

ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΧΡΗΜΑ & ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ



ΜΠΟΥΡΧΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ Α.Μ: 14535
ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:
Νικόλαος Συκιανάκης

Φεβρουάριος 2017

**ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ
&
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ**



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΧΡΗΜΑ	8
1.1 Έννοια του ηλεκτρονικού χρήματος και χαρακτηριστικά	8
1.2 Μορφές ηλεκτρονικού χρήματος	9
1.2.1 Ηλεκτρονικό πορτοφόλι	9
1.2.2 Ηλεκτρονικό χρήμα λογισμικής μορφής	10
1.2.3 Πιστωτική κάρτα	/10
1.Ορισμός	10
2.Ιστορική αναδρομή	10
3. Η Μορφή της Πιστωτικής κάρτας.	11
4. Οι Βασικές λειτουργίες της Πιστωτικής κάρτας	11
5. Η Πιστωτική κάρτα ως μέσο πληρωμών	12
6. Η Πιστωτική κάρτα ως μέσο πίστωσης	12
7. Τα είδη της Πιστωτικής κάρτας	13
8. Τα πλεονεκτήματα της Πιστωτικής κάρτας.	14
1.2.4 Paypal	16
1. Ορισμός	16
2. Η ιστορία του Paypal	16
3. Τρόπος λειτουργίας του Paypal	17
4. Ασφάλεια και Paypal	18
5. Πιθανή απάτη και ηλεκτρονικό ψάρεμα	18
6. Πλεονεκτήματα του Paypal	19
7. Εγγραφή στο Paypal	20
8. Τρόποι πληρωμής	20
1.2.5 Bitcoin	22
1.Ορισμός	22
2.Ο μυστηριώδης ερευνητής	23
3.Γιατί να χρησιμοποιήσω Bitcoin; Ποιά τα πλεονεκτηματά του;	23

4. Πώς δημιουργούνται τα Bitcoins.....	25
5. Πώς μπορώ να αποκτήσω Bitcoins.....	25
6. Bitcoin mining.....	26
7. Παράδειγμα συναλλαγής με Bitcoins	26
8. Μειονεκτήματα και πιθανοί κίνδυνοι.....	27
9. Η επίδρασή του στις μέρες μας.....	30
1.3 Πρόσωπα και έννομες σχέσεις ηλεκτρονικού χρήματος	32
1.4 Το ηλεκτρονικό χρήμα και η φοροδιαφυγή.....	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Το ηλεκτρονικό εμπόριο.....	35
2.1 Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου.....	35
2.2 Ορισμός.....	36
2.3 Διακρίσεις ηλεκτρονικού εμπορίου.....	36
2.4 Κατηγορίες ηλεκτρονικού εμπορίου.....	37
2.4.1 Ηλεκτρονικό εμπόριο επιχείρησης προς καταναλωτή.....	38
2.4.2 Ηλεκτρονικό εμπόριο επιχείρησης-Δημόσια διοίκηση και καταναλωτή-Δημόσια διοίκηση.....	38
2.4.3 Ηλεκτρονικό εμπόριο επιχείρησης προς επιχείρηση.....	38
2.5 Επιχειρηματικά μοντέλα διαδικτύου.....	39
2.5.1 E-shop.....	39
2.5.2 E-commerce.....	40
2.5.3 E-business.....	40
2.5.4 E-enterprise.....	41
2.5.5 E-Marketplace.....	42
2.5.6 E-Procurement.....	42
2.5.7 E-Mall.....	43
2.6 Πλεονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου.....	44
2.6.1 Πλεονεκτήματα ως προς τον καταναλωτή.....	44
2.6.2 Πλεονεκτήματα ως προς την εταιρεία.....	45
2.7 Μειονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου.....	46
2.8 Εφαρμογές-Τεχνολογίες ηλεκτρονικού εμπορίου.....	47
2.8.1 Επίπεδο Ασφαλών Συνδέσεων.....	47
2.8.2 Έξυπνες κάρτες.....	47
2.8.3 Ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων.....	48
2.8.4 Ασφαλείς ηλεκτρονικές συναλλαγές.....	49

2.8.5 Γραμμωτός κωδικός.....	49
2.8.6 Πιστοποίηση και ασφάλεια	50
2.9 Ηλεκτρονικοί πελάτες	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα.....	52
3.1 Ιστορική αναδρομή του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα	52
3.2 Η αγορά του ηλεκτρονικού εμπορίου μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτή στην Ελλάδα.....	53
3.3 Οι σύγχρονες τάσεις πωλήσεων για τις ελληνικές επιχειρήσεις μέσω του Διαδικτύου	60
3.4 Η σημασία του ηλεκτρονικού επιχειρείν για τις ελληνικές επιχειρήσεις και την Ελλάδα.....	61
3.5 Κινήσεις που θα βοηθήσουν τον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου	63
3.6 Το διαδίκτυο και το ηλεκτρονικό επιχειρείν ως μοχλός οικονομικής ανάπτυξης	64
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	66
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	68

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το ηλεκτρονικό χρήμα στις δύσκολες οικονομικές μέρες που διανύουμε, αποτελεί πλέον ένα βασικό συναλλακτικό μέσο. Η καθιέρωση του ηλεκτρονικού χρήματος, οφείλεται αρχικά στην συνεχή τεχνολογική εξέλιξη των τελευταίων χρόνων, στην διευκόλυνση του ρυθμού της καθημερινότητας μας και για λόγους ασφάλειας των συναλλασσόμενων. Έτσι, το ηλεκτρονικό χρήμα εισέβαλε στην καθημερινότητα μας με τις εξής μορφές, όπως το ηλεκτρονικό πορτοφόλι και το δικτυακό χρήμα. Επίσης δημιουργείται μια τριμερής σχέση μεταξύ εκδότη, κατόχου και αντισυμβαλλόμενου του κατόχου, ο αντισυμβαλλόμενος μπορεί να είναι είτε φυσικό είτε νομικό πρόσωπο. Με το ηλεκτρονικό χρήμα έχουμε συναλλαγές μέσω τραπεζών (ΑΤΜ), σε εξουσιοδοτημένα καταστήματα, μέσω διαδικτύου κ.λπ. με αποτέλεσμα την όλο και περισσότερη ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου το οποίο λαμβάνει μεγάλες διαστάσεις λόγω της τεχνολογικής εξέλιξης στη σημερινή εποχή.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο καλύπτει όλο το φάσμα μιας επιχείρησης, από τον τομέα των πρώτων υλών μέχρι και την πώληση στον τελικό καταναλωτή ενώ μέσα σε αυτό συμπεριλαμβάνονται όλες οι έννομες σχέσεις που μπορεί να δημιουργηθούν με τρίτους, τράπεζες, το Δημόσιο κτλ. Όπως προκύπτει από την εργασία η διείσδυση του ηλεκτρονικού εμπορίου στις ελληνικές επιχειρήσεις είναι μεγάλη και συνεχώς αυξάνεται με έντονο ρυθμό καθώς οι περισσότερες επιχειρήσεις πλέον διαθέτουν e-shops. Βέβαια πολλές φορές δεν χρησιμοποιούμε σωστά τα εφόδια που μας δίνονται μέσω του Διαδικτύου με συνέπεια να μην πετυχαίνουμε το στόχο μας αλλά είναι φανερό ότι με το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί η Ελλάδα να ξαναμπει στο δρόμο της ανάπτυξης.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το ηλεκτρονικό χρήμα είναι μια σχετικά νέα μορφή χρήματος στην χώρα μας, που ήρθε για να διευκολύνει τις χρηματικές συναλλαγές ακόμα περισσότερο σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια.

Στην πτυχιακή αυτή εργασία θα γίνει περιγραφή και ανάλυση του ηλεκτρονικού χρήματος από την έννοια της μέχρι και τις έννομες σχέσεις. Αρχικά, ο ορισμός του ηλεκτρονικού χρήματος σημαίνει: « η οποιαδήποτε αποθηκευμένη σε ηλεκτρονικό, μεταξύ άλλων και μαγνητικό μέσο νομισματική αξία αντιπροσωπευόμενη από απαίτηση έναντι του εκδότη ηλεκτρονικού χρήματος, έχει εκδοθεί κατόπιν παραλαβής χρηματικού ποσού για τον σκοπό της πραγματοποίησης πράξεων πληρωμών όπως ορίζονται στο άρθρο 4 σημείο 5 της οδηγίας 2007/64/EK και η οποία γίνεται δεκτή από άλλα φυσικά ή νομικά πρόσωπα πέραν του εκδότη ».

Ο παραπάνω ορισμός λαμβάνει στις μέρες μας τις ακόλουθες μορφές, όπως του ηλεκτρονικού πορτοφολιού καθώς και με την μορφή του δικτυακού χρήματος. Βασικά χαρακτηριστικά αυτών είναι για παράδειγμα ότι ενσωματώνουν σε ηλεκτρονικό υπόθεμα νομισματική αξία, βασική προϋπόθεση για την έκδοση του είναι η καταβολή χρηματικού ποσού ίσης αξίας προς το εκδιδόμενο ηλεκτρονικό χρήμα, με την καταβολή του χρηματικού ποσού ο εκδότης είναι υποχρεωμένος στην ανταλλαγή με ηλεκτρονικό χρήμα.

Εκτός από την καθαρά οικονομική πλευρά του ηλεκτρονικού χρήματος θα αναλύσουμε και την νομική πλευρά αυτού στην χώρα μας. Επιπλέον θα προχωρήσουμε στην περιγραφή του ηλεκτρονικού χρήματος, από την τυπική του διάσταση όσο και στα επιμέρους λειτουργικά συστήματα αυτού, καθώς επίσης θα γίνει ανάπτυξη των πλεονεκτημάτων του, των προϊόντων και των κυριότερων συστημάτων αυτού και οι προοπτικές του στην χώρα μας και διεθνώς.

Σημαντικό κεφάλαιο αυτής της πτυχιακής εργασίας θα αποτελέσουν οι προϋποθέσεις έκδοσης καθώς και εποπτείας του ηλεκτρονικού χρήματος, περιγράφοντας το ζήτημα των φορέων έκδοσης ηλεκτρονικού χρήματος. Το τελευταίο κεφάλαιο που θα αναπτυχθεί είναι οι έννομες σχέσεις μεταξύ των συμμετεχόντων όπως η έννομη σχέση δηλαδή του εκδότη και του κατόχου, η έννομη σχέση του εμπόρου και του κατόχου και έννομη σχέση μεταξύ εκδότη και εμπόρου.

Επιπλέον ένα κεφάλαιο με το οποίο θα ασχοληθούμε στην εργασία μας είναι αυτό του Internet και της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου το οποίο προσφέρει

στις επιχειρήσεις ένα νέο φάσμα δυνατοτήτων επικοινωνίας, διείσδυσης και ανάπτυξης. Βασικός μοχλός ήταν οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις οι οποίες επέτρεψαν στο ευρύ κοινό να πλοηγείτε εύκολα και γρήγορα. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα πολλές επιχειρήσεις να εκμεταλλευτούν αυτή την ανακάλυψη και να δραστηριοποιηθούν εμπορικά χρησιμοποιώντας νέα επικοινωνιακή υποδομή στο marketing και στις πωλήσεις.

Μέσα από την εργασία μας αυτή θα περιγράψουμε τον ορισμό και τις τεχνολογίες του ηλεκτρονικού εμπορίου και πως αυτές βελτίωσαν άρδην την εικόνα των επιχειρήσεων και των συναλλαγών τους. Στην συνέχεια θα αναφερθούμε στις κατηγορίες του ηλεκτρονικού εμπορίου και πως η καθεμιά από αυτές εξελίσσεται μέσα στον επιχειρηματικό κύκλο της αγοράς. Τέλος στο τελευταίο κεφάλαιο θα παραθέσουμε τα δικά μας συμπεράσματα και πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα που αφορούν το ηλεκτρονικό χρήμα και το ηλεκτρονικό εμπόριο μαζί με τις συναλλαγές οποιαδήποτε ηλεκτρονικής μορφής.

Περιλαμβάνοντας όλα όσα αναφερθήκαμε παραπάνω και θα αναπτυχθούν διεξοδικά παρακάτω, ευελπιστούμε η πτυχιακή αυτή να καλύψει όλες τις πιθανές πληροφορίες και απορίες που μπορεί να έχει ο οποιοσδήποτε ασχολείται και θέλει να ενημερωθεί περί του ηλεκτρονικού χρήματος και μορφές ηλεκτρονικών συναλλαγών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΧΡΗΜΑ

1.1 Έννοια του ηλεκτρονικού χρήματος και χαρακτηριστικά

Ο ορισμός του ηλεκτρονικού χρήματος θα πρέπει να καλύπτει όλες τις πιθανές εξελίξεις ώστε να μην γίνεται εμπόδιο στην τεχνολογική καινοτομία:

Με τον όρο ηλεκτρονικό χρήμα περιγράφουμε κάθε μορφή μεταφοράς κεφαλαίου μεταξύ δύο ή περισσότερων μερών που γίνεται με ψηφιακό τρόπο και χωρίς την μεσολάβηση υλικού μέσου. Κάποια σημαντικά χαρακτηριστικά του είναι:

1. Ευρεία αποδοχή.
2. Ικανοποιητικό επίπεδο ασφαλείας και η ανωνυμία του.
4. Μεταφερσιμότητα (από μια μορφή σε μια άλλη π.χ. από ηλεκτρονικές μονάδες σε μετρητά)
5. Απεριόριστη διάρκεια.
6. Αμφίδρομη κινητικότητα (κάθε κάτοχος να μπορεί να αποκτήσει και να δώσει χρήμα με την ίδια ευκολία. Δηλαδή να μην υπάρχει μια κυκλική ροή του τύπου: Τράπεζα-Ιδιώτης (αγοραστής)- Επιχείρηση (πωλητής)- Τράπεζα αλλά η δυνατότητα συναλλαγών και κάθε είδους πληρωμών μεταξύ όλων των οικονομικών μονάδων π.χ. μεταφορές χρημάτων από ιδιώτη σε ιδιώτη, από επιχείρηση σε επιχείρηση, από επιχείρηση σε ιδιώτη κτλ.).
7. Διαιρετότητα (να μπορεί να διαιρεθεί σε όσα τμήματα ίσης συνολικής αξίας θέλει ο κάτοχος).
8. Ευχρηστία.
9. Σταθερή αξία (προστασία από πληθωρισμό, υποτίμηση κτλ.)

Ηλεκτρονικό χρήμα μπορούμε να έχουμε είτε για παράδειγμα σε κάρτες είτε σε διακομιστή του εκάστοτε πιστωτικού ιδρύματος με διαχείριση του κατόχου του ηλεκτρονικού χρήματος μέσω ειδικού λογαριασμού. Ηλεκτρονικό χρήμα αναφέρεται και σε μετρητά και σε σχετικές συναλλαγές που εφαρμόζονται χρησιμοποιώντας τα ηλεκτρονικά μέσα. Χαρακτηριστικά, αυτό περιλαμβάνει τη χρήση υπολογιστών (όπως Διαδίκτυο) και ψηφιακά αποθηκευμένα συστήματα αξίας. Επιπλέον μεγάλης σημασίας ιδιότητα και σκοπός του ηλεκτρονικού χρήματος είναι ότι χρησιμοποιείται και για την διενέργεια συναλλαγών με μικρό αντίτιμο.

1.2 Μορφές ηλεκτρονικού χρήματος

Πολλές είναι οι μορφές ηλεκτρονικού χρήματος οι οποίες εμφανίζονται στις μέρες μας με την ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας. Τις πιο σημαντικές αποτελούν :

1. Το ηλεκτρονικό πορτοφόλι,
2. Η Πιστωτική κάρτα,
3. Το PayPal,
4. Το Bitcoin,
5. ή οποιαδήποτε μορφή χρηματικού ή δικτυακού χρήματος.

1.2.1 Ηλεκτρονικό πορτοφόλι:

Είναι κάρτα η οποία έχει αποθηκευμένη σε ηλεκτρονικό υπόθεμα νομισματική αξία μικρού κατά κανόνα ποσού. Είναι δυνατό το ηλεκτρονικό αυτό υπόθεμα να ενσωματωθεί σε άλλη κάρτα, πιστωτική ή χρεωστική, (δηλ. κάρτα πολ. Χρήσεων), καθώς και σε κινητό τηλέφωνο. Ήδη κυκλοφορεί συσκευή κινητού τηλεφώνου. Κάτοχοι της κάρτας αυτής γινόμαστε με την καταβολή αντίστοιχου αντιτίμου και μετά έχουμε την δυνατότητα να πραγματοποιούμε τις τρέχουσες καθημερινές συναλλαγές χωρίς η χρήση μυστικού προσωπικού αριθμού να είναι επιβεβλημένη.

Για να κάνουμε χρήση της κάρτας αυτής προϋπόθεση είναι ότι ο αντισυμβαλλόμενος μας να διαθέτει την κατάλληλη συσκευή ανάγνωσης χρεωστικής ή πιστωτικής κάρτας, που αυτόματα ισοδυναμεί με δήλωση βούλησης του αντισυμβαλλόμενου για την πληρωμή του με ηλεκτρονικό χρήμα. Με κάθε συναλλαγή αφαιρείται ποσό αντίστοιχο της εκάστοτε συναλλαγής, το ποσό αυτό μεταφέρεται στο ηλεκτρονικό υπόθεμα του αντισυμβαλλόμενου του κατόχου της κάρτας, ο οποίος το εμφανίζει στον εκδότη για την εξαργύρωση του ποσού. Μετά την εξάντληση των νομισματικών μονάδων υπάρχει η δυνατότητα επαναφόρτισης της κάρτας ακόμη και σε ΑΤΜ(ανάλογα με την κάρτα).

1.2.2 Ηλεκτρονικό χρήμα λογιστικής μορφής ή δικτυακό χρήμα:

Σε αντίθεση με το ηλεκτρονικό πορτοφόλι δεν θα το συναντήσουμε με υλική υπόσταση (σε κάρτα π.χ.). Η ηλεκτρονική αυτή μορφή χρήματος είναι αποθηκευμένη σε κάποιο απομακρυσμένο διακομιστή (Server) που έχει ο εκάστοτε εκδότης ηλεκτρονικού χρήματος και διαχειρίζεται ο δικαιούχος του. Η πίστωση αυτού του ηλεκτρονικού λογαριασμού, γίνεται με την καταβολή ορισμένου χρηματικού ποσού από τον δικαιούχο, μετά από την οποία γίνεται μετατροπή σε νομισματικές μονάδες στον απομακρυσμένο διακομιστή. Έτσι με τις αποθηκευμένες νομισματικές μονάδες, ο δικαιούχος με τον κατάλληλο κωδικό έχει πρόσβαση στο ηλεκτρονικό χρήμα το οποίο μπορεί στην συνέχεια να χρησιμοποιεί στις συναλλαγές του. Το δικτυακό χρήμα χρησιμοποιείται κυρίως για την πληρωμή συναλλαγών στο διαδίκτυο, τηλεφωνικές παραγγελίες δηλαδή με απόσταση δικαιούχου και αντισυμβαλλόμενου.

1.2.3 Πιστωτική κάρτα

1.Ορισμός



Η πιστωτική κάρτα είναι μια μέθοδος πληρωμής η οποία παρέχει στον κάτοχο της τη δυνατότητα να πραγματοποιεί αγορές προϊόντων και υπηρεσιών χωρίς την άμεση καταβολή της αξίας τους. Ο εκδότης της κάρτας που συνήθως πρόκειται για μια τράπεζα παρέχει

στον κάτοχο της ένα συγκεκριμένο μηνιαίο πιστωτικό όριο το οποίο ο κάτοχος μπορεί να διαθέσει για οποιαδήποτε αγορά επιθυμεί. Εναλλακτικά, ο κάτοχος μίας πιστωτικής κάρτας έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει μέρος του πιστωτικού του ορίου για υπερανάληψη μετρητών από τα ΑΤΜ της τράπεζας.

2. Ιστορική αναδρομή

Η πιστωτική κάρτα ξεκίνησε σαν ιδέα στην αμερική όταν διάφορες επιχειρήσεις προσέφεραν στους καλούς πελάτες τους την δυνατότητα αγορών με πίστωση. Την πρώτη πιστωτική κάρτα που προσέφερε τράπεζα με τη σημερινή μορφή, την εξέδωσε η Flatbush National Bank of Brooklyn το 1946, που με το πρόγραμμα "Charge-It" προώθησε την ιδέα στους εμπόρους της περιοχής της.

Το 1950, πάλι στην Αμερική η λέσχη Diners έβγαλε τη δική της πιστωτική κάρτα. Η πιστωτική κάρτα Diners εφευρέθηκε από τον ιδρυτή της Frank McNamara με σκοπό να πληρώνονται οι λογαριασμοί των εστιατορίων χωρίς ο πελάτης να χρειάζεται να έχει μετρητά μαζί του. Η λέσχη Diners πλήρωνε το εστιατόριο και ο κάτοχος της πιστωτικής κάρτας είχε ένα διάστημα περιθώριο να ξεπληρώσει όλο το ποσό στην Diners. Από τεχνική άποψη η Diners τις πρώτες μέρες της δεν ήταν ακριβώς πιστωτική κάρτα, αλλά συνέβαλε πολύ στην προώθηση της ιδέας του πλαστικού χρήματος.

Η American Express πρωτοεκδόθηκε το 1958. Η Bank of America προσέφερε την πρώτη BankAmericard (η μετέπειτα Visa) το 1958. Οι πιστωτική κάρτα πρωτοπροβλήθηκε ως βολική λύση εξοικονόμησης χρόνου για τους ταξιδιώτες και τους πωλητές για χρήση στο δρόμο και όχι τόσο για την πιστωτική της δυνατότητα. Σημασία έχει ότι η American Express και η MasterCard έγιναν δημοφιλείς σε μια νύχτα και η τεράστια επιτυχία τους έχει απλωθεί σε όλο το κόσμο μέχρι τις μέρες μας.

3. Η μορφή πιστωτικής κάρτας

Η πιστωτική κάρτα έχει τη μορφή μιας πλαστικής κάρτας η οποία φέρει στη μια πλευρά της με ανάγλυφα στοιχεία τον αριθμό μητρώου και το ονοματεπώνυμο του κατόχου της, τη λήξη ισχύος της, καθώς και το πιστωτικό κατάστημα το οποίο τη χορήγησε. Στην άλλη πλευρά συνήθως υπάρχει η μαγνητική ταινία, θέση για την υπογραφή του κατόχου της και ο λογότυπος του οργανισμού που την εξέδωσε.

4. Οι βασικές λειτουργίες της πιστωτικής κάρτας

Η σύμβαση της πιστωτικής κάρτας αποτελεί μια από τις σημαντικότερες μορφές της χρηματοδοτημένης πώλησης, δηλαδή της οικονομικής διευκόλυνσης που δίνεται σε κάποιον συνήθως καταναλωτή χωρίς όμως αυτό να αποτελεί αναγκαία εννοιολογική προϋπόθεση να προβεί στην αγορά αγαθών ή στην απόλαυση υπηρεσιών. Η οικονομική λειτουργία της πιστωτικής κάρτας είναι τριπλή: αποτελεί μέσο πληρωμής, μέσο πίστωσης αλλά χρησιμοποιείται και ως εγγυητική λειτουργία.

5. Η πιστωτική κάρτα ως μέσο πληρωμής

Η πιο βασική λειτουργία της πιστωτικής κάρτας είναι ότι αποτελεί μέσο πληρωμής. Υπάγεται στην έννοια του χρήματος υπό ευρεία έννοια γιατί συγκεντρώνει τις ιδιότητες του χρήματος ως μέσο ανταλλαγής, μέτρο αξίας και φορέα αξίας. Στην Ελλάδα όμως δεν αποτελεί υποχρεωτικό μέσο πληρωμής, δηλαδή ο κάτοχος μπορεί να μην θέλει να χρησιμοποιήσει την πιστωτική κάρτα για τις αγορές του και να πληρώσει με μετρητά. Αυτό όμως δεν ισχύει και για την συμβεβλημένη επιχείρηση που έχει συνάψει σύμβαση με την τράπεζα, είναι υποχρεωμένη να δεχθεί την πιστωτική κάρτα ως μέσο πληρωμής για τις πωλήσεις που πραγματοποιήσει. Αρκεί βέβαια ο κάτοχος της κάρτας που στην συγκεκριμένη

περίπτωση είναι ο αγοραστής να επιδείξει την κάρτα του και να υπογράψει την αντίστοιχη χρεωστική απόδειξη. Το αντίτιμο των αγαθών ή υπηρεσιών που προσφέρονται στον κάτοχο της πιστωτικής κάρτας το καταβάλλει αργότερα στον εκδότη της κάρτας σύμφωνα με τους όρους της μεταξύ τους συμφωνίας. Στη συνέχεια ο εκδότης της κάρτας αποστέλλει συγκεντρωτικό λογαριασμό συνήθως στην αρχή του επόμενου μήνα που αφορά την χρήση της πιστωτικής του κάρτας για τον προηγούμενο μήνα.

6. Η πιστωτική κάρτα ως μέσο πίστωσης

Η πιστωτική κάρτα εκτός από μέσο πληρωμής αποτελεί και μέσο καταναλωτικής πίστης. Η πιστωτική λειτουργία της κάρτας ξεκινά από τη στιγμή πώλησης των προϊόντων ή της παροχής των υπηρεσιών μέχρι την καταβολή του αντιτίμου από τον κάτοχο στον εκδότη της κάρτας. Η καταβολή του αντιτίμου από τον κάτοχο στον εκδότη της κάρτας γίνεται μετά από ένα χρονικό διάστημα μικρό ή

μεγάλο ανάλογα με αυτό που έχει συμφωνηθεί ανάμεσα στον εκδότη της κάρτας και στον κάτοχο. Όταν ο χρόνος αποπληρωμής του χρέους που έχει ο κάτοχος στον εκδότη της κάρτας που είναι η τράπεζα εξοφλείται μέσα σε ένα μήνα τότε η πίστωση θεωρείται έμμεση και συγκεκριμένα ανήκει στην καταναλωτική πίστη. Η πιστωτική λειτουργία είναι εντονότερη όταν πρόκειται για πιστωτικές κάρτες και ο λόγος που συμβαίνει αυτό είναι γιατί η πληρωμή του χρέους με την πιστωτική κάρτα μπορεί να γίνει σε πολλές δόσεις.

7. Τα είδη της πιστωτικής κάρτας

Στις σύγχρονες επιχειρήσεις είναι διαδεδομένη η χρήση ειδικών καρτών οι οποίες εκδίδονται από την τράπεζα. Η πιστωτική κάρτα είναι ένα τραπεζικό προϊόν που ανάλογα με τις ανάγκες που έχει να καλύψει διαφοροποιείται από κάρτα σε κάρτα. Υπάρχουν τα ακόλουθα είδη:

- **Η απλή πιστωτική κάρτα:** Η πιστωτική κάρτα παρέχει στον κάτοχο της τη δυνατότητα να προμηθεύεται καταναλωτικά αγαθά ή υπηρεσίες πληρώνοντας το απαραίτητο αντίτιμο.
- **Η κάρτα αυτόματων συναλλαγών (Codekarte):** Η κάρτα αυτόματων συναλλαγών επιτρέπει στον κάτοχο της ο οποίος τηρεί λογαριασμό καταθέσεων στην εκδότρια τράπεζα να διενεργεί μέσω των Αυτόματων Ταμειακών Μηχανών (ATM) αναλήψεις ή καταθέσεις ή μεταφορές κεφαλαίων προς και από τον λογαριασμό του μέσω μηχανημάτων τα οποία ανάλογα με το χώρο που τοποθετούνται διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες:
 - η **Through the wall** όπου οι συναλλαγές γίνονται έξω από την τράπεζα ή σε οποιοδήποτε άλλο κτίριο.
 - τα μηχανήματα τοποθετούνται στον εσωτερικό χώρο των τραπεζών και λέγονται **In the Lobby**.
 - η **Vestibule** όπου τα μηχανήματα τοποθετούνται σε ειδικά διαμορφωμένους προθάλαμους τραπεζικών καταστημάτων και μπορούν να λειτουργήσουν και πέρα από τις εργάσιμες ώρες.
- **Η « έξυπνη κάρτα » (Smart Card):** Η έξυπνη κάρτα έχει τη μορφή πιστωτικής κάρτας αλλά αντί για μαγνητική ταινία διαθέτει μικροσίπ στο οποίο

μπορούν να αποθηκευτούν διάφορες πληροφορίες και δεδομένα. Τα δεδομένα αυτά μπορούν να μεταβάλλονται ανάλογα με τις συναλλαγές που πραγματοποιεί ο κάτοχος της κάρτας. Έτσι η αυτούσια καταβολή χρημάτων αντικαθίσταται από τη μεταφορά δεδομένων που αντιστοιχούν σε ορισμένη νομισματική μονάδα από την κάρτα του οφειλέτη στην κάρτα του δανειστή.

- **Η κάρτα εγγύησης επιταγών (Scheckkarte):** Η κάρτα εγγυήσεως επιταγών εκδίδεται από τράπεζες και παραδίδεται στον πελάτη-κάτοχο μαζί με ένα μπλοκ ειδικών αριθμημένων επιταγών (εγγυημένες επιταγές) έχει δε την έννοια ότι η τράπεζα εγγυάται να πληρώσει μέχρι ένα ορισμένο ποσό το οποίο καθορίζεται στη σύμβαση μεταξύ της τράπεζας και του κατόχου ,τις εκδιδόμενες από τον κάτοχο της κάρτας εγγυημένες επιταγές. Η παράδοση της επιταγής από τον εκδότη στον λήπτη συνοδεύεται κατά κανόνα από επίδειξη της κάρτας εγγύησης χωρίς όμως αυτό να αποτελεί προϋπόθεση της υποχρέωσης της τράπεζας προς πληρωμή. Από τα παραπάνω είδη καρτών χαρακτήρα εξασφαλιστικό των πιστώσεων έχουν ή κάρτα εγγύησης επιταγών.

8. Τα Πλεονεκτήματα της πιστωτικής κάρτας

D) Για τον πελάτη / κάτοχο:

Η πιστωτική κάρτα αποτελεί για τον κάτοχο της ένα ασφαλές μέσο πληρωμής που του παρέχει ασφάλεια γιατί ο κάτοχος της μπορεί να πραγματοποιεί οικονομικές συναλλαγές χωρίς να μεταφέρει μαζί του κάποιο χρηματικό ποσό .Με αυτόν τον τρόπο απαλλάσσεται από τον κίνδυνο κλοπής ή απώλειας του χρηματικού ποσού που μεταφέρει και πόσο μάλλον όταν το χρηματικό ποσό είναι μεγάλο. Ο χρήστης της κάρτας απαλλάσσεται από τον κίνδυνο λαθών κατά τις συναλλαγές του γιατί ούτε αυτός αλλά ούτε και ο προμηθευτής αγαθών ή υπηρεσιών δεν προβαίνουν σε μαθηματικούς υπολογισμούς που συνήθως πραγματοποιούνται υπό την πίεση του χρόνου. Επίσης με την πιστωτική κάρτα ο κάτοχος της αποφεύγει τον κίνδυνο να πέσουν στα χέρια του πλαστά χρήματα.

Επίσης ο κάτοχος της πιστωτικής κάρτας μπορεί να χρησιμοποιεί την κάρτα όχι μόνο για τις προσωπικές του ανάγκες αλλά και για τις επαγγελματικές του δαπάνες ενώ με τις έξυπνες πιστωτικές κάρτες μπορεί ο κάτοχος να συμμετέχει σε προγράμματα επιβράβευσης. Τα προγράμματα αυτά έχουν σχέση με τις

συμβεβλημένες επιχειρήσεις οι οποίες προκειμένου να προσελκύσουν νέους πελάτες αλλά και να κρατήσουν και να ευχαριστήσουν αυτούς που ήδη έχουν για τις αγορές των προϊόντων τους ή την παροχή των υπηρεσιών που παρέχουν προσφέρουν έκπτωση ή πόντους που με την συγκέντρωση συγκεκριμένων πόντων θα εξαργυρωθούν σε δωροεπιταγές από τις επιχειρήσεις.

II) Πλεονεκτήματα για τον εκδότη / τράπεζα

Τα πλεονεκτήματα που προκύπτουν από την έκδοση της πιστωτικής κάρτας για τον εκδότη που συνήθως πρόκειται για ένα πιστωτικό ίδρυμα, έχουν σχέση με τα κέρδη που αποκομίζει από αυτήν. Για την τράπεζα η πιστωτική κάρτα αυξάνει την προβολή ,το κύρος και την αύξηση του κύκλου εργασιών της. Η τράπεζα συναλλάσσετε με ιδιώτες και επιχειρήσεις που αν δεν υπήρχε η πιστωτική κάρτα δεν θα γίνονταν και έτσι αποκτά νέους πελάτες. Αυξάνει τις συναλλαγές κατά πελάτη γιατί μπορεί να την χρησιμοποιήσει και ως κάρτα αυτόματων συναλλαγών αλλά και ως κάρτα εγγύησης. Ο εκδότης έχει κέρδος από το χρηματικό ποσό που καταβάλλει ο υποψήφιος κάτοχος της κάρτας για τα δικαιώματα εγγραφής στο σύστημα και από την ετήσια συνδρομή .Το μεγαλύτερο όμως οικονομικό όφελος του εκδότη απορρέει από τις προμήθειες, τις οποίες αυτός παρακρατεί από τις συμβεβλημένες επιχειρήσεις για τις συναλλαγές οι οποίες λαμβάνουν χώρα με την χρησιμοποίηση της πιστωτικής κάρτας.

III) Πλεονεκτήματα για τον εγγυητή της πιστωτικής κάρτας

Οικονομικά οφέλη δεν προκύπτουν από καμία σύμβαση εγγύησης τα πλεονεκτήματα του εγγυητή έχουν σχέση με τις αλτρουιστικές του ιδέες και πηγάζουν από κοινωνικούς, ηθικούς η προσωπικούς του λόγους.

Αυτό έχει να κάνει και με το γεγονός ότι η εγγύηση υπέρ του κατόχου της πιστωτικής κάρτας πραγματοποιείται συνήθως ανάμεσα σε συγγενικά πρόσωπα. Τέτοιες σχέσεις είναι για παράδειγμα οι γονείς με τα παιδιά τους, ο σύζυγος με τη σύζυγο και αντιστρόφως ή μεταξύ άλλων συγγενών. Ισχύει λοιπόν ότι η εγγύηση στην περίπτωση της πιστωτικής κάρτας δίνεται για ηθικούς ή άλλους προσωπικούς λόγους μιας και δεν υπάρχει οικονομικό αντάλλαγμα για αυτήν την πράξη.

1.2.4. PayPal

1. Ορισμός



Το PayPal είναι η πλέον διαδεδομένη OnLine υπηρεσία ηλεκτρονικών συναλλαγών, η οποία χρησιμοποιείται για ασφαλείς συναλλαγές στο Internet και αναλαμβάνει να πληρώσει τα ηλεκτρονικά καταστήματα για λογαριασμό σας, χωρίς να απαιτείται η συνεχής παρέμβαση

σας σε κάθε βήμα.

2. Η ιστορία του PayPal

Το PayPal ανήκει στην eBay Inc., τον διαδικτυακό κολοσσό αγοραπωλησιών και στην Ευρώπη λειτουργεί με την εποπτεία της PayPal (Europe) με έδρα το Λουξεμβούργο. Το PayPal εξαγοράστηκε από την εταιρία eBay τον Οκτώβριο του 2002 για 1,5 δισ. δολάρια. Βέβαια το PayPal ήταν από πριν η πιο διαδεδομένη μέθοδος πληρωμής σε περισσότερο από 50% των χρηστών του eBay. Έτσι ανταγωνίζονταν την θυγατρική της eBay Billpoint, την c2i της Citibank, της οποίας η παροχή υπηρεσιών σταμάτησε στα τέλη του 2003, και την Yahoo! PayDirect, της οποίας η παροχή υπηρεσιών σταμάτησε στα τέλη του 2004. Η Western Union ανακοίνωσε τον Δεκέμβριο του 2005 ότι σταμάτησε την BidPay υπηρεσία της, αλλά στη συνέχεια την πούλησε το 2006 στην CyberSource Corporation. Η BidPay σταμάτησε τις εργασίες της οριστικά την 31η Δεκεμβρίου 2007.

Ορισμένοι ανταγωνιστές που προσφέρουν μερικές από τις υπηρεσίες του PayPal, όπως Google Checkout, Wirecard, Moneybookers, 2Checkout.com, CCNow και Kagi, συνέχισαν την επιχειρηματική δραστηριότητα τους, παρά το γεγονός ότι eBay απαιτεί το κάθε site σε Αυστραλία και Ηνωμένο Βασίλειο να προσφέρει υπηρεσίες PayPal.

Τελικά το eBay μετρίασε τις απαιτήσεις του και ανακοίνωσε ότι οι αγορές στην Αυστραλία θα έχουν το PayPal ως μια από τις μεθόδους πληρωμής. Αυτές οι

αποδεκτές μέθοδοι πληρωμής περιλαμβάνουν τραπεζικές καταθέσεις, επιταγές και εντολές πληρωμής. Τον Ιανουάριο του 2008, το PayPal, συμφώνησε να εξαγοράσει την Fraud Sciences, μια ιδιωτική Ισραηλινή νεοσύστατη εταιρεία με εμπειρία σε OnLine εργαλεία ηλεκτρονικής απάτης, για 169 εκατ. δολ., προκειμένου να ενισχυθεί η eBay και τα ιδιόκτητα συστήματα διαχείρισης της PayPal και να επιταχυνθεί η ανάπτυξη βελτιωμένων μέσων ανίχνευσης της απάτης. Τον Νοέμβριο του 2008, η εταιρεία αγόρασε την Bill Me Later, μια ηλεκτρονική εταιρεία πληρωμών πιστωτικών συναλλαγών, χρησιμοποιούμενοι πάνω από 1000 έμπορους στις ΗΠΑ.

Επί του παρόντος, το PayPal δραστηριοποιείται σε 190 αγορές, και διαχειρίζεται πάνω από 184 εκατομμύρια λογαριασμούς, πάνω από 73 εκατομμύρια εξ αυτών ενεργούς. Το PayPal επιτρέπει στους πελάτες να στέλνουν, να λαμβάνουν, και να κατέχουν κεφάλαια σε 19 νομίσματα σε όλο τον κόσμο. Αυτά τα νομίσματα είναι το Αυστραλιανό δολάριο, το Καναδικό δολάριο, το Κινεζικό Γιουάν, το Ευρώ, την λίρα στερλίνα, το Γιεν Ιαπωνίας, την Τσεχική κορόνα, την Κορόνα Δανίας, το Δολάριο Χονγκ Κονγκ, το Ουγγρικό φιορίνι, το Ισραηλινό Νέο Σεκέλ, το Πέσο Μεξικού, το Δολάριο Νέας Ζηλανδίας, τη Νορβηγική κορόνα, το Πολωνικό ζλότι, το Δολάριο Σιγκαπούρης, την Σουηδική κορόνα, το Ελβετικό φράγκο και τα Δολάρια. Το PayPal δραστηριοποιείται τοπικά σε 13 χώρες.

3. Τρόπος λειτουργίας PayPal

Το Paypal λειτουργεί σαν ένας ενδιάμεσος λογαριασμός σας για τα ηλεκτρονικά καταστήματα και υπηρεσίες με τα οποία συναλλάσσετε. Ο λογαριασμός Paypal που δημιουργείται κατά την εγγραφή σας σε αυτό, τροφοδοτείται από εσάς με το χρηματικό ποσό που επιθυμείτε και μόνο όταν εσείς το αποφασίσετε, χρησιμοποιώντας την πιστωτική ή χρεωστική σας κάρτα, καθώς επίσης και τον τραπεζικό σας λογαριασμό. Η χρήση του Paypal σε κάποια πληρωμή ή συναλλαγή απαιτεί από τον χρήστη μόνο την εισαγωγή των στοιχείων που δηλώθηκαν κατά την εγγραφή, δηλ. το email σας & τον κωδικό του PayPal. Από εκεί και πέρα αναλαμβάνει την ολοκλήρωση της συναλλαγής χωρίς την δημοσιοποίηση κανενός στοιχείου σας (ονόματος, πιστωτικής κάρτας, κλπ.), ακριβώς σαν να πληρώνει το PayPal για εσάς!

4. Ασφάλεια και PayPal

Οι προδιαγραφές λειτουργίας του PayPal είναι υψηλότερων προδιαγραφών και συνώνυμες της διαδικτυακής ασφάλειας. Οι συναλλαγές μέσω PayPal γίνονται σε πλήρως ασφαλές περιβάλλον με συνεχή χρήση πρωτοκόλλων ασφαλείας SSL και κρυπτογράφησης AES-256bit. Όλες οι σελίδες του PayPal, από την εγγραφή ή σύνδεση του χρήστη μέχρι και τα απλούστερα μηνύματα επιβεβαίωσης, πραγματοποιούνται σε περιβάλλον ασφαλών και κρυπτογραφημένων συνδέσεων και οποιαδήποτε μετάδοση δεδομένων είναι πρακτικά αδύνατον να υποκλαπεί σε πραγματικό χρόνο. Το PayPal σαν ενδιάμεση πλατφόρμα ηλεκτρονικών συναλλαγών διαθέτει μηχανισμούς παρακολούθησης κάθε συναλλαγής για διάστημα αρκετών μηνών από την έναρξή τους. Ο χρήστης πέρα από το ασφαλές περιβάλλον συναλλαγών, έχει στην διάθεσή του την επικοινωνία με προσωπικό υποστήριξης σε περίπτωση προβλήματος, δυνατότητα αμφισβήτησης χρέωσης και επιστροφής χρημάτων.

5. Πιθανή απάτη και ηλεκτρονικό ψάρεμα

Οι χρηματικές συναλλαγές μέσω του PayPal περιέχουν κίνδυνο απάτης λόγω της απρόσωπης φύσης του ηλεκτρονικού εμπορίου και της έλλειψης κανονισμών για τις συναλλαγές από την πλευρά του PayPal. Σε περίπτωση που κάποιος τρίτος αποκτήσει πρόσβαση σε κάποιον λογαριασμό PayPal και πραγματοποιήσει μία συναλλαγή χρησιμοποιώντας την χρεωστική ή την πιστωτική κάρτα του πραγματικού ιδιοκτήτη τότε το PayPal είναι υπόλογο για αυτή την ενέργεια. Αν ωστόσο γίνει ανάληψη από έναν καταθετικό λογαριασμό PayPal ούτε το PayPal ούτε η τράπεζα είναι υποχρεωμένη να επιστρέψει τα χρήματα αυτά καθώς ο χρήστης έχει συναινέσει σε τέτοιες ενέργειες στο συμφωνητικό που αποδέχτηκε από το PayPal.

Επίσης αξίζει να αναφέρουμε πως το PayPal βάση ομοσπονδιακού νόμου δεν μπορεί να αποκαλύψει στοιχεία κατόχων λογαριασμού PayPal, ωστόσο ο χρήστης μπορεί να επιλέξει να κοινοποιήσει σε άλλους κατόχους PayPal την ύπαρξη του λογαριασμού του.

Σε περίπτωση που κάποιος λογαριασμός γίνει υποκείμενο εξαπάτησης είτε μη αδειοδοτημένης χρήσης τότε το PayPal βάζει τον λογαριασμό σε κατάσταση περιορισμένης χρήσης. Σε αυτή την περίπτωση ο χρήστης πρέπει να συνδεθεί στο

λογαριασμό του , να αλλάξει τον κωδικό του, να δημιουργήσει ερωτήσεις ασφαλείας και τέλος να επιβεβαιώσει είτε μέσω σταθερού τηλεφώνου είτε μέσω e-mail.

Όπως και σε κάθε άλλο site που χρησιμοποιεί λογαριασμούς χρηστών έτσι και στο PayPal υπάρχει ο κίνδυνος ηλεκτρονικού ψαρέματος. Έτσι το PayPal ενημερώνει τους χρήστες του να μην δώσουν σε κανέναν για κανέναν λόγο τα στοιχεία του λογαριασμού τους, όπως επίσης πως ποτέ δεν θα τους ζητήσουν από τους χρήστες τους να τους αποστείλουν στοιχεία του λογαριασμού τους μέσω e-mail. Το PayPal για αυτό το σκοπό έχει φτιάξει μια πλατφόρμα ενημέρωσης για τους χρήστες.

Ένας άλλος μεγάλος κίνδυνος ηλεκτρονικού ψαρέματος αποτελεί η ίδια η πλατφόρμα σύνδεσης στο λογαριασμό του PayPal. Επειδή το PayPal έχει γίνει ευρέως γνωστό και χρησιμοποιείται από πάρα πολύ κόσμο με αποτέλεσμα πολλές ιστοσελίδες που λειτουργούν ως ηλεκτρονικά καταστήματα να έχουν μία μικρή πλατφόρμα άμεσης σύνδεσης στο Paypal ώστε να γίνονται οι πληρωμές πιο εύκολα.

Έτσι πολλές κακόβουλες ιστοσελίδες τοποθέτησαν αυτήν την μικρή πλατφόρμα σύνδεσης στην σελίδα τους αλλά όταν ο χρήστης προσπαθούσε να συνδεθεί το μόνο που κατάφερε ήταν να στείλει το username του και το password του στους δημιουργούς αυτής της κακόβουλης ιστοσελίδας. Για την καταπολέμηση τέτοιων φαινομένων το PayPal έχει μια συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων που ασχολούνται συνέχεια με αυτό το θέμα.

6. Πλεονεκτήματα του PayPal

Το PayPal υπερτερεί σε πολλά σημεία έναντι των περισσότερων τρόπων πληρωμών και συναλλαγών, π.χ.:

I) Οι πληροφορίες για την πιστωτική σας κάρτα ή τον τραπεζικό σας λογαριασμό είναι αποθηκευμένες ασφαλώς στους Servers του PayPal και ΔΕΝ δημοσιοποιούνται στον πωλητή, ο οποίος παραλαμβάνει μόνο τα χρήματα για την αγορά σας, χωρίς ποτέ να μαθαίνει κάτι άλλο για εσάς.

II) Όλες οι σελίδες του PayPal είναι ισχυρά κρυπτογραφημένες, χωρίς το ενδεχόμενο υποκλοπής των προσωπικών ή οικονομικών σας στοιχείων.

III) Το PayPal συνεχώς επιλέγει και αξιολογεί την συνεργασία με κάποιο ηλεκτρονικό κατάστημα, αυξάνοντας έτσι την αξιοπιστία του πωλητή.

IV) Η χρήση του PayPal στις συναλλαγές σας, σας γλιτώνει από την επαναλαμβανόμενη ηλεκτρολόγηση των στοιχείων σας, αφού το μόνο που χρειάζεται να κάνετε είναι να συνδεθείτε στο λογαριασμό σας και να πατήσετε το κουμπί Checkout.

V) Το PayPal διαθέτει ειδικευμένο προσωπικό για την προστασία από απάτες ή κακόβουλες χρεώσεις. Σε περίπτωση προβλήματος, μπορείτε να απευθυνθείτε σε αυτούς για την δυνατότητα επιστροφής χρημάτων στον λογαριασμό σας.

7. Εγγραφή στο PayPal

Η εγγραφή σας στο PayPal γίνεται απλά με την χρήση της email διεύθυνσής σας ως κύριου αναγνωριστικού, μαζί με τον ασφαλή κωδικό της επιλογής σας. Μετά την επιβεβαίωση της εγγραφής σας, πρέπει να εισάγετε τα στοιχεία της πιστωτικής ή χρεωστικής σας κάρτας στο περιβάλλον του PayPal, για να είναι δυνατή η αποστολή χρημάτων στον PayPal λογαριασμό σας ή η χρέωση της κάρτας ή/και του τραπεζικού σας λογαριασμού.

Το PayPal σας ειδοποιεί με email για την πρόοδο και ολοκλήρωση κάθε συναλλαγής, όπως επίσης και για κάθε ύποπτη προσπάθεια πρόσβασης στον λογαριασμό σας, για την προστασία των στοιχείων σας. Τα προσωπικά σας δεδομένα παραμένουν ασφαλή στους Servers του PayPal και μόνο εσείς μπορείτε να τα αλλάξετε ή να τα διαγράψετε.

8. Τρόποι πληρωμής

Το PayPal συναλλάσσεται εκ μέρους σας και η μεταφορά των χρημάτων προς τον λογαριασμό σας στο PayPal, γίνεται με τους εξής τρόπους:

1. Με σύνδεση πιστωτικής κάρτας (Visa-Delta-Electron, MasterCard-Eurocard, PayPal Top Up, Maestro, American Express). Κάθε φορά που θα κάνετε κάποια αγορά, το PayPal θα χρεώνει την πιστωτική σας κάρτα, χωρίς βέβαια να κοινοποιούνται τα στοιχεία της στον πωλητή/ηλεκτρονικό κατάστημα.

2. Με σύνδεση χρεωστικής κάρτας (με το σήμα Visa ή Mastercard): Λειτουργεί όπως και για την πιστωτική, μόνο που κάθε φορά που θα

κάνετε κάποια αγορά, το PayPal θα χρεώνει την χρεωστική σας κάρτα και αυτή με τη σειρά της θα τραβάει τα χρήματα από τον τραπεζικό σας λογαριασμό. Σε περίπτωση που ο λογαριασμός σας δεν έχει χρήματα, η συναλλαγή δεν θα μπορέσει να πραγματοποιηθεί, οπότε φροντίστε να υπάρχει επαρκές υπόλοιπο.

3. Με σύνδεση προπληρωμένης κάρτας (με το σήμα Visa ή Mastercard): Σε αυτή την περίπτωση, κάθε συναλλαγή αφαιρεί το ανάλογο ποσό από το υπόλοιπο της προπληρωμένης κάρτας και όταν τελειώσουν τα χρήματα, την ξαναγεμίζετε με ότι ποσό θέλετε. Οι προπληρωμένες κάρτες εκδίδονται σε οποιαδήποτε τράπεζα.

4. Με τραπεζική μεταφορά (έμβασμα): Εσείς μεταφέρετε τα χρήματα από το τραπεζικό λογαριασμό σας στο λογαριασμό του PayPal με διαδικασία που παρέχεται από το PayPal. Για να γίνει κάποια συναλλαγή ο λογαριασμός σας στο PayPal θα πρέπει να έχει επαρκές υπόλοιπο. Δεν συνιστάται, κυρίως λόγω του μεγάλου χρόνου μεταφοράς (5-7 ημέρες).



1.2.5 Bitcoin

1. Ορισμός



Το Bitcoin είναι ένα ψευδώνυμο, αποκεντρωμένο ηλεκτρονικό νόμισμα, και έχει σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε να λειτουργεί παρόμοια με τα χρήματα φυσικό αγαθό, όπως ο χρυσός. Αυτή η εφαρμογή λύνει και το πρόβλημα της συγκέντρωσης, καθώς και το θέμα της εμπιστοσύνης. Το νέο εθελοντικό ψηφιακό νόμισμα, μπορεί να

μεταφερθεί από χρήστη σε χρήστη, μέσω του διαδικτύου, διαθέτει ένα ανοιχτής πηγής κρυπτογραφικό του πρόγραμμα, το οποίο εξασφαλίζει τις ηλεκτρονικές συναλλαγές, χωρίς να εμπλέκονται τράπεζες και λειτουργεί ως φυσικό οικονομικό αγαθό, όπως ο χρυσός. Τα Bitcoin βρίσκονται σε μια ανώνυμη διεύθυνση μέσα στο σύστημα. Ουσιαστικά τα Bitcoin αποτελούν έναν τρόπο αποκέντρωσης του τραπεζικού και νομισματικού συστήματος, καθώς δημιουργεί ένα περιβάλλον συναλλαγών χωρίς τη μεσολάβηση τρίτου, π.χ. τράπεζας, PayPal, κ.ά.

Ο προγραμματιστής Satoshi Nakamoto (ψευδώνυμο) που το σχεδίασε το 2009 πρόσφερε λογισμικό, που χρησιμεύει στην ανταλλαγή του στο διαδίκτυο και το οποίο διατηρείται σήμερα από μια εθελοντική open-source κοινότητα.

Αν αναπτυχθεί το σύστημα Bitcoin, ο ρόλος του τραπεζικού συστήματος θα μειωθεί αισθητά. Για όσους επιθυμούν ελευθερία και ανωνυμία, ή θέλουν να διαμαρτυρηθούν για τον κεντρικό έλεγχο του τραπεζικού συστήματος, το σύστημα φαντάζει ιδανικό. Από την άλλη πλευρά μεγάλο μέρος των πολιτών προτιμούν να ελέγχεται το νόμισμα από άλλες αρχές και όχι από τους ίδιους. Άλλωστε η παροχή πλήρους οικονομικής αυτονομίας στους πολίτες, δεν είναι δυνατή σε κοινωνίες που το νόμισμα είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με μονοπώλια τραπεζών και κυβερνήσεων. επομένως το ενδεχόμενο και μόνο να αναπτυχθεί και να λειτουργήσει ένα τέτοιο νομισματικό σύστημα, που σίγουρα χαρακτηρίζεται πολύπλοκο, οδηγεί σε καθολική αλλαγή της οικονομικής πραγματικότητας που όλοι γνωρίζουμε.

2. Ο μυστηριώδης ιδρυτής του Satoshi Nakamoto

Το όνομα Satoshi Nakamoto έχει συνδεθεί με την δημιουργία του ψηφιακού νομίσματος Bitcoin. Εμφανίστηκε για πρώτη φορά ως όνομα συγγραφέα στο paper "Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System" το 2009. Πολλοί εικάζουν ότι πρόκειται για ολόκληρη ομάδα που δρά πίσω από το ψευδώνυμο αυτό και είναι υπεύθυνη για τον σχεδιασμό και την δημιουργία του λογισμικού λειτουργίας του Bitcoin (Bitcoin-Qt).

Ο Satoshi Nakamoto εξαφανίστηκε από το Bitcoin Project στα μέσα του 2010 και από τότε αγνοείται η τύχη του. Τον Απρίλιο του 2011 υποτίθεται ότι ο Satoshi Nakamoto επικοινωνήσε με ένα μέλος της ομάδας του Bitcoin λέγοντας πως έχει μετακινηθεί σε άλλα Project.

« Έρευνες » για την ταυτότητά του οδήγησαν σε διάφορα πρόσωπα όπως ο Michael Clear, φοιτητής κρυπτογραφίας στο Trinity College Dublin, ή ένας Ιάπωνας μαθηματικός ονόματι Shinichi Mochizuki, που υποδείχθηκε από τον Ted Nelson (εφευρέτη του hypertext), όλοι όμως αρνήθηκαν οποιαδήποτε σχέση.

Πάντως όποιος και να είναι ο Satoshi Nakamoto, σήμερα πρέπει να κατέχει περίπου 1 εκ Bitcoin αξίας \$125 εκ, αφού κατά την εκκίνηση του Bitcoin Project το 2009, παρήχθησαν 1,6 εκ Bitcoin εκ των οποίων μόνο το ¼ άλλαξε χέρια.

3. Γιατί να χρησιμοποιήσω Bitcoin; Ποια τα πλεονεκτήματά του;

- Είναι εύκολη η εφαρμογή του. Οι συναλλαγές είναι ελεύθερες και εύκολα διαχειρίσιμες.

- Αποτελεί το πρώτο τρόπο ανεξάρτητων συναλλαγών χωρίς αποτυχία.

- Εφόσον βασίζεται σε εκατομμύρια υπολογιστές ανά τον κόσμο συνδεδεμένους μέσω διαδικτύου, θα πρέπει να «πέσει» το Διαδίκτυο για να πέσει και το δίκτυο των Bitcoin.

- Μηδενικό κόστος συναλλαγών.

- Είναι μη αναστρέψιμες για αποφυγή απάτης.

- Είναι ανώνυμες. Ο αποδέκτης μπορεί να είναι σίγουρος για το ποσό που λαμβάνει, αλλά χωρίς να γνωρίζει τίποτα για τον αποστολέα του.

- Προστασία της ιδιωτικότητας των οικονομικών συναλλαγών.

- Ο λογαριασμός χρήστη δε μπορεί να «παγώσει».
- Συναλλαγές χωρίς την παρέμβαση τρίτου (οργανισμού, τράπεζας, κ.ά.).
- Χωρίς περιορισμούς στην επιλογή του παραλήπτη.
- Δεν είναι τράπεζα, ούτε χρεωστικός τρόπος συναλλαγής.
- Μεγαλύτερη ασφάλεια έναντι τρόπος συναλλαγής συμβατικών νομισμάτων, λόγω της κρυπτογραφικής τεχνολογίας που χρησιμοποιείται.
- Είναι πιστοποιημένο και διάφανες, αφού βασίζεται σε ανοιχτό λογισμικό.
- Παγκόσμιες συναλλαγές.
- Θα μπορούν να υπάρξουν έως 21 εκατομμύρια Bitcoin. Επομένως πρόκειται για ένα αυτοελεγχόμενο νόμισμα που μόνος σκοπός του είναι η εξυπηρέτηση ελεύθερων συναλλαγών.

Βασικά πλεονεκτήματα

- Ταχύτητα Συναλλαγών/Διεθνής Φύση
- Εξαιρετικά Χαμηλό κόστος συναλλαγών
- Έλεγχος από το χρήστη/Προστασία από υφαρπαγή
- Φορητότητα/αντίγραφα ασφαλείας
- Ιδιωτικότητα συναλλαγών
- Συναινετική Φύση χρήσης/αλλαγών
- Μη αντιστρέψιμη φύση δηλαδή οι συναλλαγές με Bitcoin είναι τελικές και μη αντιστρέψιμες. Αυτό έχει το επιπλέον πλεονέκτημα προς όσους διαθέτουν προϊόντα για Bitcoin ότι δεν είναι δυνατόν να ακυρωθούν συναλλαγές όπως π.χ. στις απάτες με πιστωτικές κάρτες.



4. Πώς δημιουργούνται τα Bitcoins

Κάθε υπολογιστής που συμμετέχει ενεργά στο δίκτυο του Bitcoin, αφιερώνει ποσοστό της επεξεργαστικής του ισχύος, στην επεξεργασία των συναλλαγών, δηλαδή στην απαραίτητη αλληλουχία κρυπτογράφησης κι αποκρυπτογράφησης αυτών. Ταυτόχρονα, λύνει πολύπλοκους αλγορίθμους, ώστε να συνεισφέρει με τον τρόπο αυτό στην ασφάλεια του συστήματος από πιθανές εξωτερικές παρεμβάσεις. Κάθε φορά που οδηγούμαστε στη λύση του κάθε μαθηματικού αλγορίθμου, δημιουργείται ένα block, το οποίο σχετίζεται άμεσα με το προηγούμενο. Κάθε νέο block που δημιουργείται προστίθεται στην αλυσίδα των νομισμάτων.

Αυτή τη στιγμή, με κάθε νέο block παράγονται 50 Bitcoin, αλλά η αναλογία αυτή θα υποδιπλασιαστεί μόλις έχουν δημιουργηθεί 10,5 εκατομμύρια Bitcoin. Με την αναπροσαρμογή αυτή εξασφαλίζεται πως η παραγωγή των Bitcoin δεν θα γίνεται ανεξέλεγκτα.

5. Πώς μπορώ να αποκτήσω Bitcoins;

Μπορεί κανείς να αποκτήσει Bitcoin με τους ακόλουθους τρόπους:

- ❖ Αγορά με μετρητά από κάποιον άλλο.
- ❖ Ως πληρωμή από ιστοσελίδες που παρέχουν τη δυνατότητα να ολοκληρώσει κάποιος μία εργασία και να πληρωθεί για αυτή σε Bitcoin. (Σε αυτές τις ιστοσελίδες, συνήθως η πληρωμή είναι πολύ μικρή.)
- ❖ Αγορά από τρίτον με κατάθεση σε λογαριασμό.
- ❖ Αγορά από κάποια υπηρεσία στο Διαδίκτυο που πουλάει Bitcoin. (Συνήθως απαιτείται κατάθεση σε τράπεζα.)
- ❖ Προσφέροντας κάποια υπηρεσία μέσω Internet και πληρωμή με Bitcoin.
- ❖ Με συνεισφορά στο δίκτυο του Bitcoin.

Επειδή είναι δυνατή η αγορά Bitcoin με παραδοσιακά νομίσματα, όπως αναφέρεται και παραπάνω, υπάρχει και η αντίστοιχη ισοτιμία. Αυτή τη στιγμή, η ισοτιμία σε σχέση με το Ευρώ είναι 5,444 ευρώ για κάθε Bitcoin.

6. Bitcoin Mining η πιο σημαντική διαδικασία λειτουργίας του Bitcoin

Η πιο σημαντική διαδικασία κατά τον κύκλο λειτουργίας του Bitcoin είναι η εξόρυξη (Mining) κατά την οποία, αφενός διεκπεραιώνεται μία συναλλαγή με την προσθήκη των στοιχείων της σε ένα block συναλλαγών και στη συνέχεια στο γενικό "ημερολόγιο" συναλλαγών του Bitcoin (block chain) και αφετέρου, παράγεται μία ποσότητα νέων Bitcoin από το σύστημα, τα οποία παραχωρούνται στον χρήστη (miner) που διεκπεραίωσε επιτυχώς την συναλλαγή.

Για την εξόρυξη απαιτείται η χρήση ειδικού λογισμικού ανοιχτού κώδικα και ενός Server με μεγάλη επεξεργαστική ισχύ. Το μοντέλο λειτουργίας του Bitcoin είναι έτσι φτιαγμένο, ώστε η δυσκολία εξόρυξης να αυξάνεται εκθετικά καθώς αυξάνεται ο αριθμός των συναλλαγών (κάθε φορά που προστίθενται 2016 blocks στην block chain), και αντίθετα, να μειώνεται το ποσό που προσφέρεται ως προμήθεια στον miner (σήμερα είναι \$25 και υποδιπλασιάζεται κάθε φορά που προστίθενται 210,000 blocks στην block chain).

Επίσης, η παραγωγή Bitcoin θα σταματήσει όταν ο αριθμός των εν κυκλοφορία μονάδων φτάσει τα 21 εκατομμύρια. Αυτό θα γίνει περίπου κατά το έτος 2140. Τότε η ανταμοιβή για κάθε επιτυχή εξόρυξη θα περιορίζεται σε μια μικρή προμήθεια που θα παρακρατείτε από τις δύο συναλλασσόμενες πλευρές.

7. Παράδειγμα συναλλαγής με Bitcoin

Ο χρήστης A επιθυμεί τη αποστολή X Bitcoin στον χρήστη B. Για να είναι έγκυρη αυτή η συναλλαγή κατά τους κανόνες του δικτύου, πρέπει να αποδείξει ότι είναι κάτοχός τους και να υποδείξει στο δίκτυο σε ποιόν χρήστη επιθυμεί να μεταφερθούν. Η απόδειξη της κατοχής από τον χρήστη A γίνεται με την «υπογραφή» με το ιδιωτικό κλειδί του, και η υπόδειξη της «διεύθυνσης» αποστολής είναι το δημόσιο κλειδί του χρήστη B. Όλες οι συναλλαγές εκτελούνται άμεσα και ομαδοποιούνται (σε blocks) βάσει των κανόνων του δικτύου και οι επικρατέστερες (με τη μεγαλύτερη εγκυρότητα), ομάδες τοποθετούνται στη συνέχεια μιας αλυσίδας που ξεκινάει με την πρώτη συναλλαγή που έγινε το 2009 και φτάνουν έως την πιο πρόσφατη. Το δίκτυο είναι σχεδιασμένο κατά τέτοιο τρόπο ώστε να προκύπτει μια τέτοια ομάδα συναλλαγών στην κορυφή της αλυσίδας περίπου κάθε δέκα λεπτά. Κάθε νέα ομάδα συναλλαγών που τοποθετείται στην κορυφή της αλυσίδας,

επιβεβαιώνει όχι μόνο της συναλλαγές που περιέχονται σε αυτή, αλλά και την εγκυρότητα των προηγούμενων ομάδων, και άρα την εγκυρότητα όλων των συναλλαγών που έχουν εκτελεστεί έως την πρώτη. Όλη αυτή η αλυσίδα, όπως και η αλληλουχία όλων των συναλλαγών που έχουν εκτελεστεί έως τώρα, είναι δημοσίως διαθέσιμη και προσβάσιμη από οποιονδήποτε, με την μορφή των δημόσιων κλειδιών που έχουν ανταλλάξει Bitcoin αλλά και των ποσών που έχουν διακινηθεί μεταξύ τους.

Έχοντας πλέον, επιβεβαιωμένα την νέα ιδιοκτησία του ποσού X, ο χρήστης B με τη χρήση του ιδιωτικού του κλειδιού, μπορεί κατόπιν να αποστείλει αντίστοιχα το ποσό σε όποιον χρήστη επιθυμεί (γνωρίζει το δημόσιο κλειδί του). Κάθε χρήστης μπορεί να έχει σχεδόν απεριόριστο αριθμό δημόσιων και αντίστοιχων ιδιωτικών κλειδιών, ασφαλισμένα και υπό τον έλεγχό του (στον υπολογιστή ή στο κινητό του ή και σε πολλές άλλες μορφές). Το σύνολο αυτών αποτελεί ένα είδος ψηφιακού πορτοφολιού του οποίου τα ιδιωτικά κλειδιά πρέπει να μείνουν κρυφά για την αποφυγή απώλειας των περιεχόμενων Bitcoin. Εφόσον το δημόσιο κλειδί παράγεται από το ιδιωτικό, και εφόσον το ιδιωτικό κλειδί είναι το μόνο μέσο που επιτρέπει μεταφορά των Bitcoin εκτός πορτοφολιού, αν ο χρήστης απωλέσει ή αποκαλύψει το ιδιωτικό κλειδί του, ουσιαστικά χάνει την αποκλειστική κυριότητα των Bitcoin του.

8. Μειονεκτήματα και πιθανή κίνδυνοι από την χρήση του Bitcoin

1. Απώλεια ιδιωτικών κλειδιών

Το μόνο που ένας κακόβουλος χρήστης χρειάζεται ώστε να αποκτήσει έλεγχο των Bitcoin του χρήστη, είναι η γνώση των ιδιωτικών κλειδιών του. Παρόλο που το λογισμικό ήδη παρέχει ικανή προστασία για το μέσο χρήστη, χρειάζεται εγρήγορση στην προστασία απέναντι σε ιούς ή κακόβουλο λογισμικό ή άλλου είδους παραβιάσεις (φυσικές ή ψηφιακές). Με μικρή προσπάθεια στην διαφύλαξη των ιδιωτικών κλειδιών, ακόμα και μη εξειδικευμένοι χρήστες, μπορούν να είναι ασφαλείς σε ικανοποιητικό επίπεδο.

2. Διακύμανση της ισοτιμίας

Καθώς τα Bitcoin δεν έχουν κάποια κεντρική αρχή να παρεμβαίνει στις διακυμάνσεις στην προσφορά και την ζήτηση όπως συμβαίνει με π.χ. τα κρατικά νομίσματα, είναι επιρρεπές σε μεγαλύτερες διακυμάνσεις της ισοτιμίας του με τα περισσότερα νομίσματα.

Επιπλέον παράγοντας που επηρεάζει το παραπάνω φαινόμενο είναι το σχετικά μικρό βάθος της αγοράς, πράγμα που σημαίνει ότι όταν συναλλάσσονται μεγάλοι όγκοι Bitcoin, επηρεάζουν δυσανάλογα τις ισοτιμίες στα ανταλλακτήρια. Αυτό προβλέπεται ότι θα ελαττωθεί με την πάροδο του χρόνου, εφόσον η οικονομία αναπτυχθεί αρκετά ώστε να μπορούν να εμπλακούν και να αναπτυχθούν κατάλληλες υποδομές που ήδη υφίστανται στις κλασικές κεφαλαιαγορές.

Ένας επιπλέον παράγοντας που επηρεάζει την διακύμανση των ισοτιμιών είναι η φύση των Bitcoin, και ειδικότερα το γεγονός ότι μπορούν να μεταφερθούν ταχύτατα οπουδήποτε στον κόσμο. Αυτό προκαλεί πολύ μεγαλύτερη αμεσότητα στις δράσεις και αντιδράσεις μεταξύ προσφοράς και ζήτησης από ότι με συμβατικές αξίες. Ένας τελευταίος παράγοντας είναι οι κερδοσκοπικές πιέσεις που ασκούνται στα ανταλλακτήρια, καθώς έχουν ακόμα σχετικά μικρή ρευστότητα και όγκο συναλλαγών, όπως συμβαίνει αντίστοιχα και στα μικρά ψηφιακά ανταλλακτήρια συναλλάγματος.

3. Ασαφές νομικό πλαίσιο

Παρόλο που η ευρωπαϊκή νομοθεσία έχει λάβει μέτρα για τη θέσπιση όρων σε ότι αφορά κεντρικά ελεγχόμενα ή εκδιδόμενα ψηφιακά νομίσματα, η αποκεντρωμένη φύση των Bitcoin, όπως και άλλα από τα χαρακτηριστικά τους, εισάγουν νέες παραμέτρους που δεν έχουν εξεταστεί σε όλο τους το εύρος ακόμα, σε καμία χώρα. Εντός της Ευρώπης, η Γερμανία τα έχει καθορίσει ως "ιδιωτικά χρήματα" (Private Money), και η Ολλανδία ως κάτι στο οποίο δεν χρειάζεται η παρέμβαση/έλεγχος της κεντρικής τράπεζας της χώρας. Στις ΗΠΑ, η κύρια επίσημη οδηγία (FINCEN) έως τώρα έγκειται στην προσπάθεια αποφυγής εγκληματικών οικονομικών δραστηριοτήτων, με αμφισβητούμενη ως τώρα επιτυχία, πέρα από την επιβράδυνση και δυσχέραση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που σχετίζονται με Bitcoin και αφορούν πελάτες από τις ΗΠΑ. Θεωρείται απίθανο κάποια χώρα να απαγορέψει ολοκληρωτικά τις συναλλαγές με Bitcoin, και κάτι τέτοιο είναι εξαιρετικά δύσκολο

να εφαρμοστεί πρακτικά. Δεν αποκλείεται στην προσπάθεια διερεύνησης του περιβάλλοντος όμως, να ισχύσουν οδηγίες με αναδρομική ισχύ (όπως στην περίπτωση των ΗΠΑ) που να αλλάζουν το τοπίο, κυρίως επηρεάζοντας τις απαιτήσεις από τις επιχειρήσεις αλλά όχι τόσο τους χρήστες και την ιδιοκτησία τους. Το κύριο σημείο στο οποίο προβλέπεται ότι θα ασκηθεί κρατική επίβλεψη είναι το σημείο ανταλλαγής με τα κρατικά νομίσματα και ειδικότερα ότι έχει σχέση με τα KYC και AML νομικά πλαίσια τοπικά και διεθνώς.

4. Ασφάλεια δικτύου / Νεαρό ηλικίας :

Όπως κάθε σύστημα, το δίκτυο του Bitcoin, έχει αδυναμίες και τρωτά σημεία. Τα περισσότερα από αυτά είναι γνωστά από συγγραφή της αρχικής πρότασης του τρόπου λειτουργίας του λογισμικού, μερικώς προβλέψιμα και αφήνουν περιθώρια αντίδρασης στο δίκτυο και στους χρήστες. Έως τώρα, όσα έχουν προκύψει, έχουν διορθωθεί εντός λίγων ωρών από την εμφάνισή τους, χωρίς ουσιαστικές επιπτώσεις στη λειτουργία του δικτύου, ή της ισοτιμίας με άλλα νομίσματα. Τα τελευταία 4 χρόνια που είναι σε λειτουργία το δίκτυο, έχουν διασαφηνιστεί ακόμα περισσότερο οι πιθανές επιθέσεις που μπορεί να δεχτεί το δίκτυο. Το νεαρό της ηλικίας του δικτύου όμως και η κλιμάκωσή του σε περισσότερους χρήστες, και οι εξελίξεις του λογισμικού, ενδεχομένως να επιφέρουν νέα προβλήματα που δεν έχουν προβλεφθεί έως τώρα. Κάθε χρήστης μπορεί βέβαια να προτείνει λύσεις σε αυτά, και όποιες εύλογες ανησυχίες εμφανίζονται, εξετάζονται με σοβαρότητα από την κοινότητα, και εις βάθος, ώστε να κριθούν ενδεχόμενες διορθωτικές ενέργειες.

Ενδεικτικά, μερικές από τις σοβαρότερες απειλές αποτελούν τα παρακάτω:

➤ Έλεγχος μεγάλου μέρος του δικτύου (<51%) από μία κακόβουλη οντότητα. Αυτό θα έχει ως συνέπεια την αυξημένη πιθανότητα για διπλές συναλλαγές (double spending). Σε κάθε περίπτωση δεν επηρεάζονται οι συναλλαγές που έχουν εκτελεστεί πριν από την «επίθεση», θα θιγεί όμως σημαντικά η συνοχή του δικτύου όπως και η εμπιστοσύνη των χρηστών στην στιβαρότητά του.

➤ Παραβίαση των αλγόριθμων κρυπτογράφησης του δικτύου. Αυτό όπως και άλλα πρότυπα που χρησιμοποιούνται στην προστασία και λειτουργία του δικτύου, αποτελούν διεθνώς τυποποιημένα και ευρέως χρησιμοποιούμενα πρωτόκολλα. Στο παρελθόν, οι αδυναμίες αυτών έχουν προκύψει σταδιακά με αρκετό

χρόνο πρόνοιας ώστε τα ευαίσθητα συστήματα χωρών, τραπεζών και άλλων οργανισμών να μην προσβληθούν. Στην περίπτωση που συμβεί κάτι τέτοιο έκτακτα, πιθανότατα το δίκτυο του Bitcoin έχει σημαντικότερα μικρότερο χρόνο αντίδρασης από ότι τα περισσότερα άλλα σημεία που χρησιμοποιείται.

➤ Αντικατάσταση από κάποιο λογισμικό ανώτερης σχεδίασης και μεγαλύτερου δικτύου από το παρόν, χωρίς αλληλουχία με την παρούσα αλυσίδα συναλλαγών. Το ότι το λογισμικό είναι ανοιχτού κώδικα, σημαίνει ότι μπορεί ο καθένας να προτείνει το δικό του, με ότι αλλαγές προτείνει. Από τη δημιουργία του δικτύου έως αυτή τη στιγμή, έχουν προκύψει περισσότερες από 200 προσπάθειες εναλλακτικών δικτύων που εφαρμόζουν διαφοροποιήσεις στο Bitcoin (γνωστά γενικά ως altcoins), εξαιρετικά μικρότερης αποδοχής και χωρίς ουσιαστικές καινοτομίες στο αρχικό λογισμικό. Εφόσον το λογισμικό μπορεί να ενσωματώσει σε οποιαδήποτε φάση του, οποιαδήποτε καινοτομία προκύψει σε άλλο δίκτυο, είναι απίθανο να αντικατασταθεί, δηλαδή να υπερκεραστεί από κάποιο άλλο σε δυναμική και μέγεθος.

➤ Άλλες άγνωστες έως τώρα απειλές. Το ενδεχόμενο να προκύψει κάποια νέα απειλή δεν μπορεί να αποκλειστεί, όπως δεν μπορεί να είναι δεδομένη η ικανότητα του δικτύου να αντιδράσει ή να ανακάμψει.

9. Η επίδρασή του στις μέρες μας

Το τελευταίο διάστημα, λόγω της οικονομικής κρίσης έχει παρατηρηθεί πολλοί επενδυτές να ανταλλάσσουν πραγματικά νομίσματα με Bitcoin για να εξασφαλίσουν τα χρήματά τους. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την ραγδαία αύξηση της ισοτιμίας του και την εκτίναξή της αξίας του πάνω από 30000 φορές από την αρχική του αξία την ημέρα που δημιουργήθηκε. Κερδοσκόποι και επιτήδειοι προσπαθούν να εκμεταλλευτούν την 'μόδα' του καιρού για να κερδίσουν περισσότερα είτε να μην χάσουν τα λεφτά τους. Παρόλο που η ιδέα ξεκίνησε ώστε να υπάρχει ένα ελεύθερο νόμισμα, για να αποφευχθούν οι μεσάζοντες και οι περίεργες μοχλεύσεις των πραγματικών νομισμάτων, οι συνθήκες ευνοούν να δημιουργηθούν παρόμοιες καταστάσεις με τα πραγματικά νομίσματα και ίσως και χειρότερες. Μόνο ο χρόνος θα δείξει την κατάληξη του εγχειρήματος αυτού.



**Η ΤΑΣΗ ΤΟΥ ΒΙΤΣΟΙΝ ΤΟΥΣ ΜΗΝΕΣ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ - ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ
ΤΟΥ ΕΤΟΥΣ 2010**

1.3 Πρόσωπα και έννομες σχέσεις ηλεκτρονικού χρήματος

Τα επιμέρους λειτουργικά χαρακτηριστικά των συστημάτων ηλεκτρονικού χρήματος που έχουν αναπτυχθεί έως σήμερα, παρουσιάζουν μεγάλη άνθηση καθώς και συνεχή εξέλιξη και πρόοδο, αξιοποιώντας την ανάπτυξη της τεχνολογίας. Συνεπάγεται λοιπόν ότι, η ανάλυση που ακολουθεί εφαρμόζει το σύστημα ηλεκτρονικού χρήματος. Τα πρόσωπα που εμπλέκονται σε ένα τυπικό σύστημα ηλεκτρονικού χρήματος είναι :

- 1. Εκδότης:** με την καταβολή αντίστοιχου χρηματικού ποσού από τον κάτοχο, αναλαμβάνει την έκδοση ηλεκτρονικού χρήματος, δηλαδή στη αποθήκευση των ηλεκτρονικών χρηματικών μονάδων στο(ηλεκτρονικό) υπόθεμα.
- 2. Έμπορος:** συνεργάζεται με τον εκδότη και έχει ως υποχρέωση την αποδοχή του ηλεκτρονικού χρήματος ως μέσου πληρωμής, το οποίο έχει εκδώσει ο Ιοσ. Στην συνέχεια εμφανίζει τις μονάδες ηλεκτρονικού χρήματος στον εκδότη, τις οποίες και ρευστοποιεί ολοκληρώνοντας έτσι την συναλλαγή.
- 3. Κάτοχος:** συναλλάσσεται με τον εκδότη, από τον οποίο λαμβάνει το ηλεκτρονικό χρήμα, το οποίο στην συνέχεια χρησιμοποιεί για την αγορά από τον έμπορο, τα εμπορεύματα ή τις υπηρεσίες που επιθυμεί.
- 4. Διαχειριστής του συστήματος:** έχει την δυνατότητα της αυτοδυναμίας έναντι τον εκδότη και να διαχειρίζεται ανεξάρτητα ένα σύστημα, στο οποίο υπάρχουν περισσότεροι από ένας εκδότες ή να διαχειρίζεται περισσότερα του ενός συστήματα.
- 5. Τράπεζα εμπόρου:** η Τράπεζα στην οποία υπάρχει ο λογαριασμός που πιστώνεται ο έμπορος, τις μονάδες ηλεκτρονικού χρήματος από την συναλλαγή του με τον κάτοχο ηλεκτρονικού χρήματος.
- 6. Συμψηφιστικό κέντρο:** η διαδικασία του συμψηφισμού γίνεται από τον διαχειριστή του συστήματος ή από έναν τρίτο οργανισμό, ο οποίος έχει την δυνατότητα να αναλάβει τον συμψηφισμό και την εκκαθάριση των συναλλαγών στα πλαίσια περισσότερων συστημάτων.
- 7. Οργανισμός πιστοποίησης:** έχει την δυνατότητα να επεμβαίνει μέσα στα πλαίσια της ασφάλειας των συναλλαγών, με την συμμετοχή του στην κρυπτογράφηση-αποκρυπτογράφηση και συνολικά στην ασφάλεια μεταξύ των συναλλασσόμενων .

Από τα παραπάνω τα πιο σημαντικά πρόσωπα στην διακίνηση του ηλεκτρονικού χρήματος είναι ο **εκδότης**, ο **κάτοχος** και ο **έμπορος** και οι **κύριες έννομες σχέσεις** γύρω από τις οποίες στηρίζεται το σύστημα ηλεκτρονικού χρήματος είναι οι εξής:

1. η σχέση μεταξύ εκδότη και του κατόχου(αφορά την έκδοση του ηλεκτρονικού χρήματος, την εξέταση της υποχρέωσης του εκδότη για πληρωμή των εμπορών που του εμφανίζουν τις ηλεκτρονικές χρηματικές μονάδες και τέλος, τα λοιπά δικαιώματα και υποχρεώσεις του εκδότη και του κατόχου.)
2. η σχέση μεταξύ κατόχου και του εμπόρου(στηρίζεται σε δικαιοπραξία, συνήθως σύμβαση πώλησης ή παροχής υπηρεσιών, στα πλαίσια της οποίας ο κάτοχος – οφειλέτης, αναλαμβάνει έναντι του εμπόρου – δανειστή μία χρηματική ενοχή. Προς εξόφληση της δημιουργούμενης χρηματικής υποχρέωσης του κατόχου, αυτός προσφέρει στον έμπορο ηλεκτρονικό χρήμα.)
3. η σχέση μεταξύ εμπόρου και του εκδότη(αναφέρεται στην ρευστοποίηση των εισπραχθεισών μονάδων ηλεκτρονικού χρήματος καθώς και την αμοιβή που καταβάλλει ο έμπορος στον εκδότη).

1.4 Το Ηλεκτρονικό χρήμα και η φοροδιαφυγή.

Αντί να στρεφόμαστε σε αναποτελεσματικά μέτρα κατά της φοροδιαφυγής, μπορούμε να βρούμε λύσεις απλές και δοκιμασμένες χωρίς να χρειάζεται να ανακαλύψουμε τη φωτιά .

Η πληρωμή με μετρητά σε όλες τις συναλλαγές είναι μία ανοιχτή πηγή φοροδιαφυγής . Το 95% των συναλλαγών στην Ελλάδα γίνεται με μετρητά , ενώ μόλις το 3% γίνεται με επιταγές ή κάρτες . Μόνο η χώρα μας και η Ρουμανία πραγματοποιούν τις συναλλαγές του με μετρητά , με ποσοστό κοντά στο 100% , γι' αυτό το λόγο δεν είναι τυχαίο που η Ελλάδα και η Ρουμανία είναι πρώτες στη φοροδιαφυγή και στη διαφθορά . Παρόλα αυτά υπάρχει νόμος που δεν επιτρέπει συναλλαγές με 1.500 ευρώ και άνω να γίνονται με μετρητά αλλά πρέπει με κάρτες , επιταγές ή με κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό , όμως κάτι τέτοιο δεν συμβαίνει και το μέτρο έχει σχεδόν εξαφανιστεί .

Αντίθετα , στις χώρες με ανεπτυγμένη οικονομία οι επιχειρήσεις αποφεύγουν να πραγματοποιούν συναλλαγές με μετρητά . Για παράδειγμα , στις ΗΠΑ όταν μια

επιχείρηση χρησιμοποιεί μετρητά , αυτομάτως θεωρείται ύποπτη για ξέπλυμα χρήματος , ως αποτέλεσμα να δέχεται πιο συχνούς ελέγχους από την εφορία.

Στην Ελλάδα όπου η παραοικονομία υπολογίζεται στο 25% - 30% και με ποσοστό φοροδιαφυγής στο 12% , η μείωση των μετρητών από τις συναλλαγές ίσως και να είναι ο καλύτερος τρόπος να μειωθεί αισθητά η φοροδιαφυγή γιατί θα πραγματοποιείται αυτόματη καταγραφή των εσόδων των επιχειρήσεων και η βεβαίωση του φόρου που της αναλογεί . Επομένως δεν χρειάζεται η έκδοση απόδειξης ή τιμολογίου .

Όπως υποστήριξε και ο βουλευτής της ΔΗΜ.ΑΡ, κύριος Θωμάς Ψύρρας σε συνέντευξη του στην εφημερίδα " Η Ημερησία ": « Στο φορολογικό νομοσχέδιο που πρόκειται να κατατεθεί την άνοιξη θα πρέπει αν υπάρξει μέριμνα ώστε το "πλαστικό" χρήμα να περάσει στη ζωή του Έλληνα . Ήδη το Υπουργείο Οικονομικών υπάρχει η πρόθεση να γίνει υποχρεωτική η χρήση του πλαστικού χρήματος για όλες τις συναλλαγές που θα πραγματοποιούνται από 1^η Ιανουαρίου 2014 ».

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

2.1 Η ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου

Στην δεκαετία του 1970 εμφανίζονται τα συστήματα ηλεκτρονικής μεταφοράς χρηματικών πόρων (EFT) μεταξύ τραπεζών, που χρησιμοποιούν ασφαλή ιδιωτικά δίκτυα. Τα συστήματα EFT αλλάζουν τη μορφή των αγορών. Στην επόμενη δεκαετία δηλαδή την δεκαετία του 1980 οι τεχνολογίες ηλεκτρονικής επικοινωνίας που βασίζονται στην αρχιτεκτονική της ανταλλαγής μηνυμάτων (συστήματα EDI και ηλεκτρονικό ταχυδρομείο) αποκτούν σημαντική διάδοση. Πολλές δραστηριότητες, που παραδοσιακά διεκπεραιώνονταν με βασικό μέσο το χαρτί, μπορούν πλέον να γίνουν ταχύτερα και με μικρότερο κόστος. Οι συναλλαγές, που παλαιότερα απαιτούσαν έντυπα, όπως παραγγελίες αγοράς, συνοδευτικά έγγραφα και επιταγές πληρωμής, μπορούν να γίνουν κατά ένα μέρος ή στο σύνολό τους ηλεκτρονικά-με δομημένο τρόπο χάρη στα συστήματα EDI ή μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Τέλη της δεκαετίας του 1980 - αρχές της δεκαετίας του 1990 τα ηλεκτρονικά δίκτυα προσφέρουν μια νέα μορφή κοινωνικής επικοινωνίας, με δυνατότητες όπως ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), ηλεκτρονική διάσκεψη (conferencing), ομάδες συζήτησης (forums, groups) ,μεταφορά αρχείων (FTP). Η πρόσβαση στο δίκτυο γίνεται φθηνότερη λόγω της διεθνούς απελευθέρωσης της αγοράς τηλεπικοινωνιών. Μέσα της δεκαετίας του 1990 η εμφάνιση του Παγκόσμιου Ιστού (WWW) στο Internet και η επικράτηση των προσωπικών ηλεκτρονικών υπολογιστών (PC) που χρησιμοποιούν λειτουργικά συστήματα τύπου Windows, προσφέρουν μεγάλη ευκολία χρήσης λύνοντας το πρόβλημα της δημοσίευσης και της εύρεσης πληροφοριών στο Διαδίκτυο. Το ηλεκτρονικό εμπόριο γίνεται ένας πολύ φθηνότερος τρόπος για την πραγματοποίηση μεγάλου όγκου συναλλαγών, ενώ συγχρόνως διευκολύνει την παράλληλη λειτουργία πολλών διαφορετικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, επιτρέποντας σε μικρές επιχειρήσεις να ανταγωνιστούν μεγαλύτερες, με πολύ ευνοϊκότερες προϋποθέσεις. Τέλη της δεκαετίας του 1990 η καθιέρωση μεθόδων κρυπτογράφησης του περιεχομένου και εξακρίβωσης της ταυτότητας του αποστολέα ηλεκτρονικών μηνυμάτων, καθώς και η σχετική προσαρμογή της νομοθεσίας στους τομείς των εισαγωγών-εξαγωγών και των επικοινωνιών, καθιστούν δυνατή την πραγματοποίηση ασφαλών διεθνών ηλεκτρονικών συναλλαγών. Πρόκειται για κάθε είδος εμπορικής συναλλαγής μεταξύ

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

2.2 Ορισμός

Με τον όρο « **Ηλεκτρονικό Εμπόριο** » εννοούμε κάθε εμπορική συναλλαγή, η οποία εκτελείται αποκλειστικά σε ηλεκτρονικό επίπεδο, δηλαδή με τη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών που συνδέονται μέσω τηλεφωνικών γραμμών. Για την πραγματοποίηση μιας τέτοιας συναλλαγής χρησιμοποιείται κατάλληλο λογισμικό και πολύπλοκοι προγραμματιστικοί μηχανισμοί οι οποίοι επιτρέπουν την ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων ανάμεσα στις δύο πλευρές (μεταξύ επιχειρήσεων αλλά και μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών) που εμπλέκονται στην κάθε συναλλαγή. Με άλλα λόγια, η συγκεκριμένη μορφή συναλλαγής πραγματοποιείται παρακάμπτοντας τον ανθρώπινο παράγοντα και ελαχιστοποιώντας ταυτόχρονα την πιθανότητα λάθους ή την κακόβουλη χρήση στοιχείων.

2.3 Διακρίσεις ηλεκτρονικού εμπορίου

Το ηλεκτρονικό εμπόριο διακρίνεται σε έμμεσο και άμεσο:

➤ **Έμμεσο** αναφέρουμε το ηλεκτρονικό εμπόριο που χρησιμοποιείται όταν πρόκειται για την ηλεκτρονική παραγγελία υλικών αγαθών που μπορούν να παραδοθούν μόνο με παραδοσιακούς τρόπους όπως είναι το ταχυδρομείο.

➤ **Άμεσο** λέμε το ηλεκτρονικό εμπόριο που περιλαμβάνει παραγγελία, πληρωμή και παράδοση άυλων αγαθών και υπηρεσιών. Η πληρωμή των υπηρεσιών αυτών γίνεται είτε με πιστωτικές κάρτες είτε με ηλεκτρονικό χρήμα με την αρωγή πάντα και τη σύμπραξη των τραπεζών.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο το συναντάμε αρκετά χρόνια σε δίκτυα ενδο-επιχειρησιακά, αξιοποιώντας τα συστήματα EDI (Electronic Data Interchange), που επιτρέπουν απλές συναλλαγές μεγάλου όγκου δεδομένων. Βέβαια τα τελευταία χρόνια η δυνατότητα πρόσβασης στο διαδίκτυο ενός πολύ μεγάλου όγκου επιχειρήσεων καθώς και η επίτευξη συμβατότητας των εφαρμογών EDI με τις υπόλοιπες εφαρμογές που χρησιμοποιούν ως μέσο το Internet, έχουν οδηγήσει στην

επόμενη γενιά του ηλεκτρονικού εμπορίου, που είναι η δυνατότητα ανταλλαγής πληροφοριών ή επιχειρηματικών συναλλαγών μέσω του Παγκόσμιου Δικτυακού Ιστού (World Wide Web).

Κάποια από τα χαρακτηριστικά που μας οδηγούν στο συμπέρασμα να αναφέρουμε ότι ο Παγκόσμιος Ιστός θεωρείται πλέον ως το καταλληλότερο κανάλι για ηλεκτρονικές αγορές (OnLine) είναι:

➤ η εξατομίκευση της επικοινωνίας, που έχει ως αποτέλεσμα την ικανοποίηση προσωπικών αναγκών των καταναλωτών.

➤ με χαμηλό κόστος η ταχύτερη μεταφορά μεγάλου όγκου δεδομένων που έχει ως αποτέλεσμα την καλύτερη προώθηση των αγαθών καθώς και την εκτέλεση πολλών συναλλαγών.

➤ στη διαδραστικότητα του λόγω της αμφίδρομης επικοινωνίας μεταξύ των επιχειρήσεων και καταναλωτών.

2.4 Κατηγορίες ηλεκτρονικού εμπορίου

Στο ηλεκτρονικό εμπόριο μπορούμε να διακρίνουμε τέσσερις εμφανείς κατηγορίες οι οποίες διαμορφώνονται ανάλογα με το ποια είναι τα συναλλασσόμενα μέρη. Οι κατηγορίες αυτές είναι:

- Ηλεκτρονικό εμπόριο Επιχείρησης προς Καταναλωτή (Business to Customer - B2C)
- Ηλεκτρονικό εμπόριο Επιχείρησης προς Επιχείρηση (Business to Business - B2B)
- Ηλεκτρονικό εμπόριο Επιχείρησης προς Δημόσια διοίκηση (Business to Government - B2G)
- Ηλεκτρονικό εμπόριο Καταναλωτή προς Δημόσια διοίκηση (Customer to Government - C2G)



2.4.1 Ηλεκτρονικό εμπόριο Επιχείρησης προς Καταναλωτή (B2C)

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 είδους καταναλωτικά αγαθά, από γλυκά και κρασί μέχρι Η/Υ και βιβλία.

Ειδικά, οι εταιρείες πληροφορικής που ήταν οι πρώτες που εισέβαλαν σ' αυτό το χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου, ίδρυσαν μια καινούργια αγορά μέσω του Internet και πρόσφεραν ηλεκτρονικά κάθε είδος προϊόντος λογισμικού, όπως επίσης και υπηρεσίες αναβάθμισης και τεχνικής υποστήριξης στους πελάτες τους.

2.4.2 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 εταιρία που χρησιμοποιεί ένα δίκτυο παραγγελίας για τους προμηθευτές της, λαμβάνοντας τιμολόγια και κάνοντας πληρωμές.

2.4.3 Ηλεκτρονικό εμπόριο Επιχείρησης - Δημόσια Διοίκηση και Καταναλωτή - Δημόσια Διοίκηση (B2G) - (C2G)

Οι κατηγορίες αυτές καλύπτουν όλες τις συναλλαγές ανάμεσα σε εταιρείες ή ιδιώτες και φορείς της δημόσιας διοίκησης. Ένα παράδειγμα που αφορά συναλλαγή επιχείρησης προς Δημόσια Διοίκηση είναι πως σε διάφορες χώρες δημοσιεύονται οι λεπτομέρειες των προσεχών κυβερνητικών προμηθειών στο Internet και οι εταιρείες μπορούν να ανταποκριθούν ηλεκτρονικά. Στην περίπτωση συναλλαγής μεταξύ καταναλωτή και Δημόσιας Διοίκησης χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το πρόγραμμα TAXIS το οποίο λειτουργεί τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα για την υποβολή φορολογικών δηλώσεων, δηλώσεων Φ.Π.Α., κτλ.

2.5 Επιχειρηματικά μοντέλα διαδικτύου

2.5.1 E-Shop (Ηλεκτρονικό Κατάστημα)

Το ηλεκτρονικό κατάστημα ονοματίζει τις πρωτοβουλίες που επικεντρώνονται σε εφαρμογές για τους καταναλωτές και επιτρέπουν συναλλαγές και αλληλεπίδραση ανάμεσα στην επιχείρηση και τον τελικό καταναλωτή πάνω από το Internet.

Χαρακτηριστικά της κατηγορίας αυτής είναι:

- η συσσώρευση περιεχομένου με σκοπό την πώληση αγαθών και την παροχή υπηρεσιών στον καταναλωτή.
- η προσπάθεια για δημιουργία brand name από τις επιχειρήσεις.

Αντιπροσωπευτικές επιχειρήσεις:

+ eBay,

+ Amazon.com,

+ Priceline.com.






2.5.2 M-Commerce (Κινητό Ηλεκτρονικό Εμπόριο)

Είναι γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια υπάρχει μια ραγδαία τεχνολογική πρόοδος στον τομέα των δικτυακών υποδομών, όπως τα δίκτυα της επόμενης γενιάς (Next Generation Networks). Παράλληλα, η τεράστια εξάπλωση των κινητών συσκευών, όπως τα κινητά τηλέφωνα, τα PDAs ή οι υπολογιστές παλάμης (palmtops), οι οποίες έχουν δυνατότητα πρόσβασης στο Διαδίκτυο σε αρκετά ικανοποιητικές ταχύτητες, δημιούργησαν την ανάγκη δημιουργίας εφαρμογών που να μπορούν να εξυπηρετήσουν τον χρήστη οποιαδήποτε στιγμή, σε οποιοδήποτε σημείο και αν βρίσκεται. Αυτές οι υπηρεσίες ονομάζονται Mobile Commerce. Ένα απλό ορισμό που θα μπορούσαμε να δώσουμε για τον συγκεκριμένο όρο είναι πως m-Commerce είναι η μεταφορά και προσαρμογή του e-Commerce στις κινητές συσκευές.

2.5.3 E-Business (Ηλεκτρονικό Επιχειρείν)

Το ηλεκτρονικό επιχειρείν ονοματίζει τις πρωτοβουλίες που επικεντρώνονται σε εφαρμογές για την επιχείρηση και που επιτρέπουν συναλλαγές και αλληλεπίδραση ανάμεσα στην εταιρεία και τους εταιρικούς πελάτες της αλλά και τους συνεταίρους της. Βέβαια, η έννοια ηλεκτρονικό επιχειρείν προχωράει πιο πέρα από την τεχνολογία για να ενσωματώσει όλες τις όψεις της επιχείρησης (στρατηγική, διαδικασίες, οργάνωση, συστήματα) και να τις επεκτείνει πέρα από τα όρια της ίδιας της επιχείρησης. Τα επιτυχημένα επιχειρηματικά μοντέλα που εμφανίστηκαν στην φάση αυτή υλοποιήθηκαν κυρίως από μεγάλες και καθιερωμένες στον χώρο τους εταιρείες και είναι γνωστά με τον όρο Business to Business - B2B). Χαρακτηριστικά της κατηγορίας αυτής των μοντέλων είναι:

- η εστίαση της επιχειρηματικότητας στις βασικές ικανότητες του οργανισμού.
- ο προσανατολισμός στη συσσώρευση διαδικασιών. Αντιπροσωπευτικές εταιρίες είναι οι:
 -  Cisco systems
 -  General electric
 -  Chem-connect



2.5.4 E-Enterprise (Ηλεκτρονική Επιχείρηση)

Η σύγκλιση ανάμεσα στα B2C και B2B σε εταιρίες που δραστηριοποιούνται τόσο σε αγορές με τελικούς καταναλωτές όσο και σε αγορές με εταιρικούς πελάτες. Η σύγκλιση αυτή σηματοδοτεί την αρχή μιας νέας φάσης στο τρόπο διεξαγωγής επιχειρηματικών δραστηριοτήτων πάνω από το διαδίκτυο με κύριους αντιπροσώπους τις ηλεκτρονικές επιχειρήσεις. Στις επιχειρήσεις αυτές η αλυσίδα παραγωγής αξίας, από την προμήθεια πρώτων υλών μέχρι την πώληση του προϊόντος, στηρίζεται στον συνδυασμό των παραδοσιακών ενεργητικών της εταιρίας και της αποτελεσματικής διαμεσολάβησης με τους καταναλωτές, πελάτες, διανομείς, συνεργάτες και ανταγωνιστές. Έτσι οι επιχειρήσεις αυτές αναδύονται γρήγορα σε αυτό που ονομάζεται συν-ανταγωνιστικοί (co-opetitive) οργανισμοί.

Αντιπροσωπευτικές επιχειρήσεις:

-  American Express
-  Dell Computers






2.5.5 E-Marketplace (Ηλεκτρονική Αγορά)

Οι ηλεκτρονικές αγορές (e-marketplaces) αναφέρονται σε μια αυτοματοποιημένη ηλεκτρονική διαδικασία παραγγελιών η οποία συνδέει άμεσα τους πελάτες με τους προμηθευτές και επιτρέπει στους συμμετέχοντες αγοραστές και πωλητές να ανταλλάσσουν πληροφορίες για τιμές και προσφορές προϊόντων και να συνεργάζονται μεταξύ τους μέσω πληροφοριακών portals και εργαλείων εμπορικής συνεργασίας.

Ένα e-Marketplace είναι μια ηλεκτρονική πλατφόρμα όπου συνευρίσκονται προμηθευτές και αγοραστές και διενεργούνται αγοραπωλησίες ειδών ή υπηρεσιών. Τα εμπλεκόμενα μέρη στις ηλεκτρονικές αγορές είναι τρία: οι προμηθευτές, οι αγοραστές και αυτός που έχει δημιουργήσει την πλατφόρμα της ηλεκτρονικής αγοράς.





Αντιπροσωπευτικές επιχειρήσεις:

-  yassas.com
-  cosmoone.gr
-  onianet.gr

2.5.6 E-Procurement (Ηλεκτρονικές Προμήθειες)

Είναι η διαδικασία ηλεκτρονικής προσφοράς και προμήθειας αγαθών και υπηρεσιών. Μεγάλες εταιρίες και δημόσιες υπηρεσίες έχουν υλοποιήσει τέτοιες εφαρμογές στο Διαδίκτυο π.χ. Public Buy.Net, Arriba κλπ. Στα οφέλη περιλαμβάνεται η δυνατότητα μεγαλύτερης επιλογής από προμηθευτές που μπορεί να οδηγήσει σε χαμηλότερα έξοδα, καλύτερη ποιότητα, βελτιωμένη διανομή και μειωμένα έξοδα προμηθειών (για παράδειγμα φυλλάδια προσφορών μπορούν να «κατεβάζονται» δικτυακά από τους προμηθευτές αντί να στέλνονται μέσω του συμβατικού ταχυδρομείου).

Οι βασικές λειτουργίες αυτού του επιχειρηματικού μοντέλου είναι οι ακόλουθες:

-  Παρουσίαση καταλόγων προϊόντων
-  Διαχείριση παραγγελιών
-  Διαχείριση πληρωμών
-  Μηχανισμός αξιολόγησης προσφορών

2.5.7 E-Mall (Ηλεκτρονικό Εμπορικό Κέντρο)

Ένα ηλεκτρονικό εμπορικό κέντρο, στη βασική της μορφή αποτελείται από μια συλλογή από ηλεκτρονικά καταστήματα, συνήθως προσαρμοσμένα κάτω από την ίδια ομπρέλα, όπως είναι για παράδειγμα ένα πολύ γνωστό εμπορικό σήμα, ενώ είναι δυνατό να εμπλουτιστεί με μια διαδεδομένη και εγγυημένη μέθοδο πληρωμών. Ένα παράδειγμα είναι το ηλεκτρονικό εμπορικό κέντρο Bodensee, που παρέχει πρόσβαση σε πολλά ανεξάρτητα ηλεκτρονικά καταστήματα.

Όταν τέτοιες ηλεκτρονικές αγορές ειδικεύονται σε κάποιο συγκεκριμένο τομέα της αγοράς, μετατρέπονται σε βιομηχανικές αγορές, όπως η Industry.Net, προσφέροντας υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας (φόρουμ συζητήσεων, κλειστές ομάδες χρηστών).

2.6 Πλεονεκτήματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου

- **Πλεονεκτήματα ως προς τον Καταναλωτή**
- **Πλεονεκτήματα ως προς την Εταιρεία**

2.6.1 Πλεονεκτήματα ως προς τον καταναλωτή

Υπάρχουν πάρα πολλά πλεονεκτήματα για έναν καταναλωτή που επιθυμεί να αποκτήσει αγαθά και υπηρεσίες μέσω του Παγκόσμιου Ιστού. Ενδεικτικά όμως αναφέρουμε τις σημαντικότερες οι οποίες είναι:

- **Αγορές 24 ώρες το 24ωρο:** Ενώ τα μαγαζιά και οι υπηρεσίες λειτουργούν συγκεκριμένο ωράριο καθημερινά, οι αγορές μέσω Internet είναι ανοιχτές 24 ώρες το 24ωρο, δίνοντας τη δυνατότητα στον καθένα να κάνει συναλλαγές οποιαδήποτε ώρα επιθυμεί.
- **Χαμηλό κόστος:** Το κόστος των προϊόντων που πωλούνται μέσω Internet είναι κατά κανόνα χαμηλότερο από τις τιμές του εμπορίου, αφού ένα ηλεκτρονικό κατάστημα είναι απαλλαγμένο από κόστη λειτουργίας όπως ενοίκιαση χώρου, ηλεκτρικό ρεύμα, νερό και το βασικότερο έξοδα υπαλληλικού προσωπικό.
- **Εύρεση εκπτώσεων και αγοραστικών ευκαιριών:** Η δυνατότητα της επιλογής προϊόντων από όλον τον κόσμο δίνει στους καταναλωτές την ευκαιρία να εντοπίσουν προσφορές, εκπτώσεις και κάθε είδους αγοραστικές ευκαιρίες για να αποκτήσουν τα προϊόντα που επιθυμούν σε χαμηλότερες τιμές, ακόμα και σε προϊόντα της τοπικής αγοράς τους.
- **Παγκόσμια Αγορά:** Η αγορά είναι πραγματικά σε παγκόσμιο επίπεδο. Με άλλα λόγια, μπορείτε μέσω του υπολογιστή σας να αγοράσετε ακόμα και κάτι το οποίο δεν κυκλοφορεί στην Ελλάδα, χωρίς να πρέπει πια να περιμένετε τότε εσείς ή κάποιος φίλος σας θα ταξιδέψει στο εξωτερικό για να σας το φέρει.

- **Συναλλαγή γρήγορη και άμεση:** Με λίγα λόγια, από τη στιγμή που θα ολοκληρώσετε την παραγγελία σας, το αργότερο σε 3-4 ημέρες θα την έχετε παραλάβει, ακόμα και αν εκείνη τη στιγμή το προϊόν βρισκόταν στην άλλη άκρη του πλανήτη.

2.6.2 Πλεονεκτήματα ως προς την Εταιρεία

Τα κυριότερα πλεονεκτήματα για μια εταιρεία να δραστηριοποιηθεί και στον Παγκόσμιο Ιστό είναι:

- **Αύξηση της ανταγωνιστικότητας:** Οι εταιρείες για να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό τους στην τοπική αγορά επεκτείνουν την δραστηριότητά τους και στον Παγκόσμιο Ιστό έτσι ώστε να είναι κοντά στους πελάτες τους και να επιβιώνουν του ανταγωνισμού μακροχρόνια.
- **Καλύτερη Πολιτική:** Οι ηλεκτρονικές συναλλαγές επιτρέπουν την αμφίδρομη σχέση μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτή. Αυτό σημαίνει πως κάθε εταιρεία μέσω των ηλεκτρονικών συναλλαγών μπορεί να συλλέξει πολλά στοιχεία για τις συνήθειες, τις ανάγκες και τα γούστα των καταναλωτών και σύμφωνα με αυτά να αναπροσαρμόσει την πολιτική της προς το θετικότερο.
- **Ελάττωση της αλυσίδας προμηθειών:** Πολλές εταιρείες για παράδειγμα εμπορεύονται αγαθά με σκοπό να τα προωθήσουν στον τελικό αποδέκτη, τον καταναλωτή. Ενδιάμεσα όμως το εμπόρευμα έχει περάσει από διάφορους μεσάζοντες. Αυτό για μια εταιρεία δεν είναι και τόσο εξυπηρετικό επειδή δεν έχει άμεση επαφή με τον καταναλωτή. Μέσω της ηλεκτρονικής αγοράς μπορεί να ελέγχει τις ποσότητες των προϊόντων που πρέπει να εμπορεύεται με σκοπό να ικανοποιεί τους πελάτες της και να μην μένει τεράστιο απόθεμα στις αποθήκες της.

2.7 Μειονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου

Σε αυτή την ενότητα θα παρουσιάσουμε τα πιο σημαντικά μειονεκτήματα που παρουσιάζονται στο ηλεκτρονικό εμπόριο και αυτές αφορούν θέματα όπως ασφάλειας στοιχείων, εγκυρότητας πληροφοριών κ.τ.λ.

Σύμφωνα με τα παραπάνω θα πρέπει να προσέχουμε :

- **Θύματα Διαδικτύου:** Από πιθανότητα απάτης ή κλοπής. Το χαμηλό κόστος εισόδου στο Internet και η ευκολία ανωνυμίας, έχουν επιτρέψει σε κάποιους να πολλαπλασιάζονται.
- **Ανασφάλεια σε κωδικούς (passwords):** Για κάθε ασφάλειά θα πρέπει ο αγοραστής να έχει ένα μοναδικό κωδικό που να μην τον έχει χρησιμοποιήσει ξανά.
- **Επιβάρυνση στα έξοδα αποστολής:** Σε κάθε παραγγελία κάποιου προϊόντος συνήθως πληρώνουμε ένα αντίτιμο για την αποστολή του τα λεγόμενα έξοδα αποστολής.
- **Αμεσότητα με το αντικείμενο:** Ένα από τα κύρια προβλήματα με τις αγορές μέσω Internet είναι ότι δεν υπάρχει αμεσότητα με το αντικείμενο, που θέλει να αγοράσει κάποιος. Η αγορά είναι εικονική. Ο αγοραστής δεν μπορεί να πάει στο ηλεκτρονικό κατάστημα και να αγγίξει τα εμπορεύματα.

Ο σύγχρονος άνθρωπος παρόλο τα παραπάνω μειονεκτήματα οφείλει να προσκομίζει τα θετικά της εξέλιξης αυτής και να προσπαθεί να βρει λύσεις για να αποφεύγει την αρνητική πλευρά του ηλεκτρονικού εμπορίου. Αν ο κάθε ένας από εμάς εξοικειωθεί με την ιδέα του ηλεκτρονικού εμπορίου θα μπορέσει να βελτιώσει τη ζωή του γλιτώνοντας κόπο, χρόνο και χρήμα. Σημαντικό είναι στο γεγονός ότι όποιος αποφασίσει να εμπιστευτεί τις ηλεκτρονικές αγορές βάζει τον εαυτό του στη διαδικασία να κάνει έρευνα και να λάβει γνώση για πράγματα που ίσως τον ενδιαφέρουν. Ένας έξυπνος αγοραστής πρέπει να είναι προσεκτικός στις συναλλαγές του στο διαδίκτυο.

2.8 Εφαρμογές - Τεχνολογίες ηλεκτρονικού εμπορίου

Οι μέθοδοι και εφαρμογές για να μπορέσουμε να έχουμε πιο ασφαλές εμπόριο μέσω του διαδικτύου είναι οι εξής:

- ❖ Επίπεδο Ασφαλών Συνδέσεων (SSL - Secure Sockets Layer)
- ❖ Έξυπνες κάρτες (Smart Cards)
- ❖ Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων (EDI - Electronic Data Interchange)
- ❖ Ασφαλείς Ηλεκτρονικές Συναλλαγές (SET - Secure Electronic Transactions)
- ❖ Γραμμωτός κώδικας (Barcode)
- ❖ Πιστοποίηση και ασφάλεια

2.8.1 Επίπεδο Ασφαλών Συνδέσεων (SSL - Secure Sockets Layer)



Ο σκοπός του πρωτόκολλου αυτού είναι να πραγματοποιεί ασφαλή σύνδεση με τον εξυπηρετητή (Server). Το SSL χρησιμοποιεί κλειδιά δημόσιας κρυπτογράφησης, με σκοπό να προστατεύει τα δεδομένα καθώς « ταξιδεύουν » μέσα στο Internet.

2.8.2 Έξυπνες κάρτες (Smart Cards)

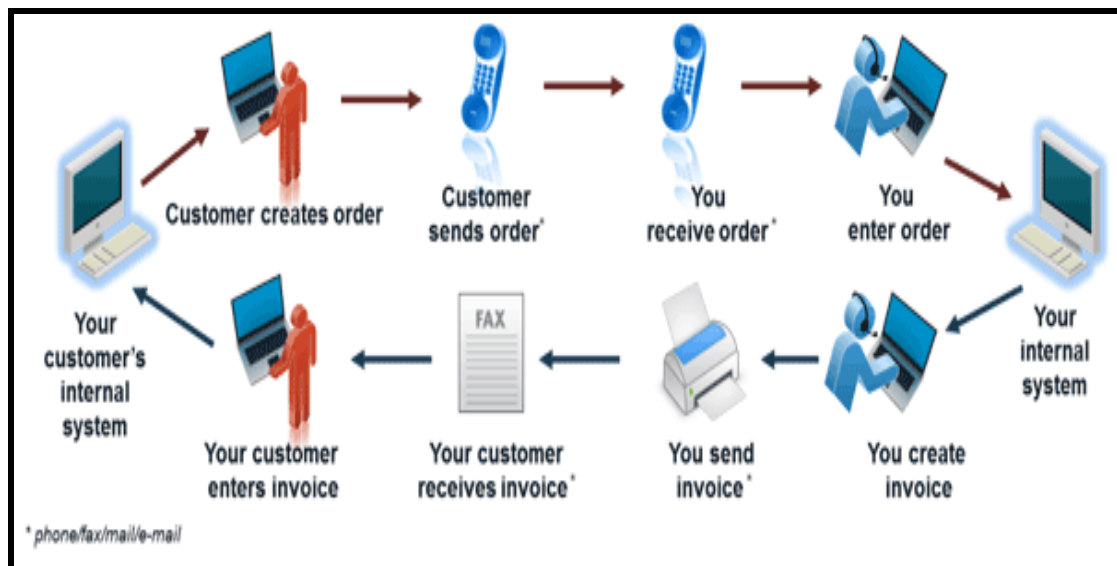


Οι λεγόμενες "έξυπνες κάρτες" δεν είναι τίποτε παραπάνω απλώς μια εξέλιξη των καρτών μαγνητικής λωρίδας (δηλαδή ένα παθητικό μέσο αποθήκευσης, τα περιεχόμενα του οποίου μπορούν να διαβαστούν και να τροποποιηθούν). Στις έξυπνες

κάρτες μπορούμε να αποθηκεύσουμε μεγάλη ποσότητα δεδομένων και μας παρέχουν δυνατότητες κρυπτογράφησης για την ασφάλεια των περιεχομένων τους. Η

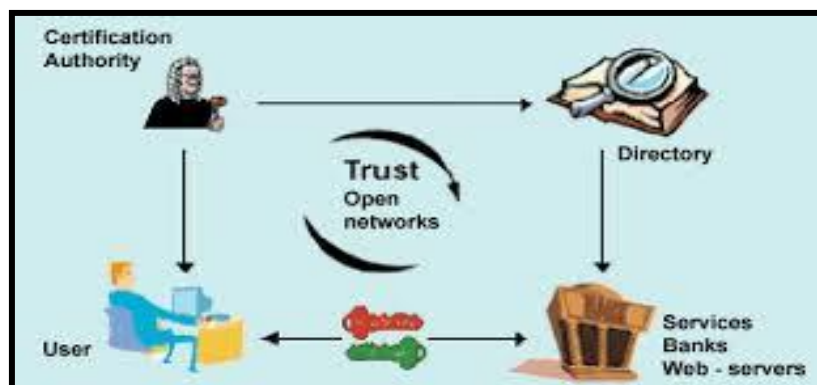
τεχνολογία αυτή παρουσιάστηκε στο κοινό το έτος 1981. Στις μέρες μας οι Smart Cards έχουν τεχνολογία που προσφέρει απεριόριστες δυνατότητες χρήσης στο εμπόριο και στη δημόσια διοίκηση.

2.8.3 Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων (EDI - Electronic Data Interchange)



Δημιουργήθηκε στις αρχές της δεκαετίας του '70. Η EDI είναι μια κοινή δομή αρχείων που σχεδιάστηκε ώστε να επιτρέψει σε μεγάλους οργανισμούς να μεταδίδουν πληροφορίες μέσα από μεγάλα ιδιωτικά δίκτυα. Πρόκειται για την ηλεκτρονική ανταλλαγή εμπορικών και διοικητικών δεδομένων από υπολογιστή σε υπολογιστή, με την ελάχιστη παρέμβαση χειρόγραφων διαδικασιών. Τα δεδομένα αυτά είναι οργανωμένα σε αυτοτελή μηνύματα (τιμολόγια, παραγγελίες, τιμοκατάλογοι, φορτωτικές κλπ.), το περιεχόμενο και η δομή των οποίων καθορίζονται από κάποιο κοινώς αποδεκτό πρότυπο. Τα πρότυπα που χρησιμοποιούνται σε παγκόσμιο επίπεδο προέρχονται από τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών και καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα επικοινωνιακών αναγκών των εμπορικών εταιρειών. Το πρότυπο αυτό είναι το EDIFACT (EDI For Administration, Commerce and Transportation).

2.8.4 Ασφαλείς Ηλεκτρονικές Συναλλαγές (SET - Secure Electronic Transactions)



Το SET κωδικοποιεί τους αριθμούς της πιστωτικής κάρτας που αποθηκεύονται στον εξυπηρετητή του εμπόρου. Το πρότυπο αυτό, που δημιουργήθηκε από τη Visa και τη MasterCard, απολαμβάνει μεγάλης αποδοχής από την τραπεζική κοινότητα.

2.8.5 Γραμμωτός κώδικας (Barcode)



Η τεχνολογία του γραμμωτού κώδικα αποτελεί τμήμα του γενικότερου τομέα των τεχνολογιών αυτόματης αναγνώρισης (Auto ID Technologies). Είναι ένα σύγχρονο εργαλείο, το οποίο βοηθά καταλυτικά στην ομαλή διακίνηση και διαχείριση (logistics) προϊόντων και υπηρεσιών. Η ανάπτυξη της

τεχνολογίας του γραμμωτού κώδικα ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του 1960, με σκοπό να εξυπηρετήσει την πληρωμή προϊόντων στα καταστήματα τροφίμων. Οι πρώτες εφαρμογές σε βιομηχανικό περιβάλλον εμφανίστηκαν στα τέλη της ίδιας δεκαετίας σε μεγάλες αυτοκινητοβιομηχανίες, για τον περιορισμό του κόστους εργασίας που σχετιζόταν με την παραγωγή. Εκτεταμένη χρήση παρουσιάστηκε μετά την ανάπτυξη των πρώτων προτύπων (λόγω των πιέσεων των αρκετών πλέον χρηστών - προμηθευτών, υποκατασκευαστών των μεγάλων βιομηχανιών) στα τέλη της δεκαετίας του 1970. Κατά τη δεκαετία του 1980 υπήρξε αλματώδης ανάπτυξη του εξοπλισμού, κατ' επέκταση και των τρόπων χρήσης της τεχνολογίας γραμμωτού κώδικα.

2.8.6 Πιστοποίηση και ασφάλεια



Για την ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών χρησιμοποιούνται ευρέως τα firewalls. Το firewall αποτελεί λογισμικό ή υλικό, που επιτρέπει μόνο στους εξωτερικούς χρήστες που έχουν τα κατάλληλα δικαιώματα, να προσπελάσουν το προστατευόμενο δίκτυο. Ένα firewall επιτρέπει στους εσωτερικούς χρήστες να έχουν πλήρη πρόσβαση στις παρεχόμενες υπηρεσίες, ενώ οι εξωτερικοί

χρήστες πρέπει να πιστοποιηθούν. Υπάρχουν πολλοί τύποι firewalls, καθένας από τους οποίους παρέχει διαφορετικά επίπεδα προστασίας. Ο συνηθέστερος τρόπος χρησιμοποίησης ενός firewall είναι η τοποθέτηση ενός υπολογιστή ή δρομολογητή μεταξύ συγκεκριμένου δικτύου και του Internet, και η παρακολούθηση όλης της κυκλοφορίας μεταξύ του εξωτερικού και του τοπικού δικτύου.

Η εμπιστευτική πληροφορία που διακινείται στο δίκτυο μπορεί να προστατευθεί με κρυπτογράφηση και χρήση μυστικών κωδικών. Η ασφάλεια του ηλεκτρονικού εμπορίου βασίζεται κατεξοχήν στην κρυπτογράφηση, δηλαδή στην κωδικοποίηση του μεταδιδόμενου κειμένου κατά τέτοιο τρόπο ώστε να μπορεί να αποκρυπτογραφηθεί μόνο με τη χρήση του ειδικού κλειδιού αποκρυπτογράφησης. Η κρυπτογράφηση συνοδεύεται πολλές φορές και από την ψηφιακή υπογραφή του αποστολέα, έτσι ώστε ο παραλήπτης να μπορεί να βεβαιωθεί για την ταυτότητα του πρώτου.

2.9 Ηλεκτρονικοί πελάτες

Ένα από τα σημαντικότερα θέματα που χρήζουν ιδιαίτερη προσοχή προκειμένου μια επιχείρηση να αναπτυχθεί και να αυξήσει τα ποσοστά λειτουργίας της είναι να δημιουργήσει ένα αξιόπιστο και εμπιστευτικό δίκτυο « ηλεκτρονικών πελατών». Αν το πετύχει αυτό τότε θα αποκτήσει συγκριτικά πολύ μεγάλα πλεονεκτήματα σε θέματα ανταγωνισμού σε σχέση με άλλες επιχειρήσεις. Για να συμβεί αυτό θα πρέπει:

- να πείθει για την αξιοπιστία της μέσω της ηλεκτρονικής παρουσίασης της και να παρουσιάζει τα αποτελέσματα της επιχείρησής.
- να εξασφαλίζει την ασφάλεια και εγκυρότητα των συναλλαγών της.
- να ενημερώνει συνέχεια τους πελάτες της μέσω διαδικτύου.
- να διασφαλίζει τους ηλεκτρονικούς πελάτες της ως προς τα στοιχεία τους και να τους σέβονται χωρίς να υποτιμούν τις αγοραστικές τους προτιμήσεις.
- να παρέχει χρήσιμες πληροφορίες τόσο κατά την διάρκεια της πώλησης όσο και μετά από αυτή.
- να λαμβάνει υπόψιν τις απαιτήσεις των πελατών της.
- να αναπτύσσει επικοινωνία με τους πελάτες της και όχι μόνο μέσα από την on-line επαφή.
- να τηρεί τους όρους χρήσης και εγγύησης των προϊόντων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

3.1 Ιστορική αναδρομή του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα

Η ιστορία του ηλεκτρονικού εμπορίου ξεκινάει στην Ελλάδα στις αρχές της δεκαετίας του 1990 με την ίδρυση του Εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Εμπορίου (www.eltrun.gr) στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και την έκδοση το 1993 του πανεπιστημιακού βιβλίου *EDI: Ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων*. Οι πρώτες προσπάθειες επικεντρώθηκαν στη χρήση του EDI για B-B (Business to Business), με τους κλάδους του έτοιμου ενδύματος (ιδιαίτερα εξαγωγικός κλάδος εκείνη την εποχή) και του λιανεμπορίου τροφίμων (λόγω των πολυεθνικών προμηθευτών) να έχουν τον κύριο λόγο. Στα μέσα της δεκαετίας του 1990 έχουμε την πρώτη οργανωμένη παρέμβαση της πολιτείας με τα «Κλαδικά Έργα EDI» που χρηματοδοτήθηκαν από το Υπουργείο Ανάπτυξης, και τη δημιουργία υποδομών / υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου από Επιμελητήρια – Εμπορικούς Συλλόγους στα πρότυπα των ηλεκτρονικών κέντρων εμπορίου του ΟΗΕ. Παράλληλα γίνονται δύο σημαντικές επενδύσεις σε υποδομές X400 από τον ΟΤΕ και τη Forthnet για την ασφαλή ψηφιακή ανταλλαγή εμπορικών παραστατικών.

Η δεκαετία του 2000, με τη σταδιακή εμφάνιση του Διαδικτύου, χαρακτηρίζεται αρχικά από την επιτυχημένη έναρξη σοβαρών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στο χώρο BC (Business to Consumer) (π.χ. airtickets.gr, plaisio.gr, e-shop.gr), στις ηλεκτρονικές αγορές (π.χ. Cosmote, Χρυσή Ευκαιρία, BE, Yassas.gr) και στις εξειδικευμένες υπηρεσίες (ISImpact και ISPs). Στα μέσα της δεκαετίας η σχετική ΠΟΛ του Υπουργείου Οικονομικών για το ηλεκτρονικό τιμολόγιο επιτρέπει πλέον σε πάνω από 2.000 επιχειρήσεις να εμπλέκονται καθημερινά με το ηλεκτρονικό εμπόριο B-B αξιοποιώντας υψηλού επιπέδου ηλεκτρονικές υπηρεσίες που προσφέρονται πλέον από ελληνικές επιχειρήσεις. Το Διαδίκτυο γίνεται πια η βασική υποδομή των ηλεκτρονικών συναλλαγών και της εναλλακτικής τραπεζικής.

Η παρούσα δεκαετία χαρακτηρίζεται από την άνοδο της χρήσης του Internet, που είχε ως επακόλουθο το 2013 περίπου 2,5 εκατ. Έλληνες ετησίως να αγοράζουν on-line υπηρεσίες/προϊόντα αξίας περίπου 3,5 δισ. €. Πάνω από 3.000 εταιρείες έχουν

ως κύρια δραστηριότητα το ηλεκτρονικό εμπόριο, ενώ υπάρχουν βέλτιστες πρακτικές στο χώρο του τουρισμού, των ασφαλειών, των υπηρεσιών mCommerce, των ολοκληρωμένων λύσεων SCM κ.λπ. Η αρχή της φάσης ωριμότητας προσδιορίζεται το 2012 με την ίδρυση του GRECA(Ελληνικός Σύνδεσμος Ηλεκτρονικού Εμπορίου) και των βραβείων e-evolution (www.evolutionawards.gr), όπου αναδεικνύονται σε ετήσια βάση βέλτιστες πρακτικές και επιχειρηματική αριστεία στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο.

Σταδιακά αναμένεται η αγορά B-C να διαμορφωθεί στα 5 δισ. € με πάνω από 4-5 εκατ. OnLine αγοραστές. Η συστηματική υιοθέτηση των ηλεκτρονικών προμηθειών στο Δημόσιο, η καθολική χρήση του ηλεκτρονικού τιμολογίου και των ηλεκτρονικών συναλλαγών με το Δημόσιο αναμένεται να αναπτύξουν το B-B Ηλεκτρονικό Εμπόριο στους σημερινούς ευρωπαϊκούς μέσους όρους. Αυτή τη στιγμή πάνω από 15.000 ελληνικές επιχειρήσεις εμπλέκονται σε B-B ηλεκτρονικές συναλλαγές με τους επιχειρηματικούς τους εταίρους.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι 6 εκατ. Έλληνες πλέον χρησιμοποιούν το Internet, και τα 2/3 διαθέτουν λογαριασμούς σε υπηρεσίες ηλεκτρονικής κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Facebook). Ο μέσος εβδομαδιαίος χρόνος που αφιερώνει κάποιος on-line στην Ελλάδα φθάνει τις 10 ώρες, ενώ καθημερινά πραγματοποιούνται πάνω από 500.000 αναζητήσεις στο Internet. Η δε χρήση του Διαδικτύου μέσω κινητών συσκευών αυξάνεται με ταχείς ρυθμούς, 8 φορές ταχύτερα σε σχέση με τον αντίστοιχο ρυθμό διεύδυσης του Διαδικτύου στα PC.

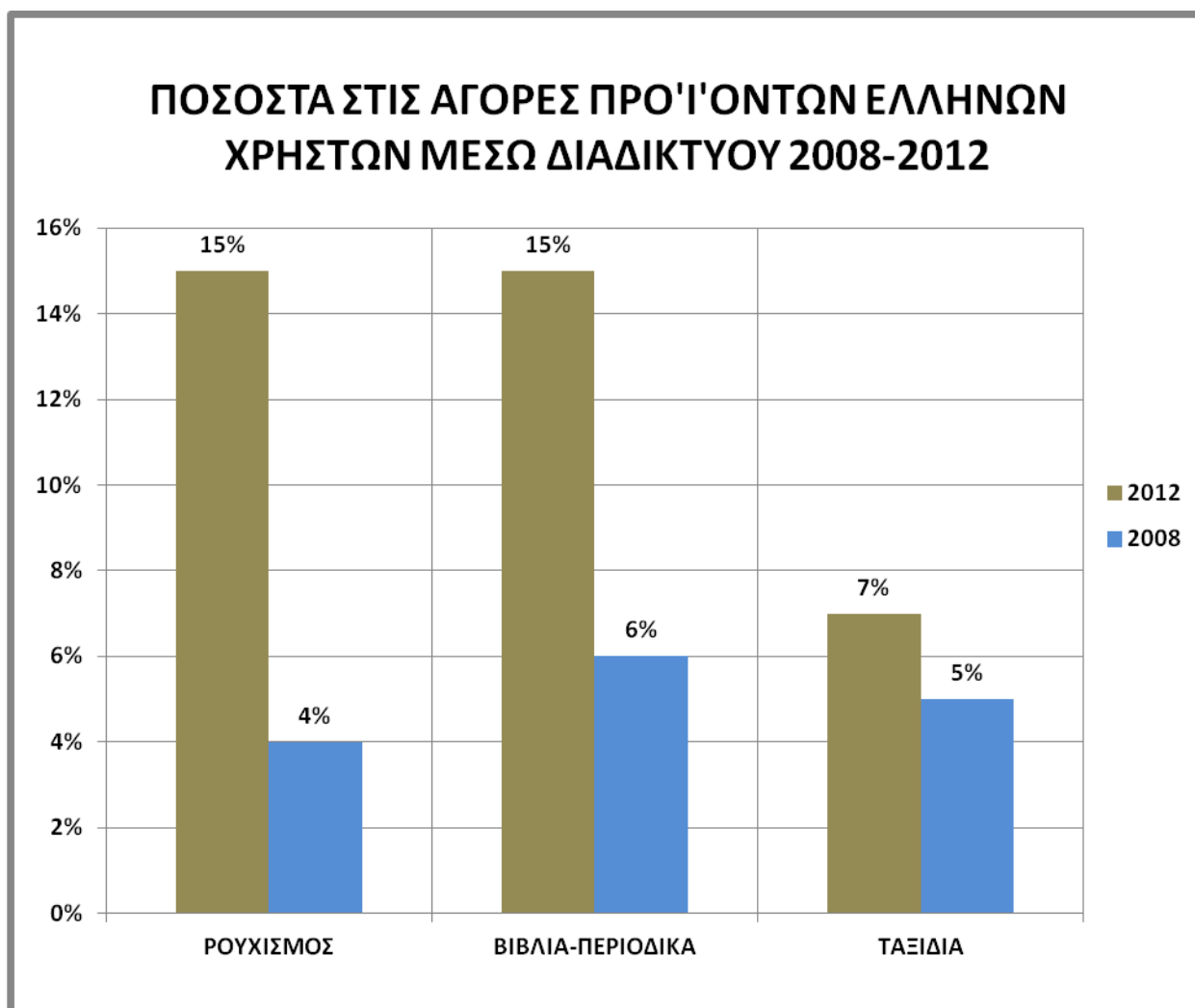
3.2 Η αγορά του ηλεκτρονικού εμπορίου μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτή στην Ελλάδα.

Σύμφωνα με την Eurostat και με την Ε.Σ.Ε.Ε (Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου) οι αγορές που πραγματοποίησαν οι Έλληνες μέσω Διαδικτύου το 2012 αγγίζει το 36% των χρηστών του Internet στην Ελλάδα. Συνολικά στην Ευρωπαϊκή Ένωση το αντίστοιχο ποσοστό είναι 59%, στοιχείο που δείχνει την ταχεία εξάπλωση του ηλεκτρονικού εμπορίου.

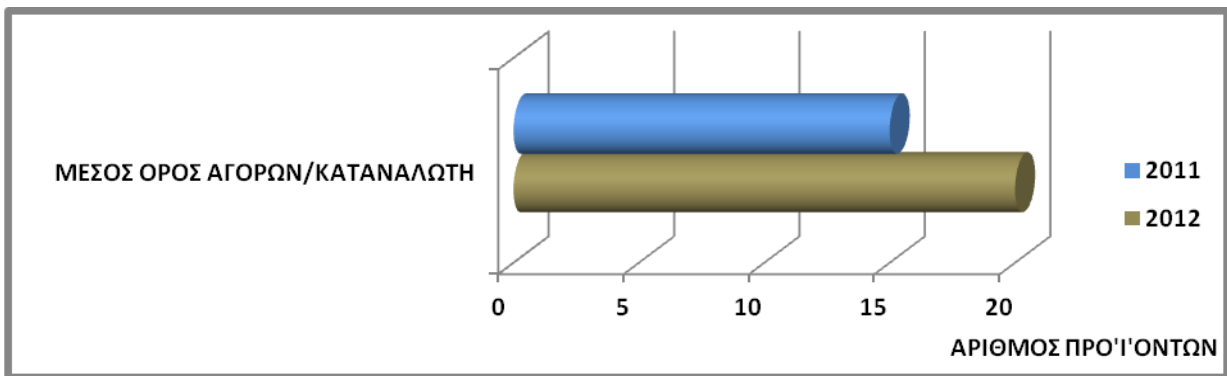
Αν και το ποσοστό στην Ελλάδα παραμένει χαμηλό σε σχέση με τις άλλες χώρες της Ε.Ε, παρατηρείται μεγάλη αύξηση σε σύγκριση με το 2008. Ειδικότερα, όπως βλέπουμε και στο διάγραμμα 1 στην παρακάτω σελίδα, στην Ελλάδα το 2012

αγόρασαν ρούχα και αθλητικά είδη μέσω Διαδικτύου το 15% των χρηστών Internet, έναντι μόλις 4% το 2008. Κρατήσεις για ταξίδια και διαμονή έκανε μέσω του Internet το 15% των χρηστών στην Ελλάδα έναντι 6% το 2008, βιβλία και περιοδικά αγόρασε το 7% έναντι 5% το 2008, ενώ σε χαμηλά επίπεδα παραμένουν ακόμη οι αγορές τροφίμων και ειδών παντοπωλείου, μόλις 2%.

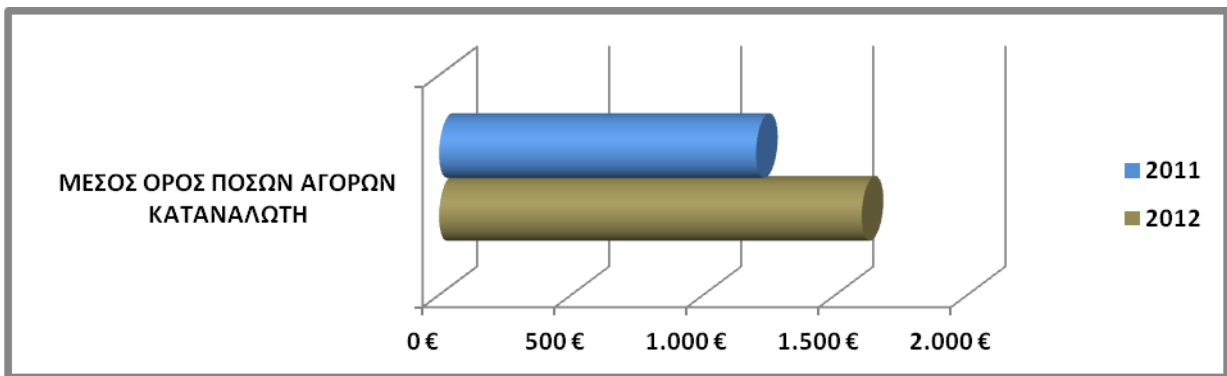
Με βάση τη σχετική ετήσια έρευνα του Εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Εμπορίου, η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου (επιχείρηση προς καταναλωτή) ήταν ιδιαίτερα υψηλή το 2012 καθώς 1,9 εκατ. Έλληνες συνολικά αγόρασαν on-line προϊόντα ή υπηρεσίες αξίας 2,9 δισ. € και έκαναν κατά μέσο όρο ετησίως 20 αγορές μέσω του Διαδικτύου συνολικής αξίας 1.600 €. Άρα στους βασικούς δείκτες μέτρησης της on-line αγοράς είχαμε αύξηση το 2012 κατά 25-35%, ενώ στις συνολικές αγορές η αύξηση ήταν πάνω από 50% σε σχέση με το 2011. Αυτό μπορούμε να το δούμε και στα γραφήματα 2 έως 5 στην παρακάτω σελίδα.



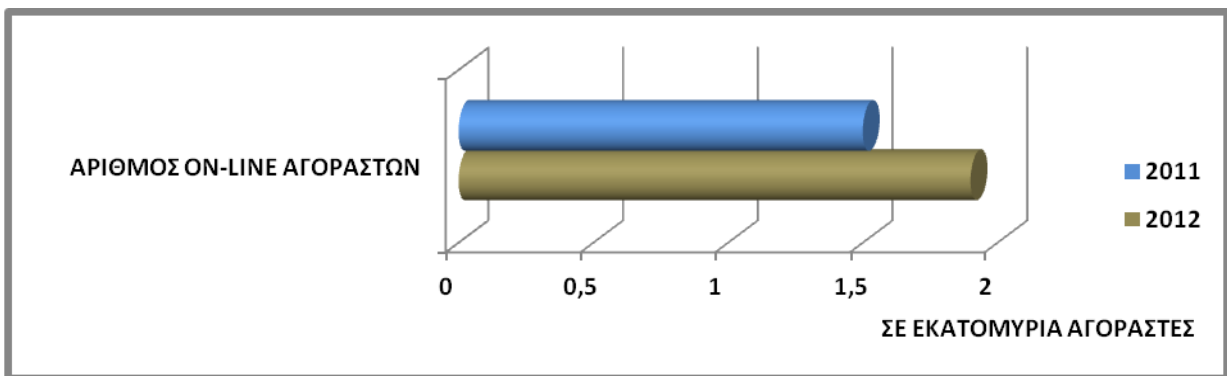
Διάγραμμα 1



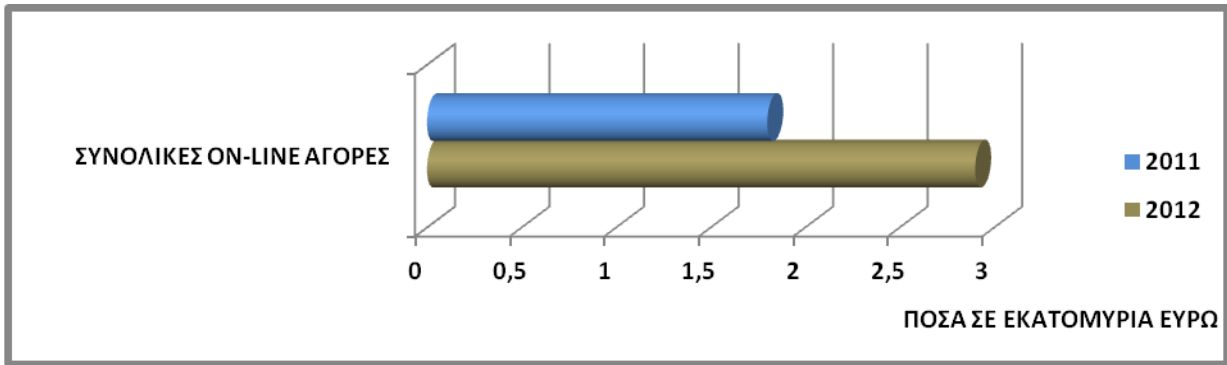
Διάγραμμα 2



Διάγραμμα 3



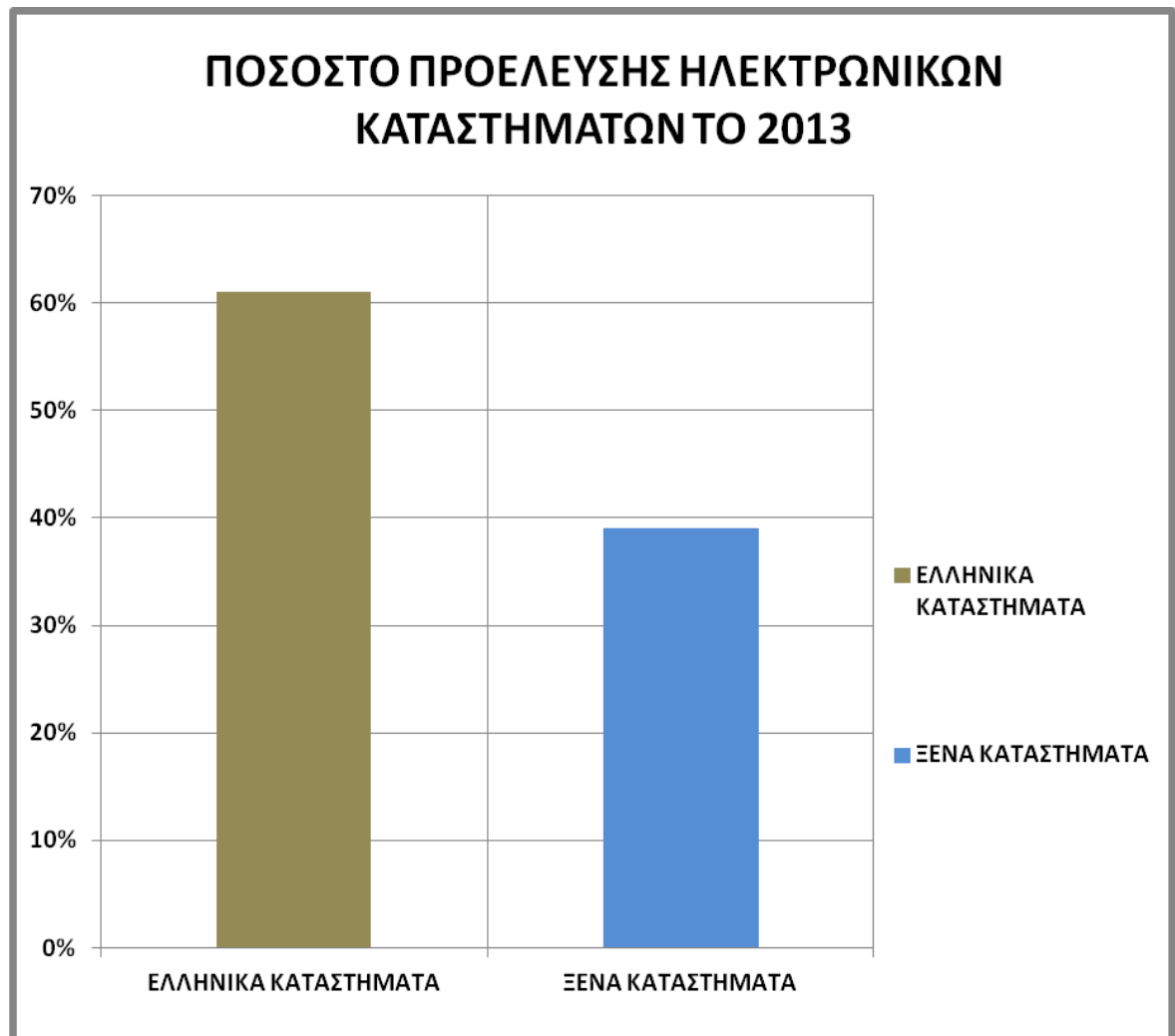
Διάγραμμα 4



Διάγραμμα 5

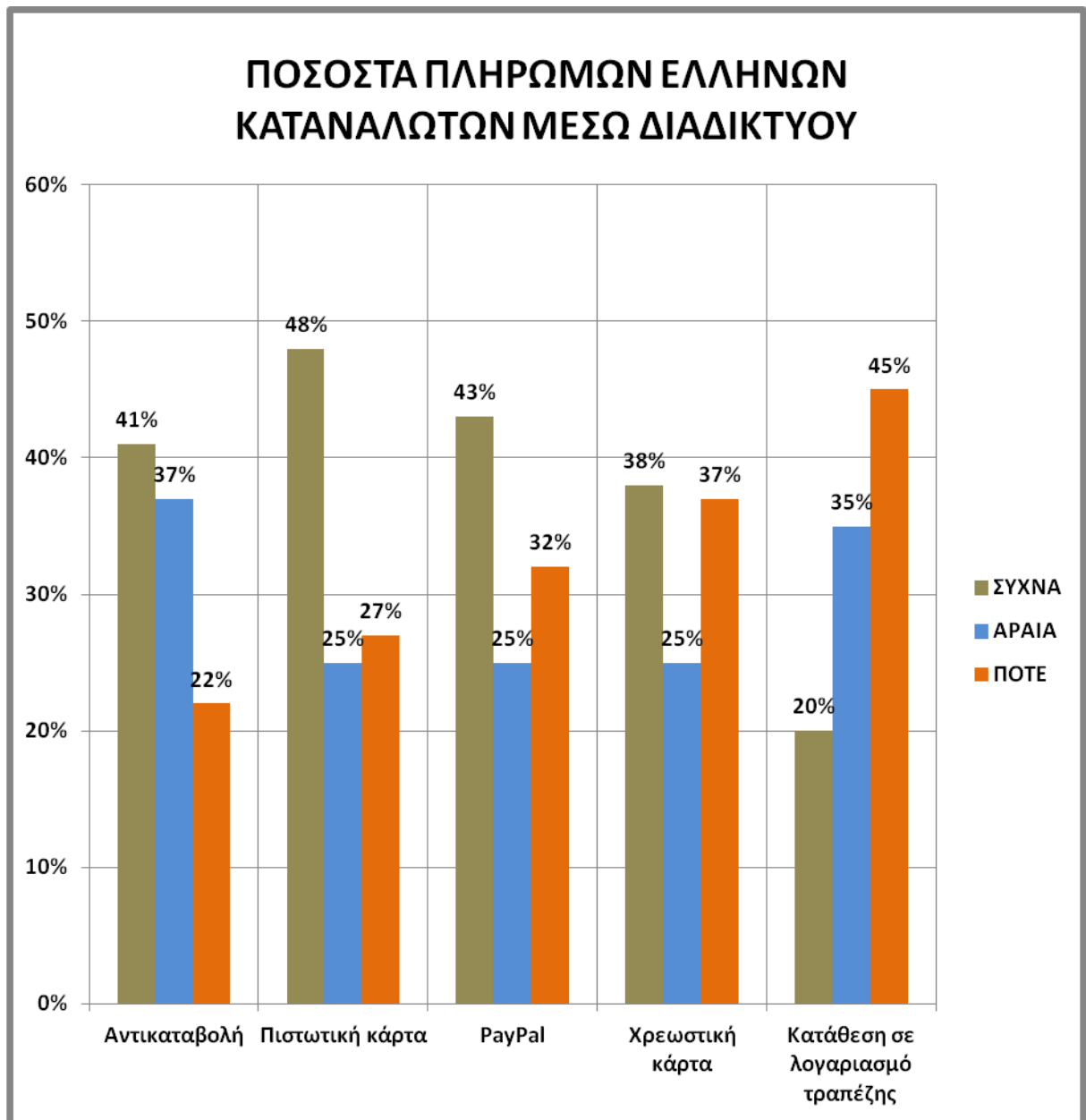
Όλες οι ενδείξεις καταγράφουν μια ετήσια αύξηση το 2013 της τάξης του 25-30%. Με βάση και τα στοιχεία της Eurostat, για το 2013 αναμένουμε περίπου 2,5 εκατ. Έλληνες χρήστες του Διαδικτύου (περίπου το 40%) να αγοράσουν υπηρεσίες/προϊόντα που θα πλησιάσουν τα 3,5 δισ. € ενώ για το 2014 το ποσό κυμαίνεται στο 35-38%. Βέβαια, η αγορά αυτή παραμένει ιδιαίτερα χαμηλή, αφού οι συνολικές on-line αγορές στην Ευρώπη θα ξεπεράσουν το 2013 τα 350 δισ. €.

Στις σημαντικές συμπεριφορές των on-line αγοραστών (Διάγραμμα 6) καταγράφουμε ότι μόνο το 61% των αγορών πραγματοποιήθηκε σε ελληνικά sites (σε αντίθεση με την τάση των ευρωπαϊκών χωρών όπου το 80% των αγορών είναι από εθνικά/τοπικά sites). Άρα αναμένουμε τα επόμενα χρόνια να αυξάνεται το ποσοστό αυτό και να πλησιάζει σταδιακά τον ευρωπαϊκό μέσο όρο.



Διάγραμμα 6

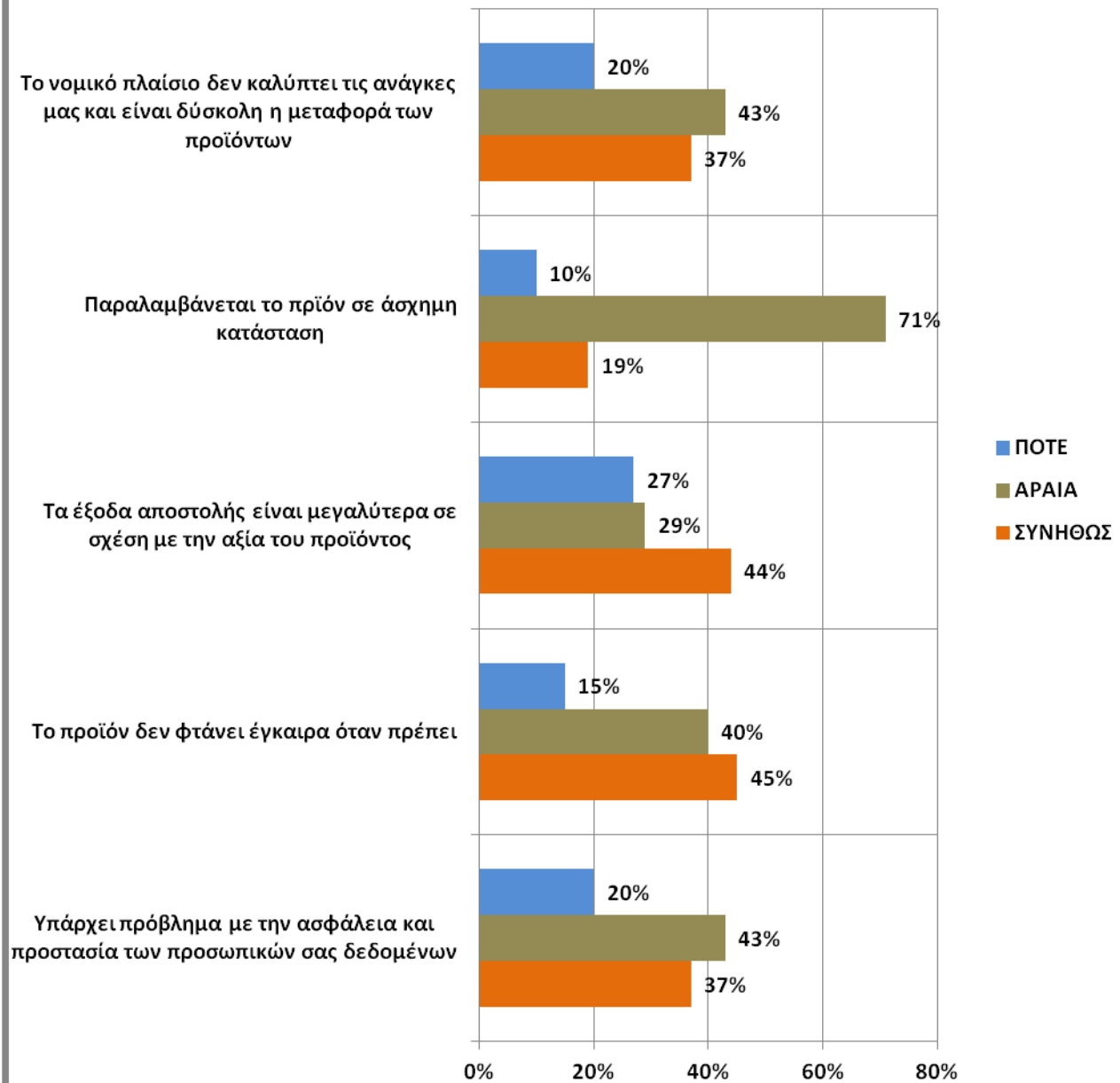
Όσον αφορά τους τρόπους πληρωμής (Διάγραμμα 7), η αντικαταβολή παραμένει ακόμη στην πρώτη θέση, χαρακτηρίζοντας την ιδιαιτερότητα του Έλληνα on-line αγοραστή. Παρ' όλα αυτά, τα υψηλά ποσοστά στις πιστωτικής κάρτας (με 48%), του PayPal (με 43%) και της χρεωστικής κάρτας (με 38%) καταγράφουν τη σταδιακή αλλαγή συμπεριφοράς των Ελλήνων καταναλωτών όσον αφορά την εμπιστοσύνη και την ασφάλεια των συναλλαγών, αλλά και τη σοβαρή προσπάθεια των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων στην Ελλάδα να προσφέρουν σχετικά ασφαλείς υπηρεσίες καθώς και συνεχή ενημέρωση και εκπαίδευση των Ελλήνων on-line καταναλωτών.



Διάγραμμα 7

Παρ' ότι οι Έλληνες έχουν πολύ υψηλά ποσοστά αγορών από το εξωτερικό, η έρευνα καταδεικνύει ότι υπάρχουν προβλήματα σε αυτές τις on-line συναλλαγές αφού 1 στους 3 περίπου συναντά προβλήματα με την ασφάλεια και το θεσμικό πλαίσιο, ενώ 1 στους 2 αναφέρεται στην προβληματική κατάσταση των logistics (π.χ. έγκαιρη παράδοση, έξοδα αποστολής), ενώ 1 στους 5 παραλαμβάνει συνήθως το προϊόν σε άσχημα κατάσταση. Αυτό φαίνεται στο διάγραμμα 8 σελίδα 58.

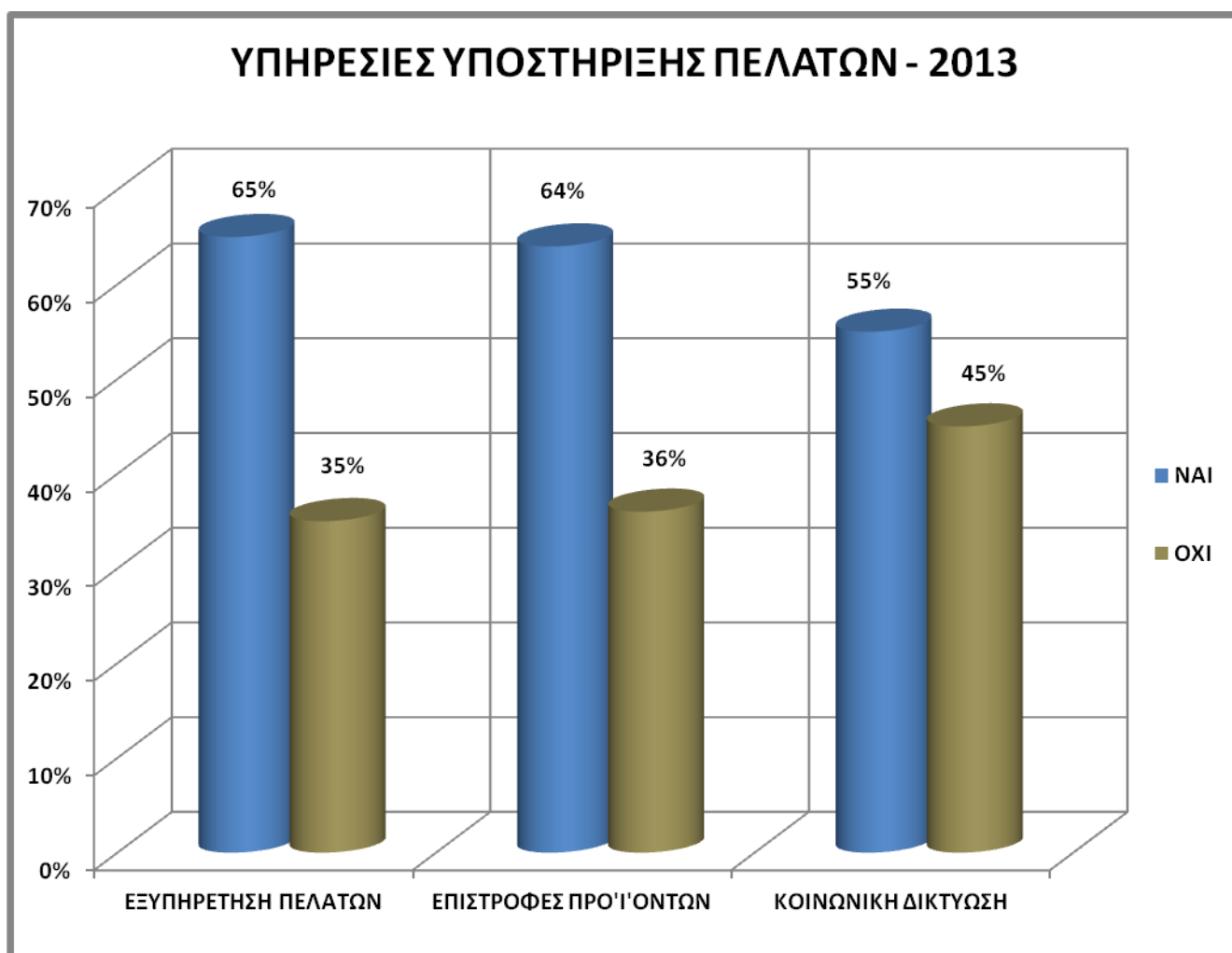
ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΕ ΟΝ-LINE ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΕΛΛΗΝΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ ΤΟ 2013



Διάγραμμα 8

Λαμβάνοντας πλέον υπόψιν το επίπεδο ωριμότητας του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα, τα e-shops θα πρέπει σταδιακά να αρχίσουν να προσφέρουν και προχωρημένες υπηρεσίες υποστήριξης των on-line καταναλωτών. Το τελευταίο διάστημα έχουν γίνει σημαντικά βήματα προς την κατεύθυνση αυτή, αφού το 65% των e-shops προσφέρουν πολλαπλές δυνατότητες αποστολής (π.χ. courier, ταχυδρομείο, παραλαβή από φυσικό κατάστημα), ενώ το 64% των e-shops ξεκάθαρα

διατυπώνουν την πολιτική επιστροφής, όπως τη χρονική περίοδο επιστροφής των προϊόντων στον καταναλωτή, εγγύηση επιστροφής χρημάτων στους καταναλωτές και τις περιπτώσεις όπου ο καταναλωτής μπορεί να επιστρέψει ένα προϊόν. Επίσης, πάνω από τα μισά e-shops (55%) δίνουν πλέον τη δυνατότητα να συνδεθούν με αντίστοιχες σελίδες κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Facebook, twitter) για να δουν κριτικές και να εκφράσουν την άποψη τους για τα προϊόντα. Αυτά τα στοιχεία παρουσιάζονται στο παρακάτω γράφημα 9.



Διάγραμμα 9

3.3 Οι σύγχρονες τάσεις πωλήσεων για τις ελληνικές επιχειρήσεις μέσω του Διαδικτύου.

Οι τάσεις που παρουσιάστηκαν στα προηγούμενα κεφάλαια δημιουργούν πλέον ένα διαφορετικό αλλά ενδιαφέρον περιβάλλον δραστηριοποίησης των Ελλήνων επιχειρηματιών στις πωλήσεων, που χαρακτηρίζεται από την:

1. Αναβάθμιση του τρόπου επικοινωνίας με τον πελάτη. Το Internet επιτρέπει τη φθηνή και μαζική επικοινωνία με τους πιθανούς αγοραστές, βοηθά όμως και την ουσιαστική επικοινωνία, πρόσωπο με πρόσωπο.

2. Αύξηση της παραγωγικότητας των πωλητών. Ο πωλητής έχει τη δυνατότητα να αυξήσει την παραγωγικότητά του και να ασχολείται πλέον με τα ουσιαστικά θέματα των πωλήσεων.

3. Διεύρυνση των δυνατοτήτων των πελατών. Μέσω της εύκολης διαδικτυακής εύρεσης προμηθευτών, της ουσιαστικής σύγκρισης πολλών διαφορετικών προϊόντων, της εύκολης ηλεκτρονικής παραγγελιοληψίας ο πελάτης πλέον έχει μια δυναμική συμμετοχή στη διαδικασία της πώλησης.

4. Δημιουργία νέων και αναβαθμισμένων προϊόντων. Ειδικά στο χώρο των υπηρεσιών, το Internet δίνει τη δυνατότητα δυναμικής δημιουργίας νέων προϊόντων προς πώληση.

5. Ανάπτυξη νέων εικονικών χώρων πληροφόρησης και συνεργασίας. Τα Social media χρησιμοποιούνται ευρέως στην Ελλάδα και αξιοποιούνται οργανωμένα από τις ελληνικές επιχειρήσεις για προώθηση προϊόντων, τεχνική υποστήριξη, διατύπωση απόψεων των πελατών.

6. Μείωση κόστους εξυπηρέτησης λόγω της αυτοματοποίησης και της ψηφιοποίησης. Για παράδειγμα, στις ελληνικές τράπεζες έχει μειωθεί έως και 60-65% το κόστος εξυπηρέτησης των πελατών μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

7. Μείωση του κόστους και των λαθών στην παραγγελιοληψία. Μέσω της ηλεκτρονικής παραγγελιοληψίας και της ηλεκτρονικής τιμολόγησης μειώνονται δραματικά τα διαχειριστικά κόστη στις διαδικασίες πωλήσεων, απελευθερώνεται σημαντικός χρόνος των πωλητών για να ασχοληθούν πιο ενεργά με τις πραγματικές πωλήσεις.

3.4 Η σημασία του ηλεκτρονικού επιχειρείν για τις ελληνικές εταιρείες και την Ελλάδα.

Για τις περισσότερες εταιρείες της εποχής του Διαδικτύου το ηλεκτρονικό εμπόριο αντιπροσωπεύει πολλά περισσότερα από το να αγοράζουν ή να πωλούν με ηλεκτρονικό τρόπο. Συνήθως περιλαμβάνει ολόκληρη την on-line διαδικασία της εξυπηρέτησης των πελατών, της εύρεσης και συνεργασίας με εταίρους, της δημιουργίας νέων προϊόντων/υπηρεσιών, της ηλεκτρονικής τιμολόγησης και ηλεκτρονικών πληρωμών και, γιατί όχι, της δημιουργίας νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Στην Ελλάδα πλέον πάνω από 5.000 ελληνικές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για την καθημερινή τους λειτουργία, ενώ έχουμε πλέον βέλτιστες επιχειρηματικές πρακτικές που καταδεικνύουν ότι και οι ελληνικές επιχειρήσεις μπορούν να επιτύχουν on-line και να γίνουν περισσότερο παραγωγικές, εξωστρεφείς και καινοτόμες. Οι βασικές αυτές πρακτικές είναι:

- 1. Μείωση του κόστους δημιουργίας, επεξεργασίας, διανομής, αποθήκευσης και ανάκτησης πληροφοριών.** Για παράδειγμα, η ηλεκτρονική τιμολόγηση μπορεί να μειώσει μέχρι και 80% το κόστος έκδοσης και διαχείρισης ενός τιμολογίου, ενώ η διαδικτυακή συναλλαγή ενός πελάτη σε μια τράπεζα μπορεί να εξοικονομήσει πάνω από 75% του κόστους όταν η εξυπηρέτηση πραγματοποιείται μπροστά στο γκισέ.
- 2. Εξυπηρέτηση πελατών.** Πολλές εταιρείες προσφέρουν μέσω του Διαδικτύου μενού βοήθειας, εκπαιδευτικό υλικό και λίστες FAQs για να παρέχουν αυτόματη βοήθεια στους πελάτες. Η υλοποίηση ομάδων συνομιλίας και chat rooms βοηθάει στη δημιουργία μιας πιο « προσωπικής » κοινότητας, η οποία παρέχει ανεκτίμητη υποστήριξη στους πελάτες και ταυτόχρονα χτίζει την εμπιστοσύνη τους, όπως, για παράδειγμα, συμβαίνει στο Πλαίσιο και στη Wind.
- 3. Νέα προϊόντα και υπηρεσίες.** Το Διαδίκτυο δίνει τη δυνατότητα σε ένα φυσικό προϊόν να συνδυαστεί με μια υπηρεσία και πληροφορία (π.χ. σε ποιο σημείο της εφοδιαστικής αλυσίδας βρίσκεται το παραγγελθέν προϊόν) και να διαφοροποιηθεί από το προϊόν που προσφέρεται από τους ανταγωνιστές. Περαιτέρω, αλλάζοντας τα συνθετικά της υπηρεσίας και της πληροφορίας, το προϊόν και η προώθηση μπορούν να προσαρμοστούν κατάλληλα για μικρά τμήματα της αγοράς (με τεχνικές Data mining) ή ακόμη και να εξατομικευτούν για μεμονωμένους πελάτες. Ήδη πάνω από 2

εκατ. Έλληνες μηνιαίως χρησιμοποιούν, λόγω χάρη, τις νέες υπηρεσίες του Skrutz για on-line εύρεση και σύγκριση προϊόντων.

4. Νέα επιχειρηματικά μοντέλα. Το Διαδίκτυο βοηθά στη δημιουργία νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας με αναβάθμιση παλαιών επιχειρηματικών μοντέλων (π.χ. διανομέας) ή δημιουργία νέων (π.χ. ηλεκτρονική αγορά). Για παράδειγμα, η airtickets.gr προσφέρει ένα φθηνό και διαδραστικό εναλλακτικό μοντέλο ταξιδιωτικού πρακτορείου με μεγάλη επιτυχία εδώ και 10 χρόνια και μας έμαθε να κάνουμε κράτηση μέσω κινητού, το zoo.gr αντιπροσωπεύει μια καινοτόμο επιχειρηματική δραστηριότητα συνδυάζοντας υπηρεσίες ψυχαγωγίας (OnLine games) με υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης, ενώ το insurancemarket.gr είναι μια ηλεκτρονική αγορά σύγκλισης ασφαλιστικών εταιρειών και αιτήσεων καταναλωτών για ασφαλιστική κάλυψη.

5. Εύκολη και γρήγορη επέκταση στις διεθνείς αγορές. Το Διαδίκτυο βοηθά στην εύκολη και φθηνή παγκόσμια on-line προώθηση ελληνικών προϊόντων/υπηρεσιών και στην ταχεία αποστολή τους ειδικά αν είναι ψηφιοποιημένα. Για παράδειγμα, η Follie Follie πουλάει μέσω του Διαδικτύου σε πάνω από 85, χώρες ενώ οι on-line ταξιδιωτικές εταιρείες Aegean.com, Airtickets, Pamediakopes.gr και TravelPlanet24.com έχουν πωλήσει το 2012 πάνω από 500 εκατ. € ταξιδιωτικές υπηρεσίες εκτός Ελλάδας.

Επομένως η επιτυχία στο ηλεκτρονικό εμπόριο γίνεται πλέον ιδιαίτερα σημαντικός παράγοντας για την τυπική ελληνική επιχείρηση, ιδιαίτερα σε περιόδους ύφεσης. Οι βασικοί παράγοντες για να επιτευχθεί η επιτυχία αυτή στην on-line δραστηριότητα μιας τυπικής μικρομεσαίας επιχείρησης είναι:

- **Προστιθέμενη αξία (value for money).** Ελκυστικές τιμές προϊόντων, ανταγωνιστικές τιμές, εγγυήσεις ικανοποίησης απαιτήσεων και υποστήριξη των OnLine καταναλωτών μετά την πώληση.
- **Απόδοση και εξυπηρέτηση.** Γρήγορη και εύκολη πλοήγηση στο site, στις αγορές και στην τιμολόγηση. Άμεση διανομή των προϊόντων.
- **Εμφάνιση και αισθητική.** Ελκυστικό ηλεκτρονικό κατάστημα με υψηλή αισθητική, με διακριτές περιοχές/κατηγορίες αγορών, κατάλογοι με δυναμική παρουσίαση προϊόντων. On-line αγορές με εύκολες και απλές διαδικασίες.
- **Διαφήμιση και κίνητρα.** Στοχοθετημένες ψηφιακές προωθητικές διαφημίσεις (π.χ. email), πρόνοια για υψηλή θέση στις μηχανές αναζήτησης, προώθηση σε δημοφιλή sites, εκπτώσεις και ειδικές προσφορές.

- **Προσωπική εξυπηρέτηση.** Προσωποποιημένες ιστοσελίδες για μεγάλους πελάτες, εξατομικευμένες συστάσεις προϊόντων, προσωπικές ειδοποιήσεις προσφορών, δια δραστική υποστήριξη για όλους τους πελάτες
- **Σχέσεις εικονικής κοινότητας.** Εικονικές κοινότητες πελατών/προμηθευτών/συνεργατών μέσω discussion lists, social media κ.λπ. Δυνατότητα για on-line κριτική και αξιολόγηση των προσφερόμενων προϊόντων/υπηρεσιών.
- **Ασφάλεια και αξιοπιστία.** Προστασία των δεδομένων των πελατών και των συναλλαγών τους, ασφαλή συστήματα πληρωμών, αξιόπιστες πληροφορίες για προϊόντα και εκπλήρωση της παραγγελίας.

3.5 Κινήσεις που θα βοηθήσουν τον Κλάδο του Ελληνικού Εμπορίου

Τέσσερις πρωτοβουλίες που πρόσφατα αναμένεται να βοηθήσουν τον κλάδο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στην Ελλάδα και να θέσουν τις βάσεις για την υγιή ανάπτυξη της νέας αυτής ψηφιακής επιχειρηματικότητας είναι:

- Η ίδρυση του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου – ΕΣΗΕ / GRECA (www.greekecommerce.gr) με μέλη τα γνωστά ηλεκτρονικά καταστήματα και με αρχικό στόχο τη δημιουργία Κώδικα Δεοντολογίας για τον κλάδο.
- Η πιστοποίηση και αξιολόγηση που προσφέρει πλέον το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου (το μοναδικό δημόσιο σχετικό εργαστήριο στην Ελλάδα) στα ηλεκτρονικά καταστήματα με στόχο την αύξηση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών.
- Ο ετήσιος διαγωνισμός (www.e-volutionawards.gr) που έχει ως στόχο να καταγράψει και να αναδείξει τις καλύτερες πρακτικές ηλεκτρονικού εμπορίου και την ηλεκτρονική επιχειρηματική ικανότητα στην Ελλάδα.
- Οι εξαγγελίες της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου (Υπουργείο Ανάπτυξης) για δημιουργία επίσημου μητρώου των εταιριών του κλάδου στο πλαίσιο του Γ.Ε.ΜΗ.(Γενικό Εμπορικό Μητρώο).

3.6 Το Διαδίκτυο και το ηλεκτρονικό επιχειρείν ως μοχλός οικονομικής ανάπτυξης

Πρόσφατες έρευνες αποδεικνύουν ότι η διαδικτυακή οικονομία « ευθύνεται » για το 20% της αύξησης του ΑΕΠ παγκοσμίως την τελευταία πενταετία και ότι προσθέτει 2,5 νέες θέσεις εργασίας για καθεμία εργασία που χάνεται λόγω της αυτοματοποίησης των διαδικασιών.

Σε πιο εξειδικευμένο επίπεδο, διάφορες μελέτες καταγράφουν ότι ως αποτέλεσμα της υιοθέτησης, για παράδειγμα, του **cloud computing**, το 80% των οργανισμών μείωσαν το κόστος τους κατά 10%. Άλλα οφέλη περιλαμβάνουν την ενίσχυση της κινητής εργασίας (46%), την παραγωγικότητα (41%), την τυποποίηση (35%), καθώς και νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες (33%) και νέες αγορές (32%). Όλες οι διαθέσιμες μελέτες επιβεβαιώνουν τη σημασία του cloud computing, η οποία αναμένεται να αυξηθεί ραγδαία σε όλο τον κόσμο. Παράλληλα, σημαντικό πλεονέκτημα της διαδικτυακής οικονομίας είναι οι άμεσες θέσεις εργασίας που δημιουργεί ο ίδιος ο κλάδος. Για παράδειγμα, στον ευρύτερο χώρο των τηλεπικοινωνιών και της πληροφορικής απασχολούνται πάνω από 6 εκατ. εξειδικευμένα στελέχη στην Ευρώπη, ενώ στις ΗΠΑ μόνο ο κλάδος των εφαρμογών κινητής τηλεφωνίας παρείχε 0,5 εκατ. θέσεις εργασίας το 2011, με ετήσιους ρυθμούς ανάπτυξης έως και 45%.

Το πιο ενδιαφέρον όμως είναι ότι το Διαδίκτυο είναι ο πλέον υποσχόμενος τομέας για νέα επιχειρηματικότητα, γιατί οι φραγμοί εισόδου στην αγορά για μεμονωμένους προγραμματιστές και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις λογισμικού είναι γενικά χαμηλοί. Λόγου χάρη, οι εφαρμογές λογισμικού για κινητά τηλέφωνα μπορούν να παραχθούν από προγραμματιστές που εργάζονται για τους κατασκευαστές συσκευών, από φορείς εκμετάλλευσης δικτύων, από παροχές περιεχομένου ή επιχειρήσεις ανάπτυξης λογισμικού. Επίσης, τέτοιες εφαρμογές μπορούν να δημιουργηθούν απευθείας από μεμονωμένους ελεύθερους επαγγελματίες. Αυτός ο χώρος ανεξαρτησίας επιτρέπει στους προγραμματιστές που επίσης έχουν επιχειρηματικές φιλοδοξίες να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση.

Το Διαδίκτυο είναι ευκαιρία νέας επιχειρηματικότητας αφού πλέον υπολογίζεται ότι πάνω από 5.000 νέες ελληνικές επιχειρήσεις το έχουν ως κύριο συστατικό του επιχειρηματικού τους μοντέλου. Παρ' όλα αυτά το Διαδίκτυο στην Ελλάδα συνεισφέρει μόνο στο 1,2% του ΑΕΠ, με βάση πρόσφατη έρευνα της Boston

Consulting Group, ενώ στην Ευρώπη των 27 μελών είναι στο 3,8%, με κορυφαία τη Μεγάλη Βρετανία στο 8,3%.

Συνεπώς θα πρέπει να προωθηθεί ένα πλαίσιο εθνικής στρατηγικής με βασικούς άξονες:

- Τη συνεχή χρηματοδότηση νέων καινοτόμων διαδικτυακών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και τον καλύτερο συντονισμό των διάσπαρτων πρωτοβουλιών ενίσχυσής της.
- Την αύξηση της εμπιστοσύνης των Ελλήνων όσον αφορά την ασφάλεια και την προστασία στις συναλλαγές που κάνουν μέσω Διαδικτύου.
- Την προβολή και τη διάχυση βέλτιστων πρακτικών αξιοποίησης του Διαδικτύου από ελληνικές επιχειρήσεις.
- Την προώθηση και ταυτόχρονα την απελευθέρωση των υπηρεσιών για ηλεκτρονικές συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων ή επιχειρήσεων-κράτους (π.χ. προμήθειες, πληρωμές, τιμολόγιο, παράβολο κ.λπ.).
- Τη σταδιακή οικοδόμηση δομών και κουλτούρας όσον αφορά την καινοτομία και τη νέα επιχειρηματικότητα στην εκπαίδευση και την κοινωνία.



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Μετά από το τέλος αυτής της πτυχιακής εργασίας, καταλήγουμε στην θετική μας στάση έναντι του ηλεκτρονικού χρήματος, για όλα τα πλεονεκτήματα που αυτό μας προσφέρει. Προτείνοντας, λοιπόν την χρησιμοποίηση των οφελών που αυτό μας παρέχει για την αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης μέσα από την επίτευξη της πολυπόθητης διαφάνειας τουλάχιστον σε επίπεδο οικονομικών συναλλαγών, με την σωστή χρήση του από τις εκάστοτε κυβερνήσεις. Εν τέλει, ας ευχηθούμε να είναι το μέσο που θα αξιοποιηθεί κατάλληλα και στην δικιά μας οικονομία, που δείχνει να έχει ανάγκη οποιαδήποτε είδους βοήθεια.

Σε ότι αφορά το ηλεκτρονικό εμπόριο αυτό που είναι σημαντικό είναι ότι όλοι έχουν αποκομίσει οφέλη από αυτό. Συγκεκριμένα:

- 1) Οι επιχειρήσεις προβάλουν πιο εύκολα και σωστότερα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, διαφημίζονται περισσότερο, ανακαλύπτουν περισσότερους πελάτες.
- 2) Ο καταναλωτής κάνει πιο εύκολη αναζήτηση προϊόντων και συγκρίνει προϊόντα από διαφορετικές αγορές και με διαφορετικά χαρακτηριστικά.
- 3) Η αύξηση των ηλεκτρονικών χρηστών ,αυξάνει και τους ηλεκτρονικούς καταναλωτές και έτσι με την σειρά τους αυξάνονται με γοργό ρυθμό τα ηλεκτρονικά καταστήματα και επιχειρήσεις.
- 4) Το Δημόσιο από την ηλεκτρονική και γρήγορη εξυπηρέτηση των καταναλωτών μειώνει τα έξοδα του και δημιουργεί τις προϋποθέσεις για μια νέα εποχή στις ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Σύμφωνα με προγενέστερες έρευνες σε ότι αφορά το « ηλεκτρονικό εμπόριο » παρουσίασε μεγάλη αύξηση από το 2006 στο 2010 και το 2010 μέχρι σήμερα καθώς και ολοένα και περισσότερα καταστήματα οργανώνονται με e-shops, on-line παραγγελίες και εξυπηρέτηση πελατών, πολλαπλούς τρόπους πληρωμής μέσω e-banking. Τα περισσότερα καταστήματα λειτουργούν με e-shops ενώ όσα δεν έχουν ακόμα ηλεκτρονική λειτουργία, σκοπεύουν άμεσα να αποκτήσουν.

Η είσοδος μιας επιχείρησης στο διαδίκτυο αποτελεί σημαντική επενδυτική κίνηση για την ίδια και τους εργαζομένους της. Όμως η ίδια η μετάβαση σε ηλεκτρονική λειτουργία δεν είναι και τόσο εύκολη υπόθεση καθώς απαιτεί συγκεκριμένες κινήσεις marketing, διοίκησης ανθρώπινου δυναμικού και ταμειακής πολιτικής.

Στην Ελλάδα πλέον πάνω από 5.000 ελληνικές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για την καθημερινή τους λειτουργία, ενώ έχουμε πλέον βέλτιστες επιχειρηματικές πρακτικές που καταδεικνύουν ότι και οι ελληνικές επιχειρήσεις μπορούν να επιτύχουν on-line και να γίνουν περισσότερο παραγωγικές, εξωστρεφείς και καινοτόμες.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Ελληνική βιβλιογραφία

- ❖ Γεώργιος Εμμ. Ιατράκης, 2010 « ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΧΡΗΜΑ (εν όψει και της οδηγίας 2009/110/ΕΚ) τεύχος 7 », Νομική Βιβλιοθήκη ΑΕΒΕ, Αθήνα.
- ❖ Κατσουλάκος Γιάννης, 2001, « Νέα Οικονομία, Διαδίκτυο και Ηλεκτρονικό εμπόριο », Εκδόσεις Κέρκυρα , Αθήνα.
- ❖ Σιώμκος Γιώργος, 2002, « Συμπεριφορά καταναλωτή και Στρατηγικό μάρκετινγκ », Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα.
- ❖ Γεωργόπουλος Δ. - Πουλιμενάκου Α., 2004, « Ηλεκτρονικές πληρωμές: προβλήματα και προοπτικές, Αναφορά της ομάδας Ε3 του e-business forum, διαθέσιμο στο www.ebusinessforum.gr
- ❖ Δουκίδης Γεώργιος - Θεμιστοκλέους Μ., 1998, « Ηλεκτρονικό Εμπόριο », εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών ΕΠΕ, Αθήνα.
- ❖ Προβόπουλος Γ. - Καπόπουλος Π., 2011, « Η δύναμη του χρηματοπιστωτικού συστήματος », εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
- ❖ Δουκίδης Γεώργιος, 'Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα: Σημερινή κατάσταση και προοπτικές', εισήγηση στο πλαίσιο της Πανεπιστημιακής Συνεδρίασης της Εθνικής Επιτροπής Εμπορίου με θέμα: "Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο στην Ελλάδα", 15-2-2000, Divani Caravel. (<http://www.ifosociety.gr>).
- ❖ Δουκίδης Γεώργιος (1999), « Το ηλεκτρονικό εμπόριο ως μοχλός ανάπτυξης της Ελλάδος: Ένα Ολοκληρωμένο Πλαίσιο Στρατηγικής », τόμος α' του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών: « Το παρόν και το μέλλον της Ελληνικής Οικονομίας »,σελ. 239 - 260, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- ❖ Δουκίδης Γεώργιος, 1999, « Το e-Business δεν είναι e-commerce », Ερευνητικό Κέντρο Ηλεκτρονικού Εμπορίου – Eltrun, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών (<http://www.heltrun.aueb.gr>).

- ❖ Κουλιάφας Κ. Ε., 1998, « Τηλεργασία – μια νέα πραγματικότητα » άρθρο στο "Info World–ολοκληρωμένα συστήματα", τεύχος Μάϊου 1998, σελ.22, Έκδοση του Οργανισμού Hellenews, με τη συνεργασία της εφημερίδας "Εξπρές".

2. Ξένη βιβλιογραφία

- ❖ Gerry Johnson, Kevan Scholes, Richard Whittington, 2011, « Βασικές αρχές στρατηγικής των επιχειρήσεων », εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
- ❖ « E-Commerce in Greece: From Fiction to Reality » STRATEGIC INTERNATIONAL SA White Paper, June 2001, διαθέσιμο στο δικτυακό τόπο « <http://www.go-online.gr/files/document/10-10-2003/eCommerce-pdf.pdf> ».
- ❖ « E-Commerce development report », United Nations Conference on Trade and Development, New York and Geneva 2003, διαθέσιμο στο δικτυακό τόπο « http://www.unctad.org/en/docs//ecdr2002_en.pdf ».

3. Διαδίκτυο

- ❖ « Προπληρωμένες κάρτες για ασφαλείς αγορές »-Νεκταρία Σταμούλη (2011), το οποίο ανακτήθηκε στις **12.6.2014** από την ιστοσελίδα: <http://www.dimokratianews.gr/content/811/%CF%80%CF%81%CE%BF%CF%80%CE%BB%CE%B7%CF%81%CF%89%CE%BC%CE%AD%CE%BD%CE%B5%CF%82-%CE%BA%CE%AC%CF%81%CF%84%CE%B5%CF%82-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CE%B1%CF%83%CF%86%CE%B1%CE%BB%CE%B5%CE%AF%CF%82-%CE%B1%CE%B3%CE%BF%CF%81%CE%AD%CF%82>
- ❖ « Money Online\Νέα Προϊόντα », το οποίο ανακτήθηκε στις **23.6.2014** από την ιστοσελίδα <http://moneyonline.gr/site/Content/show?page=0&refid=52>
- ❖ Οδηγία 2009/110/EK η οποία ανακτήθηκε στις **26.6.2014** από την ιστοσελίδα <http://www.taxheaven.gr/laws/circular/index/circular/10976>

- ❖ « E-BANKING/ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΠΛΗΡΩΜΗ/ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΧΡΗΜΑ» ΕΚ, η οποία ανακτήθηκε στις **17.6.2014** από την ιστοσελίδα http://legacy.lawnet.gr/case_study.asp?PageLabel=3&MeletID=88
- ❖ e-ker, η οποία ανακτήθηκε στις **14.6.2014** από την ιστοσελίδα <http://www.kep.gov.gr/portal/page/portal/kep/>
- ❖ «Κλειδί» για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα οι ηλεκτρονικές πληρωμές, η οποία ανακτήθηκε στις **20.6.2014** από την ιστοσελίδα <http://www.imerisia.gr/article.asp?catid=27200&subid=2&pubid=113277065>
- ❖ Online συναλλαγές στο Airwing.gr με πληρωμές μέσω PAYPAL, η οποία ανακτήθηκε στις **6.6.2014** από την ιστοσελίδα <http://www.airwing.gr/booking/index.php?pid=155>
- ❖ Πιστωτική κάρτα, η οποία ανακτήθηκε στις **5.6.2014** από την ιστοσελίδα <http://www.moneyinfo.gr/emoney/cretitcard/>
- ❖ e-cash, η οποία ανακτήθηκε στις **6.6.2014** από την ιστοσελίδα <http://en.wikipedia.org/wiki/Ecash>
- ❖ Electronic money, η οποία ανακτήθηκε στις **11.6.2014** από την ιστοσελίδα http://en.wikipedia.org/wiki/Electronic_money
- ❖ e-cache, η οποία ανακτήθηκε στις **6.6.2014** από την ιστοσελίδα <http://en.wikipedia.org/wiki/ECache>
- ❖ Ripple Payment protocol, η οποία ανακτήθηκε στις **13.6.2014** από την ιστοσελίδα http://en.wikipedia.org/wiki/Ripple_monetary_system
- ❖ Bitcoin, η οποία ανακτήθηκε στις **21.6.2014** από την ιστοσελίδα <http://el.wikipedia.org/wiki/Bitcoin>
- ❖ Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System, η οποία ανακτήθηκε στις **11.6.2014** από την ιστοσελίδα <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>
- ❖ An Introduction to Bitcoin, η οποία ανακτήθηκε στις **15.6.2014** από την ιστοσελίδα <http://www.thehiddenwiki.net/>

- ❖ An Illustrated History Of Bitcoin Crashes, , η οποία ανακτήθηκε στις **14.6.2014** από την ιστοσελίδα http://www.forbes.com/sites/timothylee/2013/04/11/an-illustrated-history-of-bitcoin-crashes/?utm_campaign=forbestwittersf&utm_source=twitter&utm_medium=social
- ❖ Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα, η οποία ανακτήθηκε στις **24.6.2014** από την ιστοσελίδα http://www.esee.gr/Portals/0/EasyDNNNewsDocuments/716/04A_KefEIDIKO_2013.pdf
- ❖ Μειονεκτήματα ηλεκτρονικού χρήματος, η οποία ανακτήθηκε στις **25.6.2014** από την ιστοσελίδα http://wikipedia.qwika.com/en2el/Electronic_money
- ❖ Μειονεκτήματα ηλεκτρονικού χρήματος, η οποία ανακτήθηκε στις **25.6.2014** από την ιστοσελίδα http://apythanos.blogspot.gr/2013/09/blog-post_27.html
- ❖ Ηλεκτρονικό χρήμα στην Ελλάδα, η οποία ανακτήθηκε **11.6.2014** στις από την ιστοσελίδα <http://www.piraeusbank.gr/el/idiotes>
- ❖ Ηλεκτρονικό χρήμα στην Ελλάδα, η οποία ανακτήθηκε στις **11.6.2014** από την ιστοσελίδα <http://www.bankofcyprus.com.cy/>
- ❖ Ηλεκτρονικό χρήμα στην Ελλάδα, η οποία ανακτήθηκε στις **11.6.2014** από την ιστοσελίδα <http://www.eurobank.gr/online/home/>
- ❖ Μορφές ηλεκτρονικού χρήματος , η οποία ανακτήθηκε στις **12.6.2014** από την ιστοσελίδα www.neo2.gr
- ❖ Μειονεκτήματα και πλεονεκτήματα ηλεκτρονικού χρήματος, η οποία ανακτήθηκε στις **14.6.2014** από την ιστοσελίδα http://buzcomsh24.blogspot.gr/2012/02/blog-post_18.html
- ❖ Ιστορική ανάδρομη - εισαγωγή στις μορφές, η οποία ανακτήθηκε στις **18.6.2014** από την ιστοσελίδα http://ec.europa.eu/economy_finance/netstartsearch/euro/kids/money_el.htm
- ❖ Bitcoin, μια νέα μορφή ηλεκτρονικού χρήματος, η οποία ανακτήθηκε στις **17.6.2014** από την ιστοσελίδα <http://www.webvistas.org/topic/559-%CE%B2itcoin-%CE%BC%CE%B9%CE%B1-%CE%BD%CE%AD%CE%B1-%CE%BC%CE%BF%CF%81%CF%86%CE%AE-%CE%B7%CE%BB%CE%B5%CE%BA%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%B>

D%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%8D-

%CF%87%CF%81%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CF%82/

- ❖ Σίγουρη Επένδυση το Ηλεκτρονικό Εμπόριο στην Ελλάδα, η οποία ανακτήθηκε στις **21.6.2014** από την ιστοσελίδα <https://www.think-open.gr/sigouri-ependisi-to-ilektroniko-emporio-stin-ellada>
- ❖ www.google.gr
- ❖ www.wikipedia.com
- ❖ www.taxheaven.gr
- ❖ www.taxisnet.gr
- ❖ www.enet.gr/online/online_text/c=113,dt=21.03.2009,id=73110692
- ❖ <http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE>
- ❖ <http://www.esee.gr/>
- ❖ <http://www.kaele.gr/>
- ❖ <http://www.inemy.gr/>
- ❖ <http://esee-support.gr/prasiniepixeirimatikotita/%CE%91%CF%81%CF%87%CE%B9%CE%BA%CE%AE.aspx>
- ❖ <http://www.investingreece.gov.gr/default.asp?pid=56&la=2>
- ❖ www.kathimerini.gr
- ❖ www.zeronews.gr
- ❖ <http://www.newsbomb.gr/>

