



2^ο ΓΕΝΙΚΟ ΛΥΚΕΙΟ ΕΛΕΥΣΙΝΑΣ
«ΠΥΡΟΥΝΑΚΕΙΟ»

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ - ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ



ΥΠΕΥΘΥΝΟΙ ΚΑΘΗΓΗΤΕΣ
ΣΙΟΥΜΑΛΑ ΜΑΡΙΑ &
ΣΤΑΜΟΥ ΣΠΥΡΟΣ

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΣΤΗ ΝΕΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ: (ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ – ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ)

ΕΠΙΜΕΛΗΘΗΚΑΝ ΟΙ ΜΑΘΗΤΕΣ:

1. ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΦΙΛΙΠΠΟΣ
2. ΖΑΚΥΝΘΙΝΟΣ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ
3. ΖΟΓΚΟΒ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ
4. ΙΣΑΡΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
5. ΚΟΛΛΙΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
6. ΚΡΕΟΥΖΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ
7. ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ ΣΩΤΗΡΙΟΣ
8. ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΔΡΕΑΣ
9. ΠΑΝΤΑΖΟΠΟΥΛΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
10. ΠΑΝΤΕΛΟΓΙΑΝΝΗ ΕΛΕΝΗ
11. ΠΟΛΥΚΡΕΤΗ ΑΓΓΕΛΙΚΗ
12. ΠΟΥΜΠΟΥΡΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
13. ΡΑΜΑΙ ΚΑΡΛΟ
14. ΣΙΦΩΝΙΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
15. ΣΠΕΗΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ
16. ΣΤΕΛΑΚΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ
17. ΣΤΡΕΖΟΣ ΟΡΕΣΤΗΣ
18. ΣΩΤΗΡΟΠΟΥΛΟΥ ΘΕΑΝΩ
19. ΤΕΡΖΗΔΑΚΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

Ευχαριστούμε τους καθηγητές μας Σιουμάλα Μαρία και Στάμου Σπύρο!

Περιεχόμενα

1. Εξέλιξη του διαδικτύου.....	4
2. Τι είναι Νέα Οικονομία.....	5
2.1 Εξειδίκευση.....	5
2.2 Αυτοματισμοί.....	6
2.3 e-shops.....	7
3. Τι είναι e-εμπόριο.....	7
3.1 mass customization.....	8
3.2 Τρόποι πληρωμής.....	8
3.2.1 Αντικαταβολή.....	9
3.2.2 PayPal.....	9
3.2.3 Smart Cards.....	10
3.2.4 Πιστωτική κάρτα.....	10
3.2.5 Αξιολόγηση μεθόδων e-πληρωμής.....	12
3.3 Μεινεκτήματα-Πλεονεκτηματα.....	14
3.3.1 Μορφές e-εμπορίου.....	14
4. Τι είναι e-επιχειρειν.....	15
4.1 Διαφορές e-επιχειρειν - e-εμπορίου.....	15
5. Τι είναι Firewall.....	16
5.1 Λειτουργία και Σκοπός.....	16
5.2 Πώς αποφεύγουμε παγίδες σε e-αγορές.....	18
6. Συμπεράσματα Νέας Οικονομίας.....	21

1. Εξέλιξη του διαδικτύου

Η ARPANET σταμάτησε να υπάρχει τυπικά το 1991 και το διαδίκτυο εξακολούθησε να παρέχει και να υποστηρίζει τις υπηρεσίες του προγόνου του. Το 1971, μόνον τέσσερις υπερυπολογιστές ήταν συνδεδεμένοι στο δίκτυο. Το 1995, οι συνολικοί κόμβοι ήταν δεκάδες χιλιάδες, ενώ περισσότεροι από πέντε (5) εκατομμύρια περίπου χρήστες ανά τον κόσμο συνδέονται καθημερινά στο δίκτυο για τις συναλλαγές τους, για να συνομιλήσουν, ν' ανταλλάξουν απόψεις, γνώσεις και προγράμματα και γενικά για να *βγουν on-line*.

Το Internet εδώ και πολλά χρόνια είναι ιδιαίτερα δημοφιλές στην επιστημονική κοινότητα κι έχει συμβάλει πάρα πολύ στην έρευνα και στη διαπροσωπική επικοινωνία. Ο ρυθμός ανάπτυξης του είναι πολύ εντυπωσιακός αφού ο αριθμός των κόμβων του (*hosts*) διπλασιάζεται κάθε χρόνο από το 1988. Έχει δε εκτιμηθεί ότι κάθε δέκα λεπτά ένα νέο δίκτυο συνδέεται στο διαδίκτυο ανά τον κόσμο! Η εκτίμηση αυτή δικαιολογεί άνετα την αύξηση του αριθμού των κόμβων από 1.776.000 τον Ιούλιο του 1993 στα 2.056.000 τον Οκτώβριο του ίδιου έτους. Σύμφωνα με τα στοιχεία του European Information Technology Observatory ο μέσος ρυθμός αύξησης που παρουσιάζει το διαδίκτυο στην Ευρώπη μέχρι το 2000 ανέρχεται σε 37% ετησίως. Το σύνολο των Ευρωπαίων χρηστών από 12,5 εκατομμύρια το 1995 θα φτάσει τα 60 εκατομμύρια το έτος 2000. Το 1997 οι χρήστες του διαδικτύου παγκοσμίως υπολογίζονται σε 95,7 εκατομμύρια. Το διαδίκτυο αυτή τη στιγμή βρίσκεται όχι μόνο σε Πανεπιστημιακά ή ερευνητικά δίκτυα, αλλά και σε σχολεία, σε βιβλιοθήκες, στα σπίτια απλών χρηστών, στον εμπορικό τομέα και γενικά σε πάσης φύσεως επιχειρήσεις που χρειάζονται για διάφορους λόγους ένα γρήγορο και μοντέρνο τρόπο επικοινωνίας και ανταλλαγής δεδομένων.

Ένα δείγμα της δημοτικότητας του διαδικτύου μπορεί ν' αποτελέσουν τα σχετικά δημοσιεύματα όχι στον ειδικό τύπο, αλλά στα περιοδικά ποικίλης ύλης. Ακόμη το Ανώτατο Δικαστήριο των ΗΠΑ (Supreme Court) εδώ και χρόνια κάνει διαθέσιμες τις αποφάσεις του στο διαδίκτυο μέσα σε λιγότερο από μία μέρα. Στις 2 Μαρτίου 1993 ο πρόεδρος Clinton απευθύνθηκε στους συμπολίτες του μέσα στον κυβερνοχώρο (*cyberspace*) και το μήνυμά του έφτασε σ' όλους όσους ήταν στο δίκτυο.

Το τεχνολογικό, λοιπόν, αυτό επίτευγμα θεωρώ πως βρίσκεται σε μια πρώιμη ακόμα φάση ανάπτυξης καθώς η συνεχής εξέλιξή του συμβάλει αποφασιστικά στην αναβάθμιση της καθημερινότητας του κάθε χρήστη. Ελλοχεύουν όμως πολλοί κίνδυνοι που δημιουργούνται κυρίως από τη φύση του ανθρώπου και όχι από το αντικείμενο της κάθε εφεύρεσης του. Αν κίνητρο της εξέλιξης της τεχνολογίας αποτελεί η φυγοπονία και η ελαχιστοποίηση της κόυρασης και της ταλαιπωρίας τότε ο άνθρωπος θα είναι συνεχώς έρμαιο τυχοδιωκτικών, κερδοσκοπικών και ευτελών καταναλωτικών τάσεων. Η χρήση κάθε τεχνολογικού επιτεύγματος οφείλει να στοχεύει στην αλληλεγγύη και τον ανθρωπισμό για να επικρατήσει η

ευημερία και η ιστορία να καταξιώσει τον άνθρωπο ως κυρίαρχο του πλανήτη και όχι τις μηχανές.

2.1 Τι είναι η Νέα Οικονομία (New Economy)

Αν και όλοι μας διαβάζουμε και ακούμε αρκετά συχνά για τον τρόπο με τον οποίο η νέα οικονομία αλλάζει (ή θα αλλάξει) τη ζωή μας, ελάχιστοι έχουν την τύχη να συναντήσουν κείμενα τα οποία αποτολμούν μια συγκροτημένη, σαφή και εύληπτη ερμηνεία της, αποφεύγοντας γενικότητες όπως: "Η νέα οικονομία δεν είναι οι υπολογιστές, αλλά οι ιδέες". Για τους συγγραφείς αυτών των ορισμών βέβαια, παρόμοιες αερολογίες είναι απαραίτητες για την επιβίωσή τους, καθώς τους εξασφαλίζουν από πιθανές μελλοντικές κακοτοπιές (όσο πιο ασαφής είσαι τόσο δυσκολότερα μπορεί κανείς να κατανοήσει τι εννοείς και, συγκρίνοντάς το με την πραγματικότητα, να αποδείξει ότι έκανες λάθος).

Όσοι όμως κερδίζουν, ή προσδοκούν να κερδίσουν, το ψωμί τους από το δίκτυο, νιώθουν επιτακτικά την ανάγκη για κάτι πιο χειροπιαστό. Χρειαζόμαστε μια συγκεκριμένη πρόταση την οποία να μπορούμε να αξιολογήσουμε, να εφαρμόσουμε και, αν παραστεί ανάγκη, να εξηγήσουμε με σαφήνεια στους πελάτες ή τους προϊσταμένους μας. Με γνώμονα τα παραπάνω λοιπόν, ο ορισμός για τη νέα οικονομία είναι ο ακόλουθος:

Νέα οικονομία ονομάζουμε το σύνολο όσων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων υλοποιούνται, βασισμένες πάνω στην αμφίδρομη ψηφιακή επικοινωνία. Γι' αυτό και σχεδόν πάντοτε οι δράσεις αυτές αξιοποιούν (σε διαφορετικές αναλογίες) τα χαρακτηριστικά της συσσώρευσης, της εξειδίκευσης και του αυτοματισμού.

Θα μπορούσαμε με άλλα λόγια να παρομοιάσουμε την νέα οικονομία με ένα οίκημα χτισμένο πάνω σε ένα δίκτυο. Το δίκτυο αποτελείται από τους νέους τρόπους με τους οποίους επικοινωνούν μεταξύ τους ιδιώτες με επιχειρήσεις, επιχειρήσεις με άλλες επιχειρήσεις και ιδιώτες με άλλους ιδιώτες (συνήθως μέσω του Internet), ενώ το οίκημα αποτελείται από όσες εφαρμογές αξιοποιούν επιχειρηματικά αυτή την επικοινωνία.

Τα ακόλουθα παραδείγματα πιστεύω ότι θα μας βοηθήσουν να κατανοήσουμε καλύτερα αυτή τη νέα πραγματικότητα:

2.1 Εξειδίκευση

Δηλαδή η δυνατότητα αναγνώρισης όσων ιδιωτών ή επιχειρήσεων από ολόκληρο τον κόσμο ενδιαφέρονται για ένα πολύ συγκεκριμένο αντικείμενο και η ικανοποίηση των αναγκών τους όσο ιδιόμορφες και ιδιαίτερες και αν είναι αυτές. Χαρακτηριστικά παραδείγματα εφαρμογών της εξειδίκευσης είναι τα:

Narrowcasting

Το Internet είναι ένα "χωριό" με πληθυσμό που πλησιάζει τα 400 εκατομμύρια κατοίκους. Μέσα σε αυτό το σύνολο ανθρώπων πιθανότατα υπάρχουν αρκετοί συλλέκτες κολάρων για σκύλους, ή φανατικοί λάτρες του Origami (ιαπωνική χειροτεχνία από διπλωμένο και κομμένο χαρτί) ώστε να είναι οικονομικά βιώσιμη η δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος ειδικά για τις ανάγκες τους. Εδώ λοιπόν οι νέες δυνατότητες επικοινωνίας επιτρέπουν την εύρεση και "αξιοποίηση" μικρών ομάδων ανθρώπων οι οποίες μέχρι σήμερα ήταν τόσο διασπαρμένες σε ολόκληρο τον κόσμο ώστε κανείς δεν συνειδητοποιούσε την ύπαρξή τους.

Δωροοικονομία (Gift economy)

Η δωρεάν παροχή μέσω Internet μιας υπηρεσίας (π.χ. πληροφορίες για εκδρομές στην Ευρυτανία) θα συγκεντρώσει κατά πλειοψηφία ανθρώπους οι οποίοι διαθέτουν συγκεκριμένα δημογραφικά και ψυχογραφικά χαρακτηριστικά (κυρίως όσους ενδιαφέρονται να ταξιδέψουν εκεί). Όταν συμβεί αυτό, είναι πλέον εύκολη η επιχειρηματική αξιοποίηση του συγκεντρωμένου πληθυσμού για την παροχή επιπρόσθετων (επί πληρωμή αυτή τη φορά) υπηρεσιών. Για παράδειγμα, στην περίπτωση της Ευρυτανίας, ένα web site με παρόμοιες πληροφορίες μπορεί να προσφέρει στους επισκέπτες του κρατήσεις εισιτηρίων, ενοικιάσεις δωματίων κ.λπ. (e-commerce) ή να τους παραπέμπει σε άλλους χώρους όπου παρέχονται αυτές οι υπηρεσίες και να λαμβάνει ποσοστό επί όσων πωλήσεων πραγματοποιήθηκαν κατόπιν δικής του παραπομπής (affiliation)

2.2. Αυτοματισμοί

Δηλαδή η αυτόματη επικοινωνία και η συνεχής παρακολούθηση ενός χώρου με σκοπό την ενημέρωση κάθε ενδιαφερόμενου μόνο όταν πραγματοποιηθούν εξελίξεις που τον αφορούν άμεσα. Χαρακτηριστικά παραδείγματα εφαρμογών των αυτοματισμών είναι τα:

Πρόθεση Αγοράς (Reverse auctions)

Ο ενδιαφερόμενος (ιδιώτης ή επιχείρηση) δηλώνει σε ειδικό χώρο ποιες είναι οι ανάγκες του, συγκεντρώνει αυτόματα προσφορές και τις αξιολογεί μόνο τη χρονική στιγμή που τον εξυπηρετεί καλύτερα. Αυτόματη όμως μπορεί να είναι ακόμη και η υποβολή των προσφορών, αν ο πωλητής ασχολείται με προϊόντα για τα οποία υπάρχει μεγάλος αριθμός "αγγελιών ζήτησης".

Στο ίδιο μοντέλο λειτουργούν και τα e-marketplaces τα οποία αποτελούν μια πιο περίπλοκη παραλλαγή αυτής της δραστηριότητας (συμπεριλαμβάνουν επίσης Online communities, βιβλιοθήκες πληροφόρησης κ.λπ.).

2.3 Ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shops)

Ανοικτά όλο το 24ωρο και προσβάσιμα από ολόκληρο τον κόσμο αποτελούν την βάση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Αν και ο όρος e-shop παραπέμπει σε καταναλωτικά προϊόντα το ίδιο ουσιαστικά μοντέλο (αν και με πολύ πιο περίπλοκη υλοποίηση) εφαρμόζεται και στην περίπτωση εμπορικών συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων (π.χ. e-procurement).

3. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΓΕΝΙΚΑ

- ΟΡΙΣΜΟΣ: Με την έννοια ηλεκτρονικό εμπόριο(e-commerce) εννοούμε την χρήση υπολογιστών τηλεπικοινωνιακών συστημάτων και τεχνολογιών για τη διεκπεραίωση μιας πλήρους εμπορικής συναλλαγής.
- ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ:
 - 1) Την παρουσίαση των εμπορευμάτων.
 - 2) Την προσέλκυση των πελατών(marketing, διαφήμιση).
 - 3) Την αλληλεπίδραση με τον πελάτη(κατάλογοι εμπορευμάτων, πωλήσεις).
 - 4) Την πραγματοποίηση παραγγελιών-πωλήσεων.
 - 5) Την υποστήριξη των πελατών.
 - 6) Την επικοινωνία με τους προμηθευτές.

3.1 Μαζική Εξατομίκευση(Mass customization)

Η Μαζική Εξατομίκευση είναι η πρωτοπόρος στρατηγική στον επιχειρηματικό ανταγωνισμό για προϊόντα και υπηρεσίες του 21ου αιώνα. Από τη βασική της ιδέα, θεμελιώνει προϊόντα και υπηρεσίες παρεχόμενα σε απίστευτα ποσοστά ποικιλίας και εξατομίκευσης χωρίς να ανταποκρίνονται σε επιπλέον κόστη. Από την άλλη πλευρά, είναι η μαζική παραγωγή εξατομικευμένων προϊόντων

και υπηρεσιών. Η πιο απλή έκφραση είναι ότι η Μαζική Εξατομίκευση προσφέρει στρατηγικό πλεονέκτημα και ισχυρή οικονομική αξία.

3.2 Τρόποι πληρωμής στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο

1. Πληρωμή με πιστωτική κάρτα

Στα ηλεκτρονικά αλλά και στα φυσικά καταστήματα μπορείτε να πληρώσετε με πιστωτικές κάρτες VISA & MasterCard έκδοσης όλων των τραπεζών

2. Πληρωμή με αντικαταβολή, κατά την παράδοση στο χώρο σας

Με το σύστημα της αντικαταβολής σας δίνεται η δυνατότητα εξόφλησης με μετρητά κατά την παράδοση των προϊόντων της παραγγελίας σας στο χώρο σας

3. Πληρωμή με κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό

Για την εξόφληση των αγορών μπορείτε να καταθέσετε το ποσό που αντιστοιχεί στο προϊόν σε έναν τραπεζικό λογαριασμό (ALPHA-BANK, ΕΘΝΙΚΗ, EUROBANK)

4. Πληρωμή με το πρωτοποριακό για τα ελληνικά δεδομένα σύστημα Paypal

Ακριβώς όπως ένας απλός τραπεζικός λογαριασμός. Μπορούμε να βάλουμε σε αυτόν λεφτά από μία κάρτα (διότι το Διαδίκτυο δεν έχει ταμεία), να δεχτούμε λεφτά από κάποιον άλλο ή και να στείλουμε λεφτά σε άλλον.

3.2.1 ΠΛΗΡΩΜΗ ΜΕ ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

Με αυτόν τον τρόπο πληρωμής, πληρώνετε το συνολικό κόστος της παραγγελίας σας κατά την παράδοσή της σε εσάς, στον διανομέα ή στο ταχυδρομείο της περιοχής σας. Για αποστολή μέσω ΕΛΤΑ, λαμβάνετε σχετικό ειδοποιητήριο με το οποίο παραλαμβάνετε και πληρώνετε την παραγγελία σας στο Ταχυδρομείο της περιοχής σας. Για αποστολή με Courier, η παράδοση και πληρωμή της παραγγελίας γίνεται κατ' οίκον από τον διανομέα της Courier στη διεύθυνση που δηλώσατε. Αυτός ο τρόπος πληρωμής είναι διαθέσιμος για τις παρακάτω χώρες: Ελλάδα, Κύπρο, Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία, Λουξεμβούργο.

3.2.2 PAYPAL

Το PayPal είναι μία online υπηρεσία μεταφοράς χρημάτων. Χρησιμοποιείται ευρέως για ασφαλείς συναλλαγές μέσω του Internet. Η εταιρία που το λειτουργεί είναι η ίδια που έχει το eBay και γι' αυτό οι περισσότερες αγοραπωλησίες στο eBay εξοφλούνται μέσω PayPal. Τι μπορεί να κάνει ο Έλληνας στο PayPal:

- Να στείλει χρήματα σε κάποιον άλλο που έχει λογαριασμό σε αυτό (χωρίς απαραίτητως ο αποστολέας να έχει λογαριασμό, μια πιστωτική/χρεωστική κάρτα αρκεί).
- Να πάρει χρήματα από κάποιον άλλο με αποστολή στον τραπεζικό λογαριασμό του (απαραίτητος ο λογαριασμός PayPal και καλύτερα ρωτήστε την τράπεζά σας αν το υποστηρίζει πρώτα).
- Δωρεά σε αυτό το blog!

Πως λειτουργεί το PayPal:

Ακριβώς όπως ένας απλός τραπεζικός λογαριασμός. Μπορούμε να βάλουμε σε αυτόν λεφτά από μία κάρτα (διότι το Διαδίκτυο δεν έχει ταμεία), να δεχτούμε λεφτά από κάποιον άλλο ή και να στείλουμε λεφτά σε άλλον. Εκτός αυτού, αν χρειάζεται να πληρώσουμε κάποιον αλλά δεν θέλουμε να μπούμε στη διαδικασία του λογαριασμού του ζητάμε ένα ειδικό mail με το ποσό που ζητάει και συμπληρώνουμε στην ειδική κρυπτογραφημένη σελίδα του PayPal τα στοιχεία της κάρτας μας. Μη φοβού λόου-λέβελ γιούζερ. Είναι 100% ασφαλές. Επίσης κάνει μετατροπές από/σε δολάρια/ευρώ/λίρες αυτόματα.

3.2.3 Έξυπνη κάρτα (Smart Card)

Η Έξυπνη κάρτα (smart card) είναι μια κάρτα, η οποία μοιάζει πολύ εξωτερικά με τη γνωστή πιστωτική κάρτα. Εσωτερικά, όμως, διαφέρει σημαντικά από αυτήν. Η πιστωτική κάρτα είναι ένα απλό κομμάτι πλαστικού, στο οποίο έχει ενσωματωθεί μια μαγνητική ταινία, στην οποία είναι εγγεγραμμένα κάποια στοιχεία του χρήστη. Η έξυπνη κάρτα, αντίθετα, ενσωματώνει ένα μικροεπεξεργαστή, ο οποίος βρίσκεται κάτω από μια επαφή από χρυσό, προσαρμοσμένο στη μια πλευρά της. Η βασική διαφορά των δύο τύπων καρτών είναι ότι, ενώ τα δεδομένα στη μαγνητική ταινία είναι εύκολο να παραλλαχθούν ή και να διαγραφούν (ακόμη και τυχαία), αυτό δεν

είναι δυνατό στην έξυπνη κάρτα, γιατί ο μικροεπεξεργαστής της δεν περιέχει δεδομένα για το χρήστη: Ο μικροεπεξεργαστής της κάρτας και ο υπολογιστής, με τον οποίο συνδέεται, επικοινωνούν πριν ο μικροεπεξεργαστής επιτρέψει την πρόσβαση στα δεδομένα που περιέχονται στη μνήμη της κάρτας. Με τον τρόπο αυτό αποτρέπεται η παραχάραξη των δεδομένων κι έτσι ο χρήστης διασφαλίζεται, αν η κάρτα του βρεθεί σε διαφορετικά από τα δικά του χέρια.

Στην Ελλάδα στην τελική ευθεία βρίσκεται η διαδικασία για τη δημιουργία της έξυπνης κάρτας, με την οποία θα εφοδιαστούν οι φορολογούμενοι και θα χρησιμοποιούν για να δηλώνονται αυτόματα οι δαπάνες, που θα τους εξασφαλίζουν το αφορολόγητο. Σύμφωνα με τα όσα ανακοίνωσε η Γενική Γραμματεία Πληροφοριακών Συστημάτων, άρχισε στο διαδίκτυο και θα ολοκληρωθεί στις 23 Μαΐου η διαβούλευση για το θέμα. Τι σχεδιάζει το υπουργείο οικονομικών; Όπως είχε αποκαλύψει πριν από δύο μήνες στην εφημερίδα ΚΕΦΑΛΑΙΟ ο γενικός γραμματέας του ΚΕΠΥΟ, Διομήδης Σπινέλλης, οι φορολογούμενοι θα λάβουν από την επόμενη χρονιά μια έξυπνη κάρτα. Αυτή θα έχει bar code, ένα γραμμωτό δηλαδή κώδικα, ο οποίος θα σαρώνεται από τα καταστήματα, κάθε φορά που θα γίνεται μια συναλλαγή. Μάλιστα, τα καταστήματα αυτά θα είναι εφοδιασμένα με το κατάλληλο λογισμικό, που θα τα συνδέει με το ΚΕΠΥΟ. Με αυτό τον τρόπο, οι επιχειρήσεις αυτές θα ενημερώνουν αυτόματα την υπηρεσία του ΚΕΠΥΟ για το ποσό των αγορών, που θα έχει πραγματοποιήσει ο φορολογούμενος. Έτσι, σταδιακά, ο φορολογούμενος δεν θα χρειάζεται να μπει στη διαδικασία συλλογής και δήλωσης όλων αυτών των αποδείξεων, αφού αυτή θα γίνεται στην ουσία με την πραγματοποίηση κάθε δαπάνης (κατ' αυτό τον τρόπο, βέβαια, το υπουργείο οικονομικών θα αποκτήσει πρόσβαση για όλες τις δαπάνες, που πραγματοποιούν οι πολίτες...)!

3.2.4 Πιστωτική Κάρτα

Μορφή του λεγόμενου "πλαστικού χρήματος", σύγχρονου και διαδεδομένου τρόπου συναλλαγών, που παρέχει τη δυνατότητα αγοράς αγαθών ή υπηρεσιών χωρίς άμεση εκταμίευση μετρητών για πληρωμή της αξίας τους. Οι πιστωτικές κάρτες εκδίδονται κυρίως από πιστωτικά ιδρύματα (π.χ. τράπεζες) και μεταξύ άλλων η χρήση τους παρέχει και τα ακόλουθα πλεονεκτήματα: α) ευκολία στις συναλλαγές σε όσες περιπτώσεις ο κάτοχος της κάρτας δεν έχει ή δεν θέλει να έχει μαζί του μετρητά· β) ασφάλεια στις συναλλαγές, γιατί ο κάτοχος της κάρτας δεν χρειάζεται να έχει μαζί του μετρητά διακινδυνεύοντας έτσι να τα χάσει· γ) εξασφάλιση περιόδου χάριτος αρκετών ημερών (π.χ. 25 ή 40 ημέρες) χωρίς τόκο από την ημερομηνία έκδοσης του λογαριασμού έως την ημερομηνία πληρωμής· δ) (λειτουργώντας ως κάρτες ηλεκτρονικών συναλλαγών) παροχή της δυνατότητας στους κατόχους τους να διενεργούν τραπεζικές πράξεις μέσω των Αυτόματων Ταμειολογιστικών Μηχανών (ΑΤΜ), όπως αναλήψεις, καταθέσεις, μεταφορά ποσών από λογαριασμό σε λογαριασμό κ.ά. Τα τελευταία χρόνια η ευρεία διάδοση των πιστωτικών καρτών και ο τραπεζικός ανταγωνισμός έχουν

οδηγήσει σε μια συνεχή επέκταση των παρερχομένων υπηρεσιών, διευρύνοντας έτσι την κλασική λειτουργία της κάρτας ως μέσου πληρωμών. Έτσι, προστέθηκαν ασφαλιστικές καλύψεις (ταξιδιωτική ασφάλιση, ιατρική και νομική βοήθεια), καταρτίστηκαν ειδικά προγράμματα συνεργασίας τραπεζών με επιχειρήσεις, ώστε να παρέχονται εκπτώσεις για την αγορά αγαθών ή υπηρεσιών, και τελευταία άρχισαν να εφαρμόζονται προγράμματα σύνδεσης πιστωτικών καρτών με οργανισμούς, σωματεία, λέσχες, φιλανθρωπικές ή οικολογικές οργανώσεις κ.ά. Η προσπάθεια αυτή εμπλουτισμού των πιστωτικών καρτών με στοιχεία που δεν σχετίζονται άμεσα με την κύρια λειτουργία τους αποσκοπεί κυρίως στη διεύρυνση της πελατείας του τραπεζικού φορέα, στην εξυπηρέτηση και ικανοποίηση του πελάτη και στην προβολή του συνεργαζόμενου φορέα (π.χ. ποδοσφαιρικό ή φιλανθρωπικό σωματείο).

Τι είναι οι πιστωτικές κάρτες;

και διαδεδομένος τρόπος συναλλαγών, μορφή του λεγόμενου " Είναι σύγχρονος πλαστικού χρήματος". Εκδίδονται από πιστωτικούς οργανισμούς με ευρύτατη αποδοχή και αναγνώριση και εξασφαλίζουν στους κατόχους τους τη δυνατότητα αγοράς αγαθών ή υπηρεσιών χωρίς να απαιτείται άμεση καταβολή της αξίας τους. 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.

Τι δυνατότητες παρέχει στον κάτοχό της η πιστωτική κάρτα;

Η πιστωτική κάρτα παρέχει στον κάτοχό της τη δυνατότητα να πραγματοποιεί αγορές αγαθών και υπηρεσιών χωρίς άμεση καταβολή της αξίας τους, εντός βέβαια και στο εξωτερικό, ενώ άλλες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για απεριόριστο των πιστωτικών ορίων της, από επιχειρήσεις που είναι συμβεβλημένες με τον τραπεζικό οργανισμό που την εξέδωσε. Η δυνατότητα αυτή για ορισμένες κάρτες επεκτείνεται όριο αγορών, με μόνη προϋπόθεση τη μηνιαία εξόφληση του λογαριασμού. Επίσης, με την πιστωτική κάρτα παρέχεται η δυνατότητα ανάληψης μετρητών 24 ώρες το 24ωρο, ανάλογα βέβαια με το ύψος του πιστωτικού ορίου. Το μηνιαίο όριο ανάληψης μετρητών κλιμακώνεται ανάλογα με το πιστωτικό όριο που έχει ο κάτοχος της κάρτας, π.χ. για πιστωτικό όριο 500.000 δρχ. το μηνιαίο όριο ανάληψης μετρητών ανέρχεται σε 200.000 δρχ. Ακόμη, η πιστωτική κάρτα ως κάρτα ηλεκτρονικών συναλλαγών παρέχει στον κάτοχό της τη δυνατότητα να διενεργεί τραπεζικές πράξεις μέσω των Αυτόματων Ταμειολογιστικών Μηχανών (ATM) επί συνδεδεμένων τραπεζικών λογαριασμών, προσωπικών του ή κοινών, τους οποίους δήλωσε στην αίτησή του ότι επιθυμεί να κινεί. Δηλαδή μέσω των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης, τις οποίες διαθέτουν σε ευρύ συνήθως δίκτυο οι τράπεζες, ο κάτοχος της πιστωτικής κάρτας μπορεί να πραγματοποιεί αναλήψεις, καταθέσεις, μεταφορά ποσών από λογαριασμό σε λογαριασμό, εξόφληση της δόσης ή ακόμη να έχει ενημέρωση για το υπόλοιπο των λογαριασμών του ή της πιστωτικής του κάρτας. Πέρα από

αυτές τις κύριες δυνατότητες, παρέχεται και σειρά υπηρεσιών όπως είναι τα πλήρη πακέτα ασφαλιστικών καλύψεων (π.χ. ταξιδιωτική ασφάλιση, ασφάλιση τροχαίου δυστυχήματος κ.ά.), η δυνατότητα λήψης επιπρόσθετου συναλλάγματος για ταξίδια στο εξωτερικό, ευνοϊκά τουριστικά πακέτα με εκπτώσεις στις τιμές των ξενοδοχείων, σε ενοικιάσεις αυτοκινήτων κ.ά. Επιπλέον, σε πολλές περιπτώσεις οι κάτοχοι πιστωτικών καρτών ενημερώνονται, μέσω ειδικών περιοδικών που τους αποστέλλονται, για προσφορές καταστημάτων κατά τις οποίες η εξόφληση των άμεσων αγορών που πραγματοποιούνται γίνεται ύστερα από την παρέλευση αρκετών μηνών (προγράμματα μεταχρονολογημένων χρεώσεων) ή με πολλές άτοκες μηνιαίες δόσεις (προγράμματα άτοκων δόσεων).

Ποια είναι η διαδικασία έκδοσης πιστωτικής κάρτας;

Ο ενδιαφερόμενος υποβάλλει σχετική αίτηση και μετά την έγκριση ανοίγει ένα λογαριασμό στην τράπεζα για την αυτόματη εξόφληση του λογαριασμού της κάρτας. Η αίτηση συνοδεύεται από φωτοτυπία της αστυνομικής ταυτότητας, καθώς και φωτοτυπία του τελευταίου εκκαθαριστικού της εφορίας ή της τρέχουσας μισθοδοσίας. Προκειμένου να εγκρίνει την αίτηση η τράπεζα συνεκτιμά ένα σύνολο από κριτήρια, όπως το ύψος και η πηγή του εισοδήματος, η σταθερή επαγγελματική κατάσταση, η τυχόν προηγούμενη πελατειακή σχέση με την τράπεζα.

Η κάθε πιστωτική κάρτα έχει ορισμένα όρια πίστωσης, υπάρχουν όμως και ορισμένες, οι οποίες χαρακτηρίζονται συνήθως ως "χρυσές", που έχουν ιδιαίτερα υψηλά πιστωτικά όρια και συνοδεύονται από ακόμη μεγαλύτερες παροχές, πιο ισχυρά ασφαλιστικά πακέτα και πολλά ιδιαίτερα προνόμια.

3.2.5 Αξιολόγηση και επιλογή μεθόδων ηλεκτρονικής πληρωμής

Ο πίνακας που ακολουθεί απαριθμεί μια σειρά από κριτήρια για την αξιολόγηση συστημάτων ηλεκτρονικής πληρωμής. Η επιλογή της καλύτερης μεθόδου ηλεκτρονικής πληρωμής για το ηλεκτρονικό εμπόριο πρέπει να γίνει μετά από μια συστηματική και ορθολογική διαδικασία λήψης απόφασης. Τα κριτήρια είναι τα εξής:

- Ανταλλαξιμότητα
- Χαμηλό πάγιο κόστος (για τον έμπορο)
- Πιθανοί περιορισμοί
- Αμφίδρομες πληρωμές
- Απαίτηση για ειδικό λογισμικό
- Μεταφερσιμότητα

° Ταχύτητα συναλλαγών

- Ανέκκλητες συναλλαγές
- Διακριτικότητα
- Διαθεσιμότητα σήμερα
- Κόστος συναλλαγών για μεγάλες και μικρές επιχειρήσεις
- Απαίτηση κρυπτογράφησης για τον αγοραστή και τον πωλητή
- Αωνυμία για τον αγοραστή και τον πωλητή
- Κίνδυνος παραποίησης ή πλαστογράφησης
- Ανεξαρτησία από τον τύπο του υπολογιστή
- Έλεγχος της ροής της συναλλαγής από τον αγοραστή
- Δυνατότητα μαζικής χρήσης
- Οικονομικός κίνδυνος για τον αγοραστή και τον πωλητή
- Δυνατότητα άμεσης χρήσης των εσόδων σε ηλεκτρονική μορφή
- Δυνατότητα λειτουργίας χωρίς σύνδεση
- Φορητότητα
- Ανάγκη για ύπαρξη τραπεζικού λογαριασμού
- Βαθμός αποδοχής από τους χρήστες
- Ασφάλεια από πρόσβαση χωρίς εξουσιοδότηση
- Ευκολία πρόσβασης
- Χρηματική αξία

Η εξέταση και η σύγκριση όλων των δυνατών χαρακτηριστικών κάθε συστήματος ηλεκτρονικής πληρωμής είναι χρονοβόρα και μπορεί να έχει μεγάλο κόστος. Ένας πίνακας των κυριότερων χαρακτηριστικών μπορεί να επιταχύνει σημαντικά τη διαδικασία αξιολόγησης και σύγκρισης. Η απόφαση μπορεί να στηριχθεί σε μια ιεράρχηση των κριτηρίων του παραπάνω πίνακα, ώστε να εξεταστούν λεπτομερώς μόνο τα συστήματα εκείνα που ικανοποιούν τα κριτήρια που η επιχείρηση θεωρεί απαραίτητα.

Ο τρόπος αυτός ιεραρχικής επιλογής λειτουργεί όταν υπάρχουν ένα ή περισσότερα συστήματα που καλύπτουν το σύνολο των απαραίτητων

κριτηρίων. Αν δεν υπάρχει τέτοιο σύστημα, η επιλογή θα πρέπει να γίνει με βάση ένα υποσύνολο των αρχικών κριτηρίων, και η επιχείρηση θα πρέπει να αποφασίσει ποιος από τους υπάρχοντες συνδυασμούς κριτηρίων είναι ο καλύτερος - κάτι που δεν είναι πάντοτε εύκολο. Ένα συνηθισμένο λάθος που γίνεται στο σημείο αυτό, είναι ότι όλα τα κριτήρια θεωρούνται ισοδύναμα μεταξύ τους.

Προς το παρόν δεν υπάρχει ένα σύστημα ηλεκτρονικής πληρωμής που να δείχνει ότι επικρατεί απέναντι στα υπόλοιπα. Από τη στιγμή που το ηλεκτρονικό εμπόριο θα αποκτήσει κρίσιμη μάζα, η επιλογή θα γίνει αυτόματα από τους πελάτες, θα είναι μια αλυσιδωτή αντίδραση, όπου οι νέοι χρήστες θα έχουν την τάση να προτιμούν τη μέθοδο που ήδη χρησιμοποιείται περισσότερο.

Μέχρι τότε τα διάφορα συστήματα θα βρίσκονται σε έναν αγώνα δρόμου, προσπαθώντας να καθιερωθούν έγκαιρα ως το επικρατέστερο πρότυπο ηλεκτρονικής πληρωμής στην κατηγορία τους.

3.3 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

□ Πλεονεκτήματα

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

Συμπέρασμα: Επιδρά θετικά στις οικονομικές συναλλαγές.

□ Μειονεκτήματα

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

3.3.1 ΒΑΣΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

- Επιχείρηση με επιχείρηση (Business to business)
- Επιχείρηση με κράτος (Business to government)
- Επιχείρηση με καταναλωτή (Business to consumer)
- Καταναλωτή με καταναλωτή (Consumer to consumer)

4. Τι είναι το e-επιχειρείν

Το ηλεκτρονικό επιχειρείν είναι μία έννοια η οποία περιλαμβάνει το ηλεκτρονικό εμπόριο και γενικότερα κάθε συναλλαγή η οποία λαμβάνει χώρα στο διαδίκτυο. Το e-επιχειρείν είναι μια στρατηγική πιο περίπλοκη, η οποία επικεντρώνεται στις εσωτερικές διαδικασίες με στόχο την βελτίωση της αποδοτικότητας της παραγωγικότητας και τη μείωση του κόστους.

4.1 Διαφορές e-εμπορίου και e-επιχειρείν

Το e-business και το e-commerce είναι όροι που χρησιμοποιούνται μερικές φορές εναλλακτικά, ενώ μερικές φορές χρησιμοποιούνται για τη διαφοροποίηση των προϊόντων ενός προμηθευτή από ένα άλλον. Οι όροι όμως είναι διαφορετικοί, και η διαφορά αυτή έχει σημασία για τις επιχειρήσεις του σήμερα. Και στις δύο περιπτώσεις, το e σημαίνει «ηλεκτρονικό» και περιγράφει την εφαρμογή της τεχνολογίας των ηλεκτρονικών δικτύων στη βελτίωση αλλά και στην αλλαγή των επιχειρηματικών διαδικασιών. Το ηλεκτρονικό εμπόριο καλύπτει διαδικασίες οι οποίες αγγίζουν πελάτες οι οποίοι αγοράζουν υλικά και προϊόντα μέσω του διαδικτύου. Περιλαμβάνει νέα επιχειρηματικά μοντέλα και τις δυνατότητες να αποκτήσουν νέα έσοδα ή να χάσουν κάποια υπάρχοντα για νέους ανταγωνιστές. Είναι φιλόδοξο, αλλά και σχετικά εύκολο να εφαρμοστεί, διότι αφορά μόνο τρεις τύπους ολοκλήρωσης: την κάθετη ολοκλήρωση των front-end, τις εφαρμογές στο Web με τα υφιστάμενα συστήματα συναλλαγών και την ενσωμάτωση της τεχνολογίας με αρκετά επανασχεδιασμένες διαδικασίες για την παραγγελία, την αγορά ή την εξυπηρέτηση πελατών. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν βέβαια περιλαμβάνει το ηλεκτρονικό εμπόριο, αλλά καλύπτει επίσης τις εσωτερικές διαδικασίες, όπως την παραγωγή, την διαχείριση αποθεμάτων, την ανάπτυξη προϊόντων, τη διαχείριση κινδύνου, τη χρηματοδότηση, τη διαχείριση της γνώσης και του ανθρώπινου δυναμικού. Μία στρατηγική ηλεκτρονικού επιχειρείν είναι επίσης πιο δύσκολο να εκτελεστεί, με τέσσερις κατευθύνσεις ένταξης: κάθετα, μεταξύ των συστημάτων Web front-και back-end, πλευρικά, μεταξύ μιας εταιρείας και των πελατών της, τους συνεργάτες, προμηθευτές ή μεσάζοντες, οριζόντια, μεταξύ των e-commerce, Enterprise Resource Planning (ERP), διαχείριση

πελατειακών σχέσεων (CRM), διαχείριση της γνώσης και της αλυσίδας εφοδιασμού συστημάτων διαχείρισης και τέλος προς τα κάτω, μέσα από την επιχείρηση, για την ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών με ριζικά επανασχεδιασμένες επιχειρηματικές διαδικασίες. Όμως, το ηλεκτρονικό επιχειρείν υπερέχει επειδή είναι αποδοτικότερο, έχει αποτελεσματικότερες διαδικασίες, με μείωση του κόστους και πιθανώς μεγαλύτερα κέρδη. Το ηλεκτρονικό εμπόριο και το ηλεκτρονικό επιχειρείν αντιμετωπίζουν αυτές τις διαδικασίες, απαιτούν πολύ καλή τεχνολογική υποδομή των βάσεων δεδομένων, εργαλεία ασφάλειας, συστήματα διαχείρισης αρχείων. Και τα δύο λοιπόν συνεπάγονται τη δημιουργία νέων αλυσίδων αξίας μεταξύ μιας εταιρείας, των πελατών και των προμηθευτών της, καθώς και στο εσωτερικό της ίδιας της εταιρείας.

Όλες οι εταιρείες πρέπει να διαθέτουν μια «e-επιχειρείν» στρατηγική. (Οι κρατικοί οργανισμοί θα πρέπει να έχουν την ίδια στρατηγική για τις δημόσιες συναλλαγές). Τα ηλεκτρονικά δίκτυα εν γένει, και κυρίως το Internet είναι πάρα πολύ σημαντικά για τις επιχειρήσεις επειδή αλληλεπιδρούν τόσο με τους πελάτες, όσο και με τους προμηθευτές ή τους συνεργάτες διανομής. Ωστόσο, ορισμένες εταιρείες πρέπει να προχωρήσουν πέρα από το ηλεκτρονικό εμπόριο και τη μορφή στρατηγικών ηλεκτρονικού επιχειρείν.

5. Τι είναι firewall

Το *firewall*, που μπορεί να αποδοθεί στα ελληνικά με τον όρο *πύρινο τείχος προστασίας* ή και *ηλεκτρονική πύλη ασφαλείας*, είναι ένα πρόγραμμα-τείχος που σε γενικές γραμμές έχει τη δυνατότητα να εμποδίσει τους ιούς (viruses) και τα προγράμματα τύπου spyware να εγκατασταθούν στον υπολογιστή μας. Ένα firewall μπορεί να είναι ένα μηχάνημα (συσκευή) ή και ένα πρόγραμμα (εφαρμογή) υπολογιστή, το οποίο χρησιμοποιείται για να επιβάλλει συγκεκριμένους κανόνες επικοινωνίας και ανταλλαγής πληροφοριών ανάμεσα σε δύο δίκτυα υπολογιστών. Αποτελεί μια πολύ καλή λύση προστασίας που μπορεί να χρησιμοποιηθεί τόσο από μεγάλες εταιρείες που διαθέτουν εκτεταμένο δίκτυο υπολογιστών όσο και από απλούς χρήστες που έχουν σύνδεση στο Internet τύπου dialup ή ADSL. Ο όρος firewall είναι πολύ πιθανό να προέρχεται από την αυτοκινητοβιομηχανία, όπου με τον όρο αυτό αποκαλείται το σύστημα ασφαλείας που υπάρχει ανάμεσα στη μηχανή και στην καμπίνα των επιβατών και που προστατεύει τους τελευταίους στην περίπτωση που η μηχανή πάρει φωτιά. Με την έλευση του Internet, ο όρος firewall εισήλθε μεταφορικά και στον χώρο των υπολογιστών.

5.1 Λειτουργία και σκοπός

Το firewall παρεμβάλλεται ανάμεσα σε δύο διαφορετικά δίκτυα υπολογιστών και φιλτράρει τα διακινούμενα πακέτα πληροφοριών. Το firewall κατά τη λειτουργία του (φιλτράρισμα) λαμβάνει υπόψη του ένα σύνολο από κανόνες

(κριτήρια) που ορίζονται από τον χρήστη (διαχειριστή του firewall) και με βάση αυτούς τους κανόνες επιτρέπει ή απορρίπτει την κυκλοφορία (διακίνηση) των δεδομένων ανάμεσα στα δύο δίκτυα υπολογιστών.

Θεωρείται ως ένας συνδυαστικός κρίκος ανάμεσα σε δύο δίκτυα υπολογιστών ή ως ένα φίλτρο δεδομένων. Αν δεν επιτρέψει την κυκλοφορία ενός πακέτου δεδομένων, η ενέργεια αυτή χαρακτηρίζεται ως *block traffic*, ενώ αν επιτρέψει την κυκλοφορία ενός πακέτου δεδομένων, η ενέργεια αυτή χαρακτηρίζεται ως *permit traffic*. Ενώ τα προγράμματα anti-virus, anti-trojan, anti-sram κοκ έχουν συγκεκριμένο αντικείμενο απασχόλησης και μας προστατεύουν από πολύ συγκεκριμένες απειλές, ένα firewall μπορεί να μας προστατεύσει από κάθε είδους απειλή όσον αφορά τη σχέση του υπολογιστή μας ή του δικτύου μας με τον έξω κόσμο.

Ένα firewall μπορεί να ελέγξει την κίνηση (traffic) των πακέτων του Internet από και προς τον υπολογιστή μας. Μπορεί να εντοπίσει τις πιθανές επιθέσεις στον υπολογιστή μας, να αναλύσει την κίνηση και τα αρχεία που ανταλλάσσονται, να διακρίνει τις ύποπτες δραστηριότητες και να εμποδίσει την ολοκλήρωσή τους. Ένα firewall προστατεύει ένα δίκτυο από κάποιο άλλο δίκτυο, υποβάλλοντας τα διερχόμενα πακέτα πληροφοριών (εισερχόμενα και εξερχόμενα) σε μια σειρά από ελέγχους και λαμβάνει την απόφαση να τα αφήσει να διέλθουν ή να τα εμποδίσει, ανάλογα με το αν περνούν κάποια τεστ ή όχι. Στην ουσία πρόκειται για έναν ελεγκτή κυκλοφορίας δεδομένων στο Internet. Μπορεί επίσης να ελέγξει τα προγράμματα που είναι εγκατεστημένα στον ίδιο τον υπολογιστή μας και συνδέονται στο Internet και τα οποία στέλνουν προς τα έξω ευαίσθητα προσωπικά μας δεδομένα ή αφήνουν ανοικτή μια κερκόπορτα (backdoor) για να μπορούν οι πιθανοί hackers να ελέγξουν τον υπολογιστή μας. Ένα firewall μπορεί να κρατήσει κλειστές αυτές τις πόρτες και να μας ενημερώνει για κάθε ύποπτη κίνηση.

- Φιλτράρισμα Πακέτων (Packet Filtering).
Τα πακέτα (packets), που είναι μικρά κομμάτια δεδομένων, αναλύονται (διέρχονται) μέσα από κάποια φίλτρα. Τα πακέτα που κατορθώνουν να περάσουν μέσα από τα φίλτρα στέλνονται στο σύστημα που τα ζήτησε και όλα τα άλλα πακέτα απορρίπτονται.
- Υπηρεσία Μεσολάβησης (Proxy Service).
Οι πληροφορίες από το Internet αναχαιτίζονται από το firewall και στέλνονται μετά στο σύστημα που τις ζήτησε και το αντίστροφο.
- Αυστηρή Επιθεώρηση (Stateful Inspection).
Είναι μια καινούργια μέθοδος που δεν εξετάζει τα περιεχόμενα του κάθε πακέτου αλλά αντίθετα συγκρίνει συγκεκριμένα κομμάτια κλειδιά του πακέτου με μια βάση δεδομένων εμπιστευτικών πληροφοριών. Οι πληροφορίες που ταξιδεύουν μέσα από το firewall προς τα έξω καταγράφονται για συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που έχουν και μετά οι εισερχόμενες πληροφορίες συγκρίνονται μ' αυτά τα χαρακτηριστικά. Αν από την σύγκριση προκύψει ένα λογικό ταίριασμα, επιτρέπεται στις πληροφορίες να διέλθουν. Αλλιώς, απορρίπτονται.



5.2 ΠΩΣ ΜΠΟΡΕΙ Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ ΝΑ ΑΠΟΦΕΥΓΕΙ ΤΙΣ ΠΑΓΙΔΕΣ ΣΕ ΑΓΟΡΕΣ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Όταν ο καταναλωτής αγοράζει μέσω διαδικτύου, βρίσκεται σε μία παγκόσμια αγορά που μοιάζει με λαβύρινθο, καθώς οι αγορές μέσω διαδικτύου είναι ελκυστικές λόγω του ότι είναι εύκολες, χωρίς πολυκοσμία και χωρίς να υπάρχει ανάγκη να ταξιδέψει ή να περπατήσει. Επίσης, η ανωνυμία είναι αυτή που ελκύει αρκετούς, καθώς και η ποικιλία τιμών και προϊόντων που προσφέρονται.

Παρά το γεγονός ότι οι αγορές μέσω διαδικτύου είναι εύκολες, υπάρχουν όμως αμφιβολίες για την ασφάλεια και για την τήρηση της ανωνυμίας. Ο καταναλωτής οφείλει να είναι πολύ καλά πληροφορημένος πριν κάνει ένα κλικ στο πλήκτρο **PAY NOW** (Πληρώστε Τώρα), προκειμένου να προστατευθεί από κάθε είδους παγίδα. Το σημαντικότερο είναι να επιλέγει πολύ προσεκτικά τα sites από τα οποία αγοράζει.

ΠΡΙΝ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ:

- Ο καταναλωτής πρέπει να γνωρίζει με ποιόν συναλλάσσεται. Γι' αυτό συνιστάται να ψάχνει το site της εταιρίας για περισσότερες πληροφορίες, ώστε να βεβαιωθεί ότι, το site δείχνει επακριβώς το είδος της επιχείρησης, την έδρα της, σημειώνοντας παράλληλα τα στοιχεία για να μπορεί να επικοινωνήσει. Όσο περισσότερα στοιχεία για επικοινωνία έχει το site τόσο πιο αξιόπιστη είναι η εταιρία. Η διεύθυνση, τα τηλέφωνα κ.λπ. πρέπει να βρίσκονται με ευκολία.
- Πρέπει να βεβαιωθεί ότι έχει όλες τις πληροφορίες για το προϊόν, την τιμή του και το νόμισμα με το οποίο θα γίνει η πληρωμή.

- Να προσέξει εάν υπάρχουν επιπλέον έξοδα, όπως αποστολής, φόροι, δασμοί.
- Να ελέγξει εάν υπάρχουν τυχόν περιορισμοί ή απαγορεύσεις όσον αφορά την πώληση και να μελετήσει την πολιτική επιστροφών της εταιρίας.
- Να διαβάξει τι περιγράφει το site για τους τρόπους πληρωμής και για την ασφάλειά τους.
- Τέλος, να εξακριβώσει τον χρόνο παράδοσης του προϊόντος από την ημέρα της παραγγελίας του.

ΚΑΝΟΝΤΑΣ ΤΗ ΣΥΝΑΛΛΑΓΗ:

- Ο καταναλωτής θα πρέπει να έχει τη δυνατότητα να εκτυπώσει ή να «σώσει» στον υπολογιστή του τη συναλλαγή που πραγματοποίησε.
- Να βεβαιώνεται ότι υπάρχουν εγγυήσεις που προστατεύουν τις πληροφορίες που στέλνει στο διαδίκτυο για την πληρωμή και να ελέγχει επίσης, εάν το browser είναι ασφαλές και αποκρύπτει τα προσωπικά και τα οικονομικά του στοιχεία. Για παράδειγμα, να αναζητήσει το σύμβολο ενός κλειστού λουκέτου στο κάτω δεξιά τμήμα της οθόνης (το οποίο δηλώνει ότι ο συνομιλητής χρησιμοποιεί ασφαλές σύστημα επικοινωνίας), ή καλύτερα να βλέπει την οθόνη και το σήμα του ψηφιακού πιστοποιητικού, δηλαδή της ηλεκτρονικής ταυτότητας που εκδίδεται από μια αναγνωρισμένη εγγυήτρια επιχείρηση (π.χ. VeriSign), και το οποίο εγγυάται ότι ο συναλλασσόμενος είναι αυτός που δηλώνει, ώστε να μπορεί ο καταναλωτής να τον ελέγξει. Επίσης, να αναζητήσει πληροφορίες που δηλώνουν ότι τα προσωπικά του στοιχεία αποκρύπτονται (δήλωση συμμόρφωσης προς τη σχετική νομοθεσία) ή εάν η διεύθυνση του website αρχίζει με «https:».
- Να ενημερώνεται για την πολιτική της εταιρίας όσον αφορά τα προσωπικά δεδομένα. Συγκεκριμένα, η εταιρεία πρέπει να αναφέρει ποιες προσωπικές πληροφορίες θα κρατήσει και πως θα τις χρησιμοποιήσει.
- Να κάνει υπομονή και να περιμένει να ολοκληρωθεί η παραγγελία. Εάν ξαναπιέσει το πλήκτρο κατά την διαδικασία, ελλοχεύει ο κίνδυνος να πληρώσει δύο φορές.
- Θα πρέπει να δίδεται η δυνατότητα στον καταναλωτή να μπορεί να κάνει «opt out», που σημαίνει να ξαναπάρει πίσω τα προσωπικά του δεδομένα.
- Οφείλει να εκτυπώσει και να κρατήσει την πολιτική επιστροφών, η οποία πρέπει να επεξηγεί τον τρόπο επιστροφής ενός προϊόντος, την επιστροφή χρημάτων ή μίας αλλαγής.

ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ:

- Ο καταναλωτής πρέπει να θυμάται ότι, έχει τα ίδια δικαιώματα όταν αγοράζει μέσω διαδικτύου ή από ένα κατάστημα στην αγορά. Εάν

αγοράσει κάτι το οποίο είναι ελαττωματικό ή δεν είναι ίδιο με την περιγραφή, ο έμπορος που του το πούλησε πρέπει να του λύσει το πρόβλημα.

- Να κρατάει όλα τα στοιχεία της αγοράς του, σε ποιόν θα πρέπει να τηλεφωνήσει, να γράψει επιστολή, ή να στείλει e-mail με τα παράπονα ή τα προβλήματά του.
- Να κρατάει επίσης ένα αντίγραφο των όρων και προϋποθέσεων.
- Τέλος, να παρακολουθεί κανονικά το e-mail του μετά την αγορά ενός προϊόντος από το διαδίκτυο. Ο έμπορος μπορεί να του στείλει ενδιαφέρουσες πληροφορίες για αυτό που αγόρασε.

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ:

- Σύμφωνα με την νομοθεσία της Ε.Ε., ο καταναλωτής μπορεί να ακυρώσει μια υπηρεσία ή να επιστρέψει ένα προϊόν μέσα σε ένα ορισμένο χρονικό διάστημα. Αυτό είναι γνωστό ως «cooling – off period» και είναι κανονικά επτά ημέρες από την ημερομηνία αγοράς.
- Εάν αποφασίσει να κάνει επιστροφή, θα πρέπει να πληρώσει ο ίδιος τα έξοδα αποστολής.
- Εάν το προϊόν κατά την παραλαβή είναι σπασμένο, ο καταναλωτής πρέπει να κάνει μια διαμαρτυρία αμέσως. Η εταιρία είναι υποχρεωμένη να του λύσει το πρόβλημα. Εάν δεν το κάνει, τότε υποβάλλει διαμαρτυρία στην τοπική οργάνωση προστασίας καταναλωτών.
- Εάν το προϊόν ή η υπηρεσία που έχει πληρώσει δεν του αποστέλλεται ή δεν εκτελείται, δικαιούται την επιστροφή των χρημάτων του.

Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ ΠΡΕΠΕΙ ΕΠΙΣΗΣ ΝΑ ΠΡΟΣΕΧΕΙ:

- Είναι πολύ δύσκολο ο καταναλωτής να αξιολογήσει μια επιχείρηση που βρίσκεται πολύ μακριά. Είναι πιο ασφαλές να χρησιμοποιεί sites που του έχουν συστήσει φίλοι και γνωστοί του.
- Ως πολίτης της Ε.Ε. έχει ανάλογη νομική υποστήριξη όταν αγοράζει μέσω διαδικτύου. Οι Οδηγίες της Ε.Ε. 97/7/ΕΚ και 2002/65/ΕΚ σχετικά με τις «Πωλήσεις από Απόσταση», έχουν ως στόχο να διασφαλίσουν ότι, έχει το ίδιο ελάχιστο επίπεδο προστασίας ανεξαρτήτως της έδρας του προμηθευτή στην Ε.Ε. Οι Οδηγίες αυτές καλύπτουν όλες τις μεθόδους πωλήσεων προϊόντων ή υπηρεσιών, όπου ο πωλητής και ο αγοραστής βρίσκονται σε απόσταση. Συμπεριλαμβάνουν πωλήσεις μέσω διαδικτύου, τηλεφωνικές, fax, e – mail και ταχυδρομείου.
- Εάν ο καταναλωτής στέλνει προσωπικά δεδομένα (όπως αριθμό πιστωτικής κάρτας) μέσω ενός website που δεν παρέχει ασφάλεια, ή μέσω e-mail, μπορεί κάποιος να υποκλέψει τον αριθμό και να τον χρησιμοποιήσει.
- Ως κάτοχος μιας κάρτας, μπορεί να έχει προστασία σε περιπτώσεις χρήσης της κάρτας του χωρίς την δική του άδεια. Πρέπει να επικοινωνήσει

αμέσως με την εταιρία της κάρτας, εάν υποψιάζεται ότι κάποιος έχει κάνει παράνομη χρήση της.

- Δεν θα πρέπει ποτέ να δίδει προσωπικά του δεδομένα – διεύθυνση, τηλέφωνα, αριθμό λογαριασμού τραπεζής, αριθμό PIN ή διεύθυνση e-mail – εάν δεν γνωρίζει ποιος τα καταγράφει και για ποιόν λόγο, και πως θα χρησιμοποιηθούν. Επίσης, ποτέ να μην αποκαλύπτει το password του. Επειδή είναι εύκολη η παραποίηση των διευθύνσεων e-mail, είναι προτιμότερο να είναι λίγο καχύποπτος όταν του ζητούν να δίδει προσωπικές πληροφορίες.
- Τελικά, όσον αφορά το διαδίκτυο, καλό θα είναι πριν εμπιστευτεί ένα άγνωστο site, πρώτα να το ψάξει, γιατί όσο πιο προσεκτικός και απαιτητικός είναι, τόσο πιο ασφαλής θα είναι στο διαδίκτυο.

Το Υπουργείο Ανάπτυξης είναι αρμόδιο για τον έλεγχο και την έρευνα της αποτελεσματικής εφαρμογής του Π.Δ. 131/2003. Στο πλαίσιο αυτό και με την επιφύλαξη της νομοθεσίας για την προστασία του απορρήτου και των προσωπικών δεδομένων, έχει δικαίωμα να ζητά κάθε απαραίτητη πληροφορία από τους φορείς παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου. Αυτό βέβαια είναι πολύ σημαντικό αλλά πολλά πρέπει να γίνουν ακόμη στις τεχνολογίες ασφάλειας και κρυπτοθέτησης καθώς και στις ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές.

6. Συμπεράσματα Νέας Οικονομίας

Το σημαντικότερο χαρακτηριστικό της νέας οικονομίας είναι ο συνδυασμός Η/Υ και αμφίδρομης επικοινωνίας (ο χρήστης δεν λαμβάνει μόνο, αλλά και στέλνει μηνύματα), για επιχειρηματικούς σκοπούς. Όπως φανερώνουν τα παραπάνω παραδείγματα, υπάρχουν πολλοί τρόποι για να αξιοποιηθεί αυτό το γεγονός και νέες τεχνολογίες μαζί με ανορθόδοξες ιδέες εμφανίζονται καθημερινά στο προσκήνιο, αλλάζοντας τα δεδομένα, απαξιώνοντας το παρελθόν και δημιουργώντας απρόσμενες ευκαιρίες για το αύριο.

Επίσης γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι το Διαδίκτυο συμβάλει στη μείωση του κόστους και την αύξηση της παραγωγικότητας των επιχειρήσεων, γεγονός που οφείλεται στους εξής λόγους:

- Χαμηλότερες τιμές
- Χαμηλότερα αποθέματα
- Μείωση του χρόνου διάθεσης στην αγορά
- Μείωση του κόστους συναλλαγών
- Παγκόσμια εμβέλεια
- Χαμηλότερο κόστος εισόδου στην αγορά

Όμως δεν είναι βέβαιο ότι οι δυνατότητες τις οποίες παρέχει το Διαδίκτυο θα προσφέρονται και στο μέλλον. Η είσοδος στην αγορά έχει αρχίσει να γίνεται εξαιρετικά δύσκολη εξαιτίας του ισχυρού εμπορικού σήματος ορισμένων υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου. Είναι σημαντικό να γίνει τώρα πλήρης εκμετάλλευση των δυνατοτήτων που προσφέρει το Διαδίκτυο, διότι ενδέχεται η ευκαιρία να χαθεί σύντομα.

Δεν θεωρούμε λοιπόν ότι το παραπάνω κείμενο περιγράφει πλήρως το φαινόμενο New Economy. **Πιστεύουμε όμως ότι αποτελεί μια καλή βάση πάνω στην οποία πολλοί από τους αναγνώστες θα μπορέσουν να οικοδομήσουν τη δική τους άποψη και, ελπίζω, αρκετές νέες δυναμικές επιχειρήσεις.**

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- dlib.ionio.gr/ctheses/.../Dimoula-Giazitzi-Tsigani_Spamming.ppt
- Παρόμοιες
- www.mass-customization.pme.duth.gr/.../Article
- www.studio52.gr/POD_Help_gr.htm
- <http://www.infopcstore.gr/suxnes-erwthseis-faq-s-/pwlhseis-faq-s-/tropoi-plhrwmhs.html> (infopcstore)
- <http://www.ekpizo.gr/content/%CF%83%>
- <http://translate.google.gr/translate?hl=el&langpair=en|el&u=http://www.com>
- <http://www.eeei.gr/interbiz/articles/newecon.htm>
- <http://www.tanea.gr/oikonomia/>
- http://www.e-emporio.gr/index.php?target=pages&page_id=conditions
- <http://teacher-nik.freesevers.com/MikrodidaskaliaInternet.htm>
- <http://forum.joomla.gr/viewtopic.php?f=30&t=18924>
- <http://www.e-emporio.gr/>
- <http://www.heliowebs.gr/index.php?id=ecommerce>
- <http://www.e-geoponoi.gr/2010-01-30-20-21-46/2320--a-e----.html>