**Προστασία του Καταναλωτή στο Διαδίκτυο**

Απαλλακτική Εργασία στο μάθημα «Δίκαιο της Πληροφορικής»

Χειμερινό Εξάμηνο 2018-2019

Εκπονητές Εργασίας

Μπελώνια Λυδία Π17082

Συναγρίδης Βασίλειος Π12182

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

* Ηλεκτρονικό εμπόριο
* Προϋποθέσεις για την άσκηση του ηλεκτρονικού εμπορίου
* Η οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο
* Ηλεκτρονικά καταρτιζόμενη σύμβαση
* Ηλεκτρονική υπογραφή
* Ασφάλεια και πληρωμή
* Διαφήμιση και καταναλωτής
* Προστασία προσωπικών δεδομένων

**Ηλεκτρονικό Εμπόριο**

Η πρόοδος της τεχνολογίας στον τομέα της πληροφορικής και οι δυνατότητες ψηφιοποίησης των πληροφοριών και μετάδοσης τους μέσω δικτύων τηλεπικοινωνιών οδήγησαν στην δημιουργία νέων, ηλεκτρονικών αγορών πέρα από γεωγραφικά όρια και περιορισμούς.

Ηλεκτρονικό εμπόριο είναι έτσι, το εμπόριο που πραγματοποιείται με την ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων που περιλαμβάνουν κείμενα, ήχο και εικόνα.

Τα πλεονεκτήματα από αυτή την μορφή εμπορίου είναι πολλαπλά. Αξιολογώντας τα, την πρώτη θέση θα κατείχε η εύκολη και γρήγορη συναλλαγή από απόσταση. Αυτό έχει βοηθήσει τον καταναλωτή να πραγματοποιεί αγορές με ένα απλό κλικ από οπουδήποτε, ανεξάρτητα την απόσταση μεταξύ του προϊόντος και του ιδίου. Όσον αφορά το οικονομικό κομμάτι, υπάρχει εξοικονόμηση των εξόδων, μείωση του λειτουργικού κόστους και αύξηση της παραγωγικότητας. Επίσης, ως βασικά πλεονεκτήματα κρίνονται(κρίνεται?) η ταχύτατη και (η) 24ωρη εξυπηρέτηση των πελατών. Γεγονός που καθιστά το ηλεκτρονικό εμπόριο έναν ευχάριστο τρόπο αγορών.

Δύο είναι κυρίως οι μορφές των ηλεκτρονικών συναλλαγών ή υπηρεσιών του ηλεκτρονικού εμπορίου: η έμμεση ή off-line διεξαγωγή ηλεκτρονικών συναλλαγών, ήτοι η ηλεκτρονική παραγγελία υλικών αγαθών, τα οποία θα πρέπει να παραδοθούν με παραδοσιακές μεθόδους (π.χ. ταχυδρομικώς ) καθώς και η άμεση ή online διεξαγωγή των παραπάνω συναλλαγών, ήτοι η παραγγελία, πληρωμή και παράδοση άυλων αγαθών σε απευθείας σύνδεση (online) όπως είναι το λογισμικό ηλεκτρονικού υπολογιστή, το ψηφιακό περιεχόμενο ( π.χ. διαδικτυακών τόπων) καθώς και εν γένει πληροφοριών. OΛΗ Η ΠΑΡΑΓΡΑΦΟΣ ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΠΡΟΤΑΣΗ ΠΑΝΑΟΥΛΑ ΜΟΥ

Σύμφωνα με μία περαιτέρω διάκριση η οποία είναι χρήσιμη για την προσέγγιση του φαινομένου του ηλεκτρονικού εμπορίου, οι συναλλαγές του ηλεκτρονικού εμπορίου κατατάσσονται σε συναλλαγές που διεξάγονται:

* Μεταξύ επιχειρήσεων: το μοντέλο αυτό αναφέρεται στις συναλλαγές των επιχειρήσεων κυρίως με τους προμηθευτές τους.
* Μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών: εδώ περιλαμβάνονται οι συναλλαγές λιανικού εμπορίου προϊόντων ή υπηρεσιών με μεμονωμένους αγοραστές.
* Μεταξύ καταναλωτών και επιχειρήσεων: το μοντέλο αυτό αναφέρεται στους ιδιώτες που κάνουν προσφορές προϊόντων ή υπηρεσιών σε επιχειρήσεις.
* Μεταξύ επιχειρήσεων και της Διοίκησης: εδώ περιλαμβάνονται οι δημόσιες προμήθειες και άλλες συναλλαγές του δημοσίου με τις επιχειρήσεις.
* Μεταξύ καταναλωτών: το μοντέλο αυτό αναφέρεται στις διαδικτυακές δημοπρασίες .

**Προϋποθέσεις για την άσκηση του ηλεκτρονικού Εμπορίου**

Ως σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος νοείται σύμφωνα με το νόμο κάθε σύμβαση μεταξύ του προμηθευτή και του καταναλωτή : (α) η οποία συνάπτεται με ταυτόχρονη φυσική παρουσία του προμηθευτή και του καταναλωτή σε χώρο που δεν είναι το εμπορικό κατάστημα του προμηθευτή, (β) για την οποία έγινε προσφορά από τον καταναλωτή κάτω από τις ίδιες συνθήκες που περιγράφονται στην περίπτωση (α), (γ) η οποία συνάπτεται στο εμπορικό κατάστημα του προμηθευτή ή με χρήση οποιουδήποτε μέσου εξ αποστάσεως επικοινωνίας αμέσως μετά από προσωπική και ατομική επαφή με τον καταναλωτή σε χώρο που δεν είναι το εμπορικό κατάστημα του προμηθευτή, με την ταυτόχρονη φυσική παρουσία του προμηθευτή και του καταναλωτή, ή (δ) η οποία συνάπτεται στη διάρκεια εκδρομής οργανωμένης από τον προμηθευτή με σκοπό ή αποτέλεσμα τη διαφήμιση και πώληση αγαθών ή υπηρεσιών στον καταναλωτή (άρθρο 3 § 8 της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013).

Επιπρόσθετα, κάθε επιχείρηση ηλεκτρονικού εμπορίου λογίζεται ως προμηθευτής, που «κατά την άσκηση της επαγγελματικής ή επιχειρηματικής δραστηριότητας του, προμηθεύει προϊόντα ή παρέχει υπηρεσίες στον καταναλωτή», ενώ ως καταναλωτής ορίζεται «κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο ή ένωση προσώπων χωρίς νομική προσωπικότητα, που ενεργεί για λόγους οι οποίοι δεν εμπίπτουν στην εμπορική, επιχειρηματική, βιοτεχνική ή ελευθέρια επαγγελματική του δραστηριότητα. Καταναλωτής είναι επίσης και κάθε αποδέκτης διαφημιστικού μηνύματος» (άρθρα 1 § 4α του Ν. 2251/1994 και 3 § 1 της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013).

Τέλος, ως εμπορικές επικοινωνίες νοούνται «όλες οι μορφές επικοινωνίας που αποσκοπούν να προωθήσουν, άμεσα ή έμμεσα, αγαθά, υπηρεσίες ή την εικόνα μιας επιχείρησης, ενός οργανισμού ή ενός προσώπου που ασκεί εμπορική, βιομηχανική ή βιοτεχνική δραστηριότητα ή νομοθετικώς κατοχυρωμένο επάγγελμα. Δεν συνιστούν καθ` αυτό εμπορική επικοινωνία τα στοιχεία που επιτρέπουν την άμεση πρόσβαση στη δραστηριότητα της εν λόγω επιχείρησης, του οργανισμού ή του προσώπου, ιδίως το όνομα του τομέα ή η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, οι επικοινωνίες που αφορούν αγαθά, υπηρεσίες ή την εικόνα της εν λόγω επιχείρησης, του οργανισμού ή του προσώπου οι οποίες πραγματοποιούνται κατά τρόπο ανεξάρτητο από τη θέλησή τους, ιδίως χωρίς οικονομικό αντάλλαγμα» (άρθρο 1στ ΠΔ 131/2003).

**Υποχρεώσεις Πληροφόρησης Καταναλωτών**

Σε περίοπτο σημείο του ιστοτόπου επιχείρησης ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως λόγου χάρη σε τυχόν επί μέρους ιστοσελίδα με τα στοιχεία επικοινωνίας, θα πρέπει να αναγράφονται (άρθρα 4 § 1 ΠΔ 131/2003 και 3β § 1 της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013) :

* Η εμπορική επωνυμία της επιχείρησης,
* Η γεωγραφική διεύθυνση στην οποία βρίσκεται η έδρα της,
* Τα στοιχεία που να επιτρέπουν την ταχεία επαφή και την άμεση και ουσιαστική επικοινωνία με την επιχείρηση και, τουλάχιστον, ο αριθμός τηλεφώνου, ο αριθμός τηλεομοιοτυπίας και η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της επιχείρησης,
* Εφόσον η επιχείρηση είναι εγγεγραμμένη σε εμπορικό μητρώο, ή παρόμοιο δημόσιο μητρώο, το οικείο μητρώο και τον αριθμό εγγραφής του σε αυτό (π.χ. αριθμό καταχώρησης στο ΓΕΜΗ και στο ΤΑΕ – ΕΠΕ),
* Εφόσον η δραστηριότητα υπόκειται σε καθεστώς έγκρισης, τα στοιχεία της σχετικής εποπτικής αρχής,
* Όσον αφορά τα νομοθετικώς κατοχυρωμένα επαγγέλματα την επαγγελματική ένωση ή παρόμοιο όργανο στο οποίο είναι εγγεγραμμένη η επιχείρηση, τον επαγγελματικό τίτλο και το κράτος μέλος που τον έχει χορηγήσει, μνεία των επαγγελματικών κανόνων που ισχύουν στο κράτος μέλος εγκατάστασης καθώς και του τρόπου πρόσβασης σ` αυτούς, και
* Εφόσον η δραστηριότητα που ασκεί ο φορέας υπόκειται σε ΦΠΑ, τον αριθμό αναγνώρισης που προβλέπεται από το κοινό σύστημα φόρου προστιθέμενης αξίας κύκλου εργασιών σύμφωνα με το άρθρο 36 του Ν. 2859/2000 (Α` 248) “κύρωση του κώδικα φόρου προστιθέμενης αξίας.

Επίσης, πριν από την ολοκλήρωση κάθε ηλεκτρονικής παραγγελίας ο καταναλωτής θα πρέπει να λαμβάνει γνώση των ακόλουθων πληροφοριών (άρθρα 4 § 2 ΠΔ 131/2003 και 3β, 3δ της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013).

* Τα κύρια χαρακτηριστικά των αγαθών ή των υπηρεσιών.
* Κατά πόσον ισχύουν περιορισμοί στην παράδοση.
* Ποια μέσα πληρωμής είναι δεκτά.
* Τη συνολική τιμή των αγαθών ή υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων του Φ.Π.Α. και κάθε άλλου τέλους. Οι τιμές πρέπει να είναι σαφείς και ακριβείς και να διευκρινίζεται ότι περιλαμβάνουν φόρο και έξοδα αποστολής. Αν, λόγω της φύσεως των αγαθών ή των υπηρεσιών, η τιμή δεν μπορεί ευλόγως να καθοριστεί εκ των προτέρων, θα πρέπει να αναφέρεται ο τρόπος με τον οποίο πρόκειται να υπολογιστεί η τιμή.
* Όλες τις πρόσθετες επιβαρύνσεις αποστολής, παράδοσης ή ταχυδρομείου και κάθε άλλη δαπάνη ή, όταν αυτές οι επιβαρύνσεις δεν μπορούν ευλόγως να υπολογιστούν εκ των προτέρων, το γεγονός ότι μπορεί να απαιτηθούν τέτοιες πρόσθετες επιβαρύνσεις.
* Σε περίπτωση σύμβασης αορίστου χρόνου ή σύμβασης που περιλαμβάνει συνδρομή, η συνολική τιμή περιλαμβάνει τη συνολική δαπάνη ανά περίοδο χρέωσης. Εάν οι συμβάσεις αυτές επιβαρύνονται με σταθερή τιμή, η συνολική τιμή σημαίνει επίσης τη συνολική μηνιαία δαπάνη. Εάν η συνολική δαπάνη δεν μπορεί ευλόγως να υπολογισθεί εκ των προτέρων, περιγράφεται ο τρόπος με τον οποίο η τιμή πρόκειται να υπολογιστεί.
* Το κόστος χρησιμοποιήσεως του μέσου επικοινωνίας εξ αποστάσεως για τη σύναψη της σύμβασης, όταν αυτό υπολογίζεται με βάση άλλη εκτός των βασικών τιμολογίων.
* Τις διευθετήσεις πληρωμής, παράδοσης, εκτέλεσης, της προθεσμίας εντός της οποίας ο προμηθευτής αναλαμβάνει να παραδώσει τα αγαθά ή να παράσχει τις υπηρεσίες και, όπου τυγχάνει εφαρμογής, της πολιτικής που εφαρμόζει ο προμηθευτής για την αντιμετώπιση των παραπόνων.
* Τις προϋποθέσεις, την προθεσμία και τις διαδικασίες άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης, καθώς και υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης.
* Τη δαπάνη επιστροφής των αγαθών, όταν ο καταναλωτής επιβαρυνθεί με αυτή σε περίπτωση υπαναχώρησης και, για τις εξ αποστάσεως συμβάσεις, εάν τα αγαθά από τη φύση τους δεν μπορούν υπό κανονικές συνθήκες να επιστραφούν ταχυδρομικώς.
* Το εύλογο κόστος που ο καταναλωτής υποχρεούται τυχόν να καταβάλει στην επιχείρηση σε περίπτωση υπαναχώρησης.
* Υπενθύμιση της ύπαρξης της ευθύνης της επιχείρησης για πραγματικά ελαττώματα και έλλειψη συνομολογημένων ιδιοτήτων.
* Την ύπαρξη και τους όρους τυχόν υπηρεσιών υποστήριξης του πελάτη μετά την πώληση, εξυπηρέτησης μετά την πώληση και εμπορικών εγγυήσεων.
* Την τυχόν ύπαρξη σχετικών κωδίκων συμπεριφοράς και του τρόπου απόκτησης αντιγράφων τους.
* Τη διάρκεια της σύμβασης, ή, εάν η σύμβαση είναι αορίστου χρόνου ή αυτόματης παράτασης, τους όρους για τη λήξη της σύμβασης.
* Την ελάχιστη διάρκεια των υποχρεώσεων του καταναλωτή βάσει της σύμβασης.
* Την υποχρέωση και τους όρους τυχόν εγγύησης που πρέπει να καταβληθεί ή να παρασχεθεί από τον καταναλωτή όποτε το ζητήσει η επιχείρηση.
* Τη δυνατότητα προσφυγής σε εξωδικαστικό μηχανισμό παραπόνων και επανόρθωσης, στον οποίο τυχόν υπάγεται η επιχείρηση, καθώς και τους τρόπους πρόσβασης σε αυτόν.

Οι παραπάνω πληροφορίες πρέπει να παράσχονται στον τελικό πελάτη – καταναλωτή με σαφή και ευκρινή τρόπο και αμέσως προτού υποβάλει ηλεκτρονικά κάθε παραγγελία του (άρθρο 3δ § 2 της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013). Αν δεν παρασχεθούν, οποιαδήποτε σύμβαση καταρτίστηκε καθίσταται άκυρη υπέρ του καταναλωτή (άρθρο 3β § 9 της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013).

*Πηγή:* [*https://lawandtech.eu/guides/ecommerce\_guide/*](https://lawandtech.eu/guides/ecommerce_guide/) *Law&Tech*

**Κώδικας Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο**

Τις γενικές αρχές και τους ελάχιστους κανόνες επαγγελματικής δεοντολογίας και ηθικής συμπεριφοράς, που πρέπει να τηρούνται απέναντι στον καταναλωτή από τις επιχειρήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου ορίζει ο Κώδικας Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο.

Στον κώδικα, μεταξύ άλλων, υπογραμμίζεται ότι ο καταναλωτής έχει αναφαίρετο δικαίωμα αναιτιολόγητης και αζήμιας υπαναχώρησης από την αγορά του. Συγκεκριμένα όπως αναφέρει ο κώδικας: «πριν ο καταναλωτής δεσμευθεί συμβατικώς, ο προμηθευτής πρέπει να τον ενημερώσει, με σαφή, ευκρινή και κατανοητό τρόπο, στη γλώσσα του, για το δικαίωμά του για άσκηση αναιτιολόγητης και αζήμιας υπαναχώρησης εντός της νομίμως προβλεπόμενης προθεσμίας των δεκατεσσάρων (14) ημερών, που αρχίζει από το χρονικό σημείο που καθορίζει κάθε φορά ο νόμος, καθώς και για τους όρους, τις προϋποθέσεις, τις εξαιρέσεις και τη διαδικασία άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης, αλλά και για τις συνέπειες από την άσκηση, λαμβάνοντας υπόψη την ιδιαιτερότητα κάθε προϊόντος/υπηρεσίας και παρέχοντάς του και υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης».

Ακόμη, στον κώδικα, υπάρχει πρόβλεψη για την εξυπηρέτηση των καταναλωτών, για την ηλεκτρονική επίλυση διαφορών, για την προστασία προσωπικών δεδομένων και για την ασφάλεια των συναλλαγών.

*Πηγή: Τι ορίζει ο Κώδικας Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο | iefimerida.gr*

**Ελάχιστα Στοιχεία Ενημέρωσης του Καταναλωτή**

1. Η επιχείρηση εξασφαλίζει την προσυμβατική ενημέρωση του καταναλωτή ώστε να είναι δυνατή η πλήρης, ακριβής και σαφής ενημέρωση του για τα ακόλουθα:

i. Πλήρη εταιρική επωνυμία, έδρα , ταχυδρομική διεύθυνση, ΑΦΜ, τηλέφωνα  επικοινωνίας/ηλεκτρονική διεύθυνση.

ii. Αριθμό καταχώρησης στο ΓΕΜΗ.

iii. Κύρια Χαρακτηριστικά των προϊόντων που πωλεί και ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών (π.χ. η συνολική τιμή συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ ή άλλων φόρων , τα έξοδα αποστολής, ή τα τυχόν έξοδα επιστροφής του προϊόντος τυχόν επιπλέον χρεώσεις, τους όρους και τρόπους πληρωμής, τις εγγυήσεις, μέγεθος-διαστάσεις του προϊόντος), καθώς και για τα μέσα πληρωμής.

iv. Διαθεσιμότητα των υπηρεσιών και των προϊόντων και την προθεσμία, εντός της οποίας ο προμηθευτής αναλαμβάνει να παραδώσει τα αγαθά ή να παρέχει τις υπηρεσίες..

v. Χαρακτηριστικά των χρεώσεων, πιθανά εκπτωτικά πακέτα ή ειδικές προσφορές.

vi. Όρους υπαναχώρησης από την σύμβαση καθώς και η καταγγελία ή ακύρωση της σύμβασης, όπως ειδικότερα αναφέρεται στο άρθρο 6 του παρόντος.

vii. Τη δυνατότητα εξωδικαστικής επίλυσης των διαφορών τους και τους παρέχουν πληροφορίες για τους αναγνωρισμένους φορείς εναλλακτικής επίλυσης καταναλωτικών διαφορών, τους οποίους οι προμηθευτές δεσμεύονται ή υποχρεούνται να χρησιμοποιήσουν για την επίλυση των διαφορών. Σε περίπτωση απουσίας τέτοιας δέσμευσης ή υποχρέωσής τους, οι προμηθευτές διευκρινίζουν οπωσδήποτε και το εάν θα κάνουν χρήση των σχετικών φορέων.

viii. Την δυνατότητα για την ηλεκτρονική εναλλακτική επίλυση διαφορών όπως ειδικότερα αναφέρεται στο άρθρο 8 του παρόντος

ix. Τους όρους εξυπηρέτησης μετά την πώληση, τις τυχόν εμπορικές εγγυήσεις (περιεχόμενο, διάρκεια και έκταση εδαφικής ισχύος), και την ευθύνη του πωλητή για πραγματικά ελαττώματα και έλλειψη συνομολογημένων ιδιοτήτων, σύμφωνα με τα άρθρα 534 επ. Α.Κ..

x. Την ενδεχόμενη ανάγκη συχνής συντήρησης των προϊόντων ή για την ύπαρξη ανταλλακτικών ιδιαίτερα μεγάλου κόστους σε σχέση με την τρέχουσα τιμή των προϊόντων αυτών.

xi. Τον σκοπό της επεξεργασίας, τους αποδέκτες ή τις κατηγορίες αποδεκτών των δεδομένων και την ύπαρξη του δικαιώματος πρόσβασης και αντίρρησης, όπως ειδικότερα αναφέρονται στο άρθρο 5Β/παρ. 5του παρόντος.

xii. Τους Κώδικες Δεοντολογίας ή τυχόν σήματα αξιοπιστίας που τους δεσμεύουν.

xiii. Η ανωτέρω πληροφόρηση προς τον καταναλωτή πρέπει να είναι  κατανοητή, νόμιμη, αληθής,  επικαιροποιημένη, εύκολα προσβάσιμη και επαληθεύσιμη και να γίνεται υποχρεωτικά στην ελληνική γλώσσα και προαιρετικά σε άλλη γλώσσα.

2. Οι όροι της σύμβασης παροχής υπηρεσιών ή και πώλησης προϊόντων πρέπει να είναι αναρτημένοι στον διαδικτυακό τόπο της επιχείρησης σε σημείο στο οποίο εύκολα μπορεί να έχει πρόσβαση ο καταναλωτής.

3. Στις περιπτώσεις υποβολής αιτήματος παραγγελίας από τον καταναλωτή η επιχείρηση υποχρεώνεται να παραδίδει /αποστέλλει άμεσα αποδεικτικό παραλαβής του αιτήματος παραγγελίας το οποίο να αναγράφει σαφώς την ημερομηνία παραλαβής και επιβεβαίωση αυτής.

4. Με ευθύνη της επιχείρησης, καθίσταται σαφής στον καταναλωτή ο χρόνος κατά τον οποίο θεωρείται ότι έχει συναφθεί η σύμβαση, κατά τα οριζόμενα στην κείμενη νομοθεσία. Οι βασικοί συμβατικοί όροι θα πρέπει να είναι εκ των προτέρων διαθέσιμοι στους καταναλωτές  και μάλιστα με τέτοιο τρόπο, ώστε η εντολή της παραγγελίας να μην μπορεί να καταχωρισθεί, αν προηγουμένως ο χρήστης δε λάβει γνώση αυτών. Μετά την κατάρτιση της σύμβασης, η επιχείρηση οφείλει να απέχει από κάθε ενέργεια που συνεπάγεται τροποποίηση των όρων της, ιδίως να τροποποιήσει το τίμημα ή να ενημερώσει για μη διαθεσιμότητα του παραγγελθέντος προϊόντος ή παραγγελθείσας υπηρεσίας.

5. Ο καταναλωτής έχει επαρκή ενημέρωση για την πορεία της παραγγελίας του.

6. Η επιχείρηση σε περίπτωση που τυχόν διαπιστώσει ότι ο καταναλωτής δεν είχε σωστή πληροφόρηση ή η σύναψη της σύμβασης δεν έγινε με την ρητή συγκατάθεση του καταβάλλει κάθε προσπάθεια να επιλύσει το ζήτημα σε εύλογο χρόνο.

7. Το προσωπικό των επιχειρήσεων του κλάδου του ηλεκτρονικού εμπορίου το οποίο έρχεται σε επικοινωνία με τους καταναλωτές για παροχή υπηρεσιών ή και πώληση προϊόντων πρέπει να είναι πλήρως ενημερωμένο για τα ανωτέρω αναφερθέντα και να απαντά στις εύλογες ερωτήσεις των καταναλωτών με σαφήνεια και ακρίβεια.

*Πηγή: Τι ορίζει ο Κώδικας Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο | iefimerida.gr*

**Η οδηγία για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο**

Τα νομικά προβλήματα που δημιουργούνται από την πραγματοποίηση των συναλλαγών μέσω του διαδικτύου είναι πολλά, αφού το δίκαιο είναι αδύνατο να συμβαδίσει με τους ταχύτατους ρυθμούς ανάπτυξης της τεχνολογίας. Τα προβλήματα επιτείνονται από το γεγονός ότι λόγω της φύσης του διαδικτύου, αφενός εμπλέκονται περισσότερες εθνικές έννομες τάξεις και αφετέρου περισσότεροι, σχεδόν όλοι οι κλάδοι του δικαίου. Τα ερωτήματα που τίθενται μεταξύ άλλων είναι:

* Υπό ποιες προϋποθέσεις και ποια χρονική στιγμή καταρτίστηκε η ηλεκτρονική συναλλαγή;
* Πως μπορεί να ασκήσει ο χρήστης τα εκάστοτε δικαιώματα του;
* Πως θα αποτραπεί η δόλια χρήση των προσωπικών μας στοιχείων από τρίτους στο διαδίκτυο;
* Πως μπορούμε να αποφύγουμε το λεγόμενο spam mail;

Ένα από τα σημαντικότερα ίσως προβλήματα σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο, είναι ότι μπορούν να γίνουν ηλεκτρονικές συναλλαγές μεταξύ διαφόρων χωρών, και ως γνωστόν, με εξαίρεση μεγάλες συμμαχίες όπως για παράδειγμα οι Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής ή η Ευρωπαϊκή Ένωση, κάθε χώρα έχει το δικό της Δίκαιο. Όταν λοιπόν εμπλέκονται πάνω από μία χώρες στην εκάστοτε συναλλαγή, ερχόμαστε αντιμέτωποι με το πρόβλημα ως προς το ποιας χώρας το Δίκαιο είναι αυτό που πρέπει να εφαρμοστεί σε περίπτωση που δημιουργηθεί κάποιο πρόβλημα σε αυτήν.

Παράλληλα τίθεται το ερώτημα, αν ο χρηστής μπορεί να επωφεληθεί από τη χρησιμοποίηση του διαδικτύου για τις αγορές του, ώστε να αξίζει να βρεθεί αντιμέτωπος με κάποια από τα παραπάνω προβλήματα. Αξίζει να σημειωθεί βέβαια, πως υπάρχουν πολλά πλεονεκτήματα στις αγορές μέσω του διαδικτύου, (πλεονεκτήματα) όπως:

* Χαμηλές τιμές στα προϊόντα
* Τεράστια ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών και συνεπώς σημαντικών ευκαιριών
* Ευελιξία στον τρόπο πληρωμής και παραλαβής τους.

Εν τέλει, ψηφίστηκε η οδηγία 2000/31/ΕΚ γνωστή και ως «Οδηγία για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο» , όπου και απορροφήθηκε από την ελληνική νομοθεσία με το Προεδρικό Διάταγμα 131/2003, τον Μάιο του 2003. Οι συντάκτες της οδηγίας, έχοντας κατά νου ότι δεν πρέπει να θιγεί το κοινοτικό κεκτημένο, όσον αφορά την προστασία του καταναλωτή, ορίζουν στο πρώτο της άρθρο ότι αυτή «δεν θίγει το επίπεδο προστασίας, ιδίως της δημόσιας υγείας και των συμφερόντων του καταναλωτή, όπως θεσπίζεται σε κοινοτικές πράξεις και στις εθνικές νομοθετικές πράξεις, που εκδόθηκαν για την εφαρμογή τους, στο μέτρο που δεν περιορίζεται έτσι η ελευθερία παροχής των υπηρεσιών της κοινωνίας της Πληροφορίας» . Πρόκειται κατά βάση για την εξασφάλιση της θεμελιώδους αρχής του κοινοτικού κεκτημένου (*Acquis Communautaire)*, η οποία στην συγκεκριμένη περίπτωση εξειδικεύεται ως κεκτημένου προστασίας του καταναλωτή (acquis consommateur). Με άλλα λόγια, υποχρεώνει τα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης να τηρούν σωστά το παραγωγικό κοινοτικό και το εναρμονισμένο προς αυτού εθνικό δίκαιο, που με την σειρά του ρυθμίζει όλα τα επί μέρους ζητήματα της προστασίας του καταναλωτή, και κυρίως τα ζητήματα της υγείας, της ασφάλειας και των οικονομικών του συμφερόντων. Ο κανόνας αυτός πρέπει όμως να εφαρμόζεται με την επιφύλαξη του μη περιορισμού της ελεύθερης κυκλοφορίας των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας από την εφαρμογή του.

Αξίζει να σημειωθεί ότι στην τελευταία πρόταση της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο ( πριν από την ψήφιση της), αναφερόταν ότι αυτή είχε προορισμό να συμπληρώσει το ισχύον κοινοτικό δίκαιο, που αφορά στις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, αλλά με την προϋπόθεση διατήρησης του ισχύοντος επιπέδου προστασίας της δημόσιας υγείας και του καταναλωτή. Στο κείμενο εκείνο δεν υπήρχαν επιφυλάξεις1.

*1. Βλ. Σχετ. Και Αλεξανδρίδου, Η πρόταση οδηγίας της ΕΕ για το ηλεκτρονικό εμπόριο και η προστασία του καταναλωτή, ΔΕΕ 2000, σ. 113 επ., ιδίως σ. 114 επ.*

Προφανώς, την τελευταία στιγμή επεκράτησαν άλλα συμφέροντα και στο τελικό κείμενο προστέθηκε ο παραπάνω όρος, ότι δηλαδή η υποχρέωση διατήρησης ενός υψηλού επιπέδου προστασίας του καταναλωτή ισχύει «στο μέτρο που δεν περιορίζεται έτσι η ελευθερία παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας». Συνεπώς, μολονότι οι δύο αυτές βασικές προτεραιότητες της οδηγίας θεωρητικά βγαίνουν παράλληλα, εντούτις σε περίπτωση σύγκρουσης μεταξύ τους, η διαφύλαξη της ελεύθερης κυκλοφορίας των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας πρέπει, κατά της οδηγία, να υπερισχύει της εξασφάλισης της προστασίας του καταναλωτή.

**Η Ηλεκτρονικά Καταρτιζόμενη Σύμβαση**

Κάθε σύμβαση που καταρτίζεται σε απευθείας σύνδεση μέσω του διαδικτύου αποτελεί καταρχήν *υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας*. Από τα δύο συμβαλλόμενα μέρη, ο ένας είναι ο φορέας παροχής της υπηρεσίας και ο άλλος, ο αποδέκτης της, δηλ. ο χρήστης του διαδικτύου. Όπως εξάλλου συνάγεται από τον ορισμό που δίνει το Προεδρικό Διάταγμα 131/20031 για τον αποδέκτη της υπηρεσίας (άρθρ. 1 στοιχ. δ‘), είναι δυνατόν να επιδιώκει αυτός στόχους, που εντάσσονται στην επαγγελματική του δραστηριότητα ή να ενεργεί ως καταναλωτής με την έννοια του άρθρ. 1 στοιχ. ε’ του προαναφερθέντος Προεδρικου Διατάγματος.

Για την κατάρτιση κάθε σύμβασης πρέπει να υπάρχει δήλωση βούλησης, που περιέχει πρόταση για την σύναψη σύμβασης και δήλωση αποδοχής της πρότασης. Το ίδιο επιβάλλεται και όταν πρόκειται για την κατάρτιση σύμβασης μέσω του διαδικτύου. Πρέπει και στις περιπτώσεις αυτές να υπάρχει «ηλεκτρονική δήλωση βούλησης», που περιέχει πρόταση σύναψης σύμβασης και «ηλεκτρονική δήλωση αποδοχής της». Το γεγονός ότι η διαβίβαση της δήλωσης βούλησης γίνεται μέσω του διαδικτύου δεν σημαίνει ότι ο ηλεκτρονικός υπολογιστής υποκαθιστά τον αποστολέα του μηνύματος. Σημαίνει μόνον ότι αυτός χρησιμεύει απλώς για τη διαβίβαση της δήλωσης βούλησης. Για το λόγο αυτό γίνεται δεκτό ότι η μέσω του διαδικτύου διαβίβαση της δήλωσης βούλησης για τη σύναψη μιας σύμβασης δεν επηρεάζει τη φύση ή τις έννομες συνέπειες της σύμβασης αυτής2. Η διαβίβαση μπορεί να πραγματοποιηθεί από τον χρήστη μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) ή μέσω του παγκόσμιου ιστού (World Wide Web).

*1. βλ. «Η οδηγία για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο»,προηγούμενο κεφάλαιο.*

*2. Βλ., π.χ., Ψούνη-Ζορμπά, Δήλωση βουλήσεως μέσω η/υ, 1988, σ. 65, Καράκωστα, ό.π., σ. 171 επ., Γεωργιάδη Απ., ΓενΑρχΑστΔ, § 33, αριθ. 61.*

Η δήλωση βούλησης που διαβιβάζεται μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή θεωρείται δήλωση *μεταξύ απόντων*, συνεπώς για να επιφέρει αυτή τα έννομα αποτελέσματα της απαιτείται να έχει περιέλθει στον αποδέκτη της (βλ. Και ΑΚ 167)3 4. Όσον αφορά στο ζήτημα της χρονικής στιγμής, κατά την οποία η δήλωση βούλησης θεωρείται ότι περιήλθε στο λήπτη, γίνεται δεκτό ότι κρίσιμη είναι η στιγμή, κατά της οποία τα δεδομένα εισέρχονται στην έννομη σφαίρα, δηλ. Στο τερματικό ή στη θυρίδα ηλεκτρονικού ταχυσρομείου του λήπτη, καθώς αναμένεται ότι αυτός φυσιολογικά μπορεί να λάβει γνώση του περιεχομένου τους5 6.

*3. Το ίδιο ισχύει και κατά τη Σύμβαση της Βιέννης για τις διεθνείς πωλήσεις κινητών πραγμάτων (βλ. Άρθρ. 15 § 1, 18 § 2, 23 ω. 2532/97).*

*4. Βλ. Σχετ. Καράση, ΓενΑρχΑστΔ, Δικαιοπραξία, Ι, 1996, αριθμ. Γ 179 επ.*

*5. Βλ. Και Γεωργιάδη Απ., ΓενΑρχΑστΔ, § 33, αριθ. 62.*

*6. Τούτο δεν ισχύει, αν υπηρξε συμφωνία ότι η δήλωση θα θεωρείται ότι περιήλθε στον αποδέκτη από την επιβεβαίωση της λήψης της.*

**Η ηλεκτρονική υπογραφή (Το κύρος των ηλεκτρονικών εγγράφων)**

Η δήλωση βούλησης ενός προσώπου συνάγεται από την ιδιόχειρη υπογραφή του στο έγγραφο, που περιλαμβάνει τους όρους της δικαιοπραξίας (άρθρ. 160 ΑΚ). Και το συγκεκριμένο ζήτημα που τίθεται, είναι, ποιός πρέπει να είναι ο νομικός χαρακτηρισμός του εγγράφου που διαβιβάστηκε ηλεκτρονικά και αν η λεγόμενη «ηλεκτρονική υπογραφή», που επισυνάπτεται σε αυτό, είναι δυνατόν να εξομοιωθεί με την ιδιόχειρη, ώστε να μπορεί να την υποκαταστήσει.

Πρέπει, εν πρώτοις, να γίνει αναφορά στην έννοια του *ηλεκτρονικού εγγράφου*. Πρόκειται για το σύνολο των δεδόμενων, τα οποία έχουν εγγραφεί στο μαγνητικό δίσκο ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή και μπορούν να αποτυπωθούν κατά τρόπο αναγνώσιμο στην οθόνη του υπολογιστή, ενδεχομένως δε και να εκτυπωθούν σε υλικό φορέα με τη μορφή κειμένου ή εικόνων1 . Για την αντιμετώπιση των κινδύνων κακόβουλης αλλοίωσης του κειμένου ή υποκλοπής των δεδομένων που αυτό περιέχει, εφαρμόζονται διάφορες μέθοδοι κρυπτογράφησης, με τις οποίες επιτυγχάνεται η ασφαλής διαβίβαση των δεδομένων μέσω των δικτύων επικοινωνίας. Στη μέθοδο κρυπτογράφησης και μάλιστα στη λεγόμενη ασύμμετρη κρυπτογράφηση θεμελιώνεται και η τεχνική της ηλεκτρονικής υπογραφής. Η τεχνική της ηλεκτρονικής υπογραφής παρέχει τα εχέγγυα της αυθεντικότητας και της μη αλλοίωσης του κρυπτογραφημένου κειμένου.

Στην οδηγία 1999/93/ΕΚ σχετικά με το κοινοτικό πλαίσιο για ηλεκτρονικές υπογραφές, που ψηφίστηκε για να δώσει στα κράτη μέλη τη δυνατότητα να εναρμονίσουν τα δίκαιά τους, όσον αφορά στην ηλεκτρονική υπογραφή, αναφέρεται ότι στόχος της είναι η διευκόλυνση της χρήσης των ηλεκτρονικών υπογραφών και η συμβολή στην αναγνώριση της νομικής ισχύος τους. Θεσπίζεται έτσι νομικό πλαίσιο για τις ηλεκτρονικές υπογραφές και για ορισμένες υπηρεσίες πιστοποίησης, που προσφέρονται στο κοινό, ώστε να επιτευχθεί η εξασφάλιση της ομαλής λειτουργίας της εσωτερικής αγοράς (βλ. άρθρ. 1 της οδηγίας 1999/93/ΕΚ).

* *Βλ. Κουσούλη, Σύγχρονες μορφές εγγραφής, συναλλαγής, 1992, σ. 138 επ., Καρακώστα, ό.π., 181 επ., Μαρίνο, Λογισμικό (Software), Νομική προστασία και συμβάσεις, 1989, σ. 27 επ.*

Το Προεδρικό Διάταγμα 150/2001, που συντάχθηκε με σκοπό την εναρμόνηση του εθνικού δικαίου προς την οδηγία 1999/93/ΕΚ για τις ηλεκτρονικές υπογραφές, εξομοιώνει την ηλεκτρονική υπογραφή και ειδικότερα την προηγούμενη ηλεκτρονική υπογραφή με την ιδιόχειρη, εφόσον συντρέχουν ορισμένες προϋποθέσεις. Σύμφωνα με το άρθρ. 2 αριθ. 1, ηλεκτρονική υπογραφή σημαίνει «δεδομένα σε ηλεκτρονική μορφή, τα οποία είναι συνημμένα σε άλλα ηλεκτρονικά δεδομένα ή συσχετίζονται λογικά με αυτά και τα οποία χρησιμεύουν ως μέθοδος απόδειξης της γνησιότητας». Το άρθρ. 2, αριθμ. 2 ορίζει ότι *προηγμένη ηλεκτρονική υπογραφή*  ή *ψηφιακή υπογραφή*  είναι η «ηλεκτρονική υπογραφή που πληροί τους εξής όρους:

α) συνδέεται μονοσήμαντα με τον υπογράφοντα,

β) είναι ικανή να καθορίσει ειδικά και αποκλειστικά την ταυτότητα του υπογράφοντος,

γ) δημιουργείται με μέσα, τα οποία ο υπογράφων μπορεί να διατηρήσει υπό τον αποκλειστικό έλεγχό του και

δ) συνδέεται με τα δεδομένα, στα οποία αναφέρεται κατά τρόπο, ώστε να μπορεί να εντοπισθεί οποιαδήποτε μεταγενέστερη αλλοίωση των εν λόγω δεδομένων».

Προϋποθέσεις, που θέτει ο νόμος για την εξομοίωση της προηγμένης ηλεκτρονικής υπογραφής με την ιδιόχειρη υπογραφή τόσο στο ουσιαστικό όσο και στο δικονομικό δίκαιο, είναι να βασίζεται αυτή σε αναγνωρισμένο πιστοποιητικό και να δημιουργείται από «ασφαλή διάταξη δημιουργίας υπογραφής» (βλ. άρθρ. 3 § 1 π.δ. 150/2001). Πάντως, όπως ορίζεται στο άρθρ. 3 2 «η ισχύς της ηλεκτρονικής υπογραφής ή το παραδεκτό της ως αποδεικτικού στοιχείου δεν αποκλείεται από μόνο το λόγο ότι δεν συντρέχουν οι προϋποθέσεις της προηγούμενης παραγράφου»2.

*2. Όπως γίνεται δεκτό, οι μαγνητικές εγγραφές σε ηλεκτρονικό υπολογιστή εξομοιούνται με μηχανικές απεικονίσεις κατά την έννοια του άρθρ. 444 αριθ. 3 του ΚπολΔ και κατά συνέπεια έχουν την ίδια αποδεικτική ισχύ με τα ιδιωτικά έγγραφα κατά το άρθρ. 445 ΚπολΔ βλ. Μανιώτη, ό.π., σ. 121, επίσης Γεωργιάδη Απ. ΓενΑρχΑστΔ § 33 αριθ. 66 επ*

Το σύστημα που χρησιμοποιείται για την κρυπτογράφηση του κειμένου, βασίζεται στη χρήση ενός αλγορίθμου κωδικοποίησης και δύο κλειδιών, του ιδιωτικού και του δημοσίου. Ο αποστολέας ενός ηλεκτρονικού κειμένου χρησιμοποιεί το ιδιωτικό κλειδί (private key) για την κρυπτογράφηση του. Για να διαβάσει το περιεχόμενο του κειμένου αυτού ο παραλήπτης, πρέπει να το αποκρυπτογραφήσει, πράγμα που μπορεί να επιτύχει μόνον εφόσον διαθέτει ένα άλλο κλειδί, το δημόσιο κλειδί (public key). Ο αποστολέας φροντίζει να αποστείλει το δημόσιο κλειδί, σε όσα πρόσωπα θέλει να δώσει τη δυναντότητα να αποκωδικοποιούν τα μηνύματά του3. Η χρήση του ιδιωτικού κλειδιού ελαχιστοποιεί τα προβλήματα ασφάλειας, που συνδέονται με τη μετάδοση ηλεκτρονικών πληροφοριών, ενώ παράλληλα μπορεί να συμβάλει στην πιστοποίηση της αυθεντικότητας των κειμένων.

Οι αρμόδιες Αρχές Πιστοποίησης (certification authorities) ή παροχείς υπηρεσιών πιστοποίησης (άρθρ. 2 § 11 π.δ. 150/2001) παρέχουν πιστοποιητικά, με τα οποία επιβεβαιώνεται αφενός η ταυτότητα των προσώπων που χρησιμοποιούν τα κλειδιά και αφετέρου η μοναδικότητα των εν λόγω κλειδιών4.

*3. Βλ. Καράκωστα, ό.π., σ. 183 επ., Χριστοδούλου, ό.π., σ. 12 επ.*

*4. Βλ. Και Γεωργιάδη Απ., ΓενΑρχΑστΔ, σ. 443 επ., § 33, αριθ. 67.*

Με τη νομοθετική αναγνώριση του κύρους της ηλεκτρονικής υπογραφής μπορούν πλέον τα ηλεκτρονικά έγγραφα να υποκαταστήσουν τον έγγραφο τύπο5. Αξίζει να αναφερθεί ότι ένα χρόνο μετά την ψήφιση του π.δ. 150/2001, ακολούθησε το π.δ. 342/2002, που αφορά στη διακίνηση εγγράφων με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο μεταξύ των δημοσίων υπηρεσιών, των ν.π.δ.δ. και των Ο.Τ.Α. ή μεταξύ αυτών και των φυσικών ή νομικών προσώπων ιδιωτικού δικαίου και των ενώσεων φυσικών προσώπων. Στο διάταγμα αυτό προβλέπεται ότι η διακίνηση συγκεκριμένων εγγράφων, που αποστέλλονται με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο μεταξύ δημοσίων υπηρεσιών και μεταξύ τέτοιων υπηρεσιών και ιδιωτών, είναι υποχρεωτικό να γίνεται με ψηφιακή υπογραφή.

Εφόσον η προηγμένη ηλεκτρονική υπογραφή εξομοιούται πλέον με την ιδιόχειρη, επιτελεί την ίδια με αυτήν λειτουργία, δηλ. Λειτουργία αποδεικτική της ταυτότητας του εκδότη του ηλεκτρονικού εγγράφου και λειτουργία επιβεβαιωτική της μη αλλοίωσης του περιεχομένου του. Συνέπεια της παραπάνω ρύθμισης είναι ότι το ηλεκτρονικό έγγραφο με την ηλεκτρονική υπογραφή επέχει θέση ιδιωτικού εγγράφου με την έννοια του άρθρ. 160 ΑΚ. Τούτο σημαίνει ότι, όπου ο νόμος ή η συμφωνία των μερών προβλέπουν τον έγγραφο τύπο, η προϋπόθεση αυτή πληρούται και με την ύπαρξη ηλεκτρονικού εγγράφου με προηγμένη ηλεκτρονική υπογραφή, αφού, όπως συνεπάγεται από το άρθρ. 3 § 1 του π.δ. 150/2001, το εν λόγω ηλεκτρονικό έγγραφο θεωρείται ιδιωτικό έγγραφο.

Έτσι, η ρύθμιση του π.δ. 150/2001 σχετικά με το κοινοτικό πλαίσιο για ηλεκτρονικές υπογραφές δεν θεωρείται ότι επηρεάζει τις διατάξεις του ΑΚ ή άλλων νομοθετικών ρυθμίσεων, που επιβάλλουν την τήρηση έγγραφου τύπου για την έγκυρη κατάρτιση ορισμένων δικαιοπραξιών. Η εκάστοτε νομοθετική πρόβλεψη ότι για το κύρος μιας δικαιοπραξίας είναι απαραίτητη η ύπαρξη ιδιωτικού εγγράφου, μετά την ψήφιση του π.δ. 150/2001 δεν θεωρείται πλέον ότι έρχεται σε αντίθεση με το άρθρο. 9 § 1 της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο, που απαγορεύει στα κράτη μέλη να περιλαμβάνουν στη νομοθεσία του ρυθμίσεις, που παρακωλύουν την κατάρτιση ηλεκτρονικών συμβάσεων.

*5. Βλ. σχετ. Και Κουσουλη, Σύγχρονες μορφές εγγραφής συναλλαγής, 1992, ιδίως σ. 138 επ., Μούζουλα Γ., Συναλλαγές μέσω του Internet,Ελλδνη 1998, σ. 1443.*

**Ασφάλεια και Πληρωμή**

Αποφασιστικής σημασίας για την εδραίωση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών στις συναλλαγές μέσω του διαδικτύου είναι *η ασφάλεια των πληρωμών.* Όμως, το υφιστάμενο νομοθετικό πλαίσιο σε κοινοτικό, αλλά και σε εθνικό επίπεδο, δεν είναι πάντοτε ικανοποιητικό σε ορισμένα κράτη μέλη. Επιπροσθέτως, δεν υπάρχει ενιαία ρύθμιση, ώστε να επιτυγχάνεται σε όλα τα κράτη μέλη της ένωσης ισοδύναμη ασφάλεια πληρωμών. Η υφιστάμενη κατάσταση δημιουργεί αβεβαιότητα στους καταναλωτές, κλονίζοντας έτσι την εμπιστοσύνη τους, ιδίως όταν πραγματοποιούν διασυνοριακές συναλλαγές μέσω του διαδικτύου. Εντούτοις, οι συντάκτες της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν περιέλαβαν σε αυτήν ρύθμιση για ένα ασφαλές σύστημα πληρωμών.

Δεύτερο σοβαρό πρόβλημα σε σχέση με την εξασφάλιση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών είναι αυτό της *επιστροφής των καταβληθέντων* (το λεγόμενο «refund»), σε περίπτωση που εκ των υστέρων θα προκληθεί διένεξη με τον προμηθευτή, αφού έχει εισπραχθεί το τίμημα. Και ερωτάται, ποιές ειναι οι δυνατότητες, που δίνει ο νόμος στον καταναλωτή για να επιτύχει επιστροφή των χρημάτων του, όταν ανακύψει κάποιο πρόβλημα σε σχέση με τη σύμβαση με τον προμηθευτή. Η απάντηση στο ερώτημα, αν και πώς θα μπορέσει να επιτύχει επιστροφή των χρημάτων του στις περιπτώσεις αυτές, έχει μεγάλη σημασία για τον καταναλωτή. Τούτο, γιατί, όταν τουλάχιστον πρόκειται για διασυνοριακές συναλλαγές, κατά κανόνα θα ειναι γι’αυτόν δύσκολο και πολλές φορές αδύνατο να έρθει σε επαφή με τον προμηθευτή στην αλλοδαπή. Το γεγονός αυτό αποτελεί έναν από τους λόγους, που μειώνουν την ελκυστικότητα της πραγματοποίσησης διασυνοριακών συναλλαγών μέσω του διαδικύτου.

Αδυναμία του συστήματος αποτελεί εξάλλου η *απουσία των μηχανισμών εξώδικης επίλυσης των διαφορών*. Συμβολή θα αποτελούσε η καθιέρωση σε επίπεδο ΕΕ διαδικασίας εξώδικης επίλυσης των διαφορών, που δημιουργούνται στις παραπάνω συναλλαγές, ιδίως σε διασυνοριακό πλαίσιο. Είναι επιβεβλημένο να καθιερωθούν εναλλακτικά συστήματα επίλυσης διαφορών που θα λειτουργούν με ηλεκτρονικά μέσα ( όπως η λεγόμενη «κυβερνοδιαιτησία» (cyberarbitration) )1, έτσι ώστε να ελαχιστοποιούνται οι καθυστερήσεις, η γραφειοκρατία και τα δικαστικά έξοδα. Η εξώδικη επίλυση των διαφορών στο ηλεκτρονικό περιβάλλον έχει πάντως ιδιαιτερότητες, οι οποίες χρήζουν ιδιαίτερης προσοχής2.

*1. Βλ. Ζέκο, Cyberspace και ηλεκτρονική διαιτησία, ΔΕΕ 2002, σ. 1192 επ. Και De Nayer, The Consumer in Electronic Commerce: Beyonf Confidence, σε Wilhelmsson, Consumer Law in the Information Society, 2001, σ. 117 επ., 124.*

*2. Βλ. σχετ. Micklitz, στους Reich/Micklitz, ό.π., § 32, αριθ. 12, σ. 1226 επ.*

**Πληρωμή με Πιστωτική Κάρτα**

Το ηλεκτρονικό εμπόριο συνδέεται με μέσα πληρωμής, που χρησιμοποιούνται απο απόσταση. Για τις συναλλαγές μέσω του διαδικτύου τα πιστωτικά ιδρύματα διαθέτουν τα κατάλληλα μέσα πληρωμής, όπως είναι, π.χ., η κάρτα πληρωμής. Σήμερα πλέον υπάρχει η δυνατότητα πληρωμής και μέσω ηλετρονικού χρήματος (digital cash), αφού στην Ελλάδα με το ν. 3148/2003 (ο οποίος μετέφερε την οδηγία 2000/46/ΕΚ «για την ανάληψη, άσκηση και προληπτική εποπτεία δριαστηριότητας ιδρύματος ηλεκτρονικού χρήματος» ) επιτρέπεται η λειτουργία ιδρυμάτων που εκδίδουν ηλεκτρονικό χρήμα. Συχνότερη είναι πάντως η πληρωμή με πιστωτική κάρτα. Εκδότης της κάρτας είναι συνήθως τράπεζα ή θυγατρική της επιχείρηση, που έχει συνδεθεί και αποτελεί μέλος του δικτύου μιας πολυεθνικής επιχείρησης, που διαθέτει ένα σύστημα πληρωμών και εκκαθαρίσεων και παρέχει στους εκδότες των καρτών υπηρεσίες σχετικές με τη διαχείριση του συστήματος. Τέτοιες διεθνείς επιχειρήσεις είναι η Visa International, η Mastercard, η Amerixan Express, η Diners Club κ.α.

Η πληρωμή με πιστωτική κάρτα αποτελεί τρόπο πληρωμής που συνδυάζει πολλά πλεονεκτήματα, γι’αυτό και έχει επικρατήσει στις καθημερινές συναλλαγές. Εκτός από μέσο πληρωμής, μπορεί να αποτελέσει συγχρόνως μέσο παροχής καταναλωτικής πίστης, ενώ, όπως ήδη τονίστηκε, επιτελεί και εγγυητική λειτουργία. Επίσης, συνδυάζει οικονομικά οφέλη, καθώς το κόστος είναι χαμηλό για τον κάτοχο λόγω της αποφυγής χρησιμοποίησης ενδιαμέσων. Για τις επιχειρήσεις από την άλλη πλευρά, η παροχή από μέρους τους της δυνατότητας πληρωμής με κάρτα αποτελεί πρόσθετο μέσο προσέλκυσης πελατείας, ενώ συντελεί και στην αύξηση του κύκλου εργασιών τους. Για όλους τους παραπάνω λόγους, η πιστωτική κάρτα συνιστά ένα ευέλικτο μέσο πληρωμής, που ανταποκρίνεται ικανοποιητικά στις ανάγκες των σύγχρονων συναλλαγών.

Η χρήση της πιστωτικής κάρτας, όταν παραγγέλλονται αγαθά ή υπηρεσίες στο διαδίκτυο, προκαλέι πρόσθετους κινδύνους για τον κάτοχο της. Κίνδυνοι, που απειλούν τα συμφέροντα του κατόχου της πιστωτικής κάρτα είναι:

* Η έλλειψη ασφάλειας κατά την πληρωμή, δηλ. Ο κίνδυνος χρησιμοποίησης των δεδομένων της κάρτας του δολίως από τρίτον, που τα υπέκλεψε, αλλά και ο κίνδυνος καταχρηστικής χρησιμοποίησης των δεδομένων αυτών απο την αντισυμβαλλόμενη επιχείρηση, στην οποία ο ίδιος ο κάτοχος τα έχει διαβιβάσει.

Ο κίνδυνος υποκλοπής των δεδομένων της κάρτας κατά τη διαβίβαση του μέσω του διαδικτύου από τον κάτοχο προς τη συμβεβλημένη επιχείρηση είναι λοιπόν ορατός. Αυτός ειναι και ο λόγος για τον οποίο ο αριθμός των περιπτώσεων απάτης στις πληρωμές απο απόσταση μέσω πιστωτικών καρτών αυξάνεται ανησυχητικά.

* Τα συμφέροντα του κατόχου της κάρτας απειλούνται από τον κίνδυνο της μη προσήκουσας εκπλήρωσης της παροχής από μέρους της αντισυμβαλλόμενης επιχείρησης, ενώ αυτή έχει προεισπράξει το τίμημα με χρέωση του λογαριασμού της κάρτας του.

Όταν οι καταναλωτές προμηθεύονται προϊόντα ή υπηρεσίες μέσω του διαδικτύου και η είσπραξη του τιμήματος γίνεται μέσω της πιστωτικής τους κάρτας, οι ενέργειες που οδηγούν στην επιβάρυσνη του λογαριασμού της πιστωτικής κάρτας λαμβάνουν χώρα πριν απο την εκπλήρωση της παροχής του προμηθευτή. Έτσι όμως δημιουργούνται προβλήματα στις περιπτώσεις, κατά τις οποίες η συμβεβλημένη επιχείρηση δεν αποστέλλει το προϊόν ή όταν το προϊόν που απέστειλε διαφέρει απο τα συμφωνηθέντα ή είναι ελαττωματικό και επίσης στις περιπτώσεις, κατά τις οποίες ο καταναλωτής έχει ενδιαμέσως υπαναχωρήσει από τη συγκεκριμμένη σύμβαση. Πρόκειται για προβλήματα που δεν αποκλείεται να ανακύψουν και αφορούν στη σχέση μεταξύ του αγοραστή-κατόχου της κάρτας και του προμηθευτή-συμβεβλημένης επιχείρησης. Σε όλες τις παραπάνω περιπτώσεις ο κάτοχος της κάρτας, που συνήθως είναι πρόσωπο που ενεργεί με την ιδιότητα του καταναλωτή, είναι εκείνος, που πρέπει να κινήσει το δικαστικό αγώνα εναντίον της επιχείρησης, η οποία μάλιστα είναι πιθανόν να βρίσκεται σε άλλη χώρα. Περαιτέρω ο κάτοχος της κάρτας είναι αυτός, που φέρει το βάρος της απόδειξης ότι η εκπλήρωση της παροχής ήταν πλημμελής ή ότι δεν έλαβε χώρα εκπλήρωσή της.

**Η Διαφήμιση στο Διαδίκτυο**

Οι καταναλωτές εμπιστεύονται όλο και περισσότερο τη διαφήμιση στο διαδίκτυο.

‘’Διαφήμιση μέσω του Διαδικτύου ή διαφορετικά online διαφήμιση είναι το είδος της διαφήμισης που χρησιμοποιεί αποκλειστικά ως μέσο επικοινωνίας και προβολής το Διαδίκτυο και πιο συγκεκριμένα το βασικό εργαλείο του Διαδικτύου, τον Παγκόσμιο Ιστό Πληροφοριών. ‘’ (Ζeff & Aronson, 1999)

Σύμφωνα με τους Αϊβαλής, Αρριανάς κ.α (2002) τα χαρακτηριστικά στοιχεία της διαδικτυακής διαφήμισης είναι :

* Η διαδραστική ή αλλιώς interactive της φύση
* Η αμεσότητα και διαθεσιμότητα της πληροφορίας συνεχώς
* Το διαφημιστικό μήνυμα προσαρμόζεται άμεσα στις ανάγκες των καταναλωτών, (για παράδειγμα ένα banner μπορεί να αλλάξει πολύ γρήγορα).

**Διαφήμιση – Προώθηση**

1. Η διαφήμιση και η προώθηση πρέπει να είναι σε συμμόρφωση με την κείμενη νομοθεσία, όπως ισχύει.

2. Σε κάθε περίπτωση ενδείκνυται να ισχύουν τα ακόλουθα:

i. Τα διαφημιστικά μηνύματα και όλες οι πληροφορίες που παρέχονται από τις επιχειρήσεις πρέπει να χαρακτηρίζονται (κατά περίπτωση και στο μέτρο του δυνατού δυνάμει του μέσου που χρησιμοποιείται) από σαφήνεια ως προς την ταυτότητα της επιχείρησης, τις ιδιότητες και την τελική τιμή του διαφημιζόμενου προϊόντος, ή εφόσον αυτό δεν είναι δυνατόν, τον τρόπο υπολογισμού αυτής, , σε γλώσσα απλή και κατανοητή για τον καταναλωτή, ώστε ο τελευταίος να είναι σε θέση να αξιολογεί τις παρεχόμενες πληροφορίες και να προβαίνει με ασφάλεια στην ορθή κατά την κρίση του απόφαση ως προς την αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών.

ii. Οι διαφημίσεις ή άλλες προσφορές να απέχουν από παραπλανητικές ή επιθετικές πρακτικές  πριν, κατά τη διάρκεια και ύστερα από εμπορική συναλλαγή που σχετίζεται με συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία,  και η οποία άμεσα ή επαγωγικά είναι πιθανό να παραπλανήσουν τον καταναλωτή για το προϊόν ή την υπηρεσία που προβάλλεται.

iii. Το προσωπικό της επιχείρησης που έρχεται σε άμεση επικοινωνία με τον καταναλωτή δεν παραπλανά ούτε επιδιώκει να παραπλανήσει με κανέναν τρόπο με πράξεις ή παραλείψεις τους καταναλωτές δίνοντας λανθασμένες εντυπώσεις για την παρεχόμενη υπηρεσία ή και προϊόν.

iv. Η επιχείρηση δεν παρέχει ελλιπή ή ανακριβή πληροφορία σχετικά με την δυνατότητα παροχής της υπηρεσίας /πώλησης του προϊόντος στον καταναλωτή.

v. Κάθε διαφήμιση και προωθητική ενέργεια που απευθύνονται ειδικά σε κοινό ανήλικων δεν επιτρέπεται να τους υποκινεί, άμεσα ή έμμεσα, σε πράξεις βίας, σε χρήση οινοπνευματωδών ποτών, προϊόντων καπνού, τοξικών ουσιών ή σε οποιασδήποτε μορφής επικίνδυνη για την ασφάλεια και την υγεία τους συμπεριφορά.

vi. Οι επιχειρήσεις τηρούν τους ηλικιακούς περιορισμούς που θέτει η κείμενη νομοθεσία σε ό,τι αφορά την προώθηση και την πώληση συγκεκριμένων κατηγοριών προϊόντων.

*Πηγή: Τι ορίζει ο Κώδικας Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο | iefimerida.gr*

**Προστασία του Καταναλωτή**

Κρίνεται αναγκαία η θέσπιση μέτρων προστασίας του καταναλωτή για να μπορέσει να ενισχυθεί η εμπιστοσύνη των χρηστών στο διαδίκτυο και συγκεκριμένα στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Για το λόγο αυτό η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει καταφέρει να εναρμονίσει τη νομοθεσία στον τομέα της Προστασίας του Καταναλωτή μεταξύ των κρατών μελών της.

Σύμφωνα με τον ν.2251/1994 («προστασία καταναλωτή»), καταναλωτής είναι κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο για το οποίο προορίζονται τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που προσφέρονται στην αγορά ή το οποίο κάνει χρήση τέτοιων προϊόντων ή υπηρεσιών, εφόσον αποτελεί τον τελικό αποδέκτη τους, ενώ καταναλωτής είναι και κάθε αποδέκτης του διαφημιστικού μηνύματος.

**Μειονεκτήματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου**

Συνοπτικά τα μειονεκτήματα της χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι τα εξής:

1. Οι καταναλωτές ακόµα δεν εµπιστεύονται για τις συναλλαγές τους το ∆ιαδίκτυο και κυρίως διστάζουν να αποστείλουν τον αριθµό της πιστωτικής τους κάρτας µέσω αυτού.

2. Μερικά είδη επιχειρήσεων όπως για παράδειγµα εταιρίες µε είδη ρούχων,ευαίσθητων τροφίµων, κοσµηµάτων είναι σχεδόν αδύνατον, προς το παρόν τουλάχιστον, να ελεγχθούν επαρκώς για την ποιότητα που προσφέρουν, από µια αποµακρυσµένη τοποθεσία , αν και υπάρχουν εξαιρέσεις.

3. Είναι ελάχιστα τα ηλεκτρονικά καταστήµατα που πωλούν µεγάλα σε όγκο και βαριά προϊόντα, που η µεταφορά τους κοστίζει πολύ.

4. Το κόστος για τη δηµιουργία ενός απλού ηλεκτρονικού καταστήµατος µπορεί να µεταβληθεί δραµατικά, καθώς προστίθενται καθηµερινά νέες τεχνολογίες που βοηθούν στην υλοποίηση του.

5. Κάθε επιχείρηση θα πρέπει να επενδύει ένα µεγάλο χρηµατικό ποσό κάθε χρόνο για τη συντήρηση και βελτιστοποίηση του ηλεκτρονικού της καταστήµατος.

6. Ενέχει δυσκολία ενσωµάτωσης των ήδη υπαρχόντων βάσεων δεδοµένων που χρησιµοποιούν για τις παραδοσιακές εµπορικές τους συναλλαγές , µε λογισµικό που θα επιτρέπει την ενοποίηση µε το ηλεκτρονικό τους κατάστηµα.

Συνεπώς το ηλεκτρονικό εμπόριο ελλοχεύει κινδύνους για τον ανυποψίαστο χρήστη.

Πηγή: <http://e-emporio.blogspot.com/p/blog-page_3229.html>

**ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**

Προϊόντα απ’ όλο τον κόσμο παραδίδονται στο σπίτι µας µε μερικά µόνο κλικ. Αυτό είναι το πλεονέκτημα των ηλεκτρονικών αγορών. Όμως, τι γίνεται µε την ασφάλεια των προϊόντων  
που αγοράζουμε από το διαδίκτυο; Ως καταναλωτές, έχουμε την απαίτηση τα προϊόντα αυτά να µην ενέχουν κανένα κίνδυνο. Για τον λόγο αυτό υπάρχουν κανόνες και μηχανισμοί ασφαλείας που πρέπει να τηρούνται προτού ένα προϊόν διατεθεί στους καταναλωτές. Επίσης, οι εθνικές αρχές σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση λαμβάνουν μέτρα ώστε τα προϊόντα που αγοράζουμε να είναι ασφαλή. Πρέπει, όμως και εμείς οι ίδιοι να παίρνουμε ορισμένες προφυλάξεις.

Για να κάνετε έξυπνες και ασφαλείς αγορές µέσω διαδικτύου, ακολουθήστε τις παρακάτω συμβουλές :

* Μάθετε ποιος είναι ο πωλητής
* Εάν ένα προϊόν περιλαμβάνεται στο διαδικτυακό Ευρωπαϊκό σύστημα έγκαιρης προειδοποίησης, μην το αγοράζετε
* Αγοράζετε ένα παιχνίδι για παιδιά; Σιγουρευτείτε για τις προειδοποιήσεις ασφαλείας
* Ελέγξτε τις οδηγίες ασφαλείας ώστε να κάνετε τις καλύτερες επιλογές
* Να διαβάζετε τις κριτικές για προϊόντα ή ιστότοπους
* Διαπιστώσατε κάποιο πρόβλημα με την ασφάλεια του προϊόντος; Μην διστάσετε να το πείτε!
* Καταχωρίστε το προϊόν σας στον ιστότοπο του κατασκευαστή
* Να ενημερώνεστε συνεχώς για τα μη ασφαλή προϊόντα.

**ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΑΡΑΠΛΑΝΗΣΗ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ**

Ορισμένες φορές υπάρχει το ενδεχόμενο να παραπλανηθεί ο καταναλωτής -εκ παραδρομής τις περισσότερες φορές- σχετικά με βασικά στοιχεία της αγοράς του. Δύο αρκετά συνήθεις περιπτώσεις παραπλάνησης στις ηλεκτρονικές αγορές είναι οι εξής:

* Να πραγματοποιηθεί παραγγελία ενός προϊόντος από ηλεκτρονικό κατάστημα με μια συγκεκριμένη τιμή προσφοράς, αλλά στη συνέχεια το κατάστημα να ενημερώσει τον καταναλωτή ότι η τιμή είναι διαφορετική από αυτή που είδε στην ιστοσελίδα όταν έκανε την παραγγελία του.
* Να πραγματοποιηθεί παραγγελία ενός προϊόντος από ηλεκτρονικό κατάστημα το οποίο εμφανιζόταν ως διαθέσιμο την ημέρα της παραγγελίας, αλλά να ενημερωθεί ο καταναλωτής εκ των υστέρων ότι το προϊόν δεν είναι διαθέσιμο κι επομένως η παραγγελία του δεν μπορεί να εκτελεστεί.

Τόσο η πρώτη όσο και η δεύτερη περίπτωση αποτελούν παραπλάνηση, σύμφωνα με όσα ορίζει η νομοθεσία. Και στις δύο περιπτώσεις ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα να υπαναχωρήσει και να ζητήσει την επιστροφή των χρημάτων που ενδεχομένως έχουν καταβληθεί. Επιπλέον, στην πρώτη περίπτωση όπου το προϊόν εμφανίζεται με διαφορετική τιμή στην ιστοσελίδα από αυτή που απαιτεί τελικά το κατάστημα, ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα να επιμείνει στην εκτέλεση της παραγγελίας με την αρχική τιμή.

Εκτός από τις παραπάνω περιπτώσεις, πολύ προσοχή χρειάζεται αν ζητηθεί προκαταβολή για την αγορά ενός προϊόντος. Ειδικότερα, ο νόμος ορίζει ότι δεν επιτρέπεται η είσπραξη προκαταβολής για αγορά από το Internet, διατηρώντας από τη μεριά του καταναλωτή το δικαίωμα να αρνηθεί σε περίπτωση που του ζητηθεί κάτι ανάλογο.

Η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή και ο Συνήγορος του Καταναλωτή είναι οι αρμόδιοι φορείς στους οποίους μπορεί οποιοσδήποτε να απευθύνεται για ό,τι ζήτημα προκύψει σχετικά με αγορές από κάποιο ηλεκτρονικό κατάστημα καθώς και να υποβάλλει καταγγελία για παραπλάνηση, εάν δεν εξυπηρετειθεί όπως ορίζει η νομοθεσία.

*Πηγή:skroutz.gr*

*elta.gr*

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

* Ιωάννης Δ. Ιγγλεζάκης «Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου»
* Ελίζα Δ. Αλεξανδρίδου «Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου»