε όλες τις ανθρώπινες δραστηριότητες, έτσι και εδώ η πρόληψη κοστίζει πάντοτε πολύ λιγότερο από τη θεραπεία.

3. Αγοραστικές συνήθειες

Κάθε κοινό έχει τις δικές του ιδιαίτερες προτιμήσεις οι οποίες πρέπει να γίνουν σεβαστές από τους δημιουργούς ηλεκτρονικών καταστημάτων. Για παράδειγμα, οι μεγαλύτεροι σε ηλικία άνθρωποι προτιμούν να πληρώνουν μετρητοίς και όχι με πιστωτικές κάρτες, ενώ τα παιδιά δεν έχουν κάρτες, αλλά βάζουν τους γονείς τους να αγοράζουν για λογαριασμό τους, γι' αυτό και η πιστωτική κάρτα είναι ένας καλός τρόπος πληρωμής γι' αυτή την κατηγορία αγοραστών.

Ανάλογες ιδιαιτερότητες υπάρχουν και στον τομέα της συσκευασίας και αποστολής των προϊόντων. Οι χρήστες του Internet αρχίζουν σιγά σιγά να συνειδητοποιούν πως το κόστος λήψης μιας μικρής παραγγελίας είναι

υπερβολικά υψηλό, ενώ μειώνεται σημαντικά όσο μεγαλώνει ο όγκος της (τα ταχυδρομικά έξοδα αποστολής ενός μικρού δέματος δεν είναι πολύ μικρότερα από τη δαπάνη αποστολής ενός μεγάλου). Για να αποφύγουν λοιπόν τα υψηλά έξοδα παράδοσης, οι πελάτες συνηθίζουν να αγοράζουν πολλά πράγματα μαζί ή να προμηθεύονται μεγάλες ποσότητες σε αραιά χρονικά διαστήματα. Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα πρέπει να έχει προβλέψει αυτή τη συμπεριφορά (καθώς και άλλες παρόμοιες), προσαρμόζοντας ανάλογα την εμπορική του πολιτική (π.χ. "οικογενειακές" συσκευασίες, επιπρόσθετα κίνητρα για παραγγελίες μεγαλύτερες από ένα ποσό κ.λπ.).

4. Επιχειρήσεις ή ιδιώτες;

Λόγω της μεγάλης απήχησης που έχουν στο ευρύ κοινό οι επιχειρήσεις πώλησης καταναλωτικών προϊόντων (Amazon, CDnow κ.λπ.), οι περισσότεροι άνθρωποι έχουν την τάση να συνδέουν το ηλεκτρονικό εμπόριο με τις πωλήσεις καταναλωτικών προϊόντων (Business to Consumer Commerce). Ωστόσο, μέσα στο δίκτυο το 90% των συναλλαγών στις ΗΠΑ, και το 70% στην Ευρώπη, διεξάγεται μεταξύ επιχειρήσεων (Business to Business Commerce).

Η διαφορά μεταξύ **B2B (Business to Business)** και **B2C (Business to Consumer)** γίνεται ακόμη μεγαλύτερη αν συγκρίνουμε την κερδοφορία αυτών των δύο αγορών. Στο B2B πραγματοποιείται μικρός αριθμός παραγγελιών μεγάλης αξίας (ακριβά προϊόντα ή μεγάλες ποσότητες) από μικρό αριθμό πελατών (επιχειρήσεις), ενώ στο B2C πραγματοποιείται μεγάλος αριθμός παραγγελιών σχετικά μικρής αξίας (καταναλωτικά προϊόντα σε μικρές ποσότητες) από έναν πολύ μεγάλο αριθμό πελατών (ιδιώτες).

Όπως είναι φυσικό, οι δαπάνες εξυπηρέτησης χιλιάδων μικρών παραγγελιών από ένα B2C ηλεκτρονικό κατάστημα επιβαρύνουν σημαντικά το κόστος λειτουργίας του και περιορίζουν τα περιθώρια κέρδους όλων των καταστημάτων αυτής της μορφής. Γι' αυτό και, ενώ υπάρχουν ήδη χιλιάδες κερδοφόρα sites B2B, οι περισσότερες επιχειρήσεις B2C είναι ακόμη ζημιογόνες και συντηρούνται μόνο χάρη στην υψηλή χρηματιστηριακή τους αξία (οι μετοχές τους βρίσκονται σε εξαιρετικά υψηλά επίπεδα, καθώς όλοι προσδοκούν πως όταν γίνουν κερδοφόρα θα αποκτήσουν δεσπόζουσα θέση στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου).

Αυτά τα οικονομικά δεδομένα πρέπει να ληφθούν σοβαρά υπ' όψιν από κάθε επιχείρηση η οποία σχεδιάζει την είσοδό της στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου. Θα πρέπει επίσης να μελετηθούν από πολλές επιχειρήσεις οι οποίες μέχρι σήμερα διστάζουν να κινηθούν δυναμικά στο Internet, θεωρώντας λανθασμένα πως δεν υπάρχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τα προϊόντα τους (π.χ. πώληση υπηρεσιών φασόν, πρώτων υλών, υπηρεσιών εκπαίδευσης κ.λπ.)

Τι;

Θεωρητικά, τα πάντα θα μπορούσαν να πουληθούν μέσω του Internet. Ωστόσο,

η μέχρι σήμερα εμπειρία έχει δείξει πως ορισμένα προϊόντα δεν προσφέρονται ιδιαίτερα για πωλήσεις μέσω δικτύου, ενώ άλλα γίνονται πολύ πιο εύκολα δεκτά από τους χρήστες του Internet. Τα κύρια χαρακτηριστικά των προϊόντων τα οποία έχουν αποδειχθεί δημοφιλή μεταξύ των αγοραστών του δικτύου είναι:

Πολλά είδη

Το δίκτυο αποτελεί τον ιδανικό χώρο για την πώληση προϊόντων τα οποία έχουν πάρα πολλά είδη (βιβλία, CD, εξαρτήματα Η/Υ, αλλά ακόμη και πιο ασυνήθιστα προϊόντα όπως ανταλλακτικά αυτοκινήτων, αντίκες, είδη γραφείου και άλλα).

Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα με τέτοια προϊόντα υπερέρχει σημαντικά έναντι των παραδοσιακών καταστημάτων σε ποικιλία και ευχρηστία, καθώς σε αυτό ο πελάτης μπορεί να βρει 24 ώρες το 24ωρο πολύ περισσότερα είδη απ' όσα διαθέτει οποιοδήποτε κλασικό (bricks and mortar κατά την αγγλική ορολογία) κατάστημα.

Το ηλεκτρονικό κατάστημα λοιπόν έχει ένα ισχυρό Unique Selling Proposal (παρέχει υπηρεσίες που είναι δύσκολο ή αδύνατο να παρασχεθούν από ένα κοινό κατάστημα.)

Εξειδικευμένα προϊόντα

Η μεγάλη δημοτικότητα του δικτύου ενθαρρύνει την πώληση προϊόντων τα οποία είναι πολύ ειδικά για να καταστήσουν οικονομικά βιώσιμο ένα παραδοσιακό κατάστημα. Για παράδειγμα, αν ένα κατάστημα χρειάζεται 1000 πελάτες το χρόνο για να καλύψει τα έξοδά του, αυτοί θα βρεθούν πολύ πιο εύκολα στο παγκόσμιο κοινό του Internet (όπου οι 1000 πελάτες αποτελούν το 0,0000036% των 276 εκατομμυρίων χρηστών του δικτύου) παρά στην Αθήνα όπου οι 1000 πελάτες αποτελούν το 0,005% των 200.000 ανθρώπων οι οποίοι απέχουν 20 λεπτά από το κατάστημα (έρευνες έχουν δείξει πως αν απαιτούνται περισσότερα από 20 λεπτά, με οποιοδήποτε μέσο μεταφοράς, για να φθάσει κανείς σε ένα κατάστημα, τότε οι πιθανότητες να γίνει πελάτης του μειώνονται δραματικά).

Αυτή η ιδιαιτερότητα ανοίγει τον δρόμο για τη δημιουργία πολλών νέων καταστημάτων αφιερωμένων σε πολύ εξειδικευμένα προϊόντα για τα οποία ποτέ κανείς δεν θα φανταζόταν ότι θα ήταν δυνατή η αυτόνομη πώλησή τους.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα καταστήματος αυτής της μορφής είναι το Boxers-etcetera (<http://www.boxers-etcetera.com>) το οποίο είναι αφιερωμένο αποκλειστικά σε προϊόντα για σκυλιά ράτσας boxer. Σε καμία περιοχή του κόσμου δεν υπάρχουν αρκετοί ιδιοκτήτες τέτοιων σκυλιών. Μέσα στο δίκτυο όμως υπάρχουν τόσοι πολλοί ώστε εξασφαλίζουν άνετα την επιβίωση αυτού του καταστήματος, αλλά και πολλών άλλων παρόμοιων εξειδικευμένων (niche market) εγχειρημάτων.

Υπηρεσίες μεσολάβησης

Σύμφωνα με μια ριζοσπαστική θεώρηση, τα ηλεκτρονικά καταστήματα δεν πρέπει να αποκαλούνται καταστήματα, αλλά μεσίτες προϊόντων διότι σπανίως έχουν στην αποθήκη τους τα προϊόντα που πουλάνε. Το Amazon.com για παράδειγμα δεν είχε μέχρι πρόσφατα κανένα βιβλίο στις αποθήκες του. Διατηρούσε όμως μια εξαιρετική βάση δεδομένων με όλα τα βιβλία που διέθεταν οι εκδότες βιβλίων στην αγγλική γλώσσα και φρόντιζε να προμηθεύεται από αυτούς ό,τι ζητούσαν οι πελάτες του.

Αντίστοιχες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες μπορούν να αναληφθούν για μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων ή υπηρεσιών (π.χ. πώληση εισιτηρίων ή μεταχειρισμένων αυτοκινήτων, μεσιτείες, πλειστηριασμοί, αγγελίες κ.λπ.). Η αγορά αυτή είναι ακόμη αναξιοποίητη και παρέχει πολλές ευκαιρίες σε ανθρώπους με φαντασία και όραμα. Για παράδειγμα θα μπορούσε να δημιουργηθεί ένα κατάστημα το οποίο θα πωλούσε πακέτα βραδινής εξόδου στην Αθήνα (π.χ. εισιτήρια για το θέατρο X και μετά δείπνο στο εστιατόριο Ψ με προκαθορισμένο μενού).

Χαμηλές τιμές

Οι χρήστες του Internet γνωρίζουν πως η δημιουργία και η συντήρηση ενός ηλεκτρονικού καταστήματος είναι φθηνότερη από εκείνη ενός παραδοσιακού χώρου πωλήσεων. Για τον λόγο αυτό προσδοκούν πως και οι τιμές πώλησης θα είναι σημαντικά χαμηλότερες.

Αν και αυτή η εκτίμηση δεν ανταποκρίνεται πάντοτε στην πραγματικότητα (ένα ηλεκτρονικό κατάστημα χρειάζεται πολύ περισσότερο χρόνο από ένα παραδοσιακό, για να αποκτήσει πιστή και πολυάριθμη πελατεία), υπάρχουν προϊόντα τα οποία μπορούν να διατεθούν μέσω Internet σε σημαντικά χαμηλότερες τιμές, λόγω της πολύ φθηνότερης διαχείρισής τους μέσω δικτύου. Για παράδειγμα, ένα πρακτορείο ταξιδίων έχει πολύ υψηλό κόστος διαχείρισης ανά πελάτη λόγω αλληπάλλληλων τηλεφωνημάτων, διαβουλεύσεων, εξηγήσεων κ.λπ. ("Εξηγήστε μου ποια πτήση είναι καλύτερη" "Πείτε μου αν είναι καλό καράβι το ΑΣΠΙΣ II" κ.α.). Μια Internet only υπηρεσία πώλησης εισιτηρίων θα ορθολογικοποιούσε το σύστημα πωλήσεων του πρακτορείου, χρεώνοντας χαμηλότερη προμήθεια σε όσους αγοράζουν online και υψηλότερη σε όσους απασχολούν προσωπικό τηλεφωνικά.

Εξοικονόμηση χρόνου

Σύμφωνα με έρευνες που έχουν διεξαχθεί σε πολλές ανεπτυγμένες χώρες, οι άνθρωποι σήμερα παραπονούνται περισσότερο για την έλλειψη χρόνου παρά για την έλλειψη χρημάτων. Τα online καταστήματα είναι ανοιχτά όλο το εικοσιτετράωρο και μπορούν να αποδειχθούν πολύ χρήσιμα σε χρονικά πιεσμένες κατηγορίες ανθρώπων όπως οι νοικοκυρές, οι εργένηδες κ.λπ.

Στις ΗΠΑ γίνεται σήμερα μια μεγάλη προσπάθεια για να καλυφθεί αυτό το

κενό από ηλεκτρονικά σουπερμάρκετ, φαρμακεία και άλλα καταστήματα στα οποία ο χρήστης του Internet μπορεί να ψωνίσει online. Αξίζει πάντως να σημειωθεί πως ο παράγοντας της εξοικονόμησης χρόνου λειτουργεί μόνο για καταστήματα ειδών πρώτης ανάγκης. Όταν τα ψώνια δεν αποτελούν αγγαρεία ή αναγκαίο κακό (π.χ. η αγορά ρούχων συνδυασμένη με πρωινή βόλτα) τότε το ηλεκτρονικό κατάστημα πρέπει να βασιστεί σε κάποιο άλλο κίνητρο για να προσελκύσει τους πελάτες του (χαμηλές τιμές, εξειδικευμένα προϊόντα κ.λπ.).

Πώς;

Ο τρόπος υλοποίησης ενός καταστήματος καθορίζεται από πολλούς παράγοντες. Αναφερθήκαμε είδη στους δύο πιο σημαντικούς από αυτούς (ποια προϊόντα και σε ποιο κοινό). Ο δημιουργός ενός ηλεκτρονικού καταστήματος όμως θα πρέπει να λάβει επίσης υπ' όψιν του τον ανταγωνισμό, καθώς επίσης και τις οικονομικές και τεχνικές δυνατότητές του.

Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα αντιμετωπίζει ανταγωνισμό από τρεις πλευρές:

- Άλλα ηλεκτρονικά καταστήματα
- Παραδοσιακά καταστήματα
- Μελλοντικούς ανταγωνιστές

Τα άλλα ηλεκτρονικά καταστήματα αποτελούν ίσως τον "ευκολότερο αντίπαλο". Βρίσκονται βέβαια ήδη στο δίκτυο και πιθανώς να έχουν αποκτήσει ένα καλό όνομα και μια αξιόλογη πελατεία. Ωστόσο, ο μελλοντικός ανταγωνιστής τους μπορεί να μελετήσει με μεγάλη ευκολία τον τρόπο λειτουργίας τους, να αντιγράψει τα θετικά τους σημεία και να αποφύγει τα μειονεκτήματά τους. Αν γίνει αυτό τότε είναι βέβαιο πως το νέο κατάστημα θα αποδειχθεί πολύ πιο φιλικό προς το χρήστη και γι' αυτό σύντομα θα γίνει ιδιαίτερα δημοφιλές (τα νέα μεταξύ των χρηστών του δικτύου διαδίδονται πολύ γρήγορα και συνήθως οι πελάτες των ηλεκτρονικών καταστημάτων δεν τους είναι ιδιαίτερα πιστοί).

Δυσκολότερο αντίπαλο για το νέο ηλεκτρονικό κατάστημα αποτελούν τα παραδοσιακά καταστήματα τα οποία διαθέτουν ένα ισχυρό όνομα (brand name) και μια μεγάλη και πιστή πελατεία. (Υπάρχουν πελάτες οι οποίοι έχουν συνηθίσει να αγοράζουν για δεκαετίες από το ίδιο κατάστημα. Γι' αυτό και συνήθως αλλάζουν τις συνήθειές τους πολύ πιο δύσκολα απ' ό,τι οι πιο πρόσφατοι, και γι' αυτό πιο κινητικοί πελάτες ενός άλλου ηλεκτρονικού καταστήματος).

Τα πλεονεκτήματα των παραδοσιακών καταστημάτων έγιναν κατανοητά από τους επενδυτές του Internet μόλις πριν από λίγους μήνες. Έτσι, σήμερα πολλά νέα ηλεκτρονικά καταστήματα (αλλά και μερικά από τα "παλαιότερα") αναπροσαρμόζουν τις εργασίες τους και συνάπτουν στρατηγικές συμμαχίες με επιχειρήσεις της "παλαιάς οικονομίας", προσπαθώντας να συνδυάσουν τον δυναμισμό του Internet με το καλό όνομα, την εμπειρία και τη μεγάλη πελατεία

των παραδοσιακών επιχειρήσεων.

Τα καταστήματα αυτά έχουν καταλάβει πολύ καλά πως γάμοι ή συνεργασίες αυτής της μορφής είναι επωφελείς για όλους. Οι εκτός δικτύου επιχειρήσεις αποκτούν πρόσβαση στο χώρο όπου αργά ή γρήγορα θα "μετακομίσουν" οι πελάτες τους, ενώ οι επιχειρήσεις του δικτύου αυξάνουν την πελατεία τους και αποκτούν δεσπόζουσα θέση στην αγορά. Γι' αυτό και σήμερα ελάχιστα νέα ηλεκτρονικά καταστήματα ξεκινούν τις εργασίες τους, χωρίς να έχουν εξασφαλίσει εκ' των προτέρων τη συνεργασία ενός τουλάχιστον παραδοσιακού εταίρου.

Ωστόσο, ο μεγαλύτερος κίνδυνος για μια επιχείρηση δεν βρίσκεται ούτε στους ήδη υπάρχοντες ανταγωνιστές της ούτε στις συνεργασίες τους (ή στην απουσία δικών της συνεργασιών) με παραδοσιακά καταστήματα.

Ο κίνδυνος προέρχεται από τον μελλοντικό ανταγωνισμό ο οποίος διαθέτει το ίδιο πλεονέκτημα που είχε αρχικά το νέο κατάστημα έναντι των παλαιότερων. Ο νέος ανταγωνιστής μπορεί να μελετήσει τους άλλους "δικτυοπωλητές" και να διδαχθεί από τα λάθη τους. Επίσης, επειδή ξεκινά αργότερα, μπορεί να επωφεληθεί από την τελευταία λέξη της, ταχύτερα εξελισσόμενης, τεχνολογίας του Internet.

Θεωρητικά βέβαια, ένα παλαιό κατάστημα στο Internet μπορεί και αυτό να κάνει το ίδιο. Στην πράξη όμως η ανάγκη να αποσβεσθούν οι μέχρι τώρα επενδύσεις και η δυσκολία να αλλαχθούν οι ήδη υπάρχουσες διαδικασίες (τις οποίες έχουν συνηθίσει τόσο οι τακτικοί πελάτες όσο και το προσωπικό του καταστήματος) κάνουν πολύ δύσκολη τη μετατροπή της δομής και του παλαιού τρόπου λειτουργίας του (γι' αυτό και έχει τόσο μεγάλη σημασία η ορθή και ευέλικτη αρχική σχεδίαση του καταστήματος).

Ένας άλλος κίνδυνος, ο οποίος θα ελλοχεύει πάντοτε σε ένα χώρο τόσο ρευστό όσο το Internet, είναι εκείνος της εμφάνισης μιας νέας τεχνολογίας ή ενός καινούριου μοντέλου επιχειρηματικής δραστηριότητας το οποίο θα καταστήσει ασύμφορη τη χρήση του καταστήματος από τους σημερινούς ή τους μελλοντικούς πελάτες του.

Δεν μπορούμε φυσικά να προβλέψουμε ποια θα είναι αυτά τα καινούρια μοντέλα ή οι νέες τεχνολογίες οι οποίες θα αλλάξουν τόσο δραστικά το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Ένα καλό παράδειγμα είναι το Addall, είναι μια μηχανή αναζήτησης για ηλεκτρονικά καταστήματα η οποία χρησιμοποιεί agents (bots) για να αναζητεί προϊόντα και να συγκρίνει τις τιμές τους. Για παράδειγμα, ο χρήστης του Addall δηλώνει ποιο βιβλίο τον ενδιαφέρει και το σύστημα ερευνά μια σειρά από καταστήματά για να του παρουσιάσει έναν πλήρη συγκριτικό πίνακα με τις τιμές πώλησης κάθε καταστήματος.

Υπάρχει λοιπόν η πιθανότητα μετά από δύο ή τρία χρόνια να μην υπάρχουν πλέον ηλεκτρονικά καταστήματα (τουλάχιστον για τα προϊόντα στα οποία είναι επικτές οι συγκρίσεις), αλλά απλώς βάσεις δεδομένων προϊόντων προς πώληση. Έτσι, όσοι έχουν δημιουργήσει ηλεκτρονικά καταστήματα για τα

προϊόντα αυτά θα βρεθούν γρήγορα εκτός αγοράς.

Θα τελειώσουμε την παρουσίαση αυτή με μια αναφορά στις οικονομικές και τις τεχνικές δυνατότητες του υποψήφιου επενδυτή. Η μέχρι σήμερα εμπειρία έχει δείξει πως το κόστος εκμάθησης και υλοποίησης εφαρμογών τεχνολογίας αιχμής και παροχής υπηρεσιών υψηλής ποιότητας είναι εξαιρετικά μεγάλο και σε καμία περίπτωση δεν εξασφαλίζει στους επενδυτές σίγουρα κέρδη. Όπως αναφέρθηκε ήδη, υπάρχει πάντα ο κίνδυνος εμφάνισης μιας νέας δυναμικής εταιρείας η οποία θα αξιοποιήσει ακόμη νεότερες ιδέες και τεχνολογίες, ανατρέποντας προς όφελός της το υπάρχον σκηνικό.

Ακόμη λοιπόν και για τους επιτυχημένους επενδυτές, η ζωή στο δίκτυο μοιάζει με την πορεία ενός ποδηλάτη: Είναι υποχρεωμένος να προχωρεί συνεχώς επενδύοντας, κάνοντας πειράματα, ανοίγοντας νέες αγορές κ.λπ. Αν σταματήσει για να απολαύσει τα όσα κέρδισε μέχρι σήμερα θα πέσει και οι άλλοι θα τον προσπεράσουν. Γι' αυτό και μακροπρόθεσμα στο χώρο του Internet επιζούν μόνο όσες επιχειρήσεις έχουν ισχυρή κεφαλαιακή υποστήριξη. (Μέχρι σήμερα μόνο μερικά εργαλεία αναζήτησης όπως το Yahoo! έχουν καταφέρει να παρουσιάσουν κέρδη.)

Για όλους αυτούς τους λόγους καμία επιχείρηση δεν θα πρέπει να επενδύει στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου και ειδικότερα στη δημιουργία ηλεκτρονικών καταστημάτων αν δεν έχει σταθμίσει προσεκτικά τις δυνατότητές της και τις απαιτήσεις της αγοράς, καθώς και τις δικές της αντοχές.

Τα παραπάνω αποτελούν τα σημαντικότερα θέματα που πρέπει να γνωρίζει κάθε υποψήπιος επενδυτής στο χώρο των ηλεκτρονικών καταστημάτων. Οι αναγνώστες θα παρατήρησαν ίσως πως στο άρθρο αυτό δεν έγινε καμία αναφορά στο καθαρά τεχνικό σκέλος της δημιουργίας ενός καταστήματος (σχεδίαση, τρόπος λειτουργίας, τεχνολογία κ.λπ.).

Η παράληψη αυτή ήταν ηθελημένη διότι τα περισσότερα ελληνικά ηλεκτρονικά καταστήματα που έχουν δημιουργηθεί μέχρι σήμερα στο Internet δεν πληρούν σχεδόν καμία από τις παραπάνω προδιαγραφές, οι περισσότερες από τις οποίες είναι απαραίτητες είτε θέλει κανείς να δημιουργήσει το Amazon είτε θέλει να φτιάξει ένα απλό περίπτερο σε κεντρική πλατεία της Αθήνας.

3.1 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Για τον πελάτη

- Τα ηλεκτρονικά καταστήματα είναι ανοιχτά 24 ώρες το 24ωρο. Με άλλα λόγια οποιαδήποτε στιγμή το επιθυμείτε, μπορείτε ν'αγοράσετε π.χ. ένα CD, ένα αεροπορικό εισιτήριο, ή ακόμα και τα μονωτικά υλικά που χρειάζονται για την οικοδομή σας.
- Το κόστος των προϊόντων που πωλούνται μέσω Internet είναι κατά γενικό κανόνα πολύ χαμηλότερο από τις τιμές του εμπορίου, αφού ένα ηλεκτρονικό κατάστημα είναι απαλλαγμένο από μεγάλο μέρος του λειτουργικού κόστους ενός πραγματικού καταστήματος (ενοίκιαση χώρου και «αέρα», ηλεκτρικό, νερό κλπ) και γενικά απαιτεί πολύ λιγότερο υπαλληλικό προσωπικό.
- Η αγορά είναι πραγματικά παγκόσμια. Με άλλα λόγια, μπορείτε μέσω του υπολογιστή σας ν'αγοράσετε ακόμα και κάτι το οποίο δεν κυκλοφορεί στην Ελλάδα, χωρίς να πρέπει πια να περιμένετε ποτέ κάποιος φίλος σας θα ταξιδέψει στο εξωτερικό για να σας το φέρει.
- Η συναλλαγή είναι γρήγορη και άμεση. Με άλλα λόγια, από τη στιγμή που ολοκληρώνετε την παραγγελία σας, το αργότερο σε 3-4 ημέρες την έχετε λάβει, ακόμα και αν εκείνη τη στιγμή το προϊόν βρισκόταν στην άλλη άκρη του πλανήτη. Αλλά το πιο πρακτικό και πιο σημαντικό όφελος για τον καταναλωτή από το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι το ότι: καθένας βρίσκει αυτό που θέλει, όποτε το θέλει, χωρίς να κάνει βήμα, χωρίς δηλαδή κόπο και χωρίς καμμία σπατάλη χρόνου. Με άλλα λόγια απλά και εύκολα ψώνια από το σπίτι ή το γραφείο!!!

Για την εταιρία

- Όπως προαναφέραμε, κάθε εταιρία που έχει ηλεκτρονική παρουσία μπορεί να διευρύνει τον κύκλο εργασιών της επεκτείνοντας τα γεωγραφικά όρια των συναλλαγών της. Αυτό σημαίνει πως κάθε επιχείριση που διαθέτει τα προϊόντα της online μπορεί και αποκτά πελάτες σε περιοχές που βρίσκονται μακριά από την έδρα της, ακόμα και στο εξωτερικό. Με άλλα λόγια, κάθε επιχείριση που έχει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, είναι σαν να έχει υποκαταστήματα σε πολλές περιοχές και μάλιστα με ελάχιστο λειτουργικό κόστος. Κάθε εταιρία που χρησιμοποιεί τις νέες τεχνολογίες-όπως το Internet- γίνεται πιο ανταγωνιστική, αφού μπορεί να ενημερώνεται πιο εύκολα για τις τρέχουσες εξελίξεις στο χώρο της. Με άλλα λόγια και με δεδομένο το ότι:
- σε λίγα χρόνια όλες οι εμπορικές δραστηριότητες θα γίνονται μέσω Internet, το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η νέα μεγάλη πρόκληση για κάθε εταιρία που θέλει να είναι ανταγωνιστική.

- Οι ηλεκτρονικές συναλλαγές επιτρέπουν την αμφίδρομη σχέση μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτή (interaction). Αυτό σημαίνει πως κάθε εταιρία μέσω των ηλεκτρονικών συναλλαγών μπορεί να συλλέξει πολλά στοιχεία για τις συνήθειες, τις ανάγκες και τα γούστα των καταναλωτών και σύμφωνα με αυτά να αναπροσαρμόσει την πολιτική της προς το θετικότερο.
- Τέλος, γνωρίζοντας τις συγκεκριμένες ανάγκες των πελατών τους, οι εταιρίες μπορούν να προχωρήσουν στη δημιουργία συγκεκριμένων προϊόντων είτε ανταποκρινόμενων σ'έναν καταναλωτή, είτε σε μια ομάδα καταναλωτών που χρειάζονται ένα νέο προϊόν το οποίο δεν υπάρχει ακόμα στην αγορά.

Π.χ για τους μηχανικούς

Μια ομάδα επαγγελματιών που μπορεί να ωφεληθεί ιδιαίτερα από τις δραστηριότητες του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι οι μηχανικοί. Ήδη πολλοί μηχανικοί μπορούν μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου και προμηθεύονται προγράμματα ειδικού λογισμικού (software) χρήσιμα για την δουλειά τους, ενώ σε άλλες περιπτώσεις μπορούν και παίρνουν τις ανανεωμένες εκδόσεις αυτών που ήδη έχουν με ένα απλό download από το site της εταιρίας που τα παρασκευάζει και με αυτόματη χρέωση της πιστωτικής τους κάρτας. Όμως σήμερα το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί με πάρα πολλούς τρόπους να κάνει τη δουλειά ενός μηχανικού πιο λειτουργική, πιο αποδοτική και επιπλέον λιγότερο χρονοβόρα.

Για παράδειγμα τον τελευταίο καιρό αρκετές εταιρίες δομικών υλικών έχουν αρχίσει να δραστηριοποιούνται στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου, καθώς τα περισσότερα δομικά υλικά είναι βιομηχανοποιημένα προϊόντα, τα οποία δεν διακρίνονται για τη μοναδικότητά τους, ούτε χρειάζεται να δοκιμαστούν, επομένως μπορούν να εξασφαλιστούν ηλεκτρονικά. Έτσι κάθε μηχανικός που δουλεύει σε τεχνικό γραφείο μπορεί με μερικές απλές κινήσεις του ποντικιού του υπολογιστή του, να παραγγείλει τα δομικά υλικά που του είναι απαραίτητα για μια π.χ. οικοδομή που έχει αναλάβει, χωρίς να μετακινηθεί καθόλου από το γραφείο του.

Ακόμα πιο σημαντική είναι η βοήθεια που μπορεί να προσφέρει το ηλεκτρονικό εμπόριο στην περίπτωση που κάποιος μηχανικός έχει αναλάβει ένα μεγάλο έργο και χρειάζεται να βρει τους κατάλληλους προμηθευτές για την πραγματοποίησή του. Σ' αυτή την περίπτωση, ο ενδιαφερόμενος μηχανικός μπορεί να ψάξει μέσω Internet τους τιμοκαταλόγους όλων των προμηθευτριών εταιριών, να ενημερωθεί για τις προσφορές τους και ν'αποφασίσει ποια απ' όλες τον συμφέρει χωρίς να απομακρυνθεί καθόλου από το γραφείο του. Αυτό είναι ακόμα πιο σημαντικό σε περίπτωση που το συγκεκριμένο έργο πραγματοποιείται εκτός της έδρας του Μηχανικού όπου ενδεχομένως δεν έχει συγκεκριμένους συνεργάτες, οπότε ο ενδιαφερόμενος μηχανικός μπορεί εύκολα να έρθει σε επαφή με τοπικές επιχειρήσεις και να επιτύχει τις πιο συμφέρουσες συμφωνίες.

Αντίστοιχα και οι εταιρίες δομών υλικών που δραστηριοποιούνται στο χώρο του Internet μπορούν να έρχονται πολύ πιο εύκολα σ' επαφή με τους πελάτες (κατά κύριο λόγο μηχανικοί) που τις αναζητούν, ενώ και οι προμηθεύτριες εταιρίες μπορούν να γίνονται ομοίως πιο ανταγωνιστικές και να αποκτούν καινούριους πελάτες απέναντι σε καθιερωμένες επιχειρήσεις του χώρου τους που αντλούν μεγάλο μέρος της πελατείας τους μόνο από το όνομά τους και από το μεγάλο κύκλο γνωριμιών τους.

Ελπίζουμε το άρθρο αυτό να φώτισε πολλές από τις πτυχές του ηλεκτρονικού εμπορίου και της σπουδαιότητάς του στις σύγχρονες κοινωνίες. Θα αναφερθούμε σε αυτό οπωσδήποτε και στο μέλλον καθώς πρόκειται για έναν τομέα ο οποίος τώρα αναπτύσσεται δυναμικά και στην Ελλάδα!

Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιδρά σε ένα μεγάλο αριθμό επιχειρηματικών δραστηριοτήτων

- Μάρκετινγκ, πωλήσεις και προώθηση πωλήσεων προσφορές πριν την πώληση
- Χρηματοδότηση και ασφάλιση εμπορικές συναλλαγές: παραγγελία, μεταφορά και πληρωμή, σέρβις προϊόντος και συντήρηση-υποστήριξη ανάπτυξη προϊόντος, κατανεμημένη εργασία
- Χρήση δημοσίων και ιδιωτικών υπηρεσιών επιχείρηση-δημόσια διοίκηση (παραχωρήσεις, άδειες, φόροι, κτλ.)
- Μεταφορές και λογιστική προσωπικού και υλικών
- Προμήθειες δημοσίου αυτόματο-εμπόριο ψηφιακών αγαθών λογιστικά

Η όλη εμπορική συναλλαγή μπορεί να υποστηριχθεί ηλεκτρονικά, συμπεριλαμβανομένων και της μεταφοράς και της πληρωμής. Θεωρητικά ακόμα υπάρχει και η δυνατότητα να γίνεται η συνδιαλλαγή με τις δημόσιες υπηρεσίες ηλεκτρονικά, δηλαδή για πληρωμή δασμών και φόρων. Παρόλα αυτά όμως ένας αριθμός ζητημάτων όπως η προστασία και η ασφάλεια, η νομική κάλυψη δεν έχουν διευθετηθεί ακόμα ώστε να αποτελέσουν αναπόσπαστο κομμάτι του κεφαλαίου αυτού που λέγεται Ηλεκτρονικό Εμπόριο.

Θα πρέπει να γίνεται όμως ένας σαφής διαχωρισμός μεταξύ της ηλεκτρονικής μεταφοράς φυσικών αγαθών και υπηρεσιών και ανάμεσα στην ηλεκτρονική μεταφορά περιεχομένων βασισμένα αποκλειστικά σε ψηφιακή μορφή (εικόνες, ήχος, κείμενο, video, software, games, multimedia works) αναπαριστά μια επαναστατική νέα μορφή εμπορίου, στην οποία ο κύκλος των εμπορικών συναλλαγών δεν κλείνει ποτέ, μια και βρίσκεται συνέχεια μέσα στο δίκτυο. Τα εμπορευόμενα "ηλεκτρονικά αγαθά" μπορούν να δημιουργήσουν ολοκληρωτικά καινούργιες αγορές, βασισμένα βέβαια σε επιτυχείς λύσεις, αλλά και να φέρουν επανάσταση σε μερικές βιομηχανίες (π.χ. εκδοτικούς οίκους). Αυτή καθαυτή η

καινοτόμος μορφή εμπορίου αναμένεται να έχει μια σημαντική επίδραση στην ανταγωνιστικότητα και στη δημιουργία απασχόλησης.

Παραδείγματα απο ορισμένα επιχειρηματικά οφέλη με τη χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου

- Μειωμένα έξοδα διαφήμισης
- Μειωμένα έξοδα μεταφοράς, ιδιαίτερα για αγαθά που μπορούν να μεταφερθούν ηλεκτρονικά
- Μειωμένα έξοδα στο σχεδιασμό και στην παραγωγή
- Ανεπτυγμένος στρατηγικός σχεδιασμός
- Περισσότερες ευκαιρίες για niche marketing
- Ίση πρόσβαση στις αγορές από όλους
- Πρόσβαση σε νέες αγορές
- Ανάμειξη του πελάτη στο προϊόν και καινοτομία υπηρεσιών

Πληροφορίες για οποιαδήποτε αγορά και χώρα μπορούν πλέον να προωθηθούν ηλεκτρονικά και να αναπτυχθούν στο εμπορικό περιβάλλον, δημιουργώντας όμως έτσι και έναν αριθμό από προβλήματα όπως η μυστικότητα (privacy) που είναι ανάγκη να διευθετηθεί.

Επαφές μεταξύ εταιριών μπορούν να διευκολυνθούν με on-line επιχειρησιακούς καταλόγους και να βελτιωθούν με εθνικά ή τοπικά πληροφοριακά κέντρα. Επαφές μεταξύ εταιριών και καταναλωτών μπορούν να υποστηριχθούν με σημαντικά μέσα, συμπεριλαμβανομένων on-line διαφημίσεων και κλειστών αγορών. Εταιρίες μπορούν να προωθήσουν αναλυτικές πληροφορίες για τα προϊόντα τους και τις υπηρεσίες τους καθώς επίσης και να απαντήσουν σε ερωτήσεις που υποστηρίζονται από κατανοητές ευκολίες πλοήγησης και αναζήτησης.

Τα τελευταία χρόνια έγιναν προσπάθειες για να βελτιωθεί η επιχειρησιακή αποδοτικότητα και αυτό το γεγονός επέδρασε καταλυτικά και ξεπέρασε έτσι τα "σύνορα" εταιριών και πελατών. Ένα τέτοιο παράδειγμα συμβαίνει με την λεγόμενη "virtual enterprise", εκεί όπου κάθε τέτοιου είδους εταιρία παίζει τον δικό της ρόλο σε ένα πολύ κοντινό δίκτυο εταιριών απευθύνοντας μια πολύ συγκεκριμένη ευκαιρία αγοράς.

Παραδείγματα απο στρατηγικές επιχειρήσεων

- Ηλεκτρονική παρουσία στο χώρο αγοράς: προώθηση πωλήσεων
- Interactive TV / Internet αγορές
- Διοίκηση αποτελεσματικής ανταπόκρισης πελατών
- Διοίκηση αλυσίδας προσφοράς
- Καταγραφή πωλήσεων σε επίπεδο πωλητών

Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει επίσης ικανοποιητική υποστήριξη για μοιραζόμενες επιχειρηματικές εργασίες άσχετα με τη φύση τους και δίχως να λαμβάνεται υπόψη η γεωγραφική τους θέση ή η χρονολογική τους τοποθέτηση.

Η αιτιολόγηση και τα παραδείγματα που δώσαμε παραπάνω, ενδυναμώνουν το επιχείρημα ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ένα φαινόμενο το οποίο θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη από όλους μας κάτω από το πρίσμα των διαφορετικών πολιτικών που ακολουθούνται και των δεκάδων υπαρχόντων τομέων αγοράς.

Αμοιβαία Οφέλη από το Ηλεκτρονικό Εμπόριο για τους Προμηθευτές και τους Αγοραστές.

Οι περισσότερες εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου σχετίζονται άμεσα με την επικοινωνία συστημάτων που βρίσκονται σε διαφορετικές επιχειρήσεις συμβάλλοντας στη διαλειτουργικότητα τους. Παρόλο που τα συστήματα Η.Ε. μπορούν να εφαρμοστούν και ενδοεπιχειρησιακά, τα πραγματικά οφέλη εμφανίζονται όταν το Η.Ε. εφαρμόζεται μεταξύ επιχειρήσεων. Ακόμη και στις περιπτώσεις των συστημάτων Επιχείρησης προς Καταναλωτή υπάρχει διεπιχειρησιακή ολοκλήρωση των εφαρμογών μέσω συστημάτων Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Για παράδειγμα, σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα η ολοκλήρωση των συναλλαγών επιτυγχάνεται με την ηλεκτρονική πληρωμή η οποία στην ουσία εμπλέκει έναν πελάτη και οργανισμούς (κατάστημα, τράπεζα πελάτη, τράπεζα καταστήματος).

Λόγω των παραπάνω συνθηκών, τα οφέλη που αποκομίζουν οι επιχειρήσεις αντικατοπτρίζονται και στους καταναλωτές (παράλληλα κέρδη). Κάθε επιχειρηματική ευκαιρία που παρέχει η χρήση Η.Ε. σε έναν προμηθευτή, μπορεί στις περισσότερες περιπτώσεις να μεταφραστεί και σε ένα αντίστοιχο όφελος για τους πελάτες του. Με την έννοια αυτή, το Η.Ε. αποτελεί επιχειρηματική καινοτομία, αφού για να αποδώσει καρπούς δεν στηρίζεται **στον ανταγωνισμό** (win-lose επιχειρηματικές σχέσεις), αλλά στην **συνεργασία** μεταξύ των εμπλεκόμενων για το αμοιβαίο τους κέρδος.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο βρίσκει εφαρμογή σε ένα ευρύ πεδίο δραστηριοτήτων, πυρήνα των οποίων αποτελεί ο κύκλος των εμπορικών συναλλαγών. Κατά συνέπεια μιλάμε για την ηλεκτρονική εμπορευματοποίηση των φυσικών αγαθών και υπηρεσιών, τη διαφήμιση και προώθηση αυτών, την διευκόλυνση της επικοινωνίας μεταξύ των εμπόρων, την υποστήριξη πελάτη (πριν και μετά την πώληση), την εξαγγελία δημόσιας προμήθειας και την υποστήριξη κοινών επιχειρηματικών διαδικασιών.

Ο πίνακας 4 παρουσιάζει σε αντιστοιχία μερικά μόνο από τα οφέλη και τις ευκαιρίες που μπορεί να δημιουργήσει το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, τόσο για τους προμηθευτές όσο και για τους αγοραστές προϊόντων και υπηρεσιών, τα οποία θα τα χαρακτηρίζαμε "παράλληλα". Τα οφέλη αυτά αναπτύσσονται στις επόμενες παραγράφους.

Ευκαιρίες για τους προμηθευτές	Οφέλη για τους αγοραστές
<ul style="list-style-type: none"> • "Παγκόσμια" παρουσία. • Βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα. • Παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών στους πελάτες. • Σμίκρυνση(ή και πλήρης απάλειψη) της προμηθευτικής αλυσίδας. • Ελαχιστοποίηση κόστους παραγωγής. • Νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες 	<ul style="list-style-type: none"> • "Παγκόσμια" επιλογή. • Βελτιωμένη ποιότητα υπηρεσιών. • Λήψη εξειδικευμένων υπηρεσιών από τους προμηθευτές. • Άμεση κάλυψη αναγκών. • Ελαχιστοποίηση τιμών. • Νέα προϊόντα και υπηρεσίες.

Πίνακας 4: Τα Οφέλη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι "Παράλληλα".

- **"Παγκόσμια" παρουσία / "Παγκόσμια" επιλογή.** Το Η.Ε. παρέχει (για πρώτη φορά στην παγκόσμια ιστορία του εμπορίου) σε όλους τη δυνατότητα να δραστηριοποιηθούν στην παγκόσμια αγορά, ανεξάρτητα από μέγεθος και τις οικονομικές τους δυνατότητες. Μέχρι σήμερα κάτι τέτοιο ήταν εφικτό μόνο για τις μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις, ενώ οι μικρότερες επιχειρηματικές μονάδες ήταν υποχρεωμένες να κινούνται σε μικρές τοπικές αγορές που προσδιορίζονταν από γεωγραφικούς, εθνικούς, χρηματοοικονομικούς, ή άλλους περιορισμούς. Σήμερα (και ολοένα και περισσότερο στο μέλλον) η αγορά-στόχος μιας επιχείρησης που συναλλάσσεται ηλεκτρονικά με τους εταίρους της περιορίζεται μόνο από την ύπαρξη τηλεπικοινωνιακών δικτύων. Με τη συνεχώς αυξανόμενη κάλυψη όλου του πλανήτη με τέτοια δίκτυα, το Η.Ε. δίνει για πρώτη φορά, ακόμα και σε μικρού μεγέθους επιχειρήσεις, τη δυνατότητα να επιτύχουν την παρουσία τους στην "Παγκόσμια" αγορά. Από την άλλη μεριά, αυτή ακριβώς η δυνατότητα δίνει απεριόριστες δυνατότητες επιλογών στους πελάτες που δεν είναι πλέον υποχρεωμένοι να επιλέξουν προϊόντα και υπηρεσίες μόνο από τους προμηθευτές με τους οποίους μπορούν να έρθουν σε φυσική επαφή.
- **Βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα / ποιότητα υπηρεσιών.** Η ηλεκτρονική επικοινωνία επιτρέπει στους προμηθευτές προϊόντων και υπηρεσιών να γίνουν πιο ανταγωνιστικοί, κυρίως προσφέροντας προς τους πελάτες τους υπηρεσίες που πριν ήταν αδύνατο ή πολύ δύσκολο να προσφέρουν. Για παράδειγμα, η υποστήριξη του πελάτη πριν και μετά την αγορά ήταν πολύ κοστοβόρα για πολλές επιχειρήσεις. Αντίθετα, με τη χρήση του μεθόδων ηλεκτρονικής επικοινωνίας, ο προμηθευτής έρχεται "κοντά" στον πελάτη (χωρίς στις περισσότερες περιπτώσεις να χρειαστεί να μετακινηθεί στην πραγματικότητα), προσφέροντας του έτσι υπηρεσίες υψηλής ποιότητας με πολύ μικρό επιπλέον κόστος. Έτσι

συναντάμε πολύ συχνά στο internet, κόμβους οι οποίοι προσφέρουν υποστήριξη στον πελάτη. Για παράδειγμα η εφαρμογή της Siemens Nixdorf και του δικτύου GEN (Global Engineering Network), παρέχουν έναν εικονικό χώρο συζητήσεων για μηχανικούς, προμηθευτές και πελάτες μηχανολογικού εξοπλισμού.

- **Παροχή και Λήψη εξειδικευμένων υπηρεσιών.** Με τη χρήση του Η.Ε. οι προμηθευτές μπορούν να παρακολουθούν πιο αποτελεσματικά το προφίλ του αγοραστικού κοινού τους. Με τον τρόπο αυτό, μπορούν να σχεδιάζουν και να προσφέρουν προϊόντα που απευθύνονται στους μεμονωμένους πελάτες τους, αλλά σε τιμές της μαζικής αγοράς. Ένα απλό παράδειγμα μπορεί να είναι ένα ηλεκτρονικό περιοδικό που προσφέρει τα άρθρα του στο internet με τέτοιο τρόπο που να δίνει έμφαση στα συγκεκριμένα ενδιαφέροντα κάθε ενός συνδρομητή, προτείνοντας του συγκεκριμένες πηγές αναζήτησης πληροφοριών στο δίκτυο.
- **Σμίκρυνση προμηθευτικής αλυσίδας / Άμεση κάλυψη αναγκών.** Ένα από τα πλέον συχνά αναφερόμενα οφέλη του Η.Ε. είναι η συμβολή του στην "εξάλειψη" των μη απαραίτητων μεσαζόντων στις εμπορικές συναλλαγές. Κάτι τέτοιο συνεπάγεται αυτόματα τη σμίκρυνση της προμηθευτικής αλυσίδας με τέτοιο τρόπο που ο προμηθευτής έρχεται σε απευθείας επικοινωνία με τον πελάτη χωρίς την παρεμβολή τρίτων (π.χ. αποστολή προϊόντων χωρίς τη χρήση διαμεταφορέων, ενδιάμεσων αποθηκών, κ.α.). Το αντίστοιχο όφελος για τον πελάτη είναι η άμεση κάλυψη των αναγκών του, καθώς μπορεί να παραλάβει το προϊόν / υπηρεσία που επιθυμεί χωρίς τις χρονικές καθυστερήσεις που αναπόφευκτα - εισάγουν στον κύκλο διανομής τα ενδιάμεσα μέρη. Η πλέον ακραία περίπτωση σμίκρυνσης της προμηθευτικής αλυσίδας επέρχεται στην περίπτωση που το ίδιο το προϊόν έχει τέτοια φύση που μπορεί να μεταφερθεί ηλεκτρονικά. Στην περίπτωση αυτή μιλάμε για πλήρη εξάλειψη της προμηθευτικής αλυσίδας, καθώς δεν χρειάζεται καμιά φυσική επαφή για να πραγματοποιηθεί η εμπορική πράξη. Τέτοια παραδείγματα έχουν αρχίσει να εμφανίζονται σε αγορές όπως η βιομηχανία παραγωγής λογισμικού (εταιρίες λογισμικού διαθέτουν τα προϊόντα τους μέσω του δικτύου παρακάμπτοντας όλους τους ενδιάμεσους μεταπωλητές), οι τομείς ψυχαγωγίας και ενημέρωσης (π.χ. βίντεο, μουσική, περιοδικά, εφημερίδες) και των εκδόσεων (Στης ΗΠΑ, από το 1995 πωλούνται περισσότερες εγκυκλοπαίδειες σε ηλεκτρονική μορφή παρά σε έντυπη).
- **Ελαχιστοποίηση κόστους παραγωγής / Ελαχιστοποίηση τιμών.** Η πρώτη ίσως συνεισφορά που θα μπορούσε να αποδώσει κανείς στο Η.Ε. είναι η μείωση του λειτουργικού κόστους για τους προμηθευτές, με τα αντίστοιχα οφέλη και για τους πελάτες (μείωση κόστους και δυνατότητα εξασφάλισης καλύτερων τιμών). Κάθε φυσική επικοινωνία που ήταν

απαραίτητη για μια εμπορική συναλλαγή κοστίζει και διαρκεί λιγότερο αν πραγματοποιηθεί ηλεκτρονικά (πχ. ηλεκτρονικό ταχυδρομείο αντί για τηλέφωνο ή συναντήσεις). Με την ωρίμανση της τεχνολογίας των δικτύων υπολογιστών, η διαφορά κόστους μεταξύ φυσικής και ηλεκτρονικής επικοινωνίας θα γίνεται ολοένα και πιο εμφανής.

- **Νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες / Νέα προϊόντα και υπηρεσίες.** Τέλος καθώς το Η.Ε. ανοίγει μια τελειώς νέα εποχή στις εμπορικές συναλλαγές προσφέρει παράλληλα την ευκαιρία δημιουργίας εντελώς νέων προϊόντων και υπηρεσιών και μια σειρά από επιχειρηματικές ευκαιρίες στους πρωτοπόρους. Τέτοιες υπηρεσίες περιλαμβάνουν την παροχή δικτύων και δικτυακών υπηρεσιών (π.χ. παροχής υπηρεσιών στο Internet-Internet Service Providers), υπηρεσίες ηλεκτρονικών καταλόγων, συμβουλευτικές υπηρεσίες σε επιχειρήσεις για υιοθέτηση Η.Ε. κ.α.

3.2 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Το σημαντικότερο μειονέκτημα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου σχετίζεται με την ασφάλεια των συναλλαγών. Στο Internet δύσκολα μπορεί κανείς να εγγυηθεί απόλυτα ασφάλεια στις συναλλαγές. Αυτό λειτουργεί ως ένα ψυχολογικός φραγμός στον καταναλωτή που διστάζει να δώσει τον αριθμό της πιστωτικής του κάρτας σε ένα τόπο του Internet, ακόμη και αν του είναι γνωστός και καθιερωμένος. Βέβαια, είναι γεγονός ότι με την κρυπτογράφηση των δεδομένων και την υιοθέτηση ψηφιακών υπογραφών στο ελάχιστο και οι περιπτώσεις ηλεκτρονικής απάτης γίνονται ένα ασήμαντο στατιστικό ποσοστό των συναλλαγών. Τα πρόβλημα όμως παραμένει, αν και η πιστωτική μας κάρτα κινδυνεύει περισσότερο, όταν τη δίνουμε σε ένα εστιατόριο από ότι όταν τη δίνουμε π.χ στην Amazon για να αγοράσουμε βιβλία .

Για τις μικρές χώρες η παγκοσμιοποίηση της αγοράς είναι επίσης μειονέκτημα. Οι ΗΠΑ είναι μια τεράστια αγορά , αλλά το κόστος για την δημιουργία του μηχανισμού πώλησης παραμένει συγκρίσιμο, με αποτέλεσμα η Amazon να πουλά διεθνώς ελληνικά βιβλία πολύ ευκολότερα από το να πουλήσει π.χ ο Ελευθερουδάκης διεθνώς αγγλικά βιβλία . Πολέμιοι του Ηλεκτρονικού εμπορίου προβάλλουν και τα ακόλουθα μειονεκτήματα του :

- Απαιτήση γρήγορων υπολογιστών οι οποίοι θα είναι ικανοί να επεξεργαστούν απαιτητικά γραφικά .
- Ανεπάρκεια ειδικού software. Προβλήματα προσαρμογής software στο εκάστοτε hardware.
- Ακριβές διεθνείς τηλεπικοινωνίες .
- Περιορισμένη ροή πληροφοριών και περιορισμένες εγγραφές .
- Εξάρτηση από τυχόν δυσλειτουργία του υπολογιστή .
- Έλλειψη ασφάλειας .
- Ανεργία του ανθρώπινου δυναμικού.
- Έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού .

Οι εταιρίες του ηλεκτρονικού επιχειρούν και εμπορίου έχουν δημιουργήσει τεράστιες υπεραξίες σε ελάχιστο χρονικό διάστημα και έχουν κάνει πλούσιους τους βασικούς τους μετόχους και τους απλούς επενδυτές . Με αυτή τη λογική , οι εταιρίες αυτές είναι πολύ επιτυχημένες. Π.χ η εταιρία Yahoo έχει υψηλότερη χρηματιστηριακή αξία από την Apple ή τους New York Times! Σε ότι αφορά τις εταιρίες που πουλούν είναι δύσκολο να πει κανείς ότι δεν είναι επιτυχημένες , διότι δεν θα είχαν επιβιώσει αλλιώς . Εταιρίες όπως η Dell Computer, κάνουν ένα 30% του τζίρου τους μέσω του Internet και δημιουργούν σημαντικές συνεργασίες με τα κλασικά τους κανάλια διάθεσης.

Είναι εντυπωσιακό ότι η Dell, η Intell και η Cisco που (τηλεπικοινωνιακό υλικό σε ποσοστό 75% on-line) πουλούν μαζί πάνω από 70 εκατομμύρια δολάρια ημερησίως.

Αυτό που σίγουρα απαιτείται είναι μια επιχείρηση να μπορεί να αξιολογήσει σωστά τις ευκαιρίες και τους κινδύνους που μπορεί να συνεπάγεται η υιοθέτηση του Ηλεκτρονικού εμπορίου, αλλά και να επιλέξει τη σωστή στρατηγική και το πλάνο εφαρμογής της.

Ποια είναι τα μεγαλύτερα εμπόδια για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο;

Σύμφωνα με μια έρευνα που έγινε το Μάιο από την CommerceNet, οι αγοραστές δεν εμπιστεύονται το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, δε βρίσκουν αυτό που ψάχνουν, και δεν υπάρχει κάποιος εύκολος τρόπος να πληρώσουν για τα πράγματα. Πέρα απ' αυτά, "όλα κυλούν εύκολα".

Είναι φανερό ότι το Ηλεκτρονικό Εμπόριο βρίσκεται ακόμα στα πρώτα στάδια όσον αφορά στους καταναλωτές.

Οι καταναλωτές ανησυχούν μήπως κλαπούν οι πιστωτικές κάρτες, για το απόρρητο των προσωπικών τους πληροφοριών, και για τυχόν δυσλειτουργίες του δικτύου. Οι πιο πολλοί από αυτούς δεν έχουν ακόμη πειστεί ότι αξίζει να συνδεθούν στο Internet, να ψάχνουν για σταθμούς αγορών, να περιμένουν εικόνες να "κατέβουν", να προσπαθούν να κατανοήσουν τη διαδικασία της παραγγελίας, και μετά να ανησυχούν για το αν οι αριθμοί των πιστωτικών καρτών θα κλαπούν από ένα χάκερ. Και το χειρότερο, πολλοί σταθμοί πωλήσεων, όπως ο L.L.Bean, δεν διαθέτουν προς πώληση online όλα τα είδη που θα μπορούσε να αγοράσει κανείς μέσα από τον τυπωμένο κατάλογο της εταιρίας. Γιατί λοιπόν να μπει κανείς στον κόπο;

Για να πειστούν οι καταναλωτές, οι ηλεκτρονικοί έμποροι θα πρέπει να κάνουν αρκετή εκπαίδευση. Όμως η Gail Grant, πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της GLG Consulting και πρόεδρος του οικονομικού τμήματος της CommerceNet, προβλέπει ότι οι πιο πολλοί αγοραστές θα κερδηθούν σε διάστημα λίγων ετών.

Η Grant ισχυρίζεται ότι αν οι σελίδες του Δικτύου είχαν ετικέτες με πινακίδες που να έδιναν πληροφορίες για κάθε προϊόν και την τιμή του, θα ήταν πιο εύκολο για τις μηχανές αναζήτησης να εντοπίζουν προϊόντα για αγορά online. Αυτό δε συμβαίνει ακόμη, προσθέτει, επειδή οι έμποροι θέλουν οι άνθρωποι να βρίσκουν μόνο τα δικά τους προϊόντα τους και όχι αυτά των ανταγωνιστών τους, ιδιαίτερα αν τα προϊόντα κάποιας άλλης εταιρίας είναι πιο φθηνά.

Η Grant προβλέπει ότι το επερχόμενο στάνταρτ της SET θα βοηθήσει να ξεπεραστεί η σύγχυση που έχουν οι αγοραστές σχετικά με τους τρόπους πληρωμής. Αλλά προσθέτει ότι η βιομηχανία θα πρέπει επίσης να τυποποιήσει τις παραγγελίες της, πιθανώς με την Ανοιχτή Αγορά στο Internet (OBI).

Όσον αφορά τα συστήματα συναλλαγών ανάμεσα σε επιχειρήσεις, τα ζητήματα που προκύπτουν είναι λιγότερο συναισθηματικά, αλλά εξίσου σοβαρά. Οι επιχειρήσεις δεν έχουν ακόμη αποτελεσματικά μοντέλα οργάνωσης των σταθμών Ηλεκτρονικού Εμπορίου, και αντιμετωπίζουν δυσκολίες στη διάθεση των παραγγελιών και των άλλων πληροφοριών που συλλέγονται online στις υπόλοιπες

εφαρμογές της επιχείρησης. Πολλές εταιρίες συνεχίζουν να αντιτίθενται στην ιδέα να μοιραστούν πληροφορίες, που ανήκουν στις ίδιες, με τους πελάτες και τους προμηθευτές τους -κάτι που είναι ένα πολύ σημαντικό στοιχείο πολλών συστημάτων Ηλεκτρονικού Εμπορίου ανάμεσα σε επιχειρήσεις.

Το κλειδί για να επιλυθεί το επιχειρηματικό μοντέλο είναι να σταματήσουν οι έμποροι να στηρίζονται σε φανταχτερές εφαρμογές της Java και να ανασυγκροτήσουν τις λειτουργίες τους για να επωφεληθούν από τα πλεονεκτήματα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, λέγει η Grant της GLG. "Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο -όπως κάθε αυτοματισμός- μεγαθύνει με τη λειτουργία του τα προβλήματα που υπάρχουν ήδη."

Είναι το Ηλεκτρονικό Εμπόριο ασφαλές για τους εμπόρους;

Στις αρχές Ιουλίου, κάποιος, που με κάποιο τρόπο απέκτησε τα password εταιριών έστειλε ηλεκτρονικά μηνύματα σε εκατοντάδες πελάτες που είχαν κάνει αγορές μέσα από τους δημοφιλείς σταθμούς ESPN SportsZone και NBA.com που λειτουργούν μέσα από την Starwave. Ο εισβολέας είπε στα θύματα ότι οι αριθμοί από τις πιστωτικές τους κάρτες είχαν κλαπεί από τους υπολογιστές της εταιρίας, και ότι τους έστελνε τα τελευταία ψηφία ως απόδειξη.

Το γεγονός αποδεικνύει ότι κανείς δεν είναι πραγματικά ασφαλείς online. Αλλά οι περισσότεροι επενδυτές και αναλυτές συμφωνούν ότι οι συναλλαγές είναι λιγότερο επικίνδυνες στον κυβερνοχώρο από ό,τι στο φυσικό κόσμο.

Αυτό συμβαίνει επειδή ένα μεγάλο μέρος από τις απάτες με τις πιστωτικές κάρτες προκαλείται από τους υπαλλήλους της λιανικής πώλησης που χειρίζονται τους αριθμούς από τις κάρτες. Το σύστημα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου απομακρύνει τον πειρασμό με την κρυπτογράφηση των αριθμών μέσα στους εξυπηρετητές των εταιριών. Για τους εμπόρους το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι πραγματικά πιο ασφαλές από να ανοίξουν ένα κατάστημα το οποίο μπορεί να λεηλατηθεί, να καεί, να πλημμυρίσει. Η δυσκολία είναι να κάνουν τους πελάτες να συνηθίσουν στην ιδέα ότι το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι ασφαλές γι' αυτούς.

Δεν εμπιστεύονται το ηλεκτρονικό εμπόριο οι πολίτες της Ε.Ε.

Η χρήση του Διαδικτύου από την εκπαίδευση, τις επιχειρήσεις και τα νοικοκυριά έχει φθάσει σε υψηλό επίπεδο. Όμως η εξέλιξη αυτή ελάχιστα προώθησε το ηλεκτρονικό εμπόριο στις χώρες μέλη όπου το ποσοστό των λιανικών πωλήσεων βρίσκεται στο 1%. Ο βασικότερος λόγος για την βραδύτητα του Διαδικτύου είναι η δυσπιστία των καταναλωτών για την ασφάλεια των συναλλαγών τους, την ορθότητα των χρεώσεων που τους γίνονται, καθώς και ο φόβος από την δράση των χάκερ. Με σκοπό την ανατροπή αυτής της τάσης η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει ξεκινήσει την πρωτοβουλία «ε-εμπιστοσύνη», στην οποία μετέχουν οι μεγαλύτερες εργοδοτικές, εμπορικές και καταναλωτικές ενώσεις της Ένωσης όπως οι UNICE, BEUC και GBD.

4. ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (ΜΜΕ)

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο μπορεί να αποτελέσει σημαντικό όπλο για της επιχειρήσεις που επιθυμούν (ή είναι υποχρεωμένες από τις συνθήκες της αγοράς) να προβούν σε αλλαγές στον τρόπο λειτουργίας τους προκειμένου να επιβιώσουν και να αναπτυχθούν στις συνθήκες του σύγχρονου ανταγωνισμού. Το Η.Ε μπορεί να βοηθήσει μια επιχείρηση να μεταβάλλει ολοκληρωτικά τη δομή της, περνώντας από πολλά επίπεδα ιεραρχίας σε πιο "οριζόντιες" δομές και συσφίγγοντας τις σχέσεις της με τους πελάτες και προμηθευτές της, όμως από την άλλη πλευρά μπορεί να τις κάνει ευάλωτες.

Επιπτώσεις αναμένονται για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, όπου μια πιθανή σε μεγάλη κλίμακα ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου θα τις καταστήσει ακόμη περισσότερο ευάλωτες. Συμμαχίες, συνεργασίες, εξειδίκευση, ευελιξία και εισαγωγή νέας τεχνολογίας είναι μερικά από τα στοιχεία που θα πρέπει να υιοθετήσουν προκειμένου να αντεπεξέλθουν στον αυξανόμενο ανταγωνισμό.

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

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

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

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

Συμπερασματικά, η εισαγωγή και ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου θα θέσει νέες προκλήσεις και νέα προβλήματα στον κλάδο και τους εργαζόμενους. Σε κάθε περίπτωση δεν θα πρέπει να αφεθεί μόνο στις δυνάμεις της αγοράς και να γίνει κατά ανεξέλεγκτο τρόπο. Αντίθετα θα πρέπει να αποτελέσει πεδίο διαλόγου ανάμεσα σε εργοδότες και συνδικάτα. Ιδίως από την σκοπιά των δεύτερων, θα πρέπει να τεθεί κάτω από την ομπρέλα των συλλογικών διαπραγματεύσεων, προκειμένου να ρυθμιστούν σε συλλογική βάση οι ελάχιστοι όροι αμοιβής και εργασιακών συνθηκών.

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

Αντιμετώπιση της Πρόκλησης του Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονιστεί για ακόμη μια φορά ότι το Η.Ε. είναι ταυτισμένο με τη χρήση τεχνολογίας για υποστήριξη επιχειρηματικών αλλαγών. Οι επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν το Η.Ε. απλώς σαν ένα τρόπο αυτοματοποίησης και επιτάχυνσης του υπάρχοντος τρόπου λειτουργίας τους δεν μπορούν στις περισσότερες περιπτώσεις να αποκομίσουν ιδιαίτερα οφέλη από αυτό. Αντίθετα, η πλήρης εκμετάλλευση των δυνατοτήτων και ευκαιριών που προσφέρει η χρήση μεθόδων Η.Ε. στην Κοινωνία των Πληροφοριών, επέρχεται μόνο όταν η τεχνολογία συνδυάζεται με (και υποστηρίζει) τον αυτοσχεδιασμό των επιχειρηματικών διαδικασιών προς την κατεύθυνση της επίτευξης συγκεκριμένων επιχειρηματικών στόχων. Έτσι οι επιχειρήσεις θα πρέπει να επικεντρώσουν την προσοχή τους στα παρακάτω ζητήματα:

Στρατηγική εκμετάλλευση. Βασικός άξονας και σημείο αναφοράς του Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι η υποστήριξη των επιχειρήσεων στην προσπάθειά τους να σχεδιάσουν και να εφαρμόσουν στρατηγικές κινήσουν τέτοιες που θα τους εξασφαλίσουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στην αγορά που κινούνται. Έτσι, το Ηλεκτρονικό Εμπόριο δεν αναφέρεται απλά στην χρήση τεχνολογίας για

αυτοματοποίηση κάποιων επιχειρηματικών διαδικασιών, αλλά στη στρατηγική εκμετάλλευσή της για επίτευξη επιχειρηματικών στόχων.

Επικέντρωση σε τομείς επιχειρηματικής δραστηριότητας. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο μπορεί να προσφέρει σημαντικά οφέλη σε πολλούς τομείς δραστηριοποίησης μιας επιχείρησης και σε πολλά στάδια της συνολικής λειτουργίας της. Έτσι για παράδειγμα, κλασσικές εφαρμογές Η.Ε. είναι η σύναψη εμπορικής σχέσεις (διαπραγμάτευση συμφωνιών), η προώθηση προϊόντων, ο κύκλος της προσφοράς / παραγγελιοδοσίας / τιμολόγησης, οι πληρωμές, κ.α.

Τρόπος υιοθέτησης. Στην πράξη το Η.Ε. απαιτεί μια σειρά επενδύσεων από τις επιχειρήσεις. Πέρα από τις προφανείς επενδύσεις (υλικό, λογισμικό, τηλεπικοινωνιακός εξοπλισμός), το Η.Ε. απαιτεί δέσμευση ανθρώπινων πόρων, εκπαίδευση, κατοχή τεχνογνωσίας και άλλα έμμεσα κόστη που αναφέρονται στην ανάπτυξη κατάλληλης "κουλτούρας" στην επιχείρηση, στον ανασχεδιασμό επιχειρηματικών πρακτικών, κ.α. Στην πράξη, το κόστος υιοθέτησης Η.Ε. μπορεί να είναι πραγματικά πολύ μικρό για μια αρχική εφαρμογή και αυξάνεται όσο μεγαλώνει το μέγεθος της επιχείρησης, οι τομείς δραστηριότητας στους οποίους θα εφαρμοστεί, κ.α. Γενικά, οι επιχειρήσεις που είναι εξοικειωμένες με την εφαρμογή νέων τεχνολογιών δεν αντιμετωπίζουν συνήθως το κόστος επένδυσης σαν ανασχετικό παράγοντα.

Συνδυασμός τεχνολογιών. Το Η.Ε. δεν αποτελεί τεχνολογία από μόνο του. Δεν έγινε δηλαδή κάποια μεμονωμένη τεχνολογική επανάσταση που να κατέστησε δυνατό το Η.Ε. Αντίθετα το Η.Ε. αποτελεί μια ολοκληρωμένη και εμπειριστατωμένη προσπάθεια συνδυασμού νέων τεχνολογιών με απώτερο σκοπό την εξυπηρέτηση των επιχειρήσεων. Έτσι, το Η.Ε. συνδυάζει τεχνολογίες δικτύων υπολογιστών και τεχνολογίες πληροφοριακών συστημάτων, βάσεων δεδομένων, διεπιχειρησιακών Π.Σ. κλπ. με τέτοιο τρόπο που η χρήση τους να είναι εφικτή αλλά και αποδοτική για τις επιχειρήσεις.

Αξιολόγηση της Εισαγωγής του Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Είναι αλήθεια ότι το Ηλεκτρονικό Εμπόριο μπορεί να επηρεάσει την λειτουργία και την δομή μιας επιχείρησης καθώς επίσης να μεταβάλει τον τρόπο εργασίας και να αναδιαμορφώσει τον ρόλο των εργαζομένων. Έτσι είναι απαραίτητο για τις επιχειρήσεις προτού δεσμεύσουν πόρους σε οποιαδήποτε προσπάθεια, να αξιολογήσουν προσεκτικά τα ακόλουθα.

Σε ποιους τομείς της επιχειρηματικής λειτουργίας είναι προσφορότερο να χρησιμοποιηθούν τεχνολογίες και πρακτικές Ηλεκτρονικού Εμπορίου;

- Μπορεί η χρήση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου να βοηθήσει την επιχείρηση να πετύχει καλύτερα τους στόχους της;
- Ποιος συνδυασμός τεχνολογιών μπορεί να επιφέρει τα καλύτερα αποτελέσματα με το μικρότερο δυνατό κόστος επένδυσης και το ελάχιστο ρίσκο;

- Τι είδους και τι έκτασης οργανωτικές αλλαγές θα απαιτήσει η εφαρμογή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου μέσα σε μία επιχείρηση;
- Πόσο θα τροποποιηθεί ο τρόπος εργασίας των υπαλλήλων της επιχείρησης και τι ανακατατάξεις θα επιφέρει το Η.Ε. στη δομή και την ιεραρχία της εταιρείας καθώς επίσης και στις σχέσεις των εργαζομένων με την επιχείρηση;
- Αυτό που σίγουρα απαιτείται είναι μια επιχείρηση να μπορεί να αξιολογήσει σωστά τις ευκαιρίες και του κινδύνους που μπορεί να συνεπάγεται η υιοθέτηση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, αλλά και να επιλέξει την σωστή στρατηγική και το πλάνο εφαρμογής του. Κάτι τέτοιο όμως είναι εξαιρετικά δύσκολο για του εξής λόγους:

α) Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι μια σχετικά καινούργια έννοια και για τον λόγο αυτό δεν υπάρχει ακόμη διαθέσιμη σε ευρεία βάση πρακτική εμπειρία που θα βοηθούσε στην αξιολόγηση και ασφαλή εξαγωγή συμπερασμάτων. Έτσι ο πειραματισμός και η επιχειρηματική διαίσθηση είναι τις περισσότερες φορές οι βασικότεροι μηχανισμοί υιοθέτησης του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.

β) Η αξιολόγηση των ευκαιριών, των δυνατοτήτων αλλά και των κινδύνων που συνεπάγεται η υιοθέτηση μεθόδων Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι εξαιρετικά δυσχερής γιατί εξαρτάται από μία πληθώρα παραγόντων όπως το είδος επιχειρηματικής δραστηριότητας, το μέγεθος της επιχείρησης, ο βαθμός εξοικείωσης της με την χρήση νέων τεχνολογιών και μοντέρνων μεθόδων διοίκησης, γενικότερη στρατηγική και θέση της στην αγορά, και πολλοί άλλοι.

Νέες Επιχειρηματικές και Οργανωσιακές Μορφές

Οι οργανωτικές αλλαγές που θα επιβάλει το ηλεκτρονικό εμπόριο προβλέπεται ότι θα αναπτυχθούν σε 4 βασικές κατευθύνσεις:

- Αλλαγές στις βασικές λειτουργίες και διαδικασίες εντός της επιχείρησης.
- Αλλαγές στις εργασιακές ρυθμίσεις.
- Διαρθρωτικές αλλαγές στους τομείς του κλάδου και
- Αλλαγές που αφορούν τα προϊόντα που διατίθενται μέσω των νέων εμπορικών διαύλων προώθησης και διανομής.

Η επιχείρηση εκείνη που αναπτύσσεται στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου θα αντιμετωπίσει αναπόφευκτα αλλαγές των βασικών της λειτουργιών. Η διάθεση στην αγορά και η προώθηση των προϊόντων, οι πωλήσεις και οι αγορές και η διαχείριση των σχέσεων με πελάτες και προμηθευτές αποτελούν τους τομείς εκείνους που θα επηρεαστούν περισσότερο από τις νέες πρακτικές των επιχειρήσεων.

Η επίδραση του ηλεκτρονικού εμπορίου στον τρόπο παραγγελίας και παράδοσης των αγαθών θέτει ερωτήματα για τον ρόλο των **μεσαζόντων** στην αλυσίδα αξιών του εμπορίου. Ένα πιθανό σενάριο είναι η εξαφάνιση από την αλυσίδα αξιών κάθε μεσολάβησης λιανέμπορου. Είναι επίσης πιθανό ο παραγωγός να προτιμήσει την

άμεση επαφή με τον καταναλωτή. Η απάντηση των λιανέμπορων στα σενάρια του ηλεκτρονικού εμπορίου που τους αποκλείουν από την αλυσίδα αξιών μπορεί να συνίσταται στη εδραίωσή της θέσης τους ως πρωτογενούς διαύλου για την πρόσβαση στους καταναλωτές. Η συνέχιση της ύπαρξής τους θα εξαρτηθεί από τον τρόπο με τον οποίο θα εκμεταλλευτούν τις σε βάθος γνώσεις που κατέχουν σε συγκεκριμένα ζητήματα εμπορικών διαδικασιών (γνώση τμημάτων της αγοράς, συγκριτικών χαρακτηριστικών των προϊόντων, ειδικών χαρακτηριστικών γνωρισμάτων των καταναλωτών) ώστε να μετατρέψουν τις γνώσεις αυτές σε υπηρεσίες πληροφοριών μέσω ηλεκτρονικών μέσων. Εφόσον προβούν στις κατάλληλες ενέργειες εδραίωσης της θέσης τους, τα άτομα αυτά θα εξελιχθούν στους μεσάζοντες του κυβερνοχώρου στην εποχή του Internet.

Εκ πρώτης όψεως, οι **Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ)** είναι ευάλωτες στην αύξηση του ηλεκτρονικού εμπορίου επειδή, σε μία ολόενα περισσότερο ευαίσθητη ως προς την τιμή καταναλωτική αγορά, η δυνατότητά τους για αποτελεσματική συγκράτηση του εσωτερικού τεχνικό-οργανωτικού κόστους έναντι των μεγαλύτερων επιχειρήσεων είναι σημαντικά χαμηλότερη. Το γεγονός αυτό μειώνει τις δυνατότητές τους για περιορισμό των εσωτερικών δαπανών, κατάσταση που οδηγεί σε υψηλότερες τιμές προϊόντων. Ωστόσο, οι ΜΜΕ έχουν διαφορετικούς τρόπους για να ανταποκριθούν στην πρόκληση αυτή. Οι επιχειρήσεις αυτές χρειάζεται να εξετάσουν τις δυνατότητες σύστασης συμμαχιών και ειδίκευσης (niche marketing), προκειμένου να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητά τους έναντι των μεγάλων επιχειρήσεων. Μια άλλη στρατηγική επιλογή είναι η διεξόδυσή τους σε αγορές απομακρυσμένων γεωγραφικών περιοχών. Τέλος, πρέπει να είναι πρόθυμες να υιοθετήσουν νέες τεχνολογίες.

Όσον αφορά στις **στρατηγικές προϊόντων**, η αγορά του ηλεκτρονικού εμπορίου χαρακτηρίζεται από καταστήματα που ειδικεύονται στην παροχή πακέτων "προϊόντων -εξυπηρέτησης" (δηλαδή πωλήσεις σε συνδυασμό με υπηρεσίες συντήρησης, υστερογενείς πωλήσεις, παράδοση, συσκευασίας) και βασίζονται σε προϊόντα με χαρακτηριστικά και ποιότητα που είναι σε θέση να αντιμετωπίσουν τον παγκόσμιο ανταγωνισμό.

Κάθε μορφή του ηλεκτρονικού εμπορίου μέσω του Internet είναι εξ ορισμού γεωγραφικά ανεξάρτητη. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με τεχνολογικές καινοτομίες, όπως είναι τα ασφαλή συστήματα ηλεκτρονικών πληρωμών και το ηλεκτρονικό χρήμα που επιτρέπουν την πλήρη ολοκλήρωση ενός κύκλου ηλεκτρονικών πωλήσεων, συμβάλλει στην υιοθέτηση μεθόδων τηλε-εργασίας. Η τηλε-εργασία και το ηλεκτρονικό εμπόριο συγκλίνουν από την άποψη των βασικών τεχνολογικών πλαισίων που χρησιμοποιούν. Μεταξύ των εργασιών που μπορούν να εκτελεστούν από απόσταση συγκαταλέγονται σε δραστηριότητες προώθησης προϊόντων, η παρακολούθηση του ανταγωνισμού στο δίκτυο, η ανάπτυξη και η συντήρηση των τεχνολογικών υποδομών του ηλεκτρονικού εμπορίου και κυρίως οι δραστηριότητες διανομής.

Τα οργανωτικά, χωρικά και τεχνικά όρια των επιχειρήσεων επεκτείνονται και σε ορισμένες περιπτώσεις καταργούνται, ενώ οι δομές της ιεραρχίας μετασχηματίζονται με την εισαγωγή του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Επιπτώσεις στην Εργασία και την Απασχόληση

Οι εργαζόμενοι, αφενός χρειάζεται να βελτιώσουν τις ικανότητες, τις γνώσεις και τα προσόντα του. Αφετέρου, έχουν την δυνατότητα να αναπτύξουν τις ευθύνες, την προσωπικότητα και τις επιδόσεις τους. Η επίτευξη νέων επιχειρηματικών δομών συνεπάγεται αλλαγή των ρόλων και της συμπεριφοράς ως εκ τούτου χρειάζεται να υιοθετηθούν διακριτά πρότυπα τυπικών προσόντων και υποκίνησης. Οι γνώσεις όσον αφορά τα κίνητρα της ανθρώπινης συμπεριφοράς, την ικανοποίηση από την εργασία, καθώς και τη σύνδεση μεταξύ των εργασιακών ρυθμίσεων και των επιδόσεων των εργαζομένων, θα αποτελέσουν ουσιαστικά κριτήρια για την επιτυχή ένταξη και την καθοδήγηση του ανθρώπινου δυναμικού στην εποχή του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η εργασία με ουσιαστικό περιεχόμενο, το σαφές εργασιακό περιβάλλον, η ταχεία ανατροφοδότηση των αποτελεσμάτων της εργασίας, καθώς και η επαρκής ειδικευση, η αυτονομία και η υπευθυνότητα παρέχουν στο άτομο την δυνατότητα αυτοπραγμάτωσης και αυξάνουν την προθυμία του να βελτιώσει τις επιδόσεις του. Ένα τέτοιο εργασιακό πλαίσιο παρέχει στους εργαζόμενους και την απαραίτητη υποκίνηση να δεσμευτούν προσωπικά στην κατεύθυνση επίτευξης των επιχειρηματικών στόχων.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο σημαίνει για τους υπαλλήλου σταθερή αύξηση των επιπέδων των δεξιοτήτων επειδή καταργεί επαναλαμβανόμενες και μονότονες εργασίες και παρέχει πολύ πλουσιότερη βάση πληροφοριών για την εκτέλεση της εργασίας. Σε γενικές γραμμές, οι νέες ρυθμίσεις καθηκόντων των εργαζομένων σε περιβάλλον ηλεκτρονικού εμπορίου αναμένεται ότι θα εστιάζονται σε τρία είδη δραστηριοτήτων:

- Διαχείριση της προώθησης και της εμπορίας των προϊόντων και παρακολούθηση των ανταγωνιστών.
- Διαχείριση της επικοινωνίας μεταξύ της επιχείρησης και των πελατών και προμηθευτών της.
- Διαχείριση των υποδομών της τεχνολογίας των πληροφοριών και των επικοινωνιών.

Έτσι η ηλεκτρονική προώθηση προϊόντων, ιδίως μέσω του Internet, θα δημιουργήσει ένα νέο είδος θέσης, του υπευθύνου προώθησης προϊόντων στο παγκόσμιο ιστό (web promoter). Οι δυνατότητες που προσφέρονται για ηλεκτρονικές πωλήσεις θα παροτρύνουν ορισμένα μέλη του υπάρχοντος προσωπικού να ασχοληθούν με τις ηλεκτρονικές πωλήσεις. Η εργασία του υπευθύνου λογιστηρίου στο εμπόριο θα αλλάξει σημαντικά, δεδομένου ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο τροποποιεί την ανταλλαγή πληροφοριών και τη διαχείριση των πληρωμών που έχουν καταβληθεί ή που έχουν ληφθεί. Εκτιμάται ότι ο μελλοντικός χώρος εργασίας θα είναι πολύ διαφορετικός από το

σημερινό, τόσο από άποψη γεωγραφικής θέσης όσο και από άποψη λειτουργιών. Η επέκταση του ηλεκτρονικού εμπορίου θα απαιτήσει εύκαμπτες ρυθμίσεις εργασίας λόγω της ανάγκης για εξυπηρέτησης των πελατών σε 24ωρη βάση, της εξάλειψης ορισμένων θέσεων εργασίας, της ανακατανομής των υπαλλήλων και της αποσύνδεσης ορισμένων θέσεων εργασίας από τη γεωγραφική θέση της επιχείρησης. Τα πακέτα αμοιβών στο τομέα του εμπορίου θα αναδιαμορφωθούν μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου λόγω των απαιτήσεων για νέα είδη υπαλλήλων με ανώτερα και εξειδικευμένα προσόντα. Αναμένεται ότι οι εργοδότες θα προσφέρουν υψηλότερες αμοιβές για υπαλλήλους με γνώσεις στον τομέα της τεχνολογικής υποδομής του ηλεκτρονικού εμπορίου, καθώς επίσης στους τομείς της τεχνικοοργανωτικής υποστήριξης των τεχνικών πώλησης και προώθησης για συγκεκριμένο προϊόν και τομέα της αγοράς.

Η τάση για αναβάθμιση των δεξιοτήτων του εργατικού δυναμικού είναι μη αναστρέψιμη. Στο μέλλον, η εργασία θα οργανώνεται με βάση τα αποτελέσματα και όχι τα προκαθορισμένα καθήκοντα και ρόλους, ενώ η τηλε-εργασία θα αποκτήσει μεγάλη σημασία. Κατά συνέπεια, η αυτό-υποκίνηση (self-motivation), η αυτονομία καθηκόντων, η ικανότητα εργασίας με γνώμονα τα αποτελέσματα και όχι την περιγραφή των εργασιακών καθηκόντων, καθώς και ο αυξημένος επαγγελματισμός θα αποτελέσουν τους βασικούς παράγοντες για τα άτομα που θα ασχοληθούν στο μέλλον στο τομέα του εμπορίου. Οι εργαζόμενοι στο εμπόριο πρέπει να εξελιχθούν "σκεπτόμενους εργαζόμενους" οι οποίοι θα είναι ανοιχτοί στις μαθησιακές απαιτήσεις του αντικειμένου της εργασίας. Η δια βίου εκπαίδευση έχει ουσιαστική σημασία για την ικανότητα των εργαζομένων να προσαρμόζονται στις αλλαγές της εργασίας τους.

Τέλος, η δικτύωση των δραστηριοτήτων ενθαρρύνει την "εικονική κινητικότητα" του ανθρώπινου δυναμικού και προωθεί την παγκοσμιοποίηση της αγοράς εργασίας. Στο πλαίσιο αυτό, η διασυνοριακή εργασία θα έχει σημαντικό αντίκτυπο στην εργασιακή νομοθεσία. Θα χρειαστούν σίγουρα κατάλληλες κανονιστικές διατάξεις για ζητήματα σχετικά με τη διασυνοριακή εργασία.

5.ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΝΟΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΜΕ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

Το σύστημα Πληροφορικής μιας επιχείρησης προϋποθέτει συνήθως σταθμούς εργασίας συνδεδεμένους μεταξύ τους με κάποια μορφή δικτύου . Οι περιπτώσεις που συναντώνται είναι δύο : α) σύνδεση αυτόνομων σταθμών εργασίας , χωρίς την ύπαρξη εξυπηρετητή (δίκτυα peer-to-peer) ή β) σύνδεση σταθμών εργασίας με έναν ή περισσότερους εξυπηρετητές (δίκτυα client-server).Στην πρώτη περίπτωση οι σταθ μ εργασίας βασίζονται στο λειτουργικό τους σύστημα, οι επικοινωνίες βασίζονται στο πρωτόκολλο IPX ή NetBEUI. Στη δεύτερη περίπτωση , αν το λειτουργικό του server είναι τοNetWare οι επικοινωνίες βασίζονται και πάλι στο πρωτόκολλο IPX, αν ό μ το λειτουργικό του server είναι τα Windows NT, οι επικοινωνίες βασίζονται στο πρωτόκολλο TCP/IP. Πάντως , σε κάθε περίπτωση , για την ανάπτυξη και σύνδεση , ενός Web Server στο μηχανογραφικό σύστημα της επιχείρησης , είναι απαραίτητο το πρωτόκολλο του δικτύου της επιχείρησης να είναι το TCP/IP. Το ίδιο δίκτυο θα πρέπει να έχει ταχύτητα 1 00Mb/sec, μ χρήση των κατάλληλων hubs και switches, καλωδίων και καρτών στους σταθμούς εργασίας .Ίσως στην περίπτωση διακίνησης πολύ μ όγκου δεδομένων από το δίκτυο να πρέπει να εξεταστεί η μετάβαση του δικτύου σε ακόμα μεγαλύτερες ταχύτητες μ τη χρήση νέων τεχνολογιών , όπως είναι οι οπτικές ίνες , μια λύση που όμως προϋποθέτει ιδιαίτερα αυξημένο κόστος υλοποίησης .

Με την ολοκλήρωση της αναβάθμισης του δικτύου της επιχείρησης ,όπου αυτή χρειάζεται και αφού εγκατασταθεί ο Web Server, το πρώτο βήμα για την επιχείρηση θα μπορούσε να είναι η δημιουργία ενός «εσωτερικού Διαδικτύου», ενός Intranet, που θα βοηθούσε στη σωστή ανάπτυξη του ηλεκτρονικού καταστήματος, προσομοιώνοντας τις συνθήκες του Internet σε ένα μικρότερο και ελεγχόμενο μοντέλο μέσα στην ίδια την επιχείρηση . Το μόνο που απαιτείται είναι η εγκατάσταση ενός browser, όπως ο Internet Explorer ή ο Netscape, στους σταθμούς0 εργασίας του μηχανογραφικού συστήματος και οι πρώτοι «δοκιμαστικοί πελάτες » του ηλεκτρονικού καταστήματος θα είναι έτοιμοι να ανακαλύψουν τις δυνατότητες , αλλά κυρίως τις αδυναμίες του καταστήματος αυτού , πριν τις ανακαλύψουν οι πραγματικοί του πελάτες που ίσως το απορρίψουν .

Ο **Web Server** πρέπει να συνδεθεί με το Internet. Αυτό επιτυγχάνεται με τη χρήση εργαλείων , όπως τα **modems** και οι **routers**, και μισθωμένων τηλεφωνικών γραμμών ή γραμμών ISDN.

Οι **routers** είναι συσκευές των οποίων η χρήση επιτυγχάνει τη σύνδεση δύο δικτύων μεταξύ τους –στην περίπτωσή μας- , το δίκτυο του συστήματος Πληροφορικής της επιχείρησης με το Internet. Οι τηλεφωνικές γραμμές αναλαμβάνουν την τελική σύνδεση του Web Server με τον αντίστοιχο ενός ISP (Internet Service Provider, ενός παροχέα υπηρεσιών Internet), που είναι με τη σειρά του συνδεδεμένος με το ευρύτερο δίκτυο .

Η σύνδεση που επιτυγχάνεται είναι αμφίδρομη και επιτρέπει την πρόσβαση στο Internet όλων των σταθμών εργασίας του μηχανογραφικού συστήματος της επιχείρησης, εφόσον ο Web server είναι μέρος του δικτύου της επιχείρησης. Δεν είναι όμως επιθυμητό το αντίθετο δηλαδή η πρόσβαση των χρηστών του διαδικτύου στο μηχανογραφικό σύστημα της επιχείρησης. Για τον λόγο αυτό επιστρατεύονται ειδικά εργαλεία, όπως τα firewall, που ελέγχουν την πρόσβαση των παρεισάκτων. Το ρόλο του firewall μπορεί να παίξει ακόμα και ο router του δικτύου, ο οποίος μπορεί να προγραμματιστεί με τέτοιο τρόπο, ώστε να απαγορεύει την πρόσβαση στο εσωτερικό του δικτύου σε ομάδες χρηστών ή σε όλους τους χρήστες.

Στο ηλεκτρονικό εμπόριο, χώρος όπου στεγάζεται η επιχείρηση είναι ο server του διαδικτύου (web server) και η βιτρίνα του ο δικτυακός τόπος (site). Ο web server είναι ο υπολογιστής που καλείται να φιλοξενήσει στα ράφια του τα προϊόντα που διακινεί η επιχείρηση και να εγγράψει στο ταμείο τα χρήματα από την πώλησή τους. Η επιλογή της πλατφόρμας του web server μιας επιχείρησης δεν συνδέεται απαραίτητα με την υπάρχουσα πλατφόρμα της μηχανογράφησης της, εφ' όσον διασφαλιστεί τεχνολογικά η ανταλλαγή δεδομένων από την μια πλατφόρμα στην άλλη. Σίγουρα όμως η επιλογή της ίδιας με την υπάρχουσα πλατφόρμας εξυπηρετεί την επιχείρηση, η οποία δεν θα χρειαστεί να προσλάβει νέο προσωπικό ή να εκπαιδεύσει το υπάρχον για να καλύψει τις ανάγκες ανάπτυξης και συντήρησης του νέου της server και συγχρόνως θα αποφύγει την ταλαιπωρία της μετατροπής των δεδομένων από και προς το υπάρχον μηχανογραφικό της σύστημα. Παρ' όλα αυτά στην επιλογή web server μια επιχείρηση θα πρέπει να λάβει υπ' όψη της και άλλους παράγοντες, όπως το κόστος, την επεκτασιμότητα και την δυνατότητα αναβάθμισης του συστήματος, την υποστήριξη που προέρχεται από τους κατασκευαστές ή τους αντιπροσώπους και βέβαια την ποικιλία του λογισμικού που προσφέρεται για αυτή τη συγκεκριμένη πλατφόρμα. Πρέπει να τονιστεί ότι οι συναλλαγές που γίνονται με το Internet οφείλουν να είναι απόλυτα ασφαλείς και απόρρητες. Γι' αυτό το λόγο όλα τα δεδομένα από και προς τον web server κρυπτογραφούνται ώστε να μην μπορεί κανένας να τα παρακολουθήσει όταν αυτά μεταφέρονται στο διαδίκτυο. Αυτή η κρυπτογράφηση, καθώς βέβαια και η χρήση ειδικού λογισμικού, δημιουργούν ιδιαίτερα αυξημένες απαιτήσεις για το server. Ανάλογα λοιπόν με την επιλογή της πλατφόρμας του αλλά και με το εύρος των προϊόντων και των συναλλαγών που θα κληθεί να εκτελέσει, ο web server θα πρέπει να είναι ένας ηλεκτρονικός υπολογιστής με ιδιαίτερα μεγάλη ισχύ, μνήμη και δυνατότητα αποθήκευσης. Αποκλειστική ή παράλληλη χρήση;

Ένα ερώτημα που μπορεί να τεθεί όσον αφορά στο «κτίσιμό» ενός ηλεκτρονικού καταστήματος και στην επιλογή του ως Web Server τον υπάρχοντα, αυτόν δηλαδή του μηχανογραφικού της συστήματος, τον οποίον χρησιμοποιεί είτε για να παρέχει υπηρεσίες αρχείων στο δίκτυο (file server) είτε για να φιλοξενεί τις επιχειρησιακές βάσεις δεδομένων (Database Server).

Η απάντηση θα μπορούσε θεωρητικά να είναι θετική, υπό την προϋπόθεση ότι τα στοιχεία του Web Server θα διασφαλιστούν από κάθε παρείσακτο που θα επιχειρήσει να εκμεταλλευτεί το διπλό του μηχανήματος, για να εισέλθει πολύ ευκολότερα στις ευαίσθητες περιοχές πληροφοριών της επιχείρησης. Στην πράξη όμως κανείς δεν θέλει να ρισκάρει κάτι τέτοιο, ούτε θα ήθελε μια βλάβη του κεντρικού συστήματος να «κρεμάσει» ταυτόχρονα την εσωτερική και εξωτερική λειτουργία της εταιρείας. Αντίθετα, θα πρέπει να σκεφτούμε ότι ο Web Server είναι ένας υπολογιστής που θα πρέπει να λειτουργεί είκοσι τέσσερις ώρες το εικοσιτετράωρο, με προορισμό να εξυπηρετεί τους πελάτες της επιχείρησης ακούραστα και απροβλημάτιστα. Είναι επίσης ο υπολογιστής που θα διαχειρίζεται τα προϊόντα, τα χρήματα και ίσως την αξιοπιστία της επιχείρησης. Ένα τέτοιο λοιπόν σύστημα θα πρέπει να μ επιφορτίζεται μ άλλα καθήκοντα, αλλά και να επιβηθείται. Σημαντικότερα συστήματα επιβηθήσης είναι οι δευτερεύοντες servers που σε ένα μηχανογραφικό σύστημα παίζουν το ρόλο που παίζουν οι αναπληρωματικοί παίκτες σε ένα παιχνίδι, με τη διαφορά ότι δεν περιμένουν να αντικαταστήσουν το βασικό παίκτη για να αναλάβουν δράση. Ήδη, κατά τη λειτουργία του κύριου server λειτουργούν και αυτοί, ενημερώνονται συνεχώς από αυτόν και είναι έτοιμοι να τον αντικαταστήσουν σε περίπτωση ανάγκης για μικρό χρονικό διάστημα. Επίσης, η ύπαρξη συσκευών backup θεωρείται απολύτως απαραίτητη. Η πολιτική λήψης αντιγράφων ασφαλείας υλοποιείται με ένα χρονοπρόγραμμα που περιγράφει το χρόνο και τον τρόπο με τον οποίο θα λαμβάνονται τα αντίγραφα ασφαλείας των ευαίσθητων δεδομένων του μηχανογραφικού συστήματος. Το χρονοπρόγραμμα αυτό προγραμματισμένων εντολών, μέσω ειδικού λογισμικού φροντίζει οι εντολές αυτές να εκτελούνται με θρησκευτική ευλάβεια. Ειδικά στις εφαρμογές του ηλεκτρονικού εμπορίου, η σημασία του τακτικού και μάλιστα αυτόματου backup είναι πολύ μεγαλύτερη, διότι δεν υπάρχουν τα συνηθισμένα «χάτρινα» παραστατικά, τα οποία πιστοποιούν μια συναλλαγή και με τα οποία μπορούμε να ενημερώσουμε ξανά το σύστημα, αν χαθούν τα δεδομένα του. Απαραίτητη κρίνεται επίσης και η ύπαρξη συστήματος αδιάλειπτης τροφοδοσίας, γνωστού και ως UPS. Ένα τέτοιο σύστημα παίζει συνήθως διπλό ρόλο, αφενός με εξουδετερώνει τις αυξομειώσεις που συχνά παρατηρούνται στο δίκτυο της ηλεκτροδότησης και που μπορεί να αποδειχθούν καταστροφικές για ευαίσθητα μηχανήματα, όπως οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές, και αφετέρου μπορεί να τροφοδοτεί το μηχανογραφικό σύστημα για ένα χρονικό διάστημα, από μερικά λεπτά έως αρκετές ώρες, ανάλογα με την ισχύ του, σε περίπτωση διακοπής της παροχής του ηλεκτρικού ρεύματος. Μια οικονομικότερη λύση βέβαια είναι η επιλογή ενός UPS που θα τροφοδοτεί τον server για αρκετή ώρα σε περίπτωση διακοπής και άλλου UPS για τον υπόλοιπο εξοπλισμό, μικρότερης ισχύος, που θα δώσει στους χρήστες αρκετό χρόνο να αποθηκεύσουν τη δουλειά τους και να κλείσουν τα τερματικά τους. Τέλος, θα πρέπει να έχουμε υπόψη μας πως υπάρχουν έξυπνα UPS, τα οποία λίγο πριν εξαντλήσουν το φορτίο τους ειδοποιούν τον server και του δίνουν την εντολή να

κλείσει φυσιολογικά . Αυτό σε μια εγκατάσταση που λειτουργεί «αφύλακτη» 24 ώρες το εικοσιτετράωρο είναι ένα ιδιαίτερα επιθυμητό χαρακτηριστικό .

Λογισμικό

Στην επιδίωξη της να «βγει στο διαδύκτιο », η επιχείρηση έχει βασικά δύο επιλογές : α) να αναπτύξει μόνη της ή με υπεργολάβο το λογισμικό που θα χρησιμοποιήσει και β) να το επιλέξει από τη μεγάλη ομάδα προϊόντων λογισμικού που διατίθενται στην αγορά και στη συνέχεια να το παραμετροποιήσει, έτσι ώστε να καλύπτει τις δικές της ανάγκες . Και στις δύο περιπτώσεις ο κίνδυνος είναι ένας. Η επιχείρηση μπορεί να εγκλωβιστεί σε ένα σύστημα Πληροφορικής που επιδέχεται ελάχιστες παρεμβάσεις και θα έχει ελάχιστες δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης , καθώς η ίδια θα εξελίσσεται συνεχώς . Ο κυριότερος λοιπόν παράγοντας στην επιλογή του λογισμικού , πέρα από το να καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησης , είναι η δυνατότητα παραμετροποίησής του και η επεκτασιμότητά του . Είναι απόλυτα φυσικό όμως μια επιχείρηση να σχεδιάσει την μηχανογράφησή της σε μια εποχή όπου το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν είχε ακόμη γεννηθεί , όπως είναι επίσης φυσικό εκείνη η μηχανογράφηση να κάλυπτε ικανοποιητικά τις μέχρι τώρα ανάγκες της επιχείρησης . Σε αυτή την περίπτωση , η απόφαση της επιχείρησης για είσοδο στην αγορά του διαδικτύου είναι πιθανόν να την οδηγήσει σε αναβάθμιση του υφιστάμενου συστήματος Πληροφορικής της ή και σε ριζική αλλαγή του . Αντίστροφα , εάν ήδη η λογισμική της υποδομή χαρακτηρίζεται από παραμετρικότητα και επεκτασιμότητα, θα χρειαστεί απλώς μια επέκταση εύκολη και σχετικά χαμηλού κόστους .

Γενικότερα , θα πρέπει να επισημανθεί ότι το σύστημα Πληροφορικής μιας επιχείρησης που επιθυμεί να επεκταθεί δυναμικά σε συναλλαγές και διακίνηση των προϊόντων της μέσω του διαδικτύου , θα πρέπει να καλύπτει όλες τις δραστηριότητές της , από την παρακολούθηση της αποθήκης μέχρι την τιμολόγηση και την παρακολούθηση του πελατολογίου μέχρι την κοστολόγηση των προϊόντων της . Όλες αυτές οι διαδικασίες θα πρέπει να παρέχουν τα δεδομένα στον Web Server και αυτός με τη σειρά του να ενημερώνει όλες τις επιμέρους εφαρμογές του συστήματος Πληροφορικής .

6. ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Η αρχιτεκτονική του ηλεκτρονικού εμπορίου διαφέρει από εφαρμογή σε εφαρμογή . Τα βασικά της όμως επίπεδα είναι τρία

- επίπεδο παρουσίασης (web browser layer)
- επίπεδο βασικών υποσυστημάτων εφαρμογής (application layer)
- επίπεδο δεδομένων (database layer)

Επίπεδο παρουσίασης

Ένα πρότυπο σύστημα θα πρέπει να αξιοποιεί όλες τις δυνατότητες που προσφέρει το Internet, καθώς επίσης να εκμεταλλευτεί τις τελευταίες τεχνολογικές καινοτομίες κυρίως όσον αφορά την αποτελεσματική υλοποίηση και διάθεση επιχειρηματικών εφαρμογών στο Internet. Συγκεκριμένα θα πρέπει να ληφθούν υπόψη πρότυπα που έχουν καθιερωθεί σχετικά με αρχιτεκτονικές συστημάτων βασισμένων στο internet (CORBA – Common object request broker architecture, κλπ), με σκοπό την εξασφάλιση της επεκτασιμότητας καθώς και την αποτελεσματική ολοκλήρωση διαφορετικών εφαρμογών. Ειδικότερα , σε διεπιχειρησιακά πληροφοριακά συστήματα ηλεκτρονικού εμπορίου όπου απαιτείται η συνεργασία των εμπλεκόμενων είναι αναγκαία η διασύνδεση διαφορετικών εφαρμογών για τη παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών . Εντοπίζεται , δηλαδή η ανάγκη ολοκλήρωσης internet εφαρμογών (υποσυστημάτων) τόσο μεταξύ τους όσο και με ενδοεπιχειρησιακά συστήματα (συστήματα εκδόσεων) .

Το επίπεδο βασικών υποσυστημάτων της εφαρμογής

Το επίπεδο βασικών υποσυστημάτων της εφαρμογής υλοποιεί το πιο σημαντικό τμήμα του συστήματος ηλεκτρονικού εμπορίου και περιλαμβάνει τις παρεχόμενες προς τους χρήστες υπηρεσίες .

Στις **ηλεκτρονικές εκδόσεις** το επίπεδο βασικών υποσυστημάτων περιλαμβάνει : υποσύστημα ηλεκτρονικών εκδόσεων (αυτόματη έκδοση της εφημερίδας στο Internet), το μηχανισμό αναζήτησης, τις υπηρεσίες εγγραφής και τέλος τις εξειδικευμένες υπηρεσίες .

Στις **τουριστικές υπηρεσίες** το επίπεδο των βασικών υποσυστημάτων εφαρμογών περιλαμβάνει το υποσύστημα του πελάτη , το υποσύστημα του τουριστικού πρακτορείου και τέλος το υποσύστημα του προμηθευτή .

Στα **ηλεκτρονικά καταστήματα** στο επίπεδο των βασικών υποσυστημάτων εφαρμογών θα ενσωματώνεται ένα σύνολο από υποσυστήματα-εφαρμογές που θα υλοποιούν όλα τα χαρακτηριστικά και δυνατότητες ενός συστήματος ηλεκτρονικού εμπορίου και θα ολοκληρώνονται σε ένα ενιαίο περιβάλλον ενός ηλεκτρονικού καταστήματος. Τα υποσυστήματα αυτά αναλύονται ως εξής :

- Υποσύστημα καταχώρισης και ενημέρωσης προϊόντων . Θα παρέχει στον διαχειριστή του καταστήματος μέσα από ένα απλό και γραφικό περιβάλλον

/ διεπαφή χρήσης , την δυνατότητα να καταχωρεί και να ενημερώνει τα στοιχεία για τα προϊόντα

- Υποσύστημα διαχείρισης του καταστήματος. Θα επιτρέπει στον διαχειριστή να ασχοληθεί με την διαμόρφωση του καταστήματος και να καθορίσει τις απαραίτητες ρυθμίσεις για την εμφάνιση των προϊόντων και την λειτουργικότητα του καταστήματος.

ΓΡΑΦΙΚΗ ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ

Χρήσιμες συμβουλές

- Τοποθετήστε τα πιο σημαντικά στοιχεία στην κορυφή της σελίδας, όπως είναι ο τίτλος, ο σκοπός της σελίδας και η ημερομηνία
- Καθορίστε μια αισθητική ιεραρχία
- Κατευθύνεται το μάτι
- Περιορίστε το γραφικό περισπασμό
- Κρατήστε μια σταθερή δομή
- Γράφετε καθαρά και συνοπτικά
- Κάντε τα κείμενά σας να διαβάζονται «με μια ματιά». Χρησιμοποιήστε τίτλους και θεματικές λίστες
- Σχεδιάστε προσεκτικά την πλοήγηση
- Αποφύγετε κείμενα και γραφικά που αναβοσβήνουν
- Παρέχετε διεύθυνση e-mail για άμεση επικοινωνία σε μορφή hypertext
- Δώστε πρόσβαση σε όσους περισσότερους χρήστες μπορείτε, συμπεριλαμβανομένων και εκείνων με αργές συνδέσεις ή browsers κειμένου

Η αισθητική ιεραρχία

Η βασική δουλειά κατά το σχεδιασμό της δομής των ιστοσελίδων σας είναι η δημιουργία μιας σταθερής ιεραρχίας , όπου θα δίνεται έμφαση στα βασικά στοιχεία και το περιεχόμενο θα οργανώνεται λογικά με προβλεπόμενο τρόπο . Ο τρόπος που θα παρεμβάλλονται οι πληροφορίες θα πρέπει να οδηγεί το μάτι του αναγνώστη μέσα στη σελίδα και να το κατευθύνει στο περιεχόμενο.

Αυτό που χρειάζεστε είναι μια ισορροπία , η οποία προσελκύει το μάτι και δημιουργεί μια οπτική αντίθεση .

Οι αναλογίες και η καταλληλότητα είναι τα κλειδιά στον επιτυχημένο σχεδιασμό , που όμως εξαρτάται άμεσα από τους στόχους που θέλετε να επιτύχετε , από το κοινό στο οποίο απευθύνεστε και από τη φύση του περιεχομένου σας .

Κατευθύνοντας το μάτι

Ο τρόπος με τον οποίο διαβάζει το ματι, τουλάχιστον στο δυτικό κόσμο , είναι αριστερά προς τα δεξιά . Για το λόγο αυτό , ο οπτικός άξονας που δημιουργεί ο τρόπος ανάγνωσης χρησιμοποιείται ως βάση για το γραφικό σχεδιασμό των γραπτών εκδόσεων . Το πάνω μέρος της σελίδας είναι το πιο κυρίαρχο κομμάτι

και ιδιαίτερα στην περίπτωση των ιστοσελίδων , μια και το πάνω μέρος μιας ιστοσελίδας είναι το κομμάτι που βλέπουν αμέσως και περισσότερο οι χρήστες μέσω από τις οθόνες τους .

Ο γραφικός περισπασμός

Χρησιμοποιείται οριζόντιες γραμμές , bullet points, εικονίδια και άλλα οπτικά σύμβολα, κατάλληλα και με φειδώ . Διαφορετικά , η συχνή αυτή χρήση αυτών των στοιχείων θα υπερφορτώσει τη σελίδα και θα επιφέρει σύγχυση στην κατανόηση του περιεχομένου.

Κρατείστε σταθερή δομή

Δημιουργήστε και διατηρήστε ένα πλάνο της δομής , με το οποίο θα χειρίζεστε κείμενο και γραφικά . Επίσης , επιλέξτε το ύφος που θέλετε να χαρακτηρίζει τις σελίδες σας , αλλά και ένα κατάλληλο θεματικό κανόνα (graphic theme). Στη συνέχεια ακολουθήστε τη δόμη πιστά. Μην ανησυχείτε μήπως η επανάληψη θα είναι βαρετή . Αντιθέτως θα δώσει στις σελίδες σας ένα προσωπικό χαρακτήρα και οι επισκέπτες σας θα θυμούνται το κατάστημά σας πιο εύκολα .

ΠΛΟΗΓΗΣΗ

Η καλή πλοήγηση είναι μεγίστης σημασίας όχι μόνο για ένα ηλεκτρονικό κατάστημα , αλλά και για έναν οποιονδήποτε δικτυακό τόπο. Το περιεχόμενο των σελίδων πρέπει να είναι οργανωμένο με τέτοιο τρόπο - και οι ιστοσελίδες του καταστήματος να συνδέονται έτσι - ώστε ο πελάτης να βρίσκει εύκολα τα προϊόντα και τις πληροφορίες που χρειάζεται και να παραγγείλει άμεσα και χωρίς κόπο . Εάν ο πελάτης στην αναζήτησή του αρχίζει να περιπλέκεται σε ένα λαβύρινθο περιεχομένων και σελίδων για να φτάσει τελικά στο επιθυμητό αποτέλεσμα , τότε το πιθανότερο είναι να χαθεί και να εκνευριστεί , εγκαταλείποντας την προσπάθεια . Το 80% των επισκεπτών ενός τόπου ρίχνει απλώς μια ματιά στη σελίδα στην οποία φτάνει και μετά αποχωρεί . Έχει υπολογιστεί ότι κάθε φορά που ζητάς από τους επισκέπτες σου να μεταφερθούν σε μια άλλη σελίδα , το 20% από αυτούς αποχωρεί . Γι'αυτό λοιπόν χρειάζεται μεγάλη προσοχή στο σχεδιασμό αποτελεσματικής πλοήγησης .

Ένας τρόπος για την επίτευξη αποτελεσματικής πλοήγησης είναι η χρήση ενδεικτικών χαρακτηριστικών , όπως τίτλοι και υπότιτλοι για κάθε σελίδα , που να χρησιμοποιούνται με σταθερό τρόπο , για να δίνουν στον επισκέπτη την αίσθηση του που βρίσκεται μέσα στο χώρο του καταστήματος.

Τα πλήκτρα πλοήγησης για την μετακίνηση μεταξύ σελίδων πρέπει να είναι χαρακτηριστικά , ώστε η χρήση τους να είναι αυτονόητη και να είναι τοποθετημένα σε συγκεκριμένα σημεία .

Άλλο μέσο που βοηθά στην αποτελεσματική πλοήγηση είναι οι μηχανές αναζήτησης . Με τη χρήση λέξεων - οι πελάτες σας θα μπορούν να επιλέξουν από μια λίστα με σχετικά αποτελέσματα από την αναζήτηση και να βρουν πιο εύκολα το προϊόν ή την πληροφορία που αναζητούν .

Ένας χάρτης του τόπου (site map) είναι επίσης απαραίτητος , καθώς δίνει συνοπτική εικόνα για τη δομή του καταστήματος και επιτρέπει στον επισκέπτη με μια ματιά να δει πού βρίσκεται και να επισκεφτεί μια άλλη ιστοσελίδα με ένα απλό click. Είναι επίσης πολύ χρήσιμο να δίνετε την δυνατότητα στους επισκέπτες σας να επιστρέφουν στην κεντρική σελίδα του καταστήματος από οποιαδήποτε σελίδα βρίσκονται . Άλλωστε , η κεντρική σελίδα είναι η αφετηρία από όπου ο επισκέπτης μπορεί να επιλέξει με ποιο τρόπο θα εξερευνήσει το κατάστημα .

Τέλος , η διαδικασία παραγγελιοδοσίας είναι μια διαδικασία που χρειάζεται επιμελής σχεδιασμό και ως προς την πλοήγηση , δεν είναι λίγοι οι πελάτες που εγκαταλείπουν τη διαδικασία αυτή διότι αναγκάζονται να περάσουν μέσα από έναν αριθμό σελίδων , δίνοντας προσωπικά στοιχεία , διευθύνσεις αποστολής και φυσικά λεπτομέρειες πληρωμής , ώστε να κατοχυρώσουν την αγορά τους . Τα πρώτα βήματα για να παραγγείλει ένας πελάτης θα πρέπει να είναι απλά και η όλη διαδικασία να πραγματοποιείται σε μικρό χρονικό διάστημα , δίχως ο πελάτης να χρειαστεί να μεταφερθεί μέσα από πολλές σελίδες .

ΚΑΤΑΛΟΓΟΙ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ON-LINE

Ένας κατάλογος σε περίοπτη θέση επιτρέπει στους πελάτες να δουν ποια αγαθά ή υπηρεσίες μπορούν να διαλέξουν . Επιτρέπει επίσης διαδραστική επαφή , καθώς ο πελάτης μπορεί να αναζητήσει τα χαρακτηριστικά των προϊόντων που τον ενδιαφέρουν για την ενημέρωσή του .

Ο κατάλογος αντί να παραμένει αυτόνομος μπορεί να συνδεθεί και με άλλες υπηρεσίες του καταστήματος, ώστε να υπάρχει επικοινωνία μεταξύ των απαραίτητων πληροφοριών . Υπάρχουν προγράμματα λογισμικού , τα οποία συλλέγουν αναλυτικές πληροφορίες σχετικά με την κίνηση των πελατών μέσα σε ένα κατάστημα , δηλαδή τις σελίδες που επισκέπτονται , τις ακριβείς διαδρομές που διαγράφουν και τον χρόνο που παραμένουν σε καθε μια από τις σελίδες αυτές

Έτσι , μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε αυτές τις πληροφορίες , για να προσδιορίσουμε και να βελτιώσουμε τις γνώσεις μας σχετικά με τους πελάτες και να δημιουργήσουμε κατηγορίες προφίλ των πελατών . Κατ 'επέκταση, γνωρίζοντας τις συνήθειες διαδρομές που διανύουν οι επισκέπτες, μπορούμε να βελτιώσουμε και την πλοήγησή τους μέσα στο κατάστημα, ώστε να τους επιτρέπεται να βρίσκουν πιο εύκολα αυτό που επιθυμούν και να κάνουν αγορές με λιγότερο κόπο . Οι επιχειρήσεις πρέπει να αποφεύγουν τις άσκοπες ή αδιάκριτες ερωτήσεις που κουράζουν ή ενοχλούν τους πελάτες τους .

7. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΑΗΡΩΜΕΣ

Η συνεχώς αυξανόμενη εμπορευματοποίηση του Internet, και η χρήση του WEB έχουν ωθήσει τις επιχειρήσεις στην εύρεση μεθόδων και συστημάτων πληρωμών για την υποστήριξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Η πρακτική εφαρμογή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον απαιτεί την ύπαρξη συστημάτων πληρωμών μέσω των οποίων θα διεκπεραιώνονται ηλεκτρονικά οι οφειλές των εμπλεκόμενων μερών. Ήδη έχουν υιοθετηθεί διάφορα συστήματα ηλεκτρονικών πληρωμών, όπως πιστωτικές κάρτες, ηλεκτρονικό χρήμα κλπ

Σε μια παραδοσιακή συναλλαγή με πιστωτική κάρτα ο προμηθευτής καταγράφει τα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας του πελάτη δημιουργώντας ένα έγγραφο συναλλαγής. Το εν λόγω έγγραφο υπογράφεται από τον αγοραστή και προωθείται στη συνέχεια στη τράπεζα για διεκπεραίωση. Στο τέλος η τράπεζα χρεοπιστώνει τους αντίστοιχους λογαριασμούς ενημερώνοντας τα εμπλεκόμενα μέρη για τη συναλλαγή που έγινε.

Σε ένα μηχανισμό ηλεκτρονικής πληρωμής με χρήση πιστωτικής κάρτας, ακολουθείται περίπου το ίδιο σενάριο με αυτά της προηγούμενης παραγράφου. Επιπλέον το σενάριο εμπλουτίζεται με μηχανισμούς ασφαλείας, όπως έλεγχος ταυτότητας πελάτη και εμπόρου. Το γεγονός αυτό έχει δημιουργήσει μια ποικιλία συστημάτων ηλεκτρονικών πληρωμών με πιστωτικές κάρτες. Δυο από τα χαρακτηριστικά που προσδιορίζουν και διαφοροποιούν τα συστήματα αυτά, είναι το επίπεδο της ασφάλειας των συναλλαγών, και το λογισμικό που απαιτείται από όλα τα εμπλεκόμενα μέλη, αγοραστής, προμηθευτής, τράπεζα.

Κατά τη διάρκεια μιας συναλλαγής τα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας ενός αγοραστή μπορούν να μεταφερθούν με δύο τρόπους. Ο πρώτος τρόπος θεωρείται μη ασφαλής και υποστηρίζει την αποστολή των στοιχείων της ηλεκτρονικής πληρωμής από τον πελάτη στον έμπορο σε μη κρυπτογραφημένη μορφή. Η μέθοδος αυτή κρίνεται ως μη ασφαλής διότι κατά την μεταβίβαση των στοιχείων μπορεί να παρέμβει κάποιος εισβολέας και να τροποποιήσει τα στοιχεία της συναλλαγής ή ακόμη και να τα υποκλέψει. Ο δεύτερος τρόπος θεωρείται πιο ασφαλής και προβλέπει την κρυπτογράφηση όλων των πληροφοριών που σχετίζονται με τη πληρωμή πριν την αποστολή τους στον έμπορο ή στην τράπεζα μέσω του internet. Για την αποφυγή της παρεμβολής κάποιου τρίτου κατά τη διεξαγωγή των συναλλαγών μεταξύ του πελάτη και του εμπόρου, μια καλή επιλογή αποτελεί εκείνος ο συνδυασμός και web browser που θα υποστηρίζει το πρωτόκολλο. Secure Sockets Layer (SSL). Η χρησιμοποίηση web servers και web browsers που υποστηρίζουν το πρωτόκολλο SSL, εξασφαλίζει την προστασία των δεδομένων από κάποιο τρίτο. Δεν εγγυάται όμως ότι τα δεδομένα αυτά δεν θα χρησιμοποιηθούν σκόπιμα από τον ίδιο τον έμπορο. Πα την αποφυγή εξαπάτησης του πελάτη από τον έμπορο (χρήση των στοιχείων της πιστωτικής κάρτας από τον έμπορο για την διεξαγωγή μη εξουσιοδοτημένων αγορών), θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ένας ανεξάρτητος φορέας διασφάλισης των συναλλαγών γνωστός ως Έμπιστη Τρίτη Οντότητα (ΕΤΟ). Μια ΕΤΟ μεσολαβεί ανεξάρτητα στη όλη διαδικασία αποκρυπτογραφώντας τα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας επικυρώνοντας τη συναλλαγή.

Σε αρκετές περιπτώσεις εταιρείες που παράγουν συστήματα ηλεκτρονικών πληρωμών όπως η Cybercash, η Verifone ή First Virtual, χρησιμοποιούν μηχανισμούς με τους οποίους παρέχουν υπηρεσίες ΕΤΟ. Η Cybercash, και η Verifone χρησιμοποιούν μηχανισμό wallet. Ο μηχανισμός αυτός μεταφέρει τον κρυπτογραφημένο αριθμό της πιστωτικής κάρτας από τον έμπορο στον δικό τους επεξεργαστή για τον έλεγχο της αυθεντικότητας και την έγκριση της συναλλαγής.

Η εταιρεία FIRST VIRTUAL εκδίδει κάποιο Virtual PIN στον αριθμό της πιστωτικής κάρτας, προκειμένου να διεκπεραιωθεί η πληρωμή.

Σε αυτή την περίπτωση η ηλεκτρονική ολοκλήρωση των συναλλαγών παρουσιάζει το εξής πλεονέκτημα έναντι του παραδοσιακού τρόπου πληρωμής με πιστωτική κάρτα. Κρυπτογραφώντας τα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας και με την μεσολάβηση μιας Τρίτης Εμπιστευτικής Οντότητας, όπως η Cybercash ή η First Virtual, η επεξεργασία των στοιχείων αυτών δεν γίνεται από τον έμπορο, οπότε και εξαλείφεται ο κίνδυνος απάτης από την πλευρά του τελευταίου.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι παρά την πρόοδο που έχει σημειωθεί στα συστήματα πληρωμών με χρήση πιστωτικών καρτών, εξακολουθούν να υπάρχουν ακόμη ορισμένα προβλήματα. Το σημαντικότερο πρόβλημα που εξακολουθεί να υφίσταται ακόμη είναι η τυποποίηση. Θα πρέπει να υιοθετηθεί ένα κοινό αποδεκτό πρότυπο διεκπεραίωσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών στο internet που θα επιτρέψει την επικοινωνία μεταξύ των διαφορετικών τύπων λογισμικού των συναλλασσομένων μερών. Η εξασφάλιση ή όχι της διαλειτουργικότητας θα καθορίσει και την μελλοντική πορεία των ηλεκτρονικών συστημάτων πληρωμών μέσω πιστωτικής κάρτας.

Μια έντυπη επιταγή είναι ουσιαστικά μια εντολή μεταφοράς κεφαλαίων από ένα λογαριασμό σε ένα άλλο. Η εντολή αποστέλλεται αρχικά στον αποδέκτη των κεφαλαίων, ο οποίος με τη σειρά του παρουσιάζει την επιταγή στην τράπεζα προκειμένου να λάβει το αντίστοιχο ποσό.

Μια ηλεκτρονική επιταγή έχει όλα τα χαρακτηριστικά που υιοθετεί μια έντυπη επιταγή και χρησιμοποιείται σαν ένα μήνυμα προς την τράπεζα του αποστολέα για την μεταφορά κεφαλαίων από ένα λογαριασμό σε ένα άλλο. Σε αντιστοιχία με την παραδοσιακή διαδικασία, η ηλεκτρονική επιταγή αποστέλλεται αρχικά στον αποδέκτη ο οποίος την υπογράφει και την προωθεί στη τράπεζα προκειμένου να λάβει το αντίστοιχο ποσό.

Από άποψη ασφάλειας η ηλεκτρονική επιταγή θεωρείται καλύτερη από την έντυπη επιταγή. Ο αποστολέας μπορεί να προστατεύσει τον εαυτό του από απάτη. Αυτό επιτυγχάνεται με την κωδικοποίηση του αριθμού του λογαριασμού του με το δημόσιο κλειδί της τράπεζας και με αυτόν τον τρόπο δεν αποκαλύπτει τον αριθμό του λογαριασμού του στον έμπορο.

Το FSTC αποτελεί μια συνεργασία τραπεζών και πιστωτικών οργανισμών, που έχουν υλοποιήσει μια ηλεκτρονική επιταγή. Στηριγμένη στην παραδοσιακή επιταγή η επιταγή του FSTC πιτρέπει την ψηφιακή υπογραφή του αποδέκτη. Για την προσθήκη μεγαλύτερης ευελιξίας σε αυτό το σύστημα των πληρωμών, το FSTC προσφέρει στους χρήστες διάφορες επιλογές επιταγών ανάλογα με τις ανάγκες του χρήστη. Οι ηλεκτρονικές επιταγές μπορούν να παραδοθούν είτε με άμεση παράδοση μέσω ενός δικτύου ή μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Σε κάθε περίπτωση τα υπάρχοντα τραπεζικά κανάλια μπορούν να εκκαθαρίσουν τις πληρωμές μέσω των δικτύων τους. Κάτι τέτοιο οδηγεί σε ικανοποιητική αναβάθμιση της υπάρχουσας τραπεζικής υποδομής και του Internet.

Με τις **έξυπνες κάρτες** έγινε το πραγματικό πέρασμα από το πλαστικό χρήμα στο ηλεκτρονικό χρήμα. Οι έξυπνες κάρτες (smart cards) είναι οι κάρτες που μοιάζουν αρκετά με τις πιστωτικές και ως προς την εμφάνιση και ως προς τον τρόπο χρήσης τους. Όσον αφορά στην εμφάνιση, η διαφορά με τις πιστωτικές κάρτες συνίσταται στην αντικατάσταση της μαγνητικής ταινίας που έχουν οι πιστωτικές κάρτες με ένα μικρό, ολοκληρωμένο κύκλωμα (microchip). Όσον αφορά στην ουσία όμως, ενώ οι πιστωτικές κάρτες αντικατοπτρίζουν την πιστοληπτική ικανότητα του κατόχου τους, οι έξυπνες κάρτες ενσωματώνουν χρηματικές μονάδες που μεταβιβάζονται από το λογαριασμό του κατόχου στο χρηματοπιστωτικό ίδρυμα που την έχει εκδώσει στον μικροεπεξεργαστή της κάρτας. Όταν ο κάτοχος χρησιμοποιεί την κάρτα για τις αγορές του, οι χρηματικές μονάδες αφαιρούνται

από τον επεξεργαστή και χρεώνονται στο λογαριασμό του εμπόρου. Η χρήση τέτοιων καρτών προϋποθέτει την ύπαρξη ειδικής συσκευής που πρέπει να είναι συνδεδεμένη με το τερματικό του πελάτη και την ανάλογη υποδομή διαχείρισης έξυπνων καρτών από την πλευρά του εμπόρου. Οι έξυπνες κάρτες διευκολύνουν στη μεταφορά των στοιχείων του κατόχου τους, ώστε να μπορούν να χρησιμοποιούνται και από άλλους υπολογιστές στο σπίτι, στο γραφείο ή σε άλλους χώρους που είναι συνδεδεμένοι με το Διαδύκτιο. Είναι μια τεχνολογία που δείχνει να έχει μεγάλη προοπτική εξέλιξης. Εταιρίες που κάνουν χρήση των καρτών αυτών και της τεχνολογίας κρυπτογράφησης, για να αντιμετωπιστούν προβλήματα ασφαλείας από εμπορικές συναλλαγές, διαφαίνεται ότι θα κερδίσουν την εμπιστοσύνη των αγοραστών.

Το ψηφιακό χρήμα (digital cash ή e-cash) είναι ένας μηχανισμός εξόφλησης μικροποσών μέσω του internet. Ένας τέτοιος μηχανισμός μπορεί να αποτελέσει το επόμενο βήμα στις εφαρμογές ηλεκτρονικών πληρωμών. Σε ένα τέτοιο σύστημα ψηφιακού χρήματος, το νόμισμα δεν είναι τίποτε άλλο παρά μια σειρά από ψηφία. Για να χρησιμοποιήσουν ένας αγοραστής και ένας έμπορος «ψηφιακό χρήμα», θα πρέπει να έχουν λογαριασμό σε μια τράπεζα που το εκδίδει.

Ένα μειονέκτημα της χρήσης e-cash είναι ότι σήμερα δεν υπάρχουν πολλές τράπεζες, οι οποίες το εκδίδουν, και είναι ακόμα λιγότερα τα καταστήματα που το δέχονται ως μέσο πληρωμής.

Ένας χρήστης μπορεί να κάνει ανάληψη ψηφιακού χρήματος από μια τράπεζα μεταφέροντας το ποσό αυτό στον ηλεκτρονικό του υπολογιστή. Το ψηφιακό χρήμα που παραχωρείται από την τράπεζα σημαδεύεται κατάλληλα για λόγους εγκυρότητας και ασφαλείας. Σε περίπτωση αγοράς προϊόντων μέσω του internet, ο αγοραστής αποστέλλει στον προμηθευτή το αντίτιμο σε ψηφιακό χρήμα. Ο προμηθευτής με τη σειρά του, προωθεί στην τράπεζα την ψηφιακή ροή που έλαβε προκειμένου να διερευνηθεί κατά πόσο η ροή αυτή αποτελεί έγκυρη χρηματο-ροή ή όχι.

Η τράπεζα για να διασφαλίσει ότι μια χρηματο-ροή (token) χρησιμοποιείται μόνο μια φορά, καταγράφει τον σειριακό αριθμό κάθε token που ξοδεύεται. Αν ο σειριακός αριθμός του token υπάρχει ήδη στη βάση δεδομένων, τότε η τράπεζα έχει εντοπίσει κάποιον που προσπάθησε να χρησιμοποιήσει το περισσότερες από μια φορές το token και θα ενημερώσει τον έμπορο ότι αυτή η χρηματική μονάδα είναι άκυρη.

Μια εναλλακτική λύση που προτάθηκε από την DigiCash επιτρέπει στους χρήστες να διατηρήσουν την ανωνυμία τους. Αυτός ο μηχανισμός ονομάζεται blind signature και επιτρέπει στον αγοραστή να λάβει ηλεκτρονικό χρήμα από μια τράπεζα χωρίς η τράπεζα να μπορεί να συσχετίσει το όνομα του αγοραστή με τα tokens που του διανέμει. Η τράπεζα πρέπει να εκτιμήσει το token που λαμβάνει από τον έμπορο, μέσω της ψηφιακής στάμπας που έχει αρχικά τοποθετήσει στα Ιοκβηδ του χρήστη αλλά δεν μπορεί να καταλάβει ποιος έκανε την πληρωμή.

Στις μέρες μας πλέον έχουμε φτάσει στο σημείο να είναι διαδεδομένες και οι κυβερνοπληρωμές (cyber-payments ή on-line payments). Αυτού του είδους οι συναλλαγές επιτυγχάνονται πάλι με τη χρήση πιστωτικών καρτών, αλλά εμπλέκουν, πέρα από τον έμπορο, τον πελάτη και την τράπεζα του εμπόρου και το δίκτυο επεξεργασίας της κάρτας. Η διαδικασία έχει ως εξής. Ο έμπορος ανοίγει έναν επιχειρηματικό λογαριασμό σε κάποια τράπεζα (Acquiring Bank) από τον οποίο θα εξαρτηθεί και το ποιες κάρτες θα γίνονται δεκτές στις συναλλαγές του. Ο πελάτης χρησιμοποιεί την κάρτα του για την αγορά που ενδιαφέρεται να κάνει και δίνει τα στοιχεία της στον έμπορο με κρυπτογραφημένη αποστολή μέσω του internet. Ο έμπορος, αφού λάβει τα στοιχεία της κάρτας του πελάτη μέσω του

δικτύου επεξεργασίας καρτών (Card Processing Network), επιβεβαιώνει την πιστοληπτική ικανότητα του πελάτη από την τράπεζα που έχει εκδώσει την κάρτα (Issuing Bank), και στη συνέχεια εκτελεί την παραγγελία. Το δίκτυο επεξεργασίας καρτών ολοκληρώνει τη συναλλαγή μεταξύ της τράπεζας του πελάτη (Issuing Bank) και της τράπεζας του εμπόρου (Acquiring Bank). Αυτού του είδους οι συναλλαγές μπορούν να είναι άμεσες κατά περίπτωση (Immediate Transactions) ή ομαδικές (Book and Ship Transactions). Στην πρώτη περίπτωση, ο server που λαμβάνει την πληροφορία της πιστωτικής κάρτας του πελάτη και την παραγγελία του (Card Reader Computer), προωθεί άμεσα την πληροφορία αυτή στο δίκτυο επεξεργασίας καρτών το οποίο με τη σειρά του ζητεί και παίρνει επιβεβαίωση από την τράπεζα του πελάτη το αργότερο μέσα σε είκοσι τέσσερις ώρες. Ο τελικός διακανονισμός μεταξύ της τράπεζας του πελάτη και του εμπόρου γίνεται σε επόμενο χρόνο. Στη δεύτερη περίπτωση, ο server του εμπόρου λειτουργεί ως βάση καταγραφής παραγγελιών και στοιχείων πιστωτικών καρτών, που σε επόμενο στάδιο επεξεργάζονται ομαδικά μέσω των τραπεζών των πελατών. Για αυτή την ομαδική εξέταση μπορεί να μην χρησιμοποιηθεί δίκτυο επεξεργασίας καρτών, μπορεί να γίνει και με τον παραδοσιακό τρόπο από πλευράς εμπόρου.

Ένα καλύτερο επίπεδο ασφάλειας μπορεί να αποκτηθεί χρησιμοποιώντας τρίτους. Το πλεονέκτημα είναι ότι έτσι μπορούν και παρέχουν επιπρόσθετες υπηρεσίες, όπως η επαλήθευση (verification). Το σύστημα **Redi-Check** επιτρέπει στους καταναλωτές να εισάγουν τις πληροφορίες του λογαριασμού καταθέσεων τους σε ένα ασφαλές πεδίο -δεν χρειάζεται ποτέ να επαναλαμβάνουν αυτές τις πληροφορίες σε κανέναν έμπορο του Διαδικτύου και μετά επιλέγει ένα μοναδικό όνομα χρήστη και κωδικό πρόσβασης. Ένας πελάτης που επιθυμεί να πραγματοποιήσει μια αγορά από ένα συμμετέχον δικτυακό κατάστημα, απλώς συμπληρώνει σε απευθείας σύνδεση το δελτίο παραγγελίας του εμπόρου. Τότε οι πληροφορίες της παραγγελίας μεταφέρονται στον server ασφαλείας του Redi-Check, όπου και εξακριβώνονται.

Το σύστημα **CyberCashPayNow** είναι βασικά μια επέκταση του πορτοφολιού πιστωτικών καρτών. Αφότου εγγραφούν για την υπηρεσία, οι πληροφορίες του λογαριασμού (ή λογαριασμών) καταθέσεων τους συγκεντρώνονται ηλεκτρονικά σε μια κρυπτογραφημένη μορφή στα πορτοφόλια τους. Όταν πραγματοποιείται μια αγορά σε ένα συμμετεχόμενο δικτυακό κατάστημα, ο πελάτης επιλέγει να χρησιμοποιήσει το σύστημα PayNow και εισάγει ένα προεγγεγραμμένο όνομα χρήστη και κωδικό πρόσβασης προς επαναθεώρηση των πληροφοριών χρέωσης. Στη συνέχεια, ο χρήστης πατάει ένα «κουμπί πληρωμής», ώστε να πληρώσει ολόκληρο το οφειλόμενο ποσό που επιθυμεί και επιβεβαιώνει την πληρωμή.

Υπάρχει ασφάλεια;

Για την εύρυθμη λειτουργία του όποιου συστήματος πληρωμών, η συνεργασία με χρηματοπιστωτικά ιδρύματα είναι ιδιαίτερα σημαντική και διαφορίζεται ανάλογα με το επίπεδο και τον τρόπο εκτέλεσης των συναλλαγών που θα επιλέξει ο έμπορος. Στην περίπτωση που ο έμπορος θα επιλέξει να συναλλάσσεται μέσω πιστωτικών καρτών, των οποίων τα στοιχεία θα φτάνουν με fax ή άλλους ασφαλείς τρόπους, δεν υπάρχει ανάγκη χρήσης ειδικών εργαλείων λογισμικού. Αρκούν οι ειδικές τερματικές συσκευές που παρέχει η τράπεζα για συμβατικές συναλλαγές με πιστωτικές κάρτες. Ο πελάτης αρκεί να έχει σύνδεση στο Διαδύκτιο, έναν οποιοδήποτε Internet browser και φυσικά, πιστωτική κάρτα.

Αν τώρα ο έμπορος επιλέξει να προσφέρει στους πελάτες του τη δυνατότητα χρήσης έξυπνων καρτών για τις αγορές τους, θα πρέπει να αναζητήσει συνεργασία με εκείνους τους οργανισμούς που εκδίδουν τέτοιες κάρτες και να προμηθεύει το

απαραίτητο λογισμικό, το οποίο θα επιτρέπει στον server του να επικοινωνεί μαζί τους, να αφαιρεί τις αιτούμενες χρηματικές μονάδες και να πιστώνει με το αντίστοιχο ποσό το λογαριασμό του εμπόρου. Αντίστροφα, παρόμοια υψηλές απαιτήσεις ζητούνται και από πελάτες που επιλέγουν να κάνουν τις αγορές τους στο Διαδύκτιο με χρήση έξυπνων καρτών. Πέρα από το άνοιγμα ειδικού λογαριασμού σε τράπεζα που εκδίδει έξυπνες κάρτες, ο πελάτης θα πρέπει να προμηθευτεί ειδική συσκευή ανάγνωσης έξυπνων καρτών, που θα συνδέσει σε θύρα του PC του. Υπάρχουν και συσκευές με τη μορφή απλής δισκέτας 3,5", οι οποίες μετατρέπουν το ψηφιακό σήμα σε μαγνητικό και επιτρέπουν την ανάγνωση της κάρτας από τον οδηγό δισκετών (Floppy Disc Drive) του υπολογιστή.

Τέλος, η μέθοδος της κυβερνοπληρωμής είναι πιο ολοκληρωμένη και προσιτή στον απλό πελάτη. Σε αυτή την περίπτωση ο έμπορος θα πρέπει να χρησιμοποιήσει μια σειρά από εργαλεία για να διασφαλίσει τις συναλλαγές του:

- Ο δικτυακός τόπος του εμπόρου, το κατάστημα, θα πρέπει να χρησιμοποιεί ένα πρωτόκολλο ασφαλείας (π.χ. Secure Socket Layer – SSL, ή Electronic Transaction-SET)
- Ο έμπορος θα πρέπει να προμηθευτεί μια ψηφιακή ταυτότητα (Digital ID) από κάποιον αναγνωρισμένο φορέα πιστοποίησης, όπως είναι η Verisign. Οι ψηφιακές ταυτότητες επιβεβαιώνουν τους τελικούς χρήστες-πελάτες για το ότι ο συναλλασσόμενος έμπορος είναι αυτός που δηλώνει (επικύρωση αυθεντικότητας δικτυακού τόπου).
- Το ειδικό λογισμικό, που θα χειρίζεται τους καταλόγους των προϊόντων και το «καροτσάκι αγορών» (shopping card), θα πρέπει να έχει:

Συμβατότητα με το λειτουργικό σύστημα του

Δυνατότητες χρήσης σε συνδυασμό με το λογισμικό επεξεργασίας πληρωμών.

Δυνατότητα παραμετροποίησης εργαλείων παραγωγής αναφορών, διαχείρισης και ανάκτησης δεδομένων,

Δυνατότητα αυτόματης παραγωγής σελίδων υπερκειμένων (HTML) από βάσεις δεδομένων.

Παρά τη ύπαρξη αρκετά ισχυρών συστημάτων πληρωμών με πιστωτικές κάρτες, θα πρέπει να αναπτυχθεί κάποιο κοινό πρότυπο που να επιτρέπει στα συστήματα πληρωμών να μπορούν να επικοινωνήσουν μεταξύ τους. Η έλλειψη διαλειτουργικότητας που παρατηρείται σήμερα ίσως να ελαττώσει την αποδοχή των συστημάτων ηλεκτρονικών πληρωμών.

Υπάρχουν ήδη δυο σημαντικά πρότυπα υπό ανάπτυξη, τα οποία θα καταστήσουν τη διαλειτουργικότητα αυτών των συστημάτων πιο εύκολη. Το πρώτο είναι το Secure Electronic Transactions (SET), που αναπτύχθηκε από την VISA και την Mastercard. Το SET χρησιμοποιεί τα λεγόμενα ψηφιακά πιστοποιητικά για την πιστοποίηση της ταυτότητας των συμμετεχόντων στη συναλλαγή. Επίσης, κρυπτογραφεί τις πληροφορίες των πιστωτικών καρτών πριν την μετάδοση τους στο internet.

Το δεύτερο πρότυπο αφορά το Joint Payments Initiative (JEPI), που αναπτύχθηκε από την CommerceNet και το World Wide Web Consortium. Το JEPI αποτελεί μια προσπάθεια για τυποποίηση των διαφορετικών μηχανισμών πληρωμών, πρωτοκόλλων και μεταφοράς. Τέτοια παραδείγματα μηχανισμών περιλαμβάνουν:

- Πιστωτικές κάρτες

- Χρεωστικές κάρτες
- Ψηφιακό χρήμα και
- Ηλεκτρονικές επιταγές.

ΚΡΥΠΤΟΓΡΑΦΗΣΗ

Οι βασικές απαιτήσεις για την ασφαλή διεξαγωγή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι η **Εμπιστευτικότητα** (Confidentiality), η **Ακεραιότητα** (Integrity), και ο **Έλεγχος Αυθεντικότητας** (Authentication).

Ακόμη κάποια θέματα που αφορούν την ασφάλεια είναι η **Εξουσιοδότηση** (Authorization), η **Εξασφάλιση** (Assurance) και η **Μη Αποποίηση Ευθύνης** (Non-repudiation).

Προκειμένου να επιτευχθεί εμπιστευτικότητα των πληροφοριών των ηλεκτρονικών συναλλαγών χρησιμοποιείται **κρυπτογράφηση**, δημόσιου ή ιδιωτικού κλειδιού.

Συμμετρική κρυπτογράφηση (Symmetric key encryption). Η κρυπτογράφηση ιδιωτικού κλειδιού ή συμμετρική κρυπτογράφηση βασίζεται σε ένα κοινό κλειδί το οποίο διαμοιράζεται μεταξύ των συναλλασσομένων μερών. Το κλειδί αυτό χρησιμοποιείται τόσο για την κρυπτογράφηση όσο και για την αποκρυπτογράφηση των μηνυμάτων. Ο Kerberos και το Data Encryption Standard είναι οι πλέον παραδοσιακές τεχνολογίες ιδιωτικού κλειδιού. Το βασικό πρόβλημα της κρυπτογράφησης του τύπου αυτού αφορά τη δημιουργία, την αποθήκευση και την μετάδοση του μυστικού κλειδιού (key management) Συγκεκριμένα:

- Τα δυο συναλλασσόμενα μέρη θα πρέπει να συμφωνήσουν για ένα κοινό μυστικό κλειδί.
- Κάθε χρήστης θα πρέπει να έχει τόσα μυστικά κλειδιά όσα και τα μέλη με τα οποία συναλλάσσεται.
- Δεν ικανοποιείται η απαίτηση για αυθεντικότητα, γιατί δεν μπορεί να αποδειχτεί η ταυτότητα των συναλλασσομένων μερών. Από την στιγμή που δυο άτομα κατέχουν το ίδιο κλειδί, τότε και οι δυο μπορούν να κρυπτογραφήσουν κάποιο μήνυμα και να ισχυριστούν ότι το έστειλε το άλλο άτομο. Κατά συνέπεια, η μη αποποίηση της ευθύνης για την αποστολή ενός μηνύματος καθίσταται και αυτή αδύνατη. Το πρόβλημα αυτό επιλύεται με την κρυπτογράφηση δημόσιου κλειδιού ή ασύμμετρη κρυπτογράφηση.

Ασύμμετρη κρυπτογράφηση (Asymmetric key encryption) Η κρυπτογράφηση δημόσιου κλειδιού βασίζεται σε ένα ζεύγος κλειδιών εκ των οποίων το ένα είναι δημόσια γνωστό ενώ το άλλο είναι ιδιωτικό. Στην κρυπτογράφηση δημοσίου κλειδιού οτιδήποτε κρυπτογραφείται με το ένα κλειδί μπορεί να αποκρυπτογραφηθεί χρησιμοποιώντας μόνο το άλλο κλειδί. Το κύριο πλεονέκτημα που προσφέρει η κρυπτογράφηση δημοσίου κλειδιού είναι η αυξημένη ασφάλεια παρέχει. Η κρυπτογράφηση δημοσίου κλειδιού θεωρείται κατάλληλη για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο για τους εξής λόγους:

- Εξασφαλίζει την εμπιστευτικότητα του μηνύματος.
- Παρέχει πιο ευέλικτα μέσα αυθεντικοποίησης των χρηστών.
- Υποστηρίζει ψηφιακές υπογραφές (ακεραιότητα μηνύματος).

Τα δύο αυτά κλειδιά μπορούν να χρησιμοποιηθούν με δύο διαφορετικούς τρόπους: για να εξασφαλίσουν την εμπιστευτικότητα του μηνύματος και να αποδείξουν την αυθεντικότητα του δημιουργού του.

Στην πρώτη περίπτωση, για την παραγωγή ενός εμπιστευτικού μηνύματος, ο αποστολέας χρησιμοποιεί το δημόσιο κλειδί του παραλήπτη για να κρυπτογραφήσει το μήνυμα, έτσι ώστε να παραμείνει απόρρητο έως ότου αποκρυπτογραφηθεί από το ιδιωτικό κλειδί του παραλήπτη.

Τέτοια μέθοδος είναι η RCA που προτάθηκε το 1977 από τους Rivest Shamir και Adleman, από όπου πήρε και το όνομα της.

Η δεύτερη περίπτωση χρησιμοποιείται ευρέως σήμερα και στη συνδυαστική τους μορφή του «ψηφιακού φακέλου» (digital envelope). Ο αποστολέας χρησιμοποιεί τη μέθοδο κρυπτογράφησης με κρυφό κλειδί (π.χ. DES), για να κρυπτογραφήσει το κείμενο, και στέλνει το κρυφό κλειδί στον παραλήπτη, κρυπτογραφημένο με δημόσιο κλειδί (π.χ. RSA). Έτσι, ο παραλήπτης χρησιμοποιεί το δικό του ιδιωτικό κλειδί, για να διαβάσει το κρυφό κλειδί του αποστολέα, και αυτό το τελευταίο για να αποκρυπτογραφήσει και να διαβάσει το ίδιο το μήνυμα.

Το ιδιωτικό κλειδί αποδεικνύει την ταυτότητα του χρήστη (αυθεντικοποίηση). Δηλαδή, η χρήση ιδιωτικού κλειδιού για την κρυπτογράφηση ενός μηνύματος είναι αντίστοιχη με την προσθήκη της υπογραφής του αποστολέα σε κάποιο έγγραφο. Έτσι λοιπόν, οποιοσδήποτε χρησιμοποιήσει το δημόσιο κλειδί του αποστολέα για να αποκρυπτογραφήσει το μήνυμα θα είναι σίγουρος για την ταυτότητα του πρώτου.

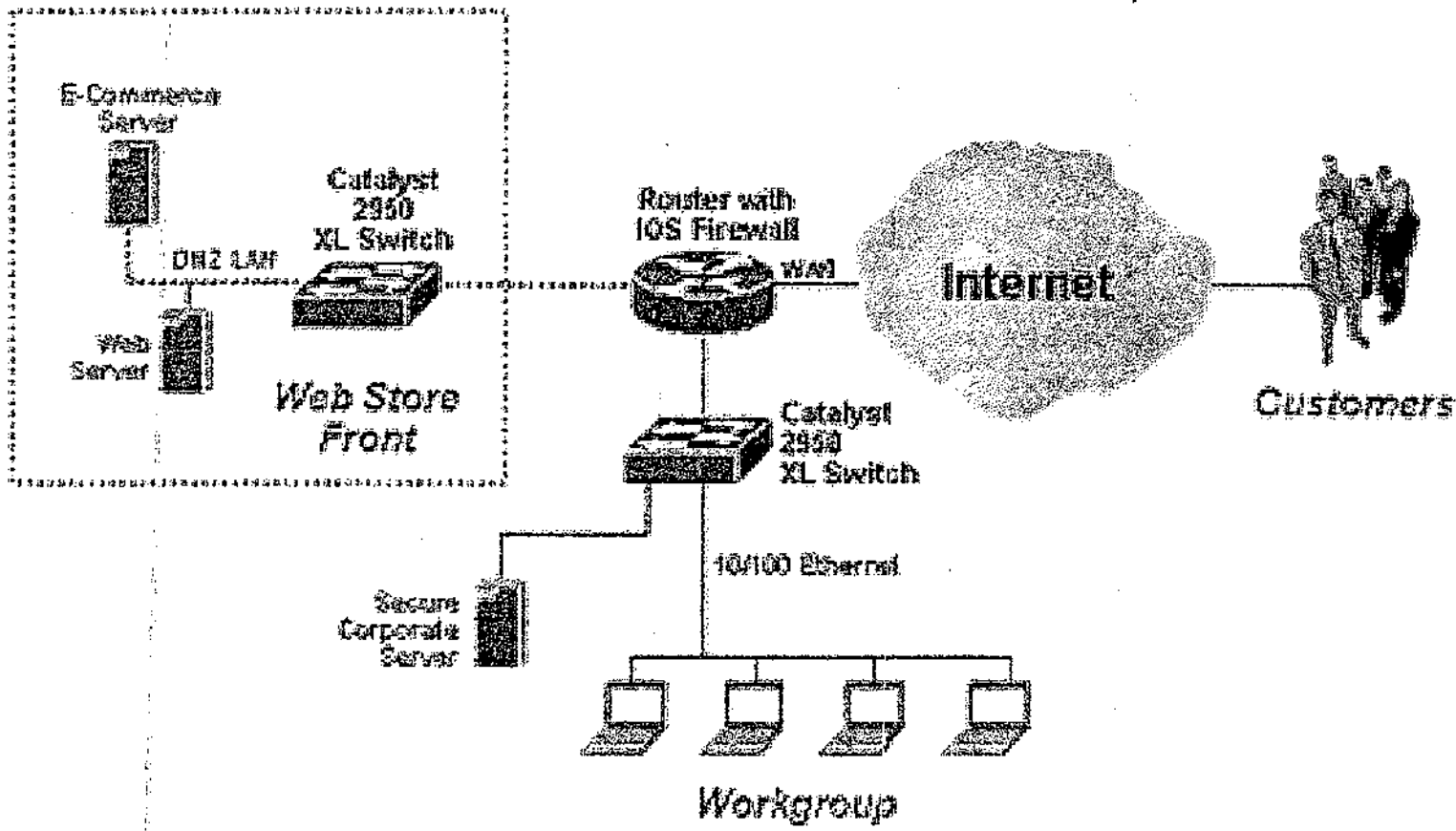
Οι πιο γνωστοί αλγόριθμοι κρυπτογράφησης.

- DES-Data Encryption Standard
- Triple DES
- PC2 και RC4
- Diffie-Hellman
- DSA

ΑΣΦΑΛΕΙΑ

Ανοίγοντας ένα κατάστημα στο διαδίκτυο, αυτόματα το εκθέτετε σε κινδύνους. Για να διασφαλίσετε τις ευαίσθητες πληροφορίες σας δεν έχετε παρά να στηριχθείτε στην κρυπτογράφηση, η οποία παρέχει μεθόδους εγγραφής και αποκρυπτογράφησης πληροφοριών, με την εξασφάλιση ότι τα δεδομένα ζητούνται από ένα εξουσιοδοτημένο άτομο. Πρώτο σημείο άμυνας για τις περισσότερες εταιρίες είναι το «firewall», μια πόρτα η οποία επιτρέπει μόνο ασφαλείς εξωτερικές συνδέσεις σε ιδιωτικά δίκτυα και εξωτερικές εφαρμογές. Ένα τέτοιο σύστημα είναι σχεδιασμένο για να αποτρέπει την μη εξουσιοδοτημένη προς και από ένα ιδιωτικό δίκτυο. Με αυτόν τον τρόπο οι μη εξουσιοδοτημένοι χρήστες του δικτύου δεν μπορούν να κερδίσουν πρόσβαση σε πηγές τις οποίες δεν έχουν δικαίωμα να παραβιάσουν. Όλα τα μηνύματα, εισερχόμενα και εξερχόμενα, από την e-επιχείρηση περνούν μέσα από το «firewall», το οποίο εξετάζει κάθε μήνυμα και αποκλείει αυτά τα οποία δεν ανταποκρίνονται στα ειδικά κριτήρια ασφαλείας.

Τα «firewall» μπορούν να εφαρμοστούν τόσο στο hardware όσο και στο software, ή και σε συνδυασμό των δύο.



PGP (Pretty Good Privacy)

Η PGP (Pretty Good Privacy) είναι μια ευρέως αποδεκτή τεχνολογία κρυπτογράφησης, γνωστή ως «Public Key Cryptography» στην οποία δυο αλληλοσυμπληρωματικοί κωδικοί χρησιμοποιούνται για να διατηρηθούν ασφαλείς οι επικοινωνίες. Η PGP επιτρέπει στους ανθρώπους να ανταλλάξουν μηνύματα ή φακέλους με ιδιαιτερότητα και πιστότητα.

Η ιδιαιτερότητα και η πιστότητα παρέχονται χωρίς διαχείριση των κωδικών που σχετίζονται σε συμβατικό κρυπτογραφικό software. Το ότι δεν χρειάζονται ασφαλή κανάλια για την ανταλλαγή κωδικών μεταξύ των χρηστών καθιστά την PGP πολύ πιο εύχρηστη και λειτουργική.

SSL (SECURE SOCKETS LAYER)

Το SSL (SECURE SOCKETS LAYER) είναι ένα πρόγραμμα για την διεύθυνση της ασφάλειας των εκπεμπόμενων μηνυμάτων σε ένα δίκτυο δημιουργημένο από τη Netscape. Χρησιμοποιώντας την κρυπτογραφία Public Key το SSL παρέχει πιστότητα του server, εγγραφή δεδομένων και την εγκυρότητα των δεδομένων.

Με την πρώτη επικοινωνία αλληλογνωριμίας του browser με τον server (handshaking), οι δύο πλευρές συμφωνούν για το κλειδί και τον αλγόριθμο που θα χρησιμοποιήσουν στη συνέχεια της επικοινωνίας τους. Έτσι, όποια πληροφορία ανταλλάσσεται από εκείνο το σημείο και μετά είναι κρυπτογραφημένη με κλειδί που γνωρίζουν μόνο οι δύο πλευρές. Το πρωτόκολλο αυτό επιτρέπει μόνο επικοινωνία ένα προς ένα (point-to-point), με αποτέλεσμα να αποκλείονται τρίτοι από τη «συνομιλία». Υπάρχει βέβαια ο κίνδυνος αφενός να γίνουν γνωστά τα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας του πελάτη, εφόσον ο έμπορος μπορεί να τα διαβάσει, και αφετέρου η κάρτα του πελάτη να είναι πλαστή, εφόσον ο έμπορος δεν μπορεί να επιβεβαιώσει τα στοιχεία της άμεσα.

Το πρωτόκολλο S-HTTP (Secure Hypertext Transfer protocol) αναπτύχθηκε από την εταιρία Enterprice Intergration Technologies και διαφέρει από το SSL στο εξής. Το SSL χρησιμοποιεί ένα δημόσιο κλειδί μόνο στη διαδικασία του handshaking και ουσιαστικά κωδικοποιεί όλη τη «συνομιλία». Με το ίδιο κλειδί, το S-HTTP κωδικοποιεί κάθε μήνυμα χωριστά, παρέχοντας μεγαλύτερη ασφάλεια στην ανταλλαγή των δεδομένων.

SET (SECURE ELECTRONIC TRANSACTION)

Η Ασφαλής Ηλεκτρονική Συναλλαγή είναι ένα πρωτόκολλο το οποίο δημιουργήθηκε για την εξασφάλιση συναλλαγών οικονομικού περιεχομένου, μέσω του Internet, από τις Mastercard και Visa και στηρίζεται από τις Microsoft, Netscape, καθώς και άλλες εταιρίες. Σχεδιασμένο για κατόχους καρτών, εμπόρους και τράπεζες, το SET χρησιμοποιεί ψηφιακά πιστοποιητικά για να ασφαλίσει τις ταυτότητες όλων των μερών των εμπλεκόμενων στην αγορά. Το SET, επίσης, εγγράφει πληροφορίες σχετικά με την πίστωση και τις αγορές, πριν γίνει η εκπομπή τους στο διαδίκτυο. Για το σκοπό αυτό χρησιμοποιείται ισχυρή κρυπτογράφηση με 128 bit. Ένα από τα πλεονεκτήματα που παρουσιάζει, είναι ότι ο έμπορος δεν έχει πρόσβαση στους αριθμούς πιστωτικών καρτών, μειώνοντας έτσι τον κίνδυνο απάτης.

Έχει ειπωθεί ότι όλοι οι κωδικοί κρυπτογράφησης μπορούν να σπάσουν, αν δοθεί αρκετός χρόνος σε έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή που θα δοκιμάσει όλους τους πιθανούς συνδυασμούς. Αν όμως ο χρόνος αυτός είναι τόσο μεγάλος (1014 χρόνια για το κλειδί 128bit λέει η Verisign), τότε το σπάσιμο του κωδικού θα έχει πιθανότατα ελάχιστη σημασία. Όσο οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές γίνονται

ισχυρότεροι και ταχύτεροι, τόσο οι κωδικοί γίνονται μακρύτεροι και οι αλγόριθμοι πολυπλοκότεροι.

Το SET επιτρέπει την «συνομιλία» τριών μερών, χρησιμοποιώντας ψηφιακές ταυτότητες και τις μεθόδους κρυπτογράφησης DES και RSA.

Τα τρία μέρη ενός συστήματος SET είναι: το λογισμικό που αποτελεί το «πορτοφόλι» (wallet) και βρίσκεται στον υπολογιστή του πελάτη, ο commerce server ο οποίος τρέχει στο δικτυακό τόπο του εμπόρου, και ο payment server, ο οποίος υπάρχει στη συνεργαζόμενη τράπεζα. Κατά τη διάρκεια της εγκατάστασης του λογισμικού, ο χρήστης δίνει τα στοιχεία της κάρτας του και αντίστοιχα του δίνεται ένα όνομα χρήσης και ένας κωδικός. Η εγκατάσταση επίσης δίνει ένα ρυθίο και ένα private key χρήστη. Ο χρήστης πρέπει να αναζητήσει ένα ψηφιακό πιστοποιητικό (digital certificate), είτε από την τράπεζα είτε από την αρχή έκδοσης (Certificate Authority).

Αντίστοιχη ταυτότητα αποκτά και ο έμπορος, ανοίγοντας και αυτός ένα λογαριασμό σε οργανισμό που υποστηρίζει το SET. Οι ταυτότητες αυτές περιέχουν και τα δημόσια κλειδιά του εμπόρου και του πελάτη, το δημόσιο κλειδί του οργανισμού, κλειδιά δηλαδή που θα χρησιμοποιηθούν για την αποκρυπτογράφηση των πληροφοριών της συναλλαγής και την πιστοποίηση της ταυτότητας των δύο εμπλεκόμενων στη συναλλαγή. Όταν ο πελάτης πραγματοποιεί μια παραγγελία στο διαδικτυακό τόπο του εμπόρου και αφού επιβεβαιωθεί από την ψηφιακή ταυτότητα του τελευταίου ότι αυτός συνεργάζεται με οργανισμό που υποστηρίζει το SET, στέλνει τα στοιχεία της παραγγελίας, συνοδευόμενη από την ψηφιακή του ταυτότητα. Οι πληροφορίες κρυπτογραφούνται χωριστά: ένα μέρος είναι τα στοιχεία της παραγγελίας που μπορούν να κρυπτογραφηθούν μόνο από την έμπορο, και το άλλο μέρος είναι τα στοιχεία του λογαριασμού του πελάτη, που μπορούν να αποκρυπτογραφηθούν μόνο από τον οργανισμό. Ο έμπορος αφού εξετάσει την ψηφιακή ταυτότητα του πελάτη, στέλνει τα κρυπτογραφημένα στοιχεία του, στο χρηματοπιστωτικό οργανισμό στον οποίο ανήκει η ψηφιακή ταυτότητα. Ο οργανισμός (επονομαζόμενος και TTP-TRUST third Part) με τη σειρά του εξετάζει τα στοιχεία του πελάτη και την ψηφιακή ταυτότητα του εμπόρου και, αφού επιβεβαιώσει ότι όλα είναι σωστά, προχωρά στην πληρωμή του εμπόρου εκ μέρους του πελάτη. Στα πλεονεκτήματα αυτού του πρωτοκόλλου περιλαμβάνονται η υψηλή ασφάλεια που παρέχει σε όλους τους εμπλεκόμενους, και κυρίως στον τελικό χρήστη-πελάτη, καθώς ο έμπορος δεν έχει πρόσβαση στα στοιχεία του τραπεζικού του λογαριασμού ή της πιστωτικής του κάρτας, και η προστασία της ιδιωτικής ζωής του πελάτη, καθώς η τράπεζα δεν έχει πρόσβαση στα στοιχεία της παραγγελίας του. Ασφάλεια παρέχεται όμως και στον έμπορο, ο οποίος μπορεί να ελέγχει αυτόματα την φρεγγυότητα του πελάτη και να αποφεύγει τυχόν περιπέτειες με απάτη πιστωτικών καρτών. Πλεονεκτήματα του SET είναι επίσης η ταχύτητα της όλης διαδικασίας και η δυνατότητα χρήσης λογισμικού wallet και από τον έμπορο και από τον πελάτη.

ΟΙ ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΕΣ

Οι ψηφιακές ταυτότητες (digital IDs), ή και ψηφιακές βεβαιώσεις (digital certificates), είναι ταυτότητες που εκδίδονται από οργανισμούς πιστοποίησης (TTP ή certificates authorities-CA) και επιβεβαιώνουν ότι ο παρέχων τα προσωπικά του στοιχεία και το δημόσιο κλειδί του στο Διαδύκτιο είναι ο αυθεντικός και νόμιμος κάτοχος. Τα στοιχεία που παρέχει μια ψηφιακή ταυτότητα είναι το όνομα του κατόχου, η διεύθυνση του, το δημόσιο κλειδί του, ο σειριακός αριθμός της, η ημερομηνίες έναρξης και λήξης της ισχύος της ταυτότητας, η ταυτότητα του οργανισμού πιστοποίησης και η ψηφιακή του υπογραφή.

Οι ψηφιακές ταυτότητες σε συνδυασμό με το πρωτόκολλο (ssl) επιτρέπουν σε ένα web server να πιστοποιεί την ταυτότητα του στον χρήστη του διαδικτύου που συνδέεται με αυτόν, αλλά και να αναγνωρίζει την αυθεντικότητα της ταυτότητας του χρήστη, ώστε και οι δυο πλευρές να γνωρίζουν με ποιόν ακριβώς συναλλάσσονται. Επίσης, δίνουν την δυνατότητα χρήσης ενός μοναδικού κλειδιού για κάθε συναλλαγή. Το κλειδί αυτό δεν χρησιμοποιείται για άλλον χρήστη, ή σε άλλη σύνδεση του ίδιου χρήστη, κρυπτογραφείται με το δημόσιο κλειδί του server και προσφέρει απόλυτη ασφάλεια στην επικοινωνία. Η σύνδεση επιτυγχάνεται με την παρακάτω διαδικασία, η οποία διαρκεί ελάχιστα δευτερόλεπτα και ο χρήστης δεν αντιλαμβάνεται καμιά καθυστέρηση:

- Ο χρήστης συνδέεται με τον web server.
- Ο server στέλνει στο χρήστη την ψηφιακή του ταυτότητα και μπορεί να ζητήσει από τον ίδιο την ψηφιακή του ταυτότητα.
- Ο χρήστης επιβεβαιώνει την ψηφιακή ταυτότητα του server και, αν του ζητηθεί, στέλνει στον τελευταίο την δική του ψηφιακή ταυτότητα.
- Όταν ολοκληρωθούν οι πιστοποιήσεις των ταυτοτήτων από τις δυο πλευρές, ο χρήστης στέλνει ένα μοναδικό κλειδί, που θα χρησιμοποιηθεί μόνο για αυτή τη συναλλαγή, στο server κρυπτογραφημένο με το δημόσιο κλειδί του server
- Αφού εγκατασταθεί το μοναδικό αυτό κλειδί και από την πλευρά του server, αρχίζει μια απολύτως ασφαλής επικοινωνία μεταξύ των δυο πλευρών.

Κατά την σύνδεση με ασφαλή server, ο χρήστης μπορεί πατώντας το κουμπί "ασφάλεια" στο browser να δει και να διαβάσει την ψηφιακή ταυτότητα του, με πληροφορίες για τον κάτοχο της ταυτότητας και τον οργανισμό server πιστοποίησης που την έχει εκδώσει. Στην περίπτωση που οι browser δεν αναγνωρίζει τον οργανισμό που έχει εκδώσει την ψηφιακή ταυτότητα, εμφανίζει ανάλογο προειδοποιητικό μήνυμα. Στην ουσία, οι browser περιλαμβάνουν από κατασκευής τους τις ψηφιακές υπογραφές των περισσότερων οργανισμών πιστοποίησης και τις συγκρίνουν με τις ταυτότητες των server με τους οποίους συνδέονται. Έτσι, αν η ταυτότητα ενός server έχει εκδοθεί από ο οργανισμό του οποίου η υπογραφή δεν έχει συμπεριληφθεί στη λίστα του browser τότε εμφανίζει ένα μήνυμα με το οποίο προειδοποιεί τον χρήστη ότι δεν μπορεί να επιβεβαιώσει τα στοιχεία του οργανισμού που έχει εκδώσει ταυτότητα του server. Αντίστοιχο μήνυμα εμφανίζει και στην περίπτωση που κάποιος server επιχειρεί να χρησιμοποιήσει πλαστή ή παραποιημένη ψηφιακή ταυτότητα.

ΕΜΠΙΣΤΗ ΤΡΙΤΗ ΟΝΤΟΤΗΤΑ

Μια Έμπιστη Τρίτη Οντότητα, θα μπορούσε να οριστεί ως μια αρχή ασφάλειας ή μια υπηρεσία την οποία εμπιστεύονται άλλες οντότητες για την διασφάλιση των συναλλαγών τους, καθώς επίσης και για τις λειτουργίες-υπηρεσίες ασφαλείας που παρέχει.

Μια έμπιστη Τρίτη Οντότητα παρέχει στους μηχανισμούς εκείνους μέσω των οποίων εξασφαλίζεται η εμπιστευτικότητα, η ακεραιότητα και η αυθεντικότητα των ηλεκτρονικών συναλλαγών και των πληροφοριών που διακινούνται στο διαδίκτυο.

Όταν ένας χρήστης πρόκειται να επικοινωνήσει με τους servers άλλων οργανισμών για να πραγματοποιήσει κάποια ηλεκτρονική συναλλαγή ή απλώς να πάρει κάποιες πληροφορίες αποστέλλει το πιστοποιητικό του στους server αυτούς. Στη συνέχεια οι servers (παραλήπτες), ελέγχουν την ορθότητα του πιστοποιητικού και αν εξακριβώσουν την αυθεντικότητα αυτού, τότε «ταραχωρούν στο χρήστη τα ανάλογα

δικαιώματα πρόσβασης στον server. Η εξακρίβωση της αυθεντικότητας του πιστοποιητικού πραγματοποιείται με τον έλεγχο της ψηφιακής υπογραφής η οποία είναι ενσωματωμένη στο πιστοποιητικό και ανήκει στην Αρχή Πιστοποίησης.

Τα χαρακτηριστικά που θα πρέπει να διαθέτει μια Έμπιστη Τρίτη Οντότητα έτσι ώστε αυτή να θεωρείται αποτελεσματική και με σαφή, περιεκτική λειτουργία, μπορούν να συνοψισθούν στα ακόλουθα: Η ΕΤΟ θα πρέπει

- Να λειτουργεί με ασφάλεια.
- Να λειτουργεί μέσα σε συγκεκριμένο νομικό πλαίσιο.
- Να μπορεί να προσφέρει μεγάλο πλήθος διαφορετικών υπηρεσιών.
- Να διαθέτει ένα πυρήνα υποχρεωτικών υπηρεσιών που θα παρέχονται σ' όλους τους πελάτες.
- Να ακολουθεί τα Ευρωπαϊκά πρότυπα.
- Να είναι σε θέση να παίζει τον ρόλο του διαιτητή (διαμεσολαβητή).
- Οι λειτουργικές απαιτήσεις μιας Έμπιστης Τρίτης Οντότητας είναι οι ακόλουθες:
 - Αποθήκευση και αντιστοίχιση ονόματος χρηστών
 - Διαχείριση ψηφιακών πιστοποιητικών
 - Υπηρεσίες ασφαλείας
 - Υπηρεσίες ελέγχου και εποπτείας

Η ΑΚΕΡΑΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Η ασφάλεια των δεδομένων που διακινούνται στο Διαδύκτιο δεν επαρκεί για τις συναλλαγές μας, παρά μόνο αν συνοδεύεται και από την εγγύηση της ακεραιότητας τους. Η επιβεβαίωση ότι τα δεδομένα που ελήφθησαν από τον παραλήπτη, δεν έχουν παραποιηθεί προσφέρονται από ψηφιακές υπογραφές που περιλαμβάνονται στις ψηφιακές ταυτότητες των κατόχων και προσκολλούνται στο τέλος κάθε μηνύματος που αποστέλλεται κωδικοποιημένο στον παραλήπτη. Τα περιεχόμενα του μηνύματος δεν μπορούν να αλλάξουν, χωρίς να αλλάξει και η ψηφιακή υπογραφή, και έτσι οι επικοινωνούντες μπορούν να γνωρίζουν ότι το μήνυμα στάλθηκε και παραλήφθηκε ακέραιο από τους συνομιλούντες.

ΤΑ ΙΔΕΑΤΑ ΙΔΙΩΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ (VPN)

Η χρήση ψηφιακών ταυτοτήτων από χρήστες του διαδικτύου δίνει την δυνατότητα σε επιχειρήσεις να χρησιμοποιήσουν ένα μέρος του απέραντου INTERNET ως δίκτυο ιδιωτικής τους χρήσης, ένα ιδεατό ιδιωτικό δίκτυο (Virtual Private Network ή VNP). Τα VNP που λειτουργούν με ψηφιακές ταυτότητες παρέχουν στην επιχείρηση την ίδια ασφάλεια που παρέχουν τα πραγματικά ιδιωτικά εταιρικά δίκτυα.

Στην ουσία, αποτελούνται από Web server που προστατεύονται με firewall και επιτρέπουν την πρόσβαση μόνη στις διαπιστευμένες ψηφιακές ταυτότητες και στα δημόσια κλειδιά. Έτσι διασφαλίζουν το e-επιχειρείν ενδοεταιρικά ή με και με το δίκτυο συνεργατών, επιτρέπουν την τηλεργασία και την πολυεπίπεδη διαχείριση έργων εκ του μακρόθεν με ψηφιακές υπογραφές και τέλος, το ασφαλές ηλεκτρονικό εμπόριο σε κλειστό κύκλο μελών.

ΝΟΜΙΚΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ

Δήλωση βουλήσεως στις συναλλαγές με EDI

Η δήλωση βουλήσεως που μεταφέρεται ηλεκτρονικά στα πλαίσια της ηλεκτρονικής ανταλλαγής δεδομένων είναι μια χαρακτηριστική περίπτωση «αυτοματοποιημένης» ή «προγραμματισμένης» δηλώσεως βουλήσεως. Το χρονικό σημείο διαμόρφωσης της βουλήσεως είναι εκείνο, στο οποίο ο χειριστής του Η/Υ πληκτρολογεί τα στοιχεία της δικαιοπραξίας στον Η/Υ διότι τότε έχει καταλήξει στο περιεχόμενο της δήλωσης του. Για το χρονικό σημείο που εξωτερικεύεται η δήλωση μέσω Η/Υ γίνεται δεκτό ότι αυτό εντοπίζεται όταν το αποτέλεσμα του Η/Υ εκτυπώνεται σε ένα χαρτί (print out) ή απεικονίζεται στην οθόνη του Η/Υ. Ο καθορισμός του χρόνου στον οποίο ολοκληρώνεται η δήλωση βουλήσεως στην ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων έχει επίσης ουσιώδη σημασία. Η δήλωση βουλήσεως έχει νομική ενέργεια μόνο όταν περιέλθει στο πρόσωπο στο οποίο απευθύνεται. Σύμφωνα και με τη θεωρία της λήψεως η περιέλευση της δήλωσης βουλήσεως στον λήπτη θεωρείται ότι συντελέστηκε από τότε που αυτή εισήλθε κατά την αντίληψη των συναλλαγών στη σφαίρα επιρροής του λήπτη, έτσι αυτός να μπορεί σύμφωνα με την κανονική πορεία των πραγμάτων να λάβει γνώση του περιεχομένου της.

Ειδικά όσο αφορά τη δήλωση βουλήσεως μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή, αυτή χαρακτηρίζεται ως δήλωση μεταξύ απόντων και απαιτείται συνεπώς η περιέλευση της στον αποδέκτη της για να επιφέρει νομική ενέργεια. Η πράξη των ηλεκτρονικών συναλλαγών φανερώνει απ' ενός ότι οι συμβαλλόμενοι σε επικοινωνία οη-Ιίηβ δεν επικοινωνούν ταυτόχρονα, ώστε να θεωρηθούν ως παρόντες. Απ' ετέρου κατά τη μεταβίβαση μηνυμάτων EDI προβλέπεται ότι οι παραγγελίες και η επαλήθευση πραγματοποιούνται σε ξεχωριστό χρόνο.

Το ζήτημα που προκύπτει ακόλουθα είναι πότε ακριβώς πραγματοποιείται η περιέλευση της δήλωσης βουλήσεως στην ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων. Η Γερμανική θεωρία διακρίνει δυο περιπτώσεις. Όταν τα δεδομένα αποστέλλονται απευθείας από τον αποστολέα στον αποδέκτη, η περιέλευση της δήλωσης βουλήσεως στο λήπτη θεωρείται ότι συντελέστηκε από την στιγμή που τα δεδομένα εγκατέλειψαν τη συνήθη οδό μεταβίβασης και περιήλθαν στη συσκευή ή στο δίκτυο υπολογιστών του λήπτη. Η Δεύτερη και περισσότερο περίπλοκη περίπτωση συντρέχει όταν τα δεδομένα παραμένουν στο σύστημα του αποστολέα ή ενός ενδιάμεσου προσώπου, του παρέχοντα υπηρεσιών δικτύου πρόσθετης αξίας (Vans provider) και βρίσκονται στη διάθεση του αποδέκτη (στην ηλεκτρονική θυρίδα του - e mail). Η περιέλευση της δήλωσης βουλήσεως στον λήπτη - σε αναλογία με όσα δέχεται το γερμανικό ομοσπονδιακό δικαστήριο (DGH) για τις ηλεκτρονικές χρηματικές συναλλαγές - ολοκληρώνεται όταν αυτός αποκτή με τη βούληση του αποστολέα ή του Vans provider, άμεση πρόσβαση στα δεδομένα που συγκροτούν τη παραπάνω δήλωση. Ισχύουν δηλαδή κατά αναλογία όσο ισχύουν και για την (μη ηλεκτρονική) ταχυδρομική θυρίδα. Η διαφορά είναι ότι η περιέλευση της δήλωσης δεν περιορίζεται στο χρόνο της εργάσιμης λειτουργίας της επιχείρησης. Συνιστάται επομένως να συμφωνούνται από τους συμβαλλόμενους ορισμένοι χρόνοι ηλεκτρονικής επικοινωνίας ώστε τα ηλεκτρονικά έγγραφα να περιέρχονται έγκαιρα στους αποδέκτες τους.

Εάν εμφανιστούν τεχνικά προβλήματα στο υπολογιστικό σύστημα του δηλώνοντα ή στο δίκτυο προτού περιέλθουν στη σφαίρα εξουσίασης του αποδέκτη και έχουν ως αποτέλεσμα την καταστροφή ή την αλλοίωση του περιεχομένου της δηλώσεως, τότε αυτός φέρει τον κίνδυνο και μπορεί να ζητήσει την ακύρωση της δήλωσης του με τις διατάξεις που εφαρμόζονται στην πλάνη. Στην αντίθετη περίπτωση που καταστραφεί ή αλλοιωθεί η δήλωση λόγω βλάβης στον ηλεκτρονικό υπολογιστή ή στο δίκτυο του αποστολέα, αυτός φέρει τον

κίνδυνο. Για την αποφυγή της ακούσιας αποδοχής αλλοιωμένων δηλώσεων συνιστάται να συναποδέχονται οι συμβαλλόμενοι την υποχρέωση επαλήθευσης των μηνυμάτων EDI. Εάν στον αποδέκτη περιέλθουν δεδομένα με αλλοιωμένο περιεχόμενο και μπορεί αυτός να αποκαταστήσει το αληθές περιεχόμενο τους, οφείλει να κάνει δεκτή τη δήλωση με το αληθές και όχι το αλλοιωμένο περιεχόμενο. Αυτή η υποχρέωση μπορεί να θεμελιώνεται συμβατικά.

Η ανάκληση της δήλωσης είναι δυνατή όταν αυτή περιέλθει προηγουμένως ή ταυτόχρονα με τη δήλωση. Η ταχύτητα μεταβίβασης της δήλωσης βούλησης στην ηλεκτρονική ανταλλαγή είναι όμως τέτοια που είναι πρακτικά σχεδόν αδύνατο να προφτάσει ο δηλών να ανακαλέσει την αρχική του δήλωση πριν ή με την περιέλευσή της στον λήπτη. Γι' αυτό το λόγο απαιτείται πρόσθετη επιμέλεια στις ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Η υποχρέωση τήρησης τύπου

Φραγμός στις ηλεκτρονικές συναλλαγές συνιστά η υποχρέωση τήρησης τύπου. Στο ελληνικό δίκαιο ισχύει κατ' αρχήν το άτυπο των δικαιοπραξιών. Στις περιπτώσεις όμως που ο νόμος απαιτεί ή τα μέρη όρισαν ως συστατικό για τη κατάρτιση της δικαιοπραξίας, τίθεται ως προϋπόθεση του κύρους του εγγράφου η ιδιόχειρη υπογραφή του εκδότη. Η δικαιοπραξία, για την οποία δεν τηρήθηκε ο τύπος που απαιτεί ο νόμος, είναι απόλυτα άκυρη και εξετάζεται αυτεπάγγελα από το δικαστήριο. Την ακυρότητα αυτή δεν μπορούν να ανατρέψουν συμβατικά τα μέρη, εκτός αν η έλλειψη τύπου θεραπεύεται με την εκπλήρωση της δικαιοπραξίας. Όταν τα μέρη όρισαν έγγραφο τύπο για την δικαιοπραξία, η ακυρότητα είναι σχετική, δηλαδή πρέπει να προταθεί από τα μέρη και δεν λαμβάνεται υπ' όψη αυτεπάγγελα. Η έλλειψη τύπου θεραπεύεται με την εκπλήρωση της δικαιοπραξίας, με επίγνωση αυτής της έλλειψης.

Οι δικαιοπραξίες, στις οποίες ο συστατικός τύπος αποτελεί προϋπόθεση του πραγματικού, δεν μπορούν να καταρτιστούν έγκυρα μέσω Η/Υ, όπου ελλείπει η ιδιόχειρη υπογραφή. Στις άτυπες δικαιοπραξίες, όπου βεβαίως δεν ισχύει αυτός ο περιορισμός, δεν υπάρχει κανένα πρόβλημα. Στα πλαίσια των ηλεκτρονικών συναλλαγών την ιδιόχειρη υπογραφή δύναται (τεχνικά) να αναπληρώσει η ηλεκτρονική υπογραφή, η οποία όμως δεν έχει αναγνωριστεί νομικά ως έγκυρη.

Οι συνηθέστερες εμπορικές δικαιοπραξίες, οι παραγγελίες και τα τιμολόγια είναι άτυπα έγγραφα και συνεπώς δεν υπάρχει κανένα εμπόδιο για την ηλεκτρονική μεταβίβαση τους μέσω EDI. Η αποστολή των τιμολογίων συνηθίζεται άλωστε στη πράξη να γίνεται με fax. Σύμφωνα όμως πάντα με τον Κώδικα Φορολογικών Βιβλίων και Στοιχείων, τα εμπορεύματα πρέπει να συνοδεύονται από παραστατικά έγγραφα, θεωρημένα από την εφορία. Έτσι δελτία αποστολής τιμολόγια και φορτωτικές πρέπει να συνοδεύουν τα εμπορεύματα κατά την μεταφορά τους και η μόνη δυνατότητα των επιχειρήσεων που συναλλάσσονται μέσω EDI είναι να μεταβιβάζουν ηλεκτρονικά τα σχετικά έγγραφα και να χρησιμοποιούν στη συνέχεια τις έγγραφες εκτυπώσεις τους ως συνοδευτικά έγγραφα. Η υποστηριζόμενη στη βιβλιογραφία γνώμη, ότι με τον Κώδικα ΦΒΣ διευκολύνονται οι συναλλαγές μέσω EDI είναι συνεπώς εσφαλμένη. Η μόνη ενδεδειγμένη λύση είναι η συμπλήρωση της φορολογικής νομοθεσίας με ειδικές διατάξεις για την ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων.

Τα αξιόγραφα

Η ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων δεν μπορεί να αξιοποιηθεί για συναλλαγές στις οποίες χρησιμοποιούνται συστατικά αξιόγραφα, όπως είναι η συναλλαγματική, το γραμμάτιο σε διαταγή, η επιταγή κλπ. Συστατικά σύμφωνα με τη θεωρία, είναι τα αξιόγραφα στα οποία, το δικαίωμα που ενσωματώνεται συνίσταται για πρώτη φορά με την έκδοση του τίτλου. Σε αυτά ο τύπος είναι απόλυτος και κάθε παρέκλυση από τον απαιτούμενο τύπο προκαλεί το ανυπόστατο τους. Η

ιδιόρρυθμη σύνδεση εγγράφου και δικαιώματος, η ενσωμάτωση ατονεί στο ηλεκτρονικό έγγραφο το οποίο στερείται υλικής υποστάσεως. Η έλλειψη της ενσωμάτωσης στο ηλεκτρονικό έγγραφο επιπλέον περιορίζει την κυκλοφορία του δικαιώματος και μειώνει την κυκλοφοριακή ικανότητα του δικαιώματος. Αυτό έχει ως συνέπεια να αποκλείεται η ηλεκτρονική μεταβίβαση των συστατικών αξιόγραφων με οπισθογράφιση. Μόνο μετά την εκτύπωση σε χαρτί μπορεί να γίνει έγκυρη οπισθογράφιση, π.χ. μιας συναλλαγματικής, είναι όμως τότε αδύνατο να πάρει ξανά ηλεκτρονική μορφή.

Τα δηλωτικά αξιόγραφα αντίθετα ενσωματώνουν δικαίωμα που προϋπάρχει και δηλώνεται με την έκδοση του αξιόγραφου. Δηλωτικά αξιόγραφα είναι η μετοχή, φορτωτική κλπ. Ο τύπος σε αυτή τη κατηγορία αξιόγραφων, δεν είναι απόλυτος και η έλλειψη του θίγει μεν το κύρος του, αλλά δεν αναιρεί την αξιογραφική ιδιότητα. Το ανίσχυρο του εγγράφου μπορεί να θεραπευτεί με την τελεολογική υποκατάσταση της υπογραφής με άλλα στοιχεία που να εξασφαλίζουν τις λειτουργίες που επιτελεί η υπογραφή. Στην ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων την ιδιόχειρη υπογραφή υποκαθιστά η ηλεκτρονική υπογραφή. Δεδομένη είναι ιδιαίτερα η ηλεκτρονική φορτωτική για την οποία η Διεθνής Ναυτιλιακή Ένωση εκπόνησε στο συνέδριο της στο Παρίσι το 1990 κανόνες. Οι κανόνες προβλέπουν ένα προσωπικό κλειδί (pronute key), το οποίο υποκαθιστά την υπογραφή των μερών.

Τα παραπάνω δεν σημαίνουν ότι η ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων δεν μπορεί να αξιοποιηθεί με την ηλεκτρονική τήρηση συστατικών αξιόγραφων, όπως είναι η συναλλαγματική ή η επιταγή. Προϋπόθεση για την έγκυρη χρησιμοποίηση της τεχνολογίας αυτής είναι όμως η νομοθετική αναγνώριση της. Η κυκλοφορία ηλεκτρονικών πιστωτικών τίτλων (αυλών τίτλων δημοσίου) είναι ένα βήμα προς αυτή την κατεύθυνση. Η ηλεκτρονική υπογραφή κερδίζει επίσης έδαφος στις τραπεζικές συναλλαγές (electronic banking), στις οποίες η υπογραφή αντικαθίσταται με τον προσωπικό μυστικό αριθμό αναγνώρισης του πελάτη που εξυπηρετείται στα μηχανήματα αυτόματης συναλλαγής, ή από το σπίτι του (home banking). Ένα άλλο σύγχρονο παράδειγμα ηλεκτρονικών συναλλαγών είναι η χρηματιστηριακές συναλλαγές.

Η αποδεικτική αξία ηλεκτρονικών εγγράφων

Ζητήματα αποδείξεως σχετικά με τα ηλεκτρονικά έγγραφα έχουν απασχολήσει την ελληνική και διεθνή θεωρία.

Το ηλεκτρονικό έγγραφο εξομοιώνεται προς το ιδιωτικό έγγραφο διότι θεωρείται ότι αποτελεί μηχανική απεικόνιση. Κατ' ακολουθία το ηλεκτρονικό έγγραφο αποτελεί πλήρη απόδειξη για τα γεγονότα ή πράγματα που αναπαριστούν, επιτρεπομένης ανταποδείξεως. Η αποδεικτική δύναμη που προβλέπει αυτή η διάταξη καλύπτει μόνο την ακρίβεια της απεικόνισεως καθ' αυτής και συνεπώς όσον αφορά στο ηλεκτρονικό έγγραφο, την πιστότητα του μετασχηματισμού των ηλεκτρομαγνητικών πεδίων που συνιστούν ένα μήνυμα EDI σε κατανοητά για τον άνθρωπο σημεία.

Η δυνατότητα ανταποδείξεως περιλαμβάνει τα ενδεχόμενα αλλοιώσεως ή εν' μέρη καταστροφής του αρχικού εγγράφου που αποδέχτηκαν οι συναλλασσόμενοι, είτε λόγω βλάβης του υπολογιστικού συστήματος κάποιου μέρους είτε λόγω σκόπιμης παρεμβολής προς όφελος των μερών ή τρίτου. Σε απάντηση του ενιστάμενου ότι το έγγραφο είναι πλαστό ο αντίδικος μπορεί να προσκομίσει το πρωτότυπο. Ο δικαστής μπορεί να διορίσει πραγματογνώμονες που θα γνωμοδοτήσουν σχετικά με την αυθεντικότητα της προέλευσης του εκτυπωμένου αντιγράφου του ηλεκτρονικού εγγράφου και την τήρηση μηχανισμών ασφάλειας που εγγυώνται την μη αλλοίωση ή καταστροφή των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

8. ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Με την ταχύτατη εξάπλωση του e-επιχειρείν, τον τεράστιο αριθμόν εφαρμογών του, επέφερε ένα νέο τρόπο αγοραστικής συνήθειας,

Τώρα ο καταναλωτής είναι σε θέση να ενημερώνεται για την είσοδο νέων προϊόντων στην αγορά, να συγκρίνει, να κάνει αγορές από το σπίτι του, εξοικονομώντας έτσι χρόνο. Απ'την άλλη πλευρά οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα της 'παγκόσμιας παρουσίας', μειώνουν το κόστος τους και τους δίνονται νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Όμως εκτός από πλεονεκτήματα, το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν παύει να έχει και μειονεκτήματα. Ο φόβος των καταναλωτών είναι αν υπάρχει ασφάλεια συναλλαγών και προσωπικών δεδομένων. Απ'την άλλη πλευρά οι ΜΜΕ απορροφούνται από τις μαγαλύτερες.

Άραγε το ηλεκτρονικό εμπόριο και κατ'επέκταση το internet είναι ασφαλές ;!

9.1 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Συνέντευξη του κ. Θανάση Πετμεζά, Γενικού Διευθυντή της cosmoONE για το περιοδικό "INFOPLUS"

1. Τι υπηρεσίες παρέχονται από το marketplace που έχετε αναπτύξει. Σκοπεύετε να εισάγετε και άλλες υπηρεσίες /προϊόντα;

Η cosmoONE Hellas MarketSite A.E είναι η πρώτη εταιρία στην Ελλάδα που έχει ήδη δημιουργήσει και λειτουργεί μία Ηλεκτρονική Αγορά, και προωθεί εφαρμογές και υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου, επικεντρώνοντας τις δραστηριότητες της αποκλειστικά στις συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων (Business to Business).

Συνοπτικά, η εταιρία μπορεί να παρέχει όλες τις απαιτούμενες υπηρεσίες για την πλήρη χρήση και λειτουργία μιας Ηλεκτρονικής Αγοράς και τη διενέργεια επιχειρηματικών συναλλαγών (Business to Business e-commerce), οι οποίες μεταξύ άλλων περιλαμβάνουν:

- δυνατότητα σύνδεσης κάθε εταιρίας-Αγοραστή του ιδιωτικού ή δημοσίου τομέα με το σύνολο των εταιριών-Προμηθευτών που συμμετέχουν στην Ηλεκτρονική Αγορά και τη μεταξύ τους διενέργεια εμπορικών συναλλαγών,
- αυτοματοποίηση των διαδικασιών για τη διεξαγωγή ολοκληρωμένων εμπορικών συναλλαγών με ηλεκτρονικό τρόπο, κάνοντας χρήση του διαδικτύου,
- δημιουργία, κωδικοποίηση και διαχείριση ηλεκτρονικών καταλόγων με προϊόντα και υπηρεσίες, σύμφωνα με τα ισχύοντα διεθνή πρότυπα,
- παροχή ηλεκτρονικών δημοπρασιών (μειοδοτικών, πλειοδοτικών κ.ο.κ)
- παροχή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών
- δυνατότητα σύνδεσης με τα πληροφοριακά συστήματα της επιχείρησης
- Πλήρη ασφάλεια στις συναλλαγές
- υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας (δυνατότητα προσαρμογής καταλόγων ανά πελάτη, υπηρεσίες μεταφοράς αγαθών logistics, υπηρεσίες προώθησης προϊόντων - marketing σύμφωνα με τις απαιτήσεις της κάθε επιχείρησης κ.α.)
- δυνατότητα δημιουργίας "κάθετων" Ηλεκτρονικών Αγορών για εξειδικευμένους επιχειρηματικούς κλάδους, όπως για παράδειγμα ο Ευρύτερος Δημόσιος Τομέας, η Βιομηχανία, η Υγεία, οι Κατασκευές, ο Τουρισμός κ.ο.κ.

2. Πόσοι είναι οι πελάτες της ηλεκτρονικής αγοράς που έχετε αναπτύξει; Ποιος είναι ο ρυθμός αύξησης τους; Σύμφωνα με την προσωπική σας εκτίμηση σε τι αριθμό θα ανέλθουν έως το τέλος του 2001 οι online πελάτες της αγοράς αυτής και σε ποιο βαθμό η κερδοφορία της;

Η μέχρι τώρα πορεία της cosmoONE είναι πραγματικά αισιόδοξη. Έχουμε ήδη υπογράψει συμφωνίες τόσο με επιχειρήσεις - Αγοραστές όσο και με επιχειρήσεις - Προμηθευτές. Στο πελατολόγιο μας εντάσσονται μεγάλες εταιρίες από το χώρο των υπηρεσιών, της βιομηχανίας, της πληροφορικής και του εμπορίου. Ωστόσο είναι πραγματικά σημαντικό για εμάς το γεγονός πως τα μηνύματα που παίρνουμε από την αγορά είναι κυριολεκτικά ενθαρρυντικά, με αποτέλεσμα το πελατολόγιο της cosmoONE συνεχώς να επεκτείνεται. Έτσι εκτίμησή μας είναι ότι αρκετά γρήγορα η εταιρία θα εισέλθει σε κερδοφορία.

3. Υπάρχουν κάποια "τρικ" που χρησιμοποιείτε για να αυξήσετε την επισκεψιμότητα;

Ο τρόπος λειτουργίας της ηλεκτρονικής αγοράς της cosmoONE στηρίζεται σε εντελώς διαφορετική φιλοσοφία από αυτήν που χαρακτηρίζει τη δημιουργία ενός Ηλεκτρονικού καταστήματος ή ενός portal. Και η διαφοροποίηση αυτή σχετίζεται τόσο με τον τρόπο υλοποίησής της, όσο και με τους πελάτες στους οποίους απευθύνεται.

Στην Ηλεκτρονική Αγορά της cosmoONE έχουν πρόσβαση ταυτόχρονα οι επιχειρήσεις-Αγοραστές και οι επιχειρήσεις-Προμηθευτές. Κάνοντας την δημιουργία, έγκριση, αποστολή και λήψη των παραγγελιών, εύκολη, γρήγορη και αξιόπιστη, με αυτοματοποιημένες διαδικασίες, σε πραγματικό χρόνο (real time), 24 ώρες το εικοσιτετράωρο και 7 ημέρες την εβδομάδα, δίνουμε στην ουσία το επιπλέον κίνητρο αύξησης χρήσης του συστήματος, αρα και του site. Πέραν τούτου, οι υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας όπως travel services, community services κλπ θα αποτελέσουν ένα επιπλέον πόλο αύξησης της επισκεψιμότητας.

Όπως, λοιπόν, προκύπτει από τα προαναφερθέντα δεν υπάρχει η ανάγκη χρήσης "τρικ" αλλά αύξησης υπηρεσιών που δίνουν πραγματική αξία σε μία "on line επιχειρηματική αγορά".

4. Πόσο σας κόστισε η ανάπτυξη και υλοποίηση του. Ποιες ήταν οι κυριότερες δυσκολίες που αντιμετωπίσατε;

Το κόστος ανάπτυξης μίας Ηλεκτρονικής Αγοράς είναι αρκετά μεγάλο, καθώς απαιτείται η δημιουργία, η λειτουργία και η επίβλεψη μίας ολόκληρης υποδομής (H/W και S/W). Έτσι μέχρι στιγμής η επένδυση της cosmoONE έχει ξεπεράσει τα 2 Δις δρχ.

Ωστόσο πρέπει να τονίσουμε ότι η επένδυση για μία B2B Ηλεκτρονική Αγορά δεν συνίσταται μόνο στην εξασφάλιση των απαιτούμενων κεφαλαίων για την δημιουργία της, αλλά και στην ύπαρξη ακριβούς πλάνου και επιχειρηματικού ορίζοντα αναφορικά με τα άμεσα, αλλά και μεσοπρόθεσμα έσοδα (revenue streams) που αναμένονται.

Οι κυριότερες δυσκολίες που αντιμετωπίσαμε στη δημιουργία της ηλεκτρονικής μας αγοράς αφορούσαν κυρίως στην "ελληνικοποίηση" του λογισμικού, τη διπλή αναγραφή νομίσματος (Δραχμή και Ευρώ) καθώς και την προσαρμογή σε θέματα ΦΠΑ. Ωστόσο όλα τα προβλήματα ξεπεράστηκαν σχετικά εύκολα και σε μικρό χρονικό διάστημα. Στο γεγονός αυτό συνέβαλε το εξειδικευμένου και κατάλληλα εκπαιδευμένου προσωπικού της εταιρίας μας, αλλά και η βοήθεια της Commerce One, στο λογισμικό της οποίας έχει βασιστεί η Ηλεκτρονική Αγορά της cosmoONE, που έχει μεγάλη εμπειρία και τεχνογνωσία στην αντιμετώπιση τέτοιου είδους θεμάτων.

Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι κάθε νέα "οριζόντια ηλεκτρονική αγορά" θα αντιμετωπίσει τα ίδια κόστη και προβλήματα επιχειρηματικής πρωτοπορίας. Μιλώντας όμως για "κάθετες αγορές" και για "κοινότητες", η πρόταση είναι τελείως διαφορετική, αν υλοποιηθεί σε σχέση με την cosmoONE, τόσο σε κόστος, όσο και σε προβλήματα. Αυτό ακριβώς είναι το πλεονέκτημα μας και η επιχειρηματική μας πρόταση.

5. Ποια είναι τα πλεονεκτήματα των marketplaces τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για τον πελάτη;

Τα οφέλη από τη χρήση marketplaces είναι πολλαπλά τόσο για τις επιχειρήσεις-Αγοραστές όσο και για τις επιχειρήσεις- Προμηθευτές, καθώς το Ηλεκτρονικό Εμπόριο μεταξύ επιχειρήσεων έρχεται να δώσει λύσεις σε διάφορα προβλήματα που τίθενται σήμερα αναφορικά με τις σχέσεις των εμπορικών μερών κατά τη φάση της διαδικασίας της παραγγελιοληψίας.

Συνοπτικά, τα πλεονεκτήματα για τις επιχειρήσεις-Αγοραστές που συμμετέχουν στην ηλεκτρονική αγορά της cosmoONE είναι η σημαντική μείωση του κόστους αγοράς, η δυνατότητα σύγκρισης τιμών και η πρόσβαση σε μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων σε πραγματικό χρόνο. Ακόμη, οι επιχειρήσεις-Αγοραστές έχουν πρόσβαση σε επιπλέον πηγές προμήθειας και μπορούν να εκμεταλλεύονται τις προσφορές από εκποιήσεις πλεονάζοντος υλικού των προμηθευτών. Σημαντικό θεωρείται το γεγονός πως ελαχιστοποιείται ο απαιτούμενος χρόνος για τη δημιουργία και αποστολή παραγγελιών, ενώ ταυτόχρονα οι επιχειρήσεις-Αγοραστές έχουν την εποπτεία της διαδικασίας. Τέλος, μπορούν να συγκεντρώνουν στοιχεία για το αγοραστικό προφίλ της εταιρίας τους ανά υπάλληλο, τμήμα, προϊόν, κατασκευαστή, προμηθευτή, αξιοποιώντας τις πληροφορίες που τους παρέχονται από το σύστημα, με αποτέλεσμα παίρνουν καλύτερες αποφάσεις για το μέλλον.

Από την άλλη πλευρά οι επιχειρήσεις-Προμηθευτές, μέσω της ηλεκτρονικής αγοράς της cosmoONE, διατηρούν τους πελάτες τους, ενώ ταυτόχρονα διευρύνουν το πελατολόγιό τους σε όλη την επικράτεια και σύντομα εκτός Ελλάδας μέσω του Παγκόσμιου Εμπορικού Δικτύου GTW (Global Trading Web). Με τον τρόπο αυτό είναι σε θέση να αυξήσουν σημαντικά τον όγκο των πωλήσεών τους, λόγω του μεγαλύτερου ποσοστού παραγγελιών βάσει συμβολαίων. Επίσης έχουν τη δυνατότητα να διαφημίσουν άμεσα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους υπό μορφή

ηλεκτρονικών καταλόγων με κοινά - παγκόσμια αποδεκτά - χαρακτηριστικά και επιπρόσθετα να συμμετέχουν σε ηλεκτρονικές δημοπρασίες. Τέλος, μειώνουν το κόστος διαχείρισης των παραγγελιών τους, ενώ παράλληλα απολαμβάνουν τις υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας όπως η δυνατότητα προσαρμογής καταλόγων ανά πελάτη, στατιστικά στοιχεία, κ.α.

6. Πως βλέπετε να εξελίσσονται η επιχειρηματική δραστηριότητα μέσω του Internet στην Ελλάδα για την επόμενη διετία; Από ποιους παράγοντες θα επηρεαστούν;

Για να δώσουμε μία πιο εμπειριστατωμένη απάντηση, θα ήταν σκόπιμο αρχικά να εξετάσουμε τι ισχύει στην παγκόσμια αγορά. Σύμφωνα, λοιπόν, με τις διεθνείς μελέτες όλες οι προβλέψεις για το μέγεθος και τους ρυθμούς ανάπτυξης του Ηλεκτρονικού Εμπορίου συγκλίνουν στο συμπέρασμα ότι το Ηλεκτρονικό Εμπόριο μεταξύ επιχειρήσεων (business-to-business) αντιπροσωπεύει το κλάδο με τη μεγαλύτερη δυναμική ανάπτυξης, ενώ οι τελευταίες εκτιμήσεις προβλέπουν πως ο ρυθμός ανάπτυξης αυτού του χώρου τελικά θα ξεπεράσει τις μέχρι τώρα εκτιμήσεις. Αντίστοιχα αποτελέσματα ισχύουν και για την Ελλάδα, όπου σύμφωνα με μελέτες για το έτος 2002 ο όγκος των εμπορευμάτων που θα διακινηθεί μέσω B2B Ηλεκτρονικού Εμπορίου θα ανέλθει σε 550 Δις Δραχμές ενώ για το έτος 2003 θα ανέλθει σε 920 Δις Δραχμές.

Οι παράγοντες που θα επηρεάσουν ουσιαστικά τις B2B μεθόδους αγορών στην Ελλάδα σχετίζονται άμεσα με τη γρήγορη εξάπλωση του internet και την καθιέρωση του ως επαγγελματικό εργαλείο δουλείας από τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην τοπική αγορά. Σημαντικότετη θεωρείται και η ολοκλήρωση του θεσμικού και νομοθετικού πλαισίου αναφορικά με το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, καθώς και με την εν γένει συμμετοχή και υιοθέτηση μεθόδων Ηλεκτρονικού Εμπορίου από τους κρατικούς φορείς. Είναι γεγονός πως σε όλους τους παραπάνω τομείς καθημερινά σημειώνεται μεγάλη πρόοδος. Έτσι εκτίμησή μας είναι πως δεν απέχει πολύ ο χρόνος όπου το Ηλεκτρονικό Εμπόριο θα γνωρίσει μεγάλη άνθηση και στην Ελλάδα.

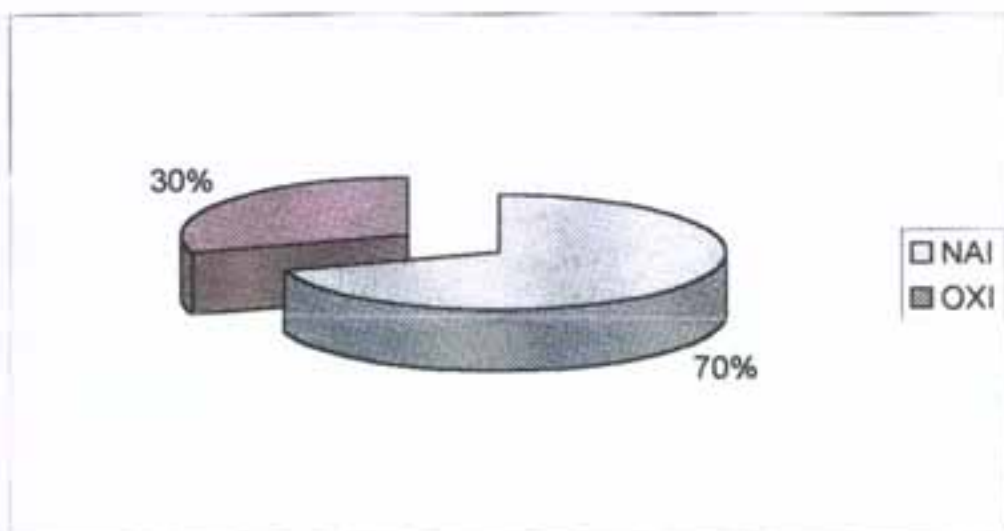
7. Μπορούμε να εντοπίσουμε κάποια μειονεκτήματα στην ύπαρξη τέτοιων αγορών;

Οι B2B ηλεκτρονικές αγορές δίνουν ριζικές λύσεις σε σημαντικά προβλήματα, ενώ ταυτόχρονα παρέχουν πολλαπλά οφέλη στις επιχειρήσεις. Μέχρι στιγμής, λοιπόν, δεν έχουν εντοπιστεί μειονεκτήματα σχετικά με την χρησιμότητά τους. Αν θα μπορούσε κανείς να μιλήσει για μειονεκτήματα θα ήταν ο τρομακτικός όγκος πληροφορίας που υπάρχει σχετικά με τις αγορές B2B σε σχέση με τον ελάχιστο χρόνο ύπαρξης αυτών των αγορών. Αυτό όμως είναι και το πλεονέκτημα τους ταυτόχρονα διότι αποδεικνύει την χρησιμότητά τους και την αναμενόμενη ραγδαία αύξηση και εξέλιξη αυτών των αγορών.

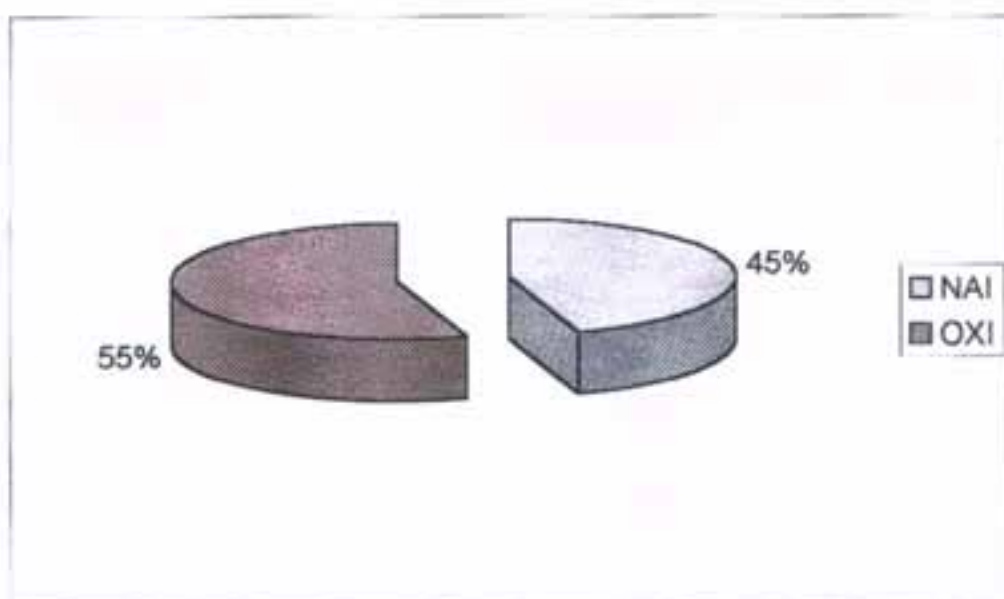
**9.2 ΡΩΤΗΣΑΜΕ.....20 ΑΤΟΜΑ
ΓΙΑ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ**

Στα παρακάτω ερωτήματα πήραμε τις εξής απαντήσεις:

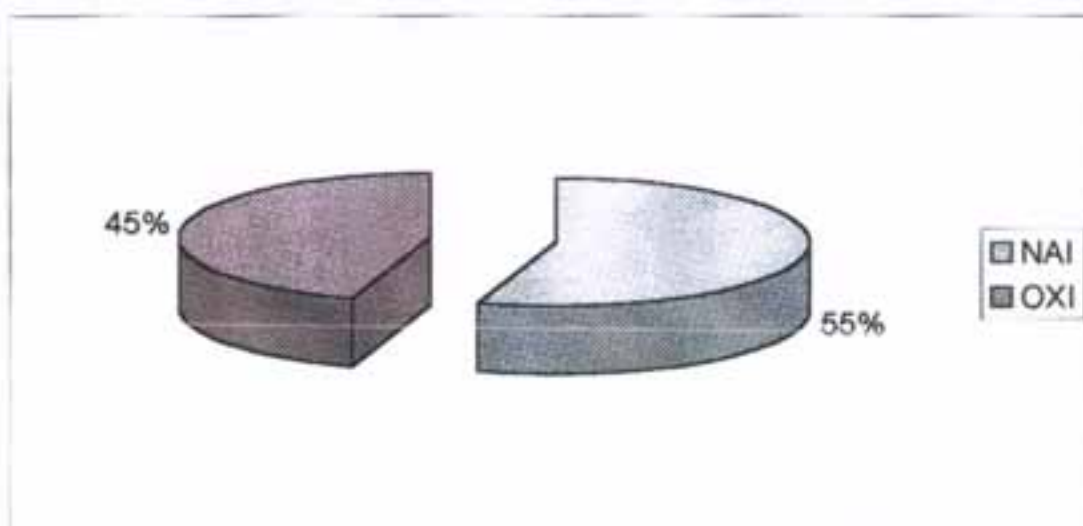
ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΣΤΟ INTERNET on-line ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ;



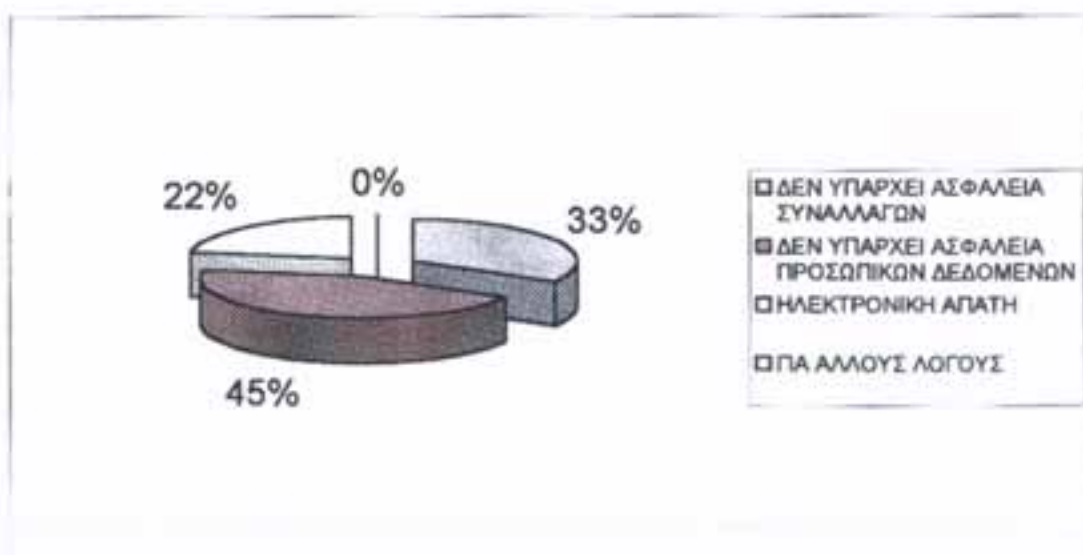
ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ on-line;



ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ on-line ΕΤΑΙΡΙΕΣ;



ΑΝ ΟΧΙ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

Σημειώστε ✓ στην απάντησή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: Αλέξης Βαλιαντής ΗΛΙΚΙΑ: 25

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Κανακάρη 68 ΠΟΛΗ: Πάτρα ΧΩΡΑ: Ελλάδα

ΕΙΣΤΕ ΓΝΩΣΤΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΛΙΓΟ ΑΡΚΕΤΑ ΠΟΛΥ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΣΤΟ INTERNET on-line ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ: athens2004 ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΠΕΡΙΠΟΥ; 20
ticketclub

ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ on-line; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ: εισιτήρια αγώνων (Αθήνα 2004)

ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ Ή ΞΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ: Ελληνική δρόμ

ΠΩΣ ΕΓΙΝΕ Η ΑΓΟΡΑ; VISA ΜΕΤΡΗΤΑ ΕΠΙΤΑΓΗ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

ΠΟΣΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ/ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ; 3 ημερες

ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΕΓΙΝΕ Η ΠΑΡΑΛΑΒΗ; courier

ΘΑ ΞΑΝΑΚΑΝΑΤΕ on-line ΑΓΟΡΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΣ
ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ
ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ on-line ΕΤΑΙΡΙΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΠΑΤΗ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ, ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ;

ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΑΠΟΡΡΟΦΟΥΝ ΤΙΣ ΜΜΕ
ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

Σημειώστε ✓ στην απάντησή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: Αδα Μπέη ΗΛΙΚΙΑ: 32

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Ακροπόλεως 25 ΠΟΛΗ: Λερνεία ΧΩΡΑ: Κύπρος

ΕΙΣΤΕ ΓΝΩΣΤΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΛΙΓΟ ΑΡΚΕΤΑ ΠΟΛΥ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΣΤΟ INTERNET on-line ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ;..... ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΠΕΡΙΠΟΥ;.....

ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ on-line; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ;.....

ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ Ή ΞΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ;.....

ΠΩΣ ΕΓΙΝΕ Η ΑΓΟΡΑ; VISA ΜΕΤΡΗΤΑ ΕΠΙΤΑΓΗ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

ΠΟΣΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ/ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ;.....

ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΕΓΙΝΕ Η ΠΑΡΑΛΑΒΗ;.....

ΘΑ ΞΑΝΑΚΑΝΑΤΕ on-line ΑΓΟΡΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΣ
ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ
ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ on-line ΕΤΑΙΡΙΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΠΑΤΗ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ, ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ;

ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΑΠΟΡΡΟΦΟΥΝ ΤΙΣ ΜΜΕ
ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

Σημειώστε ✓ στην απάντησή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: Μίτσιχα Έφη ΗΛΙΚΙΑ: 23
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Νόρμαν 5-7 ΠΟΛΗ: Πάτρα ΧΩΡΑ: Ελλάδα

ΕΙΣΤΕ ΓΝΩΣΤΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΛΙΓΟ ΑΡΚΕΤΑ ΠΟΛΥ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΣΤΟ INTERNET on-line ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ; MICROLAND ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΠΕΡΙΠΟΥ; 1

ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ on-line; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ; ΚΙΝ. ΤΟ. ΤΗΛΕΦΩΝΙΟ

ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ Ή ΞΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ; Ελληνική

ΠΩΣ ΕΓΙΝΕ Η ΑΓΟΡΑ; VISA ΜΕΤΡΗΤΑ ΕΠΙΤΑΓΗ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

ΠΟΣΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ/ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ; 4 ημ.ρες

ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΕΓΙΝΕ Η ΠΑΡΑΛΑΒΗ; courier

ΘΑ ΞΑΝΑΚΑΝΑΤΕ on-line ΑΓΟΡΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΣ
ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ on-line ΕΤΑΙΡΙΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΠΑΤΗ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ, ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ;
ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΑΠΟΡΡΟΦΟΥΝ ΤΙΣ ΜΜΕ
ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

Σημειώστε ✓ στην απάντησή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: Ηλία Γιάννος ΗΛΙΚΙΑ: 24
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Καρόλου 43-45 ΠΟΛΗ: Πάτρα ΧΩΡΑ: Ελλάδα

ΕΙΣΤΕ ΓΝΩΣΤΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΛΙΓΟ ΑΡΚΕΤΑ ΠΟΛΥ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΣΤΟ INTERNET on-line ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ; Engineering ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΠΕΡΙΠΟΥ; 5

ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ on-line; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ; προμήθεια Η/Υ

ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ Ή ΞΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ; Ελληνικές

ΠΩΣ ΕΓΙΝΕ Η ΑΓΟΡΑ; VISA ΜΕΤΡΗΤΑ ΕΠΙΤΑΓΗ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

ΠΟΣΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ/ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ; 7 ημ.ρες

ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΕΓΙΝΕ Η ΠΑΡΑΛΑΒΗ; courier

ΘΑ ΞΑΝΑΚΑΝΑΤΕ on-line ΑΓΟΡΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΣ
ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ on-line ΕΤΑΙΡΙΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΠΑΤΗ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ, ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ;
ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΑΠΟΡΡΟΦΟΥΝ ΤΙΣ ΜΜΕ
ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

Σημειώστε ✓ στην απάντησή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: Ανθή Βλάση ΗΛΙΚΙΑ: 26
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Νορμαν 5-7 ΠΟΛΗ: Τύτρα ΧΩΡΑ: Ελλάδα

ΕΙΣΤΕ ΓΝΩΣΤΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΛΙΓΟ ΑΡΚΕΤΑ ΠΟΛΥ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΣΤΟ INTERNET on-line ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ
ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ: Bucci ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΠΕΡΙΠΟΥ: 2-3

ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ on-line; ΝΑΙ ΟΧΙ
ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ: τούτα γυναικεία

ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ Ή ΞΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ: Γένια
ΠΩΣ ΕΓΙΝΕ Η ΑΓΟΡΑ; VISA ΜΕΤΡΗΤΑ ΕΠΙΤΑΓΗ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

ΠΟΣΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ/ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ: 20 ημερες

ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΕΓΙΝΕ Η ΠΑΡΑΛΑΒΗ: courrier

ΘΑ ΞΑΝΑΚΑΝΑΤΕ on-line ΑΓΟΡΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΣ
ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ on-line ΕΤΑΙΡΙΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΠΑΤΗ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ, ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ;
ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΑΠΟΡΡΟΦΟΥΝ ΤΙΣ ΜΜΕ
ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

Σημειώστε ✓ στην απάντησή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: Θέμα Μωάννου ΗΛΙΚΙΑ: 22
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Κορίνθου 168 ΠΟΛΗ: Τύτρα ΧΩΡΑ: Ελλάδα

ΕΙΣΤΕ ΓΝΩΣΤΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΛΙΓΟ ΑΡΚΕΤΑ ΠΟΛΥ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΣΤΟ INTERNET on-line ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ
ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ;..... ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΠΕΡΙΠΟΥ;.....

ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ on-line; ΝΑΙ ΟΧΙ
ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ;.....

ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ Ή ΞΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ;.....
ΠΩΣ ΕΓΙΝΕ Η ΑΓΟΡΑ; VISA ΜΕΤΡΗΤΑ ΕΠΙΤΑΓΗ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

ΠΟΣΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ/ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ;.....

ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΕΓΙΝΕ Η ΠΑΡΑΛΑΒΗ;.....

ΘΑ ΞΑΝΑΚΑΝΑΤΕ on-line ΑΓΟΡΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΣ
ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ on-line ΕΤΑΙΡΙΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΠΑΤΗ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ, ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ;
ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΑΠΟΡΡΟΦΟΥΝ ΤΙΣ ΜΜΕ
ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

Σημειώστε ✓ στην απάντησή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: Μάριος Καρναυίδης ΗΛΙΚΙΑ: 18
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Ευαγόρου 10 ΠΟΛΗ: ΛΕΡΩΝΕΙΑ ΧΩΡΑ: Κύπρος

ΕΙΣΤΕ ΓΝΩΣΤΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΛΙΓΟ ΑΡΚΕΤΑ ΠΟΛΥ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΣΤΟ INTERNET on-line ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ: playstation ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΠΕΡΙΠΟΥ: 3

ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ on-line; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ;

ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ Η ΞΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ;

ΠΩΣ ΕΓΙΝΕ Η ΑΓΟΡΑ; VISA ΜΕΤΡΗΤΑ ΕΠΙΤΑΓΗ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

ΠΟΣΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ/ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ;

ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΕΓΙΝΕ Η ΠΑΡΑΛΑΒΗ;

ΘΑ ΞΑΝΑΚΑΝΑΤΕ on-line ΑΓΟΡΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:

ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΣ
ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ
ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ on-line ΕΤΑΙΡΙΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:

ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΠΑΤΗ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ, ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ;

ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΑΠΟΡΡΟΦΟΥΝ ΤΙΣ ΜΜΕ
ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

Σημειώστε ✓ στην απάντησή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: Χαράλαμπος Ευαγγελίδης ΗΛΙΚΙΑ: 24
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Πανεπιστημίου 168 ΠΟΛΗ: Πάτρα ΧΩΡΑ: Ελλάδα

ΕΙΣΤΕ ΓΝΩΣΤΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΛΙΓΟ ΑΡΚΕΤΑ ΠΟΛΥ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΣΤΟ INTERNET on-line ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ: adidas
Puma ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΠΕΡΙΠΟΥ: 15

ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ on-line; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ; φανίτζα "Adidas"

ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ Η ΞΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ; Γερμ

ΠΩΣ ΕΓΙΝΕ Η ΑΓΟΡΑ; VISA ΜΕΤΡΗΤΑ ΕΠΙΤΑΓΗ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

ΠΟΣΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ/ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ; 10 ημερες

ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΕΓΙΝΕ Η ΠΑΡΑΛΑΒΗ; courrier

ΘΑ ΞΑΝΑΚΑΝΑΤΕ on-line ΑΓΟΡΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:

ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΣ
ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ
ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ on-line ΕΤΑΙΡΙΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:

ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΠΑΤΗ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ, ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ;

ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΑΠΟΡΡΟΦΟΥΝ ΤΙΣ ΜΜΕ
ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΤΕΓ ΠΑΤΡΑΣ

Σημειώστε ✓ στην απάντησή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: Ρόζα Κάρδαρη ΗΛΙΚΙΑ: 21

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Καρχηδόνας 7 ΠΟΛΗ: Αθήνα ΧΩΡΑ: Ελλάδα

ΕΙΣΤΕ ΓΝΩΣΤΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΛΙΓΟ ΑΡΚΕΤΑ ΠΟΛΥ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΣΤΟ INTERNET on-line ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ: easy jet ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΠΕΡΙΠΟΥ: 3

ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ on-line; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ: αεροπορικό εισιτήριο

ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ Ή ΞΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ: γέυη

ΠΩΣ ΕΓΙΝΕ Η ΑΓΟΡΑ; VISA ΜΕΤΡΗΤΑ ΕΠΙΤΑΓΗ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

ΠΟΣΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ/ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ: 10 ημερες

ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΕΓΙΝΕ Η ΠΑΡΑΛΑΒΗ: courier

ΘΑ ΞΑΝΑΚΑΝΑΤΕ on-line ΑΓΟΡΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

- ΑΝ ΝΑΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
- ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ
 - ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΣ
 - ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
 - ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ
 - ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
 - ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ on-line ΕΤΑΙΡΙΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

- ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
- ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
 - ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
 - ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΠΑΤΗ
 - ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ, ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ;

- ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
- ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΑΠΟΡΡΟΦΟΥΝ ΤΙΣ ΜΜΕ
- ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ
- ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

Σημειώστε ✓ στην απάντησή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: Δαυίνε Ιακώβου ΗΛΙΚΙΑ: 23

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Αγ. Δημητρίου ΠΟΛΗ: Παράλιμο ΧΩΡΑ: Κύπρος

ΕΙΣΤΕ ΓΝΩΣΤΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΛΙΓΟ ΑΡΚΕΤΑ ΠΟΛΥ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΣΤΟ INTERNET on-line ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ: ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΠΕΡΙΠΟΥ:

ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ on-line; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ:

ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ Ή ΞΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ:

ΠΩΣ ΕΓΙΝΕ Η ΑΓΟΡΑ; VISA ΜΕΤΡΗΤΑ ΕΠΙΤΑΓΗ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

ΠΟΣΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ/ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ:

ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΕΓΙΝΕ Η ΠΑΡΑΛΑΒΗ:

ΘΑ ΞΑΝΑΚΑΝΑΤΕ on-line ΑΓΟΡΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

- ΑΝ ΝΑΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
- ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ
 - ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΣ
 - ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
 - ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ
 - ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
 - ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ on-line ΕΤΑΙΡΙΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

- ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
- ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
 - ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
 - ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΠΑΤΗ
 - ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ, ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ;

- ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
- ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΑΠΟΡΡΟΦΟΥΝ ΤΙΣ ΜΜΕ
- ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ
- ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

Σημειώστε ✓ στην απάντησή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: Ανδριανή Μιχαήλ ΗΛΙΚΙΑ: 23
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Σωκράτους 5 ΠΟΛΗ: Παράλιξη ΧΩΡΑ: Κύπρος

ΕΙΣΤΕ ΓΝΩΣΤΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ; ΝΑΙ OXI

ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΛΙΓΟ ΑΡΚΕΤΑ ΠΟΛΥ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΣΤΟ INTERNET on-line ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ; ΝΑΙ OXI

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ;..... ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΠΕΡΙΠΟΥ;.....

ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ on-line; ΝΑΙ OXI

ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ;.....

ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ Η ΞΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ;.....

ΠΩΣ ΕΓΙΝΕ Η ΑΓΟΡΑ; VISA ΜΕΤΡΗΤΑ ΕΠΙΤΑΓΗ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

ΠΟΣΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ/ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ;.....

ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΕΓΙΝΕ Η ΠΑΡΑΛΑΒΗ;.....

ΘΑ ΞΑΝΑΚΑΝΑΤΕ on-line ΑΓΟΡΕΣ; ΝΑΙ OXI

ΑΝ ΝΑΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:

- ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ
- ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΣ
- ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
- ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ
- ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
- ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ on-line ΕΤΑΙΡΙΕΣ; ΝΑΙ OXI

ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:

- ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
- ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
- ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΠΑΤΗ
- ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ, ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ;

- ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
- ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΑΠΟΡΡΟΦΟΥΝ ΤΙΣ ΜΜΕ
- ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ
- ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

Σημειώστε ✓ στην απάντησή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: Παναγιώτης Μανιταράς ΗΛΙΚΙΑ: 40
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Ορονοίας 8 ΠΟΛΗ: Παράλιξη ΧΩΡΑ: Κύπρος

ΕΙΣΤΕ ΓΝΩΣΤΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ; ΝΑΙ OXI

ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΛΙΓΟ ΑΡΚΕΤΑ ΠΟΛΥ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΣΤΟ INTERNET on-line ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ; ΝΑΙ OXI

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ;..... ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΠΕΡΙΠΟΥ;.....

ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ on-line; ΝΑΙ OXI

ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ;.....

ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ Η ΞΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ;.....

ΠΩΣ ΕΓΙΝΕ Η ΑΓΟΡΑ; VISA ΜΕΤΡΗΤΑ ΕΠΙΤΑΓΗ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

ΠΟΣΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ/ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ;.....

ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΕΓΙΝΕ Η ΠΑΡΑΛΑΒΗ;.....

ΘΑ ΞΑΝΑΚΑΝΑΤΕ on-line ΑΓΟΡΕΣ; ΝΑΙ OXI

ΑΝ ΝΑΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:

- ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ
- ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΣ
- ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
- ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ
- ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
- ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ on-line ΕΤΑΙΡΙΕΣ; ΝΑΙ OXI

ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:

- ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
- ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
- ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΠΑΤΗ
- ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ, ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ;

- ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
- ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΑΠΟΡΡΟΦΟΥΝ ΤΙΣ ΜΜΕ
- ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ
- ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

Σημειώστε ✓ στην απάντησή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: Ανδρέας Μάρκου ΗΛΙΚΙΑ: 25

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Συγκρίτους 5 ΠΟΛΗ: παράλι ΧΩΡΑ: ΚΥΠΡΟΣ

ΕΙΣΤΕ ΓΝΩΣΤΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΛΙΓΟ ΑΡΚΕΤΑ ΠΟΛΥ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΣΤΟ INTERNET on-line ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ: vodafone ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΠΕΡΙΠΟΥ: 3
delta club

ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ on-line; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ;

ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ Ή ΞΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ;

ΠΩΣ ΕΓΙΝΕ Η ΑΓΟΡΑ; VISA ΜΕΤΡΗΤΑ ΕΠΙΤΑΓΗ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

ΠΟΣΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ/ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ;

ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΕΓΙΝΕ Η ΠΑΡΑΛΑΒΗ;

ΘΑ ΞΑΝΑΚΑΝΑΤΕ on-line ΑΓΟΡΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΣ
ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ on-line ΕΤΑΙΡΙΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΓΑΘΗ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ, ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ;
ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΑΠΟΡΡΟΦΟΥΝ ΤΙΣ ΜΜΕ
ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

Σημειώστε ✓ στην απάντησή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: Οδυσσεύς Τερικιάδης ΗΛΙΚΙΑ: 29

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Αρχ. Μακαρίου 5α ΠΟΛΗ: Λάρνακα ΧΩΡΑ: Κύπρος

ΕΙΣΤΕ ΓΝΩΣΤΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΛΙΓΟ ΑΡΚΕΤΑ ΠΟΛΥ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΣΤΟ INTERNET on-line ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ: Virgin Store ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΠΕΡΙΠΟΥ: 10

ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ on-line; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ; CD

ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ Ή ΞΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ; Ελληνική

ΠΩΣ ΕΓΙΝΕ Η ΑΓΟΡΑ; VISA ΜΕΤΡΗΤΑ ΕΠΙΤΑΓΗ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

ΠΟΣΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ/ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ; 8-9 ημέρες

ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΕΓΙΝΕ Η ΠΑΡΑΛΑΒΗ; courier

ΘΑ ΞΑΝΑΚΑΝΑΤΕ on-line ΑΓΟΡΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΣ
ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ on-line ΕΤΑΙΡΙΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΓΑΘΗ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ, ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ;
ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΑΠΟΡΡΟΦΟΥΝ ΤΙΣ ΜΜΕ
ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

Σημειώστε ✓ στην απάντησή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: Αντρέας Αντρέου ΗΛΙΚΙΑ: 24
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Μητρ. Δερκίων ΠΟΛΗ: Πάτρα ΧΩΡΑ: Ελλάδα

ΕΙΣΤΕ ΓΝΩΣΤΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΛΙΓΟ ΑΡΚΕΤΑ ΠΟΛΥ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΣΤΟ INTERNET on-line ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ; ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΠΕΡΙΠΟΥ;

ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ on-line; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ;

ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ Ή ΞΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ;

ΠΩΣ ΕΓΙΝΕ Η ΑΓΟΡΑ; VISA ΜΕΤΡΗΤΑ ΕΠΙΤΑΓΗ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

ΠΟΣΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ/ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ;

ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΕΓΙΝΕ Η ΠΑΡΑΛΑΒΗ;

ΘΑ ΞΑΝΑΚΑΝΑΤΕ on-line ΑΓΟΡΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΣ
ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ
ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ
ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ on-line ΕΤΑΙΡΙΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΠΑΘΗ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ, ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ;

ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΑΠΟΡΡΟΦΟΥΝ ΤΙΣ ΜΜΕ
ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

Σημειώστε ✓ στην απάντησή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: Μενέλαος Κων/δης ΗΛΙΚΙΑ: 26
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Καλοκατρινών 54 ΠΟΛΗ: Πάτρα ΧΩΡΑ: Ελλάδα

ΕΙΣΤΕ ΓΝΩΣΤΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΛΙΓΟ ΑΡΚΕΤΑ ΠΟΛΥ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΣΤΟ INTERNET on-line ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ; Vodafone ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΠΕΡΙΠΟΥ; 3

ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ on-line; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ; ΚΙΝΗΤΟ

ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ Ή ΞΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ; ΕΜΜΥΙΚΗ

ΠΩΣ ΕΓΙΝΕ Η ΑΓΟΡΑ; VISA ΜΕΤΡΗΤΑ ΕΠΙΤΑΓΗ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

ΠΟΣΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ/ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ; 10 ημερες

ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΕΓΙΝΕ Η ΠΑΡΑΛΑΒΗ; courrier

ΘΑ ΞΑΝΑΚΑΝΑΤΕ on-line ΑΓΟΡΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΣ
ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ
ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ on-line ΕΤΑΙΡΙΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΠΑΘΗ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ, ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ;

ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΑΠΟΡΡΟΦΟΥΝ ΤΙΣ ΜΜΕ
ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

Σημειώστε ✓ στην απάντησή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: Γιάννης Ηλιάδης ΗΛΙΚΙΑ: 29
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Γρίβα Διγενή 15 ΠΟΛΗ: Δερίνη ΧΩΡΑ: Κύπρος

ΕΙΣΤΕ ΓΝΩΣΤΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΛΙΓΟ ΑΡΚΕΤΑ ΠΟΛΥ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΣΤΟ INTERNET on-line ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ: benetton ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΠΕΡΙΠΟΥ: 2

ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ on-line; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ; τζόκεϊ

ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ Ή ΞΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ; genn

ΠΩΣ ΕΓΙΝΕ Η ΑΓΟΡΑ; VISA ΜΕΤΡΗΤΑ ΕΠΙΤΑΓΗ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

ΠΟΣΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ/ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ; 8 ημερες

ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΕΓΙΝΕ Η ΠΑΡΑΛΑΒΗ; courrier

ΘΑ ΞΑΝΑΚΑΝΑΤΕ on-line ΑΓΟΡΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:

ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ

ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΣ

ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ

ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ on-line ΕΤΑΙΡΙΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:

ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΠΑΤΗ

ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ, ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ;

ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΑΠΟΡΡΟΦΟΥΝ ΤΙΣ ΜΜΕ

ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ

ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

Σημειώστε ✓ στην απάντησή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: Ελένα Πιερή ΗΛΙΚΙΑ: 23
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Αμερικής 8 ΠΟΛΗ: Πάτρα ΧΩΡΑ: Ελλάδα

ΕΙΣΤΕ ΓΝΩΣΤΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΛΙΓΟ ΑΡΚΕΤΑ ΠΟΛΥ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΣΤΟ INTERNET on-line ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ: cyprus airways ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΠΕΡΙΠΟΥ: 1

ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ on-line; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ;

ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ Ή ΞΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ;

ΠΩΣ ΕΓΙΝΕ Η ΑΓΟΡΑ; VISA ΜΕΤΡΗΤΑ ΕΠΙΤΑΓΗ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

ΠΟΣΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ/ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ;

ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΕΓΙΝΕ Η ΠΑΡΑΛΑΒΗ;

ΘΑ ΞΑΝΑΚΑΝΑΤΕ on-line ΑΓΟΡΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:

ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ

ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΣ

ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ

ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ on-line ΕΤΑΙΡΙΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:

ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΠΑΤΗ

ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ, ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ;

ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΑΠΟΡΡΟΦΟΥΝ ΤΙΣ ΜΜΕ

ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ

ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

Σημειώστε ✓ στην απάντησή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: Γιώργος Αριστείδου ΗΛΙΚΙΑ: 38

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Ανεσδαμπείας 31 ΠΟΛΗ: Λερίδος ΧΩΡΑ: Κύπρος

ΕΙΣΤΕ ΓΝΩΣΤΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΛΙΓΟ ΑΡΚΕΤΑ ΠΟΛΥ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΣΤΟ INTERNET on-line ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ: ΝΟΚΙΑ ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΠΕΡΙΠΟΥ; 6

ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ on-line; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ;

ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ Ή ΞΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ;

ΠΩΣ ΕΓΙΝΕ Η ΑΓΟΡΑ; VISA ΜΕΤΡΗΤΑ ΕΠΙΤΑΓΗ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

ΠΟΣΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ/ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ;

ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΕΓΙΝΕ Η ΠΑΡΑΛΑΒΗ;

ΘΑ ΞΑΝΑΚΑΝΑΤΕ on-line ΑΓΟΡΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΣ
ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ on-line ΕΤΑΙΡΙΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΠΑΤΗ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ, ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ;

ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΑΠΟΡΡΟΦΟΥΝ ΤΙΣ ΜΜΕ
ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

Σημειώστε ✓ στην απάντησή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: Μαρία Μιτσιχού ΗΛΙΚΙΑ: 20

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Ευαγόρου 12 ΠΟΛΗ: ΔΕΡΥΝΙΑ ΧΩΡΑ: Κύπρος

ΕΙΣΤΕ ΓΝΩΣΤΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΛΙΓΟ ΑΡΚΕΤΑ ΠΟΛΥ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΣΤΟ INTERNET on-line ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ: Alexandros Andreou ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΠΕΡΙΠΟΥ; 1

ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ on-line; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ;

ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ Ή ΞΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ;

ΠΩΣ ΕΓΙΝΕ Η ΑΓΟΡΑ; VISA ΜΕΤΡΗΤΑ ΕΠΙΤΑΓΗ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

ΠΟΣΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ/ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ;

ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΕΓΙΝΕ Η ΠΑΡΑΛΑΒΗ;

ΘΑ ΞΑΝΑΚΑΝΑΤΕ on-line ΑΓΟΡΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΣ
ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ on-line ΕΤΑΙΡΙΕΣ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΞΗΣ ΛΟΓΟΥΣ:
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΠΑΤΗ
ΓΙΑ ΆΛΛΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ, ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ;

ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΑΠΟΡΡΟΦΟΥΝ ΤΙΣ ΜΜΕ
ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

10. ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ 4 ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΑΤΤΙΚΗΣ



DigiStore
COMPUTERS AND MORE

BlowUp

"Gem"

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ**

Σημειώστε ✓ στην απάντησή σας.

ΟΝΟΜΑ ΕΤΑΙΡΙΑΣ(με on-line σύστημα):.....

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:..... ΠΟΛΗ/ΝΟΜΟ:...../ΑΤΤΙΚΗΣ ΧΩΡΑ:ΕΛΛΑΔΑ

ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ
ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ Η ΚΥΡΙΑ ΕΤΑΙΡΙΑ;.....

ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ:.....

Η ΕΤΑΙΡΙΑ ΣΑΣ ΑΣΧΟΛΕΙΤΑΙ ΜΟΝΟ ΜΕ ΤΟ ΗΛ.ΕΜΠΟΡΙΟ; ΝΑΙ ΟΧΙ
ΑΝ ΟΧΙ, ΜΕ ΤΙ ΑΛΛΟ ΑΣΧΟΛΕΙΤΑΙ;.....

ΑΝ ΝΑΙ, ΤΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΙΑΘΕΤΕΙ on-line;.....

ΠΩΣ ΓΙΝΕΤΑΙ Η ΕΓΓΡΑΦΗ ΝΕΟΥ ΜΕΛΟΥΣ;.....

ΠΩΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΝΩ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ;.....

ΠΩΣ ΒΡΙΣΚΩ ΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΑ;.....

ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ:

ΠΙΣΤΩΤΙΚΗ

ΚΑΤΑΘΕΣΗ ΣΕ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟ

ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΑ COURIER

ΠΟΙΟΣ Ο ΧΡΟΝΟΣ ΚΑΙ Ο ΤΡΟΠΟΣ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΤΩΝ
ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ;.....

ΥΠΑΡΧΕΙ ΕΓΓΥΗΣΗ ΣΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΑΣ;.....

ΔΕΧΕΣΤΕ ΕΠΙΣΤΡΟΦΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;.....

ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ;.....

ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ;.....



Αώς
Φώς
στην
Ζωή σου!!!



Καλώς ήρθατε
στο ηλεκτρονικό κατάστημα της
MICROLAND



ΚΑΝΤΕ
ΚΛΙΚ
ΕΔΩ

Super Προσφορές



ΔΩΡΕΑΝ
+ ΔΩΡΟ
Ασκαρτά Τηλέφωνο
MP3, GPS, KALID, Dect
Στο αντίστοιχο
πρόγραμμα

NOKIA 2100
YELLOW



990€ !!!
12
ΔΩΡΟ

ALTEC PC
PERFORMER
P4/2.66GHz +
SONY 15" TFT



289€ !!!

MONITOR L1510S
15" TFT



1290€ !!!
12
ΔΩΡΟ
**+2
ΔΩΡΑ**

ALTEC PC
PERFORMER P4 /
3.0 HT + 15" TFT



1990€ !!!
**+2
ΔΩΡΑ**
12
ΔΩΡΟ

FUJITSU-
SIEMENS E4010



101€ !!!
6
ΔΩΡΟ

DVD PLAYER
CRYPTO DVD200



749€ !!!

ALTEC PC START
CEL/2.2/17CRT



58€ !!!
6
ΔΩΡΟ

ΕΚΤΥΠΩΤΗΣ
LEXMARK Z605



67€ !!!

ΨΗΦΙΑΚΗ
CRYPTO DC 130



199€ !!!
**+3
ΔΩΡΑ**
6
ΔΩΡΟ

ΠΟΛΥΜ/ΝΗΜΑ
LEXMARK X85



288€ !!!
8
ΔΩΡΟ

HOME CINEMA
LIMIT DVP 3000



75€ !!!
6
ΔΩΡΟ

TV TUNER BOX
PC TV

ΟΝΟΜΑ ΕΤΑΙΡΙΑΣ (με on-line σύστημα):



ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: web site www.eml.gr

Ευελπίδων 47, Αθήνα Τηλ: 2108204417, 2108204415

ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ:

E-Microland

Η Εταιρεία ιδρύθηκε το 1999 , με την επωνυμία ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ MICROLAND Α.Ε.Ε , και με διακριτικό τίτλο e - Microland (electronic Microland). Στην εταιρεία συμμετέχουν ο Δημοσιογραφικός Οργανισμός Λαμπράκη (Δ.Ο.Λ) , η ALTEC Α.Β.Ε.Ε. , και η MICROLAND COMPUTERS Α.Ε.Β.Ε. Η εταιρεία διοικείται από βμελές Διοικητικό Συμβούλιο , και διαθέτει μία ικανή και αποτελεσματική ομάδα που κάτω από την καθοδήγησή της , επιδιώκει να κατακτήσει κυρίαρχη θέση στον χώρο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου , με την προώθηση προϊόντων που ανήκουν τόσο στον τομέα της κινητής τηλεφωνίας , όσο και σε αυτόν της Πληροφορικής και των υπηρεσιών ψηφιακής τεχνολογίας, στην Ελλάδα , αλλά και στην αλλοδαπή , σε τελικούς καταναλωτές , ιδιώτες ή /και Επιχειρήσεις. Χρησιμοποιώντας την κατάλληλη προβολή αυτού καθ' εαυτού του Δικτυακού Τόπου , αλλά και κυρίως του περιεχομένου του , θα επιδιωχθεί να αποτελέσει τον Νο 1 Δικτυακό Τόπο της κατηγορίας του σε επισκεψιμότητα, σε σχεδιασμό, σε περιεχόμενο, και σε αποτελεσματικότητα.

Το ηλεκτρονικό μας κατάστημα σας δίνει την δυνατότητα να ενημερωθείτε και να κάνετε αγορές από το σπίτι , ή το γραφείο . Δεν χρειάζεται να ψάξετε πολύ για να βρείτε το προϊόν που σας ενδιαφέρει . Το ηλεκτρονικό μας κατάστημα είναι με τέτοιο τρόπο σχεδιασμένο , ώστε η αναζήτηση των προϊόντων και των υπηρεσιών να είναι απλή και εύκολη. Αφού επιλέξετε τα προϊόντα που σας ενδιαφέρουν , τα τοποθετείτε στο καλάθι αγορών , με το πάτημα ενός και μόνον πλήκτρου. Εάν τελικά αποφασίσετε να ολοκληρώσετε την παραγγελία , δεν έχετε παρά να μας δώσετε κάποια απαραίτητα στοιχεία , όπως είναι ο τρόπος πληρωμής, ο τρόπος παράδοσης , ο τόπος παράδοσης , και η παραγγελία σας θα έχει ολοκληρωθεί. Αφού ολοκληρώσετε και πραγματοποιήσετε την παραγγελία σας , εμείς θα σας ενημερώνουμε με ηλεκτρονικό μήνυμα (e-mail), ή μέσω τηλεομοιοποιητικού συστήματος (fax) , κάθε φορά που αλλάζει η κατάσταση της παραγγελίας σας , έτσι ώστε να γνωρίζετε σε ποιο , ακριβώς , στάδιο βρίσκεται. Πέρα από την δυνατότητα παραγγελίας, στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα μπορείτε να ενημερώνεστε για νέα προϊόντα , νέες τεχνολογίες , νέα της αγοράς , νέα της εταιρείας μας , νέα των εταιρειών που συμμετέχουν στην εταιρεία μας , και βέβαια , για τις τρέχουσες προσφορές. Φυσικά, εάν θέλετε να επικοινωνήσετε μαζί μας , μην διστάσετε να το κάνετε. Μπορείτε εύκολα να επιλέξετε "e-mail us "

από το menu , και να μας πείτε την γνώμη σας, τα σχόλιά σας , τις προτάσεις σας, γιατί εμείς πιστεύουμε ότι , καλός πελάτης είναι ο ενημερωμένος πελάτης και καλό site είναι το ενημερωμένο site .

Προκειμένου να προχωρήσετε στην αγορά προϊόντων από ηλεκτρονικό κατάστημα της Microland , δεν είναι απαραίτητο να είστε εγγεγραμμένος χρήστης. Η εγγραφή σας όμως , εξασφαλίζει τα πλεονεκτήματα του να μην χρειάζεται αποστολή των στοιχείων σας κάθε φορά που κάνετε αγορά , να μπορείτε να ενημερώνεστε για τις νέες προσφορές της Microland , και να μπορείτε να ελέγχετε τις αγορές που έχετε κάνει .

Όραμα

- Θέλουμε να είμαστε ηγέτες στο χώρο της διάθεσης προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής τεχνολογίας , αποτελώντας την πρώτη συνειδητή επιλογή των καταναλωτών .
- Θέλουμε να εισάγουμε τις νέες τεχνολογίες σε όλα τα σπίτια και να αποτελούμε αναπόσπαστο μέρος των επιλογών των πελατών μας , παρέχοντας μέσα από τον Οργανισμό μας , την πλέον ποιοτική Εξυπηρέτηση .
- Θέλουμε να εξασφαλίζουμε την συνεχή και κερδοφόρα ανάπτυξη της Electronic Microland (EML) , προσθέτοντας αξία στις επενδύσεις των μετόχων μας .
- Θέλουμε να δημιουργούμε και να θεμελιώνουμε σχέσεις εμπιστοσύνης και σωστής συνεργασίας με τους προμηθευτές μας , αποβλέποντας σε αμοιβαία οφέλη .
- Θέλουμε να χτίζουμε ένα περιβάλλον αμοιβαίας εμπιστοσύνης , αναγνώρισης και επιβράβευσης της συνεισφοράς των ανθρώπων μας , σκοπεύοντας ταυτόχρονα στην θετική τους εξέλιξη και ευημερία .
- Θέλουμε να οδηγούμε τις εξελίξεις στον κλάδο μας , συνεισφέροντας στην ποιότητα ζωής και στην πρόοδο του κοινωνικού συνόλου.
- Θέλουμε να νιώθουμε ότι ανήκουμε σε μία μεγάλη οικογένεια , και είμαστε υπερήφανοι που η Electronic Microland (EML) είναι κομμάτι της ζωής μας.

Η ΕΤΑΙΡΙΑ ΣΑΣ ΑΣΧΟΛΕΙΤΑΙ ΜΟΝΟ ΜΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΑΝ ΟΧΙ, ΜΕ ΤΙ ΑΛΛΟ ΑΣΧΟΛΕΙΤΑΙ;

Η microland ασχολείται επίσης με τη λιανική πώληση (με καταστήματα μας σε όλη την Ελλάδα), με την προώθηση προϊόντων που ανήκουν τόσο στο τομέα της κινητής τηλεφωνίας, όσο αυτόν της πληροφορικής και των υπηρεσιών ψηφιακής τεχνολογίας.

ΤΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΔΙΑΘΕΤΕΙ on-line;

- Υπολογιστές
- Περιφερειακά
- Telecoms
- Software - Consoles
- Gadgets

ΠΩΣ ΓΙΝΕΤΑΙ Η ΕΓΓΡΑΦΗ ΝΕΟΥ ΜΕΛΟΥΣ;

Πώς μπορώ να γίνω μέλος του Ηλεκτρονικού Καταστήματος ;Για να γίνετε μέλος του Ηλεκτρονικού Καταστήματος , και να απολαμβάνετε τα πλεονεκτήματα που αυτό συνεπάγεται , αρκεί να επιλέξετε την επιλογή « αρχική εγγραφή » από το menu bar του site . Στη συνέχεια , και ανάλογα αν είστε ιδιώτης ή εταιρεία , συμπληρώνετε τα αντίστοιχα στοιχεία.

Διαδικασίες Εγγραφής

Πατώντας 'Αρχική Εγγραφή' , εμφανίζεται μια φόρμα στην οποία πρέπει να καταχωρήσετε τα προσωπικά σας στοιχεία .Τα πεδία που σημειώνονται με έντονα γράμματα πρέπει να συμπληρωθούν οπωσδήποτε , τα υπόλοιπα πεδία δεν είναι υποχρεωτικά. Μετά την συμπλήρωση των στοιχείων σας πατήστε το κουμπί 'Εγγραφή Πελάτη' ; και η εγγραφή σας έχει ήδη τελειώσει .

Username (Αγγλικά)	<input type="text"/>	Password (Αγγλικά)	<input type="text"/>
Ενημέρωση για νέα προϊόντα <input type="checkbox"/>		Password (Επαλήθευση)	<input type="text"/>
Επώνυμο	<input type="text"/>	Όνομα	<input type="text"/>
Διεύθυνση	<input type="text"/>	Πόλη	<input type="text"/>
Νομός	<input type="text" value="ΑΤΤΙΚΗΣ"/>	T.K.	<input type="text"/>
Έτος γέννησης	<input type="text"/>	Φύλο	<input type="text" value="Ανδρας"/>
Τηλέφωνο	<input type="text"/>	Δεύτερο τηλέφωνο	<input type="text"/>
ΑΦΜ	<input type="text"/>	ΔΟΥ	<input type="text"/>
Επάγγελμα	<input type="text"/>	E-mail	<input type="text"/>
<input type="button" value="Εγγραφή Πελάτη"/>		<input type="button" value="Καθαρισμός Φόρμας"/>	

ΠΩΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΩ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;

Διαδικασίες Αγοράς Προϊόντων

1. Για Εγγεγραμμένους Χρήστες Κάνετε Login χρησιμοποιώντας το UserName και Password που δηλώσατε κατά την αρχική εγγραφή σας. Στην αριστερή πλευρά της οθόνης σας υπάρχουν οι βασικές κατηγορίες προϊόντων της Electronic Microland . Επιλέγοντας μια από αυτές τις κατηγορίες εμφανίζονται στην οθόνη σας οι προσφορές της Electronic Microland για την κατηγορία που επιλέξατε , ενώ συγχρόνως στην αριστερή πλευρά της οθόνης σας εμφανίζονται οι υποκατηγορίες της . Συνεχίζετε επιλέγοντας την υποκατηγορία που σας ενδιαφέρει , οπότε στην οθόνη σας εμφανίζεται λίστα προϊόντων από την οποία μπορείτε να επιλέξετε , είτε να δείτε περισσότερες πληροφορίες για το προϊόν που το είδος και την ποσότητα των προϊόντων που έχετε επιλέξει. Όταν έχετε ολοκληρώσει την επιλογή των προϊόντων που θέλετε επιλέξτε το καλάθι αγορών για να προχωρήσετε στην αποστολή της παραγγελίας . Στην φόρμα που εμφανίζεται στην οθόνη σας μπορείτε να μεταβάλετε τη διεύθυνση αποστολής χρέωσης ή να προσθέσετε νέες διευθύνσεις αποστολής παραγγελίας. Ακολουθεί η επιλογή του τρόπου παράδοσης των προϊόντων η οποία πραγματοποιείται με Courier . Η πληρωμή μπορεί να γίνει με πιστωτική κάρτα , με κατάθεση στον τραπεζικό λογαριασμό της Microland ή με αντικαταβολή . Μετά την επιλογή του τρόπου πληρωμής πατώντας το κουμπί 'Αγορά' η αγορά σας έχει ολοκληρωθεί . Ελέγξτε εάν χρησιμοποιείτε κεφαλαία ή μικρά γράμματα στην εισαγωγή του username και του password. Για οποιαδήποτε πληροφορία σχετική με τις αγορές σας μπορείτε πάντα να καλείτε στο τηλέφωνο εξυπηρέτησης καταναλωτών 01 - 6478500 (Δευτέρα έως Παρασκευή 09:00 - 17:00)

2. Για μη Εγγεγραμμένους Χρήστες Οι διαδικασίες αναζήτησης , επιλογής προϊόντων , επιλογής τρόπου αποστολής , και επιλογής τρόπου πληρωμής είναι ίδιες με αυτές που περιγράφονται για τους εγγεγραμμένους χρήστες . Κατά την αποστολή της παραγγελίας όμως θα πρέπει να συμπληρώσετε στις αντίστοιχες φόρμες τα στοιχεία της διεύθυνσης χρέωσης και της διεύθυνσης αποστολής των προϊόντων . Για οποιαδήποτε πληροφορία σχετική με τις αγορές σας μπορείτε πάντα να καλείτε στο τηλέφωνο εξυπηρέτησης καταναλωτών 01 - 6478500 (Δευτέρα έως Παρασκευή 09:00 - 17:00)

Αγοράστε εύκολα - γρήγορα

Δείτε τα προϊόντα μόνοι σας, χωρίς ενόχληση 24 ώρες το 24ωρο

Αγορά Προϊόντων

Είναι πολύ εύκολο να αγοράσετε το προϊόν που επιθυμείτε. Επιλέξτε την κατηγορία και την υποκατηγορία που επιθυμείτε, και πατήστε το πλήκτρο "Αγορά" που εμφανίζεται κάτω από τη μικρή φωτογραφία του προϊόντος. Εάν

χρειάζεστε περισσότερες πληροφορίες, μπορείτε να πατήσετε πάνω στο όνομα του προϊόντος, και να δείτε τα πλήρη χαρακτηριστικά του. Πατώντας το πλήκτρο "Αγορά", επιλέγετε το συγκεκριμένο προϊόν. Για να επιστρέψετε στη προηγούμενη συνοπτική σελίδα των προϊόντων, απλώς πατήστε το πλήκτρο "Back" του οδηγού πλοήγησης (Browser) (όπου επιτρέπεται) Εάν θέλετε να παραγγείλετε τα προϊόντα που βρίσκονται στο καλάθι αγορών σας, πατάτε το πλήκτρο "αγορά". Επιβεβαιώστε την επιθυμία σας για την αγορά των προϊόντων πατώντας το πλήκτρο "καλάθι αγορών" στη σελίδα που εμφανίζεται.

ΠΩΣ ΒΡΙΣΚΩ ΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝ;

Αναζήτηση προϊόντων

Μπορείτε να βρείτε κάποιο προϊόν που σας ενδιαφέρει από το πεδίο της εύρεσης. Εκεί, εισάγετε το όνομα ή κάποιο από τα στοιχεία του προϊόντος και θα σας εμφανιστεί η σελίδα με τα αποτελέσματα της αναζήτησής σας. Εάν θέλετε, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε και τη σύνθετη έρευνα, με την οποία μπορείτε να περιορίσετε τα αποτελέσματα ανάλογα με τις τιμές ή ανάλογα με τα βασικά χαρακτηριστικά του προϊόντος που σας ενδιαφέρει. Επιλέξτε το εύρος τιμής για το προϊόν το οποίο ενδιαφέρεστε και επιλέξτε το εύρος των χαρακτηριστικών με τα οποία θέλετε να συμπίπτει το προϊόν. Σημειώστε ότι όσο περισσότερα κριτήρια αναζήτησης επιλέξετε, τόσο πιο λίγα θα είναι τα προϊόντα τα οποία θα εμφανιστούν.

ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ

Τρόποι πληρωμής

Όποτε επιθυμείτε να αγοράσετε ένα προϊόν από το Ηλεκτρονικό Κατάστημα, μπορείτε να εξοφλήσετε το ποσό με τέσσερις διαφορετικούς τρόπους.

- Ο πρώτος τρόπος είναι μέσω της πιστωτικής σας κάρτας. Το Ηλεκτρονικό Κατάστημα δέχεται DINERS, VISA, MASTERCARD, και στην περίπτωση αυτή δηλώνετε υποχρεωτικά όλον τον αριθμό της πιστωτικής σας κάρτας.
- Ο δεύτερος τρόπος είναι πάλι μέσω της πιστωτικής σας κάρτας. Το Ηλεκτρονικό Κατάστημα δέχεται DINERS, VISA, MASTERCARD, και στην περίπτωση αυτή Μπορείτε να δηλώσετε τους 4 πρώτους αριθμούς, εάν ανησυχείτε για την προστασία των δεδομένων σας. Μετά την ολοκλήρωση της παραγγελίας σας, θα επικοινωνήσουμε εμείς μαζί σας τηλεφωνικά για να μας δώσετε τα υπόλοιπα νούμερα. Μπορείτε επίσης εσείς να επιλέξετε τον κατά την γνώμη σας ασφαλέστερο τρόπο αποστολής των υπολοίπων αριθμών της Πιστωτικής σας Κάρτας.
- Ο τρίτος τρόπος εξόφλησης γίνεται μέσω κατάθεσής σας στις τράπεζες Πειραιώς ή Εθνικής. Θα πρέπει να προσέξετε στο καταθετήριο να γράψετε

ώς αιτιολογία πρώτα τον αριθμό παραγγελίας, μετά το επώνυμο σας και τέλος το όνομα σας. Για παράδειγμα 51111400 ΕΠΩΝΥΜΟ ΟΝΟΜΑ.

- Ο τέταρτος τρόπος εξόφλησης των προϊόντων γίνεται μέσω αντικαταβολής στην εταιρεία courier, εφόσον έχετε επιλέξει τρόπο παράδοσης με courier.

Εξοφλήστε όπως θέλετε. Δείτε ποιός από τους τέσσερις τρόπους πληρωμής σας εξυπηρετεί και πως να τον επιλέξετε. Γρήγορα, χωρίς καθυστέρηση.

ΠΟΙΟΣ Ο ΧΡΟΝΟΣ ΚΑΙ Ο ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;

Πως να παραλάβετε τα προϊόντα στο χώρο σας .

Τρόποι Παράδοσης

Για την παραλαβή των προϊόντων σας, μπορείτε να επιλέξετε μεταξύ δύο τρόπων παράδοσης. Η πρώτη επιλογή είναι παράδοση από το Ηλεκτρονικό Κατάστημα στο χώρο σας με courier χωρίς χρέωση εάν η παραγγελία σας υπερβαίνει το ποσό των 100.000 δρχ. χωρίς ΦΠΑ. Σε κάθε άλλη περίπτωση υπάρχει μια μικρή χρέωση. Συγκεκριμένα για τις περιοχές της Αττικής, η χρέωση είναι από 2.500 ως 10.000, ενώ για τις υπόλοιπες περιοχές που καλύπτει το δίκτυο της εταιρείας courier είναι από 5.000 ως 12.500. Οι ώρες παράδοσης είναι από 09:00 - 19:00, για Δευτέρα έως Παρασκευή έτσι ώστε να σας εξυπηρετήσουν το δυνατόν καλύτερα.

Χρόνος Παράδοσης

Το άρτια οργανωμένο σύστημα παραδόσεων της eMicroland, μπορεί να σας εγγυηθεί την παράδοση των προϊόντων σας από 2 έως 4 ημέρες μέσω της συνεργαζόμενης εταιρείας courier και για προϊόντα τα οποία είναι διαθέσιμα. Μετά την ολοκλήρωση της παραγγελίας σας, σε σύντομο χρονικό διάστημα, σας αποστέλλεται e-mail με τον αριθμό παραγγελίας και το προϊόν που έχετε παραγγείλει. Κατόπιν προχωράει η εκτέλεση της παραγγελίας σας στο χρονικό διάστημα των 2 - 4 ημερών. Μόνη περίπτωση για την καθυστέρηση της παραγγελίας, είναι η έλλειψη του συγκεκριμένου προϊόντος. Στην περίπτωση αυτή θα ενημερωθείτε αμέσως για την προβλεπόμενη ημερομηνία παραλαβής του προϊόντος. Εάν υπάρξει καθυστέρηση στη παράδοση της παραγγελίας σας, μπορείτε να τροποποιήσετε τη παραγγελία σας (με ένα παρεμφερές είδος), ή να την ακυρώσετε κατόπιν επικοινωνίας και συνεννόησης με την εταιρεία. Στην περίπτωση που έχετε επιλέξει τρόπο πληρωμής μέσω τραπέζης, η παραγγελία σας θα εκτελεστεί αμέσως μετά τη παραλαβή του αντίγραφου της τραπεζικής εντολής πληρωμής.

Τι γίνεται αν την ώρα της παράδοσης λείπω από το σπίτι;

Σε αυτή τη περίπτωση ο courier αφήνει σημείωμα με κάποιο τηλέφωνο και διεύθυνση (των αντίστοιχων γραφείων της περιοχής που βρίσκεται η εταιρεία), με το οποίο μπορεί ο πελάτης να επικοινωνήσει για να ενημερωθεί. Εάν τη πρώτη

ημέρα δέν επιτευχθεί η παράδοση των προϊόντων, η εταιρεία courier θα προσπαθήσει και τις επόμενες 2 ημέρες και άν και τις 3 φορές δεν γίνει η παράδοση, τα προϊόντα επιστρέφονται σε εμάς.

Και αν τα προϊόντα που θα παραλάβω δέν είναι αυτά που ζήτησα;

Μπορείτε να έρθετε σε άμεση επικοινωνία μαζί μας , για να προχωρήσουμε στη διαδικασία αντικατάστασης των προϊόντων. Κατόπιν μέσα στις 2 επόμενες ημέρες και εφόσον το προϊόν είναι στην αρχική κατάσταση στην οποία παρελήφθη, έχετε τη δυνατότητα να το επιστρέψετε είτε στο υποκατάστημα της εταιρείας απο το οποίο το παραλάβατε, είτε μέσω courier για να αντικατασταθεί με το προϊόν που αρχικά επιθυμούσατε. Εάν διαπιστωθεί λάθος απο εμάς η χρέωση της courier είναι δική μας.

Μπορώ να αλλάξω τα προϊόντα που παρήγγειλα ή το τρόπο πληρωμής;

Μετά την ολοκλήρωση της παραγγελίας δέ μπορούν να γίνουν αυτές οι αλλαγές. Εφόσον επιθυμείτε κάτι τέτοιο θα πρέπει να προβείτε σε ακύρωση της παραγγελίας, (όσο είναι σε εκκρεμή κατάσταση) και να επιλέξετε εκ νέου τα προϊόντα και το τρόπο πληρωμής που θέλετε.

Μπορώ να ακυρώσω τη παραγγελία μου και με ποιό τρόπο; Μπορείτε να ακυρώσετε τη παραγγελία σας όσο είναι σε εκκρεμή κατάσταση . Μπαίνετε στο site στην επιλογή παραγγελία(στο καλάθι), όπου σας δίνετε η δυνατότητα να (να αφαιρέσετε προϊόντα από το καλάθι σας). Αυτή η δυνατότητα παρέχεται μόνο στους εγγεγραμένους χρήστες.

ΥΠΑΡΧΕΙ ΕΓΓΥΗΣΗ ΣΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;

Όλα τα εμπορεύματα μας έχουν εγγύηση. Αγοράζοντας προϊόντα από μας, σας δίνουμε γραπτή εγγύηση για 1 χρόνο.

ΛΕΧΕΣΤΕ ΕΠΙΣΤΡΟΦΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;

Μπορώ να επιστρέψω ένα προϊόν; Ναι! Μέσα σε δέκα μέρες μπορεί να πραγματοποιηθεί , με ευθύνη του πελάτη , επιστροφή προϊόντος με την προϋπόθεση ότι το προϊόν δεν έχει ανοιχτεί και παραμένει εμπορεύσιμο. Στην παραπάνω αναφερόμενη προθεσμία των 10 ημερών ο πελάτης οφείλει να αναφέρει και κάθε τυχόν εμφανιζόμενο ελάττωμα ή έλλειψη ιδιότητας του προϊόντος , διαφορετικά ουδεμία επιστροφή μπορεί να γίνει αποδεκτή. Στις περιπτώσεις αυτές η εταιρεία δεν υποχρεώνεται να επιστρέψει το αντίτιμο της αγοραστικής αξίας του προϊόντος , αλλά οφείλει να το αντικαταστήσει άμεσα , και με δικές της δαπάνες, με άλλο όμοιο του προϊόν .

ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ;

Και όλα αυτά με Ασφάλεια Κορυφαία τεχνολογία κρυπτογράφησης με τα πιο σύγχρονα πρωτόκολλα, για τη δική σας ασφάλεια και προστασία δεδομένων.

Ασφάλεια

Για την αποστολή όλων των στοιχείων στο Ηλεκτρονικό Κατάστημα, είτε αυτά είναι προσωπικά στοιχεία, είτε είναι στοιχεία αγορών, χρησιμοποιείται η τεχνολογία Secure Socket Layer 3 (SSL3), η οποία χρησιμοποιεί τους αλγόριθμους κρυπτογράφησης RSA (RC4-Export, 128 bit with 40 bit secret). Οι αλγόριθμοι αυτοί θεωρούνται 100% ασφαλείς, και έχουν ελεγχθεί από κορυφαίους οργανισμούς. Σύμφωνα με το πρωτόκολλο αυτό, η πληροφορία κρυπτογραφείται στο προσωπικό υπολογιστή του χρήστη με τη βοήθεια του λογισμικού πλοήγησης στο Διαδίκτυο (Internet Browser) και αποκρυπτογραφείται από τον παραλήπτη της πληροφορίας, τον Web Server, με τρόπο που δεν επιτρέπει την ενδιάμεση ανάγνωση της πληροφορίας.

ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ;

Πώς διασφαλίζεται η προστασία των προσωπικών μου στοιχείων ;

Τα προσωπικά σας στοιχεία , τα οποία θέτετε στην διάθεσή μας με την εγγραφή σας ως μέλος , χρησιμοποιούνται αποκλειστικά από την εταιρεία μας για την εκτέλεση των παραγγελιών σας , την ενημέρωσή σας (εάν το επιλέξετε), και την ανάπτυξη των υπηρεσιών μας. Η ασφάλεια των στοιχείων εξασφαλίζεται από τα πιο σύγχρονα συστήματα ασφαλείας του Δικτύου της ALTEC COMMUNICATION NETWORK (ACN). Για την ασφαλή μεταφορά των προσωπικών δεδομένων σας στο Internet χρησιμοποιείται κρυπτογράφηση SSL (Secure Socket Layers) , με πιστοποίηση από την VeriSign , την εταιρεία που υποστηρίζει το 98 % των ηλεκτρονικών συναλλαγών που πραγματοποιούνται στο Internet.

Πώς εξασφαλίστε από υποκλοπές κατά την επικοινωνία

Η επικοινωνία μεταξύ του browser που χρησιμοποιείτε και του server μας γίνεται με κρυπτογράφηση. Με αυτόν τον τρόπο, ακόμα και αν οποιοσδήποτε κόμβος του Internet που μεσολαβεί μέχρι τον server μας παρακολουθήσει την σύνδεσή σας και όσα δεδομένα ανταλλάσσετε, δεν είναι σε θέση να δει τον αριθμό και τα άλλα στοιχεία της κάρτας σας. Για περισσότερες λεπτομέρειες σχετικά με το είδος της κρυπτογράφησης που υποστηρίζεται και την εξασφάλισή σας, συμβουλευτείτε τις επόμενες ενότητες.

Τι είναι ο ασφαλής εξυπηρετητής μας

Πρόκειται για έναν εξυπηρετητή που υποστηρίζει το πρωτόκολλο ασφαλών επικοινωνιών SSL (έκδοση 3). Όλοι οι σύγχρονοι browsers υποστηρίζουν το παραπάνω πρωτόκολλο. Αν ο browser που χρησιμοποιείτε είναι παλιός ή για οποιοδήποτε λόγο δεν υποστηρίζει SSL, παρακαλούμε ανανεώστε τον browser ή την έκδοση που χρησιμοποιείτε.

Πιστοποίηση

Παρόλο που ο εξυπηρετητής μας υποστηρίζει κρυπτογράφηση, αυτό από μόνο του δεν εξασφαλίζει ότι ο εξυπηρετητής ανήκει στην εταιρεία μας. Γι' αυτό το λόγο, το πρωτόκολλο SSL απαιτεί την ύπαρξη ενός ηλεκτρονικού πιστοποιητικού (certificate) που να εξασφαλίζει ότι ο server με τον οποίο συνδιαλέγεστε είναι αυθεντικός. Τα πιστοποιητικά υπογράφονται από έμπιστα τρίτα (νομικά ή φυσικά) πρόσωπα κοινής αποδοχής.

Όλα τα πιστοποιητικά έχουν τις εξής ενότητες:

- Πιστοποιούσα αρχή: το έμπιστο τρίτο πρόσωπο που βεβαιώνει ότι ο κάτοχος του πιστοποιητικού είναι αυθεντικός.
- Πιστοποιούμενος: στη συγκεκριμένη περίπτωση, ο εξυπηρετητής.
- Ισχύς: χρονική περίοδος κατά την οποία ισχύει ένα πιστοποιητικό.
- Ψηφιακές υπογραφές: μέθοδος με την οποία η πιστοποιούσα αρχή "υπογράφει" ηλεκτρονικά το πιστοποιητικό, με τρόπο που δεν είναι πρακτικά δυνατό να παραποιηθεί.

Κρυπτογράφηση και αυθεντικότητα δεδομένων

Κατά τη διάρκεια της επικοινωνίας μεταξύ του browser σας και του εξυπηρετητή, όλα τα δεδομένα (ακόμα και τα ορίσματα που δίνονται στα URLs) κρυπτογραφούνται. Για αυτό το σκοπό, γίνεται αυτόματη διαπραγμάτευση μεταξύ του browser και του εξυπηρετητή και συμφωνείται ένα κοινό κλειδί. Το κλειδί έχει διάρκεια όσο η τρέχουσα σύνδεσή σας με τον ασφαλή εξυπηρετητή και χρησιμοποιείται και από τα δύο άκρα για την κρυπτογράφηση των δεδομένων. Είναι γενικά παραδεκτό ότι, ανάλογα με το είδος κρυπτογράφησης που επιλέγουν από κοινού ο browser σας και ο εξυπηρετητής, όσο μεγαλύτερο κλειδί επιλεγεί, τόσο πιο ασφαλής είναι η επικοινωνία. Επιπλέον, προκειμένου να εξασφαλίζεται η επικοινωνία από τυχόν αντικατάσταση δεδομένων με άλλα, χρησιμοποιείται ένας αλγόριθμος ελέγχου αυθεντικότητας.

Δυνατότητες του browser σας

Προκειμένου να εγκατασταθεί μία ασφαλής σύνδεση, πρέπει και ο browser που χρησιμοποιείτε να υποστηρίζει κάποιον από τους συνδυασμούς κρυπτογραφικών αλγορίθμων, μήκους κλειδιού και αλγόριθμου αυθεντικότητας. Οι browsers (και οποιοδήποτε λογισμικό) που προέρχονται από τις Η.Π.Α. υπόκεινται σε περιορισμούς σε ό,τι αφορά τις κρυπτογραφικές τους δυνατότητες. Παρακαλούμε, ελέγξτε τον browser που χρησιμοποιείτε σε σχέση με τις δυνατότητες κρυπτογράφησης που υποστηρίζει.

Επικοινωνία

Για οτιδήποτε θελήσετε να ρωτήσετε, τεχνικά χαρακτηριστικά, επιπλέον πληροφορίες για προϊόντα προτάσεις - παράπονα ή ότι άλλο χρειαστείτε, μπορείτε

ανά πάσα στιγμή να επικοινωνήσετε μαζί μας με E-mail. Εάν έχετε μια απορία - πρόβλημα σχετικά με την σελίδα και το σχεδιασμό του Ηλεκτρονικού Καταστήματος, επιλέξτε σαν παραλήπτη το helg@microland.com.gr. Εάν θέλετε να ρωτήσετε κάτι σχετικά με μια παραγγελία σας, επιλέξτε σαν παραλήπτη το orders@eml.gr. Αν θέλετε να μάθετε περισσότερες πληροφορίες γύρω από ένα προϊόν, διαθεσιμότητα και τιμή, επικοινωνήστε με το info@eml.gr. Τέλος, για οποιοδήποτε άλλο θέμα σας απασχολεί, επικοινωνήστε με το info@eml.gr. Συμπληρώστε την ηλεκτρονική σας διεύθυνση (e-mail) στο πεδίο του αποστολέα, το θέμα του μηνύματος που θέλετε να στείλετε, και τέλος τη περιγραφή του θέματος.



Αρχή φόρμας

Εμφάνιση καλαθιού

Αφιλοηγήτη

Πληροφορική

Τέλος φόρμας

Κατηγορίες
προϊόντων* Για αυτή την εβδομάδα η DigitStore σας
προτείνει[Computers](#)[Monitors](#)[Printers](#)[Photo printers](#)[Parts H/Y](#)[Πολυμέσα](#)[Ψηφιακές Κάμερες](#)[Αποθηκευτικά μέσα](#)[Δικτυακά Προϊόντα](#)[Μηχανές Γραφείου](#)[Αναλώσιμα](#)[Προσφορές](#)**HYUDAI NB Blue Eye P4 2.66GHz**P4 2,66GHz ως 2,8GHz,
256MB, 40GB, DVD/CD-RW,
TFT 15", ETHERNET 10/100,
MODEM 56K, WEB
CAMERA, WIN XP HOME,
12 ΜΗΝΕΣ INTERNET.

Τιμή με ΦΠΑ:

1.657,10 €

Διαθ/τα:



Στο καλάθι

Νέα προϊόντα

VGA PINE FX5200 64DDR TV DVI AGP8X

Τιμή με ΦΠΑ: 70,06 €

Διαθ/τα:

Στο καλάθι

CPU INTEL CELERON 2600MHZ BOX

Αρχή φόρμας
Η επιλογή
συγκεκριμένου
κατασκευαστή θα
περιορίσει το προϊόντικό
μίγμα στις κατηγορίες
προϊόντων στα προϊόντα
μόνο του κατασκευαστή
που θα επιλέξετε.

Όλοι οι κατασκευαστές


Τέλος φόρμας

Εώς και 36
πραγματικά
άτοκες δόσεις για
όλα τα είδη με τα
σήματα



Μάθετε περισσότερα για το
status διαθεσιμότητας

»»»»

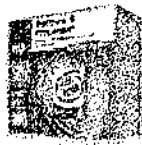
 Επωφεληθείτε τώρα
από τα είδη με αυτό το
σήμα Περισσότερες »»»»

Εως και 36 δόσεις με τις
παρακάτω κάρτες




Euroline Visa Mastercard

Ο 128bit
Secure Server
μας είναι
πιστοποιημένος
από την::



Τιμή με ΦΠΑ: **98,65 €**

Διαθ/τα: 

Στο καλάθι 

Νέα πληροφορικής

Κατέφθασε το νέο DVD+/- από την NEC.

Η MatSonic στα 800MHz FSB!!

Κατέφθασε από την MatSonic το νέο motherboard με
FSB στα 800 MHz , έτοιμο να υποστηρίξει τους νέους
επεξεργαστές της Intel. Με το νέο chipset της SiS , το
648FX , μπορεί να υποστηρίξει τεχνολογία Hyper
Treading, μνήμες DDR στα 400, διαθέτει Universal
AGP 8x/4x/2x και εξακάναλο ήχο. Επίσης έχει 6 USB
2.0 connectors.



και άνω.

Η MatSonic στα 800MHz FSB!!

Κατέφτασε από την MatSonic το νέο motherboard με FSB στα 800 MHz , έτοιμο να υποστηρίξει τους νέους επεξεργαστές της Intel. Με το νέο chipset της SiS , το **648FX** , μπορεί να υποστηρίξει τεχνολογία Hyper Treading, μνήμες DDR στα 400, διαθέτει Universal AGP 8x/4x/2x και εξακάναλο ήχο. Επίσης έχει 6 USB 2.0 connectors.

Οι τιμές είναι υπολογισμένες σε ευρώ(€) και συμπεριλαμβάνουν ΦΠΑ 18%

Προτεινόμενη ανάλυση >800X600.

Δεν ευθυνόμαστε για τυχόν τυπογραφικά λάθη στα τεχνικά χαρακτηριστικά των προϊόντων.

Τα τεχνικά χαρακτηριστικά μπορεί να αλλάξουν χωρίς προειδοποίηση.

ΟΝΟΜΑ ΕΤΑΙΡΙΑΣ (με on-line σύστημα):

Digitstore
COMPUTERS, INFO SERVICES



ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:

Web site www.digitstore.gr

Informatics Computers, Α.Ιωνίας 117, 13671 Χαμόμολος Αχαρνάι

Τηλ: 2102370300, 2102389801

Η Digitstore είναι το κατάστημα που διαθέτει την πληρέστερη γκάμα προϊόντων πληροφορικής, τηλεφωνίας και γενικότερα ψηφιακής τεχνολογίας. Συνδυάζει με ασφάλεια και ποιότητα, την αριότερη πληροφόρηση, την ταχύτερη εξυπηρέτηση, την ευκολία αγοράς και το βασικότερο, ασυναγώνιστα χαμηλές τιμές! Η Digitstore είναι μια δραστηριότητα του ομίλου επιχειρήσεων της Informatics, και αυτό αποτελεί εχέγγυο για την σοβαρότητα της αντιμετώπισης του καταναλωτή μέσα στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Η αξιοπιστία των συναλλαγών διασφαλίζεται τόσο από την εγκυρότητα του ομίλου και της πορείας του, όσο και από το ασφαλέστερο σύστημα συναλλαγών με απόκρυψη 128 bit. Το ανθρώπινο δυναμικό της Digitstore έχοντας πολυετή εμπειρία στο χώρο της εξυπηρέτησης των καταναλωτών και εκμεταλλευόμενο τις διαδικασίες του ηλεκτρονικού εμπορίου έχει επιτύχει τις καλύτερες συνεργασίες με τους κατασκευαστές των ειδών που προσφέρει και έτσι έχει την δυνατότητα να σας προσφέρει τις καλύτερες τιμές της αγοράς!

Κάντε μια περιήγηση στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα τώρα και θα διαπιστώσετε μόνοι σας τη διαφορά:

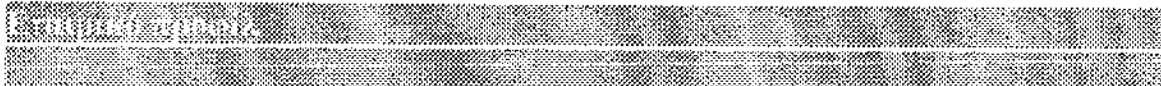
Κινηθείτε μόνοι σας μέσα στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα με την ησυχία σας...

- Δείτε ανάμεσα στην πλουσιότερη γκάμα ειδών ψηφιακής τεχνολογίας, τα πιο επιτυχημένα μοντέλα της αγοράς... και τις καλύτερες προσφορές...
- Πληροφορηθείτε για όλα μας τα είδη έως και την πιο μικρή τους λεπτομέρεια...
- Αναζητήστε και βρείτε και αποκτήστε κάθε είδος που επιθυμείτε και που ένα συμβατικό κατάστημα δεν μπορεί να σας προμηθεύσει....
- Εκμεταλλευτείτε τις καλύτερες τιμές της αγοράς...
- Διακανονίστε με τον τρόπο που σας βολεύει, μετρητοίς, ή σε δόσεις με το ασφαλέστερο σύστημα ηλεκτρονικών συναλλαγών...
- Παραλάβετε τα είδη που παραγγείλατε στον ελαχιστότερο χρόνο και με τον τρόπο που εσείς διαλέξατε...
- Απολαύστε την ενοστιασιακή εννόηση και το ασυναγώνιστο after

- sales service της Digitstore που περιλαμβάνει μεταξύ άλλων και τηλεφωνική φιλική εξυπηρέτηση.
- Λάβετε μέρος σε πληθώρα εκπαιδευτικών προγραμμάτων που προσφέρονται στους πελάτες μας...

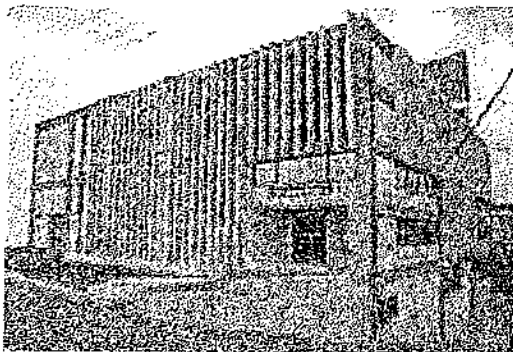
Η Digitstore δεν είναι ένα απρόσωπο ηλεκτρονικό κατάστημα. Είναι όλα αυτά που ονειρευτήκατε και αναζητάτε σαν καταναλωτής. Είναι το δικό σας κατάστημα

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ Η ΚΥΡΙΑ ΕΤΑΙΡΙΑ;



Οικονομικά στοιχεία της INFORMATICS

Η Informatics με μια Ματιά



Η INFORMATICS ιδρύθηκε το 1986 με σκοπό την προώθηση ολοκληρωμένων μηχανογραφικών συστημάτων. Γρήγορα επεκτάθηκε στο χώρο της κατασκευής και μαζικής διάθεσης προϊόντων πληροφορικής και κινητής τηλεφωνίας στην Ελληνική αγορά. Η INFORMATICS είναι η μητρική εταιρεία του Ομίλου INFORMATICS, που περιλαμβάνει 9 εταιρείες, οι περισσότερες

από τις οποίες έχουν ως αντικείμενο τον κλάδο των προϊόντων υψηλής τεχνολογίας.

Οι δραστηριότητες της INFORMATICS καλύπτουν όλους τους τομείς της αγοράς υψηλής τεχνολογίας στην Ελλάδα. Η δραστηριότητα διανομής επεκτάθηκε σημαντικά στην Ολλανδική αγορά αλλά και σε άλλες Δυτικοευρωπαϊκές αγορές μέσω της Ολλανδικής ICE S.A. Οι κεντρικές εγκαταστάσεις της INFORMATICS καλύπτουν μία επιφάνεια 5.200τ.μ. περίπου σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, ενώ η Ολλανδική ICE S.A. πρόσφατα απέκτησε νέες αποθήκες στο Eindhoven κοντά στο Βέλγιο. Η Informatics είναι διακριβωμένη με το πρότυπο ISO 9001.

Ιστορική Εξέλιξη

Το 1986, η INFORMATICS ξεκίνησε ως παροχέας ολοκληρωμένων λύσεων. Το 1991 δημιούργησε την σειρά H/Y ICE. Με το σήμα κατατεθέν ICE κυκλοφορεί στην ελληνική αγορά μια ευρεία σειρά προϊόντων που συνδυάζουν ποιότητα, προσαρμοστικότητα στις ανάγκες του καταναλωτή και προπάντων προσιτή τιμή. Οι H/Y ICE είναι σύμφωνοι με τις ευρωπαϊκές προδιαγραφές ασφαλείας CE. Το μερίδιο τους στην ελληνική αγορά για το 2001 έφτασε το 11% των PC που πωλήθηκαν.

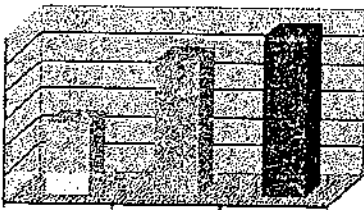
Το 1994, η εταιρεία εισέρχεται στο χώρο της μαζικής διάθεσης προϊόντων πληροφορικής στοχεύοντας σε μία στρατηγική θέση στην αγορά. Μέχρι το 1996 το προϊόντικό πορτοφόλι της έχει αναπτυχθεί σημαντικά. Τα προϊόντα που διανέμει προέρχονται από κορυφαίους κατασκευαστές. Σήμερα η INFORMATICS, απαριθμεί 35 διεθνείς συνεργασίες. Μερικές από τις οποίες είναι : HP, Canon, Hitachi, Hyundai, Lexmark, Maxtor, Nec, Panasonic, Philips, Xerox, Fujitsu, Fujitsu/Siemens. Το δίκτυο πωλήσεων της επεκτείνεται σε 1800 σημεία πώλησης που καλύπτουν όλη την Ελλάδα (εταιρείες Πληροφορικής, Καταστήματα Πληροφορικής, Αλυσίδες καταστημάτων κτλ.) Το 1997 η εταιρεία ξεκινάει την εφαρμογή ενός σημαντικού επιχειρηματικού σχεδίου ύψους 7.336.757 EURO. Βασικός στόχος είναι η επαναδιοργάνωση της εσωτερικής δομής της εταιρείας και η απαίτηση μεγαλύτερου μεριδίου της αγοράς.

Δύο χρόνια αργότερα, το 1999 συμμετέχει στη νεοϊδρυθείσα Ολλανδική εταιρεία διανομής επεκτείνοντας με αυτό τον τρόπο τις δραστηριότητές της και σε αγορές της δυτικής Ευρώπης. Σήμερα η INFORMATICS, ελέγχει το 98% του μετοχικού κεφαλαίου της ICE S.A. Εν τω μεταξύ μια νέα εταιρεία, η Sequel AEBE, ιδρύεται στην Ελλάδα, με κύριο αντικείμενο το συντονισμό έργων πληροφορικής του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα.

Από τις αρχές του 2000 οι μετοχές της INFORMATICS διαπραγματεύονται στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών. Είναι σημαντικό να σημειώσουμε σε αυτό το σημείο ότι η επιτυχής και πολλά υποσχόμενη πορεία της INFORMATICS στον κλάδο οδήγησε σε υπερκάλυψη του απαιτούμενου ποσού 500 φορές. Η είσοδός της στο Χρηματιστήριο της έδωσε τα μέσα για να υλοποιήσει τα μακροχρόνια σχέδια και στρατηγικές της. Από αυτή τη στιγμή και έπειτα νέα ώθηση δίνεται στον όμιλο INFORMATICS. Πιο συγκεκριμένα, η INFORMATICS συμμετέχει στις ακόλουθες εταιρείες Γραμμή Υπολογιστές A.E.B.E., Λιθογραφική A.E.B.E., Avia A.E., Progress Solutions A.E., και Digistore N.V. Την ίδια περίοδο,, αύξησε σημαντικά τα κεφάλαια των Προώθηση Μονοπρόσωπη Ε.Π.Ε., Sequel A.E.B.E., και ICE N.V.

Στις αρχές Νοεμβρίου 2000, η INFORMATICS διεισδύει στον κλάδο της τηλεφωνίας. Αυτή η νέα σύγκλιση μεταξύ πληροφορικής και τηλεφωνίας

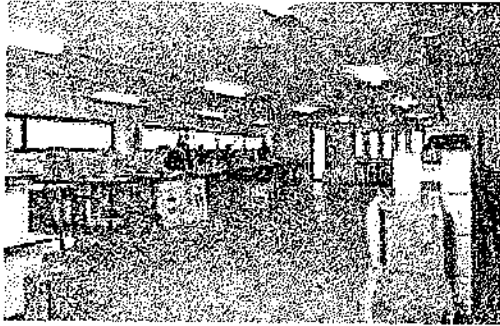
μειώσει δραστικά το χρόνο παράδοσης. Η INFORMATICS εγγυάται παράδοση την επόμενη μέρα από το stock (διαθέσιμα προϊόντα) ενώ για την Αθήνα και Θεσσαλονίκη η παράδοση είναι αυθημερόν. Αφοσιωμένη σε μία πολιτική πλήρους υποστήριξης του πελάτη η INFORMATICS επενδύει συνεχώς στο e-commerce, ενώ θεωρεί την Τεχνική Υποστήριξη ως ιδιαίτερα νευραλγικό τομέα και αναπόσπαστο τμήμα των προϊόντων που διαθέτει. Εκτός από την αυτονόητη άμεση και φιλική εξυπηρέτηση σε κάθε επίπεδο, παρέχει εγγύηση καλής λειτουργίας, πλήρη τεχνική υποστήριξη για κάθε είδους βλάβη, on site service, τηλεφωνική υποστήριξη με πρόσβαση σε βάση δεδομένων, on line services και σύνδεση με το Internet. Η αύξηση της παραγωγικότητας είναι ένας συνεχής στόχος στην INFORMATICS και πραγματοποιείται μέσω συνεχούς εκπαίδευσης, με την εφαρμογή νέων τεχνολογιών, τον πλήρη αυτοματισμό και μια καλά δομημένη γραμμή παραγωγής και εμπορική πολιτική. Η INFORMATICS επενδύει συνεχώς σε τεχνογνωσία, τεχνικό εξοπλισμό και προσωπικό.



Οικονομικά Στοιχεία

Ο πρωτοποριακός σχεδιασμός και η άριστη ποιότητα των προϊόντων της, έδωσαν στην INFORMATICS δυναμική ώθηση ανάπτυξης από τα πρώτα της κιόλας βήματα. Ο κύκλος εργασιών παρουσιάζει εντυπωσιακή ανάπτυξη. Από 25.542.000, Euro το 1999, ο κύκλος εργασιών για το 2000 έκλεισε στα 48.948.110,00 Euro, και το 2001 στα 57.787.000 Euro. σημειώθηκε δηλαδή μια αύξηση της τάξεως του 106,67%. Για την περίοδο 1999 □ 2001 τα ενοποιημένα κέρδη EBITDA παρουσιάζουν μια αύξηση της τάξεως του 80,28%. Τα κεφάλαια της εταιρείας ξεπέρασαν τα 13.000.000 Euro. Η αξία του ενεργητικού είναι παραπάνω από 5.597.000 Euro, ενώ οι συμμετοχές αξίζουν παραπάνω από 7.601.242 Euro, σύμφωνα με τα οικονομικά αποτελέσματα του 2001. Τέλος, είναι σημαντικό να σημειώσουμε σε αυτό το σημείο ότι η INFORMATICS διαθέτει μία από τις ταχύτερα κινούμενες αποθήκες στην αγορά.

Η INFORMATICS στο μέλλον



Στόχος της INFORMATICS, για το μέλλον, είναι να διατηρήσει την ηγετική της θέση στην ελληνικά αγορά διανομής. Οι ακόλουθες στρατηγικές κινήσεις αποφασίστηκαν γι' αυτό το σκοπό : περαιτέρω εμπλουτισμός του προϊόντικού πορτοφολιού, βελτίωση των διαδικασιών εξυπηρέτησης του πελάτη και μεταφορά του μοντέλου ανταγωνιστικότητας που

χρησιμοποιεί στην Ελλάδα και σε άλλα ευρωπαϊκά κράτη. Για την τριετία 2002-2005 η αγορά πληροφορικής στην Ελλάδα αναμένεται να έχει σημαντική ανάπτυξη. Το Γ ΚΠΣ καθώς, και τα προγράμματα διοικητικής αναδιοργάνωσης και μηχανογράφησης του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα είναι οι κύριοι παράγοντες ανάπτυξης. Η INFORMATICS, επενδύοντας σε υποδομή, σε ανθρώπινο δυναμικό και σε στρατηγικές συνεργασίες προετοιμάζει το έδαφος για την εκτιμώμενη αύξηση πωλήσεων. Τέλος, η στρατηγική διείσδυση της INFORMATICS σε άλλες εταιρείες πληροφορικής αναμένεται να ορίσουν την εταιρεία ως κορυφαίο διανομέα στην αγορά διανομής με πωλήσεις 300εκατ. Euro.

Η ΕΤΑΙΡΙΑ ΣΑΣ ΑΣΧΟΛΕΙΤΑΙ ΜΟΝΟ ΜΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΑΝ ΟΧΙ, ΜΕ ΤΙ ΑΛΛΟ ΑΣΧΟΛΕΙΤΑΙ;

Η DIGITSTORE και κατεπέκταση η INFORMATICS ασχολείται επίσης με τη λιανική-χονδρική πώληση σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη εξυπηρετώντας την πολυπληθή πελατεία μας.

ΤΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΔΙΑΘΕΤΕΙ on-line;

- Computers
- Monitors
- Printers
- Photo printers
- Parts H/Y
- Πολυμέσα
- Ψηφιακές Κάμερες
- Αποθηκευτικά μέσα
- Δικτυακά Προϊόντα
- Μηχανές Γραφείου
- Αναλώσιμα
- Προσφορές

ΠΩΣ ΓΙΝΕΤΑΙ Η ΕΓΓΡΑΦΗ ΝΕΟΥ ΜΕΛΟΥΣ:

Επώνυμο : *

Όνομα : *

Τηλέφωνο : *

E-mail: *

Πώς μάθατε για το DigitStore : *

Θέμα : *

* Τα πεδία πρέπει να συμπληρωθούν υποχρεωτικά.

Επάγγελμα:

Διεύθυνση:

Πόλη:

Ταχ.Κωδ.:

Το μήνημά σας :

Τα προσωπικά σας στοιχεία σε καμιά περίπτωση δεν πρόκειται να δημοσιευτούν ή να παρασχεθούν σε τρίτα πρόσωπα και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για να μπορέσουμε να επικοινωνήσουμε μαζί σας και για να βελτιστοποιήσουμε τις υπηρεσίες μας ανάλογα με τις δικές σας ανάγκες

ΠΩΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΩΝΩ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;

ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ DIGITSTORE

Περιηγηθείτε στο κατάστημά μας , ενημερωθείτε για τα προϊόντα που σας ενδιαφέρουν και για τις προσφορές μας , και επιλέξτε τα αγαθά που θα καλύψουν τις ανάγκες σας , τόσο σε ποιότητα όσο και στην τιμή.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΓΟΡΑΣ

Δίπλα σε κάθε προϊόν υπάρχει εικονίδιο όπου απεικονίζεται το καλάθι αγορών ,έτσι κάνοντας κλικ επάνω σε αυτό αυτομάτως το προϊόν που επιλέξατε μεταφέρεται μέσα στο καλάθι.Το καλάθι των αγορών σας ισχύει για όλη την επίσκεψή σας μέσα στο κατάστημά μας, οπότε αν κατά τη διάρκεια της περιήγησής σας διαλέξετε και άλλα προϊόντα ,τότε κάνοντας κλικ στην ένδειξη 'καλάθι αγορών' που αφορά τις επιλογές σας αυτές ,θα μεταφερθούν στο ήδη υπάρχον 'καλάθι αγορών σας'.

Αφού ολοκληρώσετε τη βόλτα σας στο κατάστημά μας ,και αφού επιλέξατε τα αγαθά της αρεσκείας σας, είστε έτοιμοι να περάσετε το καλάθι σας από το στάδιο της αγοράς ,στο στάδιο της επιλογής του τρόπου που θα τα παραλάβετε. Συμπληρώνετε τα στοιχεία σας, νομό και πόλη όπου διαμένετε, και επιλέγετε το Courier που σας συμφέρει ανάλογα με τον τόπο διαμονής σας. Το επόμενο στάδιο είναι ο τρόπος πληρωμής των προϊόντων που επιλέξατε ,και ο οποίος χωρίζεται σε τρία διαφορετικά είδη χρέωσης σας. Εσείς απλά διαλέγετε τη χρέωση που σας συμφέρει και που προτιμάτε ως τρόπο πληρωμής.

ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ

1) ΚΑΤΑΘΕΣΗ ΣΕ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟ

- 2) Παρακάτω ακολουθεί κατάλογος αριθμών τραπεζικών λογαριασμών εκ των οποίων επιλέγετε ποιος σας διευκολύνει να χρησιμοποιήσετε για την κατάθεση του τελικού ποσού πληρωμής της αγοράς σας.Η κατάθεση πρέπει να πραγματοποιηθεί σε 5 εργάσιμες ημέρες.Στο καταθετήριο ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ να αναγράψετε ως αιτιολογία τον αριθμό της παραγγελίας σας, το επώνυμό και το όνομά σας.Εμείς βλέποντας ότι πραγματοποιήθηκε η κατάθεση , σας στέλνουμε e-mail ,όπου και σας αναφέρουμε ακριβώς την ημερομηνία αποστολής της παραγγελίας σας με courier.(Προαιρετικά, αν εσείς επιθυμείτε μας στέλνετε και την απόδειξη του εμβάσματος,στο FAX 210-2370456 υπ όψιν Κας Χρονοπούλου).

ΕΜΠΟΡΙΚΗ	013/83738073	INFORMATIKS A.E.B.E
ΕΘΝΙΚΗ	122/47007243	INΦΟΡΜΑΤΙΚΣ Η/Υ ΑΕΒΕ
EUROBANK	0026.0043.16.0200228993	INΦΟΡΜΑΤΙΚΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΙ
ΠΙΣΤΕΩΣ	104-00-2320-001598	INΦΟΡΜΑΤΙΚΣ Η/Υ ΑΕΒΕ
ΓΕΝΙΚΗ	3501000238-7	INΦΟΡΜΑΤΙΚΣ Η/Υ ΑΕΒΕ
ΑΤΤΙΚΗ	865/ 84452441	INΦΟΡΜΑΤΙΚΣ Η/Υ Α.Ε.Β.Ε.
ΠΕΙΡΑΙΩΣ	5013-000087-613	INFORMATICS AE

2) ΧΡΕΩΣΗ ΜΕ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

Με αντικαταβολή του τελικού ποσού της παραγγελίας σας στον Courier τη στιγμή θα τα παραλάβετε. Στην περίπτωση αυτή υπάρχει χρέωση εξόδων αντικαταβολής, 3 Ευρώ. Σημείωση: Κατά περίπτωση, ανάλογα με το προϊόν που αντιστοιχεί στην παραγγελία κρίνεται αναγκαία προκαταβολή 30% της αξίας του προϊόντος, με άλλο τρόπο.

3) ΧΡΕΩΣΗ ΜΕ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗ ΚΑΡΤΑ


Με χρέωση της πιστωτικής σας κάρτας και με διακανονισμό άτοκων ή έντοκων δόσεων. Δεχόμαστε όλες τις VISA, MASTERCARD, EUROLINE. Αν δεν είστε ο κάτοχος της πιστωτικής κάρτας που θα χρησιμοποιήσετε, θα πρέπει να μας στείλετε με FAX στο 210-2370456, δήλωση του νόμου 105 επικυρωμένη από την Αστυνομία, που να αναφέρει ότι ο κάτοχος της κάρτας αυτής αποδέχεται να χρησιμοποιηθεί η πιστωτική του για αγορές από το ηλεκτρονικό κατάστημα Digitstore, αξίας _____, από τον _____. Κατόπιν αυτού η παραγγελία θα πραγματοποιηθεί με τη γνωστή διαδικασία. (Courier).

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Οι παραπάνω τρόποι πληρωμής δεν είναι αποδεκτοί για όλες τις παραγγελίες και ειδικά το θέμα της αντικαταβολής. Ανάλογα με τον τρόπο πληρωμής που θα επιλέξετε, το σύστημα θα σας καθοδηγήσει βήμα προς βήμα στην κατάλληλη διαδικασία.


ΕΚΔΟΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ

Στην περίπτωση που επιθυμείτε έκδοση Τιμολογίου, απαραίτητα στα σχόλια της παραγγελίας θα πρέπει να συμπληρώσετε τα απαραίτητα στοιχεία με τα οποία θα εκδοθεί το τιμολόγιο, δηλαδή Επωνυμία-Διεύθυνση-Τηλέφωνο-Fax-ΑΦΜ-ΔΟΥ. Επίσης μπορείτε να μας στείλετε τα στοιχεία με e-mail στη διεύθυνση sales@digitstore.gr ή να μας καλέσετε στο 210-2370451

BONUS SYSTEM!! - ΔΩΡΟΕΠΙΤΑΓΗ 

Με την αγορά συγκεκριμένων προϊόντων (τα οποία φέρουν το εικονίδιο ) από το κατάστημά μας, κερδίζετε bonus (ευρώ), τα οποία μπορείτε να εκμεταλλευτείτε κατά τη διάρκεια της επισκεψής σας μέσα σε αυτό. Έτσι μπορείτε να εξαργυρώσετε τη δωροεπιταγή αυτή, εμπλουτίζοντας το καλάθι αγορών σας και με άλλα προϊόντα, τα οποία θα τυγχάνουν της έκπτωσης αυτής, ή μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τη δωροεπιταγή - bonus ως εξώφληση των μεταφορικών (courier).

ΠΙΟΣ Ο ΧΡΟΝΟΣ ΚΑΙ Ο ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;

 = Το προϊόν είναι διαθέσιμο σε στοκ, το διάστημα προετοιμασίας των ειδών για αποστολή είναι 1 εργάσιμη ημέρα.

- = Το προϊόν είναι διαθέσιμο σε στοκ, το διάστημα προετοιμασίας των ειδών για αποστολή είναι 4-5 εργάσιμες ημέρες.
- = Το προϊόν αναμένεται και θα είναι διαθέσιμο εντός των επόμενων 15 εργάσιμων ημερών και η παράδοση γίνεται στο χώρο σας με courier.
- = Το προϊόν είναι διαθέσιμο κατόπιν παραγγελίας, για την ακριβή ημερομηνία παράδοσης του προϊόντος θα σας ενημερώσουμε αμέσως μόλις λάβουμε την παραγγελία σας.

ΥΠΑΡΧΕΙ ΕΓΓΥΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΑΣ;

Σε όλα τα εμπορεύματα μας προσφέρεται εγγύηση. Σε περίπτωση που επιθυμείτε να πραγματοποιήσετε κάποια αγορά και έχετε οποιαδήποτε απορία για την χρονική διάρκεια της προσφερόμενης εγγύησης μπορείτε να επικοινωνήσετε μαζί μας στο τηλεφωνικό μας κέντρο ή με email.

ΛΕΧΕΣΤΕ ΕΠΙΣΤΡΟΦΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;

Σε περίπτωση που επιθυμείτε την επιστροφή του εμπορεύματος που παραγγείλατε θα πρέπει να μας ενημερώσετε με email ή τηλεφωνικώς.

Αφού θέλετε να επιστρέψετε το εμπόρευμα το οποίο αγοράσατε μπορείτε να επιλέξετε τον τρόπο διακανονισμού της επιστροφής. Οι δυνατότητες που σας δίνονται από το ηλεκτρονικό μας κατάστημα είναι οι εξής:

- Αποστολή νέου προϊόντος. Το νέο αυτό προϊόν μπορεί να είναι το ίδιο ή παραπλήσιο με το προηγούμενο ή μπορείτε να επιλέξετε κάποιο άλλο εμπόρευμα από το ηλεκτρονικό μας κατάστημα. Η επιστροφή πραγματοποιείται μέσω της εταιρίας μεταφορών (courier) με την οποία συνεργάζεται το ηλεκτρονικό μας κατάστημα.

ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ;

Για τα προσωπικά στοιχεία, είτε είναι στοιχεία αγορών, χρησιμοποιείται η τεχνολογία Secure Socket Layer 3 (SSL3). Το SSL θεωρείται 100% ασφαλές Σύμφωνα με το πρωτόκολλο αυτό, η πληροφορία κρυπτογραφείται στο προσωπικό υπολογιστή του χρήστη με τη βοήθεια του λογισμικού πλοήγησης στο Διαδίκτυο (Internet Browser) και αποκρυπτογραφείται από τον παραλήπτη της πληροφορίας, τον Web Server, με τρόπο που δεν επιτρέπει την ενδιάμεση ανάγνωση της πληροφορίας.


ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ;


Πολιτική προστασίας προσωπικών δεδομένων

Η Digitstore ακολουθώντας τις αρχές προστασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα ,και με σεβασμό και αίσθημα ευθύνης απέναντι στους πελάτες της ,έχει εγκαταστήσει ένα σύστημα ασφαλείας συναλλαγών βασισμένο στην τεχνολογία SSL 128 bit.

Η διεθνώς αναγνωρισμένη εταιρεία VeriSign έχει εκδόσει πιστοποιητικό ασφαλείας για τα παραπάνω με σκοπό την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών στους πελάτες της Digitstore

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ

 **Διεύθυνση**
Informatics Computers, Α.Ιωνίας 117, 13671 Χαμόμυλος Αχαρνάι

 **Επικοινωνείτε:**
postmaster@informatics.gr

Τμήμα	Τηλέφωνα	Fax
Τηλεφωνικό κέντρο	210 23.70.300	210 23.89.801
Τμήμα Πωλήσεων	210 23.70.400	210 23.89.804

Blow Up

ΠΡΟΪΟΝΤΑ

- Καλλιτέχνης
- Τίτλος
- Τραγούδι
- Άλλο
- Αναζήτηση

ΕΠΙΛΟΓΕΣ

- Διεύθυνση
- Ελληνική μουσική
- Κλασική μουσική
- Jazz
- DVD & Video

To Blow Up Προτείνει...

Καλώς ήρθατε



ΘΑΛΙΑ-ΘΑΛΙΑ
(SPANISH VERSION)-CD

19,47 €



ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ Α-ΟΙ
ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ ΕΝΟΣ
ΠΡΟΣΚΥΝ-CD

20,50 €



ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΟΥ-ΜΑΖΙ
ΕΑΝΑ-CD

18,24 €



ΧΑΤΖΙΔΑΚΗΣ Μ/ΒΗΤΑ Κ-
TRANSFORMATIONS-
CD

19,78 €



ΚΟΣΗΕΝ-ΚΟΚΟΡΙΛΛΙ-
CD

18,44 €



ΝΙΝΟ-ΟΜΟΝΥΜΟ-
CD

21,02 €



VARIOUS-RED
MARRAKESH VOL.2-CD

29,26 €



MARTIN R-ALMAS DEL
SILENCIO-CD

18,24 €



MADONNA-AMERICAN
LIFE-CD

18,34 €



ΚΟΤΣΙΡΑΣ Γ-ΕΥΑΙΝΟ
ΑΛΟΓΑΚΙ-CD

18,75 €



RADIOHEAD-HAIL TO
THE THIEF-CD

18,85 €



ΧΑΤΖΗΠΑΝΝΙΔΗΣ Μ-
ΚΡΥΦΟ ΦΙΛΑΔΕΛΦΕΙΑ
ΕΚΑΟΣ-CD

21,53 €

<< Προηγούμενη

Σελίδα 1

Επόμενη >>

ΠΡΟΣΦΕΡΕΣ

- ΒΥΙΧΕΙΤ
- NICE PRICE
- ΠΡΟΣΦΕΡΕΣ CUT OUTS
- ΠΡΟΣΦΕΡΕΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ

ΠΡΟΣΧΗΤΗΛΟΓΟΣ

:: Όνομα Χρήστη ::

:: Κωδ. Πρόσβασης ::

Σύνδεση

Εγγράψτε τον
Κωδικό Πρόσβασης

ΒΟΗΘΕΙΑ

Εδώ βλέπετε μερικά από τα προϊόντα του καταστήματος. Επιλέξτε ένα από αυτά για να δείτε την αναλυτική παρουσίαση...

παραποίηση Βοήθειας

ΟΝΟΜΑ ΕΤΑΙΡΙΑΣ (με on-line σύστημα):



ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: web site www.blow-up.gr

Πίνδου 49 Παπάγου Αθήνα, Τηλέφωνα: (210) 6520421

ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ:

Τα Blow Up ιδρύθηκαν το 1969, οπότε άνοιξε και το πρώτο μας κατάστημα στην οδό Λαρίσης στην Αθήνα. Από την αρχή φάνηκε ότι τα Blow Up θα διαδραμάτιζαν πρωταγωνιστικό ρόλο στη μουσική ζωή της Αθήνας. Η αγάπη μας για τη μουσική αμέσως τράβηξε τους μουσικόφιλους της πόλης που μπορούσαν σε εμάς να βρουν σπάνιους δίσκους που δεν υπήρχαν πουθενά αλλού στην Ελλάδα, αλλά εμείς εισάγαμε από την Αμερική και την Ευρώπη. Σύντομα το Blow Up έγινε πολύ δημοφιλές και οι πελάτες μας ερχόταν από όλη την Αττική για να βρουν τη μουσική που ψάχνανε. Το 1976 το κατάστημα μας μεταφέρθηκε, όπου διατηρείται ακόμα, σε ένα χώρο πρότυπο για τα δεδομένα της εποχής και όχι μόνο. Η συνέχεια είναι η ζωντανή ιστορία της μουσικής σκηνής της Αθήνας και της υπόλοιπης Ελλάδας. Τα Blow Up TheMusicStores είναι εδώ και τρεις δεκαετίες τα πιο δημοφιλή μουσικά καταστήματα της περιοχής και αντιπροσωπεύουν το παρελθόν, το παρόν αλλά και το μέλλον της μουσικής βιομηχανίας στην Ελλάδα.

Τα Blow Up TheMusicStores εισήγαγαν στην Ελλάδα νέες δραστηριότητες που ήταν επαναστατικές για την εποχή τους και βασισμένες πάνω στα πρότυπα της Ευρωπαϊκής μουσικής βιομηχανίας. Είμασταν από τις πρώτες εταιρίες στην Αθήνα που φέραμε CD στα καταστήματά μας αλλά και μια από τις πρώτες εταιρίες στην Ελλάδα που μηχανογραφήθηκε, χρησιμοποιώντας ένα δίκτυο υπολογιστών για την διαχείριση των πωλήσεων και της βάσης δεδομένων (database) το 1987. Επίσης είμασταν από τις πρώτες εταιρίες που εισήγαγαν πρωτοποριακές μεθόδους marketing, όπως η παρουσίαση καλλιτεχνών και νέων κυκλοφοριών στην Ελλάδα αλλά και τη φιλοσοφία ότι τα καταστήματα μουσικής δεν είναι μόνο ένας χώρος αγοράς, αλλά μία μορφή διασκέδασης και επικοινωνίας του κοινού που αγαπάει τη μουσική. Ακόμα και τώρα κανένας δεν μπορεί να ξεχάσει εκείνο το βράδυ το 1992, όπου έγινε η πανευρωπαϊκή κυκλοφορία του δίσκου των U2 'achtung baby' στο κατάστημα μας. Από τότε διάφοροι πρωταγωνιστές του Ελληνικού αλλά και διεθνούς πενταγράμμου έχουν παρουσιάσει τις νέες τους δισκογραφικές δουλειές στα καταστήματά μας. Ενδεικτικά αναφέρουμε τους Ultra Nate, Δ. Κόκοτα, Γ. Μαζωνάκη, Γ. Πουλόπουλο, Χ. Δάντης, Κ. Τοπάζη, Α. Πανταζής, Κ. Μακεδόνας, Σ. Κραουνάκης, Ημισκούμπρια, Φόβοι του Πρίγκιπα, Blues Wire, Α. Μουτσάτσου, Μ. Σκιαδαρέση, Κακά Κορίτσια κ.α. Στα καταστήματά μας υπάρχει ένα τεράστιο ρεπερτόριο από CD, CD singles, MC, Video, DVD από την Ελληνική και παγκόσμια δισκογραφία. Οι αποκλειστικές συνεργασίες μας με εταιρίες του εξωτερικού εξασφαλίζουν στους πελάτες μας δυσσεύρετα και σπάνια CD αλλά και την δυνατότητα να παραγγείλουν οποιοδήποτε CD επιθυμούν. Επίσης στα καταστήματά μας υπάρχουν και music fashion items, διεθνής περιοδικός τύπος, μουσικά βιβλία αλλά

και music accessories που θα ικανοποιήσουν και τον πιο απαιτητικό πελάτη. Η επιτυχία και οι πρωτοποριακές μεθόδους των Blow Up The Music Stores έχουν βραβευτεί με δύο διεθνή βραβεία από παγκόσμιους οργανισμούς για την οργάνωση και αποδοτικότητα της επιχείρησης. Επίσης είμασταν η πρώτη εταιρία στην Ελλάδα που τα καταστήματά μας περιλαμβάνονται στον διεθνή οδηγό "Music Industry Business" του περιοδικού Billboard. Επίσης συνεργαζόμαστε με περιοδικά και Μ.Μ.Ε. της Ελλάδας και του εξωτερικού για την αποστολή TOP 10 πωλήσεων της Ελληνικής δισκογραφίας, αλλά και συνεργασία με διάφορες τηλεοπτικές και ραδιοφωνικές εκπομπές.

Η ΕΤΑΙΡΙΑ ΣΑΣ ΑΣΧΟΛΕΙΤΑΙ ΜΟΝΟ ΜΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΑΝ ΟΧΙ, ΜΕ ΤΙ ΑΛΛΟ ΑΣΧΟΛΕΙΤΑΙ;

Η εταιρία μας ασχολείται επίσης με τη λιανική και χονδρική πώληση σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη. Στα καταστήματά μας υπάρχει ένα τεράστιο ρεπερτόριο από CD, CD singles, MC, Video, DVD από την Ελληνική και παγκόσμια δισκογραφία. σπάνια CD αλλά οι πελάτες μας έχουν την δυνατότητα να παραγγείλουν οποιοδήποτε CD επιθυμούν. Επίσης στα καταστήματά μας υπάρχουν και music fashion items, διεθνής περιοδικός τύπος, μουσικά βιβλία αλλά και music accessories.

ΤΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΔΙΑΘΕΤΕΙ on-line;

- DVD'S
- CD'S
- VIDEO'S

ΠΩΣ ΓΙΝΕΤΑΙ Η ΕΓΓΡΑΦΗ ΝΕΟΥ ΜΕΛΟΥΣ;

Στοιχεία Χρήστη: BLOW UP CD STORES

Η φόρμα προσωπικών στοιχείων συμπληρώνεται από τους πελάτες όταν επιθυμούν να γίνουν μέλη ή όταν θέλουν να παραγγείλουν κάποιο προϊόν. Οι πελάτες οι οποίοι είναι ήδη μέλη του καταστήματος δε χρειάζεται να συμπληρώσουν ξανά την φόρμα, αλλά μπορούν να κάνουν κάποιες αλλαγές, άμα το επιθυμούν. Ορισμένα από τα πεδία της φόρμας είναι απαραίτητα να συμπληρωθούν για να γνωρίζουμε την ταυτότητα του πελάτη και να μπορούμε να επικοινωνήσουμε μαζί του. Τα υποχρεωτικά πεδία ξεχωρίζουνε από τα μη υποχρεωτικά από ένα αστεράκι και αφορούν τις παρακάτω πληροφορίες:

- Το Όνομα του πελάτη
- Το Επώνυμο του πελάτη
- Το Πατρώνυμο του πελάτη

- Το email του πελάτη
- Το Τηλέφωνο του πελάτη
- Τη Διεύθυνση κατοικίας του πελάτη
- Την Πόλη κατοικίας του πελάτη
- Τον ταχυδρομικό κώδικα της περιοχής του πελάτη
- Και την χώρα κατοικίας του πελάτη.

Το κατάστημα περιλαμβάνει και έναν πίνακα για τη συμπλήρωση των στοιχείων εταιριών οι οποίες μπορεί να επιθυμούν να γίνουν μέλη του καταστήματος. Η συμπλήρωση του πίνακα αυτού δεν είναι υποχρεωτική από όλους τους πελάτες. Οι πελάτες έχουν τη δυνατότητα να συμπληρώσουν έναν επιπλέον πίνακα σε περίπτωση που επιθυμούν να παραγγείλουν ένα προϊόν του καταστήματος για λογαριασμό κάποιου άλλου ή να κάνουν ένα δώρο σε κάποιον γνωστό τους δίνοντας απλά τα στοιχεία του ώστε το προϊόν που παρήγγειλαν να αποσταλεί στον συγκεκριμένο άνθρωπο. Τελειώνοντας πρέπει να συμπληρωθούν οπωσδήποτε το όνομα χρήστη (Username) και τον μυστικό κωδικό πρόσβασης (Password) του πελάτη με τα οποία το σύστημα θα τον αναγνωρίζει κάθε φορά που θα μπαίνει στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Μετά την συμπλήρωση της συγκεκριμένης φόρμας τα στοιχεία είναι απόλυτα ασφαλή και δεν υπάρχει πιθανότητα να χαθούν. Το ηλεκτρονικό μαγαζί θα καλωσορίζει τον πελάτη κάθε φορά που θα δίνεται το όνομα χρήστη (Username) και το μυστικό κωδικό πρόσβασης (Password) του πελάτη και θα αναγνωρίζει την ταυτότητα του. Σε περίπτωση που ένας πελάτης ενώ δεν έχει συμπληρώσει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες προσπαθήσει να συνεχίσει, το σύστημα εμφανίζει ένα μήνυμα το οποίο του υπενθυμίζει ότι πρέπει να συμπληρώσει όλα τα απαραίτητα πεδία. Αν ο πελάτης συμπληρώσει όλα τα απαραίτητα πεδία και επιλέξει το κουμπί Συνέχεια τότε εισέρχεται στο σύστημα και μπορεί να ξεκινήσει τις αγορές του.

Προσωπικά στοιχεία

Στοιχεία Πελάτη Στοιχεία Εταιρίας Στοιχεία Παραλήπτη

Στοιχεία Πελάτη	
Όνομα	<input type="text"/>
Επίθετο	<input type="text"/>
Φύλο	<input type="checkbox"/>

Ηλικία	Όλες οι ηλικίες
Διεύθυνση	<input type="text"/>
T.K.	<input type="text"/>
Πόλη	<input type="text"/>
Χώρα [Επιλογή]	<input type="text"/>
Δήμος [Επιλογή]	<input type="text"/>
Τηλέφωνο 1	<input type="text"/>
Τηλέφωνο 2	<input type="text"/>
Κινητό	<input type="text"/>
Fax	<input type="text"/>
e-mail	<input type="text"/>
Αποστολή Μηνυμάτων	<input checked="" type="radio"/> Ναι <input type="radio"/> Όχι
Παράδοση	Χρήστης
Στοιχεία Χρήστη	
Όνομα Χρήστη	<input type="text"/>
Κωδ. Πρόσβασης	<input type="text"/>
Επιβεβαίωση Κωδικού	<input type="text"/>
<input type="button" value="Εισαγωγή"/>	

Είσοδος: BLOW UP CD STORES

Το ηλεκτρονικό κατάστημα δίνει την δυνατότητα στους πελάτες μέλη να αλλάξουν το όνομα χρήστη (Username) και τον μυστικό κωδικό πρόσβασής τους (Password), αν βέβαια το επιθυμούν. Τα προσωπικά στοιχεία θα παραμείνουν αναλλοίωτα απλά το σύστημα θα αναγνωρίζει πλέον τον πελάτη με διαφορετικό μυστικό κωδικό πρόσβασής (Password).

Διαχείριση Κωδικού: BLOW UP CD STORES

Όταν ένας πελάτης μέλος ξεχάσει τον μυστικό κωδικό πρόσβασής του (Password) μπορεί να ζητήσει να του το υπενθυμίσουν. Το μόνο που

πρέπει να κάνει είναι να δώσει το email του με το οποίο έχει εγγραφεί στο σύστημα. Το όνομα χρήστη (Username) και ο μυστικός κωδικός πρόσβασης (Password) του θα του αποσταλούν ηλεκτρονικά στο e-mail του ώστε να μην είναι υποχρεωμένος να μπει στην διαδικασία να ξαναγίνει μέλος.

ΠΩΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΩ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;

Περιγραφή Παραγγελίας: BLOW UP CD STORES

Στην Εκτέλεση Παραγγελίας έχετε μια αναλυτική εικόνα για την παραγγελία που κάνετε. Μπορείτε να δείτε το κόστος αγοράς των προϊόντων, τα έξοδα απόστολής των προϊόντων, και τέλος το συνολικό κόστος της παραγγελίας σας. Για να προχωρήσετε στην παραγγελία επιλέγετε το κουμπί "Συνέχεια"

Ολοκλήρωση Παραγγελίας: BLOW UP CD STORES

Στην Ολοκλήρωση Παραγγελίας μπορείτε να στείλετε κάποιες παρατηρήσεις που αφορούν την παραγγελία σας ή κάποια σχόλια για το ηλεκτρονικό μας κατάστημα. Αφού συμπληρώσετε στο πεδίο κειμένου τις παρατηρήσεις σας πατάτε το κουμπί "Αποθήκευση Παρατηρήσεων" για να μας στείλετε τα σχόλια και τις παρατηρήσεις σας. Επίσης στην Ολοκλήρωση Παραγγελίας μπορείτε να δείτε και τον Αριθμό Παραγγελίας σας.

Ιστορικό Παραγγελιών: BLOW UP CD STORES

Στο Ιστορικό Παραγγελίας μπορείτε να δείτε όλες τις παραγγελίες που έχετε πραγματοποιήσει καθώς και την κατάσταση στην οποία βρίσκονται. Όταν επιλέγετε τον σύνδεσμο (Link) Ιστορικό εμφανίζεται μια λίστα που περιλαμβάνει όλες τις παραγγελίες που έχετε κάνει. Η λίστα αυτή περιλαμβάνει τις εξής πληροφορίες: την Κατάσταση της Παραγγελίας, την Ημερομηνία της Παραγγελίας, τον Τρόπο Παράδοσης, τον Τρόπο Πληρωμής και την Τελική Τιμή της παραγγελίας. Οι παραγγελίες που έχουν εκτελεστεί δεν εμφανίζονται στο Ιστορικό Παραγγελίας.

ΠΩΣ ΒΡΙΣΚΩ ΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝ;

Βιτρίνα: BLOW UP CD STORES

Στη αρχική σελίδα καθώς και σε όλες τις σελίδες του ηλεκτρονικού

καταστήματος, δίνεται η δυνατότητα στον επισκέπτη να αναζητήσει το είδος του προϊόντος που ταιριάζει με τα χαρακτηριστικά που επιθυμεί. Στο αριστερό μέρος της οθόνης υπάρχει ένα σύντομο μενού επιλογών, όπου δίνεται η δυνατότητα επιλογής των κριτηρίων αναζήτησης. Η αναζήτηση μπορεί να γίνει με βάση διάφορα κριτήρια τα οποία ορίζονται ανάλογα με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων του καταστήματος (π.χ. την τιμή κτλ) ή κάποιο συνδυασμό των κριτηρίων. Επιλέγοντας τα πεδία του μενού, εμφανίζεται μια λίστα επιλογών. Μόλις κάποιος επιλέξει τα κριτήρια και δημιουργήσει το ερώτημα αναζήτησης, επιλέγει το κουμπί Αναζήτηση και εμφανίζονται τα αποτελέσματα. Μετά το τέλος της αναζήτησης, στο κεντρικό μέρος της οθόνης εμφανίζονται τα πρώτα έξι προϊόντα τα οποία ικανοποιούν τα κριτήρια αναζήτησης. Τα υπόλοιπα βρίσκονται σε επόμενες σελίδες (σελιδοποίηση της αναζήτησης). Για κάθε προϊόν εμφανίζεται μια σύντομη περιγραφή, η τιμή του και μια φωτογραφία. Σε περίπτωση που ο επισκέπτης του καταστήματος δει κάτι που τον ενδιαφέρει μπορεί να επιλέξει τη φωτογραφία και να διαβάσει αναλυτική περιγραφή του προϊόντος. Όταν ο αριθμός των αποτελεσμάτων είναι μεγαλύτερος από τον αριθμό των προϊόντων που εμφανίζονται σε μια σελίδα, ο επισκέπτης πρέπει να επιλέξει το σύνδεσμο (link) Επόμενες για να προχωρήσει στην επόμενη σελίδα αποτελεσμάτων ενώ αν επιλέξει το σύνδεσμο (link) Προηγούμενες θα επιστρέψει στην προηγούμενη σελίδα. Αν δεν βρεθούν προϊόντα που να ικανοποιούν τα κριτήρια αναζήτησης, θα εμφανιστεί μια εναλλακτική οθόνη. Ο επισκέπτης έχει την δυνατότητα να τροποποιήσει το ερώτημα αναζήτησης και επιλέγοντας ξανά το κουμπί Αναζήτηση να ξεκινήσει μια καινούρια αναζήτηση.

ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ

Τρόπος Πληρωμής: BLOW UP CD STORES

Στον Τρόπο Πληρωμής επιλέγετε τον τρόπο με τον οποίο θα πληρώσετε την παραγγελία την οποία έχετε κάνει. Υπάρχουν οι εξής διαθέσιμοι τρόποι πληρωμής: Αντικαταβολή, Πιστωτική Κάρτα, και Πληρωμή μέσω του συστήματος Winbank. Στην πληρωμή με Αντικαταβολή, το κόστος παραγγελίας σας επιβαρύνεται με την αναγραφόμενη τιμή. Στην πληρωμή με Πιστωτική Κάρτα, επιλέγετε τον τύπο της Πιστωτικής σας κάρτας και εισάγετε τον Αριθμό της Πιστωτικής σας κάρτας, την ημερομηνία λήξης της και το όνομα σας. Στην πληρωμή μέσω Winbank, συνδέεστε με το on-line σύστημα εκκαθάρισης πιστωτικών καρτών όπου γίνεται η εκκαθάριση της συναλλαγής.

ΠΟΙΟΣ Ο ΧΡΟΝΟΣ ΚΑΙ Ο ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;

Όροι Συναλλαγής: BLOW UP CD STORES

Αποστολή Παραγγελίας

Η παραγγελία σας αποστέλλεται μέσω της μεταφορικής εταιρίας (με courier) που συνεργαζόμαστε. Το κόστος αποστολής της παραγγελίας επιβαρύνει εσάς.

Χρόνος παράδοσης παραγγελίας

Οι παραγγελίες που κάνετε από το ηλεκτρονικό μας κατάστημα σας αποστέλλονται μέσω της μεταφορικής εταιρίας με την οποία συνεργαζόμαστε, στον τόπο τον οποίο μας έχετε υποδείξει και σε χρονικό διάστημα 4 - 6 εργάσιμων ημερών από την ημερομηνία έγκρισης της παραγγελίας. Οι παραδόσεις από την μεταφορική εταιρία γίνονται καθημερινά εκτός της Κυριακής.

Αποστολές σε Χώρες εκτός Ελλάδος

Τα έξοδα αποστολής σε χώρες εκτός Ελλάδος υπολογίζονται κατά περίπτωση ανάλογα με τη ζώνη στην οποία ανήκει η χώρα στην οποία γίνεται η παράδοση.

Ανωτέρα Βία

Αν σε οποιαδήποτε περίπτωση για λόγους ανωτέρας βίας (όπως κακές καιρικές συνθήκες, απεργίες) δεν είναι δυνατή η ολοκλήρωση παράδοσης της παραγγελίας σας εντός του προκαθορισμένου χρονικού διαστήματος, για το οποίο έχουμε δεσμευτεί, θα επικοινωνήσουμε μαζί σας για να σας ενημερώσουμε και να μας πείτε αν τελικά επιθυμείτε την ολοκλήρωση της παραγγελίας σας.

Περιορισμός Ευθυνών

Η εταιρία μας δεν έχει καμία απολύτως ευθύνη για πιθανές ζημιές οι οποίες μπορεί να προκύψουν σε πελάτες από την μη εκτέλεση κάποιας παραγγελίας. Επιπλέον το ηλεκτρονικό μας κατάστημα επιφυλάσσεται σχετικά με τον χρόνο παράδοσης των παραγγελιών στις περιπτώσεις ανωτέρας βίας ή όταν τα εμπορεύματα της παραγγελίας δεν είναι διαθέσιμα από τον αντίστοιχο προμηθευτή. Σε αυτές τις περιπτώσεις το ηλεκτρονικό μας κατάστημα φροντίζει για την ενημέρωση σας.

Πολιτική Τιμών

Οι τιμές των προϊόντων οι οποίες αναγράφονται στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα είναι οι τελικές (συμπεριλαμβάνεται και ο Φ.Π.Α), καθορίζονται από την εταιρία μας και είναι ανταγωνιστικές των τιμών της αγοράς. Το ηλεκτρονικό μας κατάστημα έχει το δικαίωμα αλλαγής των τιμών χωρίς

ειδοποίηση. Βεβαίως, ο πελάτης καταβάλλει το ποσό το οποίο αναγράφεται στην παραγγελία του και δεν παίζει ρόλο αν μέχρι την ημερομηνία παράδοσης η τιμή έχει μεταβληθεί.

Πολιτική Επιστροφών

Το ηλεκτρονικό μας κατάστημα σας δίνει την δυνατότητα επιστροφής των προϊόντων για οποιοδήποτε λόγο, τον οποίο δεν είστε υποχρεωμένοι να μας γνωστοποιήσετε. Η επιστροφή πρέπει να πραγματοποιηθεί εντός 10 εργάσιμων ημερών από την ημέρα παραλαβής της παραγγελίας σας. Για να γίνει δεκτή η επιστροφή πρέπει:

- Το εμπόρευμα να είναι στην κατάσταση στην οποία το παραλάβατε. Αυτό σημαίνει ότι δεν πρέπει να έχει παραβιαστεί η συσκευασία του και δεν πρέπει να έχει χρησιμοποιηθεί.
- Να επιστραφούν και όλα τα έντυπα που το συνοδεύουν όπως είναι οι οδηγίες χρήσης.
- Να επιστραφεί και η εγγύηση της οποίας εννοείται ότι δεν πρέπει να έχετε κάνει χρήση.

Η εταιρία μας σας συνιστά να κάνετε έναν πρώτο έλεγχο κατά την παραλαβή της παραγγελίας σας έτσι ώστε να βεβαιωθείτε ότι το δέμα σας δεν έχει κάποια εμφανή ελαττώματα (π.χ. δεν είναι σπασμένο, είναι το σωστό προϊόν κλπ). Ο έλεγχος αυτός δεν είναι υποχρεωτικός και η μη διενέργεια του δεν περιορίζει τα δικαιώματά σας. Για την καλύτερη και ταχύτερη εξυπηρέτησή σας είναι προτιμότερο να αποστέλλετε μαζί με το εμπόρευμα το οποίο επιστρέφεται και τα δελτία παραλαβής και λιανικής πώλησης.

ΥΠΑΡΧΕΙ ΕΓΓΥΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;

Εγγύηση Προϊόντων

Σε όλα τα εμπορεύματα του ηλεκτρονικού μας καταστήματος προσφέρεται η εγγύηση του κατασκευαστή. Σε περίπτωση που επιθυμείτε να πραγματοποιήσετε κάποια αγορά και έχετε οποιαδήποτε απορία σχετικά με το προϊόν, τον κατασκευαστή ή την χρονική διάρκεια της προσφερόμενης εγγύησης μπορείτε να επικοινωνήσετε μαζί μας μέσω της φόρμας επικοινωνίας που υπάρχει στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα.

ΛΕΧΕΣΤΕ ΕΠΙΣΤΡΟΦΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;

Δήλωση Επιστροφής Εμπορεύματος

Σε περίπτωση που επιθυμείτε την επιστροφή του εμπορεύματος που

παραγγείλατε θα πρέπει να συμπληρώσετε την φόρμα επικοινωνίας η οποία βρίσκεται στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα και να μας την αποστείλετε μέσω e-mail.

Τρόποι Διακανονισμού Επιστροφής

Εφ' όσον αποφασίσετε να επιστρέψετε το εμπόρευμα το οποίο αγοράσατε μπορείτε να επιλέξετε τον τρόπο διακανονισμού της επιστροφής. Οι δυνατότητες που σας δίνονται από το ηλεκτρονικό μας κατάστημα είναι οι εξής:

- Αποστολή νέου προϊόντος. Το νέο αυτό προϊόν μπορεί να είναι το ίδιο ή παραπλήσιο με το προηγούμενο ή μπορείτε να επιλέξετε κάποιο άλλο εμπόρευμα από το ηλεκτρονικό μας κατάστημα.

Τρόπος Επιστροφής

Η επιστροφή των εμπορευμάτων πραγματοποιείται μέσω της εταιρίας μεταφορών με την οποία συνεργάζεται το ηλεκτρονικό μας κατάστημα.

Ολοκλήρωση Διαδικασίας Επιστροφής

Η διαδικασία επιστροφής των χρημάτων σας θα ολοκληρωθεί μέσα σε χρονικό διάστημα 30 ημερών από την ημέρα την οποία το επιστροφής του εμπορεύματος. Αλλαγή σε αυτό το χρονικό περιθώριο είναι δυνατή μόνο κατόπιν συμφωνίας με εσάς και αφού έχετε επιλέξει κάποιον τρόπο διακανονισμού επιστροφής ο οποίος απαιτεί περισσότερο χρόνο (π.χ. επισκευή του εμπορεύματος).

Κόστος Επιστροφής

Το ηλεκτρονικό μας κατάστημα επιβαρύνεται με το κόστος επιστροφής του εμπορεύματος μόνο όταν:

- Έχει παραδοθεί με καθυστέρηση (εξαιρούνται οι περιπτώσεις ανωτέρας βίας).
- Έχει παραδοθεί με βλάβη ή είναι ελαττωματικό.
- Δεν έχει τα χαρακτηριστικά τα οποία παρουσιάζονται στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα. Σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση το κόστος της επιστροφής επιβαρύνει εσάς.

Όροι Σύμβασης

Η εταιρία μας έχει το δικαίωμα να τροποποιεί τους όρους συναλλαγών. Η εταιρία μας έχει την ευθύνη να ενημερώνει άμεσα το κείμενο το οποίο αναφέρεται στους όρους συναλλαγής όταν αποφασίζεται οποιαδήποτε αλλαγή σχετικά με τους όρους. Το ηλεκτρονικό κατάστημα της εταιρίας μας ακολουθεί πλήρως το Διεθνές και Ευρωπαϊκό Δίκαιο για τα θέματα συναλλαγών ηλεκτρονικού εμπορίου όπως επίσης και το Νόμο περί προστασίας καταναλωτών (Ν. 2251/1994) ο οποίος ρυθμίζει θέματα

πωλήσεων από απόσταση.

Το ηλεκτρονικό κατάστημα δίνει την δυνατότητα στους πελάτες μέλη να αλλάξουν το όνομα χρήστη (Username) και τον μυστικό κωδικό πρόσβασής τους (Password), αν βέβαια το επιθυμούν. Τα προσωπικά στοιχεία θα παραμείνουν αναλλοίωτα απλά το σύστημα θα αναγνωρίζει πλέον τον πελάτη με διαφορετικό μυστικό κωδικό πρόσβασής (Password).

ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ;

Ασφάλεια Server

Το Ηλεκτρονικό μας κατάστημα παρέχει απόλυτη ασφάλεια στις συναλλαγές σας. Οι συναλλαγές σας υποβάλλονται σε διαδικασία κρυπτογράφησης. Στις συναλλαγές που επιθυμείτε να χρησιμοποιήσετε πιστωτική κάρτα, το σύστημα καταγράφει τα στοιχεία της πιστωτικής σας κάρτας (αριθμός πιστωτικής, όνομα κατόχου, ημερομηνία λήξης) για όσο διάστημα διαρκεί η διαδικασία της συναλλαγής. Μετά το πέρας της συναλλαγής και την έγκριση της χρέωσης της πιστωτικής σας κάρτας, τα στοιχεία της πιστωτικής σας κάρτας διαγράφονται από το σύστημα. Για την εγκυρότητα των συναλλαγών σας έχουμε προμηθευτεί ειδικό ψηφιακό πιστοποιητικό από την μεγαλύτερη εταιρία έκδοσης και παροχής ψηφιακών πιστοποιητικών Verisign, Inc.

Πληρωμή με Πιστωτική Κάρτα

Για σας που επιθυμείτε η συναλλαγή σας να γίνει μέσω πιστωτικής κάρτας, το ηλεκτρονικό μας κατάστημα έχει εξασφαλίσει συνεργασία με τις τράπεζες που υποστηρίζουν διαδικασίες εκκαθάρισης πιστωτικών καρτών στην Ελλάδα.

Τράπεζα Πειραιώς – WinBank

Το σύστημα της Τράπεζας Πειραιώς - WinBank χρησιμοποιεί το πρωτόκολλο SET για την διαχείριση συναλλαγών μέσω πιστωτικής κάρτας VISA. Για την χρήση του συστήματος WinBank απαιτείται να εγκαταστήσετε επιπλέον λογισμικό «ψηφιακό πορτοφόλι» και παράλληλα να αποκτήσετε και να εγκαταστήσετε ένα «ψηφιακό πιστοποιητικό». Για την απόκτηση του ψηφιακού πορτοφολιού και του ψηφιακού πιστοποιητικού πρέπει να επικοινωνήσετε με την WinBank. Για να αγοράσετε με πιστωτική κάρτα μέσω του συστήματος WinBank εισάγετε τα στοιχεία της πιστωτικής σας κάρτας και χρεώνεται η κάρτα σας."

ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ;

Ασφάλεια Δεδομένων: BLOW UP CD STORES

Για την παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου συλλέγουμε από τους πελάτες

μας τα *αναγκαία* στοιχεία για τη διενέργεια συναλλαγών.

Η επιχείρησή μας δίνει άμεση προτεραιότητα στην τήρηση του απορρήτου των προσωπικών σας στοιχείων ακολουθώντας τις αρχές προστασίας προσωπικών δεδομένων. Διαφυλάσσουμε αυστηρά κάθε πληροφόρηση που μας παρέχετε. Οι ποιοτικές υπηρεσίες που παρέχουμε προϋποθέτουν τη χρήση των παρακάτω προσωπικών σας δεδομένων:

- Το ονοματεπώνυμό σας,
- Του φύλου σας,
- Της ηλικίας σας,
- Τη διεύθυνση του ηλεκτρονικού σας ταχυδρομείου (διεύθυνση, ΤΚ, πόλη, χώρα, δήμος),
- Το τηλέφωνο σας, και
- Την πλήρη ταχυδρομική σας διεύθυνση.

Σε περίπτωση εταιρείας, όπου γίνεται έκδοση τιμολογίου, απαιτούνται επιπλέον τα παρακάτω στοιχεία:

- Όνομα Εταιρείας,
- Τίτλος Εταιρείας,
- Αριθμός Φορολογικού Μητρώου Α.Φ.Μ.), και
- Δημόσια Οικονομική Υπηρεσία Δ.Ο.Υ.).

Σε περίπτωση αγοράς με πιστωτική κάρτα χρειάζονται επίσης τα εξής:

- Ο τύπος της πιστωτικής σας κάρτας,
- Ο αριθμός της πιστωτικής σας κάρτας,
- Η ημερομηνία λήξης της, και
- Το όνομα του κατόχου.

Οποιαδήποτε στιγμή έχετε πρόσβαση στα προσωπικά σας στοιχεία τα οποία μπορείτε και να τροποποιήσετε.

Αποκάλυψη Προσωπικών Δεδομένων Πελατών σε Τρίτους

Το κατάστημά μας δεσμεύεται ότι δεν αποκαλύπτει, πωλεί, παραχωρεί ή ανταλλάσσει τα προσωπικά σας δεδομένα σε οποιοδήποτε εξωτερικό οργανισμό, εκτός αν έχει μεσολαβήσει προγενέστερη έγγραφη ενημέρωση από εσάς ή εσείς έχετε εξουσιοδοτήσει το κατάστημά μας για την παροχή επιπλέον πληροφοριών ή όταν αυτό απαιτείται από το νόμο ή από δικαστική απόφαση.

Διαφημιστικά Μηνύματα

Το ηλεκτρονικό μας κατάστημα δεν χρησιμοποιεί ποτέ τα προσωπικά σας δεδομένα για την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών τρίτων εταιριών εκτός αν εσείς δεν έχετε αντίρρηση για την λήψη διαφημιστικών μηνυμάτων. Οι

εταιρίες αυτές δεν έχουν το δικαίωμα να διατηρούν τα προσωπικά σας δεδομένα εκτός αν εσείς εκφράσετε ενδιαφέρον για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους.

Αποδοχή Όρων Τήρησης Αρχείου Προσωπικών Δεδομένων

Σύμφωνα με τις διατάξεις του Νόμου περί προστασίας του φυσικού προσώπου από την διαδικασία επεξεργασίας προσωπικών δεδομένων, έχετε το δικαίωμα να αρνηθείτε την επεξεργασία των προσωπικών σας δεδομένων.

Μεταφορά Στοιχείων

Οι πληροφορίες που αποστέλλετε κατά την διάρκεια των παραγγελιών σας κρυπτογραφούνται πριν την αποστολή τους και αποκρυπτογραφούνται κατά την παραλαβή τους από εμάς. Η κρυπτογράφηση γίνεται μέσω του πρωτοκόλλου SSL που είναι το πιο διαδεδομένο παγκοσμίως σε θέματα ασφάλειας μεταφοράς δεδομένων στο Internet.

Επικοινωνία: BLOW UP CD STORES

Μέσα από την φόρμα επικοινωνίας μπορείτε να επικοινωνήσετε με το ηλεκτρονικό μας κατάστημα. Στην φόρμα επικοινωνίας θα πρέπει να δώσετε τα στοιχεία σας καθώς και το αίτημα που έχετε προς το ηλεκτρονικό μας κατάστημα. Τα στοιχεία που περιλαμβάνει η φόρμα επικοινωνίας είναι τα εξής: Το Όνομά σας, το Επίθετό σας, η Πλήρης Ταχυδρομική σας Διεύθυνση (Διεύθυνση, Τ.Κ., Πόλη), το Τηλέφωνό σας, το Fax σας και το e-mail σας. Τα πεδία που είναι με έντονα γράμματα πρέπει να συμπληρωθούν υποχρεωτικά.

"Gem" Flowers Bouquets



Seasonal bouquet from €35 -
65 Order now



Special bouquet from €35-
55 Order now



Bouquet from €35- 50
Order now



12 Roses bouquet € 35
24 Roses bouquet € 55
Order now



Mixed bouquet from €40- 70
Vase from €30 - 80
Order now.



Special mixed bouquet fro
€40 - 80 Order now

ΟΝΟΜΑ ΕΤΑΙΡΙΑΣ (με on-line σύστημα):



“GEM” FLOWER e-SHOP

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: web site www.florist.gr

Λ.ΚΗΦΙΣΙΑΣ 56 & ΔΕΛΦΩΝ 20 ΜΑΡΟΥΣΙ 151, Τηλ: 2106104540

ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ:

Το 1943 ο Αναστάσιος Θεωνάς σε ηλικία 28 ετών ιδρύει στην Αθήνα ένα ανθοπωλείο με την ονομασία "Άνθη ΝΑΞΟΣ" στην Πλατεία Ομονοίας στο Κέντρο της Αθήνας.

Το 1953 η επιχείρηση μεταφέρεται λόγω διαπλάσεως τού χώρου, στην Πλατεία Κοτζιά.

Την Άνοιξη τού 1981 τήν επιχείρηση αναλαμβάνει ο μεγάλος γιός τής οικογένειας, Γιάννης Θεωνάς που εργαζόταν κοντά στον πατέρα του από ηλικία 15 ετών. Μετά από τέσσερα χρόνια, τó 1985 η επιχείρηση εξαναγκάζεται πάλι σε μεταφορά λόγω έργων και συνεχίζει την δραστηριότητά της στην Πλατεία Κάνιγκος. Δέκα χρόνια μετά ο Γιάννης Θεωνάς αποφασίζει να φύγει από το Κέντρο της Αθήνας και έτσι σήμερα η επιχείρηση με την ονομασία "GEM Floral creations" λειτουργεί σε ένα πολύ ζεστό χώρο στην Λ. Κηφισίας στο Μαρούσι λίγο μετά από το Ολυμπιακό στάδιο. Η πολυετής πείρα τού Γιάννη Θεωνά και των συνεργατών του στο χώρο φαίνεται μέσα από τις γεμάτες φαντασία συνθέσεις από φυσικά άνθη και φυτά καθώς και από την άψογη και ταχύτατη εξυπηρέτηση των πελατών της επιχείρησης, πολλοί από τούς οποίους την εμπιστεύονται 20 χρόνια και πλέον.

Η ΕΤΑΙΡΙΑ ΣΑΣ ΑΣΧΟΛΕΙΤΑΙ ΜΟΝΟ ΜΕ ΤΟ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟ; ΑΝ ΟΧΙ ΜΕ ΤΙ ΑΛΛΟ ΑΣΧΟΛΕΙΤΑΙ;

Η εταιρία μας ασχολείται με τη λιανική πώληση, σε ένα πολύ ζεστό χώρο στην Λ. Κηφισίας στο Μαρούσι. Εκεί οι πελάτες μας έχουν τη δυνατότητα να δουν τις γεμάτες φαντασία συνθέσεις από φυσικά άνθη και φυτά καθώς τους προσφέρουμε ταχύτατη εξυπηρέτηση, άλλωστε γι' αυτό μας προτιμούν!

ΤΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΔΙΑΘΕΤΕΙ on-line;

Η εταιρία μας διαθέτει on-line σε πολύ «λογικές τιμές»
Ανθοδέσμες, μπουκέτα, συνθέσεις

ΠΩΣ ΓΙΝΕΤΑΙ Η ΕΓΓΡΑΦΗ ΝΕΟΥ ΜΕΛΟΥΣ;

Η εγγραφή νέου μέλους γίνεται όταν ο πελάτης θέλει να αγοράσει προϊόντα μας.

Επώνυμο :	<input type="text"/>
Όνομα :	<input type="text"/>
Τηλέφωνο :	<input type="text"/>
E-mail:	<input type="text"/>
Επάγγελμα:	<input type="text"/>
Διεύθυνση:	<input type="text"/>
Πόλη:	<input type="text"/>
Ταχ.Κωδ.:	<input type="text"/>

ΠΩΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΝΩ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;

Για να παραγγείλετε λουλούδια από την εταιρία μας συμπληρώνετε την εξής φόρμα:

<i>FIRST NAME</i>	<input type="text"/>
<i>LASTNAME</i>	<input type="text"/>
<i>COMPANY</i>	<input type="text"/>
<i>ANDRESS 1.</i>	<input type="text"/>
<i>ANDRESS 2.</i>	<input type="text"/>
<i>CITY</i>	<input type="text"/>
<i>PROVINCE</i>	<input type="text"/>
<i>POST. COD.</i>	<input type="text"/>
<i>COUNTRY</i>	<input type="text"/>
<i>TELEPH. No 1.</i>	<input type="text"/>
<i>TELEPH. No 2.</i>	<input type="text"/>
<i>FAX</i>	<input type="text"/>

SELECT CREDIT CARD

VISA

NAME on CARD

VALID CARD No.

EXPIRES DATE

Extra delivery **10 euro** for 10 km around Athens and **20 euro** for all other Greece

NONE

35 euro

For extra gift with flowers **CD, BALOONS, CHOCOLATE** or **TEADY BEARS**

Please check here:

NONE

FIRST NAME

LAST NAME

TITLE

COMPANY

ANDRESS 1.

ANDRESS 2.

CITY

PROVINCE

POST. COD.

COUNTRY

TELEPH. No 1.

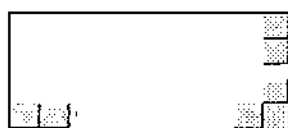
TELEPH.No 2.

FAX

E-MAIL ANDRESS

ANDRESS URL

6. EXTRA MESSAGE FOR FLOWER SHOP



Για την παραγγελία χρειαζόμαστε πλήρη στοιχεία του παραλήπτη (ονοματεπώνυμο, οδό και αριθμό, πόλη και ταχ. κώδικα, τηλέφωνο). Σε περίπτωση αδυναμίας εντοπισμού του παραλήπτη θα πρέπει να επικοινωνήσουμε μαζί σας οπότε μην ξεχνάτε να δίνετε και τα δικά σας στοιχεία. Το παρών σύστημα δέχεται μία παραγγελία κάθε φορά. Αν θέλετε να στείλετε στον ίδιο παραλήπτη πάνω από μία παραγγελία θα πρέπει να ακολουθήσετε την ίδια διαδικασία για κάθε μία. Θα πρέπει να λάβετε υπόψιν σας ότι όλα τα λουλούδια δεν είναι διαθέσιμα όλες τις εποχές του έτους και σε όλες τις χώρες ταυτόχρονα. Αν επιθυμείτε την αποστολή κάποιου συγκεκριμένου είδους ή χρώματος, καλό θα είναι να δίνετε και μία δεύτερη επιλογή είδους προκειμένου να μην υπάρξει καθυστέρηση στην αποστολή της παραγγελίας σας. Εάν παρόλα αυτά και για οποιοδήποτε λόγο η αντικατάσταση κριθεί αναγκαία να είστε σίγουροι ότι θα γίνει με κάτι παρόμοιο τόσο στην ποιότητα όσο και στην αξία της αρχικής σας παραγγελίας. Για παραγγελίες σε ειδικούς χώρους όπως νοσοκομεία, λιμάνια, αεροδρόμια, όπου η παράδοση δεν γίνεται πάντα στους παραλήπτες αρκεί η υπογραφή του προσώπου που παραλαμβάνει τα λουλούδια για να θεωρηθεί αυτή ως αποδεικτικό σωστής εκτέλεσης.

ΠΩΣ ΒΡΙΣΚΩ ΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝ;

ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ

Μπορείται μέσα από το site μας να δείτε τις συνθέσεις και μπουκέτα μας, καθώς να επιλέξετε τη ποσότητα που σας ενδιαφέρει και επίσης τις προσφερόμενες τιμές. Επιλέγοντας αυτό που σας ενδιαφέρει, μπορείτε να το δείτε σε μεγέθυνση.

ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ

ΧΡΕΩΣΗ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ ΚΑΡΤΑΣ

Δεχόμαστε όλες τις VISA , MASTECARD , DINERS

Στη φόρμα παραγγελίας επιλέγετε το τύπο της πιστωτικής σας κάρτας , εισάγετε τον αριθμό της, την ημερομηνία λήξης και το όνομα σας.

κρυπτογραφημένη, ασφαλής σύνδεση (secure connection) με τον συναλλασσόμενο server.

Τι συμβαίνει; Η συναλλαγή που λαμβάνει χώρα δε γίνεται μέσω κρυπτογραφημένης σύνδεσης, αλλά μέσω απλής μη κωδικοποιημένης συναλλαγής. Αυτό σημαίνει ότι αν το δίκτυο, είτε στη μεριά στην οποία βρίσκεται ο υποψήφιος πελάτης είτε στην πλευρά που βρίσκονται οι σελίδες της επιχείρησης, έχει δεχτεί επίθεση από hackers, τότε αυτοί θα μπορούν να υποκλέψουν όλες τις πληροφορίες που στέλνει ο υποψήφιος πελάτης και μαζί και τον αριθμό της πιστωτικής του κάρτας. Έχοντας πια το νούμερο της πιστωτικής κάρτας, κάθε επιτήδειος θα μπορεί να το εκμεταλλευθεί αναλόγως. Ένα τέτοιο περιστατικό όμως θα προσέβαλλε το κύρος της επιχείρησης αλλά και το κύρος των πελατών αυτής με τις ανάλογες νομικές συνέπειες.

Εάν δεν θέλετε να ανήκετε στην κατηγορία του θύματος, η λύση είναι μία: Η χρήση κωδικοποιημένης σύνδεσης και στα δύο άκρα. Αυτό σημαίνει ότι από τη στιγμή που συμπληρώσετε τα απαραίτητα στοιχεία (αριθμός πιστωτικής κάρτας) μέχρι τη στιγμή που αυτά θα καταλήξουν στον server, θα είναι κρυπτογραφημένα και δεν θα μπορεί κανείς να τα υποκλέψει. Έτσι, εξασφαλίζεται η ασφάλεια της επιχείρησης αλλά και αυτή των πελατών της.

Κωδικοί Κρυπτογράφησης (Encryption Keys)

Η Incredible Networks προκειμένου να σας προσφέρει τις παραπάνω συναλλαγές μέσα από ένα ασφαλές περιβάλλον, προσφέρει ασφάλεια κρυπτογράφησης 128 bit. Έτσι, όλες οι ευαίσθητες συναλλαγές που γίνονται με τους Web Server μας είναι κρυπτογραφημένες στη μέγιστη ασφάλεια που μπορεί να προσφέρει ο Browser σας. Τα δύο τυπικά μεγέθη κλειδιών κρυπτογράφησης είναι: 40-bit encryption σημαίνει ότι υπάρχουν 240 κλειδιά που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την κρυπτογράφηση των συναλλαγών σας. 128-bit encryption σημαίνει ότι υπάρχουν 2128 κλειδιά για για την κρυπτογράφηση των συναλλαγών σας.

Όταν ο browser σας χρησιμοποιεί 128-bit encryption αυτό σημαίνει ότι υπάρχουν 340.282.366.920.938.463.463.374.607.431.768.211.456 συνδυασμοί κλειδιών με το οποία μπορεί να κρυπτογραφηθεί η κάθε συναλλαγή σας. Χρησιμοποίηση Proxy.

Όταν παραγγέλνετε μια ανθοδέσμη η επικοινωνία σας με το server γίνεται με κρυπτογράφηση τύπου SSL. Εάν χρησιμοποιείτε ένα Proxy Server για να κάνετε browse στο Internet υπάρχει η πιθανότητα να μην μπορείτε να παραγγείλετε. Μας συγχωρείτε αλλά δεν μπορούμε να σας βοηθήσουμε σε

αυτήν την περίπτωση. Πρέπει να επικοινωνήσετε με την Εταιρεία που σας παρέχει πρόσβαση στο Internet.

ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ;

Η εταιρία μας ακολουθώντας τις αρχές προστασίας προσωπικών δεδομένων, και αίσθημα ευθύνης απέναντι στους πελάτες της, έχει εγκαταστήσει το σύστημα ασφαλείας συναλλαγών βασισμένο στην τεχνολογία SSL 128 bit.

Η διεθνώς αναγνωρισμένη εταιρεία VeriSign έχει εκδόσει πιστοποιητικό ασφαλείας για τα παραπάνω με σκοπό την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών.

Επικοινωνία με GEM

Οι ερωτήσεις, οι υποδείξεις και οι παρατηρήσεις σας είναι αναγκαίες. Θέλουμε να μας ενημερώσετε αμέσως εάν προκύψει οποιοδήποτε πρόβλημα από τη χρήση του site μας ή τις αγορές σας από την GEM, ώστε να επιλύσουμε άμεσα το πρόβλημά σας. Για ερωτήσεις σχετικά με τους τρόπους αγοράς ή τυχόν προβλήματα με παραγγελίες που έχετε δώσει επικοινωνήστε μαζί μας στο τηλ. εξυπηρέτησης 2106104540.

11. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει μπει για τα καλά στη ζωή μας, όμως η κοινωνία δεν παύει να είναι επιφυλακτική στη χρήση του. 'Άραγε το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ασφαλές.....;'. Η προστασία των προσωπικών δεδομένων στα πλαίσια λειτουργίας του ηλεκτρονικού εμπορίου αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για την επιτυχημένη εκπλήρωση των στόχων του στην Κοινωνία της Πληροφορίας. Οι κίνδυνοι προσβολής της προσωπικότητας μπορούν να προστατευθούν με την εφαρμογή των κατάλληλων μέτρων προστασίας κάθε εμπλεκόμενου φορέα σε μια ηλεκτρονική συναλλαγή. Μέτρα μπορούν να εφαρμοστούν σε επίπεδο χρήστη, παροχέα υπηρεσιών διαδικτύου, παροχέα τελικών υπηρεσιών, εμπιστων τρίτων οντοτήτων και άλλων ενδιαμέσων. Τεχνικές που στοχεύουν στην ανωνυμοποίηση των καναλιών επικοινωνίας, η κρυπτογράφηση, οι υπηρεσίες εμπιστων τρίτων οντοτήτων λειτουργούν προς αυτήν την κατεύθυνση. Τεχνολογίες ασφάλειας των πληροφοριών και προστασίας της ιδιωτικότητας τείνουν να είναι άμεσα συνδεδεόμενες με ένα επιτυχημένο περιβάλλον ηλεκτρονικού επιχειρείν. Τόσο οι πηγές όσο και οι αποδέκτες των υπηρεσιών του ηλεκτρονικού εμπορίου πρέπει να εφαρμόζουν τα αντίστοιχα τεχνικά και διαδικαστικά μέτρα για την εξασφάλιση του απορρήτου μιας ηλεκτρονικής συναλλαγής.

Στα πλαίσια της συνεχούς εξέλιξης των τεχνολογιών λειτουργίας του ηλεκτρονικού εμπορίου, όλα τα εμπλεκόμενα μέρη οφείλουν να ενημερώνονται συνεχώς σε θέματα προστασίας της ιδιωτικότητας τόσο σε τεχνικό όσο και σε νομικό επίπεδο. Τότε και οι λειτουργίες e-επιχειρείν θα δώσουν ώθηση προς μια σωστή κατεύθυνση της ανάπτυξης των ηλεκτρονικών συναλλαγών που θα σέβεται τον πολίτη στην ψηφιακή εποχή.

12. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΝΤΥΠΟ ΥΛΙΚΟ

1. Δουκίδης Γεώργιος και συν., Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Οικον. Πανεπιστήμιο Αθηνών, 1998
2. Περιοδικό RAM, Ιανουάριος 2000
3. Περιοδικό RAM, Μάρτιος 2002
4. Ιγγλεζάκης Ιωάννης, Τα νομικά ζητήματα της ηλεκτρονικής ανταλλαγής δεδομένων (EDI), Ελληνικό Εμπορικό Δίκαιο, 1997

ΑΠΟ ΤΟ INTERNET

1. <http://www.azc.com>
2. <http://www.datamation.com>
3. <http://www.cio.com>
4. <http://www.ecommerce.internet.com>
5. <http://www.cisco.com>
6. <http://cosmoone.gr>
7. <http://www.gbi.gr>
8. <http://www.tradepointathens.gr>
9. <http://www.heliosagora.gr>
10. <http://www.eml.gr>
11. <http://www.blowup.gr>
12. <http://www.digitstore.gr>
13. <http://www.florist.gr>

Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ
ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ