

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η αναγκαιότητα της ηλεκτρονικής τεχνολογίας
στο Εμπορικό Δίκαιο

Πτυχιακή Εργασία του
Ευάγγελου Ζαΐμη

Εποπτεύων Καθηγητής
Δρ. Ν. Δημαράς

Πάτρα, 2011

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	3
Κεφ. Ι. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ.	
ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	6
I.1. Η ραγδαία ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου	6
I.2. Πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου	9
1.2.1. Οφέλη για τον καταναλωτή	9
1.2.2. Οφέλη για τις επιχειρήσεις	12
1.2.3. Οφέλη για τον πλανήτη	15
I.3. Μειονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου	17
Κεφ. ΙΙ. ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ. Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΧΡΗΣΗΣ	
ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΗΣ	22
ΙΙ.1. Ορισμός, Συνθήκες και Μορφές διαδικτυακής απάτης	
εμπορικού-οικονομικού περιεχομένου	22
ΙΙ.2. Κύριες μορφές συναλλαγών και κωδικοποίησή τους	26
ΙΙ.3. Εμπορικές Συναλλαγές μέσω διαδικτύου.	
Η αναγκαιότητα της νέας τεχνολογίας στο εμπορικό	
δίκαιο	30
Π.3.1. Ηλεκτρονικά έγγραφα. Διακίνηση χωρίς	
ηλεκτρονική (ή ψηφιακή) υπογραφή	30
Π.3.2. Η ηλεκτρονική (ή ψηφιακή) υπογραφή	34
Π.3.3. Ηλεκτρονική δήλωση βουλήσεως	38
Π.3.4. Συμβάσεις EDI (Electronic Data Interchange)	42
Π.3.5. Δυνατότητα ακύρωσης μιας ηλεκτρονικής	
συνθήσεως	47
Π.3.6. Επιπλέον χρήση της πληροφορικής	
σε χρηματοοικονομικές συναλλαγές	49
ΕΠΙΛΟΓΟΣ	53
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ – ΔΙΚΤΥΟΓΡΑΦΙΑ	54

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η εργασία αυτή εκπονήθηκε με σκοπό να καταδείξει την αναγκαιότητα της χρήσης ηλεκτρονικής τεχνολογίας στο Εμπορικό Δίκαιο, με τη διάταξή της άμεσα εξαρτημένη, όπως θα περιγραφεί παρακάτω, από τις τρεις κυριότερες λέξεις του θέματος. *Ηλεκτρονική, Εμπορικό και Δίκαιο*. Λέγοντας «να καταδείξει» δεν εννοούμε ότι αυτό γίνεται για πρώτη φορά από εμάς, καθώς πρόκειται για ένα θέμα πολυσυζητημένο, καίριο για την ανθρώπινη καθημερινότητα, η οποία προσδεμένη στο άρμα του καταναλωτισμού, ταχύτατο στην εποχή μας, αναζήτησε τρόπους γρηγορότερης διεκπεραίωσης των χρηματοοικονομικών της συναλλαγών, σε συνδυασμό με την άγρα ευκαιριών για την προμήθεια φτηνότερων και ποιοτικότερων προϊόντων. Άλλοι αγοράζουν και άλλοι πωλούν, οπότε αυτή η αμφιμονοσήμαντη σχέση εξυπηρετεί και τις δύο πλευρές. Αν επομένως ισχυριστούμε ότι ανακαλύπτουμε νέες ηπιείρους, τότε μάλλον θα περιπέσουμε στον κίνδυνο της κρούσης ανοιχτών θυρών.

Θελήσαμε να συνοψίσουμε τα κυριότερα σημεία της όλης διαδικασίας, ώστε να υπάρχουν συγκεντρωμένα σε ενιαίο κείμενο, όπως και αλλού γίνεται, αλλά και για να μάθουμε. Διότι αρκετά από αυτά που διαβάσαμε, σαφώς περισσότερα από όσα τελικώς παρουσιάζουμε, δεν ενέπιπταν στο γνωστικό μας πεδίο, όχι εξαιτίας αγνοίας αλλά χάρη στην πλάνη που συνήθως προκαλεί το προφανές: αγορά, πώληση, και αυτό είναι όλο, απλώς με τη διευκόλυνση που προσφέρει πλέον η παγκοσμιοποίηση, ιδρυτικό στοιχείο της οποίας αποτελεί και ο παγκόσμιος ηλεκτρονικός ιστός ή διαδίκτυο. Αποδεικνύεται ωστόσο ότι δεν είναι έτσι. Τα πράγματα ισορροπούν ανάμεσα στις ευκολίες και στον κίνδυνο εκτροπής των παρεχόμενων υπηρεσιών προς την ποικιλότητα εξαπάτηση του ανυποψίαστου καταναλωτή. Ο χρόνος και δρόμος που απαιτούνται για την απόλυτη διασφάλιση της εμπορικής και χρηματοοικονομικής δραστηριότητας είναι ακόμη πολύς και μακρύς αντίστοιχα, αλλά είναι μάλλον βέβαιο ότι στο μέλλον η αναγκαιότητα θα επιβάλλει ακόμα μεγαλύτερη εξασφάλιση των διαδικασιών από όσο σήμερα, μέσω τρόπων που αναλύονται στο κείμενό μας, καθώς και άλλων που κανείς προς το παρόν δεν έχει υπόψη του.

Ανεξάρτητα όμως από τις γενικές μας προθέσεις και τις ευχολογίες, είναι απαραίτητο να εξηγήσουμε πώς δομήσαμε αυτή την εργασία και για ποιους λόγους.

Υπενθυμίζουμε για τον σκοπό αυτό τις τρεις λέξεις που απομονώσαμε στην αρχή της πρώτης παραγράφου της εισαγωγής μας, καθώς αποτέλεσαν τον πυρήνα της συζήτησής μας.

Το *Εμπόριο* το εννοούμε στη συνήθη του διάσταση, ως προσπάθεια προώθησης προϊόντων με σκοπό το νόμιμο κέρδος από την πλευρά του προμηθευτή και προσπορισμού των επιθυμητών αγαθών με το μικρότερο δυνατό κόστος, αλλά χωρίς απώλεια ποιότητας, από την πλευρά του καταναλωτή. Η ιδιαίτερη διάσταση όμως με την οποία καταπιάνεται η εργασία μας είναι αυτή της *ηλεκτρονικής* του μορφής. Δεν είναι αυτός κάποιος αδόκιμος όρος, αντιθέτως πρόκειται για σθεναρά θεμελιωμένη δράση στη συνείδηση παρόχων και των εν δυνάμει πελατών τους, γνωστή ως *ηλεκτρονικό εμπόριο*. Για τους λόγους αυτούς και για να είναι διαρκώς προφανές τι ακριβώς συζητούμε, αφιερώσαμε το πρώτο και μικρότερο από τα δύο τμήματα της εργασίας μας (ένα περίπου τρίτο του συνόλου) στην περιγραφή της μορφής και των τρόπων λειτουργίας που έχει εκλάβει ως ραγδαία εξέλιξη της εποχής μας. Οι τρεις ενότητες του εν λόγω κεφαλαίου αναφέρονται στην έκταση του φαινομένου και συνοψίζουν τόσο τα πλεονεκτήματα από την άσκησή του, όσο και τους πιθανούς φραγμούς που γνωρίζει αλλά και τους κινδύνους που ενέχει η απρόσεκτη εκδήλωσή του.

Οι κίνδυνοι αυτοί επέβαλαν για την περίπτωση του ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως και για κάθε άλλη πτυχή της ζωής μας όπου ενσκύπτουν αξιόποινες πράξεις, την εφαρμογή του *Δικαίου*. Οι διαδικασίες, κυρίως η εγκυρότητα και ισχύς των δοσοληψιών (δικαιοπραξίες, συμβάσεις, επικυρώσεις, ακυρώσεις, υπαναχωρήσεις), όχι μόνο χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τεχνολογία για την κατοχύρωση και διεκπεραίωσή τους, αλλά την έχουν ανάγκη και για να προστατευτούν. Οι εμπορικές συμβάσεις μέσω διαδικτύου απαιτούν δικλίδες ασφαλείας, τόσο μεταξύ των συμβαλλομένων μερών, όσο και απέναντι στον κίνδυνο αλλοιώσεων κάθε μορφής. Αφιερώσαμε, επομένως, το μεγαλύτερο μέρος της εργασίας μας στο δεύτερο τμήμα (υπόλοιπα δύο τρίτα του κειμένου) στη συζήτηση όλων αυτών των παραμέτρων, που ενοποιούν τις ελληνικές με τις διεθνείς ανάγκες, καθώς το διαδίκτυο δεν γνωρίζει σύνορα. Στο δεύτερο μέρος αναλύονται θέματα μορφολογίας και προστασίας των ηλεκτρονικών συμβάσεων, ωστόσο χωρίς τον ισχυρισμό ότι εξαντλήσαμε το θέμα.

Οι πηγές μας προέρχονται κυρίως από το διαδίκτυο, προσέξαμε ωστόσο ώστε να χρησιμοποιήσουμε έγκυρες ιστοσελίδες, σε όσες περιπτώσεις δεν ήμασταν σε

θέση να έχουμε στα χέρια μας πλήρη άρθρα. Για τη δυνατότητα ελέγχου των παραπομπών μας αλλά και την πιθανή ενημέρωση του ενδιαφερόμενου μέσω των ιστοσελίδων και ηλεκτρονικών διευθύνσεων που χρησιμοποιήσαμε, παραθέτουμε στις υποσημειώσεις μας πλήρεις δεσμούς (links), στο πλάι των οποίων σημειώνουμε τις ημερομηνίες επανελέγχου τους κατά τη διάρκεια της τελικής διόρθωσης του κειμένου μας.

Είχαμε να επιλέξουμε ανάμεσα σε δύο συστήματα παραπομπών, καταλήξαμε δε στη διατήρηση υποσημειώσεων στο κάτω μέρος της κάθε σελίδας, (σύστημα Oxford), αντί της παράθεσής τους σε παρενθέσεις εντός του κειμένου, (σύστημα Harvard), για δύο λόγους: αφενός οι ηλεκτρονικοί δεσμοί είναι σε αρκετές περιπτώσεις μακροσκελείς, με άμεση συνέπεια τη διάσπαση της ροής του κειμένου, εφόσον παρατεθούν κατά το δεύτερο προαναφερθέν βιβλιογραφικό σύστημα. Αφετέρου, τα σχόλιά μας σε ορισμένες παραπομπές είναι αρκετά. Αποφύγαμε έτσι την παράθεση μακρών υποσημειώσεων σε δύο διαφορετικά τμήματα του κειμένου, κίνδυνος που δεν θα μειωνόταν ιδιαίτερα, όσο και αν συντομογραφούσαμε τις παραπομπές των παρενθέσεων.

Για την επιλογή των κύριων ενοτήτων της εργασίας μας χρησιμοποιήσαμε ως συμβουλευτικό οδηγό το βιβλίο του Ν. Δημαρά, *Στοιχεία Εμπορικού Δικαίου*, όπως σημειώνεται και στην υποσημ. 55, όπου και τα πλήρη στοιχεία του. Θεωρήσαμε ότι θα ήταν πολύ εκτεταμένο το να αναπτύξουμε, τα κύρια ζητήματα που ο συγγραφέας θέτει και θίγει στη δική του εργασία, καθώς η θέση του ως καθηγητού και ερευνητού επιτρέπει σημαντική επιστημονική γνώση του αντικειμένου και των βασικών του παραμέτρων από όσο η δική μας φοιτητική ιδιότητα. Χρησιμοποιήσαμε μάλιστα και χωρία από το κείμενο αυτό, ωστόσο στις περισσότερες περιπτώσεις ως έναυσμα για περισσότερη έρευνα. Σε άλλες πάλι, το χρησιμοποιήσαμε πρωτίστως, εφόσον η βιβλιογραφική μας αναζήτηση δεν έδωσε έγκυρα σχετικά για το κάθε αντικείμενο αποτελέσματα. Αν γενικά αλλάξαμε τη σειρά της όλης διαπραγμάτευσης, είναι μόνο επειδή η ίδια η ανάπτυξη του δικού μας τρόπου σκέψης μας το υπαγόρευσε.

Κεφ. Ι.
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

I.1.

Η ραγδαία ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου

Όπως ήδη σημειώθηκε, σκοπός της εργασίας μας είναι η περιγραφή των γνωστών εμπορικών διαδικασιών οι οποίες συντελούνται μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή, όχι μόνο της διεκπεραίωσης εμπορικών συμφωνιών ανάμεσα σε δύο πλευρές, αλλά και η διεύρυνση της συνθήκης αυτής υπό τη μορφή του «ενός προς πολλά». «Ένας» ή «ένα» είναι ο συγκεκριμένος κάθε φορά έμπορος ή επιχείρηση (ηλεκτρονικό κατάστημα, κλπ), ενώ «πολλά» είναι τα άτομα στα οποία απευθύνονται οι παρεχόμενες υπηρεσίες.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει γνωρίσει ιδιαίτερη άνθηση τα τελευταία χρόνια. Ως τέτοιο μπορούμε να ορίσουμε

«...κάθε είδος εμπορικής συναλλαγής μεταξύ προσώπων (φυσικών και μη) που πραγματοποιείται με ηλεκτρονικά μέσα. Είναι η διάθεση και αγοραπωλησία προϊόντων ηλεκτρονικά, η διεκπεραίωση εμπορικών λειτουργιών και συναλλαγών χωρίς τη χρήση χαρτιού, συνήθως μέσω δικτύων ηλεκτρονικών υπολογιστών. Πρόκειται για την αγοραπωλησία αγαθών, πληροφοριών και υπηρεσιών μέσα από δίκτυα ηλεκτρονικών υπολογιστών»¹.

Οι αριθμοί που συνοδεύουν τις σχετικές στατιστικές ανάπτυξης είναι περιγραφικότεροι, και μάλιστα καταρρίπτουν μύθους οι οποίοι ενδεχομένως να

¹ Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας του Υπουργείου Ανάπτυξης για τις Μικρές Επιχειρήσεις, 2004, *Όλα όσα θα θέλατε να γνωρίζετε για το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce)*, 2, (Ενημερωτικό φυλλάδιο Εκπαιδευτικής Στήριξης στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα», Μέτρο 8.2., διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.go-online.gr/files/guides/HO_e-Commerce.pdf?PHPSESSID=uicodbafzscm, πρόσβαση στις 17.9.2010). (Στο εξής *e-commerce* για λόγους συντομίας).

αποτελούν προϊόντα άγνοιας ή αποπροσανατολισμού. Ένας από τους μύθους αυτούς είναι ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν έχει ακόμη ευρεία εφαρμογή, είναι δε εντυπωσιακό ότι την άποψη αυτή καλλιεργούν αρκετές επιχειρήσεις. Μιλούν για «μικρή αγορά σε τζίρο και κοινό, για μια αγορά που ουσιαστικά αφορά λίγους»². Σε προφανή αντίθεση προς αυτή την άποψη έρχεται εκείνη που υποστηρίζει ή μάλλον διαπιστώνει ότι τα ποσά που κινούνται στο διαδίκτυο ανέρχονται στο ύψος δεκάδων δισεκατομμυρίων, και βέβαια αυτό δεν μπορεί να αγνοηθεί από οποιαδήποτε επιχείρηση.

«Το Αμερικανικό Υπουργείο Εμπορίου ανακοίνωσε ότι το 2003 ο τζίρος του ηλεκτρονικού εμπορίου σημείωσε άνοδο κατά 26% στις Ηνωμένες Πολιτείες και διαμορφώθηκε στα 55 δισεκατομμύρια δολάρια. Ο αριθμός είναι εντυπωσιακός, αν και αντιστοιχεί μόνο στο 1,6% του συνολικού καταναλωτικού τζίρου στις ΗΠΑ. Ωστόσο, στο παραπάνω ποσό δεν περιλαμβάνονται πολύ σημαντικές παράμετροι του ηλεκτρονικού εμπορίου και του η-επιχειρείν, που διαμορφώνουν μια τελείως διαφορετική και ιδιαίτερα ελπιδοφόρα εικόνα για το Διαδίκτυο ως αγορά προϊόντων και υπηρεσιών. Στα 55 δισ. δολάρια δεν περιλαμβάνονται οι πωλήσεις τουριστικών υπηρεσιών και προϊόντων. Μόνο δύο sites, το expedia.com και το hotels.com έχουν κάνει πωλήσεις το 2003 που ξεπερνούν τα 10 δισ. δολάρια, ενώ στον τομέα του τουρισμού δραστηριοποιούνται online κυριολεκτικά χιλιάδες επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο, η μεγάλη πλειονότητα των οποίων είναι μικρομεσαίες, οι οποίες σε κάποιες χώρες ήδη περιορίζουν σημαντικά το ρόλο αλλά και τον αριθμό των μεγάλων ταξιδιωτικών πρακτόρων, και γενικότερα των μεσαζόντων του χώρου»³.

Ασφαλώς δεν είναι μόνο προνόμιο της Αμερικής όλη αυτή η δραστηριότητα. Τόσο στη Γηραιά Ήπειρο, όσο και στη χώρα μας τα πράγματα μαρτυρούν τις σημαντικές τους αναλογίες με το διαδικτυακό «αμερικανικό όνειρο».

² «Η πορεία του ηλεκτρονικού εμπορίου – Τα τελευταία χρόνια», άρθρο στην ιστοσελίδα με τίτλο @ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=1014&PHPSESSID=da44c2b11ff4c4bf00de7ffc7d90aec5, πρόσβαση στις 17.9.2010.

³ Στο ίδιο.

«Η πορεία αυτή των ηλεκτρονικών αγορών είναι το ίδιο καλή ... και στην Ευρώπη. ... η άνοδος της διαδικτυακής διαφήμισης (ακόμα και στην Ελλάδα) είναι πολύ σημαντική. Πολύ απλά το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι πλέον μια αγορά τέτοιου μεγέθους, τόσο σε όγκο συναλλαγών όσο και σε κοινό ... Παράλληλα, οι χρήστες του Διαδικτύου είναι συνήθως οι πιο παραγωγικές ομάδες του πληθυσμού και διαθέτουν σημαντικά ποσά για online αγορές»⁴.

Η παγκοσμιοποίηση του φαινομένου επιβεβαιώνεται με νούμερα και από άλλες ηπείρους. Ιδιαίτερα μάλιστα η Κίνα, όπου ο πληθυσμός είναι δημογραφικά τερατώδης, θεωρείται ως η μεγαλύτερη διαδικτυακή αγορά του κόσμου. Η προβλεπόμενη ετήσια αύξηση πωλήσεων μέσω διαδικτύου θα προσεγγίζει το 30%, δεδομένης και της επικουρικής χρήσης συσκευών που συνδέονται με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές ή καταμερίζουν κατά κάποιον τρόπο το ρόλο τους, όπως τα κινητά τηλέφωνα. Την πορεία του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Κίνα, με συναλλαγές που άγγιξαν τα 331 δισεκατομμύρια δολάρια για το πρώτο εξάμηνο του 2010, ζητούν να εκμεταλλευτούν οι πολυεθνικές εταιρείες:

«Στα τέλη Ιουνίου καταγράφηκαν συνολικά 20.700 ιστοσελίδες ηλεκτρονικού εμπορίου στη χώρα, ενώ οι προβλέψεις κάνουν λόγο για 23.000 ιστοσελίδες μέχρι το τέλος του έτους. Αντιλαμβανόμενη τη μεγάλη σημασία της διαδικτυακής αγοράς της χώρας, της οποίας οι χρήστες ξεπερνούν πλέον τα 420 εκατομμύρια, η αμερικανική εταιρεία αθλητικών ειδών (όνομα εταιρείας) εγκαινίασε το νέο διαδικτυακό κατάστημα στο μεγαλύτερο site δημοπρασιών της Κίνας»⁵.

Ο δρόμος για μια τέτοια εξέλιξη είναι ενδεχομένως οικείος σε κάποιους, καθώς οι πρώτες κινήσεις χρονολογούνται ήδη από της δεκαετίας του '70, οπότε εφαρμόστηκαν τα πρώτα συστήματα μεταφοράς χρηματικών πόρων (EFT), δεδομένης της δυνατότητας των τραπεζών για χρήση ασφαλών δικτύων. Άλλες μορφές, στις οποίες θα αναφερθούμε στη συνέχεια της εργασίας μας, όπως τα

⁴ Στο ίδιο.

⁵ «Ραγδαία ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Κίνα», άρθρο της 18^{ης}.8.2010 στην ιστοσελίδα της εφημερίδας *Καθημερινή* με τίτλο *Kathimerini.gr*, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://portal.kathimerini.gr/4dcgi/w_articles_kathworld_1_18/08/2010_351102, πρόσβαση στις 17.9.2010.

συστήματα EDI και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, αποτελούν εξέλιξη της δεκαετίας του '80. Οι επόμενες δεκαετίες παρήγαγαν ακόμη περισσότερες εφαρμογές προς όφελος του κοινού, με σημαντικότερες ίσως την εμφάνιση του Παγκόσμιου Ιστού στα μέσα της δεκαετίας του '90, αλλά και την καθιέρωση των μεθόδων κρυπτογράφησης στα τέλη της ίδιας δεκαετίας⁶.

I.2.

Πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου

Οι λόγοι που οδηγούν όλο και περισσότερους καταναλωτές και επιχειρήσεις να «σκεφτούν ψηφιακά και να ενεργήσουν διαδικτυακά» είναι πολλοί, και βέβαια ο καθένας συνδέεται με συγκεκριμένο όφελος. Οι σημαντικότερες διευκολύνσεις που επέφερε η εφαρμογή του ηλεκτρονικού εμπορίου στην καθημερινότητα καταναλωτών και εμπόρων, αλλά και επιχειρήσεων στις μεταξύ τους συναλλαγές, είναι οι εξής:

1.2.1. Οφέλη για τον καταναλωτή

Εξάλειψη της γεωγραφικής απόστασης: οι γεωγραφικές αποστάσεις δεν έχουν πλέον σημασία, όσον αφορά στη χρονική διάσταση της διάνυσής τους, καθώς το διαδίκτυο εξασφαλίζει την άμεση επαφή των συμβαλλομένων μερών ακόμα και όταν μεσολαβούν χιλιάδες χιλιόμετρα. «*Ουσιαστικά αποτελεί μηχανισμό πρόσβασης πραγματικού χρόνου για την αγορά και πώληση αγαθών και υπηρεσιών*»⁷. Βεβαίως, δεν μπορούμε να παραλείψουμε ότι η διάσταση αυτή είναι μονομερής. Η αναζήτηση, ανεύρεση, παραγγελία και εξόφληση του προϊόντος μπορεί να είναι ολιγόλεπτη, ωστόσο η παραλαβή του δεν είναι δυνατόν να αποφύγει τους όποιους κινδύνους από τη μεταφορά (ζημιές) ή την παραλαβή ελαττωματικού δείγματος (προβληματικής π.χ. λειτουργίας).

⁶ e-commerce, ό.π. υποσημ. 1, 4.

⁷ Χουστουλάκης, Μ., 2008, *Ερωτήσεις επανάληψης στο μάθημα «Ηλεκτρονικό Εμπόριο»*, ΙΕΚ Μεγάρων, Ειδικότητα «Τεχνικός Διαχείρισης Υπηρεσιών και Συστημάτων Intranet/Internet, 1, διαθέσιμο στο http://users.otenet.gr/~manch86/data/erwtiseis_proodos_08.pdf, πρόσβαση στις 18.9.2010.

Εξάλειψη της εξάρτησης από τον τρόπο λειτουργίας των καταστημάτων και περισσότερες επιλογές: Οι καταναλωτές μπορούν οποιαδήποτε ημέρα και ώρα να προβούν στην ηλεκτρονική τους παραγγελία, χωρίς να επηρεάζονται από τους φυσικούς όρους της αγοράς, κυρίως από τα ωράρια των καταστημάτων, αλλά και την υποχρέωση να επισκεφτούν κάποια από αυτά ώστε να πραγματοποιήσουν την παραγγελία τους⁸. Επίσης, η δυνατότητα να αναζητούν και να επιλέγουν τα προϊόντα που τους ενδιαφέρουν από την πολυθρόνα του σπιτιού τους, διαμορφώνει μία ευχάριστη ατμόσφαιρα ανεμπόδιστης αναζήτησης και ανταγωνισμού των τιμών προς όφελος του αγοραστή. Μπορεί ασφαλώς η διαδικτυακή δραστηριοποίηση των επιχειρήσεων να λειτουργήσει ως αποτελεσματικό εργαλείο μάρκετινγκ, αφού εκείνες είναι σε θέση να *«εκμεταλλευτούν τις δυνατότητες του διαδικτύου για προσφορές, διαχείριση και ενημέρωση πελατών, στατιστικά στοιχεία πρόσβασης και πωλήσεων»*⁹, ωστόσο και για τον καταναλωτή το πλεονέκτημα είναι μεγάλο, .

Παραλαβή ορισμένων προϊόντων χωρίς τη μεσολάβηση του ταχυδρομείου: Δεν είναι απαραίτητα όλες οι ανάγκες μας υλικές, με την έννοια της αναγκαιότητας για συσκευασία, πολυήμερη αποστολή, έξοδα ταχυδρομείου, απρόβλεπτες συνέπειες από τη μεταφορά και τη λειτουργία των αγαθών. Ορισμένα από αυτά είναι πλέον διαθέσιμα μέσω «ψηφιακής μεταφοράς» εφόσον το επιτρέπει η φύση τους. Για παράδειγμα, η αγορά βιβλίων, μουσικών δίσκων, φωτογραφιών και λογισμικού είναι εφικτή μέσω ηλεκτρονικής αποστολής, καθώς όλα αυτά τα «αντικείμενα» έχουν τη δυνατότητα να ψηφιοποιηθούν σε διάφορα δημοφιλή format και να αποσταλούν μέσω του διαδικτύου¹⁰. Τα βιβλία είναι συνήθως διαθέσιμα σε μορφή pdf, η μουσική σε mp3, οι φωτογραφίες σε jpg και το λογισμικό σε αρχεία exe.

Εκπαίδευση στη διαδικτυακή λογική: Ως έμμεσο όφελος για τον καταναλωτή θα μπορούσε να θεωρηθεί η εκμάθηση του διαδικτυακού περιβάλλοντος (που δεν προσφέρει μόνο οικονομικές υπηρεσίες) και η επακόλουθη εμπιστοσύνη που μπορεί ο ενδιαφερόμενος να δείξει για έναν κόσμο με πλήρη δραστηριότητα, ωστόσο προστατευμένο μέσω της απόστασης και της σχετικής ανωνυμίας. Παραδοσιακές μέθοδοι της ποιοτικής εκτίμησης των υπηρεσιών που μπορούμε να διατεθούν, όπως το ψυχολογικό προφίλ του πωλητή (πλεονέκτημα για τον αγοραστή), η ευπείθεια του πελάτη μέσω πειστικής αλλά αμφιλεγόμενης επιχειρηματολογίας (πλεονέκτημα για

⁸ Στο ίδιο, 2.

⁹ e-commerce, ό.π. υποσημ. 1, 5.

¹⁰ Χουστουλάκης, ό.π. υποσημ. 7, 2.

τον πωλητή), και βέβαια η πατροπαράδοτη χειραψία, είναι στοιχεία που στη διαδικτυακή δοσοληψία δεν υφίστανται. Κυρίως η πλευρά που αγοράζει και πληρώνει είναι υποχρεωμένη να εκπαιδευτεί σε μια άλλη μορφή οικονομικής σχέσης, ανεξάρτητης από πρόσωπα και χαρακτήρες¹¹.

«Κανείς δεν είναι 100% ασφαλής on-line. Επιτήδριοι πάντοτε υπάρχουν, αλλά η κρυπτογράφηση και τα συστήματα ασφαλείας αναπτύσσονται συνεχώς. Ωστόσο, επενδυτές και αναλυτές συμφωνούν ότι οι συναλλαγές είναι λιγότερο επικίνδυνες στο Internet συγκριτικά με το «φυσικό» κόσμο. Για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι περισσότερο ασφαλές από ένα «πραγματικό» κατάστημα, το οποίο μπορεί να λεηλατηθεί, να καεί, να πλημμυρίσει. Η δυσκολία έγκειται στο να κάνουν τους πελάτες να εξοικειωθούν με την ιδέα ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ασφαλές γι' αυτούς»¹².

Άλλες ωφέλειες: Οι καταναλωτές μπορούν να ωφεληθούν πολλαπλώς από την εξοικειώσή τους με το ηλεκτρονικό εμπόριο, αφού κοντά στις προαναφερθείσες δυνατότητες, τους προσφέρονται μερικές ακόμη: Μία από αυτές είναι η «*παραγωγή προσωποποιημένων προϊόντων με βάση τις εξατομικευμένες ανάγκες του εκάστοτε πελάτη (π.χ. παπούτσια γνωστής εταιρείας – σχεδιασμός του προϊόντος από τον πελάτη)*»¹³. Μία ακόμη διευκόλυνση παρέχεται από τη δυνατότητα να μην μεταφέρει ο αγοραστής μαζί του χρήματα, καθώς με τη βοήθεια της πιστωτικής του κάρτας μπορεί να εξασφαλίσει το προϊόν που επιθυμεί, χωρίς τον κίνδυνο να πέσει θύμα κλοπής ή την ανάγκη να έχει οπωσδήποτε διαθέσιμο ρευστό χρήμα για να επισκεφτεί κάποιο κατάστημα. Οι κίνδυνοι βέβαια από τη δραστηριότητα αυτή υφίστανται και θα συζητηθούν παρακάτω¹⁴.

¹¹ Δικά μας σχόλια.

¹² e-commerce, ό.π. υποσημ. 1, 6.

¹³ «Οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου», άρθρο διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.sitemaker.gr/fstamatiadis/assets/chapter_3.doc, πρόσβαση στις 18.9.2010. (Στο εξής Οφέλη, για λόγους συντομίας).

¹⁴ Δικά μας σχόλια.

1.2.2. Οφέλη για τις επιχειρήσεις

Μείωση λειτουργικού κόστους και ποικίλη διευκόλυνση επιχειρήσεων: οι αυτοματοποιημένες επιχειρησιακές διαδικασίες μειώνουν το κόστος των συναλλαγών, και διευκολύνουν ότι συνεπάγεται η λειτουργία των επιχειρήσεων: τα γεωγραφικά όρια ακόμα και ενός μικρού καταστήματος επεκτείνονται, η γνώση των επιθυμιών του πελατολογίου αυξάνεται, το ίδιο το πελατολόγιο διευρύνεται, η ανταλλαγή πληροφοριών πραγματοποιείται με μεγάλη ταχύτητα¹⁵.

Συνεχής λειτουργία: η απαλλαγή του καταναλωτή από τον περιορισμό των ωραρίων των καταστημάτων, ωφελεί και τις επιχειρήσεις. Είναι σε θέση με τον τρόπο αυτό να λειτουργούν απρόσκοπτα, χωρίς περιορισμό ωραρίου. Είναι αυτό ένα στοιχείο ώθησης της παγκοσμιοποίησης, από τη στιγμή που σε κάθε ημισφαίριο ή καμπύλη του πλανήτη όλοι μπορούν να κάνουν «τα πρωινά τους ψώνια», ακόμα και αν στην περιοχή του καταστήματος που τα παρέχει είναι νύχτα. Ο A. Gibbens, διευθυντής του London School of Economics and Political Science, αν και δεν θεωρεί την παγκοσμιοποίηση ως κατεξοχήν οικονομική διαδικασία, παρά την τάση των ανθρώπων να την αντιμετωπίζουν ως παγκόσμια αγορά και εντατικοποίηση των χρηματιστηριακών αγορών, αναγνωρίζει ότι δεν θα ήταν δυνατόν να υπάρχουν «*χρηματαγορές 24 ώρες χωρίς το πάντρεμα των παγκόσμιων δορυφορικών επικοινωνιών και της πληροφορικής, που είναι μια από τις βασικές συγκλίσεις της εποχής μας*»¹⁶.

Πρόσβαση σε προμηθευτές και τιμές εκτός εθνικών συνόρων: Σκοπός κάθε επιχείρησης είναι το κέρδος. Αυτό είναι γεγονός, ακόμα και αν οικονομολόγοι και λογιστές έχουν διαφορετική οπτική για τα ζητήματα του κέρδους: «*Οι οικονομολόγοι υπολογίζουν το οικονομικό κέρδος μιας επιχείρησης ως την διαφορά του συνολικού εσόδου μείον το συνολικό κόστος ευκαιρίας (φανερό και αφανές). Οι λογιστές υπολογίζουν το λογιστικό κέρδος ως την διαφορά του συνολικού εσόδου μείον το φανερό κόστος. Δηλαδή δεν συμπεριλαμβάνουν τα αφανή κόστη*»¹⁷. Ανεξαρτήτως

¹⁵ Χουστουλάκης, ό.π. υποσημ. 7, 2.

¹⁶ Μανδραβέλης, Π., 2001, «Δεύτερη φάση παγκοσμιοποίησης», συνέντευξη του A. Gibbens δημοσιευμένη στις 29.7, εφημερίδα *Τύπος της Κυριακής*, ένθετο «New Millennium», διαθέσιμη στην ιστοσελίδα http://www.medium.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=215:2008-11-25-07-47-22&catid=55:2008-09-01-08-32-19&Itemid=76, πρόσβαση στις 18.9.2010.

¹⁷ Σαρτζετάκης, Ευ., *Εισαγωγή στη Μικροοικονομική*, Κεφ. 10, *Το κόστος παραγωγής*, 8, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://users.uom.gr/~esartz/teaching/micro/Section10.pdf>, πρόσβαση στις 18.9.2010.

ορισμών, οι επιχειρήσεις μπορούν να μειώσουν το κόστος παραγωγής ή αγοράς προϊόντων προς εκμετάλλευση, εφόσον μέσω του διαδικτύου αναζητήσουν τους καταλληλότερους προμηθευτές, συνδυάζοντας ποιότητα κόστος υπηρεσίας¹⁸. Οι προμηθευτές δεν είναι απαραίτητο να έχουν την έδρα τους στο εσωτερικό της χώρας μας, αντιθέτως, πολλά προϊόντα είναι διαθέσιμα κυρίως μέσω αγορών του εξωτερικού. Η πρόσβαση σε προμηθευτές μέσω διαδικτύου έχει και ένα άλλο σπουδαίο πλεονέκτημα, αυτό της ελαχιστοποίησης της προμηθευτικής αλυσίδας, καθώς δεν αναμιγνύονται διάφοροι «ενδιάμεσοι»¹⁹.

Δυνατότητες περισσότερο ισότιμου ανταγωνισμού: Με την παλαιά μορφή εμπορικών συναλλαγών η διαφορά μεγάλων και μικρών επιχειρήσεων θα μπορούσε να οδηγήσει στα αποτελέσματα του ανταγωνισμού Super Markets και συνοικιακών μικρομάγαζων, ή μεγάλων εμπορικών κέντρων και συνοικιακών καταστημάτων. Η σχέση μεγάλου και μικρού φυσικού εμπορικού καταστήματος είναι, τουλάχιστον σε ένα τομέα, αυτόν της ελαφράς ένδυσης, η εξής: «Από πρόσφατη έρευνα της Visa Europe για τις καταναλωτικές συνήθειες των Ελλήνων προκύπτει ότι οι καταναλωτές προτιμούν σε ποσοστό 44% να κάνουν τις αγορές τους στα μεγάλα εμπορικά κέντρα και ακολουθούν με ποσοστό 29% τα συνοικιακά καταστήματα. Όμως, όταν πρόκειται για ρούχα, μόνον το 23% επιλέγει τα εμπορικά κέντρα. Το 44% επισκέπτεται τα κεντρικά καταστήματα, ενώ το 29% τα συνοικιακά»²⁰. Μέσω της διαδικτυακής τους δραστηριότητας ωστόσο οι μικρές επιχειρήσεις μπορούν να ανταγωνιστούν τις μεγάλες, καθώς και το στοιχείο του αρχιτεκτονικού και πλουραλιστικού εντυπωσιασμού καταργείται και η πρόσβαση σε νέες αγορές είναι εφικτή. Η εξάπλωση της αγοράς σε εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο είναι πλέον εφικτή.

Διευκόλυνση συναλλαγών με δημόσιους φορείς: Δεν είναι άγνωστο το ότι ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα στη διεκπεραίωση υπηρεσιών στη χώρα μας είναι αυτό της γραφειοκρατίας. Αποτελεί μάλιστα και στόχο της κρατικής μέριμνας η καταπολέμηση του φαινομένου, όπως τουλάχιστον μπορούμε να κρίνουμε από σχετική εγκύκλιο του Υπουργείου Εσωτερικών: η προτροπή του αρμόδιου

Ως φανερό ορίζεται εκεί το άμεσα πληρωτέο κόστος των συντελεστών παραγωγής. Ως αφανές αυτό που δεν ενέχει άμεση πληρωμή. Ο συγκεκριμένος ιστότοπος περιέχει και άλλα χρήσιμα κείμενα σχετικά με ζητήματα οικονομίας.

¹⁸ Οφέλη, ό.π. υποσημ. 13.

¹⁹ e-commerce, ό.π. υποσημ. 1, 5.

²⁰ Αντωνίου, Θ., Μελίδου, Θ., Νικόπουλος, Χ., «Τα εμπορικά κέντρα των Ελλήνων», άρθρο στην ιστοσελίδα ΕΘΝΟΣonline, e-go.gr NETWORK, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.ethnos.gr/article.asp?catid=12128&subid=2&pubid=3196759>, πρόσβαση στις 18.9.2010.

Υπουργείου για ακόμα μεγαλύτερη μείωση των υπερβολικών σε αριθμό απαιτούμενων δικαιολογητικών, γίνεται παρά την παραδοχή ότι «έχει επιτευχθεί ικανοποιητική πρόοδος στον τομέα της απλούστευσης διαδικασιών και της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης»²¹. Η εγκύκλιος ολοκληρώνεται με την παράκληση «για την τήρηση των οδηγιών ... δεδομένου ότι κοινός στόχος όλων των δημοσίων υπηρεσιών είναι η δημιουργία μιας ευέλικτης, αποτελεσματικής και αποδοτικής Δημόσιας Διοίκησης». Μπορεί εύκολα να συλλάβει τη διευκόλυνση για τον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων, εάν είναι σε θέση να καλύπτουν τις υποχρεώσεις τους απέναντι στους δημόσιους φορείς μέσω του διαδικτύου:

«Όσον αφορά την προσφορά υπηρεσιών στις επιχειρήσεις, η βελτίωση της παροχής ηλεκτρονικών διοικητικών υπηρεσιών επιφέρει αύξηση της παραγωγικότητας και της ανταγωνιστικότητας. Αυτό οφείλεται στη μείωση του κόστους των ιδίων των δημοσίων υπηρεσιών, αλλά και του κόστους συναλλαγής για τις επιχειρήσεις (χρόνος, πόροι). Παραδείγματος χάριν, η ηλεκτρονική διεκπεραίωση των τελωνειακών διατυπώσεων και του ΦΠΑ, καθώς και η ηλεκτρονική υποβολή των φορολογικών δηλώσεων, έχουν το πλεονέκτημα να επιταχύνουν τις διαδικασίες, ενώ παράλληλα βελτιώνουν την ποιότητα της διεκπεραίωσης. Οι προηγμένες ηλεκτρονικές υπηρεσίες, από την άποψη της δυνατότητας διάδρασης και της προσφοράς συναλλαγών, έχουν αναπτυχθεί περισσότερο για τις υπηρεσίες που απευθύνονται στις επιχειρήσεις απ' ό,τι για τις υπηρεσίες προς το κοινό»²².

Άλλες ωφέλειες: Επιπλέον ωφέλειες για τις επιχειρήσεις μέσω της άσκησης ηλεκτρονικού εμπορίου θεωρούνται οι εξής:

«Μείωση του κόστους δημιουργίας, επεξεργασίας, αποθήκευσης, διανομής και ανάκτησης έντυπων πληροφοριών, διατήρηση χαμηλών αποθεμάτων και γενικών βιομηχανικών εξόδων με την εισαγωγή της

²¹ Υπουργείο Εσωτερικών, Γενική Γραμματεία Δημόσιας Διοίκησης, 2008, Εγκύκλιος της 20^{ης} Μαΐου με θέμα την «Καταπολέμηση της γραφειοκρατίας μια μείωση των διοικητικών βαρών σε πολίτες και επιχειρήσεις», διαθέσιμη στην ηλεκτρονική διεύθυνση της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου <http://www.notioaigaio.gov.gr/contents.asp?id=493&category=365>, πρόσβαση στις 18.9.2010.

²² «"Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση": η επιγραμματική δημόσια διοίκηση», άρθρο της 20^{ης}.10.2006, στην ιστοσελίδα με τίτλο Σύνορα, Σύνοψη της νομοθεσίας της ΕΕ, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://europa.eu/legislation_summaries/internal_market/businesses/public_procurement/124226b_el.htm, πρόσβαση στις 18.9.2010.

διοίκησης εφοδιαστικής αλυσίδας τύπου pull (Just In Time), εφαρμογή του pull system, που επιτρέπει την παραγωγή εξατομικευμένων προϊόντων και υπηρεσιών, μείωση του χρόνου τοποθέτησης ενός προϊόντος στην αγορά και του χρόνου δέσμευσης κεφαλαίων, υποστηρικτική λειτουργία του ηλεκτρονικού εμπορίου στις προσπάθειες ανασχηματισμού των επιχειρησιακών διαδικασιών (Business Process Re-engineering-BPR), μείωση του κόστους τηλεπικοινωνιών, βελτίωση της δημόσιας εικόνας μίας επιχείρησης, βελτίωση του επιπέδου εξυπηρέτησης των πελατών, νέες συνεργασίες, απλοποίηση διαδικασιών, συμπίεση του χρόνου, αύξηση της παραγωγικότητας, ... μείωση των μεταφορικών δαπανών, αύξηση της ευελιξίας»²³.

1.2.3. Οφέλη για τον πλανήτη

Εκτός από τα οφέλη που μπορούν να εξασφαλιστούν μέσω διαδικτυακής εμπορικής δραστηριότητας για τον καταναλωτή και τις επιχειρήσεις, ορισμένα, ενδεχομένως και υπό κατάλληλα διαμορφωμένες συνθήκες, μπορούν να συνδεθούν με την προστασία του πλανήτη και του περιβάλλοντος. Δεν είναι ομόφωνες οι περιβάλλουσες απόψεις, ωστόσο ορισμένες υποστηρικτικές αυτής της δυνατότητας είναι οι εξής:

Η οικολογική διάσταση του ηλεκτρονικού εμπορίου: η μείωση του κόστους δημιουργίας, επεξεργασίας, διανομής και αποθήκευσης της πληροφορίας σε χαρτί (περιορισμός του άμεσου κόστους)²⁴, δεν διευκολύνει μόνο τις επιχειρήσεις, αλλά συμβάλλει και στις συνθήκες διατήρησης της ζωής στον πλανήτη. Το χαρτί προέρχεται από τη φύση και κάθε σελίδα λιγότερη ισοδυναμεί αθροιστικά με τη διατήρηση ενός δέντρου περισσότερο. «Κατά την παραγωγή τελικών προϊόντων, ένα ικανό μέρος της ενέργειας και ύλης που χρησιμοποιείται είναι αδύνατον να ανακυκλωθεί πλήρως. Επίσης κατά την παραγωγική διαδικασία υπάρχει σημαντική

²³ «Ηλεκτρονικό εμπόριο», άρθρο στην ιστοσελίδα του Πανεπιστημίου Πειραιώς, Τμήμα Βιομηχανικής Διοίκησης και Τεχνολογίας, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.tex.unipi.gr/undergraduate/notes/efarmoges_comp/kef1.pdf, πρόσβαση στις 18.9.2010.

²⁴ Οφέλη, ό.π. υποσημ. 13.

σπατάλη ενέργειας και ύλης»²⁵. Αν προσθέσουμε και τη μείωση της ανάγκης για χρήση επιπλέον υλικών, π.χ. στυλό από πλαστικό, τότε και η ρύπανση της ατμόσφαιρας μπορεί να προστεθεί στα οφέλη από τη διακίνηση εγγράφων και άλλων υπηρεσιών μέσω διαδικτύου. Όπως μάλιστα σημειώνεται «*Βιώσιμη ανάπτυξη είναι η ανάπτυξη που καλύπτει τις σημερινές ανάγκες χωρίς να μειώνει την ικανότητα των επόμενων γενιών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες*»²⁶.

Μια άλλη πτυχή της οικολογικής διάστασης του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι αυτή της μείωσης της κίνησης στους δρόμους, με δύο επακόλουθα, την ανακούφιση του κυκλοφοριακού προβλήματος στις μεγάλες πόλεις, και την ελάττωση της διοχέτευσης καυσαερίων στην πολύπαθη ήδη ατμόσφαιρα. Ωστόσο απαιτείται συντονισμένη προσπάθεια και διάθεση από την πλευρά των καταναλωτών ώστε να υπάρξουν ωφέλειες σε αυτόν τον τομέα. Μία μελέτη του Ινστιτούτου Μηχανικής και Τεχνολογίας των ΗΠΑ, κατόπιν εξέτασης των δραστηριοτήτων που συνήθως αντιμετωπίζονται ως «πράσινες», κατέληξε στο συμπέρασμα ότι «*οι καταναλωτές πρέπει να αγοράσουν τουλάχιστον 25 προϊόντα από ηλεκτρονικά καταστήματα ώστε να προκύψουν περιβαλλοντικά οφέλη. Αν δεν σκοπεύουν να αγοράσουν τόσα, τότε είναι καλύτερα να κάνουν μια βόλτα στα μαγαζιά παρά να περιμένουν την παράδοση στο σπίτι*». Και μάλιστα, σύμφωνα με τον καθηγητή Phil Blythe, πρόεδρο του συγκεκριμένου ιδρύματος, υφίστανται συγκεκριμένοι δείκτες οι οποίοι πρέπει να καλυφθούν για να είναι περιβαλλοντικά αποδοτική μία αγορά μέσω διαδικτύου: «*A) Μια ηλεκτρονική αγορά θα πρέπει να αντικαθιστά 3,5 βόλτες στα μαγαζιά. B) Η κάθε παραγγελία θα πρέπει να περιλαμβάνει τουλάχιστον 25 κομμάτια. Γ) Η απόσταση που πρέπει να διανύσει κάποιος για να επισκεφτεί το (φυσικό) κατάστημα που θέλει, (πρέπει να) ξεπερνά τα 50 χλμ. Στην αντίθετη περίπτωση, η εκπομπές ρύπων που προκύπτουν από την ηλεκτρονική παραγγελία, είναι ίδιες με μια τυπική βόλτα με το αμάξι στα καταστήματα*»²⁷. Μερικές αρνητικές πτυχές του ίδιου φαινομένου συζητούνται στην επόμενη ενότητα.

²⁵ Σαρτζετάκης, Ευ., *Οικονομική του Περιβάλλοντος και των Φυσικών Πόρων, Κεφ. 1, 6*, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://users.uom.gr/~esartz/teaching/penotes.html>, πρόσβαση στις 18.9.2010.

²⁶ Στο ίδιο, 8.

²⁷ «Πόσο “πράσινες” είναι τελικά οι οικολογικές αγορές;», άρθρο της 17^{ης}.9.2010, στην ιστοσελίδα με τίτλο eco_news.gr, (πηγή άρθρου η ιστοσελίδα [Telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)), διαθέσιμο στην ελληνική ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.econews.gr/2010/09/17/news-on-line-shopping/>, πρόσβαση στις 18.9.2010.

I.3.

Μειονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου

Συνήθως οι συζητήσεις για τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της σύγχρονης τεχνολογίας έχουν αρκετά θεωρητικό υπόβαθρο και μιλούν για συνέπειες χρήσης με ενδεχόμενη βλαπτική επίπτωση στην περίπτωση των μειονεκτημάτων. Για την περίπτωση του ηλεκτρονικού εμπορίου ωστόσο υπάρχουν συγκεκριμένες αριθμημένες αποκρυσταλλωμένες απόψεις, χωρίς να σημαίνει αυτό ότι δεν μπορούμε να προσθέσουμε ορισμένες ακόμα. Ορισμένα μειονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι γνωστά ως «φραγμοί», η δε υπηρεσία ΙΤΦ (Information Infrastructure Task Force / Ομάδα Υποδομής Πληροφοριών) και το Συμβούλιο Ανταγωνιστικότητας (Council on Competitiveness) στις ΗΠΑ έχουν επιστήσει την προσοχή των ενδιαφερόμενων σε τέσσερις:

Δυσκολία αναδιάρθρωσης επιχειρηματικών διαδικασιών: δεν έχουν όλες οι επιχειρήσεις την κατάλληλη υποδομή ώστε να αντεπεξέλθουν στις απαιτήσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου, με αποτέλεσμα η προσπάθειά τους προς αυτή την κατεύθυνση να αποδεικνύεται χρονοβόρα και δυσχερής. Και δεν είναι μόνο ζήτημα επίπονης και δαπανηρής διαδικασίας, αλλά και ζήτημα θέλησης, δεδομένης της διαπιστωμένης αντίστασης ορισμένως προς το ηλεκτρονικό εμπόριο. Και αν τα οικονομικά προβλήματα μπορούν να ξεπεραστούν, με αποτέλεσμα να εξασφαλιστούν οι κατάλληλοι πόροι για την προμήθεια ηλεκτρονικών υπολογιστών και κατάλληλου λογισμικού, ο ανθρώπινος παράγοντας θεωρείται ισχυρότερος, με τις πιθανές φοβίες προς κάθε αλλαγή, τις οποίες μπορεί να έχουν τόσο οι υπάλληλοι των επιχειρήσεων όσο και το καταναλωτικό κοινό²⁸.

Το ζήτημα της αναδιάρθρωσης – αναδιοργάνωσης σε σχέση με τις νέες τεχνολογίες θεωρείται ως ένα από τα κυριότερα προς επίλυση, με σκοπό την επακόλουθη ομαλή λειτουργία των επιχειρήσεων. Σε ένα κείμενο με θέμα τη Διάσωση των Εταιρειών, δηλαδή τον απεγκλωβισμό τους από το πλέγμα των οικονομικών δυσκολιών και τη χρηματοοικονομική τους σταθεροποίηση,

²⁸ Αναστασίου, 2003, Π., *Το Ηλεκτρονικό εμπόριο ως μορφή ηλεκτρονικής δημοσίευσης*, 4, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://dlib.ionio.gr/ctheses/0203tab475/Pantelis_E-commerce.doc, πρόσβαση στις 19.9.2010.

προτείνονται δέκα στρατηγικές εκ μέρους μιας Κυπριακής εταιρείας που αναλαμβάνει και συντονίζει τις αναδιαρθρωτικές διαδικασίες, η ένατη από τις οποίες φαίνεται να έχει άμεση σχέση με το θέμα μας, αυτό της προσαρμογής σε πιθανές νέες εργασιακές συνθήκες:

«Εισαγωγή Νέων Εκσυγχρονισμένων Συστημάτων και Διαδικασιών:
Η ομάδα (που εννοείται ότι αναλαμβάνει την αναδιάρθρωση) θα αναλύσει εις βάθος τα υφιστάμενα συστήματα και διαδικασίες της εταιρείας, ώστε να διαπιστώσει κατά πόσον συνάδουν με τους στόχους του σχεδίου αναδιοργάνωσης. Εάν χρειάζεται, θα πρέπει να εφαρμοστούν αλλαγές. Θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι η συνέχιση εφαρμογής των παλιών πρακτικών είναι πιθανόν να οδηγήσει στο ίδιο παλιό αποτέλεσμα. Η εφαρμογή θετικών και κερδοφόρων αλλαγών θα πρέπει να κοινοποιηθεί στους υπαλλήλους της εταιρείας, ώστε να είναι σε θέση να κατανοήσουν τους ρόλους τους στο νέο εργασιακό τους περιβάλλον»²⁹.

Δυσκολία εκτίμησης των πλεονεκτημάτων έναντι του κόστους των νέων εφαρμογών: η κατάσταση αυτή διαμορφώνεται όταν υφίσταται πρόβλημα απουσίας μακροπρόθεσμης οπτικής. Φυσικά ο συγκεκριμένος φραγμός έχει άμεση σχέση με τον προηγούμενο, καθώς προκαλεί εμπόδια στη δυνατότητα επέκτασης των επιχειρήσεων, οι προοπτικές της οποίας προσκρούουν στην εκτίμηση του άμεσου κόστους. Η συγκεκριμένη πτυχή, δηλαδή αυτή της άμεσης καταβολής χρηματικού αντιτίμου για εξοπλισμό, είναι ευδιάκριτη, αντίθετα με την πιο δυσδιάκριτη υφή των μακροπρόθεσμων επενδύσεων³⁰.

Δυσκολία χρήσης πολύπλοκων ηλεκτρονικών συστημάτων πληροφορικής: ο όρος αυτός σχετίζεται με τον καταιγισμό των διαθέσιμων πληροφοριών. Είναι πλέον τέτοιος ο αριθμός τους, ώστε οι χρήστες αντιμετωπίζουν μεγάλες δυσκολίες στην προσπάθειά τους να οδηγηθούν στην ανεύρεση συγκεκριμένων πληροφοριών, σε συνδυασμό με τον διαχωρισμό των υπολοίπων. Οι διαθέσιμες γνώσεις των χρηστών και τα εργαλεία που διαθέτουν δεν τους

²⁹ «Διάσωση Εταιρειών & Στρατηγικές Αναδιοργάνωσης», στην ιστοσελίδα της Κυπριακής εταιρείας CRI_GROUP, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.crigroup.com.cy/service-001_gr.htm, πρόσβαση στις 19.9.2010.

³⁰ Αναστασίου, ό.π. υποσημ. 28, 4.

προσφέρουν πάντοτε τη δυνατότητα να αντεπεξέλθουν σε αυτό το εγχείρημα³¹. Ακόμα και αν ορισμένοι υπάλληλοι είναι εξοικειωμένοι με το απαραίτητο ηλεκτρονικό περιβάλλον, το λογισμικό που χρησιμοποιούν είναι πιθανό να διαφοροποιείται, με αποτέλεσμα να απαιτούνται νέες διαδικασίες εκμάθησης.

Το πρόβλημα ίσως φαίνεται υπερβολικό, καθώς πολλοί μπορούν να ισχυριστούν ότι ένας ικανός στις διαδικασίες της πληροφορικής υπάλληλος θα μπορούσε εύκολα να μεταβεί από το παλαιότερο περιβάλλον στο νεότερο. Πόσες εξάλλου αλλαγές μπορεί να έχει δεχθεί το λειτουργικό περιβάλλον ενός λειτουργικού προγράμματος μέσα σε διάστημα δύο και τριών χρόνων που κάνει να εμφανιστεί μια νέα έκδοση του ίδιου λογισμικού; Θα διατυπώσουμε όμως ένα επιχείρημα, το οποίο καταδεικνύει ότι τα πράγματα είναι πολύ χειρότερα.

Μία πάρα πολύ γνωστή εταιρεία δημιουργίας λογισμικού, η βασική «σουίτα γραφείου» της οποίας βρίσκεται ενδεχομένως, όχι μόνο σε κάθε επιχείρηση, αλλά και στους υπολογιστές των περισσότερων οικιακών χρηστών, αλλάζει το λογισμικό της κάθε τρία σχεδόν χρόνια, προσθέτοντάς του νέα χαρακτηριστικά, που δεν μπορεί να αμφισβητηθεί ότι προωθούν την εργασία όσων το χρησιμοποιούν, κάνουν δε το ψηφιακό προϊόν συνεχώς ελκυστικότερο. Όμως, διαφοροποιούν και το format των παραγόμενων αρχείων με αποτέλεσμα να μην υπάρχει «συμβατότητα προς τα πίσω». Εάν μια εταιρεία με ηλεκτρονικό εξοπλισμό του 2010 χρειαστεί να ανταλλάξει απλά έγγραφα με άλλες που εξοπλίστηκαν το 2003, μπορεί να αποστείλει αναγνώσιμα έγγραφα μόνο αν τα έχει σώσει σε παλαιότερη μορφή του ίδιου κειμενογράφου. Αν το κάνει αυτό, για ποιον λόγο να σπαταλά χρήματα για νέο εξοπλισμό και αν χάνει χρόνο για να πληροφορηθεί ποια μορφή εγγράφων είναι σε θέση να αναγνώσουν οι παραλήπτες, η απώλεια χρόνου μπορεί να είναι σημαντική. Ακόμα και ίδιοι οργανισμοί δεν μπορούν να μεταφέρουν έγγραφά τους από τον έναν υπολογιστή σε άλλο, αν προηγουμένως δεν μπου σε όλες τις παραπάνω διαδικασίες³².

Έλλειψη ασφαλείας στο διαδίκτυο και φόβος ηλεκτρονικής απάτης: όλα όσα διατυπώθηκαν στο πρώτο αυτό μέρος της εργασίας μας αποτελούν επιμέρους παραμέτρους ενός γενικού ζητήματος, το οποίο έχει ληφθεί υπόψη των αρμοδίων για τη σύσταση κανόνων του εμπορικού δικαίου οι οποίοι διασφαλίζουν τις διαδικτυακές συναλλαγές. Οι τρεις πρώτοι φραγμοί του ηλεκτρονικού εμπορίου δεν είναι

³¹ Στο ίδιο.

³² Δικά μας σχόλια, κατόπιν προβλημάτων που αντιμετωπίσαμε με τον οικιακό μας ηλεκτρονικό υπολογιστή και τη συμβατότητά του με τον φορητό που βρίσκεται στην κατοχή μας.

αξεπέραστοι, τουλάχιστον όχι όσο οι δυσχέρειες που μπορεί να προκαλέσει ο τέταρτος, αυτός της ηλεκτρονικής απάτης.

Πάρα πολλοί χρήστες διστάζουν να γνωστοποιήσουν τα προσωπικά τους στοιχεία σε τρίτους, κυρίως τους αριθμούς πιστωτικών καρτών που διαθέτουν³³. Οι ειδικοί προσπαθούν να μετριάσουν αυτόν τον φόβο δηλώνοντας ότι «*μολονότι θεωρείται ότι οι συναλλαγές μέσω πιστωτικής κάρτας στο Internet δεν είναι ασφαλείς, ... το ηλεκτρονικό εμπόριο και οι on-line συναλλαγές εν γένει είναι ασφαλέστερες από τις αγορές με πιστωτικές κάρτες σε «φυσικά» καταστήματα. Κάθε φορά που ο πελάτης πληρώνει με πιστωτική κάρτα σε ένα κατάστημα ή εστιατόριο και κάθε φορά που πετά την απόδειξη μιας πιστωτικής κάρτας γίνεται περισσότερο ευάλωτος στην απάτη*»³⁴. Έχουν προταθεί τρόποι και προληπτικά μέτρα για την αποφυγή δυσάρεστων καταστάσεων, είναι όμως πιο κατάλληλο να μιλήσουμε σχετικά στο δεύτερο κεφάλαιο της εργασίας μας.

Άλλα μειονεκτήματα: Διάφορα άλλα μειονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου έχουν αναφερθεί, τόσο τεχνικής φύσης όσο και ανθρωποκεντρικής. Στην πρώτη κατηγορία μπορεί να ενταχθεί η «*ανεπάρκεια εύρους ζώνης τηλεπικοινωνιών (Bandwidth and broadband constraints)*»³⁵, προφανώς ως εμπόδιο στην απρόσκοπτη ανάπτυξη των διαδικτυακών συναλλαγών, ενώ στη δεύτερη η «*έλλειψη των αισθήσεων επαφής και όσφρησης*»³⁶, στοιχείο συνδεδεμένο με τη λογική της κρούσης του κώδωνος κινδύνου μπροστά και σε άλλες συνέπειες της τεχνολογίας οι οποίες αλλοιώνουν καθιερωμένες συνήθειες του ανθρώπου ως ενεργού ατόμου. Μπορούμε να προσθέσουμε και την πιθανή αύξηση των ποσοστών ανεργίας, στην περίπτωση που οι διαδικτυακές επιχειρήσεις αυξηθούν τόσο πολύ ώστε η διαρκής κατάργηση του υπαλληλικού προσωπικού να είναι επιζήμια για την ανθρώπινη απασχόληση και βιωσιμότητα. Ακόμη και ο αντίλογος στο πλεονέκτημα της οικολογικής μέριμνας, το οποίο εκθέσαμε στα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου, υφίσταται, σύμφωνα με τις απόψεις της Greenpeace. Με αφορμή την τεράστια εξάπλωση και ευρεία χρήση του facebook, η διεθνής και μη εξαιρετέα οικολογική αυτή οργάνωση,

³³ Αναστασίου, ό.π. υποσημ. 28, 4.

³⁴ e-commerce, ό.π. υποσημ. 1, 6.

³⁵ Οφέλη, ό.π. υποσημ. 13.

³⁶ Στο ίδιο.

υποστήριξε ότι το φαινόμενο του θερμοκηπίου εντείνεται εξαιτίας της χρήσης ηλεκτρικής ενέργειας παραγόμενης από άνθρακα³⁷.

³⁷ «Greenpeace εναντίον Facebook», άρθρο της 26^{ης}.9.2010 στην ιστοσελίδα με τίτλο Terra Computerata, Αρχείο για την κατηγορία «Οικολογία», διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://blogs.sch.gr/tgiakoum/archives/category/%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%B2%CE%AC%CE%BB%CE%BB%CE%BF%CE%BD/%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%AF%CE%B1>, πρόσβαση στις 1.10.2010.

Κεφ. ΙΙ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ

Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΧΡΗΣΗΣ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΗΣ

ΙΙ.1.

Ορισμός, Συνθήκες και Μορφές διαδικτυακής απάτης εμπορικού-οικονομικού περιεχομένου

Αν όχι από τις συνηθέστερες έως πρόσφατα, τουλάχιστον μία τακτική πλέον μορφή απάτης για την εποχή που διανύουμε, είναι η λεγόμενη «διαδικτυακή». Επιλέξαμε να ξεκινήσουμε το τρέχον κεφάλαιο με μία ενότητα που θα αναφέρεται στην ηλεκτρονική εξαπάτηση, καθώς μία από τις κύριες προθέσεις των αρμοδίων σχετικά με τη διαμόρφωση των διατάξεων του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η πάταξή της, ει δυνατόν σε βαθμό πλήρους εξάλειψης. Ο λόγος είναι προφανής: ουσιαστικά αποτελεί τον αμεσότερο κίνδυνο σε περιπτώσεις εμπορικών συναλλαγών ή ευρύτερης χρήσης της τεχνολογίας σε περιπτώσεις οικονομικών δοσολημιών. Δεν είναι ασφαλώς τα ποσοστά της τέτοια ώστε να ακυρώνονται τα πλεονεκτήματα της χρήσης του ηλεκτρονικού υπολογιστή από εκατομμύρια χρήστες για διαδικτυακές οικονομικές συναλλαγές, ωστόσο σε ορισμένες περιπτώσεις τα θύματα εξαπάτησης ή κατάχρησης μπορούν να ξεπερνούν τις εκατοντάδες ή και χιλιάδες. Ορισμένα παραδείγματα μπορούν να μας κρατήσουν ενήμερους για τις επιμέρους μορφές τέτοιων ενεργειών, ωστόσο είναι διαθέσιμα στο διαδίκτυο και δεν είναι αναγκαίο να καταλάβουν χώρο εδώ. Είναι προτιμότερο να συζητήσουμε περί ορισμού – περιγραφής της διαδικτυακής απάτης, αφού προηγηθεί μια σύνοψη των συνθηκών που επιτρέπουν την εκδήλωσή της.

Ένας από τους κυριότερους παράγοντες διαμόρφωσης των κατάλληλων συνθηκών για την ηλεκτρονική εξαπάτηση θεωρείται η *ανωνυμία*. Αποτελεί «*βασικό χαρακτηριστικό του δικτύου... που δεν δυσχεραίνει απλώς τη διαλεύκανση των*

εγκλημάτων αλλά δημιουργεί σοβαρό πρόβλημα και ως προς τις αποδείξεις. Ένα άλλο σοβαρό κοινωνιολογικό-εγκληματολογικό στοιχείο είναι ότι η ανωνυμία ενθαρρύνει τους χρήστες του Διαδικτύου να επιχειρήσουν εγκληματικές πράξεις, τις οποίες δεν θα επιχειρούσαν παρά μόνο στον κυβερνοχώρο, καθώς στον χώρο αυτό δεν φαίνεται να έχει διαμορφωθεί μία ηθική τάξη και δομή με σαφείς κανόνες δεοντολογίας, επιταγές και απαγορεύσεις»³⁸. Αλλά και το ίδιο το εύρος της δικτύωσης επιτρέπει στην κατάσταση να εξελιχθεί: «Η διάδοση της τεχνολογίας των υπολογιστών σε όλες τις πλευρές της ζωής, η διασύνδεση των υπολογιστών σε διεθνή δίκτυα έχουν καταστήσει το έγκλημα πιο διαφοροποιημένο, πιο επικίνδυνο και διεθνοποιημένο. Τα νέα συστήματα έχουν ειδικά χαρακτηριστικά που διευκολύνουν τους δράστες αλλά δυσχεραίνουν το έργο των διωκτικών αρχών (πολλαπλά συστήματα λογισμικού και hardware, έλλειψη εμπειρίας πολλών χρηστών, ανωνυμία, κρυπτογράφηση, διεθνής κινητικότητα)»³⁹.

Ένα ενημερωτικό φυλλάδιο του Συνηγόρου του Καταναλωτή, το οποίο αναφέρει ότι οι εγκληματικές πράξεις βρίσκουν το έδαφος να εκδηλωθούν διαδικτυακά εξαιτίας του ότι ο χρήστης αφήνει τα ίχνη του στις ιστοσελίδες που επισκέπτεται (κυρίως διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, στοιχεία πιστωτικών καρτών, ακόμη και τον αριθμό μητρώου κοινωνικής του ασφάλισης), δίνει έναν ορισμό του ηλεκτρονικού εγκλήματος:

«Πρόκειται για μια εγκληματική και παράνομη πράξη προσβολής περιουσιακών ή άλλων δικαιωμάτων φυσικών και νομικών προσώπων που γίνεται μέσω της χρήσης μιας οποιασδήποτε συσκευής ηλεκτρονικής επεξεργασίας δεδομένων. Μέσο τέλεσης της πράξης μπορεί να είναι ένας ηλεκτρονικός υπολογιστής συνδεδεμένος σε ένα δίκτυο επικοινωνιών όπως το διαδίκτυο (ίντερνετ) ή άλλη τερματική συσκευή, όπως ένα σταθερό ή κινητό τηλέφωνο»⁴⁰.

³⁸ Μήτρου, Λ., 2009α, *Παραβατικότητα και Ποινικό Δίκαιο στην Κοινωνία της Πληροφορίας -1*, Παραδόσεις στο πλαίσιο του θερινού εξαμήνου για το Τμήμα Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων του Πανεπιστημίου Αιγαίου, 1, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση www.icsd.aegean.gr/website_files/proptyxiako/830795264.doc, πρόσβαση στις 20.9.2010.

³⁹ Στο ίδιο, 2.

⁴⁰ *Συνήγορος του καταναλωτή, Ανεξάρτητη Αρχή*, 2008, Ενημέρωση του καταναλωτή για την προστασία από το ηλεκτρονικό έγκλημα, 7, φυλλάδιο διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.synigoroskatanaloti.gr/docs/info/info-Hlekttroniko-Egklima.pdf>, πρόσβαση στις 20.9.2010. (Στο εξής Συνήγορος για λόγους συντομίας).

Ωστόσο δεν φαίνεται να υφίσταται ένας καθολικός ορισμός, καθώς οι διάφοροι μελετητές παρέχουν τη δική τους εκδοχή, ανάλογα με την προέλευση, τους σκοπούς και το μέσον επίτευξης της ηλεκτρονικής εξαπάτησης. Οι ορισμοί επομένως ποικίλουν. Η Λ. Μήτρου μας πληροφορεί για ορισμένους από αυτούς, παραπέμποντας στους εισηγητές τους:

«V. Zur Mullen: εγκληματικότητα δια μέσου των υπολογιστών “αποτελεί κάθε εγκληματική συμπεριφορά στην οποία ο υπολογιστής είναι εργαλείο ή σκοπός της πράξης” ... Donn Parker: computer crime μπορεί να θεωρηθεί μία εγκληματική πράξη για την επιτυχή τέλεση της οποίας είναι αναγκαία η γνώση των υπολογιστών. Αυτός ο ορισμός διακρίνει από τα εγκλήματα που σχετίζονται με υπολογιστή (computer related crimes), στα οποία οι υπολογιστές χρησιμοποιούνται ως εργαλεία ή ως στόχοι της εγκληματικής πράξης. ... Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ): η εγκληματικότητα μέσω των υπολογιστών “αφορά κάθε παράνομη, ανήθικη ή μη εγκεκριμένη συμπεριφορά που έχει σχέση με την αυτόματη επεξεργασία και μεταφορά στοιχείων”»⁴¹.

Οι μορφές διαδικτυακής απάτης είναι ποικίλες, ωστόσο δεν επιθυμούμε να αναφερθούμε περιγραφικά σε αυτές, καθώς στο παρόν κεφάλαιο σκοπεύουμε να επικεντρωθούμε σε εκείνες που σχετίζονται με τη σύναψη διαδικτυακών συμβάσεων και όχι εν γένει σε όλες τις μορφές ηλεκτρονικού εγκλήματος. Ωστόσο μπορούμε να κλείσουμε την ενότητα με μία επιγραμματική άθροισή τους, χωρίς ωστόσο να ισχυριστούμε ότι εξαντλούνται στα δώδεκα σημεία που παραθέτουμε αμέσως στη συνέχεια⁴²:

⁴¹ Μήτρου 2009α, ό.π. υποσημ. 38, 3. Θα θέλαμε να παρατηρήσουμε εδώ ότι σε μια τέτοια παραπομπή είθισται να δίνονται από τον χρήστη της πηγής (δηλ. εμάς) οι επιμέρους βιβλιογραφικές αναφορές στους συγγραφείς που αναφέρονται στα συγκεκριμένα χωρία. Ωστόσο, δεν είμαστε σε θέση να κάνουμε κάτι τέτοιο, καθώς δεν περιέχονταν στο συγκεκριμένο κείμενο ως βιβλιογραφικές παραπομπές, προφανώς επειδή αποτελεί μέρος ενός συνόλου, το υπόλοιπο του οποίου δεν έχουμε στα χέρια μας.

⁴² Όπως ήδη αναφέρθηκε, η συγκεκριμένη άθροιση από 1-12 δεν ανταποκρίνεται σε εξάντληση των μορφών του ηλεκτρονικού εγκλήματος (για παράδειγμα δεν αναφερόμαστε εδώ σε πιστωτικές κάρτες, κάτι που θα πράξουμε αργότερα), αλλά στην πρόθεση να σημειώσουμε στην παρούσα παραπομπή τις πηγές προέλευσής τους. Οι πρώτες έξι προέρχονται από το Συνήγορος, ό.π. υποσημ. 40, 7-8, ενώ οι υπόλοιπες από το άρθρο του Χατζηκώστα, Θ., 2009, «Ηλεκτρονικές απάτες και ασφάλεια δεδομένων», διαθέσιμο στην ιστοσελίδα με τίτλο OEM (Original Equipment Manufacturer), διαθέσιμο στο http://oem.gr/main/index.php?option=com_content&view=article&id=69:ilektronikes-apates-kai-asfaleia-dedomenon&catid=15:diadiktio&Itemid=30, πρόσβαση στις 20.9.2010.

1. Ιστοσελίδες μετατρέπουν τον υπολογιστή σε μέσο διάπραξης αδικήματος, όπως η πρόσβαση σε παράνομο ρατσιστικό ή πορνογραφικό υλικό.
2. Ο υπολογιστής γίνεται στόχος της εγκληματικής επίθεσης, με τρόπους όπως η αθέμιτη πρόσβαση και η υποκλοπή και αλλοίωση δεδομένων.
3. Τηλεπικοινωνιακές απάτες έχουν ως αποτέλεσμα την υπερχρέωση του χρήστη και μάλιστα εν αγνοία του.
4. Οι προτιμήσεις των καταναλωτών κατηγοριοποιούνται ανάλογα με την πρόσβασή τους σε συγκεκριμένες ιστοσελίδες και ακολουθεί καταιγισμός διαφημιστικών μηνυμάτων, πολύ συχνά σεξουαλικού περιεχομένου ή σχετικών με φαρμακευτικά σκευάσματα για κάθε χρήση.
5. Εικονικές ειδοποιήσεις κέρδους αιτούνται τα έξοδα μεταφοράς από τον τυχερό χρήστη, ο οποίος αναμένει ματαίως την παραλαβή του προϊόντος το οποίο κέρδισε.
6. Ένας γνωστός πρόσφατα τρόπος εκμετάλλευσης των χρηστών είναι γνωστός ως «ηλεκτρονικό ταχυδρομείο από τη Νιγηρία», με σκοπό την πρόσβαση σε τραπεζικούς λογαριασμούς τρίτων, οι οποίοι υποθετικά θα διευκόλυναν το ξέπλυμα χρήματος έναντι ποσοστού.
7. Επιπλέον τρόποι πρόσβασης σε εικονικούς λογαριασμούς είναι το λεγόμενο «ψάρεμα» (Phishing, ή Vishing ή SMishing), μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή μηνυμάτων SMS στο κινητό τηλέφωνο.
8. Εικονικές ιστοσελίδες σελίδες υποδύονται το περιβάλλον ενός καταστήματος ή τράπεζας.
9. Διαφημίσεις εικονικών αντιβιοτικών για ηλεκτρονικούς ιούς, υποτίθεται ότι «εντοπίζουν» προβλήματα στον υπολογιστή του χρήστη και τον προτρέπουν να μεταφορτώσει το συγκεκριμένο πρόγραμμα με τη βοήθεια του οποίου θα πραγματοποιήσει πλήρη έλεγχο.
10. Σύνδεσμοι (links) ενώ θα έπρεπε να οδηγούν στην επιθυμητή ηλεκτρονική διεύθυνση προκαλούν τον χρήστη που την επέλεξε να εκτελέσει κάποιο συγκεκριμένο πρόγραμμα.
11. Δικτυακοί τόποι υποτίθεται ότι ανιχνεύουν οδηγούς συσκευών (drivers) ή κλειδιά για το «σπάσιμο» προγραμμάτων, ωστόσο παραπέμπουν επίσης σε εκτελέσιμο πρόγραμμα, ενδεχομένως ιό.

12. Προγράμματα ή υπηρεσίες παρέχονται χωρίς να αναφέρουν χρεώσεις, σε εμφανές τουλάχιστον σημείο.

II.2

Κύριες μορφές συναλλαγών και κωδικοποίησή τους

Οι διάφορες μορφές ηλεκτρονικών συναλλαγών ανάμεσα σε επιχειρήσεις και καταναλωτές, ή μεταξύ επιχειρήσεων, τις οποίες επιχειρούν να προστατεύσουν οι διατάξεις του εμπορικού δικαίου, έχουν κωδικοποιηθεί κυρίως ως B2B και B2C⁴³. Πρόκειται για αρχικά αγγλικών όρων, οι οποίοι έχουν συγκεκριμένες αντιστοιχίες ελληνικούς όρους:

B2C: Business-to-Business / Συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων: Πρόκειται για τη συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων, η οποία, καθώς χρησιμοποιεί το διαδίκτυο, απλοποιεί τις διαδικασίες διεκπεραίωσης και μειώνει το κόστος των προμηθειών. Η ταχύτητα στις διαδικασίες είναι διαπιστωμένη, ενώ περαιτέρω πλεονεκτήματα έχουν συζητηθεί λεπτομερέστερα σε προηγούμενη ενότητα της εργασίας μας: *«ευκολότερη ... αρχειοθέτηση των σχετικών εγγράφων και ποιοτικότερη ... εξυπηρέτηση πελατών. Δυνατότητα ηλεκτρονικής σύνδεσης με προμηθευτές και διανομείς ... και ... πραγματοποίηση ηλεκτρονικών πληρωμών. ... οι ηλεκτρονικές πληρωμές περιορίζουν το ανθρώπινο σφάλμα, αυξάνουν την ταχύτητα και μειώνουν το κόστος των συναλλαγών. Δυνατότητα αυξημένης πληροφόρησης σχετικά με τα προσφερόμενα προϊόντα - είτε από τους προμηθευτές είτε από ενδιάμεσους οργανισμούς που προσφέρουν υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου»⁴⁴.*

⁴³ Υφίσταται και το λεγόμενο «Εσωτερικό εμπόριο», σκοπός του οποίου είναι «η αποτελεσματικότερη λειτουργία των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης, ώστε να μπορεί να προσφέρει καλύτερα προϊόντα και υπηρεσίες στους πελάτες της. Οι εφαρμογές του συνήθως εντάσσονται στη λειτουργία ενός τοπικού δικτύου (Intranet) και μπορούν να είναι: επικοινωνία μεταξύ ομάδων εργασίας, ηλεκτρονική δημοσίευση (άμεση διανομή πληροφοριών) κτλ.» (Δες σχετικά e-commerce, ό.π. υποσημ. 1, 3). Ωστόσο δεν εμπίπτει στους σκοπούς του υπολοίπου τμήματος του δεύτερου κεφαλαίου της εργασίας μας, που είναι η περιγραφή των εμπορικών συμβάσεων τις οποίες διαφυλάσσει το εμπορικό δίκαιο.

⁴⁴ «Τι είναι όμως “ηλεκτρονικό εμπόριο”;», άρθρο στην ιστοσελίδα με τίτλο @ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ, (δες για την ίδια ιστοσελίδα και υποσημ. 2), διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=550, πρόσβαση στις 20.9.2010. Ο ίδιος ορισμός των B2B συναλλαγών και στο e-commerce, ό.π. υποσημ. 1, 3.

B2C: Business-to-Consumer / Λιανικές πωλήσεις - Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτών: Αν και δεν θα συζητηθεί ιδιαίτερα από εμάς στη συνέχεια, «πρόκειται για την πιο διαδεδομένη μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου. Ο καταναλωτής έχει πρόσβαση σε μια τεράστια ποικιλία προϊόντων σε δικτυακούς κόμβους-καταστήματα, βλέπει, επιλέγει, αν επιθυμεί να αγοράσει είδη ένδυσης μπορεί ενίοτε και να τα δοκιμάζει (μέσω ειδικών προγραμμάτων), ανακαλύπτει προϊόντα τα οποία δεν θα μπορούσε να βρει εύκολα στη χώρα του, συγκρίνει τιμές και τέλος αγοράζει. Κι όλα αυτά χωρίς να βγει από το σπίτι του, κερδίζοντας πολύτιμο χρόνο και κόπο»⁴⁵.

Διεθνείς ιστοσελίδες συζητούν τη φύση των δύο τύπων συναλλαγών και μάλιστα, παρά την προφανή τους διαφοροποίηση, οι συντάκτες των άρθρων προχωρούν σε διευκρινιστικές αναλύσεις. Σε μία ιστοσελίδα για παράδειγμα το σχετικό άρθρο ξεκινά με την αναφορά στην αντίληψη των ενδιαφερομένων ότι η αγορά είναι αγορά, ανεξάρτητα από το αν απευθύνεται κάποιος σε καταναλωτές ή επιχειρήσεις. Αμέσως εξηγείται ότι η νοοτροπία αυτή μπορεί να είναι βλαπτική, εφόσον η υιοθέτησή της δεν θα επιφέρει παρά την απώλεια χρήματος στην καλύτερη περίπτωση, ενώ σε άλλες περιπτώσεις θα έχει ως αποτέλεσμα την απώλεια πελατών⁴⁶. Αναφέρεται επίσης ότι ενώ αρχικά οι δύο όροι χρησιμοποιήθηκαν για την περιγραφή των διαδικτυακών συναλλαγών, επεκτάθηκαν στη συνέχεια, περιλαμβάνοντας και μη διαδικτυακές περιπτώσεις. Από την άλλη, παρά τις διαφορές τους, τα προγράμματα προώθησης που χρησιμοποιούν (marketing programs) είναι όμοια (τρόποι προώθησης, διαφήμιση προϊόντων, δημόσιες σχέσεις, κλπ). Χρησιμοποιούν όμως διαφορετική μέθοδο εκτέλεσης των απαιτούμενων διαδικασιών, άλλη επιχειρηματολογία, ενώ και οι δραστηριότητες αγοραπωλησίας που εφαρμόζουν διαφέρουν επίσης μεταξύ τους⁴⁷.

Ένα παράδειγμα που δικαιολογεί την παραπάνω διάκριση, είναι αυτό της σύναψης συμβάσεων EDI στις περιπτώσεις συμβάσεων B2B. Ως τέτοιες αποκαλούνται όσες στηρίζονται στη χρήση ιδιωτικών δικτύων και την ηλεκτρονική

⁴⁵ Στα ίδια.

⁴⁶ Murphy, D., 2007, «Marketing for B2B vs. B2C – Similar but Different», άρθρο της 6^{ης} Απριλίου, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα με τίτλο Vista consulting, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://vista-consulting.com/marketing-b2b-vs-b2c>, πρόσβαση στις 20.9.2010.

⁴⁷ Στο ίδιο.

διακίνηση δεδομένων (Electronic Data Interchange) πολλαπλής μορφής⁴⁸. Αντιθέτως, η πολύ νεότερη μορφή των συμβάσεων B2B (τέλη δεκαετίας '90) σχετίζεται με την απλή διαδικτυακή αγορά αντικειμένων, όπως αεροπορικών εισιτηρίων, βιβλίων, ηλεκτρονικών υπολογιστών, μουσικών ψηφιακών δίσκων, ταινιών κλπ.⁴⁹

Η διάκριση μεταξύ των δύο τύπων συναλλαγών είναι φυσικά ευρύτερη και δεν αφορά απλώς στον τρόπο μεταφοράς δεδομένων ή στη χρονολογία εισαγωγής της κάθε μορφής. Ιδιαίτερα στην κερδοφορία των δύο αγορών ή διαφορά είναι σημαντική. Ενώ στις περιπτώσεις B2C ο πραγματοποιούμενος αριθμός παραγγελιών είναι μεγάλος, αφορά όμως σε προϊόντα μικρής αξίας «καταναλωτικά προϊόντα σε μικρές ποσότητες, από έναν μεγάλο αριθμό πελατών (ιδιώτες)», στις περιπτώσεις B2B ο αριθμός παραγγελιών είναι μικρός, ωστόσο η αξία των προϊόντων είναι μεγάλη, καθώς είναι ακριβά ή αγοράζονται σε μεγάλες ποσότητες. Άλλη διαφορά είναι αυτή της διαπραγμάτευσης. Συνήθως ο καταναλωτής (B2C) δεν είναι σε θέση να διαπραγματευτεί την τιμή του προϊόντος που αγοράζει, σε αντίθεση με τις εταιρείες (B2B), που διαπραγματεύονται τιμή, την παράδοση και τις προδιαγραφές του προϊόντος (negotiations). Διαφορετικός επίσης παρουσιάζεται και ο βαθμός ενοποίησης των πωλητών με τους πελάτες τους (integration). «Οι λιανοπωλητές δεν είναι υποχρεωμένοι να συνδέονται με τα συστήματα των καταναλωτών τους. Στο επιχειρηματικό κεντρικό εμπόριο όμως, οι εταιρίες πρέπει να έχουν εξασφαλισμένη την επικοινωνία τους, μέσω της χρήσης ηλεκτρονικών μέσων»⁵⁰.

Προφανώς στηριζόμενοι στην παραπάνω σε γενικές γραμμές λογική έχουν καταδειχθεί ορισμένοι ακόμη τύποι διαδικτυακών συναλλαγών, οι οποίοι ανταποκρίνονται στους όρους C2P, B2P, C2C και C2B. Λίγα μόνο λόγια για το περιεχόμενό τους είναι αρκετά:

B2P: Business-to-Public administration area / Συναλλαγές μεταξύ επιχείρησης και δημόσιας διοίκησης: πρόκειται για συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και κυβερνητικών οργανισμών, όπως οι δημοτικές, περιφερειακές και

⁴⁸ Henbury, Ch., 2001, «E-business Definitions (B2C, B2B etc.)», άρθρο στην ιστοσελίδα του συγγραφέα, διαθέσιμο στο <http://www.cheshirehenbury.com/ebusiness/ebdefinitions.html>, πρόσβαση στις 20.9.2010.

⁴⁹ Στο ίδιο.

⁵⁰ Πόπη, Ευ., 2003, *B2C e-Commerce*, 6-7 (πτυχιακή εργασία στο πλαίσιο του μαθήματος Ειδικά Θέματα Πληροφορικής Ι, στην ιστοσελίδα του εργαστηρίου έρευνας και ανάπτυξης CONTA (COmputer Networks & Telematics Applications) του μεταπτυχιακού τμήματος Πληροφοριακών Συστημάτων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας), διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://conta.uom.gr/conta/ekpaidevsh/Ptyxiaka/EidikaI/Ergasies/b2c.pdf>, πρόσβαση στις 20.9.2010.

κρατικές αρχές, καθώς και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (European Commission). Μεταξύ των δραστηριοτήτων που εμπίπτουν στις συναλλαγές αυτές λογίζονται για παράδειγμα η δημοσιοποίηση των ευκαιριών για τη σύναψη δημόσιων συμβάσεων και η διευθέτηση των φορολογικών υποχρεώσεων των εταιρειών⁵¹.

C2P: Consumer-to-Public administration area / Συναλλαγές μεταξύ καταναλωτή και δημόσιας διοίκησης: Η λογική των συναλλαγών αυτών μοιάζει με την προηγούμενη, με τη διαφορά ότι επικεντρώνεται στον εφοδιασμό του ενημερωτικών κρατικών φυλλαδίων και εντύπων, στη δημόσια διαβούλευση και την υποβολή φορολογικών δηλώσεων⁵².

C2B: Consumer-to-Business / Καταναλωτής προς επιχείρηση: φαίνεται ότι ο όρος αποτελεί αντιστροφή της λογικής B2C, όπου η επιχείρηση απευθυνόταν στον καταναλωτή. Τώρα «ο καταναλωτής απευθύνεται συνήθως μέσω αγγελιών απευθείας στις επιχειρήσεις, οι οποίες αποτελούν τους πιθανούς αγοραστές του προϊόντος ή της υπηρεσίας που διαθέτει μέσω του διαδικτύου»⁵³.

C2C: Consumer-to-Consumer / Συναλλαγές μεταξύ καταναλωτών: Και στην περίπτωση αυτή ο καταναλωτής απευθύνεται κατευθείαν στον αγοραστή του προϊόντος που διαθέτει μέσω του διαδικτύου, με τη μόνη διαφορά ότι ο τελευταίος είναι επίσης καταναλωτής και όχι επιχείρηση⁵⁴.

⁵¹ Henbury, *ό.π.* υποσημ. 48.

⁵² Στο ίδιο.

⁵³ Πόπη, *ό.π.* υποσημ. 50, 5.

⁵⁴ Στο ίδιο.

II.3.

Εμπορικές Συναλλαγές μέσω διαδικτύου

Η αναγκαιότητα της νέας τεχνολογίας στο εμπορικό δίκαιο⁵⁵

Όσα συζητήθηκαν στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας μας, αλλά και στο δεύτερο έως και την ενότητα II.2, μαρτυρούν την πολυπλοκότητα των εμπορικών συναλλαγών μέσω διαδικτύου, εκθέτουν τα πλεονεκτήματα από τη δραστηριότητα αυτή και βέβαια επισημαίνουν τους κινδύνους που ενέχει το σύνολο της διαδικασίας. Ακριβώς αυτούς τους κινδύνους κατανοούν οι νομοθέτες και λοιποί υπεύθυνοι για τη σύσταση κανόνων εμπορικού και ποινικού δικαίου, οι οποίοι καλούνται να διαφυλάξουν τα συμβαλλόμενα μέρη από την ηλεκτρονική απάτη, καθώς και από άλλες ανεπιθύμητες εκβάσεις, όπως οι ακυρώσεις των εμπορικών συμφωνιών, η προσβολή της εγκυρότητας των εγγράφων, ή οποιεσδήποτε άλλες αλλοιώσεις μπορούν να επιδεχθούν οι εμπορικές συμφωνίες. Μία από τις σημαντικότερες δικλείδες, στο θέμα της ασφάλειας, είναι αυτή της χρήσης ηλεκτρονικής υπογραφής, από την οποία θα ξεκινήσουμε τη συζήτηση του κεφ. II.3, καθώς σχετίζεται με τα ζητήματα προστασίας της εγκυρότητας των συμβάσεων και την καταπολέμηση της ηλεκτρονικής εξαπάτησης. Προηγουμένως όμως αναφερθούμε στα λεγόμενα «ηλεκτρονικά έγγραφα», τα οποία αποτελούν τον πυρήνα των διαδικτυακών εμπορικών συμβάσεων.

II.3.1. Ηλεκτρονικά έγγραφα. Διακίνηση χωρίς ηλεκτρονική (ή ψηφιακή) υπογραφή

Η πιστοποίηση της εγκυρότητας των ηλεκτρονικών εγγράφων και η απόδειξη ότι δεν έχουν υποστεί αλλοιώσεις, θεωρείται ότι εξασφαλίζεται με τη συνημμένη σε αυτά ηλεκτρονική (ή ψηφιακή) υπογραφή, για την οποία, όπως έχει ήδη σημειωθεί, γίνεται λόγος στην επόμενη ενότητα. Στην παρούσα θα καθορίσουμε τι ακριβώς είναι τα ηλεκτρονικά έγγραφα και θα αναφερθούμε σε εκείνα τα οποία διακινούνται χωρίς

⁵⁵ Ο τίτλος χρησιμοποιείται λόγω του κυρίως θέματος της εργασίας μας (*Η αναγκαιότητα της ηλεκτρονικής τεχνολογίας στο Εμπορικό Δίκαιο*), ωστόσο είναι άμεσα δανεισμένος από το Δημαράς, Ν., 2008, *Στοιχεία Εμπορικού Δικαίου*, Ε' Έκδοση, Κεφ. Ι', Πάτρα, 171. Το συγκεκριμένο σύγγραμμα αποτελεί κύριο οδηγό για το υπόλοιπο της εργασίας μας, καθώς συγκεντρώνει (όλες προφανώς) τις μορφές εμπορικών συμβάσεων για τις οποίες φορέας διεκπεραίωσης, εκτός από τα συμβαλλόμενα μέρη, είναι το διαδίκτυο.

την αναγκαιότητα μιας τέτοιας υπογραφής, ώστε να εξηγήσουμε ότι και για την «ελεύθερη» αυτή κατηγορία απαιτούνται ορισμένες προϋποθέσεις πιστοποίησης της εγκυρότητάς τους.

«Ως ηλεκτρονικό έγγραφο ορίζεται το σύνολο των εγγράφων δεδομένων στο μαγνητικό δίσκο ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή, τα οποία δεδομένα αφού γίνουν αντικείμενο επεξεργασίας από την κεντρική μονάδα επεξεργασίας, αποτυπώνονται με βάση τις εντολές του προγράμματος (software) κατά τρόπο αναγνώσιμο. Στην ελληνική έννομη τάξη τα ηλεκτρονικά έγγραφα έχουν εξισωθεί με τα ιδιωτικά έγγραφα και δεν δημιουργείται κανένα νομικό κώλυμα κατά τη σύστασή τους. Εξάλλου οι εμπορικές συναλλαγές ως άτυπες είναι δυνατόν να συναφθούν και προφορικά, χωρίς δηλ. καθόλου υπογραφή. Άρα και για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές πρέπει να ισχύσει το ίδιο. Η αποδεικτική αξία των ηλεκτρονικών εγγράφων σχετίζεται άμεσα με την ηλεκτρονική υπογραφή»⁵⁶.

Παρά το ότι για την επικύρωση της εγκυρότητας των ηλεκτρονικών εγγράφων είναι απαραίτητη η ηλεκτρονική περιγραφή (δες λεπτομέρειες στην ενότητα Π.3.1.2.), τα περισσότερα από αυτά διακινούνται ελεύθερα μέσω ανοικτών δικτύων. Και σε αυτές τις περιπτώσεις όμως, ειδικά όταν το περιεχόμενό τους αφορά σε συναλλαγές όπως οι εμπορικές, η χρήση των ηλεκτρονικών εγγράφων είναι απαραίτητο να εναρμονίζεται με ορισμένες προϋποθέσεις (αδειοδότηση και πιστοποίηση διαδικασίας), οι οποίες κατοχυρώνονται με συγκεκριμένες οδηγίες και αποφάσεις.

Οδηγία 2002/31/EK/8.6.2000: Σύμφωνα με το άρθρο 9 της συγκεκριμένης οδηγίας απαιτείται, για τη χρήση των ηλεκτρονικών εγγράφων, η προηγούμενη αδειοδότηση των κυβερνήσεων, μέσω του νομικού τους συστήματος, για τη σύναψη συμβάσεων με τη χρήση ηλεκτρονικών μέσων:

«Η ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας μπορεί σε πολλές περιπτώσεις να αντικατοπτρίζει στο κοινοτικό δίκαιο, κατά τρόπο συγκεκριμένο, μια γενικότερη αρχή, ήτοι την ελευθερία έκφρασης, όπως κατοχυρώνεται στο άρθρο 10 παράγραφος 1 της σύμβασης για την προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και των θεμελιωδών ελευθεριών, την οποία έχουν

⁵⁶ Δημαράς, ό.π. υποσημ. 55, 182.

επικυρώσει όλα τα κράτη μέλη. Για το λόγο αυτό, οι οδηγίες που καλύπτουν την παροχή υπηρεσιών της πληροφορίας πρέπει να εξασφαλίζουν ότι μπορεί κανείς να επιδίεται στην εν λόγω δραστηριότητα ελεύθερα βάσει του ως άνω άρθρου, με μόνη επιφύλαξη τους περιορισμούς που ορίζει η παράγραφος 2 του εν λόγω άρθρου και το άρθρο 46 παράγραφος 1 της συνθήκης. Η παρούσα οδηγία δεν έχει σκοπό να θίξει τους εθνικούς θεμελιώδεις κανόνες και αρχές που αφορούν την ελευθερία την έκφρασης»⁵⁷.

Απόφαση υπ' αριθμ. 1327/2001 ΜΠρ.Αθ.: Πρόκειται για απόφαση δικαστηρίου, όπως δηλώνει ο τίτλος της, η οποία αναφέρεται στην αποδεικτική δύναμη των ηλεκτρονικών εγγράφων μέσω της επικύρωσής τους από δικηγόρο. Τα συγκεκριμένα έγγραφα είναι αυτά τα οποία διακινούνται μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, υπό ορισμένες συνθήκες, η σημαντικότερη από τις οποίες είναι η εγκυρότητα της ηλεκτρονικής διεύθυνσης, ώστε να καθίσταται ο αποστολέας γνωστός στον παραλήπτη. Η απόφαση κρίνει ότι «ο μοναδικός κωδικός πρόσβασης στο διαδίκτυο μέσω του *Internet Service Provider (ISP)* που έχει ο χρήστης του *email* τον συνδέει τόσο στενά με το ηλεκτρονικό μήνυμα ώστε η απεικόνιση της ηλεκτρονικής διεύθυνσής του τον καθιστά απολύτως συγκεκριμένο»⁵⁸. Καθορίζεται όμως και ο τρόπος αυτής της συγκεκριμενοποίησης: «η απεικόνιση της ηλεκτρονικής διεύθυνσης του χρήστη πάνω στο μήνυμα, ... διαμορφώνεται κατά πρωτότυπο τρόπο από τον ίδιο (με την δημιουργία ατομικής διεύθυνσης μοναδικής για το κάθε πρόσωπο) και η πρόσβαση σε αυτή, είτε για την αποστολή είτε για την λήψη μηνυμάτων, γίνεται με την χρησιμοποίηση ειδικών εξατομικευμένων κωδικών (*pin & password*)»⁵⁹.

Η αρχική μας παρατήρηση ότι η Απόφαση αφορά στην πιστοποίηση μέσω δικηγόρου οφείλεται στο ότι η διαδικασία αφορούσε σε συγκεκριμένο δικαστήριο το οποίο εκδίκασε την υπόθεση και εξέδωσε την Απόφαση με την οποία δέχτηκε ότι «ότι το *email* του κάθε χρήστη αποτελεί απόδειξη της ταυτότητάς του και ότι σε κάθε

⁵⁷ Οδηγία 2000/31/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 8ης Ιουνίου 2000 για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά («οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο»), διαθέσιμη στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32000L0031:EL:HTML>, πρόσβαση στις 22.9.2010.

⁵⁸ Μήτρου, Λ., 2009β, *Νομικά Ζητήματα Ηλεκτρονικών Συναλλαγών – Ηλεκτρονικές Υπογραφές*, Παραδόσεις στο πλαίσιο του θερινού εξαμήνου για το Τμήμα Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων του Πανεπιστημίου Αιγαίου, 16, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.icsd.aegean.gr/website_files/proptyxiako/112255472.doc, πρόσβαση στις 22.9.2010.

⁵⁹ Στο ίδιο, 16-17.

περίπτωση είναι ο ίδιος υπεύθυνος να αποδείξει ότι δεν είναι εκείνος που έστειλε το μήνυμα (αντιστροφή βάρους απόδειξης)⁶⁰. Και όχι μόνο αυτό, αλλά επιπλέον, η ηλεκτρονική διεύθυνση που αναγραφόταν σε συγκεκριμένο έγγραφο θεωρήθηκε κατά την εκδίκαση ως *ιδιόχειρη υπογραφή*. Εν ολίγοις κρίθηκε ότι η εξής συνθήκη ήταν αρκετή: *password ISP + ηλεκτρονική διεύθυνση = μαχητό τεκμήριο ταυτότητας*. Ρητά καθορίστηκε ότι «το επικυρωμένο κατά το Νόμο αντίγραφο του απεσταλμένου ηλεκτρονικού μηνύματος που περιέχεται στο σκληρό δίσκο του παραλήπτη αποτελεί πλήρη απόδειξη ότι η περιλαμβανόμενη σε αυτό δήλωση προέρχεται από τον εκδότη»⁶¹.

Π.Δ. 342/2002: Σύμφωνα με το Προεδρικό αυτό διάταγμα, το email καθίσταται νόμιμο μέσο συναλλαγής και πληροφόρησης. Βεβαίως και στην περίπτωση αυτή ορίζονται συγκεκριμένες προϋποθέσεις. Να σημειωθεί ότι το ίδιο ΠΔ αναφέρεται και στη διακίνηση ηλεκτρονικών εγγράφων μέσω email, για τα οποία απαιτείται *ηλεκτρονική υπογραφή* (ο όρος αναλύεται στην επόμενη ενότητα της εργασίας μας). Επομένως, η διαφοροποίηση των δύο συνθηκών είναι απολύτως συνειδητή και χρήσιμη για τη διευκρίνιση σχετικών ερωτημάτων. Το χωρίο στο οποίο το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο «νομιμοποιείται» έχει ως εξής:

«Η διακίνηση εγγράφων με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο χωρίς ψηφιακή υπογραφή, επιτρέπεται και έχει ισχύ μεταξύ των υπηρεσιών του Δημοσίου, των Ν.Π.Δ.Δ. και των Ο.Τ.Α. ή μεταξύ αυτών και φυσικών ή νομικών προσώπων ιδιωτικού δικαίου, αν δεν συνδέεται με την παραγωγή εννόμων αποτελεσμάτων ή με την άσκηση δικαιώματος, ιδίως όταν έχουν ως περιεχόμενο ερωτήματα, εγκυκλίους, οδηγίες, μελέτες, στατιστικά στοιχεία, αιτήσεις παροχής πληροφοριών και σχετικές απαντήσεις»⁶².

Ν. 3230/04: ο συγκεκριμένος νόμος προβλέπει μεταξύ άλλων ότι επιτρέπεται η διακίνηση εγγράφων χωρίς ψηφιακή υπογραφή από συγκεκριμένες υπηρεσίες, οι οποίες είναι οι παρακάτω και ακολουθούν συγκεκριμένες διαδικασίες:

⁶⁰ Στο ίδιο, 17.

⁶¹ «Ηλεκτρονικά έγγραφα», άρθρο στην ιστοσελίδα με τίτλο @ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=569, πρόσβαση στις 22.9.2010.

⁶² Π.Δ. 342/02 (ΦΕΚ Α 284/22-11-02) Διακίνηση εγγράφων με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο μεταξύ των δημοσίων υπηρεσιών, Ν.Π.Δ.Δ. και Ο.Τ.Α. ή μεταξύ αυτών και των φυσικών ή νομικών προσώπων ιδιωτικού δικαίου και ενώσεων φυσικών προσώπων, Άρθρο 2, Διακίνηση εγγράφων με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο χωρίς ψηφιακή υπογραφή, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.docman.gr/Documents/971.aspx>, πρόσβαση στις 22.9.2010.

«Υπηρεσίες του Δημοσίου, των Ν.Π.Δ.Δ. και των Ο.Τ.Α. εφόσον διαθέτουν την απαραίτητη ηλεκτρονική υποδομή οφείλουν να διακινούν με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο έγγραφα, των οποίων επιτρέπεται, κατά τις κείμενες διατάξεις η διακίνηση με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, χωρίς ψηφιακή υπογραφή. «Τα έγγραφα, τα οποία εμπίπτουν στις περιπτώσεις των διατάξεων του άρθρου 14 του ν. 2672/1998 (ΦΕΚ 290 Α΄) και των άρθρων 1 και 2 του π.δ. 342/2002 (ΦΕΚ 284 Α΄) και τα οποία εκδίδονται σύμφωνα με τα οριζόμενα στις διατάξεις του π.δ. 150/2001 (ΦΕΚ 125 Α΄) και διακινούνται μεταξύ των υπηρεσιών του Δημοσίου, των Ν.Π.Δ.Δ. και των Ο.Τ.Α. α΄ και β΄ βαθμού με ηλεκτρονική μορφή, επιτρέπεται να επικυρώνονται από τον εξουσιοδοτημένο υπάλληλο της υπηρεσίας προς την οποία αποστέλλονται. Τα επικυρωμένα αυτά έγγραφα έχουν ισχύ ακριβούς αντιγράφου. Με απόφαση του Υπουργού Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης θα ορισθούν οι προδιαγραφές ασφαλείας ανταλλαγής ηλεκτρονικών μηνυμάτων μεταξύ των ανωτέρω φορέων»⁶³.

II.3.2. Η ηλεκτρονική (ή ψηφιακή) υπογραφή

Οι εμπορικές συναλλαγές και συμβάσεις μέσω διαδικτύου έχουν βέβαια καταργήσει την αναγκαιότητα αποστολής επιστολών από χαρτί, ωστόσο τα έγγραφα, σε ηλεκτρονική πλέον μορφή, παραμένουν ουσιώδες χαρακτηριστικό της σύναψης μιας συμφωνίας. Ο κίνδυνος να αλλοιωθούν ποικιλοτρόπως οι ηλεκτρονικές αυτές επιστολές είναι μεγάλος, με αποτέλεσμα η νομοθεσία να έχει προβλέψει τρόπους για τη διασφάλιση της εγκυρότητάς τους. Στην προηγούμενη ενότητα αναφερθήκαμε σε έγγραφα τα οποία μπορούν να διακινηθούν μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, χωρίς την επισύναψη ηλεκτρονικής (ή ψηφιακής) υπογραφής. Εδώ θα αναφερθούμε στον όρο αυτό, ώστε να έχουμε συμπεριλάβει στη συζήτησή μας για τους κανόνες ασφαλείας και την άλλη όψη του νομίσματος. Ένας ορισμός της μεθόδου αυτής είναι ο εξής:

⁶³ Ν. 3230/04 (ΦΕΚ 44 Α΄/11-2-04) Καθιέρωση συστήματος διοίκησης με στόχους, μέτρηση της αποδοτικότητας και άλλες διατάξεις, Άρθρο 8, Παρ. 10, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.docman.gr/Download/974.aspx>, πρόσβαση στις 22.9.2010.

«Ως ηλεκτρονική υπογραφή νοείται μια «κλειδωμένη» σύντηξη ενός ηλεκτρονικού κειμένου, που παρέχει εγγύηση της αυθεντικότητας και της μη αλλοιώσεως του. Έχει επιβεβαιωτική λειτουργία, πού συνίσταται στο ότι ο παραλήπτης είναι βέβαιος ότι το παραλαμβανόμενο μήνυμα ανήκει στον αποστολέα, δίχως ενδιάμεσες αλλοιώσεις, και εμπιστευτική λειτουργία, όπου μόνον ο παραλήπτης μπορεί να διαβιβάσει το μήνυμα και όχι ανεπιθύμητοι τρίτοι»⁶⁴.

Σύμφωνα το άρθρο 2 του Προεδρικού Διατάγματος 150/2001, στο ελληνικό δίκαιο γίνεται διάκριση μεταξύ απλής και προηγμένης υπογραφής αυτού του είδους, χρησιμοποιείται δε στη δεύτερη περίπτωση εναλλακτικά προς τον όρο «ηλεκτρονική» ο όρος «ψηφιακή». Ο σχετικός ορισμός είναι ο εξής⁶⁵:

«1. **“Ηλεκτρονική υπογραφή”**: δεδομένα σε ηλεκτρονική μορφή, τα οποία είναι συνημμένα σε άλλα ηλεκτρονικά δεδομένα ή συσχετίζονται λογικά με αυτά και τα οποία χρησιμεύουν ως μέθοδος απόδειξης της γνησιότητας. 2. **“Προηγμένη ηλεκτρονική υπογραφή”** ή **“ψηφιακή υπογραφή”**: ηλεκτρονική υπογραφή, που πληροί τους εξής όρους: α) συνδέεται μονοσήμαντα με τον υπογράφο, β) είναι ικανή να καθορίσει ειδικά και αποκλειστικά την ταυτότητα του υπογράφοντος, γ) δημιουργείται με μέσα τα οποία ο υπογράφων μπορεί να διατηρήσει υπό τον αποκλειστικό έλεγχό του και δ) συνδέεται με τα δεδομένα στα οποία αναφέρεται κατά τρόπο ώστε να μπορεί να αποκαλυφθεί οποιαδήποτε αλλοίωση των εν λόγω δεδομένων».

Αναφερόμαστε στο Προεδρικό Διάταγμα του 2001 και όχι στον νόμο 2672/1999, όπου διατυπώθηκαν αυτά για πρώτη φορά, καθώς εκεί υπήρξε ένα κενό, το οποίο αντιμετωπίστηκε το 2001. Συγκεκριμένα, ο νόμος δεν εξομοίωνε νομικά την

⁶⁴ Δημαράς, ό.π. υποσημ. 55, 183.

⁶⁵ Π.Δ. 150/2001 (ΦΕΚ Α'125/25.6.2001) «Προσαρμογή στην Οδηγία 93/93/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με το κοινοτικό πλαίσιο για ηλεκτρονικές υπογραφές», Άρθρο 2, Ορισμοί. Το ΠΔ 150/2001 είναι διαθέσιμο στο <http://nomothesia.ependyseis.gr/eu-law/getFile/%CE%A0%CE%94+150+2001.pdf?bodyId=481283>, πρόσβαση στις 21.9.2010.

ψηφιακή υπογραφή με την ιδιόχειρη, σημείο το οποίο κάλυψε το Προεδρικό Διάταγμα⁶⁶.

«1. Η προηγμένη ηλεκτρονική υπογραφή που βασίζεται σε αναγνωρισμένο πιστοποιητικό και δημιουργείται από ασφαλή διάταξη δημιουργίας υπογραφής επέχει θέση ιδιόχειρης υπογραφής τόσο στο ουσιαστικό όσο και στο δικονομικό δίκαιο. 2. Η ισχύς της ηλεκτρονικής υπογραφής ή το παραδεκτό της ως αποδεικτικού στοιχείου δεν αποκλείεται από μόνο τον λόγο ότι δεν συντρέχουν οι προϋποθέσεις της προηγούμενης παραγράφου»⁶⁷.

Η λειτουργία της ηλεκτρονικής υπογραφής στηρίζεται στο σύστημα της ασύμμετρης κρυπτογράφησης, σύμφωνα με το οποίο παράγονται με τη βοήθεια συγκεκριμένων μαθηματικών αλγορίθμων (RSA, DSA, κ.ά.) τυχαία ζεύγη κρυπτογραφικών «κλειδιών», που συνοδεύονται από δύο πολύ σημαντικά χαρακτηριστικά: το ένα είναι αυτό της αλληλεξάρτησης, υπό την έννοια ότι κάθε κλειδί κρυπτογραφεί ψηφιακά δεδομένα τα οποία μπορούν να αποκρυπτογραφηθούν μόνο από το έτερο μέρος του ζεύγους, το οποίο θεωρείται συμπληρωματικό. Το δεύτερο είναι ότι η κατοχή του ενός σκέλους δεν επιτρέπει την αναδημιουργία ή προσπέλαση του άλλου. Από τα δύο κλειδιά, αυτό που γνωστοποιείται στο κοινό είναι το δημόσιο, ενώ το καλούμενο ως ιδιωτικό κρατείται μυστικό, και μόνο χάρη στην κατοχή του μπορούν να αναγνωσθούν οι πληροφορίες που κρυπτογραφούνται με τη βοήθεια του γνωστοποιημένου⁶⁸.

Υπάρχει όμως μια διαφορά, σε σχέση με την κρυπτογράφηση, κατά τη δημιουργία της ψηφιακής υπογραφής, η οποία έγκειται στο ότι το ιδιωτικό κλειδί το κρατά ο αποστολέας, ο οποίος κρυπτογραφεί τα δεδομένα, ενώ ο παραλήπτης τα διαβάσει με τη χρήση του δημοσίου κλειδιού. Πρόκειται δηλαδή για αντίστροφη διαδικασία. Είναι πολύ λογική αυτή η αντιστροφή, καθώς η αποστολή του εγγράφου είναι αυτή που πρέπει να επικυρωθεί ως αναλλοίωτη, επομένως η κρυπτογράφησης της είναι αναγκαία από την πλευρά του δημιουργού.

⁶⁶ «Τι είναι η ψηφιακή υπογραφή;», άρθρο στην ιστοσελίδα με τίτλο @ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=563, πρόσβαση στις 21.9.2010.

⁶⁷ Π.Δ. 150/2001, ό.π. υποσημ. 65, Άρθρο 3, Έννομες συνέπειες των ηλεκτρονικών υπογραφών.

⁶⁸ Ψαλλιδάκου, Α., 2006, *Ηλεκτρονική Υπογραφή*, παρουσίαση στο Ιόνιο Πανεπιστήμιο ΜΠΣ «Υπηρεσίες Πληροφόρησης σε Ψηφιακό Περιβάλλον», διαφάνεια αρ. 7, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.dlib.ionio.gr/ctheses/0506tab575k/Psallidakou_Esignature.ppt, πρόσβαση στις 21.9.2010.

«Αποστολέας: 1. Δημιουργεί τη σύνοψη του μηνύματος (*message digest*) που θέλει να στείλει χρησιμοποιώντας κάποιον αλγόριθμο κατακερματισμού (*one way hash*). Ανεξάρτητα από το μέγεθος του μηνύματος, αυτό που θα παραχθεί θα είναι μία συγκεκριμένου μήκους σειρά ψηφίων. **2.** Με το ιδιωτικό του κλειδί κρυπτογραφεί τη σύνοψη. Αυτό που παράγεται είναι η ψηφιακή υπογραφή. Η υπογραφή είναι ουσιαστικά μία σειρά ψηφίων συγκεκριμένου πλήθους. **3.** Η κρυπτογραφημένη σύνοψη (ψηφιακή υπογραφή) προσαρτάται στο κείμενο και το μήνυμα με τη ψηφιακή υπογραφή μεταδίδεται μέσω του δικτύου (σημειώνεται ότι ο αποστολέας αν επιθυμεί μπορεί να κρυπτογραφήσει το μήνυμά του με το δημόσιο κλειδί του παραλήπτη).

Παραλήπτης: 1. Ο παραλήπτης αποσπά από το μήνυμα την ψηφιακή υπογραφή (κρυπτογραφημένη με το ιδιωτικό κλειδί του αποστολέα σύνοψη). **2.** Εφαρμόζοντας στο μήνυμα που έλαβε τον ίδιο αλγόριθμο κατακερματισμού, ο παραλήπτης δημιουργεί τη σύνοψη του μηνύματος. **3.** Στη συνέχεια, αποκρυπτογραφεί με το δημόσιο κλειδί του αποστολέα, την κρυπτογραφημένη σύνοψη του μηνύματος (ψηφιακή υπογραφή). **4.** Συγκρίνονται οι δύο συνόψεις και, αν βρεθούν ίδιες, το μήνυμα που έλαβε ο παραλήπτης είναι ακέραιο. Αν το μήνυμα έχει μεταβληθεί, η σύνοψη που θα παράγει ο παραλήπτης θα είναι διαφορετική από τη σύνοψη που έχει κρυπτογραφηθεί»⁶⁹.

Δεν αρκεί ωστόσο μόνο η ακεραιότητα του εγγράφου αλλά είναι απαραίτητη και η πιστοποίηση του αποστολέα. Ο παραλήπτης δηλαδή θέλει να είναι σε θέση να διαπιστώνει ότι πράγματι ο αποστολέας είναι ο ίδιος τον οποίον έχει υπόψη του. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω μιας «Εμπιστης Τρίτης Οντότητας» που ονομάζεται «*Πάροχος Υπηρεσιών Πιστοποίησης*» (ΠΥΠ) η οποία, πιστοποιεί προς οποιοδήποτε τρίτο την καταγραφή (*registration*) της ταυτότητας του κατόχου του ιδιωτικού κλειδιού που αντιστοιχεί στο συγκεκριμένο δημόσιο κλειδί, και την πραγματική κατοχή του σχετικού ιδιωτικού κλειδιού από τον πιστοποιούμενο (*proof of possession*)⁷⁰.

⁶⁹ «Δημιουργία και επαλήθευση», άρθρο στην ιστοσελίδα με τίτλο @ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=565&PHPSESSID=c90edd77b401c8b41643479adc_a508ac, πρόσβαση στις 21.9.2010.

⁷⁰ Ψαλλιδάκου, ό.π. υποσημ. 68, διαφάνεια αρ. 10.

II.3.3. Ηλεκτρονική δήλωση βουλήσεως

Οι κανόνες ασφαλείας δεν αποτελούν τη μόνη προϋπόθεση για τη σύναψη διαδικτυακών συμβάσεων, καθώς η ολοκλήρωσή τους εξαρτάται και από άλλους παράγοντες. Θα αναφερθούμε στη συνέχεια στα είδη των συμβάσεων αυτών και βέβαια θα αναλύσουμε κατά το δυνατόν τις συνθήκες υπό τις οποίες ολοκληρώνονται. Η συζήτηση είναι απαραίτητο να ξεκινήσει από τη λεγόμενη ηλεκτρονική δήλωση βουλήσεως, χωρίς την οποία δεν είναι δυνατή η σύναψη μιας ηλεκτρονικής δικαιοπραξίας, ένας ορισμός για την οποία είναι ο εξής:

«(Ηλεκτρονική) είναι κάθε δικαιοπραξία που καταρτίζεται με γνήσια ηλεκτρονικό έγγραφο. Με άλλα λόγια ηλεκτρονική δικαιοπραξία είναι αυτή που πραγματοποιείται υποβαλλόμενη στον έγγραφο ηλεκτρονικό τύπο, άσχετα από το αν είναι κατά νόμον (ή έστω ex voluntate) τυπική ή όχι, δηλαδή άσχετα από το αν το ιδιωτικό έγγραφο (χάρτινο ή το κατ' άρθρ.31 Οδ.99/93 ισοδύναμό του ηλεκτρονικό) προβλέπεται ως νόμιμος ή εκούσιος συστατικός ή αποδεικτικός της τύπος»⁷¹.

Η ηλεκτρονική δήλωση βουλήσεως αποτελεί το πρώτο απαραίτητο στάδιο για τη σύναψη μιας διαδικτυακής εμπορικής συμφωνίας. Και βέβαια η λέξη ηλεκτρονική μαρτυρά ότι η διαμόρφωση και εξωτερική της εξαρτώνται από την ηλεκτρονική τεχνολογία. Ο υπεύθυνος για τη διαμόρφωση της δήλωσης βουλήσεως είναι ο δηλών, ο οποίος μπορεί να επιλέξει ως μέσο εξωτερίκευσης τον ηλεκτρονικό υπολογιστή, που περιορίζεται στη διαβίβαση και δεν παρεμβαίνει περαιτέρω, χωρίς τη συγκατάθεση του χρήστη⁷². «Ο ηλεκτρονικός υπολογιστής δεν υποκαθιστά τη βούληση του αποστολέα, ούτε τη διαμορφώνει, απλά χρησιμοποιείται για τη διαβίβασή της»⁷³. Ο χειριστής του Η/Υ πληκτρολογεί στον υπολογιστή του τα απαραίτητα στοιχεία της δικαιοπραξίας και ακριβώς αυτή είναι η χρονική στιγμή κατά την οποία

⁷¹ Χριστοδούλου, Κ., 2001, *Εισαγωγή στα ηλεκτρονικά έγγραφα και την ηλεκτρονική δικαιοπραξία (ενοιολογική, συνταγματική και τεχνική διάσταση)*, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα Αθήνα-Κομοτηνή. (Από απόσπασμα του βιβλίου – ενότητα 4 – διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.eofn.gr/attachments/084_xristodoulou.pdf, πρόσβαση στις 22.9.2010.

⁷² Μουζάκης, Χ., 2007, *Ψηφιακά έγγραφα και ηλεκτρονικό εμπόριο*, διπλωματική εργασία για το Γενικό Τμήμα Δικαίου του Παντείου Πανεπιστημίου, Αθήνα, 22-23. Διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://library.panteion.gr:8080/dspace/bitstream/123456789/119/1/mouzakis.pdf>, πρόσβαση στις 22.9.2010.

⁷³ Δημαράς, ό.π. υποσημ. 55, 175.

διαμορφώνεται η δήλωση βουλήσεως, η οποία αποτελεί τρόπο εξασφάλισης της αληθινής βούλησης των συμβαλλομένων μερών⁷⁴.

Η δήλωση βουλήσεως, αν και διαμορφώνεται από τον αποστολέα, δεν έχει ισχύ πριν παραληφθεί από το πρόσωπο από το οποίο αναμένεται. Το άρθρο 167 του αστικού κώδικα εξάλλου το προβλέπει ρητά: «*Δήλωση που απευθύνεται σε άλλον. Η δήλωση της βούλησης έχει νομική ενέργεια μόνο αφού περιέλθει στο πρόσωπο στο οποίο απαιτείται να απευθυνθεί*»⁷⁵. Έχει διατυπωθεί για το σχετικό σημείο μία επεξήγηση η οποία έχει ως εξής: «*η αποδοχή ... από το λήπτη της δήλωσης βουλήσεως θεωρείται ότι συντελέστηκε από τη χρονική στιγμή που αυτή εισήλθε κατά την αντίληψη των συναλλαγών στη σφαίρα επιρροής του λήπτη, έτσι ώστε αυτός να μπορεί να λάβει γνώση του περιεχομένου της*»⁷⁶. Η σημασία του καθορισμού του χρονικού σημείου κατά το οποίο ο αποδέκτης θεωρείται ότι έλαβε την ηλεκτρονικά διαβιβαζόμενη δήλωση έχει σημασία κυρίως διότι «*οι συμβαλλόμενοι δεν επικοινωνούν ταυτόχρονα, ώστε να θεωρηθούν παρόντες, αλλά σε διαφορετικό χρονικό σημείο, με αποτέλεσμα η δήλωση βούλησης που λαμβάνει χώρα, να θεωρείται ως δήλωση μεταξύ απόντων*»⁷⁷.

Δεν φαίνεται ωστόσο να συντρέχει ομοφωνία στο συγκεκριμένο ζήτημα, καθώς «*άλλες έννομες τάξεις υιοθετούν τη θεωρία της εξωτερικεύσεως, κατά την οποία η απευθυντέα δήλωση βουλήσεως καθίσταται ενεργός από τη στιγμή της εξωτερικεύσεώς της, με τη σύνταξη και υπογραφή του e-mail, το οποίο ενδεχομένως ο χρήστης να μην στείλει ποτέ*»⁷⁸.

Η δήλωση βουλήσεως γνωρίζει κυρίως τρεις τρόπους μεταφοράς προς τον ενδιαφερόμενο παραλήπτη, όλοι δε είναι ηλεκτρονικοί και ανάλογα με τον καθένα παραλαμβάνεται από έναν ή περισσότερους χρήστες. Ένας τέταρτος τρόπος

⁷⁴ Πεταλάς, Β., 2002, «Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου: Βασικές πτυχές», 104. Διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.idkaramanlis.gr/html/publish/pdf/emfasi10_101-200.pdf, πρόσβαση στις 22.9.2010.

⁷⁵ Αστικός Κώδικας – Γενικές Αρχές (Πρώτο Βιβλίο, Πέμπτο Κεφάλαιο: Δικαιοπραξίες), άρθρο 167, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα με τίτλο E-dikiyogos!, στο http://o-dikiyogos.blogspot.com/2009/10/blog-post_3772.html, πρόσβαση στις 22.9.2010. Βλ. και Δημαράς, ό.π. υποσημ. 55, 176.

⁷⁶ Πεταλάς, ό.π. υποσημ. 74, κατόπιν παραπομπής στους καθηγητές Δημαρά και Σταθόπουλο, δεδομένης και της 3347/1973 απόφασης του Εφετείου Αθηνών.

⁷⁷ Κυριαζοπούλου, Ε., 2007, *Το ηλεκτρονικό εμπόριο (υπό τη σκοπιά του Ιδιωτικού Διεθνούς Δικαίου)*, Διπλωματική εργασία για το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (Σχολή Ν.Ο.Π.Ε. Τμήμα Νομικής, Τομέας Διεθνών Σπουδών), 21, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://invenio.lib.auth.gr/record/77935/files/gri-2007-705.pdf?version=1>, πρόσβαση στις 22.9.2010.

⁷⁸ Δημαράς, ό.π. υποσημ. 55, 176 σημ. 96, κατόπιν παραπομπής στο Δημαράς, Ν., *Εισαγωγή στο Αστικό Δίκαιο*, Ε' Εκδ., Πάτρα 2008, 117. Σημειώνεται εκεί ότι η συγκεκριμένη απόφαση υιοθετήθηκε στη Γαλλία.

αναστρέφει την κατεύθυνση της δήλωσης, από τον ενδιαφερόμενο προς τον συντάκτη:

A) Ο τρόπος διαβίβασής της από χρήστη σε χρήστη είναι αυτός του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) και ξεκινώντας από τη διεύθυνση αλληλογραφίας του συντάκτη της καταλήγει στην ηλεκτρονική διεύθυνση του παραλήπτη⁷⁹. Το e-mail εξομοιώνεται με τον παλαιότερο τρόπο αποστολής και λήψης μέσω τηλεομοιοτυπίας (fax), επομένως δεν ανακύπτουν προβλήματα στη διαδικασία⁸⁰.

B) Ταυτόσημη είναι η μορφή επικοινωνίας που διεξάγεται μέσω του παγκόσμιου ιστού (world wide web), με πολλούς όμως παραλήπτες και όχι έναν. Η πρόταση διατυπώνεται και μορφοποιείται *«στη βάση προεπιλεγμένων ηλεκτρονικών ενοτήτων, όπως αυτές παρουσιάζονται σε μία ιστοσελίδα, στην οποία προσφέρονται αγαθά ή υπηρεσίες προς το ευρύ κοινό»*⁸¹.

Γ) Οι ιστοσελίδες του διαδικτύου αποτελούν επίσης μία μορφή εμπορικής επικοινωνίας, η οποία είναι ακόμα αμεσότερη. Πρέπει να σημειωθεί εδώ ότι οι ιστότοποι *«θεωρούνται ως προτάσεις και απευθύνονται προς αποδοχή από τους διαδικτυακούς καταναλωτές»*⁸². Στην προκειμένη περίπτωση έχει προκύψει νομικό ζήτημα, καθώς τίθεται ερώτημα περί του ακριβούς ρόλου της ιστοσελίδας: *«η ιστοσελίδα αποτελεί πρόταση προς σύναψη συμβάσεως ή πρόσκληση εκ μέρους του προμηθευτή για υποβολή προτάσεως;»*⁸³. Ο Ν. Δημαράς, στο κείμενο του οποίου είδαμε διατυπωμένο το ερώτημα, απαντά ότι ο ρόλος της ιστοσελίδας είναι να προτείνει τη σύναψη, αποτελεί δηλαδή πρόταση, καθώς *«αρκεί συνήθως η συμπλήρωση ενός ηλεκτρονικού εντύπου, που αποτελεί στοιχείο της ιστοσελίδας και επέρχεται η σχετική συμφωνία»*⁸⁴. Θεωρούμε ωστόσο ότι το δεύτερο σκέλος του ερωτήματος έχει και αυτό ισχύ, όπως θα δούμε αμέσως παρακάτω, στον τρόπο Δ.

Δ) Ο τέταρτος τρόπος διαβίβασης ακολουθείται από αναστροφή της διαδικασίας, καθώς ναι μεν ο πωλητής δημοσιεύει τη δήλωσή του στο διαδίκτυο, δηλώνει όμως ότι η συγκεκριμένη μορφή της *«δεν αποτελεί πρόταση προς σύναψη συμβάσεως. ... Ο ενδιαφερόμενος εάν επιθυμεί να ξεκινήσει διαπραγματεύσεις θα*

⁷⁹ Μουζάκης, *ό.π.* υποσημ. 72, 23.

⁸⁰ Δημαράς, *ό.π.* υποσημ. 55, 175.

⁸¹ Μουζάκης, *ό.π.* υποσημ. 72, 23.

⁸² Στο ίδιο.

⁸³ Δημαράς, *ό.π.* υποσημ. 55, 175.

⁸⁴ Στο ίδιο, 175-176.

πρέπει με δική του πλέον πρωτοβουλία να απευθύνει την πρόταση προς τον πάροχο, ο οποίος με τη σειρά του θα αποφασίσει την επιλογή σύναψης σύμβασης ή όχι»⁸⁵. Σύμφωνα με αυτή τη διατύπωση, έχει πιθανότατα κατά τη γνώμη μας ισχύ και το δεύτερο μέρος του ερωτήματος του Ν. Δημαρά, όπως παρατίθεται στον τρόπο Γ, με τη μόνη διαφορά ότι οι δύο διαδικασίες στις οποίες εμπλέκεται η εν λόγω ιστοσελίδα θα πρέπει να εκλαμβάνονται ως διακριτές και όχι ως σκέλη ερωτήματος εκ των οποίων το ένα είναι λανθασμένο⁸⁶.

Ορισμένα ακόμα ζητήματα σχετικά με τις ηλεκτρονικές δηλώσεις βουλήσεως έχουν τύχει κάποιας διευθέτησης, αν και όχι χωρίς κενά. Τα κυριότερα από αυτά είναι τα εξής:

Καταμερισμός ευθύνης για τη μη παραλαβή της δήλωσης: Το συγκεκριμένο ζήτημα έχει άμεση σχέση με τους τρόπους μεταφοράς που περιγράφηκαν προηγουμένως, αγγίζει όμως μια άλλη παράμετρο η οποία είναι η εξής: η λήψη του ηλεκτρονικού μηνύματος δεν κατέστη δυνατή, λόγω τεχνικού προβλήματος. Πρακτικά η απάντηση είναι προφανής: η ευθύνη του αποστολέα σταματά τη στιγμή της παραλαβής του μηνύματος από τον λήπτη. Από εκεί και στο εξής κάθε ευθύνη καταστροφής ή καθυστέρησης στην ενημέρωση περί του περιεχομένου της δήλωσης αφορά στο πρόσωπο στην κατοχή του οποίου εκείνη περιήλθε⁸⁷. Ασφαλώς, για την κατίσχυση της συγκεκριμένης συνθήκης, ο αποστολέας θα πρέπει να έχει απευθυνθεί στη διεύθυνση του παραλήπτη σύμφωνα με τις ορθές οδηγίες του τελευταίου. Επιπροσθέτως «*το μήνυμα με την περιεχόμενη δήλωση βουλήσεως κρίνεται ως ληφθέν, όταν εισήλθε στο εκ των προτέρων συμφωνημένο σύστημα επεξεργασίας δεδομένων και επομένως δύναται να αναζητηθεί από τον παραλήπτη*»⁸⁸.

Πρόταση και αντιπρόταση: η ηλεκτρονική αποδοχή θα πρέπει να είναι σύμφωνη με την πρόταση, καθώς, σε διαφορετική περίπτωση πρόκειται να επέλθει αντιπρόταση⁸⁹.

Σιωπηρή αποδοχή: Υπάρχει η δυνατότητα, κατά τα πρότυπα του κλασικού δικαίου, μία ηλεκτρονική πρόταση να γίνει αποδεκτή σιωπηρώς, εξομοιώνοντας τη

⁸⁵ Μουζάκης, *ό.π.* υποσημ. 72, 23.

⁸⁶ Δικά μας σχόλια.

⁸⁷ Δημαράς, *ό.π.* υποσημ. 55, 177.

⁸⁸ Μουζάκης, *ό.π.* υποσημ. 72, 24.

⁸⁹ Στο ίδιο, 23.

διαδικασία με το παραδοσιακό ταχυδρομείο, αυτό της χρήσης γραμματοκιβωτίου για την απόδοση χάρτινων επιστολών⁹⁰.

Σφάλματα διαμόρφωσης και εξωτερίκευσης: Αποτελούν και αυτά ένα σημείο προβληματισμού, ωστόσο η επίλυσή τους θεωρείται αντικείμενο της επίκλησης των γενικών αρχών του αστικού κώδικα και των διατάξεων περί πλάνης⁹¹. Θεωρείται πάντως ότι ο δηλών πρέπει να φέρει «βούληση πράξης, συνείδηση ή βούληση δήλωσης και δικαιοπρακτική βούληση». Εάν μία δήλωση διαβιβαστεί από λάθος, αντίκειται στις προϋποθέσεις αυτές, επομένως δεν θα πρέπει να θεωρείται ως έγκυρα διαβιβαζόμενη⁹². Το άρθρο 146 περί *Εσφαλμένης διαβίβασης δήλωσης* του αστικού κώδικα προβλέπει ότι «αν δήλωση βούλησης διαβιβάστηκε λανθασμένα, εφαρμόζονται αναλόγως οι διατάξεις για την πλάνη»⁹³. Στις διατάξεις αυτές συμπεριλαμβάνεται το άρθρο 140 περί *Δήλωσης από πλάνη*, όπου καθορίζεται ότι «αν κάποιος καταρτίζει δικαιοπραξία και η δήλωσή του δεν συμφωνεί, από ουσιώδη πλάνη, με τη βούλησή του, έχει το δικαίωμα να ζητήσει την ακύρωση της δικαιοπραξίας»⁹⁴. Η αιτιολόγηση του δικαιώματος αυτού έρχεται με το άρθρο 142, όπου σημειώνεται ότι «η πλάνη είναι ουσιώδης όταν αναφέρεται σε σημείο τόσο σπουδαίο για την όλη δικαιοπραξία, ώστε, αν το πρόσωπο γνώριζε την πραγματική κατάσταση, δεν θα επιχειρούσε τη δικαιοπραξία»⁹⁵.

II.3.4. Συμβάσεις EDI (*Electronic Data Interchange*)

Από τη στιγμή που η ηλεκτρονική δήλωση βούλησης θα παραληφθεί και η συμφωνία μεταξύ των συμβαλλομένων μερών θα ευοδωθεί, αναφερόμαστε πλέον σε σύμβαση, η οποία χαρακτηρίζεται από συγκεκριμένα στάδια που φτάνουν έως και την πληρωμή των προϊόντων που παραγγέλθηκαν. Ένας τρόπος μεταφοράς όλων των απαραίτητων εγγράφων τα οποία σχετίζονται με τις υποχρεώσεις των συμβάσεων (παραγγελίες, τιμολόγια και αποστολές), είναι το σύστημα *EDI (Electronic Data Interchange)*, σκοπός του οποίου είναι να αυτοματοποιήσει τη μεταφορά και ανταλλαγή δεδομένων διοικητικού, οικονομικού και εμπορικού περιεχομένου. Η

⁹⁰ Στο ίδιο, 23-24.

⁹¹ Στο ίδιο, 24.

⁹² Κυριαζοπούλου, *ό.π.* υποσημ. 77, 21 σημ. 63.

⁹³ Αστικός Κώδικας, *ό.π.* υποσημ. 75, άρθρο 146.

⁹⁴ Στο ίδιο, άρθρο 140.

⁹⁵ Στο ίδιο, άρθρο 141.

χρήση του συστήματος είναι πολλαπλή, υπό την έννοια ότι αναλαμβάνει τη διεκπεραίωση της διακίνησης «*συμβάσεων, εντολών πληρωμών, εμπορικών παραγγελιών, λογαριασμών, φορτωτικών, αποδείξεων παραλαβής κλπ*»⁹⁶.

Η δομή του συστήματος είναι στηριγμένη σε σύμβολα πληροφοριών, αξιοποιώντας τη μακρά δραστηριότητα η οποία έχει ασκηθεί γύρω από τη δημιουργία προτύπων. Οι σταθερές που έχουν καθοριστεί, ή αλλιώς τα επιβεβλημένα standards της διαδικασίας EDI, λογίζονται ως τυποποίηση του φυσικού κόσμου, ενώ μία τυπική συναλλαγή μέσω του διαδικτύου, ακολουθεί συνήθως τα εξής βήματα:

*«Σύνδεση με τον εταιρικό δικτυακό τόπο / Σύνδεση με το εταιρικό extranet (με εισαγωγή Ονόματος Χρήση και Κωδικού Πρόσβασης) / Επιλογή διαδικασίας (π.χ. έκδοση τιμολογίου) / Συμπλήρωση μιας online φόρμας (π.χ. στοιχεία τιμολογίου) / Υποβολή της φόρμας (π.χ. το τιμολόγιο κωδικοποιείται ως μήνυμα EDI από το διακομιστή και αποστέλλεται στη λογιστική εφαρμογή της παραλήπτριας εταιρίας για επεξεργασία) / Το μήνυμα λαμβάνεται από τον παραλήπτη / Η εφαρμογή δημιουργεί ένα αυτοματοποιημένο μήνυμα επιβεβαίωσης παραλαβής σε μορφή EDI και το επαναδρομολογεί στο διακομιστή / Το μήνυμα EDI μετατρέπεται σε αναγνώσιμο e-mail και αποστέλλεται σε προκαθορισμένη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου»*⁹⁷.

Τα προαναφερθέντα σύμβολα πληροφοριών αντιστοιχούν σε μοναδικά στοιχεία, χαρακτηριστικά για το κάθε προϊόν. Σε αυτά ανήκουν, για παράδειγμα, η τιμή και ο αριθμός μοντέλου του προϊόντος, οριοθετημένα στον χώρο του ηλεκτρονικού εγγράφου και γνωστά στο σύνολό τους ως τμήμα δεδομένων. Η μονάδα μεταφοράς EDI συνίσταται από ένα ή περισσότερα τέτοια τμήματα, τα οποία πλαισιώνονται από μία κεφαλίδα και ένα επίμετρο, ώστε να αποτελέσουν τη μονάδα μεταφοράς EDI, που ισοδυναμεί σε ένα μήνυμα. Η μονάδα μεταφοράς εξομοιώνεται συνήθως με το περιεχόμενο ενός τυπικού εγγράφου ή φόρμας⁹⁸.

⁹⁶ Δημαράς, ό.π. υποσημ. 55, 177.

⁹⁷ «Σύγχρονες εφαρμογές Web-EDI για μικρομεσαίες επιχειρήσεις», άρθρο στην ιστοσελίδα με τίτλο @ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=1512&PHPSESSID=c4c4f22743e3034eae20a728d337247c#t4_2, πρόσβαση στις 23.9.2010.

⁹⁸ Δημαράς, ό.π. υποσημ. 55, 178, κατόπιν παραπομπής στην ιστοσελίδα με τίτλο AGROWEB eCommerce - Υλικό κατάρτισης, διαθέσιμη στην ηλεκτρονική διεύθυνση www.ellinogermaniki.gr/ep/agroweb/htmls/lessons/commerce1gr/231.htm. Κατόπιν δικής μας

Το σύστημα EDI δεν επινοήθηκε απευθείας ως διαδικτυακή μέθοδος μεταφοράς δεδομένων, η οποία συνήθως αποκαλείται Web-EDI, αλλά έχει και παραδοσιακή μορφή η οποία προϋπήρξε της διαδικτυακής του χρήσης, με διάρκεια ζωής μεγαλύτερη των 30 χρόνων. Η εφαρμογή του αντιμετώπισε σημαντικές δυσκολίες στο παρελθόν και υπάρχει η άποψη ότι θα μπορούσε κάλλιστα να έχει υποχωρήσει μπροστά σε άλλες μεθόδους με τις οποίες οι χρήστες είναι περισσότερο εξοικειωμένοι, όπως η τηλεομοιοτυπία, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και το διαδίκτυο. Ορισμένοι από τους περιορισμούς που το σύστημα αντιμετώπισε στην παραδοσιακή του μορφή ήταν οι εξής:

«1. Απαιτείται σημαντική αρχική επένδυση. 2. Είναι αναγκαία η αναδιοργάνωση των επιχειρηματικών διαδικασιών ώστε να προσαρμοσθούν στις απαιτήσεις του EDI. 3. Απαιτείται μεγάλος χρόνος προετοιμασίας. 4. Είναι αναγκαία η χρήση ακριβών ιδιωτικών VAN. 5. Το λειτουργικό κόστος του EDI είναι ιδιαίτερα υψηλό. 6. Υπάρχουν πολλά πρότυπα EDI. 7. Το σύστημα είναι περίπλοκο στη χρήση. 8. Υπάρχει ανάγκη χρήσης ενός μετατροπέα για τη μετάφραση των εμπορικών συναλλαγών σε πρότυπα EDI»⁹⁹.

Ωστόσο η βιωσιμότητα της μεθόδου φαίνεται ότι στηρίχθηκε σε συγκεκριμένα πλεονεκτήματα που διαθέτει, προφανώς και στη χρήση της πλέον για μεταφορά δεδομένων μέσω διαδικτύου, χάρη δηλαδή στον «μετασχηματισμό» της από την παραδοσιακή μορφή σε Web-EDI. Ως πλεονεκτήματα του συστήματος έχουν θεωρηθεί α) η προσαρμογή του στις ανάγκες της κάθε επιχείρησης¹⁰⁰, β) η δυνατότητα υλοποίησης του συστήματος σε στάδια, γ) η ενδεδειγμένη τεχνική αναφοράς σφαλμάτων και δ) η αλληλοσυμπλήρωσή του με τη γλώσσα XML, η οποία θεωρείται ως το μέλλον της ενοποίησης εφαρμογών¹⁰¹. Σαφώς από τα σημαντικότερα

πρόσβασης στις 23.9.2010, προσθέτουμε την πληροφορία ότι «τα μέρη που ανταλλάσσουν δεδομένα EDI αναφέρονται ως εμπορικοί εταίροι».

⁹⁹ «B2B Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Μέρος Β», παρουσίαση στην ιστοσελίδα του Πανεπιστημίου Πειραιώς, Τμήμα Βιομηχανικής Διοίκησης και Τεχνολογίας, διαφάνεια αρ. 4, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.tex.unipi.gr/undergraduate/notes/efarmoges_comp/kef8b.pdf, πρόσβαση στις 23.9.2010.

¹⁰⁰ Υποθέτουμε ότι το άρθρο από το οποίο λαμβάνουμε αυτά τα στοιχεία (δες υποσημ. 100), εννοεί ότι αυτό που είναι προσαρμόσιμο στις ανάγκες των επιχειρήσεων είναι το Web-EDI, διότι εάν πρόκειται για το παραδοσιακό, τότε η συγκεκριμένη άποψη έρχεται σε προφανή αντίθεση με τον δεύτερο περιορισμό, όπως αυτός διατυπώθηκε στην προηγούμενη παράγραφο μας.

¹⁰¹ «EDI και μικρομεσαίες επιχειρήσεις: Παρελθόν, παρόν και μέλλον», άρθρο στην ιστοσελίδα με τίτλο @ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=1511, πρόσβαση στις 23.9.2010.

πλεονεκτήματα της εξελιγμένης μεθόδου είναι η αντικατάσταση του Van από το email, και η περαιτέρω συνεγατικότητα της με τον κυβερνοχώρο, μέσω συγκεκριμένου λογισμικού:

«Εταιρείες μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις υπηρεσίες μίας υπηρεσίας φιλοξενίας EDI που βασίζεται στο Web με τον ίδιο τρόπο που οι εταιρείες βασίζονται σε άλλους για να φιλοξενούν τους εμπορικούς δικτυακούς τους τόπους. Το Netscape Enterprise είναι ένα παράδειγμα τύπου λογισμικού EDI που βασίζεται στο Web, που επιτρέπει σε μία εταιρεία να παρέχει τις δικές της υπηρεσίες EDI επάνω στο Internet, ενώ το Harbinger Express είναι ένα παράδειγμα εκείνων των εταιρειών που παρέχουν υπηρεσίες φιλοξενίας»¹⁰².

Ένα θέμα σχετικό με το τις ηλεκτρονικές συμβάσεις EDI είναι αυτό του χαρακτηρισμού της δήλωσης βουλήσεως η οποία μεταφέρεται ηλεκτρονικά. Η καθιερωμένη ονομασία της είναι «αυτοματοποιημένη» ή «προγραμματισμένη». Ωστόσο φαίνεται ότι ο όρος δεν είναι απολύτως ορθός, από τη στιγμή που η διαμόρφωσή της προηγείται της ηλεκτρονικής της μεταφοράς, επομένως δεν έχει δημιουργηθεί από τον υπολογιστή με τη χρήση κατάλληλου λογισμικού. Έχει για τον λόγο αυτόν προταθεί ο χαρακτηρισμός της ως «μη πλήρως αυτοματοποιημένης»¹⁰³. Ο ρόλος του υπολογιστή στην περίπτωση της μη πλήρως αυτοματοποιημένης δήλωσης βουλήσεως είναι διεκπεραιωτικός, και μάλιστα ακριβώς ο ίδιος όπως τον συζητήσαμε στις δύο πρώτες παραγράφους της ενότητας *II.3.2.1. Ηλεκτρονική δήλωση βουλήσεως*.

Δεδομένων των παραπάνω, ένας άλλος διαχωρισμός από πλευράς ορολογίας είναι ο διακρίνων τους δύο τύπους δηλώσεων σε «ηλεκτρονικά διαβιβαζόμενες» και «αυτοματοποιημένες», υποδεικνύοντας σαφέστερα τον διττό ρόλο του ηλεκτρονικού υπολογιστή. Είναι προφανές ότι οι «ηλεκτρονικά διαβιβαζόμενες» ανταποκρίνονται στις «μη πλήρως αυτοματοποιημένες» της προηγούμενης παραγράφου, ενώ οι «αυτοματοποιημένες» σε εκείνες κατά τις οποίες κατάλληλο λογισμικό υποκαθιστά τον ανθρώπινο παράγοντα στη διαμόρφωσή τους¹⁰⁴.

¹⁰² B2B Ηλεκτρονικό Εμπόριο, ό.π. υποσημ. 98, διαφάνεια αρ. 7.

¹⁰³ Δημαράς, ό.π. υποσημ. 55, 178.

¹⁰⁴ Στο ίδιο, 179, κατόπιν παραπομπής στους ορισμούς του Γεωργιάδη, Γ. Α., 2003, *Σύναψη συμβάσεως μέσω διαδικτύου*.

Η αναγνώριση της χρησιμότητας του συστήματος Web-EDI έχει οδηγήσει σε διεθνείς συμφωνίες και κανονιστικές διατάξεις, οι οποίες επιδιώκουν τόσο την ενοποίηση των σχετικών με τα μηνύματα EDI κανόνων, καθώς και την εξασφάλιση της δυνατότητας επαλήθευσης της λήψης ενός τέτοιου μηνύματος. Ως προς την πρώτη κατεύθυνση κινείται ο Νόμος για το «Ηλεκτρονικό Εμπόριο» (Law on Electronic Commerce), ενώ για τη δεύτερη μεριμνά η αντίστοιχη ευρωπαϊκή συμφωνία¹⁰⁵.

Ορισμένα σημαντικά σημεία, όπως αυτά υποδεικνύονται από τον Ν. Δημαρά¹⁰⁶, μας βοήθησαν να ανατρέξουμε στον Νόμο¹⁰⁷, όπου συμβουλευτήκαμε ιδίως όμμασι τα σχετικά χωρία, στα οποία οποία θα παραπέμψουμε με διπλή αρίθμηση για λόγους που εξηγούνται στην υποσημείωση 108¹⁰⁸. *Άρθρο 6/Section 7*: τα ηλεκτρονικά έγγραφα εξομοιώνονται με τα παραδοσιακά και έχουν τις ίδιες νομικές συνέπειες, εγκυρότητα και ισχύ με εκείνα¹⁰⁹. *Άρθρο 7/Section 8*: η ηλεκτρονική υπογραφή σε ένα ηλεκτρονικό έγγραφο πρέπει να είναι ισότιμη με εκείνη που ένα πρόσωπο καταθέτει σε ένα έγγραφο από χαρτί, αρκεί να αποδεικνύεται ότι η ηλεκτρονική αυτή υπογραφή ανταποκρίνεται σε μια προσυμφωνημένη διαδικασία, η οποία δεν διαφοροποιείται από τα συμβαλλόμενα μέρη στο ηλεκτρονικό έγγραφο (ορίζονται προϋποθέσεις). *Άρθρο 9-10/Sections 10-11*: οι διατάξεις εδώ αφορούν στην αποδεικτική ισχύ των ηλεκτρονικών εγγράφων. *Άρθρο 15/Διάφορες Sections*: Οι διατάξεις στο τμήμα αυτό, αποτελούμενες από επιμέρους κανόνες, διακανονίζουν τον τρόπο, χρόνο και απόδειξη παραλαβής του ηλεκτρονικού μηνύματος.

¹⁰⁵ Δημαράς, *ό.π.* υποσημ. 55, 181.

¹⁰⁶ Στο ίδιο.

¹⁰⁷ *The E-commerce law*. Republic of the Philippines, Congress of the Philippines, Metro Manila, Eleventh Congress, Second Regular Session, Begun and held in Metro Manila, on Monday, the twenty-sixth day of July, nineteen hundred and ninety-nine, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.pctc.gov.ph/initiatv/RA8792.htm>, πρόσβαση στις 23.9.2010.

¹⁰⁸ Η αντιστοιχία των παραπομπών του συγγραφέα με τα άρθρα του συγκεκριμένου νόμου, στην εκδοχή τουλάχιστον που εμείς συμβουλευτήκαμε, παρουσιάζει μία μικρή διαφορά στην αρίθμηση ως εξής: το άρθρο 6 στον Δημαρά αντιστοιχεί στη Section 7 του νόμου, το άρθρο 7 στη Section 8 κλπ. Σε μία περίπτωση η απόκλιση είναι μεγαλύτερη, έτσι ώστε το άρθρο 15 να αντιστοιχεί σε περισσότερες sections του νόμου. Δεν είμαστε σε θέση να εξηγήσουμε τους λόγους, προφανώς θα πρόκειται για κάποια διαφοροποιημένη εκδοχή, ενδεχομένως με την προσθήκη κάποιου άρθρου ή άρθρων σε σημεία του νομοθετήματος.

¹⁰⁹ Δες επίσης για την αναγνώριση και εγγυρότητα των ηλεκτρ. εγγράφων Lallana, E. C., Quimbo, R. N. S., «The Philippine E-Commerce Law: A Preliminary Analysis», 1-3, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/apcity/unpan002704.pdf>, πρόσβαση στις 23.9.2010.

Η αντίστοιχη ευρωπαϊκή συμφωνία προχωρά σε περαιτέρω καθορισμό ορισμένων σημείων σχετικών με την αναγκαιότητα επαλήθευσης ενός μηνύματος. Διευκρινίζονται εκεί αρκετά από όσα έχουμε ήδη συζητήσει στην εργασία μας, κυρίως λεπτομέρειες γύρω από τη δήλωση βουλήσεως και τη σφαίρα ευθύνης των συμβαλλομένων μερών, αλλά και την αναγκαιότητα ασφάλειας των δεδομένων. Ένα άρθρο της οδηγίας θα το συζητήσουμε στην επόμενη ενότητα, η οποία θα αφιερώσει λίγα λόγια στη δυνατότητα λύσεως μιας συμβάσεως¹¹⁰.

II.3.5. Δυνατότητα ακύρωσης μιας ηλεκτρονικής συμβάσεως

Αφήσαμε για την ενότητα αυτή το ζήτημα της δυνατότητας ακύρωσης μιας σύμβασης, καθώς θελήσαμε να συγκρίνουμε το περιεχόμενο του άρθρου 13 της ευρωπαϊκής συμφωνίας με σημεία του ελληνικού δικαίου, με κάθε επιφύλαξη για την πιθανότητα η μικρή μας επαφή με το συνολικό πλαίσιο να συγκρίνει μεταξύ τους πράγματα κατ' ουσία ανόμοια. Το άρθρο 13 παρέχει το δικαίωμα λύσεως μιας σύμβασης *«με καταγγελία και τήρηση προθεσμίας ενός μηνός. Η καταγγελία δεν υπόκειται σε τύπο και είναι δυνατή η αποστολή της με οποιοδήποτε μέσο κατόπιν συμφωνίας των μερών»*¹¹¹.

Στην ελληνική νομοθεσία το θέμα των ακυρώσεων συμβάσεων συνδέεται άμεσα με την προστασία του καταναλωτή, καθορίζεται με τον νόμο 2251/1994, εμπλέκει δε και τη δυνατότητα της εκ μέρους του υπαναχώρησης. Η τελευταία ασκείται δικαιωματικά εντός δέκα εργάσιμων ημερών από την ημερομηνία παραλαβής του προϊόντος, δεδομένου ότι θα το επιστρέψει στην αρχική του κατάσταση και θα επιβαρυνθεί τα έξοδα επιστροφής. Όσον αφορά στην ακύρωση μιας σύμβασης, αυτή εφαρμόζεται υπέρ του καταναλωτή, όταν προκύπτει σοβαρό ζήτημα έγκυρης και έγκαιρης πολύπλευρης ενημέρωσης σχετικά με το προϊόν εκ μέρους του προμηθευτή μέσω του συμφωνημένου τρόπου τεχνικής επικοινωνίας¹¹².

Σχετικά με τη δυνατότητα ακύρωσης μιας σύμβασης, καθώς και υπαναχώρησης, εύγλωττη είναι η παρακάτω απάντηση, που καλύπτει το ερώτημα περί παραλαβής προϊόντος το οποίο δεν ανταποκρίνεται στις προσδοκίες του καταναλωτή.

¹¹⁰ Δημαράς, *ό.π.* υποσημ. 55, 182.

¹¹¹ Στο ίδιο.

¹¹² Στο ίδιο, 184.

«Οποιαδήποτε αγορά μέσω του Διαδικτύου εμπίπτει στις διατάξεις των νόμων για την προστασία του καταναλωτή (Νόμος 2251/94). Αυτό σημαίνει πως έχετε δικαίωμα να επιστρέψετε το προϊόν (στην κατάσταση που το παραλάβατε) ή την υπηρεσία που αγοράσατε ακόμα και, στις περισσότερες περιπτώσεις, χωρίς να δώσετε εξήγηση, μέσα σε δέκα (10) εργάσιμες ημέρες, για τα αγαθά, από την ημερομηνία παραλαβής τους (χωρίς να ανοίξετε τη συσκευασία του και σύμφωνα με τις ειδικές ρυθμίσεις που ισχύουν για συγκεκριμένες κατηγορίες προϊόντων), και, για τις υπηρεσίες, από την ημερομηνία παραλαβής των εγγράφων που σας ενημερώνουν ότι έχει συναφθεί η σύμβαση αγοραπωλησίας. Βέβαια, το δικαίωμα αυτό (δικαίωμα υπαναχώρησης) ισχύει μόνον εφόσον αγοράζετε από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) ή τις χώρες του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (ΕΟΧ). Πρέπει να επισημανθεί πως όσον αφορά τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, επίκειται σε κοινοτικό επίπεδο η έκδοση Οδηγίας για την εξ αποστάσεως εμπορία των υπηρεσιών αυτών. Σύμφωνα με τη υπάρχουσα Οδηγία 97/7/ΕΚ για την προστασία των καταναλωτών κατά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις, εξαιρούνται ρητά από το πεδίο εφαρμογής της οι συμβάσεις που αφορούν χρηματοοικονομικές υπηρεσίες. Οι συμβάσεις αυτές, λόγω των ιδιαιτεροτήτων και της πολυπλοκότητας που συχνά παρουσιάζουν, σε συνάρτηση με τον μη υλικό χαρακτήρα και την πολυμορφία που τις διακρίνει, κρίθηκε, τελικά, από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή ότι χρήζουν ειδικής ρύθμισης και δεν μπορούν να διέπονται από το γενικό πλαίσιο που διαμορφώθηκε για τις υπόλοιπες εξ αποστάσεως συμβάσεις. Κατά συνέπεια, στην υπό επεξεργασία πρόταση Οδηγίας προβλέπονται ειδικότερες ρυθμίσεις και ως προς το θέμα της υπαναχώρησης»¹¹³.

Οι γενικές αρχές σε Ελλάδα και εξωτερικό είναι όμοιες, ωστόσο υφίστανται ορισμένες διαφορές οι οποίες δεν αλλοιώνουν την ουσία της διαδικασίας. Ανεξάρτητα από την ομοιότητα ή τη διαφοροποίηση του άρθρου 13 της ευρωπαϊκής

¹¹³ «Γενικοί όροι ηλεκτρονικού καταστήματος», άρθρο στην ιστοσελίδα με τίτλο Diveshop.gr, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.diveshop.gr/shop/page.asp?id=legals>, πρόσβαση στις 23.9.2010.

συμφωνίας με τα ελληνικά δεδομένα, η ίδια η κοινοτική οδηγία 97/7/EK αρκεί για να διαπιστώσουμε ανάλογες μικροδιαφοροποιήσεις. Για παράδειγμα ορίζεται εκεί ότι «για κάθε εξ αποστάσεως σύμβαση, ο καταναλωτής διαθέτει προθεσμία τουλάχιστον επτά εργάσιμων ημερών για να υπαναχωρήσει αζημίως και χωρίς να δηλώσει την αιτία. Το μόνο κόστος που ενδέχεται να βαρύνει τον καταναλωτή λόγω του ότι ασκεί το δικαίωμα υπαναχώρησης είναι το άμεσο κόστος επιστροφής των αγαθών»¹¹⁴. Το αντίστοιχο χωρίο του Ν. 2251/1994 αναφέρει ότι «σε κάθε σύμβαση από απόσταση ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα να υπαναχωρήσει αναιτιολογήτως μέσα σε δέκα (10) εργάσιμες ημέρες από την ημερομηνία παραλαβής του αγαθού ή της υπηρεσίας, αν δεν συμφωνήθηκε μακρύτερη προθεσμία, επιστρέφοντας το αγαθό στην αρχική του κατάσταση. Αποκλείεται η επιβάρυνσή του με δαπάνη άλλη από τα έξοδα επιστροφής»¹¹⁵. Η ουσία του δικαιώματος του καταναλωτή παραμένει αναλλοίωτη και η διαφοροποίηση των 7 προς 10 ημερών δεν φαίνεται να προκαλεί μεγάλες δυσχέρειες. Αφενός, αρκούν και τα δύο διαστήματα για την απόφαση αν το παραληφθέν προϊόν πρόκειται να χρησιμοποιηθεί, αφετέρου η λέξη «τουλάχιστον» πλάι στη μικρότερη προθεσμία ενδεχομένως τη διευρύνει έως το προβλεπόμενο από τη μεγαλύτερη διάστημα, αλλά δεν γνωρίζουμε εάν το ξεπερνά.

II.3.6. Επιπλέον χρήση της πληροφορικής σε χρηματοοικονομικές συναλλαγές.

Η πληροφορική και το διαδίκτυο κινούνται σε ένα ευρύ πεδίο χρηματοοικονομικών συναλλαγών, σε ορισμένες από τις οποίες θα αναφερθούμε ολοκληρώνοντας την εργασία μας. Οι συναλλαγές αυτές φέρουν όλα τα πλεονεκτήματα των εμπορικών συναλλαγών που συνάπτονται και ολοκληρώνονται μέσω του παγκόσμιου ηλεκτρονικού ιστού, ενέχουν όμως εξίσου και αρκετούς από τους κινδύνους για τους οποίους έχουμε ήδη συζητήσει:

Χρηματιστήριο: Η ώθηση της πληροφορικής στις χρηματιστηριακές συναλλαγές καθίσταται προφανής όχι μόνο από τη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών, καθώς οι επιμέρους τερματικοί σταθμοί λειτουργούν με τον ίδιο τρόπο

¹¹⁴ Οδηγία 97/7/EK για την προστασία των καταναλωτών κατά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις, άρθρο 6. Δικαίωμα Υπαναχώρησης, Παρ. 1, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.go-online.gr/files/legislation/Hlekttroniko_Emporio/Odhgies/Odhgia_97.7.EK.pdf, πρόσβαση στις 23.9.2010.

¹¹⁵ Ν. 2251/1994, άρθρο 4.10. Ο νόμος είναι διαθέσιμος στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.go-online.gr/files/legislation/Hlekttroniko_Emporio/Nomoi/N.2251.1994.pdf, πρόσβαση στις 23.9.2010.

/ όρους που διακατέχει τη λειτουργία των τερματικών, αλλά και από την αναγκαιότητα να λειτουργήσουν και οι συναλλαγές του τύπου αυτού όπως οι υπόλοιπες ηλεκτρονικές. Πρόκειται και εκεί για προσφορά και ζήτηση, αγορά και πώληση, κατά την οποία απαιτούνται όλα τα συνθετικά μέρη στα οποία αναφερθήκαμε στις προηγούμενες ενότητες, όπως «η απαραίτητη για την εγκυρότητα της διαβιβαζόμενης δηλώσεως βουλήσεως γνωστοποίηση της πρόθεσης χρήσης ηλεκτρονικών διευθύνσεων στις εμπορικές συναλλαγές, με αναγραφή, για παράδειγμα σε επιστολόχαρτα ή κάρτες επισκεπτηρίου» με ταυτόχρονη αναμονή «ενδεχόμενης αποστολής ηλεκτρονικής δηλώσεως βουλήσεως καθ' όλη τη διάρκεια των ωρών επαγγελματικής απασχόλησης»¹¹⁶.

Ηλεκτρονικό Χρήμα (e-money): Κατά κύριο λόγο συνάδει με τη χρήση και λειτουργία των πιστωτικών καρτών. Η διαφορά είναι ότι χρησιμοποιούνται μέθοδοι προπληρωμένης διαδικασίας, όπως τα προπληρωμένα προϊόντα λογισμικού (ψηφιακά μετρητά) και οι αντίστοιχες πιστωτικές κάρτες (ηλεκτρονικό πορτοφόλι). Δεν αφορά μόνο σε δοσοληψίες οι οποίες γίνονται στα φυσικά καταστήματα, καθώς είναι πλέον διαδεδομένες στο ευρύ κοινό και οι διαδικυακές πληρωμές. Κύρια πλεονεκτήματα αποτελούν η αμεσότητα της πληρωμής σε σύγκριση με μία τραπεζική μεταφορά η οποία συνήθως απαιτεί 3-5 ημέρες για τη διεκπεραίωσή της, η μη αναγκαιότητα κατοχής ρευστού (φυσικού) χρήματος, αλλά και η ασφάλεια, από τη στιγμή που μια προπληρωμένη κάρτα, για παράδειγμα, δεν «φορτίζεται» με απεριόριστο ποσό και πάντοτε έχει διαθέσιμο μόνο κείνο με την οποία την έχει τροφοδοτήσει ο χρήστης.

Αναφέρεται ως ένα από τα μειονεκτήματα της μεθόδου η πιθανή αστάθεια του τραπεζικού συστήματος¹¹⁷, όμως κατά τη γνώμη μας υφίσταται μία ακόμη πολύ σοβαρή συνέπεια, που έχει να κάνει και με τη χρήση των κοινών πιστωτικών καρτών: πρόκειται για την τεράστια εξαγωγή χρήματος από τη χώρα μας (αφορά βεβαίως και πολλές χώρες του εξωτερικού) και μάλιστα για την αγορά προϊόντων τα οποία στις περισσότερες περιπτώσεις δεν έχουν κανένα υλικό αντίκρυσμα: πρόκειται για το ηλεκτρονικό στοίχημα (αθλητικά και τυχερά παιχνίδια), το οποίο αποτελεί αντικείμενο εκμετάλλευσης προς χάριν των παρόχων τέτοιου είδους επιλογών, που

¹¹⁶ Δημαράς, *ό.π.* υποσημ. 55, 180.

¹¹⁷ Δημαράς, *ό.π.* υποσημ. 55, 186.

μέσω και της κερδοσκοπικής διάθεσης των τραπεζών εκμεταλλεύονται την αδυναμία των παιχτών με σκοπό τον προσπορισμό υπέρογκων ποσών.

«Αυτή τη στιγμή οι 261 από τους 2.332 ιστότοπους (631 εταιρείες) ηλεκτρονικού τζόγου που υπάρχουν παγκοσμίως διαθέτουν τις σελίδες τους μεταφρασμένες και στα ελληνικά. Σύμφωνα με τραπεζικές πηγές περίπου το 5% των συναλλαγών των πιστωτικών καρτών, σχεδόν 500 εκατομμύρια ευρώ - κατευθύνεται στα τυχερά παιχνίδια του Διαδικτύου... Η μόνη τροχοπέδη στην ανάπτυξη της συγκεκριμένης αγοράς φαίνεται να είναι ο φόβος που υπάρχει ακόμη για τις οικονομικές συναλλαγές μέσω του Ίντερνετ. Ωστόσο δεκάδες χιλιάδες έλληνες παίκτες στοιχηματίζουν σε μεγάλες στοιχηματικές εταιρείες της αλλοδαπής που προσφέρουν πολύ καλύτερες αποδόσεις από την (αντίστοιχη ελληνική εταιρεία). Εξάλλου οι περισσότερες τράπεζες πραγματοποιούν κανονικά συναλλαγές. Δεν μπορούν να κάνουν διαφορετικά αφού πλέον οι σχετικές επιχειρήσεις δεν έχουν ως έδρα μακρινούς παραδείσους αλλά την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι περισσότερες επιλέγουν χώρες όπως η Βρετανία και η Μάλτα που επιβάλλουν χαμηλή φορολόγηση και διαθέτουν χαλαρό νομοθετικό πλαίσιο. Και το κυριότερο: η Ε.Ε. έχει ξεκαθαρίσει ότι κανείς δεν μπορεί να περιορίσει την ελεύθερη διακίνηση προϊόντων και υπηρεσιών στους κόλπους της»¹¹⁸.

Δεν ισχυριζόμαστε ότι οι ηλεκτρονικές πληρωμές έχουν προκαλέσει το φαινόμενο αυτό, ωστόσο σαφώς το διευκολύνουν. Εξάλλου η αναστροφή του δεν θα επέλθει με πιθανές απαγορεύσεις, αλλά υπό καθεστώς εκσυγχρονισμού και αναδιοργάνωσης των αντίστοιχων ελληνικών υπηρεσιών, ώστε το χρήμα να παραμένει στη χώρα μας¹¹⁹.

Ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές: Πρόκειται για το γνωστό πλέον σε όλους μας *Home Banking*, μέσω του οποίου οι χρήστες εισχωρούν, με τους κατάλληλους κωδικούς που οι ίδιοι έχουν ορίσει, στις αρμόδιες για

¹¹⁸ «Διαδικτυακός τζόγος και Ελλάδα», άρθρο στην ιστοσελίδα με τίτλο OEM (Original Equipment Manufacturer), διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://oem.gr/main/index.php?option=com_content&view=article&id=1813:diadiktyakos-tzogos-kai-ellada&catid=20:epikairotita&Itemid=47, πρόσβαση στις 24.9.2010.

¹¹⁹ Δικά μας σχόλια.

χρηματοοικονομικές συναλλαγές ιστοσελίδες των τραπεζών¹²⁰. Οφειλές προς τις τράπεζες εξοφλούνται με τον τρόπο αυτό από το σπίτι ή το γραφείο, καθώς και λογαριασμοί τρίτων (εταιρείες τηλεπικοινωνιών, ΔΕΗ κλπ), ενώ είναι δυνατή και η μεταφορά χρημάτων προς άλλες τράπεζες που είναι συνδεδεμένες διαδικτυακά. Και εδώ τα πλεονεκτήματα είναι προφανή, όπως και οι κίνδυνοι. Η εκροή χρήματος προς το εξωτερικό εντείνεται μέσω του Home Banking, καθώς ο χρήστης είναι σε θέση να χρησιμοποιήσει τους διαθέσιμους σε αυτόν πόρους (καταθετικός λογαριασμός, πιστωτική κάρτα) επί εικοσιτετραώρου βάσεως, χωρίς περιορισμό λόγω αργιών, Σαββατοκύριακων, ή απεργιών των τραπεζικών υπαλλήλων¹²¹.

¹²⁰ Δημαράς, *ό.π.* υποσημ. 55, 187.

¹²¹ Δικά μας σχόλια.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η συμβολή της μελέτης, που συντάσσει ο καθένας μας, στη γνώση δεν μπορεί να κριθεί από τον εαυτό μας. Εάν επιτύχαμε ή αποτύχαμε στους σκοπούς που θέσαμε στην εισαγωγή μας θα το κρίνουν άλλοι. Εμείς έχουμε μόνο να διαβεβαιώσουμε τον αναγνώστη ότι δεν θεωρούμε ότι αφήσαμε εκτός συζήτησης σημαντικά ζητήματα, αν και δεν μπορούμε να ισχυριστούμε το ίδιο για κάθε επιμέρους πτυχή των ζητημάτων. Στην περίπτωση αυτή αφήσαμε αρκετά θέματα εκτός διαπραγμάτευσης, άλλοτε συνειδητά και άλλοτε όχι. Μέρμινά μας ήταν να καταπιαστούμε με το σύνολο, ακόμα και με κίνδυνο να χάσουμε το μέρος.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί στοιχείο εξέλιξης και μαζί του εξελίσσεται και το σχετικό Δίκαιο. Το ένα δεν μπορεί να αποκοπεί από το άλλο, με μεγαλύτερη ασφαλώς την ανάγκη από την πλευρά του ηλεκτρονικού εμπορίου να προστατευτεί μέσω του Δικαίου από τις κακοτοπιές της τεχνολογίας. Ωστόσο και ο τομέας του Δικαίου που εμπεριέχει το θεσμικό πλαίσιο προστασίας των εμπορικών συναλλαγών, πρέπει να εξελίσσεται διαρκώς. Όπως εξάλλου παρατηρεί και ο Α. Δημαράς στην αρχή του αφιερωμένου στο αντικείμενο αυτό κεφαλαίου του

«Το διαδίκτυο στις μέρες μας έχει διαμορφώσει αναμφισβήτητα μια νέα πραγματικότητα. Έχει διαφοροποιήσει τον σύγχρονο τρόπο επικοινωνίας και έχει καθιερώσει νέους τρόπους στις εμπορικές συναλλαγές, που με ασύλληπτη ταχύτητα γίνονται πλέον με τα ηλεκτρονικά μέσα που τίθενται στη διάθεση του χρήστη.

Η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας συνεπάγεται αυτόματα και την ανεπάρκεια της δικαιοϊκής ρυθμίσεως, καθώς τα κλασικά μοντέλα της νομικής σκέψης δεν παρέχουν τα εχέγγυα της αποτελεσματικής αντιμετώπισεως όλων των νέων προβλημάτων που ανέκυψαν.

Ήδη εδώ και πάνω από μια δεκαετία περάσαμε για τα καλά από την κοινωνία της βιομηχανίας στην κοινωνία της πληροφορικής. Ο ρόλος του νομοθέτη πλέον δεν είναι δυνατόν να περιορισθεί τοπικά σε μια χώρα -ούτε καν στον Κοινοτικό χώρο- αλλά απαιτείται ένας παγκόσμιος προσανατολισμός. Το αντικείμενο που καλείται να ρυθμίσει είναι μεταβλητό με ταχείς ρυθμούς και δύσκολα προβλέψιμους».

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - ΔΙΚΤΥΟΓΡΑΦΙΑ

AGROWEB eCommerce - Υλικό κατάρτισης, διαθέσιμη στην ηλεκτρονική διεύθυνση www.ellinogermaniki.gr/ep/agroweb/htmls/lessons/commerce1gr/231.htm.

«B2B Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Μέρος Β», παρουσίαση στην ιστοσελίδα του Πανεπιστημίου Πειραιώς, Τμήμα Βιομηχανικής Διοίκησης και Τεχνολογίας, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.tex.unipi.gr/undergraduate/notes/efarmoges_comp/kef8b.pdf, πρόσβαση στις 23.9.2010.

Αναστασίου, 2003, Π., *Το Ηλεκτρονικό εμπόριο ως μορφή ηλεκτρονικής δημοσίευσης*, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://dlib.ionio.gr/ctheses/0203tab475/Pantelis_E-commerce.doc, πρόσβαση στις 19.9.2010.

Αντωνίου, Θ., Μελίδου, Θ., Νικόπουλος, Χ., «Τα εμπορικά κέντρα των Ελλήνων», άρθρο στην ιστοσελίδα ΕΘΝΟΣonline, e-go.gr NETWORK, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.ethnos.gr/article.asp?catid=12128&subid=2&pubid=3196759>, πρόσβαση στις 18.9.2010.

Αστικός Κώδικας – Γενικές Αρχές (Πρώτο Βιβλίο, Πέμπτο Κεφάλαιο: Δικαιοπραξίες), άρθρο 167, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα με τίτλο E-dikigoros!, στο http://o-dikigoros.blogspot.com/2009/10/blog-post_3772.html, πρόσβαση στις 22.9.2010.

Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας του Υπουργείου Ανάπτυξης για τις Μικρές Επιχειρήσεις, 2004, *Όλα όσα θα θέλατε να γνωρίζετε για το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce)* (Ενημερωτικό φυλλάδιο Εκπαιδευτικής Στήριξης στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα», Μέτρο 8.2., διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.go-online.gr/files/guides/HO_e-Commerce.pdf?PHPSESSID=uicodbafzscm, πρόσβαση στις 17.9.2010.

«Γενικοί όροι ηλεκτρονικού καταστήματος», άρθρο στην ιστοσελίδα με τίτλο Diveshop.gr, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.diveshop.gr/shop/page.asp?id=legals>, πρόσβαση στις 23.9.2010.

Γεωργιάδης, Γ. Α., 2003, *Σύναψη συμβάσεως μέσω διαδικτύου*.

Δημαράς, Ν., 2008, *Στοιχεία Εμπορικού Δικαίου*, Β΄ Έκδοση, Πάτρα 2008.

Δημαράς, Ν., 2008, *Εισαγωγή στο Αστικό Δίκαιο*, Ε΄ Έκδοση, Πάτρα 2008.

«Δημιουργία και επαλήθευση», άρθρο στην ιστοσελίδα με τίτλο @ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.go->

online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=565&PHPSESSID=c90edd77b401c8b41643479adca508ac, πρόσβαση στις 21.9.2010.

«Διαδικτυακός τζόγος και Ελλάδα», άρθρο στην ιστοσελίδα με τίτλο OEM (Original Equipment Manufacturer), διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://oem.gr/main/index.php?option=com_content&view=article&id=1813:diadiktya-kos-tzogos-kai-ellada&catid=20:epikairotita&Itemid=47, πρόσβαση στις 24.9.2010.

«Διάσωση Εταιρειών & Στρατηγικές Αναδιοργάνωσης», στην ιστοσελίδα της Κυπριακής εταιρείας CRI_GROUP, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.crigroup.com.cy/service-001_gr.htm, πρόσβαση στις 19.9.2010.

«EDI και μικρομεσαίες επιχειρήσεις: Παρελθόν, παρόν και μέλλον», άρθρο στην ιστοσελίδα με τίτλο @ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=1511, πρόσβαση στις 23.9.2010.

«Greenpeace εναντίον Facebook», άρθρο της 26^{ης}.9.2010 στην ιστοσελίδα με τίτλο Terra Computata, Αρχείο για την κατηγορία «Οικολογία», διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://blogs.sch.gr/tgiakoum/archives/category/%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%B2%CE%AC%CE%BB%CE%BB%CE%BF%CE%BD/%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%AF%CE%B1>, πρόσβαση στις 1.10.2010.

Henbury, Ch., 2001, «E-business Definitions (B2C, B2B etc.)», άρθρο στην ιστοσελίδα του συγγραφέα, διαθέσιμο στο <http://www.cheshirehenbury.com/ebusiness/ebdefinitions.html>, πρόσβαση στις 20.9.2010.

«Η πορεία του ηλεκτρονικού εμπορίου – Τα τελευταία χρόνια», άρθρο στην ιστοσελίδα με τίτλο @ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=1014&PHPSESSID=da44c2b11ff4c4bf00de7ffc7d90aec5, πρόσβαση στις 17.9.2010.

«Ηλεκτρονικά έγγραφα», άρθρο στην ιστοσελίδα με τίτλο @ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=569, πρόσβαση στις 22.9.2010.

«Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση: η επιγραμμική δημόσια διοίκηση», άρθρο της 20^{ης}.10.2006, στην ιστοσελίδα με τίτλο Σύνορα, Σύνοψη της νομοθεσίας της ΕΕ, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://europa.eu/legislation_summaries/internal_market/businesses/public_procurement/124226b_el.htm, πρόσβαση στις 18.9.2010.

«Ηλεκτρονικό εμπόριο», άρθρο στην ιστοσελίδα του Πανεπιστημίου Πειραιώς, Τμήμα Βιομηχανικής Διοίκησης και Τεχνολογίας, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική

διεύθυνση http://www.tex.unipi.gr/undergraduate/notes/efarmoges_comp/kef1.pdf, πρόσβαση στις 18.9.2010.

Κυριαζοπούλου, Ε., 2007, *Το ηλεκτρονικό εμπόριο (υπό τη σκοπιά του Ιδιωτικού Διεθνούς Δικαίου)*, Διπλωματική εργασία για το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (Σχολή Ν.Ο.Π.Ε. Τμήμα Νομικής, Τομέας Διεθνών Σπουδών), διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://invenio.lib.auth.gr/record/77935/files/gri-2007-705.pdf?version=1>, πρόσβαση στις 22.9.2010.

Lallana, E. C., Quimbo, R. N. S., «The Philippine E-Commerce Law: A Preliminary Analysis», διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/apcity/unpan002704.pdf>, πρόσβαση στις 23.9.2010.

Μανδραβέλης, Π., 2001, «Δεύτερη φάση παγκοσμιοποίησης», συνέντευξη του Α. Gibbens δημοσιευμένη στις 29.7, εφημερίδα *Τύπος της Κυριακής*, ένθετο «New Millennium», διαθέσιμη στην ιστοσελίδα http://www.medium.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=215:2008-11-25-07-47-22&catid=55:2008-09-01-08-32-19&Itemid=76, πρόσβαση στις 18.9.2010.

Μήτρου, Λ., 2009α, *Παραβατικότητα και Ποινικό Δίκαιο στην Κοινωνία της Πληροφορίας -I*, Παραδόσεις στο πλαίσιο του θερινού εξαμήνου για το Τμήμα Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων του Πανεπιστημίου Αιγαίου, 1, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση www.icsd.aegean.gr/website_files/proptyxiako/830795264.doc, πρόσβαση στις 20.9.2010.

Μήτρου, Λ., 2009β, *Νομικά Ζητήματα Ηλεκτρονικών Συναλλαγών – Ηλεκτρονικές Υπογραφές*, Παραδόσεις στο πλαίσιο του θερινού εξαμήνου για το Τμήμα Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων του Πανεπιστημίου Αιγαίου, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.icsd.aegean.gr/website_files/proptyxiako/112255472.doc, πρόσβαση στις 22.9.2010.

Μουζάκης, Χ., 2007, *Ψηφιακά έγγραφα και ηλεκτρονικό εμπόριο*, διπλωματική εργασία για το Γενικό Τμήμα Δικαίου του Παντείου Πανεπιστημίου, Αθήνα. Διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://library.panteion.gr:8080/dspace/bitstream/123456789/119/1/mouzakis.pdf>, πρόσβαση στις 22.9.2010.

Murphy, D., 2007, «Marketing for B2B vs. B2C – Similar but Different», άρθρο της 6^{ης} Απριλίου, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα με τίτλο Vista consulting, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://vista-consulting.com/marketing-b2b-vs-b2c>, πρόσβαση στις 20.9.2010.

ι

N. 2251/1994, διαθέσιμος στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.go-online.gr/files/legislation/Hλεκτρονικο_Emporio/Nomoi/N.2251.1994.pdf, πρόσβαση

στις 23.9.2010.

Ν. 3230/04 (ΦΕΚ 44 Α'/11-2-04) Καθιέρωση συστήματος διοίκησης με στόχους, μέτρηση της αποδοτικότητας και άλλες διατάξεις, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.docman.gr/Download/974.aspx>, πρόσβαση στις 22.9.2010.

Οδηγία 2000/31/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 8ης Ιουνίου 2000 για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά («οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο»), διαθέσιμη στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32000L0031:EL:HTML>, πρόσβαση στις 22.9.2010.

Οδηγία 97/7/EK για την προστασία των καταναλωτών κατά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις. Δικαίωμα Υπαναχώρησης, Παρ. 1, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.gonline.gr/files/legislation/Hlektroniko_Emporio/Odhgies/Odhgia_97.7.EK.pdf, πρόσβαση στις 23.9.2010.

«Οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου», άρθρο διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.sitemaker.gr/fstamatiadis/assets/chapter_3.doc, πρόσβαση στις 18.9.2010.

Π.Δ. 150/2001 (ΦΕΚ Α'125/25.6.2001) «Προσαρμογή στην Οδηγία 93/93/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με το κοινοτικό πλαίσιο για ηλεκτρονικές υπογραφές», διαθέσιμο στο <http://nomothesia.ependyseis.gr/eu-law/getFile/%CE%A0%CE%94+150+2001.pdf?bodyId=481283>, πρόσβαση στις 21.9.2010.

Π.Δ. 342/02 (ΦΕΚ Α 284/22-11-02) Διακίνηση εγγράφων με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο μεταξύ των δημοσίων υπηρεσιών, Ν.Π.Δ.Δ. και Ο.Τ.Α. ή μεταξύ αυτών και των φυσικών ή νομικών προσώπων ιδιωτικού δικαίου και ενώσεων φυσικών προσώπων, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.docman.gr/Documents/971.aspx>, πρόσβαση στις 22.9.2010.

Πεταλάς, Β., 2002, «Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου: Βασικές πτυχές», διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.idkaramanlis.gr/html/publish/pdf/emfasi10_101-200.pdf, πρόσβαση στις 22.9.2010.

Πόπη, Ευ., 2003, *B2C e-Commerce*, (πτυχιακή εργασία στο πλαίσιο του μαθήματος Ειδικά Θέματα Πληροφορικής Ι, στην ιστοσελίδα του εργαστηρίου έρευνας και ανάπτυξης CONTA (Computer Networks & Telematics Applications) του μεταπτυχιακού τμήματος Πληροφοριακών Συστημάτων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας), διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://conta.uom.gr/conta/ekpaideysh/Ptyxiaka/Eidikai/Ergasies/b2c.pdf>, πρόσβαση στις 20.9.2010.

«Πόσο “πράσινες” είναι τελικά οι οικολογικές αγορές;», άρθρο της 17^{ης}.9.2010, στην

ιστοσελίδα με τίτλο eco_news.gr, (πηγή άρθρου η ιστοσελίδα Telegraph.co.uk), διαθέσιμο στην ελληνική ηλεκτρονική διεύθυνση

<http://www.econews.gr/2010/09/17/news-on-line-shopping>,

πρόσβαση στις 18.9.2010.

«Ραγδαία ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Κίνα», άρθρο της 18^{ης}.8.2010 στην ιστοσελίδα της εφημερίδας *Καθημερινή* με τίτλο Kathimerini.gr, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση

http://portal.kathimerini.gr/4dcgi/w/articles/kathworld_1_18/08/2010_351102,

πρόσβαση στις 17.9.2010.

Σαρτζετάκης, Ευ., *Εισαγωγή στη Μικροοικονομική, Κεφ. 10, Το κόστος παραγωγής*, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://users.uom.gr/~esartz/teaching/micro/Section10.pdf>,

πρόσβαση στις 18.9.2010.

Σαρτζετάκης, Ευ., *Οικονομική του Περιβάλλοντος και των Φυσικών Πόρων, Κεφ. 1, 6*, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://users.uom.gr/~esartz/teaching/penotes.html>,

πρόσβαση στις 18.9.2010.

Συνήγορος του καταναλωτή, Ανεξάρτητη Αρχή, 2008, Ενημέρωση του καταναλωτή για την προστασία από το ηλεκτρονικό έγκλημα, 7, φυλλάδιο διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.synigoroskatanaloti.gr/docs/info/info-Hlekttroniko-Egklima.pdf>, πρόσβαση στις 20.9.2010.

«Σύγχρονες εφαρμογές Web-EDI για μικρομεσαίες επιχειρήσεις», άρθρο στην ιστοσελίδα με τίτλο @ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=1512&PHPSESSID=c4c4f22743e3034eae20a728d337247c#t4_2,

πρόσβαση στις 23.9.2010.

The E-commerce law. Republic of the Philippines, Congress of the Philippines, Metro Manila, Eleventh Congress, Second Regular Session, Begun and held in Metro Manila, on Monday, the twenty-sixth day of July, nineteen hundred and ninety-nine, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.pctc.gov.ph/initiatv/RA8792.htm>, πρόσβαση στις 23.9.2010.

«Τι είναι η ψηφιακή υπογραφή;», άρθρο στην ιστοσελίδα με τίτλο @ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=563, πρόσβαση στις 21.9.2010.

«Τι είναι όμως “ηλεκτρονικό εμπόριο”;», άρθρο στην ιστοσελίδα με τίτλο @ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ, διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=550, πρόσβαση στις 20.9.2010.

Υπουργείο Εσωτερικών, Γενική Γραμματεία Δημόσιας Διοίκησης, 2008, Εγκύκλιος της 20^{ης} Μαΐου με θέμα την «Καταπολέμηση της γραφειοκρατίας μια μείωση των διοικητικών βαρών σε πολίτες και επιχειρήσεις», διαθέσιμη στην ηλεκτρονική διεύθυνση της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου

<http://www.notioaigaio.gov.gr/contents.asp?id=493&category=365>, πρόσβαση στις

18.9.2010.

Χατζηκώστας, Θ., 2009, «Ηλεκτρονικές απάτες και ασφάλεια δεδομένων», διαθέσιμο στην ιστοσελίδα με τίτλο OEM (Original Equipment Manufacturer), διαθέσιμο στο http://oem.gr/main/index.php?option=com_content&view=article&id=69:ilektronikes-apates-kai-asfaleia-dedomenon&catid=15:diadiktio&Itemid=30, πρόσβαση στις 20.9.2010.

Χουστουλάκης, Μ., 2008, *Ερωτήσεις επανάληψης στο μάθημα «Ηλεκτρονικό Εμπόριο»*, ΙΕΚ Μεγάρων, Ειδικότητα «Τεχνικός Διαχείρισης Υπηρεσιών και Συστημάτων Intranet/Internet, διαθέσιμο στο http://users.otenet.gr/~manch86/data/erwtiseis_proodos_08.pdf, πρόσβαση στις 18.9.2010.

Χριστοδούλου, Κ., 2001, *Εισαγωγή στα ηλεκτρονικά έγγραφα και την ηλεκτρονική δικαιοπραξία (εννοιολογική, συνταγματική και τεχνική διάσταση)*, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα Αθήνα-Κομοτηνή.

Ψαλλιδάκου, Α., 2006, *Ηλεκτρονική Υπογραφή*, παρουσίαση στο Ιόνιο Πανεπιστήμιο ΜΠΣ «Υπηρεσίες Πληροφόρησης σε Ψηφιακό Περιβάλλον», διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.dlib.ionio.gr/ctheses/0506tab575k/Psallidakou_Esignature.ppt, πρόσβαση στις 21.9.2010.