**Σχ. Έτος 2012-2013**

Ερευνητική Εργασία

μαθητών Β’ τάξης

Γενικού Λυκείου Πύλης

Μάιος 2013



Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Αγορές και πωλήσεις με τη χρήση των νέων τεχνολογιών

H παρούσα ιστοσελίδα δημιουργήθηκε στα πλαίσια του μαθήματος της ερευνητικής εργασίας από μαθητές της Β' τάξης του Γενικού Λυκείου Πύλης κατά το σχολικό έτος 2012-2013. Συμμετείχαν οι ακόλουθοι μαθητές:

1. ΒΡΑΤΣΙΣΤΑΣ ΣΤΑΥΡΟΣ
2. ΚΑΛΛΙΝΤΕΡΗ ΓΕΩΡΓΙΑ
3. ΚΑΛΟΓΗΡΟΠΟΥΛΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ
4. ΚΑΝΑΤΑΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ
5. ΚΑΡΑΧΑΛΙΟΣ ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ
6. ΚΑΤΣΙΑΝΤΩΝΗ ΕΥΘΥΜΙΑ
7. ΛΑΓΟΣ ΗΛΙΑΣ
8. ΛΑΓΟΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ-ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ
9. ΜΠΙΖΙΛΙΩΤΗΣ ΗΛΙΑΣ
10. ΜΠΛΑΤΖΩΝΗΣ ΜΑΡΙΟΣ
11. ΜΠΛΕΤΣΟΓΙΑΝΝΗ ΕΛΕΝΗ
12. ΣΑΡΚΑΤΖΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ
13. ΤΖΕΛΙΟΣ ΒΗΣΣΑΡΙΩΝ
14. ΤΣΑΝΙ ΑΝΓΚΕΡΣΙΑΝ
15. ΤΣΙΜΠΙΔΑ ΡΑΦΑΗΛΙΑ
16. ΤΣΙΩΛΗΣ ΒΑΪΟΣ

Υπεύθυνος καθηγητής: Γίδας Γεώργιος (ΠΕ19)

**Περιεχόμενα**

[Είδη Εμπορίου 5](#_Toc356465405)

[Παραδοσιακό εμπόριο 5](#_Toc356465406)

[Ηλεκτρονικό εμπόριο 5](#_Toc356465407)

[Από το παραδοσιακό στο ηλεκτρονικό εμπόριο 6](#_Toc356465408)

[Το παραδοσιακό εμπόριο στα παλαιότερα χρόνια 6](#_Toc356465409)

[Το εμπόριο τώρα (ηλεκτρονικό). 7](#_Toc356465410)

[Τι αλλάζει σε σχέση με το παραδοσιακό εμπόριο 8](#_Toc356465411)

[Αίτια ανάπτυξης ηλεκτρονικού εμπορίου 8](#_Toc356465412)

[Γιατί θεωρείται καλύτερο από το παραδοσιακό; 9](#_Toc356465413)

[Που πραγματοποιείται το ηλεκτρονικό εμπόριο και που το παραδοσιακό. 10](#_Toc356465414)

[Νόμοι για το ηλεκτρονικό εμπόριο 11](#_Toc356465415)

[Είδη ηλεκτρονικού εμπορίου. 12](#_Toc356465416)

[Αποτελέσματα ερωτηματολογίου 13](#_Toc356465417)

[Συμπεράσματα ερωτηματολογίου 23](#_Toc356465418)

[Οι κίνδυνοι για τις συναλλαγές μέσω internet 24](#_Toc356465419)

[Κανόνες και μέθοδοι προστασίας 24](#_Toc356465420)

[Δυνατότητες, Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου 27](#_Toc356465421)

[Ηλεκτρονικό Εμπόριο και καταναλωτές 28](#_Toc356465422)

[Τα οφέλη του Ηλεκτρονικού εμπορίου για τους Καταναλωτές 28](#_Toc356465423)

[Προβλήματα, που αντιμετωπίζουν οι Καταναλωτές 29](#_Toc356465424)

[Ηλεκτρονικό Εμπόριο και επιχειρήσεις 30](#_Toc356465425)

[Πλεονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου για τις επιχειρήσεις 30](#_Toc356465426)

[Μειονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου για τις επιχειρήσεις 30](#_Toc356465427)

[Προοπτικές ηλεκτρονικού εμπορίου 31](#_Toc356465428)

[Το ηλεκτρονικό εμπόριο με τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του 31](#_Toc356465429)

[Συνέπειες ανάπτυξης ηλεκτρονικού εμπορίου. 32](#_Toc356465430)

[Ορισμός 35](#_Toc356465431)

[Ηλεκτρονικά προϊόντα στο διαδίκτυο 35](#_Toc356465432)

[Είδη Ηλεκτρονικού Εμπορίου 36](#_Toc356465433)

[Λίγα λόγια για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο 38](#_Toc356465434)

[Ηλεκτρονικά Καταστήματα 38](#_Toc356465435)

[Τρόπος πραγματοποίησης αγορών 39](#_Toc356465436)

[1. e-bay 39](#_Toc356465445)

[1. Ricardo 43](#_Toc356465446)

[Επιρροή ηλεκτρονικού εμπορίου 46](#_Toc356465447)

[Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου 48](#_Toc356465448)

[Μειονεκτήματα 48](#_Toc356465449)

[Υλικοτεχνική υποδομή 49](#_Toc356465450)

[Δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος 49](#_Toc356465451)

[Πραγματοποίηση συναλλαγών 50](#_Toc356465452)

[Τρόποι πληρωμής 50](#_Toc356465453)

[Πληρωμή με αντικαταβολή 51](#_Toc356465454)

[Παραλαβή και πληρωμή της παραγγελίας από τo κατάστημα. 51](#_Toc356465455)

[Πληρωμή μέσω κατάθεσης σε τραπεζικό λογαριασμό 51](#_Toc356465456)

[Πληρωμή με πιστωτική κάρτα. 52](#_Toc356465457)

[Πληρωμή με προπληρωμένες (prepaid) κάρτες 52](#_Toc356465458)

[Πληρωμή με Paypal 54](#_Toc356465459)

[Τρόποι αποστολής 55](#_Toc356465460)

[Τρόποι παραγγελίας 56](#_Toc356465461)

[Πολυπλοκότητα αγορών μέσω Η/Υ (INTERNET) 56](#_Toc356465462)

[Λειτουργιές στο ηλεκτρονικό εμπόριο 57](#_Toc356465463)

[Πηγές και βιβλιογραφία. 58](#_Toc356465464)

# Είδη Εμπορίου

## Παραδοσιακό εμπόριο

Το παραδοσιακό εμπόριο είναι ο τρόπος πώλησης ενός προϊόντος. Κύριος κλάδος της βιομηχανίας. Χωρίζεται σε 2 μέρη:

1. Το εξωτερικό εμπόριο στο οποίο τα προϊόντα πωλούνται σε ξένες χώρες με την βοήθεια πλοίων
2. Το εσωτερικό εμπόριο στο οποίο τα προϊόντα πωλούνται μέσα στην πατρίδα.

Στον κόσμο υπάρχουν πολλές εταιρίες και το εμπόριο είναι ο μοναδικός τρόπος να προωθήσουν τα προϊόντα τους. Αυτό μπορεί να γίνει αν οι εταιρίες έχουν δικά τους μαγαζιά ή αν δώσουν τα προϊόντα τους στα μαγαζιά τα οποία δεν τους ανήκουν. Σε κάθε επάγγελμα υπάρχει ο κλάδος του εμπορίου.

## Ηλεκτρονικό εμπόριο

Ως **Ηλεκτρονικό Εμπόριο** (Η.Ε.), ή ευρέως γνωστό ως e-commerce, eCommerce ή e-comm, ορίζεται το [εμπόριο](http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BC%CF%80%CF%8C%CF%81%CE%B9%CE%BF) παροχής αγαθών και υπηρεσιών που πραγματοποιείται εξ αποστάσεως με ηλεκτρονικά μέσα, βασιζόμενο δηλαδή στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων, χωρίς να καθίσταται αναγκαία η φυσική παρουσία των συμβαλλομένων μερών, πωλητή - αγοραστή. Περιλαμβάνει το σύνολο των διαδικτυακών διαδικασιών: ανάπτυξης, προώθησης, πώλησης, παράδοσης, εξυπηρέτησης και πληρωμής για προϊόντα και υπηρεσίες. Το εύρος των ανταλλαγών που διεξάγονται ηλεκτρονικά, έχει αυξηθεί ασυνήθιστα με την ευρεία χρήση του [internet](http://el.wikipedia.org/wiki/Internet). Η χρήση του εμπορίου διεξάγεται κατ’ αυτόν τον τρόπο, παρακινώντας και απορροφώντας καινοτομίες στην ηλεκτρονική μεταφορά χρηματικών πόρων, στη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδα, στο διαδικτυακό marketing, στη διεκπεραίωση διαδικτυακών διαδικασιών, στην ανταλλαγή ηλεκτρονικών δεδομένων, στην καταγραφή συστημάτων διοίκησης και στην αυτοματοποίηση συστημάτων συγκέντρωσης δεδομένων.

Για όσους δεν το έχουν κατανοήσει ακόμα, το internet είναι η μεγαλύτερη αγορά – μεταξύ άλλων εξίσου σημαντικών πραγμάτων – άνθρωποι που το χρησιμοποιούν και ένα ποσοστό αυτών πραγματοποιεί αγορές μέσω αυτού. Μόνο στην Ευρωπαϊκή Ένωση ο συνολικός τζίρος του ηλεκτρονικού εμπορίου βρίσκεται στα 139 δις ευρώ, ενώ οι προβλέψεις λένε για διπλασιασμό μέσα στα επόμενα δύο χρόνια.

Από τα παραπάνω στοιχεία μπορεί κανείς να καταλάβει πως το διαδίκτυο, άσχετα με την πρόοδο της ευρυζωνικότητας στην χώρα μας, αποτελεί μία πολύ ελκυστική αγορά για πολλές επιχειρήσεις, και σίγουρα δίνει αρκετές προοπτικές σε όποιον θέλει να δραστηριοποιηθεί σε αυτήν. Επίσης πρέπει να σημειωθεί ότι σε επίπεδο χώρας είναι μία δραστηριότητα που μπορεί να φέρει φρέσκο χρήμα στην αγορά και αυτό ίσως είναι κάτι που πρέπει να σκεφτούν οι μελλοντικές κυβερνήσεις προτού να είναι πολύ αργά. Εννοείται φυσικά για τα απαραίτητα κίνητρα και τις διάφορες νομοθετικές ρυθμίσεις που χρειάζονται ώστε να λειτουργήσει σωστά και ανταγωνιστικά σε σχέση με το εξωτερικό το ηλεκτρονικό εμπόριο στην χώρα μας.

# Από το παραδοσιακό στο ηλεκτρονικό εμπόριο

## Το παραδοσιακό εμπόριο στα παλαιότερα χρόνια

Οι Έλληνες είχαν ήδη αναπτύξει σε μεγάλη κλίμακα το θαλάσσιο εμπό­ριο. Η περιοχή του Αιγαίου αποτελούσε το επί­κεντρο του εμπορίου. Αν και εξακολουθούσαν να αποτελούν κατά κύριο λόγο αγροτικές περιοχές οι επαρχιακές πόλεις, η ευημε­ρία και η συνεχής ανάπτυξη τους εξαρτιόνταν ολοένα και περισσότερο από τα εμπορικά αγα­θά. Μερικές πόλεις παρήγαν προϊόντα, όπως χειροποίητα αντικείμενα, ελαιόλαδο και κρασί, τα οποία είτε εξήγαν είτε τα διέθεταν στο εσω­τερικό. Ο άργυρος ήταν, επί­σης, απαραίτητος για την αγορά σι­τηρών από την Αίγυπτο και πολυτε­λών και εξωτικών αντικειμένων από την Εγγύς Ανατολή. Η εμπορική δρα­στηριότητα διαφαινόταν ήδη από τον 8ο αιώνα π.Χ με σκοπό την προμήθεια μετάλλων, και για την αγορά πολυτελών ειδών της Ανατολής. Γινόταν ανταλλακτικό εμπόριο δηλαδή κατά το οποίο οι έμποροι αντάλλαζαν προϊόντα μεταξύ τους. Οι επαγγελματίες έμποροι, που μετέφεραν αγαθά μέσω των συ­νηθισμένων θαλάσσιων διαδρομών, επέκτειναν τις δραστηριότητες τους. Tα εργαστήρια κεραμικής και μεταλλοτεχνίας εξυπηρετούσαν την τοπική αγο­ρά, ενώ από εκεί οι έμποροι μπορούσαν να προ­μηθευτούν προϊόντα για εξαγωγή.

****

## Το εμπόριο τώρα (ηλεκτρονικό).

Το ηλεκτρονικό εμπόριο σήμερα δεν είναι απλά οι online πωλήσεις μέσα από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, αλλά η έξυπνη και αποτελεσματική εξυπηρέτηση των πελατών μέσα από διαφορετικά ψηφιακά κανάλια επικοινωνίας (digital touch points). Με την χρήση κορυφαίων τεχνολογιών οι επιχειρηματίες μπορούν να καινοτομήσουν σε όλους τους τομείς της εμπορικής δράσης τους επεκτείνοντας και εμπλουτίζοντας την online εμπειρία των πελατών τους, ενισχύοντας το εταιρικό τους σήμα (branding) και την ποιότητα των υπηρεσιών σας.

# Τι αλλάζει σε σχέση με το παραδοσιακό εμπόριο

Στο παραδοσιακό εμπόριο ο πελάτης καλείται να πληρώσει ένα κόστος που δεν έχει καμία – φαινομενική τουλάχιστον – αξία σε σχέση με το προϊόν που αγοράζει. Έτσι για παράδειγμα αν αγοράσει κάποιος έναν αποχυμωτή από μία επιχείρηση που στεγάζεται σε 200τ.μ. ή από ένα κατάστημα 4000τ.μ. δεν αλλάζει το προϊόν, ωστόσο είναι ένα κόστος που πληρώνει σαν πελάτης.

Στον αντίποδα μία επιχείρηση που λειτουργεί ηλεκτρονικά έχει ελάχιστα λειτουργικά έξοδα που συνεπάγεται μικρότερα ρίσκα και κατά πολύ χαμηλότερες τιμές. Το μόνο έξτρα κόστος σε σχέση με το προϊόν καθεαυτό, είναι η διαφήμιση κάτι που υφίσταται και στις παραδοσιακές επιχειρήσεις. Βέβαια ακόμα και αυτό είναι σχετικό γιατί στο internet η διαφήμιση είναι στοχευμένη και όταν μιλάμε για return of investment μπορούμε να ξέρουμε επ’ ακριβώς κάθε πελάτης μας τί αγόρασε, ποιά καμπάνια τον έφερε στο site, κοκ. Με άλλα λόγια μία ηλεκτρονική επιχείρηση είναι πολύ πιο ευέλικτη και δεδομένου του μικρού ρίσκου που εμπλέκεται, μπορεί να πουλάει τα ίδια προϊόντα με πολύ χαμηλότερο ποσοστό κέρδους.

# Αίτια ανάπτυξης ηλεκτρονικού εμπορίου

1. Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει σε όλο και περισσότερα άτομα να εργάζονται στο σπίτι και να κυκλοφορούν λιγότερο για ψώνια, περιορίζοντας έτσι την κίνηση στους δρόμους και τη μείωση της ατμοσφαιρικής ρύπανσης.
2. Επιτρέπει την πώληση αγαθών σε μειωμένες τιμές και έτσι συντελεί στη βελτίωση του επιπέδου διαβίωσης λιγότερο ευνοημένων κοινωνικών ομάδων.
3. Δίνει τη δυνατότητα σε κατοίκους του Τρίτου Κόσμου και αγροτικών περιοχών να απολαμβάνουν προϊόντα και υπηρεσίες που αλλιώς δεν θα τους ήταν προσιτά. Παράδειγμα, η δυνατότητα επαγγελματικής κατάρτισης και η απόκτηση διπλωμάτων Πανεπιστημίων.
4. Διευκολύνει την παροχή δημοσίων υπηρεσιών στους πολίτες, όπως ιατρική περίθαλψη, εκπαίδευση κλπ.

****

# Γιατί θεωρείται καλύτερο από το παραδοσιακό;

Το διαδίκτυο δίνει μια άνευ προηγουμένου δύναμη στον πελάτη. Αρχικά τα καταστήματα είναι ανοιχτά 24 ώρες το 24ωρο και έτσι ο καταναλωτής μπορεί να αγοράσει οτιδήποτε όποια στιγμή θέλει. Το κόστος των προϊόντων μέσω διαδικτύου είναι χαμηλότερο από τις τιμές του διαδικτύου. Επίσης η συναλλαγή είναι γρήγορη και άμεση και ο καταναλωτής βρίσκει αυτό που θέλει, χωρίς κόπο και χωρίς καμία σπατάλη χρόνου. Με άλλα λόγια απλά και εύκολα ψώνια από το γραφείο ή το σπίτι. Επιπλέον, μειώνεται το λειτουργικό κόστος για τους προμηθευτές, με τα αντίστοιχα οφέλη για τους πελάτες. Στα οφέλη συμπεριλαμβάνεται ασφαλώς και η μεγαλύτερη εξοικονόμηση χρόνου, αφού ο χρόνος που απαιτείται για την εκτύπωση των τιμολογίων εξοικονομείται στο μεγαλύτερο μέρος του. Τελικά κάθε επικοινωνία που ήταν απαραίτητη για μια εμπορική συναλλαγή κοστίζει και διαρκεί λιγότερο αν πραγματοποιηθεί ηλεκτρονικά. Με την ωρίμανση της τεχνολογίας των δικτύων υπολογοστών, η διαφορά κόστους μεταξύ φυσικής και ηλεκτρονικής επικοινωνίας θα γίνεται ολοένα και πιο εμφανής.

# Που πραγματοποιείται το ηλεκτρονικό εμπόριο και που το παραδοσιακό.

Το παραδοσιακό εμπόριο στις μέρες μας πραγματοποιείται σε χώρους όπως οι υπεραγορές για την αγορά τροφίμων, σε καταστήματα για την αγορά κυρίως ειδών ένδυσης και υπόδησης, ηλεκτρονικών εξαρτημάτων κτλ. Ακόμη η αγορά προϊόντων μπορεί να πραγματοποιηθεί και στις λαϊκές αγορές.

Αντίθετα, το ηλεκτρονικό εμπόριο πραγματοποιείται κυρίως μέσω την ηλεκτρονικών υπολογιστών. Παρόλα αυτά το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να πραγματοποιηθεί και μέσω των κινητών τηλεφώνων, των tablet και των laptop χάρη στην ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας.

Νόμοι για το ηλεκτρονικό εμπόριο

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι μια μορφή εμπορίου και, συνεπώς, βρίσκουν εφαρμογή σε αυτό όλες οι κοινοτικές οδηγίες (το κοινοτικό δίκαιο) και οι εθνικές διατάξεις, για την προστασία του Καταναλωτή, που αφορούν το εμπόριο γενικότερα.

1. Ο Ν. 2251/94, για την "Προστασία Καταναλωτών", στο άρθρο 4, ρυθμίζει τις συμβάσεις από απόσταση. Εδώ εμπίπτει και το ηλεκτρονικό εμπόριο.
2. Ο Ν. 2472/97 αναφέρεται στην προστασία ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και ο Ν. 2174/99 στην προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, στον τηλεπικοινωνιακό τομέα. Την Αρχή Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων τη βρίσκουμε στη διεύθυνση [**www.dpa.gr**](http://www.dpa.gr/) **.**
3. Το πρόσφατο Προεδρικό Διάταγμα 150/2001, Φ.Ε.Κ. Α' 125, για τις ηλεκτρονικές υπογραφές, κάνει εμφανή την προσπάθεια της πολιτείας να προσφέρει μια σωστή βάση νομοθετικών πλαισίων.
4. Το Προεδρικό Διάταγμα 131/2003, για 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.
5. Οι Καταναλωτές, όταν αγοράζουμε από χώρες, εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης, πριν προβούμε σε οποιαδήποτε αγορά, πρέπει να αναζητήσουμε τις πληροφορίες, που διαθέτει ο έμπορος στο ηλεκτρονικό του κατάστημα και αφορούν το νομοθετικό κανονιστικό πλαίσιο, που θα διέπει τις αγορές μας.
6. 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.
7. Σύμφωνα με την οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο, εφαρμοστέο δίκαιο, όσον αφορά την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών στο internet (εξαιρούνται οι συμβάσεις με Καταναλωτές), είναι η νομοθεσία του τόπου, όπου είναι εγκατεστημένος ο φορέας παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας.

# Είδη ηλεκτρονικού εμπορίου.

1. **B2B**. Πρόκειται για ευφυές αρκτικόλεξο του αγγλικού όρου «**business to business**» και αφορά ηλεκτρονικό εμπόριο που διενεργείται μεταξύ επιχειρήσεων. Αυτό μπορεί να είναι ανοιχτό σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (ανταλλαγή εμπορευμάτων) ή περιορισμένο σε συγκεκριμένους προκαθορισμένους συμμετέχοντες (ιδιωτική ηλεκτρονική αγορά).
2. **B2C**. Πρόκειται ομοίως σε χρήση αρκτικόλεξο του αγγλικού όρου «**business to consumer**» που αφορά ηλεκτρονικό εμπόριο που διενεργείται μεταξύ επιχειρήσεων (προμηθευτών, ή παροχής υπηρεσιών) και καταναλωτών αυτών. Αυτός ο τύπος ηλεκτρονικού εμπορίου διεξάγεται από εταιρίες όπως η [**amazon.com**](http://el.wikipedia.org/wiki/Amazon.com). Η ηλεκτρονική αγορά αποτελεί μία μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου στην οποία ο αγοραστής συνδέεται απευθείας με τον υπολογιστή του πωλητή συνήθως μέσω internet. Δεν εμπλέκεται καμία ενδιάμεση υπηρεσία. Οι συναλλαγές ,αγορά ή πώληση, ολοκληρώνονται ηλεκτρονικά και διαδραστικά σε πραγματικό χρόνο ,όπως γίνεται με την amazon.com για τα νέα βιβλία. Παρόλα αυτά σε κάποιες περιπτώσεις ένας μεσάζοντας μπορεί να είναι παρών σε μία συναλλαγή, όπως γίνεται με τις συναλλαγές στο [**eBay.com**.](http://el.wikipedia.org/w/index.php?title=EBay.com.&action=edit&redlink=1)
3. **Μοbile E-commerce**: Αυτό αφορά το επιχειρούμενο ηλεκτρονικό τηλεφωνικό εμπόριο

# Αποτελέσματα ερωτηματολογίου

**Γενικές Ερωτήσεις**

1. Στο φύλο των ερωτηθέντων υπήρχε ισορροπία, με μια μικρή πλειοψηφία των αντρών.
2. Το δείγμα όσον αφορά την ηλικία των ερωτηθέντων ήταν σχετικά μοιρασμένο.
3. Στο επόμενο διάγραμμα μπορούμε να αντιληφθούμε πως οι μισοί περίπου ερωτηθέντες ήταν απόφοιτοι της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, ενώ οι υπόλοιποι μοιράζονται σε αποφοίτους της πρωτοβάθμιας και της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.
4. Στο δείγμα μας οι δημόσιοι υπάλληλοι και με μία μικρη διαφορά οι μαθητές αποτελούσαν την πλειοψηφία των ατόμων που ερωτήθηκαν, ενώ ακόλουθούν με μικρή διαφορά μεταξύ τους οι φοιτητές, οι ελεύθεροι επαγγελματίες και οι άνεργοι. Την τελευταία θεση μοιράζονται οι ιδιωτικοί υπάλληλοι και οι συνταξιούχοι.
5. Στην ερώτηση αυτή βλέπουμε ότι η συντριπτική πλειοψηφεία των ερωτηθέντων χρησιμοποιεί το διαδίκτυο πάνω από 3 χρόνια. Ακολουθούν με μεγάλη διαφορά έναντι των πρώτων τα άτομα που απασχολούνται από 1-3 χρόνια, ενώ αυτοί που ξεκίνησαν να ασχολούνται με το διαδίκτυο τον τελευταίο χρόνο είναι πολύ λίγοι (12%).
6. Είναι γεγονός ότι περίπου το ήμισυ των ερωτηθέντων χρησιμοποιούν το διαδίκτυο σε καθημερινή βάση, ενώ με ποσοστό 23% ακολουθεί η κατηγορία που χρησιμοποιεί το διαδίκτυο 4-6 φορές την εβδομάδα. Επιπλέον, στην 3η θέση βρίσκεται η μια φορά τον μήνα με μηδαμινή διαφορά με την κατηγορία 1-3 φορές την εβδομάδα που καταλαμβάνει την 4η θέση. Τέλος, αντiλαμβανόμαστε ότι δεν υπήρχε κανένας που να χρησιμοποιεί το διαδίκτυο 2-3 φορές το μήνα.
7. Σύμφωνα με το παρακάτω διάγραμμα, βλέπουμε πως η πρόσβαση στο διαδίκτυο σε καθημερινή βάση από το σπίτι είναι πολύ μεγάλη. Επίσης, παρατηρούμε ότι οι ερωτηθέντες σε μεγάλο ποσοστό δεν εχούν πρόσβαση στο χώρο εργασίας τους ή στο σχολείο, ενώ όταν το κάνουν γίνεται είτε καθημερινά είτε 2-3 φορές την εβδομάδα. Ακόμη αντιλαμβανόμαστε ότι ελάχιστες φορές εως και καθόλου πραγματοποιείτε πρόσβαση από net-cafe, φιλικό σπίτι και εν κινήσει μέσω κινητού η tablet.
8. Σε αυτό το διάγραμμα βλέπουμε ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων που ασχολείται καθημερινά με το διαδίκτυο έχει πρόσβαση μέσω σταθερού Η/Υ, ακολουθεί ο φορητός Η/Υ, το κινητό και τέλος το tablet, που δεν είναι τόσο διαδεδομένο όσο τα υπόλοιπα.
9. Στην ερώτηση αυτή διαπιστώσαμε πως η πλειοψηφια χρησιμοποιεί το διαδίκτυο λιγότερο από 5 ώρες την εβδομάδα. Ακολουθούν τα άτομα που ασχολούνται περίπου 5-10 ώρες την εβδομάδα και όσο αυξάνονται οι ώρες τόσο μειώνονται αυτοί που δαπανούν πολύ χρόνο στο διαδίκτυο. Το αξιοσημείωτο εδώ είναι πως υπήρχε ένα ποσοστό 2% που ξοδεύει 30 ώρες την εβδομάδα στο Internet.
10. Χάρη στο παρακάτω διάγραμμα διαπιστώνουμε ότι οι περισσότεροι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο σε καθημερινή βάση για την αναζήτηση ειδήσεων, την ανάγνωση της ηλεκτρονικής του αλληλογραφίας και για να παρακολουθήσουν κάποιο βίντεο. Αντίθετα, τα διαδικτυακά παιχνίδια, οι αγορές προιόντων και οι ακρόαση ραδιοφώνου φαίνεται να μην είναι τόσο περιζήτητα σε καθημερινή βάση. Διχασμός επικρατεί όσον αφορά την λήψη ταινιών και μουσικής.
11. Οι περισσότεροι δεν χρησιμοποιούν κανένα από τους τρόπους πληρωμής που αναφέραμε προφανώς γιατί οι περισσότεροι δεν κάνουν αγορές μέσω διαδικτύου. Ακολουθούν αυτοί που χρησιμοποιούν την αντικαταβολή με σημαντική διαφορά έναντι των υπολοίπων. Τελευταία βρίσκεται η προπληρωμένη κάρτα.
12. Βλέπουμε πως υπάρχει ισορροπία μεταξύ της πραγματοποίησης ή μη αγορών μέσω του διαδικτύου, με την πρώτη να υπερισχύει ελάχιστα.

**ΑΓΟΡΕΣ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ**

1. Λίγο περισσότεροι από τους μισούς δεν έχουν αγοράσει ποτέ κάτι μέσω διαδικτύου. Ακολουθούν αυτή που πραγματοποιήσανε το 1/4 των συναλλαγών τους μέσω διαδικτύου με αυτούς που έπονται να μειώνονται σημαντικά. Από αυτό αντιλαμβανόμαστε πως οι αγορές μέσω του διαδικτύου συγκριτικά με τις συνολικές αγορές δεν έχουν μεγάλη ανταπόκριση προς το παρόν τουλάχιστον στο δέιγμα μας.
2. Για τους περισσότερους, καμμία ή λιγότερο από τις μισές αγορές πραγματοποιήθηκα σε φυσικό κατάστημα αφού έγινε έρευνα τιμών, σύγκριση προϊόντων/ υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου. Την πρωτιά μοιράζονται τα ποσοστά 0% και <50%.
3. Σύμφωνα με το διάγραμμα, οι περισσότεροι πραγματοποίησαν αγορές υπηρεσιών ή αγαθών για την διαμονή τους σε κατάλυμα μέσω του διαδικτύου, ενώ ακολουθεί η αγορά κάτι άλλου. Στην συνεχεία βρίσκονται οι ταξιδιωτικές υπηρεσίες, τα είδη ένδυσης και υπόδησης, τα εξαρτήματα για Η/Υ, τα εισιτήρια για εκδηλώσεις, τα οικιακά είδη, το software και τα παιχνίδια για Η/Υ. Ελάχιστη έως και μηδαμινή ζήτηση τα είδη λιανεμπορίου, τα καλλυντικά, οι ασφάλειες, το e-gambling, η ενοικίαση ή αγορά αυτοκινήτου και σπιτιού, τα κοσμήματα και η πληρωμή λογαριασμών.
4. Η πλειοψηφία χρησιμοποίησε μέσα στο 2012 το διαδικτύο για την αγορά προϊόντων/ υπηρεσιών το πολύ δύο φορές. Το ποσοστό μειώνονταν όσο αυξάνονταν ο αριθμός των αγορών
5. Συμπεραίνουμε πως είτε έγιναν πολύ μικρές αγορές μέχρι 250 ευρώ μέσω διαδικτύου είτε ξοδεύτηκαν μεταξύ 500-2000 ευρώ.

1. Βλέπουμε ότι όσοι πραγματοποίησαν online αγορές το έκαναν σε ίδιο σχεδόν ποσοστό σε ελληνικές και ξένες ιστοσελίδες
2. Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα το εμπιστεύεται κάποιος όταν υπάρχει ασφάλεια, ξεκάθαρους όρους χρήσης, άμεση εξυπηρέτηση καθώς και συστάσεις φίλων. Αντίθετα, η σχεδίαση της ιστοσελίδας, η διαφημιστική καμπάνια και η επωνυμία δεν παίζουν πρωτεύον ρόλο στις αγορές.
3. Οι περισσότεροι δεν δελεάζονται σε μεγάλο βαθμό από τις χαμηλές τιμές και προσφορές, ενώ πολλοί είναι και αυτοί που θα το σκέφτονταν.

# Συμπεράσματα ερωτηματολογίου

Βλέπουμε ότι άνδρες και γυναίκες όλων των ηλικιών, κυρίως με υψηλό επίπεδο μόρφωσης, ασχολούνται με το διαδίκτυο σχεδόν σε καθημερινή βάση περισσότερο από τρία χρόνια. Ακόμη, οι ερωτηθέντες έχουν κυρίως πρόσβαση στο διαδίκτυο από το σπίτι τους μέσω του σταθερού τους υπολογιστή. Επιπλέον η πλειοψηφία ξοδεύει λιγότερο από πέντε ώρες στο διαδίκτυο κυρίως για την αναζήτηση ειδήσεων και την ανάγνωση της ηλεκτρονικής τους αλληλογραφίας. Οι μισοί περίπου έχουν πραγματοποιήσει αγορές μέσω διαδικτύου. Η πλειοψηφία αυτών, με αντικαταβολή λόγω της ασφάλειας της.

Τώρα όσων αφορά τις αγορές μέσω του διαδικτύου βλέπουμε ότι δεν έχουν μεγάλη ζήτηση, εξαιτίας του τόπου διαμονής. Επιπρόσθετα , αντιλαμβανόμαστε ότι η πλειοψηφία αγοράζει μέσω διαδικτύου υπηρεσίες διακοπών. Επιπλέον δεν υπάρχει κάποια προτίμηση μεταξύ των ελληνικών και ξένων ιστοσελίδων online αγορών. Τέλος, βλέπουμε πως οι πελάτες των διαδικτυακών αγορών δίνουν μεγάλη σημασία στην ασφάλεια και στους ξεκάθαρους όρους χρήσης που παρέχουν τα Online καταστήματα, καθώς στις συστάσεις φίλων.

# Οι κίνδυνοι για τις συναλλαγές μέσω internet

Το Διαδίκτυο (Internet) δεν είναι μόνο πηγή πληροφόρησης, διασκέδασης ή εκπαίδευσης. Εδώ και χρόνια έχει αρχίσει να αποτελεί ένα εργαλείο για ηλεκτρονικές αγορές, δηλαδή για το λεγόμενο ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce). Με τη χρήση αυτών των δυνατοτήτων του Internet, μπορούμε πχ να παραγγείλουμε εξ αποστάσεως όχι μόνο τοστιέρα αλλά ακόμα και αυτοκίνητο, να οργανώσουμε τα ταξίδια μας κλείνοντας και πληρώνοντας εισιτήρια, ξενοδοχεία από τον υπολογιστή μας, να διενεργούμε τις περισσότερες τραπεζικές πράξεις μας, να επικοινωνούμε με υπηρεσίες κλπ. Με δυο λόγια, μπορούμε να κάνουμε πάρα πολλά πράγματα με... το e-εμπόριο, το e-banking, το e-government, αρκεί να δίνουμε σημασία σε ορισμένα ζητήματα ασφαλείας των συναλλαγών και προστασίας των προσωπικών δεδομένων μας.

Κι αυτό γιατί η πρόοδος της τεχνολογίας δεν λειτουργεί μόνο προς όφελος της κοινωνίας, της οικονομίας και της διοίκησης, αλλά και των "πονηρών". Και τέτοιοι μπορεί να είναι αφενός οι διάφοροι παράνομοι του Διαδικτύου (χάκερ, κυβερνοεγκληματίες κ.α.) που σπάζουν κωδικούς, μπαίνουν χωρίς εξουσιοδότηση σε αρχεία, αλλοιώνουν στοιχεία κλπ για να αποκομίσουν όφελος ή και για... την πλάκα τους. Αφετέρου όμως, στους πονηρούς μπορεί να συγκαταλέγονται και εταιρείες και φορείς που λειτουργούν με νόμιμο προσωπείο, αλλά που επιδιώκουν να παραπλανήσουν έναν e-καταναλωτή ή να υφαρπάξουν προσωπικά δεδομένα ενός χρήστη των προαναφερόμενων υπηρεσιών του Διαδικτύου.

# safeinternet3_F20000.jpgΚανόνες και μέθοδοι προστασίας

Προκειμένου να μπορούμε να συναλλασσόμαστε εύκολα, γρήγορα, οικονομικά αλλά και με ασφάλεια μέσω Internet, καλό είναι να έχουμε υπόψη μας μια σειρά από απλούς κανόνες και μεθόδους προστασίας που προτείνουν ο "Ελληνικός Κόμβος Ασφαλούς Διαδικτύου" (<http://www.saferinternet.gr/>) και η "Ομάδα Δράσης για την Ψηφιακή Ασφάλεια - DART" που έχει δημιουργήσει το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών (<http://www.psifiakiellada.gr/>).

1. Πρώτο απ' όλα, οι γνωστές και εδραιωμένες εταιρείες πρέπει να είναι το ίδιο αξιόπιστες στο Διαδίκτυο, όσο και στην πραγματική ζωή. Έτσι σε μια αξιόπιστη εμπορική ιστοσελίδα πρέπει να υπάρχει πάντα ξεκάθαρος προσδιορισμός της εταιρείας με το όνομά της, τη διεύθυνση, τον αριθμό τηλεφώνου, στοιχεία επικοινωνίας κλπ. Ακόμη σε μία αξιόπιστη ιστοσελίδα, τα χαρακτηριστικά του προϊόντος ή των υπηρεσιών που παρέχονται είναι σαφή και εύκολα προσβάσιμα. Μπορούμε, επίσης, να ενημερωθούμε για την "ταυτότητα" της ιστοσελίδας του ηλεκτρονικού καταστήματος που επισκεπτόμαστε, αναζητώντας τη μέσα από τα μητρώα του Internet (πχ στη διεθνή βάση δεδομένων <http://www.whois.net/> ή την Ελληνική <https://grweb.ics.forth.gr/whois_el.jsp>). Ακόμη, είναι χρήσιμο να κάνουμε έλεγχο και μέσω του τηλεφωνικού αριθμού του φυσικού καταστήματος, η αναγραφή το οποίου είναι υποχρεωτική στην ιστοσελίδα.
2. Πριν προβούμε σε μία εμπορική συναλλαγή μέσω Internet, οφείλουμε να αναζητούμε τους όρους χρήσης, οι οποίοι στις αξιόπιστες ιστοσελίδες κανονικά είναι εύκολα προσβάσιμοι και διαφανείς. Τους διαβάζουμε προσεκτικά και εξετάζουμε αν στην τιμή του προϊόντος που αγοράζουμε περιλαμβάνονται όλες οι τυχόν χρεώσεις (φόροι, μεταφορικά έξοδα, κλπ).

Στις αξιόπιστες εμπορικές σελίδες οι παραγγελίες μας επιβεβαιώνονται με e-mail και διατηρούμε το δικαίωμα ανάκλησής τους. Σύμφωνα με τη νομοθεσία της Ε.Ε., μπορούμε να ακυρώσουμε μια υπηρεσία και να επιστρέψουμε ένα προϊόν μέσα σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, που συνήθως είναι 7 - 15 μέρες. Για την επιστροφή, είναι πιθανό να χρεωθούμε εμείς τα έξοδα, εκτός αν πρόκειται για ελαττωματικό προϊόν. Στην περίπτωση αυτή, όπως και στην κακή εκτέλεση μιας υπηρεσίας που ζητήσαμε ηλεκτρονικά, μπορούμε να αποτεινόμαστε:

1. Στο εμπορικό κατάστημα από το οποίο κάναμε την αγορά
2. Στον επαγγελματικό σύλλογο και στο Επιμελητήριο στο οποίο ανήκει ο e-έμπορος
3. Στην υπηρεσία προστασίας του καταναλωτή το Υπουργείου Ανάπτυξης (τηλ 1520)
4. Στην υπηρεσία πελατών της τράπεζας της οποίας έγινε τυχόν χρήση μιας πιστωτικής κάρτας
5. Στις ενώσεις καταναλωτών (ΕΚΠΟΙΖΩ, ΙΝΚΑ, ΚΕΠΚΑ κλπ)
6. Στο Τμήμα Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος της ΕΛ.ΑΣ.
7. Όταν βρισκόμαστε σε μια φόρμα ηλεκτρονικής παραγγελίας και πριν καταχωρίσουμε οποιοδήποτε στοιχείο μας, βεβαιωνόμαστε πως είμαστε όντως στην επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας, ότι στο κάτω μέρος του browser υπάρχει ένα λουκετάκι, καθώς και ότι η διεύθυνση αρχίζει με https:// και όχι http://. Δεν κλικάρουμε με το ποντίκι μας σε διευθύνσεις ιστοχώρων που μας δίνονται σε ύποπτα e-mails ή e-mails που λαμβάνουμε από άγνωστε πηγές, γιατί ενδέχεται να μας κατευθύνουν σε εικονικές ιστοσελίδες, που μοιάζουν με την πρωτότυπη της εταιρείας, από τις οποίες απατεώνες θα προσπαθήσουν να μας αποσπάσουν προσωπικά δεδομένα. Γι' αυτό, γράφουμε πάντα από μόνοι μας στον browser την διαδικτυακή διεύθυνση (URL) της εταιρείας που θέλουμε να επισκεφθούμε.
8. Αποφεύγουμε να κάνουμε ηλεκτρονικές συναλλαγές από υπολογιστές τρίτων ή δημόσια προσβάσιμους (πχ από Internet καφέ, εταιρικούς υπολογιστές κλπ). Επίσης, αν παραπάνω από ένας χρήστης έχει πρόσβαση στον υπολογιστή που χρησιμοποιούμε, καλό θα ήταν να απενεργοποιήσουμε τη δυνατότητα απομνημόνευσης κωδικών του browser μας και πριν φύγουμε από τον υπολογιστή, να σβήσουμε το ιστορικό πλοήγησης (history) και τα cookies. Φυλάσσουμε τους κωδικούς μας σε ασφαλές μέρος. Δεν χρησιμοποιούμε για κωδικό ονόματα οικείων μας, ημερομηνίες γέννησης, επετείων κλπ που εύκολα μπορεί να μαντέψει κανείς.

Ακόμη, αν έχουμε επιφυλάξεις για τη χρήση πιστωτικής κάρτας για τις ηλεκτρονικές μας συναλλαγές, μπορούμε να προμηθευτούμε μια από τις προπληρωμένες κάρτες που κυκλοφορούν στην αγορά και στις οποίες ελέγχουμε οι ίδιοι το ανώτατο χρηματικό όριο συναλλαγών.

1. Προστατεύουμε τα προσωπικά μας δεδομένα στο ηλεκτρονικό περιβάλλον με την ίδια σοβαρότητα που το κάνουμε και στον φυσικό κόσμο. Να ξέρουμε ότι αυτά τα δεδομένα, όταν χρησιμοποιούνται στο Διαδίκτυο, δεν είναι "ελεύθερο εμπόρευμα".

Έτσι, εταιρείες και φορείς που τα συνέλεξαν για κάποια συναλλαγή μας, πρέπει να τα χρησιμοποιούν μόνο γι' αυτήν και για όσο χρόνο είναι αναγκαίο. Σε καμιά περίπτωση δεν μπορούν να μεταβιβάζουν τέτοια δεδομένα σε άλλη εταιρεία και φορέα χωρίς την προσωπική μας συγκατάθεση. Επίσης, καμία σοβαρή επιχείρηση δεν πρόκειται να μας ενοχλήσει για να μας ζητήσει προσωπικά δεδομένα, όπως ημερομηνίες γέννησης, αριθμούς πιστωτικών καρτών κλπ, μέσω e-mail ή στο τηλέφωνο.

Σε τηλεφωνικές συναλλαγές μπορεί να ρωτήσουν τέτοια στοιχεία μόνο όταν έχουμε καλέσει εμείς και αυτό προς επαλήθευση της ταυτότητάς μας. Εάν κάποια "εταιρεία" κάνει το αντίθετο, στην καλύτερη των περιπτώσεων επιδιώκει αθέμιτα να "ψαρέψει" στοιχεία για λόγους μάρκετινγκ και διαφήμισης. Στη χειρότερη περίπτωση πρόκειται για "εταιρεία - μαϊμού" που θα θελήσει να μας εξαπατήσει με τη μέθοδο του "ψαρέματος" (fishing όπως είναι στη γλώσσα του Διαδικτύου).

# Δυνατότητες, Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου

**Δυνατότητες:**

1. Αναζήτηση προϊόντων  ανά κατηγορία ή είδος.
2. Καλάθι αγορών.
3. Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να καταχωρεί τα στοιχεία του και με τη χρήση κωδικού και username να βλέπει το αρχείο των παραγγελιών.
4. Πληρωμές σε διαφορετικό νόμισμα (συνάλλαγμα)
5. Υπολογισμός φόρων με βάση διάφορα στοιχεία (βάρος, περιοχή, κ.α.).
6. Υπολογισμός εξόδων αποστολής με βάση διάφορα στοιχεία (βάρος, περιοχή, κ.α.).

**Πλεονεκτήματα:**

1. Εισαγωγή σε νέες αγορές
2. Απόκτηση νέων πελατών
3. Αύξηση παραγωγικότητας
4. Ασφαλείς συναλλαγές τοις μετρητοίς
5. Ανταγωνισμός

**Μειονεκτήματα**

1. Δεν υπάρχει εμπιστευτικότητα και ασφάλεια όσον αφορά το περιεχόμενο κάποιων πληροφοριών.
2. Δεν υπάρχει ακεραιότητα, ώστε να προφυλάσσεται το υποκείμενο των πληροφοριών που διακινούνται.
3. Συνεπώς:, το ηλεκτρονικό εμπόριο ελλοχεύει κινδύνους για τον ανυποψίαστο χρήστη.

[](http://secofexchanges.files.wordpress.com/2012/06/malaysia-e-commerce-website-trends.jpg)

## Ηλεκτρονικό Εμπόριο και καταναλωτές

### Τα οφέλη του Ηλεκτρονικού εμπορίου για τους Καταναλωτές

1. Μπορούμε να αγοράσουμε προϊόντα ή υπηρεσίες, που επιθυμούμε, όποτε θελήσουμε, 24 ώρες το 24ωρο, 7 ημέρες την εβδομάδα, όπου κι αν βρισκόμαστε.
2. Μπορούμε να επισκεφτούμε, εύκολα και γρήγορα, πολλά ηλεκτρονικά καταστήματα και να συγκρίνουμε τις τιμές και τα χαρακτηριστικά των ειδών που μας ενδιαφέρουν, πριν αγοράσουμε αυτό που επιθυμούμε.
3. Μπορούμε να ενημερωθούμε, πληρέστερα, για το προϊόν ή την υπηρεσία που αναζητάμε.
4. Γλιτώνουμε χρόνο και ταλαιπωρία, μειώνοντας τις μετακινήσεις μας.
5. Πολλά ηλεκτρονικά καταστήματα κάνουν ειδικές εκπτώσεις, στους πελάτες τους.
6. Η νομοθεσία για την προστασία του Καταναλωτή, όταν πρόκειται για αγορές από απόσταση, όπως είναι οι ηλεκτρονικές αγορές διασφαλίζει τα δικαιώματά τους (π.χ. το δικαίωμα υπαναχώρησης κ.λπ.)

### Προβλήματα, που αντιμετωπίζουν οι Καταναλωτές

1. Σύμφωνα με έρευνα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Καταναλωτών, η ασφάλεια φαίνεται να είναι ο αδύναμος κρίκος του ηλεκτρονικού εμπορίου, στοιχείο, που λειτουργεί, ανασταλτικά, για τους υποψήφιους αγοραστές.
2. Πανευρωπαϊκή έρευνα κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι Ευρωπαίοι, δύσκολα, θα εμπιστευτούν, στο μέλλον, το internet, για τις αγορές τους, καθώς:
3. Από τις παραγγελίες, που κατατέθηκαν, το 1/3 αγνοήθηκε, παντελώς.
4. Ένας στους 3 Καταναλωτές δεν πήραν πίσω τα χρήματά τους, αν και επέστρεψαν, εγκαίρως, το προϊόν, που αγόρασαν.
5. Στις περιπτώσεις πληρωμών με πιστωτική κάρτα, μία στις τέσσερις χρεώσεις έγινε τη στιγμή της παραγγελίας.
6. Παρότι, σύμφωνα με την οδηγία για τις πωλήσεις από απόσταση, ο Καταναλωτής μπορεί να αλλάξει γνώμη και να επιστρέψει το προϊόν, χωρίς αιτιολόγηση, μέσα σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, ένα στα τέσσερα ηλεκτρονικά καταστήματα, στα οποία επιστράφηκαν προϊόντα, ζήτησαν από τον Καταναλωτή να αιτιολογήσει την απόφασή του.
7. Σχεδόν ένα στα δέκα ηλεκτρονικά καταστήματα δεν έδιναν ακριβείς πληροφορίες, για το τελικό κόστος των προϊόντων.
8. Σχεδόν τα μισά καταστήματα δεν παρείχαν επαρκείς πληροφορίες, για την προστασία των προσωπικών δεδομένων των πελατών τους

## Ηλεκτρονικό Εμπόριο και επιχειρήσεις

### Πλεονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου για τις επιχειρήσεις

1. **Συμμετοχή** σε μια διεθνή αγορά, χωρίς χρονικούς ή γεωγραφικούς περιορισμούς: πρόκειται για μια παγκόσμια αγορά η οποία είναι ανοικτή 24 ώρες το εικοσιτετράωρο και 7 ημέρες την εβδομάδα.
2. **Ανταγωνισμός** στο ίδιο επίπεδο με εκείνο των μεγάλων πολυεθνικών εταιριών. Το μέγεθος της επιχείρησής σας δεν είναι σημαντικό. Αυτό το οποίο είναι σημαντικό είναι εάν κάνει καλά ή όχι τη δουλειά της, δηλαδή η «ποιότητα» του προϊόντος ή της υπηρεσίας που διαθέτει.  Επιπλέον, δεδομένου ότι οι περιορισμοί για την είσοδό σας στην αγορά είναι ελάχιστοι, υπάρχει η δυνατότητα για όλους να δραστηριοποιηθούν στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο.
3. **Συμμετοχή σε διαφορετικές δραστηριότητες** ανάλογα με τις ανάγκες. Είναι δυνατή η πραγματοποίηση συναλλαγών, η ανταλλαγή πληροφοριών, η πώληση προϊόντων και υπηρεσιών (προβλέπεται αύξηση στη ζήτηση υπηρεσιών βασιζόμενων στο Internet).
4. Βελτίωση και Απλοποίηση - και συνεπώς **εξοικονόμησης χρόνου** (βελτίωση ταχύτητας παράδοσης) και **χρήματος στις συναλλαγές** σας με τους πελάτες και τους προμηθευτές.
5. Δημιουργία «εξατομικευμένων» σχέσεων με τους εμπορικούς εταίρους και τους τελικούς πελάτες.

### Μειονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου για τις επιχειρήσεις

1. Αν το ηλεκτρονικό εμπόριο αποκτήσει ένα σημαντικό μέρος της αγοράς, με αντίστοιχη μείωση των παραδοσιακών μορφών πώλησης στα καταστήματα, τότε θα υπάρξουν πιθανές απολύσεις, ιδίως στα μεγάλα καταστήματα.
2. Καθώς η αγορά του ηλεκτρονικού εμπορίου θα αναπτύσσεται, οι νέες τεχνολογίες θα δημιουργήσουν νέα εξειδικευμένα επαγγέλματα πληροφορικής.
3. Νέες ειδικότητες και καθήκοντα θα αναδειχθούν, νέα προσόντα και δεξιότητες θα απαιτηθούν.
4. Ο μελλοντικός χώρος εργασίας θα είναι διαφορετικός από αυτόν που ήδη γνωρίζουμε.
5. Η εξυπηρέτηση πελατών μέσω Internet θα πρέπει να γίνεται σε 24ωρη βάση.
6. Αναμένεται μείωση της ανάγκης για φυσική παρουσία του εργαζόμενου στον τόπο εργασίας και αύξηση της εργασίας από απόσταση δηλαδή τηλε-εργασία.
7. Η εργασία στο ηλεκτρονικό εμπόριο είναι πιθανό να μην προστατεύεται όπως συμβαίνει με την παραδοσιακή απασχόληση που ρυθμίζεται από την εργατική νομοθεσία και τις συλλογικές συμβάσεις εργασίας καθώς δεν θα είναι εφικτό να ελέγχονται οι εργαζόμενοι όταν δεν θα υπάρχει η φυσική παρουσία τους.

# Προοπτικές ηλεκτρονικού εμπορίου

Σε ιδιαίτερα ανοδική πορεία με ευνοϊκές προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης φαίνεται να κινείται το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα, τόσο σε επίπεδο ηλεκτρονικών αγορών από την πλευρά των καταναλωτών, όσο και σε επίπεδο συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων στον ιδιωτικό τομέα.

Σύμφωνα με έρευνα της Focus Bari οι Έλληνες online αγοραστές κυμαίνονται μεταξύ 650 και 700 χιλιάδων, αποτελούν δηλαδή το ένα τρίτο του συνόλου των Ελλήνων χρηστών του Internet.

Κατά μέσο όρο πραγματοποιούν δέκα ηλεκτρονικές αγορές τον χρόνο, ενώ, κάθε χρήστης δαπανά από 1.000 έως 1.600 ευρώ συνολικά για τις αγορές του στο Διαδίκτυο. Σε μερικά χρονιά, θα κυμανθούμε περίπου σε αξία συναλλαγών που θα φτάσει το ένα δισεκατομμύριο ευρώ!

Αν αναλογιστεί μάλιστα κάποιος ότι πριν από τέσσερα με πέντε χρόνια, οι χρήστες που πραγματοποιούσαν online αγορές δεν ξεπερνούσαν το 4-5% του συνόλου, καταλαβαίνει ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο σε αυτό το επίπεδο εξελίσσεται σημαντικά και στη χώρα μας.

Σε ότι αφορά τα προϊόντα που ελκύουν το ενδιαφέρον των Ελλήνων καταναλωτών στο Διαδίκτυο, στις πρώτες θέσεις βρίσκονται οι τουριστικές υπηρεσίες και γενικότερα η αγορά αεροπορικών εισιτηρίων.  
Ακολουθούν τα προϊόντα τεχνολογίας όπως περιφερειακά και εξαρτήματα ηλεκτρονικών υπολογιστών, αλλά και βιβλία.

# Το ηλεκτρονικό εμπόριο με τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του

**Πλεονεκτήματα**

1. **Μειώνεται ο χρόνος για αγορές γιατί δεν χρειάζεται να μετακινούμαστε**.
2. Υπάρχουν χαμηλότερες τιμές.
3. Καλύτερη εξυπηρέτηση πελατών γιατί δεν υπάρχει συνωστισμός στα καταστήματα.
4. Ευκολία στην αναζήτηση προϊόντων.

**Μειονεκτήματα**

1. Είναι αμφίβολη η εγγύηση και η ποιότητα των προϊόντων.
2. Μηχανικές βλάβες μπορεί να προκαλέσουν απρόβλεπτες συνέπειες στο σύνολο των διαδικασιών.
3. O καταναλωτής δεν μπορεί να δει το προϊόν από κοντά.

# Συνέπειες ανάπτυξης ηλεκτρονικού εμπορίου.

|  |  |
| --- | --- |
| **Θετικές** | **Αρνητικές** |
| 1. **Ο χρόνος για την ανεύρεση ενός προϊόντος μειώνεται**. 2. Χαμηλότερες τιμές 3. Εξυπηρέτηση πελατών σε 24ωρη βάση 4. Ευκολία στην επιλογή προϊόντων | 1. Δεν υπάρχει εγγύηση για άμεση αντικατάσταση ενός προβληματικού προϊόντος. 2. Μηχανικές βλάβες μπορεί να προκαλέσουν απρόβλεπτες συνέπειες για το σύνολο των διαδικασιών. 3. Ο καταναλωτής δεν μπορεί να δει το προϊόν από κοντά |

Η ραγδαία ανάπτυξη των τεχνολογιών της πληροφορίας και η εκθετική αύξηση των χρηστών του Διαδικτύου είναι γεγονότα αδιαμφισβήτητα. Παράλληλα, αναπτύσσεται και το ηλεκτρονικό εμπόριο, το εμπόριο δηλαδή αγαθών και υπηρεσιών μέσα από το Διαδίκτυο. Οι χρήστες του Διαδικτύου άγγιξαν το 2011 τα 2 δισεκατομμύρια, ενώ το ποσοστό των πωλήσεων μέσω Διαδικτύου στις ΗΠΑ για το 2011 υπολογίζεται στο 4% επί του συνόλου των λιανικών πωλήσεων. Έχουμε λοιπόν να κάνουμε με μία ευρύτατη νέα αγορά που προσφέρει νέες δυνατότητες επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο άλλαξε διά παντός το χάρτη του εμπορίου, επιτρέποντας την αγορά και πώληση από τη μία άκρη του πλανήτη στην άλλη. Όμως η γεωγραφική του εμβέλεια και ευελιξία δεν είναι το μοναδικό χαρακτηριστικό που καθιστά το ηλεκτρονικό εμπόριο μοναδικό. Στην έκρηξη των ηλεκτρονικών επιχειρήσεων ανά τον κόσμο συνετέλεσε και το σχετικά χαμηλό κόστος της ίδρυσης μίας ηλεκτρονικής επιχείρησης, αλλά και η σημαντική αύξηση της ταχύτητας με την οποία μία αγορά μπορεί να ολοκληρωθεί μέσω Διαδικτύου. Μία παραδοσιακή επιχείρηση για να ιδρυθεί και να ξεκινήσει έναν ικανοποιητικό κύκλο εργασιών απαιτεί ένα κεφάλαιο. Το κεφάλαιο αυτό είναι αισθητά μικρότερο αν μιλάμε για μία ηλεκτρονική επιχείρηση, που δεν απαιτεί απαραιτήτως κόστη για ενοίκια χώρων, τυπωμένους διαφημιστικούς καταλόγους κλπ. Βέβαια, λίγες είναι οι επιχειρήσεις που είναι αποκλειστικά ηλεκτρονικές, που δεν συνδυάζουν δηλαδή το ηλεκτρονικό εμπόριο με το παραδοσιακό. Στον παρόντα οδηγό θα μιλήσουμε κυρίως για τις "υβριδικές" επιχειρήσεις, δηλαδή για τις επιχειρήσεις που περιλαμβάνουν παρουσία και αγοραπωλησία στο Διαδίκτυο αλλά έχουν και υλική έδρα και βάση.

Είναι σημαντικό για ένα νέο επιχειρηματία, ιδιαιτέρως στην εποχή οικονομικής κρίσης που διανύουμε, να έχει μία καλή εποπτεία των δυνατοτήτων που του προσφέρει το ηλεκτρονικό εμπόριο. Και τούτο διότι οι νέες τεχνολογίες μπορεί να συντελέσουν στην έξοδο από το τέλμα μιας αγοράς σε πτώση, να προσφέρουν νέες πηγές ανάπτυξης και να διευρύνουν την πελατειακή βάση μιας επιχείρησης. Δεν είναι λίγο να γνωρίζει κανείς πως μπορεί να έχει μία μικρή επιχείρηση πλεκτών ρούχων σε μία κωμόπολη της Ελληνικής επαρχίας, και μέσω Διαδικτύου να μπορεί να διοχετεύει τα προϊόντα του σε όλη τη χώρα, αν όχι σε όλο τον πλανήτη.

Είναι σημαντικό λοιπόν να γνωρίζει κάθε νέος επιχειρηματίας τα οφέλη και τις δυνατότητες του ηλεκτρονικού εμπορίου. Παράλληλα, είναι σημαντικό να γνωρίζει και τα τρωτά του σημεία, τους κινδύνους και τα ρίσκα του. Γιατί, όπως και κάθε άλλο επιχειρηματικό περιβάλλον, το Διαδίκτυο δεν είναι ένας τόπος μαγικός όπου μπορούμε να έχουμε σημαντικό κύκλο πωλήσεων σε κάθε περίπτωση. Ο ανταγωνισμός και μόνο θα πρέπει να μας προβληματίσει, καθώς όσο θετικό είναι το γεγονός πως έχουμε πρόσβαση σε μία τόσο διευρυμένη αγορά, άλλο τόσο ανησυχητικό είναι το γεγονός πως θα πρέπει να ανταγωνιστούμε εκατοντάδες παρόμοιες με τη δική μας επιχειρήσεις και να ξεχωρίσουμε σε ένα περιβάλλον απρόσωπο και συχνά άναρχο.

Το κλειδί για την επιτυχία στο Διαδίκτυο μπορεί να μην είναι τόσο το διαθέσιμο κεφάλαιο, είναι όμως σίγουρα η καλή γνώση του περιβάλλοντος, δηλαδή του Διαδικτύου και των τεχνικών του, αλλά και η πολύ προσεγμένη οργάνωση και οριοθέτηση της επιχείρησής μας και των στόχων της. Θα μπορούσε πιθανώς να επιτύχει ένας νέος επιχειρηματίας ανοίγοντας μία παραδοσιακή επιχείρηση σε έναν εμπορικό δρόμο, ακόμη κι αν δεν είχε εκ των προτέρων επεξεργαστεί ένα λεπτομερέστατο επιχειρηματικό σχέδιο, αν δεν είχε κάνει έρευνα αγοράς ή κι αν δεν είχε καλή γνώση του ανταγωνισμού. Κάτι τέτοιο όμως είναι αδύνατον στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου. Συνοψίζοντας, λοιπόν, οι τεχνικές γνώσεις (ή η πρόσβαση σε αυτές) και η ενδελεχής προεργασία και οργάνωση αποτελούν τις δύο βασικές προϋποθέσεις για την επιτυχία μίας ηλεκτρονικής επιχείρησης.

Ακριβώς επειδή η παρουσία της νέας επιχείρησης στο Διαδίκτυο απαιτεί ενέργειες σε κάθε φάση του σχεδιασμού, η συμπερίληψη του ηλεκτρονικού εμπορίου στον παρόντα οδηγό διατρέχει κάθε ενότητα προετοιμασίας της επιχειρηματικής δραστηριότητας, από το επιχειρηματικό πλάνο και την έρευνα αγοράς ως το marketing και τη διαφήμιση. Επίσης, έχουν σχεδιαστεί ξεχωριστές ασκήσεις για το ηλεκτρονικό εμπόριο, με έμφαση στη λεπτομέρεια της διαδικασίας προγραμματισμού και σχεδιασμού, έτσι ώστε να έρθει ο νέος επιχειρηματίας όσο το δυνατόν πιο κοντά, στο βαθμό που αυτό μπορεί να γίνει μέσα από μία άσκηση, στα πρακτικά ζητήματα που θα αντιμετωπίσει στη συμπερίληψη του ηλεκτρονικού εμπορίου στην επιχείρησή του. Τέλος, τα καθαρά τεχνικά ζητήματα που θα απασχολήσουν αναγκαστικά το νέο επιχειρηματία αναπτύσσονται ξεχωριστά, έτσι ώστε ακόμη κι αν ο ίδιος δεν έχει τεχνικές γνώσεις, να μπορεί να επιβλέψει τέτοιες εργασίες, να προτείνει τεχνικές που θεωρεί σημαντικές για την ανάπτυξη της επιχείρησής του και να γνωρίζει στο βαθμό που αυτό είναι σημαντικό για την επιχείρηση το ηλεκτρονικό περιβάλλον και τις δυνατότητες των διαδικτυακών εφαρμογών.



# Ορισμός

Ως **ηλεκτρονικό εμπόριο** ή αλλιώς e-commerce ορίζεται το εμπόριο που πραγματοποιείται με ηλεκτρονικά μέσα. Ουσιαστικά βασίζεται στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων. Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί έκφανση των λεγόμενων υπηρεσιών εξ αποστάσεως.

# Ηλεκτρονικά προϊόντα στο διαδίκτυο

**Το *"Internet"* ξεκίνησε σαν ένα διαπανεπιστημιακό δίκτυο υπολογιστικών δικτύων, και εξελίχτηκε σε ένα απαραίτητο εργαλείο της επιστήμης, της επικοινωνίας και των συναλλαγών.** Ειδικά μετά τη δημιουργία της γλώσσας HTML (Hypertext Markup Language) το 1991 και του πρωτοκόλλου HTTP (Hypertext Transfer Protocol) που επέτρεπε τη διασύνδεση των σελίδων, το Internet άλλαξε ριζικά, αφού δημιουργήθηκε το World Wide Web, διανθίζοντας τις σελίδες με γραφικά.   
Τότε άρχισαν διάφορες εταιρίες να προβάλλουν τις σελίδες τους στο Internet, παρουσιάζοντας ένα γενικότερο προφίλ των δραστηριοτήτων τους και τοποθετώντας λίστες με τα προϊόντα τους, τα οποία μπορούσε ο κάθε ενδιαφερόμενος να παραγγείλει. Έτσι γεννήθηκαν αρχικά τα ηλεκτρονικά καταστήματα και κατ' επέκταση το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Τα ηλεκτρονικά καταστήματα δεν είναι κατ' ανάγκη υπαρκτά καταστήματα, με την έννοια ότι θα πρέπει να έχουν αποθηκευτικούς χώρους, βιτρίνα και εμπόρευμα. Ένα τέτοιο «εικονικό» κατάστημα είναι δυνατόν να αποτελείται από έναν δικτυωμένο υπολογιστή που περιέχει μια βάση δεδομένων με πληροφορίες για τα προϊόντα που «πουλάει», έτσι ώστε ο κάθε επισκέπτης να μπορεί να βρει κάποιο προϊόν που τον ενδιαφέρει και να το παραγγείλει. Από τη στιγμή που θα γίνει η παραγγελία, αναλαμβάνουν οι διαχειριστές του υπολογιστή να την διεκπεραιώσουν.

Οφείλουμε να σημειώσουμε, ότι στην Ελλάδα οι εφαρμογές του ηλεκτρονικού εμπορίου βρίσκονται σε αρκετά χαμηλότερο επίπεδο από τις αντίστοιχες στις ανεπτυγμένες Ευρωπαϊκές χώρες, ενώ απέχουν ακόμα περισσότερο από αυτές των ΗΠΑ.

# Είδη Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Οι συμμετέχοντες σε ένα περιβάλλον Ηλεκτρονικού Εμπορίου μπορεί να είναι **επιχειρήσεις, δημόσιοι οργανισμοί και καταναλωτές.** Στα πλαίσια αυτά, οι εφαρμογές του Ηλεκτρονικού Εμπορίου μπορούν να διαχωριστούν στις ακόλουθες κατηγορίες:

1. Επιχείρηση –προς- Επιχείρηση
2. Επιχείρηση –προς- Καταναλωτής
3. Επιχείρηση –προς- Δημόσιοι Φορείς
4. Καταναλωτής –προς- Δημόσιοι Φορείς

Ένα παράδειγμα της κατηγορίας **Επιχείρηση-Επιχείρηση** αφορά μια εταιρία που χρησιμοποιεί τα τηλεπικοινωνιακά δίκτυα της για να παραγγείλει ηλεκτρονικώς από τους προμηθευτές της, να δεχτεί τιμολόγια και να κάνει τις πληρωμές. Αυτή η κατηγορία έχει εδραιωθεί με τη χρησιμοποίηση της Ηλεκτρονικής Ανταλλαγής Δεδομένων (EDI).

Η κατηγορία **Επιχείρηση-Καταναλωτής** εξισώνεται με την ηλεκτρονική πώληση και παρουσιάζει αυξανόμενη χρήση σε διεθνές επίπεδο, λόγω της ευρείας χρήσης των δυνατοτήτων του Internet, το οποίο ενδείκνυται για την αποτελεσματική προώθηση καταναλωτικών αγαθών και υπηρεσιών σε μεγάλο εύρος πιθανών πελατών.

Η κατηγορία **Επιχείρηση-Δημόσιοι Φορείς** καλύπτει κάθε μορφή επικοινωνίας μεταξύ ιδιωτικών εταιριών και αρμόδιων αρχών, τόσο για τη διεκπεραίωση φορολογικών ή άλλων υποχρεώσεων, όσο και για την αυτοματοποίηση της διαδικασίας των Δημόσιων Προμηθειών.

Τέλος, η κατηγορία **Καταναλωτές-Δημόσιοι** **Φορείς** δεν έχει ακόμα εμφανιστεί. Ωστόσο, ως επακόλουθο της ανάπτυξης των κατηγοριών της Επιχείρησης-Καταναλωτής και της Επιχείρησης-Δημόσιοι Φορείς, οι κυβερνήσεις μπορούν να επεκτείνουν τις ηλεκτρονικές αλληλεπιδράσεις σε θέματα όπως πληρωμές κοινωνικής πρόνοιας και αυτό-προσδιοριζόμενοι φόροι επιστροφής.

Υπάρχουν τέσσερις γενικοί τύποι προϊόντων που αφορούν το ηλεκτρονικό εμπόριο:

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

Πρέπει να σημειωθεί ότι οι παραπάνω κατηγορίες είναι πολύ γενικού περιεχομένου. Στην πράξη, ένα προϊόν μπορεί να προέλθει από την συνένωση δύο ή περισσοτέρων από τις παραπάνω γενικές κατηγορίες: για παράδειγμα, ένα βιβλίο είναι ένα προϊόν με στοιχεία άϋλου αγαθού, ενώ αγαθά μπορεί να συνοδεύονται από ένα συμβόλαιο συντήρησης, κάτι που πρακτικά θεωρείται παροχή υπηρεσιών.

Οι βασικότερες επιχειρηματικές διαδικασίες που συντελούνται σήμερα στα πλαίσια της εμπορικής διαδικασίας περιλαμβάνουν:

1. **Προώθηση προϊόντων** (marketing): το marketing περιλαμβάνει μία σειρά από δραστηριότητες στην πλευρά του πωλητή προϊόντων και υπηρεσιών (π.χ. έρευνα αγοράς, σχεδιασμός προϊόντων, προώθηση και διαφήμιση προϊόντος κλπ.) όσο και στην πλευρά του πιθανού αγοραστή (π.χ. επιλογή κατάλληλου προϊόντος, συλλογή προσφορών, επιλογή βέλτιστης προσφοράς κλπ). Στη διάρκεια των λειτουργιών αυτών συνήθως υπάρχει ελάχιστη άμεση επαφή μεταξύ του αγοραστή και του πωλητή αλλά συμμετέχουν σ' αυτές και ενδιάμεσοι φορείς (π.χ. μεταπωλητές, αντιπρόσωποι κλπ.).
2. **Επιβεβαίωση συνεργασίας** (contracting): για τη διεκπεραίωση αυτής της διαδικασίας απαιτούνται: από την πλευρά του αγοραστή, η συλλογή των προδιαγραφών του προϊόντος καθώς και άλλων όρων που σχετίζονται με τη συνεργασία με προμηθευτές (π.χ. μεταφοράς, παράδοσης και πληρωμής) και από την πλευρά του πωλητή η διαπραγμάτευση για τους όρους συνεργασίας, η επεξεργασία των παραγγελιών σύμφωνα με τους συμφωνηθέντες όρους συνεργασίας κλπ. Στη διάρκεια των λειτουργιών αυτών, και ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια των διαπραγματεύσεων, διεξάγονται επικοινωνίες μεταξύ των δύο μερών που βασίζονται κυρίως σε αδόμητες πληροφορίες και κείμενα.
3. **Διαχείριση αποθεμάτων** (logistics): εδώ περιλαμβάνονται όλες οι λειτουργίες που στοχεύουν στη διάθεση των παραγγελθέντων προϊόντων στον αγοραστή σύμφωνα με τους όρους συνεργασίας. Λειτουργίες που περιλαμβάνονται στα πλαίσια αυτά αφορούν την ζήτηση των προϊόντων, τη μεταφορά, την υποδοχή και κατηγοριοποίηση των προϊόντων στην αποθήκη κλπ. Κατά τη διάρκεια των λειτουργιών αυτών, συνήθως διεξάγονται δομημένες επικοινωνίες μεταξύ των συμμετεχόντων μερών, αγοραστή και πωλητή.
4. **Διακανονισμός** (settlement): στη διαδικασία αυτή περιλαμβάνεται η τιμολόγηση προϊόντων και υπηρεσιών και η πληρωμή τους. Δεν πρόκειται απλώς για οικονομικό διακανονισμό αλλά για γενικότερο διακανονισμό των όρων συνεργασίας των εμπορικών εταίρων (π.χ. μπορεί να μη συντελείται μία απλή πληρωμή τιμολογίων αλλά και ο αμοιβαίος συμψηφισμός τους).
5. **Επικοινωνία με δημόσιους φορείς** (interfacing with administration): όλα μέρη που συμμετέχουν στα πλαίσια του διεθνούς επιχειρηματικού περιβάλλοντος πρέπει σε κάποια σημεία του εμπορικού κύκλου να έρθουν σε επαφή με δημόσιους φορείς, για διάφορους λόγους (π.χ. διεκπεραίωση εισαγωγών / εξαγωγών, εξόφληση φόρων κλπ.).

# Λίγα λόγια για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί μια ολοκληρωμένη συναλλαγή που πραγματοποιείται μέσω του διαδικτύου χωρίς να είναι απαραίτητη η φυσική παρουσία των συμβαλλομένων μερών, δηλαδή του πωλητή και του αγοραστή, οι οποίοι μπορούν να βρίσκονται ακόμα και σε διαφορετικές χώρες. Είναι οποιαδήποτε συναλλαγή που ενέχει διαδικτυακή δέσμευση για αγορά η πώληση αγαθών ή υπηρεσιών.

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

# Ηλεκτρονικά Καταστήματα

Αυτή τη στιγμή λειτουργούν πολλά ηλεκτρονικά καταστήματα. Καθημερινά όμως ξεφυτρώνουν και νέα σαν τα μανιτάρια. Ενδεικτικά παραθέτουμε μερικά από αυτά παρακάτω:

1. plaisio.gr
2. e-shop.gr
3. public.gr
4. cosmote.gr
5. kotsovolos.gr
6. ntynomai.gr
7. myshoe.gr
8. you.gr
9. mediamarkt.gr
10. ebw.gr
11. getitnow.gr
12. spartoo.gr
13. multirama.gr
14. melinamay.com
15. oroloi.gr
16. electroworld.gr
17. e-germanos.gr
18. cosmodata.gr

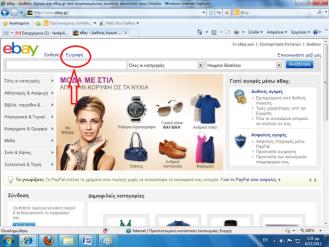
# Τρόπος πραγματοποίησης αγορών



## e-bay

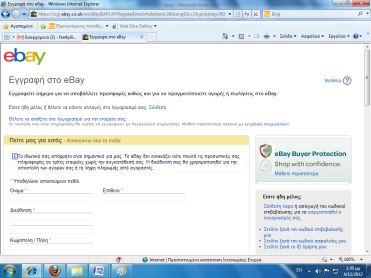
1. Εγγραφή

Πριν ξεκινήσουμε να κάνουμε αγορές στο e-bay πρέπει να κάνουμε εγγραφή.



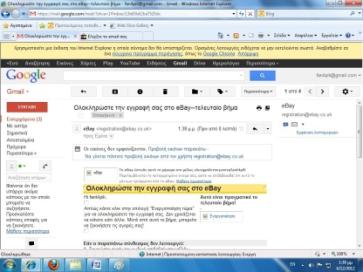
1. Καταχώρηση προσωπικών στοιχείων

Ο κάθε χρήστης πρέπει να το κάνει αυτό έτσι ώστε να μπορεί να αγοράσει προϊόντα.



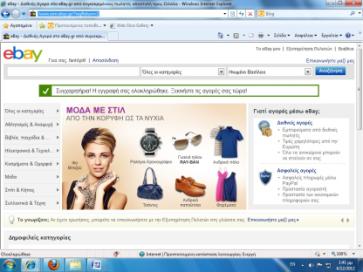
1. Επιβεβαίωση προσωπικών στοιχείων

Αφού τελειώσουμε με την καταχώρηση προσωπικών στοιχείων, πηγαίνουμε στα εισερχόμενα του e-mail που δηλώσαμε και ολοκληρώνουμε την εγγραφή μέσω ενός συνδέσμου.



1. Η εγγραφή ολοκληρώθηκε!

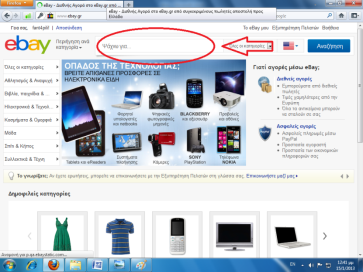
Συγχαρητήρια! Τώρα που ολοκληρώθηκε η εγγραφή μας μπορούμε να ξεκινήσουμε τις αγορές μας!



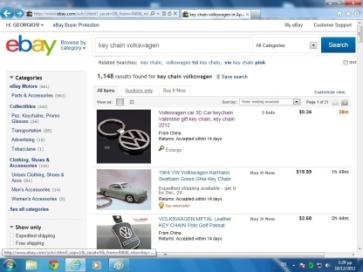
1. Πραγματοποίηση αγοράς

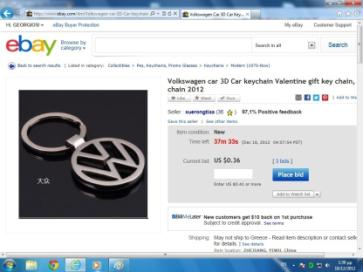
Για να πραγματοποιηθεί μια αγορά στο ebay.com χρειάζεται να κάνουμε κάποια βήματα:

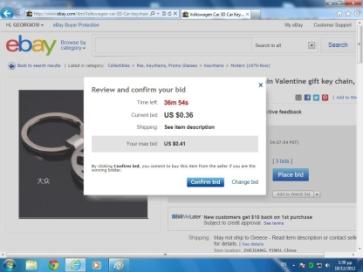
1. Αρχικά γράφουμε στην μπάρα αναζήτησης το προϊόν που θέλουμε να αγοράσουμε.



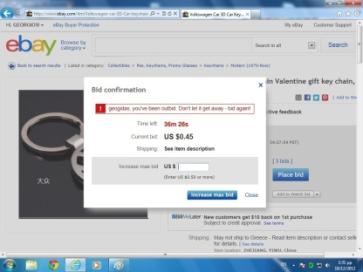
1. Ύστερα, επιλέγουμε το προϊόν που επιθυμούμε από τη λίστα που εμφανίζεται.



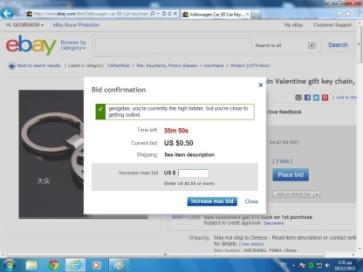
1. Έπειτα, διαβάζουμε τις πληροφορίες της παραγγελίας και εισάγουμε ποσό «χτυπήματος».



1. Στην περίπτωση που κάποιος έχει πλειοδοτήσει περισσότερο, δεν κατοχυρώνεται προσωρινά το προϊόν σε εμάς.



Αλλιώς εμφανιζόμαστε ως πλειοδότες.



1. Μετά τη λήξη της δημοπρασίας ο πλειοδότης πρέπει να πληρώσει, με τον κατάλληλο τρόπο (PayPal, έμβασμα), το ποσό σε διάστημα 20 ημερών έτσι ώστε να του σταλεί το προϊόν.

## Ricardo

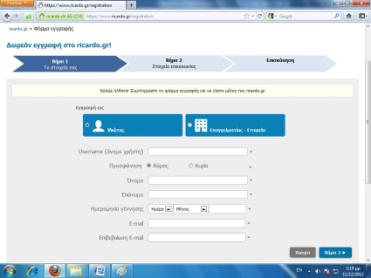
1. Εγγραφή

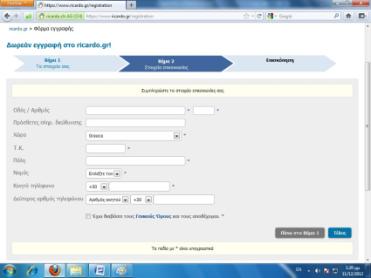
Πριν ξεκινήσουμε να κάνουμε αγορές στο ricardo πρέπει να κάνουμε εγγραφή.



1. Καταχώρηση προσωπικών στοιχείων

Ο κάθε χρήστης πρέπει να το κάνει αυτό έτσι ώστε να μπορεί να αγοράσει προϊόντα. Χρειάζεται να δηλώσει τα προσωπικά του στοιχεία και στοιχεία επικοινωνίας.





1. Επιβεβαίωση προσωπικών στοιχείων

Αφού τελειώσουμε με την καταχώρηση προσωπικών στοιχείων, πηγαίνουμε στα εισερχόμενα του e-mail που δηλώσαμε και ολοκληρώνουμε την εγγραφή μέσω ενός συνδέσμου πατώντας «Σύνδεση»



1. Η εγγραφή ολοκληρώθηκε!

Συγχαρητήρια! Τώρα που ολοκληρώθηκε η εγγραφή μας μπορούμε να ξεκινήσουμε τις αγορές και τις πωλήσεις μας!

5.Πραγματοποίηση αγοράς

Για να πραγματοποιηθεί μια αγορά στο Ricardo.com χρειάζεται να κάνουμε κάποια βήματα:

1. **Δημοπρασία**

Η διαδικτυακή δημοπρασία λειτουργεί όπως και η κλασική δημοπρασία. Άτομα ποντάρουν για να αγοράσουν ένα προϊόν και o αγοραστής (πλειοδότης της δημοπρασίας) είναι αυτός ο οποίος προσφέρει τα περισσότερα χρήματα.

1. **Άμεση αγορά**

Εάν το προϊόν που μας ενδιαφέρει πωλείται με σταθερή τιμή, τότε μπορούμε να κάνουμε την αγορά μας κάνοντας κλικ στο κουμπί «Άμεση Αγορά». Με τον τρόπο αυτό αγοράζουμε άμεσα κάποιο προϊόν (χωρίς να μπούμε σε διαδικασία δημοπρασίας) σε κάποια σταθερή τιμή που έχει βάλει ο πωλητής να πουλήσει το προϊόν του. Η αγορά είναι δεσμευτική για αυτό πρέπει να βεβαιωθούμε πριν πατήσουμε το κουμπί της άμεσης αγοράς ότι έχουμε διαβάσει τους όρους του πωλητή.

1. **Δημοπρασία με άμεση αγορά**

Θα δούμε κάποιες προσφορές που έχουμε τη δυνατότητα να επιλέξουμε ανάμεσα στην αγορά μέσα από Δημοπρασία και μέσα από Άμεση Αγορά. Αν ο πωλητής έχει βάλει μία τιμή άμεσης αγοράς στο προϊόν του, αυτή εμφανίζεται στη σελίδα προσφοράς μέσω του κουμπιού «Άμεση αγορά».  
Αντίθετα για να ποντάρουμε στη δημοπρασία πρέπει να πατήσουμε το κουμπί «Ποντάρετε»

# Επιρροή ηλεκτρονικού εμπορίου

Όσο είναι αλήθεια ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να είναι ένα πολύτιμο εργαλείο στα χέρια μιας επιχείρησης, άλλο τόσο επίσης αληθεύει το γεγονός ότι η χρήση του δεν μπορεί να προσδώσει τα ίδια οφέλη σε κάθε τύπο επιχείρησης. Γι' αυτό και η κάθε επιχείρηση θα πρέπει να αξιολογήσει προσεκτικά κάθε προσπάθεια προτού προβεί σε οποιαδήποτε ενέργεια δέσμευσης των πόρων της.

Βοηθητικά ερωτήματα μπορούν να τεθούν ως ακολούθως:

1. Μπορεί η χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου να βοηθήσει την επιχείρηση να πετύχει καλύτερα τους στόχους της;
2. Σε ποιους τομείς της επιχειρηματικής λειτουργίας είναι προσφορότερο να χρησιμοποιηθούν τεχνολογίες και πρακτικές του ηλεκτρονικού εμπορίου;
3. Ποιος συνδυασμός τεχνολογιών μπορεί να επιφέρει τα καλύτερα αποτελέσματα με το μικρότερο δυνατό κόστος επένδυσης και το ελάχιστο ρίσκο;
4. Τι είδους και τι έκτασης οργανωτικές αλλαγές θα απαιτήσει η εφαρμογή του ηλεκτρονικού εμπορίου μέσα σε μία επιχείρηση;
5. Πως μπορεί το ηλεκτρονικό εμπόριο να μεταβάλλει τις σχέσεις μιας επιχείρησης με τους επιχειρηματικούς εταίρους;

Είναι αναμφισβήτητο ότι η εφαρμογή μεθόδων ηλεκτρονικού εμπορίου μπορεί να έχει σημαντικές **επιδράσεις** στη λειτουργία μιας επιχείρησης σε βασικά επιχειρηματικά μεγέθη:

1. Λειτουργικός κόστος (κόστος διατήρησης αποθέματος, κόστος παραγωγής, κόστος διαφήμισης και προώθησης, κ.α.).
2. Παραγωγικότητα, αποτελεσματικότητα και κερδοφορία.
3. Στρατηγική θέση της επιχείρησης στην αγορά.
4. Διαπραγματευτική ικανότητα της επιχείρησης.
5. Επίδραση πολιτικών marketing και προώθησης προϊόντων.

 Αυτό που σίγουρα απαιτείται είναι μία επιχείρηση να μπορεί να αξιολογεί σωστά τις ευκαιρίες και τους κινδύνους που μπορεί να συνεπάγεται η υιοθέτηση του ηλεκτρονικού εμπορίου, αλλά και να επιλέξει τη σωστή στρατηγική και το πλάνο εφαρμογής του. Κάτι τέτοιο όμως είναι εξαιρετικά δύσκολο για πολλούς λόγους.

1. Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι μια σχετικά καινούργια έννοια και για το λόγο αυτό δεν υπάρχει ακόμη διαθέσιμη σε ευρεία βάση πρακτική εμπειρία που θα βοηθούσε στην αξιολόγηση και ασφαλή εξαγωγή συμπερασμάτων. Έτσι, ο πειραματισμός και η επιχειρηματική διαίσθηση είναι τις περισσότερες φορές οι βασικότεροι μηχανισμοί υιοθέτησης του ηλεκτρονικού εμπορίου, ειδικά σε τεχνολογικά "ανώριμα" επιχειρηματικά περιβάλλοντα, όπως αυτό της Ελλάδας.
2. Η αξιολόγηση των ευκαιριών, των δυνατοτήτων αλλά και των κινδύνων που συνεπάγεται η υιοθέτηση μεθόδων ηλεκτρονικού εμπορίου είναι εξαιρετικά δυσχερής γιατί εξαρτάται από μία πληθώρα παραγόντων όπως το είδος της επιχειρηματικής δραστηριότητας της επιχείρησης, το μέγεθος της, ο βαθμός εξοικείωσης της με τη χρήση νέων τεχνολογιών και μοντέρνων μεθόδων management, η γενικότερη στρατηγική και θέση της στην αγορά, και πολλοί άλλοι.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο όμως δεν είναι μελλοντικό όνειρο. Συμβαίνει τώρα, με πολλές καλό-εγκαθιδρυμένα επιτυχημένα παραδείγματα. Συμβαίνει τώρα παγκοσμίως- καθώς οι Η.Π.Α, η Ιαπωνία και η Ευρώπη καθοδηγούν τον δρόμο, και έτσι το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι κατά βάση παγκόσμιο στην έννοιά και στη σύνθεσή. Συμβαίνει γρήγορα. Και με την ωρίμανση του EDI και τη γρήγορη ανάπτυξη του Internet και του WWW, είναι ιδιαίτερα επιταχυνόμενο.

Η επίδραση του ηλεκτρονικού εμπορίου θα είναι διεισδυτική στις εταιρίες και στην κοινωνία συνολικά. Για εκείνες τις εταιρίες που διαρκώς εκμεταλλεύονται τη δυναμικότητά του, το ηλεκτρονικό εμπόριο προσφέρει την πιθανότητα ριζοσπαστικών αλλαγών – αλλαγές που ριζικά μεταποιούν τις προσδοκίες των πελατών, που αναπροσδιορίζουν την αγορά ή δημιουργούν εξολοκλήρου νέες αγορές. Όλες οι άλλες εταιρίες συμπεριλαμβανομένου και εκείνων που προσπαθούν να αγνοήσουν τις νέες τεχνολογίες, θα επηρεαστούν από αυτές τις αλλαγές στις αγορές και στις προσδοκίες των πελατών. Εξίσου, ιδιαίτερα μέλη της κοινωνίας θα εμφανιστούν με εξολοκλήρου νέους τρόπους αγοράς αγαθών, πρόσβασης στις πληροφορίες και στις υπηρεσίες και με νέους τρόπους αλληλεπίδρασης με τους κλάδους της κυβέρνησης. Η επιλογή μπορεί να επεκταθεί πολύ και οι περιορισμοί της γεωγραφίας και του χρόνου θα εξαφανιστούν. Η συνολική επίδραση στον τρόπο ζωής θα μπορούσε πολύ καλά να είναι ανάλογη, θα λέγαμε, μ’ αυτού του είδους την ανάπτυξη.

****

# Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου

# Μειονεκτήματα

1. Δεν υπάρχει εμπιστευτικότητα και ασφάλεια όσον αφορά το περιεχόμενο κάποιων πληροφοριών.
2. Δεν υπάρχει ακεραιότητα, ώστε να προφυλάσσεται το υποκείμενο των πληροφοριών που διακινούνται.

Συνεπώς: Το ηλεκτρονικό εμπόριο ελλοχεύει κινδύνους για τον ανυποψίαστο χρήστη.

**Πλεονεκτήματα**

1. Επιτρέπει την δημιουργία νέων υπηρεσιών και προϊόντων και την γρήγορη διανομή τους.
2. Επιδρά θετικά στον τρόπο παραγγελιών, στον τρόπο πώλησης, στο κόστος των προϊόντων και στο marketing.

Συμπέρασμα: Επιδρά θετικά στις οικονομικές συναλλαγές.

# WEBDES-best-ecommerce-platforms-820-330

# Υλικοτεχνική υποδομή

## Δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος

Οι **πωλήσεις** προϊόντων ή υπηρεσιών είναι μία από τις **βασικές επιχειρηματικές δραστηριότητες** στο διαδίκτυο. Στην περίπτωση, όμως, της **εμπορικής χρήσης του διαδικτύου**, ο σχεδιασμός του δικτυακού τόπου αποκτά μεγαλύτερη σημασία από την ίδια την κατασκευή του. Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα θα πρέπει να προβλέπει την ύπαρξη πολλών υπηρεσιών. Μεταξύ άλλων, θα πρέπει να προβλέπει **online τεχνική υποστήριξη,** **πληροφορίες για τα προϊόντα, πολιτική εγγυήσεων, επιλογή τρόπου συναλλαγών, λεπτομέρειες για τον τρόπο αποστολής των προϊόντων στους πελάτες, λίστα παραγγελιών, στοιχεία και φόρμα επικοινωνίας και βοήθεια προς τον πελάτη για να επιλέξει το κατάλληλο προϊόν.**

Για την ανάπτυξη ηλεκτρονικών καταστημάτων χρησιμοποιούνται εργαλεία που δίνουν την δυνατότητα **αποκλειστικής διαχείρισης των περιεχόμενων** του τόπου από τον πελάτη, χωρίς να απαιτείται η γνώση κάποιας γλώσσας προγραμματισμού ή μεσολάβηση εξειδικευμένου προσωπικού. Υπάρχουν τρεις εναλλακτικοί τρόποι δημιουργίας ηλεκτρονικού καταστήματος:

Α) **Η δημιουργία και λειτουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος στον προσωπικό σας web server**. Σε αυτή την περίπτωση, θα πρέπει η επιχείρηση να προμηθευθεί το κατάλληλο λογισμικό και εξοπλισμό. Αυτή η περίπτωση είναι η πιο ακριβή και δεν συνιστάται σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Β) **Η φιλοξενία σε web server μιας εταιρείας παροχής υπηρεσιών διαδικτύου** που προσφέρει υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου. Υπάρχουν αρκετές εταιρείες παροχής υπηρεσιών διαδικτύου που διαθέτουν την κατάλληλη υλικοτεχνική υποδομή για ηλεκτρονικό εμπόριο.

Γ) **Η συνεργασία με μια εταιρεία που παρέχει σε άλλες επιχειρήσεις τη δυνατότητα ηλεκτρονικού εμπορίου**: ένα είδος εμπορικού κέντρου. Οι εταιρείες αυτές, συνήθως, διαθέτουν το δικό τους web server, ο οποίος πληροί τις προϋποθέσεις για ασφαλείς ηλεκτρονικές συναλλαγές. Η κάθε επιχείρηση μπορεί να φιλοξενηθεί στον δικό τους **web server, όπου πραγματοποιούνται όλες οι ηλεκτρονικές συναλλαγές.** Ουσιαστικά μπορεί να δημιουργηθεί ένα είδος κατάστημα μέσα σε κατάστημα (shop in shop).

Στην περίπτωση της εμπορικής χρήσης του διαδικτύου, ο σχεδιασμός του δικτυακού τόπου αποκτά μεγαλύτερη σημασία από την ίδια την κατασκευή του.

## Πραγματοποίηση συναλλαγών

Για την πραγματοποίηση των συναλλαγών χρειάζεται να διαθέτουμε έναν υπολογιστή με σύνδεση στο διαδίκτυο και βασικές γνώσεις χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών. Οι συναλλαγές μπορούν να πραγματοποιηθούν στις μέρες μας και μέσω έξυπνων τηλεφώνων (smart-phone) ή άλλων συσκευών που διαθέτουν σύνδεση στο διαδίκτυο.

# Τρόποι πληρωμής

Οι on-line καταναλωτές προτιμούν τις αγορές από e-shops για να εντοπίσουν τις πιο ανταγωνιστικές τιμές αλλά και ένα τρόπο αγορών εύκολο και γρήγορο.  Οι ευκολίες για κάθε ηλεκτρονικό κατάστημα θα πρέπει να περιλαμβάνουν πολλαπλούς τρόπους και ευκολίες πληρωμής. Οι πιο δημοφιλής τρόποι πληρωμής είναι οι ακόλουθοι:

1. Αντικαταβολή
2. Μετρητά με παραλαβή της παραγγελίας από τα καταστήματα
3. Κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό
4. Πιστωτική κάρτα
5. Προπληρωμένη κάρτα
6. Paypal

## ****Πληρωμή με αντικαταβολή****

**με την παραλαβή της παραγγελίας στο χώρο του καταναλωτή**

Ο καταναλωτής εξοφλεί στη μεταφορική την παραγγελία με την παράδοση της, στο χώρο του άμεσα.



## m25-12325shop****Παραλαβή και πληρωμή της παραγγελίας από τo κατάστημα.****

Ο καταναλωτής κάνει την παραγγελία on line και παραλαμβάνει τα προϊόντα που επιλέγει από το ίδιο το κατάστημα ή ένα υποκατάστημα όταν αυτά είναι διαθέσιμα. Σπάνια θα πρέπει να έχει προηγηθεί τηλεφωνική συνεννόηση ώστε να είναι σίγουρος ότι έχουν φθάσει τα προϊόντα στο κατάστημα. Συνήθως ο πελάτης ενημερώνεται για την άφιξη των προϊόντων με SMS ή e-mail*.*

## ****Πληρωμή μέσω κατάθεσης σε τραπεζικό λογαριασμό****

Εάν ο καταναλωτής δεν έχει πιστωτική κάρτα ή αν δεν τον βολεύει η αντικαταβολή, μπορείτε να εξοφλήσει την παραγγελία του μέσω τραπεζικού λογαριασμού. Ουσιαστικά καταθέτει ή αποστέλλει έμβασμα προεξοφλώντας την παραγγελία σε έναν λογαριασμό συνεργαζόμενης Τράπεζας.

## ****Πληρωμή με πιστωτική κάρτα.****

Για να πληρώσει κάποιος με πιστωτική κάρτα, θα πρέπει να συμπληρώσει στη φόρμα παραγγελίας το όνομα κατόχου, τον αριθμό και την ημερομηνία λήξης της πιστωτικής του κάρτας καθώς και τον μυστικό τριψήφιο κωδικό της (CVV2) που βρίσκεται στο πίσω μέρος της κάρτας.

Η χρήση της πιστωτικής κάρτας για ηλεκτρονικές αγορές είναι ασφαλής. Ακόμα και αν υπάρξει κάποιο πρόβλημα κλοπής των στοιχείων της κάρτας και παράνομης χρήσης της,  πολλές τράπεζες έχουν σύστημα ειδοποίησης για ασυνήθιστη χρήση της κάρτας και θα καλέσουν τον κάτοχο στο τηλέφωνο για να επιβεβαιώσουν αν όντως έχει κάνει τη συγκεκριμένη χρήση της κάρτας ή όχι. Σε οποιαδήποτε περίπτωση προβλήματος ο κάτοχος απευθύνεται στην τράπεζα που εξέδωσε την κάρτα.

Αν θέλει κάποιος να αγοράσει κάτι με οποιαδήποτε κάρτα (πιστωτική, χρεωστική, προπληρωμένη) πρέπει να ελέγχει αν το ηλεκτρονικό κατάστημα παρέχει την απαραίτητη προστασία. Αυτή παρέχεται όταν δίπλα από τη διεύθυνση του ηλεκτρονικού καταστήματος εμφανίζεται ένα κλειστό λουκέτο το οποίο υποδηλώνει ότι υπάρχει “ασφαλής σύνδεση”. Αν δεν υπάρχει το λουκέτο τότε καλό είναι να αποφεύγει να καταχωρεί τα στοιχεία της κάρτας του

## ****Πληρωμή με προπληρωμένες (prepaid) κάρτες****

Τον τελευταίο καιρό, πολύς λόγος γίνεται για τις προπληρωμένες κάρτες που εκδίδουν κάποιες τράπεζες.

Τι είναι όμως μια προπληρωμένη (prepaid) κάρτα;

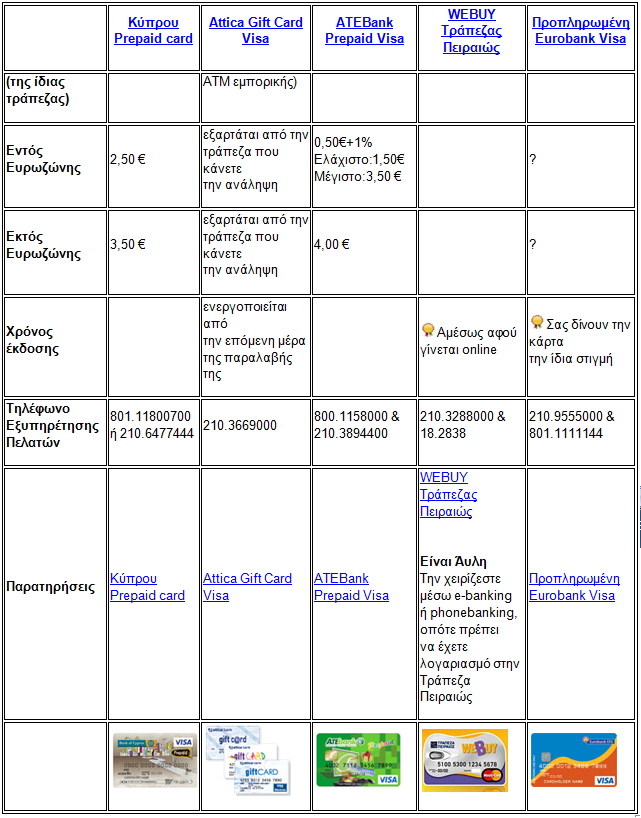
Ουσιαστικά, είναι μια κανονική κάρτα τράπεζας, με την διαφορά ότι δεν είναι πιστωτική. Τι σημαίνει αυτό; Δεν υπάρχουν ούτε τόκοι ούτε αλλά παρόμοια κρυφά γράμματα που βρίσκουμε στις κανονικές πιστωτικές.

Το χρηματικό όριο των αγορών που μπορεί να κάνει κάποιος με μια τέτοια κάρτα είναι ίσο με τα χρήματα που έχει προκαταβάλει στην κάρτα. Για παράδειγμα, αν βάλει στην κάρτα 100 ευρώ, δεν θα μπορεί να αγοράσει κάτι που έχει 101 ευρώ, αλλά ούτε και να χρεωθεί υψηλότερο ποσό για αγορά.

Οι περισσότερες prepaid κάρτες, έχουν και κάποιες άλλες χρεώσεις, όπως προμήθειες για την έκδοση, για κατάθεση χρημάτων και για ανάληψη χρημάτων από ΑΤΜ. Παρακάτω παρατίθεται ένας συγκριτικός πίνακας που παρουσιάζει της προπληρωμένες κάρτες που κυκλοφορούν αυτή τη στιγμή στην ελληνική αγορά.

**Συγκριτικός Πίνακας Προπληρωμένων καρτών**

****

****

## Πληρωμή με Paypal

To **paypal** είναι ένας παγκοσμίως αποδεκτός τρόπος ηλεκτρονικών συναλλαγών. Είναι ο ασφαλέστερος και ευκολότερος τρόπος αποστολής και λήψης χρημάτων χωρίς να γίνονται γνωστά τα στοιχεία Πιστωτικών ή Χρεωστικών καρτών ή Τραπεζικών λογαριασμών ή άλλες οικονομικές πληροφορίες των χρηστών.

Λειτουργεί όπως ένας τραπεζικός λογαριασμός.

Μπορείτε να στείλετε χρήματα, να λάβετε χρήματα στον τραπεζικό σας λογαριασμό και φυσικά να κάνετε αγορές.

1. Χρησιμοποιώντας το Paypal μπορείτε να πληρώσετε χρησιμοποιώντας την πιστωτική σας κάρτα, χρεωστική κάρτα, ή τον τραπεζικό σας λογαριασμό.
2. Με το Paypal κάνετε τις αγορές σας χωρίς να αποκαλύπτετε τον αριθμό της πιστωτικής ή χρεωστικής σας κάρτας, τον αριθμό του Τραπεζικού σας Λογαριασμού ή άλλες οικονομικές σας πληροφορίες.
3. Το Paypal είναι αποδεκτό από εκατοντάδες χιλιάδες εμπόρους σε όλο τον κόσμο και δεν υπάρχει καμία επιπλέον χρέωση για τη χρήση του στον αγοραστή.

# Τρόποι αποστολής

Η αποστολή των προϊόντων μπορεί να διαφέρει από κατάστημα σε κατάστημα. H χρέωση μεταφορικών είναι συνήθως ανάλογη του βάρους. Αν υπάρχει αντικαταβολή η παραγγελία έχει επιπλέον επιβάρυνση. Πολλά καταστήματα δεν χρεώνουν έξοδα αποστολής για αγορές πάνω από κάποιο ποσό.

Τα περισσότερα καταστήματα υποστηρίζουν τους παρακάτω τρόπους αποστολής των εμπορευμάτων:

1. Με εταιρία ταχυμεταφορών (Courier)
2. Με ταχυδρομείο
3. Με μεταφορικό μέσο του καταστήματος όταν ο αγοραστής βρίσκεται σε κοντινή απόσταση με το κατάστημα
4. Με μεταφορική επιλογής του πελάτη
5. Με Κ.Τ.Ε.Λ

# Τρόποι παραγγελίας

Το ηλεκτρονικό εμπόριο περιλαμβάνει την ψηφιοποίηση των αγορών: αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών μέσω ηλεκτρονικών συστημάτων, όπως είναι το Διαδίκτυο. Περιλαμβάνει, εκτός από τις τυπικές αγορές μέσω του Παγκόσμιου Ιστού, και όλη τη βιομηχανία που υποστηρίζει αυτές τις αγορές: οnline επεξεργασία δοσοληψιών (για τράπεζες κυρίως), διαχείριση αλυσίδας παροχών, ανταλλαγή ηλεκτρονικών δεδομένων, κ.ά.

**Η διαδικασία παραγγελίας σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα θα μπορούσε να έχει ενδεικτικά την ακόλουθη μορφή:**

1. Επίσκεψη μιας ιστοσελίδας ενός ηλεκτρονικού καταστήματος
2. Επιλέξτε τα προϊόντα που σας ενδιαφέρουν κάνοντας τις απαραίτητες επιλογές (εάν είναι υποδήματα η ρούχα χρειάζεται να εισάγουμε κάποιες επιπλέον λεπτομέρειες όπως μέγεθος, χρώμα κτλ) μέσω των μηχανισμών αναζήτησης ή από τις διάφορες θεματικές ενότητες .
3. Αφού βρείτε το προϊόν που σας ενδιαφέρει, Πατήστε στο σύνδεσμο [Προσθήκη στο καλάθι] στο προϊόν που σας ενδιαφέρει και αυτό θα μπει στο ηλεκτρονικό 'καλάθι αγορών' σας.
4. Στην συνέχεια ακολουθείστε τα απλά βήματα που σας ζητάει να κάνετε η φόρμα για την ολοκλήρωση της παραγγελίας σας .
5. Με αυτό τον τρόπο θα περάσετε τις περισσότερες φορές σε *ασφαλή σύνδεση (SSL 256 Bit) - πιστοποιημένη από το μεγαλύτερο οργανισμό πιστοποίησης -* όπου θα σας ζητηθεί να ορίσετε τρόπο πληρωμής και αποστολής
6. Πληρωμή στο ταμείο με τον κατάλληλο τρόπο πληρωμής.

# Πολυπλοκότητα αγορών μέσω Η/Υ (INTERNET)

Η διαδικασία αγορών μέσω Η/Υ δεν είναι τόσο πολύπλοκη όσο κάποιοι άνθρωποι την παρουσιάζουν αλλά και νομίζουν πως είναι. Είναι πολύ ποιο εύκολη, διότι εξοικονομείς χρήμα, ενέργεια και χρόνο αφού δεν μετακινείσαι.

# Λειτουργιές στο ηλεκτρονικό εμπόριο

Οι λειτουργίες που εκτελούνται στο ηλεκτρονικό εμπόριο είναι πολλές. Στο διαδίκτυο ο πελάτης μπορεί να αναζητήσει τα προϊόντα που επιθυμεί να παραγγείλει ηλεκτρονικά και να τα πληρώσει. Επίσης ο πελάτης έχει μεγάλη άνεση στο να αναζητήσει προϊόντα αφού υπάρχει μια μεγάλη ποικιλία από αυτά. Η παραγγελία και η πληρωμή γίνονται πολύ εύκολα αφού με ένα κλικ μπορείς να κάνεις τις αγορές σου και να πληρώσεις εξοικονομώντας χρόνο.

****

# Πηγές και βιβλιογραφία.

1. <http://estia.hua.gr:8080/dspace/bitstream/123456789/1619/1/tziasta_anastasia.pdf>
2. ***Πανεπιστήμιο Καίμπριτζ: «Ιστορία της Αρχαίας Ελλάδας».***
3. <http://www.synergic.gr/>
4. <http://www.ebw.gr>
5. <http://www.contres.gr>
6. <http://el.wikipedia.org>
7. neo2.gr
8. <http://secofexchanges.wordpress.com>
9. [http://www.census.gov](http://www.census.gov/)
10. Εφημερίδα πατρίδα
11. Ραδιοτηλεόραση
12. [Focus Bari](javascript:void(0);/*1236261141259*/)

