

**ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ**

**ΒΛΑΧΟΣ ΦΩΤΙΟΣ Α.Μ. 8916**

**ΓΕΡΟΝΤΙΔΗΣ ΙΑΚΩΒΟΣ Α.Μ. 13155**

**ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ  
ΜΕΛΕΤΗ ONLINE ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ  
(E-COMMERCE AND ONLINE SHOP  
COMPARATIVE ANALYSIS)**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ:**

**ΜΠΡΙΝΗ ΔΕΣΠΟΙΝΑ**

**ΤΕΤΑΡΤΗ 5/03/2014**

## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

**Σελ**

1. Εισαγωγή το Ηλεκτρονικό Εμπόριο	3
2. Κατηγορίες Ηλεκτρονικού Εμπορίου	6
2.1 Ηλεκτρονικό Εμπόριο επιχείρησης προς καταναλωτή	6
2.2 Ηλεκτρονικό εμπόριο επιχείρησης προς επιχείρηση	6
2.3 Ηλεκτρονικό εμπόριο επιχείρησης προς Δημόσια διοίκηση Καταναλωτή προς δημόσια διοίκηση	7
3. Σύγκριση των βασικών κατηγοριών του Η/Ε	7
3.1 Ηλεκτρονικό εμπόριο επιχείρησης προς καταναλωτή B2C	
3.2 Ηλεκτρονικό εμπόριο επιχείρησης προς επιχείρηση B2B	
4. Εφαρμογές Η/Ε τύπου B2C	8
4.1 Πλεονεκτήματα εφαρμογής του Η/Ε B2C	9
4.2 Προβληματισμοί για την εφαρμογή του Η/Ε τύπου B2C	13
4.3 Κρήσιμα σημεία για την εφαρμογή Η/Ε B2C	14
5. Χαρακτηριστικά Ηλεκτρονικού καταστήματος	17
6. Συγκριτική μελέτη Online καταστήματος	43
6.1 Συμπέρασμα συγκριτικής μελέτης online καταστήματος	63
7. Η ηλεκτρονική επιχείρηση αποτελεί μια ξεχωριστή Δραστηριότητα με διαφορετικούς νόμους και περιβάλλον	64
8 Θεσμικό πλαίσιο	73
9 Λοιπά θέματα που αφορούν το ηλεκτρονικό εμπόριο	75
10 Μελέτη περίπτωσης amazon.com	77
11 Συμπεράσματα	89
12 Βιβλιογραφία	90

## **ΠΡΟΛΟΓΟΣ**

Στην συγκεκριμένη μελέτη θα παρουσιάσουμε την έννοια του ηλεκτρονικού εμπορίου, θα δούμε κατηγορίες ηλεκτρονικού εμπορίου θα προβούμε σε συγκρίσεις των κατηγοριών αυτών , θα δούμε τα ενδεχόμενα προβλήματα των εφαρμογών του Η/Ε στην αγορά , θα αναλύσουμε τα χαρακτηριστικά ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, θα παραθέσουμε μια συγκριτική μελέτη για τρία μεγάλα καταστήματα ηλεκτρονικών ειδών , θα δούμε το θεσμικό πλαίσιο που διέπει το Η/Ε ,ενώ στο τέλος θα παραθέσουμε και μια μελέτη για το Amazon.com

## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Στόχος μας παρακάτω είναι να αναλύσουμε όσο το δυνατόν καλύτερα το ηλεκτρονικό εμπόριο σαν μια γενική έννοια, θα αναλύσουμε συγκεκριμένες κατηγορίες Η/Ε, ενώ η συγκριτική μελέτη έχει σκοπό την σύγκριση τριών μεγάλων καταστημάτων ηλεκτρονικών ειδών, προκειμένου να διαπιστωθούν οι οποίες διαφορές, εάν υπάρχουν ,σε διάφορες κατηγορίες αλλά και να υπάρξουν προτάσεις για διάφορες βελτιώσεις εάν και όπου αυτές χρειάζονται.

# 1. Εισαγωγή στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο



Η εξέλιξη και ταχύτερη ανάπτυξη των τεχνολογιών της πληροφορίας και των επικοινωνιών και ιδίως η ραγδαία, τα τελευταία χρόνια, ανάπτυξη του Διαδικτύου αποτελούν στο σύνολό τους έναν ιδιαίτερα καθοριστικό παράγοντα του σύγχρονου οικονομικού περιβάλλοντος.

Οι ηλεκτρονικές εφαρμογές και η χρήση του Διαδικτύου ως χώρου όπου πραγματοποιούνται συναλλαγές προσφοράς και ζήτησης προϊόντων και υπηρεσιών επέφεραν μια σημαντική αλλαγή στη φύση και στη δραστηριότητα του εμπορίου. Μια νέα μορφή εμπορίου, το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει κάνει δυναμική εμφάνιση και διεκδικεί σημαντικό μερίδιο από το παραδοσιακό εμπόριο.

Σε πρακτικό επίπεδο η νέα αυτή μορφή εμπορίου δεν μπορεί να περιοριστεί στις νέες επιχειρήσεις που δημιουργούνται στο διαδίκτυο, αλλά επεκτείνεται στο σύνολο των παραδοσιακών επιχειρήσεων που στοχεύουν να εκμεταλλευτούν τις δυνατότητες του νέου μέσου παράλληλα πάντα με τις υπάρχουσες εμπορικές δραστηριότητές τους.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο αναπτύσσεται σήμερα με ταχύτερους ρυθμούς από ότι ολόκληρος ο εμπορικός κλάδος. Ο κυριότερος φυσικά λόγος ανάπτυξης του είναι η δυνατότητα που παρέχει το Διαδίκτυο για την πραγματοποίηση οποιασδήποτε συναλλαγής, συμπεριλαμβανομένων της πώλησης αγαθών και υπηρεσιών με πολύ μεγάλη ταχύτητα και πολύ μικρό κόστος. Ταχύτερες συνδέσεις, που μπορούν να μεταφέρουν ηλεκτρονικά περισσότερες και πιο συγκεκριμένες πληροφορίες, αλλά και ελκυστικές προσφορές σημαίνουν γρήγορες αγορές, αλλά και πιο εύκολη εξυπηρέτηση για τον χρήστη.

Εάν τώρα θα έπρεπε να δώσουμε έναν ορισμό το Ηλεκτρονικό Εμπόριο θα μπορούσε να οριστεί ως ένα σύνολο επιχειρηματικών στρατηγικών που μπορούν να υποστηρίξουν συγκεκριμένους τομείς επιχειρηματικής δραστηριότητας και επιχειρηματικές πρακτικές που επιτρέπουν μέσω της χρήσης νέων τεχνολογιών την πραγματοποίηση εμπορικών συναλλαγών με ηλεκτρονικά μέσα. Το ηλεκτρονικό εμπόριο προσφέρει τη δυνατότητα εκτέλεσης εμπορικών συναλλαγών μεταξύ δύο ή περισσότερων μερών με τη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών και δικτύων υπολογιστών.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο περιλαμβάνει μια ευρεία κλίμακα συναλλαγών και χρήση πολλαπλών τεχνολογικών εφαρμογών. Ειδικότερα το ηλεκτρονικό εμπόριο εμφανίζεται με δύο τύπους δραστηριότητας και τέσσερις μορφές. Ως προς τους τύπους μπορεί κανείς να διακρίνει ανάμεσα στο **έμμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο**, όπου η παραγγελία των προϊόντων γίνεται μέσω Η/Υ, τα οποία στη συνέχεια παραδίδονται στον πελάτη με φυσικό τρόπο χρησιμοποιώντας μεταφορικά και ταχυδρομικά μέσα, και το **άμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο**, όπου η παραγγελία, πώληση αλλά και παράδοση προϊόντων και υπηρεσιών γίνεται ηλεκτρονικά (π.χ. πώληση προγραμμάτων λογισμικού, παροχή πληροφόρησης κ.α). Από την άλλη πλευρά οι πιο συνηθισμένες μορφές ηλεκτρονικού εμπορίου ανάλογα με τα μέρη που εμπλέκονται σε μια ηλεκτρονική συναλλαγή αφορούν:

α) επιχειρήσεις προς επιχειρήσεις: εδώ υπάρχουν συναλλαγές μεταξύ των επιχειρήσεων με παραγγελίες και πληρωμές μέσα από τα δίκτυα τηλεπικοινωνιών

β) επιχειρήσεις προς καταναλωτές: η πιο γνωστή στους χρήστες του διαδικτύου μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου, η οποία θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως ηλεκτρονικό λιανικό εμπόριο.

γ) επιχειρήσεις προς τη δημόσια διοίκηση: στην περίπτωση αυτή περιλαμβάνονται συναλλαγές όπως για παράδειγμα η παροχή υπηρεσιών

δ) τη δημόσια διοίκηση προς τους πολίτες: η μορφή αυτή ηλεκτρονικού εμπορίου αναμένεται να γνωρίσει έκρηξη τα επόμενα χρόνια καθώς ολοένα και περισσότερες υπηρεσίες πληροφόρησης και ενημέρωσης παρέχονται από κρατικούς φορείς μέσω Διαδικτύου.

## 2.ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

### 2.1 Ηλεκτρονικό εμπόριο επιχείρησης προς καταναλωτή

Η κατηγορία Επιχείρηση προς Καταναλωτή σε ένα μεγάλο βαθμό αντιστοιχεί στο **ηλεκτρονικό Λιανικό εμπόριο**. Είναι η κατηγορία στην οποία ανήκουν όλες οι εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου, οι οποίες αναπτύσσονται με στόχο την πώληση προϊόντων απευθείας στους τελικούς καταναλωτές.

Η κατηγορία αυτή εξαπλώθηκε γρήγορα με την ανάπτυξη του Παγκόσμιου Ιστού και των τεχνολογιών πληρωμής μέσω Internet. Τώρα, υπάρχουν εμπορικά κέντρα σε όλο το Internet, τα οποία προσφέρουν κάθε είδος καταναλωτικών αγαθών, από γλυκά και κρασί μέχρι υπολογιστές και πίνακες ζωγραφικής.

Ειδικά, οι εταιρείες πληροφορικής, που ήταν οι πρώτες που εισέβαλαν σ' αυτό το χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου, ίδρυσαν μια καινούρια αγορά μέσω του Internet και προσφέρουν on line κάθε είδος προϊόντος λογισμικού, όπως επίσης και υπηρεσίες, αναβαθμίσεις και τεχνική υποστήριξη στους πελάτες τους.

### 2.2 Ηλεκτρονικό εμπόριο επιχείρησης προς επιχείρηση (B2B)

Το Ηλεκτρονικό εμπόριο αυτής της μορφής αφορά την διενέργεια ηλεκτρονικών εμπορικών συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων και αφορά κυρίως την αγορά προμηθειών.

Ένα παράδειγμα της κατηγορίας Επιχείρηση προς Επιχείρηση, μπορεί να είναι μια εταιρεία, που χρησιμοποιεί ένα δίκτυο παραγγελίας για τους προμηθευτές της, λαμβάνοντας τιμολόγια και κάνοντας πληρωμές. Αυτή η κατηγορία ηλεκτρονικού εμπορίου λειτουργεί εδώ και αρκετά χρόνια, χρησιμοποιώντας συγκεκριμένα την τεχνολογία της **Ηλεκτρονικής Ανταλλαγής Εγγράφων (Electronic Data Interchange)**.

Το τελευταίο διάστημα έχει αρχίσει να αναπτύσσεται ιδιαίτερα, μία άλλη μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου της κατηγορίας επιχείρηση προς επιχείρηση, με τον όρο **ηλεκτρονικές αγορές B2B(B2B marketplaces)**.

### 2.3 Ηλεκτρονικό εμπόριο επιχείρησης προς δημόσια διοίκηση και καταναλωτή προς δημόσια διοίκηση

Οι κατηγορίες αυτές καλύπτουν όλες τις συναλλαγές ανάμεσα σε εταιρείες ή ιδιώτες και φορείς της Δημόσιας Διοίκησης. Για παράδειγμα, στις Ηνωμένες πολιτείες δημοσιεύονται οι λεπτομέρειες των προσεχών κυβερνητικών προμηθειών στο Internet και οι εταιρείες μπορούν να ανταποκριθούν ηλεκτρονικά. Αυτή η κατηγορία είναι ακόμη στα πρώτα της βήματα, αλλά πρόκειται να επεκταθεί ραγδαία.

Ήδη στα πλαίσια του επιχειρησιακού προγράμματος Κοινωνία της Πληροφορίας προγραμματίζεται να αναπτυχθούν πολλές εφαρμογές οι οποίες θα εξυπηρετούν την συναλλαγή των πολιτών αλλά επιχειρήσεων με φορείς της δημόσιας διοίκησης. Σε αυτή την κατηγορία εφαρμογών ανήκει και το πρόγραμμα TAXIS, το οποίο λειτουργεί τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα και μέσω του οποίου μπορεί να γίνει υποβολή φορολογικών δηλώσεων, δηλώσεων ΦΠΑ κ.λπ.

## **3 Σύγκριση των βασικών κατηγοριών του Ηλεκτρονικού Εμπορίου**

### **3.1] Ηλεκτρονικό εμπόριο επιχείρησης προς καταναλωτή(B2C)**

- Προσομοιώνει με το λιανικό εμπόριο και εφαρμόζεται από επιχειρήσεις οι οποίες θέλουν να πουλήσουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους, απευθείας στους τελικούς καταναλωτές
- Οι εφαρμογές που αναπτύσσονται έχουν την μορφή ηλεκτρονικών καταστημάτων στα οποία έχει πρόσβαση ο κάθε χρήστης του Internet για να δει και τελικά αγοράσει προϊόντα.
- Το ηλεκτρονικό κατάστημα δεν «γνωρίζει» τον κάθε «ηλεκτρονικό» πελάτη, δεδομένου ότι αυτός μπορεί να είναι κάθε χρήστης του Internet
- Η συνολική αξία των ηλεκτρονικών συναλλαγών της κατηγορίας B2C είναι μικρότερη από ότι στην κατηγορία B2B

### **3.2 Ηλεκτρονικό εμπόριο επιχείρησης προς επιχείρηση (B2B)**

- Προσομοιώνει με το χονδρικό εμπόριο και εφαρμόζεται μεταξύ επιχειρήσεων (προμηθευτών και αγοραστών).
- Εφαρμόζεται από επιχειρήσεις που θέλουν να πουλήσουν τα προϊόντα τους σε άλλες επιχειρήσεις.
- Οι εφαρμογές που αναπτύσσονται σήμερα έχουν την μορφή των ηλεκτρονικών αγορών (marketplaces). Οι εφαρμογές αυτές διαφοροποιούνται στο μοντέλο λειτουργίας τους, ανάλογα με τον επιχειρηματικό κλάδο στον οποίο απευθύνονται.
- Συνήθως οι υπηρεσίες των ηλεκτρονικών αγορών προσφέρονται σε επιχειρήσεις που έχουν γίνει μέλη της αγοράς.
- Οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν σε μία ηλεκτρονική αγορά «γνωρίζουν» καλύτερα η μία την άλλη, δεδομένου ότι όλες είναι συνήθως μέλη της συγκεκριμένης αγοράς.
- Η συνολική αξία των ηλεκτρονικών συναλλαγών της κατηγορίας B2B είναι μεγαλύτερη από ότι στην κατηγορία B2C.

Οι επιχειρήσεις ανάλογα με τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιούνται και τον τύπο τους (παραγωγικές, υπηρεσίες, εμπορικές κλπ] μπορούν να επιλέξουν και να

εφαρμόσουν την μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου η οποία θα τους προσφέρει τα πιο θετικά αποτελέσματα. Είναι δυνατόν όμως μία επιχείρηση να εφαρμόσει και τους δύο τύπους ηλεκτρονικού εμπορίου.

Για παράδειγμα μία επιχείρηση που πουλά απευθείας σε καταναλωτές μπορεί να συμμετέχει σε μία ηλεκτρονική αγορά για να προμηθεύεται πρώτες ύλες (να εφαρμόζει B2B ηλεκτρονικό εμπόριο] και να αναπτύξει και ένα ηλεκτρονικό κατάστημα για να υποστηρίξει τις απευθείας πωλήσεις της μέσω του Internet (να εφαρμόσει δηλαδή και B2C ηλεκτρονικό εμπόριο).

## **4 Εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου του τύπου B2C**

Οι εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου του τύπου B2C είναι τα γνωστά ηλεκτρονικά καταστήματα τα οποία πουλούν on line (απευθείας μέσω Internet) τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους στους τελικούς αποδέκτες - καταναλωτές. Μερικά παραδείγματα εφαρμογών αυτού του τύπου είναι τα ακόλουθα:

- Ηλεκτρονικό κατάστημα που πουλά on line είδη δώρων και παραδοσιακά προϊόντα.
- Ένα ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο.
- Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα που πουλά μουσικά CD και ταινίες
- Ένα ξενοδοχείο ή ξενώνας που προσφέρει την δυνατότητα για ηλεκτρονικές κρατήσεις δωματίων.
- Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα που πουλά ρούχα.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο του τύπου B2C, προσομοιάζει με το λιανικό εμπόριο, όπου τα προϊόντα (ή υπηρεσίες] απευθύνονται όχι σε επιχειρήσεις αλλά στους τελικούς καταναλωτές.

### **4.1 Πλεονεκτήματα εφαρμογής του Η.Ε. του τύπου B2C**

#### **Πλεονεκτήματα από την πλευρά των καταναλωτών**

α] Δυνατότητα επιλογής από την παγκόσμια αγορά:

Στην περίοδο προ του ηλεκτρονικού εμπορίου, ο καταναλωτής είχε να επιλέξει τα προϊόντα από την τοπική αγορά στην οποία διαβίωνε, ή από κοντινές αγορές στις οποίες μπορούσε να μεταβεί σχετικά εύκολα. Πολύ περισσότερο λόγω περιορισμένων επιλογών, δεν μπορούσε να συγκρίνει ούτε τα χαρακτηριστικά συναφών προϊόντων ούτε τις τιμές τους. Αυτό οδηγούσε στο φαινόμενο οι αγορές να διαμορφώνονται από τους προμηθευτές τόσο σε επίπεδο ποιότητας προϊόντων όσο και σε επίπεδο τιμών. Όλα αυτά αλλάζουν με την εφαρμογή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Τώρα ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα της επιλογής. Η αγορά εκτείνεται πέραν των τοπικών γεωγραφικών συνόρων και ο καταναλωτής μπορεί να συγκρίνει και να επιλέξει.

β] Δυνατότητα αγοράς προϊόντων που δεν βρίσκονται στις τοπικές αγορές:

Όπως αναφέρθηκε στην προηγούμενη παράγραφο το Ηλεκτρονικό Εμπόριο δίνει την δυνατότητα στους καταναλωτές για επιλογή από την Παγκόσμια



πλέον αγορά. Αυτό δίνει την επιπλέον δυνατότητα στον καταναλωτή να βρει και να αγοράσει προϊόντα τα οποία δεν μπορούσε να βρει στην τοπική αγορά. Ας πάρουμε για παράδειγμα την περίπτωση μίας οινοπαραγωγού, η οποία θα ήθελε να αγοράσει επιστημονικά βιβλία για την καλλιέργεια αμπελιού και την παραγωγή κρασιού. Εάν στην περιοχή που διαμένει δεν υπάρχει κάποιο μεγάλο και εξειδικευμένο βιβλιοπωλείο, τότε θα είχε σημαντική δυσκολία στην αγορά βιβλίων που την ενδιαφέρουν. Θα έπρεπε να ταξιδέψει σε μεγαλύτερες πόλεις και ακόμη και εκεί δεν μπορεί να είναι σίγουρη ότι τελικά θα έβρισκε τα βιβλία που χρειάζεται.

Με την εφαρμογή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, μπορεί από το σπίτι του και μέσω Internet να ψάξει σε βιβλιοθήκες και on line βιβλιοπωλεία σε όλο τον κόσμο, να εντοπίσει και αγοράσει αυτά που χρειάζεται.

#### γ) Οικονομία χρόνου

Η αγορά ενός αγαθού με τον συμβατικό τρόπο απαιτεί κάποια διαδικασία (επίσκεψη της τοπικής αγοράς, έρευνα σε μαγαζιά, επιλογή προϊόντος, αναμονή στο ταμείο και μεταφορά του αγαθού που αγοράστηκε) η οποία απαιτεί χρόνο. Μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου ο καταναλωτής αγοράζει τα αγαθά από το σπίτι του, χωρίς να χρειαστεί να μετακινηθεί ή να περιμένει σε ουρές, ενώ το προϊόν παραδίδεται εκεί που ο αγοραστής επιθυμεί χωρίς να χρειαστεί να το μεταφέρει ο ίδιος. Η οικονομία χρόνου είναι ιδιαίτερα σημαντική για κάποιες κατηγορίες ανθρώπων, όπως οι επιχειρηματίες, οι οποίοι/ες μέσω του Ηλεκτρονικού Εμπορίου βρίσκουν τρόπο να επισκεφτούν τις εικονικές πλέον αγορές.

#### δ) Αγορές 24 ώρες το 24ωρο:

Ενώ οι συμβατικές αγορές λειτουργούν συγκεκριμένο ωράριο καθημερινά, οι αγορές του Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι ανοιχτές 24 ώρες το 24ωρο, δίνοντας την δυνατότητα στον κάθε ένα να συναλλαχθεί ακόμη και στις 5 η ώρα το πρωί.

#### ε) Εύρεση αγοραστικών ευκαιριών και εκπτώσεων:

Η δυνατότητα της επιλογής προϊόντων από όλο τον κόσμο δίνει στους καταναλωτές την ευκαιρία για να εντοπίσουν αγοραστικές ευκαιρίες, προσφορές και εκπτώσεις και τελικά να αποκτήσουν τα προϊόντα που θέλουν σε χαμηλότερες τιμές πολλές φορές από αυτές της τοπικής αγοράς.

#### στ) Απόλαυση ποιοτικότερων υπηρεσιών:

Η αύξηση του ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων, που προέρχεται από την εφαρμογή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου και την Παγκοσμιοποίηση των αγορών, η δυνατότητα που αποκτά ο καταναλωτής να συγκρίνει τα χαρακτηριστικά και τις τιμές των προϊόντων καθώς και τις υπηρεσίες που παρέχουν οι διάφορες εταιρίες, οδηγεί τελικά στην δημιουργία καταναλωτών με

γνώση της αγοράς, καταναλωτών με απαιτήσεις κάτι που οδηγεί και στην βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών που τους παρέχονται.

ζ) Οι καταναλωτές συμμετέχουν πιο ενεργά στην διαμόρφωση των αγορών:

Η δυνατότητα σύγκρισης και επιλογής δίνει δύναμη στους καταναλωτές, οι οποίοι ενώ πρώτα ήταν αποδέκτες των προϊόντων που διακινούνταν στις τοπικές αγορές μέσω των δικτύων των προμηθευτών, τώρα συμμετέχουν στην διαμόρφωση των απαιτήσεων και είναι αυτοί πλέον που καθοδηγούν τις αγορές.

### **Πλεονεκτήματα από την πλευρά των επιχειρήσεων**

α) Κατάργηση των στενών γεωγραφικών ορίων των τοπικών αγορών:

Το πιο σημαντικό ίσως από τα πλεονεκτήματα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου του τύπου B20, είναι ότι δίνει στις επιχειρήσεις την δυνατότητα να επεκταθούν έξω από τα γεωγραφικά όρια των αγορών στις οποίες ήδη δραστηριοποιούνται. Ένα κατάστημα το οποίο πουλά παραδείγματος χάριν προϊόντα στην αγορά της Κατερίνης, μπορεί μέσω ενός Ηλεκτρονικού Καταστήματος που θα αναπτύξει να πουλά σε χιλιάδες πελάτες σε κάθε άκρη του πλανήτη. Για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο δεν έχει σημασία που διαμένουν φυσικά οι «ηλεκτρονικοί πελάτες». Είναι όλοι «πολίτες» του Internet και αποτελούν από μόνοι τους μία τεράστια αγορά, η οποία διευρύνεται συνεχώς και για την οποία η απόσταση δεν παίζει ρόλο.

β) Χαμηλότερα κόστη επέκτασης στην Παγκόσμια αγορά:

Η επέκταση στην Παγκόσμια αγορά με τα συμβατικά μέσα, απαιτεί από τις επιχειρήσεις πολύ μεγάλες επενδύσεις, για την δημιουργία των δικτύων προώθησης των προϊόντων, για την δημιουργία των υποκαταστημάτων, των τοπικών συνεργασιών κλπ. Δεν είναι παράξενο άλλωστε, ότι από αυτή την διαδικασία, αποκλείονται λόγω κόστους, σχεδόν όλες οι μικρές και μικρομεσαίες εταιρίες, οι οποίες δεν έχουν τους πόρους για να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις τέτοιων επεκτάσεων. Αρκεί να σκεφτεί κάποιος το κόστος και μόνο για την δημιουργία ενός απλού καταστήματος, για να κατανοήσει τα μεγέθη επένδυσης που απαιτούνται για επέκταση στην Παγκόσμια αγορά. Σε αυτό το σημείο το Ηλεκτρονικό Εμπόριο μπορεί να προσφέρει μοναδικές ευκαιρίες, σε μικρές και μικρομεσαίες εταιρίες, μιας και τα κόστη επένδυσης είναι ασύγκριτα μικρότερα. Αυτό δεν σημαίνει βέβαια ότι δεν απαιτούνται επενδύσεις αλλά ότι οι επενδύσεις αυτές είναι στα μεγέθη που μπορούν να ανταποκριθούν και μικρότερες επιχειρήσεις.

γ) Αύξηση της ανταγωνιστικότητας:

Οι δυνατότητες επέκτασης εκτός των γεωγραφικών ορίων των τοπικών αγορών και η δημιουργία ενός ακόμη καναλιού για την διάθεση των προϊόντων των επιχειρήσεων, οδηγεί σε αύξηση της ανταγωνιστικότητας τους. Οι επιχειρήσεις από την μία πλευρά επεκτείνονται σε νέες αγορές και από την άλλη αντιμετωπίζουν με αυτόν τον τρόπο τον αυξανόμενο ανταγωνισμό στις τοπικές τους αγορές. Η εκμετάλλευση των δυνατοτήτων του Ηλεκτρονικού

Εμπορίου για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων, αποτελεί σημείο κλειδί για την βιωσιμότητα των επιχειρήσεων σε μακρό χρόνο.

δ) Ελάττωση της προμηθευτικής αλυσίδας:

Η εφαρμογή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου οδηγεί σε ελάττωση της προμηθευτικής αλυσίδας μεταξύ του παραγωγού και του τελικού καταναλωτή, δεδομένου ότι μπορεί να εξαλειφθούν εντελώς, σε ορισμένες περιπτώσεις, όλοι οι μεσάζοντες και να αποκατασταθεί απευθείας επικοινωνία μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή. Η δυνατότητα αυτή είναι ιδιαίτερα σημαντική ιδιαίτερα για εταιρίες παραγωγής προϊόντων τα οποία μπορούν να διακινηθούν σε ψηφιακή μορφή, όπως για παράδειγμα το λογισμικό υπολογιστών και μπορεί να επιφέρει σημαντικές μειώσεις στα κόστη διακίνησης των προϊόντων.

ε) Βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών:

Μία ιδιαίτερα σημαντική δυνατότητα που ανοίγει το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι αυτή της βελτίωσης των παρεχομένων υπηρεσιών προς τους καταναλωτές. Η αύξηση της ανταγωνιστικότητας, η απευθείας επικοινωνία με τους τελικούς καταναλωτές και οι τεχνικές δυνατότητες για συλλογή πολυτίμων πληροφοριών από τους καταναλωτές σχετικά με τις απαιτήσεις και επιθυμίες τους, προσφέρουν δυνατότητες για βελτίωση της ποιότητας τόσο των προϊόντων όσο και των συνοδευτικών υπηρεσιών. Πολύ περισσότερο, μέσα από την επικοινωνία με τους «ηλεκτρονικούς πελάτες», μπορεί η επιχείρηση να αντιληφθεί την ύπαρξη ευκαιριών για την ανάπτυξη καινούριων προϊόντων και υπηρεσιών ακόμη και την επέκταση σε νέους τομείς.

Όπως προαναφέρθηκε, στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον οι απαιτήσεις των καταναλωτών είναι αυτές που καθοδηγούν την αγορά και οι επιχειρήσεις που θα μπορέσουν με τον καλύτερο τρόπο να ανταποκριθούν σε αυτές τις απαιτήσεις είναι και αυτές οι οποίες θα πετύχουν την ανάπτυξη τους σε μακρό χρόνο. Η εκμετάλλευση των δυνατοτήτων του Ηλεκτρονικού Εμπορίου για την βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών είναι κλειδί για την επίτευξη αυτού του στόχου.

στ) Νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες:

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο δεν δίνει μόνο στους καταναλωτές την δυνατότητα της επιλογής και της σύγκρισης. Τις ίδιες δυνατότητες δίνει και στις/στους επιχειρηματίες. Η επιχειρηματίας έχει πλέον την δυνατότητα να συγκρίνει προμηθευτές, να αγοράσει υπηρεσίες και υλικά από όλο τον κόσμο και να υλοποιεί επιχειρηματικές συνεργασίες. Η «ηλεκτρονική αγορά» αποτελεί από μόνη της έναν νέο επιχειρηματικό κόσμο, όπου οι δυνατότητες για ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας είναι ακόμη πολύ μεγάλες.

Συνοπτικά τα πλεονεκτήματα που αναφέρθηκαν για καταναλωτές και επιχειρήσεις παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

<b>Πλεονεκτήματα</b>	
<b>Από την πλευρά των καταναλωτών</b>	<b>Από την πλευρά των επιχειρήσεων</b>
Δυνατότητα επιλογής από την παγκόσμια αγορά	Κατάργηση των στενών γεωγραφικών ορίων των τοπικών αγορών
Δυνατότητα αγοράς προϊόντων που δεν βρίσκονται στις τοπικές αγορές	Χαμηλότερα κόστη επέκτασης στην Παγκόσμια αγορά
Οικονομία χρόνου Αγορές 24 ώρες το 24ωρο	Αύξηση της ανταγωνιστικότητας Ελάττωση της προμηθευτικής αλυσίδας
Εύρεση αγοραστικών ευκαιριών και εκπτώσεων	Βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών
Απόλαυση ποιοτικότερων υπηρεσιών	Νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες
Οι καταναλωτές συμμετέχουν πιο ενεργά στην διαμόρφωση των αγορών	

## 4.2 Προβληματισμοί για την εφαρμογή του Η.Ε. τύπου B2C

α) Έλλειψη προσωπικής επαφής με τον πελάτη:

Για αιώνες το εμπόριο ήταν ένα θέμα πολύ προσωπικό. Ο έμπορος έπρεπε να δείχνει αξιοπρεπής, να αποπνέει εμπιστοσύνη, να είναι ευχάριστος, να μπορεί να παρέχει εγγυήσεις, να μπορεί να πείσει μέχρι και τον πιο δύσπιστο πελάτη για το προϊόν του.

Στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο αυτή η προσωπική επαφή δεν υπάρχει. Αυτό σημαίνει ότι ο «ηλεκτρονικός έμπορος» πρέπει να ανακαλύψει νέους τρόπους για να πουλήσει τα προϊόντα του, τρόπους οι οποίοι εστιάζονται στο προϊόν, στην διαφήμιση και στο Μάρκετινγκ, και όχι σε χαρισματικούς πωλητές.

β) Ασφάλεια στις συναλλαγές:

Καθώς το θέμα της ασφάλειας στις συναλλαγές δεν έχει επιλυθεί ακόμη πλήρως και εφόσον η νομοθεσία δεν έχει καλύψει ακόμα όλες τις πιθανές περιπτώσεις («ηλεκτρονικών αδικημάτων»), επιχειρήσεις και καταναλωτές δεν νιώθουν την απαραίτητη εμπιστοσύνη για να αποδεχτούν πλήρως το ηλεκτρονικό εμπόριο ως μέθοδο συναλλαγής.

Η ανασφάλεια αυτή λειτουργεί ως ένας ψυχολογικός φραγμός στον καταναλωτή, που διστάζει να δώσει τον αριθμό της πιστωτικής του κάρτας σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα.

Βέβαια, είναι γεγονός ότι με την κρυπτογράφηση των δεδομένων και την υιοθέτηση ψηφιακών υπογραφών οι κίνδυνοι μειώνονται στο ελάχιστο και οι περιπτώσεις ηλεκτρονικής απάτης γίνονται ένα ασήμαντο στατιστικό ποσοστό των συναλλαγών. Το πρόβλημα όμως παραμένει στο μυαλό των ανθρώπων, παρ' όλο που η πιστωτική τους κάρτα κινδυνεύει περισσότερο όταν τη δίνουν για μια απλή αγορά σε ένα κατάστημα της γειτονιάς τους, παρά όταν τη δίνουν σε έναν δημοφιλή και ασφαλή δικτυακό τόπο.

γ) Ανάγκη διασφάλισης προστασίας των προσωπικών δεδομένων:

Ένα από τα πιο πολυσυζητημένα θέματα που αφορούν τη χρήση και την εφαρμογή του ηλεκτρονικού εμπορίου, έχει να κάνει με τη διασφάλιση των προσωπικών δεδομένων. Καθώς οι συνδιαλλαγές μέσω Internet απαιτούν την δήλωση στοιχείων που μπορούν να θεωρηθούν εμπιστευτικά, υπάρχει πάντα ο κίνδυνος να αποκτήσει κάποιος πρόσβαση σ' αυτά και να τα χρησιμοποιήσει για σκοπούς τους οποίους δεν θα ενέκριναν οι ιδιοκτήτες τους. Το γεγονός αυτό αποτελεί ένα ακόμη αδύνατο σημείο του ηλεκτρονικού εμπορίου, το οποίο μπορεί να αποτρέψει επιχειρήσεις και καταναλωτές από τη χρήση του.

δ) Αδυναμία στην παρουσίαση των προϊόντων:

Η κυριότερη ίσως αδυναμία του ηλεκτρονικού εμπορίου, έγκειται στο γεγονός ότι υπάρχει ακόμη σχετική δυσκολία στην ακριβή παρουσίαση των προϊόντων. Οι ταχύτητες του Internet που περιορίζουν την μετάδοση βίντεο, η αδυναμία στην παρουσίαση πληροφοριών που γίνονται αντιληπτές με την αφή, η δυσκολία στην σωστή απόδοση του όγκου των προϊόντων,

δημιουργούν προβλήματα στην ακριβή παρουσίαση προϊόντων και κατά συνέπεια αμφιβολία στον καταναλωτή για τα χαρακτηριστικά του προϊόντος που ενδιαφέρεται να αγοράσει.

Αυτό το πρόβλημα είναι περισσότερο ορατό σε ορισμένους κλάδους του εμπορίου, όπως στον κλάδο των ειδών ένδυσης. Σκεφτείτε για παράδειγμα, πόσες γυναίκες θα παραγγείλουν μια ακριβή βραδινή τουαλέτα αν δεν τη δοκιμάσουν πρώτα;

Τα προβλήματα αυτά δεν είναι αξεπέραστα αλλά απαιτούν ιδιαίτερη προσοχή στην αντιμετώπιση τους. Το σημείο κλειδί είναι η παρουσίαση του προϊόντος, η οποία πρέπει να είναι τέτοια ώστε ο καταναλωτής να μην έχει καμία απορία ή αμφιβολία για το προϊόν που πρόκειται να αγοράσει.

ε) Πρόβλημα εμπιστοσύνης:

Το ερώτημα «πόσο αξιόπιστος είναι αυτός που συναλλάσσομαι;», απασχολεί τις/τους επιχειρηματίες σε όποια μορφή αγοράς και αν αυτοί δραστηριοποιούνται. Πόσο μάλιστα τη στιγμή που δεν έχουν τη δυνατότητα να γνωρίσουν από κοντά τον πελάτη τους, επειδή αυτός βρίσκεται χιλιάδες χιλιόμετρα μακριά...

Ο ίδιος προβληματισμός επηρεάζει και τους ιδιώτες καταναλωτές, οι οποίοι συχνά αποφασίζουν να αγοράσουν κάτι σε ακριβότερη τιμή, από κάποιο κατάστημα της πόλης τους, παρά να ρισκάρουν την αγορά του ίδιου προϊόντος από κάποιον άγνωστο, ακόμα και αν αυτός το πουλά φθηνότερα.

στ) Υποστήριξη μετά την πώληση after sales

Σε αρκετές αγορές προϊόντων, θεωρείται απαραίτητη η υποστήριξη του πελάτη μετά την αγορά του προϊόντος. Σε συγκεκριμένους κλάδους μάλιστα, επιχειρήσεις έχουν καταφέρει να «κάνουν τη διαφορά» και να προτιμώνται από τους καταναλωτές, ακριβώς επειδή έδωσαν βάρος στην υποστήριξη του πελάτη μετά την πώληση του προϊόντος.

Στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου η παροχή αυτού του είδους υποστήριξης (after sales service) δεν είναι εύκολο να παραχθεί, αφού συχνά μεσολαβούν πολύ μεγάλες χιλιομετρικές αποστάσεις μεταξύ του αγοραστή και του πωλητή. Και σε αυτή την περίπτωση πάντως λύσεις μπορούν να δοθούν μέσω της τεχνολογίας, αρκεί κατά το σχεδιασμό των εφαρμογών Ηλεκτρονικού Εμπορίου να λαμβάνεται υπ' όψιν, η ικανοποίηση αυτών των αναγκών.

ζ) Παγκόσμιος ανταγωνισμός:

Με τον ίδιο τρόπο που μία επιχείρηση από την Ελλάδα χρησιμοποιεί το Ηλεκτρονικό Εμπόριο για να διεισδύσει σε νέες αγορές, λειτουργούν και άλλες επιχειρήσεις από όλο τον κόσμο, οι οποίες βλέπουν στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο την ευκαιρία για επέκταση. Οι εταιρίες οι οποίες εφαρμόζουν το Ηλεκτρονικό Εμπόριο έχουν να αντιμετωπίσουν πλέον έναν Παγκόσμιο ανταγωνισμό, από ομοειδής εταιρίες οι οποίες επίσης δραστηριοποιούνται on line.

Όταν δύο εταιρείες παρομοίου αντικείμενου δραστηριοποιούνται στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου, είναι αντίπαλες ακόμη και αν οι έδρες τους βρίσκονται χιλιάδες χιλιόμετρα μακριά. Σε αυτόν τον Παγκόσμιο πλέον ανταγωνισμό, εταιρίες με μεγάλη χρηματοοικονομική δυνατότητα έχουν ένα σημαντικό

πλεονέκτημα, με την έννοια ότι μπορούν να επενδύσουν στην ανάπτυξη ολοκληρωμένων εφαρμογών Ηλεκτρονικού Εμπορίου οι οποίες μπορεί να τους φέρουν μπροστά και στον χώρο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.

<b>Σύνοψη προβληματισμών:</b>	
1.	Έλλειψη προσωπικής επαφής με τον πελάτη
2.	Ασφάλεια στις συναλλαγές
3.	Ανάγκη διασφάλισης προστασίας των προσωπικών δεδομένων
4.	Αδυναμία στην παρουσίαση των προϊόντων
5.	Πρόβλημα εμπιστοσύνης
6.	Υποστήριξη μετά την πώληση (after sales service)
	Παγκόσμιος ανταγωνισμός

Δεδομένων των πλεονεκτημάτων από την εφαρμογή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου και της παγκόσμιας τάσης για την υιοθέτηση αυτού του νέου τρόπου διάθεσης προϊόντων και υπηρεσιών, όλα τα προβλήματα τα οποία προαναφέρθηκαν αποτελούν μάλλον σημεία τα οποία θα πρέπει να λάβει υπ' όψιν κάθε επιχειρηματίας όταν αποφασίσει να δραστηριοποιηθεί στον χώρο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, παρά αποτρεπτικούς παράγοντες.

Η εξέλιξη της τεχνολογίας, ο σχηματισμός ενός νομοθετικού πλαισίου για την ρύθμιση θεμάτων που αφορούν το ηλεκτρονικό εμπόριο, κυρίως όμως ο σωστός σχεδιασμός από τις/τους επιχειρηματίες, μπορούν να συμβάλουν στην επιτυχή αντιμετώπιση και απάντηση όλων των παραπάνω προβληματισμών.

## **4.3.Κρίσιμα σημεία για την εφαρμογή Ηλεκτρονικού Εμπορίου Τύπου B2C**

Η πετυχημένη εφαρμογή του ηλεκτρονικού εμπορίου από μία επιχείρηση, εξαρτάται από πολλές παραμέτρους. Εάν θέλαμε να αναφέρουμε μερικά σημεία τα οποία είναι κρίσιμα για την πετυχημένη εφαρμογή του ηλεκτρονικού εμπορίου, τότε θα μπορούσαμε να αναφέρουμε τα ακόλουθα:

Η επιχειρηματική δραστηριοποίηση στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο απαιτεί επενδύσεις

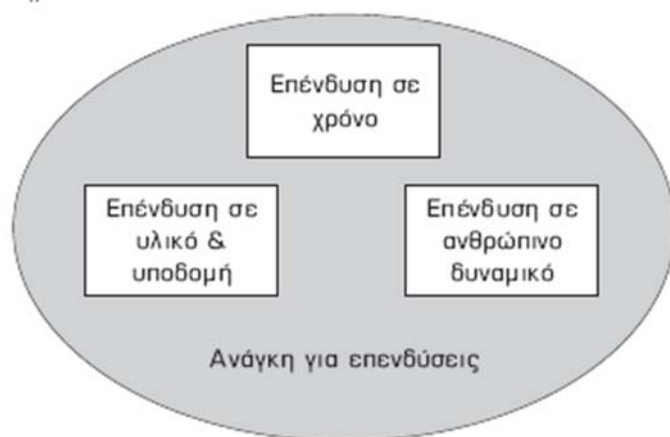
Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο αποτελεί μία επιχειρηματική δραστηριότητα, η οποία για να αποδώσει χρειάζεται επενδύσεις αλλά και αλλαγές στην επιχειρηματική δομή της εταιρίας που το εφαρμόζει.

Αρχικά χρειάζεται επένδυση σε χρόνο από την πλευρά της επιχείρησής, για να ερευνήσει το περιβάλλον του Ηλεκτρονικού Εμπορίου και κυρίως τον ανταγωνισμό που υπάρχει σε αυτό το επίπεδο. Αποτέλεσμα της επένδυσης

αυτής σε χρόνο θα είναι η αποσαφήνιση των στόχων της νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Η εφαρμογή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου απαιτεί επίσης επενδύσεις σε υλικό και λογισμικό και κυρίως επένδυση στην ανάπτυξη μίας εφαρμογής Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ηλεκτρονικό κατάστημα) η οποία θα καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησης και τους στόχους που έχουν τεθεί. Παραδείγματος χάριν εάν ο στόχος είναι ο πειραματισμός στον χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου, τότε μία μικρή επένδυση αρκεί, εάν ο στόχος είναι αύξηση των πωλήσεων σε συγκεκριμένο χρόνο ή διείσδυση σε μία αγορά τότε η επένδυση μεγαλώνει και είναι ανάλογη των στόχων που θέτονται.

Τέλος η εφαρμογή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου απαιτεί επενδύσεις σε ανθρώπινο δυναμικό το οποίο θα έχει ως αντικείμενο εργασίας την προώθηση της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας και την διαχείριση των on line συστημάτων που θα αναπτυχθούν για τον σκοπό αυτό. Σε αρχικό στάδιο, τα άτομα που θα ασχοληθούν με το Ηλεκτρονικό Εμπόριο μπορεί να είναι άτομα που εργάζονται ήδη στην επιχείρηση, πρέπει όμως να μπορούν να αφιερώσουν χρόνο στα νέα τους καθήκοντα και είναι απαραίτητο να έχουν κάποιο τεχνικό υπόβαθρο για να μπορούν να διαχειριστούν το ηλεκτρονικό κατάστημα.



Η επέκταση της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας μέσω του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, ώστε να αποκομισθούν ουσιαστικά οφέλη, θα απαιτήσει:

Όσον αφορά τις επενδύσεις σε υλικό και λογισμικό:

- Την επέκταση και εκσυγχρονισμό των πληροφοριακών συστημάτων που υποστηρίζουν το Ηλεκτρονικό Εμπόριο.
- Την προσθήκη νέων χαρακτηριστικών στην εφαρμογή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου τα οποία θα διευκολύνουν τις On line πωλήσεις.
- Την επέκταση της εφαρμογής Ηλεκτρονικού Εμπορίου, ώστε να υποστηρίζει και νέα προϊόντα ή υπηρεσίες.

Όσον αφορά το ανθρώπινο δυναμικό:

- Την αποκλειστική απασχόληση προσωπικού με την «ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα».
- Την πρόσληψη εξειδικευμένου τεχνικού προσωπικού για την διαχείριση του Ηλεκτρονικού Καταστήματος.
- Την εκπαίδευση του υπάρχοντος προσωπικού ώστε να ανταποκριθούν στις αυξημένες απαιτήσεις της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας.



Κάποιες από τις βασικές αρμοδιότητες του προσωπικού (ή του ατόμου] που θα ασχοληθεί με την ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα είναι:

- Η παρακολούθηση των on line παραγγελιών
- Η ηλεκτρονική επικοινωνία με πελάτες και απάντηση μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε αιτήματα που το ηλεκτρονικό κατάστημα δέχεται
- Η εισαγωγή νέων προϊόντων στο ηλεκτρονικό κατάστημα
- Η ενημέρωση των στοιχείων των προϊόντων (τιμές, χαρακτηριστικά, διαθεσιμότητα κλπ.)
- Η διεκπεραίωση των παραγγελιών και η χρέωση των «ηλεκτρονικών πελατών»
- Η παρακολούθηση του δικτυακού ανταγωνισμού

Τέλος η επιχείρηση για να εφαρμόσει Ηλεκτρονικό Εμπόριο θα πρέπει να αυτοματοποιήσει τις εσωτερικές τις λειτουργίες, να μηχανογραφηθεί και οπωσδήποτε να αποκτήσει σύνδεση στο Internet

Όμως δεν είναι δυνατόν μία επιχείρηση να θέλει να εφαρμόσει ηλεκτρονικό εμπόριο, όταν δεν διαθέτει καν υπολογιστές, όταν όλες οι λειτουργίες γίνονται μέσω χαρτιού και μόνο, όταν δεν είναι μηχανογραφημένη και κυρίως όταν δεν έχει καν σύνδεση στο Internet και δεν γνωρίζει τις δυνατότητες του συγκεκριμένου μέσου.

Τα βήματα της αυτοματοποίησης των εσωτερικών λειτουργιών και εκμετάλλευσης των δυνατοτήτων της πληροφορικής είναι απαραίτητο να προηγηθούν, ώστε η επιχείρηση ομαλά να περάσει στην εφαρμογή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.

Σκεφτείτε για παράδειγμα πως είναι δυνατόν μία επιχείρηση να πουλά ηλεκτρονικά όταν δεν έχει καν υπολογιστή συνδεδεμένο στο Internet για να λάβει τις ηλεκτρονικές παραγγελίες.

Από τα παραπάνω είναι πλέον εμφανές ότι η είσοδος στον χώρο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου απαιτεί συγκεκριμένες και σοβαρές επενδύσεις ανάλογα με τους στόχους που η ίδια η επιχείρηση θέτει για την νέα αυτή επιχειρηματική κίνηση.

## **5 Τα χαρακτηριστικά ενός ηλεκτρονικού καταστήματος**

Η βασική διαφορά μεταξύ του δικτυακού τόπου μίας επιχείρησης και του ηλεκτρονικού καταστήματος μίας επιχείρησης, είναι ότι ο μεν δικτυακός τόπος έχει σαν βασικό στόχο την προώθηση του ονόματος και των προϊόντων της επιχείρησης, ενώ το ηλεκτρονικό κατάστημα στοχεύει στην πώληση των προϊόντων και υπηρεσιών της επιχείρησης αυτών καθ' αυτών.

Για την υποστήριξη της πώλησης το ηλεκτρονικό κατάστημα έχει κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και δυνατότητες, τα οποία επιτρέπουν επιλογή των προϊόντων και την ολοκλήρωση της ηλεκτρονικής συναλλαγής.

Η συνήθης διαδικασία και πρακτική, είναι η επιχείρηση να διαθέτει έναν δικτυακό τόπο όπου θα παρουσιάζεται η ίδια η επιχείρηση, ο τύπος των προϊόντων ή υπηρεσιών που παρέχει, οι υποδομές της, το ιστορικό της και γενικά στοιχεία που προωθούν την επιχείρηση, ενισχύουν την αξιοπιστία της και «χτίζουν» την εμπιστοσύνη με τον πελάτη και εν συνεχεία να αναπτύσσεται και ένα ηλεκτρονικό κατάστημα το οποίο θα πουλά απ' ευθείας τα προϊόντα στους καταναλωτές.

Είναι επίσης δυνατόν και τα δύο αυτά (πληροφορίες που συνήθως περιλαμβάνει ο δικτυακός τόπος και ηλεκτρονικό κατάστημα) να εξυπηρετούνται από έναν επίσημο και ολοκληρωμένο δικτυακό τόπο.

**Είναι όμως Λάθος**, μία επιχείρηση, κυρίως μικρομεσαία και άγνωστη, να αναπτύσσει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα που απλά πουλά τα προϊόντα της επιχείρησης, χωρίς να διασφαλίσει πρώτα για την σωστή παρουσίαση της επιχείρησης στους ηλεκτρονικούς καταναλωτές.

Εάν οι καταναλωτές δεν αισθανθούν εμπιστοσύνη για την σοβαρότητα και αξιοπιστία της επιχείρησης που βρίσκεται πίσω από το ηλεκτρονικό κατάστημα, το πιθανότερο είναι ότι δεν πρόκειται να προχωρήσουν σε αγορές.

## **Δομικά στοιχεία του ηλεκτρονικού καταστήματος**

Τα βασικά χαρακτηριστικά ενός ολοκληρωμένου ηλεκτρονικού καταστήματος είναι τα ακόλουθα:

### **α) Κατάλογος προϊόντων**

#### **Τι είναι:**

Είναι ο πλήρης κατάλογος των προϊόντων ή υπηρεσιών που προσφέρει το ηλεκτρονικό κατάστημα. Συνήθως τα προϊόντα είναι ταξινομημένα ανά κατηγορίες, ώστε ο επισκέπτης να διευκολύνεται στην αναζήτηση του. Εάν ένα ηλεκτρονικό κατάστημα για παράδειγμα πουλά είδη λαϊκής τέχνης, τότε μπορεί να περιλαμβάνει κατηγορίες προϊόντων όπως υφαντά, αγαλματίδια, διακοσμητικά, παραδοσιακά προϊόντα κ.λπ. Η κάθε κατηγορία περιλαμβάνει τα επιμέρους προϊόντα, τα οποία αρχικά εμφανίζονται συνοπτικά σε λίστες, ώστε ο επισκέπτης να τα δει όλα και να επιλέξει να δει αναλυτικότερα αυτό που τον ενδιαφέρει.

#### **Σημεία που πρέπει να προσέχει:**

- Ο κατάλογος προϊόντων πρέπει να περιέχει προϊόντα τα οποία διατίθενται πραγματικά για πώληση και όχι μη διατιθέμενα, ή εξαντλημένα προϊόντα
- ο κατάλογος πρέπει να είναι ενημερωμένος τόσο ως προς τα επιμέρους προϊόντα όσο και ως προς τις τιμές τους
- Είναι καλό στην λίστα των προϊόντων του καταλόγου να συμπεριλαμβάνεται και μία μικρή φωτογραφία του προϊόντος γιατί αυτό βοηθά τους επισκέπτες/τριες στις επιλογές τους
- Όταν ο επισκέπτης του ηλεκτρονικού καταστήματος διερευνά τις κατηγορίες προϊόντων, θα πρέπει ανά πάσα στιγμή να μπορεί να ε-

ντοπίσει το σημείο στο οποίο βρίσκεται, ώστε να μην «χάνεται» στο ηλεκτρονικό κατάστημα.

- Η σωστή επιλογή των κατηγοριών που θα αναπτυχθούν στο ηλεκτρονικό κατάστημα, καθώς και η απλή και κατανοητή σχεδίαση του καταλόγου, βοηθά την πλοήγηση στο ηλεκτρονικό κατάστημα.

**smartbuy** *Paradise Collection* **Hawaiian Jewelry** **Jade Jewelry** **14kt Jewelry**

Αρχική σελίδα Κατηγορίες Αναζήτηση Είσοδος Βοήθεια Smartbuy

**EuroVerde Mall/Συνεταιρισμός γυναικών περιοχής Σοφάδων, Καρδίτσας**

**Sub-departments**

	<b>Γυναικείες μαντιλιές</b> 2 είδη γυναικείων μαντιλιών που συνοδεύουν τις παραδοσιακές στολές.		<b>Καραγκουνάκι σοφαδίτικο</b> Αποτελούσε την παραδοσιακή στολή των νεαρών κορσιών κατά τα παλιότερα χρόνια.
	<b>Καραγκουνάκι σοφαδίτικο (για νεαρές κοπέλες)</b> Η παραδοσιακή αυτή στολή ήταν η καθημερινή στολή των γυναικών κατά τα παλιότερα χρόνια.		<b>Καρδίτσιώτικη Καραγκούνια γιορτινή</b> Η παραδοσιακή αυτή στολή ήταν η γιορτινή στολή των γυναικών κατά τα παλιότερα χρόνια.
	<b>Σοφαδίτικη Νυφική Χρυσοκίνητη Καραγκούνια</b> Μια παραδοσιακή στολή που χρησιμοποιούνταν ως νυφικό φόρεμα στα παλιότερα χρόνια.		<b>Τσολιάς</b> Αποτελούσε την παραδοσιακή ανδρική στολή κατά τα παλιότερα χρόνια.

**Καλώσορρίσατε**  
Το ενδιαφέρον και η φιλοδοξία για να μάθουν όσα περισσότερα μπορούσαν σχετικά με τις παραδοσιακές στολές, οδήγησαν 14 γυναίκες της περιοχής των Σοφάδων, Καρδίτσας να ερευνηθούν και να καταγράψουν όλες τις διαθέσιμες πληροφορίες. Παράλληλα οι γυναίκες παρακολούθησαν σεμινάρια από εξειδικευμένους τεχνίτες σχετικά με την κατασκευή παραδοσιακών στολών. Το αποτέλεσμα όλων αυτών των προσπαθειών ήταν η δημιουργία του **"Συνεταιρισμού γυναικών περιοχής Σοφάδων"**. Σκοπός του συνεταιρισμού είναι η κατασκευή αυθεντικών παραδοσιακών στολών της περιοχής των Σοφάδων, της ευρύτερης περιοχής της Καρδίτσας και των υπολοίπων περιοχών της Ελλάδας, όπως επίσης και η κατασκευή άλλων ειδών λαϊκής τέχνης.

**Κατηγορίες Προϊόντων Ηλεκτρονικού Καταστήματος με μικρή περιγραφή του τύπου των ειδών που κάθε κατηγορία περιλαμβάνει**

Εικόνα-Κατηγορίες προϊόντων ηλεκτρονικού καταστήματος

**EuroVerde Mall/Συνεταιρισμός γυναικών περιοχής Σοφάδων, Καρδίτσας/Τσολιάς**

**Καλώπορια etc.**  
Αποτελούσε την παραδοσιακή ανδρική στολή κατά τα παλιότερα χρόνια. Αποτελείται από τα εξής τμήματα: Φουστανέλα, Πουκάμισο, Ζωνάρι και Γιλέκο. Το κάθε τμήμα της στολής πωλείται και χωριστά. Η τιμή ολοκληρωσης της στολής κυμαίνεται μεταξύ των 65.000 - 70.000 δρχ. (παιδικό μέγεθος) και των 80.000 δρχ. (ανδρικό μέγεθος). Στις παρακάτω σελίδες, μπορείτε να δείτε πώς τα διάφορα τμήματα συνδυάζονται για αν σχηματίσουν τη στολή. Το μεγαλύτερο τμήμα της διακόσμησης έχει κεντηθεί στο χέρι.

**Κατάλογος προϊόντων**

- Ολοκληρωμένος κατάλογος προϊόντων

**Προϊόντα**

**Γιλέκο κεντημένο με κόκκινη και χρυσή κλωστή**  
Τύπος διακοσμημένου γιλέκου που φοριέται επάνω από το πουκάμισο.  
**€ 88,04 EURO**  
Περισσότερες λεπτομέρειες | Προσθήκη στο καλάθι

**Γιλέκο κεντημένο με κόκκινη στολή**  
Το κεντημένο γιλέκο που φοριέται επάνω από το πουκάμισο.  
**€ 88,04 EURO**  
Περισσότερες λεπτομέρειες | Προσθήκη στο καλάθι

**Γιλέκο μαύρο**  
Απλό μαύρο γιλέκο που φοριέται επάνω από το πουκάμισο.  
**€ 29,35 EURO**  
Περισσότερες λεπτομέρειες | Προσθήκη στο καλάθι

**Πουκάμισο**  
Το λευκό πουκάμισο που είναι το βασικό ρούχο της στολής.  
**€ 29,35 EURO**  
Περισσότερες λεπτομέρειες | Προσθήκη στο καλάθι

**Φουστανέλα**  
Η άσπρη πλισέ φούστα που αποτελούσε απαραίτητο τμήμα της στολής του τσολιά.  
**€ 117,39 EURO**  
Περισσότερες λεπτομέρειες | Προσθήκη στο καλάθι

Εικόνα-Διατιθέμενα προϊόντα μιας κατηγορίας

## β) Αναλυτική παρουσίαση προϊόντος

### Τι είναι:

Ο κάθε ηλεκτρονικός επισκέπτης ενός καταστήματος για να προχωρήσει σε μία ηλεκτρονική αγορά χρειάζεται να δει περισσότερα στοιχεία και χαρακτηριστικά του προϊόντος που ενδιαφέρεται να αγοράσει. Για τον λόγο αυτό τα ηλεκτρονικά καταστήματα περιλαμβάνουν αναλυτική παρουσίαση των προϊόντων που πουλούν. Η αναλυτική αυτή παρουσίαση πρέπει να περιλαμβάνει όλες τις πληροφορίες που θα κάνουν τον ηλεκτρονικό πελάτη να βεβαιωθεί για το τι ακριβώς αγοράζει

### Σημεία που πρέπει να προσέξετε:

- Η παρουσίαση του προϊόντος θα πρέπει να είναι αναλυτική και να περιλαμβάνει μετρήσιμα και κατανοητά από τον πελάτη χαρακτηριστικά. Σκεφτείτε την παρουσίαση της ποιότητας ενός ρούχου. Το να πούμε ότι το ρούχο είναι άριστης ποιότητας δεν λέει ουσιαστικά τίποτα. Το να αναφέρουμε όμως την σύνθεση του υφάσματος, για παράδειγμα 100% βαμβακερό, δίνει μία μετρίσιμη πληροφορία στον ηλεκτρονικό πελάτη που σημειώνουμε ότι δεν μπορεί να «αγγίξει» το προϊόν αυτό καθ' αυτό.
- Είναι σημαντικό η αναλυτική παρουσίαση του προϊόντος να συνοδεύεται από φωτογραφία ή φωτογραφίες του προϊόντος, όπου αυτό θα απεικονίζεται ρεαλιστικά. Θα πρέπει δηλαδή ανάλογα πάντα με το προϊόν να φαίνεται η κλίμακα του μεγέθους του και να παρουσιάζονται σωστά οι λεπτομέρειες του.

- Η αναλυτική παρουσίαση του προϊόντος είναι προσαρμοσμένη στον τύπο του κάθε προϊόντος. Άλλες πληροφορίες παρουσιάζονται για παράδειγμα για ένα βιβλίο και άλλες για ένα ένδυμα.
- Στην αναλυτική παρουσίαση θα πρέπει να αναφέρεται εάν υπάρχουν παραλλαγές του προϊόντος. Για παράδειγμα εάν το ίδιο προϊόν διατίθεται σε διαφορετικά χρώματα ή μεγέθη.
- Οποσδήποτε στην αναλυτική παρουσίαση θα πρέπει ευκρινώς να αναγράφεται η τιμή του προϊόντος.

**Σημεία κλειδιά:**

Η αναλυτική παρουσίαση του προϊόντος, είναι ένα από τα καθοριστικά σημεία που μπορεί να προωθήσουν την on line πώληση. Πάντα πρέπει να σκέπτεστε ότι ο ηλεκτρονικός πελάτης δεν μπορεί να δει ή να αγγίξει από κοντά το προϊόν. Μέσα από αυτό το σημείο του ηλεκτρονικού καταστήματος πρέπει να του δοθούν όλες οι πληροφορίες για το προϊόν και να του λυθούν όλες οι απορίες ώστε να μην έχει καμία αμφιβολία για τι αγοράζει. Σκεφτείτε όλες τις πιθανές ερωτήσεις του αγοραστή για το προϊόν και συμπεριλάβετε από την αρχή τις απαντήσεις, στην αναλυτική παρουσίαση του προϊόντος. Προσέξτε τις τιμές στις οποίες διαθέτετε τα προϊόντα σας μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος. Η τιμή του προϊόντος θα πρέπει να δίνει ένα κίνητρο στον αγοραστή να το αγοράσει ηλεκτρονικά από το κατάστημα σας και να μην αγοράσει το ίδιο ή ένα παραπλήσιο προϊόν είτε από ένα κλασικό κατάστημα είτε από ένα άλλο ηλεκτρονικό κατάστημα.



**Limited Collection Bird Print Viole Top**  
**£25.00**  
 Product code: T691324

Colour(s)

Stay young and beautiful in this miracle design. You'll feel free and easy in this trendy top. Flattering and perfectly formed, a brilliant buy

- Gorgeous girly 3/4 sleeved bird print viole top
- Deep V-neck collar
- Ribbon detail around midriff meets at the back for a perfect tied fit
- Slightly flared sleeves

- 100% cotton
- Machine washable
- Tumble dry

**LIMITED COLLECTION**

**READY TO ORDER?**

Select a size

Select a colour

Quantity: 1

Item selected

▶ Need help?  
▶ Size guide

  
 ▶ Neck Detail

  
 ▶ Cuff Detail

  
 ▶ Back Detail

Εικόνα - Σωστή αναλυτική παρουσίαση προϊόντος

- Φαίνεται ο τίτλος, τιμή και κωδικός του προϊόντος.
- Φαίνονται συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του προϊόντος (σύνθεση, πώς πλένεται, περιγραφή λεπτομερειών) και όχι γενικότητες που δεν λένε τίποτα στον ηλεκτρονικό πελάτη.
- Φαίνονται λεπτομέρειες του προϊόντος οι οποίες μπορεί να μεγεθυνθούν.
- Φαίνονται οι διαθέσιμες παραλλαγές στις οποίες μπορεί να παραγγελθεί το προϊόν (Χρώματα και μεγέθη)
- Υπάρχει επεξήγηση για τα μεγέθη, ώστε να μην έχει κάποια απορία ο πιθανός αγοραστής.

## Φουστανέλα

€ 117,39 EURO

Η φουστανέλα είναι η φούστα της στολής του τσολιά που αποτελείται από ένα μεγάλο αριθμό πιετών, οι οποίες ονομάζονται λανγκιόλια.



### Εικόνα - Ελλιπής παρουσίαση προϊόντος

Φαίνεται μόνο μία γενικόλογη περιγραφή χωρίς κανένα χαρακτηριστικό, για ένα προϊόν το οποίο έχει σχετικά υψηλή τιμή και είναι ιδιαίτερο. Ο ηλεκτρονικός πελάτης δεν γνωρίζει εάν αυτό που θα αγοράσει θα είναι στο μέγεθος του, δεν έχει στοιχεία για την ποιότητα του προϊόντος και δεν μπορεί να δει λεπτομέρειες της κατασκευής.

### γ) Αναζήτηση προϊόντων

#### Τι είναι:

Εάν ένα ηλεκτρονικό κατάστημα διαθέτει πολλά προϊόντα προς πώληση, είναι χρήσιμο να περιλαμβάνει έναν μηχανισμό αναζήτησης ο οποίος θα βοηθά τον επισκέπτη να εντοπίσει γρήγορα τα προϊόντα που τον ενδιαφέρουν. Η αναζήτηση μπορεί να γίνεται:

- α. Είτε με βάση λέξεις κλειδιά που περιλαμβάνονται στο όνομα και την περιγραφή του προϊόντος
- β. Είτε με βάση τύπους και συγκεκριμένα χαρακτηριστικά προϊόντων

#### Σημεία που πρέπει να προσέξετε:

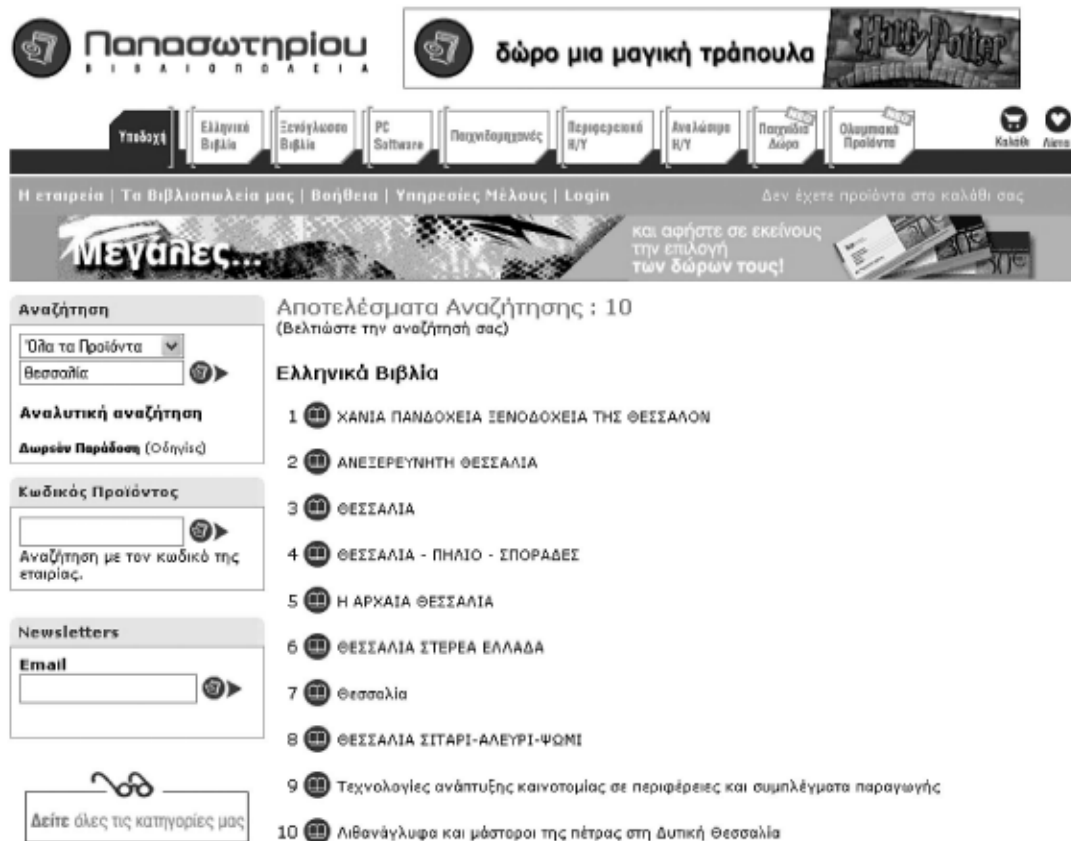
- Εάν ηλεκτρονικό σας κατάστημα πουλά πληθώρα προϊόντων, τότε καλό είναι να περιλαμβάνει την λειτουργία της αναζήτησης.
- Η αναζήτηση με βάση χαρακτηριστικά προϊόντων είναι πιο αποδοτική όταν ο επισκέπτης έχει καταλήξει σε κάποια βασικά χαρακτηριστικά που θέλει να έχει το προϊόν που σκέπτεται να αγοράσει. Είναι τεχνικά πιο απαιτητική στην υλοποίηση.
- Η αναζήτηση με λέξεις κλειδιά είναι πιο γενικής φύσης αναζήτηση και πιο εύκολο να υλοποιηθεί τεχνικά.



Εικόνα - Απλή και Αναλυτική Αναζήτηση σε ηλεκτρονικό κατάστημα βιβλιοπωλείου

Σημείο 1: Απλή αναζήτηση με βάση κάποια λέξη κλειδί. Απλά πληκτρολογείται η λέξη στο κενό τετραγωνάκι και πατώντας το κόκκινο κουμπάκι αρχίζει η αναζήτηση.

Σημείο 2: Αναλυτική αναζήτηση με βάση κάποια κριτήρια τα οποία αποτελούν χαρακτηριστικά των προϊόντων του καταστήματος.





Εικόνα - Αποτελέσματα απλής αναζήτησης με χρήση της λέξης «Θεσσαλία» ως λέξη κλειδί. Η αναζήτηση έδωσε ως αποτέλεσμα 10 βιβλία τα οποία στον τίτλο τους περιλαμβάνουν την συγκεκριμένη λέξη. Με κλικ πάνω στον τίτλο ο επισκέπτης μπορεί να δει την αναλυτική παρουσίαση κάθε βιβλίου και από εκεί να προχωρήσει εάν θέλει σε αγορά.

Συνδυάζω χαρακτηριστικά

Προϊόντα / Κινητή Τηλεφωνία / Συσκευές / Όλα τα προϊόντα

**Επιλέξτε κριτήρια αναζήτησης**

Τιμή Μετρητοίς Από: [ ] Εώς: [ ]

Κατασκευαστής Επιλέξτε...

Διαστάσεις Επιλέξτε...

Βάρος (g) Από: [ ] Εώς: [ ]

Χρόνος Αναμονής (έως ώρες) Από: [ ] Εώς: [ ]

GPRS

Dual Band / Tri Band Επιλέξτε...

JAVA

Έγχρωμη Οθόνη

Χρώματα οθόνης Επιλέξτε...

Ανάλυση οθόνης (pixels) [ ]

Κάμερα

Τύπος κάμερας Επιλέξτε...

Εγγραφή VIDEO

Θύρα Υπερύθρων

Bluetooth

Δυνατότητα συγχρονισμού με PC

Τηλεφωνικός κατάλογος (καταχωρήσεις) Επιλέξτε...

Χωρητικότητα μνήμης [ ]

Δυνατότητα επέκτασης μνήμης

Πολυφωνικοί ήχοι

MP3

Αναζήτηση

top ↑

Επισκεφθείτε επίσης: [ ] Home | Sitemap | Όροι Χρήσης | Επικοινωνία | English

Εικόνα - Αναλυτική αναζήτηση βάση χαρακτηριστικών σε ηλεκτρονικό κατάστημα ηλεκτρονικών και κινητών τηλεφώνων. Στην εικόνα παρουσιάζεται η αναζήτηση κινητών τηλεφώνων με βάση κάποια από τα χαρακτηριστικά που επιθυμεί ο αγοραστής.

## δ) Καλάθι αγορών

### Τι είναι:

Το καλάθι αγορών προσομοιάζει με το καλάθι που κρατάμε όταν επισκεπτόμαστε ένα σούπερ μάρκετ και στο οποίο τοποθετούμε όλα τα προϊόντα τα οποία θέλουμε να αγοράσουμε. Με τον ίδιο τρόπο, ο ηλεκτρονικός πελάτης, όταν ενδιαφέρεται να αγοράσει ένα προϊόν από ένα ON LINE κατάστημα πρέπει να το τοποθετήσει πρώτα στο καλάθι αγορών. Αφού συγκεντρώσει εκεί όλα τα προϊόντα που ενδιαφέρεται να αγοράσει μπορεί να προχωρήσει στην αγορά τους.

### Σημεία που πρέπει να προσέξουμε:

- Το καλάθι αγορών είναι απαραίτητο συστατικό στοιχείο ενός ηλεκτρονικού καταστήματος
- Το καλάθι αγορών πρέπει να περιλαμβάνει λειτουργίες:
  - διαγραφής προϊόντος
  - αυξομείωσης της ποσότητας των κομματιών/κάθε προϊόντος
  - παρουσίασης του συνολικού κόστους της παραγγελίας
  - διάκριση στην τιμή του καθαρού κόστους και του Φ.Π.Α
- Είναι καλό να περιλαμβάνει οδηγίες χρήσης



Αρχική σελίδα Κατηγορίες Αναζήτηση Είσοδος Βοήθεια Smartbuy

Καλάθι του /της xxx xxx

Το καλάθι μου Το προφίλ μου Οι παραγγελίες μου Παραγγελία

Στην παρακάτω λίστα μπορείτε να ξανακοπάζετε ή να αλλάξετε το περιεχόμενο του καλαθιού σας. Για οδηγίες χρήσης του καλαθιού σας, παρακαλώ κοπιάζτε στο κάτω μέρος της σελίδας.

Εικονίδιο	Προϊόν	Ποσότητα	Τιμή μονάδας	Σύνολο
	<b>Δαχτυλίδι</b> Χειροποίητο Κόσμημα	1 <input type="text" value="1"/> <input type="checkbox"/> more <input type="checkbox"/> less <input type="checkbox"/> remove	174,09 EURO	174,09 EURO
	<b>Σταυρός</b> Χειροποίητο Κόσμημα	1 <input type="text" value="1"/> <input type="checkbox"/> more <input type="checkbox"/> less 2 <input type="checkbox"/> remove	69,63 EURO	69,63 EURO
	<b>Σταυρός</b> Χειροποίητο Κόσμημα	1 <input type="text" value="1"/> <input type="checkbox"/> more <input type="checkbox"/> less <input type="checkbox"/> remove	96,99 EURO	96,99 EURO
<b>Τελικό σύνολο</b>				<b>340,72 EURO</b>

Επανάπολογισμός Παραγγελία

Μετά από οποιαδήποτε αλλαγή παρακαλώ θυμηθείτε να ενημερώσετε το καλάθι σας πατώντας **"επανάπολογισμός"**.

### Σημείωση

Οι τιμές δεν συμπεριλαμβάνουν ΦΠΑ και έξοδα αποστολής. Αυτές οι επιπλέον χρεώσεις εξαρτώνται από τον προορισμό και τη μέθοδο αποστολής της παραγγελίας και θα υπολογιστούν κατά την διάρκεια της πληρωμής.

### Οδηγίες

#### Ποσότητα

Χρησιμοποιήστε το πεδίο ποσότητα για να αλλάξετε την ποσότητα των προϊόντων στο καλάθι σας. Πατώντας τα σύμβολα συν και πλύν, μπορείτε να αυξήσετε ή να μειώσετε την ποσότητα των προϊόντων χωρίς να χρησιμοποιήσετε το πληκτρολόγιο σας.

#### Ακύρωση προϊόντων

Μπορείτε να ακυρώσετε προϊόντα από το καλάθι σας πατώντας **Ακύρωση**.

#### Σημαντική σημείωση

Αφού τελειώσετε με τις αλλαγές της ποσότητας των προϊόντων στο καλάθι σας πατήστε **"επανάπολογισμός"** για να ενημερώσετε το καλάθι σας.

Εικόνα - Καλάθι αγορών το οποίο περιλαμβάνει τρία προϊόντα

Σημείο 1: Δυνατότητα αυξομείωσης της ποσότητας του προϊόντος.

Σημείο 2: Δυνατότητα διαγραφής του προϊόντος από το καλάθι αγορών.

Σημείο 3: Εμφάνιση του συνολικού κόστους της παραγγελίας, κάτω από το σημείο που φαίνεται το κόστος του κάθε επιμέρους προϊόντος.

Παρατηρούμε ότι στο ηλεκτρονικό κατάστημα της εικόνας δηλώνεται ότι οι παρουσιαζόμενες τιμές δεν περιλαμβάνουν Φ.Π.Α., ενώ υπάρχουν οδηγίες χρήσης του καλάθιού αγοράς από τους πελάτες.

Τέλος βλέπουμε το κουμπί «παραγγελία» το οποίο πρέπει να πατήσει ο πελάτης για να προχωρήσει στην παραγγελία των προϊόντων που έχει βάλει στο καλάθι.

## **ε) Λογαριασμός πελάτη**

### **Τι είναι:**

Για να μπορέσει ένας ηλεκτρονικός πελάτης να χρησιμοποιήσει το καλάθι αγορών και κυρίως για να παραγγείλει προϊόντα από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, πρέπει πρώτα να ανοίξει έναν λογαριασμό σε αυτό. Ο λογαριασμός του πελάτη περιλαμβάνει τα βασικά στοιχεία του πελάτη όπως όνομα, διεύθυνση, στοιχεία επικοινωνίας, E-MAIL κλπ. και είναι απαραίτητος για να μπορεί να διατηρείται στο κατάστημα το ιστορικό των παραγγελιών του κάθε πελάτη.

Η απόκτηση του λογαριασμού από έναν πελάτη γίνεται με την διαδικασία της εγγραφής (registration) στο κατάστημα. Το άνοιγμα του λογαριασμού ολοκληρώνεται με την επιλογή ή την αποστολή στον πελάτη των κωδικών πρόσβασης, οι οποίοι είναι ατομικοί και μέσω αυτών δηλώνεται η ταυτότητα του πελάτη στη ηλεκτρονικό κατάστημα.

### **Σημεία που πρέπει να προσέξετε:**

Κατά την εγγραφή του πελάτη στο ηλεκτρονικό κατάστημα θα πρέπει να υπάρχει σε εμφανές σημείο η δήλωση περί προστασίας των προσωπικών του δεδομένων, οι όροι της οποίας και θα πρέπει να τηρούνται, ώστε να μην υπάρξουν κυρώσεις στην επιχείρηση

- Είναι καλό επίσης να αναφέρονται οι διαδικασίες ασφάλειας που εφαρμόζει το ηλεκτρονικό κατάστημα, ώστε να βεβαιώνεται ο πελάτης και να αισθάνεται ασφαλής για να δώσει τα προσωπικά του στοιχεία.
- Εάν υπάρχουν συγκεκριμένοι όροι για την παραγγελία από το ηλεκτρονικό σας κατάστημα, τότε αυτοί θα πρέπει να αναφέρονται στην αρχή της διαδικασίας εγγραφής στο κατάστημα, όπου και θα ζητείται η συμφωνία του πελάτη με τους όρους αυτούς.
- Εάν θέλετε να χρησιμοποιήσετε τα στοιχεία του πελάτη (κυρίως E-MAIL, διεύθυνση ή τηλέφωνο) για να τον ενημερώνετε για εκπτώσεις, προσφορές ή νέα του καταστήματός σας, θα πρέπει πρώτα να έχετε την σύμφωνη γνώμη του. Για τον λόγο αυτό μπορεί να χρησιμοποιηθούν ερωτήσεις κατά την φάση της εγγραφής.
- Κρατήστε την εγγραφή απλή σε σχέση με τα στοιχεία που ζητάτε, ζητήστε αυτά που είναι απαραίτητα μόνο. Η απαίτηση πληθώρας στοιχείων αποτρέπει τους πελάτες από την εγγραφή.

Αρχική σελίδα   Κατηγορίες   Αναζήτηση   Είσοδος   Βοήθεια   Smartbuy

## Είσοδος

**Στοιχεία διαδικασίας**

- Όροι συμμετοχής
- Ασφάλεια
- Προσωπικά στοιχεία

**Form Legend**

- Υποχρεωτικό πεδίο.
- Υποχρεωτικό πεδίο όταν είναι απαραίτητο.
- Προαιρετικό πεδίο.

click to verify

**Εγγεγραμμένο μέλος**

Αν είστε ήδη μέλος, παρακαλώ προσδιορίστε το e-mail και τον κωδικό σας

■ E-mail

■ Κωδικός

**1**

**Νέος πελάτης**

Εαν είστε νέος πελάτης, [πατήστε εδώ για να εγγραφείτε.](#) **2**

Η εγγραφή είναι **απολύτως ΔΩΡΕΑΝ** και είναι απαραίτητη για να αποκτήσετε καλάθι αγορών και να παραγγείλετε. Για λεπτομέρειες που αφορούν τα προσωπικά σας στοιχεία, παρακαλώ διαβάστε την προστασία προσωπικών δεδομένων Προστασία προσωπικών δεδομένων.

**Ξεχάσατε τον κωδικό σας;**

Εαν ξεχάσατε τον κωδικό σας, παρακαλώ πληκτρολογήστε το e-mail σας και θα σας τον στείλουμε αμέσως.

■ E-mail

**3**

Εικόνα - Είσοδος πελάτη στον λογαριασμό του, ή άνοιγμα λογαριασμού για νέο πελάτη

Σημείο 1: Είσοδος πελάτη (εγγεγραμμένου στο ηλεκτρονικό κατάστημα) στον λογαριασμό του. Παρατηρείτε ότι του ζητούνται οι κωδικοί του: E-mail και κωδικός ασφαλείας (Password).

Σημείο 2: Επιλογή που οδηγεί στην εγγραφή (άνοιγμα λογαριασμού) νέου πελάτη.

Σημείο 3: Στοιχεία που αναφέρονται στην ασφάλεια διακίνησης δεδομένων από το ηλεκτρονικό κατάστημα, στην χρήση των προσωπικών δεδομένων και στους όρους εγγραφής.

Παρατηρούμε ότι δίνεται επίσης η δυνατότητα να αποσταλεί ο κωδικός ασφαλείας σε κάποιον πελάτη που τον έχει ξεχάσει. Αυτό είναι μία λειτουργία η οποία διευκολύνει πολύ τους πελάτες και συναντάται στα περισσότερα καλά ηλεκτρονικά καταστήματα.

[Αρχική σελίδα](#)
[Κατηγορίες](#)
[Αναζήτηση](#)
[Είσοδος](#)
[Βοήθεια](#)
[Smartbuy](#)

## Εγγραφή πελάτη

---

**Στοιχεία διαδικασίας**

- Όροι συμμετοχής
- Ασφάλεια
- Προσωπικά στοιχεία

**Form Legend**

- Υποχρεωτικό πεδίο.
- Υποχρεωτικό πεδίο όταν είναι απαραίτητο.
- Προαιρετικό πεδίο.

Click to verify

Η εγγραφή μέλους είναι απαραίτητη για να αποκτήσετε καλάθι αγορών και να πραγματοποιήσετε τις παραγγελίες σας.

Η εγγραφή στο Smartbuy είναι **απολύτως ΔΩΡΕΑΝ** και οι προσωπικές σας πληροφορίες χρησιμοποιούνται αποκλειστικά μόνο από το Smartbuy όπως αναγράφεται στην Προστασία προσωπικών δεδομένων.

Παρακαλώ συμπληρώστε την παρακάτω φόρμα.

**Προσωπικές πληροφορίες πελάτη**

■ Όνομα

■ Επώνυμο

■ E-mail

Για να κάνετε login στο Smartbuy χρησιμοποιήστε το e-mail σας και τον κωδικό σας. Παρακαλώ εισάγετε τον κωδικό σας εδώ.

■ Κωδικός

■ Re-type password

**Διεύθυνση πελάτη**

■ Χώρα

■ Διεύθυνση

■ Ταχ. Κώδικας

■ Πόλη

■ Τηλέφωνο

■ Φαξ

**Ενημέρωση πελάτη**

Ειδοποιήστε με με email, για κοινούργια καταστήματα, προϊόντα, υπηρεσίες και εκπτώσεις στο Smartbuy.

### Εικόνα - Εγγραφή (άνοιγμα λογαριασμού) νέου πελάτη

Παρατηρούμε ότι γίνεται αναφορά στην χρήση των προσωπικών δεδομένων που θα δώσει ο πελάτης, τα στοιχεία που ζητούνται είναι τα απαραίτητα καθώς και ότι ζητείται η άδεια του πελάτη για να λαμβάνει επιπλέον ενημέρωση. Σημειώνουμε ότι και πάλι γίνεται αναφορά στην ασφάλεια της διακίνησης των προσωπικών δεδομένων.

### στ) On line παραγγελίες και πληρωμές

#### Τι είναι:

Αυτό που διαφοροποιεί τα ηλεκτρονικά καταστήματα από τις ιστοσελίδες που απλά προωθούν τα προϊόντα μίας επιχείρησης, είναι η δυνατότητα που δίνουν σε κάθε ηλεκτρονικό πελάτη να αγοράσει τα προϊόντα που τον ενδιαφέρουν και να πληρώσει on line.

Αυτός είναι βασικά ο λόγος για την υλοποίηση του καλάθιού αγοράς αλλά και ο λόγος για την ύπαρξη της λειτουργίας εγγραφής πελάτη.

Αφού ο πελάτης έχει εγγραφεί και έχει τοποθετήσει τα προϊόντα που τον ενδιαφέρουν στο καλάθι αγοράς, μπορεί να προχωρήσει στην on line παραγγελία τους.

Κατά την on line παραγγελία ο πελάτης συνήθως:

- δηλώνει που θα αποσταλούν τα προϊόντα
- επιλέγει τον τρόπο με τον οποίο θα αποσταλούν
- και επιλέγει επίσης τον τρόπο με τον οποίο θα πληρώσει για τα προϊόντα που παρήγγειλε

#### **Σημεία που πρέπει να προσέξετε:**

- Οι συνήθειες μέθοδοι πληρωμής σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα είναι: με πιστωτική κάρτα (Visa, Mastercard, Diners, American Express) ή σε μερικές περιπτώσεις αντικαταβολή, κάτι το οποίο ισχύει μόνο για την Ελλάδα
- Κατά την παραγγελία συνήθως ο πελάτης επιλέγει και τον τρόπο αποστολής των προϊόντων, ανάλογα πάντα με το προϊόν. Κάποιοι τρόποι που συνήθως υποστηρίζονται είναι: ταχυδρομικά, με courier, ή με μεταφορική εταιρία.
- Το ηλεκτρονικό κατάστημα θα πρέπει να αναφέρει ευκρινώς:
  - τους τρόπους αποστολής των προϊόντων που υποστηρίζει και την χρέωση τους (εάν υπάρχει).
  - Τους τρόπους πληρωμής που υποστηρίζει.
- Για την χρέωση πιστωτικών καρτών απαιτείται:
  - Να έχει γίνει σύμβαση του επιχειρηματία που έχει το κατάστημα με τράπεζα η οποία θα αναλάβει τον έλεγχο και χρέωση των καρτών
  - Να υλοποιηθεί μία τεχνική διαδικασία η οποία συνδέει το σύστημα πληρωμής που έχει το ηλεκτρονικό κατάστημα με το αντίστοιχο σύστημα που προσφέρει η τράπεζα για τον έλεγχο των καρτών.
- Το ηλεκτρονικό κατάστημα θα πρέπει να δίνει στον πελάτη την δυνατότητα να επιλέξει τον τύπο του παραστατικού που θέλει για την αγορά που έκανε, δηλαδή απόδειξη ή τιμολόγιο. Στην περίπτωση του τιμολογίου θα πρέπει να καταγράφονται ηλεκτρονικά τα στοιχεία στα οποία θα κοπεί το τιμολόγιο.
- Σε κάθε περίπτωση ο ηλεκτρονικός πελάτης θα πρέπει να πληροφορηθεί για το ακριβές ποσό με το οποίο θα χρεωθεί (είτε η πιστωτική του κάρτα, είτε θα κληθεί να πληρώσει με αντικαταβολή) καθώς και για όλες τις λεπτομέρειες της παραγγελίας που έχει κάνει. Για τον λόγο αυτό πριν ολοκληρώσει την συναλλαγή του, πρέπει να του παρουσιάζονται σε μία σελίδα τα συνολικά στοιχεία της παραγγελίας του. Τι παρήγγειλε, πώς και που θα αποσταλούν, πόσο θα κοστίσουν και πώς θα πληρώσει.
- Αφού ο πελάτης επιβεβαιώσει την παραγγελία, τα συνολικά αυτά στοιχεία της παραγγελίας συνήθως του αποστέλλονται με MAIL (εν είδη απόδειξης και καταχωρούνται επίσης στο ιστορικό των παραγγελιών του στο ηλεκτρονικό κατάστημα.

Οι on line παραγγελίες και πληρωμές είναι από τα πιο νευραλγικά σημεία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος. Για την σωστή υλοποίηση της συγκεκριμένης λειτουργίας η επιχειρηματίας θα πρέπει να σχεδιάσει σωστά τον

τρόπο λήψης και ικανοποίησης της παραγγελίας, καθώς και τον τρόπο χρέωσης του πελάτη, λαμβάνοντας υπόψη όλα τα παραπάνω σημεία. Όσο πιο ξεκάθαρο και εύκολο είναι για τον πελάτη να παραγγείλει, πληρώσει και παραλάβει το προϊόν, τόσο πιο πιθανό είναι ότι θα προχωρήσει στην αγορά του.

The screenshot shows the NaPaswathriou website interface. At the top, there is a navigation bar with categories like 'Υποδοχή', 'Ειδικές Βιβλίο', 'Συνέλευση Βιβλίο', 'PC Software', 'Παιχνιδιομαχαιές', 'Παραφορηικά Η/Υ', 'Αναλώσιμα Η/Υ', and 'Παχιδίσι' Δώρα. Below this is a status bar indicating the user is logged out and has 1 item in their cart. The main content area is titled 'Πληροφορίες' and 'Στοιχεία Αποστολής'. Under 'Πληροφορίες', there are links for 'Πληροφορίες για Ιδιωτική Σύμβαση Πελάτη', 'Πληροφορίες για Ασφάλεια συναλλαγών', 'Λοιπές Πληροφορίες', and 'Επικοινωνήστε Μαζί Μας'. The 'Στοιχεία Αποστολής' section is titled 'Προσθήκη Νέας Διεύθυνσης' and contains a form with the following fields:
 

- Επώνυμο: Πάτσα (\*)
- Όνομα: Χρύσα (\*)
- Επωνυμία εταιρίας: [Empty]
- Οδός: Τερτίπη (\*)
- Αριθμός: 1 (\*) Όροφος: 2
- Πόλη: Λάρισα (\*)
- Ταχ. κώδικας: 41221 (\*)
- Τηλέφωνο1: 6974032001 (\*)
- Τηλέφωνο2: 2410234509
- Φαξ: [Empty]
- Χώρα: Ελλάδα (dropdown menu)
- Λοιπά βοηθητικά στοιχεία διεύθυνσης: [Empty]

 Below the form, there is a note: '(\*) Τα πεδία αυτά είναι υποχρεωτικά'. A paragraph follows: 'Η κατά το δυνατόν πληρέστερη συμπλήρωση των στοιχείων θα βοηθήσει στην ταχύτερη παράδοση της παραγγελίας σας.' There are two sections for shipping preferences:
 

- Προτιμήσεις Αποστολής - Αποστολή Προϊόντων**:
  - Θέλετε να σας αποσταλούν όλα τα εμπορεύματα μαζί; (μικρότερο κόστος αποστολής)
  - Θέλετε να σας αποσταλούν σταδιακά όταν είναι διαθέσιμα; (μεγαλύτερο κόστος αποστολής)
- Προτιμήσεις Αποστολής - Επιθυμητές ώρες παράδοσης**:
  - Καμά Ιδιαίτερη Προτίμηση
  - 09:00 π.μ. - 13:00 μ.μ
  - 13:00 μ.μ. - 17:00 μ.μ
  - 17:00 μ.μ. - 20:00 μ.μ

Εικόνα - Καθορισμός διεύθυνσης όπου θα αποσταλούν τα προϊόντα και δήλωση προτιμήσεων αποστολής

**Πληροφορίες**

- Πληροφορίες για Ιδιωτική Σύμβαση Πελάτη
- Πληροφορίες για Ασφάλεια συναλλαγών
- Λοιπές Πληροφορίες
- Επικοινωνήστε μαζί μας

**Πληρωμή**

**Μέθοδος Πληρωμής**

**1. Πιστωτική Κάρτα**

<b>Τύπος</b>	<b>Νούμερο/CVV2</b>	<b>Όνομα</b>	<b>Λήξη</b>
<input type="radio"/> <b>MasterCard</b>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	12 <input type="text"/> 2004 <input type="text"/>

**4 Άτακτες Δόσεις σε όλα μας τα Είδη**  
(Ισχύει για αγορές άνω των € 75)

**2. Αντικαταβολή Μετρητοίς**

Η παραγγελία θα πληρωθεί καταβάλλοντας το αντίτιμο στο Currier που θα μου την παραδώσει

**3. Κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό**

**Εθνική Τράπεζα** 116/47017638 | **Alpha Bank** 104/00-2320-000405

- Η παραγγελία αποστέλεται εφόσον σταλεί πρώτα με **φάξ** στο 210 3848254 ή απόδειξη κατάθεσης σε έναν από τους παραπάνω λογαριασμούς

- Για ταχύτερη εξυπηρέτηση δίνετε πάντα ως απολογία στην τράπεζα **Όνομα Καταθέτη** και **Αριθμό Παραγγελίας**

**Επιλογή Παραστατικού**

**1. Απόδειξη Ισικικής**

Το παραστατικό της παραγγελίας θα είναι Απόδειξη Ισικικής

**2. Τιμολόγιο / Δελτίο Αποστολής**

Το παραστατικό της παραγγελίας θα είναι Τιμολόγιο / Δελτίο Αποστολής με τα ακόλουθα στοιχεία:

**Επωνυμία εταιρίας:**   
**ΑΦΜ:**   
**ΔΟΥ:** 1101 ΑΛΘΗΡΩΝ   
**Επώνυμο:**

**Επιλογή Διεύθυνσης Αποστολής Παραστατικού**

**Χρυσά Πάτια**  
**Ελλάδα**

Τεχνική 1 Όροφος: 2  
 41221 Λόρισα  
 6974032001 2410234509

**Η Διεύθυνση Αποστολής Παραστατικού μπορεί να διαφέρει από την Διεύθυνση Αποστολής μόνο στην περίπτωση που επιλέξετε Πιστωτική Κάρτα**

Η κατά το δυνατόν πληρέστερη συμπλήρωση των στοιχείων θα βοηθήσει στην ταχύτερη παράδοση της παραγγελίας σας.

Εικόνα - Καθορισμός του τρόπου πληρωμής. Βλέπουμε ότι το συγκεκριμένο κατάστημα υποστηρίζει πιστωτικές κάρτες, αντικαταβολή και κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό. Επίσης ζητείται από τον πελάτη να δηλώσει τον τύπο του παραστατικού που θέλει (Απόδειξη ή τιμολόγιο) και να συμπληρώσει τα αντίστοιχα στοιχεία.



[Η εταιρεία](#) | [Το Βιβλιοπωλείο μας](#) | [Βοήθεια](#) | [Υπηρεσίες Μέλους](#) | [Logout](#)
Εγίνα στο καλάθι σας 3 προϊόν. Παραγγείλετε ΤΩΡΑ!

**Πληροφορίες**

- Πληροφορίες για Ιδιωτική Σύμβαση Πελάτη
- Πληροφορίες για Ασφάλεια συναλλαγών
- Λοιπές Πληροφορίες
- Επικοινωνήστε μαζί μας

**Πληρωμή**

**Μέθοδος Πληρωμής**

**1. Πιστωτική Κάρτα**

Τύπος	Νούμερο/CVV2	Όνομα	Λήξη
<input type="radio"/> <b>Mastercard</b>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	12 / 2004

**4 Άτοκες δόσεις σε όλα μας τα Είδη (Ισχύει για αγορές άνω των € 75)**

**2. Αντικαταβολή Μετρητοίς**

Η παραγγελία θα πληρωθεί καταβάλλοντας το αντίστοιχο στο Cashier που θα μου την παραδώσει

**3. Κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό**

**Εθνική Τράπεζα** 116/47017638 | **Alpha Bank** 104/00-2320-000405

- Η παραγγελία αποστέλλεται εφόσον σταλεί πρώτα με φαξ στο 210 3848254 η απόδειξη κατάθεσης σε έναν από τους παραπάνω λογαριασμούς  
- Για ταχύτερη εξυπηρέτηση δίνετε πάντα ως αιτιολογία στην τράπεζα Όνομα Καταθέτη και Αριθμό Παραγγελίας

**Επιλογή Παραστατικού**

**1. Απόδειξη Λιανικής**

Το παραστατικό της παραγγελίας θα είναι Απόδειξη Λιανικής

**2. Τιμολόγιο / Δελτίο Αποστολής**

Το παραστατικό της παραγγελίας θα είναι Τιμολόγιο / Δελτίο Αποστολής με τα ακόλουθα στοιχεία:

Επωνυμία εταιρίας:

ΑΦΜ:

ΑΔΥ: 1101 Α ΑΘΗΝΩΝ

Επάγγελμα:

**Επιλογή Διεύθυνσης Αποστολής Παραστατικού**

**Χρυσά Πάτια**  
Ελλάδα

Τετάρτη 1 Υπόφορος: 2  
 41221 Λάρισα  
 6974032001 2410234509

Η Διεύθυνση Αποστολής Παραστατικού μπορεί να διαφέρει από την Διεύθυνση Αποστολής μόνο στην περίπτωση που επιλέξετε Πιστωτική Κάρτα  
Η κατά το δυνατόν πληρέστερη συμπλήρωση των στοιχείων θα βοηθήσει στην ταχύτερη παράδοση της παραγγελίας σας.

Εικόνα - Τελική σελίδα επιβεβαίωσης της παραγγελίας. Βλέπουμε ότι παρουσιάζονται όλα τα στοιχεία της παραγγελίας, το προϊόν που αγοράστηκε, το κόστος του προϊόντος και το κόστος αποστολής, ο τρόπος αποστολής και πληρωμής και ο τύπος του παραστατικού. Στο τέλος ζητείται η επιβεβαίωση της παραγγελίας από τον πελάτη, ώστε αυτή να προχωρήσει και να εκτελεστεί.

### ζ) Ιστορικό παραγγελιών

#### Τι είναι:

Το ιστορικό παραγγελιών, είναι ένα ηλεκτρονικό αρχείο όλων των παραγγελιών του πελάτη στο on line κατάστημα. Κάθε φορά που ολοκληρώνεται μία παραγγελία, τα συγκεντρωτικά της στοιχεία καταγράφονται σε αυτό το αρχείο, το οποίο μπορεί να δει ο πελάτης αφού πρώτα κάνει login.

#### Σημεία που πρέπει να προσέξετε

Το αρχείο παραγγελιών είναι μία ιδιαίτερα χρήσιμη λειτουργία, η οποία τεκμηριώνει τις επιμέρους συναλλαγές του πελάτη με το ηλεκτρονικό κατάστημα.

Κωδικός Παραγγελίας	Όνομα χρέωσης	Ημερομηνία	Κατάσταση	Σύνολο
466	Κυπραίου Μαριάνθη	31/8/2004 1:00:36 μμ	Ολοκληρώθηκε	€ 325,57
467	Κυπραίου Μαριάνθη	31/8/2004 1:01:16 μμ	Εκκρεμεί	€ 425,53
468	Κυπραίου Μαριάνθη	31/8/2004 1:02:03 μμ	Ολοκληρώθηκε	€ 4,5
469	Κυπραίου Μαριάνθη	31/8/2004 1:02:34 μμ	Ολοκληρώθηκε	€ 8,51
470	Κυπραίου Μαριάνθη	31/8/2004 1:03:04 μμ	Ολοκληρώθηκε	€ 110,78
471	Κυπραίου Μαριάνθη	31/8/2004 1:05:59 μμ	Ολοκληρώθηκε	€ 100,4
<b>Τελικό σύνολο</b>				<b>€ 975,3</b>

Εικόνα - Ιστορικό παραγγελιών πελάτη σε ηλεκτρονικό κατάστημα.

Παρατηρούμε ότι φαίνεται ο κωδικός της παραγγελίας, το όνομα της χρέωσης, η ημερομηνία της συναλλαγής, η κατάσταση της (Ολοκληρώθηκε ή Εκκρεμεί) καθώς και το κόστος των επιμέρους παραγγελιών.

Ο πελάτης μπορεί από αυτό το σημείο πατώντας στον κωδικό της παραγγελίας να δει τα συγκεντρωτικά της στοιχεία, όπως φαίνεται στην παρακάτω εικόνα.

<b>Επικύρωση παραγγελίας</b>			
<b>Διεύθυνση αποστολής</b>		<b>Διεύθυνση χρέωσης</b>	
<b>Κυπραίου Μαριάνθη</b> Όνοματεπώνυμο		<b>Κυπραίου Μαριάνθη</b> Όνοματεπώνυμο	
<b>Νικιταρά 22</b> Διεύθυνση		<b>Νικιταρά 22</b> Διεύθυνση	
<b>Λάρισα</b> Πόλη		<b>Λάρισα</b> Πόλη	
<b>41221</b> Ταχ. Κώδικας		<b>41221</b> Ταχ. Κώδικας	
<b>GR</b> Χώρα		<b>GR</b> Χώρα	
<b>Μέθοδος χρέωσης</b>		<b>Μέθοδος πληρωμής</b>	
Απόδειξη		Αντικαταβολή (επιπλέον χρέωση 0 Δρχ.)	
<b>Προϊόντα</b>			
Περιγραφή προϊόντος	Τιμή μονάδας	Ποσότητα	Σύνολο
<b>Business English CD-ROM</b>	7.997 Δρχ € 23,47	1	7.997 Δρχ € 23,47
<b>The Jewel of Ampelakia</b>	6.000 Δρχ € 17,61	1	6.000 Δρχ € 17,61
<b>Εκπαίδευση στην Τηλεργασία</b>	4.999 Δρχ € 14,67	1	4.999 Δρχ € 14,67
<b>Η τέχνη του ψηφιδωτού</b>	9.997 Δρχ € 29,34	1	9.997 Δρχ € 29,34
<b>Σύνολο</b>			<b>28.993 Δρχ</b> € 85,09
<b>ΦΠΑ</b>			<b>5.219 Δρχ</b> € 15,32
<b>Κόστος αποστολής με αντικαταβολή</b>			<b>Η τιμή μεταβάλλεται ανάλογα με τα χαρακτηριστικά</b>
<b>Τελικό σύνολο</b>			<b>34.212 Δρχ</b> € 100,4

Εικόνα - Συνολικά στοιχεία παραγγελίας, από το αρχείο παραγγελιών του πελάτη

## η) Εξασφάλιση της ασφάλειας των συναλλαγών

### Τι είναι:

Η εξασφάλιση της ασφάλειας των συναλλαγών περιλαμβάνει την κωδικοποίηση των διακινούμενων ευαίσθητων δεδομένων, όπως είναι τα προσωπικά στοιχεία και τα στοιχεία πιστωτικών καρτών, ώστε αυτά να μην μπορούν να υποκλαπούν

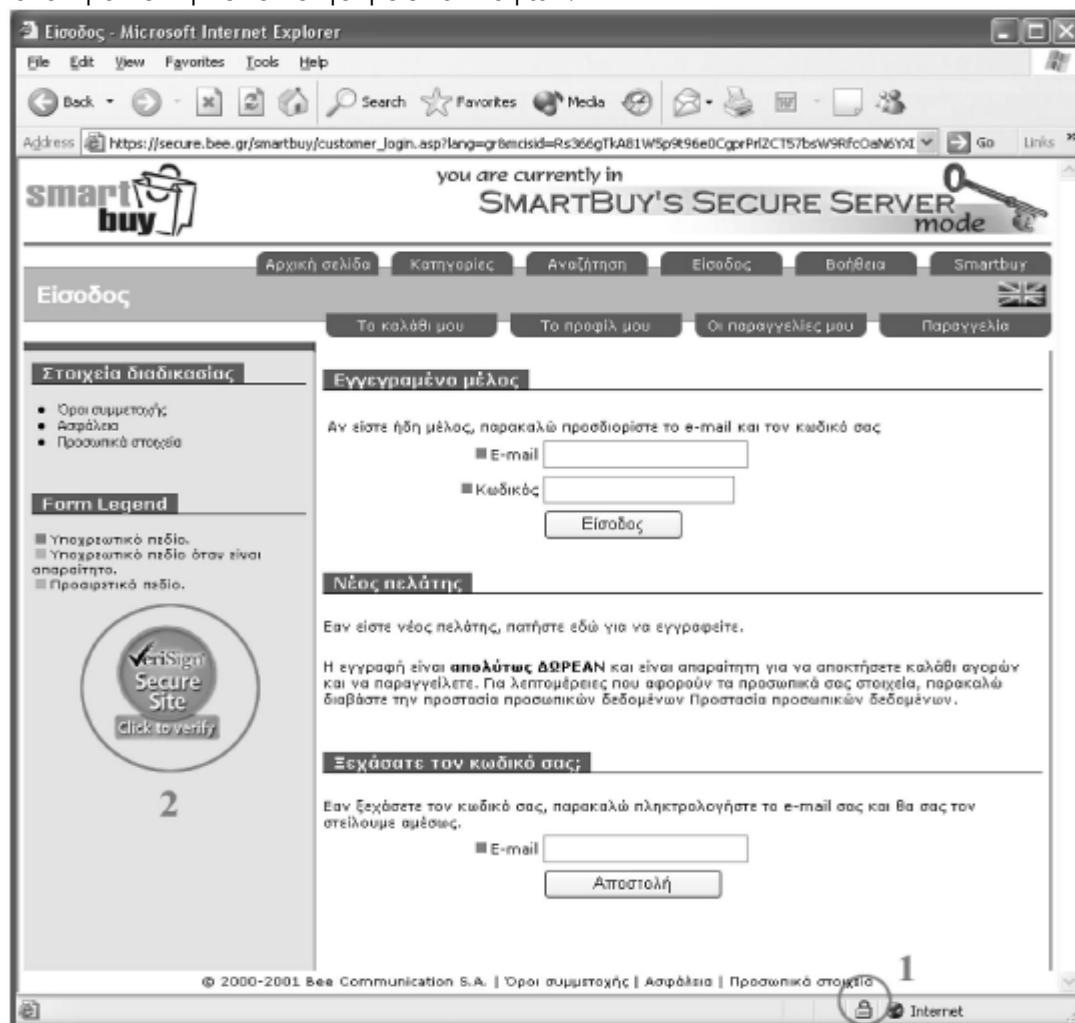
### Σημεία που πρέπει να προσέξετε:

Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα το οποίο προσφέρει ασφάλεια στις συναλλαγές έχει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

1. Όταν ο χρήστης μπαίνει σε ιστοσελίδα η οποία είναι ασφαλής, τότε στην κάτω δεξιά πλευρά της γραμμής κατάστασης του BROWSER εμφανίζεται ένα μικρό λουκέτο.

2. Συνήθως το ηλεκτρονικό κατάστημα προσφέρει πληροφορίες για την ασφάλεια που παρέχει καθώς και απόδειξη της πιστοποίησης αυτής της ασφάλειας.

Θα πρέπει να γνωρίζετε ότι οι ηλεκτρονικοί πελάτες οι οποίοι υλοποιούν on line συναλλαγές, αναγνωρίζουν αυτά τα σημεία και τα αναζητούν στα ηλεκτρονικά καταστήματα τα οποία επισκέπτονται. Η μη διασφάλιση της ασφαλούς διακίνησης δεδομένων μπορεί να έχει σαν αποτέλεσμα την αποτροπή του πελάτη από την υλοποίηση συναλλαγών.



Εικόνα - Ασφαλής ιστοσελίδα ηλεκτρονικού καταστήματος

Σημείο 1: Το λουκέτο δηλώνει ότι βρισκόμαστε σε ένα ασφαλές περιβάλλον.

Σημείο 2: Το κατάστημα δίνει πληροφορίες για την ασφάλεια που προσφέρει.



Εικόνα - Παρεχόμενες πληροφορίες για την ασφάλεια



Εικόνα - Πιστοποίηση της ασφάλειας από εταιρία η οποία παρέχει σχετικές υπηρεσίες

## Θ) Λειτουργίες που διευκολύνουν τις αγορές

### Τι είναι:

Πρόκειται για βοηθητικές λειτουργίες οι οποίες όμως αυξάνουν την λειτουργικότητα του ηλεκτρονικού καταστήματος και προωθούν τις ηλεκτρονικές πωλήσεις.

Μερικές από τις λειτουργίες αυτού του τύπου που συναντάμε πιο συχνά, είναι:

- Νέα προϊόντα. Συνήθως τα νέα προϊόντα, εκτός από τον κατάλογο εμφανίζονται και στην αρχική σελίδα του καταστήματος, ώστε να ενημερωθούν οι πελάτες για ότι είναι καινούριο.
- Προσφορές ή προτάσεις ειδών και προϊόντων. Συνήθως εμφανίζονται στην αρχική σελίδα του ηλεκτρονικού καταστήματος και εμφανίζονται με τέτοιο τρόπο ώστε να τραβούν το ενδιαφέρον των επισκεπτών.
- Συσχετίσεις προϊόντων. Όταν ένας επισκέπτης βλέπει την αναλυτική παρουσίαση ενός προϊόντος, παρουσιάζονται στην ίδια οθόνη (συνοπτικά) και κάποια άλλα προϊόντα τα οποία είναι σχετικά με αυτό το οποίο βλέπει. Για παράδειγμα εάν ο επισκέπτης βλέπει αναλυτικές πληροφορίες για ένα κινητό τηλέφωνο, τότε από κάτω μπορεί να παρουσιάζονται συνοπτικά και τα αξεσουάρ του τηλεφώνου. Η λειτουργία αυτή μπορεί να προωθήσει τις πωλήσεις σχετικών μεταξύ τους προϊόντων.
- Σύγκριση προϊόντων. Η λειτουργία αυτή χρησιμοποιείται όταν το ηλεκτρονικό κατάστημα πουλά ομοειδή προϊόντα με συγκρίσιμα τεχνικά χαρακτηριστικά. Σκεφτείτε για παράδειγμα ένα ηλεκτρονικό κατάστημα το οποίο πουλά φωτογραφικές μηχανές. Η δυνατότητα σύγκρισης των μοντέλων προς πώληση βοηθά τον επισκέπτη στην επιλογή του προϊόντος που τελικά θα αγοράσει.
- Ζωντανή Βοήθεια Live help Η λειτουργία αυτή συνίσταται στην δυνατότητα να επικοινωνήσει η ιδιοκτήτρια του καταστήματος ή ένας πωλητής, απευθείας με τους επισκέπτες του ηλεκτρονικού καταστήματος την στιγμή που αυτοί περιηγούνται μέσα σε αυτό. Η επικοινωνία γίνεται με την μορφή του chat δηλαδή της ζωντανής συνομιλίας μέσω γραπτού κειμένου (πληκτρολογίου). Η συγκεκριμένη λειτουργία απαιτεί βέβαια την παρακολούθηση του Web site του καταστήματος με ειδικό λογισμικό που υπάρχει για τον σκοπό αυτό, ώστε να σηματοδοτείται η είσοδος ενός νέου ηλεκτρονικού επισκέπτη σε αυτό. Η συγκεκριμένη λειτουργία έχει βοηθήσει υφιστάμενα ηλεκτρονικά καταστήματα να «κλείνουν» την πώληση και να αυξήσουν γενικά τις πωλήσεις τους γιατί μπόρεσαν να εξυπηρετήσουν καλύτερα και να λύσουν τις απορίες των ηλεκτρονικών τους πελατών.

YOUR **M&S** Homepage | Sign In | Help | Quick Order | Search     **Shopping basket**  
 0 Items, £0.00  
 + Delivery £4.95

Women | Lingerie | Men | Kids | Homeware | Furniture | Gifts | Flowers | Wine | Schoolwear

**Featured Collections**

**Women**  
 Limited Collection  
 per una due  
 Plus  
**Men**  
 Blue Harbour  
 Sp.  
 Suits  
**Online Features**  
 Smart Offers  
 Cerise Lingerie  
 In the press  
**M&S MONEY**  
 Newsletter  
 Be the first to hear about offers, promotions and products

**Free Delivery\***  
 From 28th to 31st August you can claim free standard delivery when you use Promotion code EEEFZK [> full details\\*](#)

**20% off home & selected furniture ... for six days only**  
 Thursday 26th - Tuesday 31st August  
 \* Excludes kitchen plus garden items and selected furniture target

**Six Day Special Offer**  
 Give your home a treat with a fantastic 20% off home and furniture\* this Bank Holiday  
 And don't forget, there's also free delivery on all clothing, home & furniture purchases throughout the period  
[View all Homeware](#)  
[View all Furniture](#)

**LIMITED COLLECTION**  
 Smart dressing or easy living. Funky fashions that add up to an effortless mix & match style  
[Tops](#)  
[Trousers](#)

**In the press**  
 If you've seen our styles out there, you'll find them in here. Fashions in the press and other media  
[In the press](#)

**15% off schoolwear**  
 Do the math! The majority of our schoolwear is now reduced in time for the new term.  
[Oldwear](#)  
[Boywear](#)

**Shipping Online**  
[View Account](#)  
[Delivery Charges](#)  
[Payment & Returns](#)  
[Terms & Conditions](#)  
[Size Guide](#)  
[Site Map](#)  
[Accessibility](#)  
[Contact Us](#)

**Services**  
[Email Newsletter](#)  
[Our Fapal](#)  
[Gift Registry](#)

**M&S Money**  
[Store Card](#)  
[Personal Loans](#)  
[Insurance](#)  
[Savings and Investment](#)

**About Us**  
[The Company](#)  
[Store Finder](#)  
[Career Opportunities](#)  
[Privacy](#)

Online shopping for women's clothing, men's clothing, homeware, childrenswear, home & furniture

Εικόνα - Αρχική σελίδα Ηλεκτρονικού καταστήματος με ρούχα  
 Σημείο 1: Περιοχή στην οποία εμφανίζονται τα νέα προϊόντα του καταστήματος  
 Σημείο 2: Περιοχές στις οποίες εμφανίζονται οι προσφορές του καταστήματος

**πλαισιο** H/Y + έπιπλο + καρέκλα + φωτιστικό δωρεάν αποστολή  
 Για παραγγελίες μέσω internet αξίας μεγαλύτερης των 45 €

ΚΑΛΟΣ ΗΛΘΑΤΕ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑ ΓΡΑΦΕΙΟ ΣΧΕΔΙΟ & ΤΕΧΝΕΣ ΔΩΡΑ ΗΧΟΣ & ΕΙΚΟΝΑ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ  
**ΗΧΟΣ & ΕΙΚΟΝΑ** αναζήτηση:

Το καλάθι μου ο λογαριασμός μου βοήθεια δεν έχετε κάνει log-in  
 δεν υπάρχουν προϊόντα στο καλάθι αγορών σας

**ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΒΙΝΤΕΟΚΑΜΕΡΕΣ**  
 HOME THEATER - ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΒΙΝΤΕΟΚΑΜΕΡΕΣ

2



SONY DCR-HC30E/S

ΤΙΜΗ : € 709.00



SONY DCR-HC40E/S

ΤΙΜΗ : € 757.00



CANON DM-MV700

ΤΙΜΗ : € 506.90

3

Ταξινόμηση ανά κατασκευαστή
Ταξινόμηση ανά προϊόν
Ταξινόμηση ανά τιμή

ΚΩΔΙΚΟΣ	ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΗΣ	ΠΡΟΪΟΝ	ΤΙΜΗ
<input checked="" type="checkbox"/>	647683 SONY	DCR-DVD201E (DVD)	€ 835.00
<input checked="" type="checkbox"/>	647691 SONY	DCR-DVD91E (DVD) <b>NEO</b>	€ 689.00
<input type="checkbox"/>	630004 SONY	DCR-HC14E	€ 469.00
<input type="checkbox"/>	630012 SONY	DCR-HC18E	€ 539.00
<input type="checkbox"/>	630020 SONY	DCR-HC20E	€ 599.00
<input checked="" type="checkbox"/>	630039 SONY	DCR-HC30E/S	€ 709.00
<input type="checkbox"/>	630047 SONY	DCR-HC40E/S	€ 757.00
<input type="checkbox"/>	655139 CANON	DM-VMX250i	€ 922.00
<input type="checkbox"/>	550345 CANON	MV6i MC (MiniDV) *	€ 719.00

**ΣΥΓΚΡΙΣΗ**

Τα προϊόντα που σημειώνονται με \* είναι διαθέσιμα μόνο από τα **καταστήματά** μας  
 ΣΤΗΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΑΥΤΗ ΥΠΑΡΧΟΥΝ 19 ΠΡΟΪΟΝΤΑ

**Εικόνα** - Ηλεκτρονικό κατάστημα που προσφέρει σύγκριση προϊόντων  
 Σημείο 1: Επιλογή προϊόντων για σύγκριση.  
 Σημείο 2: Οι προτάσεις του καταστήματος στην συγκεκριμένη κατηγορία.  
 Σημείο 3: Επιπλέον δυνατότητα για ταξινόμηση της λίστας των προϊόντων με βάση παραμέτρους όπως ο κατασκευαστής ή τιμή.





πλαίσιο

H/Y

δωρεάν αποστολή  
Για παραγγελίες μέσω internet αξίας μεγαλύτερης των 45 €

ΚΑΛΟΣ ΗΘΑΤΕ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑ ΓΡΑΦΕΙΟ ΣΧΕΔΙΟ & ΤΕΧΝΕΣ ΔΩΡΑ ΗΧΟΣ & ΕΙΚΟΝΑ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ

ΗΧΟΣ & ΕΙΚΟΝΑ

αναζήτηση:

το καλάθι μου ο λογαριασμός μου βοήθεια

Δεν έχετε κάνει log-in  
Δεν υπάρχουν προϊόντα στο καλάθι αγορών σας

ΨΗΦ. ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΜΗΧΑΝΕΣ

ACCESORIES ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΗΧΑΝΩΝ

DATA PROJECTORS

DVD-PLAYERS

HOME CINEMA

LCD TV

ΕΝΙΣΧΥΤΕΣ

ΟΘΟΝΕΣ PLASMA

ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΒΙΝΤΕΟΚΑΜΕΡΕΣ

HOME THEATER : ΨΗΦ. ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΜΗΧΑΝΕΣ

**OLYMPUS C-360 ZOOM με 3 ΔΩΡΑ**



Κωδικός προϊόντος : 647608  
Κατασκευαστής : OLYMPUS

**CCD : 3.3 MegaPixels**

**Μέγιστη Ανάλυση : 2048 x 1536 pixels**

**Μνήμη : 16MB xD-PictureCard**

**Οθόνη : 1.8" TFT LCD**

**Zoom : 3x Οπτικό**

**Flash : Ενσωματωμένο**

**Εγγύηση : 2 έτη**

Δώρο το Olympus reader MAUSB-100 μαζί με φορτιστή και επαναφορτιζόμενες μπαταρίες

1

2

ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΔΕΝ ΣΥΜΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΥΝ Φ.Π.Α

ΔΕΙΤΕ ΕΠΙΣΗΣ

CARD READER/WRITER 7/1+64MB USB

XD 128MB

XD 256MB

XD READER/WRITER MAUSB-100 USB2.0

περιοχή μελών - εγγραφή μέλους - καταστήματα - κατάλογοι - business 2 business - service - ενημέρωση απενδυτών - θέσεις εργασίας - ιστορική αναδρομή - επικοινωνία - προσωπικά δεδομένα - ασφάλεια συναλλαγών

Εικόνα - Σελίδα αναλυτικής παρουσίασης προϊόντος, η οποία περιλαμβάνει και προτάσεις σχετικών προϊόντων

Σημείο 1: Αναλυτική παρουσίαση του προϊόντος (Ψηφιακής φωτογραφικής μηχανής)

Σημείο 2: Με τίτλο «Δείτε επίσης» παρουσιάζονται αξεσουάρ και περιφερειακά της συγκεκριμένης μηχανής, όπως κάρτες μνήμης, αναγνώστης καρτών κ.λπ.

## 6 ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ONLINE ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

### A) ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

Η συγκεκριμένη μελέτη έχει σκοπό την σύγκριση τριών μεγάλων καταστημάτων ηλεκτρονικών ειδών, προκειμένου να διαπιστωθούν οι οποίες διαφορές, εάν υπάρχουν, σε διάφορες κατηγορίες αλλά και να υπάρξουν προτάσεις για διάφορες βελτιώσεις εάν και όπου αυτές χρειάζονται.

### B) ΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΟΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΣ ΣΥΓΚΡΙΣΗ

Τα καταστήματα τα οποία θα αποτελέσουν αντικείμενο αυτής της μελέτης είναι τα εξής: ΠΛΑΣΙΟ.GR, E-SHOP.GR και MULTIRAMA.GR ενώ οι κατηγορίες με βάση της οποίες θα γίνει η σύγκριση είναι οι ακόλουθες:

- 1) Η ΦΟΡΜΑ ΕΓΓΡΑΦΗΣ ΣΤΗΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ
- 2) Η ΔΙΕΠΑΦΗ (INTERFACE) ΤΩΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ
- 3) Η ΦΟΡΜΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ
- 4) ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ
- 5) ΤΡΟΠΟΙ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ
- 6) ΔΙΝΑΤΟΤΗΤΑ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗΣ ΠΡΟΪΩΝΤΟΣ
- 7) ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ & ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
- 8) SOCIAL MEDIA & APPLICATIONS

Ακολουθεί αναλυτική μελέτη της κάθε ιστοσελίδας ξεχωριστά

### Γ) Η ΜΕΛΕΤΗ ΤΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

α) ΠΛΑΣΙΟ ([www.plasio.gr](http://www.plasio.gr))

The screenshot displays the Plasio website interface. At the top, there's a navigation bar with 'ΠΡΟΪΟΝΤΑ', 'ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ', and 'RADIO' tabs. A search bar is present. Below the navigation, a large red banner reads 'SALE' with a sub-message 'B' ΕΚΔΟΣΗ... ΑΝΑΚΑΛΥΨΕ ΤΙΣ >'. To the right, a 'WEEKEND OFFER SALE EDITION' section highlights a Samsung LED TV-Monitor 28'' for 239€, down from 289€. The left sidebar lists categories: ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ, ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ, LAPTOPS, TABLETS, ΘΩΝΕΣ, ΕΚΤΥΠΩΤΕΣ, ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΑ, ΚΙΝΗΤΑ, SMARTPHONES, ΛΕΞΟΥΛΑΡ, ΤΗΛΕΟΡΑΣΕΙΣ, HOME CINEMA, ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ, ΗΧΟΣ, VIDEO, GPS, GAMES, ΜΕΛΑΝΙ, TONER, ΧΑΡΤΙ ΕΚΤΥΠΩΣΗΣ, ΓΡΑΦΕΙΟ, ΚΑΡΕΚΛΑ, ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ, POST-IT, ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΓΡΑΦΕΙΟΥ, ΖΩΓΡΑΦΙΚΗ, HOBBY, LIFESTYLE, and ΣΧΟΛΙΚΑ ΕΙΔΗ. A 'ΣΕ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ!' section offers a newsletter sign-up. The browser window shows the URL 'http://www.plasio.gr' and the date '24/1/2014'.

### 1) Η ΦΟΡΜΑ ΕΓΓΡΑΦΗΣ

Η φόρμα εγγραφής της συγκεκριμένης ιστοσελίδας είναι πολύ απλοϊκή καθώς ζητάει μόνο το e-mail του χρηστή καθώς και ένα password.

Το γεγονός ότι δεν απαιτούνται επιπλέον στοιχεία αφενός κάνει τον χρηστή να αισθάνεται <<ασφαλής>> καθώς δεν ανησυχεί για πιθανή διαρροή των προσωπικών του δεδομένων και αφετέρου εξοικονομεί χρόνο καθώς δεν χρειάζεται να συμπληρώνει μακροσκελείς και δυσνόητες φόρμες .

### 2) ΤΟ INTERFACE

Το menu της ιστοσελίδας είναι ιδιαίτερα εύχρηστο καθώς τα προϊόντα χωρίζονται σε γενικές κατηγορίες οι οποίες με την σειρά τους χωρίζουν τα προϊόντα σε υποκατηγορίες, οι οποίες με την σειρά τους χωρίζουν τα προϊόντα με βάση κάποια επιμέρους κριτήρια

Για παράδειγμα, ΚΙΝΗΤΑ, SMARTPHONES, ΑΞΕΣΟΥΑΡ/ SMARTPHONES ΒΑΣΕΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ/ ANDROID, IOS, WINDOWS PHONE ή ΒΑΣΕΙ ΜΑΡΚΑΣ/ NOKIA, LG SONY

Επίσης υπάρχει search box για την αναζήτηση επιμέρους προϊόντων καθώς και η επιλογή ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ όπου ο χρήστης μπορεί να βρει το κοντινότερο για αυτόν κατάστημα αλλά και τον τρόπο να φτάσει εκεί. Υπάρχει επίσης η επιλογή PLASIO RADIO.

Στο κάτω μέρος της σελίδας ο χρήστης μπορεί να γραφτεί στο newsletter της εταιρίας όπως επίσης να δει τα προϊόντα που παρακολούθησε πρόσφατα καθώς και τις προσφορές που υπάρχουν αυτή την περίοδο. Τέλος μπορεί να βρει links που παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την εταιρεία, την παραγγελία του χρηστή, την ασφάλεια, καθώς και άλλες χρήσιμες πληροφορίες

### 3) Η ΦΟΡΜΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ

Διαδικασία Παραγγελίας

Η παραγγελία ολοκληρώνεται σε 5 βήματα..

Στο 1ο βήμα επιλέγετε αν επιθυμείτε έκδοση Απόδειξης ή Τιμολογίου.

Στο 2ο βήμα (ανάλογα τι επιλέξατε στο 1ο) σας δίνεται η δυνατότητα να επεξεργαστείτε τα Στοιχεία Λογαριασμού σας και τα στοιχεία τιμολόγησης

Στο 3ο βήμα επιλέγετε τη Μέθοδο αποστολής.. Οι επιλογές είναι στη διεύθυνση τιμολόγησης, παραλαβή από κατάστημα ή να καταχωρήσετε εναλλακτική διεύθυνση.

Στο 4ο βήμα επιλέγετε τον Τρόπο Πληρωμής. Εδώ σας δίνεται η δυνατότητα να επιλέξετε να πληρώσετε με Αντικαταβολή, με Πιστωτική κάρτα ή με Κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό. Ανάλογα τι επιλέξετε σας «φορτώνει» και η αντίστοιχη φόρμα.

Σε περίπτωση που επιλέξετε να παραλάβετε από κατάστημα τότε δεν ισχύουν τυχόν προσφορές σε προϊόντα με τη σήμανση WebOffer. Τα συγκεκριμένα προϊόντα θα αποσταλούν στο κατάστημα και θα χρεωθούν με τη τιμή καταστήματος. Οι τιμές για τα προϊόντα WebOffer ισχύουν ΜΟΝΟ για αποστολή στο χώρο σας.

Αν πληρώσετε μέσω πιστωτικής κάρτας, συμπληρώστε τα στοιχεία στη φόρμα που σας δίνετε. Στην περίπτωση που έχετε American Express πρέπει να συμπληρώσετε και την ημερομηνία έναρξης της κάρτας σας.

Σημειώστε ότι η κάρτα θα πρέπει να ανήκει στο πρόσωπο που έκανε την παραγγελία, διότι μόνο τότε θα μπορέσουμε να σας παραδώσουμε την παραγγελία. Το ίδιο ισχύει και αν παραγγέλνετε για λογαριασμό εταιρίας. Σε

αυτή την περίπτωση η κάρτα θα πρέπει να είναι εταιρική και το όνομα του παραλαβόντος να αναγράφεται στην κάρτα.

Αν θέλετε να κάνετε κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό, αφού ολοκληρωθεί η παραγγελία σας καταθέστε στην τράπεζα της επιλογής σας το ποσό των προϊόντων που αγοράσατε και στείλτε μας μια φωτοτυπία της κατάθεσης είτε με e-mail στο [e-orders@plaisio.gr](mailto:e-orders@plaisio.gr) είτε με fax στο 210 2892035. Με το που παραλάβουμε το αποδεικτικό κατάθεσης θα σας στείλουμε τα προϊόντα σας. Τέλος, η μέθοδος της αντικαταβολής ισχύει για τις πόλεις Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Ηράκλειο Κρήτης, Λάρισα ενώ για την υπόλοιπη Ελλάδα ισχύει μόνο όταν το δέμα σας είναι κάτω από 6kg ή δεν είναι μεγάλο όγκου (πχ καρέκλα, πίνακας, εκτυπωτής κ.α)

Στο 5ο βήμα σημειώνετε τυχόν σχόλια ή κωδικό προσφοράς και πατάτε ολοκλήρωση της παραγγελίας. Θα σας ζητηθεί να αποδεχτείτε τους όρους χρήσης τους οποίους σας προτείνουμε να έχετε διαβάσει προτού ολοκληρώσετε τη παραγγελία σας.

#### Ολοκλήρωση Παραγγελίας

Με την ολοκλήρωση της παραγγελίας σας, εμφανίζεται το ακόλουθο μήνυμα (παράδειγμα):

Ολοκλήρωση παραγγελίας

Η ηλεκτρονική σας παραγγελία ολοκληρώθηκε με επιτυχία.

Σας ευχαριστούμε που επιλέξατε το ηλεκτρονικό καταστήμα [www.plaisio.gr](http://www.plaisio.gr) της Πλαίσιο Computers A.E.B.E..

Ο αριθμός της ηλεκτρονικής σας παραγγελίας είναι XXXX

**Ο αριθμός της ηλεκτρονικής σας παραγγελίας είναι XXXX**

#### 4) ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ

Οι τρόποι πληρωμής για online αγορές από το συγκεκριμένο κατάστημα είναι οι εξής:

A) πληρωμή με την παραλαβή της παραγγελίας στο χώρο σας (μέθοδος αντικαταβολής)

B) παραλαβή και πληρωμή της παραγγελίας σας στο πλησιέστερο κατάστημα

Γ) πληρωμή μέσω κατάθεσης σε τραπεζικό λογαριασμό

Δ) πληρωμή με πιστωτική κάρτα

#### 5) ΤΡΟΠΟΙ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ

Η αποστολή των προϊόντων γίνεται μέσα σε μια εργάσιμη μέρα, για παραγγελίες εντός Αθηνών αλλά και άλλων μεγάλων πόλεων, ενώ σε άλλες περιοχές όπως πχ ηπειρωτική Ελλάδα, νησιά θα χρειαστούν 2-3 εργάσιμες ημέρες. Σε περίπτωση που ο αγοραστής επιθυμεί την άμεση παραλαβή των προϊόντων αυτό γίνεται με αποστολή μέσω courier με χρηματική επιβάρυνση του αγοραστή. Τα έξοδα αποστολής είναι:

Έξοδα αποστολής για παραγγελίες μέσω Internet

Για τις πόλεις:

- Αθήνα\*
- Θεσσαλονίκη

- Πάτρα
- Λάρισα
- και σε όλη την Κρήτη (νομοί Ηρακλείου, Χανίων, Λασιθίου και Ρεθύμνου)
- Παραγγελίες πάνω από 85 €: Δωρεάν αποστολή
- Παραγγελίες κάτω από 85€: Εξτρά χρέωση 3€
- Περιορισμός όγκου ή βάρους: Όχι
- Δυνατοί τρόποι πληρωμής: Πιστωτική κάρτα, Αντικαταβολή, Κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό
- Για την υπόλοιπη Ελλάδα
- Παραγγελίες πάνω από 85 €: Δωρεάν αποστολή
- Παραγγελίες κάτω από 85€

#### 6) ΔΙΝΑΤΟΤΗΤΑ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗΣ ΠΡΟΪΩΝΤΟΣ

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 πουλήθηκαν λανθασμένα προϊόντα ή προϊόντα κακής και ελαττωματικής ποιότητας (λάθος στην λήψη της παραγγελίας, στην τιμολόγηση, στην αποστολή, κατεστραμμένα κατά την μεταφορά, με κακή συσκευασία κ.λ.π.) και

β) σε όλες τις περιπτώσεις στις οποίες υπήρξε πρόβλημα / πραγματικό ελάττωμα στο προϊόν (λειτουργίας ή ποιότητας) το οποίο καλύπτει η εγγύηση του προϊόντος και εφόσον η εγγύηση έχει δοθεί από την ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS. Δεν εμπίπτουν στην παρούσα διάταξη προϊόντα που καλύπτονται από εγγυήσεις τρίτων όπως από τον κατασκευαστή του προϊόντος ή τον αντιπρόσωπο του.

Σε όλες τις περιπτώσεις αυτές, ο πελάτης έχει την επιλογή είτε εξ αρχής να μην αποδεχτεί την παραλαβή του προϊόντος είτε, αφού έχει παραλάβει, να επιστρέψει το προϊόν, εντός 20 ημερών από την ημέρα της παράδοσης.

Σε κάθε περίπτωση τα προϊόντα πρέπει να επιστρέφονται σε άριστη κατάσταση, στην κατάσταση που παρελήφθησαν από τον πελάτη, πλήρη και χωρίς φθορές και η συσκευασία του προϊόντος να είναι αυτή που κανονικά συνοδεύει το προϊόν (να συμφωνεί το IMEI) και να είναι σε άριστη κατάσταση.

Σε περίπτωση που δεν επιστραφούν εντός 20 ημερών τότε η Πλαίσιο Computers δύναται να μην αποδεχτεί την όποια επιστροφή και την αντικατάσταση. Σε κάθε περίπτωση και για όλες τις ανωτέρω περιπτώσεις το ανώτατο χρονικό περιθώριο επιστροφής για αντικατάσταση δεν δύναται να παραταθεί πέραν των είκοσι (20) ημερολογιακών ημερών από την ημερομηνία παραλαβής. Επιπλέον, για όλες τις περιπτώσεις θα πρέπει το προϊόν προς αντικατάσταση-επισκευή να συνοδεύεται απαραίτητα με όλα τα έγγραφα τα οποία συνοδεύαν το προϊόν (π.χ. ΔΑΤ, Απ. Λιανικής κ.ο.κ). Πριν από κάθε επιστροφή συνίσταται να προηγηθεί συνεννόηση με το Ηλεκτρονικό κατάστημα της ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS.

Σε κάθε περίπτωση η επιστροφή και αντικατάσταση είναι εφικτή υπό τις κάτωθι προϋποθέσεις:

- επικοινωνήσετε την ίδια μέρα ή την επομένη εργάσιμη ημέρα με το Ηλεκτρονικό Κατάστημα
- το προϊόν δεν έχει χρησιμοποιηθεί
- το προϊόν συνοδεύεται από όλα τα απαραίτητα έγγραφα, που αποδεικνύουν την συναλλαγή (π.χ. ΔΑΤ, Απ. Λιανικής κ.ο.κ)

Συγκεκριμένα:

- Στην περίπτωση που κάποιο είδος που παραλάβατε είναι προβληματικό μπορείτε να φέρετε/στείλετε το προϊόν σε κάποιο Πλαίσιο Service, όπου επιβαρύνεστε το κόστος της μεταφοράς. Εφόσον το προϊόν εμφανίζει κάποιο κατασκευαστικό ελάττωμα, το αντικαθιστούμε αμέσως δωρεάν
- Στην περίπτωση που σας στείλαμε λάθος είδος, σας στέλνουμε το σωστό και αναλαμβάνουμε κάθε κόστος μεταφοράς, παλιού και νέου προϊόντος
- Στην περίπτωση που δε σας κάνει, μπορείτε να το αλλάξετε μέσα σε 20 ημέρες (με την πλήρη συσκευασία του), αναλαμβάνοντας το κόστος της μεταφοράς του σε κάποιο κατάστημα Πλαίσιο

## 7) ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ & ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

Για να εξασφαλίσει την προστασία των προσωπικών σας δεδομένων, το Πλαίσιο χρησιμοποιεί τεχνολογία SSL (Secure Sockets Layer) με πιστοποίηση από την Verisign. Η Verisign είναι ο πλέον αξιόπιστος φορέας για την ασφάλεια συναλλαγών μέσω του internet, σε παγκόσμια κλίμακα. Με αυτή την τεχνολογία, κάθε στοιχείο που καταχωρείτε στο site μας κωδικοποιείται πριν βγει online και σε συνέχεια διερευνάτε η αυθεντικότητα του μηνύματος και του server.

Τα SSL βγαίνουν σε κλίμακες, 40-bit και 128-bit. Όσο μεγαλύτερη είναι η κλίμακα, τόσο πιο δύσκολο είναι να παραβιαστεί το κωδικοποιημένο μήνυμα. Εμείς χρησιμοποιούμε SSL 128-bit, το οποίο είναι ένα τρισεκατομμύριο φορές δυνατότερο από τα αντίστοιχα των 40-bit.

Επίσης, το Πλαίσιο διαθέτει ψηφιακό πιστοποιητικό προστασίας από τη Verisign, Inc., μια διεθνώς αναγνωρισμένη ως ηγέτιδα εταιρεία στον τομέα της παροχής προστασίας συναλλαγών και δεδομένων μέσω internet. Η Verisign, κάθε φορά που εισέρχεστε σε σελίδα που πρόκειται να γίνει συναλλαγή στοιχείων, παρουσιάζει ένα λουκετάκι κάτω δεξιά στην οθόνη σας, που βεβαιώνει ότι η συναλλαγή σας προστατεύεται.

Τέλος, προσωπική ασφάλεια αποτελεί το password που δίνετε όταν γίνεστε μέλος του [www.plaisio.gr](http://www.plaisio.gr). Για να παρουσιάσουμε οποιοδήποτε προσωπικό σας στοιχείο θα πρέπει πρώτα να δοθεί το όνομα του χρήστη και το password. Για αυτό το λόγο, πρέπει να φυλάτε καλά αυτά τα στοιχεία για να μην κινδυνεύσουν να πέσουν σε χέρια τρίτων. Επίσης σας συμβουλεύουμε να δημιουργείτε password χρησιμοποιώντας σύμβολα μαζί με αλφαριθμητικούς χαρακτήρες.

Όλες οι συναλλαγές που πραγματοποιείτε μέσω του [www.plaisio.gr](http://www.plaisio.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.

Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφτείτε του όρους χρήσης, παράγραφος 6 και δείτε αναλυτικά τα 6 επίπεδα ασφάλειας που μόνο το [www.plaisio.gr](http://www.plaisio.gr) έχει εφαρμόσει

προσωπικά δεδομένα

Κατά την επίσκεψή σας στις σελίδες του [www.plaisio.gr](http://www.plaisio.gr) και προκειμένου να παραγγείλετε προϊόντα, αλλά και για να διασφαλισθεί η δυνατότητα επικοινωνίας μαζί σας ώστε να σας ενημερώνουμε για νέα προϊόντα μας, είναι

πιθανό να σας ζητηθεί να δηλώσετε στοιχεία που σας αφορούν (όνομα, επάγγελμα, ηλεκτρονική διεύθυνση, ημερομηνία γέννησης κλπ.). Τα τυχόν προσωπικά δεδομένα που δηλώνετε οπουδήποτε στις σελίδες και τις υπηρεσίες του διαδικτυακού τόπου του [www.plaisio.gr](http://www.plaisio.gr), προορίζονται αποκλειστικά και μόνο για τη διασφάλιση της λειτουργίας της αντίστοιχης υπηρεσίας και δεν επιτρέπεται να χρησιμοποιηθούν από οποιονδήποτε τρίτο, χωρίς να τηρηθούν οι διατάξεις του Ν. 2472/97 σχετικά με την προστασία από επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, όπως αυτός ισχύει κάθε φορά. Το ηλεκτρονικό κατάστημα [www.plaisio.gr](http://www.plaisio.gr) λειτουργεί σύμφωνα με την ισχύουσα ελληνική και κοινοτική νομοθεσία και τηρεί με ασφάλεια τα προσωπικά σας δεδομένα για όσο χρονικό διάστημα είστε εγγεγραμμένος σε κάποια υπηρεσία του [www.plaisio.gr](http://www.plaisio.gr) τα οποία διαγράφονται μετά την με οποιοδήποτε τρόπο λήξη της συναλλακτικής σχέσης. Τα προσωπικά δεδομένα που δηλώνετε στο ηλεκτρονικό κατάστημα [www.plaisio.gr](http://www.plaisio.gr) χρησιμοποιούνται αποκλειστικά από αυτό ή συνεργαζόμενες με αυτό επιχειρήσεις, με σκοπό την υποστήριξη, προώθηση και εκτέλεση της συναλλακτικής σχέσης. Τα τηρούμενα στοιχεία του αρχείου δύνανται να κοινοποιηθούν στις αρμόδιες δικαστικές, αστυνομικές και άλλες διοικητικές αρχές κατόπιν νομίμου αιτήματός τους και σύμφωνα με τις κάθε φορά ισχύουσες νομοθετικές διατάξεις. Ο Πελάτης έχει, μέσα στα πλαίσια της νομοθεσίας περί απορρήτου των τηλεπικοινωνιών, τα δικαιώματα ενημέρωσης και αντίρρησης που προβλέπουν τα άρθρα 11 έως 13 του ν. 2472/1997

Οι πληροφορίες που ζητάμε από εσάς

Προσωπικά δεδομένα: Ο κάθε επισκέπτης μπορεί να περιηγηθεί στο ηλεκτρονικό κατάστημα Πλαίσιο χωρίς να δώσει οποιαδήποτε προσωπική πληροφορία. Θα χρειαστούμε προσωπικά δεδομένα (το e-mail σας) μόνο όταν γίνετε μέλος και προχωρήσετε σε παραγγελία προϊόντων ή εάν επιλέξετε να λαμβάνετε το ενημερωτικό μας e-mail.

Πληροφορίες που αφορούν αγορά προϊόντων: Τα απαραίτητα στοιχεία για κάθε συναλλαγή είναι το ονοματεπώνυμο σας, ο αριθμός ταυτότητας (για να διασφαλίσουμε ταυτοπροσωπία με τα στοιχεία της πιστωτικής σας κάρτας αφού επιλέξετε να αγοράσετε μέσω πιστωτικής), ένα σταθερό τηλέφωνο, διεύθυνση (οδός, πόλη, ταχυδρομικός κώδικας), διεύθυνση αποστολής της παραγγελίας και τύπο παραστατικού (απόδειξη, τιμολόγιο). Παράλληλα, ζητάμε εθελοντικά κάποια στοιχεία όπως αριθμό κινητού τηλεφώνου (στην περίπτωση που χρειαζόμαστε να επικοινωνήσουμε άμεσα μαζί σας), αριθμό fax και επάγγελμα.

Δεδομένα παραστατικού: Στην περίπτωση που εκδώσουμε τιμολόγιο χρειαζόμαστε το όνομα της εταιρείας, Α.Φ.Μ. και διεύθυνση της έδρας της. Συνοπτικά, ζητάμε τόσες μόνο πληροφορίες όσες μας χρειάζονται ώστε να απολαύσετε μια ξεχωριστή αγοραστική εμπειρία: συνεπή παράδοση των προϊόντων που παραγγείλατε, ασφαλή πληρωμή της παραγγελίας σας και προσωποποιημένη εξυπηρέτηση βασισμένη στις ανάγκες και προτιμήσεις σας. Για να μπορούν να προσφέρουν προσωποποιημένη εξυπηρέτηση, οι περισσότερες μεγάλες εταιρείες χρησιμοποιούν αλφαριθμητικά αρχεία αναγνώρισης, τα λεγόμενα cookies. Τα session cookies χρησιμοποιούνται μόνο για να αναγνωρίσουν ότι μπαίνετε στο site, ώστε να μη χρειάζεται να σας ζητήτε password σε όλες τις σελίδες που περιλαμβάνουν συναλλαγή στοιχείων. Αυτά σβήνονται αμέσως αφού φύγετε από το site. Το Πλαίσιο χρησιμοποιεί



session cookies: για να μη σας ζητάμε συνεχώς password όταν επισκέπτεστε τις διάφορες σελίδες μας, θα πρέπει να σας αναγνωρίζουμε όταν εισέρχεστε στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα.

## 8) SOCIAL MEDIA & APPLICATIONS

Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (social media) αλλά και οι εφαρμογές για smartphones (applications) είναι πλέον μέρος της καθημερινότητας όλων μας αλλά κυρίως των νέων ανθρώπων και οι εταιρίες δεν θα μπορούσαν να μην επεκταθούν και σε αυτό τον τομέα. Το συγκεκριμένο κατάστημα μπορεί να βρίσκεται σε επικοινωνία με οποιοδήποτε άμεσα ενδιαφερόμενο μέσω του Facebook, tweeter, & google+ καθώς επίσης διαθέτει εφαρμογές για ios & android λειτουργικό.

## β) E-SHOP(www.e-shop.gr)

The screenshot shows the E-SHOP website interface. At the top, there is a yellow header with the 'e-SHOPgr' logo and a search bar. Below the header, a navigation menu includes 'Newsletter', 'Παρασκευή 24 Ιανουαρίου 2014', 'Εγγραφή χρήστη', 'Ανάκτηση κωδικών', and 'Login'. A left sidebar menu lists various product categories such as 'Υπολογιστές', 'Ήχος • Εικόνα', 'Τηλεπικοινωνίες', 'Ηλεκτρικές συσκευές', 'Εργαλεία', 'Security', 'Ηλεκτρονικά παιχνίδια', 'Gadgets • Παιχνίδια', 'Είδη γραφείου', 'βιβλία', 'Ταινίες DVD • Blu Ray', 'Προτάσεις Για Δώρα', 'Stock House', 'Φωτοβολταϊκά', 'Crazy Sundays', 'Eshop Specials', 'Eshop Deals', and 'E-food'. The main content area features a large 'SALES 2014' banner with the text 'Διάβρωση στα ύψη. Τιμές σε ελεύθερη πτώση!'. Below the banner, there are several product listings with images and prices:

Product Name	Price
MANTA POWERTAB MID711 7" 4GB WI-FI GPS ANDROID 4.0.4	83.90 €
LG BP430 3D SMART TV BLU RAY PLAYER	89.00 €
HEWLETT PACKARD HP OFFICEJET 6700 PREMIUM E-ALL-IN-ONE CN583A	132.90 €
CANON ΡΙΣΚΙΑ MG2550	50.90 €

At the bottom of the main content area, there is a promotion for laptop repairs: 'Χάλασε το laptop σας; Φέρτε το σε μας!'. The right sidebar contains a 'Zana Only' section with a Facebook 'Like Us' button, a 'ΛΕΡΟΘΕΡΜΟ TRISTAR 1500W' advertisement, and a 'playmobil' children's toys advertisement. The footer of the page shows the date '24/1/2014' and the time '9:00 AM'.

### 1) Η ΦΟΡΜΑ ΕΓΓΡΑΦΗΣ

Η φόρμα εγγραφής αυτής της ιστοσελίδας απαιτεί την συμπλήρωση πολλών στοιχείων προκειμένου να ολοκληρωθεί την εγγραφή του ο χρήστης . Εκτός από τα στοιχεία του χρηστή (username/password) , ο χρήστης πρέπει να συμπληρώσει τα στοιχεία για τον τρόπο πληρωμής (πιστωτική κάρτα, αντικαταβολή, κατάθεση), στοιχεία που αφορούν την αποστολή των προϊόντων όπως ο τρόπος αποστολής αλλά και τα προσωπικά στοιχεία του χρηστή ( όνομα τηλέφωνο διεύθυνση κλπ), καθώς και στοιχεία της επιχείρησης του χρηστή( η συμπλήρωση των στοιχείων αυτών είναι προαιρετική)

Η συγκεκριμένη φόρμα εκτός από το ότι απαιτεί αρκετό χρόνο προκειμένου να συμπληρωθεί σωστά, ίσως να προκαλέσει στον απλό χρηστή μια <<καχυποψία>> και να τον απομακρύνει από την ιστοσελίδα ειδικότερα εάν δεν έχει πληροφορίες σχετικές με το κατάστημα.

### 2) ΤΟ INTERFACE

Το menu της συγκεκριμένης ιστοσελίδας κάνει την αναζήτηση προϊόντων πραγματικά εύκολη υπόθεση για τον χρηστή καθώς τα προϊόντα ταξινομούνται σε 11 μεγάλες κατηγορίες ειδών προϊόντων και από εκεί σε υποκατηγορίες προϊόντων, έτσι, ο χρήστης δεν χρειάζεται να ψάχνει το προϊόν που θέλει ανάμεσα σε πολλές κατηγορίες.

Παράδειγμα: Υπολογιστές/ Desktops/Για gamers, Για σχεδιαστές , Για φοιτητές Όπως παρατηρούμε η ιστοσελίδα διαχωρίζει τους υπολογιστές με βάση το είδος του χρηστή και προσαρμόζει την αναζήτηση με βάση τις δίκες του ανάγκες και προτεραιότητες

Στην συνέχεια ο χρήστης μπορεί να χρησιμοποιήσει τα φίλτρα που του δίνει η ιστοσελίδα για να προσαρμόσει την αναζήτηση του στις δίκες του ανάγκες και προτιμήσεις.

Η αναζήτηση μπορεί να γίνει με βάση: Τον κατασκευαστή, Το εύρος τιμής Τον επεξεργαστή, Την μνήμη κτλ

Στο πάνω μέρος της ιστοσελίδας υπάρχει το κουτί αναζήτησης (search box) ενώ κάτω από τις κατηγορίες εμφανίζονται τα διάφορα social media & applications του καταστήματος. Στο κάτω μέρος ο χρήστης μπορεί να βρει πληροφορίες σχετικά με τις παραγγελίες, την εταιρεία, την επικοινωνία με την εταιρία και κάποιες υπηρεσίες που η εταιρεία προσφέρει.

### 3) Η ΦΟΡΜΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ

Βρείτε τα προϊόντα που σας ενδιαφέρουν μέσω των μηχανισμών αναζήτησης ή από τις διάφορες θεματικές και προϊοντικές σελίδες. Πατήστε στο σύνδεσμο Προσθήκη στο καλάθι δίπλα στο προϊόν που σας ενδιαφέρει και αυτό θα μπει στο ηλεκτρονικό 'καλάθι αγορών' σας. Όταν ολοκληρώσετε την προσθήκη προϊόντων στο καλάθι σας πατήστε στο σύνδεσμο ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΦΟΡΜΑΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ που βρίσκεται κάτω από την λίστα προϊόντων που έχετε στο καλάθι σας και θα περάσετε σε ασφαλή σύνδεση - πιστοποιημένη από την Thawte Consulting (Pty) Ltd - όπου θα σας ζητηθεί να ορίσετε τρόπο πληρωμής και αποστολής.

#### 4) ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ

**1**

**Μέσω αντικαταβολής**

**2**

**Μέσω χρέωσης πιστωτικής κάρτας**

**3**

**Μέσω κατάθεσης σε τραπεζικό λογαριασμό**

#### 5) ΤΡΟΠΟΙ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ

**1**

**Για την Αθήνα και τις πόλεις όπου εξυπηρετούνται από eshop points**

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 κατατόπους 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 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.

### 6) ΔΙΝΑΤΟΤΗΤΑ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗΣ ΠΡΟΪΩΝΤΟΣ

Πολιτική Επιστροφών Μη Ελαττωματικών Προϊόντων

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 κατά την οποία το προϊόν δεν πληροί τους προαναφερθέντες όρους, θα επιστρέφεται στον αποστολέα του με χρέωση του ιδίου.

## 7) ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ & ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

Προστασία Προσωπικών Δεδομένων

Η e-shop.gr ΑΕ και το [www.e-shop.gr](http://www.e-shop.gr), δημιούργησαν την παρούσα ιστοσελίδα με μοναδικό σκοπό την εξυπηρέτηση των πελατών τους. Η ιστοσελίδα e-shop.gr είναι απλή και φιλική στη χρήση της ενώ έχει σχεδιαστεί για να ανταποκρίνεται στις συγκεκριμένες ανάγκες του κάθε χρήστη. Για να επιτευχθεί η καλύτερη εξυπηρέτησή σας, είναι σημαντικό εσείς, ο πελάτης μας, να καταλάβετε ότι πρέπει να μας παρέχετε συγκεκριμένες πληροφορίες που αφορούν την διεκπεραίωση της παραγγελίας σας και οι οποίες διαφυλάσσονται από εμάς.

Η παρούσα Δήλωση Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων και οι επισυναπτόμενοι σε αυτήν Όροι και Προϋποθέσεις Χρήσης της παρούσας ιστοσελίδας περιγράφουν τη μέθοδο συλλογής δεδομένων από την ιστοσελίδα e-shop.gr, τη χρήση αυτών των δεδομένων από εμάς και τους όρους και προϋποθέσεις χρήσεως της παρούσας ιστοσελίδας. Η παρούσα Δήλωση Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων αναφέρεται αποκλειστικά και μόνο στα προσωπικά σας δεδομένα, τα οποία εσείς μας παρέχετε κατά τη διάρκεια των παραγγελιών σας στην παρούσα ιστοσελίδα.

## **Γενικά**

Οι πληροφορίες που έχουν δοθεί εκούσια από τους χρήστες της αναφερόμενης ιστοσελίδας, χρησιμοποιούνται από το e-shop.gr, προκειμένου οι χρήστες του να έχουν άμεση και ουσιαστική επικοινωνία με το κατάστημα, να τους παρέχονται απαντήσεις σε συγκεκριμένα ερωτήματα που θέτουν και τέλος να εξυπηρετούνται και να εκτελούνται οι παραγγελίες τους. Οι πληροφορίες που συλλέγει το e-shop.gr μέσω της ιστοσελίδας έχουν ως σκοπό να μετρήσουν το αριθμό επισκεψιμότητας της, να καθορίσουν τις απαιτήσεις των πελατών για περισσότερα προϊόντα και να διευκολύνουν στις συναλλαγές με την εταιρεία. Το e-shop.gr δεν διανέμει σε κανένα άλλο οργανισμό ή συνεργάτη που δεν συνδέεται με το e-shop.gr τις ηλεκτρονικές διευθύνσεις, ή οποιαδήποτε άλλη πληροφορία που αφορά τους χρήστες και πελάτες του.

### **Συγκέντρωση πληροφοριών**

Το e-shop.gr σχεδίασε την ιστοσελίδα του έτσι ώστε οι χρήστες του να μπορούν να την επισκέπτονται χωρίς να χρειάζεται να αποκαλύπτουν τη ταυτότητα τους εκτός και αν το επιθυμούν. Ζητείται από τους επισκέπτες της ιστοσελίδας μας, να μας παρέχουν με προσωπικά τους δεδομένα μόνο στη περίπτωση που θέλουν να παραγγείλουν προϊόν(τα), να εγγραφούν στην ιστοσελίδα μας και/ή να στείλουν email στο e-shop.gr.

Χρήση των Πληροφοριών. Το e-shop.gr συλλέγει τέσσερις τύπους πληροφοριών σχετικά με τους χρήστες: (1) στοιχεία που ο χρήστης μας δίνει κατά την εγγραφή του ως πελάτης, (2) στοιχεία που ο χρήστης μας δίνει προκειμένου να εκτελεστεί η παραγγελία του από το e-shop.gr, (3) στοιχεία που ο χρήστης μας δίνει σε συμμετοχές διαγωνισμών που πραγματοποιούνται κατά καιρούς, (4) στοιχεία που ο χρήστης μας δίνει για ενεργοποιήσεις υπηρεσιών τηλεφωνίας και internet. Κατά την συμπλήρωση οποιασδήποτε φόρμας παραγγελίας στην ιστοσελίδα μας, θα σας ζητηθεί το ονοματεπώνυμο, η διεύθυνση, ο ταχυδρομικός κωδικός της περιοχής σας, η ηλεκτρονική σας διεύθυνση, το τηλέφωνο σας, στοιχεία πιστωτικής κάρτας, ο τρόπος πληρωμής της παραγγελίας. Συμπληρωματικά μπορεί να σας ζητηθούν και πιο συγκεκριμένες πληροφορίες, όπως στοιχεία αποστολής - παράδοσης μιας παραγγελίας, στοιχεία τιμολόγησης ή λεπτομέρειες σχετικά με προσφορά που έχετε ζητήσει. Το e-shop.gr κάνει χρήση των πληροφοριών που μας δίνετε κατά τη διάρκεια της ηλεκτρονικής αποστολής της φόρμας, προκειμένου να επικοινωνήσουμε μαζί σας σχετικά με (i) την παράδοση της παραγγελίας στο χώρο σας, (ii) για επιβεβαίωση και ταυτοποίηση του πελάτη σε κάθε αναγκαία περίπτωση, (iii) για νέα ή εναλλακτικά προϊόντα που προσφέρονται από το e-shop.gr, (iv) ειδικές προσφορές του e-shop.gr, (v) ενεργοποίηση υπηρεσίας τηλεφωνίας ή internet, (vi) παραλαβή δώρων μετά από κλήρωση διαγωνισμού. Έχετε τη δυνατότητα να επιλέξετε αν θέλετε ή όχι να λαμβάνετε τέτοιου είδους επικοινωνίες από το e-shop.gr στέλνοντας το αίτημα σας μέσω e-mail στην ηλεκτρονική διεύθυνση sales@e-shop.gr

Πρόσβαση στις Πληροφορίες. Κάθε διεκπαιρέωση παραγγελίας απαιτεί την συλλογή προσωπικών στοιχείων, για παράδοση ή κράτηση μιας παραγγελίας. Επίσης η χρήση πιστωτικής κάρτας, για την χρέωση της οποίας χρειάζονται δικαιολογητικά ταυτοποίησης στοιχείων νόμιμου κατόχου την πρώτη και μόνο φορά διασφαλίζεται σε κάθε περίπτωση. Οποιοδήποτε δικαιολογητικό και έγγραφο πιστοποιεί και δηλώνει την ταυτότητα του πελάτη παραμένει αυστηρά

απόρρητο και ελέγχεται μόνο από το αρμόδιο υπεύθυνο τμήμα του e-shop.gr. Η εκ μέρους σας προσκόμιση των προσωπικών σας δεδομένων, σημαίνει ότι συναινείτε τα δεδομένα αυτά να χρησιμοποιούνται από τους υπαλλήλους του e-shop.gr για τους λόγους που αναφέρθηκαν παραπάνω. Το e-shop.gr απαιτεί από τους υπαλλήλους του και τους συντηρητές της ιστοσελίδας του να παρέχουν στους χρήστες-πελάτες του το επίπεδο ασφαλείας που αναφέρεται στη παρούσα Δήλωση Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων. Σε καμία άλλη περίπτωση το e-shop.gr δεν μπορεί να μοιραστεί με άλλους τα προσωπικά σας στοιχεία χωρίς πρότερη δική σας συναίνεση, εκτός και αν αυτό απαιτηθεί μέσω της νομίμου οδού. Παρακαλούμε όπως λάβετε υπόψη σας ότι κάτω από συγκεκριμένες προϋποθέσεις που επιτρέπεται ή επιβάλλεται από το νόμο ή βάση δικαστικής απόφασης, η συλλογή, χρήση και η αποκάλυψη των προσωπικών δεδομένων σας, τα οποία έχουν συλλεχθεί online χωρίς την εκ μέρους σας πρότερη συναίνεση (για παράδειγμα σε περίπτωση δικαστικής απόφασης).

### **Cookies**

Το e-shop.gr έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιεί cookies ως μέρος της διευκόλυνσης αλλά και λειτουργίας των υπηρεσιών μέσω της ιστοσελίδας του. Τα Cookies είναι μικρά αρχεία (text files), τα οποία αποστέλλονται και φυλάσσονται στον ηλεκτρονικό υπολογιστή του χρήστη, επιτρέποντας σε ιστοσελίδες όπως το e-shop.gr, να λειτουργούν απρόσκοπτα και χωρίς τεχνικές ανωμαλίες, να συλλέγονται πολλαπλές επιλογές του χρήστη, να αναγνωρίζουν τους συχνούς χρήστες, να διευκολύνουν την πρόσβαση τους σε αυτή, και για τη συλλογή δεδομένων για τη βελτίωση του περιεχομένου της ιστοσελίδας. Τα Cookies δεν προκαλούν βλάβες στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές των χρηστών αλλά και στα αρχεία που φυλάσσονται σε αυτούς. Χρησιμοποιούμε τα cookies για να σας παρέχουμε πληροφορίες και να διεκπεραιώνονται οι παραγγελίες σας ενώ σε κάθε έξοδό σας από το site διαγράφονται αυτόματα. Πρέπει να έχετε υπόψη σας ότι τα cookies είναι απόλυτα αναγκαία προκειμένου να λειτουργεί σωστά και απρόσκοπτα η ιστοσελίδα [www.e-shop.gr](http://www.e-shop.gr).

### **Διόρθωση, Τροποποίηση ή Διαγραφή Πληροφοριών**

Το e-shop.gr επιτρέπει στους χρήστες του να διορθώνουν, αλλάζουν, συμπληρώνουν ή να διαγράφουν δεδομένα και πληροφορίες που έχουν προσκομιστεί στο e-shop.gr. Εάν επιλέξετε να διαγράψετε μια πληροφορία, το e-shop.gr θα ενεργήσει έτσι ώστε να διαγραφεί αυτή η πληροφορία από τα αρχεία του άμεσα. Για τη προστασία και την ασφάλεια του χρήστη το e-shop.gr θα προσπαθήσει να βεβαιωθεί ότι το πρόσωπο που κάνει τις αλλαγές είναι όντως το ίδιο πρόσωπο με το χρήστη. Για να έχετε πρόσβαση, να αλλάξετε ή να διαγράψετε τα προσωπικά σας δεδομένα, για να αναφέρετε προβλήματα σχετικά με τη λειτουργία της ιστοσελίδας ή για να κάνετε οποιοδήποτε ερώτημα επικοινωνήστε με το e-shop.gr μέσω [www.e-shop.gr](http://www.e-shop.gr) ή μέσω e-mail στην ηλεκτρονική διεύθυνση [sales@e-shop.gr](mailto:sales@e-shop.gr). Η αλλαγή ή η διόρθωση των προσωπικών σας δεδομένων μπορεί να γίνει επίσης μέσω του σελίδας εγγραφής του e-shop.gr. Παρακαλούμε όπως λάβετε υπόψη σας ότι θα κάνουμε ό,τι είναι δυνατό προκειμένου να προστατεύσουμε τα προσωπικά σας δεδομένα, αλλά η προστασία τους κωδικού πρόσβασης σας στην ιστοσελίδα μας εξαρτάται και από εσάς.

## **Ασφάλεια συναλλαγών**

Το e-shop.gr δεσμεύεται όσον αφορά στην εξασφάλιση της ασφάλειας και της ακεραιότητας των δεδομένων που συλλέγει σχετικά με τους χρήστες της ιστοσελίδας του. Το e-shop.gr έχει υιοθετήσει διαδικασίες, οι οποίες προφυλάσσουν τα προσωπικά δεδομένα που οι χρήστες προσκομίζουν στην ιστοσελίδα του ή του παρέχουν με οποιοδήποτε άλλο μέσο (πχ. τηλεφωνικά). Αυτές οι διαδικασίες προστατεύουν τα δεδομένα των χρηστών από οποιαδήποτε μη επιτρεπόμενη πρόσβαση ή αποκάλυψη, απώλεια ή κακή χρήση, και αλλαγή ή καταστροφή. Βοηθούν επίσης στο να πιστοποιείται ότι τα στοιχεία αυτά είναι ακριβή και χρησιμοποιούνται σωστά. Η σύνδεσή σας σε αυτό είναι ασφαλής διότι χρησιμοποιεί τεχνολογία SSL (Secure Socket Layer). Η τεχνολογία SSL στηρίζεται σε ένα κωδικό κλειδί για κρυπτογράφηση των δεδομένων πριν αποσταλούν μέσω της (SSL) σύνδεσης. Ο έλεγχος ασφαλείας μεταξύ των δεδομένων και του Server γίνεται με βάση το μοναδικό κωδικό κλειδί διασφαλίζοντας στο αθέραίο την επικοινωνία. Οι φυλλομετρητές (browsers) Netscape Navigator, Internet Explorer, Mozilla Firefox, Opera, Safari υποστηρίζουν το πρωτόκολλο SSL και προτείνεται η χρήση τους για τήν σύνδεση στην ιστοσελίδα του e-shop.gr.

### **Περιοδικές Αλλαγές**

Συνεχώς το e-shop.gr επεκτείνει, ενημερώνει και βελτιώνει την ιστοσελίδα του, και τα σχετικά με αυτή προϊόντα και υπηρεσίες, θα ανανεώνει και τη παρούσα πολιτική. Σας συστήνουμε να διαβάσετε τη διαδικασία αυτή σε τακτά χρονικά διαστήματα, προκειμένου να ενημερώνεστε για τυχόν αλλαγές στο περιεχόμενο της παρούσας πολιτικής προστασίας προσωπικών δεδομένων. Η πολιτική αυτή θα τροποποιείται από καιρό σε καιρό χωρίς προηγούμενη προειδοποίηση προς τους χρήστες.

### **Αποδοχή των Διαδικασιών Προστασίας τους Απορρήτου που εφαρμόζει το e-shop.gr**

Εάν χρησιμοποιείτε την παρούσα ιστοσελίδα αποδέχεσθε και συναινείτε με τη παρούσα Δήλωση Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων καθώς επίσης και με τους όρους και τις Προϋποθέσεις χρήσης της ιστοσελίδας που έχουν ανακοινωθεί μέσω αυτής.

### **ΟΡΟΙ ΚΑΙ ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΧΡΗΣΗΣ**

#### **Περιορισμένη άδεια**

Το e-shop.gr, υπό τους όρους και τις προϋποθέσεις που τίθενται στο παρόν και όλους τους εφαρμοστέους νόμους και κανονισμούς, σας χορηγεί ένα μη αποκλειστικό, αμεταβίβαστο, προσωπικό, περιορισμένο δικαίωμα πρόσβασης, χρήσης και παρουσίασης αυτής της ιστοσελίδας και των περιεχομένων στοιχείων της. Αυτή η άδεια δεν αποτελεί μεταβίβαση τίτλου στην ιστοσελίδα και στα στοιχεία της και υπόκειται στους ακόλουθους περιορισμούς: (1) πρέπει να διατηρείτε σε όλα τα αντίγραφα της ιστοσελίδας και των στοιχείων της, όλες τις επισημειώσεις που αφορούν πνευματικά δικαιώματα και άλλα ιδιοκτησιακά δικαιώματα και (2) δεν μπορείτε να τροποποιήσετε την ιστοσελίδα και τα στοιχεία της με κανένα τρόπο ή να αναπαράγετε ή να παρουσιάσετε



δημοσίως, ή να διανείμετε ή με άλλο τρόπο να χρησιμοποιήσετε την ιστοσελίδα και τα στοιχεία της για οποιοδήποτε δημόσιο ή εμπορικό σκοπό, εκτός εάν άλλως επιτρέπεται με το παρόν.

### **Μεταβολές**

Το e-shop.gr διατηρεί το δικαίωμα να μεταβάλει ή να τροποποιεί τους εφαρμοστέους όρους και προϋποθέσεις για τη χρήση της ιστοσελίδας σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή. Τέτοιες αλλαγές, τροποποιήσεις, προσθήκες ή διαγραφές στους όρους και τις προϋποθέσεις της χρήσης θα τίθενται σε ισχύ άμεσα από την γνωστοποίησή τους, η οποία μπορεί να δοθεί με κάθε μέσο συμπεριλαμβανομένης, αλλά όχι περιοριστικά, της θέσης καινούργιων όρων και προϋποθέσεων στην ιστοσελίδα. Κάθε χρήση της ιστοσελίδας κατόπιν τέτοιας αλλαγής ή τροποποίησης θα θεωρείται ότι αποτελεί αποδοχή εκ μέρους σας τέτοιων αλλαγών, τροποποιήσεων, προσθηκών ή διαγραφών. Το e-shop.gr μπορεί, σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή, να καταγγείλει, αλλάξει, αναστείλει ή διακόψει οποιαδήποτε επιμέρους λειτουργία αυτής της ιστοσελίδας συμπεριλαμβανομένης της διαθεσιμότητας, της φωτογραφία παρουσίασης ή περιγραφής οποιουδήποτε προϊόντος ή υπηρεσίας.

### **Περιορισμός Ευθύνης**

Το e-shop.gr, οι υπάλληλοί του, ή άλλοι αντιπρόσωποί του, δεν έχει καμία ευθύνη, υπό οποιαδήποτε συνθήκες, για όποιες επακόλουθες, παρεμπόμπουσες, έμμεσες, ειδικές αποζημιώσεις ή έξοδα ή χρηματικές ποινές, συμπεριλαμβανομένων, αλλά όχι περιοριστικά, διαφυγόντων κερδών, διακοπής λειτουργίας της επιχείρησης, απώλειας πληροφοριών ή δεδομένων, ή απώλειας πελατείας, απώλειας ή ζημίας περιουσίας, και οποιωνδήποτε αξιώσεων τρίτων μερών προκύψουν από ή σε σχέση με την χρήση, την αντιγραφή, ή την παρουσίαση αυτής της ιστοσελίδας ή των περιεχομένων της ή οποιασδήποτε άλλης συνδεδεμένης ιστοσελίδας, ανεξαρτήτως εάν το e-shop.gr είχε ενημερωθεί, γνώριζε ή έπρεπε να γνωρίζει αυτή την πιθανότητα.  
Δικαιώματα Πνευματικής Ιδιοκτησίας και Σήμα

Όλος ο σχεδιασμός της ιστοσελίδας, το κείμενο, τα γραφικά η επιλογή και οι ρυθμίσεις αυτής, είναι ιδιοκτησία της e-shop.gr ΑΕ και είναι Δικαίωμα Πνευματικής Ιδιοκτησίας © 2000, 2005 E-SHOP.GR Α.Ε. Επιφυλασσομένων όλων των δικαιωμάτων. Κάθε κείμενο ή εικόνα που φέρει τα σύμβολα TM, SM ή © είναι σήματα ή καταχωρημένα σήματα και χρησιμοποιούνται στο παρόν κατόπιν αδείας των αντίστοιχων ιδιοκτητών τους.

### **8) SOCIAL MEDIA & APPLICATIONS**

Το συγκεκριμένο κατάστημα μπορεί να βρίσκεται σε επικοινωνία με οποιονδήποτε άμεσα ενδιαφερόμενο μέσω του Facebook, tweeter, & Pintrest καθώς επίσης διαθέτει εφαρμογές για ios & android λειτουργικό.

## γ) MULTIRAMA(www.multirama.gr)

The screenshot shows the Multirama.gr website interface. At the top, there's a navigation bar with the Multirama logo and a search bar. Below the logo, there are several promotional banners and product listings. The main banner features a Kerosun heater with the text 'Θερμαντικά Kerosun με άμεση παράδοση!' and a price of 21,89€. Below this, there are sections for 'Super deals!' and 'Προσφορά Tech it easy!'. The 'Super deals!' section lists various products like laptops, smartphones, tablets, and compact cameras with their respective prices. The 'Προσφορά Tech it easy!' section features an Asus M31AD-GR0015 computer system. Below these, there's a 'Super deals σε περιφερειακά!' section with various peripherals like monitors, mice, and printers. At the bottom, there are more product categories like '90+ TVs - TV Monitors', 'Αερόθερμα μόνο από 12.48€!', and 'Ξυριστική Remington 39.90€'. The website is displayed in a Windows Internet Explorer browser window.

### 1) Η ΦΟΡΜΑ ΕΓΓΡΑΦΗΣ

Η φόρμα εγγραφής αυτής της ιστοσελίδας είναι εύκολο να συμπληρωθεί και από έναν χρήστη χωρίς γνώσεις για το διαδίκτυο καθώς εκτός από το e-mail το password και το username υποχρεωτικά πεδία είναι μόνο το όνομα και το επώνυμο του χρήστη με τα υπόλοιπα πεδία ( ημερομηνία γέννησης, τηλέφωνο, ταχυδρομικός κώδικας ) είναι προαιρετικά, πράγμα που βοηθάει τον χρήστη ώστε να μην χρονοτριβεί συμπληρώνοντας μια μακροσκελή φόρμα εγγραφής χωρίς όμως να παραλείπει την συμπλήρωση σημαντικών στοιχείων όπως το ονοματεπώνυμο.

### 2) ΤΟ INTERFACE

Το menu αυτής της ιστοσελίδας ναι μεν είναι εύχρηστο για τον απλό χρήστη, καθώς χωρίζει τα προϊόντα σε κατηγορίες και βασικές υποκατηγορίες (ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ/DESKTOP PC) όμως δεν υπάρχει περαιτέρω διαχωρισμός των προϊόντων σε επιμέρους κατηγορίες, με αποτέλεσμα ο χρήστης να είναι υποχρεωμένος να χρησιμοποιήσει τα φίλτρα αναζήτησης στην δεξιά μεριά της ιστοσελίδας προκειμένου να αποφασίσει καταρχάς πιο προϊόν τον εξυπηρετεί με βάση την χρήση που θα κάνει και ύστερα να χρησιμοποιήσει άλλα κριτήρια όπως εύρος τιμής, μνήμη RAM κλπ για να καταλήξει στο τελικό προϊόν, πράγμα που όμως δεν αποτελεί παρά μόνο μια μικρή λεπτομέρεια.

Κάτω από το menu υπάρχουν τα πιο περιζήτητα προϊόντα στην ιστοσελίδα του καταστήματος, ενώ στο κάτω μέρος υπάρχουν το newsletter, τα social media αλλά και χρήσιμες πληροφορίες για την επιχείρηση.

### 3) Η ΦΟΡΜΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ

Αρχικά, αφού επιλέξουμε το προϊόν που θέλουμε να αγοράσουμε, επιλεγούμε αν επιθυμούμε να κοπεί απόδειξη ή τιμολόγιο με την αγορά του προϊόντος. Ύστερα πρέπει να προσθέσουμε τα στοιχεία της απόδειξης ή του τιμολογίου, δηλαδή όνομα επώνυμο διεύθυνση και τηλέφωνο.

Στην συνέχεια επιλεγούμε τον τρόπο αποστολής δηλαδή αν θα το παραλάβουμε σε κατάσταση courier speedex ή σε διεύθυνση της επιλογής μας όπως επίσης και αν τα στοιχεία του παραλήπτη είναι ίδια με τα στοιχεία χρέωσης καθώς επίσης και της μέρες και ώρες παραλαβής. Τέλος επιλεγούμε τον τρόπο πληρωμής

### 4) ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ

Η εξόφληση της παραγγελίας σου πραγματοποιείται πριν ή κατά την παράδοση του προϊόντος και μπορεί να γίνει με έναν από τους παρακάτω τρόπους πληρωμής.

- ΔΩΡΕΑΝ Αντικαταβολή κατά την παράδοση του προϊόντος είτε στον χώρο που επέλεξες (σπίτι, γραφείο) είτε στα Φυσικά Σημεία Παραλαβής Speedex (Δες δίκτυο εδώ)
- Πιστωτική κάρτα/Χρεωστική κάρτα: VISA, MASTERCARD, EUROLINE, Dinners, American Express για απευθείας χρέωση ολόκληρου του ποσού ή με δυνατότητα έως 24 έντοκων δόσεων με ετήσιο επιτόκιο 4,30% (συν εισφορά 0,60%), ΣΕΠΕ 12-μήνου 5,85%.

Ενδεχομένως κατά την πρώτη φορά χρήσης της κάρτας σου στο κατάστημά μας να σου ζητηθούν από το τμήμα Customer Passion να αποστείλεις αντίγραφο της ταυτότητας και της κάρτας σου (με καλυμμένα τα 4 τελευταία ψηφιά) στο [info@multirama.gr](mailto:info@multirama.gr) ή στο fax 210 81 81 180. Για δική σου ασφάλεια θα πρέπει να είσαι παρόν για την παραλαβή της παραγγελίας σου έχοντας μαζί σου την πιστωτική κάρτα που κάνεις την παραγγελία και την ταυτότητά σου.

- Με Κατάθεση / έμβασμα σε τραπεζικό λογαριασμό της εταιρείας Καταθέτεις το χρηματικό ποσό σε έναν από τους παρακάτω λογαριασμούς της εταιρείας

Eurobank 0026.0248.14.0200358615 Iban: GR73 0260 2480 0001 4020 0358 615  
Alpha 137-00-2320-003742 Iban: GR72 0140 1370 1370 0232 0003 742  
Εθνική 04047310422 Iban: GR64 0110 0400 0000 0404 7310 422  
Εμπορική 85191519 Iban: GR82 0120 5540 0000 0008 5191 519

με αιτιολογία κατάθεσης πάντα τον αριθμό της παραγγελίας σου για να μην υπάρξει καθυστέρηση στην διεκπεραίωσή της. Κατόπιν στέλνεις το καταθετήριο είτε με email στο [info@multirama.gr](mailto:info@multirama.gr) είτε με fax στο 210 8181180

- Από 1500€ και άνω σύμφωνα με τις ισχύουσες φορολογικές διατάξεις από 1/1/2011 τα παραστατικά αξίας € 1.500 και άνω που εκδίδονται προς ιδιώτες (αποδείξεις λιανικής πώλησης) όπως και για παραστατικά χονδρικής

(Τιμολόγιο Πώλησης) άνω των 3.000€ θα πρέπει να εξοφλούνται ΜΟΝΟ με τους παρακάτω τρόπους:

ο Κατάθεση / έμβασμα σε τραπεζικό λογαριασμό της εταιρείας

ο Χρήση χρεωστικής ή πιστωτικής κάρτας

Απόδειξη λιανικής πώλησης ή τιμολόγιο

Στην Retail World A.E. σου δίνεται η δυνατότητα να διαλέξεις αν το παραστατικό που θα εκδοθεί για την παραγγελία σου θα είναι απόδειξη λιανικής πώλησης ή τιμολόγιο πώλησης. Τιμολόγιο εκδίδεται σε εταιρείες και ελεύθερους επαγγελματίες, εφόσον συμπληρώσουν κατά την παραγγελία τους τα εξής στοιχεία: Επωνυμία εταιρίας, Α.Φ.Μ., Δ.Ο.Υ., Δ/νση Έδρας και επάγγελμα

#### 5) ΤΡΟΠΟΙ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ

Πώς Παραλαμβάνω και τι χρεώνομαι;

Το Multirama.gr προσφέρει όλες τις δυνατές επιλογές παράδοσης της παραγγελίας σας

<b>NORMAL DELIVERY: Απλή Αποστολή σε εργάσιμες ημέρες και ώρες:</b>	
<b>ΔΩΡΕΑΝ</b>	Παραγγελίες > 99€
3,5 €	Παραγγελίες < 99€ σε Ν.Αττικής
5,5 €	σε Μεγάλες Πόλεις Ελλάδας
8,5 €	σε Υπόλοιπη Ελλάδα

Για τα υπερμεγέθη προϊόντα (π.χ. τηλεοράσεις άνω των 27 ιντσών κ.α.) η χρέωση είναι 12€ για Ν. Αττικής ενώ για την υπόλοιπη Ελλάδα και Θεσσαλονίκη είναι 20€, **Δωρεάν Αντικαταβολή**

<b>PREMIUM DELIVERY: Premium Αποστολή, επιλέγεις εξ αρχής ζώνη ώρας (09:00πμ-12:00μμ ή 1:00μμ – 4:00μμ ή 5:00μμ-8:00μμ) ακόμη και Σάββατο (09:00-14:00)</b>	
3€ Επιπλέον της Αντίστοιχης περίπτωσης όπως περιγράφεται επάνω, <b>Δωρεάν Αντικαταβολή</b>	

- Παραλαβή από ένα από τα 110+ Φυσικά Σημεία Παραλαβής Speedex\* σε όλη την Ελλάδα, με τις ακόλουθες ξεκάθαρες χρεώσεις:

2,5€ σε Σημείο Παραλαβής Speedex

Τρόπος πληρωμής ΔΩΡΕΑΝ Αντικαταβολή στο σημείο, με πιστωτική κάρτα από το site ή κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό

Παρακολούθηση Παραγγελίας Ενημέρωση μέσω e-mail σε όλη την πορεία της παραγγελίας

Παρακαλούμε προσκόμισε το πιστοποιητικό ταυτότητάς σου κατά την παραλαβή

\*Σημεία παραλαβής συνεργαζόμενης εταιρείας courier. Δεν υπάρχει δυνατότητα παραλαβής από τα καταστήματα Multirama.

#### 6) ΔΙΑΝΑΤΟΤΗΤΑ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗΣ ΠΡΟΪΩΝΤΟΣ

Το multirama.gr είναι συνέχεια δίπλα σας και μετά την αγορά του προϊόντος, παρέχοντας και την επιλογή της ΔΩΡΕΑΝ επιστροφής σε ένα από τα 110+ σημεία παραλαβής Sreedex ή 5€ για παραλαβή από το χώρο σας.

Αλλάξτε Γνώμη;

Το Multirama.gr σας προσφέρουν δικαίωμα επιστροφής 30 ημερολογιακών ημερών στις περιπτώσεις που απλά αλλάξατε γνώμη για την παραγγελία σας. Επιστρέψτε ΔΩΡΕΑΝ πηγαίνοντας το προϊόν στο πλησιέστερο Σημείο Παραλαβής Sreedex (δείτε το δίκτυο εδώ) είτε με επιβάρυνση 5€ αν επιθυμείτε να το παραλάβουμε εμείς από τον χώρο σας.

Προϋποθέσεις Επιστροφής: Το προϊόν πρέπει να επιστραφεί στην κλειστή εμπορική του συσκευασία (εξαιρούνται οι κατηγορίες βιβλίο, αξεσουάρ και αναλώσιμα) και να συνοδεύεται από την απόδειξη αγοράς.

Διαδικασία Επιστροφών

A) Να επικοινωνήσετε με το Customer Passion (εδώ) αναφέροντας τον αριθμό παραγγελίας και τον τύπο προβλήματος

B) Να συμπληρώσετε την Φόρμα έγκρισης επιστροφής (εδώ)

Εντός 1 εργάσιμης ημέρας θα επικοινωνήσουμε εμείς μαζί σας για να σας δοθεί ο αριθμός έγκρισης επιστροφής, που είναι απαραίτητος για την επιστροφή προϊόντος είτε μέσω του πλησιέστερου Σημείου Παραλαβής Sreedex (δείτε το δίκτυο εδώ) είτε μέσω παραλαβής του προϊόντος από τον χώρο σας.

\*η διαδικασία ενδέχεται να επιφέρει επιμέρους χρεώσεις από 5,90€ επιπλέον πιθανής χρέωσης της εργασίας επισκευής οι οποίες υπόκεινται στο αν το προϊόν ή/και η βλάβη του εμπίπτουν εντός της εγγύησης που το συνοδεύει. Δες τις χρεώσεις αναλυτικά εδώ

Εντοπίσατε κάποιο πρόβλημα;

Όλα τα δέματα ελέγχονται σε επίπεδο ποιότητας προτού αποσταλούν. Σε περίπτωση που διαπιστώσετε κάποιο σφάλμα, μπορείτε να επιστρέψετε την παραγγελία σας ΔΩΡΕΑΝ εντός 7 ημερολογιακών ημερών από την παραλαβή.

Διαδικασία Επιστροφών

A) Να επικοινωνήσετε με το Customer Passion (εδώ) αναφέροντας τον αριθμό παραγγελίας και τον τύπο προβλήματος

B) Να συμπληρώσετε την Φόρμα έγκρισης επιστροφής (εδώ)

Εντός 1 εργάσιμης ημέρας θα επικοινωνήσουμε εμείς μαζί σας για να σας δοθεί ο αριθμός έγκρισης επιστροφής, που είναι απαραίτητος για την επιστροφή προϊόντος είτε μέσω του πλησιέστερου Σημείου Παραλαβής Sreedex (δείτε το δίκτυο εδώ) είτε μέσω παραλαβής του προϊόντος από τον χώρο σας.

Το προϊόν θα αποσταλεί στο τμήμα Service για έλεγχο προς διαπίστωση ότι η βλάβη δεν οφείλεται σε κακή χρήση εντός 4 ημερών. Στην περίπτωση αυτή θα αντικατασταθεί με νέο και εφόσον δεν υπάρχει διαθέσιμο το ίδιο προϊόν θα αντικατασταθεί με άλλο προϊόν ιδίων ή ανώτερων τεχνικών χαρακτηριστικών.

\*η διαδικασία ενδέχεται να επιφέρει επιμέρους χρεώσεις από 5,90€ επιπλέον πιθανής χρέωσης της εργασίας επισκευής οι οποίες υπόκεινται στο αν το

προϊόν ή/και η βλάβη του εμπίπτουν εντός της εγγύησης που το συνοδεύει. Δες τις χρεώσεις αναλυτικά εδώ

## 7) ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ & ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

1. ΕΤΑΙΡΕΙΑ αναγνωρίζει τη σημασία του θέματος της ασφαλείας των Προσωπικών Δεδομένων, καθώς και των ηλεκτρονικών συναλλαγών και έχει λάβει όλα τα απαραίτητα μέτρα, με τις πιο σύγχρονες και προηγμένες μεθόδους, ώστε να εξασφαλίζεται η μέγιστη δυνατή ασφάλεια. Όλες οι πληροφορίες, οι οποίες σχετίζονται με τα προσωπικά στοιχεία των χρηστών, διασφαλίζονται ως απόρρητες.
  2. Η Retail World S.A. χρησιμοποιεί το πρωτόκολλο SSL, με κρυπτογράφηση μέχρι 256-bit, 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 διεύθυνση σας, έτσι ώστε να μην μπορούν να διαβαστούν ή να αλλαχτούν κατά την μεταφορά τους στο Internet.
  3. Το SSL (Secure Sockets Layer), έχει θεσπιστεί παγκοσμίως ως το ασφαλέστερο πρωτόκολλο 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). Μια 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. Η Retail World A.E. χρησιμοποιεί την Verisign, ηγέτιδα εταιρεία στον τομέα πιστοποίησης, στην παγκόσμια αγορά.
  4. Τα στοιχεία των χρηστών (όνομα, επάγγελμα, ηλεκτρονική διεύθυνση, διεύθυνση κατοικίας, κλπ.) και των συναλλαγών των χρηστών του ηλεκτρονικού καταστήματος θεωρούνται απόρρητα, όπως και στις συνήθεις συναλλαγές σε εμπορικό κατάστημα. Οι χρήστες κατά την παροχή των στοιχείων τους στα πλαίσια των συναλλαγών τους όπως και με το παρόν, θα ενημερώνονται από την Retail World S.A. και συναινούν και αποδέχονται την επικείμενη επεξεργασία των στοιχείων αυτών προσωπικών δεδομένων, για τις ανάγκες της ομαλής και ευχερούς μεταξύ των μερών συναλλαγής, καθώς επίσης και της διαβίβασης των στοιχείων αυτών σε αποδέκτες οι οποίοι θα προσδιορίζονται συγκεκριμένα και είναι οι υπάλληλοι και προστεθέντες της εταιρείας στα πλαίσια της διεκπεραίωσης της καταρτιζόμενης σύμβασης. Το multirama.gr δύναται να διανέμει για επεξεργασία σε συνεργάτες του τα προσωπικά δεδομένα των χρηστών, οι οποίοι συνεργάτες θα έχουν δικαίωμα να επικοινωνούν με τους χρήστες με αποκλειστικό σκοπό την αξιολόγηση των προϊόντων της multirama.gr. Επίσης και με τον παρόν γνωστοποιείται η ύπαρξη του δικαιώματος πρόσβασης και του δικαιώματος εναντίωσης του άρθρου 12 και 13 του Ν. 2472/1997
- Βεβαιώνεται ότι μόνο εξουσιοδοτημένοι υπάλληλοι έχουν πρόσβαση στις πληροφορίες των συναλλαγών και μόνο όποτε αυτό είναι αναγκαίο, π.χ. για τη διεκπεραίωση των παραγγελιών. Κατά τα λοιπά η Retail World S.A. δεσμεύεται να μην αποκαλύψει τα στοιχεία των πελατών και των συναλλαγών τους, εκτός αν έχει έγγραφη εξουσιοδότηση από τους ίδιους, ή αυτό επιβάλλεται από

δικαστική απόφαση ή απόφαση άλλης δημόσιας αρχής. Τα προσωπικά δεδομένα που δηλώνονται στο ηλεκτρονικό κατάστημα με το εμπορικό σήμα Retail World S.A. χρησιμοποιούνται αποκλειστικά από αυτό ή συνεργαζόμενες με αυτό επιχειρήσεις, με σκοπό την υποστήριξη, προώθηση και εκτέλεση της συναλλακτικής σχέσης. Το σύνολο των εγγράφων και ηλεκτρονικών στοιχείων που θα ανταλλαχθούν μεταξύ των μερών στα πλαίσια της πώλησης θα τηρούνται από την Retail World S.A.. Ο πελάτης μπορεί να έχει πρόσβαση σε αυτά εφόσον το επιθυμεί.

#### 8) SOCIAL MEDIA & APPLICATIONS

Το συγκεκριμένο κατάστημα μπορεί να βρίσκεται σε επικοινωνία με οποιονδήποτε άμεσα ενδιαφερόμενο μέσω του Facebook, tweeter, & youtube όμως δεν διαθέτει εφαρμογές τόσο για ios όσο και για android λειτουργικό Κινητών τηλεφώνων

### 6.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΣΥΓΚΡΙΣΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

Με μια πρώτη ματιά, οι διαφορές που παρατηρούμε μεταξύ των τριών καταστημάτων είναι μικρές και αφορούν κυρίως τις μεθόδους πληρωμής. Η μονή διαφορά σε αυτό το κομμάτι είναι πως το [www.multirama.gr](http://www.multirama.gr) προσφέρει επιπλέον την χρήση χρεωστικής κάρτας για την πραγματοποίηση αγορών, πράγμα που κατά την άποψη μου δημιουργεί ασφάλεια στον αγοραστή ειδικά στην περίπτωση που δεν έχει την δυνατότητα να πληρώσει με αντικαταβολή. Μια ακόμη διαφορά έχει να κάνει με το interface της ιστοσελίδας. Πιο συγκεκριμένα, το [www.e-shop.gr](http://www.e-shop.gr) κάνει πολύ πιο εύκολη την αναζήτηση προϊόντων εξοικονομώντας έτσι χρόνο στον χρήστη και διευκολύνοντας των να καταλήξει στην τελική επιλογή του προϊόντος γρήγορα και εύκολα καθώς μπορεί να είναι πιο σίγουρος ότι το προϊόν που βρήκε εξυπηρετεί τις ανάγκες του .

Τέλος, μια διαφορά που θα μπορούσε να ληφθεί υπόψη, έχει σχέση με την φόρμα εγγραφής της κάθε ιστοσελίδας. Το [www.plasio.gr](http://www.plasio.gr) ζητάει από τον χρήστη μόνο την συμπλήρωση του e-mail και του password που θα χρησιμοποιεί, σε αντίθεση με τις άλλες δυο ιστοσελίδες που ζητούν επιπλέον στοιχεία, πράγμα που όμως έχει μικρή σημασία για τον χρήστη/αγοραστή. Συμπερασματικά η μοναδική διαφορά που θα μπορούσε να κάνει τον χρήστη να συγκλίνει περισσότερο προς μια από τις τρεις ιστοσελίδες έχει να κάνει με τις μεθόδους πληρωμής και την δυνατότητα που του δίνει η ιστοσελίδα [www.multirama.gr](http://www.multirama.gr) να πραγματοποιεί της αγορές του με την χρήση χρεωστικής κάρτας, καθώς, οι υπόλοιπες μέθοδοι πληρωμής είναι ίδιες και για τις τρεις ιστοσελίδες.

## **7 Η ηλεκτρονική επιχείρηση αποτελεί μία ξεχωριστή επιχειρηματική δραστηριότητα, με διαφορετικούς νόμους και περιβάλλον**

Για μια επιχείρηση η οποία θέλει να δραστηριοποιηθεί στον χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου η ερώτηση δεν πρέπει να είναι το πώς θα δημιουργήσει έναν λειτουργικό δικτυακό τόπο, αλλά το πώς θα δημιουργήσει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα το οποίο θα πουλά σε «ηλεκτρονικούς» πλέον πελάτες.

Η ηλεκτρονική επιχείρηση αποτελεί μία ξεχωριστή επιχειρηματική δραστηριότητα, σε ένα περιβάλλον διαφορετικό από αυτό στο οποίο λειτουργεί η φυσική επιχείρηση.

Εάν η επιχειρηματίας δεν κατανοήσει τις διαφορές, αλλά αντιμετωπίσει την ηλεκτρονική επιχείρηση όπως την φυσική, τότε υπάρχουν πολλές πιθανότητες αποτυχίας.

Μία ηλεκτρονική επιχείρηση πουλά σε καταναλωτές που προέρχονται από όλο τον κόσμο, που μιλούν διαφορετικές γλώσσες, που έχουν διαφορετικές συνήθειες και απαιτήσεις. Συνεργάζεται με επιχειρήσεις από όλο τον κόσμο, από χώρες με διαφορετική νομοθεσία εμπορικούς κανόνες και συνήθειες.

Μία ηλεκτρονική επιχείρηση, δεν ανταγωνίζεται τις τοπικές ηλεκτρονικές επιχειρήσεις αλλά τις ηλεκτρονικές επιχειρήσεις σε παγκόσμιο επίπεδο.

Οι ηλεκτρονικοί πελάτες έχουν διαφορετική συμπεριφορά και απαιτήσεις από τους φυσικούς πελάτες, δεν είναι «πιστοί» πελάτες και έχουν υψηλό επίπεδο όσο αφορά την χρήση της τεχνολογίας και του Internet. Παραδείγματος χάριν, ένα ηλεκτρονικό κατάστημα που σε έναν επιχειρηματία, ο οποίος δεν έχει εμπειρία στον χώρο του Internet, φαίνεται ικανοποιητικό από άποψη εμφάνισης και λειτουργίας, σε έναν έμπειρο «ηλεκτρονικό πελάτη» μπορεί να φαίνεται ανεπαρκές και κακό.

Είναι απαραίτητο λοιπόν οι επιχειρηματίες να κατανοήσουν την διαφορετικότητα της παγκόσμιας ηλεκτρονικής αγοράς και να διαμορφώσουν την ηλεκτρονική τους επιχείρηση έτσι ώστε να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις και κανόνες της συγκεκριμένης αγοράς.

## **Ο επιχειρηματίας θα πρέπει να φροντίζει και να προνοεί για την ηλεκτρονική επιχείρηση όπως και για την φυσική**

Πραγματικά η επιτυχία ή αποτυχία των προσπαθειών των εταιριών για να αναπτύξουν on line δραστηριότητες, εξαρτάται κυρίως από την διαχείριση και όχι από την τεχνολογία.

Κάποτε σε ένα συνέδριο με θέμα το ηλεκτρονικό εμπόριο, όπου το κοινό αποτελούταν από μικρομεσαίες επιχειρήσεις τέθηκε η ερώτηση εάν κάποιος/α από τους επιχειρηματίες είχε εταιρικό web site. Κάποιος απάντησε ότι είχε αναπτύξει μία ιστοσελίδα αλλά δεν είχε δει κανένα αποτέλεσμα από αυτή. Ο εισηγητής ρώτησε στην συνέχεια ποια είναι η διεύθυνση της ιστοσελίδας. Ο επιχειρηματίας δεν θυμόταν την διεύθυνση και όταν τελικά την βρήκε και την ανακοίνωσε αποδείχθηκε ότι δεν διέθετε domain name (www.onoma.gr)], αλλά η ιστοσελίδα φιλοξενούνταν κάτω από κάποιο άλλο web site και ήταν αδύνατο κάποιος να την συγκρατήσει στην μνήμη του.



Σε επόμενη ερώτηση ο εισηγητής ρώτησε πόσο συχνά ο επιχειρηματίας ασχολούταν με το web site του, εάν παρακολουθούσε τις on line προσπάθειες των ανταγωνιστών του, εάν σκεπτόταν τρόπους για να βελτιώσει την αποτελεσματικότητα του κλπ. Ο επιχειρηματίας απάντησε ότι δεν ασχολούταν καθόλου με το web site του, ούτε σκεπτόταν πώς μπορούσε να το βελτιώσει. Η τελευταία ερώτηση του εισηγητή ήταν το πόσο συχνά ο επιχειρηματίας σκεπτόταν και ασχολούταν με την «φυσική» του επιχείρηση. Ο επιχειρηματίας απάντησε ότι ασχολούταν σε καθημερινή βάση προσπαθώντας να βελτιώσει την λειτουργία και την απόδοση της.

Το παραπάνω πραγματικό παράδειγμα κάνει κατανοητό ακριβώς ότι δεν ευθύνεται η τεχνολογία για την αποτυχία της προσπάθειας του συγκεκριμένου επιχειρηματία, αλλά η διαχείριση της όλης προσπάθειας.

Καμία επιχείρηση δεν πρόκειται να αναπτυχθεί από μόνη της πολύ περισσότερο μάλλον μία ηλεκτρονική επιχείρηση όπου ο ανταγωνισμός είναι παγκόσμιος.

Ο επιχειρηματίας ή τα άτομα τα οποία θα ασχοληθούν με την «ηλεκτρονική επιχείρηση», θα πρέπει σε συνεχή βάση να φροντίζουν την νέα επιχειρηματική δραστηριότητα.

- Θα πρέπει να παρακολουθούν τον on line ανταγωνισμό τόσο από άλλες ελληνικές επιχειρήσεις όσο και από επιχειρήσεις του εξωτερικού.
- Θα πρέπει να παρακολουθούν την όλη λειτουργία της «ηλεκτρονικής επιχείρησης», τις παραγγελίες, την εκτέλεση τους, τα ερωτήματα των «ηλεκτρονικών πελατών» κ.λπ.
- Θα πρέπει να αναζητούν τρόπους για να βελτιώσουν την «ηλεκτρονική επιχείρηση», τρόπους για να κερδίσουν την εμπιστοσύνη των ηλεκτρονικών πελατών», τρόπους για να παρουσιάσουν καλύτερα τα προϊόντα τους, τρόπους για να μειώσουν τα κόστη, τρόπους για να βελτιώσουν τον χρόνο ανταπόκρισης κλπ.
- Τέλος θα πρέπει να αναζητούν νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες στην παγκόσμια ηλεκτρονική αγορά, να αναζητούν νέες συνεργασίες, δυνατότητα για ανάπτυξη και προώθηση νέων προϊόντων και υπηρεσιών.

Μόνο μία τέτοια σοβαρή αντιμετώπιση της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας μπορεί να οδηγήσει σε ουσιαστικά και μετρήσιμα οφέλη από την εφαρμογή της, αποδίδοντας κατ' επέκταση και καρπούς.

## **Δεν είναι όλα τα προϊόντα το ίδιο εύκολο να προωθηθούν μέσω Ηλεκτρονικού Εμπορίου**

Όπως προαναφέρθηκε μία από τις αδυναμίες του Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι η παρουσίαση των προϊόντων, η οποία γίνεται μέσα από την οθόνη του υπολογιστή.

Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα ο «ηλεκτρονικός πελάτης» να μην μπορεί σε όλες τις περιπτώσεις, να διαπιστώσει εύκολα τα χαρακτηριστικά του προϊόντος που ενδιαφέρεται να αγοράσει.

Υπάρχουν προϊόντα η παρουσίαση των οποίων στην οθόνη του υπολογιστή είναι αρκετή για να τα περιγράψει και υπάρχουν προϊόντα των οποίων η

παρουσίαση είναι δύσκολη και κατά συνέπεια δυσκολεύει την προώθηση και πώληση τους.

Ας αντιπαραθέσουμε δύο προϊόντα για να γίνει κατανοητή η διαφορά: Από την μία πλευρά έχουμε τα μουσικά cd και από την άλλη πλευρά ρούχα και θέλουμε να τα προωθήσουμε στην παγκόσμια αγορά μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου. Τα μουσικά cd είναι πολύ πιο εύκολο να πουληθούν από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα σε σχέση με τα ρούχα, και αυτό οφείλεται κατά πολύ στο γεγονός ότι τα μουσικά cd σαν προϊόν έχουν κάποια χαρακτηριστικά τα οποία διευκολύνουν την πώληση τους. Η μορφή και ο τύπος του προϊόντος είναι γνωστά στους καταναλωτές και κανείς δεν έχει αμφιβολία για το τι τελικά αγοράζει. Ένα μουσικό cd είναι ένα μουσικό cd και ο «ηλεκτρονικός πελάτης» δεν έχει καμία αμφιβολία για το πώς θα το χρησιμοποιήσει. Επίσης το κόστος των μουσικών cd κινείται σε ένα σχετικά χαμηλό επίπεδο και ο «ηλεκτρονικός πελάτης» δεν αισθάνεται ιδιαίτερο κίνδυνο ή ανασφάλεια για να εκτελέσει αγορές αυτού του τύπου. Εάν προσθέσουμε τώρα και το γεγονός ότι ο «ηλεκτρονικός πελάτης» μπορεί να ακούσει τμήματα του cd που πρόκειται να αγοράσει (τεχνικά υπάρχει η δυνατότητα να γίνεται κάτι τέτοιο στο ηλεκτρονικό κατάστημα) τότε μπορεί να είναι απόλυτα σίγουρος για την αγορά που πρόκειται να πραγματοποιήσει.

Ας πάρουμε τώρα την περίπτωση του ρούχου. Σαν προϊόν είναι πολύ πιο δύσκολο από τα μουσικά cd. Κάθε ρούχο είναι διαφορετικό από το άλλο. Διαφέρει σε σύνθεση σε ποιότητα, σε υφή και κυρίως ο καταναλωτής δεν μπορεί να διαπιστώσει ότι του ταιριάζει εάν δεν το φορέσει ο ίδιος, δεδομένου ότι εξαρτάται και από τον δικό του τύπο σώματος. Πολλά από τα χαρακτηριστικά των ρούχων μπορούν να παρουσιαστούν μέσω της οθόνης του υπολογιστή αλλά ο «ηλεκτρονικός πελάτης» δεν μπορεί να είναι απόλυτα σίγουρος ότι του ταιριάζει εάν πρώτα δεν το φορέσει. Αυτό δημιουργεί ένα σοβαρό πρόβλημα στην προώθηση προϊόντων αυτού του τύπου και κάνει την ηλεκτρονική πώληση τους πιο δύσκολη. Εάν δε τα ρούχα είναι και αρκετά ακριβά, το υψηλό κόστος συνδυαζόμενο με την έλλειψη σιγουριάς κάνει την πώληση σχεδόν αδύνατη.

Το συμπέρασμα είναι ότι είναι πιο εύκολο να πουληθούν μέσω του internet:

- Προϊόντα των οποίων τα χαρακτηριστικά είναι απόλυτα ξεκάθαρα για τον καταναλωτή.
- Προϊόντα των οποίων ο τρόπος χρήσης και αξιοποίησης είναι απόλυτα προσδιορισμένος.
- Προϊόντα τα οποία δεν αφήνουν στον καταναλωτή ερωτηματικά για το τι τελικά αγόρασε.
- Προϊόντα των οποίων το «χαρακτηριστικό όνομα» (brand name) είναι γνωστό και κατά συνέπεια ο καταναλωτής γνωρίζει ήδη χαρακτηριστικά όπως η ποιότητα των προϊόντων της συγκεκριμένης μάρκας.
- Προϊόντα χαμηλού και μέσου κόστους.
- Προϊόντα που είναι δυνατόν να μεταφερθούν εύκολα σε μεγάλες αποστάσεις χωρίς αυτό να επηρεάζει τα κόστη αποστολής.

Αυτό αποδεικνύεται άλλωστε από τον τύπο των προϊόντων τα οποία πουλούν ήδη περισσότερο στο Internet, όπως βιβλία, μουσικά cd, cd-rom, λογισμικό, είδη δώρων, παιχνίδια κλπ.

## **Διαφορετικού τύπου προϊόντα απαιτούν διαφορετικό τρόπο προώθησης για να πουληθούν μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου**

Όπως είδαμε στην προηγούμενη ενότητα, κάποια προϊόντα μπορούν να πουληθούν μέσα στην «ηλεκτρονική αγορά», πιο εύκολα από κάποια άλλα. Αυτό δεν σημαίνει ότι προϊόντα τα οποία δεν ανήκουν στην κατηγορία των «εύκολων», δεν μπορούν να πουληθούν και μάλιστα επιτυχημένα μέσω Ηλεκτρονικού Εμπορίου.

Απλά κάθε προϊόν χρειάζεται και απαιτεί να παρουσιαστεί και υποστηριχθεί από την εφαρμογή ηλεκτρονικού εμπορίου, με τέτοιο τρόπο ώστε να αρθούν όσο το δυνατόν οι όποιες αμφιβολίες μπορεί να έχει ο «ηλεκτρονικός πελάτης».

Ας πάρουμε για παράδειγμα το ρούχο, το οποίο προηγουμένως είδαμε ότι είναι ένα σχετικά δύσκολο προϊόν. Παρά το γεγονός ότι είναι δύσκολο, υπάρχουν σήμερα αρκετές επιτυχημένες εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου, οι οποίες ασχολούνται με το συγκεκριμένο προϊόν. Απλά έχουν βρει τρόπους για να ξεπεράσουν τα προβλήματα που δημιουργεί το ίδιο το προϊόν.

Παραδείγματος χάριν μία εταιρία στις ΗΠΑ η οποία ασχολείται με το Ηλεκτρονικό Εμπόριο στον χώρο του ενδύματος, κατάφερε να αυξήσει τις ηλεκτρονικές της πωλήσεις κάνοντας την εξής κίνηση:

Εκτός της αναλυτικής παρουσίασης των προϊόντων με πλήρη χαρακτηριστικά και παραλλαγές και όλες τις στάνταρτ λειτουργίες ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, προσέθεσε στην εφαρμογή ηλεκτρονικού εμπορίου το εξής χαρακτηριστικό.

Έδωσε την δυνατότητα στους «ηλεκτρονικούς πελάτες» να τηλεφωνούν χωρίς χρέωση και μέσω Internet στην επιχείρηση, όπου ένας αριθμός πωλητών υποστήριζε τηλεφωνικά μόνο τους «ηλεκτρονικούς πελάτες», απαντούσαν στις ερωτήσεις τους, τους έδιναν διευκρινήσεις και υποβοηθούσαν την διαδικασία της πώλησης. Μόνο αυτή η κίνηση κατάφερε να δώσει από την στιγμή που εφαρμόστηκε αύξηση των πωλήσεων κατά 30% στην ηλεκτρονική επιχείρηση.

Άλλες ενέργειες που γίνονται για την ενίσχυση της πώλησης προϊόντων είναι η επιστροφή προϊόντων εάν ο πελάτης δεν είναι ικανοποιημένος, η χρήση της νέας τεχνολογίας για την όσο το δυνατόν καλύτερη παρουσίαση του προϊόντος, η καθιέρωση άμεσης επικοινωνίας με τους «ηλεκτρονικούς πελάτες», κ.λπ.

Σε κάθε περίπτωση η επιχειρηματίας θα πρέπει να «ακούσει» το τι θέλουν οι ηλεκτρονικοί πελάτες και να προσπαθήσει να ικανοποιήσει τις απαιτήσεις τους και να άρει τις όποιες δυσκολίες προέρχονται από τον τύπο των προϊόντων που πουλά.

## **Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να χτιστεί η εμπιστοσύνη ανάμεσα στην ηλεκτρονική επιχείρηση και τους πελάτες της**

Ένα επίσης ιδιαίτερα σημαντικό σημείο για μία ηλεκτρονική επιχείρηση, είναι το να καταφέρει να δημιουργήσει μία σχέση εμπιστοσύνης με τους ηλεκτρονικούς πελάτες της.

Εάν το καταφέρει αυτό τότε είναι πολύ πιθανό να δημιουργήσει πιστούς «ηλεκτρονικούς πελάτες» και να αποκτήσει ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα σε σχέση με τον υπόλοιπο on line ανταγωνισμό.

Για να δημιουργηθεί αυτή η σχέση εμπιστοσύνης η «ηλεκτρονική επιχείρηση» θα πρέπει:

- Να πείθει για την αξιοπιστία της μέσω της ηλεκτρονικής της παρουσίασης. Η παρουσίαση αναλυτικών στοιχείων για την επιχείρηση είναι ενισχυτικό προς αυτή την κατεύθυνση.
- Να εξασφαλίζει την ασφάλεια των συναλλαγών και να ενημερώνει τους «ηλεκτρονικούς πελάτες» για τα συστήματα που χρησιμοποιεί για την διασφάλιση της ασφάλειας των συναλλαγών και διακίνησης δεδομένων.
- Να διασφαλίζει και ενημερώνει τους «ηλεκτρονικούς πελάτες» για την προστασία των προσωπικών δεδομένων που αυτοί δίνουν στο σύστημα, καθώς και για την μη διάδοση των αγοραστικών τους συνηθειών σε τρίτους, οι οποίοι μπορούν να χρησιμοποιήσουν τέτοια δεδομένα για ιδίους σκοπούς.
- Να υποστηρίζει και ενημερώνει τους «ηλεκτρονικούς πελάτες» προ, κατά την διάρκεια και μετά την πώληση, παρέχοντας ουσιαστικές και χρήσιμες πληροφορίες.
- Να αναπτύξει την επικοινωνία με τους πελάτες και μια όσο περισσότερο γίνεται πιο «προσωπική επαφή» πάνω από τα σύρματα της ηλεκτρονικής επικοινωνίας. Να λαμβάνει υπ' όψιν τις παρατηρήσεις και απαιτήσεις τους.
- Να διασφαλίζει τον «ηλεκτρονικό πελάτη» όσον αφορά την αγορά του. Η παρουσίαση των προϊόντων πρέπει να είναι «ειλικρινής», πρέπει να επιτρέπει την επιστροφή προϊόντων, να τηρεί τους χρόνους παράδοσης και τις χρεώσεις.

Η ύπαρξη αυτών των χαρακτηριστικών μπορεί να συμβάλει στην ικανοποίηση του πελάτη και στην δημιουργία του ζητούμενου που είναι η σχέση εμπιστοσύνης.

## **Ο «ηλεκτρονικός πελάτης» πρέπει να έχει έναν λόγο να αγοράσει το προϊόν**

Η επιχειρηματίας θα πρέπει να γνωρίζει ότι ο «ηλεκτρονικός πελάτης» θα πρέπει να έχει ένα λόγο για να αγοράσει τα προϊόντα που πουλά. Πέρα από την χρησιμότητα και αξία των ίδιων των προϊόντων υπάρχουν και κάποια άλλα σημεία που πρέπει να προσέξει.

Εάν για παράδειγμα ο πελάτης μπορεί να βρει εύκολα το ίδιο ή αντίστοιχο προϊόν στην τοπική του αγορά και με το ίδιο ή χαμηλότερο κόστος, τότε δεν έχει ιδιαίτερο λόγο να το αγοράσει από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα.

Η ηλεκτρονική επιχείρηση, μπορεί να έχει χαμηλότερα λειτουργικά κόστη και αυτό πρέπει να αποτυπώνεται και στην τιμή των προϊόντων που πουλά. Ο «ηλεκτρονικός πελάτης» διερευνά τόσο την τοπική του αγορά όσο και την

«ηλεκτρονική αγορά» και θα πρέπει να μπορεί να διακρίνει λόγους για να αγοράσει ένα συγκεκριμένο προϊόν.

Τέτοιοι λόγοι μπορεί να είναι παραδείγματος χάριν οι εξής:

- Χαμηλότερες τιμές σε προϊόντα που μπορεί να βρει σχετικά εύκολα και στην τοπική του αγορά.
- Προϊόντα τα οποία έχουν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τα οποία δεν μπορεί να βρει εύκολα στην τοπική του αγορά.
- Ταχείς χρόνοι παράδοσης και καλή εξυπηρέτηση όσον αφορά την παράδοση των προϊόντων (π.χ. Παράδοση προϊόντος στον χώρο που ο πελάτης θέλει).
- Ποιοτική εξυπηρέτηση, αίσθηση ασφάλειας εμπιστοσύνης (πχ. Ενημέρωση, δυνατότητα να παραγγείλει προϊόντα με τα χαρακτηριστικά που θέλει, δυνατότητα επιστροφής προϊόντος, κ.λπ.).

## **Ο πελάτης δεν θα πρέπει να έχει καμία αμφιβολία για αυτό που αγοράζει και τον τρόπο που το αγοράζει**

Η επιχειρηματίας πρέπει να γνωρίζει ότι ο πελάτης δεν θα πρέπει να έχει ερωτηματικά ως προς κανένα τμήμα της ηλεκτρονικής συναλλαγής. Στην εφαρμογή ηλεκτρονικού εμπορίου θα πρέπει να παρουσιάζονται πλήρως και αναλυτικά τα εξής:

- Τα πλήρη χαρακτηριστικά του προϊόντος, οι διαφοροποιήσεις που μπορεί να υπάρχουν εάν το προϊόν έχει παραλλαγές (π.χ. Χρώμα, μέγεθος, όγκος, κ.λπ.).
- Οι επιπλέον πληροφορίες που απαιτούν οι «ηλεκτρονικοί πελάτες» ανάλογα με τον τύπο του προϊόντος και οι οποίες διευκολύνουν τις πωλήσεις.
- Η τιμή του προϊόντος, τυχόν εκπτώσεις, προσφορές κ.λπ.
- Ο τρόπος αποστολής του προϊόντος.
- Ο χρόνος παράδοσης ανάλογα με τον τόπο που ο πελάτης επιλέγει να παραδοθεί το προϊόν.
- Οι χρεώσεις για φόρους (π.χ. ΦΠΑ).
- Τα ακριβή κόστη αποστολής.
- Το συνολικό ποσό που θα πληρώσει ο πελάτης.
- Ο χρόνος στον οποίο θα γίνει η χρέωση.
- Ο χρόνος στον οποίο ο πελάτης θα πρέπει να επιστρέψει το προϊόν εάν δεν ικανοποιηθεί από αυτό (εάν κάτι τέτοιο είναι δυνατόν).
- Ο τρόπος αλλαγής προϊόντος ή επιστροφής χρημάτων (εάν κάτι τέτοιο είναι δυνατόν).
- Ο τρόπος εξασφάλισης της ασφάλειας της συναλλαγής.
- Όροι χρήσης του ηλεκτρονικού καταστήματος.
- Δήλωση για την προστασία προσωπικών δεδομένων.
- Πληροφορίες για την ίδια την επιχείρηση ώστε να την γνωρίσει ο πελάτης (βοηθά στην αξιοπιστία της επιχείρησης).

## **Οι «ηλεκτρονικοί πελάτες» διαφέρουν από τους συνηθισμένους πελάτες**

Πρέπει να τονισθεί, ότι επειδή στο Internet δεν υπάρχουν εμπόδια πρόσβασης στις αγορές και όλοι είναι κατά τεκμήριο ίσοι, ο πελάτης έχει την πρωτοβουλία και είναι «κυρίαρχος».

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο απευθύνεται σε άτομα που διαθέτουν αρκετές γνώσεις ηλεκτρονικών υπολογιστών, έχουν μάθει να ψάχνουν, είναι πιο απαιτητικοί και είναι εξοικειωμένοι με την αγορά του Internet. Επίσης οι «ηλεκτρονικοί πελάτες» δεν ανήκουν σε συγκεκριμένη εθνικότητα ή θρησκεία αλλά είναι πολίτες από όλο τον κόσμο.

Για τους λόγους αυτούς ο τρόπος προσέγγισης των «Ηλεκτρονικών Πελατών» δεν μπορεί να είναι ίδιος με τον τρόπο προσέγγισης των τυπικών πελατών μιας επιχείρησης.

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο επομένως απαιτεί ένα διαφορετικό τρόπο σκέψης και προσέγγισης των πελατών, απαιτεί σκέψη και προσπάθεια από την πλευρά του επιχειρηματία για να κατανοήσει τις ανάγκες των «ηλεκτρονικών πελατών» και βρει τρόπους να τις ικανοποιήσει.

Πολλές φορές επιχειρηματικά εγχειρήματα στο Internet απέτυχαν επειδή οι επιχειρηματίες απέτυχαν να κατανοήσουν τις απαιτήσεις αυτών των «ηλεκτρονικών πελατών» και να καταλάβουν τον τρόπο με τον οποίο υλοποιούν τις συναλλαγές τους.

Σε σχέση πάντα και με τα σημεία που αναφέρθηκαν στις προηγούμενες ενότητες οι επιχειρηματίες θα πρέπει:

- Να διερευνήσουν τις απαιτήσεις αλλά και τον τρόπο σκέψης των «ηλεκτρονικών πελατών».
- Να εκμεταλλευτούν παλαιότερες επιτυχημένες αλλά και αποτυχημένες εμπειρίες «ηλεκτρονικών επιχειρήσεων».
- Να κατανοήσουν την διαφορετικότητα των «ηλεκτρονικών πελατών» αλλά και της ψηφιακής αγοράς από την τοπική τους αγορά.
- Να αποκαταστήσουν κανάλια επικοινωνίας με τους «ηλεκτρονικούς τους πελάτες» και να εκμεταλλευτούν τις πληροφορίες που συγκεντρώνουν μέσω αυτών των καναλιών με στόχο την βελτίωση των υπηρεσιών που παρέχουν.

## **Δεν υπάρχουν μαγικές λύσεις**

Η μεγάλη αλήθεια στον χώρο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου και της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας είναι ότι δεν υπάρχουν μαγικές λύσεις, οι οποίες χωρίς κόστος, χωρίς προσπάθεια, χωρίς επιχειρηματική σκέψη να μπορούν να οδηγήσουν σε αποκόμιση μεγάλων κερδών και ωφελημάτων.

Η επιτυχία ή όχι μιας επιχειρηματικής προσπάθειας στον χώρο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, οφείλεται πολύ περισσότερο στην επιχειρηματική σκέψη πίσω από την προσπάθεια, παρά στην τεχνολογία αυτή καθ' αυτή. Η τεχνολογία υπάρχει και το θέμα είναι το πώς θα αξιοποιηθεί για την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων. Αυτό που απαιτείται από τις/τους επιχειρηματίες που θέλουν να δραστηριοποιηθούν στον χώρο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι να σχεδιάσουν σωστά την νέα επιχειρηματική δραστηριότητα, να καθορίσουν τους στόχους και σκοπούς που θέλουν να πετύχουν, να σκεφτούν όλους τους προαναφερθέντες κρίσιμους παράγοντες, να συνεργαστούν με ειδικούς για την τεχνική ανάπτυξη της εφαρμογής Ηλεκτρονικού Εμπορίου και να παρακολουθούν συνεχώς την νέα τους επιχειρηματική δραστηριότητα προσπαθώντας να την βελτιώσουν και να την καταστήσουν αποδοτικότερη όπως ακριβώς και την φυσική τους επιχείρηση. Όλα αυτά απαιτούν αρκετή προσπάθεια αλλά και επενδύσεις. Είναι όμως απαραίτητα για την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων από την εφαρμογή

του Ηλεκτρονικού Εμπορίου και την αποκόμιση του οποιουδήποτε οφέλους ή κέρδους.

## **Δεν υπάρχει επιστροφή**

Παρά τις αμφισβητήσεις και τους προβληματισμούς σε σχέση με το ηλεκτρονικό εμπόριο, τα ακόλουθα αποτελούν αδιαμφισβήτητα γεγονότα:

- Οι χρήστες του Internet αυξάνονται συνεχώς σε παγκόσμιο επίπεδο.
- Η νέα γενιά που αυτή τη στιγμή βρίσκεται στα θρανία είναι ψηφιακά «εγγράμματη».
- Όλες οι μεγάλες επιχειρήσεις βλέπουν τις δυνατότητες που τους ανοίγει το Internet και έχουν ήδη αρχίσει να δραστηριοποιούνται on line.
- Οι ταχύτητες του Internet και των τηλεπικοινωνιακών υποδομών αυξάνονται.
- Το κόστος απόκτησης υπολογιστή και σύνδεσης στο Internet πέφτει.
- Οι αγορές παγκοσμιοποιούνται.

Τα γεγονότα αυτά καθιστούν σαφές ότι δεν υπάρχειπισωγύρισμα σε ότι αφορά το Internet και ότι στην επόμενη δεκαετία θα δούμε το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού στον δυτικό τουλάχιστον κόσμο, να είναι συνδεδεμένοι και να χρησιμοποιούν το Internet.

Τα εκατομμύρια αυτά των ανθρώπων αποτελούν μία τεράστια αγορά «ηλεκτρονικών πελατών», η οποία είναι αδιαμφισβήτητο ότι υπάρχει. Οι επιχειρήσεις που θα δραστηριοποιηθούν έγκαιρα και αποτελεσματικά στον χώρο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου και οι οποίες θα μπορέσουν να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις αυτών των «ηλεκτρονικών πελατών», θα είναι αυτές οι οποίες θα πετύχουν και θα εξασφαλίσουν την βιωσιμότητα και ανάπτυξη τους σε μακρό χρόνο.

Οι επιχειρήσεις οι οποίες θα αγνοήσουν τις δυνατότητες που ανοίγει το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, θα έχουν μεγάλο πρόβλημα να αντιμετωπίσουν το αυξανόμενο ανταγωνισμό και δεν μπορούν παρά να περιμένουν μακροπρόθεσμα, σμίκρυνση του μεριδίου της αγοράς που έχουν και αύξηση του χάσματος που τις χωρίζει από τις μεγάλες επιχειρήσεις που αξιοποιούν το δυναμικό των νέων τεχνολογιών.

## **Σημεία που προσέχει ο καταναλωτής σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα**

Συνοπτικά αναφέρονται μερικά από τα σημεία τα οποία πρέπει να προσέχει ένας καταναλωτής σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα:

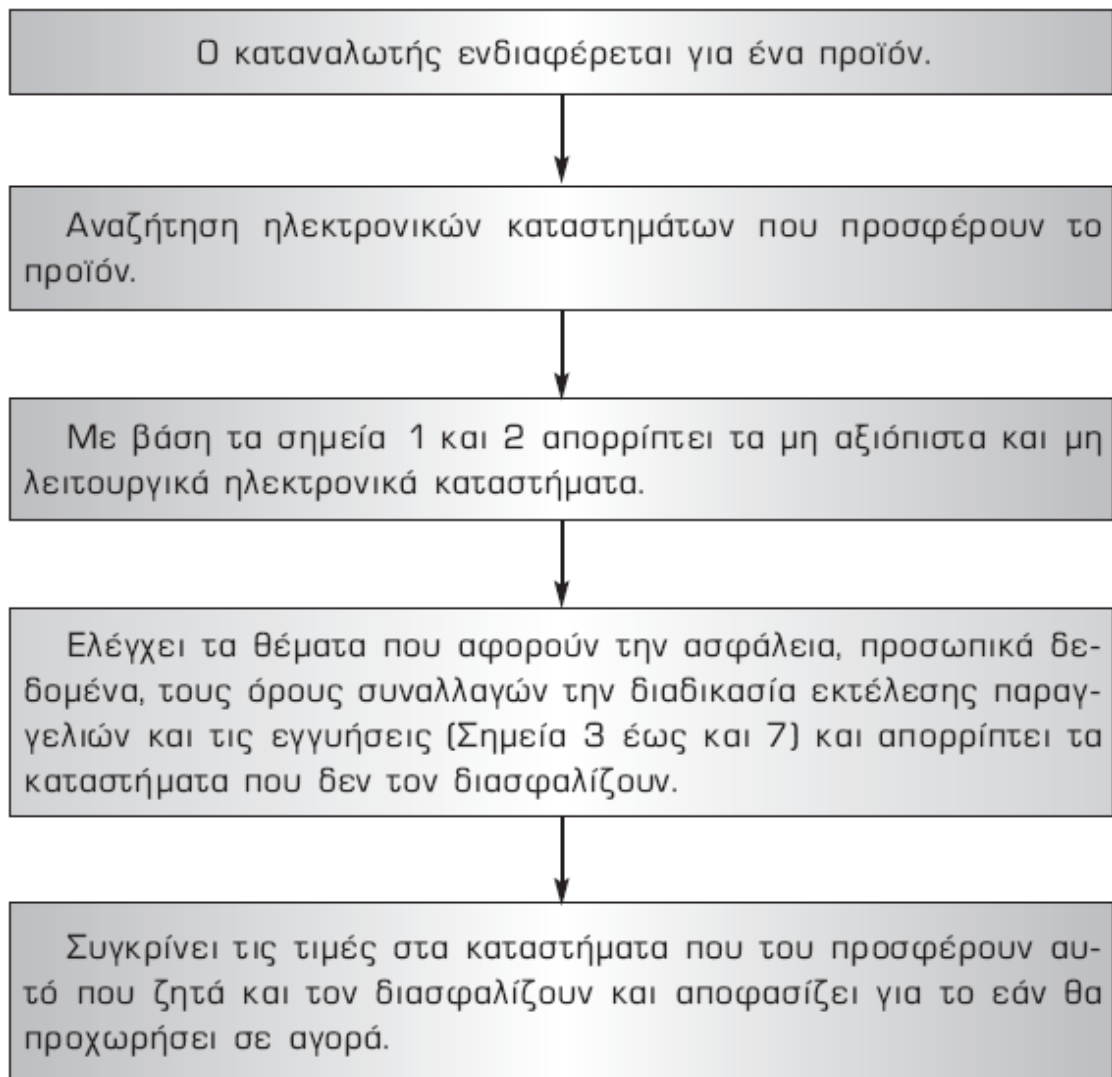
- Ταυτότητα του ηλεκτρονικού καταστήματος. Αφορά το σύνολο των πληροφοριών οι οποίες αφορούν την επιχείρηση στην οποία ανήκει το ηλεκτρονικό κατάστημα και οι οποίες δείχνουν την σοβαρότητα και αξιοπιστία της επιχείρησης.
- Λειτουργικότητα του ηλεκτρονικού καταστήματος και αναλυτική πληροφόρηση του πελάτη για τα προϊόντα που πωλούνται.
- Την ασφάλεια που προσφέρει το κατάστημα. Αφορά τα συστήματα ασφαλείας τα οποία εφαρμόζει το ηλεκτρονικό κατάστημα (ψηφιακές ταυτότητες, πιστοποιήσεις, πρωτόκολλα ασφαλείας και ασφαλείς

συνδέσεις] με τα οποία εγγυάται την ασφαλή διακίνηση ευαίσθητων δεδομένων.

- Πληροφορίες για την προστασία των προσωπικών δεδομένων που προσφέρει το ηλεκτρονικό κατάστημα.
- Ύπαρξη ξεκάθαρων όρων συναλλαγής (ΓΟΣ: Γενικοί όροι συναλλαγής), οι οποίοι ενημερώνουν τον πελάτη για μία σειρά θεμάτων που αφορούν τις ηλεκτρονικές του συναλλαγές με το ηλεκτρονικό κατάστημα, όπως:
  - Πότε η συναλλαγή θεωρείται ολοκληρωμένη και πως ενημερώνεται ο πελάτης για την ολοκλήρωση της συναλλαγής ή την εκτέλεση της παραγγελίας.
  - Τρόποι και προϋποθέσεις για την επιστροφή των προϊόντων (εάν είναι δυνατόν)
  - Δυνατότητα ακύρωσης παραγγελίας και ακυρωτικές επιβαρύνσεις εάν υπάρχουν
  - Τρόποι χρεώσεων και τρόποι πληρωμής Χρόνος και τρόποι αποστολής των προϊόντων
  - Γενικοί όροι που αφορούν θέματα, όπως ανωτέρα βία, ισχύον δίκαιο, διαφημίσεις, χρήση cookies κ.λπ.
- Ευελιξία στον τρόπο πληρωμής και αποστολής των προϊόντων. Υποστήριξη δηλαδή πολλών τρόπων πληρωμής, ταχεία αποστολή προϊόντων, δυνατότητα επιλογής από τον χρήστη του τρόπου αποστολής και παραλαβής των προϊόντων.
- Εγγύηση προϊόντων και διασφάλιση του πελάτη για την περίπτωση παράδοσης ελαττωματικού προϊόντος ή προϊόντος που δεν πληροί τις δηλωθέντες προδιαγραφές. Δυνατότητα επίσης για service προϊόντων, ανάλογα πάντα με το προϊόν. (Αναφορά για τα θέματα εγγυήσεων πρέπει να υπάρχει και στους Γ.Ο.Σ.)
- Τιμές. Ο πελάτης ενός ηλεκτρονικού καταστήματος πάντα συγκρίνει τις τιμές των προϊόντων που προσφέρει το κατάστημα με τις τιμές του ίδιου ή ομοειδών προϊόντων που προσφέρονται είτε από άλλα ηλεκτρονικά καταστήματα, είτε από καταστήματα της τοπικής του αγοράς. Η τιμή σε συνδυασμό πάντα με το ίδιο το προϊόν πρέπει να δημιουργεί κίνητρο αγοράς.

Συνήθη βήματα που προσομοιώνουν την λήψη απόφασης για μία ηλεκτρονική αγορά.





## 8 Θεσμικό πλαίσιο

Ένας από τους βασικούς παράγοντες που παρεμπόδισε την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου ήταν και η έλλειψη σαφούς θεσμικού πλαισίου και ξεκάθαρων νομοθετικών ρυθμίσεων αναφορικά σε ζωτικά θέματα του Διαδικτύου.

Το γεγονός αυτό προκάλεσε ανασφάλεια τόσο στους καταναλωτές όσο και στις επιχειρήσεις με αποτέλεσμα την καθυστέρηση της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Το γεγονός αυτό οφειλόταν στην μορφή και δομή του ίδιου του διαδικτύου, το οποίο μετασχημάτισε τις αγορές, παρεμβάλλοντας την τεχνολογία σε όλο το φάσμα των συναλλαγών. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την μη δυνατότητα της πλήρους εφαρμογής των ισχυουσών νομικών διατάξεων, οι περισσότερες από τις οποίες δεν είναι σε θέση να ανταποκριθούν στις ανάγκες και στις τεχνικές προδιαγραφές του διαδικτύου.

Σήμερα εάν και δεν έχουν λυθεί ακόμη όλα τα θέματα που άπτονται του θεσμικού πλαισίου για το ηλεκτρονικό εμπόριο και γενικότερα για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές, γίνεται μία συντονισμένη προσπάθεια

αντιμετώπισης του προβλήματος από την Ευρωπαϊκή Ένωση, η οποία θέλει να θέσει σταθερές νομικές βάσεις που να δημιουργούν ένα δίκτυο ασφαλείας για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Βασικός γνώμονας είναι η αύξηση των συναλλαγών (εμπορικών και μη) στο Internet με τις απαραίτητες, όμως, υποδομές που να αποδίδουν την κατάλληλη νομική ισχύ σε κάθε επίπεδο ηλεκτρονικής συναλλαγής, ενώ παράλληλα να ανοίγουν τον δρόμο για την πλήρη αποδοχή τους.

Η ελληνική έννομη τάξη προσπαθεί να προσαρμοστεί στη νέα εμπορική πραγματικότητα κυρίως με την προσαρμογή των ευρωπαϊκών νομοθετημάτων στο εσωτερικό δίκαιο. Με αυτόν τον τρόπο αρχίζει να παίρνει μορφή το νομοθετικό εκείνο καθεστώς που αναφέρεται στο ηλεκτρονικό εμπόριο Η ειδική νομοθεσία, σε συνδυασμό με τις προγενέστερες γενικές διατάξεις παρέχουν, στις μέρες μας, την βάση για την προστασία των ηλεκτρονικών συναλλαγών, ενώ παράλληλα τις αναγνωρίζουν ως νόμιμη συναλλακτική πρακτική (με ελάχιστες εξαιρέσεις).

Η καταγραφή και παρουσίαση του θεσμικού πλαισίου των ηλεκτρονικών συναλλαγών- αποτέλεσε αντικείμενο συγκεκριμένης ομάδας εργασίας του e-business forum το οποίο είναι ένας μηχανισμός διαβούλευσης και επικοινωνίας της πολιτείας με τον επιχειρηματικό κόσμο και την ακαδημαϊκή κοινότητα. Το e-business forum υλοποιείται από το ΕΔΕΤ (Εθνικό Δίκτυο Έρευνας Τεχνολογίας] στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Κοινωνία της Πληροφορίας», με στόχο την ανάπτυξη και την διάδοση του ηλεκτρονικού ε-παιχνιδιού στις ελληνικές επιχειρήσεις και την διαμόρφωση ιδεών και προτάσεων προς την πολιτεία. Το υλικό και τα πορίσματα της ομάδας που ασχολήθηκε με το θεσμικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι διαθέσιμα στο [www.e-businessforum.gr](http://www.e-businessforum.gr) στην σελίδα της ομάδας ΔΙ. Επίσης, στην ιστοσελίδα του Εμπορικού & Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών [www.acci.gr/eccom/legal](http://www.acci.gr/eccom/legal) υπάρχουν τα νομοθετικά κείμενα σε ηλεκτρονική μορφή.

Συνοπτικά σε σχέση με το νομοθετικό πλαίσιο για το ηλεκτρονικό εμπόριο, μπορούμε να αναφέρουμε κάποιες σημαντικές παρατηρήσεις:

Οποιαδήποτε αγορά μέσω του Διαδικτύου εμπίπτει στις διατάξεις των νόμων για την προστασία του καταναλωτή (Νόμος 2251/94]. Αυτό σημαίνει πως ο καταναλωτής έχει δικαίωμα να επιστρέψει το προϊόν (στην κατάσταση που το παρέλαβε] ακόμα και, στις περισσότερες περιπτώσεις, χωρίς να δώσει εξήγηση, μέσα σε δέκα (10] εργάσιμες ημέρες. Για τα αγαθά, από την ημερομηνία παραλαβής τους (χωρίς να έχει ανοιχτεί η συσκευασία του και σύμφωνα με τις ειδικές ρυθμίσεις που ισχύουν για συγκεκριμένες κατηγορίες προϊόντων], και για τις υπηρεσίες, από την ημερομηνία παραλαβής των εγγράφων που ενημερώνουν ότι έχει συναφθεί η σύμβαση αγοραπωλησίας. Βέβαια, το δικαίωμα αυτό (δικαίωμα υπαναχώρησης] ισχύει μόνον εφόσον ο καταναλωτής αγοράζει από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ] ή τις χώρες του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (ΕΟΧ].

Στην περίπτωση κρατήσεων δωματίων σε ξενοδοχείο με ηλεκτρονικό τρόπο, ο πελάτης έχει δικαίωμα να ακυρώσει την κράτηση αζημίωτα 21 ημέρες τουλάχιστον πριν από τη χρήση τους και το ξενοδοχείο είναι υποχρεωμένο να επιστρέψει στον καταναλωτή την προκαταβολή που τυχόν εισέπραξε (η προκαταβολή δεν επιτρέπεται να ξεπερνά το 25% του συνολικού τιμήματος]. Διαφορετικά ο καταναλωτής οφείλει να αποζημιώσει το ξενοδοχείο στο μισό του συμφωνηθέντος τιμήματος για όλη ή μέρος της περιόδου που δεν τα χρησιμοποίησε.

Εάν ο ιδιοκτήτης του ξενοδοχείου δεν διαθέσει δωμάτια για τα οποία αποδεδειγμένα ο πελάτης έχει κάνει κράτηση τότε ο ξενοδόχος οφείλει να μεταφέρει τον πελάτη σε άλλο ξενοδοχείο, ίδιας τουλάχιστον τάξης, στην ίδια περιοχή, με τις ίδιες ανέσεις και προϋποθέσεις διαμονής. Αν δεν το πράξει, οφείλει να αποζημιώσει τον πελάτη στη συνολική τιμή για όλο το συμφωνημένο διάστημα. (Κανονισμός Σχέσεων Ξενοδόχων - Πελατών, άρθρο 8 του Ν. 1652/86).

Πρέπει να επισημανθεί πως όσον αφορά τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, επίκειται σε κοινοτικό επίπεδο η έκδοση Οδηγίας για την εξ αποστάσεως εμπορία των υπηρεσιών αυτών. Σύμφωνα με τη υπάρχουσα Οδηγία 97/7/ΕΚ για την προστασία των καταναλωτών κατά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις, εξαιρούνται ρητά από το πεδίο εφαρμογής της οι συμβάσεις που αφορούν χρηματοοικονομικές υπηρεσίες.

## 9 Λοιπά θέματα για το ηλεκτρονικό εμπόριο

Το ηλεκτρονικό εμπόριο εξελίσσεται και μαζί με αυτό εξελίσσονται και μία σειρά σχετικών θεμάτων που άπτονται του ηλεκτρονικού εμπορίου. Δύο από τα πιο σημαντικά είναι η ασφάλεια των συναλλαγών και οι ηλεκτρονικές πληρωμές. Και τα δύο βρίσκονται σε άμεση συσχέτιση, αφενός με την εξέλιξη της τεχνολογίας του Internet και αφετέρου με την διαμόρφωση του νομικού πλαισίου που προστατεύει τις ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Η ανάλυση των συγκεκριμένων θεμάτων ξεφεύγει από τους σκοπούς του παρόντος εγχειριδίου, κρίνεται όμως σημαντικό να γίνει μία γενική αναφορά, η οποία μπορεί να δώσει από κει και πέρα το έναυσμα στον/στην αναγνώστη για την περαιτέρω διερεύνηση τους.

Όσον αφορά την **ασφάλεια των συναλλαγών** η Ευρωπαϊκή Επιτροπή από το 1997 έχει δημοσιεύσει ένα σύνολο κανονιστικών ζητημάτων και σχεδιάζει ένα πλαίσιο ρυθμίσεων και δράσεων για την ασφαλή λειτουργία της ηλεκτρονικής αγοράς υπηρεσιών και προϊόντων.

Όσον αφορά τους χρήστες, μερικές συνήθεις απαιτήσεις ασφάλειας όσον αφορά τις ηλεκτρονικές συναλλαγές είναι: η εμπιστευτικότητα (*confidentiality*) και η ακεραιότητα (*integrity*) των διακινουμένων μηνυμάτων, η αυθεντικοποίηση (*authentication*) αποστολέα, η μη-αποποίηση (*non-repudiation*) αποστολής και λήψης μηνύματος, η διαθεσιμότητα (*availability*) του συστήματος, η χρονοσήμανση (*time stamping*) αποστολής ή λήψης ενός μηνύματος, η υπευθυνότητα μιας δράσης (*accountability*) κ.λπ. Η κρυπτογράφηση των διακινουμένων πληροφοριών παίζει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη των συστημάτων ασφαλείας. Για παράδειγμα, οι ψηφιακές υπογραφές (*digital signatures*) χρησιμοποιούνται για να επαληθεύσουν το φορέα αποστολής δεδομένων και να διασφαλίσουν τη μη τροποποίηση και μη αποποίηση ενός μηνύματος ενώ η κρυπτογράφηση και αποκρυπτογράφηση (*encryption/decryption*) αξιοποιούνται για τη διατήρηση της εμπιστευτικότητας των δεδομένων της επικοινωνίας.

Όσον αφορά τις **ηλεκτρονικές πληρωμές** (*electronic payments*), στην πιο γενική του μορφή, ο όρος περιλαμβάνει κάθε πληρωμή προς τις επιχειρήσεις, τις τράπεζες ή τις δημόσιες υπηρεσίες από πολίτες ή επιχειρήσεις οι οποίες εκτελούνται με την μεσολάβηση ενός τηλεπικοινωνιακού ή ηλεκτρονικού δικτύου με χρήση της σύγχρονης τεχνολογίας.

Ο διαρκώς αυξανόμενος όγκος συναλλαγών μέσω του Internet έχει οδηγήσει στην ανάπτυξη καινοτόμων συστημάτων ηλεκτρονικών πληρωμών, τα οποία προσπαθούν να υποστηρίξουν τα νέα χαρακτηριστικά και απαιτήσεις των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Ο χώρος βέβαια των ηλεκτρονικών πληρωμών εξελίσσεται ταχύτατα καθώς συνεχώς καινούρια συστήματα αναπτύσσονται στον χώρο.

Μερικά από τα πιο γνωστά συστήματα ηλεκτρονικών πληρωμών που υπάρχουν είναι τα ακόλουθα:

- Πιστωτικές κάρτες
- Μεταφορά ποσών επί πιστώσει
- Πάγιες εντολές
- Χρεωστικές κάρτες
- Ηλεκτρονικές επιταγές
- Σχήματα ηλεκτρονικού χρήματος
- Πληρωμές μεταξύ ομότιμων
- Προπληρωμένες κάρτες

Τα διάφορα συστήματα ηλεκτρονικών πληρωμών χρησιμοποιούνται περισσότερο ή λιγότερο, ανάλογα με το είδος της συναλλαγής και τα συναλλασσόμενα μέρη, ενώ κάθε ένα από αυτά παρουσιάζει πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα.

Περισσότερες πληροφορίες για τα θέματα των ηλεκτρονικών πληρωμών, ασφάλειας των συναλλαγών καθώς και για τις σύγχρονες εξελίξεις στο ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να βρεθούν στον δικτυακό τόπο του E-business Forum [www.businessforum.gr](http://www.businessforum.gr).

## 10 Μελέτη Περίπτωσης Amazon.com – Virtual Merchant Business Model

### Amazon.com- Ιστορικό

Ιδρύθηκε από τον Jeff Bezos, Μηχανικό Η/Υ απόφοιτο του Princeton University.

- Η βάση της εταιρίας ήταν το Seattle. Δεν υπήρχε προϋπηρεσία στολιανεμπόριο (ηλεκτρονικό ή συμβατικό).
- Τον Ιούλιο του 1995, η Amazon.com, ξεκινά τη λειτουργία της με τη μορφή ενός on-line βιβλιοπωλείου.
- Η αρχική σκέψη για την ονομασία της ήταν Cadabra (απορρίφτηκε λόγω της ηχητικής της απόδοσης cadaver= πτώμα).
- Η επιχείρηση μεγάλωσε με ταχείς ρυθμούς και μετατράπηκε σε ένα virtual Wal-Mart του διαδικτύου για την πώληση διαφορετικών μεταξύ τους προϊόντων όπως Music CDs, Cookware, Toys and Games and Tools and Hardware.
- Δύο ήταν τα βασικά στοιχεία του οράματος της επιχείρησης:

Η Amazon να επικεντρωθεί στην εξυπηρέτηση των ιδιαίτερων αναγκών του πελάτη περισσότερο από κάθε άλλη επιχείρηση στον κόσμο (customer centric company- personalized services).  
Η Amazon να γίνει μια επιχείρηση από την οποία ο καταναλωτής να μπορεί να αγοράσει τα πάντα.

- Εντυπωσιακή είναι η άποψη που έχει ο ιδρυτής της Amazon για την ουσία του e-tailing:

*“Our goal is to be Earth's most customer-centric company. We want to redecorate the store for each and every individual customer. If we have 10.7*

*million customers, as we did at the end of the last quarter, then we should have 10.7 million stores”.*

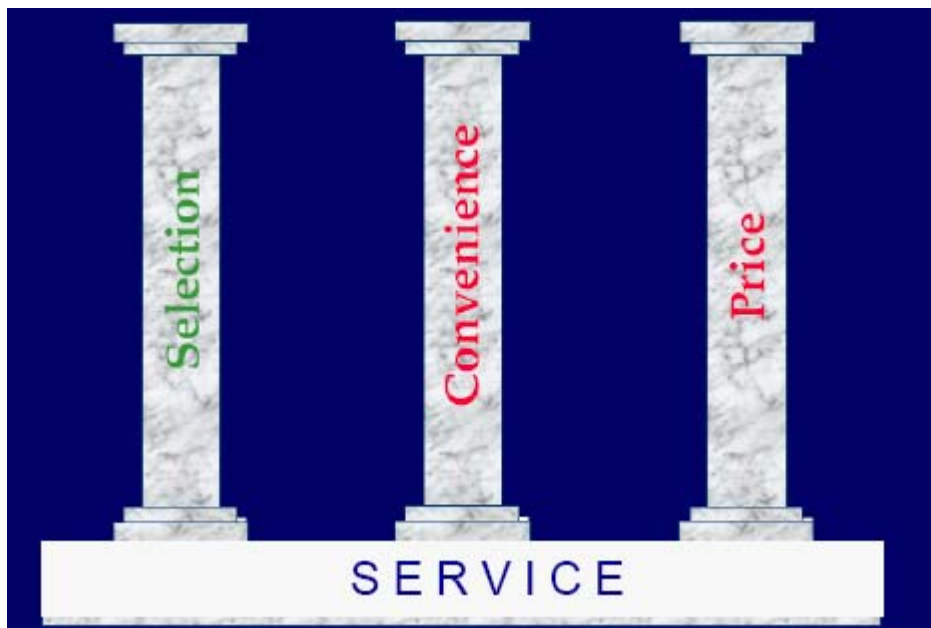
**amazon.com.**

**Your StoreService.....!**

*“Look at e-retailing. The key trade that we make is that we trade real estate for technology. Real estate is the key cost of physical retailers. That's why there's the old saw: location, location, location. Real estate gets more expensive every year, and technology gets cheaper every year. And it gets cheaper fast.”*

- 'Ο Jeff Bezos σε μια άλλη συνέντευξη του αναφέρει τα συστατικά της επιτυχίας της επιχείρησής του με γραφικό τρόπο:

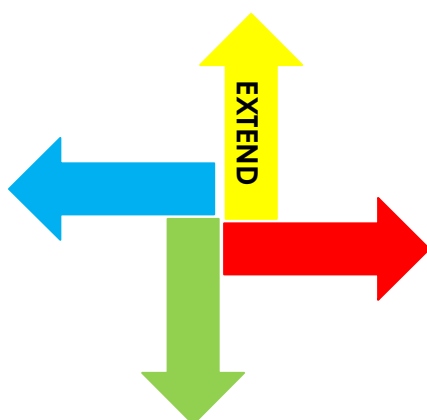
*" Bill Gates laid it out in a magazine interview. He said, "I buy all my books at Amazon.com because I'm busy and it's convenient. They have a big selection, and they've been fast & reliable." Those are three of our four core value propositions: convenience, selection, service. The only one he left out is price: we are the broadest discounters in the world in any product category. But maybe price isn't so important to Bill".*



## Η Εξέλιξη του Επιχειρηματικού Μοντέλου της Amazon.com

### Extend

Υιοθέτηση και χρήση ενός καινούριου επιχειρηματικού μοντέλου, όπως π.χ. δημοπρασίες, τα z-shops, ή το μοντέλο των associates.



### Exchange Business Models

- Amazon auctions
- Sotheby's.com

### Marketplace Business Models

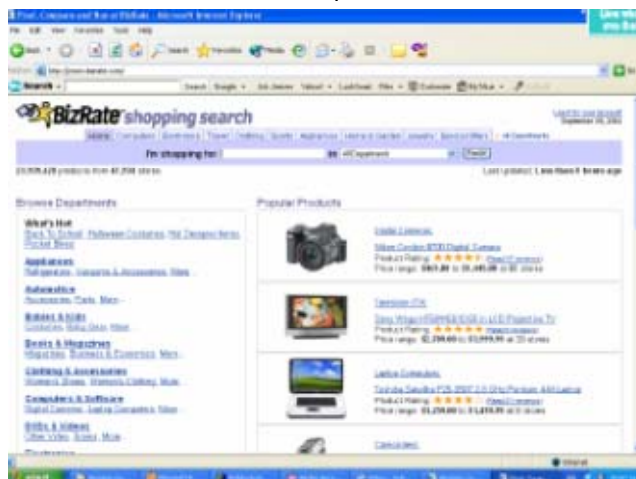
- Drugstore.com
- Greenlight.com
- Webvan.com
- Imdb.com
- Zshops.com



## Amazon.com – The Associates Program

- Άμεσα συνδεδεμένες επιχειρήσεις (affiliates or associates). Οι βασικές ιδέες κάτω από αυτό το επιχειρησιακό μοντέλο είναι οι κάτωθι:
  - Συνεργασία με μικρά sites τα οποία λειτουργούν σαν γεννήτριες κυκλοφορίας (traffic generators) για την επιχείρηση.
  - Τα site αυτά παρουσιάζουν προϊόντα παρέχοντας και το σχετικό link στο site της Amazon (recommended product links ή individual item links).
  - Κάθε site εισπράττει 15% για κάθε αγορά που γίνεται μετά από απευθείας reference και 5% για όλες τις επόμενες από τον ίδιο καταναλωτή.
  - Κάθε affiliate site φέρει το logo της Amazon, ενισχύοντας έτσι το brand name της εταιρίας και την online παρουσία της.
  - Μεγάλο πλεονέκτημα αυτού του μοντέλου είναι η απολογιστική μορφή της αμοιβής (traffic based).
  - Η Amazon, πατεντάρισε αυτό το επιχειρηματικό μοντέλο και μέχρι σήμερα ο αριθμός των affiliates ξεπέρασε το 1.000.000.

### Associates-Price comparison



## Amazon.com – Partnering

- Η κεντρική ιδέα ήταν η αγορά μεριδίου διαδικτυακών επιχειρήσεων σε αγορές που η Amazon δεν είχε δραστηριοποίηση με στόχο την ενδυνάμωση τους και την επίτευξη θετικών μεγεθών σε εύλογο χρονικό διάστημα χωρίς από την άλλη μεριά την πλήρη ανάληψή του επιχειρηματικού ρίσκου.
- Αποκτήθηκαν μερίδια στις Drugstore.com, HomeGrocer.com, Pets.com, Ashford.com, Gear.com, Audible.com, Greenlight.com, Living.com, Della.com.
- Ύψος επένδυσης = Μ\$ 160. Σε κάποιες περιπτώσεις το ποσοστό ιδιοκτησίας έφτανε και το 50% (Drugstore.com = 46%, Pets.com = 50%).
- Το μοντέλο αυτό δεν απέδωσε τα αναμενόμενα αποτελέσματα.



a better way to shop for health & beauty



audio that speaks to you wherever you are



Everything you need to plan the perfect wedding. Yours.



- Η Amazon.com παρέχει διαδικτυακό χώρο για κάθε είδους μικρή ή μικρομεσαία εμπορική επιχείρηση.
- Η Amazon.com είναι αυτή που εγγυάται για την σωστή και στο ακέραιο παράδοση και την επιστροφή ή αποζημίωση ελαττωματικού προϊόντος.
- Οι εμπορικές επιχειρήσεις βρίσκουν έναν φτηνό τρόπο να διαθέσουν τα προϊόντα τους χρησιμοποιώντας την καταναλωτική βάση αλλά και την αξιοπιστία του ονόματος της Amazon.com.
- Η Amazon αποκτά παρουσία σε προϊόντα που δε διαχειρίζεται.

Η Amazon.com δημιουργεί έσοδα με έναν από τους κάτωθι τρόπους:

- Listing Fees
- Κάθε εμπορική επιχείρηση πληρώνει \$39.99 το μήνα για καταλόγους ως 40,000 κωδικούς.



- Για κάθε έναν κωδικό πάνω από τους 40,000 η εμπορική επιχείρηση χρεώνεται \$0.10 το μήνα.
- Merchandising Fees
- Οι εμπορικές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τα εργαλεία διαφήμισης του Amazon για να προσελκύσουν πελάτες.
- Για κάθε προϊόν με τιμή πώλησης από \$0.01 ως \$25.00, η Amazon χρεώνει 5%, ενώ για κάθε προϊόν από \$25.01 ως \$1,000.00 η Amazon χρεώνει \$1.25 + 2.5% για κάθε ποσό πάνω από \$25.
- Για κάθε προϊόν πάνω από \$1,000.01, η Amazon χρεώνει \$25.63 +1.25% για το ποσό πάνω από \$1,000.

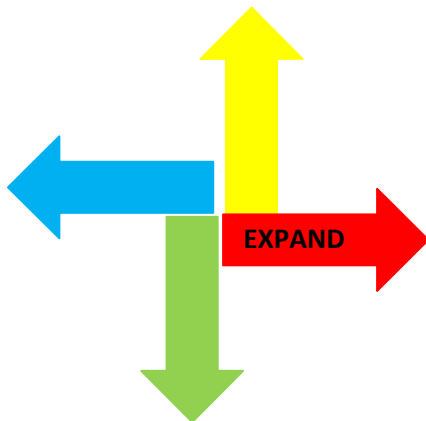


## **Amazon.com – Auctions**

*Ανακοίνωσε τη λειτουργία τους στις 30 Μαρτίου 1999. Κύριος λόγος το eBay. Οι βασικοί στόχοι της εισόδου στο χώρο των auctions είναι οι εξής:*

- *Cross Selling- διεύρυνση της αγοραστικής μάζας.*
- *Επέκταση της γκάμας των προϊόντων που εκείνη την εποχή πρόσφερε το eBay (antique and collectors mostly).*
- *Η παρακολούθηση των εξελίξεων στον ανταγωνισμό, π.χ.:*
  - *PriceLine.com reverse auctions μπήκε στο χρηματιστήριο στις 30 Μαρτίου 1999.*
  - *Η eBay έκλεισε συμφωνία με την AOL (America On Line) για την προώθηση των δημοπρασιών της.*
- *Πως διαφοροποιήθηκε η Amazon κατά την είσοδο της στο χώρο;*
  - *Εγγύηση επιστροφής χρημάτων για αγορές κάτω από \$ 250.*
  - *Δημιουργία εμπορικών καταστημάτων που πωλούν μέσω δημοπρασιών μέσα στο site της Amazon.*
- *Η προσπάθεια δεν είναι πετυχημένη. Το eBay συνεχίζει να κατέχει το μεγαλύτερο κομμάτι της αγοράς.*

## Amazon.com – Expand



Διεύρυνση της δραστηριότητας της επιχείρησης σε μια καινούρια κατηγορία προϊόντων ή σε μια καινούρια γεωγραφική περιοχή, π.χ. Πώληση προϊόντων όπως CD, Ηλεκτρονικά, Είδη Κουζίνας κ.ο.κ.

### E-Retail Business Model

- US Books
  - Music
  - Video/Dvd
  - Electronics
  - Kitchen
  - Lawn and Patio
  - Home improvements
  - Amazon.com Europe
- Το ξεκίνημα που έγινε με τη διαλ  
επέκταση και σε άλλες κατηγορίες

με την

	amazon.com.	amazon.co.uk.	amazon.de.	amazon.co.jp.	amazon.fr.	amazon.ca.
Books	'95	'98	'98	'00	'00	'02
Music/DVD/Video	'98	'99	'99	'01	'00	'02
Video Games & Software	'99	'00	'00	'01	'01	'03
Electronics	'99	'01	'01	'03		
Toys & Baby	'99	'01				
Tools & Hardware	'99	'04	'04			
Kitchen & Housewares	'00	'04	'04	'03		
Office Products	'02					
Apparel & Accessories	'02					
Sports & Outdoors	'03					
Gourmet Food	'03					
Jewelry & Watches	'03					
Health & Personal Care	'03					
Beauty	'04					
Third Party Sellers						
Marketplace	'00	'02	'02	'02	'03	'03
Merchants@	'02					

**Expect More Category and Country Expansion Over Time**

## Expand/ Πλεονεκτήματα

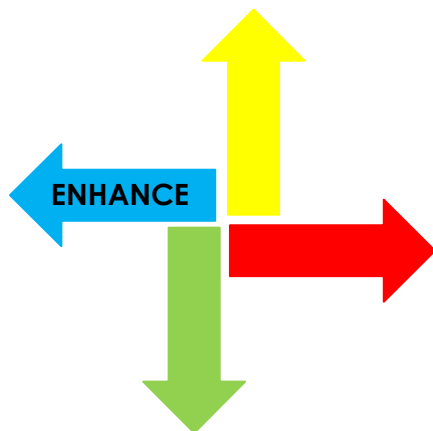
Οι απόψεις δίστανται σε σχέση με την επεκτατική πολιτική της Amazon. Υπέρ της έχουν αναφερθεί τα πιο κάτω επιχειρήματα:

- **Cross Selling:** Κτήση όσο το δυνατόν μεγαλύτερου κομματιού του συνολικού αγοραστικού καλαθιού του καταναλωτή (shopping basket). Buy Everything – not only books.....
- **Economies of Scale:** Κατανομή του σταθερού κόστους για την ανάπτυξη του λογισμικού των online storefronts σε μεγαλύτερο αριθμό εμπορικών συναλλαγών. Be big...or be small....never medium.....
- **Large Scale:** Αν η Amazon δεν επεκτεινόταν και σε άλλες αγορές δε θα μπορούσε ποτέ να καρπωθεί τα οφέλη μιας πραγματικά κολοσσιαίας επιχείρησης (π.χ. τεράστιοι τζίροι, παγκόσμια φήμη, ραγδαία αυξανόμενη επισκεψιμότητα).
- **Wall Street Darling:** Για πολλά χρόνια η Amazon αποτελούσε το χαϊδεμένο παιδί της Wall Street αποτελώντας σύμβολο της νέας οικονομίας και της αλλαγής του επιχειρείν. Το μέγεθος της, της επέτρεψε να εκμεταλλευτεί αυτή τη συγκυρία προς όφελος της.

## Expand/ Μειονεκτήματα

- **Brand Loyalty:** Μεγάλο κομμάτι της αγοράς αδυνατεί ή είναι διστακτικό να θεωρήσει την Amazon.com σαν κάτι πέρα από ένα on line βιβλιοπωλείο.
- **Cost of Complexity:** Όσο η λειτουργία της επιχείρησης διευρύνεται τόσο η δομή του κόστους γίνεται πιο σύνθετη. Το τεχνολογικό κόστος δεν αποτελεί πια το μεγαλύτερο κομμάτι του συνολικού (κόστος διαχείρισης, αποθήκευσης και αποθέματος τελικών προϊόντων).
- **Competition:** Σε αντίθεση με τις διαδικτυακές πωλήσεις βιβλίων που η Amazon ήταν πρωτοπόρος, στις αγορές νέων κατηγοριών προϊόντων αυτό δε συμβαίνει. Ο ανταγωνισμός εκεί είναι μεγάλος (π.χ. JC Penney, Circuit City).
- **New Products/ New Troubles:** Το βιβλίο από τη φύση του είναι ένα εύκολα διαχειρίσιμο προϊόν και η Amazon έχει μεγάλη εμπειρία στην εμπορία του. Η επέκταση όμως της Amazon έγινε σε:
  - **Bulky Products:** Δύσκολα στην αποθήκευση, ακριβά στη διανομή και στην επιστροφή τους.
  - **Non- Informational Products:** Απώλεια του πλεονεκτήματος ιδιαίτερων υπηρεσιών, όπως customer & editor reviews, sample chapters, table of contents.

## Amazon-Enhance



Το Amazon σταδιακά ενσωμάτωσε μια σειρά από υπηρεσίες όπως Movie Show times, wish list, in store pick up, Restaurants.....etc

### E-Retail Business Model

- US Books



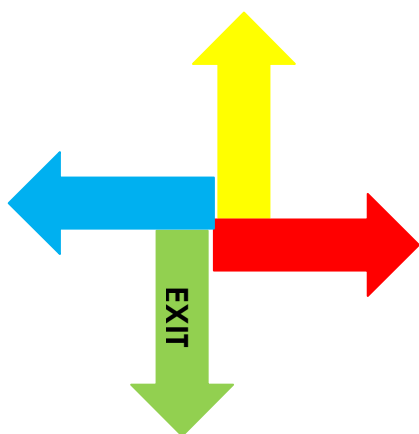
Η Amazon, ήταν πρωτοπόρος πάντα την αναβάθμιση της αγοραστικής εμπειρίας που προσφέρει είναι:

- One-click Shopping: Σε μια κίνηση εντυπωσιασμού η Amazon, πατεντάρισε το σύστημα σταματώντας τη λειτουργία του από τη Barnes and Noble.
- Product Review Information: Editorial reviews / customer reviews.
- Purchase Circles: Χρησιμοποιεί τα στοιχεία των πωλήσεων για να δημιουργήσει κύκλους ενδιαφέροντος με βάση τη γεωγραφική θέση ή ακόμα συγκεκριμένη επιχείρηση ή ακαδημαϊκό ίδρυμα.
- Wish List: Είναι μια «δημόσια» λίστα επιθυμιών του πελάτη.
- Your Store: Ένα προσωπικό κατάστημα για κάθε πελάτη που βασίζεται στις αγοραστικές του συνήθειες και στο προφίλ που έχει δηλώσει κατά την εγγραφή του.
- Recommendations: Σε συνδυασμό με την προηγούμενη υπηρεσία το σύστημα προτείνει στον πελάτη βιβλία ή μουσικά CD και ταινίες DVD.
- E-mail alerts: Το Amazon ειδοποιεί τους πελάτες για τις καινούριες κυκλοφορίες με βάση τα favorite tabs.

Άλλες υπηρεσίες που παρέχει η Amazon.com είναι:

- Outlet
- Make Money
- Amazon.com Anywhere
- Credit Account
- Early Adopters
- E-Cards
- Gift Certificates
- Advanced (narrow down) Search
- Movie Show times
- Fund Raising – Donating
- CarsDirect.com
- Corporate Accounts
- Friends & Favorites
- In Store Pick Up
- Restaurants
- Travel
- Honor System
- Wedding Registry

### Amazon-Exit



- Η Pets.com partner επιχείρηση της Amazon.com ανακοινώνει την παύση των εργασιών της στις 7 Νοεμβρίου του 2000, <http://news.com.com/2100-1017-248230.html?legacy=cnet>

- Η Living.com partner επιχείρηση της Amazon.com ανακοινώνει χρεοκοπία στις 15 Αυγούστου του 2000, <http://news.com.com/2100-1017-244494.html?legacy=cnet>

#### Exit

Παύση εργασιών της επιχείρησης, αποχώρηση από μια αγορά ή απλά τερματισμός της προσφοράς ενός συγκεκριμένου προϊόντος ή υπηρεσίας, όπως π.χ. Η σκέψη για παύση διάθεσης των cookware

## Amazon.com – Ποιότητα Παροχής Υπηρεσιών



The image shows the American Customer Satisfaction Index (ACSI) logo on the left, which includes a star and a rising line graph. To the right of the logo is the number '88' in large, bold, yellow font. Below the logo and number is the quote: "If They go any Higher, They Will get a Nose Bleed." At the bottom, a red-bordered box contains the text: "Highest Ever Service Industry Score -- Online or Offline". Below this box is the source information: "Source: American Customer Satisfaction Index – February, 2004. University of Michigan, American Society for Quality, CFI Group."

**88**

*"If They go any Higher, They Will get a Nose Bleed."*

**Highest Ever Service Industry Score -- Online or Offline**

Source: American Customer Satisfaction Index – February, 2004. University of Michigan, American Society for Quality, CFI Group.

## Amazon.com – Παροχέας Τεχνολογίας

- Η Amazon είναι γνωστή ως e-tailer και service provider. Είναι όμως και πολύ σημαντικός technology provider.
- Έχει κλείσει στρατηγικές συμφωνίες με επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου οι οποίες χρησιμοποιούν την τεχνογνωσία και την τεχνολογία της Amazon, για την ικανοποίηση των παραγγελιών και την εξυπηρέτηση των πελατών (Target.com, OfficeDepot.com, BabiesRUS.com και ToysRus.com).
- 2001, συμφωνία με τη Circuit City, καταναλωτές βάζουν παραγγελία στο Amazon και παραλαμβάνουν από το κοντινότερο κατάστημα της Circuit City (In Store Pick Up). Παρόμοιες συμφωνίες έχουν κλειστεί και με τις Borders, Inc., και Office Depot

## Amazon.com – Κερδοφόρα ή Όχι;

- Η Amazon παρουσίασε τα πρώτα της κέρδη (5.8 εκ. Δολάρια) το τελευταίο τρίμηνο του 2001. Τον Νοέμβριο του 2001 και εξαιτίας της στρατηγικής πωλήσεων η Amazon, εμφάνισε 31 εκ. επισκέπτες για το μήνα Νοέμβριο ενώ κατετάγη μέσα στις 10 πιο ραγδαία αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις ηλεκτρονικού λιανεμπορίου.
- Σωρευτικά η Amazon όμως παρουσιάζει ένα έλλειμμα της τάξης του 600 εκ.δολαρίων. Κύριοι λόγοι για αυτό είναι:

- Υπερβολικά μεγάλο κόστος μάρκετινγκ και διαφήμισης ιδίως στα πρώτα χρόνια λειτουργίας (16,33% of net sales-1997, 10,72% - 1999, 6,52% - 2000).
- Επενδυτικά σφάλματα ιδίως στο κομμάτι του partnership (π.χ.Pets.com,Homegrocer.com έχουν ήδη χρεοκοπήσει). Μόνο για το 2000, η επιχείρηση έχασε \$ M135.
- Πρόωρη επέκταση της επιχείρησης σε πολλές νέες κατηγορίες προϊόντων και στην παροχή νέων υπηρεσιών οι οποίες θα αργήσουν ακόμα να αποδώσουν.
- Η in house ανάπτυξη των απαραίτητων τεχνολογιών κόστισε πολύ ακριβά στην επιχείρηση.

### **Amazon.com – Το Μέλλον**

- Μελέτες καταδεικνύουν πως οι επιχειρήσεις που θα επιζήσουν στη dotcom αρένα θα είναι εκείνες οι οποίες θα εμπορεύονται προϊόντα πληροφορίας (information goods).
- Προς το παρόν η Amazon είναι μια επιχείρηση όπως όλες οι άλλες. Πουλά προϊόντα τα οποία παράγονται, αποθηκεύονται, εμπορεύονται, πωλούνται και παραδίδονται στους πελάτες. Με αυτό τον τρόπο όμως η επιχείρηση ανταγωνίζεται το οποιοδήποτε brick & mortar κατάστημα στον πλανήτη και τα διαδικτυακά καταστήματα.
- Τα προϊόντα πληροφορίας αντίθετα είναι άυλα, δεν χρειάζονται φυσική αποθήκευση και πωλούνται και ξαναπωλούνται χωρίς να απαιτείται η φυσική αναπλήρωση τους. Επιπρόσθετα δεν απαιτείται καμία υποδομή πέρα από την τεχνολογική.
- Το μέλλον λοιπόν και η επιβίωση του Amazon βρίσκεται στη μετατροπή του φυσικού του αποθέματος, σε ηλεκτρονικό απόθεμα και ίσως και η εγκατάλειψη κάποιων product categories, στα οποία χωρίς ιδιαίτερη σύνεση,δραστηριοποιήθηκε.

## 11 Συμπεράσματα

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η παροχή αγαθών και υπηρεσιών μέσω internet συνήθως έναντι αμοιβής. Συνδεόμαστε με μια ιστοσελίδα η οποία προσφέρει κάποια συγκεκριμένη υπηρεσία , συμβουλευόμαστε τον κατάλογο , επιλέγουμε το προϊόν που θέλουμε και συμπληρώνουμε την εντολή αγοράς διευκρινίζοντας τον τρόπο πληρωμής.

Είναι προφανές ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να αυξήσει τις πωλήσεις , να μειώσει το κόστος, δημιουργώντας τεράστιες προοπτικές ανάπτυξης για τις επιχειρήσεις. Βελτιώνοντας τους τρόπους πρόσβασης στις αγορές , εξοικονομώντας χρόνο και μηδενίζοντας τις αποστάσεις. Το επιχειρηματικό σκηνικό βελτιώνεται σημαντικά γιατί αλλάζει και η έννοια της ίδιας της αγοράς επεκτεινόμενη σε όλο τον πλανήτη.

Πολλοί νομίζουν ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι να διαθέτει μια επιχείρηση ένα δικτυακό τόπο. Αλλά το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι κάτι πολύ παραπάνω από αυτό. Υπάρχουν πολλές εφαρμογές του ηλεκτρονικού εμπορίου , όπως η ηλεκτρονική τραπεζική , η αγορά προϊόντων και υπηρεσιών από ηλεκτρονικά καταστήματα και εμπορικά κέντρα, η αγορά μετοχών, η εύρεση εργασίας , κ.α .

Οι εφαρμογές του καλύπτουν όλο τον εμπορικό κύκλο από την ηλεκτρονική διακίνηση πληροφοριών έως την ολοκλήρωση συναλλαγών που αφορούν αγαθά και υπηρεσίες συμπεριλαμβάνοντας και τρίτους φορείς 'όπως τράπεζες ,ασφαλιστικές και logistics. Πολλές επιχειρήσεις έχουν γίνει εξαιρετικά κερδοφόρες μέσω των ηλεκτρονικών πωλήσεων. Μικρές εταιρίες αλλά και μεμονωμένα άτομα μπορούν να εμπορευτούν τα προϊόντα τους και τις υπηρεσίες τους σε παγκόσμια κλίμακα.

Η επικοινωνία της πληροφορίας παρέχει την δυνατότητα να ωφελούνται οι πολίτες και οι καταναλωτές αλλά επίσης φέρνει και νέες προκλήσεις που θα πρέπει να αντιμετωπιστούν. Τα εδώ και πολύ καιρό κατοχυρωμένα δικαιώματα , όπως το δικαίωμα για νόμιμη αποζημίωση και το δικαίωμα για την προστασία των προσωπικών δεδομένων , μπορεί να απειληθούν από νέες τεχνολογίες επεξεργασίας δεδομένων και από την δυναμική της ηλεκτρονικής αγοράς. Η αυτοπεποίθηση του καταναλωτή θα κλονιστεί αν δεν είναι εγγυημένα τα δικαιώματα τους όταν χρησιμοποιούν το διαδίκτυο.

Για να ωφεληθούν από την κοινωνία της πληροφορίας οι πολίτες πρέπει να ληφθούν οι σωστές αποφάσεις. Η αντιμετώπιση των προκλήσεων δεν πρέπει να αφεθεί στην καλή θέληση των εταιριών που δραστηριοποιούνται στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Το σχέδιο δράσης της ευρωπαϊκής επιτροπής πρέπει να δίνει μεγάλη προσοχή στις νόμιμες οικονομικές , πολιτιστικές ,ανθρώπινες και καταναλωτικές απόψεις για μια καλύτερη κοινωνία πληροφοριών.



## 12 Βιβλιογραφία

- 1 Πομπόρτσης Α & Τσούλφας Α (2002) Εισαγωγή στο ηλεκτρονικό εμπόριο  
Θεσσαλονική Τζιόλα
- 2 Ιγγλεζάκης Δ (2003) Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου Σάκκουλα
3. Δημητριάδης Σέργιος – Ηλεκτρονικό εμπόριο και μάρκετινγκ , rosili
- 4 [www.webdesignendepot.com](http://www.webdesignendepot.com)