



Όλα όσα θέλετε να γνωρίζετε για το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce)

Όλα όσα θα θέλατε να γνωρίζετε για το ηλεκτρονικό εμπόριο

Το συγκεκριμένο έντυπο αναφέρεται σε ζητήματα που αφορούν το ηλεκτρονικό εμπόριο, με στόχο να ενημερώσει τις κυπριακές μικρομεσαίες επιχειρήσεις για αυτή τη σύγχρονη μορφή επιχειρηματικών συναλλαγών, υπογραμμίζοντας παράλληλα τα πλεονεκτήματα και πολλαπλά οφέλη που προκύπτουν από την υιοθέτηση λύσεων η-επιχειρείν.

Παρόμοια αφιερώματα για θέματα ψηφιακής τεχνολογίας, αλλά και πρακτικά ζητήματα άμεσου ενδιαφέροντος για τις επιχειρήσεις μπορείτε να βρείτε στην ενότητα “Εκπαιδευτικό Υλικό” της ιστοσελίδας του Προγράμματος “Επιχειρείτε Διαδικτυακά” www.go-e.gov.cy.



Το Πρόγραμμα «**Επιχειρείτε Διαδικτυακά**» (www.go-e.mcit.gov.cy) αποτελεί πρωτοβουλία του Υπουργείου Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού και έχει σκοπό την προώθηση και ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στην Κύπρο. Για την επίτευξη του σκοπού αυτού έχει ιδρυθεί το **Γραφείο eΔράση** το οποίο είναι υπεύθυνο να υλοποιήσει συγκεκριμένο στρατηγικό σχέδιο. Στα πλαίσια του εν λόγω Προγράμματος, θα υπάρχουν *σχέδια επιχορηγήσεων* για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις με σκοπό την ανάπτυξη της απαραίτητης υποδομής έτσι ώστε να καταστούν έτοιμες να επιχειρήσουν διαδικτυακά. Παράλληλα, θα πραγματοποιηθούν *ενημερωτικές ημερίδες και εκπαιδευτικά προγράμματα / σεμινάρια* που θα απευθύνονται τόσο στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις όσο και στους καταναλωτές. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα θα γίνουν σε συνεργασία με το Κέντρο Παραγωγικότητας Κύπρου. Για τη συνεχή ενημέρωσή σας για το πρόγραμμα και τις δράσεις του γραφείου μας μπορείτε να επισκεφθείτε την ιστοσελίδα www.go-e.mcit.gov.cy ή να επικοινωνήσετε μαζί μας στα τηλέφωνα 22867323/4.

Πηγή έμπνευσης για την παραγωγή του εντύπου αποτέλεσε παρεμφερές εκπαιδευτικό υλικό που παρήχθη στο πλαίσιο του ελληνικού Προγράμματος “Δικτυωθείτε” που στόχο είχε τη στήριξη των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΜΜΕ) της Ελλάδας. Τα φυλλάδια αυτά, σε συνδυασμό με το εκπαιδευτικό υλικό του κόμβου της «**On-line Εκπαίδευσης**» του Προγράμματος «**Επιχειρείτε Διαδικτυακά**», έχουν ως στόχο να ενημερώσουν με απλό, ευχάριστο και ευσύνοπτο τρόπο τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις καθώς και το κοινό γύρω από τα οφέλη που μπορούν να προκύψουν από την εισαγωγή των τεχνολογιών ηλεκτρονικού εμπορίου στην επιχειρηματική δραστηριότητα.



Τι είναι το “ηλεκτρονικό εμπόριο”;

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.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να οριστεί από τέσσερις διαφορετικές οπτικές γωνίες:

- **Επιχειρήσεις:** ως εφαρμογή νέων τεχνολογιών προς την κατεύθυνση του αυτοματισμού των συναλλαγών και της ροής εργασιών.
- **Υπηρεσίες:** ως μηχανισμός που έχει στόχο να ικανοποιήσει την κοινή επιθυμία προμηθευτών και πελατών για καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών, μεγαλύτερη ταχύτητα εκτέλεσης συναλλαγών και μικρότερο κόστος.
- **Απόσταση:** ως δυνατότητα αγοραπωλησίας προϊόντων και υπηρεσιών μέσω του Internet ανεξάρτητα από τη γεωγραφική απόσταση.
- **Επικοινωνία:** ως δυνατότητα παροχής πληροφοριών, προϊόντων, υπηρεσιών και πληρωμών μέσα από δίκτυα ηλεκτρονικών υπολογιστών.



Ποιες μορφές μπορεί να πάρει το ηλεκτρονικό εμπόριο σε πρακτικό επίπεδο;

Εσωτερικό εμπόριο:

Στόχος είναι η αποτελεσματικότερη λειτουργία των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης, ώστε να μπορεί να προσφέρει καλύτερα προϊόντα και υπηρεσίες στους πελάτες της. Οι εφαρμογές του συνήθως εντάσσονται στη λειτουργία ενός τοπικού δικτύου (Intranet) και μπορούν να είναι: επικοινωνία μεταξύ ομάδων εργασίας, ηλεκτρονική δημοσίευση (άμεση διανομή πληροφοριών) κτλ.

Συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων (Business-to-Business - B2B):

Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει σε επιχειρήσεις να βελτιώσουν τη μεταξύ τους συνεργασία, απλοποιώντας τις διαδικασίες και το κόστος των προμηθειών, την ταχύτερη αποστολή των προμηθειών και τον αποτελεσματικότερο έλεγχο του επιπέδου αποθεμάτων. Επιπλέον, καθιστά ευκολότερη την αρχειοθέτηση των σχετικών εγγράφων και ποιοτικότερη την εξυπηρέτηση πελατών. Η δυνατότητα ηλεκτρονικής σύνδεσης με προμηθευτές και διανομείς, καθώς και η πραγματοποίηση ηλεκτρονικών πληρωμών βελτιώνουν ακόμη περισσότερο την αποτελεσματικότητα: οι ηλεκτρονικές πληρωμές περιορίζουν το ανθρώπινο σφάλμα, αυξάνουν την ταχύτητα και μειώνουν το κόστος των συναλλαγών. Το ηλεκτρονικό εμπόριο προσφέρει τη δυνατότητα αυξημένης πληροφόρησης σχετικά με τα προσφερόμενα προϊόντα - είτε από τους προμηθευτές είτε από ενδιάμεσους οργανισμούς που προσφέρουν υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου.

Λιανικές πωλήσεις - Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτών (Business-to-Consumer - B2C):

Πρόκειται για την πιο διαδεδομένη μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου. Ο καταναλωτής έχει πρόσβαση σε μια τεράστια ποικιλία προϊόντων σε δικτυακούς κόμβους-καταστήματα, βλέπει, επιλέγει, αν επιθυμεί να αγοράσει είδη ένδυσης μπορεί ενίοτε και να τα δοκιμάζει (μέσω ειδικών προγραμμάτων), ανακαλύπτει προϊόντα τα οποία δεν θα μπορούσε να βρει εύκολα στη χώρα του, συγκρίνει τιμές και, τέλος, αγοράζει. Κι όλα αυτά χωρίς να βγει από το σπίτι του, κερδίζοντας πολύτιμο χρόνο και κόπο.

Συναλλαγές μεταξύ Καταναλωτών (Consumer-to-Consumer - C2C):

Σε αυτή την κατηγορία ο καταναλωτής πουλά απευθείας σε άλλους καταναλωτές. Παράδειγμα αποτελούν τα άτομα που κάνουν πωλήσεις μέσω καταχωρημένων αγγελιών, δικτυακοί τόποι δημοπρασιών, όπου ο οποιοσδήποτε μπορεί να πουλήσει οτιδήποτε. Τέλος, πολλά άτομα κάνουν χρήση intranets και άλλων ενδοεταιρικών δικτύων για να διαφημίσουν αντικείμενα, προϊόντα ή υπηρεσίες.



Το ιστορικό της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου

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.

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) και ηλεκτρονική συνομιλία (IRC), ομάδες συζήτησης (newsgroups, forums), μεταφορά αρχείων (FTP), κτλ. Η πρόσβαση στο δίκτυο γίνεται φτηνότερη 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 φτηνότερος 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.



Πόσο προσοδοφόρο είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο;

Αρκετές εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου δεν παρουσιάζουν ικανοποιητικά κέρδη. Ορισμένες, μάλιστα, έρευνες κάνουν λόγο για το ένα τρίτο των on-line εμπόρων. Από την άλλη πλευρά όμως, οι μελέτες δείχνουν ότι οι περισσότεροι χρήστες του Internet ενημερώνονται για ένα προϊόν on-line και στη συνέχεια το αγοράζουν από αλλού. Έτσι, ακόμη κι αν ένα δικτυακό κατάστημα δεν σημειώνει αρκετές πωλήσεις, μπορεί να συνεισφέρει σημαντικά στην αύξηση των αγορών μέσα από άλλα κανάλια.

Όσον αφορά τις εταιρείες που εστιάζουν στην ανάπτυξη επιχειρηματικών σχέσεων με άλλες εταιρείες μέσα από το ηλεκτρονικό εμπόριο, στόχος τους δεν είναι τόσο η άντληση οικονομικού κέρδους, όσο η περικοπή των εξόδων και η βελτίωση των υπηρεσιών προς τους πελάτες.

Βασικά οφέλη της διαδικτυακής δραστηριοποίησης για τις επιχειρήσεις:

- **Ευρεία γεωγραφική κάλυψη:** οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να απευθυνθούν σε πελάτες που βρίσκονται παντού, χωρίς τη σύσταση τοπικού υποκαταστήματος.
- **Ελαχιστοποίηση της προμηθευτικής αλυσίδας:** ο προμηθευτής μπορεί να απευθυνθεί απευθείας στον πελάτη, χωρίς την ανάμειξη «ενδιάμεσων».
- **Μείωση λειτουργικού κόστους:** η μείωση του λειτουργικού κόστους οφείλεται στο γεγονός ότι οι επιχειρήσεις μπορούν να εξυπηρετήσουν τους πελάτες με ελάχιστο κόστος. Επίσης, όσο αυξάνεται ο αριθμός των πελατών ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, τόσο μειώνεται το συνολικό κόστος εξυπηρέτησής τους.
- **Συνεχής λειτουργία:** το διαδίκτυο είναι ίσως τα μοναδικό κανάλι εξυπηρέτησης πελατών που επιτρέπει την πραγματοποίηση αγορών οποιαδήποτε στιγμή το 24ωρο.
- **Εργαλείο μάρκετινγκ:** οι επιχειρήσεις μπορούν να εκμεταλλευτούν τις δυνατότητες του διαδικτύου για προσφορές, διαχείριση και ενημέρωση πελατών, στατιστικά στοιχεία πρόσβασης και πωλήσεων.
- **Αύξηση των πωλήσεων**
- **Άμεση ικανοποίηση των πελατών**
- **Άμεση ενημέρωση των πελατών** για καινούρια προϊόντα
- **Βελτίωση της επικοινωνίας** με τους πελάτες
- **Βέλτιστη διαχείριση** των προϊόντων και των παραγγελιών



Είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο ασφαλές για τις επιχειρήσεις και τους πελάτες;

Για τις επιχειρήσεις:

Κανείς δεν είναι 100% ασφαλής on-line. Επιτήδειοι πάντοτε υπάρχουν, αλλά η κρυπτογράφηση και τα συστήματα ασφαλείας αναπτύσσονται συνεχώς. Ωστόσο, επενδυτές και αναλυτές συμφωνούν ότι οι συναλλαγές είναι λιγότερο επικίνδυνες στο Internet συγκριτικά με το «φυσικό» κόσμο. Για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι περισσότερο ασφαλές από ένα «πραγματικό» κατάστημα, το οποίο μπορεί να λεηλατηθεί, να καεί, να πλημμυρίσει.

Η δυσκολία έγκειται στο να κάνουν τους πελάτες να εξοικειωθούν με την ιδέα ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ασφαλές γι' αυτούς.

Για τους πελάτες:

Παρόλο που τα προηγούμενα χρόνια, υπήρχε η εντύπωση ότι οι συναλλαγές μέσω πιστωτικής κάρτας στο Internet δεν ήταν ασφαλείς, οι ειδικοί υποστηρίζουν ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο και οι on-line συναλλαγές εν γένει είναι ασφαλέστερες από τις αγορές με πιστωτικές κάρτες σε «φυσικά» καταστήματα. Κάθε φορά που ο πελάτης πληρώνει με πιστωτική κάρτα σε ένα κατάστημα ή εστιατόριο και κάθε φορά που πετά την απόδειξη μιας πιστωτικής κάρτας γίνεται περισσότερο ευάλωτος στην απάτη.

Παράλληλα, έχουν αναπτυχθεί και αναπτύσσονται συνεχώς νέοι και ασφαλέστεροι τρόποι πληρωμής μέσω διαδικτύου, όπως οι υπηρεσίες on-line μεταφοράς χρημάτων, οι προπληρωμένες και εξειδικευμένες πιστωτικές κάρτες για πληρωμή μέσω διαδικτύου, κλπ

Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα που μεριμνά για την **ασφάλεια των πελατών** του θα πρέπει να χρησιμοποιεί μια σειρά από **«συστήματα ασφαλείας»**, προκειμένου να διασφαλίσει την ασφάλεια των συναλλαγών του:

- Η αποστολή προσωπικών δεδομένων, όπως τα στοιχεία της κάρτας, θα πρέπει να γίνεται σε ασφαλές περιβάλλον, με τη χρήση ειδικών πρωτοκόλλων κρυπτογράφησης δεδομένων και ασφαλείας οικονομικών συναλλαγών. Για την εξασφάλιση της μυστικότητας, της ακεραιότητας και της προέλευσης μιας πληροφορίας κατά τη μετάδοση, χρησιμοποιείται η τεχνολογία δικτυακού πρωτοκόλλου ασφαλείας, όπως το **Secure Sockets Layer (SSL)** ή το **Secure Electronic Transaction (SET)**, με τη χρήση του οποίου οι πληροφορίες κρυπτογραφούνται προτού μεταδοθούν στο δίκτυο και αποκρυπτογραφούνται από τον παραλήπτη. Κατ' αυτόν τον τρόπο, η συναλλαγή δεν μπορεί να αμφισβητηθεί ούτε ως προς την προέλευση ούτε ως προς το περιεχόμενο.
- Μια ξεχωριστή διαδικασία μπαίνει σε λειτουργία, όταν εκδηλώνεται η πρόθεση αγοράς από τον πελάτη. Για τη διευθέτηση του θέματος της πληρωμής, τρεις λύσεις είναι ουσιαστικά διαθέσιμες: η **προκαταβολική πληρωμή σε τραπεζικό λογαριασμό**, η **αντικαταβολή** και η **χρέωση κάρτας**. Από αυτές τις λύσεις, η χρήση της πιστωτικής κάρτας αποτελεί το βασικό μέσο για τη διεκπεραίωση μιας πλήρους ηλεκτρονικής συναλλαγής και, μάλιστα, για την εκκαθάριση των συναλλαγών με αυτόν τον τρόπο, έχει σχεδιαστεί ένα παγκόσμιο δίκτυο.

Πως προσελκύνονται πελάτες on-line;

Τα «μυστικά» για μια επιτυχημένη παρουσία στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι τα εξής:

- Ο δικτυακός κόμβος πρέπει να είναι πάντοτε ενημερωμένος.
- Ο κόμβος πρέπει να πληροί όλες τις προϋποθέσεις για τις ασφαλέστερες δυνατές συναλλαγές. Επίσης, πρέπει να φαίνεται επαγγελματικός και να λειτουργεί άψογα.
- Ο δικτυακός κόμβος οφείλει να είναι απλός, εύχρηστος και γρήγορος. Απλή πρέπει να είναι και η διαδικασία εύρεσης συγκεκριμένων προϊόντων. Οι σελίδες πρέπει να «κατεβαίνουν» γρήγορα. Στο καταναλωτικό κοινό δεν αρέσει να περιμένει περισσότερο απ' όσο περιμένει σε μια μικρή σειρά.
- Πάντοτε βοηθά η παροχή on-line επιλογών συγκρίσιμων με οτιδήποτε προσφέρεται αλλού. Είναι προτιμότερη η πώληση προϊόντων που ο κόσμος θέλει να τα αγοράσει on-line. Αν ένα προϊόν είναι επιτυχημένο στις πωλήσεις μέσω ταχυδρομικών καταλόγων, θα πωλήσει εξίσου καλά και στο Internet.
- Οι τιμές πρέπει να παραμένουν στα χαμηλότερα δυνατά επίπεδα.

Για τη δημιουργία μιας αποτελεσματικής δικτυακής παρουσίασης, βασικοί παράγοντες είναι:

- **ο σχεδιασμός:** καθορισμός του περιεχομένου, προτυποποίηση της εμφάνισης από ειδικευμένους γραφίστες, δημοσίευση του site στο διαδίκτυο, καθορισμός των ενεργειών για την προώθηση του site, συνδυασμός ενεργειών με το υπάρχον διαφημιστικό πρόγραμμα και, τέλος, παρακολούθηση της πορείας του site και συνεχής ενημέρωσή του τόσο σε θέματα εμφάνισης, όσο και περιεχομένου.
- **η κεντρική σελίδα:** οθόνη υποδοχής των επισκεπτών ενός site και συνοπτικός χάρτης πλοήγησης στις υπόλοιπες ιστοσελίδες του.
- **το περιεχόμενο:** οργάνωση των πληροφοριών με τρόπο που να εξυπηρετεί την εύκολη πλοήγηση των επισκεπτών.
- **τα γραφικά:** δεν θα πρέπει η αισθητική ενός site να λειτουργεί εις βάρος της λειτουργικότητας και της ταχύτητας.
- **η διατήρηση του ενδιαφέροντος:** δημιουργία θετικής εντύπωσης με την ποιότητα και την εξειδίκευση των παρεχόμενων πληροφοριών, συχνή ενημέρωση περιεχομένου και εμφάνισης, προσθήκη καινούριου και διασκεδαστικού στοιχείου.
- **τεχνικές προώθησης σε μηχανές αναζήτησης:** καταχώριση του site σε μηχανές αναζήτησης και καταλόγους για την αύξηση των πιθανοτήτων επίσκεψης του site.



Ποιες είναι οι πληροφορίες που πρέπει να παρέχει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα στους καταναλωτές;

Τα στοιχεία πληροφόρησης που θα πρέπει υποχρεωτικά να περιλαμβάνονται στις ιστοσελίδες Κυπριακών εταιρειών που προσφέρουν ηλεκτρονικό εμπόριο από το διαδίκτυο, καθορίζονται κυρίως από τους ακόλουθους Νόμους της Κυπριακής Δημοκρατίας:

- Ο περί Ορισμένων Πτυχών των Υπηρεσιών της Κοινωνίας της Πληροφορίας και ειδικά του Ηλεκτρονικού Εμπορίου και για συναφή θέματα Νόμος του 2004 (Νόμος 156(I)/2004)
- Ο περί της Σύναψης Καταναλωτικών Συμβάσεων εξ Αποστάσεως Νόμος του 2000 (Νόμος 14(I)/2000)
- Ο περί των Αθέμιτων Εμπορικών Πρακτικών των Επιχειρήσεων προς τους Καταναλωτές Νόμος του 2007 (Νόμος 103(I)/2007)

Όλοι οι πιο πάνω Νόμοι, είναι εναρμονιστικοί με Οδηγίες του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και κατά συνέπεια οι κυριότερες πρόνοιες που περιλαμβάνονται σε αυτούς ισχύουν σε όλη την επικράτεια της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Επιγραμματικά, τα κυριότερα στοιχεία πληροφόρησης που θα πρέπει υποχρεωτικά να περιλαμβάνονται στις ιστοσελίδες Κυπριακών εταιρειών που προσφέρουν ηλεκτρονικό εμπόριο από το διαδίκτυο είναι τα εξής:

1. Την **επωνυμία** της επιχείρησης
2. Την **επαγγελματική ένωση** ή παρόμοιο όργανο στο οποίο η επιχείρηση είναι εγγεγραμμένη
3. Τον **αριθμό εγγραφής εταιρείας**, (σε περίπτωση που η επιχείρηση είναι εγγεγραμμένη σε εμπορικό ή άλλο παρόμοιο δημόσιο μητρώο)
4. Τον **αριθμό εγγραφής στο μητρώο του ΦΠΑ**, εφόσον η δραστηριότητα που ασκεί η επιχείρηση υπόκειται σε ΦΠΑ
5. Τη **γεωγραφική διεύθυνση** στην οποία είναι εγκατεστημένη
6. Στοιχεία που να επιτρέπουν την ταχεία επαφή και την άμεση και ουσιαστική επικοινωνία με την επιχείρηση, (συμπεριλαμβανομένου του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (**e-mail**), **φαξ**, **τηλεφώνου**)
7. Την **τελική τιμή** του προϊόντος ή της υπηρεσίας, **συμπεριλαμβανομένων των φόρων, εξόδων αποστολής κλπ.**
8. Την **περίοδο που ισχύει η προσφορά**
9. Τα **χαρακτηριστικά** προϊόντων/ υπηρεσιών
10. Τη **μέθοδο αποστολής** και το **χρόνο παράδοσης**, τη **δυνατότητα υπαναχώρησης**, τον **τρόπο πληρωμής και παράδοσης** κλπ.
11. **Τον τρόπο ακύρωσης της παραγγελίας**, σε περίπτωση λάθους ή αλλαγής γνώμης
12. Την **επιβεβαίωση της παραλαβής** της παραγγελίας
13. Πληροφορίες για την **προστασία των προσωπικών δεδομένων** (Privacy Statement)
14. **Πού μπορεί να απευθυνθεί ο καταναλωτής** για τα παράπονά του, αν κάτι δεν πάει καλά (π.χ. αργοπορημένη παράδοση ή μη παράδοση)
15. Πώς θα **επιστραφεί το προϊόν**, τι πρόσθετες επιβαρύνσεις υπάρχουν για την επιστροφή κλπ.
16. Ποιο **δικαστήριο** είναι αρμόδιο και ποιο **Δίκαιο** θα εφαρμοστεί, σε περίπτωση διαφοράς



Ποια είναι τα πρώτα βήματα που πρέπει να κάνετε για να δραστηριοποιηθείτε με επιτυχία στο ηλεκτρονικό εμπόριο;

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.

Σκεφτείτε τον τρόπο με τον οποίο θα μπορούσατε να το εκμεταλλευτείτε:

- ποια προϊόντα και ποιες υπηρεσίες μπορείτε να παρέχετε,
- πόσα χρήματα είστε 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),
- θέστε ρεαλιστικούς (οικονομικούς) στόχους για τη δραστηριότητά σας αυτή.

Βασικοί στόχοι για την επιτυχή δραστηριοποίησή σας στο διαδίκτυο:

Οικονομικοί στόχοι

- αύξηση κερδών
- απόδοση του επενδυμένου κεφαλαίου

Προϊοντικοί στόχοι

- αύξηση πωλήσεων
- υπηρεσίες προς τους πελάτες πριν και μετά την πώληση

Στόχοι προώθησης, προβολής και επικοινωνίας

- μεγαλύτερη γνωστοποίηση της εταιρείας
- μεγαλύτερη συχνότητα επικοινωνίας με το κοινό σας
- βελτίωση της ποιότητας των σχέσεων που θέλετε ν' αναπτύξετε με το κοινό σας
- δημιουργία σχέσεων με συνεργάτες, προμηθευτές, τράπεζες κ.ά.

Στόχοι για τα κανάλια διανομής

- γεωγραφική κάλυψη που θέλετε να πετύχετε με το ηλεκτρονικό σας κατάστημα
- κατεύθυνση πελατών – μέσα από το δικτυακό σας τόπο - στα κανάλια διανομής σας
- πληροφόρηση προς τα κανάλια διανομής (έλεγχος αποθεμάτων, τιμές, εκπλώσεις, άλλα θέματα σχετικά με τα προϊόντα)

Στόχοι για την έρευνα αγοράς

- μέγεθος και τάσεις της αγοράς
- πληροφορίες για τον ανταγωνισμό
- ποσοστό του κοινού σας από το οποίο θέλετε να συγκεντρώσετε στοιχεία (δημιουργία λίστας)
- δοκιμές που θέλετε να κάνετε πριν λανσάρετε καινούριες διαφημιστικές καμπάνιες και προϊόντα ή πριν αλλάξετε τιμές



Επιλογή τεχνολογιών για την υποστήριξη εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου

Οι τεχνολογίες του ηλεκτρονικού εμπορίου δεν είναι όλες νέες. Οι περισσότερες από αυτές χρησιμοποιούνται εδώ και αρκετά χρόνια από συγκεκριμένες επιχειρήσεις ή κλάδους. Αυτό που τους έδωσε την απαιτούμενη ώθηση και έκανε την αντιμετώπισή τους ενιαία – κάτω από τη μορφή του ηλεκτρονικού εμπορίου – ήταν η αποδοχή διεθνών προτύπων και η ανάγκη για νέες μορφές οργάνωσης και λειτουργικής διαχείρισης. Έτσι, οι επιχειρήσεις θα μπορούσαν στο εξής να αντεπεξέλθουν στις συνθήκες που επιβάλλονται από τη διεθνοποίηση των αγορών, τις νέες καταναλωτικές αντιλήψεις και κοινωνικές συνθήκες.

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).

Επίπεδο Ασφαλών Συνδέσεων (SSL – Secure Sockets Layer)

Το πρωτόκολλο αυτό σχεδιάστηκε προκειμένου να πραγματοποιεί ασφαλή σύνδεση με τον εξυπηρετητή (server). Το SSL χρησιμοποιεί «κλειδί» δημόσιας **κρυπτογράφησης**, με σκοπό να προστατεύει τα δεδομένα, καθώς «ταξιδεύουν» μέσα στο Internet.

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, τυγχάνει μεγάλης αποδοχής από την τραπεζική κοινότητα.

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 και 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.



Επιλογή τεχνολογιών για την υποστήριξη εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου

Έξυπνες κάρτες (Smart Cards)

Οι «έξυπνες κάρτες» αποτελούν εξέλιξη των καρτών μαγνητικής λωρίδας (παθητικό μέσο αποθήκευσης, τα περιεχόμενα του οποίου μπορούν να διαβαστούν και να αλλαχτούν). Οι έξυπνες κάρτες μπορούν να αποθηκεύσουν μεγάλη ποσότητα δεδομένων και παρέχουν δυνατότητες **κρυπτογράφησης** και χειρισμού **ηλεκτρονικών υπογραφών** για την ασφάλεια των περιεχομένων τους. Η ιδέα της έξυπνης κάρτας ξεκίνησε στη Γαλλία το 1974. Το 1975 τα δικαιώματα ανάπτυξης πέρασαν σε μεγάλες εταιρείες ηλεκτρονικού εξοπλισμού. Η νέα αυτή τεχνολογία παρουσιάστηκε στο κοινό το 1981. Μια σειρά από πιλοτικά σχέδια ξεκίνησε αμέσως, και το 1984, με μια συλλογική αξιολόγησή τους, εκδόθηκαν νέες ολοκληρωμένες προδιαγραφές. Σήμερα επικρατεί η λανθασμένη εντύπωση ότι οι Smart Cards είναι τραπεζικές ή πιστωτικές κάρτες, με αποτέλεσμα να μην αναγνωρίζεται το μεγάλο εύρος των δυνατοτήτων τους. Η τεχνολογία των έξυπνων καρτών προσφέρει απεριόριστες δυνατότητες χρήσης στη βιομηχανία, το εμπόριο και τη δημόσια διοίκηση.

Πιστοποίηση και ασφάλεια

Για την ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών χρησιμοποιούνται ευρέως τα **firewalls**. Το firewall αποτελεί λογισμικό ή υλικό το οποίο 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 προστατευτεί 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.

Ζητήματα εκπαίδευσης προσωπικού

Πρέπει να προβλέψετε στο επιχειρηματικό σας σχέδιο (business plan) πόσοι υπάλληλοι και για ποιο ποσοστό του χρόνου τους θα απασχοληθούν στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Εκτιμήστε αν έχουν πράγματι τα προσόντα να αντεπεξέλθουν στα νέα αυτά καθήκοντα, 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). Είναι χρήσιμο να υπάρχει καταρτισμένο στέλεχος στα θέματα του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Διερευνήστε την πιθανότητα πρόσθετης κατάρτισης ενός από τα υπάρχοντα στελέχη (καθώς επίσης και του προσωπικού που θα απασχοληθεί) προκειμένου να επιλύει σε σύντομο χρονικό διάστημα τυχόν προβλήματα που θα ανακύπτουν από τη λειτουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος. Εναλλακτικά, εξετάστε 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.

Μια άλλη δυνατότητα που έχετε είναι να αναθέσετε ορισμένα από αυτά τα καθήκοντα σε εξωτερικούς συνεργάτες (outsourcers), π.χ. σε εξειδικευμένες επιχειρήσεις στο χώρο της τεχνολογίας.

Η εκπαίδευση προσωπικού για την υλοποίηση του έργου η-επιχειρείν περιλαμβάνει τα παρακάτω θέματα:

- **περιγραφή του δικτυακού τόπου βήμα προς βήμα**, ώστε το προσωπικό σας να το μάθει και να ξέρει ποια μέρη του και πότε (ημερομηνίες, μηνύματα, περιγραφές προϊόντων, στατικές σελίδες) χρειάζονται αλλαγή, απαλοιφή, επαναφορά
- **περιγραφή του δικτυακού και έξω-δικτυακού πλάνου marketing**, ώστε το προσωπικό σας να αναλάβει τις κινήσεις marketing που πρέπει να γίνουν
- **τεχνικά θέματα** (server, προγράμματα που χρειάζονται συντήρηση)

Το συνηθέστερο πρόβλημα που προκύπτει είναι τα λάθη που γίνονται από τους υπαλλήλους σας, μετά την αποχώρηση της ομάδας των συμβούλων. Η καλύτερη αντιμετώπιση του προβλήματος είναι αφενός η επαρκής παραμονή των συμβούλων, ωστόσο το προσωπικό σας νιώσει έτοιμο να αναλάβει την υλοποίηση όσων έχουν συμφωνηθεί, αφετέρου η συγγραφή εγχειριδίων από τους συμβούλους – σε όσα θέματα είναι αυτό δυνατό – ώστε το προσωπικό να

Παρακολούθηση της πορείας λειτουργίας του ηλεκτρονικού σας καταστήματος

Δεν απαιτούνται ιδιαίτερες τεχνικές γνώσεις για την παρακολούθηση της λειτουργίας ενός ηλεκτρονικού καταστήματος. Απεναντίας, η τεχνολογία σας επιτρέπει να έχετε ανά πάσα στιγμή τα στοιχεία των πωλήσεων και των επισκέψεων των πελατών (Statistics), 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 λαμβάνετε, σε συνεργασία μαζί τους, τις κατάλληλες αποφάσεις για διαρκή βελτίωση. Έχετε, τέλος, πάντα υπόψη σας και τη γνώμη των καταναλωτών που το έχουν επισκεφτεί ή έχουν ήδη διεξαγάγει ηλεκτρονικές συναλλαγές σε αυτό.



Customer satisfaction rating

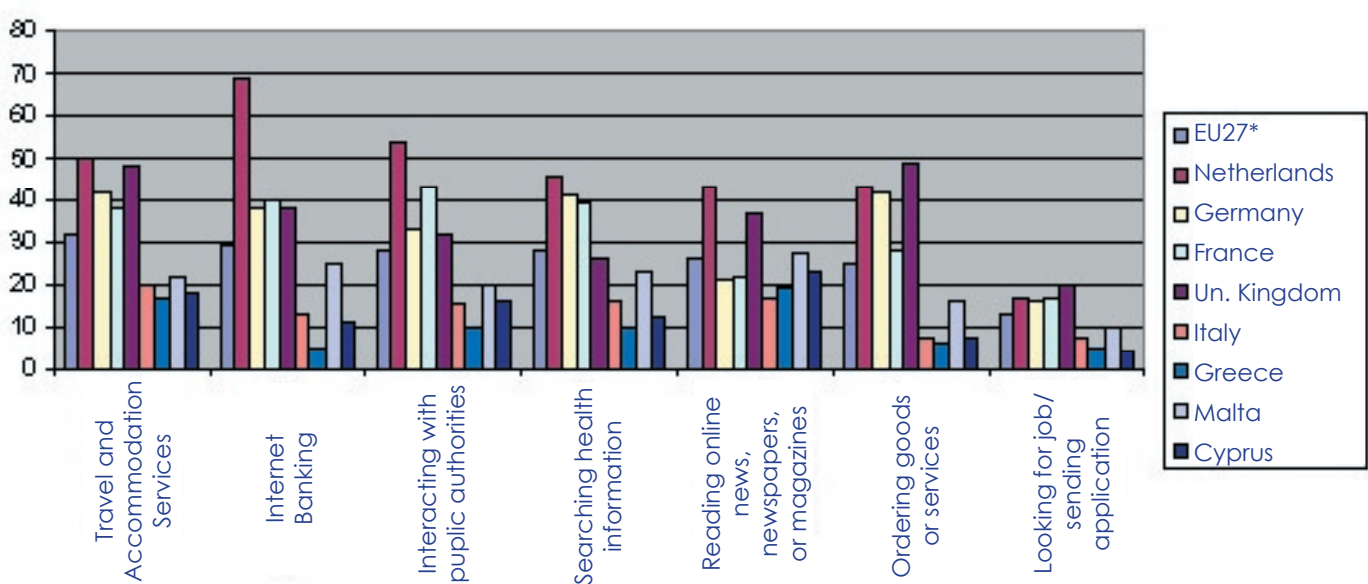
Overall	★★★★★
Price	★★★★★
Shipping Options	★★★★★
Delivery	★★★★★
Ease of Purchase	★★★★★
Customer Service	★★★★★

Ποιο είναι το μέλλον του ηλεκτρονικού εμπορίου;

Το μέλλον βρίσκεται στην έννοια της ηλεκτρονικής επιχείρησης (σε αντίθεση με το «απλό» μοντέλο του ηλεκτρονικού καταστήματος), όπου οι συναλλαγές και οι διεργασίες της επιχείρησης μεταβάλλονται, ώστε να γίνονται με ηλεκτρονικά μέσα. Σημαντικό κομμάτι για τη σωστή διαχείριση της επιχείρησης δεν είναι τόσο η διαχείριση των αγαθών, όσο της πληροφορίας και η καλύτερη δυνατή οργάνωση και ολοκλήρωσή της με τελικό στόχο τις καλύτερες δυνατές παρεχόμενες υπηρεσίες προς τον πελάτη.

Η βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών και των αγαθών είναι από τους βασικότερους παράγοντες αυτής της αλλαγής, όπως και η συνεχής παρακολούθηση των αιτημάτων των πελατών. Για τον κυπριακό χώρο, ως πλέον σημαντική εμφανίζεται η αύξηση των καναλιών διάθεσης των προϊόντων και του εύρους της αγοράς. Παγκοσμιοποίηση των αγορών συντελείται μέσα από την αξιοποίηση των ψηφιακών επιχειρήσεων.

Activities carried out on the internet for private purposes, in % of individuals, 2008



* Excludes Belgium

Πηγή: Eurostat



Χρήσιμες παραπομπές

- Γραφείο Καταπολέμησης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος
<http://www.police.gov.cy>
- Γραφείου Επιτρόπου Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα.
www.dataprotection.gov.cy
- Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή Κύπρου
<http://www.ecccyprus.org/>
- Κυβερνητική Πύλη Διαδικτύου
<http://www.cyprus.gov.cy>
- Κυπριακός Σύνδεσμος Καταναλωτών
<http://www.cyprusconsumers.org.cy>
- Safer Internet Programme
http://ec.europa.eu/information_society/activities/sip/index_en.htm
- In safe: European network of e-safety awareness
www.saferinternet.org/
- Ελληνικός Κόμβος Ασφαλούς Διαδικτύου:
<http://www.saferinternet.gr/>
- The European Coalition Against Unsolicited Commercial Email
<http://www.euro.cauce.org/en/>
- World Intellectual Property Organization (WIPO)
<http://www.wipo.org/>