

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

«Τρόποι Υλοποίησης Ηλεκτρονικού καταστήματος»

«How to create an online store»

Πτυχιακή εργασία των :

Σεραφείμ Ζάχος Μπαρμπαρούσης

Σπυρίδων Ιωάννης Μιχαλάς

Επιβλέπων : **κος Ντεμίρης Κωνσταντίνος**

ΠΑΤΡΑ, 2012

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία μελετάμε το θεματικό αντικείμενο ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop) από την πλευρά της συγκρότησης, αξιολόγησης και υλοποίησης μέσα στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον. Συγκεκριμένα, στο πρώτο κεφάλαιο εισάγουμε τον αναγνώστη στο ηλεκτρονικό εμπόριο, στις βασικές έννοιες και μορφές που το αφορούν, με στόχο να παρουσιάσουμε το ηλεκτρονικό κατάστημα ως απόρροια αυτού.

Στην συνέχεια, στο δεύτερο κεφάλαιο μελετάμε τις προϋποθέσεις που υφίστανται για την δημιουργία του e-shop, λαμβάνοντας υπόψη παραμέτρους που αφορούν το τι γίνεται στην ηλεκτρονική αγορά, πως εκτελούνται οι ηλεκτρονικές συναλλαγές και ποιο είναι το γενικότερο νομικό πλαίσιο πάνω στο οποίο στηρίζεται η συγκρότηση. Επίσης αξιολογούμε τα γενικά τεχνικά χαρακτηριστικά που φέρει το ηλεκτρονικό κατάστημα.

Στο τρίτο κεφάλαιο αναλύουμε το λογισμικό και την κρυπτογράφηση, τα οποία είναι βασικά τεχνικά χαρακτηριστικά για την δημιουργία e-shop.

Στο τέταρτο κεφάλαιο αναδεικνύουμε τους τρόπους μέσω των οποίων υλοποιείται το e-shop και παραθέτουμε ενδεικτικά παραδείγματα ηλεκτρονικών καταστημάτων που έχουν εδραιωθεί στον επιχειρηματικό τομέα.

Τέλος στο πέμπτο κεφάλαιο εξάγουμε τα συμπεράσματα μας.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.....	7
1.1	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ.....	7
1.1.1	ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ..	7
1.1.2	ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΚΟΠΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ.....	16
1.2	ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	18
2	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....	21
2.1	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ (E-SHOP)	21
2.1.1	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ	21
2.1.2	ΤΡΟΠΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ.....	27
2.2	ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 2010	30
2.2.1	ΠΡΟΦΙΛ ΌΣΩΝ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΟΥΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ	30
2.2.2	ΑΓΟΡΑΖΟΜΕΝΑ / ΠΑΡΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΑ ΕΙΔΗ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ.....	32
2.2.3	ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	38
2.2.4	ΛΗΨΗ ΜΕΤΡΩΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ.....	40
2.3	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ	42
2.3	ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΣΥΓΚΡΟΤΗΣΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ.....	53
2.3.1	ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ	54
2.3.2	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ.....	58
2.3.3	ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ.....	61
2.3.4	ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΑΝΑΜΕΣΑ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ.....	63
2.4	Η ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ.....	81
2.5	ΓΕΝΙΚΑ ΤΕΧΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	83
3	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....	89
3.1	ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ	89
3.1.1	ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ	89
3.2	ΚΡΥΠΤΟΓΡΑΦΗΣΗ.....	92
4	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	102
4.1	ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ	102

4.1.1	ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	102
4.1.2	ΤΡΟΠΟΙ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ.....	117
4.1.3	ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ.....	121
4.1.4	ΧΡΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ.....	180
4.2	ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΑΓΟΡΑ	190
5	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....	193
5.1	ΕΠΙΛΟΓΟΣ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	193
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	199

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην σύγχρονη τεχνολογική εποχή, το ηλεκτρονικό εμπόριο αλλάζει τους τρόπους πρόσβασης στην αγορά καταλύοντας τη σημασία της γεωγραφικής θέσης και των αποστάσεων ενώ συγχρόνως αλλάζει την έννοια αυτής, εφόσον δεν προσδιορίζεται μόνο τοπικά αλλά εκτείνεται σε παγκόσμιο επίπεδο.

Η οργάνωση του ηλεκτρονικού εμπορίου, διαφοροποιείται αναλόγως του βαθμού ωριμότητας κυρίως των τηλεπικοινωνιακών δικτύων. Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες που βασίζονται στις τεχνολογίες των πληροφοριών και επικοινωνιών αποτελούν ηλεκτρονικό εμπόριο καθώς το πλαίσιο αγοράς-καταναλωτή συνεχώς εξελίσσεται.

Τα τελευταία χρόνια, το εμπόριο αλλά και η βιομηχανία αρχίζουν να χρησιμοποιούν την τεχνολογία ως επιτακτικό μέσο έτσι ώστε οι επιχειρήσεις να συνεργάζονται αρμονικά και η παραγωγική διαδικασία να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των καταναλωτών με ταχύτητα και ευελιξία.

Τα ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shop) έχουν μπει δυναμικά πλέον στο χώρο του εμπορίου και ολοένα και περισσότεροι είναι αυτοί που τα εμπιστεύονται για την διεκπαιρέωση των αγορών τους. Η φύση αυτών, επιτρέπει ηλεκτρονική πρόσβαση στους πελάτες – αγοραστές και υπάρχει ο διαχειριστής ο οποίος χειρίζεται το περιεχόμενο του καταστήματος και παρακολουθεί τις ηλεκτρονικές παραγγελίες.

Κύριο χαρακτηριστικό του ηλεκτρονικού καταστήματος αποτελεί η παραμετροποίηση του σε πολλά επίπεδα και η δυνατότητα που παρέχεται στον διαχειριστή να επηρεάσει όλες τις λειτουργίες και επιλογές του συστήματος.

Επίσης, η χρήση του επιτρέπει εύκολη πρόσβαση από άτομα με ειδικές ανάγκες και αυτό γιατί υπάρχουν εργαλεία και δυνατότητες όπως: περιγραφές και βοήθεια στη νοηματική γλώσσα, εργαλεία σάρωσης, μεγάλα πλαίσια επιλογών κ.α.

Συνεπώς, το ηλεκτρονικό κατάστημα αποτελεί δυναμική εφαρμογή σε web και desktop περιβάλλον.

1 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

1.1.1 ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Τα τελευταία χρόνια το διαδίκτυο προσέφερε στις επιχειρήσεις ένα νέο φάσμα δυνατοτήτων επικοινωνίας, διείσδυσης σε νέες αγορές και ανάπτυξής τους. Βασικός μοχλός ήταν οι τεχνολογικές εξελίξεις, με σημαντική καινοτομία την ανάπτυξη εύχρηστων φυλλομετρητών που διευκόλυναν την πρόσβαση στον κυβερνοχώρο.

Έτσι ο όρος e-επιχειρείν (ηλεκτρονικό επιχειρείν, e-business) υιοθετήθηκε προκειμένου να διακρίνει τις νεωτεριστικές επιχειρήσεις που επενδύουν στη διεξαγωγή των δραστηριοτήτων τους μέσω των τηλεπικοινωνιακών δικτύων, των κατακεμημένων υπολογιστών και του Internet, από εκείνες που επιμένουν να χρησιμοποιούν παραδοσιακά μέσα και μεθόδους.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ένας τρόπος, ο οποίος παρέχει στις επιχειρήσεις τη δυνατότητα να επιλέξουν (μέσα από μια ευρεία γκάμα τεχνολογικών και επιχειρηματικών επιλογών) το συνδυασμό εκείνων των κινήσεων που θα τους επιτρέψει να μεγιστοποιήσουν την αποδοτικότητα τους με το μικρότερο δυνατό κόστος¹.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν είναι μόνο η αγορά και πώληση προϊόντων από το διαδίκτυο, ούτε αποτελεί τη διοίκηση μίας εταιρίας μέσω internet.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ένα σύστημα που περιέχει όχι μόνο τις πράξεις που επικεντρώνονται στην αγορά και πώληση προϊόντων και υπηρεσιών

¹ Γεώργιος Δουκίδης, Μαρίνος Θεμιστοκλέους, Βίλλιαμ Δράκος & Νατάσα Παπαζαφειροπούλου, Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, 1998

που δημιουργούν κέρδος, αλλά έχει να κάνει και με εκείνες τις συναλλαγές που υποστηρίζουν αυτό το κέρδος, καθώς παρέχουν προσφορές πωλήσεις, δημιουργώντας ζήτηση για κάποια αγαθά, τεχνική υποστήριξη και επικοινωνία μεταξύ των συναλλασσομένων.

Θα πρέπει λοιπόν να αντιληφθούμε τον όρο του ηλεκτρονικού εμπορίου ως το κοινό σημείο τομής μεταξύ δικτύων, συναλλασσομένων και διαδικασιών (marketing, πωλήσεις, πληρωμές, υποστήριξη). Επιπλέον πρέπει να πάντα να λαμβάνουμε υπόψη μας ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ένας όρος με δυναμικό χαρακτήρα και όχι στατικό. Οι εξελίξεις στην τεχνολογία αλλά ακόμα και στη νοοτροπία των πωλήσεων αλλάζουν με γοργούς ρυθμούς.

Για να προσδιορίσουμε το e-commerce και να αποδώσουμε ολοκληρωμένα το νόημά του πρέπει να λειτουργούμε με βάση το υπάρχον τεχνολογικό περιβάλλον και τις νέες αντιλήψεις. Ειδικότερα το ηλεκτρονικό εμπόριο εμφανίζεται με δύο τύπους δραστηριότητας, το άμεσο και το έμμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο. Στο άμεσο e-commerce ενώ η συναλλαγή ξεκινάει ηλεκτρονικά (εντοπισμός προϊόντων, παραγγελία), η παράδοση γίνεται με φυσικά μέσα. Στο έμμεσο τόσο η παραγγελία όσο η πληρωμή και η παράδοση γίνονται ηλεκτρονικά. Αυτό βέβαια αφορά άυλα προϊόντα, υπηρεσίες, λογισμικό κτλ².

Στην προσπάθεια να προσδιορίσουμε τις ρίζες του ηλεκτρονικού εμπορίου, θα πάμε αρκετά πίσω, καθώς ο τηλεγράφος κατά το 19ο αιώνα συνέβαλε στη δημιουργία της νέας αυτής έννοιας. Όσο παράξενο και αν φαίνεται, είναι γεγονός ότι η χρήση του τηλεγράφου, κυρίως για υπερατλαντική επικοινωνία, έθεσε τα θεμέλια πάνω στα οποία βασίστηκε η δόμηση του σύγχρονου εμπορίου με ηλεκτρονικά μέσα.

² Νικόλαος Γεωργόπουλος, Μαλαματένια-Άλμα Πανταζή, Χαράλαμπος Νικολαράκος & Ιωσήφ Βαγγελάτος, Ηλεκτρονικό Επιχειρείν: προγραμματισμός & σχεδίαση, Εκδόσεις Ε. Μένου, Αθήνα, 2001.

Η καθιέρωση όμως του ηλεκτρονικού εμπορίου στις μέρες μας οφείλεται κατά κύριο λόγο στη διάδοση και εμπορευματοποίηση του internet. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με την πτώση των τιμών σε hardware, έρχεται να ενθαρρύνει τόσο τις μεγάλες όσο και τις μικρές επιχειρήσεις να υιοθετήσουν ένα νέο τρόπο εμπορικής δραστηριότητας. Αν θέλουμε λοιπόν να μελετήσουμε την εξέλιξη του ηλεκτρονικού εμπορίου θα πρέπει να ξεκινήσουμε από την πορεία του internet³.

Το ARPANet (Advanced Research Projects Agency Network) κατασκευάστηκε το 1969 από το Πεντάγωνο και αποτελεί το πρώτο μη κεντρικό δίκτυο το οποίο είχε την δυνατότητα να λειτουργήσει ακόμα και όταν μέρη του είχαν καταστραφεί. Το δίκτυο αυτό, παρείχε ένα κανάλι επικοινωνίας ανάμεσα σε οργανισμούς που σχετίζονταν με την έρευνα σε θέματα άμυνας. Η διερεύνηση όμως του δικτύου αυτού σε ένα μεγαλύτερο επίπεδο προϋποθέτει την ύπαρξη ενός πρότυπου και πιο εξεζητημένου πρωτοκόλλου.⁴

Την εμφάνιση της έκανε η IP (Internet Protocol) τεχνολογία, βάση της οποίας καθορίστηκε ένας νέος τρόπος διαχείρισης και αποστολής ηλεκτρονικών μηνυμάτων μέσω του δικτύου.

Το 1977, δημιουργήθηκε το πρότυπο πρωτόκολλο TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol). Το TCP/IP παρείχε τη δυνατότητα στους χρήστες να συνδέονται μέσα από διάφορα σύνθετα δίκτυα στο ARPANet, το οποίο σταδιακά μετονομάστηκε σε Internet.

Η χρήση του δικτύου άρχισε να διαδίδεται και να εξαπλώνεται στην κοινότητα των ακαδημαϊκών αλλά και ερευνητών που η φύση του αντικειμένου τους δεν σχετίζονταν με θέματα αμύνης.⁵

Παράλληλα, η NSF (National Science Foundation) δημιούργησε ένα παρόμοιο με το ARPANet δίκτυο, το NSFNet. Στην πορεία υιοθέτησε την TCP/IP

³ Helenpeter Robert, (2001) “ *E-επιχειρείν: πλήρης Οδηγός Ανάλυσης*“, Αθήνα, εκδόσεις Β.Γκιούρδας

⁴ Moschovitis Christos, (1999) *History of the Internet : a chronology, 1843 to the present*, ABC-CLIO

⁵ Banks Michael, Card Orson, (2008) *On the way to the web : the secret history of the internet and its founders*, Springer

τεχνολογία του ARPANet με αποτέλεσμα να κατασκευαστεί ένα κατανεμημένο δίκτυο, το οποίο μπορούσε να διαχειριστεί μεγαλύτερη κυκλοφορία.

Το 1985 η NSF ξεκίνησε ένα πρόγραμμα που ως στόχο είχε την παροχή πρόσβασης στο internet από οποιαδήποτε περιοχή των Ηνωμένων Πολιτειών. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την δημιουργία ενός βασικού σκελετού του προγράμματος, το NSFNET. Οι δυνατότητες που είχε κάλυψε τις ανάγκες των εκπαιδευτικών οργανισμών, των κυβερνητικών υπηρεσιών, τους διεθνείς οργανισμούς έρευνας και βοήθησε το έργο των ακαδημαϊκών ερευνητών. Όμως η έλλειψη χρηματοδότησης του ARPANet οδήγησε την Υπηρεσία Επικοινωνιών Άμυνας (Defense Communications Agency) στη διακοπή της λειτουργίας του το 1989.⁶

Την δεκαετία του 1970 έκανε την εμφάνιση του το EDI (Electronic Data Interchange) και διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Αυτό παρείχε τη δυνατότητα μίας γρήγορης ανταλλαγής δεδομένων και πληροφοριών.

Ο Παγκόσμιος ιστός (World Wide Web) συντέλεσε στην αλματώδη αύξηση της εμβέλειας του internet. Ο World Wide Web στην εφαρμογή του ενσωματώνει την πρόσβαση σε πληροφορίες και δεδομένα με άμεσο και απλό τρόπο σε παγκόσμιο επίπεδο. Αυτό σημαίνει ότι, όλες οι πληροφορίες που διατίθενται στο internet είναι προσβάσιμες από όλους χωρίς να υπάρχει γεωγραφικός περιορισμός.⁷

Στην Ευρώπη μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1980 το δίκτυο που λειτουργούσε ως κανάλι μεταφοράς μηνυμάτων ήταν το USENET. Το USENET, απευθυνόταν στους χρήστες του Unix και ενσωμάτωσε την IP τεχνολογία με αποτέλεσμα πολύ σύντομα να λειτουργεί το ευρωπαϊκό IP δίκτυο, το EUnet. Ως εκ τούτου, η διάδοση του internet συνέβαλε στην ανάπτυξη επιχειρηματικών

⁶ Morley Deborah, Parker Charles, (2009) Understanding computers : today and tomorrow, comprehensive, Course Technology

⁷ Whittaker Jason, (2002) The Internet : the basics, Routledge

εφαρμογών που βασίζονται σε ηλεκτρονικά μέσα και αυτό είχε ως αποτέλεσμα την συνέχεια της εξέλιξης του εμπορίου στο πρόγραμμα διαχείρισης.⁸

Το σύγχρονο ηλεκτρονικό εμπόριο είναι απόρροια της συνεργασίας ψηφιακής πληροφόρησης, υπολογιστικών εφαρμογών και διαδικτύου. Στην Ελλάδα, η χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου προωθήθηκε επιχειρηματικά κυρίως στα μέσα της δεκαετίας 1990, όπου 90 επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου (βιομηχανία και supermarket) εφήρμοσαν το EDI για να αυτοματοποιήσουν τις συναλλαγές τους.⁹

Η πληροφορική επανάσταση προσέφερε ορισμένες δυνατότητες τις οποίες εκμεταλλεύεται το ηλεκτρονικό εμπόριο και αποτελούν βασικό στάδιο μελέτης. Συγκεκριμένα, τα πεδία που εξετάζει το e-commerce είναι :

- E-mail
- Τηλεδιάσκεψη
- Τηλε-εργασία
- Ηλεκτρονικές αγορές
- Αναζήτηση πληροφοριών
- Χρήση υπερκειμένων (Hypertext)
- Ψυχαγωγία

Όπως είδαμε παραπάνω το e-commerce περιλαμβάνει μία ευρεία κλίμακα συναλλαγών – δραστηριοτήτων και χρήση πολλαπλών τεχνολογικών εφαρμογών. Το χαρακτηριστικό αυτό σε συνδυασμό με τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται μέσα

⁸ Fiore Frank (2001,) *'E-Marketing: Επιχειρηματικές εφαρμογές'*, Αθήνα Εκδόσεις Β. Γκιουρδας

⁹ Γεώργιος Δουκίδης, Μαρίνος Θεμιστοκλέους, Βίλλιαμ Δράκος & Νατάσα Παπαζαφειροπούλου, Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, 1998

από το internet δίνει τη δυνατότητα στο ηλεκτρονικό εμπόριο να θέτει υψηλούς στόχους.¹⁰

Οι εφαρμογές του Ηλεκτρονικού Εμπορίου έχουν ως βασικό στόχο την καλύτερη διεκπεραίωση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων ενώ η αποτελεσματικότητα των οποίων εξαρτάται βασικά από την σωστή λειτουργία αυτού.

Ας δούμε όμως τους στόχους που θέτει το ηλεκτρονικό εμπόριο¹¹:

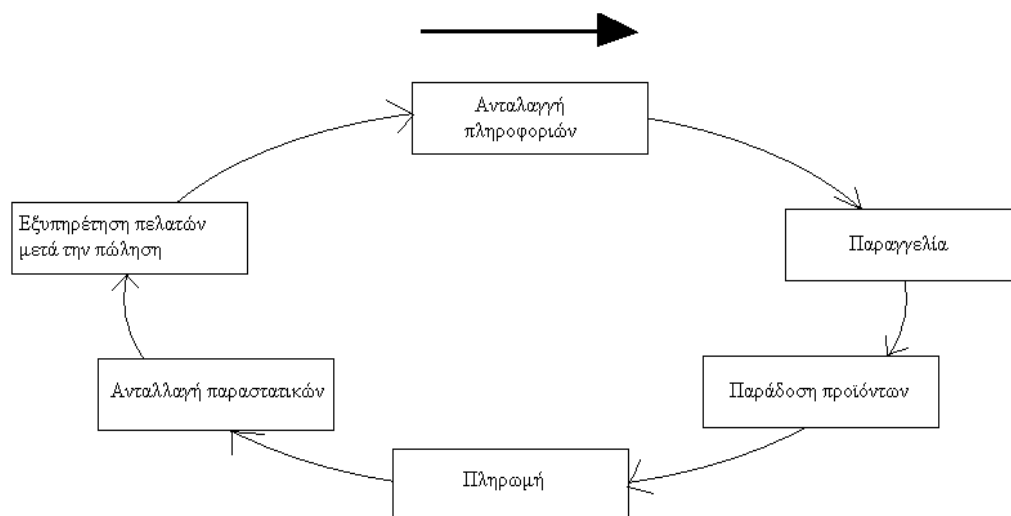
- Αποδοτικότητα και προσαρμοστικότητα των εσωτερικών λειτουργιών μιας επιχείρησης
- Επιτυχής στενή συνεργασία των επιχειρήσεων με τους προμηθευτές τους με σκοπό να ανταποκρίνονται πιο υπεύθυνα και άμεσα στις ανάγκες των πελατών τους.
- Να μπορούν οι επιχειρήσεις να κάνουν πιο σωστή επιλογή των προμηθευτών, δίχως να αντιμετωπίζουν γεωγραφικούς περιορισμούς.
- Δημιουργία ενός εναλλακτικού τρόπου συναλλαγών για ορισμένες κατηγορίες καταναλωτών, οι οποίοι είναι γνώστες της νέας τεχνολογίας.
- Χρονική ευελιξία, καθώς μία επίσκεψη στο διαδίκτυο είναι λιγότερο κουραστική και χρονοβόρα.

Όπως βλέπουμε οι στόχοι που θέτει το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι γνωρίσματα που θα μπορούσαμε να ορίσουμε ως οφέλη. Αυτό είναι αναμενόμενο καθώς το e-commerce όταν μπορεί να εκπληρώνει τα παραπάνω standards είναι σε θέση να επιφέρει σημαντικά πλεονεκτήματα για τη δομή και τη λειτουργία της επιχείρησης που το εφαρμόζει.

¹⁰ Korper Steffano, Ellis Juanita, (2001) The E-commerce book: building the E-Empire, Academic Press

¹¹ Δημητριάδης Στέλιος, Μπαλάς Γεώργιος, (2003) Ηλεκτρονικό εμπόριο και μάρκετινγκ, Rosili

Στη εικόνα 1 παρουσιάζεται ο κύκλος ενεργειών που ακολουθείται καθώς πραγματοποιείται μια εφαρμογή ΗΕ¹²



Εικόνα 1 Κύκλος ενεργειών Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Ανταλλαγή πληροφοριών¹³ : Με το ΗΕ μια επιχείρηση πετυχαίνει ταυτόχρονα δύο στόχους. Μπορεί να αντλήσει πληροφορίες από τους υπάρχοντες και πιθανούς πελάτες της, ενώ ταυτόχρονα προβάλλει τα προϊόντα της. Έτσι ενώ οι πελάτες μαθαίνουν για τα προϊόντα, η επιχείρηση μαθαίνει τις καταναλωτικές τους συνήθειες και τα προϊόντα που θα ήθελαν να αγοράσουν μελλοντικά.

Παραγγελία: Η παραγγελιοδοσία και η παραγγελιοληψία γίνεται κυρίως μέσω δικτύων. Υπάρχει η δυνατότητα όμως να γίνει και μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (π.χ ίσως κάποιοι πελάτες προτιμούν αυτόν τον τρόπο ή δεν έχουν τον κατάλληλο φυλλομετρητή για τη συναλλαγή).

¹² Αρσένης Πασχόπουλος & Παναγιώτης Σκαλτσάς, Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Νέο περιβάλλον, Νέα εργαλεία, Νέοι ηγέτες, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα, 2000.

¹³ Σοφία Καϊτατζή-Γουϊτλοκ, Η επικράτεια των πληροφοριών, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα 2003.

Παράδοση προϊόντος: Για την παράδοση των προϊόντων εκείνων που η φύση τους το επιτρέπει, όπως είναι το λογισμικό και τα μουσικά αρχεία, μπορεί να χρησιμοποιηθεί το διαδίκτυο. Για τα υπόλοιπα συνήθως χρησιμοποιείται το παραδοσιακό ταχυδρομείο.

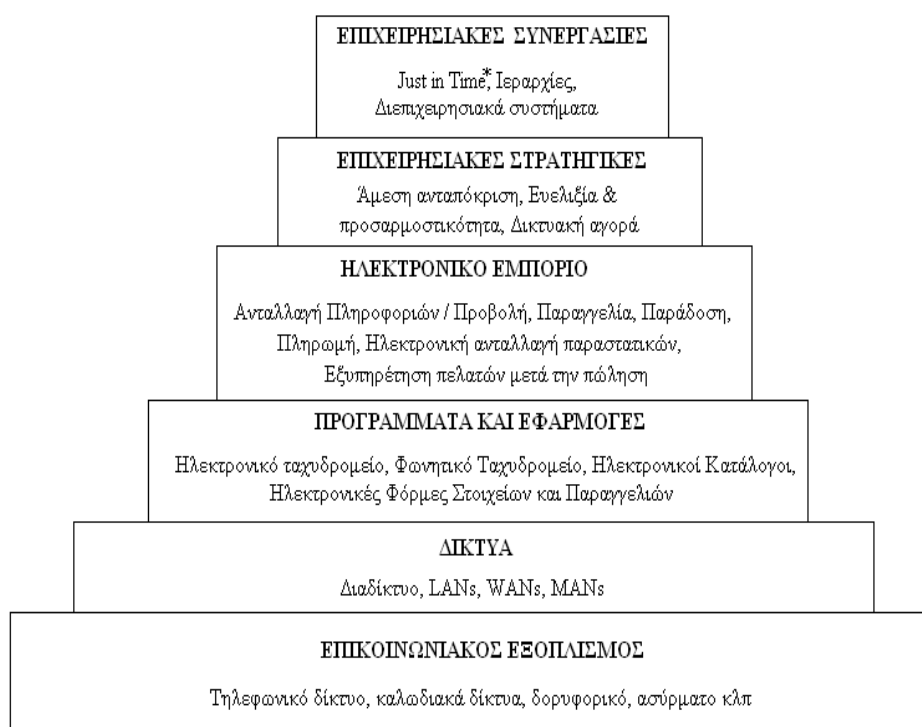
Πληρωμή: Η τεχνολογία επιτρέπει πλέον την πληρωμή των προϊόντων ηλεκτρονικά. Ο συνηθέστερος τρόπος μέχρι τώρα είναι με τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας του πελάτη.

Ανταλλαγή παραστατικών: Αυτό σημαίνει ότι μπορεί να γίνει ανταλλαγή των παραστατικών, όπως δελτίων παραγγελίας, δελτίων αποστολής και τιμολογίων μεταξύ της επιχείρησης και των προμηθευτών, των διανομέων και των πελατών.

Εξυπηρέτηση πελατών μετά την πώληση: Η τεχνολογία μπορεί να χρησιμοποιηθεί από την επιχείρηση για να αντλήσει πληροφορίες σχετικά με το πόσο ικανοποιημένος έμεινε ο πελάτης από το προϊόν και σχετικά με τη χρήση που κάνει στο προϊόν (πολύ, λίγο, συχνή, αραιή). Εάν θέλει ο πελάτης μπορεί να γράψει λίγα λόγια σε ένα ηλεκτρονικό βιβλίο “ευχαριστημένων πελατών”. Επιπλέον θα πρέπει να δίνονται πληροφορίες σχετικά με λύσεις σε πιθανά προβλήματα που μπορεί να συναντήσει ο πελάτης κατά τη χρήση του προϊόντος, σημεία στα οποία μπορεί να απευθυνθεί για συντήρηση, ημερομηνίες κυκλοφορίας της νέας έκδοσης του προϊόντος κ.α¹⁴.

¹⁴ Αρσένης Πασχόπουλος & Παναγιώτης Σκαλτσάς, Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Νέο περιβάλλον, Νέα εργαλεία, Νέοι ηγέτες, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα, 2000

Στην εικόνα 2 αποτυπώνεται η δομή του συστήματος ΗΕ, από τα θεμέλια που είναι οι τηλεπικοινωνίες, οι οποίες κάνουν δυνατές τις συναλλαγές μέσω διαδικτύου, έως τη κορυφή, που είναι οι σχέσεις που συνάπτουν οι επιχειρήσεις μεταξύ τους μέσω δικτύου :



Εικόνα 2 Δομή συστήματος ΗΕ

Ο επικοινωνιακός εξοπλισμός είναι η βάση του ηλεκτρονικού εμπορίου και επιτρέπει τη δημιουργία δικτύων. Τα δίκτυα αντιστοιχούν σε διαφορετικούς τρόπους επικοινωνίας, τους οποίους οι επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιούν για να έλθουν σε επαφή με άλλες επιχειρήσεις ή και με τους τελικούς καταναλωτές.

Πάνω στα δίκτυα υπάρχουν τα προγράμματα και οι εφαρμογές που συντελούν στην λειτουργία του ΗΕ. Έτσι το ηλεκτρονικό εμπόριο γίνεται εργαλείο, το οποίο χρησιμοποιεί η επιχείρηση με σκοπό τη διαμόρφωση στρατηγικής και την ανάπτυξη πλεονεκτημάτων έναντι των ανταγωνιστών της.

Επιπλέον, η επιχείρηση χρησιμοποιεί το διαδίκτυο σε συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις του κλάδου ή άλλων κλάδων, ή ακόμη και με κυβερνητικές υπηρεσίες με σκοπό την μείωση του κόστους οργάνωσης και διαχείρισης.

Τέλος το Just In Time, αποσκοπεί στη μείωση του κόστους αποθεματικών (πρώτων υλών και αποθηκευτικού χώρου), μέσω της έγκαιρης παραγωγής του προϊόντος, κατά την προσωπική βούληση του εν δυνάμει πελάτη και στην ποσότητα που θα το ζητήσει¹⁵.

1.1.2 ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΚΟΠΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου έχει συμβάλλει στην καλύτερη και ταχύτερη εξυπηρέτηση του καταναλωτή. Καταρχάς ο πελάτης μπορεί να πάσα στιγμή να προβεί σε αγορά – παραγγελία χωρίς να δεσμεύεται από το ωράριο των εμπορικών καταστημάτων μιας και τα ηλεκτρονικά καταστήματα λειτουργούν 24 ώρες το εικοσιτετράωρο. Το κόστος αγοράς των προϊόντων μέσω διαδικτύου είναι κατά γενικό κανόνα χαμηλότερο από τις αντίστοιχες τιμές του προϊόντος στο εμπόριο διότι είναι απαλλαγμένο από ένα μεγάλο μέρος των λειτουργικών εξόδων σε σχέση με ένα πραγματικό κατάστημα (ενοίκιο επαγγελματικής στέγης, ηλεκτρικό νερό, εκτεταμένη απασχόληση υπαλληλικού προσωπικού κτλ). Σημαντικό είναι επίσης ότι η αγορά είναι παγκόσμια δηλαδή μπορεί κανείς να αγοράσει κάτι ακόμα κι αν δεν κυκλοφορεί στην χώρα του. Επίσης η συναλλαγή είναι ταχύτερη διότι από την στιγμή που ολοκληρώνεται η παραγγελία το αργότερο σε 3-4 ημέρες θα γίνει και η παραλαβή του προϊόντος.

Παρόλα τα οφέλη που απολαμβάνει ο καταναλωτής θα πρέπει να επισημάνουμε και τους κινδύνους που περικλείουν οι ηλεκτρονικές συναλλαγές.

¹⁵ Αρσένης Πασχόπουλος & Παναγιώτης Σκαλτσάς, Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Νέο περιβάλλον, Νέα εργαλεία, Νέοι ηγέτες, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα, 2000, σελ. 32-40

Ένας σοβαρός κίνδυνος για τον καταναλωτή που επιλέγει να κάνει χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η πλαστοπροσωπία δηλαδή στο να χρησιμοποιήσει κάποιος άλλος την δικτυακή του ταυτότητα .Η επίλυση αυτού του προβλήματος είναι τόσο τεχνικά όσο και διαδικαστικά και νομικά.

Επιπλέον, λόγω του ότι οι πληρωμές είναι απρόσωπες και χωρίς να είναι γνωστή η γεωγραφική θέση των μερών μπορούν να χρησιμοποιηθούν κλασικές περιπτώσεις εξαπάτησης. Στις πληρωμές μέσω διαδικτύου είναι δύσκολο να φτιάξει κανείς εγγυητική αρχή. Ο κίνδυνος που υπάρχει είναι να εγγραφεί ένας μεγάλος αριθμός πληρωμών, να μην συμψηφιστεί άμεσα και η εταιρεία να μην αποστείλει το προϊόν. Σε αυτή την περίπτωση μπορεί ο πελάτης να μην λάβει το προϊόν το οποίο έχει αγοράσει.

1.2 ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να εξετασθεί από διάφορες σκοπιές. Από τη σκοπιά των επικοινωνιών το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι παράδοση πληροφοριών, προϊόντων και υπηρεσιών ή πληρωμών μέσω τηλεφωνικών συνδέσεων και δικτύων υπολογιστών.

Επιχειρηματικά, το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι η εφαρμογή της τεχνολογίας για τη βελτίωση και αυτοματοποίηση των συναλλαγών και της ροής διαδικασιών. Για την παροχή των υπηρεσιών, το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί εργαλείο που ικανοποιεί το αίτημα των επιχειρήσεων, των καταναλωτών και των διαχειριστών με σκοπό την μείωση του κόστους αυτών και διάθεσης αγαθών. Επίσης, βελτιώνει τη ποιότητα των προϊόντων με μείωση των χρόνων παραγωγής και παράδοσής τους.

Τέλος από τη σκοπιά της online υπηρεσίας, το ηλεκτρονικό εμπόριο παρέχει τη δυνατότητα αγοράς και πώλησης προϊόντων σε πραγματικό χρόνο μέσω του Internet ανεξάρτητα από το χρόνο και την απόσταση.¹⁶

Ανάλογα με το είδος των εμπορικών εταιρών που συμμετέχουν σε διαδικασίες ΗΕ μπορούμε να διακρίνουμε το ΗΕ στις εξής κατηγορίες¹⁷ :

1. το ενδο-επιχειρησιακό,
2. το διεπιχειρησιακό (B2B),
3. το ΗΕ επιχείρηση προς πελάτη (B2C),
4. το ΗΕ επιχείρηση προς δημόσια διοίκηση (B2A) και

¹⁶ Kalakota, R. , Whinston, A. B. , “Electronic Commerce: A Manager’s Guide”, Addison Wesley Longman Inc., Reading, Mass, 1997

¹⁷ Αμαλία Μήλιου & Ανδρέας Πομπόρτσας, Αξίες Προστιθέμενης Αξίας στο Διαδίκτυο, Εκδόσεις Τζιόλα, Αθήνα, 2004

5. το HE καταναλωτής προς δημόσια διοίκηση (C2A).

Σκοπός του *ενδο-επιχειρησιακού HE* είναι να βοηθήσει μια επιχείρηση να διατηρήσει τις σχέσεις εκείνες που είναι κρίσιμες στην παροχή προστιθέμενης αξίας στους πελάτες. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την ολοκλήρωση διαφόρων λειτουργιών του οργανισμού.

Όσον αφορά το **B2B**, μια επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιήσει τις επικοινωνίες και την ψηφιακή τεχνολογία για την διεκπεραίωση διαδικασιών προμήθειας, αποστολής και πληρωμής αγαθών και υπηρεσιών προς άλλες επιχειρήσεις.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει σε επιχειρήσεις να βελτιώσουν τη μεταξύ τους συνεργασία, απλοποιώντας τις διαδικασίες και το κόστος της προμήθειας προϊόντων, την ταχύτερη αποστολή των προμηθειών και τον αποτελεσματικότερο έλεγχο του επιπέδου αποθεμάτων. Επιπλέον καθιστά ευκολότερη την αρχειοθέτηση των σχετικών εγγράφων και ποιοτικότερη την εξυπηρέτηση πελατών.

Η δυνατότητα ηλεκτρονικής σύνδεσης με προμηθευτές και διανομείς καθώς και η πραγματοποίηση ηλεκτρονικών πληρωμών βελτιώνουν ακόμη περισσότερο την αποτελεσματικότητα: οι ηλεκτρονικές πληρωμές περιορίζουν το ανθρώπινο σφάλμα, αυξάνουν την ταχύτητα και μειώνουν το κόστος των συναλλαγών. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι στην αρχική του μορφή το B2B εμπόριο αποτελούνταν από διαδικασίες EDI οι οποίες στην συνέχεια εξελίχθηκαν.¹⁸

Το **B2C είναι** η πιο γνωστή μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου κατά την οποία η επιχείρηση χρησιμοποιεί πληροφοριακά συστήματα για τη λιανική πώληση προϊόντων και υπηρεσιών, κυρίως μέσα από τα δίκτυα ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Ο καταναλωτής έχει πρόσβαση σε μια τεράστια ποικιλία προϊόντων σε δικτυακούς κόμβους-καταστήματα, όπου μπορεί να τα δει ,να επιλέξει και

¹⁸ Αρσένης Πασχόπουλος & Παναγιώτης Σκαλτσάς, Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Νέο περιβάλλον, Νέα εργαλεία, Νέοι ηγέτες, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα, 2000

εκτελέσει την αγορά, ενώ παρέχεται και η δυνατότητα να τα δοκιμάζει μέσω ειδικών προγραμμάτων. Επίσης, ανακαλύπτει προϊόντα τα οποία δεν θα μπορούσε να βρει εύκολα στη χώρα του, και έτσι μπορεί να συγκρίνει τις τιμές.

Το **B2A**, καλύπτει όλες τις συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και δημόσιων οργανισμών. Προς το παρόν, αυτή η κατηγορία είναι σε αρχικό στάδιο, αλλά μπορεί να αναπτυχθεί ραγδαία. Επιπροσθέτως, οι διοικήσεις των οργανισμών πρέπει να μεριμνούν για ηλεκτρονικές συναλλαγές που περιλαμβάνουν επιστροφές ΦΠΑ και δασμών.

Τέλος, στον τομέα του **C2A** αν και καθυστέρησε περισσότερο από όλους τους προηγούμενους, ειδικά στην Ελλάδα, έχει αρχίσει και κερδίζει σταθερά έδαφος.

Στον τομέα αυτό πολλές υπηρεσίες της Δημόσιας Διοίκησης προς τους πολίτες έχουν μηχανογραφηθεί και πλέον προσφέρονται μέσω των κυβερνητικών ιστοτόπων προς τους πολίτες μέσω του Internet. Έτσι πολλές δραστηριότητες όπως λογιστικές και φορολογικές μπορούν να εξυπηρετηθούν μέσα από το Internet ενώ προετοιμάζεται ένας μεγάλος όγκος τέτοιων υπηρεσιών προς τους πολίτες στο χώρο της Υγείας και της Εκπαίδευσης.¹⁹

Συμπερασματικά, το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η αυτοματοποίηση των εμπορικών συναλλαγών με τη χρήση της τεχνολογίας ηλεκτρονικών υπολογιστών και τηλεπικοινωνιών. Σήμερα οι εταιρίες ανεξάρτητα από το μέγεθός τους χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για να διασυνδέσουν τους πελάτες τους ή τους συνεργάτες και προμηθευτές τους με το μηχανογραφικό τους σύστημα (back-end) που μπορεί να περιλαμβάνει τη διαχείριση των προμηθειών, τις παραγγελίες, την τιμολόγηση, την αποθήκη και άλλα.²⁰

¹⁹ Korper Steffano, Ellis Juanita, (2001) The E-commerce book: building the E-Empire, Academic Press

²⁰ Westland, J.C., Clark, T.H.K., “Global Electronic Commerce. Theory and Case Studies”, The MIT Press, Cambridge, 2000

2 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ (E-SHOP)

2.1.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Μια ηλεκτρονική αγορά είναι ένας δικτυακός τόπος όπου πολλαπλοί αγοραστές και προμηθευτές πραγματοποιούν επιχειρηματικές συναλλαγές μεταξύ του διαδικτύου. Οι συναλλαγές μεταξύ εταιριών μέσω του διαδικτύου επιβάλλουν την συνεργασία με εταιρίες πληροφορικής οι οποίες μπορούν να επεμβαίνουν στις διαδικασίες παραγγελιών των εταιριών και να σημειώνουν τις συναλλαγές. Οι ηλεκτρονικές επιχειρηματικές αγορές απορρέουν από την ανάπτυξη και τη γενικευμένη χρήση του διαδικτύου ως νέο μέσο για την επιχειρηματικότητα.

Οι ηλεκτρονικές αγορές βρίσκονται σε μεγάλη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια και αυτό οφείλεται στην δυνατότητα πρόσβασης σε μεγαλύτερο αριθμό πελατών και της εξοικονόμησης χρημάτων για την προώθηση των προϊόντων. Στις μεγαλύτερες αγορές παγκοσμίως, οι επιχειρήσεις αναπτύσσονται παρέχοντας τα προϊόντα τους μέσω του διαδικτύου.²¹

Το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών των εταιριών βρίσκεται στις ΗΠΑ. Στην Ευρώπη ο μεγαλύτερος αριθμός τέτοιων εταιριών βρίσκεται στην Μεγάλη Βρετανία. Στις άλλες χώρες οι εταιρίες είναι λίγες και συνήθως είναι υποκαταστήματα μεγαλύτερων εταιριών.

Οι ηλεκτρονικές επιχειρηματικές αγορές, όπως δίνονται από την IBM, χωρίζονται σε 4 διαφορετικές κατηγορίες:

- Αγορές καθοδηγούμενες από αγοραστές (buyer-driven)
- Αγορές καθοδηγούμενες από προμηθευτές (seller-driven).

²¹ IBM Corporation, (2000)"Creating a successful business-to-business e-marketplace - Strategic design considerations"

- Ανεξάρτητες αγορές (independent)
- Αγορές καθοδηγούμενες από παροχές τεχνολογικών εφαρμογών (technology providers)

Η πιο δημοφιλής αγορά είναι αυτή των ανεξαρτήτων ηλεκτρονικών αγορών. Αυτό συμβαίνει γιατί η ανεξάρτητη αγορά παρέχει ευελιξία και στους αγοραστές και τους πωλητές, οι οποίοι δεν έχουν το επιχειρηματικό ρίσκο της υλοποίησης δικών τους ηλεκτρονικών αγορών και δεν είναι αναγκαίο να επενδύσουν σε δική τους, εφόσον δεν υφίστανται το κόστος λειτουργίας και συντήρησης κλπ.

Η αγορά που καθοδηγείται από αγοραστές, έχει περισσότερο ξεκάθαρους στόχους και αντικείμενο. Οι δημιουργοί κάθε ηλεκτρονικής αγοράς προσβλέπουν σε άμεσα οικονομικά οφέλη από τη λειτουργία της, που προέρχονται από οικονομίες κλίμακας λόγω των ηλεκτρονικών συναλλαγών, οικονομία από την πτώση των τιμών λόγω ανταγωνισμού των προμηθευτών και ακόμη έσοδα από την «πώληση υπηρεσιών σε τρίτους αγοραστές-χρήστες τις αγοράς». ²²

Η κατηγορία που καθοδηγείται από παροχείς τεχνολογικών εφαρμογών, έχει χαμηλότερο ενδιαφέρον για τη δημιουργία ηλεκτρονικών αγορών της κατηγορίας αυτής. Όσον αφορά τη κατηγορία που αφορά αγορές καθοδηγούμενες από προμηθευτές, ενέχει σημαντικό ρίσκο επένδυσης σε σχέση με τις άλλες κατηγορίες, δεδομένου ότι ένα σύνολο παραγόντων που διαμορφώνουν την πώληση, δεν είναι εύκολα προβλέψιμο.

Στον **πίνακα 1** παρουσιάζονται στατιστικά στοιχεία για τις ηλεκτρονικές επιχειρηματικές αγορές που λειτουργούν ανά κλάδο δραστηριοποίησης και αφορούν τον αριθμό αγορών παγκοσμίως :

²² Fiore Frank (2001,) ‘*E-Marketing: Επιχειρηματικές εφαρμογές*’, Αθήνα Εκδόσεις Β. Γκιουρδας

Στατιστικά στοιχεία για τις ηλεκτρονικές επιχειρηματικές αγορές που λειτουργούν ανά κλάδο δραστηριοποίησης και αφορούν τον αριθμό αγορών παγκοσμίως

Βιομηχανικός κλάδος	Αριθμός ηλεκτρονικών αγορών	Βιομηχανικός κλάδος	Αριθμός ηλεκτρονικών αγορών
Οριζόντιες Αγορές	141	Ενέργεια	29
Βιομηχανικός εξοπλισμός και υπηρεσίες	133	Επιστήμη	28
Μεταφορές αγαθών	110	Αεροπορία	26
Ποτό-Φαγητό	89	MME	24
Ηλεκτρονικά	74	Εξοπλισμός	24
Γεωργία	72	Δασοκομία	24
Οικοδομές	71	Γεωγραφικού Περιεχομένου	22
IT Προϊόντα	61	Ναυτιλιακά	22
Ιατρικά	60	Κυβέρνηση	20
Υπηρεσίες	58	Περιβάλλον	18
Οικονομικά –Ασφαλιστικά Προϊόντα	52	Χαρτί και Πολτός Χαρτιού	17
Χημικά	51	Φιλοξενία	17

		Διασκέδαση	
Μέταλλα	39	Συσκευασία	13
Καταναλωτικά Αγαθά	38	Εκπαίδευση Επιμόρφωση	12
Τηλεπικοινωνίες	36	Εργοστάσια	11
Υφάσματα και δέρματα	35	Κτηματομεσιτικ ές Υπηρεσίες	10
Απογραφή και Ανταλλαγή	35	Τέχνες Ψυχαγωγία	6
Αυτοκίνηση	33	Προϊόντα «δεύτερο χέρι»	5
Εκτυπώσεις	31	Άμυνα	3
Πλαστικά κ Ελαστικά	30	Άλλοι κλάδοι	61
ΣΥΝΟΛΟ	1641		

Πίνακας 1 : Περισσότερο συχνά εμφανιζόμενα e-marketplaces ανά επιχειρηματικό κλάδο (Πηγή : www.emarketplaces.com)

Τα αντίστοιχα στοιχεία για την Ευρωπαϊκή Ένωση, παρουσιάζονται στον **πίνακα 2:**

<i>ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ</i>	<i>ΑΡΙΘΜΟΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΑΓΟΡΩΝ</i>	<i>ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ</i>
Οριζόντιες Αγορές	89	7,9%
Μεταφορές αγαθών	87	7,8%
Βιομηχανικός εξοπλισμός και υπηρεσίες	86	7,7%
Ποτό-Φαγητό	80	7,2%
Γεωργία	64	5,7%
Οικοδομές κ Κατασκευές	60	5,4%
Χημικά	47	4,2%
Υπηρεσίες	42	3,8%
IT Προϊόντα κ Υπηρεσίες	40	3,6%
Πλαστικά και Ελαστικά	40	3,6%

Πίνακας 2 : Αριθμός ηλεκτρονικών αγορών στην Ευρωπαϊκή Ένωση
(Πηγή : www.emarketplaces.com)

Ουσιαστικά, η ηλεκτρονική αγορά αποτελεί μια διαδικασία κατά την οποία οι καταναλωτές αγοράζουν κατευθείαν προϊόντα από έναν πωλητή, σε πραγματικό χρόνο με την βοήθεια του διαδικτύου. Πρόκειται για μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου, χωρίς την ύπαρξη διαμεσολαβητή και το **ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop)** επιτελεί αυτό τον ρόλο.

Μέσα από την ραγδαία αύξηση της τεχνολογίας, η αγορά μέσω ηλεκτρονικών καταστημάτων διαδόθηκε. Για να μπορέσει κάποιος να πραγματοποιήσει συναλλαγή/ αγορά μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος, πρέπει να έχει πρόσβαση σε ηλεκτρονικό υπολογιστή και στο διαδίκτυο, να έχει πιστωτική κάρτα ή κάρτα προπληρωμής.

Η επιτυχής διακίνηση, πώληση και προώθηση προϊόντων μέσω διαδικτύου απαιτεί πληθώρα ικανοτήτων από την πλευρά του διαχειριστή ενός ηλεκτρονικού καταστήματος.²³ Οι διαχειριστές πρέπει να είναι γνώστες του τοπικού και του νομικού πλαισίου που διέπει την συγκρότηση ενός ηλεκτρονικού καταστήματος και να παρακολουθούν τις διεθνείς εξελίξεις που αφορούν τις 7 περιοχές ενός συνεχώς μεταβαλλόμενου περιβάλλοντος :

- ιδιωτικότητα
- ασφάλεια
- πνευματική ιδιοκτησία
- φορολόγηση
- εισαγωγή/εξαγωγή
- ευχρηστία

²³ Dickinson K. (1998), *Keeping an electronic commerce shop*, Standard View, vol.6, no.3

2.1.2 ΤΡΟΠΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ



Ο τρόπος λειτουργίας του ηλεκτρονικού καταστήματος από τη πλευρά του πελάτη-αγοραστή είναι αρκετά απλός. Και περιγράφεται αρκετά απλά και αναλυτικά από τις περισσότερες εταιρίες παροχής υπηρεσιών κατασκευής και διαχείρισης ηλεκτρονικών καταστημάτων.

- Ο επισκέπτης εισέρχεται το ηλεκτρονικό κατάστημα
- Εντοπίζει τα προϊόντα που τον ενδιαφέρουν και τα προσθέτει στο εικονικό του καλάθι αγορών
- Όταν έχει προσθέσει όλα τα προϊόντα που τον ενδιαφέρουν, πηγαίνει στο

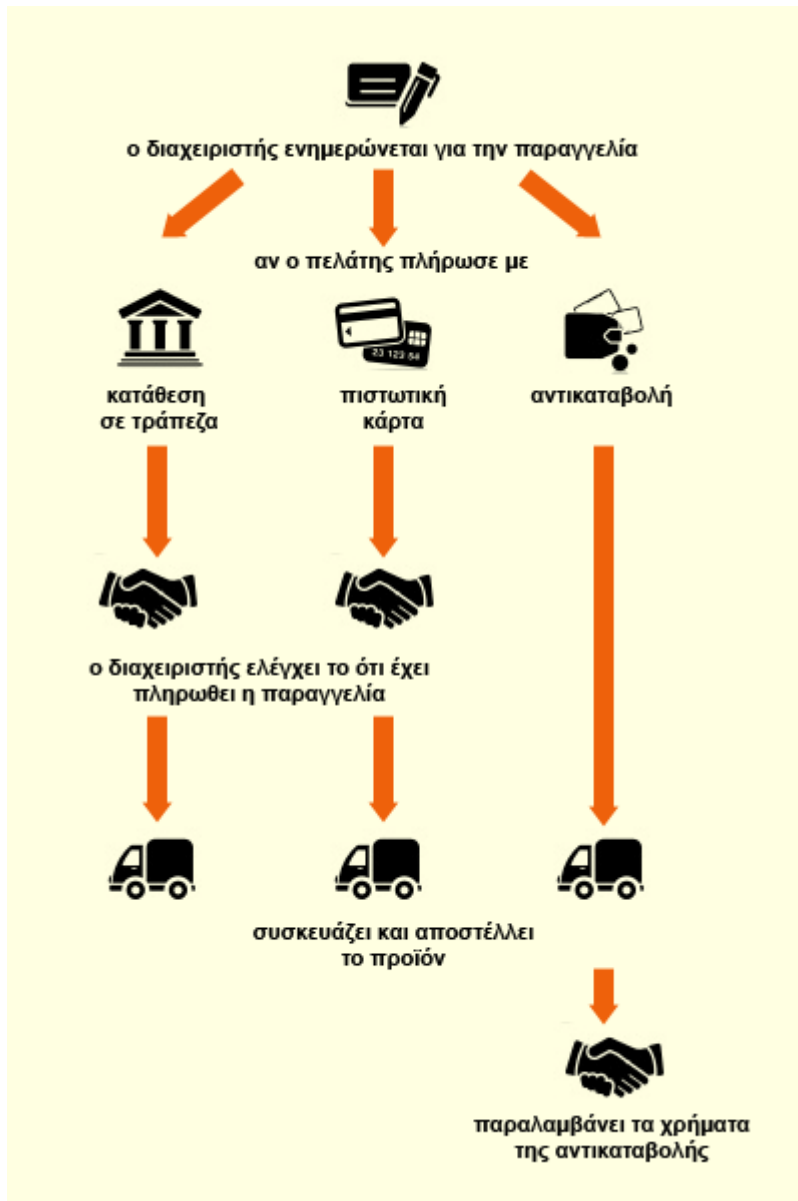
«ηλεκτρονικό ταμείο» του καταστήματος.

Εκεί συμπληρώνει τα στοιχεία του, επιλέγει τρόπο αποστολής και τρόπο πληρωμής, από αυτούς που διαθέτει το κατάστημα:

ο Αν επιλέξει κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό λαμβάνει τα στοιχεία του και τον κωδικό της παραγγελίας του. Έπειτα, επισκέπτεται την

τράπεζα και κάνει κατάθεση του χρηματικού ποσού, με αιτιολόγηση τον κωδικό της παραγγελίας του.

ο Αν επιλέξει χρέωση μέσω αντικαταβολής, τότε απλά αναμένει την ειδοποίηση από το ταχυδρομείο



ο Τέλος, αν επιλέξει χρέωσης μέσω πιστωτικής κάρτας, τότε εισάγει τα στοιχεία της κάρτας του, η χρέωση γίνεται αυτόματα και απλά αναμένει την άφιξη των προϊόντων

Από τη πλευρά του διαχειριστή είναι επίσης απλή η διαδικασία και δεν χρειάζονται εξειδικευμένες γνώσεις υπολογιστών για να διαχειριστούμε

ένα ηλεκτρονικό κατάστημα.

- Με την πραγματοποίηση οποιασδήποτε παραγγελίας, ο διαχειριστής λαμβάνει ειδοποίηση ή email. Έχοντας τα στοιχεία της παραγγελίας και της αποστολής του προϊόντος άμεσα διαθέσιμα ελέγχει τον τρόπο πληρωμής:

- Αν ο πελάτης έχει επιλέξει χρέωση μέσω πιστωτικής κάρτας, τότε ο καταστηματάρχης έχει λάβει ήδη τα χρήματα, οπότε απλά ετοιμάζει την παραγγελία.

- Αν ο πελάτης έχει επιλέξει κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό, αρκεί να επιλέξει την τράπεζα για την κατάθεση των χρημάτων. Από την αιτιολόγηση κατάθεσης μπορεί άμεσα να ετοιμάσει την παραγγελία για αποστολή.

- Τέλος, αν ο πελάτης έχει επιλέξει αντικαταβολή, ετοιμάζει την παραγγελία για αποστολή και ενημερώνει το ταχυδρομείο για το κόστος της αντικαταβολής.

Επιπλέον, αν το επιθυμεί ο διαχειριστής του καταστήματος, το λογισμικό του ηλεκτρονικού καταστήματος ενημερώνει τον καταστηματάρχη για τα πλήρη στοιχεία της αποστολής του πελάτη, και του δίνει τη δυνατότητα να εκτυπώσει άμεσα δελτίο αποστολής/ τιμολόγιο (το δελτίο αποστολής περιλαμβάνει τη διεύθυνση του παραλήπτη και επισυνάπτεται στο δέμα των προϊόντων για άμεση παραλαβή από το ταχυδρομείο / κούριερ).

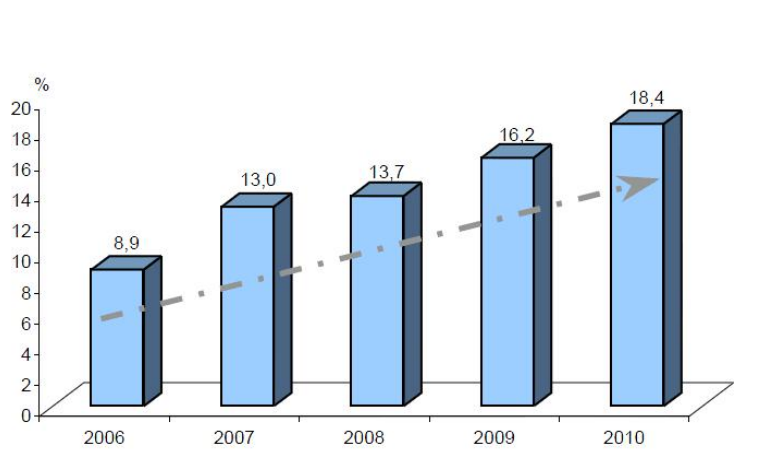
2.2 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 2010

2.2.1 ΠΡΟΦΙΛ ΎΣΩΝ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΟΥΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Επιφυλακτικοί χαρακτηρίζονται οι Έλληνες καταναλωτές όσο αφορά την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών από το διαδύκτιο σύμφωνα με την έρευνα που πραγματοποίησε η Ελληνική Στατιστική Αρχή και η οποία δημοσιοποιήθηκε τον Μάρτιο του 2011. (<http://www.statistics.gr/>)

Συγκεκριμένα φαίνεται ότι το ποσοστό των χρηστών του διαδικτύου που κατά το Α' τρίμηνο του έτους πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές ανέρχεται μόλις στο 18,4%. Ωστόσο, οι μειωμένοι ρυθμοί αύξησης, 13,6% για το χρονικό διάστημα 2009 – 2010 σε σύγκριση με το 18,2% για το 2008 – 2009, αντικατοπτρίζουν την επιφυλακτικότητα για αγορές μέσω διαδικτύου. Ο δε μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής των αγορών μέσω του διαδικτύου, για την πενταετία 2006 – 2010, ανέρχεται στο 20,8%.

Στο διάγραμμα που ακολουθεί παρουσιάζονται τα παραπάνω στοιχεία

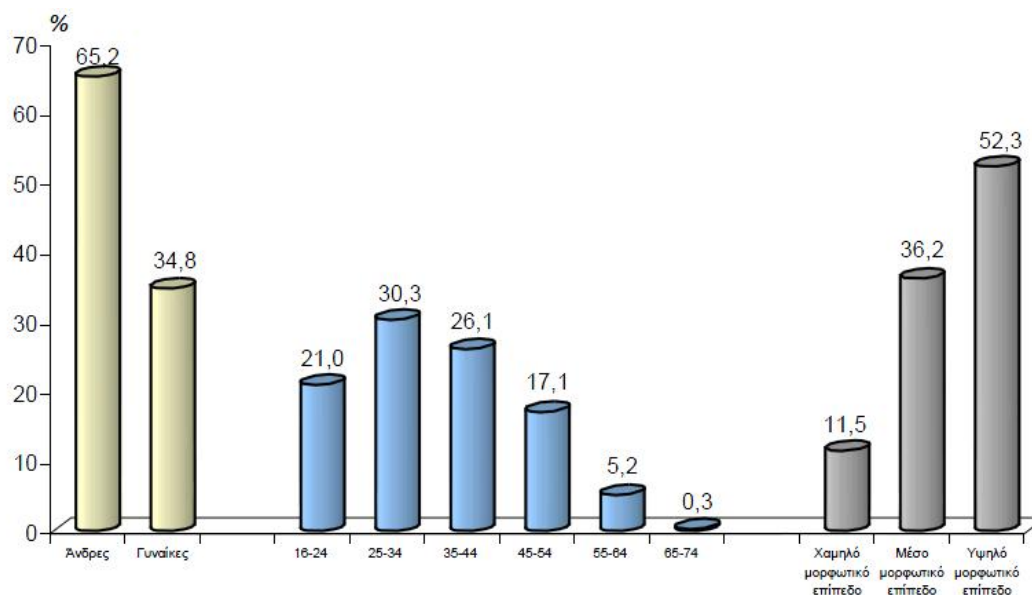


Εικόνα 3 Ηλεκτρονικό εμπόριο Α' τρίμηνο 2006-2010

Αναλύοντας το προφίλ των χρηστών που πραγματοποιούν ηλεκτρονικές αγορές παρατηρούμε ότι το ανδρικό φύλο φαίνεται να υπερτερεί σε ποσοστό 65,2% σε σχέση με το γυναικείο (34,8%) που παρουσιάζεται πιο διστακτικό στις

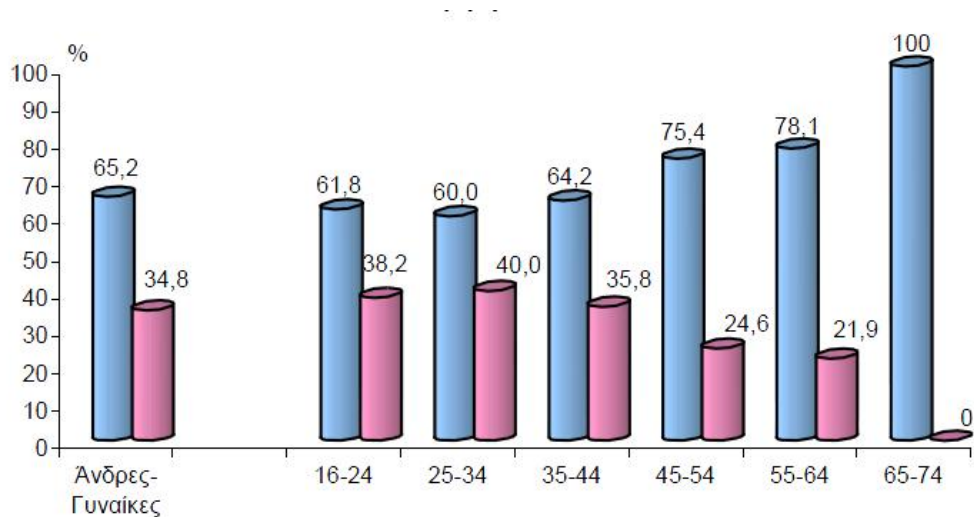
παραγγελίες του. Επιπλέον οι άνθρωποι ηλικίας 25-35 ετών δείχνουν να εμπιστεύονται περισσότερο τις αγορές μέσω διαδικτύου. Τέλος σε ότι αφορά το μορφωτικό επίπεδο, τα άτομα που είναι απόφοιτοι ανώτερης ή ανώτατης εκπαίδευσης πραγματοποιούν σημαντικά περισσότερες συναλλαγές (52,3%) από τα άτομα που το μορφωτικό τους επίπεδο χαρακτηρίζεται ως χαμηλό (11,5%).

Πρέπει να σημειωθεί, ωστόσο, ότι διαφορές παρατηρούνται στο προφίλ όσων χρησιμοποιούν το διαδίκτυο, ανεξάρτητα από την πραγματοποίηση ή μη ηλεκτρονικών αγορών, και όσων πραγματοποιούν ηλεκτρονικές αγορές, αφού για τους τελευταίους το επίπεδο εκπαίδευσης είναι υψηλότερο (απόφοιτοι ΤΕΙ/ ΑΤΕΙ, ΑΕΙ, κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος).



Εικόνα 4 Ηλεκτρονικές αγορές, κατά φύλο, ηλικιακή ομάδα και επίπεδο εκπαίδευσης Α' τρίμηνο 2010.

Εντυπωσιακή είναι, η ποσοστιαία διαφορά που παρατηρείται ανάμεσα στα δύο φύλα αφού οι άνδρες φαίνεται να ξεπερνούν τις γυναίκες στην πραγματοποίηση ηλεκτρονικών αγορών κατά, περίπου, 30 ποσοστιαίες μονάδες, στοιχείο που, αφενός δεν εμφανίζεται στο προφίλ όσων κάνουν χρήση του διαδικτύου (άνδρες 53,9%, γυναίκες 46,1%), και αφετέρου μπορεί να δηλώνει αρκετά για τις καταναλωτικές συνήθειες των γυναικών.



Εικόνα 5 Ηλεκτρονικές αγορές, κατά ηλικιακή ομάδα και φύλο. Ά τρίμηνο 2010.

2.2.2 ΑΓΟΡΑΖΟΜΕΝΑ / ΠΑΡΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΑ ΕΙΔΗ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ

Τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που αγοράστηκαν ή παραγγέλθηκαν από το διαδίκτυο για προσωπική χρήση, κατά τη χρονική περίοδο Απρίλιος 2009 – Μάρτιος 2010, είναι, κυρίως, ηλεκτρονικές συσκευές και βιντεοκάμερες, φωτογραφικές μηχανές, κινητά τηλέφωνα, τηλεοράσεις, DVDs κλπ. (28,5%), ταξιδιωτικές υπηρεσίες, όπως εισιτήρια, ενοικίαση αυτοκινήτου κλπ. (27,8%), και είδη ένδυσης και υπόδησης – αθλητικά είδη (24,5%).

Τα είδη και οι υπηρεσίες που παρουσιάζουν μεγαλύτερη αύξηση, σε σχέση με το 2009, είναι προϊόντα όπως λογισμικό για ηλεκτρονικό υπολογιστή, ηλεκτρονικές συσκευές, οικιακά είδη και είδη ένδυσης.

Αν και τα προηγούμενα χρόνια υπηρεσίες όπως η διαμονή σε καταλύματα, οι ταξιδιωτικές υπηρεσίες και η αγορά εισιτηρίων για εκδηλώσεις (συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις, κινηματογράφο) είχαν τη σαφή προτίμηση όσων πραγματοποιούν ηλεκτρονικές αγορές, το 2010 εμφανίζουν μια σταθερότητα, ενώ, ειδικότερα, οι ταξιδιωτικές υπηρεσίες εμφανίζουν μείωση κατά 10%. Μείωση καταγράφεται και στην αγορά/ παραγγελία ταινιών και μουσικής (DVDs, CDs, βιντεοκασετών κλπ.), αλλά και στην αγορά/ παραγγελία παιχνιδιών για ηλεκτρονικό υπολογιστή.

Αναλυτικά, τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που παραγγέλθηκαν ή αγοράστηκαν ηλεκτρονικά, κατά τη χρονική περίοδο Απρίλιος 2009 – Μάρτιος 2010, παρουσιάζονται στον πίνακα 3 που ακολουθεί.

Αγαθά και υπηρεσίες που αγοράστηκαν / παραγγέλθηκαν από το διαδίκτυο: Απρίλιος 2009 – Μάρτιος 2010	
ΑΓΑΘΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	% του συνολικού αριθμού αγορών
Ηλεκτρονικές συσκευές (βιντεοκάμερες, φωτογραφικές μηχανές, κινητά τηλέφωνα, τηλεοράσεις, DVDs κλπ.)	28,5
Ταξιδιωτικές υπηρεσίες (εισιτήρια, ενοικίαση αυτοκινήτου κλπ.)	27,8
Είδη ένδυσης και υπόδησης – αθλητικά είδη	24,5
Εξαρτήματα και περιφερειακός εξοπλισμός (hardware) ηλεκτρονικού υπολογιστή	24,1
Διαμονή σε καταλύματα (ξενοδοχεία, δωμάτια, διαμερίσματα κλπ.)	23,3
Βιβλία (σε ηλεκτρονική ή μη μορφή), περιοδικά, εφημερίδες	20,5
Εισιτήρια για εκδηλώσεις (συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις, κινηματογράφο κλπ.)	20,1
Λογισμικό για ηλεκτρονικό υπολογιστή (εξαιρουμένων computer games και video games) και αναβαθμίσεις αυτού	16,2

Οικιακά είδη (έπιπλα, παιχνίδια, είδη τέχνης, ηλεκτρικές οικιακές συσκευές κλπ.)	14,5
Άλλα (κοσμήματα, πληροφορίες από βάσεις δεδομένων κλπ.)	9,4
Ταινίες, μουσική (DVDs, CDs, βιντεοκασέτες κλπ.)	9,1
Παιχνίδια για ηλεκτρονικό υπολογιστή και παιχνιδομηχανές και αναβαθμίσεις αυτών	5,8
Υλικό ηλεκτρονικής εκμάθησης	5,4
Υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών (συνδρομές συνδρομητικής τηλεόρασης –Nova–, συνδρομές ευροζωνικής σύνδεσης, λογαριασμοί κινητού ή σταθερού τηλεφώνου καταβολή χρημάτων σε προπληρωμένη τηλεφωνική κάρτα κτλ)	4,4
Είδη διατροφής – είδη παντοπωλείου	2,3
Φάρμακα	2,2
Μετοχές, οικονομικές υπηρεσίες, ασφάλειες (κάθε είδους)	1,9

Πίνακας 3: Αγαθά και υπηρεσίες που αγοράστηκαν / παραγγέλθηκαν από το διαδίκτυο: Απρίλιος 2009 – Μάρτιος 2010

Όσον αφορά στα προϊόντα και τις υπηρεσίες για τα οποία υπάρχει η δυνατότητα να παραδοθούν on-line, χωρίς να μεσολαβεί κατ' οίκον παράδοση, πχ. με το ταχυδρομείο, αυτά σε ποσοστό 24% παραδίδονται on-line. Πρόκειται για ταινίες, μουσική, βιβλία, περιοδικά, εφημερίδες σε ηλεκτρονική μορφή, υλικό ηλεκτρονικής εκμάθησης και λογισμικό για ηλεκτρονικό υπολογιστή.

Τα προϊόντα που αγοράζονται on-line συνεχίζουν να είναι, κατά κύριο λόγο, το λογισμικό και οι αναβαθμίσεις για ηλεκτρονικό υπολογιστή συμπεριλαμβανομένων των computer games και video games (67,3% επί του συνόλου των παραδιδόμενων on-line προϊόντων) και ακολουθούν με 30,9% τα βιβλία, τα περιοδικά, οι εφημερίδες σε ηλεκτρονική μορφή, το υλικό ηλεκτρονικής εκμάθησης και με 19,9% οι ταινίες και η μουσική. Και εδώ, επίσης, παρουσιάζεται διαφορά μεταξύ των δύο φύλων, αφού το 80% όσων αγοράζουν και παραλαμβάνουν on-line τα προαναφερθέντα προϊόντα είναι άνδρες και μόνο το 20% γυναίκες.

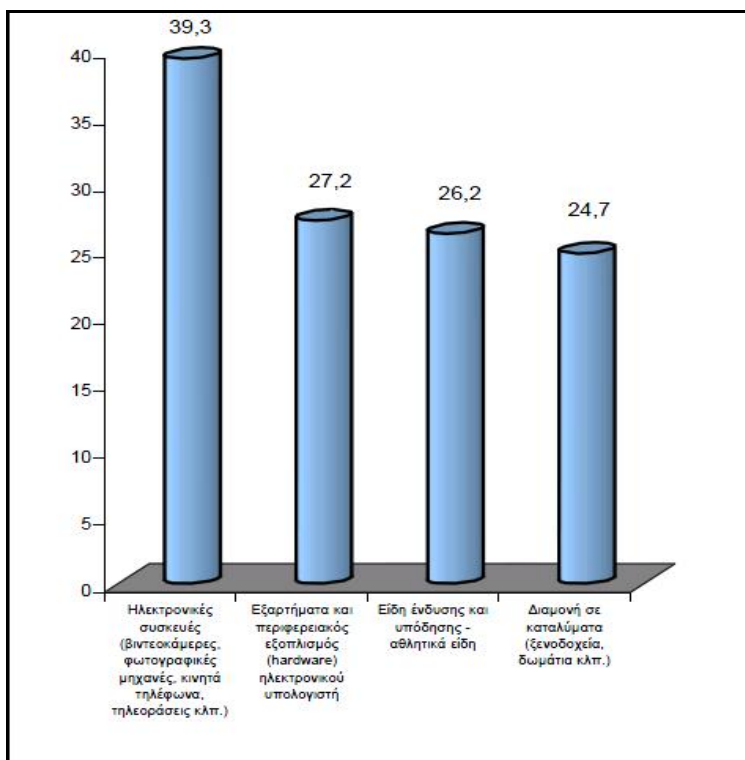
Ειδικότερα, η ποσοστιαία κατανομή των on-line προϊόντων, για αγορές κατά το χρονικό διάστημα Απρίλιος 2009 – Μάρτιος 2010, είναι η εξής:

- 31,9% του λογισμικού και των παιχνιδιών για ηλεκτρονικό υπολογιστή και αναβαθμίσεων αυτών
- 12,1% των βιβλίων, περιοδικών, εφημερίδων και του υλικού ηλεκτρονικής εκμάθησης και
- 20,6% των ταινιών και της μουσικής

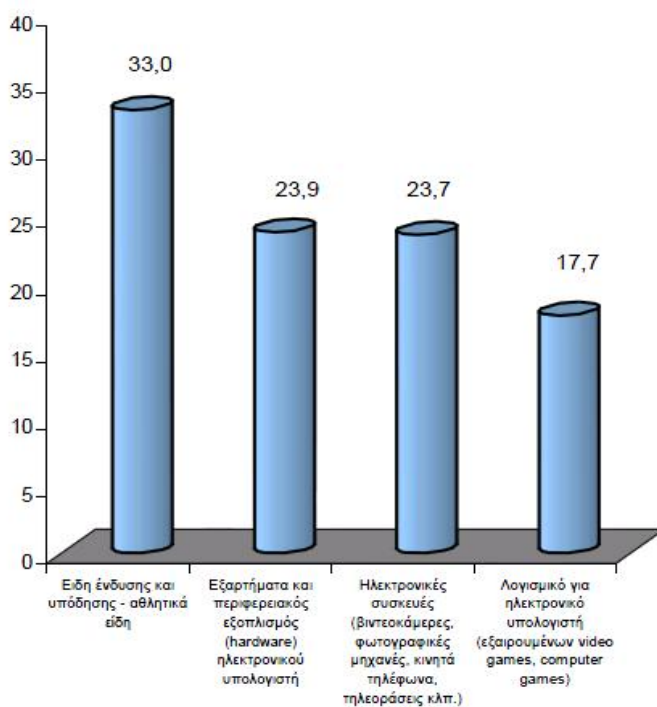
Στην πλειοψηφία τους οι καταναλωτές επιλέγουν να κάνουν τις ηλεκτρονικές αγορές τους από εγχώριες επιχειρήσεις (59,5%), ενώ το 35,3% από άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και το 21,8% από χώρες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Όσον αφορά στη γεωγραφική κατανομή των ηλεκτρονικών αγορών, τα γραφήματα που ακολουθούν παρουσιάζουν τα κυριότερα είδη αγαθών και υπηρεσιών που αγοράστηκαν / παραγγέλθηκαν μέσω του διαδικτύου κατά το χρονικό διάστημα Απρίλιος 2009 – Μάρτιος 2010, στις τέσσερις μεγάλες γεωγραφικές περιοχές της Χώρας.

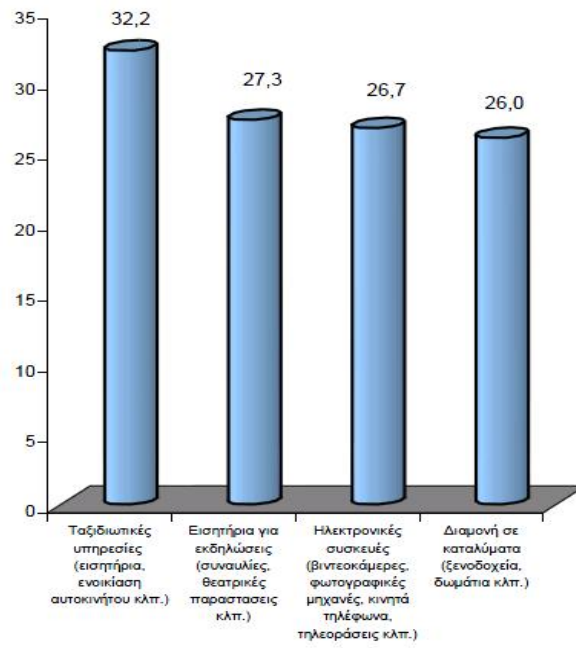
Στην συνέχεια απεικονίζεται η ποσοστιαία κατανομή των κυριότερων ειδών αγαθών και υπηρεσιών που αγοράστηκαν, ανά γεωγραφική περιοχή και αφορά την χρονική περίοδο Απρίλιος 2009 – Μάρτιος 2010.



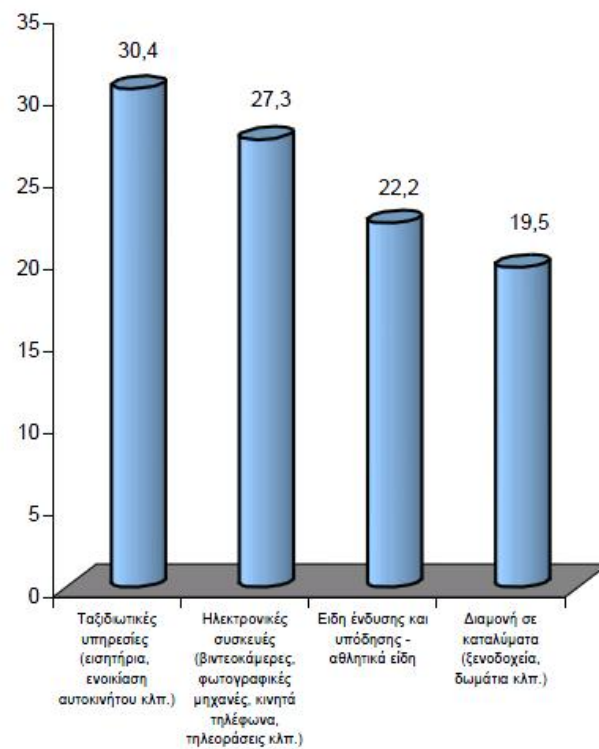
Εικόνα 6 Βόρεια Ελλάδα



Εικόνα 7 Κεντρική Ελλάδα



Εικόνα 8 Αττική



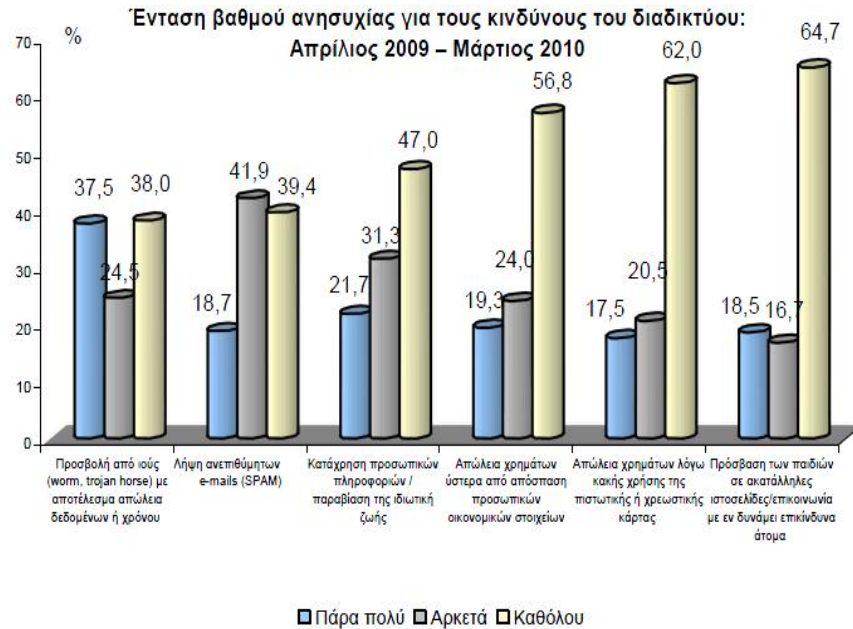
Εικόνα 9 Νήσοι Αιγαίου και Κρήτη

2.2.3 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Το διαδίκτυο, εκτός από ανεξάντλητη πηγή κάθε είδους πληροφόρησης, αποτελεί μέσο ψυχαγωγίας και ένα από τα πλέον δημοφιλή μέσα επικοινωνίας μεταξύ των νέων. Η πλοήγηση στις σελίδες του παγκόσμιου ιστού απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή από τον χρήστη, διότι εγκυμονεί πολλαπλούς κινδύνους, τόσο για την ασφάλεια του υπολογιστή του όσο και για την ασφάλεια των προσωπικών του δεδομένων. Η ασφάλεια στο διαδίκτυο έχει δύο μορφές, οι οποίες αποδίδονται με τους αγγλικούς όρους «security» και «safety», αντίστοιχα. Στη πρώτη περίπτωση έχουμε προστασία από κινδύνους, όπως είναι η προσβολή από ιούς, ενώ στη δεύτερη προστασία από ηλεκτρονικές απάτες και συναφή αδικήματα.

Η ενότητα αυτή εστιάζει σε θέματα που αφορούν στην ασφάλεια στο διαδίκτυο, όπως η ανησυχία των χρηστών για πιθανούς κινδύνους, τα προβλήματα που παρουσιάζονται, τα μέτρα ασφαλείας που λαμβάνονται κλπ.

Η ένταση του βαθμού ανησυχίας των χρηστών του διαδικτύου για κάθε έναν από τους πιθανούς κινδύνους απεικονίζονται στο γράφημα που ακολουθεί:



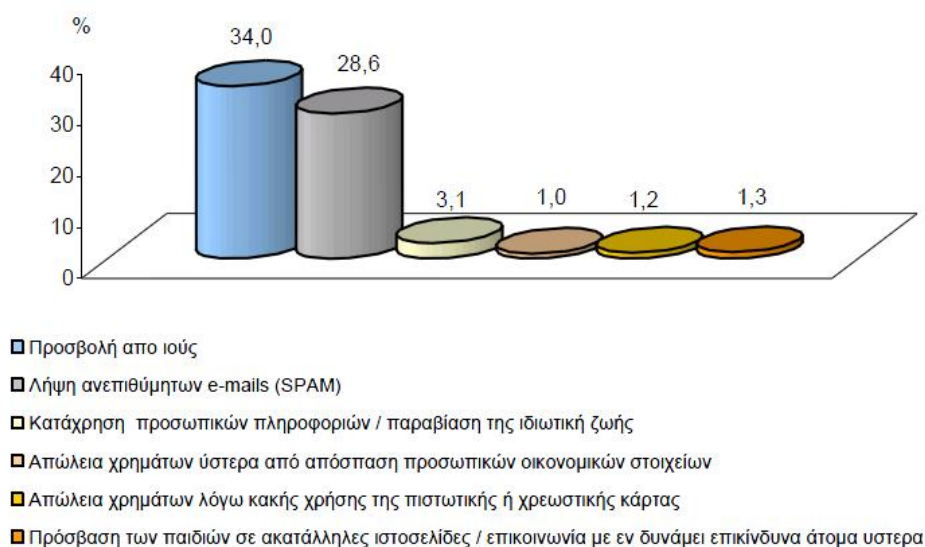
Εικόνα 10 Ένταση του βαθμού ανησυχίας των χρηστών του διαδικτύου για κάθε έναν από τους πιθανούς κινδύνους

Σε ποσοστό 62% όσοι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο ανησυχούν για την προσβολή από ιούς με αποτέλεσμα την απώλεια δεδομένων ή χρόνου αλλά και για τη λήψη ανεπιθύμητων e-mails (spams) 60,6%.

Το χαμηλό ποσοστό (35,2%) ανησυχίας που καταγράφεται για την πρόσβαση των παιδιών σε ακατάλληλες ιστοσελίδες ή και την επικοινωνία με «εν δυνάμει» επικίνδυνα άτομα ύστερα από χρήση του διαδικτύου στην κατοικία αποδίδεται στο χαμηλό ποσοστό των νοικοκυριών της έρευνας, με μέλη παιδιά ηλικίας μικρότερης των 16 ετών, (27% επί του συνόλου των ερευνηθέντων νοικοκυριών). Ενδεικτικά, για την ηλικιακή ομάδα 35 – 54 ετών το ποσοστό ανησυχίας αγγίζει το 84,6%.

Ανάλογη εικόνα προκύπτει και από το γράφημα που ακολουθεί, στο οποίο απεικονίζονται τα προβλήματα που έχουν παρουσιαστεί στο χρονικό διάστημα Απρίλιος 2009 – Μάρτιος 2010. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι ως συνηθέστερα προβλήματα αναφέρονται η προσβολή από ιούς 34,0% και η λήψη ανεπιθύμητων e-mails 28,6%.

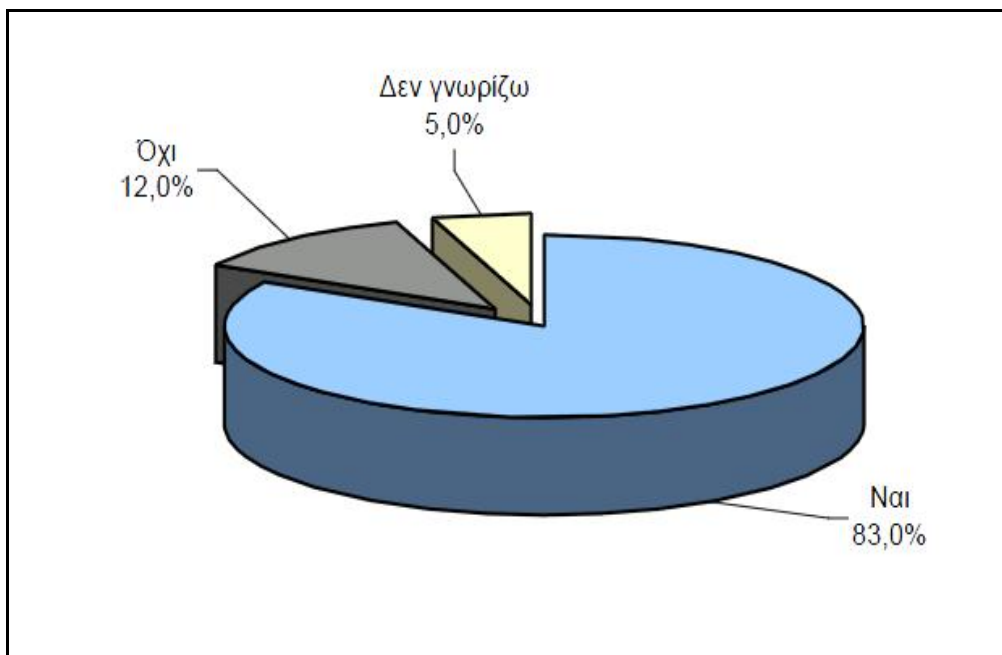
Προβλήματα ασφαλείας κατά τη χρήση του διαδικτύου: Απρίλιος 2009 – Μάρτιος 2010



Εικόνα 11 Προβλήματα ασφαλείας.

2.2.4 ΛΗΨΗ ΜΕΤΡΩΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

Για την αντιμετώπιση των παραπάνω προβλημάτων, 8 στους 10 χρήστες του διαδικτύου λαμβάνουν κάποιο μέτρο(anti-virus, anti-spam, firewall κλπ.), το οποίο θα τους προσφέρει ασφάλεια στον ηλεκτρονικό υπολογιστή ή τα δεδομένα τους.



Εικόνα 12 Χρήση μέτρων ασφαλείας

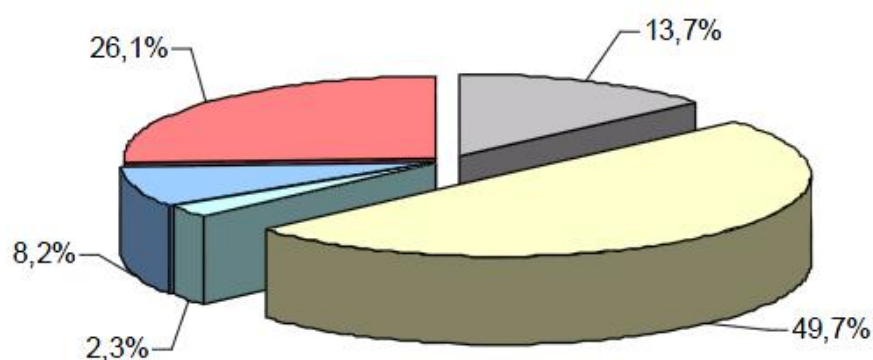
Τα μέτρα ασφαλείας που χρησιμοποιούνται περισσότερο αφορούν, όπως είναι αναμενόμενο, στα προβλήματα που αντιμετωπίζονται συχνότερα. Έτσι, σε ποσοστό 78,1% χρησιμοποιούνται προγράμματα ελέγχου ύπαρξης ιών ή / και anti-spyware, σε ποσοστό 37,1% τείχη προστασίας (firewall) σε μορφή λογισμικού ή ειδικού εξοπλισμού και σε ποσοστό 22,1% φιλτράρισμα των ηλεκτρονικών μηνυμάτων για την αποφυγή των spam.

Ο γονικός έλεγχος ή το λογισμικό φιλτραρίσματος των ιστοσελίδων, ως μέτρο αποτροπής των παιδιών να επισκέπτονται α-κατάλληλες ιστοσελίδες, χρησιμοποιούνται από το 6,7% των χρηστών του διαδικτύου, ενώ 2 στους 10 που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο αναφέρουν ότι κάνουν χρήση κάποιου μέτρου

ασφαλείας, χωρίς, ωστόσο, να γνωρίζουν τι περιλαμβάνει το συγκεκριμένο πακέτο που χρησιμοποιούν.

Ενημέρωση (update) στα προϊόντα ασφαλείας που πραγματοποιούν 7 στους 10 χρήστες του διαδικτύου που παίρνουν μέτρα ασφαλείας, οι λόγοι τους οποίους επικαλούνται όσοι δεν ενημερώνουν τα προγράμματα ασφαλείας (πρόγραμμα ελέγχου ιών, πρόγραμμα anti-spyware κλπ.) που χρησιμοποιούν παρουσιάζονται στο γράφημα παραπλεύρως

Λόγοι μη ενημέρωσης των προϊόντων ασφαλείας



- Δεν θεωρώ την ενημέρωση απαραίτητη γιατί ο κίνδυνος είναι πολύ μικρός
- Δεν γνωρίζω πώς να κάνω ενημέρωση
- Δεν θεωρώ την ενημέρωση αποτελεσματική
- Η ενημέρωση είναι πολύ ακριβή
- Άλλος λόγος

Εικόνα 13 Λόγοι μη ενημέρωσης των προϊόντων ασφαλείας.

2.3 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ

Το ηλεκτρονικό εμπόριο προϋποθέτει την ανάπτυξη μηχανισμών ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω διαδικτύου. Εκμεταλλευόμενο τις νέες τεχνολογίες στις τηλεπικοινωνίες, τα δίκτυα υπολογιστών και το χρηματοοικονομικό περιβάλλον, το ηλεκτρονικό εμπόριο άλλαξε ραγδαία τόσο το χώρο δράσης των επιχειρήσεων, την αγορά, όσο και την οργανωτική δομή των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων.

Στα πρώτα στάδια ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου οι πληρωμές γίνονταν εκτός του διαδικτύου με καταβολή των ποσών σε κάποια τράπεζα. Επίσης χρησιμοποιούνταν οι τυπικές off-line μέθοδοι πληρωμών όπως η πληρωμή με χαρτονομίσματα (μετρητά), η πληρωμή με έντυπες επιταγές και η πληρωμή με πιστωτικές κάρτες²⁴

Ο τρόπος όμως αυτός χρηματικής εκκαθάρισης των διαδικτυακών συναλλαγών δεν συμβάδιζε με την ταχύτητα που απαιτούν οι σύγχρονες διαδικτυακές συναλλαγές. Έτσι δημιουργήθηκαν διάφοροι μηχανισμοί για την εξυπηρέτηση των διαδικτυακών συναλλαγών:

- Πιστωτικές κάρτες
- Ηλεκτρονική Μεταφορά Κεφαλαίων
- Χρεωστικές - Προπληρωμένες Κάρτες
- Χρηματοοικονομικό EDI
- Κάρτες Αποθηκευμένης Αξίας και Έξυπνες Κάρτες
- Ψηφιακό Χρήμα

²⁴ Νικόλαος Γεωργόπουλος, Μαλαματένια-Άλμα Πανταζή, Χαράλαμπος Νικολαράκος & Ιωσήφ Βαγγελάτος, Ηλεκτρονικό Επιχειρείν: προγραμματισμός & σχεδίαση, Εκδόσεις Ε.Μπένου, Αθήνα, 2001

- Ηλεκτρονικές Επιταγές

Τα συστήματα ηλεκτρονικών πληρωμών διακρίνονται μεταξύ συστημάτων που χρησιμοποιούνται για τις διεταιρικές ή διατραπεζικές συναλλαγές (πχ EFT – Ηλεκτρονική Μεταφορά Κεφαλαίων και Χρηματοοικονομικό EDI) και αυτών που υποστηρίζουν συναλλαγές μεταξύ καταναλωτών και εταιρειών ή άλλων οργανισμών και φορέων.²⁵

Ένα τυπικό παράδειγμα συναλλαγής καταναλωτών και εταιριών είναι η αγορά κάποιων ειδών από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα χρησιμοποιώντας έναν web browser. Ο χρήστης-πελάτης επισκέπτεται τον δικτυακό τόπο (site) του εμπόρου και φυλλομετρά τις σελίδες με τα προϊόντα που διατίθενται είτε σε μορφή καταλόγου ή σε άλλη μορφή.

Στη συνέχεια ο καταναλωτής επιλέγει κάποια είδη προς αγορά, σε κάποιο καλάθι αγορών και αφού έχει ήδη αποφασίσει, προβαίνει στη διαδικασία πληρωμής. Ο έμπορος παρέχει στον καταναλωτή ειδική φόρμα παραγγελίας στην οποία παρουσιάζεται ο κατάλογος με τα επιλεγμένα είδη τις τιμές τους και τη συνολική αξία της παραγγελίας περιλαμβανομένων των υπολοίπων χρεώσεων. Αυτή η φόρμα μεταφέρεται από τον εξυπηρετητή του εμπόρου στον προσωπικό υπολογιστή του πελάτη και συμπληρώνεται εκεί.²⁶

Ο πελάτης επιλέγει τον τρόπο και το μέσο πληρωμής, μεταξύ των επιλογών για ψηφιακό χρήμα, ηλεκτρονικές επιταγές και πιστωτικές κάρτες, και αποστέλλει στον έμπορο ένα συμπληρωμένο δελτίο παραγγελίας. Ο έμπορος ελέγχει τα στοιχεία της φόρμας και ζητά έγκριση πληρωμής από την τράπεζα του πελάτη πχ από τον οργανισμό έκδοσης της πιστωτικής του κάρτας .

Εφόσον η τράπεζα επιβεβαιώσει τα στοιχεία ο έμπορος αποστέλλει στον πελάτη μία επιβεβαίωση της αποστολής της παραγγελίας του καθώς και επιβεβαίωση της πληρωμής.

²⁵ Helenpeter Robert, (2001) ‘‘ E-επιχειρείν: πλήρης Οδηγός Ανάλυσης‘‘, Αθήνα, εκδόσεις Μ.Γκιούρδας

²⁶ Dickinson K. (1998), *Keeping an electronic commerce shop*, Standard View, vol.6, no.3

Τα προϊόντα αποστέλλονται στον πελάτη με τον τρόπο που αυτός έχει επιλέξει και τελικά ο έμπορος ζητά την εξόφληση από το χρηματοπιστωτικό ίδρυμα με το οποίο συνεργάζεται ο πελάτης.²⁷

Ο πιο διαδεδομένος σήμερα τρόπος ηλεκτρονικής συναλλαγής είναι με τη χρήση **πιστωτικής κάρτας**. Κατά την πληρωμή με πιστωτική κάρτα στο διαδίκτυο, ο αγοραστής δηλώνει στον πωλητή τον αριθμό της πιστωτικής του κάρτας, έτσι ώστε αυτός να χρεώσει το συμφωνηθέν ποσό. Είναι ένα σύστημα ταυτόχρονης πληρωμής, που παρέχει άμεση πρόσβαση στους τραπεζικούς λογαριασμούς του αγοραστή και του πωλητή και καταγράφει άμεσες μεταβολές στους λογαριασμούς τους.²⁸ Στην Ελλάδα τα θέματα των συναλλαγών που γίνονται με πιστωτική κάρτα ρυθμίζονται από την Υπουργική Απόφαση Ζ1-178/2001 που εναρμόνισε τις διατάξεις της Σύστασης 97/489 στην ελληνική νομοθεσία.

Οι πιστωτικές κάρτες αποτελούν παγκοσμίως το δημοφιλέστερο μέσο διεκπεραίωσης συναλλαγών στο Διαδίκτυο. Τα βασικά της πλεονεκτήματα είναι η ευκολία στη χρήση τους, το γεγονός ότι επιτρέπουν στους συμμετέχοντες να συναλλάσσονται online χωρίς πολλές διατυπώσεις, όπως και το ότι μπορούν να χρησιμοποιηθούν για αγορές σε ολόκληρο τον κόσμο. Παρουσιάζουν βέβαια ορισμένα μειονεκτήματα όπως η κλοπή και μη εξουσιοδοτημένη χρήση τους στο Διαδίκτυο, η υπεξαίρεση αριθμών, η υποκλοπή κωδικών κ.λπ.

Η ευρύτητα χρήσης τους είναι μοναδική. Το σύνολο των e-shops παγκοσμίως κάνουν αποδεκτές όλες τις κάρτες τύπου Visa και MasterCard, ενώ αρκετά ακόμη δέχονται και άλλα είδη καρτών όπως American Express. Βασική προϋπόθεση σωστής χρήσης της είναι η χρησιμοποίησή τους σε περιβάλλον

²⁷ Walthner, S. & Levine, J., “Teach yourself E-Commerce Programming with ASP”, Sams Publishing, 2000

²⁸ Brito D, Hartley P. (1995), *Consumer rationality and credit cards*, Journal of Political Economy, vol.103, no.2

ασύμμετρης κρυπτογράφησης και υψηλής ασφάλειας 128 bit και άνω, έτσι ώστε να διαφυλάσσεται το απόρρητο στα κρίσιμα δεδομένα των καρτών.²⁹

Είναι εντυπωσιακό ότι πλέον οι συναλλαγές με μετρητά αντιπροσωπεύουν όλο και μικρότερο ποσοστό των συναλλαγών παγκοσμίως.

Η χρήση των πιστωτικών καρτών από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα μπορεί να γίνει με τους εξής τρόπους:

1. **Τράπεζες που παρέχουν υπηρεσίες ηλεκτρονικών συναλλαγών.**

Αρκετές τράπεζες έχουν ήδη αναπτύξει σύστημα ηλεκτρονικών συναλλαγών για πιστωτικές Visa και MasterCard. Όταν ο πελάτης πρόκειται να προβεί σε αγορά από το κατάστημα συμπληρώνει την σχετική φόρμα για τη χρέωση της πιστωτικής του κάρτας και η φόρμα μεταφέρεται αυτόματα στον server της τράπεζας, όπου σε ασφαλές περιβάλλον συμπληρώνει τα απαραίτητα στοιχεία. Στην συνέχεια, η τράπεζα αναλαμβάνει την εκκαθάριση της συναλλαγής. Δηλαδή, ελέγχει την ορθότητα των στοιχείων της κάρτας, το πιστωτικό υπόλοιπο και κατόπιν, εφόσον δοθεί η σχετική έγκριση, προχωρά στη χρέωση της κάρτας και πιστώνει το ποσό στον πωλητή, αφού αφαιρέσει τη συμφωνημένη προμήθεια.

Από την πλευρά του, ο πωλητής λαμβάνει συνεχή ενημέρωση για τις συναλλαγές και την κατάσταση των online παραγγελιών.

2. **Ξένες εταιρίες εκκαθάρισης.**

Ως εναλλακτική πρόταση, υπάρχουν ξένες εταιρίες στο Internet που αναλαμβάνουν να εξυπηρετήσουν τις ηλεκτρονικές συναλλαγές με πιστωτική κάρτα, έναντι προμήθειας. Κάποια συστήματα είναι το www.ibill.com, το

²⁹ Chien T, Wang M. (2006), *The successful development strategy for e-shops from the perspectives of value*, International Journal of Electronic Business Management, vol.4, no.5

www.paypal.com, www.charge.com το www.internetsecure.com. και το www.moneybookers.com

Η εισαγωγή σε κάποιο από αυτά τα συστήματα μπορεί να γίνει μέσω Διαδικτύου, εφόσον ο πελάτης συμπληρώσει φόρμα εκδήλωσης ενδιαφέροντος. Κατόπιν, οι εταιρίες αυτές αναλαμβάνουν τη διαχείριση των συναλλαγών με πιστωτικές κάρτες σε ασφαλές περιβάλλον και πιστώνουν, ανά τακτά χρονικά διαστήματα, τα έσοδα από τις πωλήσεις στο λογαριασμό του εμπόρου.

3. Διαχείριση πληρωμών από τον πωλητή.

Οι παραπάνω προτάσεις που περιγράφηκαν απαιτούν τη παρέμβαση τρίτων. Υπάρχει όμως και η πρόταση όλες τις απαιτούμενες ενέργειες για τη διαχείριση των παραγγελιών και τη πληρωμή να τις διεκπεραιώσει ο ίδιος ο πωλητής χωρίς την παρέμβαση τρίτων.

Το σημαντικότερο προαπαιτούμενο για κάτι τέτοιο είναι η απόκτηση ψηφιακού πιστοποιητικού. Το πιστοποιητικό εξασφαλίζει ότι η συναλλαγή με τον πελάτη θα πραγματοποιηθεί στο υψηλότερο δυνατό επίπεδο ασφαλείας (128 bit Encryption). Ο πιο γνωστός προμηθευτής ψηφιακού πιστοποιητικού είναι η εταιρία VeriSign (www.verisign.com). Μόλις αποκτηθεί το πιστοποιητικό, στην τράπεζα στην οποία τηρείται λογαριασμός γίνεται η πίστωση των χρημάτων από τις παραγγελίες.

Οι προπληρωμένες πιστωτικές κάρτες αποτελούν ένα καινούργιο προϊόν των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, που αποσκοπεί στην ενθάρρυνση των οικονομικών συναλλαγών μέσω Διαδικτύου. Η φιλοσοφία των εν λόγω καρτών συνοψίζεται στο ότι ο χρήστης που θέλει να πραγματοποιήσει online αγορές προμηθεύεται από κάποιο τραπεζικό κατάστημα την κάρτα προκαταβάλλοντας την αξία της. Προπληρώνει δηλαδή κάποιο ποσό, το οποίο και μπορεί να

χρησιμοποιήσει για ηλεκτρονικές αγορές με την κάρτα, χωρίς διατυπώσεις και χωρίς την ύπαρξη τραπεζικού λογαριασμού.³⁰

Προπληρωμένες κάρτες διατίθενται και στην ελληνική αγορά. Οι κάρτες αυτές καλύπτουν ένα σημαντικό κενό στο χώρο των ηλεκτρονικών συναλλαγών, γιατί επιτρέπουν στον χρήστη να απολαύσει όλα τα θετικά που συνοδεύουν τη χρήση πιστωτικών καρτών, επιλέγοντας εκείνος το χρηματικό ποσό που θα πιστώσει στην κάρτα του και χωρίς καμία τραπεζική δέσμευση. Πολύ περισσότερο, ακόμα και αν η κάρτα χαθεί ή υποκλαπούν τα στοιχεία της, το μόνο που μπορεί να απωλέσει ο κάτοχος είναι το ποσό της κάρτας.

Η *ηλεκτρονική μεταφορά κεφαλαίων*, αναφέρεται στην ηλεκτρονική μεταφορά ποσών από έναν λογαριασμό σε έναν άλλον στην ίδια ή σε διαφορετική τράπεζα. Πραγματοποιείται με πρωτοβουλία ενός εντολέα μέσω ενός χρηματοπιστωτικού ιδρύματος ή καταστήματος του, με σκοπό να τεθεί ένα χρηματικό ποσό στη διάθεση ενός δικαιούχου σε ένα αντίστοιχο ίδρυμα ή κατάστημα ιδρύματος.³¹

Σήμερα η ηλεκτρονική μεταφορά κεφαλαίων χρησιμοποιεί πολύ συχνά το διαδίκτυο ως πλατφόρμα επικοινωνίας, καθώς το διαδίκτυο εξελίσσεται στο πιο οικονομικό μέσο. Πολλές «κυβερνοτράπεζες» όπως η Bank of America και η Citibank υποστηρίζουν μεταφορές κεφαλαίων στο διαδίκτυο.

Οι *χρεωστικές κάρτες* δίνουν τη δυνατότητα ηλεκτρονικής μεταφοράς κεφαλαίων on line άμεσα από το λογαριασμό του αγοραστή στο λογαριασμό του πωλητή ενώ αντίθετα η πιστωτική κάρτα προσφέρει τη δυνατότητα να ολοκληρωθεί η πληρωμή αργότερα.

Με τη χρήση της χρεωστικής κάρτας, το ανάλογο ποσό αφαιρείται αυτομάτως από τον τραπεζικό λογαριασμό όψεως ή ταμειυτηρίου του χρήστη και

³⁰ Chakravorti S, Lubasi V. (2006), *Payment instrument choice: The case of prepaid cards*, Economic Perspectives – Federal Reserve Bank of Chicago, vol.30, no.2

³¹ Westland, J.C., Clark, T.H.K., “Global Electronic Commerce. Theory and Case Studies”, The MIT Press, Cambridge, 2000

σε κάθε περίπτωση δεν μπορεί να υπερβεί το όριο των διαθέσιμων χρημάτων του λογαριασμού. Η χρήση τους γίνεται αποδεκτή μόνον όταν και ο έμπορος είναι συμβεβλημένος με τον φορέα έκδοσης της χρεωστικής κάρτας, όπως ακριβώς συμβαίνει με τις πιστωτικές κάρτες.³²

Η *χρηματοοικονομική ανταλλαγή δεδομένων* είναι η χρήση EDI για οικονομικές συναλλαγές. Το EDI όπως είπαμε είναι ένας από τους πιο παλιούς τρόπους ανταλλαγής τυποποιημένων μηνυμάτων μεταξύ επιχειρήσεων και κατά συνέπεια και η μεταφορά κεφαλαίων μπορεί να πραγματοποιηθεί με τη χρήση ενός EDI. Για να είναι ασφαλής ως μέθοδος πληρωμής, πρέπει να υιοθετούνται οι μηχανισμοί ασφαλείας που χρησιμοποιούνται στο πρωτόκολλο SSL.

Οι παραπάνω τρόποι πληρωμής αν και διαδεδομένοι δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε όλες τις περιπτώσεις όπως στην πληρωμή μικροποσών. Για παράδειγμα το κατέβασμα ενός τραγουδιού από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα μουσικής μπορεί να κοστίζει όσο και η προμήθεια που θα πρέπει να αποδοθεί στην τράπεζα για την εκκαθάριση της πληρωμής.

Ένα κύριο όφελος από τη χρήση του *ηλεκτρονικού χρήματος* είναι ότι αποφεύγονται τα έξοδα διεκπεραίωσης που παρακρατούν οι τράπεζες για πληρωμές μικροποσών. Άλλα πλεονεκτήματα που προσφέρουν είναι η ανωνυμία του χρήστη, η ευκολία στη χρησιμοποίησή τους και η υποστήριξη στις διασυνοριακές συναλλαγές. Γενικά υπάρχουν δύο τύποι ηλεκτρονικού χρήματος: οι *έξυπνες κάρτες* και το *ψηφιακό χρήμα*.

Η *έξυπνη κάρτα* εμφανίστηκε στην Γαλλία το 1974. Το 1975 τα δικαιώματα ανάπτυξης πέρασαν σε μεγάλες εταιρίες ηλεκτρονικού εξοπλισμού. Η νέα αυτή τεχνολογία παρουσιάστηκε στο κοινό το 1981. Μια σειρά από πιλοτικά σχέδια ξεκίνησε αμέσως, και το 1984 με μια συλλογική αξιολόγησή τους εκδόθηκαν νέες ολοκληρωμένες προδιαγραφές. Οι πλαστικές κάρτες με μαγνητικές γραμμές χρησιμοποιήθηκαν για την αποθήκευση δεδομένων όπως οι προσωπικοί

³² Borzekowski R.(2008), *Consumers' Use of Debit Cards: Patterns, Preferences, and Price Response*, Journal of Money Debit and Credit, vol.40, no.1

αριθμοί αναγνώρισης. Μπορούν επίσης, να αποθηκεύσουν μεγάλη ποσότητα δεδομένων και παρέχουν ασφάλεια των περιεχομένων τους.

Χρησιμοποιήθηκαν επίσης για την αποθήκευση χρηματικής αξίας, που μειώνεται με την χρήση. Εφαρμόζονται στις τηλεφωνικές συνδιαλέξεις και στην ανατύπωση αντιγράφων στις βιβλιοθήκες. Η σημερινή γενιά έξυπνων καρτών περιλαμβάνει μικροτσίπς προσωπικής ταυτότητας με δυνατότητες προγραμματιζόμενων λειτουργιών. Η κάρτα προπληρώνεται και έπειτα η αξία των χρημάτων μπορεί να εξαντληθεί και στη συνέχεια να αναπληρωθεί εκ νέου επώνυμα ή ανώνυμα. Οι κάρτες ανατροφοδοτούνται σε συγκεκριμένα σημεία πώλησης όπως είναι πχ οι τράπεζες.³³

Το *ψηφιακό χρήμα* είναι ένα σύγχρονο μέσο πληρωμής στο διαδίκτυο αλλά όχι τόσο διαδεδομένο σε σχέση με την πιστωτική κάρτα, που όμως κερδίζει σταθερά έδαφος τα τελευταία χρόνια. Η ιδέα είναι απλή.

Ο αγοραστής πριν προβεί σε κάποια αγορά θα πρέπει να έχει ανταλλάξει πραγματικά χρήματα με εικονικά, ηλεκτρονικά χρήματα τα οποία θα μπορούσαμε να τα πούμε "κυβερνονομίσματα" μέσω μιας τράπεζας. Βασικές προϋποθέσεις για την ανταλλαγή είναι οι εξής:

- η νομισματική αξία αντιπροσωπευόμενη από απαίτηση έναντι του εκδότη να είναι αποθηκευμένη σε ηλεκτρονικό υπόθεμα
- να έχει εκδοθεί κατόπιν παραλαβής χρηματικού ποσού τουλάχιστον ίσου με την εκδοθείσα νομισματική αξία
- να γίνεται δεκτή ως μέσο πληρωμής από άλλες επιχειρήσεις πέραν της εκδότριας.

Το σύστημα των *ηλεκτρονικών επιταγών (e-checks)* είναι η ηλεκτρονική εφαρμογή του συστήματος των έντυπων επιταγών. Διαθέτει τα χαρακτηριστικά που φέρει και η έντυπη κάρτα και ο αποστολέας μπορεί να δώσει εντολή προς την τράπεζα για τη μεταφορά κεφαλαίων από ένα λογαριασμό σε έναν άλλο.

³³ Wolfgang R, (2010), Smart Card Handbook, John Wiley & Sons

Η ηλεκτρονική επιταγή αποστέλλεται αρχικά στον αποδέκτη ο οποίος την υπογράφει και την προωθεί στην τράπεζα προκειμένου να λάβει το αντίστοιχο ποσό. Όσον αφορά το ζήτημα της ασφάλειας, η ηλεκτρονική επιταγή μέσω του ψηφιακού πρωτόκολλου διασφαλίζει την αξία της και αυτό την καθιστά καλύτερη από την έντυπη. Τα μέτρα ασφαλείας που χρησιμοποιούνται στις ηλεκτρονικές επιταγές είναι η κρυπτογράφηση, η ψηφιακή υπογραφή και τα ψηφιακά πιστοποιητικά.³⁴

Οι εμπορικές συναλλαγές σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop) μπορούν να πραγματοποιηθούν και μέσω της αντικαταβολής, διαδικασία που αντικατοπτρίζει το φυσικό εμπόριο και μπορεί να εξυπηρετήσει την ολοκλήρωση των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Ο τρόπος λειτουργίας της βασίζεται στην ταυτόχρονη «χέρι με χέρι» παράδοση του προϊόντος στον πελάτη και την πληρωμή (αντικαταβολή) του τιμήματος από τον τελευταίο στον υπάλληλο του καταστήματος, που εκτελεί συγχρόνως χρέη μεταφορέα και εισπράκτορα. Η χρήση της είναι εύκολη, γιατί το μόνο που χρειάζεται είναι η συμπλήρωση μιας απλής φόρμας παραγγελιών στο ηλεκτρονικό κατάστημα, όπου θα ζητούνται τα βασικά στοιχεία του πελάτη (ονοματεπώνυμο, διευθύνσεις, τηλέφωνα επικοινωνίας), τα οποία οι υπάλληλοι θα χρησιμοποιούν για να επιβεβαιώσουν την παραγγελία. Επιπλέον δεν υπάρχουν επιπλέον χρεώσεις ως προμήθεια σε τραπεζικούς ή λοιπούς χρηματοοικονομικούς φορείς.

Επίσης, μέσω εταιρίας ταχυμεταφορών (courier) μπορεί να πραγματοποιηθεί η διαδικασία της αντικαταβολής. Η αντικαταβολή ενδείκνυται για πελάτες που δεν διαθέτουν πιστωτική κάρτα.

Στις περιπτώσεις βέβαια εκείνες που το παρεχόμενο προϊόν δεν είναι κάποιο αντικείμενο αλλά μια αυλή υπηρεσία, όπου δεν υπάρχει η διαδικασία της παράδοσης η αντικαταβολή δεν είναι η κατάλληλη μέθοδος, γιατί και ο πελάτης θα

³⁴ Chien T, Wang M. (2006), *The successful development strategy for e-shops from the perspectives of value*, International Journal of Electronic Business Management, vol.4, no.5

πρέπει να περιμένει αρκετά μέχρι να πληρώσει το αντίτιμο και να αποκτήσει το αγαθό, και ο πάροχος/έμπορος επιβαρύνεται με το λειτουργικό κόστος που απαιτείται για την είσπραξη του αντιτίμου.

Συμπερασματικά, η αντικαταβολή προκρίνεται ως μέθοδος συναλλαγών για αγοραπωλησίες υλικών αγαθών εντός της χώρας. Στον αντίποδα, η αντικαταβολή δεν ενδείκνυται για πώληση προϊόντων σε διεθνείς προορισμούς, όπως επίσης και για πώληση άυλων προϊόντων και υπηρεσιών.

Τέλος στα συστήματα πληρωμών θα μπορούσαμε να συμπεριλάβουμε και το σύστημα χρέωσης μέσω τηλεφώνου. Ένας αγοραστής μπορεί να κάνει μια πληρωμή χρησιμοποιώντας μια τηλεφωνική συνδιαλλαγή και το ποσό της αγοράς να χρεωθεί στη χρέωση του τηλεφωνικού του λογαριασμού.³⁵

Ένας άλλος μηχανισμός που χρησιμοποιείται για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές σε ένα e-shop είναι το **Electronic Bill Presentment and Payment (EBPP)**. Μέσω του EBPP παρουσιάζεται ο λογαριασμός στον πελάτη και, εν συνεχεία, όπου είναι απαραίτητο, εξοφλείτε online. Χρησιμοποιείται κυρίως σε διαδικτυακές εφαρμογές όπου απαιτείται ηλεκτρονική πληρωμή, αλλά εφαρμόζεται και σε περιπτώσεις εκτός Διαδικτύου όπως η κοστολόγηση και χρέωση τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών που παρέχονται από τα δίκτυα σταθερής ή κινητής τηλεφωνίας.

Επίσης, το EBPP μπορεί να εφαρμοστεί και στις περιπτώσεις κατά τις οποίες ολόκληρη η συναλλαγή γίνεται μέσω Internet, όπως για παράδειγμα κατά την περιήγηση σε έναν ηλεκτρονικό κατάλογο και την επιλογή των προϊόντων μέσα από μια ιστοσελίδα και τελικά την αγορά με τη χρήση ενός από τους παραπάνω τρόπους.

Τα δύο βασικά μοντέλα του EBPP είναι το biller-direct και το consolidation ή aggregation model. Ως biller-direct νοείται το μοντέλο εκείνο που περιλαμβάνει

³⁵ Chien T, Wang M. (2006), *The successful development strategy for e-shops from the perspectives of value*, International Journal of Electronic Business Management, vol.4, no.5

την απευθείας αποστολή του λογαριασμού από τον πάροχο (biller) στον πελάτη. Οι λογαριασμοί παρουσιάζονται στους πελάτες (εταιρίες και ιδιώτες) σύμφωνα με τους όρους λειτουργικότητας που θέτει ο πάροχος, ενώ η πληρωμή των λογαριασμών υλοποιείται μέσω τραπεζών της επιλογής του ιδίου. Το consolidation model αφορά στη "φιλοξενία" ή "συνένωση" πολλών παρόχων σε ένα κοινό τόπο.³⁶

³⁶ Ανακτημένο από : http://en.wikipedia.org/wiki/Electronic_bill_presentment_and_payment

2.3 ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΣΥΓΚΡΟΤΗΣΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ

Στην ψηφιακή εποχή, το δίκαιο και οι κανονιστικές ρυθμίσεις καλούνται να επιτύχουν μια ισορροπία ανάμεσα σε δύο εξίσου σημαντικούς στόχους:

1. Την προστασία των θεμελιωδών δικαιωμάτων, όπως της πρόσβασης στην πληροφορία, της ιδιωτικότητας, των συνθηκών εργασίας, της πνευματικής δημιουργίας και της προστασίας των καταναλωτών στην Κοινωνία της πληροφορίας,
2. Την δημιουργία ενός θεσμικού και κανονιστικού πλαισίου το οποίο θα ενθαρρύνει την παραγωγή νέων προϊόντων και υπηρεσιών και γενικότερα την οικονομική ανάπτυξη στην Κοινωνία της πληροφορίας.

Οι επιχειρήσεις που συγκροτούν ένα ηλεκτρονικό κατάστημα πρέπει να πληρούν κάποιες νομικές υποχρεώσεις, οι οποίες σχετίζονται με το ηλεκτρονικό εμπόριο. Τα ηλεκτρονικά καταστήματα συγκαταλέγονται στις εφαρμογές της κατηγορίας **Επιχείρηση προς Καταναλωτή (B2C)** και αποτελούν σημεία προώθησης και πώλησης αγαθών μέσω του Internet. Ένα Ηλεκτρονικό Κατάστημα μπορεί να αναπαραστήσει και να εμπλουτίσει με νέες δυνατότητες τη λειτουργικότητα ενός νέου καταστήματος.

Η Ευρωπαϊκή πρακτική καταδεικνύει την προσαρμογή των κανόνων στην εθνική νομοθεσία. Η Σύμβαση των Βρυξελλών προβλέπει ότι, σε περίπτωση διαφοράς, που θα προκύψει με αλλοδαπό έμπορο ή εταιρία, ο Καταναλωτής, για τις χώρες μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, μπορεί να απευθυνθεί στο δικαστήριο του τόπου κατοικίας του. Το δε Δίκαιο, που θα εφαρμοστεί από το δικαστήριο, καθορίζεται από τη Σύμβαση της Ρώμης και, στις περισσότερες περιπτώσεις, είναι το Δίκαιο της χώρας του Καταναλωτή, καθώς, επίσης και οι Οδηγίες, για την προστασία του Καταναλωτή.

Επιπλέον σε παγκόσμιο επίπεδο, η Επιτροπή Διεθνούς Εμπορικού Δικαίου των Ηνωμένων Εθνών (UNCITRAL) συνέταξε το 1996 τον Πρότυπο Νόμο για το ηλεκτρονικό εμπόριο, επισημαίνοντας-ρυθμίζοντας ζητήματα όπως η εξομοίωση των ηλεκτρονικών πληροφοριών με έγγραφα υλικής υπόστασης, η νομική ισχύς της ηλεκτρονικής υπογραφής, η αποδεικτική δύναμη των ηλεκτρονικών κειμένων, ο τόπος, ο χρόνος και απόδειξη παραλαβής του ηλεκτρονικού μηνύματος.

Σε ότι αφορά την ελληνική νομοθεσία, αυτή προσπαθεί αν και με κάποια καθυστέρηση να ανταπεξέλθει στις προσαγές της νέας εμπορικής πραγματικότητας κυρίως με την προσαρμογή των ευρωπαϊκών νομοθετημάτων - οδηγιών στο εσωτερικό δίκαιο. Κατά αυτό τον τρόπο αρχίζει να μορφοποιείται το νομοθετικό καθεστώς που αφορά το ηλεκτρονικό εμπόριο και την χώρα μας.

Ειδικότερα και για την περίπτωση της Ελλάδας κατά την συγκρότηση ενός e-shop θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη οι παρακάτω νόμοι :

2.3.1 ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ

Τις βάσεις για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου βάζει η οδηγία (2000/31/ΕΚ). Με την Οδηγία αυτή καθιερώθηκε η αρχή της ελευθερίας σύναψης ηλεκτρονικών συμβάσεων, η αρχή της χώρας προέλευσης, που σημαίνει ότι το Δίκαιο που διέπει τις συναλλαγές με ηλεκτρονικά μέσα είναι το Δίκαιο της χώρας μόνιμης εγκατάστασης του φορέα παροχής υπηρεσιών, και ο εξωδικαστικός διακανονισμός των διαφορών που θα προκύψουν.

Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου ολοκληρώνεται με μια σειρά από Οδηγίες, συστάσεις και κανονισμούς που είτε δημιουργήθηκαν προκειμένου να ρυθμιστούν οι ηλεκτρονικές μορφές εμπορίου. Κάθε χώρα μέλος της Ε.Ε. επιδιώκει προσαρμόσει το νομικό αυτό πλαίσιο στο εθνικό της δίκαιο, δημιουργώντας τους δικούς της τυπικούς νόμους. Ακολούθως παρουσιάζεται η Ευρωπαϊκή Νομοθεσία σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Δικαιώματα Πνευματικής Ιδιοκτησίας

- Οδηγία 2004/48/EC του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την επιβολή του δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας.
- Οδηγία 2001/29/EC της 22ας Μαΐου 2001 για την εναρμόνιση ορισμένων πτυχών του δικαιώματος του δημιουργού και συγγενικών δικαιωμάτων στην κοινωνία της πληροφορίας.
- Οδηγία 96/9/EC της 11ης Μαρτίου 1996 αναφορικά με τη νομική προστασία των βάσεων δεδομένων.
- Οδηγία 92/100/EEC αναφορικά με το δικαίωμα εκμίσθωσης το δικαίωμα δανεισμού και ορισμένα δικαιώματα συγγενικά προς την πνευματική ιδιοκτησία στον τομέα των προϊόντων της διανοίας.

Ηλεκτρονικό Εμπόριο

- Οδηγία 2000/31/EC 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 Αναλυτικότερα με βάση την παραπάνω οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο καθώς και το Π.Δ. 131/2003 για το ηλεκτρονικό εμπόριο που την ενσωματώνει στην ελληνική νομοθεσία, ο «ορισμός των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας» καλύπτει κάθε υπηρεσία που συνήθως παρέχεται εξ' αποστάσεως έναντι αμοιβής, μέσω εξοπλισμών ηλεκτρονικής επεξεργασίας και αποθήκευσης δεδομένων και κατόπιν ατομικού αιτήματος του αποδέκτη της υπηρεσίας. Στον ορισμό περιλαμβάνονται και υπηρεσίες που δεν αμείβονται από τον αποδέκτη τους όπως η παροχή πληροφοριών on line, οι εμπορικές επικοινωνίες, οι υπηρεσίες αναζήτησης, οι υπηρεσίες πρόσβασης και ανάκτησης δεδομένων, εφόσον αυτές συνιστούν οικονομικές δραστηριότητες. Κάθε κράτος μέλος (συνεπώς και η Ελλάδα) μεριμνά ώστε οι υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας που παρέχει ένας φορέας εγκατεστημένος στο έδαφος του να τηρούν τις ισχύουσες εθνικές διατάξεις του οι οποίες

εμπίπτουν στο συντονισμένο τομέα. Τα κράτη μέλη δε μπορούν να περιορίσουν την ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας οι οποίες προέρχονται από άλλο κράτος μέλος. Υπάρχουν όμως κάποιες προϋποθέσεις που εφόσον πληρούνται (π.χ. για τη δημόσια ασφάλεια, τη δημόσια υγεία, τη δίωξη εγκλημάτων κλπ.) τα κράτη μέλη μπορούν να λάβουν μέτρα για συγκεκριμένη υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας που προέρχεται από άλλο κράτος μέλος.

Προστασία Δεδομένων

- Οδηγία 95/46/EC του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 24ης Οκτωβρίου 1995 για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών.
- Κανονισμός (EC) 45/2001 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 18ης Δεκεμβρίου 2000 για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από τα όργανα και τους οργανισμούς της κοινότητας και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών.

Προστασία Δεδομένων στον Τηλεπικοινωνιακό Τομέα

- Οδηγία 97/66/EC του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 15ης Δεκεμβρίου 1997 περί επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και προστασίας της ιδιωτικής ζωής στον τηλεπικοινωνιακό τομέα.
- Οδηγία 2002/58/EC του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 12ης Ιουλίου 2002 σχετικά με την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τηλεπικοινωνιακό τομέα

Προστασία των Ηλεκτρονικών Συνδρομητικών Υπηρεσιών

- Οδηγία 98/84/EC του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τη νομική προστασία των υπηρεσιών που βασίζονται ή συνίστανται στην παροχή πρόσβασης υπό όρους (συνδρομητικές υπηρεσίες).

Ηλεκτρονικές Υπογραφές

- Οδηγία 1999/93/EC του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 13ης Δεκεμβρίου 1999 σχετικά με το κοινοτικό πλαίσιο για τις ηλεκτρονικές υπογραφές.

Εξ αποστάσεως Πωλήσεις

- Οδηγία 97/7/EC του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 20ης Μαΐου 1997 για την προστασία των καταναλωτών κατά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις.

Παραπλάνηση και Συγκριτική Διαφήμιση

- Οδηγία 97/55/EC του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 6ης Οκτωβρίου 1997, για την τροποποίηση της Οδηγίας 84/450/EEC, σχετικά με την παραπλανητική διαφήμιση προκειμένου να συμπεριληφθεί η συγκριτική διαφήμιση.

Μια σπουδαία εξέλιξη της τελευταίας δεκαετίας είναι η δημιουργία του προγράμματος eEurope. Το σχέδιο δράσης eEurope 2002 εντάσσεται άμεσα στο πλαίσιο της στρατηγικής της Λισσαβόνας, της οποίας στόχος είναι να καταστεί η Ευρωπαϊκή Ένωση η δυναμικότερη και πιο ανταγωνιστική οικονομία της γνώσης μέχρι το 2010. Οι δράσεις διαρθρώνονται με άξονες τρεις καίριους στόχους, που πρέπει να έχουν επιτευχθεί μέχρι το τέλος του 2002 και αυτοί είναι φθηνότερο, ταχύτερο και ασφαλές Διαδίκτυο, επένδυση σε άτομα και δεξιότητες και τέλος τόνωση της χρήσης του Διαδικτύου. Παράλληλα, το πρόγραμμα eEurope προσπαθεί να συμβάλει στην ενίσχυση του νομοθετικού πλαισίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

2.3.2 ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ

Στο σημείο αυτό παρουσιάζεται το νομοθετικό πλαίσιο που αφορά το ηλεκτρονικό εμπόριο στην χώρα μας το οποίο έχει διαμορφωθεί συμφωνά με τις οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Δικαιώματα Πνευματικής Ιδιοκτησίας

- Νόμος 2121/1993 για την πνευματική ιδιοκτησία, τα συγγενικά δικαιώματα και τα πολιτιστικά θέματα.

Ηλεκτρονικό Εμπόριο

- Προεδρικό Διάταγμα 131/2003, το οποίο αποτελεί προσαρμογή στην Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο (2000/31/EC). Το ηλεκτρονικό εμπόριο δίνει έμφαση στην εξώδικη επίλυση διαφορών, στη συνεργασία των κρατών - μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, για την επίλυση των προβλημάτων των Καταναλωτών, στη θέσπιση κανόνων δεοντολογίας, με υποχρεωτική ισχύ, για τους αποδέκτες τους, στην ευθύνη των ενδιάμεσων, στη σύναψη των ηλεκτρονικών συμβάσεων, στις πληροφορίες, που πρέπει να παρέχονται στις εμπορικές επικοινωνίες (διαφημιστικά, χορηγίες, προσφορές κ.λπ.), στον τόπο εγκατάστασης των φορέων παροχής υπηρεσιών.

Προστασία Δεδομένων

- Νόμος 2472/1997 για την προστασία του ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, ο οποίος ενσωματώνει στο ελληνικό δίκαιο την ευρωπαϊκή οδηγία 95/46/EK. Θεμέλιο της νομοθετικής παρέμβασης είναι το δικαίωμα των ανθρώπων να γνωρίζουν ποιες, τι και για ποιο σκοπό επεξεργάζεται πληροφορίες που τους αφορούν και να (συν)-αποφασίζουν καταρχήν οι ίδιοι, ποιες προσωπικές πληροφορίες θα γίνουν γνωστές στο περιβάλλον τους..
- Νόμος 2225/1994 για την προστασία του απορρήτου των επικοινωνιών, ο οποίος όμως καθορίζει και τις περιπτώσεις άρσης του απορρήτου αυτού.

- Νόμος, 2251/94 για την "προστασία των καταναλωτών" έχει καθιερώσει ιδιαίτερες προστατευτικές ρυθμίσεις και δικαιώματα για τους καταναλωτές. Ρυθμίζονται οι συμβάσεις από απόσταση και ορίζεται συγκεκριμένα ότι η χρησιμοποίηση των τεχνικών επικοινωνίας για τις συμβάσεις από απόσταση πρέπει να γίνεται κατά τέτοιο τρόπο ώστε να μην προσβάλλεται η ιδιωτική ζωή του καταναλωτή. Απαγορεύεται χωρίς την συναίνεση του καταναλωτή η χρησιμοποίηση τεχνικών επικοινωνίας όπως τηλεφώνου, αυτόματης κλήσης, τηλεομοιοτυπίας (φαξ), ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή άλλου ηλεκτρονικού μέσου επικοινωνίας για την πρόταση σύναψης σύμβασης.

Προστασία Δεδομένων στον Τηλεπικοινωνιακό Τομέα

- Νόμος 2774/1999 για την προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στον τηλεπικοινωνιακό τομέα. Ο Νόμος αυτός αποτελεί προσαρμογή στην Οδηγία 97/66/EC.

Προστασία των Ηλεκτρονικών Συνδρομητικών Υπηρεσιών

- Προεδρικό Διάταγμα 343/2002 για τη νομική προστασία των υπηρεσιών που βασίζονται ή συνίστανται στην παροχή πρόσβασης υπό όρους (συνδρομητικές υπηρεσίες). Το Διάταγμα αυτό αποτελεί προσαρμογή στην Οδηγία 98/84/EC.

Ηλεκτρονικές Υπογραφές

- Προεδρικό Διάταγμα 150/2001 αποτελεί προσαρμογή στην Οδηγία 1999/93/EC σχετικά με το κοινοτικό πλαίσιο για τις ηλεκτρονικές υπογραφές. Ψηφιακή υπογραφή είναι: "ψηφιακής μορφής υπογραφή σε δεδομένη ή λογικά συσχετιζόμενη με αυτά, που χρησιμοποιείται από τον υπογράφοντα ως ένδειξη αποδοχής του περιεχομένου των δεδομένων αυτών, εφόσον η εν λόγω υπογραφή: α) συνδέεται μονοσήμαντα με τον υπογράφοντα, β) πιστοποιεί την ταυτότητα του υπογράφοντα, γ) δημιουργείται με μέσα τα οποία ο υπογράφων μπορεί να διατηρεί υπό τον έλεγχο του, και δ) συνδέεται με τα δεδομένα στα οποία αναφέρεται κατά

τρόπο ώστε να μπορεί να αποκαλυφθεί οποιαδήποτε επακόλουθη αλλοίωση.

- Κανονισμός ΕΕΤΤ για την Παροχή Υπηρεσιών Πιστοποίησης Ηλεκτρονικής Υπογραφής (ΦΕΚ 603/Β'/16-5-2002).
- Προεδρικό Διάταγμα 342/2002 για τη διακίνηση εγγράφων με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο μεταξύ των δημόσιων υπηρεσιών, Ν.Π.Δ.Δ. και Ο.Τ.Α. ή μεταξύ αυτών και των φυσικών ή νομικών προσώπων ιδιωτικού δικαίου και ενώσεων φυσικών προσώπων.
- Κανονισμός ΕΕΤΤ για την Εθελοντική Διαπίστευση των Παρόχων Υπηρεσιών Πιστοποίησης (295/65).
- Κανονισμός ΕΕΤΤ για τη Διαπίστωση Συμμόρφωσης Ασφαλών Διατάξεων Δημιουργίας Υπογραφής και Ασφαλών Κρυπτογραφικών Μονάδων (295/64).
- Κανονισμός ΕΕΤΤ για τη Διαπίστωση Συμμόρφωσης Ασφαλών Διατάξεων Δημιουργίας Υπογραφής και Ασφαλών Κρυπτογραφικών Μονάδων και Φορέων για τη Διαπίστωση Συμμόρφωσης των Παρόχων Υπηρεσιών Πιστοποίησης προς τα Κριτήρια Εθελοντικής Διαπίστευσης (295/63).

Εξ αποστάσεως Πωλήσεις

- Νόμος 2251/1994 για την προστασία των καταναλωτών (ΦΕΚ 191 Α'/16 Νοεμβρίου 1994).

Παραπλάνηση και Συγκριτική Διαφήμιση

- Νόμος 2251/1994 για την προστασία των καταναλωτών (ΦΕΚ 191 Α'/16 Νοεμβρίου 1994).

Ωστόσο, οι παραπάνω νόμοι, δεν αποτελούν το σύνολο των νομικών υποχρεώσεων των επιχειρήσεων που διαθέτουν ηλεκτρονικό κατάστημα. Αυτό σημαίνει ότι, η κάθε επιχείρηση ανάλογα με τον τομέα στον οποίο

δραστηριοποιείται οφείλει να ανατρέχει στην νομοθεσία του ηλεκτρονικού εμπορίου γενικά.³⁷

2.3.3 ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι μία ιδιαίτερη μορφή εμπορίου καθώς η πώληση των προϊόντων ή των υπηρεσιών γίνεται εξ' αποστάσεως. Μπορούμε να διακρίνουμε δύο τύπους συναλλαγών. Αυτές που η εκπλήρωση της συμφωνίας απαιτεί την υλική παράδοση του προϊόντος ή της υπηρεσίας όπως για παράδειγμα η αγορά κάποιας ηλεκτρονικής συσκευής ή ενός βιβλίου και αυτές οι συναλλαγές που η εκπλήρωσή τους γίνεται άμεσα χωρίς την προϋπόθεση της υλικής παράδοσης του προϊόντος όπως για παράδειγμα η αγορά λογισμικού που μπορούμε να κατεβάσουμε άμεσα μετά την πληρωμή της και να την εγκαταστήσουμε στον υπολογιστή μας.

Στη περίπτωση που η συναλλαγή πραγματοποιείτε ηλεκτρονικά αλλά προϋποθέτει και τη φυσική παράδοση του προϊόντος τότε ο καταναλωτής έχει δικαίωμα της αναιτιολόγητης, εντός 14ημερου, υπαναχώρησης στη σύμβαση και επιστροφής του προϊόντος που έχει αγοράσει στην αρχική του κατάσταση. Ο καταναλωτής δεν βαρύνεται με τα έξοδα επιστροφής. Κάθε περιορισμός που θέτει το ηλεκτρονικό κατάστημα στο χρόνο υπαναχώρησης είναι άκυρος. Αντίθετα ο χρόνος μπορεί να είναι μεγαλύτερος, αν υπάρχει σχετική συμφωνία μεταξύ των μερών. Όταν δεν υπάρχει προθεσμία εκτέλεσης της σύμβασης, ο χρόνος εκτέλεσης δεν πρέπει να ξεπερνά τις 30 ημέρες από την παραγγελία.

Τα δικαιώματα του καταναλωτή και κατά συνάρτηση οι υποχρεώσεις του εμπόρου ή παρέχοντα υπηρεσίες στο διαδίκτυο αναφέρονται αναλυτικά στο Ν. 2251/1994, όπως τροποποιήθηκε με το Ν.3587/2007.

³⁷ Νικόλαος Γεωργόπουλος, Μαλαματένια-Άλμα Πανταζή, Χαράλαμπος Νικολαράκος & Ιωσήφ Βαγγελάτος, Ηλεκτρονικό Επιχειρείν: προγραμματισμός & σχεδίαση, Εκδόσεις Ε.Μπένου, Αθήνα, 2001

Σημείωση: Οι διαδικτυακοί τόποι ηλεκτρονικού εμπορίου που δεν εδρεύουν σε κράτος – μέλος της Ε.Ε. δεν υπόκεινται στις ρυθμίσεις της ευρωπαϊκής νομοθεσίας.

Φυσικά αυτά είναι τα επιπρόσθετα δικαιώματα του καταναλωτή στη περίπτωση που η συναλλαγή γίνεται μέσω ηλεκτρονικού καταστήματος και είναι σε ισχύ όλα τα δικαιώματα του καταναλωτή που εμπεριέχονται σε ένα μεγάλο μέρος νομολογίας σε Ελλάδα και ευρωπαϊκή ένωση και διέπονται από οκτώ βασικούς κανόνες που περιγράφονται στο πίνακα που ακολουθεί και δημοσιεύεται στην ιστοσελίδα της Ένωσης των ενεργών καταναλωτών³⁸

- **Ικανοποίηση των βασικών αναγκών** :Η δυνατότητα πρόσβασης σε βασικά αγαθά και υπηρεσίες: κατάλληλο φαγητό, ρουχισμό, προφύλαξη, υγειονομική φροντίδα, εκπαίδευση, δημόσιες υπηρεσίες, πόσιμο νερό και υγιεινή.
- **Ασφάλεια Προϊόντων και υπηρεσιών**:Η προστασία από προϊόντα, παραγωγικές διαδικασίες και υπηρεσίες, οι οποίες επιφέρουν βλαβερές συνέπειες στην υγεία ή τη ζωή των καταναλωτών.
- **Πληροφόρηση** :Η παροχή των απαιτούμενων πληροφοριών στους καταναλωτές με στόχο τη συνειδητή επιλογή αγοράς ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας, όπως επίσης και η προστασία τους από παραπλανητικές ή αθέμιτες διαφημίσεις, καθώς και από παραπλανητικές επιγραφές προϊόντων.
- **Δικαίωμα Επιλογής**: Η δυνατότητα των καταναλωτών να επιλέξουν από μία σειρά προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται σε ανταγωνιστικές τιμές και έχουν ικανοποιητική ποιότητα.

³⁸ http://www.eneka.gr/eneka_site/e_vasika_dikaiomata.html

- **Εκπροσώπηση:** Η εκπροσώπηση των συμφερόντων των καταναλωτών κατά τη διαδικασία χάραξης και υλοποίησης της κυβερνητικής πολιτικής, καθώς και κατά τη διάρκεια ανάπτυξης προϊόντων και υπηρεσιών.
- **Αποζημίωση:** Το δικαίωμα των καταναλωτών να απολαμβάνουν έναν ορθό διακανονισμό δίκαιων αιτημάτων, περιλαμβανομένων της αποζημίωσης για παραποίηση πληροφοριών, για κακής ποιότητας αγαθά ή για μη ικανοποιητικές υπηρεσίες.
- **Εκπαίδευση καταναλωτών:** Η γνώση και η ικανότητα των καταναλωτών να κάνουν μια συνειδητή επιλογή αγαθών και υπηρεσιών, καθώς και η ενημέρωσή τους για τα βασικά δικαιώματα και τις υποχρεώσεις τους και τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να αντιμετωπίζουν την εκάστοτε κατάσταση.
- **Υγιές, βιώσιμο περιβάλλον:** Το δικαίωμα διαβίωσης και εργασίας σε ένα περιβάλλον, το οποίο δεν είναι απειλητικό για την ευημερία των παρόντων και των μελλοντικών γενεών.

2.3.4 ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΑΝΑΜΕΣΑ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Αναφέραμε στη προηγούμενη παράγραφο τις συμβάσεις ανάμεσα σε επιχείρηση και καταναλωτή. Αυτές οι συμβάσεις είναι ένα κείμενο συμφωνίας που συντάσσεται συνήθως από τους νομικούς συμβούλους της επιχείρησής μας και περιγράφει στο καταναλωτή τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις εφόσον προβεί σε κάποια αγορά από το κατάστημά μας ή εφόσον γραφτεί ως μέλος στην ιστοσελίδα του ηλεκτρονικού μας καταστήματος.

Αυτό το κείμενο συνήθως αναγράφει λεπτομέρειες για το δικαίωμα υπαναχώρησης, τη διαδικασία αγοράς και επιστροφής προϊόντων, το κόστος αποστολής ανάλογα με το προϊόν και την τοποθεσία που βρισκόμαστε, την

προστασία των προσωπικών μας στοιχείων και καλό είναι εφόσον θέλουμε να συντάξουμε ένα τέτοιο κείμενο να συμβουλευτούμε κάποιο δικηγόρο. Ωστόσο ότι αναγράφει αυτή η σύμβαση είναι άκυρο εφόσον αντιτίθεται σε κάποιο υπάρχοντα ελληνικό ή ευρωπαϊκό νόμο και είναι κατά του καταναλωτή ενώ δεν ισχύει η ακυρότητα στη περίπτωση που αυτή η διαφοροποίηση αντίκειται στα συμφέροντα της επιχείρησης γι' αυτό είναι απαραίτητο να κινείτε πάντα στα πλαίσια της νομοθεσίας.

Ας δούμε όμως κάποια παραδείγματα συμβάσεων από γνωστά και επιτυχημένα e-shop

Το www.plaisio.gr είναι το ηλεκτρονικό κατάστημα έκθεσης και διάθεσης των προϊόντων μέσω του Διαδικτύου της ελληνικής ανώνυμης εταιρείας «ΠΛΑΙΣΙΟ Computers Α.Ε.Β.Ε.», που εδρεύει στη Θεση Σκληρή, Μαγούλα Αττικής, στην Ελλάδα (ΑΦΜ: 094222211 / Δ.Ο.Υ ΦΑΕΕ Αθηνών). Πριν εισέλθετε στο ηλεκτρονικό κατάστημα και περιηγηθείτε στην ιστοσελίδα μας, σας καλούμε να συμβουλευτείτε τους κάτωθι όρους και προϋποθέσεις, που εφαρμόζονται ειδικά για τη χρήση του ηλεκτρονικού καταστήματος της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers, που βρίσκεται στην διεύθυνση www.plaisio.gr.

Βεβαιωθείτε ότι συμφωνείτε με τους κάτωθι όρους και προϋποθέσεις διότι η περαιτέρω χρήση και η περιήγηση σας στην άνω ιστοσελίδα www.plaisio.gr συνεπάγεται την ρητή και ανεπιφύλακτη συγκατάθεση και συναίνεση σας με αυτούς.

1. Όροι

Η ΠΛΑΙΣΙΟ Computers διατηρεί το δικαίωμα να τροποποιεί μονομερώς ή να ανανεώνει τους παρόντες όρους και τις προϋποθέσεις των συναλλαγών, που γίνονται μέσω του ηλεκτρονικού της καταστήματος, σύμφωνα με τις ανάγκες της και τα συναλλακτικά ήθη. Η ΠΛΑΙΣΙΟ Computers αναλαμβάνει την υποχρέωση να ενημερώνει τους χρηστές για τυχόν τροποποιήσεις καθώς και για οποιαδήποτε αλλαγή, μέσω από την ιστοσελίδα του παρόντος ηλεκτρονικού καταστήματος. Διευκρινίζεται ότι η αλλαγή όρων δεν καταλαμβάνει παραγγελίες τις οποίες έχετε ήδη κάνει.

2. Παρεχόμενες πληροφορίες & Προϊόντα

Η ΠΛΑΙΣΙΟ Computers δεσμεύεται ως προς την πληρότητα και την εγκυρότητα των πληροφοριών που παρατίθενται στην ιστοσελίδα της www.plaisio.gr, τόσο όσον αφορά την ύπαρξη των ουσιωδών χαρακτηριστικών που κατά περίπτωση περιγράφονται για κάθε προϊόν που διαθέτει, όσο και για την ακρίβεια των στοιχείων που αφορούν τις παρεχόμενες, από το ηλεκτρονικό κατάστημα της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers, υπηρεσιών, υπό την επιφύλαξη τυχόν τεχνικών ή τυπογραφικών λαθών, που έχουν διαφύγει της προσοχής ή έχουν προκύψει ακούσια ή λόγω τυχόν διακοπών λειτουργίας της ιστοσελίδας εκ λόγων ανωτέρας βίας.

3. Περιορισμός ευθύνης

Η ΠΛΑΙΣΙΟ Computers ουδεμία εγγύηση μπορεί να παράσχει για τη διαθεσιμότητα των προϊόντων, αλλά εγγυάται την έγκαιρη ενημέρωση των τελικών καταναλωτών περί της μη διαθεσιμότητας τους.

Η ΠΛΑΙΣΙΟ Computers ευθύνεται μόνο για δόλο και βαριά αμέλεια, σε περίπτωση καθυστέρησης στην παράδοση παραγγελθέντων προϊόντων και για πληροφορίες που η ίδια δίνει ή υπηρεσίες που παρέχει μέσω του δικτυακού τόπου της.

Το ηλεκτρονικό κατάστημα της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers δεν φέρει ευθύνη για τυχόν τεχνικά προβλήματα που τυχόν παρουσιασθούν στους χρήστες όταν επιχειρούν την πρόσβαση στον δικτυακό τόπο και κατά την διάρκεια αυτής και έχουν σχέση με τη λειτουργία ή συμβατότητα της δικής τους υποδομής με τη χρήση του δικτυακού τόπου. Επίσης η ΠΛΑΙΣΙΟ Computers ουδεμία ευθύνη έχει για πράξεις ή παραλείψεις τρίτων και ιδιαίτερα μη επιτρεπόμενες παρεμβάσεις τρίτων σε προϊόντα ή/και υπηρεσίες ή/και πληροφορίες που διατίθενται μέσω αυτού.

4. Δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας

Η ιστοσελίδα www.plaisio.gr είναι ο επίσημος διαδικτυακός τόπος της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers. Όλα τα περιεχόμενα των ιστοσελίδων, που αναρτάται από την ΠΛΑΙΣΙΟ Computers, συμπεριλαμβανομένων εικόνων, γραφικών, φωτογραφιών, σχεδίων, κειμένων, παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων αποτελούν πνευματική ιδιοκτησία της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers και προστατεύονται κατά τις σχετικές διατάξεις του ελληνικού δικαίου, του ευρωπαϊκού δικαίου και των διεθνών συμβάσεων.

Απαγορεύεται οποιαδήποτε αντιγραφή, αναλογική / ψηφιακή εγγραφή και μηχανική αναπαραγωγή, διανομή, μεταφορά, downloading, μεταποίηση, μεταπώληση, δημιουργία παράγωγης εργασίας ή παραπλάνηση του κοινού σχετικά με τον πραγματικό παροχέα του Περιεχομένου των διαδικτυακών τόπων. Τυχόν αναπαραγωγή, επανέκδοση, μεταφόρτωση, ανακοίνωση, διάδοση ή μετάδοση ή οποιαδήποτε άλλη χρήση του Περιεχομένου με οποιοδήποτε τρόπο ή μέσο για εμπορικούς ή άλλους σκοπούς επιτρέπεται μόνο κατόπιν προηγούμενης γραπτής άδειας της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers ή οιοδήποτε άλλου νόμιμου δικαιούχου των ανωτέρω πνευματικών δικαιωμάτων.

Τα ονόματα, εικόνες, λογότυπα και διακριτικά γνωρίσματα που αντιπροσωπεύουν την ΠΛΑΙΣΙΟ Computers ή/και το ηλεκτρονικό της κατάστημα ή/και τρίτα μέρη συμβεβλημένα με αυτούς καθώς και τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους, είναι αποκλειστικά σήματα και διακριτικά γνωρίσματα της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers ή/και του www.plaisio.gr ή/και των άνω τρίτων μερών και προστατεύονται από τους ελληνικούς, κοινοτικούς και διεθνείς νόμους περί εμπορικών σημάτων και βιομηχανικής και πνευματικής ιδιοκτησίας και αθεμίτου ανταγωνισμού.

Σε κάθε περίπτωση η εμφάνισή και έκθεση τους στις ιστοσελίδες www.plaisio.gr δεν θα πρέπει κατά κανένα τρόπο να εκληφθεί ως μεταβίβαση ή εκχώρηση άδειας ή δικαιώματος χρήσης τους.

5. Υποχρεώσεις Χρήστη

Οι χρήστες των ιστοσελίδων www.plaisio.gr αποδέχονται ότι δεν θα χρησιμοποιούν αυτές και το ηλεκτρονικό κατάστημα της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers για αποστολή, δημοσίευση, αποστολή με e-mail ή μετάδοση με άλλους τρόπους οποιουδήποτε Περιεχομένου είναι παράνομο, βλαβερό, απειλητικό, προσβλητικό, ενοχλητικό, συκοφαντικό, δυσφημιστικό, χυδαίο, άσεμνο, libelογραφικό, αποτελεί παραβίαση του απορρήτου κάποιου άλλου, δείχνει εμπάθεια, ή εκφράζει φυλετικές, εθνικές ή άλλες διακρίσεις, δύναται να προκαλέσει βλάβες σε ανήλικους με οποιονδήποτε τρόπο, δεν δικαιούται να μεταδοθεί σύμφωνα με την νομοθεσία ή τις συμβατικές ή διαχειριστικές σχέσεις (όπως εσωτερικές πληροφορίες, ιδιοκτησιακές και εμπιστευτικές πληροφορίες που αποκτήθηκαν ή αποκαλύφθηκαν ως μέρος εργασιακών σχέσεων ή που καλύπτονται σε συμφωνίες εμπιστευτικότητας), παραβιάζει οποιαδήποτε ευρεσιτεχνία, εμπορικό σήμα, εμπορικό μυστικό, πνευματικά δικαιώματα ή άλλα ιδιοκτησιακά δικαιώματα τρίτων, περιέχει ιούς λογισμικού ή οποιουδήποτε άλλους κώδικες, αρχεία ή προγράμματα, που έχουν σχεδιαστεί με σκοπό την διακοπή, την πρόκληση βλάβης, την καταστροφή ή παρεμπόδιση της λειτουργίας οποιουδήποτε λογισμικού ή υλικού υπολογιστών, ηβελημένα ή αβέλγητα παραβαίνει την ισχύουσα ελληνική και κοινοτική νομοθεσία και των διατάξεων αυτής, δύναται να παρενοχλήσει τρίτους με οποιονδήποτε τρόπο και οποιονδήποτε περιεχόμενο χρησιμοποιείται για συλλογή ή αποθήκευση προσωπικών δεδομένων των χρηστών.

6. Ασφάλεια

Η ΠΛΑΙΣΙΟ Computers αναγνωρίζει τη σημασία του θέματος της ασφαλείας των Προσωπικών Σας Δεδομένων καθώς και των ηλεκτρονικών σας συναλλαγών και λαμβάνει όλα τα απαραίτητα μέτρα, με τις πιο σύγχρονες και προηγμένες μεθόδους, ώστε να εξασφαλίζεται η μέγιστη δυνατή ασφάλεια σας. Όλες οι πληροφορίες, οι οποίες σχετίζονται με τα προσωπικά σας στοιχεία και τις συναλλαγές σας, είναι ασφαλείς και απόρρητες. Η ασφάλεια του Ηλεκτρονικού καταστήματος της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers επιτυγχάνεται με τις ακόλουθες μεθόδους:

Αναγνώριση Πελάτη

Οι κωδικοί που χρησιμοποιούνται για την αναγνώρισή σας είναι δύο: ο Κωδικός Εισόδου (**e-mail ή username**) και ο Προσωπικός Μυστικός Κωδικός Ασφαλείας (**password**), οι οποίοι κάθε φορά που τους καταχωρείτε σας παρέχουν πρόσβαση με απόλυτη ασφάλεια στα προσωπικά σας στοιχεία.

Σας δίνετε η δυνατότητα να μεταβάλλετε τον Προσωπικό Μυστικό Κωδικό Ασφαλείας (password) και τη διεύθυνση ηλεκτρονικής σας αλληλογραφίας (e-mail) όσο συχνά επιθυμείτε. Ο μόνος που έχει πρόσβαση στα στοιχεία σας είστε εσείς μέσω των ανωτέρω κωδικών και είστε αποκλειστικά υπεύθυνοι για την διατήρηση της μυστικότητάς και απόκρυψης του από τρίτα πρόσωπα. Σε περίπτωση απώλειας του ή διαρροής του θα πρέπει να προβείτε στην άμεση ειδοποίηση μας, αλλιώς το ηλεκτρονικό κατάστημα της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers δεν ευθύνεται για την χρήση του μυστικού κωδικού από μη εξουσιοδοτημένο πρόσωπο. Σας συνιστούμε, για λόγους ασφαλείας, να αλλάζετε το password σας σε τακτά χρονικά διαστήματα και να αποφεύγετε τη χρήση των ίδιων και εύκολα ανιχνεύσιμων κωδικών (π.χ. ημερομηνία γέννησης). Επίσης σας προτείνουμε να χρησιμοποιείτε όχι μόνο γράμματα και αριθμούς αλλά και σύμβολα και τη δημιουργία password.

Εξασφάλιση του Απορρήτου της Μεταφοράς των Προσωπικών σας Δεδομένων

Για την εξασφάλιση του απορρήτου της μεταφοράς των δεδομένων, χρησιμοποιούμε το πρωτόκολλο κρυπτογράφησης SSL-128bit. Το σύστημα έχει πιστοποιηθεί από την εταιρία Verisign, η οποία ειδικεύεται σε θέματα ασφαλείας συναλλαγών.

Αυτόματη Αποσύνδεση

Εάν δεν υπάρξει καμία δραστηριότητα για 20 λεπτά γίνεται αυτόματη αποσύνδεση από το χώρο μελών του ηλεκτρονικού καταστήματος της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers.

Ελεγχόμενη Πρόσβαση (firewall)

Η πρόσβαση στα συστήματα της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers (servers) ελέγχεται από firewall, το οποίο επιτρέπει τη χρήση συγκεκριμένων υπηρεσιών από τους πελάτες/ χρήστες απαγορεύοντας, παράλληλα, την πρόσβαση σε συστήματα και βάσεις δεδομένων με απόρρητα στοιχεία και πληροφορίες της εταιρείας.

Κρυπτογράφηση

Το σύστημα της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers αποκρυπτογραφεί πρώτα τις πληροφορίες που λαμβάνει χρησιμοποιώντας το ίδιο κλειδί (που προκαθορίζεται με την έναρξη της σύνδεσής σας με την υπηρεσία) και στη συνέχεια τις επεξεργάζεται. Τα συστήματα της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers σας αποστέλλουν πληροφορίες ακολουθώντας την ίδια διαδικασία κρυπτογράφησης.

Σε όποιο σημείο του site εισάγετε προσωπικά δεδομένα (password, διευθύνσεις, τηλέφωνα, πιστωτικές κάρτες κ.τ.λ.) υπάρχει κρυπτογράφηση SSL 128-bit.

Η κρυπτογράφηση είναι ουσιαστικά ένας τρόπος κωδικοποίησης της πληροφορίας μέχρι αυτή να φτάσει στον ορισμένο αποδέκτη της, ο οποίος θα μπορεί να την αποκωδικοποιήσει με χρήση του κατάλληλου κλειδιού. Κατά την παραγγελία και εφόσον ο χρήστης / πελάτης έχει συνδεθεί με το username και το προσωπικό του κωδικό στο ηλεκτρονικό κατάστημα της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers, όλη η επικοινωνία ανάμεσα στον υπολογιστή σας και τα συστήματα της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers κρυπτογραφείται με χρήση κλειδιού 128bits. Δηλαδή, κάθε φορά που στέλνετε πληροφορίες προς το σύστημα, ο browser σας τις κρυπτογραφεί πρώτα με χρήση κλειδιού 128 bits και στη συνέχεια τις στέλνει στο σύστημα.

Το σύστημα της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers αποκρυπτογραφεί πρώτα τις πληροφορίες που λαμβάνει χρησιμοποιώντας το ίδιο κλειδί (που προκαθορίζεται με την έναρξη της σύνδεσής σας με την υπηρεσία) και στη συνέχεια τις επεξεργάζεται. Τα συστήματα της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers σας αποστέλλουν πληροφορίες ακολουθώντας την ίδια διαδικασία κρυπτογράφησης.

Απόρρητο Συναλλαγών

Η τήρηση του απορρήτου θεωρείται αυτονόητη. Οι ίδιες βασικές αρχές που διέπουν τις κλασσικές συναλλαγές ισχύουν και στην περίπτωση του e-commerce (ηλεκτρονικού εμπορίου). Όλες οι πληροφορίες που διαβιβάζονται από τον χρήστη /μέλος στη ΠΛΑΙΣΙΟ Computers είναι εμπιστευτικές και η ΠΛΑΙΣΙΟ Computers έχει λάβει όλα τα απαραίτητα μέτρα ώστε να γίνεται χρήση τους μόνο στο μέτρο που αυτό κρίνεται αναγκαίο στο πλαίσιο των παρεχόμενων υπηρεσιών. Μερικά από τα μέτρα που έχουν ληφθεί είναι τα ακόλουθα:

Μόνο εξουσιοδοτημένοι υπάλληλοι έχουν πρόσβαση στις πληροφορίες των συναλλαγών σας και μόνο όποτε αυτό είναι αναγκαίο, π.χ. για τη διεκπεραίωση των αιτήσεών σας.

Η ΠΛΑΙΣΙΟ Computers δεν αποκαλύπτει τα στοιχεία των πελατών και των συναλλαγών τους, εκτός αν έχει έγγραφη εξουσιοδότηση από εσάς ή αυτό επιβάλλεται από δικαστική απόφαση ή απόφαση άλλης δημόσιας αρχής.

Στην περίπτωση που η ΠΛΑΙΣΙΟ Computers χρησιμοποιεί τρίτους για την υποστήριξη των συστημάτων της, φροντίζει για την εξασφάλιση του απορρήτου.

Μπορείτε να ζητήσετε οποιαδήποτε στοιχεία τηρούνται για εσάς καθώς και την διόρθωσή τους σε περίπτωση που μπορείτε να τεκμηριώσετε την ύπαρξη λάθους.

Για τη δική σας ασφάλεια, θα πρέπει και εσείς να χειρίζεστε όλες τις πληροφορίες που παρέχονται μέσω της υπηρεσίας ως εμπιστευτικές και απόρρητες και να μην προβαίνετε σε οποιαδήποτε αποκάλυψή τους σε τρίτα πρόσωπα.

7. Προστασία Προσωπικών Δεδομένων

Κατά την επίσκεψή σας στις σελίδες του www.plaisio.gr είναι πιθανό να σας ζητηθεί να δηλώσετε προσωπικά σας στοιχεία που σας αφορούν (όνομα, επίθετο επάγγελμα, ηλεκτρονική διεύθυνση, διεύθυνση αποστολής προϊόντων κλπ.) κατά κανόνα για να διεκπεραιώσουμε παραγγελίες σας. Τα τυχόν προσωπικά δεδομένα που δηλώνετε οπουδήποτε στις σελίδες και τις υπηρεσίες των διαδικτυακών τόπων www.plaisio.gr, τηρούνται αποκλειστικά και μόνο για λόγους που αφορούν τις συναλλαγές σας μαζί μας επικοινωνίας, την βελτίωση των παρεχομένων υπηρεσιών και την διασφάλιση της λειτουργίας της αντίστοιχης υπηρεσίας και δεν επιτρέπεται να χρησιμοποιηθούν από οποιονδήποτε τρίτο (με εξαίρεση όπου προβλέπεται από το Νόμο στις αρμόδιες και μόνο αρχές).

Σε κάθε περίπτωση οι εργαζόμενοι της **ΠΛΑΙΣΙΟ Computers** που έχουν πρόσβαση στα προσωπικά σας δεδομένα είναι συγκεκριμένα και η πρόσβαση προσώπων χωρίς εξουσιοδότηση στα προσωπικά σας δεδομένα απαγορεύεται. Κάθε εύλογο μέτρο για την ασφάλιση των δεδομένων σας έχει παρθεί. Τα προσωπικά σας στοιχεία σε εξαιρετικά σπάνιες και ειδικές περιπτώσεις δύναται να γνωστοποιούνται και σε συνεργαζόμενες με την ΠΛΑΙΣΙΟ Computers επιχειρήσεις, με σκοπό την υποστήριξη, πρόωθηση και εκτέλεση της συναλλακτικής σχέσης σας μαζί μας, αλλά πάντοτε υπό προϋποθέσεις που εξασφαλίζουν πλήρως ότι τα προσωπικά σας στοιχεία δεν υφίστανται οποιαδήποτε παράνομη επεξεργασία.

Για οποιαδήποτε απορία ή πρόταση ή δήλωση που σχετίζεται με αυτά τα θέματα παρακαλούμε επικοινωνήστε μαζί μας κάνοντας χρήση της ειδικής φόρμας επικοινωνίας η οποία παρέχεται στο παρακάτω σύνδεσμο <http://www.plaisio.gr/contact.aspx>

Σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή ο χρήστης διατηρεί το δικαίωμα ενημέρωσης ή και αντίρρησης στην περαιτέρω επεξεργασία των στοιχείων του σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία για την προστασία των προσωπικών δεδομένων.

8. Αγορά Προϊόντων

Στα ράφια του ηλεκτρονικού μας καταστήματος μπορείτε να βρείτε περίπου **18,000 προϊόντα** πληροφορικής, τηλεφωνίας και ειδών γραφείου.

Για να διευκολύνουμε την αναζήτηση σας, έχουμε διαιρέσει τα προϊόντα μας σε 10 κεντρικές κατηγορίες. Κάθε κατηγορία έχει και ένα δέντρο υποκατηγοριών, που εμφανίζεται στην αριστερή στήλη της οθόνης σας.

Στόχος μας είναι να φτάσετε στο τελικό προϊόν με 3 clicks. Στην περίπτωση που ψάχνετε για κάτι συγκεκριμένο, χρησιμοποιήστε την «αναζήτηση», που θα σας οδηγήσει κατ'ευθείαν στη συγκεκριμένη επιλογή σας.

Το "Πλαίσιο" κάνει κάθε δυνατή προσπάθεια να παρέχει υπηρεσίες υψηλής ποιότητας. Παρόλα αυτά δεν μπορούν να αποκλεισθούν περιπτώσεις λαθών σε τιμές και δευτερεύον χαρ/κά προϊόντων και δεν μπορεί να εξασφαλισθεί, ότι δεν θα υπάρξουν διακοπές λειτουργίας της ιστοσελίδας ή «ανθρώπινα» λάθη κατά την ενημέρωση / αναγραφή της τιμής ενός προϊόντος. Για την σφάλεια και την αποτελεσματικότητα των αγορών σας καλούμε εφόσον διαπιστώσετε ότι κάποιο προϊόν προσφέρεται σε ασυνήθιστα χαμηλή ή υψηλή τιμή σε σχέση με την αγοραία αξία του, πριν προχωρήσετε στην παραγγελιά του να επικοινωνήσετε με το Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών στο 800-11-12345 ή μέσω της φόρμας ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του δικτυακού τόπου.

Επίσης σας συνιστούμε πριν προβείτε σε αγοράς από το ηλεκτρονικό μας κατάστημα να επισκεφτείτε την ενότητα βοήθεια & όροι χρήσης και ειδικά την παράγραφο «Οδηγός Αγορών», οπου θα βρείτε χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με τη διαδικασία και τον τρόπο αγοράς προϊόντων.

Κατά την καταχώρηση της παραγγελίας σας θα λάβετε αυτοματοποιημένο e-mail το οποίο θα αναφέρει τις λεπτομέρειες της παραγγελίας σας. Μετά την επεξεργασία της παραγγελίας από το τμήμα ηλεκτρονικών αγορών της Πλαίσιο Computers, θα λάβετε το δεύτερο και επιβεβαιωτικό e-mail με τα προϊόντα που θα σας αποσταλούν.

Κατά την εξέλιξη της παραγγελίας σας θα λάβετε μια σειρά αυτοματοποιημένων e-mail, τα οποία θα αναφέρουν τη πρόοδο της παραγγελίας. Αυτά τα μηνύματα αφορούν τα εξής βήματα :

Επεξεργασία παραγγελίας: Όταν η παραγγελία σας έχει παραληφθεί από συνεργάτη της εταιρείας μας ο οποίος την ελέγχει ως προς την ορθότητα της.

Κατάσταση picking: Η παραγγελία σας βρίσκεται στο στάδιο συγκέντρωσης προϊόντων στην αποθήκη μας.

Τιμολόγηση : Τα προϊόντα της παραγγελίας συλλέχθηκαν και έχουν δρομολογηθεί για αποστολή στο χώρο σας.

Μερικώς τιμολόγηση: Κάποιο/α από τα προϊόντα της παραγγελίας σας δεν συλλέχθηκε και έχει μείνει ως εκκρεμότητα. Θα σας παραδοθούν τα προϊόντα τα οποία αναφέρονται στο e-mail.

Ακυρωμένη: Η παραγγελία σας έχει ακυρωθεί από την αποθήκη: Το συγκεκριμένο αφορά παραγγελία για παράδοση σε κάποιο από τα καταστήματα μας από το τελικό πελάτη

Παρελήφθη από το κατάστημα: Το παρόν επιβεβαιώνει ότι η παραγγελία έχει παραληφθεί από το κατάστημα της επιλογής σας και τα προϊόντα σας περιμένουν

Σε περίπτωση που στη παραγγελία σας προκύψει κάποια εκκρεμότητα τότε θα σας αποσταλεί αντίστοιχο e-mail. Εναλλακτικά θα επικοινωνήσουμε μαζί σας στα τηλέφωνα που μ'έχετε δώσει κατά την εγγραφή ή την καταχώρηση της παραγγελίας στο site μας.

Δεν υπάρχει τρόπος απενεργοποίησης αυτών των ενημερώσεων, η αποστολή των οποίων, αποτελεί προϋπόθεση για την σωστή εξέλιξη της παραγγελίας σας. Τα e-mail αυτά σε καλούμε να φροντίζετε να μπορούν να φτάσουν σε εσάς και να τα διατηρείτε καθ' όλη την διάρκεια της συναλλαγής μας. Είναι υποχρέωση σας, σε περίπτωση που δεν λαμβάνετε τα σχετικά e-mail, σύμφωνα με τους γενικούς όρους που διέπουν τις συναλλαγές μας, να μας ενημερώνετε χωρίς καθυστέρηση.

9. Υπαναχώρηση / Επιστροφή – Αντικατάσταση Προϊόντων

Έχετε το δικαίωμα να επιστρέψετε τα προϊόντα που αγοράσατε και να ζητήσετε την αντικατάστασή τους α) σε όλες τις περιπτώσεις στις οποίες με αποδεδειγμένη υπαιτιότητα της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers σας παραδόθηκαν προϊόντα άλλα ή ουσιαστικά διαφορετικά από αυτά που παραγγείλατε β) σε όλες τις περιπτώσεις στις οποίες υπήρξε ελάττωμα στο προϊόν λείπει συμφωνημένη ιδιότητα του και υπό την προϋπόθεση ότι (i) δεν προβλέπεται διαφορετικά από την εγγύηση του παραγωγού, ή του εισαγωγέα και το προϊόν βρίσκεται εντέ γγγύησης, οπότε και ισχύουν οι όροι εγγύησης ή (ii) αν δεν υπάρχει εγγύηση κατά το (i) δεν έχει επέλθει η νόμιμη παραγραφή των δικαιωμάτων του αγοραστή ή (iii) αν δεν υπάρχει εγγύηση κατά το (i) και το ελάττωμα ή η ιδιότητα που λείπει δεν είναι σημαντικά.

Έχετε το δικαίωμα να επιστρέψετε τα προϊόντα που αγοράσατε και να ζητήσετε την αλλαγή τους με άλλο προϊόν ή προϊόντα μέχρι του ύψους του τιμήματος που έχετε καταβάλλει ή με πρόσθετο τίμημα αν επιθυμείτε, μέσα σε είκοσι(20) ημέρες από την παραλαβή του προϊόντος

Έχετε το δικαίωμα να επιστρέψετε τα προϊόντα που αγοράσατε και να ζητήσετε την καταβολή του τιμήματος που μας καταβάλατε α) σε όλες τις περιπτώσεις στις οποίες υπήρξε ελάττωμα στο προϊόν ή λείπει συμφωνημένη ιδιότητα του και υπό την προϋπόθεση ότι (i) δεν προβλέπεται διαφορετικά από την εγγύηση του παραγωγού, ή του εισαγωγέα και το προϊόν βρίσκεται εντός εγγύησης, οπότε και ισχύουν οι όροι εγγύησης ή (ii) αν δεν υπάρχει εγγύηση κατά το (i) δεν έχει επέλθει η νόμιμη παραγραφή των δικαιωμάτων του αγοραστή ή (iii) αν δεν υπάρχει εγγύηση κατά το (i) και το ελάττωμα ή η ιδιότητα που λείπει δεν είναι σημαντικά και (β) εντός 14 ημερών από την παράδοση του προϊόντος

Η ΠΛΑΙΣΙΟ Computers ευθύνεται για αποζημίωση σε περίπτωση έλλειψης συμφωνημένης ιδιότητας ή ύπαρξης ελαττώματος μόνο αν αυτό έχει προκληθεί από υπαιτιότητα του, οπότε και δεν ευθύνεται για ελαφρά αμέλεια.

Επιπλέον, για όλες τις περιπτώσεις θα πρέπει το προϊόν προς αντικατάσταση-επισκευή να συνοδεύεται απαραίτητα με την πρωτότυπη απόδειξη αγοράς. Για όλες τις ανωτέρω περιπτώσεις τα προς αντικατάσταση-επισκευή προϊόντα πρέπει να βρίσκονται στην κατάσταση που παραλήφθηκαν από τον πελάτη, πλήρη και χωρίς φθορές και η συσκευασία να είναι αυτή που κανονικά συνοδεύει το προϊόν (να συμφωνεί το ΙΜΕΙ) και να είναι σε άριστη κατάσταση, μαζί με όλα τα έγγραφα τα οποία συνόδευαν το προϊόν (π.χ. ΔΑΤ, Αι Λιανικής κ.ο.κ). Πριν από κάθε επιστροφή συνιστάται να προηγηθεί συνεννόηση με το Ηλεκτρονικό κατάστημα της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers. Σε κάθε περίπτωση η επιστροφή και αντικατάσταση είναι εφικτή υπό τις κάτωθι προϋποθέσεις: 1. επικοινωνήστε την ίδια μέρα ή την επομένη εργάσιμη ημέρα με το Ηλεκτρονικό Κατάστημα 2. σε περίπτωση αλλαγής του προϊόντος εντός 20 ημερών με άλλο ή άλλα μέχρι του ύψους του τιμήματος ή με πρόσθετο τίμημα ή υπαναχώρησης εντός 14 ημερών σύμφωνα με το άρθρο 5 παρ.10 του ν.2251/1994, το προϊόν δεν πρέπει να έχει χρησιμοποιηθεί 3. το προϊόν συνοδεύεται από όλα τα απαραίτητα έγγραφα, που αποδεικνύουν την συναλλαγή (π.χ. ΔΑΤ, Αι. Λιανικ κ.ο.κ)

10. Ακύρωση Παραγγελίας

Ακύρωση της παραγγελίας δύναται να γίνει στις κάτωθι περιπτώσεις : Πριν ολοκληρωθεί η παραγγελία, κατά τη διάρκεια της ηλεκτρονικής διαδικασίας της παραγγελίας μπορεί να κάνετε πίσω «back» και να αφαιρέσετε τις ποσότητες των προϊόντων από το καλάθι σας πατώντας στο κουμπί «αφαίρεση». Εάν έχει ολοκληρωθεί η ηλεκτρονική παραγγελία αλλά δεν έχει αποσταλεί ακόμα το προϊόν μπορείτε να καλέσετε το 800-11-12345 και ένας συνεργάτης μας θα αναλάβει την ακύρωσή της παραγγελίας σας. Μετά την παραλαβή του προϊόντος, καλέστε μας στο **800-11-12345** ή επικοινωνήστε μέσω της φόρμας ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του δικτυακού τόπου, εξηγώντας το λόγο που επιθυμείτε την ακύρωση της παραγγελίας. Ένας συνεργάτης μας θα σας εξυπηρετήσει άμεσα και θα σας ενημερώσει για όλες τις επιλογές σας. Σε περίπτωση που παραγγελία σας έχει ήδη τιμολογηθεί και επιθυμείτε την ακύρωση της τότε επικοινωνήστε με το Τμήμα Εξυπηρέτησης πελατών στο 800-11-12345 και δώστε τα στοιχεία της παραγγελίας σας. Ωστόσο, η κατάσταση (status) της παραγγελίας δεν θα αλλάξει στη σελίδα του λογαριασμού σας.

11. Τρόποι Πληρωμής

Πληρωμή μέσω Πιστωτικής Κάρτας:

Το ηλεκτρονικό κατάστημα της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers δέχεται όλες τις πιστωτικές κάρτες Visa, Mastercard, American Express και Citibank. Οι συναλλαγές σας στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα προστατεύονται από ανώτατα συστήματα online ασφαλείας (SSL-128 bit και ψηφιακή πιστοποίηση από τη Verisign, Inc.) τα οποία εγγυώνται ένα ασφαλές περιβάλλον συναλλαγών στις περισσότερες από τις 500 μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κόσμου. Σε κάθε περίπτωση οι 80,000+ επισκέπτες την ημέρα και η λειτουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος μας από το 1999 εγγυώνται την ασφάλεια των συναλλαγών σας. Για τις αγορές με την πιστωτική σας κάρτα ακολουθήστε τις οδηγίες που υπάρχουν στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα. Θα σας ζητηθεί να συμπληρώσετε τη φόρμα παραγγελίας και τον αριθμό και την ημερομηνία λήξης της πιστωτικής σας κάρτας. Στην περίπτωση που επιλέξετε να πληρώσετε με πιστωτική κάρτα θα πρέπει να είστε παρών κατά την παραλαβή της παραγγελίας σας έχοντας μαζί σας την πιστωτική σας κάρτα και την ταυτότητά σας. Σε αυτή την περίπτωση (δηλ. πληρωμή μέσω πιστωτικής κάρτας) δεν επιτρέπεται η παραλαβή της παραγγελίας από τρίτο πρόσωπο. Σε περίπτωση που η παραγγελία πραγματοποιείται στα στοιχεία και για λογαριασμό εταιρείας τότε η πιστωτική κάρτα που χρησιμοποιείτε να είναι εταιρική. Δηλαδή να έχει εκδοθεί στα στοιχεία τη αντίστοιχης εταιρείας. Επίσης κατά την παράδοση θα πρέπει να είναι παρών ο εξουσιοδοτημένος κάτοχος με τη πιστωτική κάρτα και τη ταυτότητά του.

Πληρωμή με την παραλαβή της παραγγελίας στο χώρο σας (αντικαταβολή):

Πληρώστε τον υπάλληλο της εταιρείας μας, με την παράδοση της παραγγελίας σας στο χώρο σας. Η μέθοδος πληρωμής με αντικαταβολή ισχύει για τις πόλεις: Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Λάρισα και σε όλη την Κρήτη (νομοί Ηρακλείου, Χανίων, Λασιθίου και Ρεθύμνου) και για όλη την Υπόλοιπη Ελλάδα στην περίπτωση που το δέμα δεν ξεπερνάει τα 6kg.

Σύμφωνα με τις ισχύουσες φορολογικές διατάξεις, από 03.01.2012 παραστατικά αξίας άνω των 1.500€ προς ιδιώτες (Απόδειξη Λιανικής) και παραστατικά αξίας άνω των 3.000€ προς επαγγελματίες/επιχειρήσεις (Τιμολόγιο Πώλησης) θα πρέπει να εξοφλούνται ΜΟΝΟ με τους παρακάτω τρόπους:

- Κατάθεση/ έμβασμα σε τραπεζικό λογαριασμό
- Χρέωση σε πιστωτική ή χρεωστική κάρτα

Παραλαβή και πληρωμή της παραγγελίας σας στο πλησιέστερο κατάστημα της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers:

Στο τελικό στάδιο ολοκλήρωσης της παραγγελίας επιλέξτε στη Μέθοδο Αποστολής το «Παραλαβή από κατάστημα». Στη συνέχεια επιλέξτε από τη λίστα καταστημάτων το κοντινότερο κατάστημα που σας εξυπηρετεί. Εφόσον η παραγγελία σας καταχωρηθεί έως τις 15:00 και τα προϊόντα είναι άμεσα διαθέσιμα, τότε την επόμενη εργάσιμη θα βρισκονται στο κατάστημα που επιλέξατε. Για το κατάστημα Ηρακλείου Κρήτης η παραγγελία πρέπει να έχει καταχωρηθεί έως τις 13:30 και η παράδοση της στο κατάστημα θα ολοκληρωθεί σε 2 εργάσιμες, (εκτός Δευτέρας). Η παραγγελία σας θα παραμείνει στο κατάστημα που επιλέξατε για 2 μέρες μετά την παράδοση της σε αυτό. Η εξόφληση της παραγγελίας θα γίνει στο ταμείο του καταστήματος κατά την παραλαβή. Σε περίπτωση που επιλέξετε να εξοφλήσετε τη παραγγελία σας με πιστωτική κάρτα σας ενημερώνουμε η χρέωση θα γίνει στο κατάστημα. Θα πρέπει να έχετε μαζί σας την πιστωτική κάρτα και την ταυτότητα σας (ή το διαβατήριό) κατά την εξόφληση της παραγγελίας στο ταμείο τι καταστήματος. Σας ενημερώνουμε ότι σε περίπτωση που στην παραγγελία σας υπάρχουν προϊόντα σε Top Web προσφορά και επιθυμείτε να παραλάβετε την παραγγελία σας α κάποιο από τα καταστήματά μας, θα χρεωθείτε με την κανονική τιμή που ισχύει στο κατάστημα και όχι με την τιμή WebOffer.

Με κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό:

Προεξοφλήστε την παραγγελία σας σε ένα από τους ακόλουθους λογαριασμούς των Τραπεζών που συνεργαζόμαστε :

EUROBANK-ERGIASIAS: 0026.0025.43.0200496622
ALPHA BANK: 121002002008299
ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ: 84311596
ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ: 5035-012225-519
ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ: 073-015-000001711459-6
CITIBANK: 084-020-000504646327 0
ASPIB BANK: 101-03-0004473
MILLENNIUM BANK: 1028580
PROTON BANK: 02070065184
PROBANK: 054 005 0014953012016
MARFIN ΕΓΝΑΤΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ: 0012396420
ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ: 9800106064-3
FIRST BUSINESS BANK (FBB): 0015759-50-02-3
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ: 487991
ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ: 003-04-003101-94
ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΧΑΝΙΩΝ: 122092001

και στείλτε μας το αντίγραφο της τραπεζικής εντολής πληρωμής με fax στο 210-2892035. Με την λήψη του αντιγράφου της τραπεζικής εντολής πληρωμής, σας αποστέλλουμε παραγγελία σας.

Αγορά με Δόσεις: Μπορείτε να αγοράσετε προϊόντα με δόσεις είτε μέσω καταναλωτικού δανείου, είτε μέσω της πιστωτικής σας κάρτας.

Καταναλωτικό Δάνειο: Μέχρι 48 δόσεις, από 900 ευρώ και πάνω (μόνο από τα Καταστήματά μας ή και τηλεφωνικά).

Πιστωτική Κάρτα: Μέχρι 48 δόσεις, από 0 ευρώ. (Το επιτόκιο εξαρτάται από την τράπεζά σας).

12. Διαφορά μεταξύ τιμής καταστήματος και τιμής ηλεκτρονικού καταστήματος

Η πολιτική των τιμών των προϊόντων της ΠΛΑΙΣΙΟ Computers είναι ίδια σε όλα μας τα κανάλια διανομής της : καταστήματα, κατάλογοι, ηλεκτρονικό κατάστημα. Ωστόσο σε επιλεγμένα προϊόντα δημιουργήσαμε τις ονομαζόμενες «WebOffers» προσφορές, όπου η τιμή τους στο ηλεκτρονικό κατάστημα διαφέρει από τα υπόλοιπα κανάλια διανομής και ισχύει μόνο για αγορές μέσω αυτού του ηλεκτρονικού καταστήματος και αποστολή στο χώρο σας. Σας ενημερώνουμε ότι σε περίπτωση που στην παραγγελία σας υπάρχουν προϊόντα σε «WebOffer» προσφορά και επιθυμείτε να παραλάβετε την παραγγελία σας από κάποιο από τα καταστήματά μας, θα χρεωθείτε με την κανονική τιμή που ισχύει στο κατάστημα και όχι με την τιμή «WebOffer». Σε κάθε περίπτωση αν και καταβάλουμε κάθε δυνατή προσπάθεια για την ακριβή αναγραφή των στοιχείων και των τιμών που παραθέτουμε στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα δεν μπορούμε να αποκλείσουμε το ενδεχόμενο εμφάνισης τυπογραφικών ή τεχνικών λαθών σε τιμές και χαρ/κά προϊόντων. Για λόγο αυτό σας συνιστούμε και στις περιπτώσεις «WebOffers» προσφορές, πριν από κάθε πληρωμή και την ολοκλήρωση της παραγγελίας σας να επικοινωνείτε για επιβεβαίωση τιμής αυτής με το Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών στο 800-11-12345 ή μέσω της φόρμας ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του δικτυακού τόπου.

13. Παραγγελία / Παράδοση Προϊόντων/ Έξοδα Αποστολής

Ολοκλήρωση παραγγελίας:

Με το που καταχωρείτε την παραγγελία σας, σας εμφανίζεται το ακόλουθο μήνυμα (παράδειγμα): «Η ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ ΣΑΣ ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ. ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ. Ο αριθμός παραγγελίας σας είναι 71243. Παρακαλούμε ελέγξτε το e-mail σας. Σας έχουμε αποστείλει ένα επιβεβαιωτικό e-mail με τις λεπτομέρειες της παραγγελίας σας.»

Ημερομηνίες και ώρες παράδοσης:

Οι ημέρες παράδοσης είναι από Δευτέρα μέχρι Παρασκευή από τις 9.00 πμ μέχρι 17.00 μμ για Αθήνα*, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Λάρισα και σε όλη την Κρήτη (νομοί Ηρακλείου, Χανίων, Λασιθίου και Ρεθύμνου). Για την υπόλοιπη Ελλάδα ισχύουν οι ώρες παράδοσης της εκάστοτε Μεταφορικής Εταιρείας.

* Για παραγγελίες εντός Αθηνών παρέχεται η δυνατότητα παράδοσης και το Σάββατο (εφόσον ζητηθεί στα σχόλια της παραγγελίας)

Παραλαβή προϊόντων:

Κάντε την παραγγελία σας μέχρι τις 15:00 Δευτέρα με Παρασκευή και το Πλαίσιο αποστέλλει την παραγγελία σας την επόμενη εργάσιμη μέρα στις πόλεις:

- Αθήνα*
- Θεσσαλονίκη
- Πάτρα
- Λάρισα
- Στις πρωτεύουσες των νομών της Κρήτης (Ηράκλειο, Χανιά, Λασιθί και Ρέθυμνο)

- Για τις **περιοχές της Κρήτης προκειμένου** να γίνει παράδοση την **επόμενη εργάσιμη** η παραγγελία πρέπει να έχει καταχωρηθεί έως τις **13:30μ.μ.**

• Εντός 2 έως 3 εργάσιμες ημέρες στην Ηπειρωτική Ελλάδα και Κρήτη (στις Πρωτεύουσες των Νομών) , νησιά, εφόσον τα προϊόντα που έχετε παραγγείλει είναι διαθέσιμα. Για παράδειγμα, εάν βρίσκεστε σε Πρωτεύουσα Νομού και παραγγείλετε έως τις 15:00 την Τρίτη θα παραλάβετε την Πέμπτη -Παρασκευή ενώ σε απομακρυσμένες περιοχές και χωριά θα παραλάβετε τη Δευτέρα - Τρίτη. Στην περίπτωση που θέλετε να παραλάβετε την παραγγελία σας πιο γρήγορα, μπορούμε να σας τη αποστείλουμε μέσω courier με επιπλέον χρέωση σας. Οι ανωτέρω προθεσμίες δεν ισχύουν σε περιόδους ακραίων καιρικών φαινομένων ή απεργιών και σε κάθε περίπτωση ανωτέρας βίας, που δύναται να επηρεάσει τους χρόνους μεταφοράς. Σε αυτή τη περίπτωση το Πλαίσιο συνεργάζεται με συγκεκριμένες εταιρείες courier και μεταφορικές. Σε αυτές παραδίδει την επόμενη εργάσιμη τα προϊόντα οι οποίες αναλαμβάνουν τη μεταφορά στο τελικό καταναλωτή.

• Σε περίπτωση που επιθυμείτε μεταφορική εταιρεία της προτίμησής σας με την οποία το Πλαίσιο δε συνεργάζεται τότε τα έξοδα μεταφοράς επιβαρύνουν το πελάτη ανεξάρτητα αν η παραγγελία ξεπερνάει τα 85€.

Έξοδα Αποστολής / Δωρεάν παράδοση:

Για παραγγελίες άνω των 85 € τα μεταφορικά έξοδα είναι δωρεάν για όλη την Ελλάδα. Για παραγγελίες κάτω των 85 € το κόστος διαμορφώνεται ως εξής:

• Για τις πόλεις Αθήνας, Θεσσαλονίκης, Πάτρας, Λάρισας και σε όλη την Κρήτη (νομοί Ηρακλείου, Χανίων, Λασιθίου και Ρεθύμνου) το κόστος είναι 3 €.

• Για την υπόλοιπη Ελλάδα το κόστος μεταφορικών υπολογίζεται σύμφωνα με τον όγκο και το βάρος της παραγγελίας. Ο υπολογισμός γίνεται στο καλάθι πληκτρολογώντας τον TK της περιοχής παράδοσης. Συμβουλευτείτε τον παρακάτω πίνακα

ΚΟΣΤΟΣ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΩΝ ΓΙΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ ΚΑΤΩ ΤΩΝ 85€				
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ	ΒΑΡΟΣ			
	έως 3kg	3-5kg	5-7kg	7+ kg*
ΜΙΚΡΟ ΔΕΜΑ (έως 30x22x25cm)	3€	5,50€	8,50€	3€
ΜΕΣΑΙΟ ΔΕΜΑ (έως 110x19x59cm)	3€	5,50€	8,50€	3€
ΜΕΓΑΛΟ ΔΕΜΑ* (μεγαλύτερο του παραπάνω)	5€	5€	5€	10€

14. Καθυστέρηση παραγγελίας

Η παραγγελιά σας δύναται να καθυστερήσει για τους εξής λόγους:

Το προϊόν έχει καθυστερήσει να σταλεί από τον προμηθευτή μας. Για να μπορούμε να σας προσφέρουμε πολύ ανταγωνιστικές τιμές, παραγγέλνουμε τα προϊόντα μας από μια πολύ μεγάλη γκάμα προμηθευτών είτε εγχώριων είτε διεθνών. Υπάρχουν όμως περιπτώσεις όπου μια παραγγελία μας μπορεί να «κολλήσει» στο τελωνείο ή στη μεταφορά του, με αποτέλεσμα να μην το έχουμε στις αποθήκες μας όταν υπολογίζουμε. Σε μια τέτοια περίπτωση, θα επικοινωνήσουμε μαζί σας για να σας ρωτήσουμε εάν θέλετε να σας παραδώσουμε την παραγγελία χωρίς αυτό το προϊόν ή να σας προτείνουμε κάποιο εναλλακτικό. Το είδος αυτό θα σας το στείλουμε αμέσως μετά την παραλαβή του στις αποθήκες μας.

Το προϊόν που παραγγείλατε έχει ήδη καταργηθεί και δεν είναι διαθέσιμο: Ανάμεσα στα 18,000 προϊόντα που εκθέτουμε στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα υπάρχουν σπάνιες περιπτώσεις όπου ο προμηθευτής τους ξαφνικά και απροειδοποίητα ανακοινώνει ότι τα καταργεί. Στην περίπτωση αυτή υπάλληλος της εταιρείας μας θα επικοινωνήσει άμεσα μαζί σας για να σας δώσει όλες τις εναλλακτικές λύσεις.

Σε περιόδους ακραίων καιρικών φαινομένων ή απεργιών καθώς και σε κάθε περίπτωση ανωτέρας βίας, που δύναται να επηρεάσει την μεταφορά και παράδοση της παραγγελίας σας.

Σε περίπτωση που είναι αδύνατη η τηλεφωνική ή/και η μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) επικοινωνία μαζί σας (εάν παρουσιαστεί κάποιο πρόβλημα στην παραγγελία σας, είτε σε σχέση με το προϊόν είτε σε σχέση με την πληρωμή του) επειδή ηχ τα στοιχεία σας που έχετε καταχωρήσει δεν είναι σωστά ενημερωμένα.

15. Ενημερωτικά e-mail (newsletters)

1. Το πλαίσιο ανά τακτά χρονικά διαστήματα στέλνει ενημερωτικά email.
2. Το πλαίσιο δεν ευθύνεται αν τα newsletter δεν παραδοθούν στον προορισμό τους, αν και καταβάλει κάθε δυνατή προσπάθεια με τους ISP's (Internet Service providers) για την παράδοση
3. Τα newsletter μπορεί να καταλήξουν στο spam folder, οπότε παρακαλούμε να ελέγχετε τακτικά ότι δεν αποθηκεύονται εκεί
4. Βάλτε τη διεύθυνση αποστολής του πλαισίου news[at]plaisio.gr στη safe list σας
5. Σε περίπτωση που επιθυμείτε να μην λαμβάνετε πλέον ενημερωτικά newsletter ή επιθυμείτε να διαγραφείτε συνολικά από το σύστημα αποστολής νέων της ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΕ, μπορείτε να μας ενημερώσετε χρησιμοποιώντας τη φόρμα επικοινωνίας του site.
6. Το πλαίσιο χρησιμοποιεί πάροχο (3rd party company) για την αναγνώριση (tracking) των παραληπτών των newsletter. Δεν παραδίδει σε 3ους πληροφορίες σχετικά με όνομα, επώνυμο, διεύθυνση κατοικίας
7. Η ενημέρωση από το ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΕ, γίνεται μόνο αν εσείς το επιλέξετε και για όσο χρόνο επιθυμείτε. Αντίθετα, σε περίπτωση που έχετε κάνει κάποια παραγγελία στο ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΕ, χρησιμοποιώντας τα site μας, αποστέλλουμε αυτοματοποιημένα ενημερωτικά μηνύματα (email) σχετικά με την εξέλιξη της παραγγελίας σας. Δεν υπάρχει τρόπος απενεργοποίησης αυτών των ενημερώσεων, η αποστολή των οποίων, αποτελεί προϋπόθεση για την σωστή εξέλιξη της παραγγελίας σας. Τα e-mail αυτά σας καλούμε να φροντίζετε να μπορούν να φτάσουν σε εσάς και να τα διατηρείτε καθ' όλη την διάρκεια της συναλλαγής μας. Είναι υποχρέωση σας, σε περίπτωση που δεν λαμβάνετε τα σχετικά e-mail, σύμφωνα με τους γενικούς όρους που διέπουν τις συναλλαγές μας, να μας ενημερώνετε χωρίς καθυστέρηση.

Οι ανωτέρω τιμές περιλαμβάνουν ΦΠΑ 23%

Το ηλεκτρονικό κατάστημα e-shop

Πολιτική Επιστροφών Μη Ελαττωματικών Προϊόντων

Λόγω της φύσης των ηλεκτρονικών αγορών είναι συχνό το φαινόμενο να μην καλύπτονται οι προσδοκίες του τελικού αποδέκτη από το προϊόν της επιλογής του, εξαιτίας της έλλειψης της φυσικής επαφής αυτού με το προς αγορά είδος.

Η E-Shop.gr A.E. στηρίζοντας το Ηλεκτρονικό Εμπόριο σας δίνει τη δυνατότητα, μέσω της πληρότητας των περιγραφών των οποίων αναρτά στις σελίδες της, να απολαμβάνετε το προνόμιο της άμεσης επαφής με τα προϊόντα που διαθέτει από την οθόνη του υπολογιστή σας, γρήγορα και εύκολα.

Θέλοντας όμως να καλύψουμε ακόμη περισσότερο τους πελάτες μας, ώστε να αναδείξουμε τα οφέλη της χρήσης του διαδικτύου στις καθημερινές μας αγορές, προσφέρουμε τη δυνατότητα επιστροφής των προϊόντων. Παρακάτω σας παραθέτουμε τους όρους και τους τρόπους επιστροφής μη ελαττωματικών προϊόντων.

Όροι Επιστροφής

1. Η ημερομηνία παραλαβής της παραγγελίας σας με την ημερομηνία υποβολής της αίτησης για επιστροφή να μη ξεπερνάει τις 14 ημερολογιακές ημέρες.
2. Η συσκευασία να μην έχει παραβιαστεί και να βρίσκεται στην αρχική της (εργοστασιακή) κατάσταση.

Διαδικασία επιστροφής

1. Αν βρίσκεστε κοντά σε κάποιο [e-shop point](#)

Σε αυτή την περίπτωση μπορείτε να επισκεφθείτε το κατάστημα της περιοχής σας και, αφότου ελεγχθεί η κατάσταση του προϊόντος από τον αρμόδιο υπάλληλο, να σας καθοδηγήσει ο ίδιος για τα περαιτέρω.

2. Αν παραλαμβάνετε μέσω courier

Σε αυτήν την περίπτωση:

1. Συσκευάζετε το προϊόν, σε ένα μεγαλύτερο κουτί ώστε να είναι προστατευμένο κατά την αποστολή.
2. Τοποθετείτε μέσα στη συσκευασία την οποία έχετε φτιάξει ένα έγγραφο στο οποίο μας παραθέτετε τον τρόπο με τον οποίο επιθυμείτε να επιλύσουμε την οικονομική εκκρεμότητα, εφόσον το προϊόν κριθεί ικανό προς επιστροφή.
3. Αποστέλλετε το δέμα, μέσω του πρακτορείου ταχυμεταφορών από το οποίο παραλάβατε την παραγγελία σας, υπόψιν Τμήματος Επιστροφών. Παρακαλούμε σημειώστε ότι τα έξοδα επιστροφής επιβαρύνουν τον πελάτη.

Θα θέλαμε να σας επισημάνουμε πως σε περίπτωση την οποία το προϊόν δεν πληρεί τους προαναφερθέντες όρους, θα επιστρέφεται στον αποστολέα του με χρέωση του ιδίου.

Για περισσότερες πληροφορίες είμαστε πάντα στη διάθεση σας είτε μέσω τηλεφώνου στο 211 500 0 500, είτε μέσω e-mail στο returns@e-shop.gr.

Τρόποι αποστολής



Για την Αθήνα και τις πόλεις όπου εξυπηρετούνται από eshop points

Δείτε αναλυτικά τις περιοχές κάλυψης

Τα περισσότερα προϊόντα αποστέλλονται την επόμενη εργάσιμη μέρα με δικά μας μέσα, μετά από τηλεφωνική συνεννόηση, ή από κάποια συνεργαζόμενη εταιρεία courier (VFS ή ACS).

- Για αγορές οποιωνδήποτε προϊόντων ύψους 90 € και άνω η αποστολή γίνεται **δωρεάν** ενώ για αγορές μικρότερου ύψους το κόστος είναι **3 €** εκτός από δυσπρόσιτες περιοχές όπου υπάρχει επιπλέον χρέωση.
- Με αγορές αποκλειστικά μόνο βιβλίων άνω των 30 € η αποστολή γίνεται **δωρεάν**, εκτός από δυσπρόσιτες περιοχές όπου υπάρχει επιπλέον χρέωση.
- Οι παραδόσεις γίνονται εργάσιμες ημέρες μεταξύ 10.00πμ - 4.00μμ. Πριν την παράδοση κλείνεται τηλεφωνικά ραντεβού συγκεκριμένη ώρα η οποία εξυπηρετεί τόσο το τμήμα διακίνησης του e-shop.gr (σύμφωνα με το σύνολο των δρομολογίων της ημέρας) όσο και την προτίμηση του πελάτη. Στην Αθήνα είναι δυνατή απογευματινή παράδοση με έξτρα χρέωση **5 €** και παράδοση την ημέρα του Σαββάτου με έξτρα χρέωση **2 €**
- Μπορείτε επίσης να παραλαμβάνετε τις παραγγελίες σας από τα κατά τόπους υποκαταστήματα χωρίς καμιά επιβάρυνση εξόδων αποστολής. Στην περίπτωση αυτή θα πρέπει πρώτα να βεβαιωθείτε ότι η παραγγελία σας είναι έτοιμη να παραδοθεί βλέποντας στην [αναφορά εξέλιξης παραγγελίας](#) ότι βρίσκεται στο στάδιο '**Τιμολόγηση Παραγγελίας**' και έχοντας επιλέξει

κατά την υποβολή της παραγγελίας τρόπο αποστολής '**Παραλαβή από το Υποκατάστημα**' της αντίστοιχης πόλης.



Για την υπόλοιπη Ελλάδα

Υπάρχουν 2 τρόποι αποστολής: με **courier** (1-2 εργάσιμες) ή με **πρακτορείο μεταφορών** (1-2 εργάσιμες και παραλαβή από έδρα πρακτορείου). Το κόστος αποστολής βαρύνει τον παραλήπτη.

- Τα έξοδα αποστολής με **Courier** θα είναι **5,50 €** μέχρι 2 κιλά και **7€** για δέμα μέχρι 8 κιλά. Για κάθε επιπλέον κιλό η χρέωση είναι 1.5 € Τα έξοδα μπορεί να υπερβούν αυτό το ποσό λόγω του όγκου των προϊόντων ή σε περίπτωση που η περιοχή σας χαρακτηρίζεται δυσπρόσιτη από τις εταιρείες courier.
- Για αγορές βιβλίων άνω των 50 € η αποστολή θα είναι **δωρεάν με courier** κατευθείαν στην πόρτα σας! Η δωρεάν αυτή αποστολή αφορά μόνο σε παραγγελίες βιβλίων και όχι σε δυσπρόσιτες περιοχές και δεν συνδυάζεται με πρόσθετα προϊόντα άλλων κατηγοριών, τα έξοδα για τα οποία θα πρέπει να χρεωθούν κανονικά.
- ΠΡΟΣΟΧΗ!: Σε ορισμένες απομακρυσμένες περιοχές η αποστολή με courier είναι ακόμα αδύνατη. Σε τέτοιες περιπτώσεις η αποστολή γίνεται με το ταχυδρομείο.
- Για τα βαριά αντικείμενα που θέλετε να σας στείλουμε συμφέρει η αποστολή με **πρακτορείο μεταφορών**. Η χρέωση στην περίπτωση αυτή είναι **5 - 15 €για κάθε δέμα αναλόγως το πρακτορείο και τον όγκο του δέματος** ενώ δυστυχώς δεν γίνεται δεκτή η αντικαταβολή. Θα πρέπει να γίνει κατάθεση του ποσού της παραγγελίας σε τραπεζικό μας λογαριασμό σε μια από τις [συμβεβλημένες τράπεζες](#)



Για το εξωτερικό

Οι αποστολές στο εξωτερικό γίνονται με ταχυδρομείο διαφέρουν ανάλογα με τη χώρα αποστολής.

Τα προϊόντα που αποστέλλονται στο εξωτερικό εκτός από την Κύπρο είναι μόνο παιχνίδια, μουσικά CD, ταινίες DVD, βιβλία ενώ στην Κύπρο αποστέλλονται όλα τα προϊόντα.

- Για τις χώρες που ανήκουν στην ευρωπαϊκή ένωση (EU) το κόστος αποστολής είναι **26 €** μέχρι 2 κιλά και χρέωση **2 €** για κάθε επιπλέον 0,5 κιλό.
- Για τις χώρες εκτός της ευρωπαϊκής ένωσης το κόστος αποστολής είναι **31 €** μέχρι 2 κιλά. Οι παραγγελίες στο εξωτερικό δεν παραδίδονται με αντικαταβολή.

Το βιβλιοπωλείο Παπασωτηρίου

Σύμβαση Πελάτη

ΓΕΝΙΚΟΙ ΟΡΟΙ

Το **Papasotiriou.gr** είναι ένα ηλεκτρονικό κατάστημα πώλησης προϊόντων μέσω του Διαδικτύου, της ανώνυμης εταιρείας με την επωνυμία «ΠΑΠΑΣΩΤΗΡΙΟΥ Α.Ε» (ΑΦΜ: 094397477, ΔΟΥ : ΦΑΕΕ ΑΘΗΝΩΝ), που εδρεύει στην Αθήνα (Στουρνάρη 35).

Κύριο και πρωταρχικό μέλημα της εταιρείας μας είναι η γνωστοποίηση των όρων, που διέπουν τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του **Papasotiriou.gr** προς όλους εσάς τους επισκέπτες των ιστοσελίδων του και που σκοπό έχει την ενημέρωσή σας για τα δικά σας δικαιώματα και υποχρεώσεις και την καλύτερη εξυπηρέτησή σας στην αναζήτηση και αγορά των προϊόντων από το κατάστημά της.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ

Απαραίτητη προϋπόθεση για την έναρξη της μεταξύ μας συναλλαγής είναι η εκ μέρους σας γνωστοποίηση κάποιων προσωπικών σας στοιχείων. Κατά τη διάρκεια μιας παραγγελίας, θα σας ζητηθεί το πλήρες ονοματεπώνυμό σας, η

διεύθυνση στην οποία θέλετε να αποσταλούν τα πωλούμενα προϊόντα, τον αριθμό του σταθερού σας τηλεφώνου (ή όποιο άλλο τηλέφωνο θέλετε το οποίο θα χρησιμοποιηθεί για την καλύτερη εξυπηρέτησή σας), την ηλεκτρονική σας διεύθυνση (e-mail address) κ.λπ. και στην περίπτωση που επιλέξετε οι πληρωμές σας να γίνονται μέσω πιστωτικής κάρτας και τον αριθμό και την ημερομηνία λήξεώς της.

Η εταιρεία και το **Papasotiriou.gr**, υπακούοντας πιστά στις αρχές της προστασίας των προσωπικών δεδομένων που προβλέπονται από τους σχετικούς νόμους και διεθνείς συμβάσεις δεν πρόκειται να προβούν σε οποιαδήποτε αθέμιτη και χωρίς την προηγούμενη έγκρισή σας χρήση. Το **Papasotiriou.gr** με κανέναν τρόπο δεν αποκαλύπτει, δημοσιοποιεί, πωλεί, ανταλλάσσει τα προσωπικά στοιχεία

και τις πληροφορίες που μας εμπιστεύεστε. Εξαιρετικά μπορεί να δημοσιοποιηθούν προσωπικά σας στοιχεία από την εταιρεία, τηρουμένης πάντα της προβλεπόμενης από το νόμο διαδικασίας όταν τούτο επιβάλλεται από Δημόσια Αρχή, δικαστήριο κλπ.

Το **Papasotiriou.gr** επιφυλάσσεται του δικαιώματος του να ενημερώνει τους προμηθευτές του με στατιστικές καταστάσεις πωλήσεων, οι οποίες όμως σε καμία περίπτωση δεν θα περιέχουν προσωπικά στοιχεία που μπορεί να οδηγήσουν σε αναγνώριση ατόμων.

Επίσης μπορείτε οποτεδήποτε να προβείτε εφόσον υπάρχει λόγος στην αλλαγή των προσωπικών στοιχείων που μας έχετε γνωστοποιήσει ή και να περιορίσετε ή ακυρώσετε τη χρήση κάποιων από τα στοιχεία αυτά (πχ ο αριθμός της πιστωτικής σας κάρτας) με τη συμπλήρωση της σχετικής ηλεκτρονικής φόρμας.

ΑΣΦΑΛΕΙΑ

Το **Papasotiriou.gr** χρησιμοποιεί το πρωτόκολλο SSL, με κρυπτογράφηση 128-bit (την πιο ισχυρή σήμερα), για ασφαλείς online εμπορικές συναλλαγές. Με αυτόν τον τρόπο κρυπτογραφούνται όλες οι προσωπικές σας πληροφορίες, συμπεριλαμβάνοντας τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας, το όνομα και την διεύθυνσή σας, έτσι ώστε να μην μπορούν να διαβαστούν ή να αλλαχτούν κατά την μεταφορά τους στο Internet.

Το πρωτόκολλο SSL (Secure Sockets Layer), είναι σήμερα το παγκόσμιο standard στο διαδίκτυο για την πιστοποίηση δικτυακών τόπων (web sites) στους δικτυακούς χρήστες και για την κρυπτογράφηση στοιχείων μεταξύ των δικτυακών χρηστών και των δικτυακών εξυπηρετητών (web servers). Μία κρυπτογραφημένη SSL επικοινωνία απαιτεί όλες τις πληροφορίες που αποστέλλονται μεταξύ ενός πελάτη και ενός εξυπηρετητή (server) να κρυπτογραφούνται από το λογισμικό αποστολής και να αποκρυπτογραφούνται από το λογισμικό αποδοχής, προστατεύοντας έτσι προσωπικές πληροφορίες κατά τη μεταφορά τους. Επιπλέον, όλες οι πληροφορίες που αποστέλλονται με το πρωτόκολλο SSL, προστατεύονται από έναν μηχανισμό που αυτόματα εξακριβώνει εάν τα δεδομένα έχουν αλλαχτεί κατά την μεταφορά.

ΤΡΟΠΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ:

Για τη διευκόλυνση και εξυπηρέτηση όλων όσων επιθυμούν να αγοράσουν από το κατάστημά μας, διαθέτουμε τους ακόλουθους εναλλακτικούς τρόπους πληρωμής:

1. Με πιστωτική κάρτα VISA, MAESTRO, AMERICAN EXPRESS, DINERS & MASTERCARD που έχει εκδοθεί σε οποιαδήποτε τράπεζα.
2. Με αντικαταβολή μετρητοίς.

ΤΡΟΠΟΣ - ΧΡΟΝΟΣ - ΚΟΣΤΟΣ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ:

Τα προϊόντα θα σας αποσταλούν στον τόπο που μας έχετε υποδείξει με υπηρεσία ταχυμεταφορών (courier).

Σε περιοχές στις οποίες δεν είναι δυνατή η αποστολή της παραγγελίας σας μέσω της υπηρεσίας ταχυμεταφορών, ο χρόνος αποστολής είναι αυτός που προβλέπεται από τα Ελληνικά Ταχυδρομεία. Αποστολές θα πραγματοποιούνται καθημερινά, εκτός Κυριακής και αργιών. Τώρα και το Σάββατο από 09:00 έως 14:00, εντός Αττικής και σε όλες τις μεγάλες πόλεις της Ελλάδος.

ΤΙΜΕΣ ΤΩΝ ΠΩΛΟΥΜΕΝΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ:

Στις τιμές που αναγράφονται στους σχετικούς καταλόγους δίπλα από κάθε προϊόν περιλαμβάνεται το ΦΠΑ (4,5% για βιβλία και περιοδικά, 19% για τα υπόλοιπα είδη).

Για ορισμένες περιοχές της Ελλάδας για τις οποίες ισχύουν μειωμένοι συντελεστές ΦΠΑ και εφόσον η παραγγελία σας γίνει με τιμολόγιο τότε οι τιμές των προϊόντων είναι χαμηλότερες από τις αναγραφόμενες κατά τον μειωμένο ΦΠΑ.

ΔΙΑΦΟΡΑ:

1. Ανωτέρα βία: Αν για λόγους ανωτέρας βίας (π.χ. κακές καιρικές συνθήκες, απεργίες κλπ) δεν είναι δυνατό να σας παραδώσουμε τα προϊόντα εντός του προκαθορισμένου χρόνου θα σας ενημερώσουμε μέσω e-mail, προκειμένου να μας δηλώσετε αν επιθυμείτε, υπ' αυτές τις συνθήκες, την ολοκλήρωση της παραγγελίας σας.

2. Ευθύνη **Papasotiriou.gr**: Το **Papasotiriou.gr** δεν ευθύνεται για ελαττώματα ή κακή ποιότητα των προϊόντων που διαθέτει στους πελάτες του.

Σε περίπτωση πάντως που στις παραδιδόμενες ποσότητες αποδεδειγμένα ανευρεθεί ελαττωματικό προϊόν διατηρείτε το δικαίωμα επιστροφής του με δυνατότητα αντικατάστασής του με δικά μας έξοδα αποστολής ή επιστροφής των χρημάτων σας.

3. Δόλια χρήση πιστωτικής κάρτας πελάτη: Το **Papasotiriou.gr** αναλαμβάνει την υποχρέωση να καλύψει την ευθύνη σας προς την Τράπεζα που έχει εκδώσει τις πιστωτικές σας κάρτες (ποσό που προκύπτει από τη σύμβαση για την έκδοση της πιστωτικής σας κάρτας), σε περίπτωση που γίνει χρήση αυτής από μη εξουσιοδοτημένο πρόσωπο (δόλια χρήση πιστωτικής κάρτας). Η ευθύνη αυτή καλύπτει μόνο τις περιπτώσεις που η μη εξουσιοδοτημένη/δόλια χρήση της πιστωτικής σας κάρτας για αγορές στο **Papasotiriou.gr** δεν οφείλεται σε δικό σας σφάλμα ή αμέλεια. Για το λόγο αυτό έχετε υποχρέωση αμέσως μόλις αντιληφθείτε την απώλεια της πιστωτικής σας κάρτας να προβείτε σε ενημέρωση της εκδούσας Τράπεζας, ώστε να ακυρωθεί αυτή και να αποκλεισθεί η χρήση της από μη εξουσιοδοτημένα πρόσωπα. Σε περίπτωση δόλιας χρήσης της πιστωτικής σας κάρτας, τα χρήματα που έχουν χρεωθεί στον Τραπεζικό λογαριασμό σας, θα επαναπιστωθούν ή θα σας επιστραφούν.

4. Διαφημιστικά μηνύματα: Το **Papasotiriou.gr** παρέχει τη δυνατότητα στους χρήστες του να επιλέξουν την πληροφόρησή τους για τα νέα προϊόντα που διαθέτει στην αγορά και για άλλες τυχόν προσφορές, διακανονισμούς πληρωμής

κλπ με την αποστολή διαφημιστικών - ενημερωτικών μηνυμάτων στην ηλεκτρονική ή ταχυδρομική τους διεύθυνση ή δια του τηλεφώνου. Το **Papasotiriou.gr** δεν θα χρησιμοποιήσει καταχρηστικά την παραπάνω υπηρεσία του. Δίδεται δε πάντοτε στους χρήστες η δυνατότητα διακοπής της λήψης διαφημιστικών μηνυμάτων.

5. Cookies: Όπως τα περισσότερα sites στο διαδίκτυο έτσι και στο **Papasotiriou.gr** χρησιμοποιούμε cookies έτσι ώστε να έχουμε πρόσβαση σε ορισμένες πληροφορίες κάθε φορά που περιηγηίστε με κάποιον web browser στο κατάστημα μας. Χωρίς την χρησιμοποίηση των cookies θα ήταν αδύνατον να σας προσφέρουμε σημαντικές υπηρεσίες όπως: κατάσταση παραγγελιών, προσωπικές ρυθμίσεις, αποθήκευση αντικειμένων στο καλάθι ή στην λίστα υπενθύμισης σας μεταξύ δύο επισκέψεών σας κ.α. Τα Cookies είναι αλφαριθμητικά αρχεία που μεταβιβάζουμε στον σκληρό δίσκο των υπολογιστών σας διαμέσου του διαδικτύου σας έτσι ώστε να σας προσφέρουμε υπηρεσίες όπως αυτές που αναφέρθηκαν παραπάνω. Στις ρυθμίσεις του browser σας μπορείτε να επιλέξετε να εμποδίσετε τον browser σας από το να δέχεται νέα cookies ή να σας ρωτάει κάθε φορά που ένα νέο cookie πρόκειται να εγκατασταθεί στον σκληρό σας δίσκο. Παρ' όλα αυτά θα πρέπει να γνωρίζετε πως αν επιλέξετε να εμποδίζετε τα cookies από το να αποθηκευτούν στον σκληρό σας δίσκο δεν θα μπορείτε να χρησιμοποιήσετε κάποιες υπηρεσίες του καταστήματος μας.

6. Ισχύον Δίκαιο: Όλες οι συναλλαγές που πραγματοποιείτε μέσω του **Papasotiriou.gr** διέπονται από το Διεθνές και Ευρωπαϊκό δίκαιο που ρυθμίζει θέματα σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο καθώς επίσης και από το Νόμο περί προστασίας των καταναλωτών (Ν. 2251/1994) που ρυθμίζει θέματα σχετικά με τις πωλήσεις από απόσταση.

2.4 Η ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Στην ανάπτυξη της παγκόσμιας οικονομίας έχει συμβάλλει ουσιαστικά και η φορολόγηση των διαδουκτιακών συναλλαγών. Οι επιλογές φορολόγησης σε παγκόσμιο επίπεδο φαίνεται να διαφοροποιούνται ³⁹ σημαντικά, είναι χαρακτηριστικό ότι στην Ευρωπαϊκή Ένωση κάθε κράτος μέλος προσεγγίζει το όλο θέμα από διαφορετική σκοπιά, επιπλέον ο φόρος που επιβάλλεται στην Ε.Ε. είναι σημαντικά υψηλότερος σε σχέση με τον αμερικανικό.

Την τελευταία δεκαετία ⁴⁰ έχει επιβληθεί φόρος εισαγωγής στα φυσικά αγαθά που πωλούν οι ξένες εταιρείες ηλεκτρονικά στην Ευρωπαϊκή Ένωση, ο οποίος καταβάλλεται στους αποστολείς τη στιγμή της παράδοσης. Ως το Μάιο του 2002 οι εταιρείες δεν ήταν υποχρεωμένες να εισπράτουν φόρους επί των πωλήσεων λογισμικού και των υπηρεσιών Internet, όπως αυτές που προσφέρει η AOL Time Warner. Για την καταβολή του Φόρου Προστιθεμένης Αξίας βάσει την νέας νομοθεσίας οι εταιρείες εκτός Ε.Ε. θα πρέπει να γνωρίζουν τον τόπο διαμονής του πελάτη, να υπολογίσουν τον φόρο που ισχύει για τη χώρα του και να αποστείλουν τον φόρο στις αρμόδιες αρχές, εναλλακτικά θα πρέπει να συστήσουν φυσική παρουσία σε μια χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης και να επιβάλουν σε όλους τους Ευρωπαίους πελάτες τον φόρο που ισχύει στη χώρα αυτή.

Η δεύτερη εναλλακτική λύση δείχνει να είναι προτιμότερη και πιο επικερδής μίας και οι εταιρείες μπορούν να ιδρύσουν δορυφορικές δραστηριότητες σε μια χώρα με χαμηλότερους φορολογικούς συντελεστές –όπως το Λουξεμβούργο ή η Κύπρος, των οποίων ο Φ.Π.Α., είναι στο 15%, και είναι κατά 10 ποσοστιαίες μονάδες μικρότερος από εκείνον της Δανίας, Ουγγαρία και της Σουηδίας (25%)- και να μετακυλίσουν τον φόρο στους Ευρωπαίους πελάτες τους. Τέτοια

³⁹ Pappas Christopher William, Comparative U.S. & E.U. approaches to e-commerce regulation: Jurisdiction, Electronic contracts, Electronic signatures and Taxation. *Denv. J. Int'l. L. & Pol'y*, Vol. 31:2 p. 325.

⁴⁰ http://news.kathimerini.gr/4dcgi/w_articles_economy_2_24/06/2003_67499

προσέγγιση ακολούθησαν οι Amazon.com και AOL Time Warner, οι οποίες έχουν εγκατασταθεί στο Λουξεμβούργο βάσει των νέων φορολογικών κανόνων.

Οι εταιρείες που δεν έχουν καταφύγει σε αυτή την λύση δηλαδή στην ίδρυση υποκαταστημάτων η άλλη εναλλακτική λύση -η επιβολή του φόρου που ισχύει στη χώρα του πελάτη- συναντά περισσότερα προβλήματα διότι ακόμη κι αν διαπιστωθεί ο τόπος διαμονής του καταναλωτή δεν είναι εύκολο να υπολογισθεί γρήγορα ο φόρος, να συλλεγεί και να αποσταλεί στην αρμόδια υπηρεσία της κάθε χώρας-μέλους της ΕΕ

Κάποιες εταιρείες όπως η EBay προτίθενται να υπολογίζουν και να αποστέλλουν τον φόρο στην εκάστοτε κυβέρνηση κάθε φορά που κάποιος πελάτης της θα πληρώνει την τιμή για μια εισαγωγή. Η Digital River, παροχέας υπηρεσιών που δίνει τη δυνατότητα σε εταιρείες όπως οι McAfee Security και Symantec να πωλούν λογισμικό ηλεκτρονικά, αποφάσισε να ιδρύσει ευρωπαϊκή θυγατρική. Η εταιρεία δαπάνησε σχεδόν 1 εκατ. δολάρια για να δημιουργήσει κέντρο δεδομένων στο Λονδίνο. Το κέντρο θα επιτρέπει στην εταιρεία να χρεώνει τον βρετανικό Φ.Π.Α., στους Ευρωπαίους πελάτες που αγοράζουν λογισμικό από δικτυακούς τόπους πελατών της στο Διαδίκτυο.

Στην Ελλάδα το πρόβλημά εντείνεται από την αδυναμία των νομοθεσιών να προλάβουν τις καινοτομίες και τις αλλαγές που παρουσιάζει το διεθνές οικονομικό μοντέλο και το ιντερνετ. Από την 1^η Ιανουαρίου του 2007 ο κώδικας Βιβλίων και Στοιχείων περιλαμβάνει μια σειρά ηλεκτρονικών εφαρμογών όσον αφορά την ηλεκτρονική αποθήκευση δεδομένων και στην κατάργηση του χάρτινου αρχείου. Από τον εκσυγχρονισμό του Κ.Β.Σ. αναμένονται πολλαπλά οφέλη φορολογικής και επιχειρηματικής φύσης.⁴¹.

⁴¹ Για περαιτέρω πληροφορίες βλ. άρθρο της 20-10-2006 Η Ναυτεμπορική www.naftemporiki.gr.

2.5 ΓΕΝΙΚΑ ΤΕΧΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Στόχος ενός ηλεκτρονικού καταστήματος δεν είναι μόνο η προβολή των προϊόντων, αλλά και η εφαρμογή τεχνικών που προσδίδουν πρόσθετη αξία στην ηλεκτρονική παρουσία του εμπόρου και ωθούν τον πελάτη να προτιμήσει την ηλεκτρονική αγορά έναντι της παραδοσιακής.

Οι τεχνικές αυτές σχετίζονται με την αποτελεσματική ανταπόκριση στις ανάγκες του καταναλωτή μέσα από το πλαίσιο παροχής υποστήριξης αυτού, δηλαδή πριν και μετά την πώληση. Ο σχεδιασμός, η παραγωγή και η προώθηση προϊόντων, αποτελούν παράγοντες που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη με στόχο την ικανοποίηση των ιδιαίτερων απαιτήσεων και αναγκών στο καλύτερο δυνατό χρόνο.⁴²

Όσον αφορά τον έμπορο, εξασφαλίζεται η ηλεκτρονική του παρουσία σε παγκόσμιο επίπεδο καθώς και η δημιουργία νέων καναλιών προώθησης και πώλησης των προϊόντων. Επιπλέον, προκύπτουν νέα κανάλια επικοινωνίας με τους πελάτες αλλά και με άλλες επιχειρήσεις, καθιστώντας ακόμα πιο ισχυρή και άμεση την επαφή της επιχείρησης μαζί τους. Χαρακτηριστικά που αφορούν αυτοματοποιημένες διαδικασίες, και σχετίζονται με την διαχείριση αποθεμάτων και την διανομή (μεταφορά και παράδοση) των προϊόντων, μπορούν να υιοθετηθούν και να συντελέσουν στην εξοικονόμηση κόστους για το ηλεκτρονικό κατάστημα, και κατ' επέκταση για τον ίδιο τον πελάτη.

Σε ένα μεγάλο ποσοστό τα υπάρχοντα ηλεκτρονικά καταστήματα στο Internet, διαθέτουν χαρακτηριστικά που αφορούν την προβολή και προώθηση των προϊόντων, την δυνατότητα άμεσης παραγγελίας και αγοράς αυτών είτε με αντικαταβολή είτε μέσω πιστωτικής κάρτας. Επίσης υιοθετούνται μέθοδοι για την

⁴² Αρσένης Πασχόπουλος & Παναγιώτης Σκαλτσάς, Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Νέο περιβάλλον, Νέα εργαλεία, Νέοι ηγέτες, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα, 2000.

αναγνώριση της ταυτότητας του πελάτη και σκιαγράφηση του προφίλ, όχι μόνο όσον αφορά τα προσωπικά του στοιχεία αλλά και τις αγοραστικές του συνήθειες.

Με αυτό τον τρόπο κάθε φορά που ο πελάτης αυτός επισκέπτεται το κατάστημα, μπορεί να δει κάποιες σελίδες διαμορφωμένες σύμφωνα με τις απαιτήσεις και την αγοραστική του συμπεριφορά κατά την τελευταία του επίσκεψη. Επιπλέον νέα προϊόντα και προσφορές που εμπίπτουν στις αγοραστικές του συνήθειες προτείνονται στους συχνότερους επισκέπτες.

Η ανάπτυξη των ηλεκτρονικών καταστημάτων και της αγοράς εξελίχθηκε σταδιακά, μέσω της οποίας διαμορφώθηκαν τέσσερις γενιές ηλεκτρονικών καταστημάτων⁴³:

- *1^η γενιά Ηλεκτρονικών Καταστημάτων - Απλή παρουσία*
- *2^η γενιά Ηλεκτρονικών Καταστημάτων - Η δυνατότητα για παραγγελία*
- *3^η γενιά Ηλεκτρονικών Καταστημάτων - Ολοκλήρωση με τα υπάρχοντα Πληροφοριακά Συστήματα*
- *4^η γενιά Ηλεκτρονικών καταστημάτων - Πλήρεις και Ασφαλείς Υπηρεσίες*

Η *1^η γενιά* ηλεκτρονικών καταστημάτων εμφανίστηκε σχεδόν ταυτόχρονα με την ανάπτυξη του διαδικτύου. Οι επιχειρήσεις, διαπιστώνοντας τις δυνατότητες που τους προσέφερε το Internet προχώρησαν στη δημιουργία ηλεκτρονικών σελίδων, επιδιώκοντας αρχικά μία απλή παρουσία στον καινούργιο αυτό χώρο προκειμένου να αυξήσουν τη φήμη και την πελατεία τους.

Αργότερα, ανακαλύπτοντας τη χρησιμότητα του Internet ως μέσο διαφήμισης και προσέλκυσης καινούργιων πελατών, άρχισαν να επενδύουν αρκετά χρήματα προκειμένου να βελτιώσουν τις διεπαφές τους, δημιουργώντας, έτσι, πιο φιλικές και προσιτές web σελίδες.

⁴³ Westland, J.C., Clark, T.H.K., "Global Electronic Commerce. Theory and Case Studies", The MIT Press, Cambridge, 2000

Οι δυνατότητες παρουσίας, προβολής και διαφήμισης που προσέφεραν τα καταστήματα της πρώτης γενιάς, δεν ήταν αρκετές για τη θεαματική αύξηση των πωλήσεων μιας επιχείρησης.

Μέσα από σχετικές έρευνες, μελέτες και αναλύσεις της συμπεριφοράς των καταναλωτών διαπιστώθηκε ότι⁴⁴:

- το Internet είναι άμεσα συνυφασμένο με το marketing. Μέσω του διαδικτύου υπάρχει η δυνατότητα προσέγγισης μεγάλου αριθμού καταναλωτών, αλλά το marketing και η στρατηγική προσέλευσης της επιχείρησης στοχεύει σε κάθε καταναλωτή ξεχωριστά, λόγω της ύπαρξης ενός χρήστη-καταναλωτή κάθε φορά μπροστά από την οθόνη του υπολογιστή.

- οι πωλήσεις προϊόντων μπορούν να αυξηθούν σημαντικά εάν οι καταναλωτές έχουν τη δυνατότητα παραγγελίας μέσω του Internet

- Δεδομένου ότι μπορεί να γίνει παραγγελία προϊόντων μέσω Internet τότε αυτόματα μεγαλώνει και το εύρος της αγοράς κάθε επιχείρησης αφού υπάρχει η δυνατότητα να δέχεται και παραγγελίες (και επομένως να αποκτά και νέους πελάτες) από περιοχές στις οποίες μέχρι τώρα δεν υπήρχε φυσική παρουσία του καταστήματος. Η επιχείρηση μπορεί επομένως να κάνει αισθητή την παρουσία της σε αγορές στις οποίες προηγουμένως ήταν πολύ δύσκολο ή ακόμη και αδύνατο να εισχωρήσει.

Βάσει των παραπάνω συμπερασμάτων διαμορφώθηκε μία καινούργια γενιά ηλεκτρονικών καταστημάτων (*2^η γενιά*), η οποία επιτρέπει στους καταναλωτές να παραγγέλνουν τα προϊόντα που επιθυμούν.

⁴⁴ Chien T, Wang M. (2006), *The successful development strategy for e-shops from the perspectives of value*, International Journal of Electronic Business Management, vol.4, no.5

Τα καταστήματα αυτά λειτουργούν με τον εξής τρόπο:

Οι καταναλωτές κατά την πλοήγηση τους στο κατάστημα επιλέγουν τα προϊόντα της αρεσκείας τους, τα τοποθετούν σε εικονικά καλάθια και κατά την έξοδο τους από το κατάστημα προβαίνουν στην παραγγελία των προϊόντων. Στην συνέχεια, αυτές αποστέλλονται στο ηλεκτρονικό γραμματοκιβώτιο της επιχείρησης. Στο τελευταίο στάδιο, ο διαχειριστής του συστήματος λαμβάνει τις παραγγελίες, τις εκτυπώνει και τις προωθεί για διεκπεραίωση.

Μέσα από αυτή τη γενιά των ηλεκτρονικών καταστημάτων αναδείχθηκαν διάφορες τάσεις, και υπάρχουν κάποια θέματα που πρέπει να μελετήσει η επιχείρηση πριν υλοποιήσει ένα τέτοιου τύπου κατάστημα:

- **Προσθήκη μιας επιπλέον υπηρεσίας (ηλεκτρονικό κατάστημα) που λειτουργούσε παράλληλα με το ήδη υπάρχον (φυσικό) κατάστημα.** Ο φυσικός χώρος του καταστήματος αντιπροσωπεύεται πλέον και εικονικά μέσα στο διαδίκτυο, παρέχοντας τις ίδιες λειτουργίες στον καταναλωτή.

- **Δημιουργία καταστημάτων που δεν έχουν φυσική υπόσταση.** Τα καταστήματα αυτά δεν υπήρχαν σε κάποιο φυσικό χώρο με τη μορφή που έχουν σήμερα, δηλαδή δεν υπήρχε κάποιος κατάλληλα διαμορφωμένος χώρος, με βιτρίνα, ταμεία, προσωπικό κ.λπ. Τα εμπορεύματα των καταστημάτων αυτών βρισκόταν σε κάποια αποθήκη η οποία ενημερωνόταν για τις ηλεκτρονικές παραγγελίες και αναλάμβανε την διεκπεραίωση τους.

- **Δημιουργία ιδεατών πολυκαταστημάτων και εμπορικών κέντρων.** Αρκετές μικρομεσαίες επιχειρήσεις θέλοντας να αντιμετωπίσουν την ανταγωνιστικότητα των μεγάλων εταιριών, συνενώθηκαν ηλεκτρονικά δημιουργώντας εικονικά εμπορικά κέντρα.

- **Τρόπος εξασφάλισης πρόσβασης και παρουσίας στο Internet.** Για το θέμα αυτό υπάρχουν δύο προσεγγίσεις:

- 1) τα ηλεκτρονικά καταστήματα που εξασφαλίζουν πρόσβαση στο δίκτυο μέσω κάποιου παροχέα υπηρεσιών Internet (Internet Service Provider),

2) οι επιχειρήσεις αναλαμβάνουν οι ίδιες τη διαχείριση και τη λειτουργία του ηλεκτρονικού τους καταστήματος χωρίς την εμπλοκή των ενδιαμέσων φορέων παροχής υπηρεσιών Internet. Κάτι τέτοιο απαιτεί την ύπαρξη κατάλληλης τεχνολογικής υποδομής και τεχνογνωσίας από την πλευρά της επιχείρησης.

Η 3^η γενιά καταστημάτων εμφανίζεται στα μέσα του 1995 και εστιάζει στο θέμα της ολοκλήρωσης των ηλεκτρονικών καταστημάτων με το υπάρχον πληροφοριακό σύστημα (Π.Σ.) των επιχειρήσεων. Εταιρίες που διέθεταν ηλεκτρονικά καταστήματα εγκατεστημένα στους υπολογιστές, προσπαθούσαν να βρουν έναν τρόπο ολοκλήρωσης και ομαλής συνύπαρξης και λειτουργίας των δύο συστημάτων.

Οι επιχειρήσεις ήθελαν να εφαρμόσουν ένα σχήμα μέσα από το οποίο να καταχωρούνται απευθείας οι ηλεκτρονικές παραγγελίες (που γίνονται από το ηλεκτρονικό κατάστημα) στο πληροφοριακό τους σύστημα προκειμένου να διεκπεραιώνονται πιο γρήγορα και πιο άμεσα.

Βέβαια μετά την εύρεση και υλοποίηση ενός τέτοιου μηχανισμού προέκυψαν και άλλα θέματα όπως η αυτόματη ενημέρωση της αποθήκης και η διαχείριση των προσφορών του ηλεκτρονικού καταστήματος από το υπάρχον Π.Σ., ενώ προέκυψε και το θέμα της ηλεκτρονικής πληρωμής. Έτσι εμφανίστηκε μια καινούργια γενιά ηλεκτρονικών καταστημάτων, η οποία παρέχει τις παρακάτω λειτουργίες:

- ηλεκτρονική προβολή και διαφήμιση
- ηλεκτρονικές προσφορές και εκπτώσεις προϊόντων
- ηλεκτρονική παραγγελία
- ηλεκτρονική τιμολόγηση
- φυσική παράδοση προϊόντος
- ηλεκτρονική παράδοση προϊόντος (όπου επιτρέπεται)
- ηλεκτρονική πληρωμή

Ένα χρόνο μετά την υλοποίηση και λειτουργία καταστημάτων τρίτης γενιάς, έκαναν την εμφάνιση τους τα ηλεκτρονικά καταστήματα **4^{ης} γενιάς**. Οι λειτουργίες των ηλεκτρονικών καταστημάτων επεκτείνονται και περιλαμβάνουν όλες τις λειτουργίες που προσφέρουν τα καταστήματα τρίτης γενιάς αλλά και κάποιες επιπλέον που αφορούν κυρίως θέματα ασφάλειας και αποδοτικής διαχείρισης της αποθήκης και των αποθεμάτων.

Ορισμένες από τις **καινούργιες λειτουργίες** αφορούν:

- ηλεκτρονική πληρωμή, ηλεκτρονικό πορτοφόλι
- αυτοματοποιημένο υπολογισμό φορολογίας
- ασφάλεια
- έλεγχος αποθεμάτων
- ευέλικτη κοστολόγηση
- ανίχνευση προϊόντος
- εξατομίκευση συμπεριφοράς καταναλωτή
- επεκτασιμότητα – ολοκλήρωση

3 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ

3.1.1 ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ

Ένα εργαλείο που χρησιμοποιείται για την δημιουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος είναι το **osCommerce**. Το osCommerce είναι open source λογισμικό μέσω του οποίου δημιουργείται ένα ηλεκτρονικό κατάστημα και προσφέρει πληθώρα δυνατοτήτων. Οι δυνατότητες αυτές, επιτρέπουν στους ιδιοκτήτες των ηλεκτρονικών καταστημάτων να τα διαχειρίζονται εύκολα, γρήγορα και χωρίς κόστος. Ξεκίνησε τον Μάρτιο του 2000 και από τότε έχει χρησιμοποιηθεί σε περίπου 6500 e-shops σε όλο τον κόσμο⁴⁵.

Το osCommerce βασίζεται στην γλώσσα προγραμματισμού **PHP** και χρησιμοποιεί για βάση δεδομένων την **MySQL**. Με την κατάλληλη παραμετροποίηση μπορεί να δημιουργήσει ένα εύχρηστο και καλαίσθητο γραφικό περιβάλλον, ενώ το τελικό αποτέλεσμα προσφέρει στον χρήστη τις παρακάτω δυνατότητες:

- Υποστήριξη απεριόριστων προϊόντων - κατηγοριών
- Δομή ‘προϊόντα – κατηγορίες’
- Δομή ‘προϊόντα – προϊόντα’
- Προσθήκη / επεξεργασία / διαγραφή προϊόντων, προμηθευτών, πελατών
- Υποστήριξη προϊόντων με παραγγελία, αλλά και προϊόντων που παραδίδονται άμεσα (download)
- Συνεργασία με τράπεζες για χρέωση πιστωτικών καρτών

⁴⁵ Fiore Frank (2001,) ‘*E-Marketing: Επιχειρηματικές εφαρμογές*’, Αθήνα Εκδόσεις Β. Γκιουρδας

- Ασφαλές control panel διαχειριστή με username και password τα οποία δηλώνονται κατά την εγκατάσταση
- Άμεση επικοινωνία με τους πελάτες μέσω email ή newsletter
- Εύκολο backup και restore της βάσης δεδομένων
- Δυνατότητα έκδοσης Παραστατικών
- Στατιστικά για τα προϊόντα και τους πελάτες
- Συναλλαγές σε διαφορετικά νομίσματα
- Μπορεί κάποιος να διαλέξει τον τρόπο εμφάνισης των προϊόντων
- Υποστήριξη για στατικά και δυναμικά banner με πλήρη στατιστικά
- Οι παραγγελίες αποθηκεύονται σε βάση δεδομένων για εύκολη πρόσβαση
- Οι πελάτες μπορούν να δουν το ιστορικό των παραγγελιών τους
- Βιβλίο διευθύνσεων πελατών
- Προσωρινή κάρτα αγορών για τους επισκέπτες και μόνιμη κάρτα αγορών για τους πελάτες
- Γρήγορη και φιλική προς τον χρήστη αναζήτηση
- Περιγραφές και σχόλια για τα προϊόντα
- Ασφαλείς συναλλαγές με SSL
- Ο αριθμός των προϊόντων για την κάθε κατηγορία μπορεί να είναι ορατός ή να μην φαίνεται.
- Λίστα με τα πρώτα σε πωλήσεις προϊόντα
- Εύκολη πλοήγηση στο site
- Αποστολή email σχετικών με την ανάλογη κατηγορία προϊόντων
- Πολλαπλοί τρόποι πληρωμής online ή offline

- Αυτόματος υπολογισμός του φόρου ανάλογα με το προϊόν

Επιπλέον, ένας γρήγορος και αξιόπιστος τρόπος δημιουργίας ηλεκτρονικών καταστημάτων επιτυγχάνεται με το πρόγραμμα Shop Factory. Το πρόγραμμα αυτό αναπτύχθηκε από το 1995, έχει χαρακτηριστεί ως ένα από τα πιο εύχρηστα εργαλεία δημιουργίας ηλεκτρονικών καταστημάτων, και αποτελεί μια από τις ισχυρότερες και αξιόπιστες λύσεις λογισμικού που είναι διαθέσιμες σήμερα.

Το Shop Factory αποτελεί μια πλήρης λύση ηλεκτρονικού εμπορίου, και μέχρι σήμερα έχουν δημιουργηθεί περισσότερα από 180.000 Ηλεκτρονικά Καταστήματα με την χρήση του.

Βασικά πλεονεκτήματά του είναι τα εξής:

- Δεν χρειάζεται κάποια δεξιότητα προγραμματισμού.
- Η δημιουργία του site γίνεται βήμα - βήμα επιλέγοντας και συμπληρώνοντας τις φόρμες των παραθύρων που ανοίγουν διαδοχικά.
- Πριν δημοσιευθεί το ηλεκτρονικό κατάστημα, μπορούμε να εξεταστεί κάθε ενιαία λειτουργία του καταστήματος στον τοπικό υπολογιστή του χρήστη.
- Οι επιλογές που έχουμε με αυτό το πρόγραμμα είναι ικανές να εφαρμοστούν σε όλα σχεδόν τα είδη επιχειρήσεων.
- Οι πληρωμές μπορούν να πραγματοποιηθούν μέσω της πιστωτικής κάρτας, ή όποιου άλλου τρόπου έχει ορίσει η επιχείρηση, μέσα από μια μεγάλη ποικιλία επιλογών εξόφλησης που διατίθενται.
- Οι φορολογικές επιλογές είναι αρκετά καλές, επειδή καλύπτουν σχεδόν οποιαδήποτε κατάσταση
- Η εγκατάσταση είναι αρκετά απλή. Μπορεί να φορτωθεί στον PC από την ιστοσελίδα του, ή να παραληφθεί σε CD.

Οι σημαντικότερες ίσως ιδιότητες, του δημοφιλούς αυτού λογισμικού Υλοποίησης Ηλεκτρονικών Καταστημάτων είναι: η απόκτησή του με ελάχιστη

σχετικά αμοιβή, καθώς και η ευκολία που παρέχει κατά την εφαρμογή και την λειτουργία του. Υπάρχουν πολλές άλλες τεχνολογίες και λογισμικά για την δημιουργία. Ηλεκτρονικών Καταστημάτων με πολλά πλεονεκτήματα, όπως **PHP**, **APACHE**, **MYSQL** κ.α. όμως η επιλογή του λογισμικού Shop Factory προφανώς αποτελεί την καλύτερη επένδυση για κάθε επιχείρηση.

3.2 ΚΡΥΠΤΟΓΡΑΦΗΣΗ

Για την υποστήριξη ηλεκτρονικού καταστήματος χρησιμοποιείται ψηφιακό πιστοποιητικό. Το ψηφιακό πιστοποιητικό είναι ένα ηλεκτρονικό έγγραφο που χρησιμοποιείται για την αναγνώριση μίας οντότητας (φυσικό πρόσωπο, εξυπηρετητής, οργανισμός κλπ) και την ανάκτηση του δημόσιου κλειδιού αυτής.

Η έκδοση ενός ψηφιακού πιστοποιητικού γίνεται μετά από αίτηση του ενδιαφερομένου σε μία Αρχή Πιστοποίησης.⁴⁶ Η Αρχή Πιστοποίησης επιβεβαιώνει την ταυτότητα του αιτούντος και εκδίδει το πιστοποιητικό, το οποίο συνοπτικά περιλαμβάνει τα εξής στοιχεία:

- Το ονοματεπώνυμο και διάφορες άλλες πληροφορίες σχετικά με τον κάτοχο του πιστοποιητικού.
- Το δημόσιο κλειδί του κατόχου του πιστοποιητικού.
- Την ημερομηνία λήξης του πιστοποιητικού.
- Το όνομα και την ψηφιακή υπογραφή της Αρχής Πιστοποίησης που το εξέδωσε.

Τα ψηφιακά πιστοποιητικά χρησιμοποιούνται ευρέως για διάφορες κρυπτογραφημένες ηλεκτρονικές συναλλαγές μέσω του διαδικτύου.

Παραδείγματα τέτοιων συναλλαγών είναι: σύνοδοι με βάση το πρωτόκολλο SSL (Client/Server SSL Certificates), κρυπτογραφημένο και υπογεγραμμένο

⁴⁶

Whittaker Jason, (2002) The Internet : the basics, Routledge

ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (S/MIME Certificates), υπογραφή αντικειμένων (Object-signing Certificates) κλπ.

Το πιο διαδεδομένο πρότυπο ψηφιακών πιστοποιητικών είναι το X.509. Είναι ένα πρότυπο κρυπτογράφησης το οποίο σχεδιάστηκε για να παρέχει την υποδομή πιστοποίησης στις υπηρεσίες καταλόγου X.500 (LDAP). Το πρωτόκολλο X.500 αποτελεί μια ιεραρχική μέθοδο οργάνωσης ευρετηρίων (καταλόγων), η οποία σχεδιάστηκε από το Διεθνή Οργανισμό Τυποποίησης (International Standards Organization - ISO) και ενσωματώθηκε στο διαδικτυακό πρωτόκολλο LDAP (Lightweight Directory Access Protocol).

Η πρώτη έκδοση του X.509 δημοσιεύθηκε το 1988, καθιστώντας το την παλαιότερη πρόταση για μια παγκόσμια Υποδομή Δημόσιου Κλειδιού. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με την υποστήριξη του προτύπου από τον ISO και τη Διεθνή Ένωση Τηλεπικοινωνιών (International Telecommunications Union - ITU), έχουν οδηγήσει στην υιοθέτηση του X.509 από μεγάλο αριθμό οργανισμών και κατασκευαστών.

Αρκετά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα χρησιμοποιούν το X.509 για το πρότυπο ασφαλών συναλλαγών SET (Secure Electronic Transactions). Χρησιμοποιείται επίσης σε browsers, servers και προγράμματα λογισμικού, για τη διαχείριση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (mail server/clients) κτλ., από πολλές γνωστές εταιρίες ανάπτυξης λογισμικού.⁴⁷

Το πρωτόκολλο SSL (Secure Sockets Layer) αναπτύχθηκε από την εταιρεία Netscape και σχεδιάστηκε για να παρέχει ασφάλεια κατά την μετάδοση ευαίσθητων δεδομένων στο διαδίκτυο. Η έκδοση 3.0 του πρωτοκόλλου κυκλοφόρησε από την Netscape το 1996 και αποτέλεσε την βάση για την μετέπειτα ανάπτυξη του πρωτοκόλλου TLS (Transport Layer Security), το οποίο πλέον τείνει να

⁴⁷ Morley Deborah, Parker Charles, (2009) Understanding computers : today and tomorrow, comprehensive, Course Technology

αντικαταστήσει το SSL. Τα δύο αυτά πρωτόκολλα χρησιμοποιούνται ευρέως για ηλεκτρονικές αγορές και χρηματικές συναλλαγές μέσω του διαδικτύου.⁴⁸

Το SSL χρησιμοποιεί μεθόδους κρυπτογράφησης των δεδομένων που ανταλλάσσονται μεταξύ δύο συσκευών (συνηθέστερα Ηλεκτρονικών Υπολογιστών) εγκαθιδρύοντας μία ασφαλή σύνδεση μεταξύ τους μέσω του διαδικτύου. Το πρωτόκολλο αυτό χρησιμοποιεί το TCP/IP για τη μεταφορά των δεδομένων και είναι ανεξάρτητο από την εφαρμογή που χρησιμοποιεί ο τελικός χρήστης. Για τον λόγο αυτό μπορεί να παρέχει υπηρεσίες ασφαλούς μετάδοσης πληροφοριών σε πρωτόκολλα ανώτερου επιπέδου όπως για παράδειγμα το HTTP, το FTP, το telnet κλπ.

Η μετάδοση πληροφοριών μέσω του διαδικτύου γίνεται ως επί το πλείστον χρησιμοποιώντας τα πρωτόκολλα TCP/IP (Transfer Control Protocol / Internet Protocol). Το SSL λειτουργεί πριν το TCP/IP και μετά τις εφαρμογές υψηλού επιπέδου, όπως είναι για παράδειγμα το HTTP (προβολή ιστοσελίδων), το FTP (μεταφορά αρχείων) και το IMAP (email). Άρα λοιπόν αυτό που ουσιαστικά κάνει το SSL είναι να παίρνει τις πληροφορίες από τις εφαρμογές υψηλότερων επιπέδων, να τις κρυπτογραφεί και στην συνέχεια να τις μεταδίδει στο Internet προς τον Η/Υ που βρίσκεται στην απέναντι πλευρά και τις ζητήσει.

Το SSL προσφέρει συνοπτικά τις ακόλουθες υπηρεσίες:

- Πιστοποίηση του server από τον client.
- Πιστοποίηση του client από τον server.
- Εγκαθίδρυση ασφαλούς κρυπτογραφημένου διαύλου επικοινωνίας μεταξύ των δύο μερών.

Οι κρυπτογραφικοί αλγόριθμοι που υποστηρίζονται από το πρωτόκολλο είναι οι εξής: DES - Data Encryption Standard, DSA - Digital Signature Algorithm, KEA - Key Exchange Algorithm, MD5 - Message Digest, RC2/RC4, RSA, SHA-1 - Secure Hash Algorithm, SKIPJACK, Triple-DES.

⁴⁸ Korper Steffano, Ellis Juanita, (2001) The E-commerce book: building the E-Empire, Academic Press

Το πρωτόκολλο SSL χρησιμοποιεί έναν συνδυασμό της κρυπτογράφησης δημόσιου και συμμετρικού κλειδιού. Η κρυπτογράφηση συμμετρικού κλειδιού είναι πολύ πιο γρήγορη και αποδοτική σε σχέση με την κρυπτογράφηση δημοσίου κλειδιού, παρ' όλα αυτά όμως η δεύτερη προσφέρει καλύτερες τεχνικές πιστοποίησης.

Κάθε σύνδεση SSL ξεκινά πάντα με την ανταλλαγή μηνυμάτων από τον server και τον client έως ότου επιτευχθεί η ασφαλής σύνδεση, πράγμα που ονομάζεται χειραψία (handshake). Η χειραψία επιτρέπει στον server να αποδείξει την ταυτότητά του στον client χρησιμοποιώντας τεχνικές κρυπτογράφησης δημόσιου κλειδιού και στην συνέχεια επιτρέπει στον client και τον server να συνεργαστούν για την δημιουργία ενός συμμετρικού κλειδιού που θα χρησιμοποιηθεί στην γρήγορη κρυπτογράφηση και αποκρυπτογράφηση των δεδομένων που ανταλλάσσονται μεταξύ τους.

Προαιρετικά η χειραψία επιτρέπει επίσης στον client να αποδείξει την ταυτότητά του στον server. Αναλυτικότερα, η διαδικασία χειραψίας έχει ως εξής⁴⁹:

1. Αρχικά ο client στέλνει στον server την έκδοση του SSL που χρησιμοποιεί, τον επιθυμητό αλγόριθμο κρυπτογράφησης, μερικά δεδομένα που έχουν παραχθεί τυχαία και οποιαδήποτε άλλη πληροφορία χρειάζεται ο server για να ξεκινήσει μία σύνδεση SSL.
2. Ο server απαντά στέλνοντας παρόμοιες πληροφορίες με προηγουμένως συμπεριλαμβανομένου όμως και του ψηφιακού πιστοποιητικού του, το οποίο τον πιστοποιεί στον client. Προαιρετικά μπορεί να ζητήσει και το ψηφιακό πιστοποιητικό του client.
3. Ο client λαμβάνει το ψηφιακό πιστοποιητικό του server και το χρησιμοποιεί για να τον πιστοποιήσει. Εάν η πιστοποίηση αυτή δεν καταστεί δυνατή, τότε ο χρήστης ενημερώνεται με ένα μήνυμα σφάλματος και η σύνδεση SSL ακυρώνεται.

⁴⁹ Wagner D, Schneier B. (1996), *Analysis of the SSL 3.0 protocol*, WOE'96 Proceedings of the 2nd conference on Proceedings of the Second USENIX Workshop on Electronic Commerce - Volume 2

Εάν η πιστοποίηση του server γίνει χωρίς προβλήματα, τότε η διαδικασία της χειραψίας συνεχίζεται στο επόμενο βήμα.

4. Ο client συνεργάζεται με τον server και αποφασίζουν τον αλγόριθμο κρυπτογράφησης που θα χρησιμοποιηθεί στην ασφαλή σύνδεση SSL. Επίσης ο client δημιουργεί το συμμετρικό κλειδί που θα χρησιμοποιηθεί στον αλγόριθμο κρυπτογράφησης και το στέλνει στον server κρυπτογραφημένο, χρησιμοποιώντας την τεχνική κρυπτογράφησης δημοσίου κλειδιού. Δηλαδή χρησιμοποιεί το δημόσιο κλειδί του server που αναγράφεται πάνω στο ψηφιακό του πιστοποιητικό για να κρυπτογραφήσει το συμμετρικό κλειδί και να του το στείλει. Στην συνέχεια ο server χρησιμοποιώντας το ιδιωτικό του κλειδί μπορεί να αποκρυπτογραφήσει το μήνυμα και να αποκτήσει το συμμετρικό κλειδί που θα χρησιμοποιηθεί για την σύνδεση.

5. Ο client στέλνει ένα μήνυμα στον server ενημερώνοντάς τον ότι είναι έτοιμος να ξεκινήσει την κρυπτογραφημένη σύνδεση.

6. Ο server στέλνει ένα μήνυμα στον client ενημερώνοντάς τον ότι και αυτός είναι έτοιμος να ξεκινήσει την κρυπτογραφημένη σύνδεση.

7. Από εδώ και πέρα η χειραψία έχει ολοκληρωθεί και τα μηνύματα που ανταλλάσσουν τα δύο μηχανήματα (client - server) είναι κρυπτογραφημένα.

Η χρήση του πρωτοκόλλου SSL αυξάνει τα διακινούμενα πακέτα μεταξύ των δύο μηχανών και καθυστερεί την μετάδοση των πληροφοριών επειδή χρησιμοποιεί μεθόδους κρυπτογράφησης και αποκρυπτογράφησης.

Ειδικότερα οι διάφορες καθυστερήσεις εντοπίζονται στα εξής σημεία:

- Στην αρχική διαδικασία χειραψίας όπου κανονίζονται οι λεπτομέρειες της σύνδεσης και ανταλλάσσονται τα κλειδιά της συνόδου.
- Στην διαδικασία κρυπτογράφησης και αποκρυπτογράφησης που γίνεται στους δύο υπολογιστές με αποτέλεσμα να δαπανώνται υπολογιστικοί πόροι και χρόνος.
- Στην καθυστέρηση μετάδοσης των κρυπτογραφημένων δεδομένων αφού αυτά αποτελούνται από περισσότερα bytes σε σχέση με την αρχική μη κρυπτογραφημένη πληροφορία.

Λόγω αυτών των επιβαρύνσεων που εισάγει το πρωτόκολλο SSL, χρησιμοποιείται πλέον μονάχα σε περιπτώσεις όπου πραγματικά χρειάζεται ασφαλής σύνδεση (πχ μετάδοση κωδικών χρήστη ή αριθμών πιστωτικών καρτών μέσω του διαδικτύου) και όχι σε περιπτώσεις απλής επίσκεψης σε μία ιστοσελίδα.

Το πρωτόκολλο Secure HTTP παρέχει ασφαλής μηχανισμούς επικοινωνίας μεταξύ ενός ζευγαριού HTTP server – client με σκοπό να επιτρέψει αυθόρμητες εμπορικές συναλλαγές και αποτελεί σημαντικό στοιχείο κρυπτογράφησης ενός e-shop. Στόχος της σχεδίασης ήταν ένα ευέλικτο πρωτόκολλο που διαθέτει πολλαπλούς μηχανισμούς και αλγόριθμους, και την δυνατότητα διαπραγμάτευσης αυτών.⁵⁰

Τα χαρακτηριστικά του SHTTP είναι τα εξής:

- Το S/HTTP υποστηρίζει μία ποικιλία μηχανισμών ασφαλείας στους HTTP clients και servers. Το πρωτόκολλο παρέχει συμμετρικές δυνατότητες στον client και server που σημαίνει ότι τα μηνύματα και οι προτιμήσεις και των δύο πλευρών μεταχειρίζονται με τον ίδιο τρόπο, ενώ παράλληλα διατηρούνται το μοντέλο συναλλαγής και τα χαρακτηριστικά επικοινωνίας του HTTP.
- Αρκετά κρυπτογραφικά πρότυπα ενσωματώνονται στους S/HTTP clients και servers συμπεριλαμβανομένων των PEM, PGP, Kerberos και PKCS-7 (ο πρόγονος του CMS). Είναι συμβατό με το HTTP.
- Το S/HTTP δεν απαιτεί πιστοποιητικά δημοσίων κλειδών από την μεριά του client, καθ' ότι υποστηρίζει και τα συμμετρικά κλειδιά. Αυτό είναι σημαντικό γιατί αυθόρμητες ιδιωτικές συναλλαγές μπορούν να λάβουν χώρα, χωρίς την απαίτηση από τους χρήστες να έχουν ένα έγκυρο ζεύγος δημόσιας – ιδιωτικής κλειδας. Βέβαια, είναι σε θέση να εκμεταλλευτεί την υπάρχουσα υποδομή πιστοποιητικών και ασύμμετρων κλειδιών.
- Το S/HTTP υποστηρίζει απ' άκρη σ' άκρη ασφαλής συναλλαγές, σε αντίθεση με το HTTP που προϋποθέτει μία αποτυχημένη προσπάθεια πρόσβασης του χρήστη πριν την εφαρμογή οποιονδήποτε μηχανισμών ασφαλείας. Με το S/HTTP, σε καμία περίπτωση τα ευαίσθητα δεδομένα δεν μεταδίδονται στο δίκτυο απροστάτευτα.

⁵⁰

Ανακτημένο από : <http://www.javvin.com/protocolHTTPS.html>

- Επιτρέπει πλήρη ευελιξία όσον αφορά τους κρυπτογραφικούς αλγόριθμους και τις παραμέτρους αυτών. Το είδος της παρεχόμενης προστασίας (κρυπτογράφηση, ψηφιακή υπογραφή, και τα δύο), οι αλγόριθμοι και τα πιστοποιητικά μπορούν να διαπραγματευτούν.
- Οι χρήστες αναμένονται να έχουν (αν και δεν συνιστάται) πολλαπλά πιστοποιητικά.

Το **Multipurpose Internet Mail Extensions (MIME)** είναι ένα πρότυπο δικτύου που χρησιμοποιείται για την ηλεκτρονική αλληλογραφία ενός e-shop. Σχεδόν όλο το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο του διαδικτύου διαβιβάζεται μέσω SMTP σε μορφή (format) MIME. Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο διαδικτύου συνδέεται τόσο πολύ με τα πρότυπα SMTP και MIME ώστε μερικές φορές καλείται SMTP/MIME e-mail.

Το MIME είναι ένα θεμελιώδες συστατικό των πρωτοκόλλων επικοινωνίας όπως το HTTP, το οποίο απαιτεί τα δεδομένα να μεταφέρονται στα πλαίσια των ηλεκτρονικών ταχυδρομείων σαν μηνύματα, ακόμη και αν τα στοιχεία δεν είναι πραγματικά ηλεκτρονικά μηνύματα. Κατά κανόνα η κωδικοποίηση του μηνύματος γίνεται αυτόματα στον υπολογιστή του αποστολέα και η αποκωδικοποίηση γίνεται είτε από έναν mail client (πχ outlook) ή από έναν mail server μόλις παραληφθεί το μήνυμα.⁵¹

Αρχικά οι εκτιμήσεις για την ασφάλεια του MIME ήταν δευτερεύουσες. Με την αύξηση της δημοτικότητας του, η ασφάλεια είναι πλέον θέμα ζωτικής σημασίας και αυτό οδήγησε στην δημιουργία του ασφαλούς MIME (S/MIME).

Το **S/MIME** είναι ένα πρωτόκολλο που χρησιμοποιείται από προγράμματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για την εφαρμογή κρυπτογραφικών υπηρεσιών σε αποστέλλοντα μηνύματα και για την επεξεργασία προστατευμένων παραληφθέντων. Η δεύτερη έκδοση του S/MIME είναι επί του παρόντος ενσωματωμένη σε πολλά δημοφιλή προϊόντα, όπως τα Lotus Domino, Netscape Communicator, Novell

⁵¹ Borenstein N, Freed B. (1992), *MIME (Multipurpose Internet Mail Extensions):Mechanisms for Specifying and Describingthe Format of Internet Message Bodies*, Network Working Group - Inosoft

GroupWise και Microsoft Exchange. Το S/MIME δίνει την δυνατότητα σε εταιρίες που σχεδιάζουν λογισμικό να αναπτύξουν προγράμματα τέτοια ώστε ένα μήνυμα που κρυπτογραφήθηκε με ένα συγκεκριμένο πρόγραμμα να μπορεί να αποκρυπτογραφηθεί από ένα άλλο.

Η ομάδα Internet Engineering Task Force (IETF) αναπτύσσει την 3η έκδοση του S/MIME που περιλαμβάνει την εξειδίκευση Cryptographic Message Syntax (CMS) που ορίζει μια τυποποιημένη σύνταξη για την επικοινωνία των κρυπτογραφικών πληροφοριών που είναι ανεξάρτητες από την μορφή των ενθυλακωμένων περιεχομένων ή από τον μηχανισμό μεταφοράς. Κάθε τύπος δεδομένων μπορεί να προστατευθεί από το CMS. Εκτός από τις εφαρμογές S/MIME, το CMS μπορεί να χρησιμοποιηθεί με τα πρωτόκολλα HTTP, X.400, FTP, SSL και SET. Η στρατηγική ανάπτυξης της τρίτης έκδοσης είναι τέτοια ώστε να διατηρείται η συμβατότητα με την προηγούμενη έκδοση (version 2). Αυτό επιτυγχάνεται με την πρόσθεση νέων, προαιρετικών στοιχείων στην νέα έκδοση, των οποίων η απουσία στις επικεφαλίδες επιτρέπει την συνεργασία των δύο εκδόσεων.

Επίσης, η έκδοση 3 του S/MIME απαιτεί την ύπαρξη ενός ελάχιστου συνόλου κρυπτογραφικών αλγορίθμων που διασφαλίζουν την συνεργασίας μεταξύ διαφορετικών εφαρμογών.

Το S/MIME χρησιμοποιεί τις προδιαγραφές του MIME και παρέχει προστασία στα τμήματα των μηνυμάτων που είναι απροστάτευτα. Με αυτό όλες οι διαφορετικές μορφές της ψηφιακής υπογραφής και της κρυπτογράφησης θεωρούνται παραλλαγές ενός βασικού μετασχηματισμού δεδομένων.

Οι εταιρείες Visa και Mastercard έχουν προτείνει ένα άλλο σύστημα γνωστό με το όνομα SET (Secure Electronic Transaction). Ο διαχειριστής ενός ηλεκτρονικού καταστήματος πρέπει να γνωρίζει πως το SET αποτελείται από τρία μέρη:

1. Μια "ηλεκτρονική πιστωτική κάρτα" η οποία είναι εγκατεστημένη στον Η/Υ του χρήστη (το ειδικό λογισμικό παρέχεται δωρεάν από το SET).
2. Ειδικό λογισμικό εγκατεστημένο στο ηλεκτρονικό κατάστημα.
3. Ειδικό λογισμικό εγκατεστημένο σε μια πιστοποιημένη από το SET τράπεζα.

Χάρη στην εφαρμογή αυτή τα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας του αγοραστή διαβιβάζονται από το ηλεκτρονικό κατάστημα στην τράπεζα χωρίς ο πωλητής να μαθαίνει ποτέ το παραμικρό για την κάρτα του αγοραστή (δεν γνωρίζει ούτε το όνομα, ούτε τον αριθμό, ούτε την ημερομηνία λήξεως).

Με τον τρόπο αυτό τα στοιχεία της κάρτας του αγοραστή έχουν μηδαμινές πιθανότητες να υποκλαπούν από τρίτους. Γι' αυτό και οι Visa και Mastercard προσδοκούν πως το σύστημα αυτό θα υιοθετηθεί τελικά ως η βάση για κάθε συναλλαγή ηλεκτρονικού εμπορίου.

Συνήθως η χρήση του SET περιορίζεται μόνο στις επικοινωνίες μεταξύ εμπόρου και τράπεζας, ενώ η επικοινωνία του εμπόρου με τον πελάτη εξακολουθεί να διεξάγεται με SSL. Με τον τρόπο αυτό όμως ο κίνδυνος των πλαστών παραγγελιών παραμένει το ίδιο μεγάλος. Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζεται μία τυπική ηλεκτρονική συναλλαγή χρησιμοποιώντας το πρωτόκολλο SET.

Το **EDI (Electronic Data Interchange)** αποτελεί έναν τρόπο για την ανταλλαγή δεδομένων μεταξύ ηλεκτρονικών καταστημάτων χρησιμοποιώντας αυστηρά πρότυπα. Η χρήση του προϋποθέτει την εγκατάσταση ενός λογισμικού και από τις δύο πλευρές των συναλλαγών. Υποστηρίζει Batch-time και real-time επεξεργασία μηνυμάτων, ενώ τα όρια προσβασιμότητας του είναι περιορισμένα λόγω της λειτουργίας του σε intranets και extranets.⁵²

Το Internet αποτελεί θεμέλιο για την χρήση του EDI. Παρέχει στιγμιαία μετάδοση δεδομένων, είναι βασισμένο σε ανοικτά πρότυπα και προσφέρεται σε χαμηλότερο κόστος σε σχέση με τα δίκτυα προστιθέμενης αξίας (VAN). Το μόνο που απαιτείται είναι ένα πρότυπο ασφάλειας το οποίο καθιστά τα δημόσια δίκτυα ασφαλή για την μεταφορά ευαίσθητων πληροφοριών.

Τέλος, το **Kerberos** ένα δικτυακό σύστημα ασφαλείας το οποίο αναπτύχθηκε στο MIT. Χρησιμοποιεί κρυπτογραφία συμμετρικού κλειδιού για τη μετάδοση μηνυμάτων προς και από υπολογιστές και χρησιμοποιείται για πιστοποίηση χρηστών. Κάθε χρήστης του Kerberos έχει ένα password το οποίο χρησιμοποιεί. Υπάρχουν

⁵² Ανακτημένο από : <http://help.sap.com/printdocu/core/print46c/en/data/pdf/SDEDI/SDEDI.pdf>

εκδόσεις του Kerberos για διάφορα δημοφιλή πρωτόκολλα του Internet όπως το POP3, το Telnet και το FTP.⁵³

Ο πυρήνας μιας αρχιτεκτονικής Kerberos είναι το KDC (βασικός server διανομής). Το KDC αποθηκεύει τις πληροφορίες επικύρωσης και τις χρησιμοποιεί για να επικυρώσει τους χρήστες και τις υπηρεσίες. Λόγω της κρίσιμης λειτουργία του KDC, χρησιμοποιούνται πολλαπλάσια KDC. Κάθε KDC αποθηκεύει μια βάση δεδομένων των χρηστών, των servers καθώς και των μυστικών κλειδιών.

Το Kerberos επιτρέπει στις δικτυακές εφαρμογές να αναγνωρίζουν με ασφάλεια την ταυτότητα του χρήστη που ζητά εξυπηρέτηση, χωρίς να στέλνει στο δίκτυο δεδομένα που μπορούν να επιτρέψουν σε ένα πιθανό εισβολέα να προσποιηθεί ότι είναι ο χρήστης και χωρίς να βασίζεται στις διευθύνσεις των μηχανών του δικτύου.

Επίσης, η πιστοποίηση ταυτότητας γίνεται από τον application server και η επικοινωνία γίνεται εν γνώση της πιθανότητας ότι η διακινούμενη πληροφορία μπορεί να τροποποιηθεί και να αναγνωστεί κατά βούληση. Το Kerberos προαιρετικά προσφέρει ακεραιότητα και απόρρητη συναλλαγή για τα δεδομένα που στέλνονται μεταξύ του client και του application server. Σαν application server εννοούμε τον server που προσφέρει υπηρεσίες όπως mail, ftp, http, telnet.

⁵³

Ανακτημένο από : <http://www.kerberos.org/software/adminkerberos.pdf>

4 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4.1 ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

4.1.1 ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Σε αυτό το κεφάλαιο, θα δούμε τους τρόπους με τους οποίους μπορούμε να προχωρήσουμε στην δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop) που δραστηριοποιείται στην Ελλάδα.

Το οικονομικό περιβάλλον είναι αρκετά ασταθές κάτι που κάνει τις επενδύσεις δύσκολες. Σε μία οικονομία που μαστίζεται από την οικονομική κρίση . Παρόλα αυτά Σύμφωνα με άρθρο του κ .Κώστα Λακαφώτη στο βήμα στις 24/12/2011 τα στατιστικά στοιχεία της αύξησης του τζίρου των ηλεκτρονικών καταστημάτων σε περίοδο κρίσης είναι άκρως ενθαρρυντικά όπως βλέπουμε στο παρακάτω πίνακα

Έτος	Καταναλωτές	online αγορές σε δισ. Ευρώ
2006	200.000	
2007	300.000	
2008	600.000	0,5
2009	700.000	0,8
2010	1.000.000	1,3
2011	1.500.000	1,7

Πίνακας 4 Στατιστικά ηλεκτρονικών αγορών στην Ελλάδα από το 2006-2011

Ο συντάκτης του άρθρου εκτιμά και όχι άδικα πως η αύξηση αυτή στην ανταγωνιστική τιμή σε σχέση με τα φυσικά καταστήματα οφείλεται κυρίως στην ανταγωνιστική τιμή των λόγω της έλλειψης μεγάλων λειτουργικών εξόδων των ηλεκτρονικών καταστημάτων (ακριβά ενοίκια, μισθούς, βιτρίνες κ.λπ.). Φυσικά

υπάρχουν και άλλοι παράγοντες όπως η όλο και περισσότερο μεγαλύτερη εξοικείωση του Έλληνα με το διαδίκτυο.

Φυσικά το ηλεκτρονικό κατάστημα δεν αποτελεί από μόνο του συνταγή επιτυχίας. Η επιχειρηματική ιδέα συχνά δίνει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Για τον επιχειρηματία όλα τα τεχνικά στοιχεία δεν είναι τόσο χρήσιμα εάν δεν έχει την ιδέα για να τα αξιοποιήσει.

Ας δούμε μερικές πολύ πρωτότυπες επιχειρηματικές ιδέες που είχαν επιτυχία στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου και τι δήλωσαν οι ιδρυτές τους στο βήμα σε ρεπορτάζ που δημοσιεύεται στις 19/6/2011 και που ίσως μας δώσουν έμπνευση για τη δημιουργία του δικού μας καταστήματος.

weddings.heliotopos.net

Η κα **Λίλα Κωνσταντινίδου**, διευθύντρια της επιχείρησης «Ηλιότοπος» (weddings.heliotopos.net) η οποία διοργανώνει περισσότερους από εκατό γάμους αλλοδαπών σε ελληνικά νησιά κάθε χρόνο. Δραστηριοποιείται αποκλειστικά μέσω Internet και διαθέτει πλούσιο πελατολόγιο, από την Αμερική ως την Κίνα και την Αυστραλία. Ποιος θα φανταζόταν ότι στα πρώτα της βήματα, πριν από 13 χρόνια, δεν ήξερε καν να χρησιμοποιεί το Word;

Όλα ξεκίνησαν το 1998, όταν το Internet βρισκόταν ακόμη στα σπάργανα στην Ελλάδα και η κυρία Κωνσταντινίδου διαχειριζόταν ένα ξενοδοχείο στη Σαντορίνη. «Εκείνη την εποχή είχα ελάχιστη εξοικείωση με τον υπολογιστή. Ωστόσο, γοητεύτηκα αμέσως από τις δυνατότητες του Internet και αποφάσισα να μάθω να δημιουργώ ιστοσελίδες! Αγόρασα ένα βιβλίο και άρχισα σιγά-σιγά να διαβάζω. Στην αρχή δεν καταλάβαινα πολλά, αλλά σταδιακά εξοικειώθηκα. Έπειτα από μερικούς μήνες και αρκετή προσπάθεια, κατόρθωσα να φτιάξω την πρώτη μου ιστοσελίδα: το σάιτ του ξενοδοχείου μας» αναφέρει.

Η αρχή είναι το ήμισυ του παντός και εν προκειμένω, αφότου έγινε το πρώτο βήμα, μια σειρά απρόβλεπτα γεγονότα οδήγησαν στην επιτυχία. «Πριν από 12 χρόνια ένα ζευγάρι από τον Καναδά μου έστειλε e-mail για να κάνει κράτηση στο ξενοδοχείο, προσθέτοντας ότι ήθελαν να παντρευτούν στην Ελλάδα. Μου ζήτησαν να τους βοηθήσω να οργανώσουν τον γάμο τους και σκέφτηκα: Γιατί όχι; Ήταν τόσο όμορφη εμπειρία που αποφάσισα να την επαναλάβω. Έπειτα από πολλή μελέτη,

αποφάσισα να φτιάξω μια ιστοσελίδα που θα απευθυνόταν μόνο σε ξένους οι οποίοι θέλουν να παντρευτούν σε ελληνικό νησί» διηγείται η κυρία Κωνσταντινίδου.

Τα νέα άρχισαν να διαδίδονται στο Διαδίκτυο και όλο και περισσότερα ζευγάρια απευθύνονταν στη νεοσύστατη επιχείρηση. Πέντε γάμοι το 2000, δεκαοκτώ το 2001, περισσότεροι από εκατό σήμερα! Επόμενο βήμα; Η κινεζική αγορά. «Εφέτος μετέφρασα την ιστοσελίδα μου στα κινεζικά και επέλεξα δύο αντιπροσώπους στην Ασία. Ποτέ δεν φανταζόμουν τη λατρεία που έχουν οι Κινέζοι για το Αιγαίο. Το θεωρούν “ευλογία” να κατορθώσουν να παντρευτούν εδώ. Χάρη στο άνοιγμα στην κινεζική αγορά ο κύκλος εργασιών μας αυξήθηκε εν μέσω κρίσης» καταλήγει η κυρία Κωνσταντινίδου.



www.taxibeat.com

Οι δημιουργοί

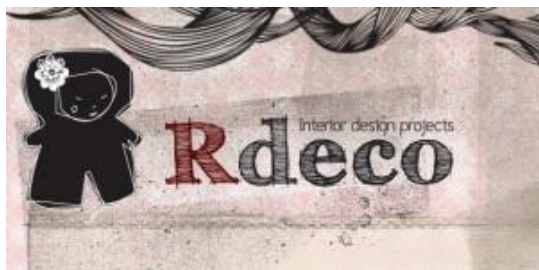
της διαδικτυακής επιχείρησης που τιτλοφορείται «taxibeat» (www.taxibeat.com) φιλοδοξούν να φέρουν την επανάσταση στην αγορά των ταξί, δημιουργώντας μια υπηρεσία που δίνει τη δυνατότητα σε κάθε πολίτη να βρίσκει όλα τα ελεύθερα ταξί που βρίσκονται κοντά του, να βλέπει μια σειρά πληροφορίες για κάθε ένα από αυτά ώστε να καλεί αυτό που επιθυμεί! Το σύστημα βασίζεται στις λεγόμενες «mobile τεχνολογίες» (iPhone ή android), επιτρέπει στους πελάτες να βαθμολογούν τους οδηγούς έπειτα από κάθε διαδρομή και φανερώνει την εν λόγω βαθμολογία σε όλους τους χρήστες, ώστε οι «καλοί» οδηγοί να κερδίζουν περισσότερους πελάτες. Φιλοδοξούν έτσι να δημιουργήσουν μια κοινότητα ανθρώπων που θα συναλλάσσεται διαδικτυακά σε έναν απροσδόκητο χώρο: στους δρόμους της πόλης.

Τα εμπόδια που έπρεπε να ξεπεράσουν οι νέοι επιχειρηματίες για να προωθήσουν τη φιλόδοξη ιδέα τους ήταν πολλαπλά. «Η γραφειοκρατία στη σύσταση και λειτουργία των e-επιχειρήσεων είναι γνωστή σε όλους στη χώρα μας. Ωστόσο, εμείς είχαμε και μεγάλες τεχνικές προκλήσεις, γιατί η λύση που εφαρμόζουμε είναι καινοτόμα. Κολυμπάμε δηλαδή σε άγνωστα νερά, βασισμένοι στην προηγούμενη εμπειρία μας στην τεχνολογία, υλοποιώντας όμως κάτι εντελώς νέο. Ταυτόχρονα, έπρεπε να εκπαιδεύσουμε τους οδηγούς ταξί στη χρήση των “smartphones”. Οι νέες καινοτόμες εταιρείες αντιμετωπίζουν πολλές φορές δυσπιστία από μεγάλη μερίδα των

πολιτών να δοκιμάζουν τεχνολογικές λύσεις, εξαιτίας της χαμηλής κατανόησης του κοινού στα εν λόγω θέματα» αναφέρει ο ιδρυτής της εταιρείας κ. **Νίκος Δρανδάκης**.

Παρά τις δυσκολίες, ωστόσο, κατόρθωσαν να λάβουν ένα αρχικό κονδύλιο χρηματοδότησης μέσω διαγωνισμού καινοτομίας και παρ' ότι βρίσκονται ακόμη στην περίοδο δοκιμαστικής λειτουργίας, μετρούν ήδη περισσότερους από διακόσιους οδηγούς ταξί στο πελατολόγιό τους! Σύμφωνα με το επιχειρησιακό μοντέλο, μάλιστα, οι εν λόγω ταξιτζήδες καλούνται να καταβάλλουν ένα μικρό αντίτιμο για κάθε πελάτη που κερδίζουν μέσω της εφαρμογής.

designdeco.gr, www.rdeco.gr



Πώς μπορεί μια διακοσμήτρια εσωτερικών χώρων να αξιοποιήσει το Διαδίκτυο για να αυξήσει την πελατεία της εν μέσω κρίσης; Η απάντηση ακούει στο όνομα «e-design» (designdeco.gr, www.rdeco.gr) και στην ουσία αποτελεί διακόσμηση σπιτιών μέσω... Internet, με βάση φωτογραφίες, τρισδιάστατα σχέδια και ηλεκτρονικές λίστες επίπλων και διακοσμητικών.

«Όλα ξεκίνησαν το 2007, όταν δημιούργησα το “rdeco”, ένα blog με θέμα τη διακόσμηση εσωτερικών χώρων. Ανανεώνοντας διαρκώς το περιεχόμενο με πρωτότυπες ιδέες, απέκτησα αρκετούς αναγνώστες, φτάνοντας σε κάποιο σημείο τους 3.000 μοναδικούς χρήστες την ημέρα! Τότε αρκετοί αναγνώστες άρχισαν να μου στέλνουν φωτογραφίες από το σπίτι τους και να μου ζητούν συμβουλές για μικρές παρεμβάσεις, όπως το χρώμα του τοίχου ή ένα έπιπλο που τους λείπει» αναφέρει η πολιτικός μηχανικός και δημιουργός του edesign στην Ελλάδα κυρία **Εύα Τοπαλίδου**.

Οι μικρές παρεμβάσεις εξελίχθηκαν σε ολοκληρωμένες προτάσεις για αναδιαμόρφωση ολόκληρων σπιτιών και το αρχικό blog εξελίχθηκε σε μια δυναμική διαδικτυακή επιχείρηση με αντικείμενο τη διακόσμηση μέσω Internet. «Το e-design απευθύνεται σε καταναλωτές που επιθυμούν να συμμετάσχουν ενεργά στη διακόσμηση του σπιτιού τους και έτσι να εξοικονομήσουν χρήματα. Ο πελάτης μετρά

τον χώρο, βγάζει φωτογραφίες και μου στέλνει όλο το υλικό. Η επικοινωνία γίνεται τηλεφωνικώς και μέσω e-mail. Στη συνέχεια εγώ δημιουργώ τα αρχιτεκτονικά σχέδια και τον λεγόμενο “φωτορεαλισμό”, δηλαδή ένα τρισδιάστατο σχέδιο που αναπαριστά τη νέα μορφή του χώρου. Έτσι, ακόμη και άτομα που δεν είναι εξοικειωμένα με την ανάγνωση αρχιτεκτονικών σχεδίων μπορούν να έχουν πλήρη εικόνα» εξηγεί η κυρία Τοπαλίδου.

Ο πελάτης αναλαμβάνει να αγοράσει τα έπιπλα, ωστόσο ακόμη και σε αυτό το στάδιο έχει οικονομικά οφέλη. «Αποστέλλω στον πελάτη ειδική “λίστα προϊόντων” με βάση το σχέδιο, η οποία περιλαμβάνει τα έπιπλα, κουρτίνες, διακοσμητικά ή οποιοδήποτε άλλο αντικείμενο χρειάζεται να αγοράσει, καθώς και το κατάστημα όπου μπορεί να το βρει. Παράλληλα, έχω καταρτίσει συμφωνίες με τα συνεργαζόμενα καταστήματα με βάση τις οποίες οι πελάτες του e-design έχουν συγκεκριμένα ποσοστά έκπτωσης» καταλήγει η κυρία Τοπαλίδου.

www.totaleclipsegames.com

Οι αυτοδίδακτοι προγραμματιστές κκ. Δημήτρης και Αργύρης Μπεντίλας είχαν όνειρο να κατασκευάσουν το δικό τους ηλεκτρονικό παιχνίδι από τη στιγμή που ως παιδιά άγγιξαν τον πρώτο τους υπολογιστή. Σήμερα, σε ηλικία 33 και 31 χρόνων αντίστοιχα, τα δύο αδέρφια έχουν δημιουργήσει μια διαδικτυακή επιχείρηση ηλεκτρονικών παιχνιδιών, την «Total eclipse games» (www.totaleclipsegames.com), η οποία κατόρθωσε να συγκεντρώσει χρηματοδότηση εκατοντάδων χιλιάδων ευρώ από μεγάλους αμερικανικούς εκδοτικούς οίκους! Τα παιχνίδια τους δεν ανήκουν στα παραδοσιακά βιντεογέιμ, ούτε περιέχουν εικόνες βίας, αλλά βασίζονται στη δημιουργική σκέψη και στη φαντασία των παικτών – για αυτό και έχουν τόσους φανατικούς οπαδούς σε όλο τον κόσμο.

Ερωτηθείς πώς κατόρθωσε να μετατρέψει το χόμπι του σε (άκρως προσοδοφόρο) επάγγελμα, ο κ. Αργ. Μπεντίλας απαντά ότι το κλειδί είναι το μεράκι και η σκληρή δουλειά. Εξίσου σημαντικό όμως είναι να μπορεί κανείς να βλέπει «μακριά», στις αγορές της άλλης άκρης του Ατλαντικού, με πίστη ότι μπορεί να τις κατακτήσει!

«Το 2005, έπειτα από αρκετά χρόνια εργασίας στον σχεδιασμό ιστοσελίδων, αποφασίσαμε να δημιουργήσουμε το πρώτο μας ηλεκτρονικό παιχνίδι. Το χρηματοδοτήσαμε... μόνοι μας, όπως και το δεύτερο. Όμως, καθώς τα δύο παιχνίδια άρχισαν να διαδίδονται μέσω Διαδικτύου σε όλο τον κόσμο, αποφασίσαμε να υποβάλουμε πρόταση σε έναν από τους μεγαλύτερους αμερικανούς εκδότες. Οι συνεννοήσεις έγιναν μέσω τηλεφώνου και email και σύντομα μας διέθεσαν χρηματοδότηση μεγάλου ύψους προκειμένου να κυκλοφορήσουμε άλλα τρία παιχνίδια. Αυτούς τους ανθρώπους τους συναντήσαμε από κοντά έπειτα από αρκετούς μήνες!» αναφέρει ο ίδιος.

«Για να πάρεις μια ουσιαστική επιδότηση στην Ελλάδα πρέπει να γράψεις σελίδες και σελίδες, να αποδείξεις πώς θα αξιοποιήσεις τα χρήματα και χίλια δυο άλλα πράγματα τα οποία το μόνο που κάνουν είναι να μπαίνουν εμπόδιο στη δημιουργικότητα. Αντιθέτως, αν έχεις το θάρρος να απευθυνθείς στις αγορές του εξωτερικού, τα πράγματα προχωρούν γρήγορα όταν υπάρχει σαφής και κοινός στόχος» καταλήγει ο κ. Μπεντίλας.

openfund theopenfund.com Το πιο συχνό παράπονο των επίδοξων επιχειρηματιών είναι ότι δεν υφίσταται στην Ελλάδα το αναγκαίο πλαίσιο ώστε να έρθουν σε επαφή οι πρωτότυπες ιδέες με τους επενδυτές που θα μπορούσαν να τις χρηματοδοτήσουν.

Αυτό ακριβώς το κενό επιχειρεί να καλύψει η εταιρεία Openfund (theopenfund.com), η οποία διενεργεί διαγωνισμούς για πρωτότυπες e-επιχειρήσεις και στη συνέχεια εξασφαλίζει στους νικητές χρηματοδότηση μέσω μιας σειράς μεγάλων επενδυτών.

«Αντιληφθήκαμε ότι στην Ελλάδα έλειπαν δύο βασικά στοιχεία προκειμένου να υπάρξουν ιστορίες επιτυχίας: χρηματοδότηση και συμβουλευτική υποστήριξη. Έτσι δημιουργήσαμε μία επιχείρηση όπου θα απευθύνονται όσοι έχουν τη γνώση και τις ικανότητες και θα βρίσκουν συνολική υποστήριξη ώστε να μεταφερθούν από μια

απλή σύλληψη σε ένα πιλοτικό προϊόν που θα αποκτήσει χρηματοδότηση» λέει στο «Βήμα της Κυριακής» ο κ. Δημήτρης Αθανασιάδης, μέλος του ΔΣ του Openfund.

Ήδη η εν λόγω εταιρεία έχει δεχτεί εκατοντάδες αιτήσεις στους πέντε διαγωνισμούς που έχει διενεργήσει, γεγονός που φανερώνει ότι- αν μη τι άλλο- στην Ελλάδα το επιχειρηματικό δαιμόνιο καλά κρατεί. Τι γίνεται όμως με τους επενδυτές που καλούνται να εισφέρουν το πολυπόθητο κεφάλαιο; «Η επένδυση στο Internet έχει δύο χαρακτηριστικά: υψηλό ρίσκο και μικρά ποσά επένδυσης. Αυτό είναι καινούργιο για τους Έλληνες κεφαλαιούχους, οι οποίοι παραδοσιακά επένδυναν σε ήδη επιτυχημένες εταιρείες με χαμηλό ρίσκο και με σημαντικά ποσά. Ωστόσο, το κλίμα σταδιακά αλλάζει και ήδη αρκετοί είναι αυτοί που αποφασίζουν να επενδύσουν στο Internet.

Όταν βέβαια αδυνατούν να κατανοήσουν την τεχνολογική πλευρά της ιδέας, επεμβαίνουμε εμείς για να τους το εξηγήσουμε!» καταλήγει ο κ. Αθανασιάδης.



www.megaventory.com Τη στιγμή που οι θέσεις εργασίας στον τομέα της διοίκησης επιχειρήσεων μειώνονται συστηματικά, ο κ. Κωστής Μαμάσσης και οι συνεργάτες του φιλοδοξούν να ανανεώσουν τον εν λόγω τομέα προσφέροντας το Megaventory (www.megaventory.com), μια διαδικτυακή εφαρμογή που επιτρέπει τη διαχείριση των εμπορικών λειτουργιών μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού εξ αποστάσεως και αποκλειστικά μέσω Internet.

«Μέσω του Megaventory μια επιχείρηση ή ένας οργανισμός μπορεί να διαχειρίζεται σε πραγματικό χρόνο κινήσεις, διαθεσιμότητες, πωλήσεις και παραγγελίες προϊόντων σε όλες τις εγκαταστάσεις της, όσο απομακρυσμένες και αν είναι αυτές μεταξύ τους. Ως διαδικτυακή εφαρμογή δεν απαιτεί εγκατάσταση στον σκληρό δίσκο, είναι προσβάσιμη από κάθε συσκευή που συνδέεται στο Internet και είναι εξαιρετικά απλή στη χρήση» αναφέρει μιλώντας στο «Βήμα της Κυριακής» ο φιλόδοξος επιχειρηματίας.

Ήδη η νεοσύστατη επιχείρηση έχει χιλιάδες εγγραφές, οι συντριπτικά περισσότερες από τις ΗΠΑ, γεγονός που κάνει τον νεαρό επιχειρηματία αισιόδοξο

καθώς, όπως χαρακτηριστικά λέει, «στην Ελλάδα βρίσκεις πιο εύκολα χρηματοδότηση αν παράγεις ελαιόλαδο ή... αβγοτάραχοπαρά λογισμικό Διαδικτύου».

Όπως εξηγεί ο κ. Μαμάσσης, στην Ελλάδα τα βασικότερα προβλήματα ξεκινούν από τη λανθασμένη νοοτροπία της κοινωνίας απέναντι στον επιχειρηματία του Διαδικτύου. «Για παράδειγμα, η αποτυχία εκλαμβάνεται ως καταστροφική από τον κύκλο του επιχειρηματία, ενώ στην πραγματικότητα είναι μέρος της διαδικασίας του επιχειρείν και μάλιστα το μέρος εκείνο που δίνει τις γνώσεις και τα εφόδια για την επιτυχή κατάληξη της επόμενης επιχειρηματικής προσπάθειας. Ο φόβος της αποτυχίας που καλλιεργείται στην Ελλάδα είναι πιο καταστροφικός από την ίδια την αποτυχία!» καταλήγει ο κ. Μαμάσσης.



www.epiplonet.com Όταν ο κ. Χρήστος Στρατής, ιδιοκτήτης καταστήματος εμπορίας επίπλων στη Χαλκίδα για πάνω από 20 χρόνια, αποφάσισε πριν από δύομισι χρόνια να ανοίξει online κατάστημα (www.epiplonet.com), δεν μπορούσε να φανταστεί ότι το μεγαλύτερο μέρος των σημερινών εσόδων του θα προερχόταν από τις διαδικτυακές πωλήσεις.

«Πιο πολύ το ξεκίνησα σαν χόμπι και επειδή μου άρεσε το Internet. Πίστευα ότι οι έλληνες καταναλωτές πολύ δύσκολα θα αγόραζαν κρεβάτια ή καναπέδες χωρίς να έχουν κάτσει ποτέ πάνω τους ή χωρίς να τα έχουν δει από κοντά. Τελικά διαψεύστηκα. Όχι μόνο οι πωλήσεις πηγαίνουν καλά, αλλά, αντίθετα από ό,τι θα περίμενε κανείς, είναι ελάχιστα τα παράπονα από τους διαδικτυακούς πελάτες. Πιο συνηθισμένο είναι να αλλάξει γνώμη κάποιος που αγόρασε από το “επίγειο” κατάστημα» σχολιάζει ο κ. Στρατής, ο οποίος έχει αποφασίσει πως οποιαδήποτε επένδυση από μέρους του στο μέλλον θα στοχεύσει αποκλειστικά στην αγορά του Διαδικτύου. «Είναι πιο αποτελεσματική και φυσικά πολύ πιο φθηνή. Το σημαντικό είναι να βρεις τρόπους για να είσαι ψηλά στην αναζήτηση στο Google και βέβαια δεν υπάρχει καλύτερη διαφήμιση από τους ευχαριστημένους πελάτες οι οποίοι μεταφέρουν τις απόψεις τους στα εξειδικευμένα φόρουμ». Αφού λοιπόν αυτός βρήκε έναν τρόπο να κρατήσει ακμαία την επιχείρησή του σε μια τόσο δύσκολη περίοδο, δεν θα μπορούσε να αποτελέσει παράδειγμα και για τους άλλους επιχειρηματίες του

χώρου;«Σίγουρα ισχύει αυτό. Αρκετοί συνάδελφοι το σκέφτονται, το θέμα είναι ότι δύσκολα θα το επιχειρήσουν Άλλωστε σε γενικές γραμμές οι περισσότεροι από εμάς είναι άνθρωποι μεγάλης ηλικίας, με ελάχιστη εξοικείωση με το Διαδίκτυο».



www.days4u.gr Σε αντίθεση με τις συμβατικές επιχειρήσεις ειδών δώρου που «γονατίζουν» εν μέσω κρίσης, μια διαδικτυακή επιχείρηση φέρνει την επανάσταση εισάγοντας τα «δώρα εμπειρίας». Πρόκειται για το Days4u (www.days4u.gr), ένα ηλεκτρονικό κατάστημα που αντί για υλικά δώρα επιτρέπει στους e-πελάτες να χαρίσουν στα αγαπημένα τους πρόσωπα πρωτότυπες εμπειρίες, όπως πτήσεις με παραπέντε, οδήγηση Ferrari, περιποίηση σε spa, σεμινάρια οινογνωσίας, ακόμη και rafting ή τοξοβολία. *«Όπως πολλά επιχειρηματικά ξεκινήματα, η ιδέα μας γεννήθηκε αφότου χρησιμοποιήσαμε τα δώρα εμπειρίας ως καταναλωτές στην Αγγλία, όπου ζούσαμε και εργαζόμασταν. Ενθουσιαστήκαμε και σκεφτήκαμε ότι μια αντίστοιχη υπηρεσία θα μπορούσε να βρει μεγάλη απήχηση στην Ελλάδα, ειδικά αν αναλογιστούμε ότι η διαδικασία του δώρου είναι σημαντικό τμήμα της κουλτούρας μας»* αναφέρει η διευθύντρια της επιχείρησης κυρία **Κατερίνα Καραγιάννη**.

Ωστόσο, όπως εξηγεί, δεν αρκεί μια καλή ιδέα για την επιχειρηματική επιτυχία. «Απαραίτητο στοιχείο είναι η οργάνωση. Μια εταιρεία στο Διαδίκτυο δεν διαφέρει σε τίποτε από μια άλλη εταιρεία. Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα δεν είναι “λιγότερο” κατάστημα σε σχέση με ένα παραδοσιακό. Η οργάνωση των παραγγελιών, η σύναψη σωστών συνεργασιών, τα οικονομικά, οι τεχνικές marketing, οι πωλήσεις ,είναι όλα στοιχεία τα οποία πρέπει να οργανωθούν μέσα από ένα σωστό επιχειρηματικό πλάνο. Υπάρχει πολλές φορές η αίσθηση ότι στο Διαδίκτυο μπορεί να δραστηριοποιηθεί εύκολα ο καθένας. Αυτό δεν αληθεύει .Οι τεχνικές και οι στρατηγικές διαφέρουν, αλλά δεν λείπουν. Είναι απαραίτητη η οργάνωση έτσι ώστε να ξέρεις πολύ καλά πού βαδίζεις» καταλήγει η ίδια.



oliveology.co.uk Από την περίοδο των σπουδών της ζει στη Βρετανία η κυρία **Μαριάννα Κολοκοτρώνη**. Τον τελευταίο καιρό θέλησε να δραστηριοποιηθεί στην ιδιαίτερα αναπτυσσόμενη αγορά των βιολογικών προϊόντων. Εδώ και περίπου ενάμιση χρόνο πουλάει λάδι – σε χονδρική και λιανική – προερχόμενο από συγκεκριμένο παραγωγό της Πελοποννήσου.

Έχει τον δικό της πάγκο σε μια έκθεση βιολογικών προϊόντων στο Λονδίνο, όμως οι περισσότερες πωλήσεις της προέρχονται από την ιστοσελίδα oliveology.co.uk. Ένα site που καταχρηστικά μόνο μπορεί να αποκαλέσει κανείς e-shop, αφού περισσότερο πρόκειται για μια ολόκληρη εγκυκλοπαίδεια με θέμα το λάδι.

«Μέσω του site μπορείς να περάσεις ευκολότερα τη φιλοσοφία σου και να αναδείξεις το προϊόν σου» λέει η 31χρονη e-έμπορος στο «Βήμα».

«Το θέμα είναι ότι το ελληνικό λάδι στη Βρετανία δεν είναι τόσο δημοφιλές όσο το ισπανικό ή το ιταλικό.

Αντιθέτως ,το ελληνικό μέλι ,με το οποίο επίσης ασχολούμαι ,έχει ήδη πολύ καλό όνομα» τονίζει η κυρία Κολοκοτρώνη, η οποία προτρέπει οποιονδήποτε παραγωγό με ποιοτικά προϊόντα να τολμήσει στον συγκεκριμένο τομέα: «*Στη Βρετανία υπάρχει μεγάλη ζήτηση για ποιοτικά τρόφιμα, ενώ οι αγορές μέσω Internet είναι πολύ πιο συνηθισμένες από ότι στην Ελλάδα».*



www.giftexpress.gr Ελαιόλαδο, καθώς και άλλα ελληνικά προϊόντα, όπως τσικουδιά και ρακόμελο, προωθεί από το Διαδίκτυο και ο 56χρονος κ.Γιώργος Δανέλλης .Στα...ράφια όμως της ιστοσελίδας του (www.giftexpress.gr) μπορεί να βρει ο καταναλωτής και μια μεγάλη λίστα «πράσινων» δώρων από ανακυκλωμένα υλικά, όπως σημειωματάριο από ελαστικά αυτοκινήτων ή ατζέντα από χρησιμοποιημένες πλακέτες ηλεκτρονικού υπολογιστή. Ακόμη και ημερολόγιο από χαρτί που...ανθίζει πωλεί ο κ.Δανέλλης. «Φτιάξαμε την ιστοσελίδα τον περασμένο Ιανουάριο και ήδη υπάρχει κάποιο ενδιαφέρον. Η

επισκεψιμότητα είναι ακόμη μικρή,200-300 άτομα την ημέρα. Είναι και η κρίση...»σημειώνει. Και προσθέτει:

«Μας ενδιαφέρει η ελληνική αγορά αλλά και του εξωτερικού, καθώς έχουμε τη δυνατότητα να στέλνουμε τα προϊόντα με κούριερ την επόμενη ημέρα της παραγωγής» .



olivestate.gr Συνειδητά εκτός δικτύου σουπερμάρκετ παραμένει και ο 32χρονος κ.Λευτέρης Ξανθάκης, ο οποίος έτσι καταφέρνει να κρατάει χαμηλά τις τιμές και να πουλάει απευθείας το λάδι του στους καταναλωτές.

Καλλιεργεί ελαιόδεντρα στη Λακωνία τα τελευταία τέσσερα χρόνια και με 7.000 ρίζες ενταγμένες στη βιολογική γεωργία, ένα ελαιοτριβείο και ένα τυποποιητήριο ελέγχει τη διαδικασία από την αρχή ως το τέλος της παραγωγικής διαδικασίας.

Πριν από έναν χρόνο δημιούργησε διαδικτυακό τόπο πώλησης των προϊόντων του (olivestate.gr).«Δεν αρκεί μια ιστοσελίδα. Χρειάζεται συνεχές κυνήγι. Να φέρεις τον πελάτη στην ιστοσελίδα, να τη δει, να του αρέσει και να αγοράσει. Εγώ το προσπάθησα μέσω διαφημίσεων στο Google, αλλά και μέσω του Facebook. Είναι χαρακτηριστικό ότι τον μήνα που το κυνήγησα στο Facebook “κέρδισα” 35 νέους πελάτες σε σύνολο 150 πελατών. Είναι το καλύτερο “value for money” που έχω κάνει μέχρι στιγμής. Περίπου το 20% των συνολικών πωλήσεων ελαιολάδου ήταν από το Διαδίκτυο. Το Internet μπορεί να βοηθήσει. Είναι μια δίοδος, αλλά δεν αρκεί. Εγώ ακόμη και στους πελάτες που αγοράζουν μέσω Διαδικτύου παραδίδω τα προϊόντα ο ίδιος στην πόρτα τους. Με ενδιαφέρει η προσωπική επαφή».



www.kerasishop.gr Όσο αυξάνεται το ενδιαφέρον των καταναλωτών για βιολογικά ή οικολογικά προϊόντα τόσο πληθαίνουν και όσοι πωλούν την «πράσινη» πραμάτεια τους μέσω Διαδικτύου. Αν και η οικονομική κρίση βαθαίνει, το...πράσινο επιχειρείν ανθεί στον παγκόσμιο ιστό.

Απαιτεί όμως και αυτό «κυνήγι»,όπως κάθε άλλη εμπορική δραστηριότητα, όπως λένε όσοι έχουν εμπλακεί στις ιντερνετικές πωλήσεις. Επιχειρηματίες και παραγωγοί έχουν βρει τα τελευταία χρόνια μια επικοινωνιακή δίοδο για να προσεγγίσουν τον καταναλωτή χωρίς μεσάζοντες και επιπλέον επιβαρύνσεις.

Ο 38χρονος κ.Ευάγγελος Καραβίτης προωθεί κάθε χρόνο τέτοια εποχή μέσω ιστοσελίδας (www.kerasishop.gr) τα βαθυκόκκινα κεράσια που παράγει στην Πέλλα. Κάθε μέρα από τα δέντρα του στους πρόποδες του όρους Βόρας (Καϊμακτσαλάν) και στις όχθες της λίμνης Βεγορίτιδας συλλέγει τα «τραγανά» και τα «μπακιρτζέικα» και την επομένη με ταχυμεταφορά φθάνουν στο τραπέζι του καταναλωτή. Όπως λέει ο ίδιος,20%-25% της παραγωγής του διατίθεται από το Διαδίκτυο. Η εφεινή συγκομιδή έχει καθυστερήσει εξαιτίας του καιρού και ξεκινά την ερχόμενη εβδομάδα.

«Κάθε πρωί εγώ και η οικογένειά μου μαζεύουμε τα κεράσια, τα διαλέγουμε, πετάμε τα χαλασμένα, τα συσκευάζουμε και με κούριερ “αναχωρούν” για τον προορισμό τους. Την επομένη το πρωί βρίσκονται στην πόρτα του καταναλωτή. Ακόμη και στα νησιά στέλνω, αλλά εκεί καθυστερούν κάποιες ώρες λόγω της συγκοινωνίας» αναφέρει. Πέρυσι, το διάστημα από τις αρχές Ιουνίου ως τα μέσα Ιουλίου, ο διαδικτυακός τόπος των κερασιών «έφερε» στον κ. Καραβίτη 400 πελάτες.« Ένας φίλος μου έστησε την ιστοσελίδα πριν από τρία χρόνια και τη χειρίζομαι εγώ. Ηρθα σε επαφή με καταναλωτές, αλλά κυρίως με εμπόρους από την Αθήνα, τη Ρόδο, την Κρήτη, χωρίς μεσάζοντες. Έτσι απέφυγα τον σκόπελο των σουπερμάρκετ»επισημαίνει ο αγρότης από την Πέλλα.



www.virtualschool.gr Χρόνο και

χρήμα για online φροντιστήρια και «ψηφιακές τάξεις» έχουν ήδη επενδύσει αρκετοί εκπαιδευτικοί. Όπως λέει ο κ. Ηλίας Κώτσος, πριν από δύο χρόνια 15 καθηγητές συναντήθηκαν για να φτιάξουν το «εικονικό σχολείο» (www.virtualschool.gr). Εξηγεί ότι στην πραγματικότητα πρόκειται για online φροντιστήριο, βοήθημα και «ηλεκτρονικό λυσάρι». «Σκεφτήκαμε ότι, αντί να πηγαίνουμε στα σπίτια με την ώρα να βλέπουμε τους μαθητές μας, να παραδίδουμε μαθήματα μέσω Διαδικτύου» αναφέρει ο κ. Κώτσος. «Αυτή τη στιγμή παρέχουμε βίντεο και ήχο στις ηλεκτρονικές παραδόσεις μας, ξεκινάμε από τις πιο σημαντικές ασκήσεις σε κάθε μάθημα (100-150 για το καθένα), ενώ κάτω από κάθε άσκηση υπάρχει η δυνατότητα ερώτησης για όποιον μαθητή δεν κατάλαβε» αναφέρει. «Οι απαντήσεις δίνονται μέσα στην ημέρα και γενικώς θέλουμε να δίνουμε την αίσθηση στον μαθητή μας ότι είμαστε δίπλα του και μπορεί να ρωτήσει ό,τι θέλει» προσθέτει. «Κοντεύω τα 40, δοκίμασα πολλά πράγματα στον τομέα μου, αλλά νομίζω πως αυτό είναι ό,τι καλύτερο έχω κάνει» τονίζει ο κ. Κώτσος.

Το κόστος δημιουργίας της ιστοσελίδας ήταν πολύ μικρό, καθώς μερικοί εκ των εκπαιδευτικών που την εμπνεύστηκαν ήταν προγραμματιστές. Όπως λέει όμως ο κ. Κώτσος, σε πραγματικές εργατοώρες επένδυσαν ένα ποσό της τάξεως των 100.000 ευρώ, καθώς «έστηναν» την ιστοσελίδα τους επί δύο χρόνια βιντεοσκοπώντας μαθήματα και λύνοντας ασκήσεις. Έτσι, η «πλατφόρμα» που χρησιμοποιήθηκε δημιουργήθηκε από το μηδέν και είναι κάτι τελείως καινούργιο.

Το «εικονικό σχολείο» τους βγήκε... στον αέρα πέρυσι τον Σεπτέμβριο με 15 μαθήματα, ενώ σήμερα παρέχει πλήρεις εκπαιδευτικές υπηρεσίες. Η επιτυχία έγκειται στο ότι όλοι οι εκπαιδευτικοί οι οποίοι συμμετέχουν στην προσπάθεια είναι και μέτοχοι της εταιρείας που δημιουργήθηκε, άρα τα κέρδη τα μοιράζονται. Την επόμενη χρονιά μάλιστα θα δοθεί η δυνατότητα και στους γονείς να μπορούν να παρακολουθούν την πορεία των παιδιών τους μέσω διαγωνισμάτων και βαθμολογίας (αντίστοιχα με τους ελέγχους που δίνονται στα σχολεία). Η εταιρεία έχει σήμερα 10.000 εγγεγραμμένους ενεργούς μαθητές, οι οποίοι πληρώνουν 20 ευρώ τον χρόνο για κάθε μάθημα που παρακολουθούν.



.schoollessons.gr, www.interactive-education.gr και ekids.schoollessons.gr Από μεράκι ξεκίνησαν τις τρεις ιστοσελίδες τους και οι εκπαιδευτικοί Μαρία Ζάππα-Κασαπίδη και Γιώργος Κασαπίδης, οι οποίοι προσφέρουν online μαθήματα σε μαθητές του δημοτικού (www.schoollessons.gr, www.interactive-education.gr και ekids.schoollessons.gr) από πέρυσι. Τα μαθήματα κοστίζουν 45 ευρώ τον χρόνο και υπάρχουν 588 εγγεγραμμένοι μαθητές. Οι δύο εκπαιδευτικοί όμως εκτιμούν ότι τα επόμενα χρόνια θα συντηρούνται με βάση και τις χορηγίες ή τις διαφημίσεις που θα προσελκύσουν από τον εκπαιδευτικό χώρο. «Ήταν μια ιδέα της γυναίκας μου» λέει ο κ. Κασαπίδης και προσθέτει ότι έχουν εισπράξει θετικότατα σχόλια για τη δουλειά τους, ενώ όσα παιδιά επισκέφθηκαν τις ιστοσελίδες τους δήλωσαν εντυπωσιασμένα. «Η μέθοδος αυτή κάνει το διάβασμα πιο εύκολο γιατί τα παιδιά μπορούν κιόλας να παίζουν» προσθέτει. «Τα πρώτα στατιστικά στοιχεία μάς αποζημίωσαν για τα ξενύχτια και την κούραση και δικαίωσαν την επιμονή μας σε ένα προϊόν που πολλοί δεν έχουν ακόμη κατανοήσει ότι είναι το μέλλον στην εκπαίδευση» αναφέρει η κυρία Κασαπίδη. Διοργανώνουν μάλιστα και σεμινάρια που θα γίνουν σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη και Κρήτη τον προσεχή Δεκέμβριο και τον Ιανουάριο. Αυτά θα αφορούν κάθε δάσκαλο ή καθηγητή που θέλει να βελτιώσει την παρουσία του μέσα στην τάξη και να αυξήσει τη συμμετοχή και την απόδοση των μαθητών του.



www.feelwelltoday.com Πριν από περίπου έναν χρόνο ο ψυχίατρος κ.Σωτ.Παπασπυρόπουλος και η ψυχολόγος κυρία Ιωάννα Θεοδωρακοπούλου δημιούργησαν, σε συνεργασία με ομάδα ειδικών επιστημόνων, υπηρεσία online παροχής συμβουλευτικής και ψυχολογικής υποστήριξης. «Υπάρχουν αρκετοί ψυχολόγοι που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο εναλλακτικά. Εμείς όμως παρέχουμε τις υπηρεσίες μας online» λέει στο «Βήμα» η κυρία Θεοδωρακοπούλου.

Η διαδικασία είναι απλή. Οι ασθενείς-πελάτες κάνουν εγγραφή στη συγκεκριμένη ιστοσελίδα (www.feelwelltoday.com), η οποία είναι δωρεάν, και στη

συνέχεια κλείνουν ραντεβού με κάποιον ειδικό την ημέρα και την ώρα που επιθυμούν. Οι συνεδρίες μπορούν να γίνουν με ανταλλαγή e-mail, μέσω MSN Live Chat, τηλεδιάσκεψης Skype ή τηλεφώνου. Ακολουθώντας μπαίνουν στη διαδικασία προπληρωμής. Αν διαπιστωθεί ότι ο ασθενής-πελάτης αντιμετωπίζει οξύ πρόβλημα (π.χ. χρειάζεται βοήθεια ψυχιάτρου), οι ειδικοί τον παραπέμπουν σε συνάδελφό τους, ο οποίος όμως θα τον δει από κοντά.

Οι «δημιουργοί» αυτής της υπηρεσίας αντέγραψαν ουσιαστικά ανάλογες ιστοσελίδες που λειτουργούν στις ΗΠΑ την τελευταία εικοσαετία. Οι βασικότεροι λόγοι ήταν δύο: αφενός η πρόσβαση σε αυτές τις υπηρεσίες- ατόμων που διαμένουν σε απομακρυσμένες περιοχές- είναι ευκολότερη, αφετέρου αυτού του είδους η επικοινωνία προτιμάται και από όσους δεν θεωρούν την επίσκεψη στον ψυχολόγο ταμπού.

Σύμφωνα με την κυρία Θεοδωρακοπούλου, η επισκεψιμότητα της ιστοσελίδας είναι ικανοποιητική. Κατά μέσο όρο κάθε εβδομάδα κλείνονται πέντε νέα ραντεβού. Το τελευταίο χρονικό διάστημα οι περισσότεροι πελάτες αντιμετωπίζουν κρίσεις πανικού, λόγω της οικονομικής κρίσης και της εργασιακής πίεσης. Πολλοί αναφέρουν σεξουαλικά προβλήματα- ιδίως άνδρες-, τα οποία όμως αποδίδονται στο άγχος. Αρκετοί επικοινωνούν προκειμένου να συζητήσουν προβλήματα που αντιμετωπίζουν στις σχέσεις τους (απιστίες, διαζύγια κτλ.), ενώ δεν είναι λίγοι και οι γονείς που αναφέρονται σε περίεργες δραστηριότητες των παιδιών τους.

4.1.2 ΤΡΟΠΟΙ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ

Οι βασικοί τρόποι υλοποίησης ηλεκτρονικού καταστήματος είναι δύο. Είτε η επιχείρηση να απευθυνθεί σε μία άλλη επιχείρηση παροχής τέτοιων υπηρεσιών είτε να φτιάξει το δικό της ηλεκτρονικό κατάστημα.. Φυσικά στη δεύτερη περίπτωση το κόστος είναι πολύ μεγαλύτερο και απαιτεί την πρόσληψη εξειδικευμένου προσωπικού που θα επιμελείται της ομαλής λειτουργίας του ηλεκτρονικού καταστήματος και απευθύνεται σε πολύ μεγάλες εταιρίες σε αντίθεση με τη πρώτη περίπτωση που το κόστος υλοποίησης είναι πολύ μικρότερο και εφικτό για τις περισσότερες επιχειρήσεις. Παραδείγματα τιμών είδαμε αρκετά στις παραπάνω παραγράφους.

Είναι σημαντικό να γνωρίζουμε ότι το e-shop, ως προς την λειτουργία του δεν διαφοροποιείται σημαντικά από ένα φυσικό κατάστημα. Αρχικά, θα πρέπει να γίνει προσδιορισμός των προϊόντων που θα τεθούν προς πώληση. Επίσης πρέπει να γίνει προσδιορισμός του εύρους του αγοραστικού κοινού που θέλουμε να απευθύνονται τα προϊόντα μας, δηλαδή αν θέλουμε να απευθύνονται στον παγκόσμιο ιστό ή μόνο στην χώρα μας. Ακόμη, θα πρέπει να καθορίσουμε τις ηλικίες στις οποίες θέλουμε να απευθύνεται, δηλαδή αν θέλουμε να απευθύνεται σε νέους ή σε άτομα μεγαλύτερης ηλικίας.

Εάν κάποιος θέλει να επενδύσει στην εμπορία προϊόντων και υπηρεσιών χωρίς να έχει στην κατοχή του κάποιο φυσικό κατάστημα το μόνο που θα πρέπει να κάνει για την δημιουργία του είναι η δήλωση του καταστήματος στην αρμόδια υπηρεσία της ΔΟΥ και η έναρξη επαγγέλματος για τον ίδιο. Οι όροι και οι διαδικασίες που ισχύουν για ένα φυσικό κατάστημα είναι ίδιοι με ενός ηλεκτρονικού καταστήματος. Μια άλλη απόφαση που θα πρέπει να πάρουμε είναι σε ποια γλώσσα θέλουμε να είναι το ηλεκτρονικό μας κατάστημα. Αν δηλαδή θέλουμε να υπάρχει μόνο στα ελληνικά ή και σε άλλες γλώσσες, και αν ναι ποιες θέλουμε να είναι αυτές.

Ένα επόμενο βήμα είναι φυσικά η επιλογή του κατάλληλου ονόματος για domain name και αμέσως μετά η εύρεση μιας εταιρίας η οποία θα μας βοηθήσει στην κατασκευή και υλοποίηση του ηλεκτρονικού καταστήματος. Θα μας δώσει τις

σωστές συμβουλές και κατευθύνσεις για την δημιουργία ενός λειτουργικού, αξιόπιστου και ασφαλούς ηλεκτρονικού καταστήματος. Πρέπει να βρεθεί επίσης ο χώρος που θα φιλοξενήσει το ηλεκτρονικό μας κατάστημα. Για αυτό μπορούμε να απευθυνθούμε σε εταιρεία η οποία αναλαμβάνει το web-hosting.

Ο εικαστικός σχεδιασμός του ηλεκτρονικού καταστήματος είναι ένα από τα πολύ σημαντικά στοιχεία για την επιτυχία του εγχειρήματος. Η κατασκευή του εικαστικού layout του καταστήματος θα πρέπει να συμβαδίζει με το γενικό πνεύμα της επιχείρησης. Για την σωστή προβολή της επιχείρησης μέσω του διαδικτύου δεν θα πρέπει να υπάρχει μια διαφορετική εικόνα από αυτή του φυσικού καταστήματος για να μην δημιουργήσουμε σύγχυση στον πελάτη. Συμπληρωματικά θα πρέπει να αποφασίσουμε με ποιον τρόπο θα γίνει η ομαδοποίηση των προϊόντων που θα διατίθενται στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα. Επίσης καλό θα ήταν να υπάρχει κάποια ενότητα με προσφορές κάποιων προϊόντων όλο το χρόνο.

Εξαιρετικής σημασίας είναι οι τρόποι πληρωμής των παραγγελιών των πελατών. Σήμερα οι πιο γνωστοί τρόποι πληρωμής είναι με αντικαταβολή, μέσω κατάθεσης σε κάποιο τραπεζικό λογαριασμό και πληρωμές μέσω πιστωτικής κάρτας που είναι και ο πιο άμεσος τρόπος πληρωμής. Για να έχουμε τη δυνατότητα on-line πληρωμών μέσω πιστωτικής κάρτας, θα πρέπει να έρθουμε σε επαφή με μία τράπεζα που διαθέτει το σύστημα πληρωμών on-line transaction. Στην Ελλάδα οι τράπεζες που διαθέτουν το σύστημα αυτό είναι η Alpha Bank, η Eurobank, η Πειραιώς και η Εμπορική Bank. Επίσης έχουμε τη δυνατότητα να επιλέξουμε για on-line πληρωμές το σύστημα Pay Pal.

Σε έτερο στάδιο έγκειται η συνεργασία με εταιρεία courier για την αποστολή των εμπορευμάτων μας. Με τον τρόπο αυτό θα επιτύχουμε καλύτερες τιμές των προϊόντων μας καθώς επίσης και άμεση παράδοση και παραλαβή των παραγγελιών των πελατών μας. Με την συνεργασία μας λοιπόν με κάποια εταιρία courier θα μπορούμε ευκολότερα να προσδιορίσουμε με μεγαλύτερη ακρίβεια το κόστος μεταφοράς των παραγγελιών και τον χρόνο παράδοσής τους. Θα πρέπει να καθοριστεί μια πολιτική επιστροφής εμπορευμάτων ή επιστροφής χρημάτων σε περίπτωση που υπάρχει κάποιο πρόβλημα με το προϊόν. Επίσης θα πρέπει να υπάρχει η δυνατότητα ακύρωσης της παραγγελίας μέσα σε κάποιο ορισμένο χρονικό διάστημα από την στιγμή που έγινε.

Πρέπει να καθοριστούν οι όροι χρήσης του ηλεκτρονικού καταστήματος. Αυτό θα περιλαμβάνει τα δικαιώματα και της υποχρεώσεις του χρήστη, τους όρους για τις συναλλαγές και του τρόπους πληρωμής, τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του ιδιοκτήτη του ηλεκτρονικού καταστήματος και ότι άλλο είναι απαραίτητο για την εύρυθμη λειτουργία του καταστήματος.

Η πολιτική Προστασίας των Προσωπικών Δεδομένων είναι το μόνο στοιχείο που θα κάνει τον πελάτη να εμπιστευτεί τα προσωπικά του δεδομένα στην επιχείρησή μας. Θα πρέπει να υπάρχει μια δήλωση εμπιστευτικότητας από τον ιδιοκτήτη του ηλεκτρονικού καταστήματος στην οποία να διαβεβαιώνει τον πελάτη για την ασφάλεια των προσωπικών του δεδομένων που γνωστοποιεί για την υλοποίηση της αγοράς του. Υπάρχει επίσης η δυνατότητα δημιουργίας της πολιτικής Affiliate, σύμφωνα με την πολιτική αυτή υπάρχει δυνατότητα συνεργασίας με κάποιο άλλο δικτυακό τόπο.

Τέλος η σωστή διαχείριση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) είναι απαραίτητο συστατικό ενός επιτυχημένου e-shop. Η υλοποίηση ενός e-shop μπορεί να επιτευχθεί τόσο από τον ιδιώτη που μπορεί να στηριχθεί στους δικούς του server και τεχνικούς, όσο και μέσω εταιριών που αναλαμβάνουν το στήσιμο από την αρχή.

Για παράδειγμα, υπάρχουν έτοιμα λογισμικά ηλεκτρονικού εμπορίου τα οποία περιέχουν όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά που επιτρέπουν στον ιδιώτη να δημιουργήσει το ηλεκτρονικό κατάστημα σε ελάχιστο χρόνο και φτηνό κόστος.

Το **CS-CART** είναι τέτοιο λογισμικό και βασίζεται σε τεχνολογία PHP/MySQL. Πρόκειται για πακέτο που δίνει την δυνατότητα σε κάποιον που διαθέτει τις απαραίτητες γνώσεις να αποκτήσει ένα πλήρες πακέτο ηλεκτρονικού καταστήματος σε πολύ χαμηλή τιμή, και να δημιουργήσει το κατάστημα γρήγορα και εύκολα.⁵⁴

Από εκεί και πέρα κάποιος που επιθυμεί να φτιάξει ένα e-shop και θέλει να αναθέσει την εργασία αυτή σε μια εταιρία κερδίζει πάλι από την χαμηλή τιμή του,

⁵⁴

Ανακτημένο από : <http://www.starfish.gr/node/66>

καθώς δεν χρειάζεται να πληρώσει την κατασκευή από το μηδέν, παρά μόνο το στήσιμο, την προσθήκη υλικού και την διαχείριση.

Μερικά τεχνικά χαρακτηριστικά του **CS-Cart** είναι :

- Κατασκευάστηκε με τη χρήση τεχνολογίας ανοιχτού κώδικα, PHP/MySQL & Smarty Template και μπορεί να υποστηριχτεί από όλους τους hosting providers
- Είναι πλήρης ανοιχτός κώδικας, για να δώσει την δυνατότητα σε όσους μπορούν να κάνουν τις δικές τους αλλαγές

Επιπλέον με την αγορά του προσφέρονται περισσότερα από 20 έτοιμα templates, 30 ημέρες δωρεάν τεχνική υποστήριξη ενώ φυσικά το πακέτο είναι πλήρως μεταφρασμένο στα Ελληνικά.

Ενσωματωμένα στο ηλεκτρονικό κατάστημα είναι:

- Οι πληρωμές μέσω τραπεζών, (Πειραιώς, Eurobank, Alpha Bank από τις Ελληνικές),
- Πληρωμές μέσω διαδικτυακών υπηρεσιών όπως Google Checkout, Paypal.
- Άμεσος υπολογισμός κόστους UPS, FedEx & USPS σε πραγματικό χρόνο.

Το cs-cart διατίθεται σε διάφορες τιμές ανάλογα με την στέγαση ή την τεχνική υποστήριξη που θα επιλέξετε. Η τιμή του ολοκληρωμένου πακέτου ηλεκτρονικού καταστήματος ξεκινάει από τα **175€**

4.1.3 ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

Όπως αναφέραμε, υπάρχουν εταιρίες που αναλαμβάνουν τη δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος για λογαριασμό ιδιωτών που είτε δεν έχουν χρόνο να ασχοληθούν, είτε προτιμούν την ασφαλή λύση εξαιτίας της έλλειψης τεχνικών γνώσεων. Η υλοποίηση του ηλεκτρονικού καταστήματος έχει ως αποτέλεσμα την μεταφορά του παραδοσιακού κύκλου αγορών στον εικονικό χώρο του Internet. Αυτό σημαίνει ότι, οι κινήσεις που κάνει ένας πελάτης όταν μπαίνει στον φυσικό χώρο ενός καταστήματος πραγματοποιούνται πλέον ηλεκτρονικά.

Η εταιρία **sites.gr** (http://www.sites.gr/kataskeyh_e-shop) προσφέρει μια ολοκληρωμένη προσφορά κατασκευής ηλεκτρονικού καταστήματος.

Μέσω της εταιρίας αυτής, μπορεί κάποιος είτε να παρουσιάσει τα προϊόντα του στο διαδίκτυο, ή εναλλακτικά να χτίσει ένα πλήρες ηλεκτρονικό κατάστημα. Το μόνο που χρειάζεται είναι ένας ηλεκτρονικός υπολογιστής συνδεδεμένος στο Internet, χωρίς την εγκατάσταση λογισμικού από όπου μπορεί να μπαίνει στη δική του περιοχή διαχείρισης.

Από εκεί μπορεί εύκολα και γρήγορα να στήσει το δικό του ηλεκτρονικό κατάστημα, με πλήρη κατάλογο προϊόντων και υπηρεσιών, καλάθι αγορών, υπολογισμό φόρων και εξόδων αποστολής, ασφαλή σύνδεση με συστήματα πληρωμών κλπ.

Επιπλέον, μπορεί ανά πάσα στιγμή να διαχειρίζεται τους πελάτες και τις παραγγελίες να ανανεώνει το χρώμα και τα γραφικά του website, να διαχειρίζεται την αποθήκη και να διαφημίζει τα προϊόντα του. Και όλα αυτά με ένα σύστημα πολύ εύκολο στη χρήση του με το οποίο θα μπορεί να δέχεται παραγγελίες σχεδόν αμέσως.

Τα **πλεονεκτήματα** που προσφέρονται για πελάτες που θα επιλέξουν την εταιρία sites.gr είναι τα εξής :

- Απευθύνεται σε μέσους χρήστες υπολογιστών - καμία απαίτηση προγραμματιστικών γνώσεων
- Γρήγορο στήσιμο του ηλεκτρονικού καταστήματος
- Αυτόματη εισαγωγή προϊόντων από υπάρχουσα βάση
- Αυτόματη εξαγωγή προϊόντων από το κατάστημα
- Δωρεάν μεταφορά δεδομένων από υπάρχον ηλεκτρονικό κατάστημα
- Μέθοδοι τελευταίας τεχνολογίας για τη διαχείριση ηλεκτρονικού καταλόγου
- Πλήρης έλεγχος του καταστήματος όλο το 24ωρο
- Διαχείριση μέσω διαδικτύου
- Υποστήριξη μέσω τηλεφώνου και Internet χωρίς καμία χρέωση
- Συνεχόμενη υποστήριξη και ηλεκτρονικά εγχειρίδια
- Αυτόματη εισαγωγή λέξεων-κλειδιά σε τίτλους σελίδων και σε URLs
- Μοναδικοί τίτλοι και HTML ετικέτες (tags) σε όλες τις σελίδες προϊόντων
- Έξυπνο κτίσιμο καταλόγου για καλύτερη απόδοση στις μηχανές αναζήτησης
- Ετικέτες σε links (anchor links) που χρησιμοποιούνται για την πλοήγηση
- Ετικέτες περιγραφής (alt tags) σε εικόνες, video clips κτλ.
- "Spider friendly" html κώδικας για τις μηχανές αναζήτησης
- Κώδικας φιλικός προς τις μηχανές αναζήτησης
- Συμβουλές και βοήθεια χωρίς καμία επιπλέον χρέωση
- Κατάστημα και διαδικασία αγορών σε πολλές γλώσσες
- Κατάστημα και διαδικασία αγορών σε όποια γλώσσα επιθυμείτε
- Υπολογισμός εξόδων και φόρων αποστολής για κάθε προορισμό

- Υποστήριξη διαφορετικών νομισμάτων
- Ποικιλία μεθόδων πληρωμής: με πιστωτική κάρτα, επιταγή, κατάθεση, αντικαταβολή
- Πληρωμές με πιστωτικές κάρτες μέσω : 2Checkout, Authorize.Net, WorldPay, Moneris, DeltaPay (Alpha Bank), Winbank (Τράπεζα Πειραιώς)
- Σύνδεση με PayPal
- Πραγματοποίηση συναλλαγών πιστωτικών καρτών στο server της τράπεζας.
- Γρήγορο και εύκολο στήσιμο των μεθόδων πληρωμής
- Ηλεκτρονικές πληρωμές σε πραγματικό χρόνο με τις ασφαλέστερες εταιρείες στον κόσμο
- Διαφορετικά γραφικά, κείμενα, περιγραφές, εικόνες κτλ για κάθε γλώσσα

Άλλο παράδειγμα εταιρίας που δραστηριοποιείται στο χώρο κατασκευής ηλεκτρονικών καταστημάτων είναι η εταιρία **webmind**⁵⁵. Το πακέτο προσφοράς της εν λόγω εταιρίας περιλαμβάνει :

- δωρεάν κατοχύρωση domain name για 2 έτη
- κατασκευή ηλεκτρονικού καταστήματος σύμφωνα με τις ανάγκες σας
- δωρεάν φιλοξενία του ηλεκτρονικού καταστήματος για 2 έτη
- δημιουργία 10 λογαριασμών αλληλογραφίας (e-mail)
- απεριόριστος αριθμός ιστοσελίδων
- απεριόριστος αριθμός προϊόντων
- δωρεάν καταχώρηση στις μηχανές αναζήτησης Google και Yahoo
- δωρεάν τεχνική υποστήριξη για 2 έτη

⁵⁵ <http://www.webmind.gr/web-design/istoselidas/company.html>

Η τιμή προσφοράς για την κατασκευή ηλεκτρονικού καταστήματος του ανέρχεται στα 1,699€ χωρίς να περιλαμβάνεται ο ΦΠΑ (23%). Ο τιμοκατάλογος για συμπληρωματικές υπηρεσίες - προϊόντα της εταιρίας περιγράφεται τον κάτωθι πίνακα.

ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ WEBMIND	
Οι τιμές δεν περιλαμβάνουν Φ.Π.Α. 23%	
Κατασκευή στατικών ιστοσελίδων	199 €
Κατασκευή δυναμικών ιστοσελίδων	699 €
Κατασκευή ιστοσελίδων με τεχνολογία Flash	1699 €
Κατασκευή ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop)	1699 €
Προώθηση ιστοσελίδας σε μηχανές αναζήτησης	149 €
Ανανέωση ιστοσελίδας / Συντήρηση ιστοσελίδας	39 €/ ώρα
Κατασκευή flash banner (εισαγωγικό, διαφημιστικό κλπ.)	από 69 €
Τεχνική υποστήριξη Η/Υ (συντήρηση, αναβαθμίσεις κλπ.)	39 €/ ώρα
Ανάκτηση αρχείων-δεδομένων από χαλασμένους δίσκους	από 199 €
Επιπλέον γλώσσα (δεν περιλαμβάνεται μετάφραση)	200€γλώσσα
Κειμενογραφία (σελίδα Α4 και μέχρι 300 λέξεις)	20€σελίδα
Κατασκευή newsletter για αποστολή e-mail	200 €
Κατασκευή forum συζητήσεων	400 €
Λήψη φωτογραφιών και παράδοση CD	5€φωτογραφία
Κατασκευή διαφημιστικής καμπάνιας Google Adwords	300 €
Μετάφραση κειμένων	ανάλογα με είδος κειμένου

Πίνακας 5 Τιμοκατάλογος Υπηρεσιών Webmind

Η εταιρεία **infocus** ⁵⁶ δραστηριοποιείται στον τομέα του Internet με αντικείμενο τον σχεδιασμό και τη φιλοξενία δικτυακών εφαρμογών από το 1999. Το πελατολόγιο της είναι ιδιαίτερα εκτεταμένο και αριθμεί την κατασκευή 50 καταστημάτων σε διάφορους τομείς όπως ηλεκτρονικά είδη , παιχνίδια, είδη ένδυσης κοσμήματα κτλ.

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται το κοστολόγιο τριών βασικών εκδόσεων .

Τιμοκατάλογος υπηρεσιών infocus			
Η εφαρμογή ηλεκτρονικού καταστήματος διατίθεται σε 3 εκδόσεις	Special 450€ εφάπαξ &5€μήνα	Basic 700€ Εφάπαξ &5€μήνα	Pro 1000€ εφάπαξ &5€μήνα
Η έκδοση Special διατίθεται ή εφάπαξ πληρωμή 450 € και με πάγιο 5€ μήνα ή μόνο με πάγιο 200€ έτος και περιλαμβάνει domain και φιλοξενία.	ή 200€ έτος		
Σχεδιασμός			
Μοναδικός σχεδιασμός για κάθε e-shop χωρίς έτοιμα προσχέδια. Σε συνεργασία με τον πελάτη, σχεδιάζεται κάθε e-shop από την αρχή με το αντικείμενο.		√	√

⁵⁶ <http://www.infocus.gr/>

Σχεδιασμός νέου λογότυπου			√
Περιήγηση e- shop (τι βλέπει ο επισκέπτης)			
Εύκολη, απλή και γρήγορη περιήγηση, ευκρινής διάταξη προϊόντων Εύχρηστο μενού κατηγοριών ευδιάκριτες στήλες με τα προϊόντα..	√	√	√
Προσαρμόσιμη κατάταξη των προϊόντων. Ο επισκέπτης μπορεί να επιλέξει πως θα εμφανίζονται τα προϊόντα (πχ ανά τιμή, ημερ/νια καταχώρησης κτλ)	√	√	√
Αναζήτηση προϊόντων . Δυνατότητα αναζήτησης λέξεων μέσα σε τίτλους προϊόντων, την περιγραφή ή τον κωδικό τους	√	√	√
Ειδικές στήλες πρόσθετης προβολής – προώθησης προϊόντων. Επιλέγετε τα προϊόντα που θα εμφανίζονται στην αρχική σελίδα, στις προτάσεις ή δημοφιλέστερα.	√	√	√
Τιμές με ή χωρίς Φ.Π.Α.- Επιλογή συντελεστή Φ.Π.Α. Οι τιμές μπορούν να εμφανίζονται με ή χωρίς ΦΠΑ. Ο επισκέπτης μπορεί να επιλέξει 23% ή 16%.	√	√	√

<p>Προστασία αντιγραφή εικόνων – κειμένων.</p> <p>Κλείδωμα δεξιού κλικ για αποθήκευση εικόνων, τα κείμενα δεν είναι επιλέξιμα δεν αντιγράφονται.</p>	√	√	√
<p>Αυτόματη κατηγορία τελευταία προϊόντα</p> <p>Οι τελευταίες καταχωρήσεις προϊόντων εμφανίζονται αυτόματα σε ειδική κατηγορία.</p>			√
<p>Προϊόντα που είδατε πρόσφατα.</p> <p>Αυτόματη καταγραφή προϊόντων που είδε ο επισκέπτης σε ειδική στήλη για άμεση πρόσβαση</p>			√
<p>Διαφημιστικά Banner</p> <p>Ειδικές στήλες στις οποίες ο διαχειριστής επιλέγει ποια banner α εμφανίζονται</p>			√
Προϊόντα			
<p>Extra φωτογραφίες ανά προϊόν</p> <p>Μέχρι 4 φωτογραφίες ανά προϊόν για καλύτερη παρουσίαση πχ. Διαφορετικές όψεις, λεπτομέρειες.</p>	√	√	√
<p>Extra μεγέθυνση στις φωτογραφίες των προϊόντων.</p> <p>Δυνατότητα να εμφανίζονται σε μεγαλύτερο μέγεθος οι εικόνες με κλικ του επισκέπτη.</p>	√	√	√
<p>Προϊόντα σε έκπτωση – προσφορά</p>	√	√	√

Διπλή αναγραφή τιμής. Αρχική τιμή και εκπτώτικη τιμή.			
Προβολή προϊόντων σε παραπάνω από μια κατηγορία Μπορείτε να προσθέσετε ένα προϊόν σε όσες κατηγορίες θέλετε.	√	√	√
Δυνατότητα παρακολούθησης stock-αποθέματος Ορίζεται τον αριθμό των διαθέσιμων τεμαχίων ανά προϊόν και αναιρούνται ανά παραγγελία	√	√	√
Επιλογές προϊόντων παραμετροποίηση. Δυνατότητα για επιλογές, πχ διαστάσεων (small, medium, large) και χρώματος κτλ	√	√	√
Επιλογές προϊόντος με διαφορετικές φωτογραφίες Δυνατότητα επιλέγοντας small, medium, large να εμφανίζονται διαφορετικές φωτογραφίες.			√
Κατασκευαστές προϊόντων Ο επισκέπτης μπορεί να επιλέγει προϊόντα ανά κατασκευαστή ανεξαρτήτως κατηγοριών.			√
Προμηθευτές προϊόντων Ειδική στήλη στην διαχείριση, φιλτράρισμα προϊόντων ανά προμηθευτή.			√
Διαδικασία αγορά προϊόντων			

Αγορά προϊόντων με 2 κλικ – ολοκλήρωση παραγγελίας σε 3 βήματα. Απλές διαδικασίες για να μην κουράζουν ή μπερδεύουν τον επισκέπτη	√	√	√
Παραγγελία χωρίς απαραίτητη εγγραφή μέλους Ο επισκέπτης μπορεί να παραγγείλει προϊόντα δίνοντας μονό τα στοιχεία παράδοσης.	√	√	√
Αυτόματος έλεγχος σωστής συμπλήρωσης υποχρεωτικών πεδίων Δεν γίνεται καταχώριση παραγγελίας αν δεν συμπληρωθούν σωστά τα πεδία.	√	√	√
Επιλογή παραστατικού απόδειξη –τιμολόγιο Ο επισκέπτης επιλέγει το είδος παραστατικού ειδικά πεδία για έκδοση τιμολογίου.	√	√	√
Δυνατότητα διαφορετικής διεύθυνσης παράδοσής. Ο επισκέπτης μπορεί να δηλώσει άλλη διεύθυνση παράδοσης, συνηθίζεται σε δώρα	√	√	√
Τρόποι αποστολής – Υπολογισμός μεταφορικών Υπολογισμός βάρους χρέωση ανά κιλό, δωρεάν μεταφορικά πάνω από ένα ποσό αγορών.	√	√	√
Τρόποι πληρωμής	√	√	√

Αντικαταβολή, Πληρωμή στο κατάστημα, κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό, PayPal.			
Πληρωμή με πιστωτική κάρτα Εγκατάσταση της εφαρμογής, δυνατότητα δόσεων ανάλογα με το ποσό της παραγγελίας.	+50€	+50€	√
Πελάτες Παραγγελίες Newsletter			
Εγγραφή μέλους Ιστορικό παραγγελιών , αυτόματη υπενθύμιση κωδικού εισόδου.	√	√	√
Εγγραφή σε λίστα ενημερώσεων (Newsletter) Απλή φόρμα εγγραφής σε λίστα για αποστολή ενημερωτικών e-mail	√	√	√
Λίστα αγορών (wish list) Δυνατότητα στα μέλη να αποθηκεύουν σε λίστα τα προϊόντα που θέλουν για μελλοντική αγορά			√
Εκπωτικά group πελατών Δυνατότητα ποσοστιαίας έκπτωσης σε πελάτες στο συνολικό ποσό κάθε αγοράς πχ 15%			√
Παρακολούθηση –Διαχείριση παραγγελιών Καταγραφή των παραγγελιών, Δυνατότητα αλλαγής κατάστασης π.χ. σε αναμονή ολοκληρωμένη.	√	√	√

Καρτέλες πελατών Στοιχεία, διευθύνσεις, ιστορικό παραγγελιών	√	√	√
Μαζική αποστολή e- mails Διαχείριση λίστας εγγεγραμμένων μαζική αποστολή newsletter	√	√	√
Διαχείριση τρόπων αποστολής –πληρωμής Ενεργοποίηση – Απενεργοποίηση, παραμετροποίηση σε περιγραφή και κόστη.	√	√	√
Χαρακτηριστικά διαχείρισης (τι δυνατότητες έχει ο ιδιοκτήτης – διαχειριστής)			
Εύκολο, απλό και λειτουργικό περιβάλλον διαχείρισης on –line στα ελληνικά. Δεν χρειάζονται ειδικές γνώσεις ούτε πρόσθετα προγράμματα. Οδηγίες συμπλήρωσης πεδίων.	√	√	√
Έτοιμη υποδομή δεύτερης γλώσσας (προσθήκη αγγλικών) Προσθέστε όλα τα αγγλικά κείμενα από την διαχείριση, τίτλοι – περιγραφές προϊόντων κτλ	√	√	√
Προσθαφαίρεση κατηγοριών – υποκατηγοριών προϊόντων Κανένας αριθμητικός περιορισμός . Ενδεικτικό μέγεθος φωτογραφιών 70Mb περίπου 1000 φωτογραφίες.	√	√	√
Διαμόρφωση κατάταξης κατηγοριών,	√	√	√

<p>προϊόντων</p> <p>Ορίζεται με σειρά κατάταξης τους με αρίθμηση.</p>			
<p>Διαχείριση των κειμένων σε όλες τις σελίδες</p> <p>Μπορείτε να επεξεργαστείτε όλες τις σελίδες π.χ. Εταιρία, επικοινωνία, τρόποι πληρωμής κτλ</p>	√	√	√
<p>Στατιστικά στοιχεία του καταστήματος</p> <p>Επισκέψεις προϊόντων, κατηγοριών, best seller, καλύτεροι πελάτες, στατιστικά πωλήσεων.</p>	√	√	√
<p>Αναλυτικά στατιστικά on –line</p> <p>Αριθμός επισκέψεων επισκεπτών αν α ημέρα – μήνα. Διατήρηση ιστορικού ως 5 έτη.</p>	√	√	√
<p>Μηχανές Αναζήτησης –SEO (Search Engine Optimization)</p> <p>Ειδικά πεδία για να προσθέτετε τις λέξεις με τις οποίες θέλετε να σας βρίσκουν.</p>	√	√	√
<p>Απόκρυψη προϊόντων – κατηγοριών</p> <p>Δυνατότητα απόκρυψης (on-off) ώστε να μην σβήνετε και ξαναπαίρνετε προϊόντα και κείμενα</p>	√	√	√
<p>Σετ προϊόντων</p> <p>Δυνατότητα εμφάνισης συγκεκριμένων προϊόντων ενώ βλέπουμε κάποιο άλλο</p>			√

Μαζική αλλαγή τιμών ανά κατηγορία (ποσοστιαία έκπτωση ή αύξηση) Δυνατότητα μαζικής αλλαγής τιμών σε όλα τα προϊόντα μιας κατηγορίας π.χ. -10% ή +10%.			√
Εκδόσεις ηλεκτρονικού καταστήματος	SPECIAL	BASIC	PRO
Σχεδιασμός- Εγκατάσταση - Εκμάθηση	450€	700€	1000€
Πάγιες χρεώσεις	150Mb 5€ μήνα 300 Mb 5€ μήνα		
Η έκδοση SPECIAL διατίθεται ή με εφάπαξ πληρωμή 450€και με πάγιο 5€/μήνα ή μόνο με πάγιο 200€/έτος (περιλαμβάνει domain & φιλοξενία)	200€ έτος		
<p>Οι αναγραφόμενες τιμές περιλαμβάνουν</p> <ul style="list-style-type: none"> Ø Τον σχεδιασμό του e- shop βάση προσχεδίου Ø Στήσιμο της ιστοσελίδας με την διαχείριση Ø Φόρμα επικοινωνίας Ø Πολεοδομικό χάρτη Google map(προαιρετικά) Ø Εκμάθηση (τηλεφωνικά) της διαχείρισης Ø Υποστήριξη σε θέματα αλλαγών 	<p>Οι αναγραφόμενες τιμές δεν περιλαμβάνουν</p> <ul style="list-style-type: none"> Ø ΦΠΑ 23% Ø Προσθήκη κειμένων προϊόντων και φωτογραφιών, προσθέτουμε μόνο 5 με 6 κατηγορίες και αντίστοιχα προϊόντα, αλλά τα υπόλοιπα τα προσθέτει ο διαχειριστής Ø Το κόστος μετάφρασης των κειμένων Ø Πρόσθετες λειτουργίες που θα ζητηθούν 		

Πάγια Ηλεκτρονικού καταστήματος	
Καταχώριση – Ανανέωση ονομασίας .gr	20€ 2έτη
Φιλοξενία E- Shop (ανάλογα με τον όγκο των προϊόντων)	
Δικτυακός χώρος 150Mb – περίπου 1500 εικόνες	60€ έτος
ή δικτυακός χώρος 300Mb – περίπου 3000 εικόνες	84€ έτος
Πρόσθετες λειτουργίες δυνατότητες	
Ειδικές στήλες προσφορών προϊόντων μέσα στις κατηγορίες	+80€
Δυνατότητα προβολής κάποιων προϊόντων μέσα σε ειδικά πλαίσια μέσα στην κατηγορία	
Εκπτωτικά κουπόνια Αγορών- Δωροεπιταγές	+80€
Δυνατότητα μεμονωμένης έκπτωσης ποσοστιαία π.χ. 15% ή με ποσό 5 €αγορά	
Σχολιασμός πελατών – Αξιολόγηση	
Δυνατότητα να αφήνουν σχόλια οι πελάτες για κάθε προϊόν . Τα κείμενα είναι προσβάσιμα από την διαχείριση για επεμβάσεις.	+80€
Δυνατότητα βαθμολόγησης (5 αστέρια) στα προϊόντα.	

<p>Δυνατότητα για πωλήσεις χονδρικής</p> <p>Διπλή αναγραφή τιμών (λιανική- χονδρική). Όλοι οι επισκέπτες βλέπουν τις τιμές λιανικής. Η πρόσβαση στις τιμές χονδρικής γίνεται μόνο έπειτα από έγκριση του διαχειριστή.</p>	<p style="text-align: right;">+120€</p>
<p>Έξοδος αρχείων xml</p> <p>Πιστοποιημένοι συνεργάτες με Skroutz, Pathfinder, Myshopper, e market.gr</p>	<p style="text-align: right;">+50€ έκαστο</p>

Πίνακας 6. Τιμοκατάλογος υπηρεσιών infocus

Στην συνέχεια παραθέτουμε τις ηλεκτρονικές διευθύνσεις των καταστημάτων που έχει δημιουργήσει η εταιρεία **infocus** αν κατηγορία προϊόντος

Ηλεκτρικά - Ηλεκτρονικά είδη - Δορυφορικά - Τηλεφωνία – Υπολογιστές

- www.super-shopping.gr
- www.e-moraitis.com
- www.the-istore.gr
- www.anelpako.gr
- www.europesat.gr
- www.ebyte.gr
- www.toolsat.gr
- www.central-shop.gr
- www.digitshop.gr
- www.rhoelect.gr
- www.tech-land.gr

- www.safershop.gr
- www.mega-store.gr
- www.mega-store.gr
- www.ushopit.gr
- www.alarm24.gr
- www.ms-shop.gr
- www.daisat.gr
- www.stock-electrics.gr

Κοσμήματα - Ρολόγια - Αξεσουάρ - Είδη Διακόσμησης και Ένδυσης

- www.asimenio.gr
- www.kosmima24.gr
- www.e-lydia.gr
- www.paraxenies.gr
- www.chronodiktis.gr
- www.marsanis.gr
- www.inmoments.gr
- www.ppappas.gr
- www.buzicollection.gr
- www.rika53.com
- www.trifin.gr
- www.voleos.com
- www.leatherland.gr
- www.keradiko.gr

- www.leatherbazaar.gr

Διάφορα Είδη

- www.autostart.gr
- www.axel.gr
- www.comicscave.gr
- www.mota.gr
- www.anemoswindsurf.gr
- www.marineworld.gr
- www.babycorner.gr
- www.eathla.gr
- www.contacthellas.gr
- www.e-shoptools.com
- www.e-sompes.gr
- www.skieris.gr
- www.e-xondriki.gr
- www.enjoyscraping.gr
- www.podilato.eu
- www.4seasonfan.gr
- www.ballmaske.gr
- www.playwood.gr
- [www.sale-shop .gr](http://www.sale-shop.gr)

- www.biodiamed.gr
- www.bioparadosi.gr
- www.protein-world.com
- www.diadromi.com.gr
- www.economycarparts.gr

Εσώρουχα - Ερωτικά Είδη - Sex Shop

- www.adameve.gr
- www.lesfemmes.gr
- www.sexmystic.gr
- www.erastes.com.gr
- www.privelife.gr
- www.xtremetoys.gr
- www.exotictoys.gr
- www.sexcorner.gr
- www.fashiondirect.gr
- [www.lanuite-shop .gr](http://www.lanuite-shop.gr)

Μερικά παραδείγματα της δουλείας τους σε εικόνες είναι τα κάτωθι.

SUPER-SHOPPING

Σχεδιασμός Ηλεκτρονικού Καταστήματος με Ηλεκτρονικά Είδη, Υπολογιστές και Τηλεφωνία.



www.super-shopping.gr

e-moraitis

Σχεδιασμός e-shop με Ηλεκτρικά Είδη



www.e-moraitis.com

THE-ISTORE

Ηλεκτρονικό κατάστημα με αξεσουάρ για I-Phone και Smartphones



www.the-istore.gr

Anelpako

Κατασκευή e-shop με Ηλεκτρονικά είδη & Τηλεφωνία.



www.anelpako.gr

Europesat Electronics

Δορυφορικά Είδη με έδρα στην Ρόδο.



www.europesat.gr

Ebyte

"Κατασκευή e-shop" με Υπολογιστές - Τηλεφωνία



www.ebyte.gr

Η εταιρεία **Papaki.gr**⁵⁷ ιδρύθηκε το 2004 και αποτελεί επιχειρηματική μονάδα της Usableweb Σύμβουλοι Διαδικτύου Ε.Π.Ε. Στόχος της είναι να παρέχει ολοκληρωμένες λύσεις και υπηρεσίες καταχώρησης domain names και web hosting, ενώ απευθύνεται σε όλες τις μικρομεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις, σε οργανισμούς καθώς και σε μεμονωμένους χρήστες στην Ελλάδα και την Ευρώπη.

Η Usableweb είναι εγκεκριμένος καταχωρητής ονομάτων χώρου από την EETT (Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων) για τα .gr και την EURid για τα .eu. Το Papaki.gr επίσης συνεργάζεται με εταιρίες υπηρεσιών Internet και με δεκάδες εταιρίες που επιθυμούν να μεταπωλούν υπηρεσίες κατοχύρωσης ονομάτων χώρου, προσφέροντας τους ειδικούς μηχανισμούς καταχώρησης, ελέγχου διαθεσιμότητας ονομάτων και διαχείρισης πελατών.

Στο σημείο αυτό παραθέτουμε την προσφορά που αφορά την δημιουργία e-shop της εταιρείας

⁵⁷ <http://www.papaki.gr/>

**ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΤΟ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΣΑΣ**

	ΔΩΡΕΑΝ ΠΑΚΕΤΟ	BASIC ΠΑΚΕΤΟ	PRO ΠΑΚΕΤΟ	GOLD ΠΑΚΕΤΟ
	ΔΩΡΕΑΝ για πάντα	€12.2 το μήνα	€24.4 το μήνα	€48.8 το μήνα
Δωρεάν Φιλοξενία ①	✓	✓	✓	✓
Εγκατάσταση Δωρεάν ①	✓	✓	✓	✓
Ασφάλεια SSL ①	✓	✓	✓	✓
Πωλήσεις με χρέωση Πιστωτικής Κάρτας ①	✓	✓	✓	✓
Πωλήσεις με χρέωση Paypal ①	✗	✓	✓	✓
Επιλέξτε από διάφορα templates ①	✓	✓	✓	✓
Στατιστικά Επισκεψιμότητας ①	✗	✓	✓	✓
Αυτόματη καταχώρηση σε μηχ. αναζήτησης ①	✗	✓	✓	✓
Εργαλεία Skrutz ①	✗	✗	✓	✓
Ενημερωτικά email / Κουπόνια ①	✗	✗	✓	✓
Εισαγωγή/Εξαγωγή Excel ①	✗	✗	✓	✓
Το δικό σας domain ①	✗	✓	✓	✓
Ενεργά Προϊόντα ①	10	100	1000	15000
Έκπτωση εγγραφής στο Skrutz.gr ①	✗	✓ Έκπτωση εγγραφής 50% (*)	✓ Έκπτωση εγγραφής 50% (*)	✓ Έκπτωση εγγραφής 50% (*)
Κουπόνι διαφήμισης στο Google ①	✗			
Δωρεάν 2 κουπόνια Niva Numbers ①	✗			
	ΕΝΕΡΓΟΠΟΙΗΣΗ	ΑΓΟΡΑ	ΑΓΟΡΑ	ΑΓΟΡΑ

Εικόνα 14 Παροχές – Προσφορά της εταιρείας Paraki.gr

Ένα άλλο παράδειγμα εταιρείας που δραστηριοποιείται στον χώρο κατασκευής e-shops είναι η **Web and Art Solutions**⁵⁸. Η εταιρεία Web and Art Solutions είναι μια από τις πλέον παραγωγικές και αξιόπιστες εταιρείες παροχής υπηρεσιών web design και development στην Ελλάδα. Ιδρύθηκε το Μάρτιο του 2005 και αποτέλεσε ένα νέο πόλο δημιουργίας στο ελληνικό επιχειρείν και στην κατασκευή και προώθηση ιστοσελίδας. Έκτοτε ακολουθεί μια πολύ δυναμική και αξιόλογη πορεία εξέλιξης.

Η Web and Art Solutions στοχεύει στην παροχή ολοκληρωμένων ηλεκτρονικών υπηρεσιών σε εταιρικούς πελάτες τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό έχοντας ως γνώμονα όχι μόνο την ικανοποίηση των πελατών κατά τη διάρκεια της υλοποίησης του έργου τους, αλλά και την παροχή υπηρεσιών υποστήριξης after sales.

Εν συνεχεία παραθέτατε η προσφορά της εταιρείας που αφορά τα έτοιμα πακέτα κατασκευής ηλεκτρονικού καταστήματος. Πρέπει να σημειωθεί ότι στις παρακάτω τιμές δεν συμπεριλαμβάνεται ο Φ.Π.Α. (23%)

⁵⁸ <http://www.webandart.gr/>

	Eshop Starter	Eshop Basic	Eshop Advanced
Πλήρης εγκατάσταση eshop	✓	✓	✓
Σύστημα CMS για διαχείριση σελίδων μέσα στο eshop	✓	✓	✓
Κατασκευή ηλεκτρονικού καταστήματος φιλικού προς τις μηχανές αναζήτησης (SEO ready)	✓	✓	✓
Φόρμα επικοινωνίας	✓	✓	✓
Πολυγλωσσική δυνατότητα	✓	✓	✓
Ρύθμιση μεθόδου αποστολής προϊόντων	✓	✓	✓
Ρύθμιση πληρωμών με αντικαταβολή	✓	✓	✓
Στατιστικά Google Analytics	✓	✓	✓
Σύνδεση eshop για πληρωμές μέσω Paypal		✓	✓
Σύνδεση eshop για πληρωμές μέσω ελληνικής τράπεζας		✓	✓
Συμβουλευτικές υπηρεσίες		✓	✓
Εκπαίδευση χρήσης		✓	✓
Πρωτότυπος <u>σχεδιασμός γραφιστικού</u> (tableless design, W3C compliant)			✓
Δώρο κουπόνι 50€ για διαφήμιση στο Google Adwords			✓
Εισαγωγή σελίδων		4	10
Εισαγωγή προϊόντων	5	20	50
Module blocks	2	5	10
Εγγυημένος χρόνος παράδοσης	5 εργάσιμες	9 εργάσιμες	20 εργάσιμες
Δωρεάν <u>μονάδες υποστήριξης</u>	5	15	30
Τιμή	590 €	890 €	1490 €

Εικόνα 15 Τιμοκατάλογος και παροχές της εταιρείας **Web and Art Solutions**. Στις τιμές δεν συμπεριλαμβάνεται ο Φ.Π.Α.

Η εταιρεία **isotopon**⁵⁹ παρέχει την δυνατότητα κατασκευής ολοκληρωμένου ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop), με όλες τις απαραίτητες διεργασίες που διέπουν ένα κατάστημα (ασφαλείς συνδέσεις συναλλαγών, πιστοποιητικά ασφαλείας κλπ). Ανανέωση προϊόντων, τιμών, φωτογραφιών και κειμένων από τον ιδιοκτήτη του ιστοτόπου.

Παρακάτω, παρατίθενται ορισμένα χαρακτηριστικά στοιχεία σχεδιασμού της κατασκευής του ηλεκτρονικού καταστήματος που προτείνει.

Γενικά χαρακτηριστικά e-shop:

- Εικονίδια για κατηγορίες και προϊόντα
- Λεπτομερείς εικόνες για προϊόντα και κατηγορίες
- Εμφάνιση όλων των κατηγοριών του e-shop
- Απεριόριστες σελίδες περιεχομένου του e-shop
- Δυνατότητα χρήσης του ηλεκτρονικού καταστήματος για πελάτες λιανικής (b2c) ή για εταιρικούς πελάτες χονδρικής (b2b)
- Αναζήτηση προϊόντων του e-shop
- Προβολή επιθυμητών προϊόντων στην κεντρική σελίδα του e-shop
- Προβολή των δημοφιλέστερων προϊόντων
- Προβολή προτεινόμενων προϊόντων – προσφορών
- Πλήρης παρουσίαση προϊόντων (ονομασία, κωδικός, χαρακτηριστικά, φωτογραφίες, τιμή)
- Πολυγλωσσικότητα (Ελληνικά, Αγγλικά, Γερμανικά, Ιταλικά, Γαλλικά, Ισπανικά)
- Αποστολή μαζικών e-mails στους πελάτες του ηλεκτρονικού καταστήματος
- Πληρωμή χωρίς ο πελάτης να είναι εγγεγραμμένο μέλος του e-shop
- Checkout σε μια σελίδα (γρήγορα, εύκολα και προπαντός με ασφάλεια)
- Δυνατότητα επιστροφής προϊόντων
- Διαφημιστικά banner

⁵⁹ <http://www.isotopon.com/>

- Εμφάνιση νέων του ηλεκτρονικού καταστήματος
- Back up του e-shop
- Αυτόματη ενημέρωση εμπόρου για κάθε συναλλαγή μέσω e-mail
- Αυτόματη αποστολή επιβεβαιωτικών e-mails στον πελάτη
- Αποθήκευση στοιχείων του πελάτη με δυνατότητα ανασκόπησης των στοιχείων αυτών
- Διαχείριση παραγγελιών - πωλήσεων ηλεκτρονικού καταστήματος
- Σελίδες εταιρικής παρουσίασης
- Σύγκριση προϊόντων
- Φόρμα επικοινωνίας για καταχώρηση στοιχείων πελάτη
- Υπηρεσία wish list (προτάσεις – επιθυμίες του πελάτη σχετικά με τα προϊόντα του ηλεκτρονικού καταστήματος)
- Λειτουργία favorites (αγαπημένα προϊόντα)
- Λειτουργία πρότασης προϊόντος σε φίλο (recommend to a friend)
- Σύνδεση των προϊόντων με άλλες ιστοσελίδες του e-shop
- Σύστημα review πελατών (σχόλια, κριτικές πελατών για προϊόντα)
- Εκπωτικά κουπόνια (με πολλές παραμέτρους όπως εφαρμογή σε συγκεκριμένα προϊόντα ή κατηγορίες, ημερομηνία λήξης, ομάδα εφαρμογής, gift coupons και πολλές άλλες)
- Αυτόματη εγγραφή πελάτη στο σύστημα (silent registration) επιτρέπει την απρόσκοπτη ολοκλήρωση των αγορών του αλλά και την επανασύνδεσή του για ανάκτηση ιστορικού παραγγελιών, λίστας επιθυμιών κτλ.
- Εμφάνιση του καλαθιού αγορών σε κάθε σελίδα του e-shop
- Αποστολή καλαθιού αγορών σε επιθυμητή διεύθυνση email
- Δυνατότητα αδειάσματος καλαθιού
- Ρύθμιση κατάστασης παραγγελίας (απεσταλμένη, αναμονή πληρωμής, ακυρωμένη, επιστροφή χρημάτων κλπ)
- Ειδική κατηγορία νέα (News): Δυνατότητα εγγραφής και διαχείρισης νέων
- Πλήρη στατιστικά στοιχεία ηλεκτρονικού καταστήματος (παραγγελίες, πελάτες, επισκεψιμότητα)
- Λειτουργία ηλεκτρονικού καταστήματος 24ώρες επί 365 ημέρες
- Υποστήριξη εμπόρου μέσω e-mail (απάντηση σε εργάσιμες ημέρες – ώρες)

- Δυνατότητα προβολής και διαχείρισης των πελατών του ηλεκτρονικού καταστήματος
- Φόρμα εγγραφής πελατών σε newsletter
- Προστασία email λογαριασμών από ρομποτικά συστήματα spam
- Προβολή επιλεγόμενων προϊόντων στην κεντρική σελίδα του e-shop με ξεχωριστές φωτογραφίες και κείμενο
- Εξαγωγή των στοιχείων του ηλεκτρονικού καταστήματος (κατηγορίες, προϊόντα, τιμές, κωδικοί, stock κλπ) σε αρχεία xml ή csv

Χαρακτηριστικά καταλόγου προϊόντων e-shop:

- Απεριόριστος αριθμός προϊόντων
- Απεριόριστος αριθμός κατηγοριών
- Απεριόριστος αριθμός υποκατηγοριών
- Λίστα προϊόντων με πολλές δυνατότητες
- Ενεργοποίηση/απενεργοποίηση προϊόντων και κατηγοριών με ένα κλικ
- Ορισμός σειράς εμφάνισης καταλόγου
- Δημιουργία menu (κατηγοριών προϊόντων) κατά βούληση με αυτόματη ανανέωση και ενημέρωση (πχ "Για τον άντρα", "Για την γυναίκα", "Για το παιδί")

Προϊόντα e-shop:

- Απεριόριστες επιλογές προϊόντων, χρώμα, μέγεθος, βάρος κλπ
- Ορισμός εμφάνισης προϊόντων με βάση τιμή, ονομασία ή κωδικό
- Πλήρης μορφοποίηση της σύντομης και της αναλυτικής περιγραφής των προϊόντων του e-shop
- Διαχείριση της λίστας κατασκευαστών και κατηγοριοποίηση προϊόντων με βάση αυτή
- Λίστα σχετικών προϊόντων του e-shop
- Απεριόριστες εικόνες για κάθε προϊόν
- Άνοιγμα της εικόνας κάθε προϊόντος σε εξελιγμένης τεχνολογίας popup παράθυρο

- Δυνατότητα ρύθμισης πολλαπλών καταστάσεων διαθεσιμότητας προϊόντων
- Ελάχιστη/μέγιστη ποσότητα αγοράς
- Εξαγωγή προϊόντων σε rss feed για την χρησιμοποίησή του σε συστήματα ανάγνωσης νέων

Απογραφή προϊόντων e-shop:

- Πλήρης έλεγχος της αποθήκης
- Ενεργοποίηση/απενεργοποίηση του ελέγχου απογραφής προϊόντων
- Απενεργοποίηση της επιλογής «Προσθήκη στο καλάθι» σε περίπτωση εξαντλήσεως του stock με αυτόματη αντικατάσταση αυτής με επιλογή «Επικοινωνήστε με τα κατάστημα» ή εκδήλωση ενδιαφέροντος αυτοματοποιημένης ενημέρωσης με την εμφάνιση stock προϊόντος

Προβολή και βελτιστοποίηση:

- Καταχώρηση καταστήματος στις μεγαλύτερες μηχανές αναζήτησης
- Σύνδεση του ηλεκτρονικού καταστήματος με vertical marketplaces (καταλόγους προϊόντων) όπως τα skroutz, shopping.pathfinder, e-price
- Βελτιστοποίηση ηλεκτρονικού καταστήματος για την καλύτερη κατηγοριοποίηση του στις μηχανές αναζήτησης
- Επιλογή keywords και metatags

Μεταφορικά:

- Επιλογή τρόπου παράδοσης
- Πολλαπλοί τρόποι μεταφορικών
- Υπολογισμός μεταφορικών με βάση την ποσότητα ή το βάρος
- Δωρεάν αποστολή πάνω από συγκεκριμένο όριο αγορών

Τρόποι πληρωμής:

- Πλήρης λίστα offline τρόπων πληρωμής: τραπεζική κατάθεση, επιταγές, μέσω τηλεφώνου, fax, αντικαταβολή, παραλαβή από τα κατάστημα κλπ

- Πλήρης υποστήριξη των περισσότερων online πληρωμών (Pay Pal, 2Check Out κλπ.)
- Για την Ελλάδα διασύνδεση με: EuroBank, Τράπεζα Πειραιώς (WinBank), Alpha Bank για την εκκαθάριση των πιστωτικών καρτών στο περιβάλλον των τραπεζών για μεγαλύτερη ασφάλεια πληρωμών
- Επιλογή ανάμεσα στην έκδοση τιμολογίου ή απόδειξης με την αγορά και διαμόρφωση επιλογών ανάλογα με την επιλογή (ΔΟΥ, ΑΦΜ κλπ)

Web-based κέντρο διαχείρισης e-shop:

- Διαχείριση του e-shop με χρήση τεχνολογίας Ajax
- Πρόσβαση στη διαχείριση προστατευόμενη από κωδικούς ασφαλείας
- Διαμόρφωση του ηλεκτρονικού καταστήματος σε πραγματικό χρόνο
- Γρήγορη και εύκολη προσθήκη/αλλαγή/διαγραφή προϊόντων
- Γρήγορη και εύκολη προσθήκη/αλλαγή/διαγραφή κατηγοριών
- Οργάνωση του πληροφοριακού μέρους του ηλεκτρονικού καταστήματος
- Απεριόριστος αριθμός λογαριασμών διαχείρισης
- Διαχείριση προϊόντων και κατηγοριών με βάση κατηγοριοποιήσεις (κατηγορία, ημερομηνία, ονομασία)
- Άμεση εμφάνιση παραγγελιών στην πρώτη σελίδα της διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος
- Εμφάνιση συνδεδεμένων πελατών σε πραγματικό χρόνο στην πρώτη σελίδα διαχείρισης του e-shop
- Πλήρης διαχείριση των παραγγελιών με δυνατότητα αλλαγής κάθε στοιχείου αυτών (προϊόντα, τρόπος αποστολής, τρόπος πληρωμής)
- Ενημέρωση πελάτη για την αλλαγή κατάστασης μιας παραγγελίας με πρόσθετα στοιχεία όπως κείμενο ενημέρωσης
- Αναφορά πωλήσεων ανά ημέρα, εβδομάδα ή μήνα, συνολικά ή για κάθε προϊόν ξεχωριστά

Εξυπηρέτηση πελατών:

- Αναζήτηση
- Υπενθύμιση κωδικού

- Ιστορικό παραγγελιών
- Δυνατότητα εγγραφής πελάτη ως μέλος
- Κουμπί εκκαθάρισης καλαθιού
- Επέμβαση στην επιλογή προϊόντων στο καλάθι (αριθμός προϊόντων κλπ)
- Απεριόριστες διευθύνσεις αποστολής ανά πελάτη
- Εξυπηρέτηση πελατών μέσω Live Help Center σε πραγματικό χρόνο

Με την ολοκλήρωση των εργασιών κατασκευής του ηλεκτρονικού καταστήματος, παραδίδονται αναλυτικές οδηγίες χρήσης με παραστατικές βοηθητικές φωτογραφίες, ενώ η ομάδα ανάπτυξης του isotoron βρίσκεται πάντα δίπλα στον ιδιοκτήτη του e-shop για οποιαδήποτε απορία έχει να κάνει με την λειτουργία του e-shop.

Το ηλεκτρονικό κατάστημα, συντηρείται καθ'όλη την διάρκεια της online παρουσίας του. Το τμήμα τεχνικής υποστήριξης του isotoron αναλαμβάνει να διεκπαιρεύσει με συνέπεια κάθε συμφωνηθείσα αναβάθμιση ασφαλείας έτσι ώστε το e-shop να λειτουργεί απρόσκοπτα και όσο το δυνατόν ασφαλέστερα.

Παρέχονται πλήρη αναλυτικά στατιστικά επισκεψιμότητας του e-shop, εφόρου online παρουσίας του e-shop. Τα στατιστικά στοιχεία επισκεψιμότητας παρέχονται σε συνεργασία με την εταιρεία Google.

Η ιστοσελίδα σχεδιάζεται ειδικά για να αποφεύγεται η συλλογή email λογαριασμών που τυχόν θα βρίσκονται σε αυτήν. Η προστασία είναι μόνο ενάντια στα ρομποτικά συστήματα spam αλλά όχι ενάντια στην λειτουργικότητα. Τα email συνεχίζουν να δείχνουν και να λειτουργούν όπως πρέπει, χωρίς κανέναν εμποδισμό. Η εγκατάσταση του ηλεκτρονικού καταστήματος, μπορεί να τροποποιηθεί έτσι ώστε να ξεφύγει από τα όρια της λιανικής πώλησης σε πελάτες (business 2 customers, b2c) και να πληρεί τις προδιαγραφές για χρήση της σε εταιρικούς πελάτες χονδρικής πώλησης (business 2 business, b2b), με διαφορετικές τιμές, απεριόριστες κατηγορίες εταιρικών πελατών (b2b) οι οποίοι θα έχουν διαφορετικές τιμές προϊόντων κλπ.

Οι προωθητικές ενέργειες προβολής του e-shop, συμπεριλαμβάνουν κάθε είδους διαφημιστική καμπάνια προβολής (banners, adwords κλπ) αλλά και η σύνδεσή

τους με την υπηρεσία παρακολούθησης επισκεψιμότητας του e-shop, για την παρακολούθησή τους.

Το e-shop που σχεδιάζεται, κατασκευάζεται και αναπτύσσεται από το isotoron, πληρεί όλες τις προϋποθέσεις του WEB2.0 και των σύγχρονων τεχνολογιών αυτού. Η εγγύηση ποιότητας του τελικού αποτελέσματος, συνοδεύεται με εγγύηση επιστροφής χρημάτων. Η κατασκευή του ηλεκτρονικού καταστήματος στην πιο απλή μορφή του κοστολογείται στα **690€**

Στην συνέχεια παρουσιάζουμε την εταιρία **MVH Networks**⁶⁰. Η MVH Networks είναι μια δυναμικά αναπτυσσόμενη εταιρεία, ειδικευμένη στις νέες τεχνολογίες, παρέχοντας υψηλής ποιότητας υπηρεσίες σε πελάτες τόσο στον Ελλαδικό όσο και στο διεθνή χώρο. Συνδυάζει την πολύχρονη εμπειρία με την άρτια τεχνογνωσία, σχεδιάζουν και υλοποιούν ανταγωνιστικές λύσεις, απόλυτα προσαρμοσμένες στις ανάγκες του πελάτη. Η έδρα της βρίσκεται στην Γερμανία και έχει επιτυχημένες συνεργασίες σε Ελλάδα, Ιταλία, Αγγλία, Ολλανδία, Κύπρο και Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα. Παρέχει υψηλή ποιότητα σε λογικές τιμές.

Οι γενικές υπηρεσίες που προσφέρει είναι οι ακόλουθες:

- Web Design(σχεδιασμός και κατασκευή ιστοσελίδων, Logo design, e-cards, Flash design)
- Web Development - Διαδικτυακές κατασκευές (κατασκευή ιστοσελίδων, blog, forum, ηλεκτρονικών καταστημάτων και διαδικτυακών εφαρμογών).
- Internet Marketing και διαδικτυακή διαφήμιση (corporate Identity, SEO, δημιουργία γραφικών banners, προώθηση σε καταλόγους, δημιουργία ολοκληρωμένης εταιρικής ταυτότητας και λογότυπου).
- Συμβουλευτική διαδικτύου (αύξηση επισκεψιμότητας ιστοσελίδων, χρήση νέων τεχνολογιών, προώθηση ιστοσελίδων).
- Υποστήριξη διαδικτύου & Support (επιτήρηση και διόρθωση τεχνικών διαδικτυακών προβλημάτων)
- Web powered / distributed software development
- Project Development (κατασκευή ξένων και ιδίων επιχειρηματικών διαδικτυακών Projects)

⁶⁰ <http://www.mvh.gr/>

- Multimedia Productions
- Γραφιστικές λύσεις

Σε ότι αφορά την κατασκευή ηλεκτρονικού καταστήματος η εταιρεία MVH Networks προσφέρει:

Στέγαση ιστοσελίδας

- Δωρεάν καταχώρηση ονόματος (domain name) της επιλογής σας για τον πρώτο χρόνο.
- Δωρεάν φιλοξενία (web hosting) για τον πρώτο χρόνο. Σας παρέχουμε απεριόριστο χώρο και traffic σε αξιόπιστους servers.

Σχεδίαση και περιεχόμενο

- Σελίδα υπό κατασκευή για το διάστημα υλοποίησης της ιστοσελίδας σας με το λογότυπο και τα στοιχεία επικοινωνίας σας.
- Σχεδιασμός ειδικά για εσάς εξατομικευμένου (όχι τυποποιημένα σχέδια), υψηλής αισθητικής Design με την υπογραφή MVH True High Quality Design και εγγύηση ικανοποίησης.
- Εισαγωγή απεριόριστων φωτογραφιών και multimedia υλικού.
- Απεριόριστος αριθμός σελίδων, οργανωμένες σε κατηγορίες με το περιεχόμενο της επιλογής σας.
- Χρήση τεχνολογίας Javascript για την δημιουργία ενός πιο διαδραστικού περιβάλλοντος στην ιστοσελίδα σας.
- Εμφάνιση της επιχείρησης και των υποκαταστημάτων στο χάρτη.
- Διαδικτυακή εταιρική παρουσίαση (πχ. ιστορικό, εταιρική φιλοσοφία και ποιοτικά χαρακτηριστικά).

Δυναμικό περιεχόμενο - προϊόντα καταστήματος

- CMS - Σύστημα διαχείρισης περιεχομένου. Φιλικό περιβάλλον διαχείρισης της δυναμικής ιστοσελίδας για προσθαφαίρεση περιεχομένου κειμένων και εικόνων με την χρήση του προσωπικού σας κωδικού. Δεν απαιτούνται ειδικές γνώσεις προγραμματισμού.
- Διαχείριση δικαιωμάτων προσπέλασης: Διαφορετικά μέλη της εμπορικής σας ομάδας έχουν διαφορετική πρόσβαση στα μέρη του συστήματος για κατάλληλο καταμερισμό εργασιών (Username / Password).
- Απεριόριστος αριθμός προϊόντων, οργανωμένες σε κατηγορίες με το περιεχόμενο της επιλογής σας.
- Δυναμικές σελίδες παρουσίασης προϊόντων και υπηρεσιών (με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά όπως φωτογραφίες, τιμή, περιγραφή, όνομα κωδικός κλπ).

- Δυναμική σελίδα παρουσίασης προσφορών.
- Δυνατότητα αναζήτησης των προϊόντων της ιστοσελίδας σας.
- Δυναμική σελίδα επικοινωνίας, με τα στοιχεία της επιχείρησής σας και την εμφάνισή της στο χάρτη.

Ηλεκτρονικές πωλήσεις

- Καλάθι αγορών για την αγορά πολλών προϊόντων με μια παραγγελία.
- Επιλογή διαφορετικών τρόπων πληρωμής (πχ πιστωτική κάρτα, κατάθεση, αντικαταβολή, paypal).
- Σύνδεση με το σύστημα διαχείρισης πιστωτικών καρτών, Paypal.
- Σύνδεση με τραπεζικά συστήματα χρέωσης πιστωτικών καρτών.
- Επιλογή διαφορετικών τρόπων αποστολής με διαφορετική τιμολόγηση.
- Επιλογή για χρέωση αποστολής ανάλογα με το βάρος των προϊόντων.
- Διαχείριση αποθέματος προϊόντων.
- Αυτόματη ενημέρωση εμπόρου για κάθε συναλλαγή μέσω email.
- Πλήρη στατιστικά στοιχεία καταστήματος (παραγγελίες, πελάτες).
- Αυτόματη δημιουργία τιμολογίου.
- Αυτόματη δημιουργία καρτέλας αποστολής.
- Διαχείριση, ιστορικό παραγγελιών / πωλήσεων του καταστήματος.

Εμπειρία πελάτη

- Εμφάνιση σε κάθε σελίδα του καλαθιού αγορών με δυνατότητα αδειάσματος.
- Εγγραφή χρήστη στο κατάστημα για αγορές.
- Αποθήκευση στοιχείων επικοινωνίας και αποστολής με την εγγραφή, για μελλοντική χρήση.
- Αυτόματη αποστολή επιβεβαιωτικών emails στον πελάτη μετά από παραγγελία.
- Παρουσίαση του ιστορικού αγορών.
- Δυνατότητα αποστολής email υπενθύμισης κωδικού πρόσβασης στα εγγεγραμμένα μέλη.

Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο

- 50 λογαριασμοί email (info@eteria.gr).
- Webmail - Απομακρυσμένη πρόσβαση στο email σας από όπου και αν βρίσκεστε.
- POP3 Mail - Πρόσβαση στο email σας από το desktop σας.
- Ηλεκτρονική φόρμα επικοινωνίας 6 πεδίων ώστε οι επισκέπτες της ιστοσελίδας σας να μπορούν να επικοινωνήσουν μαζί σας ηλεκτρονικά απευθείας μέσω της ιστοσελίδας σας με anti spam function.

Ενίσχυση και ανάπτυξη επισκεψιμότητας

- Newsletter Modul, για να είστε σε συνεχή επαφή με τους πελάτες σας.
- SEO - Βασική βελτιστοποίησης της ιστοσελίδα σας για μια δυναμική είσοδο στις μηχανές αναζήτησης.
- Καταχώρηση της ιστοσελίδας σας σε επιλεγμένες μηχανές αναζήτησης.
- Στατιστικά στοιχεία επισκεψιμότητας - Google Analytics.
- Google friendly construction.
- Δημιουργία της ιστοσελίδας σε δύο γλώσσες.
- RSS Feeds για την ενημέρωση των επισκεπτών για τις αλλαγές στην ιστοσελίδα σας.
- Content-share-buttons: Για τη διαμοίραση του περιεχομένου της ιστοσελίδας στο διαδίκτυο από τους ίδιους τους χρήστες.
- Pricehunter.gr - Δωρεάν χρήση για πάντα του portal προσφορών pricehunter.gr για την προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών σας.
- Social Media - Σύνδεση με το facebook και προβολή των θαυμαστών του group σας στις σελίδες σας. Σύνδεση με twitter και real time προβολή των τελευταίων tweets από το twitter account σας. Σύνδεση με flickr και real time προβολή των τελευταίων photostreams σας.

Consulting - Συμβουλευτική

- Δωρεάν παροχή συμβουλευτικής σε όλη την φάση σχεδίασης και κατασκευής της ιστοσελίδας σας. Γιατί η επιτυχία σας, είναι υποχρέωση μας.
- Εκμάθηση συστήματος - Σας προσφέρουμε δωρεάν εκμάθηση του συστήματος ακόμη και αν βρίσκεστε μακριά μας τηλεφωνικά ή μέσω διαδικτύου.

Support - Διαδικτυακή τεχνική υποστήριξη

- Δωρεάν τεχνική υποστήριξη για τον πρώτο χρόνο. Αναλαμβάνουμε την αποκατάσταση της ιστοσελίδα σας για την αντιμετώπιση προβλημάτων που παρουσιάζονται από την κακή χρήση της ιστοσελίδας σας.
- Έλεγχος συμβατότητας με όλους τους browsers τελευταίας έκδοσης.
- Online εξυπηρέτηση.
- Εγγύηση εφ' όρου ζωής για ότι παραλάβετε από την MVH Networks.

Το κόστος κατασκευής ενός τέτοιου ηλεκτρονικού καταστήματος ανέρχεται στα **1499,90€**. Στην τιμή δεν συμπεριλαμβάνει ΦΠΑ. (Ο πελάτης δεν επιβαρύνεται με ΦΠΑ, εφόσον είναι κάτοχος Ευρωπαϊκού ID Number στα πλαίσια του Reverse Charge System).

Παράδειγμα της δουλειάς της είναι η κατασκευή των ακόλουθου e-shops:

www.fabosportswear.com



Εν συνεχεία παρουσιάζουμε την εταιρεία **Innovative Web Provider**⁶¹ η οποία είναι μια ελληνική εταιρία που δραστηριοποιείται στο χώρο του Διαδικτύου, της πληροφορικής και της επικοινωνίας από το 2004.

Η Inwebpro.gr, σεβόμενη του πελάτες της αλλά και το πνεύμα της εποχής, παρέχει την δυνατότητα κατασκευής ολοκληρωμένου ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop), το κόστος κατασκευής ανέρχεται στα **990€**

- Στο πακέτο περιλαμβάνονται:
- Απλό σύστημα διαχείρισης στα ελληνικά
- προσθαφαίρεση κατηγοριών, υποκατηγοριών και προϊόντων
- Απεριόριστος αριθμός προϊόντων
- Δυνατότητα εμφάνισης ενός προϊόν σε παραπάνω από μια κατηγορία
- Δυνατότητα 2-3 φωτογραφιών για κάθε προϊόν
- Τιμές με ή χωρίς ΦΠΑ
- Δυνατότητα προσθήκης 2ης γλώσσας
- Υπολογισμός αριθμού στοκ ανά προϊόν
- Υπολογισμός βάρους - μεταφορικών
- Πώληση ψηφιακών προϊόντων
- Παρακολούθηση - Διαχείριση Παραγγελιών
- αυτόματη ενημέρωση με αποστολή email στον πελάτη
- Καρτέλες πελατών (με στοιχεία και παραγγελίες)
- Μαζική αποστολή email (μόνο στα μέλη)
- Αναζήτηση προϊόντων (τίτλος, περιγραφή, κωδικός)
- Στατιστικά στοιχεία του καταστήματος (ποια προϊόντα βλέπουν, αρχείο λέξεων της αναζήτησης)
- Ειδική κατηγορία προσφορών/εκπτώσεων
- (αυτόματη ενημέρωση)
- Ειδική κατηγορία δημοφιλέστερα (αυτόματη ενημέρωση)
- Διαχείριση προϊόντων για εμφάνιση στην πρώτη σελίδα
- Διαχείριση προϊόντων για εμφάνιση τους σε κατηγορία προτεινόμενα
- Συνεχή προβολή καλάθι αγορών (εν συντομία)
- Εγγραφή μέλους (απαραίτητη για ολοκλήρωση παραγγελίας) με δυνατότητα αποστολής email υπενθύμισης κωδικού στα εγγεγραμμένα μέλη

⁶¹ <http://www.inwebpro.gr/>

- Προβολή και διαχείριση της καρτέλας μέλους από το μέλος
- (προβολή παραγγελιών, αλλαγή στοιχείων-κωδικού)
- On-line στατιστικά αριθμός επισκέψεων, αριθμός προϊόντων
- Δυνατότητα απευθείας αποστολής email για να λαμβάνει ο επισκέπτης ενημέρωση χωρίς να γραφτεί μέλος (newsletter).

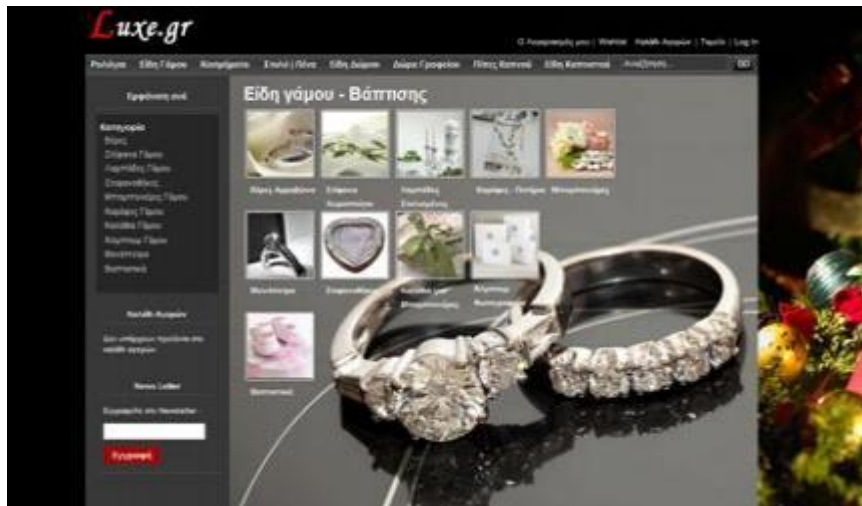
Παραδείγματα της δουλειάς της είναι τα ακόλουθα e- shops



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



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



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



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

Ένα άλλο παράδειγμα εταιρίας που δραστηριοποιείται στο χώρο της κατασκευής ηλεκτρονικών καταστημάτων είναι η **Dreamweaver.Gr**⁶². Η Dreamweaver.Gr είναι το σχεδιαστικό τμήμα της Hoster.Gr Ο.Ε. που δραστηριοποιείται από το 2001 εξυπηρετώντας περισσότερα των 4.500 domain names είτε ως καταχωρητές, είτε ως πάροχοι φιλοξενίας είτε ως κατασκευαστές - σχεδιαστές. Υπάρχει αδειοδότηση καταχώρισης από την ΕΕΤΤ (Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών & Ταχυδρομείων) επίσης τα στελέχη της είναι μέλη της Ένωσης Γραφιστών Ελλάδος. (Α.Μ.:789) και ιδρυτικά μέλη της Ένωσης Ιστογραφιστών Ελλάδος

Το πακέτο προσφοράς υλοποίησης ηλεκτρονικού καταστήματος από την Dreamweaver.Gr ανέρχεται στα **450€**(στην τιμή δεν υπολογίζεται ο Φ.Π.Α.) και περιλαμβάνει:

⁶² <http://dreamweaver.gr/>

- Απεριόριστος αριθμός κατηγοριών
- Απεριόριστος αριθμός υποκατηγοριών
- Απεριόριστος αριθμός προϊόντων
- Εύκολη και άμεση διαχείριση όλου του e-shop
- Δυνατότητα δυναμικής μορφοποίησης του e-shop
- Καταχώρηση ενημερωτικών κειμένων / σελίδων
- Specials, Bestsellers, Reviews, What's new
- Προφίλ, Νέα, Ειδήσεις, Σχόλια, Ανακοινώσεις κλπ
- Εμφάνιση του e-shop σας στο Google και αλλού
- Email Marketing σε σχετικό προς εσάς κοινό
- Αποστολή ενημερωτικού δελτίου (newsletter)
- Υποστήριξη χρεώσεων για τα μεταφορικά τέλη
- Διαχείριση των παραγγελιών
- Έκδοση e-shop σε πολλαπλές γλώσσες
- Δυνατότητα ιδιαίτερης προώθησης προϊόντων
- Ολοκληρωμένο σύστημα αναζήτησης στα προϊόντα
- Δυνατότητα πληρωμής μέσω πιστωτικής κάρτας
- Πολλαπλές επιλογές πληρωμής και παράδοσης
- Παροχή αναλυτικών στατιστικών στοιχείων
- Παροχή απεριόριστων e-mails
- Υποστήριξη και συντήρηση περιεχομένου
- Μέχρι και 2 domain names (.gr,.com,.net,.eu)

Η Dreamweaver.Gr έχει κατασκευάσει τα ακόλουθα e- shops:

- Ø Klidarithmos.gr (ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο)
- Ø KinderGallery.gr (κατάστημα βρεφικών ειδών)
- Ø Katoikianet.gr(είδη σπιτιού)
- Ø 4x4shop.gr (εξοπλισμός 4x4)
- Ø E-mybabycenter.eu (Κατάστημα με βρεφικά προϊόντα)
- Ø Gamesandgadgets.gr (Κατάστημα με Games Consoles και gadgets)

Μια ακόμη εταιρεία που θα εξετάσουμε είναι η **Alterora**⁶³ Παρακάτω αναφέρονται συνοπτικά οι παρεχόμενες υπηρεσίες που περιλαμβάνονται στο βασικό πακέτο e-shop.

Πριν την κατασκευή

- 3 ώρες συμβουλευτικές υπηρεσίες για την κατανόηση και καταγραφή των απαιτήσεων του πελάτη. (για περισσότερες ώρες δείτε τις επιπρόσθετες χρεώσεις)

Κατά την κατασκευή

- Σχεδίαση site .Επιλογή από έτοιμα προσχέδια έτσι ώστε να πάρει ο πελάτης μια εικόνα της εμφάνισης του site πριν την κατασκευή
- Εγκατάσταση και παραμετροποίηση της βασικής πλατφόρμας του e-shop. Η παραπάνω πλατφόρμα είναι πλήρως εξελληνισμένη με δυνατότητα περαιτέρω προσαρμογής στις εκάστοτε ανάγκες.
- Προσθήκη βασικών συνοδευτικών web εφαρμογών Η Alterora διαθέτει μια μεγάλη γκάμα από web εφαρμογές που μπορεί να δώσουν ιδιαίτερη αξία στο ηλεκτρονικό κατάστημα, όπως λίστες δώρων, διαχείριση εκπωτικών κουπονιών, αποστολή παραγγελίας σε μελλοντική ημερομηνία, κλπ.
- Ανάπτυξη νέων συνοδευτικών web εφαρμογών Αν ο πελάτης θέλει να αναπτύξει ή να ενσωματώσει μια δική του εφαρμογή, το κόστος υπολογίζεται με βάση τις χρεώσεις συμβούλου.
- Στήσιμο συστημάτων πληρωμής μέσω πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας και λογαριασμού Paypal. Υπάρχει η δυνατότητα διασύνδεσης με τον λογαριασμό στην Alpha Bank, Eurobank, Winbank ή σε όποια άλλη ελληνική τράπεζα υποστηρίζει την χρησιμοποιούμενη πλατφόρμα της DeltaPay.
- Διασύνδεση του ηλεκτρονικού καταστήματος με το φυσικό κατάστημα, αν υπάρχει. Αυτό είναι αναγκαίο αν υπάρχουν περιορισμένα αποθέματα από προϊόντα που πωλούνται ταυτόχρονα μέσω του φυσικού καταστήματος και μέσω internet (e-shop) και συνεπώς υπάρχει η περίπτωση το τελευταίο κομμάτι να πουληθεί ταυτόχρονα από το φυσικό και ηλεκτρονικό κατάστημα. Ένα παράπλευρο όφελος αυτής της διασύνδεσης είναι ότι από το περιβάλλον διαχείρισης του e-shop μπορεί ο διαχειριστής να βλέπει άμεσα την αποθήκη με τα προϊόντα, καταργώντας την ανάγκη για επιπλέον λογισμικό διαχείρισης αποθήκης.

⁶³ <http://web.alterora.gr/>

- Προσθήκη προϊόντων. Αν τα προϊόντα που θέλετε να προσθέσετε είναι ήδη σε ηλεκτρονική μορφή (π.χ. υπάρχουν σε κάποια αρχείο βάσης δεδομένων, excel ή σε website) τα προϊόντα θα προστεθούν αυτόματα στο e-shop χωρίς επιπλέον χρέωση και ανεξάρτητα από τον αριθμό τους. Για τα προϊόντα που δεν υπάρχει περιγραφή ή εικόνες σε ηλεκτρονική μορφή, το κόστος εισαγωγής εξαρτάται από την πολυπλοκότητα της εργασίας.
- Καταχώρηση ονόματος χώρου (domain name)

Μετά την κατασκευή

- Καταχώρηση του site στους σχετικούς καταλόγους του internet
- Προωθητικές ενέργειες για τον πρώτο μήνα μέσω online διαφήμισης.
- Συνεχή δημιουργία αναφορών με χρήσιμα στατιστικά στοιχεία
- Φιλοξενία σελίδων (web hosting)
- Τεχνική υποστήριξη
- Περιοδική δημιουργία αντιγράφων ασφαλείας (backups)
- Ανανέωση ονόματος χώρου (domain name)

Η τιμολογιακή πολιτική που ακολουθεί η εταιρία **Alterora** παραθέτετε στον πίνακα που ακολουθεί.

Επιλογή χαρακτηριστικών	Κόστος
Δημιουργία και συντήρηση ηλεκτρονικού καταστήματος	100 ευρώ/μήνα
Μετάφραση και διεθνοποίηση του ηλεκτρονικού καταστήματος	100 ευρώ
Υποστήριξη πελατών ηλεκτρονικού καταστήματος	50 ευρώ/μήνα
Προώθηση ηλεκτρονικού καταστήματος	100 ευρώ
Υπηρεσίες συμβούλου πληροφορικής	Για υπηρεσίες συμβούλου πέρα από τις 3 ώρες που περιλαμβάνονται στο βασικό πακέτο:

	<p>25€ώρα για υπηρεσίες εντός γραφείου</p> <p>35€ώρα για υπηρεσίες εκτός γραφείου</p> <p>Επιπλέον χρέωση υπάρχει για μεταφορικά έξοδα και διαμονή κατόπιν συμφωνίας</p>
<p>Προσθήκη/ανανέωση προϊόντων ηλεκτρονικού καταστήματος</p>	<p>Αν η αποθήκη των προϊόντων σας ξεπερνάει τα 100 προϊόντα, μπορείτε να προσθέσετε όσα θέλετε με τις παρακάτω χρεώσεις:</p> <p>Για προϊόντα των οποίων οι περιγραφές μπορούν να σταλούν από τους προμηθευτές σας σε ηλεκτρονική μορφή (π.χ. αρχείο excel ή website) δεν υπάρχει επιπλέον κόστος, ανεξάρτητα από τον αριθμό των προϊόντων.</p> <p>Αν δεν διαθέτετε τα κείμενα περιγραφής των προϊόντων ή τις σχετικές φωτογραφίες, το κόστος θα καθοριστεί μετά από σχετική συμφωνία.</p>
<p>Μετάφραση κειμένων</p>	<p>Για την μετάφραση κειμένων στο Αγγλικά ή σε οποιαδήποτε άλλη γλώσσα, ισχύουν οι παρακάτω χρεώσεις:</p> <p>Αν διαθέτετε τα κείμενα ήδη μεταφρασμένα και σε ηλεκτρονική μορφή (π.χ. αρχείο word ή website) δεν υπάρχει επιπλέον κόστος, πέρα από το κόστος διεθνοποίησης.</p> <p>Για μεταφράσεις που θα κάνουμε εμείς το κόστος είναι από 5 έως 9 λεπτά η λέξη</p>

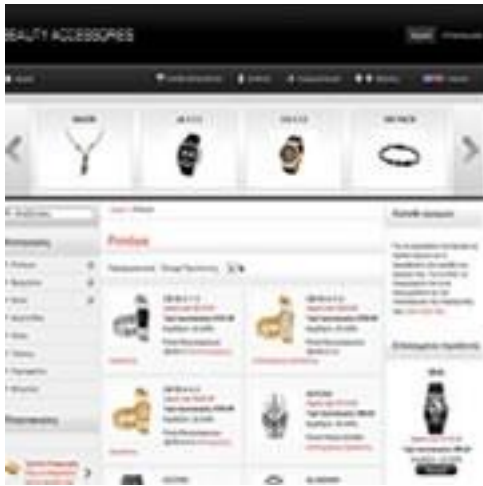
	ανάλογα με την γλώσσα και την πολυπλοκότητα της ορολογίας.
Οι παραπάνω τιμές δεν περιλαμβάνουν ΦΠΑ και μπορούν να αναπροσαρμοστούν ανάλογα με τον όγκο και την φύση της εργασίας.	

Πίνακας 7. Η τιμολογιακή πολιτική της εταιρία Alterora

Εν συνεχεία παραθέτονται δείγματα της δουλειάς της εταιρείας.



<http://www.beautysodyssey.gr>



<http://www.beautyaccessories.gr>



<http://www.bulldogshop.gr>

Η επόμενη εταιρία που θα εξετάσουμε είναι η **ABOUTNET**⁶⁴ Η ABOUTNET δημιουργήθηκε το 2000 με διαφορετική επωνυμία αλλά με αντικείμενο την παροχή υπηρεσιών internet (web design, web hosting). Μέσα σε αυτά τα χρόνια συνεχούς εξέλιξης και ενασχόλησης και με τις τηλεπικοινωνίες (σταθερή, κινητή τηλεφωνία και συνδέσεις internet), η ABOUTNET προσφέροντας υπηρεσίες όπως κατασκευή ιστοσελίδων, φιλοξενία ιστοσελίδων, κατοχύρωση ονομάτων, προώθηση ιστοσελίδων και "web marketing" κατάφερε να δημιουργήσει πάνω από 1000 ιστοσελίδες. Το μεγάλο πελατολόγιο της καθώς και η εμπειρία των 10 ετών στην κατασκευή ιστοσελίδων και στο web marketing σε συνδυασμό με την παρουσία της σε 4 σημεία στην Ελλάδα και την ανάπτυξη με συνεργασίες και franchise σε όλη την Ελλάδα καθιστούν την ABOUTNET μια από τις παλαιότερες και μεγαλύτερες εταιρείες παροχής υπηρεσιών internet στην Ελλάδα.

Το κόστος κατασκευής ηλεκτρονικού καταστήματος από την ABOUTNET ανέρχεται στα **1590 €** και περιλαμβάνει:

- Σχεδίαση και κατασκευή e-shop (site) σε γλώσσα προγραμματισμού PHP με κείμενα, φωτογραφίες, καλάθι αγορών και δυνατότητα σύνδεσης με πιστωτικές κάρτες.
- Διαχείριση του ηλεκτρονικού καταστήματος (αλλαγές - προσθήκες) από τον ίδιο τον πελάτη.
- Δημιουργία link με site συνεργαζόμενων εταιρειών στην Ελλάδα και το εξωτερικό.
- Δημιουργία mail form για απευθείας επικοινωνία με τους επισκέπτες της ιστοσελίδας (site) σας.
- Δωρεάν εκπαίδευση εξήντα λεπτών στη χρήση του ηλεκτρονικού καταστήματος.

⁶⁴ <http://www.aboutnet.gr>

Εν συνεχεία παρουσιάζεται η εταιρεία **Dynopia**⁶⁵. Η **Dynopia** ιδρύθηκε και εδρεύει στην Κύπρο το 2009 και ασχολείται με την ανάπτυξη ηλεκτρονικών καταστημάτων. Πρωταρχικός στόχος στην Dynopia είναι η προσφορά καινοτόμων υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου με την εκμετάλλευση τεχνολογιών διαδικτύου και επικοινωνιών.

Από το 2010 η Dynopia προσφέρει ολοκληρωμένες υπηρεσίες κατασκευής ηλεκτρονικού καταστήματος, με την οποία δίνεται έμφαση στην υποστήριξη ηλεκτρονικών πληρωμών (JCC Cyprus και PayPal) και μεθόδων αποστολής (ACS Courier και UPS).

Η κατασκευή ηλεκτρονικού καταστήματος προσφέρεται σε μορφή πακέτων σε ανταγωνιστικές τιμές, και περιλαμβάνουν όλες τις απαραίτητες λειτουργίες που χρειάζεται ένα ηλεκτρονικό κατάστημα.

Package	Price	Target Audience	Key Features
Basic	€845	Για καινούριες επιχειρήσεις	500MB χώρο αποθήκευσης, 2 χρόνια δωρεάν hosting, Απεριόριστο bandwidth, Υποστήριξη 1 γλώσσας επιλογής σας, Αποδοχή πληρωμών μέσω PayPal, €50 κουπόνι διαφήμισης Google AdWords
Business	€1285	Το πιο δημοφιλές πακέτο	Απεριόριστος χώρος αποθήκευσης, 2 χρόνια δωρεάν hosting, Απεριόριστο bandwidth, Υποστήριξη 3 γλωσσών επιλογής σας, Αποδοχή πληρωμών μέσω PayPal και JCC, €50 κουπόνι διαφήμισης Google AdWords, Εκπαιωτικά κουπόνια
Enterprise	€1945	Για επιχειρήσεις με φυσικό κατάστημα	Απεριόριστος χώρος αποθήκευσης, 2 χρόνια δωρεάν hosting, Απεριόριστο bandwidth, Υποστήριξη 3 γλωσσών επιλογής σας, Αποδοχή πληρωμών μέσω PayPal και JCC, €100 κουπόνι διαφήμισης Google AdWords, Εκπαιωτικά κουπόνια, Διαχείριση αποστολών με την ACS Courier και την UPS, Ενσωμάτωση POS συστημάτων

⁶⁵ <http://www.dynopia.com>

Η επόμενη εταιρία που θα μελετήσουμε είναι η **e-innovator**⁶⁶. Η συγκεκριμένη εταιρία προτείνει 3 διαφορετικά πακέτα κατασκευής ηλεκτρονικού καταστήματος αναλόγως της ανάγκης του εκάστοτε πελάτη.

Κατασκευή E- Shop από την e-innovator		
Βασικό	Επαγγελματικό	Μοναδικό Επαγγελματικό
<p>Μπείτε στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου, με το μικρότερο κόστος και πουλήστε online τα προϊόντα σας</p> <p>Πλήρως Λειτουργικό</p> <p>490€την υπηρεσία περιλαμβάνεται επιπλέον και δωρεάν εγκατάσταση, δωρεάν ολόήμερη υποστήριξη</p>	<p>Για μια πιο ξεχωριστή εμφάνιση και παραμετροποιήσιμο διαχειριστικό για την επιχείρησή σας, Εργαστείτε μαζί με έναν e-commerce σχεδιαστή της e-innovator solutions και δώστε τα δικά σας χρώματα και το δικό σας λογότυπο, σε συνδυασμό με ένα ευκολόχρηστο διαχειριστικό.</p> <p>930€στην υπηρεσία περιλαμβάνεται επιπλέον και όλες οι υπηρεσίες του Βασικού web design της επιλογής σας πλήρης παραμετροποίηση του διαχειριστικού του e-shop σας</p>	<p>Δημιουργήστε το ηλεκτρονικό σας κατάστημα με έναν μοναδικό, δυναμικό σχεδιασμό. Εργαστείτε μαζί με έναν e-commerce σχεδιαστή για να δημιουργηθεί μια επαγγελματική εμφάνιση, της αρεσκείας σας, για την ηλεκτρονική σας βιτρίνα. Αξιοποιήστε ό, τι καλύτερο προσφέρει το Web με rollovers, drop down μενού και τα βασικά στοιχεία του flash animation</p> <p>1640€στην υπηρεσία περιλαμβάνεται επιπλέον και οι υπηρεσίες του επαγγελματικού</p>
<p>Ιδανικό για πελάτες που θέλουν e-commerce υπηρεσίες με χαμηλό</p>	<p>Ιδανικό για πελάτες που απαιτούν μια ισχυρή και αποτελεσματική online</p>	<p>Ιδανικό για πελάτες που έχουν τον χρόνο και την επιθυμία, να</p>

⁶⁶ <http://www.e-innovator.gr/index.html>

προϋπολογισμό	παρουσία με συγκεκριμένη εμφάνιση και αισθητική του ηλεκτρονικού τους καταστήματος.	συνεργαστούν με έναν e-commerce web designer για την υλοποίηση ενός ισχυρού, μοναδικού σε σχεδίαση με προηγμένα στοιχεία σχεδιασμού, ηλεκτρονικού καταστήματος.
---------------	---	---

Πινάκας 8. Κατασκευή E- Shop από την e-innovator

Όσον αφορά την προβολή που μπορεί να λάβει το ηλεκτρονικό κατάστημα μέσω διαδικτύου, υπάρχουν διάφορα sites μέσω των οποίων η επιτυχής καταχώριση αποτελεί καθιέρωση στο εμπορικό περιβάλλον.

Η εταιρία **FCNET-IT solutions/ e-shop greece.com** (<http://www.e-shopgreece.com>) ιδρύθηκε το Νοέμβριο του 2002 και είναι μία εταιρία παροχής Ολοκληρωμένων Λύσεων Πληροφορικής με εκτεταμένη εμπειρία και γνώση σε όλα τα κομμάτια των επιχειρηματικών αναγκών και φυσικά ηλεκτρονικών καταστημάτων.

Επιλέξτε το πακέτο που καλύπτει τις ανάγκες σας.

Μπορείτε να αλλάξετε πακέτο όποτε επιθυμείτε.
Η συνδρομή είναι μηνιαία και μπορείτε να την διακόψετε οποιαδήποτε στιγμή.

	GOLD (120€/μήνα)*	PRO (60€/μήνα)*	BASIC (25€/μήνα)*	DEMO (δωρεάν)
Δωρεάν Φιλοξενία (?)	✓	✓	✓	✓
Δωρεάν εγκατάσταση (?)	✓	✓	✓	✓
Ασφάλεια SSL (?)	✓	✓	✓	✓
Στατιστικά επισκεψιμότητας (?)	✓	✓	✓	✗
Αυτοματη καταχώρηση σε μηχανές αναζήτησης (?)	✓	✓	✓	✗
Εργαλεία Skrutz (?)	✓	✓	✗	✗
Ενημερωτικά email / Κουπόνια (?)	✓	✓	✗	✗
Εισαγωγή/Εξαγωγή Excel (?)	✓	✓	✗	✗
Το δικό σας domain (?)	✓	✓	✗	✗
Ειδοποιήσεις SMS (?)	✓	✓	✗	✗
*Έκπτωση συμμετοχής στον Skrutz (?)	Δωρεάν	50%	✗	✗
Ενεργά Προϊόντα (?)	5000	1000	100	10
Αποθηκευτικός χώρος (?)	5000MB	1000MB	100MB	10MB

Εγγραφή Εγγραφή Εγγραφή Εγγραφή

* Οι τιμές περιλαμβάνουν 19% Φ. Π. Α.

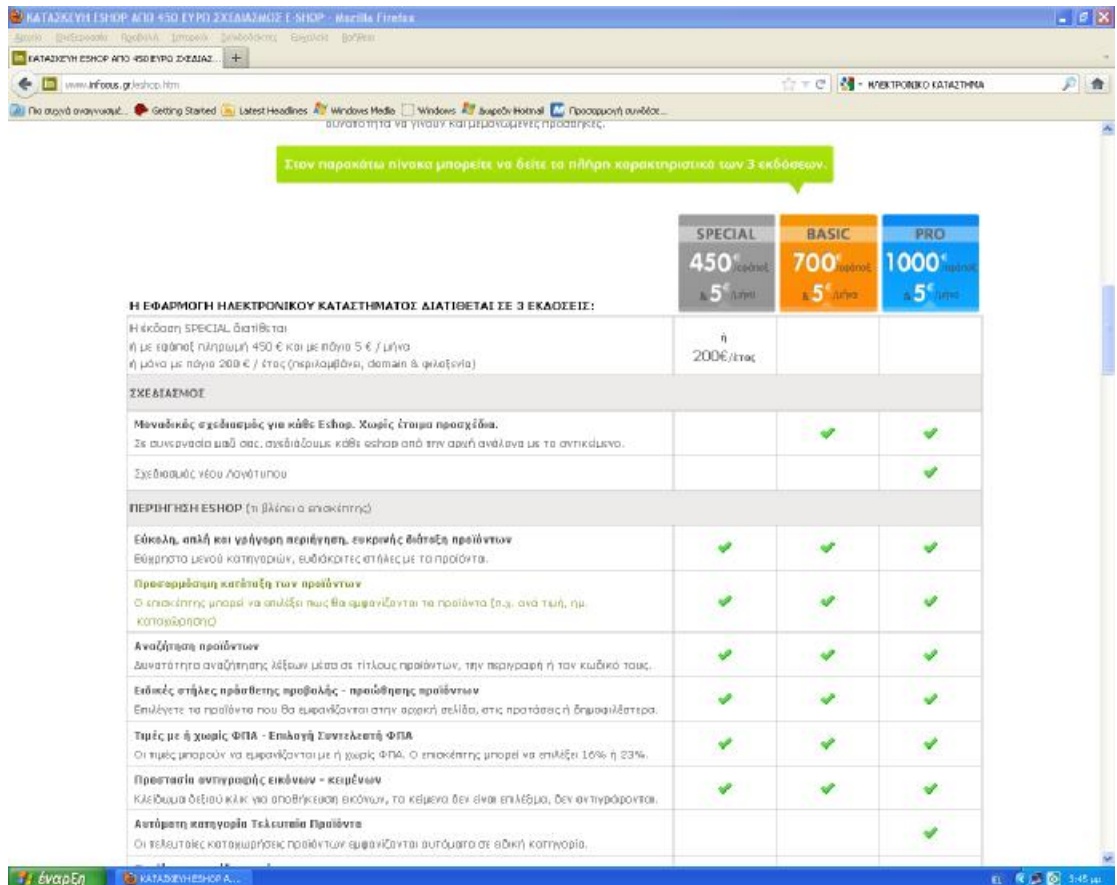
Η **Dynopia** (<http://www.dynopia.com>) ιδρύθηκε στην Κύπρο το 2009 και ασχολείται με την ανάπτυξη ηλεκτρονικών καταστημάτων. Πρωταρχικός στόχος στην Dynopia είναι η προσφορά καινοτόμων υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου με την εκμετάλλευση τεχνολογιών διαδικτύου και επικοινωνιών.

Από το 2010 η Dynopia προσφέρει ολοκληρωμένες υπηρεσίες κατασκευής ηλεκτρονικού καταστήματος, με την οποία δίνεται έμφαση στην υποστήριξη ηλεκτρονικών πληρωμών (JCC Cyprus και PayPal) και μεθόδων αποστολής (ACS Courier και UPS) που είναι διαδεδομένες στην Κύπρο.

Η κατασκευή ηλεκτρονικού καταστήματος προσφέρεται σε μορφή πακέτων σε ανταγωνιστικές τιμές, και περιλαμβάνουν όλες τις απαραίτητες λειτουργίες που χρειάζεται ένα ηλεκτρονικό κατάστημα.

Υπηρεσία	Πακέτο 1	Πακέτο 2	Πακέτο 3
Αντάπτες Αναρταρις Πωλησιών	✓	✓	✓
Διαχειριση Καταλόγου	✓	✓	✓
Λογαριασμοί Πελάτων	✓	✓	✓
Επιμετωπιση Facebook	✓	✓	✓
Εργαλεία Διαμορφωσις Flash	✓	✓	✓
Εργαλεία Διαμορφωσις Banner	✓	✓	✓
Επιμετωπιμένο Ιστολόγιο (Blog)	✓	✓	✓
2 χρόνια δωρεαν hosting	✓	✓	✓
Εκπαιυτικό Κοινωνία	✓	✓	✓
Σχόλια Πελάτων και Βαθμολογιες Προϊόντων	✓	✓	✓
Εργαλεία Marketing	✓	✓	✓
Τεχνολογιες AJAX για ευκολότερη πλοήγησι	✓	✓	✓
Κουπονα δωρηματις στα Google αδειας	esd Google Adwords	esd Google Adwords	εισο Google Adwords
Υποστηριξομενες Γλώσσες	Ελληνικά ή Αγγλικά	3 γλώσσες επιλογής σας	3 γλώσσες επιλογής σας
Αποδοχή ηλεκτρονικών πληρωμών	PayPal	PayPal JCC	PayPal JCC
Διαχειριση αποστολών (shipping)			ACS
Επιμετωπιση POS υποστηριξιων			✓

Σημαντική συμβολή επίσης, παρέχει η εταιρία **infocus.gr** (<http://www.infocus.gr>). Η εταιρία αυτή, έχει πελατολόγιο άνω των 50 καταστημάτων σε διάφορους τομείς (ηλεκτρονικά είδη, παιχνίδια, είδη ένδυσης, κοσμήματα κτλ) και αναλαμβάνει την κατασκευή e-shop για λογαριασμό του ιδιώτη, δίνοντας παράλληλα συμβουλές ανάλογα με το αντικείμενο.



Η **itbiz** (<http://www.itbiz.gr>) ξεκίνησε την δραστηριότητά της το 2000, με την ονομασία Apricot O.E. Το **2005**, μετά από μία πενταετία παρουσίας στον χώρο του Internet, μετονομάστηκε σε ITBIZ (Πάτσα Χ. - Φαρμάκης Κ. Ο.Ε.) μία αλλαγή, η οποία σηματοδότησε τη νέα **αναπτυξιακή πορεία** της εταιρίας και την επέκτασή της και σε νέους τομείς δραστηριοτήτων.

Το **2006** η itbiz παρουσίασε την λύση εκπαίδευσης από απόσταση **Itbiz E-Learn**, για την οποία πιστοποιήθηκε από την ADL όσον αφορά τη συμβατότητά της με το πρωτόκολλο **SCORM**.

Το **2007** αναπτύχθηκε η σειρά προϊόντων ηλεκτρονικού εμπορίου [B2B - B2C Light-Shop](#), η οποία καλύπτει κάθε ανάγκη για χονδρική η λιανική πώληση προϊόντων.

Το **2008** αναπτύχθηκε η σειρά προϊόντων [Light Business](#), η οποία απευθύνεται σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις, δίνοντας λύσεις σε προβλήματα οργάνωσης - παρακολούθησης της παραγωγικής διαδικασίας. Το 2009 η itbiz πιστοποιήθηκε για την εφαρμογή Συστήματος Διασφάλισης Ποιότητας ISO 9001:2008, ενώ επίσης ανέπτυξε σειρά νέων συνεργασιών με στόχο την παροχή σύνθετων λύσεων.

Το **2010** η itbiz ανέπτυξε δύο σημαντικά on-line project, α) την τουριστική πύλη Θεσσαλίας [InThessaly.gr](#) και β) τον on-line οδηγό [DeliveryLarissa.gr](#)

Η Itbiz παρέχει σήμερα τις υπηρεσίες της, τόσο σε επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα, όσο και σε φορείς του δημόσιου και ευρύτερου δημόσιου τομέα. Τα κεντρικά γραφεία της εταιρίας βρίσκονται στη **Λάρισα**, ενώ από το 2010, λειτουργεί παράρτημα της εταιρίας στο **Ναύπλιο**. Η itbiz παρέχει τις υπηρεσίες της σε όλη την Ελλάδα.

Το ανθρώπινο δυναμικό της itbiz αποτελείται αφενός από **έμπειρα στελέχη**, με δεκαπενταετή εμπειρία στον χώρο της πληροφορικής, και αφετέρου από εξειδικευμένους συνεργάτες με υψηλή τεχνογνωσία στα αντικείμενα τα οποία καλύπτουν.

Υλοποιημένα ηλεκτρονικά καταστήματα της Itbiz :



Ηλεκτρονικό κατάστημα ΤΑΚΟΥΔΗΣ Gardening

Ηλεκτρονικό κατάστημα πώλησης προϊόντων επεξεργασίας νερού, ειδών πισίνας, σπά, χαμαμ κλπ. Το ηλεκτρονικό κατάστημα περιέχει πλήθος λειτουργιών για την αναζήτηση και διαμόρφωση των προϊόντων προς αγορά. Δίνει δυνατότητα για On-line πωλήσεις και είναι συνδεδεμένο με το τραπεζικό σύστημα της Milenium Bank.

[www.takoudise-shop .gr](http://www.takoudise-shop.gr)



Ηλεκτρονικό Κατάστημα της επιχείρησης ΑΡΜΟΣ Hobbies

Ηλεκτρονικό κατάστημα με πλήρεις λειτουργίες και δυνατότητα ηλεκτρονικών πληρωμών. Περιλαμβάνει πολλαπλές δυνατότητες ενημέρωσης και

επικοινωνίας με τους πελάτες και περισσότερα από 3.000 προϊόντα. Για το Ηλεκτρονικό κατάστημα υλοποιήθηκε επιπλέον ειδική προώθηση στις μηχανές αναζήτησης που οδήγησε στον διπλασιασμό των επισκέψεων μέσα σε 2 μήνες. Το ηλεκτρονικό κατάστημα είναι ένα από τα πιο επιτυχημένα του είδους, με πωλήσεις σε όλη την Ελλάδα

www.hobbyarmos.gr



Ηλεκτρονικό κατάστημα της εταιρίας NTAVAS ABEE

Νέο ηλεκτρονικό κατάστημα το οποίο αντικατέστησε το παλιό web site της επιχείρησης και το οποίο παρουσιάζει την πλήρη γκάμα προϊόντων της επιχείρησης και δίνει δυνατότητα για ηλεκτρονικές πωλήσεις.

www.ntavas.com.gr



Ηλεκτρονικό Κατάστημα της επιχείρησης ANESIS Home

Ηλεκτρονικό κατάστημα της επιχείρησης λευκών ειδών ANESIS Home στα Τρίκαλα. Το ηλεκτρονικό κατάστημα δίνει δυνατότητα για On-line αγορές ενώ περιλαμβάνει πλήθος λειτουργιών αναζήτησης και παρουσίασης των προϊόντων.

www.anesishome.gr



Ηλεκτρονικό κατάστημα ΤΣΙΤΣΙΦΛΗΣ

Η Itbiz δημιούργησε ένα δυναμικό e-shop για την εταιρία "ΔΕΡΜΑΤΙΝΑ ΤΣΙΤΣΙΦΛΗΣ". Το e-shop έχει ολοκληρωμένες λειτουργίες παραγγελίας προϊόντων και δίνει τη δυνατότητα ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω του on-line συστήματος της τράπεζας Πειραιώς.

www.tsitsiflis.com.gr/



Ηλεκτρονικό κατάστημα Nafplio Products

Ηλεκτρονικό κατάστημα πώλησης παραδοσιακών προϊόντων από το Ναυπλιο, το οποίο λειτουργεί στην Ελληνική και Αγγλική γλώσσα. Το ηλεκτρονικό κατάστημα επιτρέπει τις On-line πληρωμές και είναι συνδεδεμένο με το τραπεζικό σύστημα της ALPHA Bank.

<http://www.nafplioproducts.gr>



Κόμβος Ηλεκτρονικού Εμπορίου του Εμπορικού Συλλόγου Ελασσόνας

Μετά από πολύμηνη υλοποίηση η ItBiz ολοκλήρωσε τον κόμβο Ηλεκτρονικού Εμπορίου του Εμπορικού Συλλόγου Ελασσόνας, ο οποίος περιλαμβάνει ηλεκτρονικά καταστήματα εμπορικών επιχειρήσεων της Ελασσόνας.

Η εφαρμογή παρέχει πληθώρα δυνατοτήτων τόσο σε επίπεδο χρήσης όσο και σε επίπεδο διαχείρισης, διαθέτει κεντρικό αλλά και επιμέρους συστήματα διαχείρισης ανά ηλεκτρονικό κατάστημα, καθώς και πολλαπλές λειτουργίες αναζήτησης, προϊόντων, επιχειρήσεων αλλά και προσφορών.

www.esel.gr/



Ηλεκτρονικό κατάστημα της εταιρίας KAVI GROUP A.E.

Η Itbiz ολοκλήρωσε το ηλεκτρονικό κατάστημα χονδρικής της εταιρίας KAVI GROUP - ΤΣΑΝΑΚΤΣΙΔΗΣ, το οποίο αποτελεί μια custom B2B εφαρμογή, με εξελιγμένες λειτουργίες παραγγελίας και σύνδεση με το ERP σύστημα της εταιρίας.

b2b.ritsi.eu/



Ηλεκτρονικό κατάστημα - Κύπελλα Γιωτάκης

Η Itbiz υλοποίησε το ηλεκτρονικό κατάστημα της επιχείρησης Κύπελλα Γιωτάκης. Το e-shop παρουσιάζει τον κατάλογο προϊόντων της επιχείρησης, με παραλλαγές και χαρακτηριστικά όπου απαιτείται και δίνει δυνατότητα για ηλεκτρονικές παραγγελίες.

www.giotakiscups.gr/



Satplus E-Shop 2010

Το ηλεκτρονικό κατάστημα SATPLUS ολοκληρώθηκε μέσα στο 2010 και παρέχει πλήρεις δυνατότητες on-line παραγγελίας ηλεκτρονικών ειδών και ψηφιακών συστημάτων.

Περιλαμβάνει πολλαπλές κατηγορίες και υποκατηγορίες προϊόντων, πολλούς τρόπους αναζήτησης προϊόντων και αναλυτική παρουσίαση προϊόντων.

satplus.gr/vmchk.html



COSMOS E-Shop 2009

Η Itbiz ολοκλήρωσε την ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Καταστήματος του Εμπορικού Κέντρου COSMOS στη Λάρισα.

Το Ηλεκτρονικό κατάστημα παρέχει πλήρεις δυνατότητες On-line παραγγελίας προϊόντων, παρακολούθησης των παραγγελιών και ενημέρωσης των πελατών.

www.cosmos.com.gr



Ηλεκτρονικό κατάστημα Flycarpet.gr

Η ItBiz ολοκλήρωσε το ηλεκτρονικό κατάστημα Flycarpet.gr το οποίο πουλά χαλιά και μοκέτες.

Το κατάστημα παρουσιάζει αναλυτικά εκατοντάδες προϊόντα και διαθέτει πλήρεις λειτουργίες αναζήτησης, επιλογής και παραγγελίας προϊόντων.

www.flycarpet.gr/



Ηλεκτρονικό Κατάστημα KHL Trading Ltd

Ολοκληρώθηκε η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού πολυκαταστήματος KHL Trading Ltd. Το ηλεκτρονικό πολυκατάστημα έχει πλήρεις λειτουργίες για την υποστήριξη ηλεκτρονικών συναλλαγών και την παρακολούθηση εξέλιξης των παραγγελιών, ενώ υποστηρίζει πολλαπλές κατηγορίες και υποκατηγορίες προϊόντων.

Εκτός των συνηθισμένων λειτουργιών ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, η συγκεκριμένη εφαρμογή έχει τη δυνατότητα υποστήριξης πολλαπλών διαφημιστικών χώρων αλλά και προβλεπόμενων διαφημιστικών καταχωρήσεων.

www.khl.gr/



Εφαρμογή Ηλεκτρονικού Εμπορίου για την εταιρία DIGITECH

Ολοκληρώθηκε η εφαρμογή ηλεκτρονικού εμπορίου B2B, της εταιρίας DIGITECH A.E. Η εφαρμογή είναι custom made και υλοποιήθηκε μετά από σχεδιασμό ώστε να καλύπτει απόλυτα τις ηλεκτρονικές πωλήσεις χονδρικής της εταιρίας.

Η εφαρμογή περιλαμβάνει πλήρη λειτουργικότητα για διαχείριση χρηστών, καταλόγου προϊόντων, εκπτώσεων, προσφορών, διαχείριση παραγγελιών, αναζήτηση και ηλεκτρονική παραγγελιοληψία.

www.digitech.gr/

Το site [skroutz.gr](http://www.skroutz.gr) (www.skroutz.gr) περιέχει online τα στοιχεία και τις ηλεκτρονικές διευθύνσεις από 663 ηλεκτρονικά καταστήματα και 3.373.468 προϊόντα ενώ παρέχει την δυνατότητα στον χρήστη όχι μόνο να τα επισκεφτεί αλλά να συγκρίνει τις τιμές.

Το 2005 δημιουργήθηκε η συγκεκριμένη ιστοσελίδα και μέχρι σήμερα έχει γιγαντωθεί καθώς πάρα πολλά ηλεκτρονικά καταστήματα βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στη προβολή των προϊόντων τους μέσω αυτής της σελίδας. Ο καταναλωτής μπορεί πολύ εύκολα να βρει το προϊόν το οποίο τον ενδιαφέρει και να δει μία λίστα

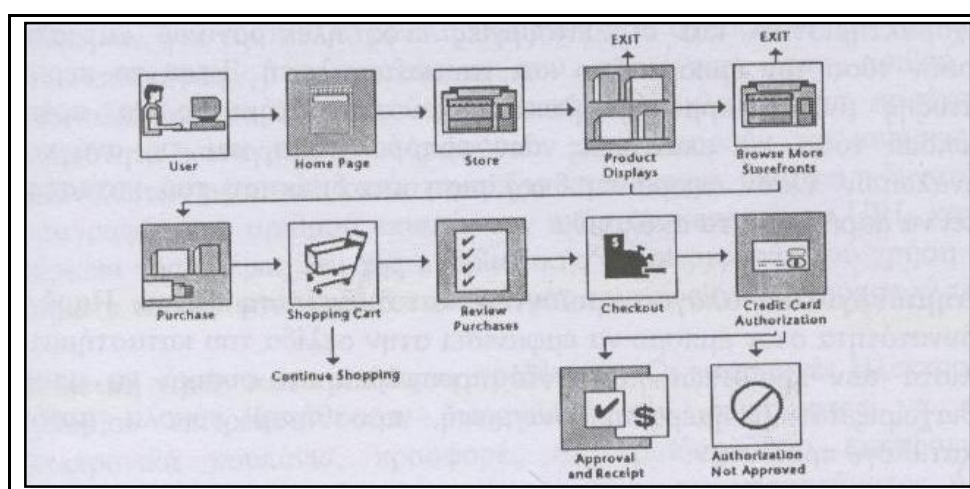
με όλα τα ηλεκτρονικά καταστήματα που το προσφέρουν, να συγκρίνει τιμές, έξοδα αποστολής και χρόνο παράδοσης και μετά να οδηγηθεί με ένα απλό κλικ στο κατάστημα το οποίο προσφέρει το συγκεκριμένο προϊόν.

Τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί έντονα η δυνατότητα κατασκευής ηλεκτρονικής σελίδας με σκοπό τη δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος εξολοκλήρου στο διαδίκτυο και χωρίς κανένα κόστος για τον ενδιαφερόμενο , με μόνη προϋπόθεση τη διατήρηση διαφημιστικού μηνύματος του παροχέα της σελίδας. Οι πλατφόρμες αυτές χρησιμοποιούν τη τεχνολογία content management και είναι ιδιαίτερα εύχρηστες ακόμα και για αρχάριους .

Μια τέτοια σελίδα είναι το www.hpage.com

4.1.4 ΧΡΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Όπως είδαμε παραπάνω ο έμπορος προσπαθεί να προσομοιώσει τον παραδοσιακό κύκλο αγορών μέσα στο διαδίκτυο, ώστε να διευκολύνει τον καταναλωτή. Στη **εικόνα 16**, βλέπουμε τα βήματα που συντελούνται όσον αφορά τη διαδικασία ολοκλήρωσης της αγοράς αγαθών στο Internet⁶⁷ :



Εικόνα 16: Βήματα Ολοκλήρωσης ενός Κύκλου Αγορών στο Internet

- Ο *πελάτης μπαίνει στο site του εμπόρου*, είτε καταχωρώντας το URL του είτε μέσω κάποιου καταλόγου.
- *Αρχικά, βλέπει μια σελίδα με μια συνοπτική περιγραφή των προϊόντων* που προσφέρονται στο κατάστημα, ομαδοποιημένα σε κατηγορίες. Επιλέγει την κατηγορία που τον ενδιαφέρει και εμφανίζεται μια λίστα με τα προϊόντα. Αν επιθυμεί μια πιο λεπτομερή περιγραφή για κάποιο προϊόν, που συνήθως συνοδεύεται και από φωτογραφία, δεν έχει παρά να επιλέξει το προϊόν αυτό.

⁶⁷ Helenpeter Robert, (2001) “ E-επιχειρείν: πλήρης Οδηγός Ανάλυσης”, Αθήνα, εκδόσεις Μ .Γκιούρδας

- Στην σελίδα που αφορά το μεμονωμένο προϊόν, ο **πελάτης μπορεί να επιλέξει/ορίσει τα χαρακτηριστικά του** καθώς και κάποια εκπρωτικά κουπόνια αν είναι διαθέσιμα από το κατάστημα.

- **Τα προϊόντα τοποθετούνται στο καλάθι αγορών.** Κατά την διάρκεια των αγορών, ο καταναλωτής μπορεί να δει τα περιεχόμενα του καλαθιού και να αφαιρέσει ή να προσθέσει προϊόντα.

- **Ο πελάτης εκκινεί την διαδικασία πληρωμής.** Μετά την τελική επικύρωση των αγορών του, ο πελάτης θα πρέπει να εισάγει τις πληροφορίες χρέωσης, μεταφοράς καθώς και τα στοιχεία της πιστωτικής του κάρτας στην φόρμα πληρωμής. Ο αριθμός πιστωτικής κάρτας κρυπτογραφείται και στέλνεται στον Bank Card Acquirer για έλεγχο της κάρτας σε πραγματικό χρόνο. Αν η αίτηση εξουσιοδότησης γίνει αποδεκτή, τότε οι πληροφορίες για τα προϊόντα και τον τρόπο μεταφοράς τους κρυπτογραφούνται και στέλνονται απευθείας στον έμπορο για την διεκπεραίωση της παραγγελίας. Αν η προσπάθεια εξουσιοδότησης αποτύχει, ο πελάτης θα πρέπει να εισάγει ξανά τον αριθμό της πιστωτικής του κάρτας.

- Μετά την ασφαλή μετάδοση της παραγγελίας, **παράγεται από τον server του εμπόρου μια απόδειξη πληρωμής**, κρυπτογραφείται και στέλνεται στο PC του πελάτη.

- **Η απόδειξη αυτή περιλαμβάνει ένα αριθμό παραγγελίας** καθώς και μια λίστα με τα προϊόντα που ο πελάτης αγόρασε.

Εδώ θα πρέπει να επισημάνουμε ότι δεν είναι απαραίτητο η πληρωμή να γίνει με πιστωτική κάρτα. Σχεδόν όλα τα ηλεκτρονικά καταστήματα δέχονται πάνω από τρεις μεθόδους πληρωμής . Πρακτικά, ο πελάτης μπορεί να πραγματοποιήσει μια ολοκληρωμένη αγορά σύμφωνα με τα παραπάνω αλλά να πληρώσει με αντικαταβολή ή προπληρωμή.

Όπως είναι γνωστό, όλες οι εφαρμογές του ηλεκτρονικού εμπορίου παρέχονται μέσω του διαδικτύου και αυτό σημαίνει ότι θα πρέπει να στηρίζονται σε

μια web πλατφόρμα. Το ηλεκτρονικό κατάστημα που βασίζεται σε μια web εφαρμογή για την υλοποίηση του, πρέπει να πληρεί τις παρακάτω προϋποθέσεις⁶⁸:

- Να παρέχει την κατάλληλη διεπαφή χρήστη, επιτρέποντας έναν ευέλικτο σχεδιασμό και παρουσίαση του καταστήματος (διαμόρφωση σελίδων ρυθμίσεις για το κατάστημα κ.λπ.)
- Να παρέχει ένα σύνολο από εργαλεία για την ευκολότερη και πιο ευέλικτη ανάπτυξη και διαχείριση ενός ηλεκτρονικού καταστήματος
- Να διαθέτει μια σειρά από επιλογές που εξασφαλίζουν την απαραίτητη λειτουργικότητα του καταστήματος.

Τα χαρακτηριστικά και οι λειτουργίες ενός ηλεκτρονικού καταστήματος αφορούν τόσο τον έμπορο όσο και τον καταναλωτή. Έτσι, το περιβάλλον ανάπτυξης μιας εφαρμογής ηλεκτρονικού καταστήματος θα πρέπει να ικανοποιεί τόσο τις απαιτήσεις των εμπόρων όσο και τις ανάγκες καταναλωτών.

Όσον αφορά τη διαχείριση και διοίκηση του e-shop πρέπει να τηρούνται τα εξής:

- **Δημιουργία καταλόγου προϊόντων και διαχείριση αυτού.**

Παρέχεται δυνατότητα στον έμπορο να εμφανίσει στην σελίδα του καταστήματος λίστα των προϊόντων που αυτό προσφέρει και φυσικά να μπορεί να διαχειρίζεται (ενημέρωση, διαγραφή, προσθήκη)

- **Υπολογισμός εξόδων αποστολής και παράδοσης προϊόντων.**

Όταν ο πελάτης παραγγείλει τα προϊόντα που επιθυμεί να αγοράσει, δημιουργείται ένα εικονικό τιμολόγιο, στο οποίο υπολογίζεται το συνολικό ποσό πληρωμής για τον πελάτη, τα έξοδα αποστολής των παραγγελθέντων προϊόντων, ενώ καθορίζεται και ο τρόπος μεταφοράς και διανομής αυτών (π.χ μέσω εταιρείας courier).

⁶⁸
vol.6, no.3

Dickinson K. (1998), *Keeping an electronic commerce shop*, Standard View,

- **Ανάλυση του προφίλ και της αγοραστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών.**

Οι εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου παρέχουν την δυνατότητα παρακολούθησης και καταγραφής της αγοραστικής συμπεριφοράς του καταναλωτή. Γνωρίζοντας ο έμπορος τις προτιμήσεις του καταναλωτή και τα είδη των προϊόντων που συνήθως αγοράζει, μπορεί να χαράξει διαφορετική πολιτική προώθησης προϊόντων για τον κάθε πελάτη (one-to-one marketing), καθώς επίσης να προσδιορίσει το αγοραστικό του προφίλ, έτσι ώστε να καθορίσει την ποσότητα και την ποιότητα της παραγωγικής διαδικασίας.

- **Δυνατότητα διαφήμισης.**

Είναι πλέον συνηθισμένο το φαινόμενο διαφήμισης άλλων εταιρειών ή και προϊόντων της ίδιας της επιχείρησης, μέσα από την σελίδα του καταστήματος. Ο έμπορος μπορεί να διαφημίζει προϊόντα που προσφέρει σε ειδικές, μειωμένες τιμές, ή άλλες εταιρείες οι οποίες παρέχουν προϊόντα που συμπληρώνουν αυτά του καταστήματος. Για παράδειγμα, ένα κατάστημα ηλεκτρονικών ειδών μπορεί να διαφημίζει ένα άλλο ηλεκτρονικό κατάστημα το οποίο πουλάει μπαταρίες.

- **Παραγωγή αναφορών και παρακολούθηση καταναλωτών.**

Τα συστήματα ηλεκτρονικών καταστημάτων παρέχουν, για τον ιδιοκτήτη του ηλεκτρονικού καταστήματος, την δυνατότητα παραγωγής ενός αριθμού προκαθορισμένων αναφορών, για την συλλογή πληροφοριών που σχετίζονται με τον αριθμό των επισκέψεων, τις πωλήσεις των προϊόντων, τον αριθμό των καταναλωτών που επισκέπτονται το κατάστημα κλπ. Ακόμα, παρέχεται η δυνατότητα καταγραφής πληροφοριών που αφορούν τις κινήσεις των καταναλωτών μέσα στο e-shop. Για παράδειγμα, υπάρχει η δυνατότητα καταγραφής του αριθμού επισκέψεων ενός συγκεκριμένου URL κατά τη διάρκεια της ημέρας και της αγοραστικής συμπεριφοράς του χρήστη (ποια τμήματα του e-shop επισκέφθηκε, ποια προϊόντα αγόρασε κλπ).

- **Πολιτική τιμών και προώθηση προϊόντων.**

Οι εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου επιτρέπουν στον διαχειριστή του συστήματος να ορίσει ηλεκτρονικά κουπόνια, προσφορές σε προϊόντα και εκπτώσεις

σε συγκεκριμένα τμήματα ή μεμονωμένα προϊόντα του καταστήματος. Αυτή η πολιτική τιμών μπορεί να εφαρμοστεί για συγκεκριμένες ημερομηνίες και χρονικές περιόδους και με ποικίλους τρόπους. Μπορεί, για παράδειγμα, να εμφανιστεί ένα προϊόν στον καταναλωτή μέσα σε ένα συγκεκριμένο τμήμα του καταστήματος, το οποίο θα πωλείται σε τιμή προσφοράς μόνο για συγκεκριμένες ώρες. Όταν περάσει το χρονικό αυτό διάστημα, τότε αυτόματα το προϊόν δεν εμφανίζεται πλέον στην λίστα των προσφορά. Επίσης, ο έμπορος είναι σε θέση να προωθήσει τα προϊόντα του με διάφορους τρόπους, πέρα από την προσφορά εκπτώσεων. Έτσι, έχει τη δυνατότητα να διαφημίσει (συνήθως με μορφή banner) μέσα στο κατάστημα εκείνα τα προϊόντα που θέλει να πουλήσει, που ταιριάζουν στις προτιμήσεις του εκάστοτε πελάτη που βρίσκεται μέσα στο κατάστημα (εξατομίκευση εμπορίου) ή εκείνα που συνδυάζονται με τα προϊόντα που έχει τοποθετήσει μέσα στο καλάθι αγορών ο καταναλωτής.

- **Πελάτες-Επισκέπτες και Πελάτες-Λογαριασμού (Walk-in & Account customers).**

Η πολιτική που ακολουθούν οι περισσότερες τωρινές εφαρμογές ηλεκτρονικών καταστημάτων επιβάλλουν την κατηγοριοποίηση πελατών, η οποία εντάσσεται στην προσπάθεια προώθησης προϊόντων και εξατομίκευσης της πολιτικής πώλησης. Έτσι, υπάρχει η δυνατότητα διαχωρισμού των πελατών σε πελάτες-επισκέπτες που απλώς εισέρχονται στο κατάστημα, και σε τακτικούς πελάτες οι οποίοι διαθέτουν λογαριασμό στο κατάστημα (έχουν ήδη κάνει εγγραφή - registration).

Για έναν καταναλωτή που διαθέτει λογαριασμό στο κατάστημα, υπάρχει δυνατότητα ένταξης αυτού σε μια συγκεκριμένη κατηγορία λογαριασμού. Αυτές οι κατηγορίες λογαριασμών ορίζονται από τον διαχειριστή συστήματος, ο οποίος μπορεί να καθορίσει τα χαρακτηριστικά και πλεονεκτήματα κάθε κατηγορίας. Για παράδειγμα, *μπορούν να οριστούν κατηγορίες Gold ή Silver πελάτη*. Στην κατηγορία του Gold λογαριασμού ο έμπορος αποδίδει υψηλής ποιότητας υπηρεσίες, όπως είναι η παροχή υψηλών εκπτώσεων και προσφορών, ενώ στην κατηγορία Silver λογαριασμού, αποδίδει λιγότερα προνόμια.

Για τους *πελάτες που εγγράφονται στο κατάστημα*, το σύστημα δημιουργεί έναν λογαριασμό όπου ο καταναλωτής δηλώνει τα προσωπικά του στοιχεία (όνομα διεύθυνση, τηλέφωνο κλπ), και του *χορηγείται username και password*. Τέλος, οι

πελάτες που διαθέτουν λογαριασμό έχουν τη δυνατότητα δηλώσουν τις προτιμήσεις τους, έτσι ώστε να βλέπουν μόνο εκείνα προϊόντα που τις ικανοποιούν.

- **Υπολογισμός φόρων.**

Σημαντικό, αλλά και αμφιλεγόμενο, χαρακτηριστικό των ηλεκτρονικών καταστημάτων αποτελεί η επιβολή φόρων. Συνήθως, οι λειτουργίες του ηλεκτρονικού καταστήματος ολοκληρώνονται με προσθήκη λογισμικού για επιβολή φόρων, το οποίο και υπολογίζει τον φόρο ανάλογα με την γεωγραφική τοποθεσία του εμπόρου και του καταναλωτή.

- **Διαδικασία πληρωμής.**

Οι εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου υποστηρίζουν έναν αριθμό από σημαντικούς παροχείς ηλεκτρονικών πληρωμών, όπως είναι η Cyber Cash και η Verifone, για την παροχή μιας από άκρη-σε-άκρη λύσης για πραγματοποίηση ασφαλών πληρωμών και ελέγχου των στοιχείων πιστωτικής κάρτας.

Κάτι τέτοιο βέβαια, εμπεριέχει την κρυπτογράφηση της πληροφορίας για την πιστωτική κάρτα, έτσι ώστε να μπορεί να διαβαστεί μόνο από τον αποδέκτη και επεξεργαστή των στοιχείων της πιστωτικής κάρτας, ο οποίος θα είναι διαφορετικός από τον έμπορο. Επιπλέον, η Cyber Cash προσφέρει την δυνατότητα χρήσης μικροπληρωμών, δηλαδή οικονομικών συναλλαγών με μικρές υποδιαιρέσεις ηλεκτρονικού χρήματος.

Κοινό χαρακτηριστικό των περισσότερων ηλεκτρονικών καταστημάτων αποτελεί ένα γραφικό εργαλείο, το οποίο προσφέρει πρωταρχικές λειτουργίες στον έμπορο. Συνήθως, πρόκειται για ένα ιεραρχικό γραφικό εργαλείο μέσω του οποίου είναι δυνατή η διαχείριση της λύσης ηλεκτρονικού εμπορίου που προτείνεται από την κάθε εταιρεία.

Το εργαλείο αυτό παρέχει στον έμπορο την δυνατότητα διαμόρφωσης του καταστήματος (ορισμός της ιεραρχίας του καταστήματος, των τμημάτων και υποτιμημάτων, των προϊόντων κλπ.). Επιπλέον, μέσω αυτού του εργαλείου, καθίσταται δυνατή η διαχείριση των επιχειρηματικών επιλογών του εμπόρου όσον αφορά την επεξεργασία της διαδικασίας των μεθόδων πληρωμής, την επιβολή

φορολογίας, την αποστολή και παράδοση των προϊόντων, καθώς και την διαχείριση της αποθήκης.

Επίσης, παρέχεται η δυνατότητα στον έμπορο να ορίσει και να χρησιμοποιήσει εκείνα τα χαρακτηριστικά που επιτρέπουν το εξατομικευμένο εμπόριο, όπως είναι οι εκπτώσεις, τα κουπόνια και η δημιουργία κατηγοριών λογαριασμών.

Συγκεντρώνοντας τα παραπάνω τα χαρακτηριστικά και οι λειτουργίες ενός ηλεκτρονικού καταστήματος που αφορούν τους καταναλωτές μπορούν να αποδοθούν με μορφή **πίνακα 9** :

Επιλογή	Διαθέσιμες λειτουργίες
Δημιουργία λογαριασμού (Create account)	§Δημιουργία λογαριασμού §Μετατροπή λογαριασμού §Κατάσταση λογαριασμού §Κατάσταση παραγγελιών που §Εκκρεμούν §Ορισμός προτιμήσεων
Προσθήκη προϊόντος στο καλάθι αγορών (Add to cart)	Προσθέτει το τρέχον εμφανιζόμενο προϊόν στο καλάθι αγορών
“Βοηθός”	Επιτρέπει στον πελάτη να προσθέσει σχόλια ή να ελέγξει την κατάσταση της παραγγελίας του (check order status)

Ακύρωση εξόδου από το κατάστημα	Ακυρώνει την έκδοση λογαριασμού, καταργώντας την τελευταία δημιουργημένη παραγγελία και τοποθετώντας τα προϊόντα πίσω στο καλάθι αγορών
Ακύρωση παραγγελίας (Cancel order)	Αδειάζει το καλάθι αγορών και καταργεί την Τελευταία παραγγελία
Έξοδος από το κατάστημα	<p>§Πραγματοποίηση παραγγελίας</p> <p>§Ακύρωση παραγγελίας</p> <p>§Πληρωμή για την παραγγελία</p> <p>§Αφαίρεση προϊόντος από την παραγγελία</p> <p>§Προσθήκη ή αφαίρεση προϊόντος από την παραγγελία και επαναυπολογισμός αυτής</p>
Επιλογή	Διαθέσιμες λειτουργίες
Προσθήκη κουπονιού	Δημιουργεί ένα εκπτωτικό κουπόνι και το προσθέτει σε λογαριασμό πελάτη
Κουπόνια στο κατάστημα	Παρουσιάζει όλα τα κουπόνια
Κατάλογος	Παρουσιάζει όλα Τμήματα τα ανώτερου επιπέδου
Άδειασμα καλαθιού αγορών	Αδειάζει τα περιεχόμενα του καλαθιού

(Empty cart)	αγορών
Είσοδος στο κατάστημα με πιστοποίηση ταυτότητας (Login)	Επιτρέπει σε έναν account customer, που διαθέτει σωστό user name και password, να εισέλθει στο κατάστημα.
Συναλλαγή ή μη, με βάση τις προτιμήσεις των καταναλωτών (Personalized View On/Off)	Αλλάζει την κατάσταση του καταστήματος μεταξύ personalized και normal. Η normal κατάσταση παρουσιάζει όλα τα τμήματα και προϊόντα, ενώ η personalized κατάσταση εμφανίζει μόνο εκείνα τα τμήματα και τα προϊόντα τα οποία ταιριάζουν με τις προτιμήσεις του
Παραγγελιοληψία	Επιβεβαιώνει την παραγγελία και προχωράει στον έλεγχο της πληρωμής
Επαναυπολογισμός προϊόντων μέσα στο καλάθι αγορών (Recalculate)	Επαναυπολογίζει το σύνολο των προϊόντων μέσα στο shopping cart, μετά από αλλαγή στο πεδίο της ποσότητας
Επαναυπολογισμός παραγγελίας	Επαναυπολογίζει το συνολικό ποσό της παραγγελίας μετά από μεταβολή της ποσότητας των παραγγελθέντων προϊόντων, προσθήκη ενός κουπονιού ή μεταβολή των μεθόδων αποστολής και πληρωμής
Εγγραφή	Επιτρέπει σε έναν walk-in πελάτη να

(Registration)	εγγραφεί ως account customer
Προσφορές του τμήματος (Section sales)	Παρουσιάζει τα προϊόντα που βρίσκονται σε προσφορές, στο τρέχον τμήμα
Αναζήτηση στο κατάστημα (Search)	Εκτελεί αναζήτηση σε ολόκληρο το κατάστημα για συγκεκριμένα προϊόντα. Τα κριτήρια αναζήτησης βασίζονται σε όνομα ενός προϊόντος ή στην περιγραφή του
Επιλογή	Διαθέσιμες λειτουργίες
Περιεχόμενα καλαθιού αγορών (Cart)	Παρουσιάζει τα περιεχόμενα του καλαθιού αγορών Βγάζει αντικείμενα από το καλάθι αγορών Αυξάνει ή μειώνει την ποσότητα ενός προϊόντος μέσα στο καλάθι αγορών
Κατάσταση παραγγελίας (Order status)	Εμφανίζει την κατάσταση της παραγγελίας
Πελάτης επισκέπτης (walk-in)	Επιτρέπει σε έναν πελάτη να εισέλθει στο κατάστημα ως walk-in πελάτης

Πίνακας 9 : Στοιχεία Λειτουργικότητας Ηλεκτρονικού Καταστήματος για τον Καταναλωτή

4.2 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΑΓΟΡΑ

Όπως στην υπόλοιπη Ευρώπη, έτσι και στην Ελλάδα το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει αρχίσει να αναπτύσσεται, ενώ όλο και περισσότερα ελληνικά καταστήματα δραστηριοποιούνται στην ηλεκτρονική αγορά.

Το βασικό πρόβλημα της ελληνικής δικτυακής αγοράς είναι η δυσκολία εντοπισμού των ηλεκτρονικών καταστημάτων. Κυρίως η λειτουργικότητα και η αισθητική τους είναι κάτω του μέτριου. Τα καταστήματα που αξίζει ο κόπος να επισκεφτεί κανείς είναι λίγα.

Συνήθως πέφτουμε τυχαία σε κάποιο κατάστημα on-line, κάτι όμως που δεν βοηθάει την όλη κατάσταση. Ένας άλλος τρόπος εντοπισμού τους είναι οι ελληνικές μηχανές αναζήτησης, που και αυτές με τη σειρά τους δεν έχουν καμία σχέση με τις αντίστοιχες των Η.Π.Α.

Παρακάτω, αναφέρουμε ενδεικτικά μερικά από τα καλύτερα ελληνικά ηλεκτρονικά καταστήματα. Η επιλογή τους έχει γίνει με βάση τη γενική εικόνα τους, την ποικιλία των προϊόντων τους και την ενημέρωσή τους :

- ΠΛΑΙΣΙΟ (<http://www.plaisio.gr/>)

Στο δικτυακό τόπο της γνωστής αλυσίδας καταστημάτων Πλαίσιο οι επισκέπτες θα βρουν μία μεγάλη ποικιλία προϊόντων που καλύπτουν τους υπολογιστές, τις τηλεπικοινωνίες και άλλα είδη γραφείου, δώρα κ.λ.π. Το site χωρίζεται σε επτά διαφορετικές ενότητες που με τη σειρά τους περιλαμβάνουν πολλές υποκατηγορίες, ενώ η ενσωματωμένη μηχανή αναζήτησης διευκολύνει ακόμη περισσότερο τις αγορές.

Για να ψωνίσουν από το site οι ενδιαφερόμενοι , θα πρέπει πρώτα να εγγραφούν ηλεκτρονικά, μία διαδικασία που δεν διαρκεί πολύ και δεν θα προβληματίσει τους χρήστες. Οι μέθοδοι πληρωμής και αποστολής αποτελούν ένα από τα δυνατά σημεία του site, καθώς περιλαμβάνουν την αντικαταβολή, τη χρέωση

πιστωτικής κάρτας και την κατάθεση σε λογαριασμό τραπεζής, ενώ οι καταναλωτές μπορούν επίσης να παραλάβουν μονοί τους τα προϊόντα που παρήγγειλαν από οποιοδήποτε κατάστημα της αλυσίδας τους εξυπηρετεί.

Το Πλαίσιο χρησιμοποιεί τεχνολογία SSL (Secure Sockets Layer) και διαθέτει ψηφιακό πιστοποιητικό προστασίας από τη Verisign Inc. Το περιβάλλον χαρακτηρίζεται φιλικό και οι πληροφορίες για κάθε προϊόν που περιλαμβάνεται στις ιστοσελίδες του ικανοποιητικές.

- **E-SHOP** (<http://www.e-shop.gr>)

Το e-shop ξεκίνησε τη δραστηριότητα του στο Διαδίκτυο το 1998. Διαθέτει κυρίως προϊόντα πληροφορικής, ψυχαγωγίας και γραφείου, χωρισμένα σε οκτώ κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία οδηγεί το χρήστη στο ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο του e-shop, το οποίο είναι επίσης χωρισμένο σε επιμέρους κατηγορίες.

Στην επόμενη κατηγορία μπορεί κανείς να βρει ότι χρειάζεται για να αναβαθμίσει τον υπολογιστή του, Το ηλεκτρονικό κατάστημα πουλάει έτοιμα συστήματα υπολογιστών, notebooks και πάσης φύσεως περιφερειακά. Κάνοντας κλικ στο link "Αναλώσιμα", μεταφέρεστε στο "υποκατάστημα" Melani.gr στο οποίο μπορείτε να βρείτε αναλώσιμα για τον εκτυπωτή σας, από μελάνια και χαρτιά μέχρι μέσα αποθήκευσης κάθε είδους, από CD και DVD μέχρι μνήμες flash.

Η αναζήτηση του προϊόντος που σας ενδιαφέρει γίνεται σε κάθε περίπτωση μέσω της ενσωματωμένης μηχανής αναζήτησης, αλλά και της περιήγησης στις διάφορες κατηγορίες, ενώ για κάθε προϊόν διατίθεται φωτογραφία και μία ποικιλία πληροφοριών. Το περιβάλλον του site δεν εντυπωσιάζει, καθώς έχει διατηρήσει την ίδια μορφή εδώ και πολλά χρόνια διαθέτει όμως αξιοσημείωτη ποικιλία προϊόντων και καλές τιμές.

Ως προς την πληρωμή των αγορών, οι καταναλωτές μπορούν να επιλέξουν την αντικαταβολή, τη χρέωση της πιστωτικής κάρτας τους και την κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό. Η αποστολή των προϊόντων γίνεται μέσω courier (μέσα σε 2 εργάσιμες ημέρες), μέσω ΕΛΤΑ (μέσα σε 4-5 εργάσιμες] ή με μεταφορικό πρακτορείο. Το κόστος αποστολής βαρύνει τον παραλήπτη.

Κατά την υποβολή της παραγγελιάς, ο χρήστης λαμβάνει αυτόματα ένα e-mail, στο οποίο αναφέρονται α πληροφορίες της παραγγελίας. Μπορεί επίσης, οποιαδήποτε στιγμή να βλέπει τα στάδια διεκπεραίωσης .Σίγουρα πρόκειται για μια χρήσιμη υπηρεσία που προσδίδει κύρος σε ένα κατάστημα "που δραστηριοποιείται στο Διαδίκτυο.

- **ΠΑΠΑΣΩΤΗΡΙΟΥ** (<http://www.papasotiriou.gr>)

Το κατάστημα on-line του Παπασωτηρίου είναι ίσως το μόνο που μπορεί να συγκριθεί με τα αντίστοιχα καταστήματα του εξωτερικού. Η σχεδιάσή του είναι πολύ καλή, ενώ στην πρώτη σελίδα του υπάρχουν παραπομπές σε προσφορές, νέες κυκλοφορίες, και στην πολύ καλή μηχανή αναζήτησης.

Τα διαθέσιμα προϊόντα είναι η πληθώρα των βιβλίων και των CD σε διάφορες τιμές. Βέβαια υπάρχουν διάφορες προσφορές που ισχύουν ειδικά για το κατάστημα on-line. Μια πολύ καλή προσπάθεια, από ένα μεγάλο όνομα της ελληνικής αγοράς, που είναι είναι το σημείο αναφοράς σε ό,τι αφορά στα βιβλία και τα CD πολυμέσων και παιχνιδιών.

Για την κατασκευή ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop), σημαντική παράμετρος αποτελεί το κόστος. Το κόστος καθορίζεται ανάλογα με τον προς δημιουργία τύπο e-shop και τις υπηρεσίες που αυτό προσφέρει.

5 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5.1 ΕΠΙΛΟΓΟΣ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα ηλεκτρονικά καταστήματα – e shops έχουν εδραιωθεί στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον. Μέσα από την μελέτη διαφόρων εννοιών που σχετίζονται με το ηλεκτρονικό εμπόριο γενικότερα, συμπεραίναμε ότι η σύσταση και υλοποίηση ενός ηλεκτρονικού καταστήματος δεν απαιτεί τεχνικές γνώσεις από την πλευρά του ιδιώτη αλλά μπορεί να αποτελέσει προϊόν σχεδιασμού από εταιρίες που ειδικεύονται πάνω σε αυτό.

Τα σημαντικά πλεονεκτήματα που προσφέρονται από την υλοποίηση ενός e-shop έναντι των καταστημάτων που έχουν φυσική παρουσία είναι η ευελιξία στις συναλλαγές, το μικρό κόστος και ασφαλώς η εξοικονόμηση χρόνου.

Όλο και περισσότερο έλληνες καταναλωτές έχουν αρχίσει τα τελευταία χρόνια να εμπιστεύονται τα ηλεκτρονικά καταστήματα τα οποία αρχίζουν να αποχτούν ένα σημαντικότερο μερίδιο αγοράς σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια που βρισκόμασταν σε εμβρυακό επίπεδο σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Οι ρυθμοί ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου τα τελευταία χρόνια είναι εντυπωσιακοί καθώς μέχρι πριν λίγα χρόνια ο Έλληνας καταναλωτής δεν εμπιστευόταν εύκολα το ηλεκτρονικό κατάστημα ακόμα και αν είχε εξοικείωση και πρόσβαση στο διαδίκτυο.

Η πιο ισχυρή κρυπτογράφηση και τα πρωτοκολλά ασφαλείας προσφέρουν κάποια σιγουριά στο καταναλωτή ωστόσο οι συναλλαγές μέσω διαδικτύου ποτέ δεν είναι απόλυτα ασφαλείς όπως αντίστοιχα όμως δεν είναι και οι αγορές σε ένα φυσικό κατάστημα. Ίσως όμως να είναι πιο πιθανό να μας κλέψουν το πορτοφόλι πηγαίνοντας ή την ώρα που βρισκόμαστε μέσα στο φυσικό κατάστημα από το να διαρρεύσει σε κάποιον τρίτο ο αριθμός της πιστωτικής μας κάρτας και να καταφέρει στη συνέχεια να μας αποσπάσει κάποιο χρηματικό ποσό. Ακόμα και σε αυτή τη περίπτωση, συνήθως το ποσό αυτό δεν είναι μεγάλο καθώς οι δράστες τέτοιων ψηφιακών εγκλημάτων γνωρίζουν ότι όσο μεγαλύτερο είναι το ποσό που αποσπούν, τόσο μεγαλύτερες είναι και οι πιθανότητες να πέσουν σύντομα στα δίχτυα του νόμου.

Δυστυχώς δεν υπάρχει τρόπος να προσφέρουμε απόλυτη ασφάλεια στον επισκέπτη του ηλεκτρονικού μας καταστήματος. Πολύ συχνά μπορεί η διαρροή των στοιχείων του πελάτη να οφείλετε σε κάποιο κακόβουλο λογισμικό που έχει εγκατασταθεί στον δικό του προσωπικό υπολογιστή και κατά τη διαδικασία πληρωμής που θα γίνει με τα αντίστοιχα πρωτόκολλα ασφαλείας και κρυπτογράφησης στο κατάστημά μας να διαρρεύσουν τα στοιχεία του. Ο πιο συχνός τρόπος διαρροής τέτοιων στοιχείων είναι με κάποιο “keyboard snifer” που “εκτελείτε” στο παρασκήνιο των διεργασιών του υπολογιστή και έχει τη δυνατότητα να καταγράφει όλες τις πληκτρολογήσεις του χρήστη και στη συνέχεια να τις αποστέλλει στο “δημιουργό” του συγκεκριμένου προγράμματος. Έτσι μπορούν εύκολα να διαρρεύσουν στοιχεία πιστωτικής κάρτας. Είναι σημαντικό λοιπόν εκτός από εφησυχασμός στους υποψήφιους καταναλωτές του διαδικτύου να υπάρχει και σωστή ενημέρωση για το πώς μπορούν να αποφευχθούν τέτοια δυσάρεστα γεγονότα. Τα εικονικά πληκτρολόγια στην οθόνη του υπολογιστή μας είναι μία λύση αλλά σε γενικές γραμμές είναι ένας τρόπος καταχώρισης δύσχρηστος που δεν χρησιμοποιείται συχνά. Είναι σημαντικό ο καταναλωτής χρήστης λοιπόν να έχει εγκατεστημένο κάποιο ενημερωμένο πρόγραμμα antivirus και κάποιο firewall στον υπολογιστή του χωρίς αυτό όμως να μπορεί να εγγυηθεί απόλυτα την ασφάλεια των στοιχείων του. Η ενημέρωση του καταναλωτή είναι σημαντική προκειμένου να μην υπάρχει σύγχυση και να μας κατηγορήσει αδικώς ως ηλεκτρονικό κατάστημα για τη διαρροή των στοιχείων του όταν και όποτε αυτή γίνει καθώς η από στόμα σε στόμα διαφήμιση είναι από τα πιο ισχυρά μέσα διαφήμισης και δε θα θέλαμε να βρεθούμε στο στόχαστρο μίας τέτοιας αρνητικής διαφήμισης.

Φυσικά όπως έχει αποδειχτεί στη πράξη τα πιο επιτυχημένα e-shop είναι και πραγματικά καταστήματα καθώς ο καταναλωτής δεν εμπιστεύεται εύκολα ένα κατάστημα του οποίου το εμπορικό σήμα του είναι άγνωστο το ίδιο εύκολα. Κάτι τέτοιο μπορεί να ξεπεραστεί ως ένα βαθμό μέσω κάποιας ιστοσελίδας που συγκεντρώνει ηλεκτρονικά καταστήματα και τα προϊόντα τους και είναι ευρέως γνωστή και αποδεκτή.

Οι βασικοί τρόποι υλοποίησης ηλεκτρονικού καταστήματος είναι δύο. Είτε η επιχείρηση να απευθυνθεί σε μία άλλη επιχείρηση παροχής τέτοιων υπηρεσιών είτε να φτιάξει το δικό της ηλεκτρονικό κατάστημα.. Φυσικά στη δεύτερη περίπτωση το κόστος είναι πολύ μεγαλύτερο και απαιτεί την πρόσληψη εξειδικευμένου προσωπικού που θα επιμελείται της ομαλής λειτουργίας του ηλεκτρονικού

καταστήματος και απευθύνεται σε πολύ μεγάλες εταιρίες σε αντίθεση με τη πρώτη περίπτωση που το κόστος υλοποίησης είναι πολύ μικρότερο και εφικτό για τις περισσότερες επιχειρήσεις.

Ένα άλλο βασικό στοιχείο για την υλοποίηση του ηλεκτρονικού καταστήματος είναι ο τρόπος πληρωμής. Με ποιο τρόπο δηλαδή θα μπορεί ο καταναλωτής να πληρώσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τις οποίες αγοράζει. Είναι εύκολα κατανοητό ότι όσο περισσότερες επιλογές δίνουμε στο καταναλωτή τόσο πιο εύκολα μπορεί να αγοράσει από το κατάστημά μας. Οι βασικοί τρόποι είναι μέσω πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας, μέσω εταιριών-τραπεζών μεσαζόντων ανάμεσα στη πιστωτική του καταναλωτή και την εταιρία μας όπως είναι η εταιρίες PayPal και moneybookers, μέσω Paysafe που μπορεί ο καταναλωτής να αγοράσει εύκολα από κάποιο περίπτερο στην Ελλάδα, με έμβασμα και φυσικά με αντικαταβολή. Όλο και περισσότερα e-shop μεταβιβάζουν τη διαδικασία εκτέλεσης της πληρωμής σε κάποια τράπεζα που προσφέρει αυτές τις υπηρεσίες με αποτέλεσμα συχνά η διαδικασία πληρωμής να μη γίνεται στην ιστοσελίδα του καταστήματος αλλά ο χρήστης να μεταφέρεται στην ιστοσελίδα της τράπεζας που συνεργάζεται για να γίνει η χρέωση του ποσού με μεγαλύτερη ασφάλεια.

Ο τρόπος, ο χρόνος και το κόστος αποστολής όταν το ηλεκτρονικό μας κατάστημα εμπορεύεται προϊόντα είναι επίσης κάτι που μπορεί να αποτελέσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα όχι μόνο απέναντι στα άλλα ηλεκτρονικά καταστήματα αλλά και στα φυσικά καταστήματα. Όπως με την υλοποίηση του ηλεκτρονικού καταστήματος έτσι και σε αυτή τη περίπτωση υπάρχουν δύο επιλογές. Είτε η συνεργασία με κάποια εταιρία courier είτε το δικό μας δίκτυο διανομής. Είναι και σε αυτή τη περίπτωση εύκολα κατανοητό πως μόνο μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων με φυσική παρουσία σε όλη την Ελλάδα μπορούν να επιλέξουν τον δεύτερο τρόπο. Το κόστος αποστολής όταν στέλνουμε ένα προϊόν μπορεί να επιβαρύνει είτε τον καταναλωτή είτε εμάς και αυτό μπορεί να εξαρτάτε από την αξία του προϊόντος και από τη πολιτική αποστολής μας. Συνήθως είναι σχεδόν αδύνατο όμως η αποστολή να επιβαρύνει την εταιρία και όχι τον καταναλωτή όταν η αξία του προϊόντος είναι μικρή. Η επίτευξη συμφωνίας ευνοϊκής με την εταιρία που θα αναλάβει να διανέμει τα προϊόντα μας λοιπόν είναι μείζονος σημασίας.

Η πώληση προϊόντων ή υπηρεσιών στην Ελλάδα επιβαρύνεται φυσικά με τους ίδιους φόρους όπως και η πώληση σε ένα φυσικό κατάστημα. Η κύρια διαφοροποίηση είναι στη προστασία του καταναλωτή από τη παραπλάνηση από μέρους της εταιρίας καθώς δεν έχει δει ο ίδιος το προϊόν που του πουλάμε. Αυτό του δίνει το δικαίωμα να ακυρώσει τη πώληση σε εύλογο χρονικό διάστημα, γι αυτό είναι σημαντικό το ηλεκτρονικό μας κατάστημα να δίνει τις απαραίτητες λεπτομέρειες και να κατατοπίζει το καταναλωτή πλήρως και με σαφήνεια για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που προσφέρει. Σε κάθε ηλεκτρονική συναλλαγή, ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα της αναιτιολόγητης, εντός 14ημερου, υπαναχώρησης στη σύμβαση και επιστροφής του προϊόντος που έχει αγοράσει στην αρχική του κατάσταση. Ο καταναλωτής δεν βαρύνεται με τα έξοδα επιστροφής. Κάθε περιορισμός που θέτει το ηλεκτρονικό κατάστημα στο χρόνο υπαναχώρησης είναι άκυρος. Αντίθετα ο χρόνος μπορεί να είναι μεγαλύτερος, αν υπάρχει σχετική συμφωνία μεταξύ των μερών. Όταν δεν υπάρχει προθεσμία εκτέλεσης της σύμβασης, ο χρόνος εκτέλεσης δεν πρέπει να ξεπερνά τις 30 ημέρες από την παραγγελία.. Ωστόσο οι διαδικτυακοί τόποι ηλεκτρονικού εμπορίου που δεν εδρεύουν σε κράτος – μέλος της Ε.Ε. δεν υπόκεινται στις ρυθμίσεις της ευρωπαϊκής νομοθεσίας.

Μία άλλη παράμετρος που πρέπει να υπολογίσουμε και να είμαστε πολύ προσεκτικοί είναι η προστασία των προσωπικών δεδομένων των πελατών μας καθώς παρά το γεγονός του ότι δεν είναι πάντα απαραίτητο ο «πελάτης» μας να δημιουργήσει προσωπικό λογαριασμό χρήστη στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα στη πραγματικότητα μας είναι πολύ χρήσιμο από πλευράς μάρκετινγκ και στοχευόμενης προώθησης προϊόντων και είναι ένα πολύ σημαντικό πλεονέκτημα για την επιχείρηση σε σχέση με το φυσικό κατάστημα που το φύλο η ηλικία και οι προηγούμενες αγορές του κάθε καταναλωτή συχνά δεν μας είναι γνωστές.

Δεν είναι όλα τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες εξίσου εύκολο να πωληθούν από το διαδίκτυο. Είναι εύκολα κατανοητό για παράδειγμα ότι οι περισσότεροι καταναλωτές προτιμούν να δοκιμάζουν οι ίδιοι τα είδη ένδυσης και δυσκολεύονται να τα παραγγείλουν μόνο και μόνο βλέποντας μία φωτογραφία. Αντίθετα ένα προϊόν που είναι γνωστό στο καταναλωτή όπως ένα συγκεκριμένο μοντέλο κινητού τηλεφώνου για παράδειγμα είναι πολύ πιο εύκολο να διατεθεί μέσω διαδικτύου. Για πολλούς

καταναλωτές η βόλτα στις βιτρίνες και η συνομιλία με τον πωλητή ή το καταστηματούχο είναι μία διαδικασία που δεν μπορεί να αντικατασταθεί από ένα ηλεκτρονικό υπολογιστή. Παρόλα αυτά όλο και περισσότεροι καταναλωτές κάνουν τις βόλτες τους για ψώνια ηλεκτρονικά.

Όπως και σε ένα φυσικό κατάστημα είναι σημαντικό ο πελάτης να νιώθει άνετα και να του αρέσει το περιβάλλον έτσι και σε ένα ηλεκτρονικό είναι πολύ σημαντικό το περιβάλλον να είναι αντίστοιχα όμορφο και εύχρηστο ώστε να του δημιουργεί θετική ψυχολογία προκειμένου να προχωρήσει σε κάποια αγορά. Έτσι όταν επιλέγουμε κάποιον εξωτερικό συνεργάτη για να μας κατασκευάσει το ηλεκτρονικό κατάστημα θα πρέπει οπωσδήποτε να βλέπουμε παραδείγματα υλοποίησης προηγούμενων εργασιών του και φυσικά να γνωρίζουμε όσο το δυνατόν περισσότερο το κοινό στο οποίο απευθυνόμαστε για την αντίστοιχη προσαρμογή.

Σε ένα δύσκολο ανταγωνιστικό και προβληματικό οικονομικό περιβάλλον όπως είναι η Ελλάδα σήμερα το ηλεκτρονικό κατάστημα έχει σίγουρα τη δικιά του ισχυρή θέση. Το ελάχιστο κόστος υλοποίησης ενός ηλεκτρονικού καταστήματος σε σχέση με ένα φυσικό κατάστημα αλλά και το κοινό στο οποίο απευθύνεται το οποίο είναι πολύ μεγαλύτερο ποσοτικά είναι τα βασικά του πλεονεκτήματα. Φυσικά αυτό έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία πολλών ηλεκτρονικών καταστημάτων με αποτέλεσμα τη συμπίεση τιμών στα περισσότερα προϊόντα. Δεν είναι τυχαίο ότι ακόμα και μεγάλες αλυσίδες πώλησης προϊόντων ή υπηρεσιών με μεγάλα φυσικά καταστήματα έχουν διαφορετικές τιμές στο διαδίκτυο σε σχέση με τα φυσικά τους καταστήματα προκειμένου να είναι ανταγωνιστικά.

Κάθε επιχείρηση ξεκινάει με μια ιδέα και δυστυχώς ή ευτυχώς δεν υπάρχει συνταγή επιτυχίας ή έτοιμες λύσεις. Όπως σε κάθε επιχείρηση είναι πολύ σημαντικό ο επιχειρηματίας να είναι όσο το δυνατόν περισσότερο γνώστης του αντικειμένου του οποίου εμπορεύεται και να του αρέσει πραγματικά. Να έχει όρεξη και ατελείωτες ώρες να διαθέσει προκειμένου να επιτύχει όσο το δυνατόν καλύτερο αποτέλεσμα.

Τα φυσικά καταστήματα λιανεμπορίου αυτή την εποχή γνωρίζουν τη μεγαλύτερη ύφεση στην σύγχρονη ιστορία της Ελλάδας. Η μείωση των μισθών, η ανεργία και η εσωτερική υποτίμηση της ελληνικής οικονομίας έχουν φέρει τεράστιες ανακατατάξεις και επιπτώσεις στις αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών με αποτέλεσμα όλο και περισσότερα καταστήματα λιανεμπορίου να βάζουν λουκέτο,

μην μπορώντας να αντεπεξέλθουν, καθώς τα γενικά έξοδα αυξάνουν και οι πωλήσεις μειώνονται με γεωμετρικούς ρυθμούς. Αυτό φυσικά έχει άμεσο αρνητικό αποτέλεσμα και στους χονδρεμπόρους. Πολύ μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων έχουν κλείσει και έχουν αφήσει ανεξόφλητα υπόλοιπα με αποτέλεσμα υγιείς μέχρι πρότινος επιχειρήσεις να αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα ρευστότητας σε ένα ντόμινο κατάρρευσης. Κάποιοι επιχειρηματίες λένε ότι η κρίση είναι ευκαιρία για την ανάπτυξη νέων ιδεών. Σίγουρα το ηλεκτρονικό κατάστημα μπορεί να παρακάμψει τα έξοδα του φυσικού καταστήματος και να μειώσει πολύ το ρίσκο του επιχειρηματία. Ωστόσο είναι αξιοσημείωτο ότι σε περίοδο κρίσης το ηλεκτρονικό εμπόριο γνωρίζει άνθηση, με τον ετήσιο τζίρο να έχει υπερτριπλασιαστεί από το 2008 ως το 2011 σε μία δύσκολη και αβέβαιη εποχή που υπαγορεύει πιο συμμαζεμένες επενδύσεις.

Το αν τελικά το ηλεκτρονικό μας κατάστημα θα είναι επιτυχημένο εξαρτάτε από πάρα πολλούς παράγοντες αλλά σε ένα περιβάλλον που μαστίζεται από οικονομική κρίση σίγουρα προσφέρει μικρότερο οικονομικό ρίσκο και γιατί όχι; Ίσως και τη δυνατότητα να περάσουμε τα σύνορα και να προσφέρουμε τα προϊόντά μας ή τις υπηρεσίες μας και στο εξωτερικό.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

1. Γεωργόπουλος Ν., Πανταζή Μ., Νικολαράκος Χ., Βαγγελάτος Ι., 2001, *Ηλεκτρονικό Επιχειρείν: προγραμματισμός & σχεδίαση*, Αθήνα : Εκδόσεις Ε. Μπένου
2. Δημητριάδης Σ., Μπαλτάς Γ., 2003, *Ηλεκτρονικό εμπόριο και μάρκετινγκ*, Rosili
3. Δουκίδης Γ., Θεμιστοκλέους Μ., Δράκος Β., Παπαζαφειροπούλου Ν., 1998, *Ηλεκτρονικό Εμπόριο*, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών
4. Καΐτατζή-Γουϊτλοκ Σ., 2003, *Η επικράτεια των πληροφοριών*, Αθήνα : Εκδόσεις Κριτική
5. Μήλιου Α., Πομπόρτσης Α., 2004, *Αξίες Προστιθέμενης Αξίας στο Διαδίκτυο*, Αθήνα : Εκδόσεις Τζιόλα
6. Πασχόπουλος Α., Σκαλτσάς, Π., 2000, *Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Νέο περιβάλλον, Νέα εργαλεία, Νέοι ηγέτες*, Αθήνα : Εκδόσεις Κλειδάριθμος

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

1. Banks M., Orson C., 2008, *On the way to the web: the secret history of the internet and its founders*, Springer
2. Borzekowski R., 2008, *Consumers' Use of Debit Cards: Patterns, Preferences, and Price Response*, Journal of Money Debit and Credit, vol.40, no.1
3. Brito D., Hartley P., 1995, *Consumer rationality and credit cards*, Journal of Political Economy, vol.103, no.2

4. Chakravorti S., Lubasi V., 2006, *Payment instrument choice: The case of prepaid cards*, Economic Perspectives – Federal Reserve Bank of Chicago, vol.30, no.2
5. Chien T., Wang M., 2006, *The successful development strategy for e-shops from the perspectives of value*, International Journal of Electronic Business Management, vol.4, no.5
6. Dickinson K., 1998, *Keeping an electronic commerce shop*, Standard View, vol.6, no.3
7. Fiore F., 2001, *E-Marketing: Επιχειρηματικές εφαρμογές*, Αθήνα : Εκδόσεις Β. Γκιούρδας
8. Helenpeter R., 2001, *E-επιχειρείν: πλήρης Οδηγός Ανάλυσης* Αθήνα : Εκδόσεις Β. Γκιούρδας
9. IBM Corporation, 2000, *Creating a successful business-to-business e-marketplace - Strategic design considerations*
10. Kalakota, R., Whinston, A. B., 1997, *Electronic Commerce: A Manager's Guide*, Addison Wesley Longman Inc.
11. Korper S., Ellis J., 2001, *The E-commerce book: building the E-Empire*, Academic Press
12. Morley D., Parker C., 2009, *Understanding computers: today and tomorrow, comprehensive*, Course Technology
13. Moschovitis C., 1999, *History of the Internet: a chronology, 1843 to the present*, ABC-CLIO
14. Westland J.C., Clark T., 2000, *Global Electronic Commerce. Theory and Case Studies*, Cambridge: The MIT Press
15. Whittaker J., 2002, *The Internet: the basics*, Routledge
16. Wolfgang R., 2010, *Smart Card Handbook*, John Wiley & Sons

17. Pappas Christopher William, Comparative U.S. & E.U. approaches to e-commerce regulation: Jurisdiction, Electronic contracts, Electronic signatures and Taxation. Denv. J. Int'l. L. & Pol'y, Vol. 31:2 p. 325.

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

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

www.emarketplaces.com

www.naftemporiki.gr

http://en.wikipedia.org/wiki/Electronic_bill_presentment_and_payment

<http://www.javvin.com/protocolHTTPS.html>

<http://help.sap.com/printdocu/core/print46c/en/data/pdf/SDEDI/SDEDI.pdf>

<http://www.kerberos.org/software/adminkerberos.pdf>

<http://www.e-shop.gr>

<http://www.papasotiriou.gr>

http://www.e-shop_greece.com

<http://www.dynopia.com>

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

<http://www.starfish.gr/node/66>

http://www.sites.gr/kataskeyh_e-shop

www.skroutz.gr

www.ibill.com

www.paypal.com

www.charge.com

www.internetsecure.com.

www.verisign.com

<http://www.infocus.gr>

<http://www.itbiz.gr>

[www.takoudise-shop .gr](http://www.takoudise-shop.gr)

www.hobbyarmos.gr

www.ntavas.com.gr

www.anesishome.gr

www.totaleclipsegames.com

www.tsitsiflis.com.gr/

http://news.kathimerini.gr/4dcgi/w_articles_economy_2_24/06/2003_67499

<http://www.nafplioproducts.gr>

www.esel.gr/

b2b.ritsi.eu/

www.giotakiscups.gr/

satplus.gr/vmchk.html

www.cosmos.com.gr

www.flycarpet.gr/

www.khl.gr/

www.digitech.gr/

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

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

www.hpage.com

http://www.eneka.gr/eneka_site/e_vasika_dikaiomata.html

<http://www.webmind.gr/web-design/istoselidas/company.html>

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

<http://www.isotopon.com/>

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

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

<http://dreamweaver.gr/>

<http://web.alterora.gr/>

<http://www.aboutnet.gr>

<http://www.dynopia.com>

<http://www.e-innovator.gr/index.html>

}}}