



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ

Γ' ΚΟΙΝΟΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΣΤΗΡΙΞΗΣ (2000-2006)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ "ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ"



Ο ΔΕΚΑΛΟΓΟΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

1. Με ενδιαφέρει το Ηλεκτρονικό Εμπόριο και οι δυνατότητες που ανοίγονται για την επιχείρησή μου. Ποιά είναι τα πρώτα βήματα που πρέπει να κάνω για μια τέτοια δραστηριότητα;

Αφού ενημερωθείτε για τα βασικά χαρακτηριστικά και τις δυνατότητες του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, καταρτίστε ένα **επιχειρηματικό σχέδιο** (business plan) για τη δραστηριοποίησή σας στο πεδίο αυτό. Σκεφθείτε τον τρόπο με τον οποίο θα μπορούσατε να το εκμεταλλευτείτε: ποιά προϊόντα και ποιές υπηρεσίες μπορείτε να παρέχετε, πόσα χρήματα είσαστε σε θέση να επενδύσετε στην ηλεκτρονική επιχειρηματική δραστηριότητα (και μέσα σε ποιο χρονικό διάστημα), αν διαθέτετε τα στελέχη που θα μπορούσαν να ασχοληθούν (και σε ποιο ποσοστό του χρόνου τους). Κυρίως όμως πρέπει να θέσετε ρεαλιστικούς (οικονομικούς) στόχους για τη δραστηριότητά σας αυτή.

2. Ποιό είναι το θεσμικό πλαίσιο που ρυθμίζει τα θέματα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στην Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση; Πώς επηρεάζουν την ηλεκτρονική δραστηριότητα της δικής μου επιχείρησης;

Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί μία μορφή εμπορίου και συνεπώς βρίσκουν σε αυτό ανάλογη εφαρμογή οι κοινοτικές οδηγίες (κοινοτικό δίκαιο) και οι εθνικές διατάξεις που αφορούν το εμπόριο γενικότερα. Για παράδειγμα, ο Νόμος 2251/94 για την «Προστασία των καταναλωτών» περιέχει διατάξεις για τις συμβάσεις από απόσταση (Άρθρο 4) που εφαρμόζονται και στην περίπτωση του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Βεβαιωθείτε ότι η ηλεκτρονική σας επιχειρηματική δραστηριότητα είναι σύμφωνη με την ισχύουσα νομοθεσία σε εθνικό και κοινοτικό επίπεδο. Ενημερωθείτε για όλες τις ειδικές διατάξεις που αφορούν το Ηλεκτρονικό Εμπόριο. Σε περίπτωση που έχετε οποιαδήποτε αμφιβολία για τα νομικά θέματα που σχετίζονται με το σχέδιό σας, απευθυνθείτε στους συλλογικούς σας φορείς ή σε εξειδικευμένους νομικούς συμβούλους για να λάβετε τις κατάλληλες απαντήσεις.

Η προστασία των προσωπικών δεδομένων των καταναλωτών που επισκέπτονται το ηλεκτρονικό σας κατάστημα αποτελεί **βασική σας υποχρέωση**. Οι ρυθμίσεις που αφορούν την προστασία των προσωπικών δεδομένων εφαρμόζονται και στο Διαδικτυακό περιβάλλον. Τα προσωπικά δεδομένα δεν είναι «ελεύθερο εμπόρευμα». Τα προσωπικά δεδομένα πρέπει να χρησιμοποιούνται μόνο για το σκοπό για τον οποίο συλλέγονται και να διατηρούνται μόνο όσο είναι αναγκαίο για τους σκοπούς της συγκεκριμένης συναλλαγής.

Συλλογή και επεξεργασία προσωπικών δεδομένων που δεν εντάσσονται σε συγκεκριμένη συναλλαγή μπορεί να γίνει μόνο με τη ρητή συγκατάθεση των καταναλωτών, αφού προηγουμένως ενημερωθούν για το σκοπό, τις κατηγορίες των δεδομένων κ.λπ. Η προηγούμενη συγκατάθεσή τους είναι απαραίτητη και στην περίπτωση που το ηλεκτρονικό κατάστημα θέλει να διαβιβάσει τα δεδομένα των καταναλωτών σε τρίτους. Η εμφανής παρουσίαση των τρόπων προστασίας και χρήσης των προσωπικών δεδομένων στον Διαδικτυακό τόπο του ηλεκτρονικού καταστήματός σας (Privacy Statement) αποτελεί ένα σημαντικό βήμα για τη δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ του ηλεκτρονικού καταστήματος και του καταναλωτή. Ενδεικτικά, μπορείτε να δημιουργήσετε μια «Δήλωση Προστασίας και Χρήσης Προσωπικών Δεδομένων», που να ταιριάζει στην ηλεκτρονική σας επιχείρηση, χρησιμοποιώντας τον Διαδικτυακό τόπο του ΟΟΣΑ (cs3-hq.oecd.org/scripts/pwn3/pwhome.htm) αν θέλετε το κείμενο στα αγγλικά, ή –στο προσεχές διάστημα– τον Διαδικτυακό τόπο του e-Business Forum (www.ebusinessforum.gr) αν θέλετε το κείμενο στα ελληνικά. Η προετοιμασία του κειμένου αυτού γίνεται με αυτοματοποιημένο τρόπο (OECD Privacy Statement Generator) ενώ εσείς απαντάτε τις ερωτήσεις που υπάρχουν σχετικά με τον τρόπο προστασίας και χρήσης που επιθυμείτε να έχετε στα δεδομένα των καταναλωτών σας.

Επιπλέον, πρέπει να γνωρίζετε ότι οι επισκέψεις των καταναλωτών σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα και οι συναλλαγές τους αφήνουν ψηφιακά ίχνη. Αυτά τα ψηφιακά ίχνη χρησιμοποιούνται συχνά για τη δημιουργία καταναλωτικού προφίλ. Η συλλογή των δεδομένων αυτών με τεχνολογίες όπως τα cookies εν αγνοία των καταναλωτών και χωρίς τη συγκατάθεσή τους συνιστά παράβαση του νόμου. Το πλαίσιο των δεσμευτικών κανόνων για τα προσωπικά δεδομένα, συγκροτείται από τον Ν. 2472/97 (για την προστασία του ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα) και τον Ν. 2774/99 (για την προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στον τηλεπικοινωνιακό τομέα). Μπορείτε να έχετε πρόσβαση τους Νόμους αυτούς

στην ηλεκτρονική διεύθυνση της Αρχής Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων (www.dpa.gr).

Είναι σημαντικό να γνωρίζετε πως, καθώς το Ηλεκτρονικό Εμπόριο αφορά και τις πωλήσεις προϊόντων και υπηρεσιών προς καταναλωτές διαφορετικών χωρών, στα πλαίσια των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε περίπτωση διαφωνίας, ο καταναλωτής μπορεί να απευθυνθεί στο δικαστήριο του τόπου κατοικίας του (άρθρο 15c του κανονισμού που αναθεώρησε την Σύμβαση των Βρυξελλών για τη δωσιδικία, ΕΕΚ L 012, 16/01/2001, που πρόκειται να ισχύσει στο προσεχές διάστημα). Το δε Δίκαιο που θα εφαρμοστεί από το δικαστήριο καθορίζεται από τη Σύμβαση της Ρώμης (ΕΕΚ C 1997) και στις περισσότερες περιπτώσεις είναι το Δίκαιο της χώρας του καταναλωτή. Πολύ σύντομα οι περισσότερες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης θα διαθέτουν τη δυνατότητα εξωδικαστικής επίλυσης των διαφορών (διαδικασία διαμεσολάβησης) που προκύπτουν από ηλεκτρονικές εμπορικές συναλλαγές σε εθνικό και διασυνοριακό επίπεδο. Το σύστημα αυτό (EEJ-NET) θα έχει ως αποτέλεσμα την αποφυγή των δικαστικών εξόδων και την ταχύτερη επίλυση των διαφορών.

Επιπλέον, πρέπει να γνωρίζετε πως έχει εκδοθεί πρόσφατα το Προεδρικό Διάταγμα 150/2001 ΦΕΚ Α 125 για τις ηλεκτρονικές υπογραφές, ενώ βρίσκεται σε τελικό στάδιο το Προεδρικό Διάταγμα για το ηλεκτρονικό εμπόριο με έμφαση στην εξώδικη επίλυση διαφορών, τη συνεργασία των κρατών-μελών για την επίλυση των προβλημάτων των καταναλωτών, τη θέσπιση κανόνων δεοντολογίας (για τα μέλη των επαγγελματικών ενώσεων), την ευθύνη των ενδιαμέσων, την σύναψη των ηλεκτρονικών συμβάσεων, τις πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται πριν τη σύναψη των ηλεκτρονικών συμβάσεων, τις πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται στις εμπορικές επικοινωνίες (διαφημιστικά, χορηγίες, προσφορές κ.λπ.), τον τόπο εγκατάστασης των φορέων παροχής υπηρεσιών, κ.ά.. Με το συγκεκριμένο αυτό νομικό πλαίσιο θα μπορούν οι επιχειρήσεις και οι καταναλωτές να αξιοποιούν με τον καλύτερο τρόπο τις δυνατότητες του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Τέλος, σε ό,τι αφορά στην ηλεκτρονική σας διεύθυνση στο Διαδίκτυο π.χ. (www.yourcompanyname.gr) και το πώς θα την κατοχυρώσετε, ισχύει ειδικό ρυθμιστικό πλαίσιο που καθορίζεται από τον Διαχειριστή Ονομάτων του ελληνικού domain. Μπορείτε να ενημερωθείτε γι' αυτό στη διεύθυνση www.hostmaster.gr.

3. Αν έχω ήδη μια «παραδοσιακή επιχείρηση», πώς μπορώ να διασφαλίσω ότι η δραστηριότητά μου ως ηλεκτρονικού εμπόρου δεν θα έχει αρνητικές επιπτώσεις στη σημερινή λειτουργία της επιχείρησής μου;

Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα αποτελεί μια νέα επιχειρηματική δραστηριότητα. Για να διερευνήσετε την επίδρασή του στη γενικότερη σημερινή λειτουργία της επιχείρησής σας θα πρέπει να λάβετε υπόψη σας τις επιμέρους διαδικασίες

του παραδοσιακού εμπορίου, όπως: παραγωγή, αποθήκευση, διανομή, υποστήριξη διαδικασιών με χρήση της Πληροφορικής εσωτερικά στην επιχείρηση.

Διασφαλίστε, κάνοντας κατάλληλες επιλογές ή επιχειρηματικές κινήσεις, ότι η επιχειρηματική λειτουργία της εταιρίας σας σήμερα μπορεί να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις ενός νέου, ηλεκτρονικού καταστήματος. Για παράδειγμα, υπάρχει η δυνατότητα παράδοσης των προϊόντων στα σημεία που θέλει ο καταναλωτής (και αν ναι με ποιό κόστος), υπάρχει ικανός αποθηκευτικός χώρος για την υποστήριξη του ηλεκτρονικού καταστήματος; Διερευνείστε τις δυνατότητες παραγωγής, αποθήκευσης και διανομής, καθώς και αν συμφέρει η ανάθεση κάποιων λειτουργιών σε εξειδικευμένους εξωτερικούς συνεργάτες (*outsourcing*) όπως, π.χ., εταιρίες ταχυμεταφοράς – *courier*, κέντρα διαχείρισης αποθεμάτων προϊόντων – *logistics centers* κ.λπ. Τέλος, διερευνείστε ότι η σημερινή μηχανογράφηση της επιχείρησής σας θα συμβάλει στην επιτυχία, ή τουλάχιστον δεν θα σταθεί εμπόδιο στην πρωτοβουλία σας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο.

4. Γνωρίζω πως, σε ό,τι αφορά την τεχνολογία και τις τηλεπικοινωνίες, υπάρχουν σήμερα πολλές εναλλακτικές δυνατότητες για την υποστήριξη εφαρμογών Ηλεκτρονικού Εμπορίου (π.χ. μέσω Internet, μέσω κινητών τηλεφώνων, μέσω ψηφιακής τηλεόρασης κ.λπ.). Πώς θα επιλέξω τις κατάλληλες τεχνολογίες που να ταιριάζουν στην περίπτωση της δικής μου επιχείρησης;

Αν η τεχνογνωσία που απαιτείται δεν υπάρχει στην επιχείρησή σας, μπορεί να αποκτηθεί με τη βοήθεια εξειδικευμένων συμβούλων και τεχνολογικών προμηθευτών. Όσο και αν δεν είστε εξοικειωμένος με την τεχνολογία πρέπει να ενημερωθείτε γιατί ορισμένες κρίσιμες αποφάσεις πρέπει να παρθούν από εσάς: π.χ. μέσω ποιών μέσων θέλετε να έχετε επικοινωνία με τον καταναλωτή σας (π.χ. Internet, κινητή τηλεφωνία κ.λπ.), ποιές ακριβώς δυνατότητες θέλετε να έχει ο καταναλωτής μέσα στο ηλεκτρονικό σας κατάστημα (π.χ. αναζήτηση προϊόντων, εκπώσεις – προσφορές, σύγκριση τιμών κ.λπ.), αν θέλετε να αποκτήσετε ιδιόκτητη υποδομή για τη λειτουργία του ηλεκτρονικού σας καταστήματος ή είναι προτιμητέα μια λύση φιλοξενίας αυτού σε κάποια εξειδικευμένη εταιρία παροχής λύσεων ηλεκτρονικού εμπορίου. Συγκρίνετε τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα όλων των διαθέσιμων επιλογών πριν αποφασίσετε.

5. Ποιές είναι οι δυνατότητες που έχει η επιχείρησή μου για να εισπράττει ηλεκτρονικά το αντίτιμο των συναλλαγών που διεξάγει μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος;

Για να αποδέχεστε στο ηλεκτρονικό σας κατάστημα και πληρωμές *on-line* (π.χ. με χρήση πιστωτικών καρτών, με χρέωση & πίστωση τραπεζικού λογαριασμού

κ.λπ..) ενημερωθείτε για όλες τις διαθέσιμες λύσεις: ποιές δυνατότητες παρέχουν σήμερα οι ελληνικές Τράπεζες, οι οργανισμοί διαχείρισης πιστωτικών καρτών και οι οργανισμοί πιστοποίησης των εμπόρων στο Διαδίκτυο, με ποιό κόστος, κ.λπ.. Επιλέξτε τις κατάλληλες συνεργασίες με τους παραπάνω οργανισμούς και δώστε **ιδιαίτερη βαρύτητα στο θέμα της ασφάλειας** των συναλλαγών και της διασφάλισης τόσο της επιχείρησής σας όσο και των πελατών της.

6. Υπάρχει πραγματικά ασφάλεια στις ηλεκτρονικές συναλλαγές ; Πώς μπορεί να επιτευχθεί ;

Σε μια ηλεκτρονική επικοινωνία η εμπιστοσύνη μεταξύ των συναλλασσομένων μερών είναι πολύ σημαντική, γι' αυτό και θα πρέπει να δώσετε ιδιαίτερη έμφαση στο θέμα της ασφάλειας των συναλλαγών σας. Σήμερα, η τεχνολογία παρέχει πολύ προηγμένες λύσεις στο θέμα αυτό. Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα που μεριμνά για την ασφάλεια των πελατών του θα πρέπει να χρησιμοποιεί και να αναφέρει ρητά όλα τα απαραίτητα συστήματα ασφάλειας καθώς και θα πρέπει να παρέχει τις απαραίτητες πληροφορίες για την πιστοποίηση της ταυτότητάς του.

Όσον αφορά την **ασφάλεια**, ένα ηλεκτρονικό κατάστημα θα πρέπει να χρησιμοποιεί μια σειρά από «συστήματα ασφαλείας» προκειμένου να διασφαλίσει την ασφάλεια των συναλλαγών του, όπως:

- Ένα ψηφιακό πιστοποιητικό ταυτότητας (digital ID) από κάποιο αναγνωρισμένο φορέα πιστοποίησης (οι ψηφιακές ταυτότητες επιβεβαιώνουν την ταυτότητα του συναλλασσομένου εμπόρου).
- Ένα πρωτόκολλο ασφαλείας (π.χ., Secure Socket Layer – SSL, ή Secure Electronic Transaction – SET).
- Μια ασφαλή σύνδεση.

Οι έλεγχοι για την ασφάλεια και την εγκυρότητα του ηλεκτρονικού καταστήματος πρέπει να γίνονται ανεξάρτητα από το αν η πρόσβασή στο Διαδίκτυο γίνεται από τον υπολογιστή, από κινητό τηλέφωνο (π.χ. WAP) ή από την διαδραστική (interactive) τηλεόραση. Ζητήστε να ενημερωθείτε από ειδικούς για όλες τις δυνατές λύσεις και επιλέξτε, με τη βοήθειά τους, τις πλέον κατάλληλες για την επιχείρησή σας.

Όσον αφορά την **«ταυτότητα»** του, ένα ηλεκτρονικό κατάστημα θα πρέπει να παρουσιάζει ρητά σε ποιόν ακριβώς έχει κατοχυρωθεί, δηλαδή ποιός είναι ο πραγματικός ιδιοκτήτης. Η ύπαρξη ενός ειδικού σήματος στην ιστοσελίδα που να πιστοποιεί την ταυτότητα (από γνωστούς δημόσιους ή ιδιωτικούς οργανισμούς) αποτελεί πλεονέκτημα. Επιπλέον, θα πρέπει να παρέχεται η δυνατότητα στον καταναλωτή, πριν προβεί σε αγορές, να επικοινωνήσει με τον τηλεφωνικό αριθμό στη φυσική έδρα του καταστήματος (είναι

υποχρεωτική ή αναγραφή του στην ιστοσελίδα) για να διαπιστώσει πως όντως πρόκειται για το κατάστημα που έχει επιλέξει.

Συνοπτικά, οι πληροφορίες που πρέπει να παρουσιάζει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα στους καταναλωτές περιλαμβάνουν τα παρακάτω:

- Πραγματική ταυτότητα του εμπόρου (όνομα, γεωγραφική διεύθυνση, τηλέφωνο κ.λπ..)
- Τρόποι επικοινωνίας τόσο με ηλεκτρονικό όσο και με συμβατικό τρόπο (ηλεκτρονικό ταχυδρομείο [email], fax, τηλέφωνο, κ.λπ..)
- Τελική τιμή του προϊόντος ή της υπηρεσίας συμπεριλαμβανομένων φόρων, εξόδων αποστολής, κ.λπ..)
- Εγγύηση του προϊόντος.
- Μέθοδος αποστολής και χρόνος παράδοσης, δυνατότητα υπαναχώρησης, τρόπος πληρωμής και παράδοσης, κ.λπ..
- Τρόπος ακύρωσης της παραγγελίας σε περίπτωση λάθους ή αλλαγής γνώμης.
- Επιβεβαίωση της παραλαβής της παραγγελίας.
- Πληροφορίες για την προστασία των προσωπικών δεδομένων (privacy statement)
- Που να απευθυνθεί ο καταναλωτής για τα παράπονα του εάν κάτι δεν πάει καλά (π.χ. αργοπορημένη παράδοση ή καθόλου παράδοση).
- Πώς θα επιστραφεί το προϊόν, τι πρόσθετες επιβαρύνσεις υπάρχουν για την επιστροφή, κ.λπ..
- Ποιό δικαστήριο είναι αρμόδιο και ποιό Δίκαιο θα εφαρμοσθεί σε περίπτωση διαφοράς.

7. Αν ξεκινήσω τη δραστηριότητά μου ως ηλεκτρονικός έμπορος, θα μπορέσουν οι εργαζόμενοί μου να ανταποκριθούν σε αυτό το έργο ; Αν όχι, ποιές εναλλακτικές δυνατότητες έχω ;

Πρέπει να προβλέψετε στο επιχειρηματικό σας σχέδιο (business plan) πόσοι υπάλληλοι και για ποιό ποσοστό του χρόνου τους θα ασχοληθούν στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Εκτιμείστε πως έχουν πράγματι τα προσόντα να ανταπεξέλθουν στα νέα αυτά καθήκοντά που περιλαμβάνουν την ενημέρωση των περιεχομένων του ηλεκτρονικού καταστήματος, την επίλυση βασικών τεχνικών προβλημάτων και τη διαχείριση των εισερχόμενων και εξερχόμενων πληροφοριών ή δεδομένων (π.χ. παραγγελιών), κ.ά.

Είναι χρήσιμο να υπάρχει καταρτισμένο στέλεχος στην επιχείρησή σας στα θέματα του ηλεκτρονικού εμπορίου. Διερευνήστε την πιθανότητα πρόσθετης κατάρτισης ενός από τα υπάρχοντα στελέχη (καθώς επίσης και του προσωπικού που θα ασχοληθεί) προκειμένου να επιλύει σε σύντομο χρονικό διάστημα τυχόν προβλήματα που θα ανακύπτουν από τη λειτουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος. Εναλλακτικά, διερευνήστε την πιθανότητα πρόσληψης ενός υπαλλήλου με ιδιαίτερες δεξιότητες στο χώρο του

ηλεκτρονικού εμπορίου, έτσι ώστε να μπορεί να αναλάβει αυτό το ρόλο για την επιχείρησή σας. Τέλος, διερευνήστε την πιθανότητα να αναθέσετε ορισμένα από αυτά τα καθήκοντα σε εξωτερικούς συνεργάτες (*outsourcing*), π.χ. σε εξειδικευμένες επιχειρήσεις στο χώρο της τεχνολογίας.

8. Πώς μπορώ να παρακολουθώ την πορεία της λειτουργίας του ηλεκτρονικού μου καταστήματος, ιδιαίτερα αν δεν έχω σημαντικές τεχνικές γνώσεις ;

Δεν απαιτούνται ιδιαίτερες τεχνικές γνώσεις για την παρακολούθηση της λειτουργίας του ηλεκτρονικού καταστήματος. Απεναντίας, η τεχνολογία σας επιτρέπει να έχετε ανά πάσα στιγμή τα στοιχεία των πωλήσεων και των επισκέψεων των πελατών, γι' αυτό και θα πρέπει να συμπεριλάβετε τη συστηματική σας ενημέρωση στο σχεδιασμό της ηλεκτρονικής σας επιχείρησης. Μην ξεχνάτε πως το ηλεκτρονικό σας κατάστημα αποτελεί μέρος της όλης παρουσίας σας στην αγορά: να ενημερώνεστε συχνά από τα αρμόδια πρόσωπα εντός και εκτός της επιχείρησής σας για την πορεία του και να λάβετε, σε συνεργασία μαζί τους, τις κατάλληλες αποφάσεις για τη διαρκή βελτίωσή του. Λάβετε υπ' όψη σας και τη γνώμη των καταναλωτών που το έχουν επισκεφθεί ή έχουν ήδη διεξάγει ηλεκτρονικές συναλλαγές μέσα από αυτό.

9. Πέρα από το νομοθετικό πλαίσιο που ρυθμίζει τα θέματα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, υπάρχει κάτι άλλο που θα πρέπει να γνωρίζω σε ό,τι αφορά τη λειτουργία του καταστήματός μου και τις εμπορικές σχέσεις μου με τους τελικούς καταναλωτές;

Στον Διαδικτυακό τόπο της Ομάδας Εργασίας 1 του e-Business Forum (www.ebusinessforum.gr), που λειτουργεί υπό την αιγίδα του Υπουργείου Ανάπτυξης, υπάρχει ο «[Δεκάλογος του Πολίτη – Καταναλωτή στην Ψηφιακή Οικονομία](#)». Διαβάστε τον προσεκτικά και προσαρμόστε κατάλληλα τόσο την επιχειρηματική λειτουργία, όσο και την τεχνολογία του ηλεκτρονικού σας καταστήματος, έτσι ώστε να εναρμονιστείτε με τα σημεία του.

Πρέπει να ξέρετε πως πολλοί καταναλωτές διστάζουν να δώσουν τον αριθμό της πιστωτικής τους κάρτας σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα ακόμη και αν αυτό είναι γνωστό και καθιερωμένο. Για να αντιμετωπίσετε πιθανή επιφυλακτικότητα των καταναλωτών στο να δώσουν τα στοιχεία της πιστωτικής τους κάρτας, μπορείτε να παρέχετε τη δυνατότητα της συναλλαγής με χρήση εναλλακτικών τρόπων πληρωμής, όπως είναι η αντικαταβολή ή η μετάδοση του αριθμού της πιστωτικής κάρτας μέσω fax σε αρμόδιο υπάλληλο της επιχείρησης.

10. Πού μπορώ να μάθω περισσότερα για όλα αυτά?

Υπάρχουν πηγές πληροφοριών στο Διαδίκτυο από όπου μπορείτε να ενημερωθείτε για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις σας ως ηλεκτρονικού εμπόρου, τα θέματα ασφάλειας και προστασίας των προσωπικών δεδομένων των ηλεκτρονικών καταναλωτών και το νομικό καθεστώς που διέπει τις ηλεκτρονικές συναλλαγές τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

Επισκεφθείτε τους Διαδικτυακούς τόπους :

- του ελληνικού e-Business Forum: www.ebusinessforum.gr και ιδιαίτερα την κατηγορία «Θεσμικό Πλαίσιο».
- της Εθνικής Συνομοσπονδίας Ελληνικού Εμπορίου (ΕΣΕΕ) (www.esee.gr) και του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών (www.acci.gr) για τον κώδικα εμπορικής δεοντολογίας και τις υποχρεώσεις των ηλεκτρονικών καταστημάτων
- του Ελληνικού Συλλόγου Internet – Internet Society (ISOC) στη διεύθυνση www.isoc.gr για θέματα που σχετίζονται γενικότερα με την επιχειρηματική χρήση του Διαδικτύου
- της Αρχής Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων, για να μάθετε περισσότερα για τα δικαιώματα του ηλεκτρονικού καταναλωτή όσον αφορά τα προσωπικά του δεδομένα: www.dpa.gr
- της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (Γενική Διεύθυνση για την Προστασία του Καταναλωτή): <http://europa.eu.int/comm/consumers>
- του ΟΟΣΑ (για θέματα σχετικά με το Ηλεκτρονικό Εμπόριο): www.oecd.org/subject/e_commerce