



Τμήμα Οικονομικών
Επιστημών



**MSc law &
economics**

DEPARTMENT of ECONOMICS,
UNIVERSITY of MACEDONIA
and SCHOOL of LAW,
ARISTOTLE UNIVERSITY of THESSALY



ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
Νομική Σχολή

**ΔΙΔΡΥΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΔΙΚΑΙΟ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ**

Διπλωματική Εργασία

**ΕΤΟΙΜΟΤΗΤΑ & ΟΙ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΓΙΑ ΜΙΑ ΠΙΟ
ΚΑΙΝΟΤΟΜΟ, ΒΑΘΥΤΕΡΗ ΚΑΙ ΔΙΚΑΙΟΤΕΡΗ ΨΗΦΙΑΚΑ
ΕΝΙΑΙΑ ΑΓΟΡΑ**

Της ΑΝΤΩΝΙΑΣ Γ. ΔΡΟΓΓΙΤΗ

Επιβλέπων καθηγητής: Ευρυπίδης Ρίζος

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος
Ειδίκευσης Δίκαιο και Οικονομικά

Φεβρουάριος 2023

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Στο Θεό μου που μου δίνει δύναμη & φωτίζει τα όνειρά μου, υπερβαίνοντας τους φόβους μου, στην οικογένειά μου που στηρίζει την ανάγκη μου για ψυχική & πνευματική εξέλιξη, στους συνεργάτες μου στην Atlas Consulting που είναι συνοδοιπόροι στο όραμά μου, αλλά και στους Καθηγητές μου που μου μεταλαμπάδευσαν όλα αυτά τα χρόνια τις γνώσεις τους & την αγάπη τους για τη μάθηση, συνέβαλαν σημαντικά στη διαμόρφωση του αξιακού μου συστήματος & καλλιέργεια επαγγελματικής μου συνείδησης.

Αντωνία Γ. Δρογγίτη

Θεσσαλονίκη

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Αντικείμενο της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η αναγωγή του παράγοντα «Ετοιμότητα», σε πρωταρχικής σημασίας για την επιδίωξη του ενωσιακού οράματος της ενιαίας ψηφιακής αγοράς, εξετάζοντας τον ιδίως στα πλαίσια των εξ' αποστάσεως συμβάσεων(ψηφιοποίηση-αποτελεσματικότητα). Επιδιώκεται η εμβάθυνση στην έννοια της Ψηφιακής Ετοιμότητας, να εντοπιστούν και αναλυθούν οι επιμέρους διαστάσεις της, άλλως το περίφημο τρίπτυχο της Εκπαιδευτικής-Επιχειρηματικής-Νομοθετικής Ετοιμότητας. Μελετά το βαθμό επίτευξης της Ετοιμότητας σ' εθνικό & ενωσιακό επίπεδο και διερευνά τους λόγους μέσα στο χρόνο, με αναφορά σε σημαντικές ελλείψεις και πλημμέλειες, που συντρέχουν και δεν έχει εκπληρωθεί ακόμα το όραμα για μια ενιαία ψηφιακή αγορά. Γεννά ιδιαίτερους προβληματισμούς για το «τις παίει» καταδεικνύοντας τον καταλυτικό ρόλο ύπαρξης ουσιώδους συνεργασίας της εκάστοτε πολιτείας με τον επιχειρηματικό κόσμο για τη μείωση του ψηφιακού χάσματος & περιστολής της επιχειρηματικής παραβατικής συμπεριφοράς, όπως και της ανάπτυξης της επιχειρηματικής «ενσυναίσθησης». Εισάγει την έννοια του νομικού κατακερματισμού, στην εμφάνιση της οποίας συνέβαλε η ατέρμονη θέσπιση νέων με κατάργηση/τροποποίηση παλαιών νομοθετημάτων, ώστε να ζούμε σ' ένα ρευστά μεταβαλλόμενο νομικά ψηφιακό κόσμο που καλλιεργεί την μειωμένη ψηφιακή εμπιστοσύνη των καταναλωτών.

Η παρούσα εργασία είναι προϊόν πολύωρης μελέτης και αναζήτησης σε ελληνικές & ξένες πηγές, στατιστικές μελέτες, αρθρογραφίες, νομοθετήματα & νομολογίες, με παράθεση ερμηνείας, ιδίως προσωπικής. Όπως και παρακολούθησης συνεδρίων για τις ψηφιακές στρατηγικές/μάρκετινγκ & συμβάσεις, αλλά και κατάθεσης επαγγελματικής μου πείρας.

Λέξεις-Κλειδιά: Ενιαία Ψηφιακή Αγορά, Ετοιμότητα, Ψηφιακός Εγγραμματισμός & Χάσμα, Δεξιότητες, Επιχειρηματική Ενσυναίσθηση, Ψηφιακή Εμπιστοσύνη, Νομικός Κατακερματισμός. Δείκτες Μέτρησης Ετοιμότητας, Αναπτυσσόμενες Χώρες, Κυβερνητική Στήριξη

ABSTRACT

The subject of this bachelor's thesis is the showing of the "Readiness" factor, at primary importance for the pursuit of the EU Single Digital Market's vision, examining it especially in the context of distance contracts (digitalization-efficiency). It is sought to deepen the concept of Digital Readiness, to identify and analyze its individual dimensions, called as the triple options of Educational-Business-Legislative Readiness. It studies the degree of achievement of Readiness at the national & EU level and investigates the reasons over time, with reference to occurred significant deficiencies and faults, and the reasons for which the vision for a single digital market has not yet been fulfilled. It raises particular concerns about "who is responsible for" by demonstrating the catalytic role of essential cooperation between each state and the business world for the reduction of the digital Gap & business criminal behavior, as well as the development of business "empathy". It introduces the term of "legal fragmentation", that was caused by the endless enactment of new and repeal/amendment of old laws, so that we live in a fluidly, changing legal digital world that fosters diminished digital consumer trust.

The hereby thesis is the product of long studying and research in Greek & Foreign Bibliography sources, statistical studies, articles, legislation & jurisprudence, with a quotation of interpretation, ideally personal. As well as attending conferences on digital strategies/marketing & contracts, but also getting started my professional experience.

Key – words:Single Digital Market, Readiness, Digital Registration & Gap, Skills, Business Empathy, Digital Trust, Legal Fragmentation, Readiness indicators, Developing countries, Government Support

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ABSTRACT	4
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	5
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ	7
ΠΡΟΟΙΜΙΟ	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	11
1.1. Ψηφιακή ετοιμότητα, μύθος ή πραγματικότητα.....	11
1.2 Ψηφιακή Ωριμότητα & δείκτες μέτρησης.....	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΕΤΟΙΜΟΤΗΤΑ.....	14
2.1. Ψηφιακός Γραμματισμός - Ψηφιακές Δεξιότητες σε αλληλένδετη σχέση.....	14
2.2. Ψηφιακό Χάσμα ως Αποτύπωμα της εκπαιδευτικής ανετοιμότητας.....	16
2.3 Διαγραμματική Απεικόνιση Σχέσης Προσφοράς-Ζήτησης Ψηφιακών δεξιοτήτων.....	17
2.3.1. Καθορισμός αναντιστοιχίας μεταξύ δεικτών σημαντικότητας & επάρκειας ψηφιακών δεξιοτήτων.....	17
2.3.2. Αναξιοποίητη διαθέσιμη παραγωγική μάζα-ποιοτική υποβάθμιση της προσφοράς από την εργοδοσία.....	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΕΤΟΙΜΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	24
3.1.Ψηφιακός Μετασχηματισμός. Εισαγωγή σε προηγμένες έννοιες: Ψηφιακή Ηγεσία -Διεπιχειρησιακό Εμπόριο - Επιχειρηματικά Μοντέλα.....	24
3.2. Επιχειρηματικά Μοντέλα ως μέσο προώθησης της Επιχειρηματικής Ετοιμότητας.....	26
3.2.1 Μέγεθος επιχειρήσεων & η επίδρασή του στην ετοιμότητα.....	26
3.2.2 Εσωτερικοί & Εξωτερικοί παράγοντες επιτυχούς επιλογής τους.....	27
3.3 Μοντέλα αξιολόγησης ετοιμότητας των επιχειρήσεων.....	29
3.4 Εργαλειοθήκες(Toolkits) Ψηφιακού Μάρκετινγκ & ΗΕ.....	30
3.4.1Εξατομικευμένη Διαδικτυακή Τιμή (OPP). Εννοιολογικός προσδιορισμός.....	30

3.4.2. Περιπτώσιολογία σκανδάλου «Amazon Marketplace» για αθέμιτη χρήση OPP.....	32
3.4.3. Εργαλείο OPP: Αναγκαιότητα για νομική περιστολή της χρήσης του.....	33
3.4.4 Cookies ως μέσο εκτέλεσης της στρατηγικής OPP.....	35
3.4.5 Το Παράδοξο της Συγκατάθεσης(opt-in).....	39
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ (DIGITALTRUST)	42
4.1.Κλωνισμός εμπιστοσύνης Ψηφιακού Καταναλωτή Στατιστικές Αναφορές & συμπεράσματα.....	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΝΟΜΙΚΟΣ ΚΑΤΑΚΕΡΜΑΤΙΣΜΟΣ(Σύγχρονη Προβληματική)...	49
5.1. Κατάκτηση της Ενιαία Ψηφιακής Αγοράς, ως το Μεγάλο Στοίχημα του Ενωσιακού Νομθέτη.....	49
5.2. Πολλαπλά νομοθετήματα ενός Ασταθούς Μεταβαλλόμενου Νομικού κόσμου	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ - ΕΡΜΗΝΕΙΕΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ (ΑΝ)ΕΤΟΙΜΟΤΗΤΑΣ	57
6.1.DSGI Δείκτης μέτρησης ψηφιακού Χάσματος.....	57
6.1.1 Μεθοδολογία Μετρήσεων DSGI (οι Έξι πυλώνες).....	59
6.2 Ψηφιακή Ετοιμότητα ΜμΕ σ' εθνικό επίπεδο.....	68
6.2.1 Κατάταξη της Ελλάδας βάσει δεικτών αξιολόγησης ετοιμότητας εντός ΕΕ.....	70
ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	71
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	73
Ελληνόγλωσση	73
Ξενόγλωσση.....	74
Ηλεκτρονικές Πηγές.....	75

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

ΒΨΜ	Βίβλος Ψηφιακού Μετασχηματισμού
ΔΕΕ	Δικαστήριο Ευρωπαϊκής Ένωσης
ΕΕΠ	Ενιαία Ευρωπαϊκή Πράξη
ΕΣΠΑ	Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Προστασίας Δεδομένων
ΗΕ	Ηλεκτρονικό Εμπόριο
ΕΟΚ	Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα
ΕΕ	Ευρωπαϊκή Ένωση
ΕΣΠΑ	Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Προσωπικών Δεδομένων
ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ	Γενικός Κανονισμός Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων
ΝΟΜΟΣ	2251/1994 περί Προστασίας Καταναλωτή
ΣΛΕΕ	Συνθήκη για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης
ΤΠΕ	Τεχνολογία Πληροφοριών και Επικοινωνίας
APEC	Asia-Pacific Economic Cooperation
B2B	Business to Business
B2C	Business to Consumer
C2C	Consumer to Consumer
EDI	Electronic Data Interchange
EC	Ευρωπαϊκή Επιτροπή
ESCO	European Skills, Competences, Qualifications and Occupations
KYC	Know Your Client
NOYB	Ευρωπαϊκό Κέντρο για τα Ψηφιακά Δικαιώματα

OECD	Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας & Ανάπτυξης(ΟΟΣΑ)
O.D.	Omnibus Directive(Οδηγία 2019/2161)
OPP	Online Price Personalization
STEM	Science, Technology, Engineering and Mathematics
UCPD	Unfair Commercial Practices Directive
WTP	Willingness to Pay

ΠΡΟΟΙΜΙΟ

Το αρχικό όραμα της ενωμένης ευρωπαϊκής κοινότητας για μια «κοινή» αγορά έρχεται από το βαθύ παρελθόν, το 1958 με τη συνθήκη της Ρώμης, που είχε ως στόχο την εξάλειψη των εμπορικών φραγμών μεταξύ των κρατών μελών με σκοπό την αύξηση της οικονομικής ευημερίας και τη συμβολή σε μια ολοένα στενότερη ένωση των λαών της Ευρώπης. Το 1986 η Ενιαία Ευρωπαϊκή Πράξη(ΕΕΠ)¹ συμπεριέλαβε στη Συνθήκη για την Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα(ΕΟΚ) τον στόχο της εγκαθίδρυσης της «εσωτερικής» αγοράς» ως τις 31^η Δεκεμβρίου 1992(ημερομηνία ολοκλήρωσης), ορίζοντάς την ως «ένα χώρο χωρίς εσωτερικά σύνορα μέσα στον οποίο εξασφαλίζεται η ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων, των προσώπων, των υπηρεσιών και των κεφαλαίων»². Αυτή η μετονομασία από κοινή σε εσωτερική αγορά οφείλεται στην έλλειψη προόδου ως προς την επίτευξη της κοινής αγοράς που οφειλόταν κυρίως στην επιλογή υπερβολικά λεπτομερούς μεθόδου νομοθετικής εναρμόνισης και στο κανόνα που απαιτούσε ομοφωνία για τη λήψη αποφάσεων στο Συμβούλιο. Με την Ενιαία Ευρωπαϊκή Πράξη όμως ενισχύθηκαν οι μηχανισμοί λήψης αποφάσεων για την εσωτερική αγορά, ψηφίζοντας πλέον με ειδική πλειοψηφία τη σύγκλιση των εθνικών νομοθεσιών. Αυτό το θεσμοθετημένο είδος ψηφοφορίας της ειδικής πλειοψηφίας απεδείχθη αποτελεσματικό, καθώς πάνω από το 90% των νομοθετικών πράξεων της Λευκής Βίβλου του 1985 είχαν εγκριθεί. Η συμβολή της εσωτερικής αγοράς ήταν μεγάλη στην ευημερία, ελευθερία και την ολοκλήρωση της οικονομίας της Ε.Ε., διότι παρέχει πρόσβαση σε αγαθά, υπηρεσίες, θέσεις εργασίας, επιχειρηματικές ευκαιρίες και πολιτιστικό πλούτο³. Το 2010 κρίθηκε η ανάγκη επανεκκίνησης της εσωτερικής αγοράς και έκτοτε, σε Κοινοτικές Οδηγίες και Κανονισμούς αναφέρεται ως στόχος η ώθηση για μια «ενιαία» ευρωπαϊκή αγορά, υιοθετώντας μια πιο φιλόδοξη πολιτική σε σχέση με την προηγούμενη.

Προς αυτήν την προσπάθεια, εξάλλου το 2008 ξεκίνησαν να εκδίδονται Οδηγίες πλήρους ή μεγίστου επιπέδου εναρμόνισης, αντί ελαχίστου που είθισται ως τότε, ήτοι τα κράτη μέλη έπρεπε πλέον να θεσπίσουν κανόνες στην εθνική έννομη τους τάξη με

¹<https://eur-lex.europa.eu/EL/legal-content/summary/the-single-european-act.html>

² αρ. 26 ΣΛΕΕ

³ άρθρα 4 παράγραφος 2 στοιχείο α, 26, 27, 114 και 115 ΣΛΕΕ

τα ελάχιστα και τα μέγιστα πρότυπα που ορίζει η Οδηγία. Κατά κανόνα η Οδηγία(Directive), ως ορίζει αρ. 288 ΣΛΕΕ, δεσμεύει κάθε κράτος μέλος στο οποίο απευθύνεται, όσον αφορά το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα, αλλά αφήνει την επιλογή του τύπου και των μέσων στην αρμοδιότητα των εθνικών αρχών. Όμως, αυτό αλλάζει με την έκδοση πλέον Οδηγιών μέγιστης εναρμόνισης, αφού τα κράτη καλούνται να τις ενσωματώσουν πιστά με την μορφή την οποία αυτές εκδόθηκαν, χωρίς να μπορούν να παρεκκλίνουν από το περιεχόμενό τους (απουσία διακριτικής ευχέρειας). Από την άλλη οι Οδηγίες ελάχιστης εναρμόνισης είναι πράξεις που τα κράτη να μεν καλούνται να εσωτερικοποιήσουν, εντούτοις έχουν τη δυνατότητα να δώσουν περισσότερα δικαιώματα στα πρόσωπα που προστατεύει η κάθε πράξη.

Προκειμένου λοιπόν να υπάρξει ένα εν τοις πράγμασι εναρμονισμένο νομικό πλαίσιο το οποίο θα υποστήριζε την εσωτερική αγορά, η δυναμική των Οδηγιών μέγιστης εναρμόνισης άρχισε να πολλαπλασιάζεται εν παρόδω χρόνω για την προστασία της ασφάλειας και της εύρυθμης λειτουργίας της. Πράξεις και Στρατηγικές μπήκαν σ' εφαρμογή, με πρώτη την «Ενιαία Αγορά-Πράξη II (COM(2012)0573)» που αναγνωρίζει την ανάγκη για αξιοποίηση ανεκμετάλλετου δυναμικού της ενιαίας αγοράς ως κινητήρια δύναμη για ανάπτυξη αυτής. Στα πλαίσια ισχύος της **τον Μάιο 2015 για 1^η φορά μπαίνει σ' εφαρμογή στρατηγική για «ψηφιακή ενιαία» αγορά⁴**, που εισήγαγε εντατικό νομοθετικό πρόγραμμα για την οικοδόμηση μιας ευρωπαϊκής ψηφιακής οικονομίας. Το 2019 ακολουθεί και το «Πρόγραμμα για την Ευρώπη της Ursula von der Leyen» επικεντρώνοντας η Επιτροπή το έργο της στο όραμα λειτουργίας μια ψηφιακής ενιαίας αγορά μεταξύ των κρατών-μελών. Πρόσφατα μάλιστα, Φλεβάρη 2020 εκδίδεται το έγγραφο στρατηγικής της Επιτροπής με τίτλο «*Διαμόρφωση του ψηφιακού μέλλοντος της Ευρώπης*» ως ορίζει τα μέσα *διαμόρφωσης μιας ευρωπαϊκής ενιαίας αγοράς δεδομένων & το προαπαιτούμενο την ύπαρξης ρυθμιστικού πλαισίου δημιουργίας ισότιμων όρων ανταγωνισμού τόσο εντός όσο και εκτός E.E..*

Εν καιρώ πανδημίας COVID-19, στην ανακοίνωσή της Επιτροπής που τιτλοφορεί *«Η ώρα της Ευρώπης: ανασύνταξη και προετοιμασία για την επόμενη γενιά»⁵*, υπερθεματίστηκε ο καταλυτικός ρόλος της ψηφιοποίησης της ενιαίας αγοράς στην ανάκαμψη από την κρίση. Εξ'ου και προτάθηκαν: (1) επενδύσεις σε καλύτερη

⁴(COM(2015)0192)

⁵(COM(2020)456)

συνδεσιμότητα, (2) ισχυρότερη βιομηχανική - τεχνολογική παρουσία σε στρατηγικά τμήματα της εφοδιαστικής αλυσίδας(π.χ.τεχνητή νοημοσύνη, κυβερνοασφάλεια, υποδομές υπολογιστικού νέφους, δίκτυα 5G), (3) πραγματική οικονομία δεδομένων - κοινοί ευρωπαϊκοί χώροι δεδομένων & τέλος (4) ένα περιβάλλον πιο δίκαιο και ευνοϊκό για την επιχειρηματικότητα⁶.

Η ψηφιακή ενιαία αγορά(έχουσα μέγιστη έκφρασή της το ηλεκτρονικό εμπόριο) δημιουργεί αδιαμφισβήτητα νέες δυνατότητες για την τόνωση της οικονομίας, οφελεί καταναλωτές & επιχειρήσεις, ενώ παράλληλα περιορίζει τη γραφειοκρατία μέσω της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης και της ψηφιοποίησης των δημόσιων υπηρεσιών. Παρά ταύτα οι προκλήσεις & τα εμπόδια προς εκπλήρωση πέρα του μισού αιώνα οράματος της ενιαίας αγοράς καλά κρατούν & η ανάγκη να επικεντρωθούν όλες οι προσπάθειες στην ολοκλήρωση της Ψηφιακή Ετοιμότητας(Εκπαιδευτική-Επιχειρηματική-Νομοθετική) κρίνεται πιο επιτακτική από ποτέ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1 ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΤΟΙΜΟΤΗΤΑ

ΜΥΘΟΣ Ή ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Ως το όραμα για «Ενιαία ψηφιακή αγορά» νοείται εκείνο της διασφάλισης της ελεύθερης κυκλοφορίας ανθρώπων, υπηρεσιών και κεφαλαίων και την εν δυνάμει σε άτομα και επιχειρήσεις απρόσκοπτη πρόσβαση όπως και συμμετοχή σε διαδικτυακές δραστηριότητες αδιακρίτως εθνικότητας ή τόπου διανομής. Διέπεται από συνθήκες θεμιτού ανταγωνισμού και υψηλό επίπεδο προστασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και των καταναλωτών.

Η τεχνολογική επανάσταση, ειδικά στους τομείς των Τηλεπικοινωνιών και του Διαδικτύου, βοήθησε καθοριστικά στη –σχετικά- ομαλή συνέχιση δραστηριοτήτων

⁶Θεματολογικά Δελτία για την Ευρωπαϊκή Ένωση -2022/ Η Εσωτερική Αγορά: Γενικές Αρχές Συντάκτες: Christina Ratcliff / Barbara Martinello / VasileiosLitos (https://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/el/FTU_2.1.1.1.pdf)

της καθημερινής μας ζωής. Πολλοί άνθρωποι χρησιμοποίησαν την τεχνολογία αυτή για να πραγματοποιούν τηλεδιασκέψεις, προσωπικές και κοινωνικές επαφές, virtual ψυχαγωγία, ψηφιακές τραπεζικές συναλλαγές, online αγορές κ.ά. Αξιοποιώντας ένα σύστημα άμεσης ανταλλαγής δεδομένων εξοικονομήθηκαν σημαντικοί πόροι και χρόνος, ενώ αποφεύχθηκαν λάθη. Με το COVID-19 η ελλιπής ετοιμότητα στην ψηφιακή μετάβαση έγινε πιο αντιληπτή από ποτέ, αφού σχεδόν η ψηφιοποίηση των συμβάσεων & υπηρεσιών έγινε προαπαιτούμενο. Κατά τη διάρκεια του εγκλεισμού μας οι ψηφιακές τεχνολογίες είχαν καίριο ρόλο εξασφαλίζοντας την πρόσβασή μας σε ζωτικά αγαθά και σε υπηρεσίες (π.χ. ένδυσης, εκπαίδευσης). Αναπτύχθηκε η επιγραμμική αγορά, υιοθετήθηκε το ηλεκτρονικό εμπόριο, εξίσου από καταναλωτές(B2C) και επιχειρήσεις σ' όλον τον κόσμο(B2B).

Το σοκ του COVID-19 έχει επιταχύνει περαιτέρω την υιοθέτηση διαδικτυακών πλατφορμών. Κατά τη διάρκεια του lockdown, η οικονομική δραστηριότητα έχει μετατοπιστεί προς τις διαδικτυακές αγορές(HE) – τουλάχιστον σε αυτούς τους τομείς, όπως οι λιανικές πωλήσεις,πληρωμές μέσω κινητού τηλεφώνου και παράδοση εστιατορίων(delivery, take-away), που δεν απαιτούν καθόλου ή ελάχιστη φυσική επαφή – βοηθώντας τις οικονομίες ν' ανθίσουν. Η ταχεία διάδοση των διαδικτυακών πλατφορμών αποδίδεται στα μεγάλα οικονομικά οφέλη και ευκαιρίες που δημιουργούν⁷. Τα μεγάλα εφέ δικτύου και οι συναλλαγές χαμηλού κόστους επιτρέπουν στο διαδίκτυο ν' αναπτύξει διαδικτυακές πλατφόρμες για τη σύνδεση περισσότερων ατόμων και επιχειρήσεων παρά φυσικών αγορών, διευκολύνοντας την αγορά & τις ανταλλαγές, ενώ το άνοιγμα του Διαδικτύου και στο παγκόσμιο ηλεκτρονικό εμπόριο τους επιτρέπουν να προσεγγίσουν χρήστες παγκοσμίως. Με τη μείωση στα κόστη συναλλαγών, βελτίωση της αντιστοίχισης αγοραστών και πωλητών και ενίσχυση της αξιοποίησης της χωρητικότητας, μπορεί να αυξηθεί η αποτελεσματικότητα της αγοράς⁸.

Ταυτόχρονα, η ταχεία άνοδος των διαδικτυακών πλατφορμών έχει διαταράξει τις εδραιωμένες βιομηχανίες και επιχειρηματικά μοντέλα, ενώ απαιτείται αναθεώρηση των υφιστάμενων κανονισμών σε πολλούς τομείς πολιτικής, όπως τον ανταγωνισμό, την αγορά εργασίας, τη φορολογία και την προστασία των καταναλωτών⁹.

⁷ (Matthew Sinclair, 2016)

⁸OECD (2019). Unpacking E-commerce: Business Models, Trends and Policies, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/23561431-en>

⁹ (Roedder *et al.*, 2016)

1.2 Ψηφιακή Ωριμότητα & δείκτες μέτρησης

Η ελλειπής ψηφιακή ετοιμότητα γέννησε την ανάγκη για μέτρηση των επιπέδων ύπαρξής της(βλ. παρακάτω αναφορά σε δείκτες μέτρησης). Προκειμένου να μπορούν να εκπονηθούν συγκριτικές μελέτες μεταξύ εθνών, ερευνητικές ομάδες εισήγαγαν έναν νέο όρο στον ψηφιακό κόσμο, ευρέως γνωστό ως **ψηφιακή ωριμότητα** (αγγλικά: *digital maturity*), όπως περιγράφεται η «ικανότητα» ενός οργανισμού να **επωφελείται από την υιοθέτηση ψηφιακών τεχνολογιών**. Συνεπώς, δεν περιορίζεται στην εφαρμογή, αλλά κυρίως στο βαθμό κατά τον οποίο η χρήση ψηφιακών μέσων συμβάλλει στην αύξηση της αποδοτικότητας ενός οργανισμού. Η ψηφιακή ωριμότητα χαρακτηρίζει Δημόσιο Τομέα, Επιχειρήσεις, καθώς και μέλη μιας κοινωνίας ή και μεμονωμένα άτομα. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση αλλά και διεθνώς, υπάρχουν δείκτες που αξιολογούν την ψηφιακή ωριμότητα των χωρών σε επίπεδο κυβερνήσεων, επιχειρήσεων, εργατικού δυναμικού και άλλων επιμέρους τομέων & έχουν αξιολογηθεί ως υψίστης φερεγγυότητας από επιστημονικές κοινότητες. Οι πολυάριθμοι αυτοί Δείκτες αξιολόγησης Επαρκούς Ψηφιακής Ετοιμότητας μαρτυρούν τη δυσκολία ακριβών μετρήσεων ως πολυπαραγοντικό εργαλείο, όπου και παραθέτουμε τους πιο ευρέως γνωστούς:

- Δείκτης αποτύπωσης ψηφιακού χάσματος (DSGI)--Δείκτης ψηφιακής οικονομίας και κοινωνίας (DESI) - Δείκτης Ψηφιακής Ανταγωνιστικότητας του Διεθνούς Κέντρου Ανταγωνιστικότητας(IMD)-Δείκτης Ανάπτυξης και Ψηφιακής Διακυβέρνησης (EGDI) -Δείκτης Ανάπτυξης ΤΠΕ(IDI)-Δείκτης Ψηφιακής Εξέλιξης (DEI)-Σύνθετος δείκτης SEV DigitalMaturityIndex, που μελετάει τις ψηφιακές επιδόσεις των χωρών, βάσει πολλαπλών κριτηρίων(σύνθετος Δείκτης).¹⁰

Σημαντικές στατιστικές μελέτες μέτρησης των ανωτέρων δεικτών ψηφιακής ετοιμότητας έχουν γίνει σ' ευρωπαϊκό & παγκόσμιο επίπεδο αποκαλύπτοντας κάποιους από τους καθοριστικούς παράγοντες καλύτερης προετοιμασίας των μερών

¹⁰https://www.sev.org.gr/wp-content/uploads/2022/02/PsifiakoParatiritirioSEV_KentrikiMeleti2021_2.2.2022.pdf

στον κόσμο των ψηφιακών συναλλαγών, αξιομνημόνευτης σημασίας, μελέτης & ερμηνείας¹¹.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΕΤΟΙΜΟΤΗΤΑ

2.1. Ψηφιακός Γραμματισμός – Ψηφιακές Δεξιότητες σε αλληλένδετη σχέση

Η ετοιμότητα των πληθυσμών μέσα στο χρόνο για μετάβαση στη σύγχρονη ψηφιακή εποχή σηματοδοτείται μέσα από τα επίπεδα Ψηφιακού Γραμματισμού & ανάπτυξης Ψηφιακών Δεξιοτήτων, ώστε να μπορούν αποτελεσματικά να συμμετέχουν και να κάνουν χρήση σημαντικού μέρους των ψηφιακών εργαλείων που τους παρέχει η συνεχώς αναπτυσσόμενη τεχνολογία στον ηλεκτρονικό κόσμο.

Ψηφιακός Γραμματισμός(Digital Literacy) είναι η συνώνυμη έκφραση του κοινωνικού αλφαριθμητισμού. Στον πυρήνα και την έννοια του σημαίνει τη συστηματική ενημέρωση και πληροφόρηση των πολιτών, του ανθρώπινου δυναμικού, των διαφόρων ευάλωτων κοινωνικών ομάδων με καινοτόμο τρόπο για τις νέες τεχνολογίες, τη δυναμική τους, την έννοια τους, τον τρόπο που μπορούν να βελτιώσουν την απόκριση της ανθρωπότητας και της κάθε χώρας στις νέες προκλήσεις. Η ενημέρωση αυτή με νέα εργαλεία γίνεται εντός νέου, συνεχώς μεταβαλλόμενου πλαισίου των διαδοχικών κρίσεων και αφορά τις νέες τεχνολογικές μεταβολές, την ερμηνεία τους, τις ευκαιρίες και τους σχετικούς κινδύνους.

«Είναι η ικανότητα πλοήγησης σε ένα περιβάλλον που είναι πλήρως ενσωματωμένο με διαφορετικές τεχνολογίες» ως περιεκτικά αναφέρει η Karin Cross-Smith, πρόεδρος του Heretto, κορυφαίας εταιρείας-υποστηρικτής ανάπτυξης επιτυχημένων επιχειρηματικών μοντέλων.

Ο ψηφιακός γραμματισμός, ως οι Rafferty και Steyaer¹² τον αναφέρουν ως **άρρηκτα συνδεδεμένο με τις ψηφιακές δεξιότητες(Digital Competences or Skills)**, όπου ως «Δεξιότητες» νοούμε:

¹¹Βλ. παρακάτω ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6.2.1 Κατάταξη της Ελλάδας βάσει δεικτών αξιολόγησης ετοιμότητας μέσα στην ΕΕ

-Λειτουργικές δεξιότητες αναφέρονται στη χρήση της τεχνολογίας (πχ. Απλοί χειρισμοί, όπως η χρήση πληκτρολογίου ή ποντικιού, καθώς και πιο σύνθετοι χειρισμοί, όπως η αποστολή e-mail, η αναζήτηση στο διαδίκτυο ή λήψη και εγκατάσταση λογισμικού με συνημμένο κτλ).

-Δομικές δεξιότητες σε συνάρτηση με τη χρήση των (νέων) δομών στις οποίες περιέχονται οι πληροφορίες. Οι δεξιότητες αυτές περιλαμβάνουν τη χρήση των υπερσυνδέσεων και την αξιολόγηση των πληροφοριών που βρέθηκαν.

-Στρατηγικές δεξιότητες ως οι πιο στρατηγικές χρήσεις των πληροφοριών και περιλαμβάνουν τη δυνατότητα της ενεργής αναζήτησης πληροφοριών, την ικανότητα της κριτικής ανάλυσης των διαθέσιμων πληροφοριών και τη συνεχή αναζήτηση πληροφοριών σχετικά με εργασία ή την προσωπική ζωή του ατόμου.

Μια πιο μοντέρνα, ενδιαφέρουσα εννοιολογική προσέγγιση του Ψηφιακού Γραμματισμού συνιστά ο όρος «**ψηφιακή πολιτειότητα**» που απαντάται στη σύγχρονη εποχή και νοείται «η ικανότητα κατανόησης δυνατοτήτων & υπεύθυνης χρήσης των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών (ΤΠΕ) από τον πολίτη με σκοπό την ενεργό και χωρίς αποκλεισμούς συμμετοχή του στην κοινωνική, οικονομική και πολιτική σφαίρα. Αίροντας τους φραγμούς συμμετοχής στον κυβερνοχώρο, πολλαπλασιάζονται και αξιοποιούνται ευκαιρίες προς όφελος ατομικής και πολιτικής ολοκλήρωσης του Χρήστη¹³.

Ο Ψηφιακός Αλφαριθμητισμός/Ενγραμματισμός είναι θεμελιώδες κοινωνικό και εργασιακό δικαίωμα διότι προετοιμάζει κατάλληλο το ανθρώπινο δυναμικό για τη συντελούμενη ψηφιακή μετάβαση μας καθιστά πιο ανθεκτικούς και προσαρμοστικούς στις υψηλότερες απαιτήσεις για ψηφιακές γνώσεις, κυρίως ικανότητες λειτουργεί ως ασπίδα απέναντι στο διαρκή και αυξανόμενο κίνδυνο του ψηφιακού χάσματος γνώσεων, ικανοτήτων και δεξιοτήτων είναι η γέφυρα πρόσβασης στο νέο ψηφιακό επαγγελματικό, περιβαλλοντικό και τεχνολογικό κόσμο είναι το όχημα τροφοδοσίας για εκείνες τις ψηφιακές ικανότητες που απαιτούνται για υψηλότερες και καλύτερες συνθήκες εργασίας και διαβίωση αναφέρεται σε όλα τα μέρη των μικρότερων και μεγαλύτερων κοινοτήτων, στο χαμηλότερο και ατομικό

¹²Sofos, A., (2010). Digital Literacy as a Category of Media competence and Literacy an Analytical Approach of Concepts and Presuppositions for Supporting Media Competence at School

¹³Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης Βίβλος Ψηφιακού Μετασχηματισμού 2020–2025 σελ. 114-115

επίπεδο. Οι «ψηφιακές δεξιότητες» έχουν αναδειχθεί ζωτικής σημασίας για την στον έπακρο υπεύθηνη κατανόηση - εκμετάλλευση των νέων τεχνολογιών και τη δημιουργία και τη διάδοση νέων αγαθών και υπηρεσιών που θα δημιουργηθούν ως μέρος της διαδικασίας ΗΕ.

Το 2020 σε δημόσια διαβούλευση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σχετικά με το σχέδιο δράσης για την ψηφιακή εκπαίδευση 2021-2027 αναδείχθηκε η αλληλένδετη σχέση των δεξιοτήτων με το λεγόμενο ψηφιακό γραμματισμό. Ως **κορυφαίες ψηφιακές δεξιότητες** αναφέρθηκαν ο **εντοπισμός στοιχείων από ψευδείς πληροφορίες, η διαχείριση του «υπερβολικού φόρτου πληροφοριών» και η ασφαλής διαδικτυακή πλοήγηση**. Επί λέξει εισακούστηκε η γενική παραδοχή ότι: *«Η εκπαίδευση και η κατάρτιση διαδραματίζουν καίριο ρόλο στον εφοδιασμό των πολιτών με τις δεξιότητες κριτικής σκέψης που απαιτούνται για την άσκηση κριτικής στον διαδικτυακό κόσμο, λαμβανομένων υπόψη των ιδιαίτερων φαινομένων της, που σχετίζονται με την παρουσία αλγορίθμων -φουσκών πληροφοριών- και διαδικτυακών χώρων ανταλλαγής απόψεων για ομοϊδεάτες (echo chambers). Για να διασφαλιστεί η αποτελεσματική ανάπτυξη του ψηφιακού γραμματισμού και η αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης μέσω της διαδικασίας εκπαίδευσης και κατάρτισης»* κατέληξαν τα μέλη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής *«οι εκπαιδευτικοί και οι εκπαιδευτές ότι πρέπει να υποστηριχθούν περαιτέρω με καθοδήγηση και πρακτικά παραδείγματα»*¹⁴. Θεωρία και Πράξη λοιπόν και στην ψηφιακή εκπαίδευση συνιστάται για τη δημιουργία ολοκληρωτικά ψηφιακά προετοιμασμένων Χρηστών.

2.2. Ψηφιακό Χάσμα ως Αποτύπωμα της εκπαιδευτικής ανετοιμότητας

Για τη χαμηλή ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας έχει ενοχοποιηθεί σε μεγάλο βαθμό η έλλειψη του εργατικού δυναμικού σε ψηφιακές δεξιότητες και προσόντα μαζί με την περιορισμένη ζήτηση απασχόλησης εργαζομένων με ψηφιακές δεξιότητες από πλευρά εργοδοσίας, Μέσα από συγκριτικές μεθόδους, μπορεί να

¹⁴ <https://education.ec.europa.eu/el/focus-topics/digital-education/action-plan/action-7>

διερευνηθεί ο βαθμός υστέρησης των εκπαιδευτικών προσόντων των εργαζομένων σε σχέση με το επίπεδο δεξιοτήτων εργασίας που χρειάζονται οι εργοδότες, το λεγόμενο **Ψηφιακό Χάσμα(DigitalGap)**. Οι ψηφιακές δεξιότητες απαντώνται σε 3 βαθμούς: Χαμηλές- Μέτριες –Υψηλές ανάλογα με την πολυπλοκότητα & τις απαιτήσεις σ’ εκπαίδευση και κατάρτιση των καθηκόντων που εκτελούνται στο πλαίσιο της άσκησης¹⁵

2.3. Διαγραμματική Απεικόνιση Σχέσης Προσφοράς- Ζήτησης Ψηφιακών δεξιοτήτων

2.3.1. Καθορισμός αναντιστοιχίας μεταξύ δεικτών σημαντικότητας & επάρκειας ψηφιακών δεξιοτήτων

	Σημαντικότητα	Επάρκεια	Αναντιστοιχία
Διαχείριση δεδομένων, πληροφοριών και ψηφιακού περιεχομένου	8.21	6.11	2.11
Προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και της ιδιωτικής ζωής	8.19	6.12	2.07
Προστασία συσκευών ΤΠΕ	8.14	5.69	2.45
Επίλυση τεχνικών προβλημάτων	7.90	5.46	2.45
Δημιουργική χρήση ψηφιακών τεχνολογιών	7.80	5.54	2.25
Αξιολόγηση δεδομένων, πληροφοριών και ψηφιακού περιεχομένου	7.73	5.93	1.80
Διερεύνηση, αναζήτηση και φιλτράρισμα δεδομένων, πληροφοριών και ψηφιακού περιεχομένου	7.72	5.80	1.93
Εντοπισμός ελλείψεων όσον αφορά την ψηφιακή ικανότητα	7.70	5.51	2.19
Προστασία της υγείας και της ευεξίας κατά την εργασία με ψηφιακές τεχνολογίες	7.64	5.82	1.82
Ανάπτυξη ψηφιακού περιεχομένου	7.55	5.81	1.73
Επικοινωνία μέσω ψηφιακών τεχνολογιών	7.50	5.59	1.91
Διαχείριση ψηφιακής ταυτότητας	7.47	5.31	2.16
Πνευματική ιδιοκτησία και άδειες ψηφιακού περιεχομένου	7.39	5.55	1.84
Κοινοποίηση δεδομένων μέσω ψηφιακών τεχνολογιών	7.38	5.50	1.87
Συμμετοχή στα κοινά μέσω ψηφιακών τεχνολογιών	7.29	5.24	2.04
Προστασία του περιβάλλοντος από τον αντίκτυπο των ψηφιακών τεχνολογιών	7.28	5.53	1.75
Προσδιορισμός αναγκών και τεχνολογικών τρόπων αντιμετώπισης	7.12	4.96	2.17
Συνεργασία μέσω ψηφιακών τεχνολογιών	7.12	4.94	2.17
Χρήση κανόνων του κώδικα δεοντολογικής συμπεριφοράς στο διαδίκτυο	6.90	4.78	2.11
Προσαρμογή και ενσωμάτωση ψηφιακού περιεχομένου	6.62	4.51	2.11
Προγραμματισμός ηλεκτρονικών υπολογιστών	5.81	3.67	2.13

Αντιστοιχία

1.73 2.45

EΙΚΟΝΑ Αποτελέσματα αξιολόγησης ψηφιακών δεξιοτήτων κατά μέσο όρο

¹⁵ Αρχικά τα επαγγέλματα κατηγοριοποιούνται σε τέσσερα επίπεδα δεξιοτήτων τα οποία στη συνέχεια συμπύσσονται σε τρία (μετά από τη σύμπτυξη των επιπέδων 3 και 4) <https://ilostat.ilo.org/resources/concepts-and-definitions/classification-occupation/>

Τη σημαντικότητα και το βαθμό επάρκειας των ψηφιακών δεξιοτήτων¹⁶ προσπάθησε ν' αποτυπώσει η αξιολογη έρευνα του Μηχανισμού Διάγνωσης Αναγκών της Αγοράς Εργασίας σε επιχειρήσεις που απασχολούν προσωπικό στον ελλαδικό χώρο. Η έρευνα διήρκησε για το διάστημα 27/7/2020 – 14/9/2020 με συμμετοχή 3.278 Επιχειρήσεων¹⁷.

Απεικονίζεται η κατηγοριοποίηση είκοσι ένα(21) σπουδαίων ψηφιακών δεξιοτήτων, όπου προσμετρώνται με διακριτό τρόπο ως προς **α.** τη σημαντικότητά τους από την πλευρά της ζήτησης, **β.** την ενδεχόμενη επάρκεια από την πλευρά της προσφοράς και **γ.** το κατά μέσο όρο βαθμό αναντιστοιχίας σημαντικότητας & επάρκειας ψηφιακών δεξιοτήτων.

Στην 1^η στήλη, στην πρώτη πεντάδα καταγράφονται οι ψηφιακές δεξιότητες που αξιολογήθηκαν ως σημαντικότερες. Οι αποχρώσεις πράσινο-πορτοκαλί-κόκκινο δηλώνουν το μέγεθος της αναντιστοιχίας που μελετήθηκε και προέκυψε με εμφανίζουσα διακύμανση μεταξύ βαθμών κατά μέσο όρο 1,73 ως 2,45. Με κόκκινο καταγράφονται οι μεγαλύτερες αποκλίσεις-αναντιστοιχίες. Παρατηρήθηκε ότι οι ψηφιακές δεξιότητες που χρήζουν και υψίστης σημασίας και απολαύουν μεγάλης ζήτησης από τις ελληνικές επιχειρήσεις είναι δυστυχώς και αυτές που στη διαθέσιμη προσφορά - επάρκεια δεξιοτήτων του εργατικού δυναμικού υστερούν, με αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις να στερούνται σημαντικής τεχνικής υποστήριξης και καθοδήγησης.

Οι δεξιότητες «Προστασία Συσκευών ΤΠΕ» & «Επίλυσης Τεχνικών προβλημάτων» που συγκαταλέγονται στην κορυφαία πεντάδα είναι και αυτές που εμφάνισαν τη μεγαλύτερη αναντιστοιχία ζήτησης-προσφοράς φανερώνοντας το έλλειμμα που υπάρχει ως προς τη διαθεσιμότητα προσωπικού με τις συγκεκριμένες δεξιότητες(2,45 αναντιστοιχία max).

Τ' αποτελέσματα αυτά έρχονται σε σύγκρουση με τον υψηλό βαθμό τεχνολογικής και πληροφοριακών συστημάτων Εκπαίδευσης που αποκτούν οι φοιτητές από τ' ακαδημαϊκά ιδρύματα, εξ' ου και οι απόφοιτοι με ανώτερη δευτεροβάθμια και μεταδευτεροβάθμια εκπαίδευση είναι εκατοντάδες(STEM). Εντούτοις, τίθεται θέμα

¹⁶ βάσει ταξινόμησης ESCO(European Commission. Directorate General for Employment, Social Affairs and Inclusion., 2022)

¹⁷ Β. Κώτσιος, Σ. Γαβρόγλου(2021) Δημοσίευση «Δεξιότητες Μύθοι και Πραγματικότητα» <https://lmd.eiead.gr/wp-content/uploads/2021/10/dexiotites-mythoi-pragmatikothtes-FINAL2.pdf>

αξιοποίησης τους από τις ελληνικές επιχειρήσεις σε αντίθεση με εκείνες της υπόλοιπης Ευρώπης. Έγινε και έρευνα παράλληλα για εξέταση στελέχωσης των επιχειρήσεων από καταρτισμένα ψηφιακά άτομα, που ενώ υπάρχει επάρκεια-διαθεσιμότητα ιδίως στις νεαρές ηλικίες(<40 ετών), οι επιχειρήσεις εμμονικά δεν αναζητούν και δεν προσλαμβάνουν ανθρώπινο δυναμικό φέρον τέτοιες υψηλές δεξιότητες, ενώ έχουν μελετηθεί και υιοθετηθεί επιχειρηματικές στρατηγικές που έχουν καταδείξει τη σημασία επένδυσης σε ανθρώπινο κεφάλαιο, καθότι η αποτελεσματικότητα και η εξασφάλιση οικονομικών πόρων που αποφέρει κάθε άλλο παρά ανώφελο είναι. «Για να βγάλεις λεφτά, πρέπει να βάλεις λεφτά. Και οι ποιοτικοί και καταρτισμένοι εργαζόμενοι κοστίζουν-αλλά σου δίνουν πολλά περισσότερα» είχε δηλώσει επί λέξει ο πρόεδρος του Τεχνικού Επιμελητηρίου Ελλάδος Γ. Στασινός πρόσφατα σε συνέντευξη¹⁸. Όπως και ο John Berskin στο περιοδικό Forbes¹⁹ εύστοχα, συνοπτικά και εύληπτα, προσδιόρισε το πρόβλημα της αναποτελεσματικότητας της επαγγελματικής κατάρτισης λόγω του ψηφιακού μετασχηματισμού πολλών δραστηριοτήτων, εξ' ου και έχει προκύψει η ανάγκη για διαρκή εκπαίδευση των στελεχών που βρίσκονται ήδη στην αγορά εργασίας. Χρειάζονται ολοκληρωμένα προγράμματα "upskilling" και "reskilling", της βελτίωσης δηλ. των δεξιοτήτων & της επανεκπαίδευσης. Στο άρθρο του που τιτλοφορεί «*Growing Gap Between What Business Needs and What Education Provides*», αναφέρεται στο παράδοξο της ύπαρξης ταυτόχρονα υψηλής ανεργίας και εντεινόμενου πολέμου για τα ταλέντα της αγοράς. Ισχυρίζεται δηλαδή ότι υπάρχει κρίση δεξιοτήτων και όχι εργασίας!

Όμως, προς αυτή την κατεύθυνση προσέλευσης αξιόλογου εργατικού δυναμικού εμπόδιο έχει αποτελέσει και το γνωστό ως επικρατούσα ορολογία «brain drain», δηλ. ετυμολογικά ως Διαρροής Εγκεφάλου, καθότι τα τελευταία 10-12 χρόνια έχει φύγει από τη χώρα μας αξιόλογο εργατικό δυναμικό στην παραγωγική ηλικία **25-44** (περίοδο 2008-17 οι εκροές κυμαίνονται από **91.250** έως **123.289**), όπερ και κρίνεται καθοριστική ο επαναπατρισμός σύγχρονα καταρτισμένου προσωπικού, όπως μηχανικών, τεχνίτων σ' εξειδικευμένα τεχνικά επαγγέλματα που θα στελεχώσουν τις ΜμΕ και θα δώσουν ώθηση στον ψηφιακό τους μετασχηματισμό²⁰.

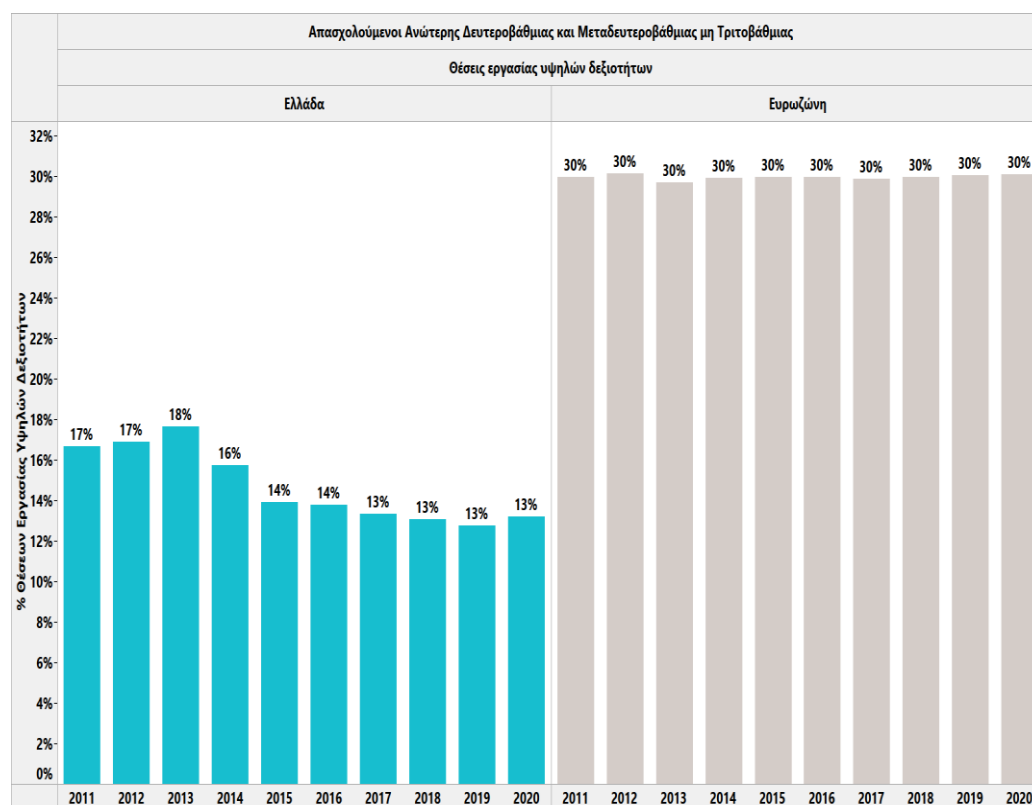
¹⁸ Άρθρο σε Περιοδικό EPSILON Οικονομική-φορολογική-εργατική έκδοση / Ιανουάριος 2022 Τόμος 01, σελ. 96

¹⁹ https://www-forbes-com.translate.google/sites/joshbersin/2012/12/10/growing-gap-between-what-business-needs-and-what-education-provides/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=el&_x_tr_hl=el&_x_tr_pto=sc

²⁰ <https://5wnews.gr/2022/03/17/enischysi-mikron-epicheiriseon-gia-ton-psifiako-metaschimatismo-toys>

2.3.2.Αναξιοποίητη διαθέσιμη παραγωγική μάζα –ποιοτική υποβάθμιση της προσφοράς από την εργοδοσία

1ο) Ακολουθεί Διάγραμμα που απεικονίζει συγκριτικά το μερίδιο απασχολούμενων με ανώτερη δευτεροβάθμια και μεταδευτεροβάθμια εκπαίδευση που εργάζονται σε θέσεις υψηλών δεξιοτήτων(%) και φαίνονται οι μεγάλες αποκλίσεις σ' εθνικό & ενωσιακό επίπεδο απασχόλησης²¹.

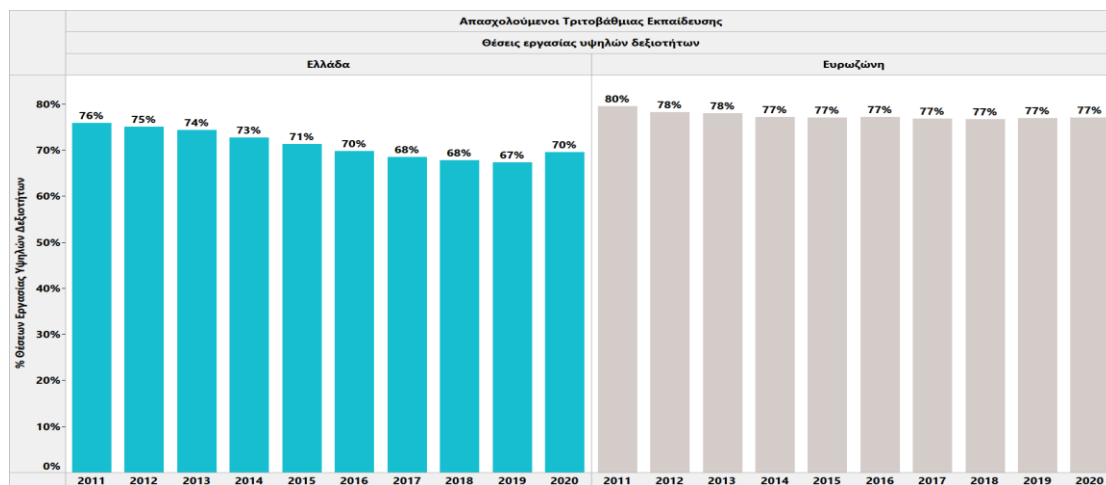


Σε αυτό το επίπεδο εκπαίδευσης εμφανίζεται το πιο σημαντικό έλλειμμα και συνάγεται ότι στην Ελλάδα οι επιχειρήσεις προσφέρουν μέσης ποιότητας θέσεις εργασίας, απασχολώντας κατά προτίμηση άτομα με επίπεδο κατάρτισης ως και (ανώτερης) μετα-δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Από αυτούς μόνον 13% απασχολείται σε θέσεις υψηλών δεξιοτήτων, όταν ο μέσος όρος της Ευρωζώνης είναι 30% !!

²¹ Β. Κώτσιος, Σ. Γαβρόγλου(2021) Δημοσίευση «Δεξιότητες Μύθοι και Πραγματικότητα» <https://lmd.eiead.gr/wp-content/uploads/2021/10/dexiotites-mythoi-pragmatikothtes-FINAL2.pdf>

Χαρακτηριστικά είχε σημειωθεί ότι «η Δανία ευημερεί σε σχέση με την Ελλάδα παρά το γεγονός ότι στη Δανία ο κλάδος της Μεταποίησης δεν συγκεντρώνει πολύ μεγαλύτερο μερίδιο της απασχόλησης από την Ελλάδα (11% έναντι 10%). Η μεγάλη διαφορά έγκειται στο ότι στη Δανία το 44,8% των θέσεων εργασίας στη Μεταποίηση είναι θέσεις υψηλών δεξιοτήτων, όταν στην Ελλάδα το αντίστοιχο ποσό είναι μόλις 19%»²². Συνεπώς και καταρρίπτεται ο ισχυρισμός που επικαλούνται πολλοί ότι οι εμπορικοί κλάδοι που κυριαρχούν στη χώρα μας και αποφέρουν τα μεγαλύτερα έσοδα ως στήριγμα της ελληνικής οικονομίας, όπως, Τουρισμός & Εμπόριο είναι μη-παραγωγικοί, άλλως χαμηλής προστιθέμενης αξίας. **Η ποιοτική διάσταση της προσφοράς, το ύψος των απαιτούμενων δεξιοτήτων που αναζητούνται είναι αυτό που καθορίζει το χαρακτήρα του εργατικού δυναμικού.**

2ο) Ακολουθεί διάγραμμα και για τους απασχολούμενους - προερχόμενους από Τριτοβάθμια εκπαίδευση



Η Ελλάδα καταλαμβάνει μία από τις τελευταίες θέσεις, παρά το σημαντικό ποσοστό, μόλις 70% των απασχολούμενων με τριτοβάθμια εκπαίδευση να εργάζεται σε θέσεις υψηλών δεξιοτήτων, όταν η αντίστοιχη αναλογία ανέρχεται στο 77% για την Ευρωζώνη (96% στο Λουξεμβούργο και σε επίπεδα γύρω ή πάνω από το 80% για

²² Δημοσίευση «Δεξιότητες Μύθοι και Πραγματικότητα» (2021) Β. Κώτσιος, Σ. Γαβρόγλου σελ. 9

άλλες χώρες όπως η Ιταλία, η Γερμανία, το Βέλγιο, η Λετονία, η Μάλτα, η Φινλανδία, η Ολλανδία, η Σλοβενία και η Πορτογαλία)²³.

Διαπιστώθηκε ότι στην Ελλάδα η απορρόφηση αποφοίτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης σε επαγγέλματα απαιτητικά σε υψηλό επίπεδο δεξιοτήτων ακολουθεί αναλογικά καθοδική(!) πορεία 8%, από το 74% το 2011 μειώθηκε στο 68% το 2020. Η αντίστοιχη μείωση στην Ευρωζώνη ήταν σχεδόν το 1/3 μικρότερη(3%) το ίδιο διάστημα.

Λύο είναι τα θέματα που προβληματίζουν:

1^{ον} Γιατί στην Ελλάδα ενώ υπάρχει διαθεσιμότητα υψηλά καταρτισμένου ψηφιακά εργατικού δυναμικού, οι κλάδοι της ελληνικής οικονομίας εμμένουν να μην παρέχουν ποιοτικές θέσεις εργασίας;

2^{ον} Γιατί παρατηρήθηκε αναπτυξιακή παρακμή όλα αυτά τα χρόνια μετά την επέλευση της οικονομικής κρίσης ενώ θ' ανέμενε κανείς ν' αυξηθεί το εργοδοτικό ενδιαφέρον και πρόσληψη του διαθέσιμου υψηλά εξειδικευμένου, τεχνολογικά εκπαιδευμένου εργατικού δυναμικού, που όχι μόνο παράγει αλλά και «εξάγει» η χώρα μας; Αντίθετα στην Ευρωζώνη τα ποσοστά απασχόλησης υψηλά τεχνολογικού εκπαιδευμένου προσωπικού είναι σταθερά υψηλά αν και δεν ξεπερνούν το 50%.

Μεταξύ των συμπερασμάτων των υψίστου ενδιαφέροντος ερευνών που εκπονήθηκαν, αυτό που υπερिशύει και εκπλήσσει είναι **η απροθυμία των ελληνικών επιχειρήσεων να προσλάβουν περισσότερους εργαζόμενους με υψηλά διαθέσιμα προσόντα** και την επιμονή τους να μην αναβαθμίζουν τις προσφερόμενες θέσεις εργασίας. Όμως, μήπως πίσω από αυτήν την απουσία αναβαθμισμένων προσφερόμενων θέσεων εργασίας υπόβόσκει η έλλειψη πραγματικής γνώσης, εξ' ου και κατανόησης και ικανότητας αξιολόγησης της εκάστοτε επιχειρηματικής ηγεσίας να σταθμίσει τα οφέλη από την αναζήτηση και απασχόληση πραγματικά υψηλά καταρτισμένου εργατικού δυναμικού σε σχέση με τα οφέλη αναπτυξιακά(οικονομικά) που θα αποφέρει η με ψηφιακό τρόπο ανάπτυξη επιχειρηματικών στρατηγικών σε θέματα Μάρκετινγκ, διαδικτυακών πλατφόρμων, στησίματος εργαλείων ηλεκτρονικού επιχειρείν;

²³ Β. Κώτσιος, Σ. Γαβρόγλου(2021) Δημοσίευση «Δεξιότητες Μύθοι και Πραγματικότητα» σελ. 7

Πώς ένα ψηφιακό χάσμα θα γεφυρωθεί αν δεν αξιοποιηθεί η διαθέσιμη παραγωγική εργατική μάζα εν τοις πράγμασι από την εργοδοσία στα πλαίσια της νέας διαμορφούμενης εταιρικής κουλτούρας που «ακούγεται» συχνά σε επιχειρηματικούς κύκλους; Μια τέτοια έρευνα ανάλυσης και αξιολόγησης της **επιχειρηματικής αντίληψης στη σπουδαιότητα επιλογής του υψηλά καταρτισμένου εργατικού δυναμικού θα ήταν πραγματικά πολύ ενδιαφέρουσα, μ' επινόηση ενός νέου Δείκτη, εκείνου της Επιχειρηματικής Ενσυναίσθησης(Business Empathy) !**

Προτάσεις Προς την Επιχειρηματική Αειφορία:

Αφενός θα πρέπει προφανώς να καλυφθούν οι ελλείψεις του εργατικού δυναμικού σε δεξιότητες(προσφορά), όπως τα ελλείματα στις ψηφιακές δεξιότητες που αναδεικνύει ο δείκτης DESI και στις δεξιότητες των ενηλίκων που αναδεικνύει το PIAAC²⁴, αφετέρου θα πρέπει ταυτόχρονα ν' αναγνωρίσουμε ότι οι επιχειρήσεις δημιουργούν σχετικά λίγες θέσεις εργασίας υψηλών προσόντων(μειωμένη ζήτηση). Η χαμηλή ποιότητα των θέσεων εργασίας των ελληνικών επιχειρήσεων αναπαράγει τα ελλείματα δεξιοτήτων του εργατικού δυναμικού.

Τα ουσιαστικά βήματα για άμβλυνση του Ψηφιακού Χάσματος είναι σημαντικά για τη βελτίωση της οικονομικής απόδοσης και την τόνωση της διάδοσης της τεχνολογίας. Έχοντας μπει σε τροχιά γοργού ψηφιακού μετασχηματισμού πλέον και η χώρα μας, έχει μεγαλώσει απότομα η ζήτηση τόσο για την ενίσχυση των βασικών ψηφιακών δεξιοτήτων των εργαζομένων στις επιχειρήσεις όσο για προηγμένες ψηφιακές δεξιότητες σε εξειδικευμένους αλλά και οριζόντιους τομείς (π.χ ψηφιακό μάρκετινγκ). Μια σωρεία δράσεων κυβερνητικών έχουν προγραμματιστεί προς την κατεύθυνση της ανάπτυξης ψηφιακών δεξιοτήτων & ικανοτήτων του συνόλου του εργατικού δυναμικού της χώρας(σε παραγωγική και μη ιδιαίτερα ηλικία)²⁵.

²⁴Programme for International Assessment of Adult Competencies

[https://www.oecd.org/skills/piaac/PIAAC-NPM\(2014_06\)PIAAC_Technical_Standards_and_Guidelines.pdf](https://www.oecd.org/skills/piaac/PIAAC-NPM(2014_06)PIAAC_Technical_Standards_and_Guidelines.pdf)

²⁵Στατιστικές Μελέτες ΟΟΣΑ(OECD) για επάρκεια Ψηφιακών Δεξιοτήτων Ενηλίκων /Η Έρευνα του ΟΟΣΑ παρέχει δεδομένα σχετικά με την επάρκεια των ενηλίκων στον αλφαριθμητικό, την αριθμητική και την επίλυση προβλημάτων σε ένα περιβάλλον πλούσιο σε τεχνολογία.

Σύμφωνα με μετρήσεις του δείκτη DESI επιβεβαιώνεται το παρακάτω, ήτοι **το 30% του ελληνικού πληθυσμού δεν διαθέτει καμία ψηφιακή δεξιότητα**, ενώ το 20% έχει ιδιαίτερα χαμηλό επίπεδο. Επίσης, προκύπτει ότι μόλις το 30% του πληθυσμού διαθέτει το βασικό επίπεδο ψηφιακών δεξιοτήτων, ενώ ένας στους πέντε πολίτες (20%) ανταποκρίνεται σε προχωρημένο επίπεδο²⁶. Η Ελλάδα καταλαμβάνει την 25η θέση μεταξύ 28 χωρών Ευρωζώνης, λόγω χαμηλών επιδόσεών της.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ΕΤΟΙΜΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

3.1.Ψηφιακός Μετασχηματισμός:

Εισαγωγή σε προηγμένες έννοιες: Ψηφιακή Ηγεσία - Διεπιχειρησιακό Εμπόριο - Επιχειρηματικά Μοντέλα

Το μέγεθος(ή επάρκεια) της ετοιμότητας των επιχειρήσεων να επιτρέπουν τη διείσδυση των ψηφιακών τεχνολογιών μέσα στο χρόνο συνδέεται άρρηκτα με τους ρυθμούς προώθησης του Ψηφιακού Μετασχηματισμού. Ως Ψηφιακός Μετασχηματισμός ορίζεται ένα σύμπλεγμα από τεχνικές ψηφιοποίησης και δεν περιορίζεται μόνο σε εξωγενείς επιχειρηματικές δραστηριότητες, όπως το πασίγνωστο σε όλους Ηλεκτρονικό Εμπόριο. Εσωκλείει, μεταξύ άλλων και το «*Ηλεκτρονικό Επιχειρείν*» ως διευρημένη έννοια που αναφέρεται στη συνολική στρατηγική του επαναπροσδιορισμού παλαιών επιχειρηματικών μοντέλων, με τη βοήθεια της τεχνολογίας, για μεγιστοποίηση της αξίας των πελατών και των κερδών²⁷.

Επίσης, σημαντική πτυχή του Ψηφιακού Μετασχηματισμού νοείται και το Διεπιχειρησιακό εμπόριο, ήτοι οι ηλεκτρονικές συναλλαγές & αγορές που γίνονται μεταξύ επιχειρήσεων(B2B)²⁸. Τα πλεονεκτήματα μιας τέτοιους είδους συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων είναι σημαντικά σε οργανωτικό, τεχνικό και λειτουργικό επίπεδο, αρκεί να υπάρχει η απαιτούμενη αυτοματοποιημένη δια-επιχειρησιακή

²⁶ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/scoreboard/greece> -σελ. 73 επ.

²⁷ (Baker *et al.*, 2003)

²⁸ Ως B2B πρότυπο ο αμερικάνικος πολυεθνικός όμιλος GeneralElectric

ετοιμότητα²⁹. Επιτυγχάνεται η διασύνδεση πληροφοριακών συστημάτων των επιχειρήσεων σε όλα τα λειτουργικά συστήματα, απρόσκοπτη ροή δεδομένων μεταξύ τους, δραματική μείωση κόστους συναλλαγής, μείωση εμφάνισης σφαλμάτων κατά τη διάρκεια συναλλαγής, μείωση χρόνου διεξαγωγής επιχειρηματικών διαδικασιών, μείωση απαιτούμενου αποθηκευτικού χώρου, όπως και βελτίωση σχέσεων & άμεση επικοινωνία με πελάτες και εξωτερικούς συνεργάτες (*business empathy*³⁰). Οι εταιρείες βοηθούνται ν' αποκτήσουν υψηλή λειτουργική αποδοτικότητα και επιχειρηματική υπεροχή.



Σχηματική αναπαράσταση κλάδων που συνθέτουν τον ψηφιακό μετασχηματισμό επιχειρήσεων³¹

Καθοριστικό ρόλο στην επιτυχή ανάπτυξη της επιχειρηματικής ετοιμότητας στο σύγχρονο, άρδην ψηφιακά αναπτυσσόμενο κόσμο παίζει η καλλιέργεια της νοοτροπίας της «Ψηφιακής Ηγεσίας» (*Digital Leadership*), καταδεικνύοντας εξ ορισμού την «πειθαρχία της πλοήγησης ενός οργανισμού προς τον ψηφιακό μετασχηματισμό προκειμένου να παραμείνει ανταγωνιστικός και ευέλικτος σ' ένα ταχέως εξελισσόμενο τοπίο ψηφιακών και κοινωνικών μέσων». Βασικά χαρακτηριστικά της αποτελούν:

²⁹ Δείκτης EDI βλ. Άρθρο «Ηλεκτρονικό Εμπόριο & Ελληνικές Βιβλιοθήκες» Ε. Τζαγκαράκης-Α. Περρή-Τζαγκαράκη στο περιοδικό Βιβλιοθήκες & Πληροφόρηση/ Τεύχος 14/ έκδοση 2001

³⁰ (Παρετζόγλου and Γιάννης Θωμάτος, 2021)

³¹ Εκπαιδευτικό υλικό διδάσκοντα Καθηγ. Δημήτρη Δρόσου με θέμα «Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα» Πανεπιστήμιο Αιγαίου

-η αναγνώριση ότι το ψηφιακό δεν αφορά πάντα τα «φανταχτερά πρότζεκτ αλλά πρόκειται για το μετασχηματισμό ανθρώπων και τρόπων εργασίας»

-η ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων σε ολόκληρο τον οργανισμό και όχι μεμονωμένα σε ένα τμήμα.

-η ενσωμάτωση ψηφιακών διαδικασιών και τεχνολογιών

-η παροχή στους ηγέτες της εντολής για να δοκιμάσουν και να ενσωματώσουν την ψηφιακή τεχνολογία όπως και ευέλικτους τρόπους εργασίας

-η εκκίνηση όλων των προγραμμάτων και μελετών με τη χρήση της έρευνας και τις ανάγκες των χρηστών

-η έμπνευση σχετικά με τα οφέλη του ψηφιακού μετασχηματισμού με απτή απόδειξη της ιδέας ακόμα και αν τα επιτυχημένα πειράματα είναι μικρής κλίμακας.

3.2. Επιχειρηματικά Μοντέλα ως μέσο προώθησης της Επιχειρηματικής Ετοιμότητας

3.2.1 Μέγεθος επιχειρήσεων & η επίδρασή του στην ετοιμότητα

Οι επιχειρήσεις αποσκοπώντας σε αποτελεσματικότερες στρατηγικές μάρκετινγκ με μεγαλύτερη κερδοφορία(success story), υιοθετούν διάφορες μεθόδους διεξαγωγής εμπορικών δραστηριοτήτων, χωρίς τη συμμετοχή διαμεσολαβητών(τεχνική αποδιαμεσολάβησης), τα λεγόμενα ως Επιχειρηματικά Μοντέλα³².

Το μέγεθος των επιχειρήσεων³³ καθορίζει σημαντικά το βαθμό επιτυχούς εφαρμογής τους, ιδίως όταν μιλάμε για επιχειρηματικά B2B μοντέλα. Εν προκειμένω, είθισται ν' απαντώνται σε **Μεγάλες Επιχειρήσεις** που διαθέτουν οικονομικούς και τεχνολογικούς πόρους, όπερ και μπορούν να καλύψουν με μεγαλύτερη ευκολία έξοδα εγκατάστασης, υλοποίησης μεταγενέστερων αναβαθμίσεων, επικοινωνιακών χρεώσεων. Τα στελέχη Μεγάλων επιχειρήσεων διαθέτουν ως επί το πλείστον εμπειρία και υψηλό επίπεδο γνώσεων πληροφορικής. Οπότε, η υιοθέτηση τέτοιων

³²Δημοσιευμένη Ετήσια Έκθεση IME ΓΣΕΒΕΕ 2020, σελ. 103

³³Κριτήρια Διάκρισης Επιχειρήσεων σε Μεγέθη βλ. Οδηγός Χρήσης του Ορισμού των ΜΜΕ/ Σελ. 12-15(EuropeanCommission. Directorate General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs., 2020)

ωφέλιμων ενδοεπιχειρησιακών συστημάτων είναι αποτέλεσμα συνειδητής επιλογής και απόφασης επένδυσης και όχι αποτέλεσμα πίεσης από εξωτερικούς παράγοντες. Αντιθέτως, ιδιαίτερα στις **Μικρομεσαίες** επιχειρήσεις παρουσιάζεται συχνά αδυναμία αναγνώρισης της απαραίτητης επιχειρηματικής κουλτούρας, της τεχνικής και οργανωτικής υποδομής, όπως και της οικονομικής ευελιξίας. Ουκ ολίγοις είναι δεκτικές πιέσεων προερχόμενες από συνεργάτες ή προμηθευτές της επιχείρησης που τις θέτουν ως όρο συνεργασίας την απρόσκοπτη ροή πληροφορίας μεταξύ τους, ενώ οι επιχειρήσεις δε διαθέτουν την απαραίτητη υποδομή για εφαρμογή τέτοιων προτύπων B2B. Πόσο μάλλον στις **πολύ Μικρές εταιρείες**(δηλ. επιχειρήσεις με 25-50 άτομα προσωπικό) που επιθυμούν να χρησιμοποιήσουν διαεπιχειρησιακά συστήματα, το χαμηλό επίπεδο κατάρτισης σε γνώσεις υπολογιστών και η περιορισμένη ικανότητα για αυτοματοποίηση επιχειρησιακών συναλλαγών, καθιστούν δύσκολη και δαπανηρή τη μετάβαση σε υψηλότερο επίπεδο τεχνολογικής πολυπλοκότητας.

Αυτή η διάκριση των επιχειρήσεων σε Μεγάλες, ΜμΕ και Μικρές καταδεικνύει την επίδραση του Μεγέθους τους στην απαιτούμενη υλικοτεχνική-οικονομική και πνευματική ετοιμότητα τους(φυσικό & ανθρώπινο κεφάλαιο-επενδυτική διαθεσιμότητα). Δεν αρκεί μόνο η προσπάθεια υιοθέτησης συστημάτων ανάπτυξης e-επιχειρηματικότητας χωρίς να υπάρχει η κατάλληλη ως άνω πολυδιάστατη Ετοιμότητα. Έτσι οδηγούνται σε σπατάλη σημαντικών πόρων χωρίς την αποκόμιση σημαντικών οφελών(αναποτελεσματικότητα).

3.2.2.Εσωτερικοί & Εξωτερικοί παράγοντες επιτυχούς επιλογής τους

Έχει αναγνωρισθεί η ύπαρξη διακριτών παραγόντων σε Εσωτερικούς(internal) & Εξωτερικούς(external)³⁴.Κατεξοχήν σημαντικός εσωτερικός παράγοντας επιτυχούς επιλογής επιχειρηματικών B2B μοντέλων είναι α. η διοίκηση της επιχείρησης(ανθρώπινο κεφάλαιο), κατά πόσο δηλ. διευθυντικά στελέχη στηρίζουν εμπράκτως την απόφαση αποδοχής της B2B τεχνολογίας, πόσο ανυπόμονα είναι για την εμφάνιση των πρώτων θετικών αποτελεσμάτων σε σύντομο χρόνο και χωρίς κόπο λαμβάνοντας τα οφέλη της επένδυσής τους(συμπεριφορικά σφάλματα), χωρίς την

³⁴(Μουζακίτης, 2009)

κατάστρωση κάποιας μακροπρόθεσμης στρατηγικής ή κάποιας ρεαλιστικής μελέτης ανάλυσης κόστους/οφέλους(*trade-off*). Εσωτερικός παράγων συνιστά και β. η διαθεσιμότητα σε οικονομικούς και τεχνολογικούς πόρους που πάλι συνδέεται με το μέγεθος της επιχείρησης. Πολλές μικρές επιχειρήσεις δε διαθέτουν ούτε καν τους ελάχιστους απαραίτητους πόρους για να επενδύσουν σε λύσεις B2B³⁵, πόσω μάλλον τους επιπλέον πόρους που θα τους εξασφαλίσουν μεγαλύτερη ποιότητα και ασφάλεια. Επιπλέον έξοδα τεχνικής υποστήριξης αναγκαίου λογισμικού, αναβαθμίσεων κ.ο.κ. εύκολα αποσταθεροποιούν οικονομικά τις μικρές επιχειρήσεις που χρηματοδοτούνται αποκλειστικά από ίδια κεφάλαια. Τέλος, και η συμβατότητα ενός συγκεκριμένου μοντέλου αυτοματοποιημένων δια-επιχειρησιακών συναλλαγών με τη δομή, το αντικείμενο και το μέγεθος της εταιρείας απαιτείτο να εξετάζεται(π.χ. χαρακτηριστικά και ετοιμότητα επιχείρησης λαμβάνονται υπόψη για επιλογή κατάλληλης πλατφόρμας B2B ηλεκτρονικού εμπορίου).

Το μέγεθος της επιχείρησης για μια ακόμα φορά συνεχίζει ν' απασχολεί και στην καταγραφή εξωτερικών παραγόντων επιτυχούς επιλογής επιχειρηματικών B2B μοντέλων. Αποδεδειγμένα το περιβάλλον των ΜμΕ είναι ευμετάβλητο, ασταθές και επιρρεπές, που ενδίδει συχνά σε εξωτερικές πιέσεις, οπότε χαρακτηρίζεται από υψηλή αβεβαιότητα και ισχυρό ανταγωνισμό. Δεν είναι λίγες οι φορές που ΜμΕ μιμούνται επιχειρηματικές στρατηγικές ομοειδών επιχειρήσεων στα πλαίσια ανταγωνισμού, υιοθετώντας ανεπιτυχή για τους ίδιους B2B μοντέλα. Εν αντιθέσει, ώριμες, συνειδητοποιημένες αποφάσεις επένδυσης απαντώνται σε Μεγάλες Επιχειρήσεις. Η κρατική υποστήριξη -ως απαντάται μέσα από λήψη πρωτοβουλιών κυβερνητικών οργανώσεων σε τοπικό ή διεθνές επίπεδο- σε επιδοτούμενα σχέδια υποδομής και ανάπτυξης πληροφοριακών συστημάτων αποτελούν ισχυρά κίνητρα για την επένδυση σε νέες τεχνολογίες³⁶. Ομοίως και η νομοθεσία σε τοπικό ή διεθνές επίπεδο που προάγει άμεσα τέτοιες επενδύσεις. Επιρρεπείς στις τροποποιήσεις και στον εκσυγχρονισμό της ισχύουσας νομοθεσίας σε ζητήματα ηλεκτρονικής διακυβέρνησης εμφανίζονται οι επιχειρήσεις με μειωμένο επίπεδο ετοιμότητας, όπου αν θέλουμε να μιλήσουμε για δείκτες αξιολόγησης, ο «Δείκτης νομοθετικής ευμεταβλητότητας» σ' εθνικό & ενωσιακό επίπεδο, αν υπήρχε, θα άγγιζε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα³⁷.

³⁵(Quaddus and Hofmeyer, 2007) αναλύει κατάσταση & πορεία των μικρών επιχειρήσεων στην Δυτική Αυστραλία

³⁶(Giachetti, 2016)

³⁷Βλ. παρακάτω Κεφάλαιο 5 «Νομικός Κατακερματισμός» (Σύγχρονη προβληματική)

3.3. Μοντέλα αξιολόγησης ετοιμότητας των επιχειρήσεων

Η διαμόρφωση Μοντέλου αξιολόγησης ετοιμότητας επιχειρήσεων κρίθηκε επιτακτική αν και όχι απλή υπόθεση μπροστά σε προβληματικά -από τεχνικής & νομικής απόψεως- επιχειρηματικά μοντέλα που υιοθετήθηκαν κατά καιρούς και από μεγάλους επιχειρηματικούς κολοσσούς³⁸. Χαρακτηριστικά τους η ακρίβεια, η λεπτομέρεια και η διαθεσιμότητα αναγκαίας αφαιρετικής μεθόδου, ώστε να περιλαμβάνει διαφορετικές αρχιτεκτονικές και μοντέλα διαεπιχειρησιακών συναλλαγών(λ.χ. εξωτερικά δίκτυα/extranets, B2B εφαρμογές που στηρίζονται στο διαδίκτυο, διαχείριση ηλεκτρονικής αλυσίδας, B2B ηλεκτρονικό εμπόριο). Ο Giachetti Ronald υποστηρίζει ότι μια μεθοδολογία αξιολόγησης είναι απαραίτητο να εξετάζει την ετοιμότητα μιας επιχείρησης σε όλα τα επίπεδα ενοποίησης (επιχείρηση, διαδικασία, εφαρμογή, δεδομένα και δίκτυο). Τα πιο διαδεδομένα τρία μοντέλα αξιολόγησης ετοιμότητας των επιχειρήσεων, που κατασκευάστηκαν από ευρέως φήμης ακαδημαϊκά ιδρύματα, είναι:

1. Αμερικάνικο μοντέλο που δημιούργησε το πανεπιστήμιο Harvard με τίτλο “Ετοιμότητα για τον δικτυακό κόσμο – ένας οδηγός για τις αναπτυσσόμενες χώρες”(Readiness for the Networked World – a Guide for Developing Countries)³⁹
2. Μοντέλο Net-ready της Cisco από τους Hartmanetal ως εργαλείο που αποκαλύπτει τις στρατηγικές που χρησιμοποιούνται από εταιρίες που έχουν επιτύχει στην ψηφιακή οικονομία και εξηγεί «Γιατί οι πρωτοβουλίες άλλων επιχειρήσεων έχουν αποτύχει». Το Net Ready θεωρεί ότι η επιχείρηση πρέπει να συγκεντρωθεί σε τέσσερις βασικούς άξονες: Ηγεσία(Leadership) / Διακυβέρνηση(Governance)/ Ικανότητες(Competency) / Τεχνολογία(Technology)⁴⁰
3. Μοντέλο MIT: Μια ομάδα έρευνας ηλεκτρονικής ετοιμότητας του MIT [MITCenter]έχει αναπτύξει ένα πλαίσιο εργασίας για τη συσσώρευση και χρήση διαφόρων δεδομένων για την αποτίμηση της ετοιμότητας. Το μοντέλο αυτό αναφέρεται σε ποικιλία ηλεκτρονικών εφαρμογών. Είναι ευέλικτο και καταδεικνύει

³⁸ (BBC News, 2000)

³⁹“E-readiness Guide” by Harvard’s University’s Center for International Development (CID), January 10th, 2004 <http://cyber.law.harvard.edu/readinessguide/>

⁴⁰Cisco systems, <http://www.cisco.com/>

τη δυνατότητα επιλογής προς το ηλεκτρονικό επιχειρείν σε διαφορετικές οικονομικές συνθήκες⁴¹.

3.4. Εργαλειοθήκες(Toolkits) Ψηφιακού Μάρκετινγκ & ΗΕ

Προς ενίσχυση της προσπάθειας ομαλής, αποτελεσματικής ψηφιακής μετάβασης και ανάπτυξης του Ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος κάθε επιχείρησης έχουν δημιουργηθεί και εργαλειοθήκες Ψηφιακού Μάρκετινγκ και ΗΕ, τα περίφημα toolkits.

*Τέτοιου είδους εργαλείο είναι η **Τεχνητή Νοημοσύνη(Artificial Intelligence-AI)**, που αποτελείται από ένα σύνολο τεχνολογιών που αναπτύσσονται εδώ και δεκαετίες και που τα τελευταία χρόνια επιτρέπουν σε υπολογιστικά συστήματα να παρέχουν αποτελέσματα εφάμιλλα της ανθρώπινης σκέψης ή συμπεριφοράς. Οι τεχνολογίες AI δίνουν τη δυνατότητα επιτάχυνσης της ψηφιοποίησης, καθώς μπορούν ν' αναλύσουν μαζικά πλήθος δεδομένων και να «εκπαιδευτούν» ώστε να βγάζουν συμπεράσματα. Υποστηρίζεται η αποδοτική λήψη αποφάσεων και **δημιουργείται σημαντική υπεραξία σ' έναν οργανισμό**. Ενδεικτικές, μείζονος σημασίας εφαρμογές AI είναι εκείνες που στοχεύουν στη βελτίωση της εμπειρίας χρήστη/πελάτη μέσω εξατομικευσης και στοχευμένων προτάσεων(KYC). Όμως δεν είναι λίγες οι φορές που δίχασε νομικούς & επιχειρηματίες ο τρόπος χρήσης τους ως θεμιτά μέσα για την ανάπτυξη ψηφιακών επιχειρηματικών στρατηγικών, καθότι η διευρημένη & επιθετική χρήση ψηφιακών εργαλείων από τις επιχειρήσεις σε βάρος ανυποψίαστων, μη ψηφιακά έτοιμων σε θέματα κατάρτισης καταναλωτών προβληματίζει.*

-Είναι οι επιχειρήσεις άραγε «έτοιμες» να υιοθετούν & χρησιμοποιούν με ασφαλή, νόμιμο τρόπο τα διαθέσιμα εργαλεία σε ψηφιακές πλατφόρμες;

-Μπορεί ο καταναλωτής, ακόμα και ενήμερος απέναντι σε τέτοιες ψηφιακές στρατηγικές, να νιώθει ασφαλής & προστατευμένος, μη εκμεταλλεύσιμο προϊόν;

3.4.1 Εξατομικευμένη Διαδικτυακή Τιμή (OPP) Εννοιολογικός προσδιορισμός

⁴¹<http://ebusiness.mit.edu/>

Ένα εργαλείο ψηφιακού Μάρκετινγκ, ιδιαίτερου πρακτικού και νομικού ενδιαφέροντος συνιστά εκείνο της «Εξατομικευμένης Διαδικτυακής Τιμής»(OPP Toolkit). Υιοθετείται από τις επιχειρήσεις εκτεταμένα στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου. Σύλληψη αυτής της εμπορικής ιδέας έγινε από τον John Wanamaker το 1870. Πρόκειται ουσιαστικά για μια εφαρμοσμένη πολιτική διάκρισης τιμών μεταξύ υποψήφιων καταναλωτών, που βασίζεται στην συμπεριφορική στόχευση(behavioral targeting) του καταναλωτή αναλύοντας τις καταναλωτικές του προθέσεις (DataAnalysis). Αυτή η ανάλυση γίνεται μέσω μιας ειδικής μεθόδου που επιτυγχάνεται με τη χρήση αλγοριθμικής τιμολόγησης(ή άλλως αλγορίθμων δυναμικής τιμολόγησης), όπου οι πωλητές καθορίζουν τις τιμές χρησιμοποιώντας αλγόριθμους υπολογιστών. Μελετάται η αγοραστική δύναμη του εν δυνάμει καταναλωτή μέσω του εκτιμώμενου ποσού που προτίθεται να ξοδέψει(WTP) για απόκτηση ενός προϊόντος με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, οπότε και προσαρμόζεται η τιμή πώλησης στις αγοραστικές διαθέσεις του κάθε καταναλωτή(μεμονωμένος πελάτης).

*«Φανταστείτε ότι συγκρίνετε τις τιμές των τροφών για σκύλους στο διαδίκτυο, στον ιστότοπο όπου συνήθως αγοράζετε και παρατηρήστε ότι ο λιανοπωλητής πρόσφερε πολλά για αυτό το συνήθως ακριβό πακέτο. Στη συνέχεια, αφού συνδεθείτε με τα διαπιστευτήρια χρήστη, η συμφωνία εξαφανίζεται ξαφνικά, όπως η τιμή για κάθε τέτοιο πακέτο αυξάνεται σημαντικά. Αυτό σας κάνει να πιστεύετε ότι σας ζητούν να πληρώσετε περισσότερα εξαιτίας αυτού που είστε; Πιθανότατα υποβλήθήκατε στο Διαδίκτυο σε Εξατομικευση τιμής (OPP)».*⁴²

Το OPP περιλαμβάνει τη συλλογή, ανάλυση και εξόρυξη πληροφοριών σχετικά με τους καταναλωτές που επισκέπτονται ηλεκτρονικά καταστήματα. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει, ανάλογα με τα χαρακτηριστικά της στρατηγικής τιμολόγησης κάθε εμπόρου(και το μοντέλο του αλγόριθμου τιμολόγησης), προσωπικά δεδομένα, όπως το όνομα του καταναλωτή, άλλα μοναδικά αναγνωριστικά (π.χ. αναγνωριστικά cookie ή η διεύθυνση IP/MAC της συσκευής τους), ιστορικό αγορών μέσω καρτών επιβράβευσης ή στον ιστότοπο του εμπόρου, διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, αριθμό τηλεφώνου, τοποθεσία (π.χ. δεδομένα GPS και δεδομένα αισθητήρα Bluetooth), τύπος συσκευής και πρόγραμμα περιήγησης που χρησιμοποιείται για πρόσβαση στο ηλεκτρονικό κατάστημα, δημόσια διαθέσιμα δεδομένα (π.χ. αρχεία

⁴²(Sebastião Barros Vale, 2020)

κτηματολογίου), συμπεριφορικά και δεδομένα ενδιαφέροντος(π.χ. ιστορικό προγράμματος περιήγησης, χρησιμοποιούμενες εφαρμογές, αναρτήσεις μέσω κοινωνικής δικτύωσης) και κοινωνικο-δημογραφικά δεδομένα (π.χ. ηλικία, φύλο, επίπεδο εκπαίδευσης, αριθμός και ταυτότητα των μελών του νοικοκυριού). Στη συμπεριφορική τιμολόγηση οι έμποροι αναλύουν ανώνυμα μέσω των Cookies⁴³ τη συμπεριφορά πλοήγησης των πελατών τους, εφόσον παρέχεται η κατάλληλη συναίνεση. Κατά την επόμενη επίσκεψη των πελατών, οι έμποροι προσφέρουν χαμηλότερες τιμές σε προϊόντα, που πριν από λίγο είχαν κλικάρει οι πελάτες. Όσο καλύτερη είναι η πληροφόρηση σχετικά με τους καταναλωτές, τόσο λεπτότερη είναι η κατάτμηση(finerpartition) των καταναλωτών σε ομάδες και τόσο μεγαλύτερες οι δυνατότητες των επιχειρήσεων ν' αποσπάσουν το πλεόνασμα του καταναλωτή, που είναι και ο τελικός στόχος εξάλλου αυτής της στρατηγικής!!!

Τα δεδομένα αυτά που συλλέγονται τα λαμβάνουν υπόψη τους οι επιχειρήσεις ώστε να προσαρμόζουν κατάλληλα & αναγκαία τις τιμές - προσφορές σε πραγματικό χρόνο, καθώς και να προβλέπουν τις μελλοντικές τάσεις του αγοραστικού κοινού. Έτσι, λοιπόν ο καταναλωτής πιο εκτεθειμένος από ποτέ και κρίθηκε επιτακτική ανάγκη, εξ' ου και θεσμοθετήθηκε πρόσφατα η επιχειρηματική στρατηγική Διάκρισης τιμών, που ως τότε απλά θέματα συντονισμού ρυθμίζονταν σε πρώιμο στάδιο εξόρυξης δεδομένων για να γνωρίσουν οι επιχειρήσεις τους πελάτες τους(KnowYourCustomer).

3.4.2. Περιπτωσιολογία σκανδάλου «Amazon Marketplace» για αθέμιτη χρήση OPP

Τρανταχτό παράδειγμα παράνομης, δόλιας χρήσης του OPP ήταν το προτόγνωρο για τα τότε δεδομένα σκάνδαλο της “AMAZON MARKETPLACE” το έτος 2000 με τα περίφημα DVD ταινίες, που πωλούνταν ακριβότερα(εύρος τιμών 15 Δολλάρια)με τιμές προσαρμοσμένες στα μοναδικά χαρακτηριστικά των παλιών πελατών, όπου η εταιρεία αναγκάστηκε να επιστρέφει χρήματα στους αγανακτισμένους πελάτες της. Γι' αυτή την «κρυφή» πολιτική διάκρισης τιμών κρίθηκαν υπεύθυνα τα γνωστά σε όλους cookies. Όσοι αποδέχτηκαν τα cookies έδωσαν πρόσβαση στον operator της πλατφόρμας σε εκτίμηση του WTP, ευνοώντας

⁴³Παρακάτω δεξ κεφ. 3.4.4. Cookies ως μέσο εκτέλεσης της στρατηγικής OPP

τη δημιουργία εξατομικευμένων καταναλωτικών προφίλ, οπότε και προσαρμόστηκαν οι τιμές για το ίδιο προϊόν στο WTP των παλιών καταναλωτών, εξηγώντας και τη συγκρίσιμη ακρίβεια που παρατηρήθηκε. Μάλιστα, το πόσο δυσδιάκριτα είναι τα όρια μεταξύ εξατομικευμένης και δυναμικής Τιμολόγησης⁴⁴ επιβεβαιώθηκε και από τις εξηγήσεις που προσπάθησε να δώσει η Amazon καλύπτοντας την αθέμιτη εμπορική πρακτική που εφάρμοσε, χωρίς να ενημερώσει τους ενδιαφερόμενους-υποψήφιους πελάτες.

Ακόμα, σύμφωνα με μια έρευνα της Wall Street Journal⁴⁵, η Amazon αναθεώρησε μέσα σε μία μέρα, εννέα φορές την τιμή ενός φούρνου μικροκυμάτων!!! Σκεφτείτε ότι υποψήφιος καταναλωτής θα αγόραζε στη χαμηλότερη τιμή πώλησης με 744,46 δολάρια, την ίδια ώρα που ένας άλλος θα κατέβαλε για το ίδιο προϊόν την υψηλότερη τιμή, δηλαδή τα 856,08 δολάρια(αναντιστοιχία τιμών για το ίδιο προϊόν στον ίδιο χρόνο).

Τέτοιου είδους όμως επιχειρηματικά εργαλεία, στάθηκαν πολλές φορές αφορμή για να κλονιστεί η εμπιστοσύνη του Ψηφιακού Καταναλωτή. Οι επιχειρήσεις εκμεταλλευόμενες το μεγάλο «κενό» του υποψήφιου Καταναλωτή ως προς τη γνώση ασφαλούς πλοήγησης σε ηλεκτρονικές πλατφόρμες και χειρισμού λογισμικών cookies λόγω έλλειψης ψηφιακής εκπαίδευσης, ανενόχλητες συγκέντρωναν(-ουν) πληροφορίες για το προφίλ του κάθε Καταναλωτή με σκοπό την εξατομίκευση τιμών με αυτοματοποιημένο τρόπο και να του πουλήσουν το αγαθό δυνάμει της εμφανιζόμενης αγοραστικής του πρόθεσης, από το προφίλ Καταναλωτή που είχαν φτιάξει, κάτι που αγνοούσε ο ίδιος και συνεχίζει αφού λείπει η στοιχειώδη ψηφιακή παιδεία πλοήγησης, για να νιώσει ασφαλής ο πελάτης στο διαδικτυακό κόσμο που ξεδιπλώνεται μπροστά του. Ακόμα και σήμερα οι περισσότεροι νιώθουν ανυπεράσπιστοι απέναντι σε αυτό το διαδικτυακό «τέρας», που εξελίσσεται με τρομακτικούς ρυθμούς και δεν μπορεί να παρακολουθήσει τους μηχανισμούς λειτουργίας του το κάθε νοικοκυριό.

3.4.3 Εργαλείο OPP: Αναγκαιότητα για νομική περιστολή της χρήσης του

⁴⁴(Paul Krugman, 2000)

⁴⁵(Ευστάθιος Ιντζεΐδης, 2014)

Το εργαλείο OPP, ως ένα είδος αποτελεσματικής συμπεριφορικής ιχνηλάτησης του ψηφιακού καταναλωτή, έχει βρεθεί στο επίκεντρο αντιπαραθέσεων, διότι μπορεί να προκαλέσει ευκόλως παραβιάσεις σε θέματα Ανταγωνισμού(αθέμιτες εμπορικές πρακτικές) & Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων(GDPR), εξ' ου και καταβάλλεται προσπάθεια να γίνει περιστολή της νόμιμης χρήσης του μέσου αυτού υπό προϋποθέσεις. Σχετικά πρόσφατα θεσμοθετήθηκε η ιδιότυπη αυτή πρακτική εξατομικευμένης τιμολόγησης(personalized pricing) ή διάκρισης ως προς την τιμή(price discrimination).⁴⁶

Θεμελιώνεται ως προαπαιτούμενο η ύπαρξη νομοθετικού ελέγχου εκπλήρωσης της υποχρέωσης προσυμβατικής ενημέρωσης του Καταναλωτή, στα πλαίσια τήρησης διαδικασιών διαφάνειας(*transparency policy*), Ανέκαθεν ο Καταναλωτής εκλαμβάνεται από τον νομοθέτη ως το ασθενέστερο μέλος κάθε σύμβασης, φυσικής και ψηφιακής οπότε και δεσπόζει ως προαπαιτούμενο για το κύρος κάθε είδους σύμβασης η Ενημέρωση του Καταναλωτή⁴⁷ για τους όρους της καταρτισθείσας σύμβασης με σαφήνεια και ακρίβεια, ώστε να «έχει τη συνήθη πληροφόρηση και να είναι ευλόγως ενημερωμένος, προσεκτικός και παρατηρητικός, λαμβανομένων υπόψη των εκάστοτε κοινωνικών συνθηκών και πολιτιστικών παραγόντων καθώς και της χρησιμοποιούμενης γλώσσας»⁴⁸. Ο ενωσιακός νομοθέτης απαιτεί μάλιστα όχι μόνο τη γνώση αλλά και τη ρητή συγκατάθεση του Καταναλωτή(**διττή προστασία**) για την εξατομικευμένη τιμολόγηση που λαμβάνει, ο οποίος με ένα κλικ υπεισέρχεται σε δήλωση βεβαιωτικού περιεχομένου για τους κινδύνους που διατρέχει από σε βάρος του τελική πώληση προϊόντος σε ακριβότερη τιμή. Όχι μόνο επιβεβαιώνει ότι γνωρίζει τη χρήση τέτοιων λογισμικών που αναλύουν την προθυμία του καταναλωτή αλλά και το αποδέχεται ως γεγονός!!! Δεν αφήνει λοιπόν διόλου περιθώρια μη συγκατάθεσης ή παρανόησης από τον Καταναλωτή για εφαρμογή σε βάρος τους τέτοιων επιχειρηματικών στρατηγικών και προσπαθεί να μετριάσει αν όχι να εξαφανίσει κάθε προσπάθεια παραπλάνησης του καταναλωτικού κοινού.

Αυτό σημαίνει πρακτικά ότι πρέπει να γίνεται κάθε φορά ρητή αναφορά δίπλα σε μια εμπορική τιμή με την ένδειξη: *«Προσφέρεται εξατομικευμένη τιμή»*. Οι πληροφορίες σχετικά με το OPP θα πρέπει να εμφανίζονται «με τρόπο κατάλληλο για τα μέσα απόστασης, επικοινωνία που χρησιμοποιείται σε απλή και κατανοητή

⁴⁶ Βλ. Αιτιολογική Σκέψη 45 & Αρ. 4 παρ. 4 Omnibus Οδηγίας

⁴⁷ Ως ορίζεται ο Μέσος Συνετός Καταναλωτής κατά των Κώδικα Δεοντολογίας των Επιχειρήσεων

⁴⁸ Οδηγία 2005/29/EK – Directive UCP

γλώσσα». Επιπλέον, ο έμπορος υποχρεούται να ευαισθητοποιήσει τον καταναλωτή με σαφή & εμφανή τρόπο, και αμέσως πριν ο καταναλωτής κάνει κλικ το κουμπί «αγορά», Παρά την υιοθέτηση της Οδηγίας Omnibus, ωστόσο, η αμφισβήτηση σχετικά με τη νόμιμη χρήση του εργαλείου OPP παραμένει. Συγκεκριμένα, και όπως περιγράφεται παραπάνω, το επίπεδο λεπτομέρειας των πληροφοριών που απαιτούνται από τους εμπόρους & η παροχή μέσω ετικετών OPP δεν ορίζεται διεξοδικά στην Οδηγία Omnibus. Εξ' ου και η Οδηγία έχει χαρακτηριστεί ως Ανεπαρκής Ασπίδα κατά της εξατομικευμένης πολιτικής τιμολόγησης(OPP).

Ανεξάρτητα από τους πολιτικούς παράγοντες που οδήγησαν στην προαναφερθείσα νομοθετική αδράνεια και τους νομικά προβλεπόμενους κανόνες για το βάρος της απόδειξης, αναμένεται ότι η Ε.Ε. θα συνεχίσει να ασκεί πιέσεις για την κατάργηση των πάσης φύσεως διακρίσεων στην παροχή αγαθών και υπηρεσιών σε βάρος του καταναλωτή με τη διευρημένη έννοια του όρου. Στο μεταξύ, είναι πρωταρχικής σημασίας η διερεύνηση των νομικών όπλων που προσφέρει η νομοθεσία της Ε.Ε. στους καταναλωτές κατά της πολιτικής OPP, ξεκινώντας από τους νόμους περί απορρήτου και προστασίας δεδομένων.

3.4.4 Cookies ως μέσο εκτέλεσης της στρατηγικής OPP

Τα cookies, ως κλασικός τρόπος διαδικτυακής παρακολούθησης, είναι «μικρά αρχεία» με αποτύπωμα του χρήστη που μια ιστοσελίδα αποθηκεύει στον υπολογιστή του, ώστε κάθε φορά που συνδέεται στην ιστοσελίδα, η τελευταία να ανακτά τις εν λόγω πληροφορίες και να προσφέρει στο χρήστη σχετικές πληροφορίες. Για παράδειγμα είναι ενήμερη για τις προτιμήσεις του χρήστη σε μια ιστοσελίδα, όπως αυτές έχουν αποθηκευτεί μέσα από τις διαδικτυακές κινήσεις τους(π.χ. επιλογή συγκεκριμένων υποσελίδων, αναζητήσεων, διαφημίσεων κλπ). Διπλή ασφαλιστική δικλείδα επιβλήθηκε με την Οδηγία 2009/136/EK γνωστή ως e-Cookies Directive, εξ' ου και η αναγκαιότητα συν-ύπαρξης συγκατάθεσης συνδρομητή - χρήστη θεσμοθετήθηκε στη χρήση των cookies, εκτός του προυπάρχοντος καθήκοντος ενημέρωσης για την ύπαρξή τους. Ωστόσο, εν τις πράγμασι συνεχίζει να υπάρχει νομοθετικό κενό στην ασφάλεια των χρηστών & να μην είναι πάντα προαπαιτούμενο η δοθείσα ρητή συγκατάθεση σε όλες τις κατηγορίες των cookies, ανάλογα με τον

υποχρεωτικό ή μη χαρακτήρα της εφαρμογής τους και το σκοπό αποθήκευσης των πληροφοριών.

Η υποχρεωτικότητα ύπαρξης συγκατάθεσης συνδρομητή-χρήστη κρίθηκε αναγκαία ανεξάρτητα από το μέγεθος της προσωπικής πληροφορίας που τυχόν περικλείει η πληροφορία που αποθηκεύεται στο σύστημα του χρήστη. Εξ' ου και νομοθετική ρύθμιση⁴⁹ ορίζει ότι «*Η αποθήκευση πληροφοριών ή η απόκτηση πρόσβασης σε ήδη αποθηκευμένες πληροφορίες στον τερματικό εξοπλισμό συνδρομητή ή χρήστη επιτρέπεται μόνο αν ο συγκεκριμένος συνδρομητής ή χρήστης έχει δώσει τη συγκατάθεση του μετά από σαφή και εκτενή ενημέρωση κατά την παρ. 1 του άρθρου 11 του ν. 2472/1997, όπως ισχύει. Η συγκατάθεση του συνδρομητή ή χρήστη μπορεί να δίδεται μέσω κατάλληλων ρυθμίσεων στο φυλλομετρητή ιστού ή μέσω άλλης εφαρμογής. Τα παραπάνω δεν εμποδίζουν την οποιαδήποτε τεχνικής φύσεως αποθήκευση ή πρόσβαση, αποκλειστικός σκοπός της οποίας είναι η διενέργεια της διαβίβασης μίας επικοινωνίας μέσω δικτύου ηλεκτρονικών επικοινωνιών ή η οποία είναι αναγκαία για την παροχή υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας, την οποία έχει ζητήσει ρητά ο χρήστης ή ο συνδρομητής. Με πράξη της Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα (Α.Π.Δ.Π.Χ.) ορίζονται ειδικότερα οι τρόποι παροχής πληροφοριών και δήλωσης της συγκατάθεσης*». Το «δικαίωμα άρνησης» της πρότερα Οδηγίας αντικαταστάθηκε από το «με τη συγκατάθεση του/της»⁵⁰

Σε δημοσιευμένο άρθρο του 2016 στο περιοδικό «Επιχειρώ» είχε αναφερθεί η αυστηρά απαιτούμενη, σωρευτικά διάγνωση των προϋποθέσεων 1. σαφούς - εκτενούς ενημέρωσης του χρήστη για τα cookies που πρόκειται να εγκατασταθούν στη συσκευή του, 2. λήψης συγκατάθεσης από αυτόν προ της εγκατάστασης (opt-in) καθώς και 3. εγκατάσταση των σχετικών ρυθμίσεων privacy στον browser του χρήστη ως έννομο τρόπο λήψης της συγκατάθεσης.

Κατ'έξαιρση η τροπολογία απαιτεί μόνο ενημέρωση του χρήστη και όχι δήλωση συγκατάθεσης για τα λειτουργικά cookies, ως τα αναγκαία εφαρμόσιμα για τη σωστή λειτουργία του κάθε website, με σκοπό την παροχή της εκάστοτε υπηρεσίας (functional cookies).

⁴⁹ Οδηγία 2009/136/EK γνωστή ως e-Cookies Directive, που τροποποίησε το αρ. 5(3) της Οδηγίας 2002/58 (e Privacy Directive)

⁵⁰ Βλ. προοίμιο σκεπτικού 30 αναφορά στα cookies ως μέσο επεξεργασίας προσωπικών δεδομένων

Προδικαστικά ερωτήματα έχουν τεθεί ενώπιον του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης(ΔΕΕ) για νομιμότητα έμμεσης δήλωσης συγκατάθεσης μέσω προσυμπληρωμένου τετραγωνιδίου, το οποίο ο χρήστης μπορεί να αποεπιλέξει. Άκρως άκυρη έχει χαρακτηριστεί μια τέτοια πρακτική με το σκεπτικό ότι η «συγκατάθεση προϋποθέτει ενεργή και όχι παθητική συμπεριφορά». Μάλιστα, το ΔΕΕ έκρινε ότι οι πληροφορίες τις οποίες οφείλει ο πάροχος υπηρεσιών να δίνει στο χρήστη ιστότοπου περιλαμβάνουν τη διάρκεια και τη λειτουργία των cookies, όπως και το ζήτημα εάν τρίτοι μπορούν ή όχι να έχουν πρόσβαση σε αυτά⁵¹.

Παρόλο όμως τις νομοθετικές αλλαγές και τις ποικίλες δικαστικές αποφάσεις αναφορικά με παραπλανητικές πολιτικές χρήσης των banners cookies, οι ψηφιακές πλατφόρμες του e-επιχειρείν συνεχίζουν να κάνουν χρήση των cookies με παράτυπο τρόπο, παραβιάζοντας σε ανησυχητικά μεγάλο βαθμό τις ενωσιακές διατάξεις περί απαιτούμενης δήλωσης συγκατάθεσης χρήστη, ελεύθερης, συγκεκριμένης, ρητής και εν πλήρει επιγνώσει, για χρήση των προσωπικών του δεδομένων⁵². Στις 31.5.2021 το Ευρωπαϊκό Κέντρο για τα Ψηφιακά Δικαιώματα «Noyb» ξεκίνησε μια εκστρατεία κατά γνωστών εταιρειών(όπως Facebook, Carefour) που φέρεται να χρησιμοποιούν παράνομα banners για cookies που δρουν άκρως παραπλανητικά για τους ψηφιακούς χρήστες, των οποίων τα προσωπικά τους δεδομένα πολλοστώ είναι εκτός ελέγχου τους & χρησιμοποιούνται για εκτεταμένους σκοπούς(φαινόμενο εμπορευματοποίησης προσωπικών δεδομένων, OPP) χωρίς να υπάρχει ουδεμία πρότερα γνώση τους και αληθινή συγκατάθεση για σκόπιμη χρήση τους από τρίτους. Πληθώρα καταγγελιών εκκρεμούν προς εξέταση από τις ευρωπαϊκές επιτροπές Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων για παράτυπη χρήση των banner συναίνεσης για χρήση cookie. **Οι πιο διαδεδομένοι τύποι παραβιάσεων, όπως εύστοχα τους έχει ορίσει η Noyb, εν απουσία συγκατάθεσης χρήστη είναι:**

-Τύπος Α(η πιο συνήθης): Απουσία ύπαρξης κουμπί «απόρριψης» για όλα τα cookies στην αρχική τους σελίδα

-Τύπος Β:Υπαρξη προεπιλεγμένου πλαισίου σε πλατφόρμα διαχείρισης συναίνεσης. **Απαιτείται** από τους χρήστες να προβούν σε κάποιου είδους θετική ενέργεια, όπως να κάνουν κλικ(opt-in) σε ένα κουμπί ή να επιλέγουν ενεργά ένα πλαίσιο για να δηλώσουν τη συγκατάθεσή τους.

⁵¹ΔΕΕ υπόθ. C. 673/2017, απόφ. της 1^{ης} Οκτωβρίου /σκ. 49-57, 70, 81

⁵² (Jacob KOHNSTAMM, 2013)

-**Τύπος C**: Χρήση οποιουδήποτε σχεδιασμού συνδέσμου ή υπερσυνδέσμου που προκαλεί σύγχυση για να «ωθήσετε» τους χρήστες να κάνουν κλικ σε ένα κουμπί που δέχεται όλα τα cookies

-**Τύπος D & E**⁵³: Χρήση παραπλανητικών χρωμάτων & αντίθεσης κουμπιών. Το νόημα των σχεδίων, των χρωμάτων και των αντιθέσεων τους πρέπει να είναι εύκολα κατανοητό και προφανές. Οι χρήστες τείνουν να κλικάρουν «Αποδοχή» ακόμα και αν δε θέλουν πραγματικά να αποδεχτούν. Το γκρι χρώμα στο κουμπί «απόρριψης» παραπένει σε φόντο CMR.

-**Τύπος H**: Η χρήση του όρου «νόμιμο συμφέρον» ισοδυναμεί με το δικαίωμα των εταιρειών να τοποθετούν cookies στον υπολογιστή ενός χρήστη επειδή έχουν νόμιμα συμφέροντα. Κατάφωρη παραβίαση της Οδηγίας ΕΕ για προστασία της ιδιωτικής ζωής ηλεκτρονικών επικοινωνιών που απαιτεί έγκυρη & ρητή συναίνεση από τους χρήστες για τη χρήση όλων των μη βασικών cookies

-**Τύπος I**: Παραπλανητική-ψευδής ταξινόμηση των μη απαραίτητων cookies σε ουσιώδη. Η στοχοποίηση αφορά τα διαφημιστικά & αναλυτικά cookies, που όπως προαναφέραμε δεν κρίνονται ουσιώδη.

-**Τύπος K**: Αναντιστοιχία του βαθμού ευκολίας του χρήστη ν' αποσύρει τη συγκατάθεσή του σε σχέση με εκείνο του κλικ της «Αποδοχής». Πρέπει να απολάβει ίδιο βαθμό διευκόλυνσης, όπως απαιτεί ο νόμος.

Απόδειξη της εκτεταμένα ανυσηχητικής χρήσης των cookies αποτελεί και η Έκδοση 1.1., όπως συντάχθηκε & δημοσιεύτηκε από το ΕΣΠΔ στις 4 Μαΐου 2020 που τιτλοφορείται ως «Οι κατευθυντήριες γραμμές 5/2020 σχετικά με τη συγκατάθεση βάσει του Κανονισμού 2016/679»⁵⁴

Παράδειγμα: Πάροχος ιστότοπου εγκαθιστά πρόγραμμα με ελεύθερη πρόσβαση στο περιεχόμενο από τους πλοηγηθέντες Χρήστες εν απουσία κλικαρίσματος επιλογής «Αποδοχή cookies». Στο υποκείμενο των δεδομένων δεν παρέχεται πραγματική, ελεύθερη επιλογή για έκφραση βούλησής του, αλλά εξαναγκάζεται παρανόμως σε δοθείσα συγκατάθεση.

Μια αξιόλογη μερίδα νομικών έχει χαρακτηρίσει τη δήλωση συγκατάθεσης (opt-in) ως μη σταθερή και η πιο ασφαλής νομική βάση επεξεργασίας προσωπικών

⁵³ Δεν είναι εκ του νόμου απαγορευμένες πρακτικές, εξ' ου και δεν θεωρείται άμεση παραβίαση νόμου Προστασίας δεδομένων αλλά παραβίαση του πνεύματος του νόμου

⁵⁴ https://edpb.europa.eu/our-work-tools/our-documents/guidelines/guidelines-052020-consent-under-regulation-2016679_el

δεδομένων. Συνιστούν ως προτιμητέα την επιλογή εναλλακτικών νομικών βάσεων, εφόσον είναι εφικτό, όπως η εκτέλεση σύμβασης και τα προσυμβατικά μέτρα προσέλκυσης πελατείας ή ακόμα το έννομο συμφέρον του υπεύθυνου επεξεργασίας. Το γενικό έννομο συμφέρον κάθε εμπόρου ν' αυξήσει τις πωλήσεις και τα έσοδα του δεν μπορεί να αποτελέσει επουδενί νόμιμη βάση επεξεργασίας, λ.χ. δημιουργία προφίλ αγορών των πελατών μέσω καταγραφής επισκεψιμότητας ιστοσελίδων με καταλόγους προϊόντων με τη χρήση cookies⁵⁵.

Τα υψηλά διοικητικά πρόστιμα που επιβάλλονται από το ΓΚΠΔ & η θεμελίωση αστικών αξιώσεων(αρ. 77-84 ΓΚΠΔ) κατά του υπευθύνου επεξεργασίας δεν αποδείχθηκαν αρκετά ως μέτρα για τη σύννομη λειτουργία των ψηφιακών πλατφόρμων που δεν ευθυγραμμίζονται με την αρχή της διαφάνειας που διέπει την κοινοτική νομοθεσία του ΗΕ αλλά και της προστασίας των προσωπικών δεδομένων.

3.4.5 Το παραδοξο της συγκατάθεσης (opt-in)

Έχει λοιπόν θεσμοθετηθεί προς ενίσχυση της προστασίας προσωπικών δεδομένων χρήστη, το δικαίωμα του υποκειμένου να εναντιωθεί στη χρήση των προσωπικών του δεδομένων ανά πάσα στιγμή για σκοπούς απευθείας εμπορικής προώθησης(**Σύστημα Opt-out**). Ως ειδικότερη έκφανση του δικαιώματος πληροφοριακού αυτοκαθορισμού, το υποκείμενο έχει δικαίωμα να ανακαλέσει τη συγκατάθεσή του οποιαδήποτε στιγμή και εξίσου εύκολα όσο την είχε παράσχει, χωρίς ωστόσο να απαιτείται να ακολουθήσει ακριβώς τον ίδιο τρόπο. Το υποκείμενο έχοντας τον πλήρη έλεγχο και εξουσία πάνω στα δεδομένα του είναι το μόνο αρμόδιο να αποφασίσει πότε θα επιτρέψει την επεξεργασία τους και πότε θα τη διακόψει ή θα την περιορίσει. Η συγκατάθεση του υποκειμένου ως νόμιμη βάση επεξεργασίας δεν θα είχε κανένα νόημα αν δεν ήταν δυνατή η ανάκλησή της⁵⁶, καθώς το υποκείμενο θα παρέμενε δέσμιος μιας δήλωσης βούλησης που είχε παράσχει στο παρελθόν κάτω από τις συγκεκριμένες ιδιαίτερες περιστάσεις, οι οποίες πιθανόν να έχουν μεταβληθεί και

⁵⁵ Λεωνίδας Ι. Κανέλλος(2020) THE GDPR HANDBOOK για DPOs, Επιχειρήσεις & Οργανισμούς. Νομική Βιβλιοθήκη σελ. 133 επ.

⁵⁶ M.Bosmpioni ΕΦΑΔΠολΔ 8-9/2021 Διαθέσιμο στο [researchgate.net/publication/355184589_Ta_prosopika_dedomena_sto_dikaio_ton_symbaseon_ypo_to_prisma_tes_Odegias_2019770EE_Personal_data_and_contract_law_in_the_light_of_the_Directive_2019770EU/citation/download](https://www.researchgate.net/publication/355184589_Ta_prosopika_dedomena_sto_dikaio_ton_symbaseon_ypo_to_prisma_tes_Odegias_2019770EE_Personal_data_and_contract_law_in_the_light_of_the_Directive_2019770EU/citation/download)

θα ετίθεντο και θέμα εγκυρότητας αυτής, καθότι η συναινετική δήλωση βούλησης στο παρελθόν θα έπαυε πλέον να αποτελεί ενσυνείδητη επιλογή του υποκειμένου. Συμβατική συμφωνία μεταξύ του προμηθευτή και του καταναλωτή περί δήλωσης παραίτησης του τελευταίου από το αναγκαστικό δικαίωμα ανάκλησης της συγκατάθεσης επεξεργασίας των προσωπικών του δεδομένων είναι απόλυτα άκυρη⁵⁷. Ο καταναλωτής ως υποκείμενο των δεδομένων θα πρέπει να έχει το απεριόριστο δικαίωμα να αποσύρει τη συγκατάθεση επεξεργασίας οποτεδήποτε και χωρίς να απαιτείται η προηγούμενη ενημέρωση του εμπόρου-παρόχου.

Στο μεταξύ οι DeHert και Papakonstantinou⁵⁸ παρατηρούν ότι σε μία εποχή που κυριαρχεί το απανταχού υπολογίζει, τα δεδομένα μεγάλης κλίμακας, τα ψηφιακά κοινωνικά δίκτυα και το διαδίκτυο των πραγμάτων, η ιδέα ότι απαιτείται κάθε φορά συγκατάθεση χρήστη μοιάζει παράλογη. Εν καιρώ εκφράστηκαν αιτιάσεις ότι η συγκατάθεση συνιστά εν τέλει παγίδα ή/και ψευδαίσθηση ενημερωμένης και συνειδητής επιλογής.⁵⁹

Χωρίς αμφιβολία οι άνθρωποι, ως χρήστες, τείνουν να συγκατατίθενται εύκολα, ακόμα και αν είναι ευαίσθητοι ως προς τις απειλές για την ιδιωτικότητά τους⁶⁰. Η συγκατάθεση αποτελεί την πιο ευχερή και ταυτόχρονα κρίσιμη νομιμοποιητική βάση για τη νομιμοποίηση του λεγόμενου online tracking profiling⁶¹.

Η διάθεση επαρκούς και εύληπτης πληροφορίας σε συνδυασμό με την εδραίωση του opt-in ως σαφούς κανονιστικής επιλογής που απαιτεί ο Κανονισμός, ενισχύει την επίγνωση των ενεργειών με τις οποίες δηλώνεται η συγκατάθεση αλλά και των πιθανών κινδύνων της επεξεργασίας δεδομένων. Ωστόσο, παραμένει αμφίβολο, εάν το κανονιστικό οπλοστάσιο διασφαλίζει ότι οι χρήστες- υποκείμενα των δεδομένων «θα ελέγχουν, θ' αξιολογούν έλλογα και θα ανταποκρίνονται ελεύθερα όταν ζητείται η συγκατάθεσή τους για την επεξεργασία των δεδομένων τους», όταν –σύμφωνα με τον Ευρωπαϊκό Επόπτη Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων- **χρειάζεται κατά μέσο όρο να διαθέσει κανείς εικοσιπέντε(25) μέρες το χρόνο για να διαβάσει τους όρους και**

⁵⁷ άρθρο 7 §3 του ΓΚΠΔ

⁵⁸ (de Hert and Papakonstantinou, 2016)

⁵⁹ Article 29, Working Party, Guidelines on consent under Regulation 2016/679, Tech. Rep. 17/EN WP259 rev.01, Oct. 2018

⁶⁰ E. Carolan, The continuing problems with online consent under the EU's emerging data protection principles, σελ. 468-472

⁶¹ Βλ. Skouma and Leonard, On-line behavioral tracking: What may change after the legal reform onb personal data protection, σελ. 52

τις προϋποθέσεις για τη χρήση επιγραμμικών(online) υπηρεσιών, ενώ δεν πρέπει να υποτιμάται η λεγόμενη «κόπωση της ενημέρωσης»!⁶²

Η σχετική έρευνα έχει αποδείξει ότι οι τελικές επιλογές των προσώπων δεν εναρμονίζονται πάντα με τις επιφυλάξεις τους ως προς τους κινδύνους για την πληροφοριακή ιδιωτικότητά τους, ενώ υπόκεινται σε ψυχολογικές επιρροές και χειραγώγηση⁶³. Η τάση της κατάφασης στην επεξεργασία προσωπικών δεδομένων ενισχύεται τόσο από την κουλτούρα του διαμοιρασμού και της αυτοέκθεσης ιδίως στα κοινωνικά δίκτυα, ενώ η ίδια η «αρχιτεκτονική» των επιλογών ενισχύει την επιλογή της αποδοχής της επεξεργασίας των δεδομένων. Οι επιλογές είναι αναπόφευκτα δυαδικού χαρακτήρα και οι χρήστες στο δίλημμα “take it or leave it” επιλέγουν να συγκατατεθούν υπό την ανησυχία του αποκλεισμού από την πρόσβαση σε πληροφορία και υπηρεσίες⁶⁴.

Λαμβάνοντας μάλιστα υπόψη την εκ των πραγμάτων περιορισμένη δυνατότητα του μέσου χρήστη ν’ αντιληφθεί τη λειτουργία ή το δυναμικό της τεχνολογίας και των εφαρμογών της, είναι αμφίβολο κατά πόσο οι απαιτήσεις του Κανονισμού μπορούν να προστατεύσουν αποτελεσματικά τα προσωπικά δεδομένα των προσώπων. Πράγματι, η πληροφοριακή και γνωστική ασυμμετρία και η ραγδαία και μη προδιαγνώσιμη εξέλιξη της τεχνολογίας και κατά συνέπεια και των σκοπών που αυτή εξυπηρετεί θέτουν σε αμφισβήτηση, κατά πόσο η συγκατάθεση είναι πρόσφορη και επαρκής βάση προστασίας των δικαιωμάτων που διακυβεύονται.

Ο Κανονισμός (9 παρ. 2^ε) εκκινεί από το δικαίωμα των προσώπων να αποφασίζουν για το εάν και πως θα διαμοιράζονται τις πληροφορίες που τα αφορούν. Όσο και αν είναι κατανοητή η νομιμοποίηση της επεξεργασίας ευαίσθητων δεδομένων, εάν έχουν ηθελημένα και συνειδητά εκφύγει του ελέγχου του προσώπου, ο Κανονισμός επαναλαμβάνοντας τη ρύθμιση που περιλαμβάνει η Οδηγία 95/46/EK σε ένα διαφορετικό ωστόσο κοινωνικό-τεχνολογικό πλαίσιο, φαίνεται να «αγνοεί» την ψηφιακή πραγματικότητα, αν μη τι άλλο, των ψηφιακών κοινωνικών δικτύων και της αυτοέκθεσης⁶⁵.

⁶²Van Alsenoy, E. Kosta, Dumortier, Privacy notices versus informational self-determination: Minding the gap, σελ. 189

⁶³European Data Protection Supervisor, Opinion 8/2016 on coherent enforcement of fundamental rights in the age of Big Data, 2016 σελ. 13

⁶⁴Βλ. A Rouvroy, Of Data and Men- Fundamental Rights and Freedoms in a World of Big Data, Report σελ. 21.

⁶⁵Ο Γενικός Κανονισμός προστασίας προσωπικών δεδομένων(νέο δίκαιο-νέες υποχρεώσεις-νέα δικαιώματα) Λίλιαν Μήτρου 2017/ Σειρά ΔΙΚΑΙΟ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΟΝ 21ο ΑΙΩΝΑ-29 εκδόσεις Σάκκουλα / σελ. 70 επ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ (DIGITALTRUST)

4.1 Κλωνισμός εμπιστοσύνης Ψηφιακού Καταναλωτή - Στατιστικές αναφορές & Συμπεράσματα

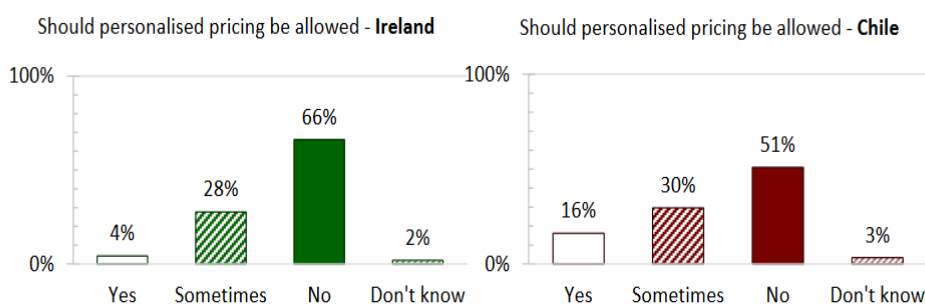
Κατά την αιτιολογική έκθεση του Γενικού Κανονισμού 2016/679, η οικοδόμηση εμπιστοσύνης στο ψηφιακό περιβάλλον είναι παράγων καθοριστικής σημασίας για τον ανταγωνισμό, την ομαλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς και την οικονομική ανάπτυξη. Η έλλειψη εμπιστοσύνης οδηγεί τους καταναλωτές να διστάζουν να αγοράσουν επιγραμμικά και να υιοθετήσουν νέες υπηρεσίες με αποτέλεσμα την επιβράδυνση της υιοθέτησης των νέων τεχνολογιών. Ως εκ τούτου, η προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα κατέχει κεντρική θέση στο Ψηφιακό Θεματολόγιο και στην αναπτυξιακή στρατηγική ευρυζωνικών δικτύων και υπηρεσιών με τίτλο «Ευρώπη 2020». Οι ρυθμίσεις του Κανονισμού βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στο ευρωπαϊκό κεκτημένο, κυρίως σε συτό της καταργηθείσας Οδηγίας 95/46/EK και του επίσης καταργηθέντος, πλην ορισμένων διατάξεων, εθνικού εφαρμοστικού της νόμου 2472/1997.

Η υιοθέτηση των επιχειρηματικών μοντέλων (όπως το OPP που αναπτύχθηκε παραπάνω) έγινε με ιδιαίτερη ευκολία χωρίς να δοθεί η αναγκαία προσοχή στα όρια & θεμιτά μέσα χρήσης του. Έτσι το αίσθημα απειλής που καλλιεργεί απέναντι στον εκάστοτε υποψήφιο καταναλωτή έχει αποδειχθεί ότι είναι σημαντική αιτία κλωνισμού της εμπιστοσύνης του Καταναλωτή & διστακτικότητας του να εμπλακεί σε κατάρτιση ψηφιακών συμβάσεων (αγορές).

Στατιστικές μελέτες έχουν εκπονηθεί & συμπεράσματα έχουν συναχθεί για τη στάση των καταναλωτών σε τέτοια «αδιάκριτα» εργαλεία και πόσο επηρεάζει την οικοδόμηση μιας σχέσης εμπιστοσύνης (digitaltrust) μεταξύ e-Consumer και Ψηφιακών Μέσων. Αναδείχθηκε ότι ο καταναλωτής συνεχίζει να νιώθει ανασφαλής

λόγω μη επαρκούς -ως Χρήστης- γνώσης χειρισμού και προστασίας του από digital tools που συνδέονται με πρόσβαση σε Προσωπικά Δεδομένα και δημιουργία ενός είδους «φακελώματος» που πιο πολύ τρομοκρατεί.

Τον Ιανουάριο 2021 ο ΟΟΣΑ δημοσίευσε τ' αποτελέσματα μιας έρευνας που διενεργήθηκε στην Ιρλανδία & στη Χιλή με αντικείμενο μελέτης την επίδραση εμφανούς χρήσης αυτού του εργαλείου OPP στην Καταναλωτική Συμπεριφορά⁶⁶.



Μεταξύ άλλων, αποσκοπούσε να δώσει απαντήσεις στα παρακάτω ερωτήματα:

- α. Αν η γνωστοποίηση χρήσης του εργαλείου OPP(μ' εμφανή τρόπο) βοηθά τον καταναλωτή να προσδιορίσει & κατανοήσει την εξατομικευμένη διαδικτυακή τιμολόγηση
- β. Ποιο είναι το αντίκτυπο μια ενδεχόμενης γνωστοποίησης χρήσης OPP στη συμπεριφορά των καταναλωτών & λήψη αποφάσεων
- γ. Πώς αισθάνονται οι καταναλωτές για την διαδικτυακή εξατομικευμένη τιμολόγηση, εκτεθειμένοι-εκμεταλλεύσιμοι ή ασφαλείς;

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων((69% συμμετεχόντων από το Δουβλίνο, 54% από το Σαντιάγκο) αυτή την πρακτική τη χαρακτήρισαν ως αθέμιτη εμπορική πρακτική που δεν πρέπει να επιτρέπεται... ιδίως η αίσθηση αδικίας είναι μεγαλύτερη όταν η εξατομίκευση τιμών οδηγεί σε αύξηση των τιμών & όχι σε εκπτώσεις. Ακόμα και αν

⁶⁶ (The effects of online disclosure about personalised pricing on consumers: Results from a lab experiment in Ireland and Chile, 2021)

είναι γνωστή η χρήση του ψηφιακού εργαλείου OPP πρότερα στον καταναλωτή, δεν αλλάζει την αίσθηση αδικίας & την καλλιέργεια ανασφάλειας στον ίδιο (καθόλου ως προς τους Ιρλανδούς, οριακά στους εκ Χιλής). Οπότε, η γνωστοποίηση τέτοιων πρακτικών δεν αλλάζει ιδιαίτερα την τάση αποστροφής χρήσης τους από το χρήστη. Απεικονίστηκαν διαγραμματικά οι απαντήσεις των ερωτηθέντων για το «αν πρέπει να επιτρέπεται η χρήση OPP», που στην πλειοψηφία τους ήταν αρνητικές(>50%)

Πιο διευρυμένη σε αντικείμενο μελέτης παρόμοιου περιεχομένου έρευνα στο πλαίσιο της ΕΕ είχε δημοσιευθεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή τον Ιούνιο 2018⁶⁷. Διαπιστώθηκε ότι η αρνητική στάση του καταναλωτή σε εξατομικευμένη τιμολόγηση προέρχεται από την ανασφάλειά του ως προς το πόσο εκτεθειμένα είναι τα Προσωπικά του Δεδομένα & πόσο εύκολα μπορούν να υποστούν εμπορευματοποίηση(μέσα κοινωνικής δικτύωσης τύπου Facebook). Ο μη ψηφιακά εκπαιδευμένος αγοραστής, που νιώθει εύκολη βορά στην εκμετάλλευση των προσωπικών του δεδομένων, σε συνδυασμό με τους χειριστές των πλατφόρμων, που χρησιμοποιούν tracking μεθόδους & εισάγουν ρήτρες συγκατάθεσης(τα πιο διαδεδομένα τα cookies). Ο Καταναλωτής ως ασθενέστερο μέρος, αδυνατεί να αντιληφθεί το σκοπό που εξυπηρετούν, απουσιάζει η πραγματική εκδήλωση ελευθερίας επιλογής του, εξ' ου και είναι εύκολη λεία για εκμετάλλευση των δεδομένων του & της καταναλωτικής του συμπεριφοράς⁶⁸.

Σ' εθνικό Επίπεδο

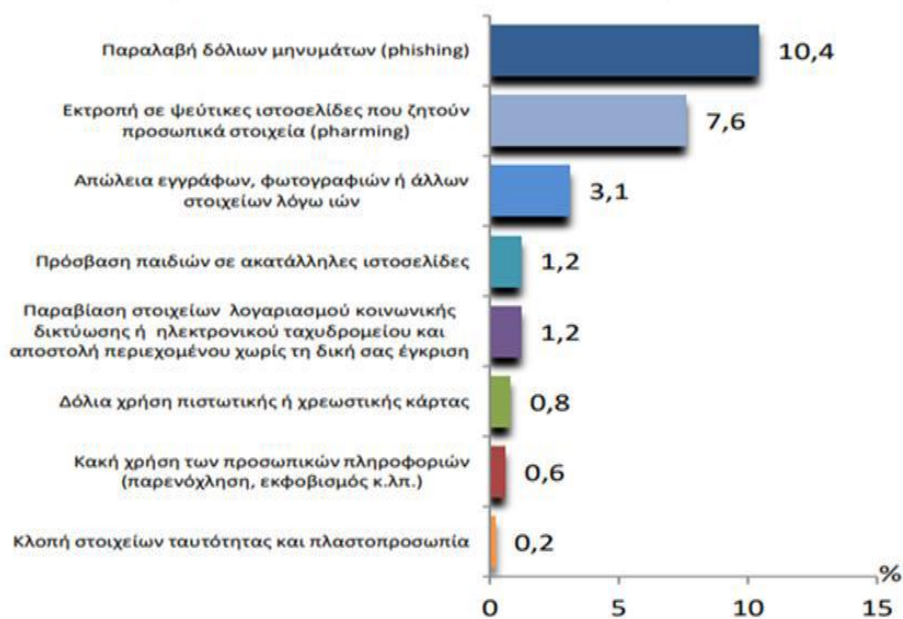
Καταγράφηκαν οι παράγοντες που καλλιεργούν την ανασφάλεια των ψηφιακών χρηστών στο παρακάτω διάγραμμα, με φθίνουσα σειρά⁶⁹:

(ΕΛΣΤΑΤ Μετρήσεις για ετήσιο διάστημα Απρίλιος 2018-Μάρτιος 2019)

⁶⁷ (Consumer market study on online market segmentation through personalised pricing/offers in the European Union: final report, 2018) Κεφάλαιο 3.5. σελ. 98 επ.

⁶⁸ WTP ως αναλύθηκε παραπάνω

⁶⁹ <https://www.statistics.gr/documents/20181/1fb15bd8-a8b8-cbe4-dc66-e8574a3df1c0>



Απαριθμήθηκαν για το έτος 2018-2019 οι διαδικτυακές δραστηριότητες που περιορίστηκαν ή απέφυγαν να κάνουν χρήση, λόγω αυξημένης ανασφάλειας που νιώθουν οι καταναλωτές:

- Παροχή προσωπικών πληροφοριών σε ιστοσελίδες κοινωνικής ή επαγγελματικής δικτύωσης: 13,3%, ποσοστό μειωμένο κατά 26,1% σε σχέση με αυτό του 2015.
- Παραγγελίες ή αγορές ειδών ή υπηρεσιών: 12,2 %, ποσοστό μειωμένο κατά 20,8% σε σχέση με αυτό του 2015.

Ενώ υπηρερχόμαστε σε ένα όλο και πιο ψηφιακά τεχνολογικά κόσμο, με μεγαλύτερη εξοικείωση, παρά ταύτα η ανασφάλεια είναι τεταμένη και αποφεύγονται περισσότερο διαδικτυακές συναλλαγές σε σχέση με το παρελθόν.

Οι αρμόδιες αρχές κατέληξαν ότι στο επίκεντρο των θεσμικών φορέων (Ευρωπαϊκή επιτροπή, Ένωση Καταναλωτών, Διεθνές Δίκτυο για την προστασία των Καταναλωτών & την Επιβολή της Νομοθεσίας-ICPEN) θα πρέπει να τεθεί η αποτελεσματική προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών, που λόγω, διαπιστωμένης ελλιπούς εκπαίδευσης & κατάρτισης έχουν περιορισμένες ψηφιακές δεξιότητες που εντείνει την ανασφάλειά τους & την διστακτικότητα για μετάβαση στον ψηφιακό κόσμο.

Σ' Ενωσιακό Επίπεδο

Η χώρα μας εμφανίζει σημαντικά μεγαλύτερο ποσοστό ικανοποίησης κατά την αγορά στο διαδίκτυο, σε σχέση με το μέσο όρο στην ΕΕ. Αυτή η διαφορά πιθανώς αποδίδεται (1)στην τάση για αγορές από αξιόπιστα ηλεκτρονικά καταστήματα. Οι ευρωπαίοι καταναλωτές, όπως θα δούμε παρακάτω, ανέδειξαν ότι η ανασφάλειά τους ως προς τις ηλεκτρονικές συναλλαγές προέρχεται ιδίως από την καθυστέρηση ως προς το χρόνο παράδοσης των προϊόντων, την κατάσταση των παραδοθέντων και την αστοχία παράδοσης⁷⁰.

(Α)

Προβλήματα που δημιουργήθηκαν κατά την αγορά στο διαδίκτυο ⁷¹	Ελλάδα	ΕΕ - 15	ΕΕ
Δεν έχουν κάποιο πρόβλημα κατά την αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών	91%	67%	69%
Ανησυχία για την ασφάλεια των συναλλαγών	8%	8%	7%
Ο χρόνος παράδοσης είναι μεγαλύτερος από αυτόν που αναφέρεται στη παραγγελία	4%	18%	17%
Λανθασμένα ή κατεστραμμένα προϊόντα / υπηρεσίες που παραδόθηκαν	3%	10%	9%
Απάτη	1%	3%	3%
Παράπονα ή καταγγελίες ήταν δύσκολο να γίνουν ή	1%	5%	4%

⁷⁰ Δελτία τύπου : Έρευνα χρήσης τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από τα νοικοκυριά και άτομα. Έτος 2019, Ελληνική Στατιστική Αρχή.

⁷¹ Αφορά σε καταναλωτές που έκαναν τουλάχιστον μία ηλεκτρονική παραγγελία κατά το 1^ο τρίμηνο έτους 2019

δεν έλαβαν ικανοποιητική απάντηση			
Τεχνικό πρόβλημα	1%	12%	11%
Δυσκολία εύρεσης πληροφοριών για την εγγύηση / άλλα νομικά δικαιώματα της παραγγελίας	1%	5%	5%
Λοιπά	1%	3%	2%

Όπως επιβεβαιώνουν και τα ευρήματα της έρευνας του ΟΟΣΑ, σημαντικότερος αποτρεπτικός παράγοντας για την πραγματοποίηση ηλεκτρονικών αγορών τόσο στην Ελλάδα, όσο και στην Ευρώπη είναι *(2) η αυξημένη επιθυμία των καταναλωτών να επισκεφθούν φυσικά καταστήματα.*

(B)

Εμπόδια για την πραγματοποίηση ηλεκτρονικών αγορών ⁷²	Ελλάδα	ΕΕ -15	ΕΕ
Προτιμούν να επισκέπτονται φυσικά καταστήματα (συνήθεια, πιστότητα, δοκιμή)	26%	19%	20%
Δεν έχουν τις κατάλληλες δεξιότητες	8%	6%	6%
Ανησυχία για την ασφάλεια των συναλλαγών	8%	8%	7%
Δεν έχουν κάρτα πληρωμής (πιστωτική ή άλλη)	5%	4%	4%

⁷² Δελτία τύπου : Έρευνα χρήσης τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από τα νοικοκυριά και άτομα. Έτος 2019, Ελληνική Στατιστική Αρχή

Έλλειψη εμπιστοσύνης για την παραλαβή ή επιστροφή των προϊόντων	3%	5%	5%
Μεγάλος χρόνος παράδοση στο σπίτι/ πρόβλημα με το να δεχτούν προϊόντα στο σπίτι	1%	2%	2%
Άλλο	7%	5%	5%

Συνδυαστικά από τις 2 παραπάνω έρευνες καταδεικνύεται ότι σ' εθνικό επίπεδο υπάρχει μεγαλύτερη βελτίωση του κλίματος καλλιέργειας εμπιστοσύνης, που περισσότερο πηγάζει από την πιο αυστηρή εφαρμογή του Δίκαιου Προστασίας Καταναλωτή από τις επιχειρήσεις. Σ' ενωσιακό επίπεδο απαντώνται πολλές παραβιάσεις σε δικαιώματα του Καταναλωτή ως προς το προϊόν(χρόνος παράδοσης, υπαναχώρηση,ελαττωματικότητα κ.ο.κ.), εξ' ου και η ψαλίδα μεταξύ Ελλάδας και λοιπής Ευρώπης αποκλίνει(91%-67%). Παρά ταύτα στη συγκριτική μελέτη (B) που εξετάζονται ως προς τα εμπόδια για την πραγματοποίηση ηλ. Συναλλαγών, εκεί οι μετρήσεις μεταξύ Ελλάδας και ΕΕ σχεδόν ταυτίζονται, καταδεικνύοντας ότι μεγαλύτερα προβλήματα εμπιστοσύνης σχετίζονται με το προ της διαδικτυακής συναλλαγής στάδιο(ανετοιμότητα – διστακτικότητα των μερών σ' ενδεχόμενο ανάμιξής τους) σε σχέση με το μετά πραγμάτωσης e-commerce στάδιο. Στη χώρα μας οφείλουμε να παραδεχτούμε ότι έχει καλλιεργηθεί ένα ισχυρό κλίμα εμπιστοσύνης ως προς το εφαρμοσθέν, επαρκές νομικό πλαίσιο προστασίας των Καταναλωτών απέναντι σε επιχειρηματικές παραβατικές συμπεριφορές. Ωστόσο, και τα νομικά εμπόδια δεν έχουν εκλείψει λόγω του αλεπάλληλου νομικού κατακερματισμού που έχει υποστεί το Δίκαιο των Καταναλωτών, αφού μια συνεχή υπερπροσπάθεια για δημιουργία μιας Ασφαλούς Ενιαίας Ψηφιακής Αγοράς από τον Ενωσιακό Νομοθέτη τροφοδοτεί το Ηλεκτρονικό Δίκαιο με χαρακτηριστικά του Ευμετάβλητου – Σύνθετου – Μη εύκολου στην παρακολούθησή & εφαρμογή του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΝΟΜΙΚΟΣ ΚΑΤΑΚΕΡΜΑΤΙΣΜΟΣ(Σύγχρονη Προβληματική)

5.1. Κατάκτηση της Ενιαίας Ψηφιακής Αγοράς, ως το Μεγάλο Στοιχείο του Ενωσιακού Νομοθέτη

Σ' ευρωπαϊκό επίπεδο εξ' αρχής η Οδηγία του Ηλεκτρονικού Εμπορίου⁷³ είχε προ-διαπιστώσει και διατυπώσει ρητά στο **σκεπτικό υπ'αρ. 5 του προοιμίου της** το μείζον θέμα της *«απόκλισης των νομοθεσιών και την έλλειψη ασφάλειας δικαίου ως προς το ποιοι εθνικοί κανόνες ισχύουν για τις υπηρεσίες αυτές»*. Επί λέξει ανέφερε ότι *«η ανάπτυξη των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας στην Κοινότητα παρακωλύεται από ορισμένα νομικά εμπόδια στην καλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς τα οποία καθιστούν λιγότερο ελκυστική την άσκηση της ελευθερίας της εγκατάστασης και της ελεύθερης παροχής υπηρεσιών... Ενόψει της απουσίας συντονισμού και προσαρμογής των νομοθεσιών στους συγκεκριμένους τομείς, μπορεί να δικαιολογείται η ύπαρξη των εμποδίων αυτών υπό το πρίσμα της νομολογίας του Δικαστηρίου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων. Δεν υπάρχει ασφάλεια δικαίου όσον αφορά την έκταση στην οποία τα κράτη μέλη μπορούν να ασκούν έλεγχο σε υπηρεσίες που προέρχονται από άλλα κράτη μέρα»*.

Η εννοιολογική ευμεταβλητότητα ενέχεται κυρίως για την ενωσιακή νομοθετική ρευστότητα, που προσπαθεί να εκσυγχρονίσει το θεσμικό πλαίσιο & ελαχιστοποιήσει τις σε βάρος ιδίως των καταναλωτών παραβατικότητες & παρεκκλίσεις από το όραμα της ενιαίας αγοράς.

Πολλάκις νομοθετικές πρωτοβουλίες υιοθετήθηκαν τα τελευταία χρόνια αποσκοπώντας στη μείωση των εμποδίων στο διασυνοριακό ηλεκτρονικό εμπόριο (άλλοτε στις ως αναφερόμενες υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας), στην ενίσχυση ασφάλειας δικαίου για τους καταναλωτές & τους προμηθευτές και στον εκσυγχρονισμό της ενωσιακής νομοθεσίας στις προκλήσεις της ψηφιακής οικονομίας.

⁷³ Οδηγία 2000/31/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου μ' ενσωμάτωση στην εθνική έννομη τάξη ΠΔ 131/2003

Η ολοκλήρωση της Ενιαίας Ψηφιακής Αγοράς τέθηκε ως υψίστης σημασίας από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, όπου εξέδωσε σχετική Ανακοίνωση το 2015 «A Digital Single Market Strategy for Europe». *Και όπως φαίνεται ακόμα προς το δρόμο αυτής της ολοκλήρωσης βαδίζουμε, όπου οι προηγούμενες Οδηγίες συνεχίζουν να ενισχύονται ή να τροποποιούνται με νέες ακόμα και σήμερα, εξαντλώντας πλέον ο νομοθέτης όλη την αυστηρότητά του αποδίδοντας τες το χαρακτηρισμό της μέγιστης(maximum) εναρμόνισης⁷⁴.*

Μέχρι πριν περίπου μια δεκαετία οι Κοινοτικές Οδηγίες έκαναν λόγο για ελάχιστου ή μερικού επιπέδου εναρμόνιση. Ωστόσο, με την ψήφιση της νεοχαρακτηρισθείσας, στοχευμένης πλήρους εναρμόνισης Οδηγίας 2011/83⁷⁵, που αποβλέπει στην ανάπτυξη των διασυνοριακών εξ αποστάσεως συμβάσεων και στον εκσυγχρονισμό του νομικού πλαισίου λόγω της δυναμικότητας του διαδικτύου, στις αιτιολογικές σκέψεις 4, 5, 7 της διατυπώθηκαν για 1^η φορά τα εξής:

«(4) [...] Η εναρμόνιση ορισμένων πτυχών των εξ αποστάσεως και εκτός καταστήματος συναπτόμενων συμβάσεων είναι αναγκαία για την προαγωγή μιας πραγματικής εσωτερικής αγοράς των καταναλωτών που επιτυγχάνει τη σωστή ισορροπία μεταξύ υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών και ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων, εξασφαλίζοντας παράλληλα την τήρηση της αρχής της επικουρικότητας.

(5) [...] [Η] πλήρης εναρμόνιση της ενημέρωσης του καταναλωτή και το δικαίωμα υπαναχώρησης σε εξ αποστάσεως συμβάσεις και συμβάσεις εκτός εμπορικών καταστημάτων θα συμβάλουν σε ένα υψηλό επίπεδο προστασίας των καταναλωτών και στην καλύτερη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς των συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών.

(7) Η πλήρης εναρμόνιση ορισμένων βασικών ρυθμιστικών πτυχών θα πρέπει να αυξήσει σημαντικά την ασφάλεια δικαίου τόσο για τους καταναλωτές όσο και για τους εμπόρους. Τόσο οι καταναλωτές όσο και οι έμποροι θα πρέπει να μπορούν να βασίζονται σε ενιαίο ρυθμιστικό πλαίσιο βάσει σαφώς καθορισμένων νομικών εννοιών που θα διέπουν ορισμένες πτυχές των συμβάσεων μεταξύ επιχειρήσεων και

⁷⁴ οι διατάξεις της έχουν αναγκαστικό χαρακτήρα για τα κράτη μέλη

⁷⁵ με εξαίρεση πάντως ορισμένα ζητήματα, ελάχιστης ή ελεύθερης εναρμόνισης, όπου η τελική ρύθμιση εναπόκειται στην κρίση του εθνικού νομοθέτη

καταναλωτών σε ολόκληρη την Ένωση. Το αποτέλεσμα μιας τέτοιας εναρμόνισης θα πρέπει να είναι να εξαλειφθούν οι φραγμοί που προκύπτουν από τον κατακερματισμό των κανόνων και να ολοκληρωθεί η εσωτερική αγορά σε αυτόν τον τομέα. Οι φραγμοί αυτοί μπορούν να εξαλειφθούν μόνο με τη θέσπιση ομοιόμορφων κανόνων σε επίπεδο Ένωσης. Περαιτέρω, οι καταναλωτές θα πρέπει να απολαύουν υψηλό κοινό επίπεδο προστασίας σε ολόκληρη την Ένωση.

5.2. Πολλαπλά νομοθετήματα ενός Ασταθούς Μεταβαλλόμενου Νομικού κόσμου.

Στο ηλεκτρονικό εμπόριο εμπίπτουν όλες οι κοινοτικές οδηγίες (το κοινοτικό δίκαιο) και οι εθνικές διατάξεις, για την προστασία του Καταναλωτή, που αφορούν το εμπόριο γενικότερα.

-Ως κατεξοχήν **Οδηγία του Ηλεκτρονικού Εμπορίου(ΗΕ)** αναφέρεται η με αρ. **2000/31**⁷⁶, ιδιαίτερα πρωτοποριακή για την εποχή, που διαμορφώνει το νομοθετικό πλαίσιο ρύθμισης λειτουργίας ηλεκτρονικού εμπορίου και αποσκοπεί στην «ομαλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς».

Στις αιτιολογικές της διατάξεις υπογραμμίζεται μεταξύ άλλων:

(8) Στόχος της παρούσας οδηγίας είναι η δημιουργία νομικού πλαισίου που θα εξασφαλίζει την ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας μεταξύ κρατών μελών και όχι η εναρμόνιση του ποινικού δικαίου αυτού καθ' εαυτού.

(10) Σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας, τα μέτρα που προβλέπει η παρούσα οδηγία περιορίζονται στο ελάχιστο αναγκαίο για την επίτευξη του στόχου της ομαλής λειτουργίας της εσωτερικής αγοράς⁷⁷.

⁷⁶ ενσωματώθηκε στην Ελλάδα με το ΠΔ131/2003

⁷⁷UCPD = Οδηγία 2005/29/EC για τις B2C αθέμιτες εμπορικές πρακτικές στην εσωτερική αγορά, που τροποποιεί Οδηγίες 84/450, 97/7, 98/27 & 2002/65, καθώς και Κανονισμό 2006/2004

-Εθνικός μας Νόμος 2251/1994 περί προστασίας καταναλωτών, όπως ισχύει σήμερα κατόπιν τροποποιήσεων του με Ν. 4512/2018 και 4933/2022. Μεταξύ άλλων, **ενισχύεται το δικαίωμα στην πρότερα σαφή Ενημέρωση του Καταναλωτή**(καθήκον πληροφόρησης ανάλυση παραπάνω), όπως και εκείνο της **Υπαναχώρησης του καταναλωτή** από ηλεκτρονικώς καταρτισθείσα σύμβαση, που μπορεί να το ασκήσει *άνευ αιτίας* εντός νόμιμα προβλεπόμενης προθεσμίας 14 ημερών, με δυνατότητα παράτασης, υπό προϋποθέσεις, στις 30 ημέρες ή και στους 12 μήνες (Άρθρο 3 με επιμέρους 3^α-3γ). Ο νομοθέτης έχει εξαντλήσει όλη του την προσοχή στην προστασία αυτών των μείζονος σημασίας δικαιωμάτων του Καταναλωτή, ώστε να θέσει τη βάση για μια ισότιμη σχέση των μερών' η αίσθηση αυτής της ανισορροπίας των συμφερόντων και η επίκράτηση του όρου «ασθενέστερου» μέρους στις συνειδήσεις των καταναλωτών αποτελεί ανυπέρβλητο εμπόδιο για την ελεύθερη ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου.

-Γενικές διατάξεις του Αστικού μας κώδικα(αρ. 513^Α, 538 επ.)⁷⁸, παίζουν συμπληρωματικό ρόλο στο νομοθέτημα περί προστασίας Καταναλωτών . Εισάγεται το αρ. 513Α, με τίτλο «Πώληση πράγματος με ψηφιακά στοιχεία» ορίζοντας την έννοια του ψηφιακού πράγματος & της ψηφιακής υπηρεσίας. Η ρητή διατύπωση ότι οι διατάξεις για την πώληση εφαρμόζονται και στην πώληση πράγματος με ψηφιακά στοιχεία βάζει τέλος και σε εθνικές νομικές αντιπαραθέσεις του παρελθόντος. Πλέον επισφραγίζεται με τον πιο επίσημο τρόπο η εδώ και χρόνια στη συνείδηση των καταναλωτών εξομοίωση των συμβάσεων πώλησης με ψηφιακά χαρακτηριστικά μ' εκείνες της εξ' ολοκλήρου καταρτισθείσες με φυσική παρουσία των μερών.

Εισάγονται και τα εξίσου σημαντικά άρθρα:

- τα αρ. 538 «Ενημερώσεις του πράγματος με ψηφιακά στοιχεία» που διευρύνει το καθήκον ενημέρωσης του πωλητή «...εκτός από τις ενημερώσεις ασφαλείας, και κάθε άλλη ενημέρωση που είναι απαραίτητη...» Διακρίνονται 2 είδη ενημερώσεων, στιγμιαία & διαρκής λαμβανομένων υπόψη των περιστάσεων και της φύσης της με ψηφιακά στοιχεία σύμβασης

-Ανεξάρτητα υπαιτιότητας σε περιπτώσεις αποκλειστικής ευθύνης πωλητή για μη ανταπόκριση πράγματος με ψηφιακά στοιχεία ορίζει το νέο σε προσθήκη άρθρο 539

⁷⁸ όπως πρόσφατα εμπλουτίστηκε δυνάμει του. Ν. 4967/2022(ΦΕΚ Α' 171/09.09.2022)

AK. Η αποσύνδεση του φερόμενου σφάλματος σε συμπεριφορές πωλητή, που απαντάται και στο απεριόριστο (άνευ αιτιότητας) ασκηθέν δικαίωμα υπαναχώρησης από ψηφιακού χαρακτήρα συμβάσεις του καταναλωτή, χωρίς να εξετάζεται και εκεί συνδρομή πταίσματος των μερών, έχει διευρύνει τη νομική προστασία που απολαύει ο Καταναλωτής, που δεν είναι απίθανο να αρχίσουν να έρχονται στο προσκήνιο καταχρηστικές συμπεριφορές του άλλοτε ως ασθενέστερου μέρους Καταναλωτή και τα ερμηνευτικά προβλήματα & αντιπαραθέσεις να συνεχίσουν να μην εκλείπουν.

Η γενική αναφορά ως εξαιρετέα της ευθύνης του Πωλητή-κατασκευαστή σε αόριστου περιεχομένου έννοιες «εντός εύλογου χρονικού διαστήματος εγκατάσταση ενημέρωσης» & «ατελείς οδηγίες εγκατάστασης» αφήνουν πάλι νομικά κενά και ερμηνευτικές ασάφειες, οπότε για μια ακόμη φορά θα κριθεί επιτακτική η διαμόρφωση νομολογίας που θα κληθεί να οριοθετήσει αυτές τις έννοιες & κατ' επέκταση τη νομική ευθύνη των μερών *in concreto*.

-Οδηγία 2015/2366/EK Payment Services Directive II (PSDII)⁷⁹. Ρυθμιστικό πλαίσιο σχετικά με την υποχρέωση για «**ισχυρή ταυτοποίηση πελάτη**», όπου οφείλουν να συμμορφώνονται οι πάροχοι υπηρεσιών πληρωμών πριν την πραγματοποίηση της πληρωμής, μ' εξαίρεση λίγες περιπτώσεις, όπως οι ανέπαφες συναλλαγές στο σημείο πώλησης.

-Οδηγία 2019/2161 Omnibus, πλήρους εναρμόνισης, τροποποιεί 4 παλαιότερες οδηγίες στα πλαίσια εκσυγχρονισμού: την Οδηγία 93/13/ΕΟΚ για τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων που συνάπτονται με τους καταναλωτές, την Οδηγία 98/6/ΕΚ περί της προστασίας των καταναλωτών, όσον αφορά την αναγραφή των τιμών και, κυρίως, την Οδηγία 2005/29/ΕΚ για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και την Οδηγία 2011/83/ΕΕ σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών⁸⁰. Αποσκοπεί στη συντονισμένη δράση... να επιδιώκεται η ταυτόχρονη λήψη μέτρων εκτέλεσης σε βάρος του εμπόρου που ευθύνεται για την εκτεταμένη παράβαση με ενωσιακή διάσταση, ώστε να επιτευχθεί η παύση ή η απαγόρευση της εν λόγω παράβασης. Οι επιβαλλόμενες κυρώσεις πρέπει κατάλληλες για τη φύση και τη συνολική, πραγματική ή δυνητική βλάβη που συνεπάγεται η παράβαση της ενωσιακής νομοθεσίας για την προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών.

⁷⁹ Ενσωματώθηκε στην ελληνική έννομη τάξη με Ν. 4537/2018

⁸⁰ Ενσωματώθηκε πρόσφατα στην ελληνική έννομη τάξη με το Ν. 4933/2022(ΦΕΚ Α 99/20.05.2022)

Κατ' άρθρο 4 παράγραφος 4 σημείο ii) της Οδηγίας Omnibus θεμελιώνεται υποχρέωση των καθήκον ενημέρωσης των καταναλωτών από εμπόρους, «όπου ισχύει, ότι η τιμή ήταν εξατομικευμένη με βάση την αυτοματοποιημένη λήψη αποφάσεων», μια κομβικής σημασίας καινοτομία εισάγοντας άλλη μια πτυχή στο θεμελιώδες δικαίωμα της προσυμβατικής ενημέρωσης του καταναλωτή.

-Οδηγίες 2019/770 & 2019/771⁸¹: Διακεκριμένοι νομικοί της χώρας μας έχουν προβληματιστεί για τις νέες επικείμενες νομοθετικές μεταβολές & προλογήσει τα εξής:

«Στο ελληνικό δίκαιο η τυχόν ψήφιση ειδικού νόμου, που θα ενσωματώσει τις ρυθμίσεις της Οδηγίας (ΕΕ) 2019/771 μόνο για τις καταναλωτικές πωλήσεις, θα γεννήσει σοβαρές συστηματικές αντιφάσεις στο ενοχικό δίκαιο μεταξύ των καταναλωτικών πωλήσεων αφενός και των εμπορικών ή διμερώς καταναλωτικών ή αντίστροφων καταναλωτικών πωλήσεων αφετέρου... Για τους λόγους αυτούς και προκειμένου να αποτραπούν οι ανωτέρω αντιφάσεις, επιβεβλημένη κρίνεται η συνολική αναθεώρηση του δικαίου της πώλησης, που θα ενσωμάτωνε τις νέες κοινοτικές ρυθμίσεις με τρόπο συστηματικά συνεπή για κάθε είδος πώλησης, με αποτέλεσμα τη μεταρρύθμιση των διατάξεων τόσο του ειδικού ενοχικού δικαίου της πώλησης (ΑΚ 514 επ., 534 επ.) όσο και των διατάξεων του γενικού ενοχικού δικαίου, με τις οποίες κάθε είδος πώλησης είναι αδιάρρηκτα συνδεδεμένο.»⁸²

Για αυτό και, εν τέλει, η Οδηγία (ΕΕ) 2019/771, αν και περιορίζεται στο ρυθμιστικό πλαίσιο των καταναλωτικών πωλήσεων, μπορεί και εν προκειμένω πρέπει να επηρεάσει το συνολικό ελληνικό ενοχικό δίκαιο ή και το ενοχικό δίκαιο άλλου κράτους-μέλους με ανάλογα συστημικά προβλήματα. Θα ενισχυθεί έτσι η ασφάλεια του δικαίου και των συναλλαγών, που πρέπει να διαφυλάσσεται, ιδίως ενόψει των αποσπασματικών

⁸¹ Ενσωματώθηκαν στην ελληνική έννομη τάξη ως υψηλής εναρμόνισης πολύ πρόσφατα, με το Ν. 4967/2022(ΦΕΚ Α 171/ 9.9.2022), όπου συνάμα τροποποιεί τον Κανονισμό (ΕΕ) 2017/2394 και την Οδηγία 2009/22/ΕΚ, και καταργεί την Οδηγία 1999/44/ΕΚ(L 136) περί αγωγών παραλείψεως στον τομέα προστασίας των συμφερόντων των καταναλωτών.

⁸² Μαρία Καϊάφα-Γκμπάντι(2021) Ψηφιακές Συμβάσεις Οι οδηγίες 2019/770 & 2019/771 και η επίδρασή τους στην εσωτερική έννομη τάξη /Νομική Βιβλιοθήκη

και συχνά ασύμβατων, προς τα εθνικά δίκαια, παρεμβάσεων του κοινοτικού νομοθέτη»⁸³

-Κανονισμός 2017/1128 για τη διασυνοριακή φορητότητα των υπηρεσιών επιγραμμικού περιεχομένου στην εσωτερική διαφορά

-Κανονισμός 2018/302 για την αντιμετώπιση αδικαιολόγητου Γεωγραφικού Αποκλεισμού(GeoBlocking)

-Κανονισμός 2019/1150 για προώθηση δίκαιης μεταχείρισης και διαφάνειας για τους επιχειρηματικούς χρήστες επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης Ιδιαίτερα σημαντικός καθότι ρυθμίζει το ζήτημα των ψηφιακών πλατφορμών όσον αφορά τις σχέσεις τους με τους λεγόμενους «επιχειρηματικούς χρήστες», αφήνοντας, όμως εκτός ρύθμισης την τριμερή σχέση που δημιουργείται μεταξύ της πλατφόρμας, του παρόχου υπηρεσίας ή αγαθού και του αποδέκτη.

Πλούσια νομολογία προερχόμενη από το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, σημαντικό δείγμα της οποίας δημοσιεύτηκε από το Τμήμα Διεύθυνσης Έρευνας & Τεκμηρίωσης τον Ιούλιο 2020, φέρνει στο προσκήνιο όλα αυτά τα χρόνια μια σωρεία παραβίασης νομικών διατάξεων—πλαίσιο για το ΗΕ καθορισμού των συμβατικών υποχρεώσεων μεταξύ των μερών⁸⁴.

Πώς όμως θα μπορούμε να μιλάμε για ύπαρξη **συνοχής στο ενωσιακό και εθνικό νομοθετικό πλαίσιο**, όταν συνεχώς προστίθενται νομοθετήματα καταργώντας ή μεταβάλλοντας τα παλιότερα; Όταν η ανάγκη για εκσυγχρονισμό των νομοθετημάτων δεν εξαντλείται: χαρακτηρίστηκε ως «*επιτακτική ανάγκη η απλούστευση και ο εκσυγχρονισμός των κανόνων για τις διαδικτυακές και ψηφιακές διασυνοριακές αγορές*». Στο επίκεντρο είναι πάντα το πολυδαίδαλο δίκαιο των συμβάσεων, καθώς παρέχει το γενικό πλαίσιο για τη διεξαγωγή συναλλαγών στη σύγχρονη ψηφιακή οικονομία. Οι οδηγίες (ΕΕ) 2019/770 και 2019/771, μαζί με τον Κανονισμό 2017/1128 για τη διασυνοριακή φορητότητα των υπηρεσιών επιγραμμικού περιεχομένου στην εσωτερική αγορά αποτελούν ένα ενιαίο πακέτο προτάσεων για την ανάπτυξη της ενιαίας ψηφιακής αγοράς στην ΕΕ και έχουν ως στόχο να διευρύνουν τις ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές και να καθιερώσουν την ηγετική

⁸³ Μαρία Καϊάφα-Γκμπάντι(2021) Ψηφιακές Συμβάσεις Οι οδηγίες 2019/770 & 2019/771 και η επίδρασή τους στην εσωτερική έννομη τάξη /Νομική Βιβλιοθήκη

⁸⁴ Fiche_thematique_-commerce_electronique_et_obligations_contractuelles_-_el.pdf

θέση της ΕΕ στην παγκόσμια ψηφιακή αγορά. Σε αυτές προστίθενται και ο Κανονισμός 2018/302 για την αντιμετώπιση του αδικαιολόγητου γεωγραφικού αποκλεισμού, αλλά και ο Κανονισμός 2019/1150 για τη δίκαιη μεταχείριση και διαφάνεια για επιχειρηματικούς χρήστες επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης, ο οποίος αποσκοπεί να συμβάλει στην εύρυθμη λειτουργία της ενιαίας ψηφιακής αγοράς θεσπίζοντας κανόνες που εξασφαλίζουν διαφάνεια, αμεροληψία και δυνατότητα αποτελεσματικής προσφυγής σε επιχειρηματικούς χρήστες επιγραμμικών πλατφορμών. Με την ψήφιση των οδηγιών για τις ψηφιακές συμβάσεις η ΕΕ θέσπισε απλούς και αποτελεσματικούς κανόνες, προς όφελος των καταναλωτών και των επιχειρήσεων και τούτο, προκειμένου να εναρμονιστούν οι κανόνες για την προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου και τις διαδικτυακές πωλήσεις αγαθών, στα κράτη μέλη της ΕΕ. Ειδικότερα, με τη θέσπιση εναρμονισμένων δικαιωμάτων για την προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου και ψηφιακών υπηρεσιών, με την οδηγία (ΕΕ) 2019/770, επωφελούνται οι καταναλωτές, καθώς διαθέτουν πλέον σαφή δικαιώματα· οι επιχειρήσεις επίσης επωφελούνται, διότι αυξάνεται η ασφάλεια δικαίου και η εμπιστοσύνη των καταναλωτών στις διασυννοριακές ψηφιακές υπηρεσίες, ενώ δε θα επιβαρύνονται με πρόσθετες δαπάνες που προκύπτουν από τις διαφορές στο δίκαιο των κρατών μελών(Βλ. αιτιολογ. σκέψεις αρ. 4-9 της οδηγίας 2019/770). Με τη θέσπιση, δε, κανόνων για τις συμβάσεις για τις πωλήσεις αγαθών, δυνάμει της οδηγίας (ΕΕ) 2019/771, επιδιώκεται η εναρμόνιση των κανόνων για τις πωλήσεις αγαθών, σε επίπεδο ΕΕ, προκειμένου να αυξηθεί η ασφάλεια δικαίου και να μειωθεί το κόστος των συναλλαγών, ιδίως για ΜμΕ(Βλ. αιτιολογ. σκέψη αρ. 3 και επ. της οδηγίας 2019/771)»⁸⁵.

Η κατάκτηση Νομοθετικής Εναρμόνισης-Συνοχής αποσκοπείται για μια πολλοστή φορά, ως καλά κράτει πάνω από μισό αιώνα να συνεχίζει να είναι ο απώτερος σκοπός όλης αυτής της ενωσιακής, νομοθετικής μεταβλητότητας.. Εξ' ου και το ηλεκτρονικό περιβάλλον συναλλαγών συνεχίζει να μη φαντάζει τόσο οικείο για πολλούς και ασφαλές.

⁸⁵Μαρία Καϊάφα-Γκμπάντι(2021) Ψηφιακές Συμβάσεις Οι οδηγίες 2019/770 & 2019/771 και η επίδρασή τους στην εσωτερική έννομη τάξη /Νομική Βιβλιοθήκη

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ - ΕΡΜΗΝΕΙΕΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ (ΑΝ)ΕΤΟΙΜΟΤΗΤΑΣ

6.1. DSGI Δείκτης μέτρησης ψηφιακού χάσματος

«Η Τέταρτη(4^η) Βιομηχανική Επανάσταση μεταμορφώνει τις παγκόσμιες αγορές εργασίας, διαταράσσει και πολώνει τις βιομηχανίες και οικονομίες. Σε αυτό το πλαίσιο, και εκείνο μιας παγκόσμιας πανδημίας, εγκαινιάστηκε το **Digital Skills Gap Index (DSGI)**, ως αναγκαίο, νέο εργαλείο σχεδιασμού για εταιρικούς, ακαδημαϊκούς και ηγέτες δημόσιας πολιτικής, ώστε να αξιολογήσουν την πρόοδό τους σε σχέση με τους παράγοντες που καθορίζουν το επίπεδο ψηφιακών δεξιοτήτων μιας κοινωνίας. Το DSGI έχει τις ρίζες του ως πρωτοβουλία της Οικονομικής Συνεργασίας Ασίας–Ειρηνικού/APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation)⁸⁶, που απαριθμεί 21 μέλη (Αυστραλία, Μπρουνέι, Καναδάς, Χιλή, Κίνα, Νότια Κορέα, Χονγκ Κονγκ, Ινδονησία, Ιαπωνία, Ηνωμένες Πολιτείες, Μαλαισία, Μεξικό, Νέα Ζηλανδία, Παπούα Ν.Γουϊνέα, Περού, Φιλιππίνες, Ρωσία, Σιγκαπούρη, Ταϊπέι (Ταϊβάν), Ταϊλάνδη, Βιετνάμ). Ο «Χάρτης πορείας της APEC για το κλείσιμο του χάσματος ψηφιακών δεξιοτήτων έως το 2030» ορίζει γενικά τις «ψηφιακές δεξιότητες» για να συμπεριλάβει τις απαιτούμενες δεξιότητες σ' εργαζόμενους σε τομείς όπως η επιστήμη και η ανάλυση δεδομένων (DSA)¹, η τεχνητή νοημοσύνη, η ασφάλεια στον κυβερνοχώρο, η ψηφιακή αλφαριθμητισμού και για θέσεις εργασίας που δεν υπάρχουν ακόμη, χρησιμοποιώντας τεχνολογίες που δεν έχουν ακόμη εφευρεθεί!!

Το «χάσμα ψηφιακών δεξιοτήτων»⁸⁷, είναι εκείνο μεταξύ ζήτησης-προσφοράς εργαζομένων ως προς τις ψηφιακές δεξιότητες που αναζητούνται από εργοδότες. Και η «ετοιμότητα ψηφιακών δεξιοτήτων» ορίζεται ως το επίπεδο ετοιμότητας

⁸⁶ Λειτουργεί ως συνεταιριστικό, πολυμερές φόρουμ οικονομικής και εμπορικής συνεργασίας και ως κοινότητα 21 μελών-οικονομιών και όχι χωρών. Προάγει την ανάπτυξη χωρίς αποκλεισμούς σε περιφερειακό και παγκόσμιο επίπεδο.

⁸⁷ ως έχει προλογηθεί στην Ενότητα 2.2

για θέσεις εργασίας, για αναβάθμιση δεξιοτήτων και επανεκπαίδευση εργαζομένων για την ψηφιακή εποχή.

Οι οικονομίες έχουν πλέον ένα εργαλείο που επιτρέπει πιο έξυπνη ανάκαμψη, επενδύσεις και βαθύτερη κατανόηση του πού και του πώς θα επηρεάσει το χάσμα στις ψηφιακές δεξιότητες – ενισχύοντας ένα παγκόσμιο εργατικό δυναμικό προετοιμασμένο για μια ψηφιακή οικονομία μετά την πανδημία και μια δίκαιη ανάκαμψη. Ο δείκτης DSGI κατατάσσει 134 οικονομίες με βάση μια σειρά από παγκόσμιους δείκτες που αντικατοπτρίζουν πόσο προηγμένη και προετοιμασμένη είναι μια οικονομία με τις ψηφιακές δεξιότητες που απαιτούνται για βιώσιμη ανάπτυξη, ανάκαμψη και ευημερία. Ενθαρρύνει τους ηγέτες επιχειρήσεων, εκπαίδευσης και δημόσιας πολιτικής να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις της κάλυψης του χάσματος ψηφιακών δεξιοτήτων. Οι πιο ανθεκτικές οικονομίες θα είναι αυτές που θα είναι σε θέση να καθιερώσουν σαφές προβάδισμα στην ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων. Το DSGI 2021 αποκαλύπτει ότι οι περισσότερες οικονομίες αποτυγχάνουν να γεφυρώσουν το χάσμα ψηφιακών δεξιοτήτων, το χάσμα μεταξύ της προσφοράς & ζήτησης για ψηφιακές δεξιότητες -για ένα δεδομένο επίπεδο βιομηχανικής ανάπτυξης- και της ικανότητας των υπευθύνων χάραξης πολιτικής των οικονομιών να ανταποκριθούν στο έλλειμμα ταλέντων και των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων σε εκπαιδευτικούς για να προσφέρουν τις απαραίτητες δεξιότητες.

Κάθε χρόνο που περνάει, όλο και περισσότερη οικονομική δραστηριότητα γίνεται ψηφιακή και υπάρχει ένα αυξανόμενο κόστος ευκαιρίας για εταιρείες, εκπαιδευτικά ιδρύματα και οικονομίες που υστερούν. Οι επιχειρήσεις αυξάνονται & η οικονομία κυριαρχείται από εταιρείες που κατέχουν προηγμένη ψηφιακή πνευματική ιδιοκτησία. Αυτό το έντονο ψηφιακό χάσμα αλλάζει τη φύση του ανταγωνισμού σε όλα τα επίπεδα της οικονομίας.

Η έκρηξη των αποθεμάτων τεχνολογίας μέσω της πανδημίας του κορωνοϊού σηματοδοτεί μια επιτάχυνση αυτής της βαθιάς δομής. Οι πιο ανθεκτικές στην πανδημία οικονομίες θα είναι αυτές που θα είναι καλύτερα ικανές να δημιουργήσουν ένα σαφές προβάδισμα στην ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων. Τα πιο επιτυχημένα εκπαιδευτικά προγράμματα και εκπαιδευτικά ιδρύματα θα είναι αυτά που μπορούν να γεφυρώσουν το ψηφιακό χάσμα. **Στο πλαίσιο του μετασχηματισμού των παγκόσμιων αγορών εργασίας, των διαταραγμένων βιομηχανιών και οικονομιών**

και της παγκόσμιας πανδημίας, έχει δημιουργηθεί λοιπόν ένα απαραίτητο βαρόμετρο και εργαλείο που θα βοηθήσει στην κατανόηση και παρακολούθηση ψηφιακών δεξιοτήτων. Χρησιμοποιώντας μια ισχυρή μεθοδολογία, συμπεριλαμβανομένης μιας έρευνας αντιπροσωπευτικών εμπειρογνομόνων του τομέα και στις 21 οικονομίες της APEC και μιας συλλογής σχετικών παγκόσμιων δεικτών, αναπτύχθηκε ο δείκτης Digital Skills Gap Index (DSGI) για το 2021.

Πρωτοποριακό εργαλείο μελέτης ανάπτυξης ψηφιακών δεξιοτήτων σε παγκόσμιο επίπεδο, εκπονεί συγκριτικές μελέτες ως προς τους 6 πυλώνες που παρατίθενται αναλυτικά παρακάτω. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρατήρησης & ερμηνείας συνιστά το πώς μη αναπτυγμένες οικονομίες μπορούν και ανταγωνίζονται σε επίπεδα ψηφιακής δεινότητας ισχυρές οικονομίες, παρουσιάζοντας υψηλά επίπεδα ικανότητας προσαρμογής τους στον ψηφιακό κόσμο .

6.1.1 Μεθοδολογία μετρήσεων DSGI (οι Έξι πυλώνες)

Ο DSGI 2021 ερείδεται σε έξι πυλώνες:

(1)Ιδρύματα Ψηφιακών Δεξιοτήτων, (2) Ψηφιακή Απόκριση, (3) Κυβερνητική Υποστήριξη, (4) Προσφορά, ζήτηση και ανταγωνιστικότητα, (5) Δεοντολογία και ακεραιότητα δεδομένων, (6) Ένταση Έρευνας.

Κάθε πυλώνας αποτελείται από δύο έως εννέα υποπυλώνες. Με μία εξαίρεση (Πυλώνας 6: Ένταση Έρευνας), κάθε πυλώνας περιλαμβάνει πρωτογενείς ερευνητικές εισροές για τις 21 οικονομίες APEC από την Έρευνα Ψηφιακών Δεξιοτήτων του Wiley's Digital Skills Gap Survey και δευτερογενείς ερευνητικούς δείκτες που συγκεντρώθηκαν από διάφορες πηγές για να παρέχουν μια πραγματικά παγκόσμια σύγκριση.

ΠΥΛΩΝΕΣ-Ανάλυση εν συντομία

(1) ΙΨΔ Εξετάζει τόσο τις βασικές (π.χ. μαθηματικός αλφαριθμητισμός) όσο και υψηλότερου επιπέδου (π.χ. απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης σε θέματα πληροφορικής) ψηφιακές δεξιότητες, αξιολογώντας τα επιτεύγματα των ιδρυμάτων από την άποψη αυτή Η διαθεσιμότητα και οι ικανότητες

εκπαίδευσης και κατάρτισης (π.χ. διαθεσιμότητα εταιρικής κατάρτισης ψηφιακού προσωπικού, η ενεργοποίηση των δασκάλων και του διδακτικού προσωπικού στην επιστήμη δεδομένων και την ανάλυση) αντικατοπτρίζουν περαιτέρω τα θεσμικά πλεονεκτήματα μιας οικονομίας.

- (2) ΨΑ Αυτός ο πυλώνας αξιολογεί την ανταπόκριση των συστημάτων ανάπτυξης δεξιοτήτων και εκπαίδευσης στις μετατοπισμένες απαιτήσεις ψηφιακών δεξιοτήτων και στις συνεχώς εξελισσόμενες απαιτήσεις των εργοδοτών για ψηφιακές δεξιότητες. Στην αξιολόγηση περιλαμβάνονται βασικές ποσοτικοποιήσεις των τρεχουσών ψηφιακών και επιστημονικών και τεχνολογικών δεξιοτήτων, ως μέτρο της ψηφιακής ανθεκτικότητας ενόψει της συνεχιζόμενης αλλαγής.
- (3) ΚΥ Αναγνωρίζεται ο καίριος ρόλος της κυβέρνησης στη γεφύρωση του ψηφιακού χάσματος —μέσω μιας βαθιάς κατανόησης και δέσμευσης για το κλείσιμο του χάσματος στις ψηφιακές δεξιότητες. Αυτή η υποστήριξη απαιτεί τυπικά ένα **εθνικό ψηφιακό όραμα** και συνεπάγεται συντονισμό με τους εργοδότες και τον ακαδημαϊκό κόσμο και την αποτελεσματική προώθηση των ΤΠΕ ευρύτερα.
- (4) ΠΖΑ Από τους πιο εξαιρετικής σημασίας πυλώνες συγκεντρώνει και συνδυάζει αρκετούς βασικούς δείκτες του ψηφιακού χάσματος (και του αντίκτυπου του στην ανταγωνιστικότητα): την αναντιστοιχία ψηφιακών δεξιοτήτων εργοδότη-ατόμου που αναζητά εργασία, το χάσμα των φύλων STEM, την ευκολία της εύρεσης/πρόσληψης προσωπικού και της πρόσβασης σε ξένα talέντα για να γεφυρωθεί το χάσμα.
- (5) Δ&Α Η ηθική και η ακεραιότητα των δεδομένων, συμπεριλαμβανομένων των ζητημάτων που αφορούν την ασφάλεια στον κυβερνοχώρο, αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της βιώσιμης ψηφιακής ανάπτυξης.
- (6) ΕνΕρ Προσδιορίζει την εστίαση του ακαδημαϊκού κόσμου σε ψηφιακά θέματα, εξετάζοντας το επίπεδο της εφαρμοσμένης ψηφιακής έρευνας, ως εμφανές σε τοπικά πλαίσια.

Η πρωτογενής έρευνα κοινής γνώμης καλύπτει μόνο τις 21 οικονομίες της APEC⁸⁸. Οι δείκτες δευτερογενούς έρευνας καλύπτουν 134 οικονομίες και περιοχές.

⁸⁸ (THE UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX 2020, Spotlight on Latin America and the Caribbean)

Ορισμένες άλλες οικονομίες και περιοχές υποφέρουν από σοβαρούς περιορισμούς δεδομένων. Για το λόγο αυτό, παραλείπονται οι ακόλουθες οικονομίες/τοποθεσίες : Βερμούδες, Μονακό, Παλαιστίνη, Λαϊκή Δημοκρατία του Κονγκό, Μαλδίβες, Δημοκρατία του Κονγκό, Λιβύη, Ιράκ, Ακτή Ελεφαντοστού, Τόγκο, Σουδάν, Νίγηρας, Βόρεια Κορέα, Γουινέα -Μπισάου, Σομαλία και Ολλανδικές Αντίλλες, καθώς και μια σειρά από μικροκράτη.

Χρησιμοποιούνται 17 ποσοτικοί δείκτες για την σύνθεση του δείκτη Digital Skills Gap Index. Κριτήρια επιλογής τους ήταν οι:

- Διαθεσιμότητα δεδομένων: Τα περισσότερα σύνολα δεδομένων είναι δημόσια διαθέσιμα
- Συνάφεια: Οι δείκτες επιλέχθηκαν με βάση τις ερωτήσεις της έρευνας γνώμης
- Οικονομία/επικράτεια: Τα σύνολα δεδομένων καλύπτουν >50% των οικονομιών

Όλοι οι δευτερεύοντες δείκτες σε αυτό το μοντέλο βαθμολογούνται από " 0" έως "10", όπου το 10 υποδηλώνει την καλύτερη απόδοση (μικρότερο κενό ψηφιακών δεξιοτήτων) και το 0 αντιπροσωπεύει την **πιο μειονεκτική απόδοση (μεγαλύτερο χάσμα ψηφιακών δεξιοτήτων)** σε σχέση με άλλες οικονομίες/τοποθεσίες .

ΘΕΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ/ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΣΚΟΡ

1	Σιγκαπούρη	7.8
2	Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα	7.5
3	Φινλανδία	7.5
4	Κατάρ	7.3
5	Σουηδία	7.3
6	Νορβηγία	7.2
7	Λουξεμβούργο	7.2
8	Ολλανδία	7.2
9	Ηνωμένο Βασίλειο	7.2
10	Μαλαισία	7.2

- Η **Σιγκαπούρη** κατέχει εξέχουσα θέση, πρώτη(1^η) παγκοσμίως όσον αφορά τις ψηφιακές δεξιότητες και τις υποδομές πρόσβασης. Η υπόλοιπη Νοτιοανατολική Ασία

υστερεί συγκριτικά με τις πρώτες 30 χώρες και στους 2 δείκτες, με μοναδική εξαίρεση τη Μαλαισία που παρουσίασε σημαντική πρόοδο στην ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων, καταλαμβάνοντας τη 10^η θέση μεταξύ 134 οικονομιών. Η Σιγκαπούρη σημείωσε σταθερά καλή βαθμολογία στους περισσότερους από τους πυλώνες του DSGI γι' αυτό και καταλαμβάνει την 1^η θέση λόγω ύπαρξης μικρού, εύλογου ψηφιακού χάσματος. Τα συστήματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης κατατάσσονται μεταξύ των καλύτερων στον κόσμο. Η ψηφιακή εστίαση της Σιγκαπούρης, που αντικατοπτρίζεται στον αριθμό των άρθρων που δημοσιεύονται σε ψηφιακά θέματα (ανά '000 μεταπτυχιακούς), είναι ένα άλλο βασικό πλεονέκτημα. Το χρηματοδοτούμενο δικαίωμα δια βίου μάθησης της χώρας, το οποίο αναγνωρίζεται από την Πρωτοβουλία Skills-Future από τη χρονιά 2015/16, δεν απαντάται αλλού παγκοσμίως!! **Η κυβερνητική υποστήριξη στην ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων ανέρχεται στο 9,4 με άριστα το 10.** Η ψηφιακή ανταγωνιστικότητα της συναγωνίζεται μόνο αυτή των ΗΠΑ.

Μέρος του ζητήματος είναι ότι οι επιδόσεις αναμιγνύονται συχνά στους έξι πυλώνες του δείκτη: π.χ.οι **ΗΠΑ** υπερέχουν στην έρευνα Ένταση αλλά παρουσιάζουν έλλειψη σε παραγωγή αποφοίτων Πληροφορικής της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (ως ποσοστό του συνόλου), στην επιστήμη, την τεχνολογία, χάσμα φύλων μηχανικής και μαθηματικών(STEM) και μαθηματικός γραμματισμός. Ομοίως, η **Ιαπωνία** έχει υψηλή βαθμολογία στη Δεοντολογία Δεδομένων και Ακεραιότητα(θέματα Κυβερνοασφάλειας), μικρότερη ως προς την ψηφιακή της απόκριση.

Τα **Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα** κατέλαβαν τη 2^η περίοπτη θέση λόγω αξιοσημείωτης επένδυσης στο ανθρώπινο κεφάλαιο(πυλώνας 2 Ψηφιακής απόκρισης).

Η **Φινλανδία** στη θεαματική 3^η θέση στο DSGI παρουσιάζοντας μία από τις υψηλότερες επιδόσεις σε όλους τους πυλώνες του δείκτη. **Πρωτοπόρος σε θέματα ψηφιακών δεξιοτήτων**, έχει εισαγάγει **εκπαιδευτικά προγράμματα με ονομασία “Elements of AI”** που βοηθούν στην κατανόηση της σημασίας της τεχνητής νοημοσύνης αλλά και στις ευκαιρίες που αναδύονται, όπως το machine learning & τα νευρωνικά δίκτυα. Έτσι έχουν συμβάλει στην κατάρτιση εργατικού δυναμικού πολλών επιχειρήσεων(σε 4 μήνες 90.000 εγγραφές παρακολούθησης από 80 χώρες). Επίσης, έχει ξεκινήσει **πολιτικές πρωτοβουλίες** για την αύξηση της χρήσης

ψηφιακών τεχνολογιών από τις επιχειρήσεις, όπως και το Δεκέμβριο 2017 μια εθνική στρατηγική τεχνητής νοημοσύνης, επιδιώκοντας ν' αναλάβει ηγετικό ρόλο στην εφαρμογή της εν λόγω τεχνολογίας. Η καλή επίδοση στην υιοθέτηση ψηφιακών τεχνολογιών έχει επιτευχθεί εν μέρει λόγω της διάρθρωσης της επιχειρηματικής και βιομηχανικής δραστηριότητας της Φινλανδίας, του **υψηλού βαθμού ψηφιοποίησης του δημόσιου τομέα**(>90% των πολιτών κάνουν χρήση ηλεκτρονικών υπηρεσιών του Δημοσίου και 1^η χώρα που υλοποίησε ηλεκτρονική εξουσιοδότηση) και του **υψηλού εκπαιδευτικού επιπέδου** της χώρας. Γι' αυτό εξάλλου κατέχει την 1^η θέση και σε άλλους δείκτες μείζονος σημασίας, όπως ο SEV Digital Maturity Index(Δείκτης Ψηφιακής Ωριμότητας).

Ακολουθεί συγκριτικός πίνακας 2 / Πυλώνα

ΠΥΛΩΝΑΣ	SIN	DEN	AUST	SRI	MAS	GRE
Overall Score	7.8	6.8	6,5	4,9	7,2	4,8
Digital Skills Institutions(ΙΨΔ)	7.9	6,9	6,5	4,7	6,6	4,3
Digital Responsiveness(Ψηφ Αποκρ)	7.9	7.6	8,2	4,6	6.2	4,7
Government Support(KY)	9.4	5,9	5,7	7,3	8,4	1,8
Supply, Demand & Competitiveness	7.7	6.5	5,5	5,7	7,9	6,4
Data Ethics & Integrity(Κυβερνοασφ.)	7.7	8,5	8,3	4,7	8,1	5,3
Research Intensity(Ένταση εφαρμ. Ψηφ. Έρ)	5.9	5,6	4,8	0,9	5,6	6,1

Η **Δανία** στηρίζει εκπαιδευτικά προγράμματα –χρήση e-ID, όπου οι πολίτες μπορούν να λάβουν σχεδόν όλο το εύρος των υπηρεσιών του Δημοσίου διαδικτυακά. Στο 90% ανέρχεται το ποσοστό διαδικτυακής επικοινωνίας/αλληλεπίδρασης μεταξύ Δημοσίου και πολιτών. Το κοινοβούλιο της Δανίας έχει εκδώσει μια πράξη που ορίζει ότι όλοι οι πολίτες άνω των 15 ετών πρέπει να μπορούν να λαμβάνουν «Digital Post»από δημόσιες αρχές, καθιστώντας την ψηφιακή επικοινωνία με τις δημόσιες αρχές ως υποχρεωτική.

Η **Ιρλανδία** έχει χαρακτηριστεί ως παγκόσμιο κέντρο αριστείας στο χώρο του cloud computing και κατέχει θέση ηγετική στον κλάδο ΤΠΕ της Ευρώπης. Αυτό έχει επιτευχθεί ως αποτέλεσμα διαφόρων πρωτοβουλιών, αξιοσημείωτες θ' αναφερθούν οι παρακάτω:

-Αύξηση προσφοράς αποφοίτων μέσω Ίδρυσης νέων τεχνολογικών Πανεπιστημίων σε κλάδους υπολογιστών, λογισμικού, ηλεκτρολόγων μηχανικών, όπως και μέσω αναδιαμόρφωσης του περιεχομένου των μαθημάτων υφιστάμενων σχολών. Περισσότερο από το 30% των φοιτητών παρακολουθούν προγράμματα STEM, ενώ η χώρα διαθέτει καταγεγραμμένη εθνική στρατηγική για τις δεξιότητες «National Skills Strategy-2025» και εξειδικευμένη στρατηγική για δεξιότητες ΤΠΕ –“Technology Skills 2022”, που αποτελεί έναν οδικό χάρτη για το πώς η καθοριστική τριάδα Κυβέρνηση-Ιδρύματα εκπαίδευσης & Επιχειρήσεις θα συνεργαστούν για την κάλυψη των αναγκών σε δεξιότητες ΤΠΕ της χώρας.

-Συνεργασία μεταξύ της Enterprise Ireland (οργανισμού στήριξης εξαγωγών) & Ιρλανδικής Ένωσης Πανεπιστημίων με ονομασία «Knowledge Transfer Ireland», που προέκυψε μετά από σύσταση μιας κυβερνητικής ομάδας εργασίας. Προάγεται η διασύνδεση επιχειρήσεων και ερευνητικού οικοσυστήματος, μεγιστοποιώντας την καινοτομία από έρευνα χρηματοδοτούμενη από το κράτος, διασφαλίζοντας ότι τεχνολογία, καινοτόμες ιδέες και τεχνογνωσία είναι γρήγορο και άμεσα προσβάσιμα στις επιχειρήσεις προς όφελος του κοινού και της γενικότερης οικονομίας.

-Δημιουργία ταμείου Ηλεκτρονικού Εμπορίου για την επιτάχυνση της online παρουσίας εταιρειών λιανικού εμπορίου με προσωπικό 20-249 άτομα, υποστηρίζοντας τους Ιρλανδούς λιανοπωλητές να καινοτομούν και να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητά τους στην αγορά που δραστηριοποιούνται

Η **Αυστρία** έχει εισάγει την ψηφιακή εκπαίδευση στο πρόγραμμα διδασκαλίας, ήδη από τις τάξεις του δημοτικού: *το 67% των Αυστριακών διαθέτει τουλάχιστον βασικές ψηφιακές δεξιότητες, ενώ ο μέσος όρος ΕΕ-28: 57%. Το 36% των Αυστριακών κατέχει ανώτερες και εξειδικευμένες ψηφιακές δεξιότητες(μ.ό. 31%).* Υλοποιούνται δράσεις και προγράμματα ψηφιακής εκπαίδευσης για αποκλειόμενες ομάδες, σε άτομα 60 χρονών και άνω.

Η **Ελλάδα** κατέχει 68^η θέση με απόδοση 4,8 στο δείκτη DSGI. Στον 6^ο πυλώνα έντασης-εφαρμοσμένη ψηφιακή έρευνα βρίσκεται στη 10^η θέση, σε αντίθεση με Ιρλανδία στην 24^η . Όμως επειδή δε συνδυάζει υψηλόβαθμες θέσεις στους άλλους πυλώνες και ιδίως στους 3 πρώτους, συνεχίζει να παρουσιάζει μεγάλο χάσμα στις ψηφιακές δεξιότητες Η συμβολή της κυβερνητικής πολιτικής στην προσφορά

εκπαιδευτικών προγραμμάτων για ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων είναι αμυδρή και απέχει παρασάγγας από αυτές των υψηλά κατατασσόμενων χωρών. Περιορίζεται η δράση της σε νομοθετικές βελτιώσεις και ακόμα είναι στην αρχή το εθνικό πρόγραμμα εφαρμογής ψηφιακού μετασχηματισμού(Λευκή Βίβλος 2021), όπου τώρα μπήκε σε τροχιά και η ψηφιοποίηση των δημόσιων συμβάσεων. Απουσία Εθνικού Ψηφιακού Οράματος. Η Ελλάδα δεν αναγνώρισε έγκαιρα τη δυναμική της ψηφιακής οικονομίας με αποτελέσματα να μην έχει αναπτύξει ένα στιβαρό, κοινά αποδεκτό ψηφιακό όραμα. Ως απόρροια αυτού, η χώρα προχώρησε στην υλοποίηση αποσπασματικών ψηφιακών στρατηγικών και δράσεων, οι οποίες απέτυχαν να έχουν κοινό παρονομαστή και κατεύθυνση.

Αντιθέτως, τα κράτη που κατέχουν εξέχουσες θέσεις σε ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων των πολιτών τους είναι εκείνα που έχουν εφαρμόσει καινοτόμα προγράμματα εκπαίδευσης και τεχνικής υποστήριξης. έχουν επενδύσει στην ψηφιακή κατάρτιση και καταρτίζουν Σύμφωνα Τεχνολογίας σε συνεργασία με επιχειρήσεις και βιομηχανία, εκπαιδευτικά ιδρύματα και φορείς Δημοσίου τομέα, οραματιζόμενα δημιουργίας αναβαθμισμένων δεξιοτήτων για ένα προηγμένο τεχνολογικά και ψηφιακά μέλλον. Αυξάνεται έτσι η παραγωγή «ταλέντου» των καλά καταρτισμένων πτυχιούχων ανώτατης εκπαίδευσης σε τομείς που σχετίζονται με τις ψηφιακές τεχνολογίες(π.χ. ΤΠΕ, επιστήμες μηχανικών, θετικές επιστήμες), καθώς οι επιχειρήσεις επενδύουν & απασχολούν ψηφιακά καταρτισμένο προσωπικό Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης. Τέτοιες χώρες που κατέχουν υψηλό δείκτη ψηφιακής ωριμότητας είναι η Δανία, Αυστρία, Ιρλανδία, Λιθουανία.

Σύμφωνα με το **Global innovation index 2020**, ανάμεσα στις 25 πιο καινοτόμες χώρες πέντε είναι από την Ασία (Σιγκαπούρη, Δ. Κορέας, Κίνα, Ιαπωνία, Χονγκ Κονγκ)⁸⁹. Το πιο ενδιαφέρον είναι ότι τη φιλοσοφία αυτή ασπάζονται και οι άλλες χώρες της περιοχής. Ανάμεσα στις 49 χώρες που συνιστούν την ομάδα των πλουσίων χωρών, η Σιγκαπούρη, η Ιαπωνία και η Δημοκρατία της Κορέας είναι ανάμεσα στις 10 πιο καινοτόμες. Από τις 37 χώρες της ομάδας υψηλού/μεσαίου εισοδήματος, η Κίνα, η Μαλαισία και η Ταϊλάνδη είναι οι πιο καινοτόμες. Από τις 29 χώρες της ομάδας χαμηλού/μέσου εισοδήματος το Βιετνάμ, η Ινδία, οι Φιλιππίνες και η Ινδονησία είναι ανάμεσα στις δέκα πιο καινοτόμες. Με άλλα λόγια, η καινοτομία

⁸⁹ The UNCTAD B2C E-commerce Index 2020 *Spotlight on Latin America and the Caribbean* https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d17_en.pdf

αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του οικονομικού δυναμισμού και αναπτυξιακού μοντέλου των χωρών της περιοχής.

Η Ασία μετατρέπεται σε μητροπολιτικό βιομηχανικό κέντρο εντάσεως κεφαλαίου και τεχνολογικών καινοτομιών Το ΑΕΠ της Κίνας σε ισοτιμία αγοραστικής δύναμης (PPP) έχει ξεπεράσει αυτό των ΗΠΑ και το 2019 ήταν 23,460\$ έναντι 21,427\$ (World Bank). Τρίτη στη σειρά ήταν η Ινδία, τέταρτη η Ιαπωνία με την Γερμανία στην πέμπτη θέση. Το πλέον εντυπωσιακό στους οικονομικούς δείκτες είναι ότι οι εύρωστες οικονομίες συμπαρασύρουν και τις μικρότερες χώρες (Σιγκαπούρη) ή και τις πιο φτωχές από αυτές. Το ήμισυ του παγκόσμιου πληθυσμού που εισοδηματικά κατατάσσεται στη μεσαία τάξη, και που ιστορικά έχει συσχετιστεί σε μεγάλο βαθμό με τον κοινωνικό και οικονομικό δυναμισμό, κατοικεί σήμερα στην Ασία.

Η **Σρι Λάνκα** έχει τον υψηλότερο Δείκτη Ανθρώπινης Ανάπτυξης στη Νότια Ασία και έχει το δεύτερο υψηλότερο κατά κεφαλήν εισόδημα στη Νότια Ασία. Ωστόσο, η συνεχιζόμενη οικονομική κρίση έχει οδηγήσει στην κατάρρευση του νομίσματος, την αύξηση του πληθωρισμού και την πρόκληση μιας ανθρωπιστικής κρίσης λόγω της σοβαρής έλλειψης βασικών ειδών. Η πρόσφατη ταχεία ανάπτυξη της Μαλαισίας έχει προσελκύσει εκατομμύρια μετανάστες εργαζόμενους από ολόκληρη την Ασία. Η **Μαλαισία** διαθέτει μια προσφάτως εκβιομηχανισμένη οικονομία της αγοράς, η οποία κατατάσσεται ως η 4η μεγαλύτερη στη Νοτιοανατολική Ασία και η 38η στον κόσμο. Με κατά κεφαλήν ΑΕΠ ύψους 10.430 δολαρίων και Δείκτη Ανθρώπινης Ανάπτυξης 0.789, η Μαλαισία κατατάσσεται ως αναδύομενη οικονομία από την Παγκόσμια Τράπεζα⁹⁰.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΙΚΑ. αν συγκρίνουμε λοιπόν τα νούμερα Πιν. 2 μεταξύ χωρών, διαπιστώνουμε ότι η χώρα μας υστερεί σε Εθνικό ψηφιακό όραμα και μη υποστήριξης–συνεργασίας με τις επιχειρήσεις για παραγωγή ψηφιακά καταρτισμένου προσωπικού που θ' ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις του εργοδότη. Ενώ τεχνολογικά και νομοθετικά προσπαθούμε να ακολουθήσουμε τις εξελίξεις, στο ανθρώπινο κεφάλαιο υστερούμε σε επένδυση και ψηφιακή κατάρτιση εναρμονισμένη με τις

⁹⁰<https://dsgi.wiley.com/global-rankings/>

ψηφιακές ανάγκες της εποχής. Γι' αυτό «εισάγουμε» ανθρώπινο ψηφιακά εξειδικευμένο κεφάλαιο από το εξωτερικό και το εθνικό DSGI αγγίζει από πρόσφατες μετρήσεις μόλις στο 4,8. Μόνο οι θεωρητικές αναλύσεις και ερμηνείες-αρθρογραφίες περί ψηφιοποίησης(στον τομέα της έρευνας) που έχουμε τον υψηλό δείκτη 6,1 συγκριτικά με τους άλλους δείκτες μας, δεν βοηθούν στις απαιτήσεις για προσαρμοσμένη στις σύγχρονες ψηφιακές ανάγκες τεχνοκρατική & πνευματική ανάπτυξη. Έτσι θα ήταν και μικρότερα τα ποσοστά αποκλειόμενων ατόμων που δεν βοηθήθηκαν να εκπαιδευτούν και προσαρμοστούν στις σύγχρονες ψηφιακές ανάγκες, χαρακτηρίζοντας τους η άγνοια και η ανασφάλεια απέναντι στο άγνωστο, το «καινοτόμο», ζώντας σ' ένα 2^ο παράλληλο σύμπαν!

Ανεργία, η οποία μέσα στο 2020, κατά τη διάρκεια της πανδημίας αυξήθηκε σε 5,4% από 3,8% το 2019 λόγω κενού στις ψηφιακές δεξιότητες. Ξένες κυβερνήσεις συνεργάζονται με τη βιομηχανία και τα Πανεπιστήμια για να εφοδιάσουν το εργατικό δυναμικό με βασικές ή αναβαθμισμένες ψηφιακές δεξιότητες. Για παράδειγμα, η κυβέρνηση της Σιγκαπούρης, σε συνεργασία με την Google, ξεκίνησε το "Skills Ignition". ένα πρόγραμμα για να βοηθήσει 3.000 πολίτες της χώρας να αποκτήσουν τις δεξιότητες απαραίτητες για να ενσωματωθούν στην αγορά εργασίας που αλλάζει με την ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών. Προάγει την ανάπτυξη χωρίς αποκλεισμούς σε περιφερειακό και παγκόσμιο επίπεδο.

Ως ένα βαθμό δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι οι λιγότερο εύπορες οικονομίες τείνουν να έχουν μεγαλύτερα κενά ψηφιακών δεξιοτήτων. Αυτό είναι πιθανότατα συνάρτηση των λιγότερο τεχνολογικά εξελιγμένων οικονομιών τους, επίσης ελλιπή δημόσια εκπαιδευτικά συστήματα, ειδικά σε σχέση με την ψηφιακή εκπαίδευση και κατάρτιση. Αυτές οι οικονομίες χρειάζονται σημαντική υποστήριξη για την ανάπτυξη ικανοτήτων και συνεχιζόμενη οικονομική βοήθεια για την επιτάχυνση της συνολικής οικονομικής τους ανάπτυξης. Ωστόσο, η μη δέουσα προσοχή και κατανόηση προτεραιότητας που πρέπει να δοθεί στην τεχνοκρατική ανάπτυξη, που θα επιφέρει και ανάπτυξη βιοτικού επιπέδου των χωρών μέσα από την προσέλκυση επενδύσεων και βελτιστοποίησης της ζώνης παραγωγικότητας, συμβάλλει στην αργή πρόοδο προς την ψηφιοποίηση.

6.2. Ψηφιακή Ετοιμότητα ΜμΕ σ' εθνικό επίπεδο⁹¹

Η ποσοτική έρευνα «Η Ψηφιακή Ετοιμότητα των Μικρών & Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στην Ελλάδα - Η επίδραση του COVID-19» καταγράφει -για πρώτη φορά- την ψηφιακή ετοιμότητα των επιχειρήσεων με 1 έως 50 εργαζόμενους, σε όλους τους κλάδους της αγοράς (εμπόριο, μεταποίηση, επαγγελματίες-επιστήμονες, τουρισμός-εστίαση, υπηρεσίες, τεχνικές εταιρείες κλπ.), καθώς και τον ρόλο που διαδραμάτισαν τα ψηφιακά εργαλεία στην αντιμετώπιση των προβλημάτων από την πρόσφατη υγειονομική κρίση. Η έρευνα, που εκπόνησε το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών για λογαριασμό της COSMOTE, διεξήχθη τον Ιούλιο 2019 & 2020. Πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις με 1500 επιχειρήσεις πανελλαδικά⁹².

Το 2019 για πρώτη φορά δημιουργήθηκε ο **Δείκτης Ψηφιακής Ετοιμότητας των Μικρών & Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στην Ελλάδα**. Ο δείκτης αποτυπώνει τον βαθμό ψηφιακής ωριμότητας των ΜμΕ, με βάση την υιοθέτηση και χρήση 10 σημαντικών ψηφιακών εφαρμογών & υποδομών, όσον αφορά στην ψηφιακή παρουσία και επικοινωνία, τις ψηφιακές συναλλαγές και προωθήσεις, τα διοικητικά συστήματα διαχείρισης πόρων και τις ψηφιακές υποδομές. Σε τομείς, όπως η ψηφιακή παρουσία και επικοινωνία, τα ποσοστά χρήσης των ψηφιακών εργαλείων και υποδομών από τις ΜμΕ, βρίσκονται σε σχετικά υψηλά επίπεδα. Αναλυτικά, πώς διαμορφώνονται, ανά κατηγορία, τα ποσοστά χρήσης στην Ελλάδα:

- Για ψηφιακή παρουσία και επικοινωνία: website (70%), τηλεφωνικό κέντρο (53%), ψηφιακές επικοινωνίες (40%), τηλεδιάσκεψη (39%)
- Για ψηφιακές συναλλαγές και προώθηση: μέσα κοινωνικής δικτύωσης (62%), ψηφιακές καμπάνιες (36%), ηλεκτρονικό κατάστημα (17%)
- Για διοικητικά συστήματα διαχείρισης πόρων: ERP (43%), CRM (39%), IoT συστήματα (22%)

⁹¹Ψηφιακός Μετασχηματισμός & Μικρές Επιχειρήσεις/ Έκδοση ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ 2020

⁹²https://www.growyourbusiness.gr/news/i_psifiaki_etimotita_ton_mikron_kai_mirkomeseon_epixiriseon_sthn_ellada_i_epidraasi_tou_covid-19

- Για ψηφιακές υποδομές: ψηφιακή ασφάλεια (78%), servers (53%), cloud (22%)

Σε αρκετές περιπτώσεις πάντως, και κυρίως λόγω έλλειψης πόρων, οι επιχειρήσεις επιλέγουν απλές, ελλιπείς ή ερασιτεχνικές ψηφιακές λύσεις.

Το 2020, καταγράφηκε μικρή αυξητική τάση κατά μέσο όρο 5% στη χρήση των ψηφιακών εφαρμογών & υποδομών(αναφορά σε e-shop, τηλεδιασκέψεις). Ο συνδυασμός συμπληρωματικών εργαλείων & εφαρμογών αποφέρει περισσότερα επιχειρηματικά οφέλη.

Διαπιστώνεται μία ελαφρά βελτίωση, που οφείλεται κυρίως στην ανάλυση μεγάλου όγκου δεδομένων (big data analytics) και στη χρήση τεχνολογιών υπολογιστικού νέφους (cloud). Στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις παρουσιάζουν αύξηση στην υιοθέτηση ψηφιακών πρακτικών, αλλά εξακολουθούν να συμμετέχουν κατά κύριο λόγο σε εγχώριες αγορές⁹³

Όμως η αλήθεια είναι ότι η πλειοψηφία των ελληνικών επιχειρήσεων (7 στις 10) αξιοποίησαν περισσότερο τις ψηφιακές τεχνολογίες **παροδικά** για να ξεπεράσουν τις δυσκολίες που προκάλεσε η υγειονομική κρίση, μέχρι να ομαλοποιηθεί η κατάσταση. Αυξητική πορεία σε τηλεφωνικές παραγγελίες (48%), διαδικτυακές πωλήσεις (47%) & τηλεργασία (50%). **1 στις 2 μικρές επιχειρήσεις στην Ελλάδα βρίσκεται σε πρώιμο στάδιο αναφορικά με το δείκτη Ψηφιακής Ετοιμότητας, ενώ μόλις 1 στις 8 κατατάσσεται στο λεγόμενο προχωρημένο στάδιο και καμία στο ιδεατό**⁹⁴. Τα παραπάνω καταδεικνύουν ότι δεν υπήρχε πρόσφορο έδαφος εντός της χώρας μας για μια καθολική, υψηλή ενσωμάτωση των μηχανισμών ψηφιοποίησης. Το πραγματικό ενδιαφέρον για ψηφιακή ανάπτυξη είναι περιορισμένο εν απουσία κατανόησης της σπουδαιότητας της ψηφιακής πρωτοπορίας στην οικονομική μεγέθυνση μιας χώρας, εξ' ου και μας λείπει η κατάστρωση ενός τολμηρού εθνικού, ψηφιακού οράματος.

⁹³<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi-integration-technology-enterprises/>
<https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/88767>

⁹⁴https://www.sev.org.gr/Uploads/Documents/50656/sme_part2.PDF

6.2.1 Κατάταξη της Ελλάδας βάσει δεικτών αξιολόγησης ετοιμότητας εντός Ε.Ε.

Η Ελλάδα κατατάσσεται σε χαμηλή θέση στους διεθνείς δείκτες που αξιολογούν την ψηφιακή ωριμότητα των χωρών ανά τον κόσμο. Σημαντικές αναφορές ακολουθούν:

Δείκτης Ψηφιακής Οικονομίας και Κοινωνίας (Digital Economy and Society Index, DESI) η χώρα κατατάσσεται στην 27η θέση μεταξύ των 28 χωρών της ΕΕ για το 2020
Δείκτης Ανάπτυξης Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης (E-Government Development Index, EGDI) στην 42η θέση μεταξύ των 193 κρατών της έρευνας για το 2020, κατέχοντας τη 27η θέση

Δείκτης Ανάπτυξης ΤΠΕ (ICT Development Index, IDI) στην 38η μεταξύ 192 κρατών για το 2017 και 25η

Δείκτης Ψηφιακής Εξέλιξης (Digital Evolution Index, DEI) στην 38η θέση μεταξύ των 60 υπό έρευνα κρατών για το 2017

Δείκτης Διευκόλυνσης της Ψηφιοποίησης (Enabling Digitalization Index - EDI) στην 43η μεταξύ 115 κρατών για το 2019

Με δεδομένη τη χαμηλή ψηφιακή επίδοση, η Ελλάδα στερείται πλέον πολύτιμου χρόνου, ώστε να εφαρμόσει σταδιακές και «εξελικτικές» ψηφιακές στρατηγικές, όπως έπραξαν άλλες, ψηφιακά ανεπτυγμένες σήμερα, χώρες (π.χ., η Νορβηγία, η Φινλανδία, το Ηνωμένο Βασίλειο, κ.ά.). Οι χώρες αυτές ξεκίνησαν τον ψηφιακό μετασχηματισμό τους πριν από αρκετά χρόνια, όσο ο ρυθμός των τεχνολογικών εξελίξεων ήταν ακόμα χαμηλός, εφαρμόζοντας σταδιακά βήματα, τα οποία επαναπροσδιορίζονταν ανά τακτά χρονικά διαστήματα, ώστε να ανταποκρίνονται στους μεταβαλλόμενους εθνικούς τους στόχους και να ενσωματώνουν τις αναδυόμενες ψηφιακές τεχνολογίες⁹⁵.

⁹⁵ Digital Economy and Society Index, DESI, <https://ec.europa-eu/digital-single-market/en/desi>

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η χρήση της διαδικτυακής πλατφόρμας έχει αυξηθεί εντυπωσιακά την τελευταία δεκαετία. Παρόλα αυτά, η κατανόησή μας για τις επιπτώσεις του στα οικονομικά αποτελέσματα είναι σπάνια και συχνά περιορίζεται σε μελέτες περιπτώσεων και προηγμένες χώρες. Χρησιμοποιώντας ένα πρόσφατα εναρμονισμένο διεθνές σύνολο δεδομένων διαδικτυακών πλατφορμών και τη χρήση τους σε 43 χώρες, που καλύπτουν την περίοδο 2013-18 και επτά τομείς δραστηριότητας, συμβάλλουμε στην κάλυψη αυτού του κενού. Συγκεκριμένα, διερευνούμε εάν και υπό ποιες συνθήκες αγοράς η απορρόφηση της πλατφόρμας οδηγεί σε αλλαγές στην παραγωγικότητα των κατεστημένων εταιρειών. Διαπιστώνουμε ότι η χρήση της πλατφόρμας αυξάνει την αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ίδιο τομέα και ότι αυτό πραγματοποιείται μέσω αυξήσεων στην ανάπτυξη προστιθέμενης αξίας σε αντίθεση με τη μείωση της απασχόλησης. Επιπλέον, τα κέρδη παραγωγικότητας είναι μεγαλύτερα για τις μικρές επιχειρήσεις και τις επιχειρήσεις στο μέσο της κατανομής της παραγωγικότητας, υποδηλώνοντας ότι οι διαδικτυακές πλατφόρμες μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην εξομάλυνση των όρων ανταγωνισμού μεταξύ ΜμΕ και μεγάλων εταιρειών και στη μείωση των χάσμάτων παραγωγικότητας μεταξύ των επιχειρήσεων. Τέλος, τα κέρδη παραγωγικότητας είναι ισχυρότερα σε πιο δυναμικές αγορές πλατφορμών. Τα ευρήματά μας προσφέρουν πληροφορίες για παράγοντες και πολιτικές που μπορούν να αξιοποιηθούν για να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη πλατφόρμας με τρόπους που είναι επωφελείς για την οικονομία.

Το νομοθετικό πλαίσιο για το διασυνοριακό, ηλεκτρονικό εμπόριο και όχι μόνο **έχει κατακερματιστεί** όλα αυτά τα χρόνια, καθώς παρατηρείται μια συνεχή αστάθεια με πολλαπλές παρεμβάσεις, μεταβολές προς ένα όραμα για μια ενιαία ψηφιακή αγορά, που όπως φαίνεται ακόμα δεν έχει εκπληρωθεί. Πολλά τα νομικά κενά, πολλές οι ασάφειες και τα φαινόμενα καταπάτησης δικαιωμάτων του καταναλωτικού κοινού, ως αγνοόν σε μεγάλο βαθμό τα δικαιώματά του και τρόπους ασφάλειας των συμφερόντων του όταν συμβάλλεται με ψηφιακό τρόπο. Αυτή την ανασφάλεια, ενισχύοντας σχέσεις εμπιστοσύνης στα πλαίσια της ηλεκτρονικής αγοράς προσπαθεί ατελέσφορα να απαλείψει ο ενωσιακός νομθέτης και σε αυτή του την προσπάθεια έχει κριθεί καθοριστική και η συνδρομή της εκάστοτε πολιτείας προς καλλιέργεια των ψηφιακών δεξιοτήτων & γνώσεων των πολιτών-χρηστών της. Όπως

διαπιστώθηκε και σε αναλυόμενη παραπάνω στατιστική μελέτη το ανεκπλήρωτο όραμα του νομοθέτη απαιτεί μεταξύ άλλων και το συγχρονισμό των κυβερνητικών πολιτικών σε ανάπτυξη της ψηφιοποίησης στο εσωτερικό τους, κάτι που δεν έχει επιτευχθεί ως και σήμερα. Συντρέχουν λόγοι μη ταύτισης ρυθμού ψηφιακής μετάβασης, μη παροχής κινήτρων για να μεταλλαχθεί η έννοια του «παραδοσιακού» καταναλωτή σε «ψηφιακό» καταναλωτή, ώστε να συμβαδίσει η γνώση των συμβαλλόμενων μερών και να αντιμετωπιστούν ως ισότιμοι αντίπαλοι. Όσο αναμασάται η έννοια του ασθενέστερου μέρους, που έχει κατοχυρωθεί ως έννοια και στο εσωτερικό μας δίκαιο, και δε λέει να ξεριζωθεί, χρησιμεύει ως μαξιλάρι που κωλύει την εφαρμογή αποτελεσματικών πρακτικών που θα επανδρώσουν κάθε χώρα με υψηλά ψηφιακά καταρτισμένους πολίτες, και θα νιώθουν ασφαλείς και ικανοί ν' ανταποκριθούν στις προκλήσεις του όχι και τόσο σύγχρονου τεχνοκρατικά πλέον κόσμου.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνόγλωσση

Αλεξανδρίδου Ελ., Οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών και ΥΑ Ζ1-891 – Κατά πόσον επετεύχθησαν οι στόχοι βελτίωσης του κοινοτικού κεκτημένου και της κοινοτικής συνοχής, ΔΕΕ 3/2014 (Έτος 200), σελ. 193-203.

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ ΚΑΙ ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ Νέο Θεματολόγιο για τους Καταναλωτές Ενισχύοντας την ανθεκτικότητα των καταναλωτών για μια βιώσιμη ανάκαμψη,(2020)

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?qid=1605887353618&uri=CELEX%3A52020DC0696>

Βενιέρης Ι., Βερβεσός Ν.-Μήτσου Α.(2021) Δίκαιο Εμπορικών Συμβάσεων “Εμπορικές Συμβάσεις και Ηλεκτρονικό Εμπόριο” σελ. 123 επ., ISBN: 978-960-654-398-2

Δελούκα-Ιγγλέση, ό.π., σ.9-Ιγγλεζάκη Ι., Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου 2003, σ. 19

Δελούκα-Ιγγλέση Κ., Δίκαιο του Καταναλωτή (Ενωσιακό και Ελληνικό), Εκδόσεις Σάκουλα Α.Ε., Αθήνα – Θεσσαλονίκη, 2014.

ΕΓΓΡΑΦΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΤΗΡΙΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΚΤΕΛΕΣΗ/ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΟΔΗΓΙΑΣ 2005/29/ΕΚ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ που συνοδεύει το έγγραφο ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ, ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ, ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ Ολοκληρωμένη προσέγγιση για την τόνωση του διασυνοριακού ηλεκτρονικού εμπορίου για τους πολίτες και τις επιχειρήσεις της Ευρώπης, (2016)

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX%3A52016SC0163>

Ευστάθιος Ιντζεΐδης. (2014, Ιούνιος 3). Η παγίδα της δυναμικής τιμολόγησης [Neocommerce.gr].

<https://neocommerce.gr/2014/06/03>

Ζούλοβιτς Μ., Κοντογεωργίου Π., Συρμακέζη Ζ., Η Νόμιμη Online Παρουσία ενός e-shop, Συνήγορος, τ. 137/2020, 10 επ.-Κουρουπάκη Κ., ό.π., 28

Καϊάφα-Γκμπάντι Μαρία(2021) Ψηφιακές Συμβάσεις Οι οδηγίες 2019/770 & 2019/771 και η επίδρασή τους στην εσωτερική έννομη τάξη /Νομική Βιβλιοθήκη

Καρκατζούνης Β., Cookies και προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, ΔΙΤΕ(π.ΔιΜΕΕ) 2/2019 σελ. 172

Κόκκινος: Κουλτούρα και ταλέντα εμπόδια στη ψηφιοποίηση. (χ.χ.). Philenews. Ανακτήθηκε 16 Σεπτέμβριος 2022, από <https://www.philenews.com/oikonomia/kypros/article/1325765/kokkinos-koyltoyra-kai-talenta-empodia-sti-psifiopoiisi>

Κουρουπάκη Κ., Τα νομικά θεμέλια ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, 2018, σ.6. Διατίθεται στην ιστοσελίδα <https://apothesis.eap.gr/handle/repo/40771>

Μουζακίτης, Σ. (2009) *Μεθοδολογίες για την αξιολόγηση της προοπτικής διεξαγωγής αυτοματοποιημένων συναλλαγών των επιχειρήσεων και την υποστήριξη της μετάβασης σε επιχειρηματικό μοντέλο ηλεκτρονικού επιχειρείν*. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο (ΕΜΠ) Σχολή Ηλεκτρολόγων Μηχανικών και Μηχανικών Υπολογιστών Τομέας Ηλεκτρικών Βιομηχανικών Διατάξεων και Συστημάτων Αποφάσεων. Available at: <https://doi.org/10.12681/eadd/18610>.

Παρετζόγλου, Α., & Γιάννης Θωμάτος (Επιμ.). (2021). Πώς οι επιχειρήσεις αλλάζουν τον κόσμο, με ενσυναίσθηση για το σήμερα και με το βλέμμα στο αύριο. ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2021(ΕΤΗΣΙΟΣ). <https://www.fortunegreece.com/article/pos-i-epichirisis-allazoun-ton-kosmo-me-ensinesthisi-gia-to-simera-ke-me-to-vlemma-sto-avrio/>

Ξενόγλωσση

Amazon's old customers 'pay more'. (2000, 09). BBC News. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/914691.stm>

Baker, V. *et al.* (2003) 'The Evolution of e-Commerce Strategy and Supply Chain Management Practices in the Steel Manufacturing Industry', in J.L. Monteiro, P.M.C. Swatman, and L.V. Tavares (eds) *Towards the Knowledge Society*. Boston, MA: Springer US (IFIP Advances in Information and Communication Technology), pp. 685–699. Available at: https://doi.org/10.1007/978-0-387-35617-4_44.

BBC News (2000) 'Amazon's old customers 'pay more''. Available at: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/914691.stm>.

Consumer market study on online market segmentation through personalised pricing/offers in the European Union: final report (2018). Luxembourg: Publications Office of the European Union.

European Commission. Directorate General for Employment, Social Affairs and Inclusion. (2022) *European skills, competences, qualifications and occupations: annual report 2021*. LU: Publications Office. Available at: <https://data.europa.eu/doi/10.2767/575560> (Accessed: 2 March 2023).

European Commission. Directorate General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. (2020) *Οδηγός χρήσης του ορισμού των ΜΜΕ*. LU: Publications Office. Available at: <https://data.europa.eu/doi/10.2873/825466> (Accessed: 16 January 2023).

Giachetti, R. (2016) *Design of Enterprise Systems: Theory, Architecture, and Methods*. 0 edn. CRC Press. Available at: <https://doi.org/10.1201/9781439882894>.

de Hert, P. and Papakonstantinou, V. (2016) 'The new General Data Protection Regulation: Still a sound system for the protection of individuals?', *Computer Law & Security Review*, 32(2), pp. 179–194. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2016.02.006>.

Jacob KOHNSTAMM (2013) 'Working Document 02/2013 providing guidance on obtaining consent for cookies', *ARTICLE 29 DATA PROTECTION WORKING PARTY*. Available at: https://ec.europa.eu/justice/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2013/wp208_en.pdf.

Matthew Sinclair (2016) 'FAIR AND EFFICIENT REGULATION OF THE SHARING ECONOMY'. Available at: https://iea.org.uk/wp-content/uploads/2016/09/Sinclair-2016-Economic_Affairs.pdf.

Paul Krugman (2000) 'Reckonings; What Price Fairness?', *THE NEW YORK TIMES*, 4 October, p. 35. Available at: <https://www.nytimes.com/2000/10/04/opinion/reckonings-what-price-fairness.html>.

Quaddus, M. and Hofmeyer, G. (2007) 'An investigation into the factors influencing the adoption of B2B trading exchanges in small businesses', *European Journal of Information Systems*, 16(3), pp. 202–215. Available at: <https://doi.org/10.1057/palgrave.ejis.3000671>.

Roedder, N. *et al.* (2016) 'The digital transformation and smart data analytics: An overview of enabling developments and application areas', in *2016 IEEE International Conference on Big Data (Big Data)*. 2016 IEEE

International Conference on Big Data (Big Data), Washington DC, USA: IEEE, pp. 2795–2802. Available at: <https://doi.org/10.1109/BigData.2016.7840927>.

Sebastião Barros Vale (2020) ‘The omnibus directive and online price personalization: a mere duty to inform?’, *EUROPEAN JOURNAL OF PRIVACY LAW AND TECHNOLOGIES* [Preprint], (2). Available at: <https://universitypress.unisob.na.it/ojs/index.php/ejplt/article/view/1263>.

The effects of online disclosure about personalised pricing on consumers: Results from a lab experiment in Ireland and Chile (2021). OECD Digital Economy Papers 303. Available at: <https://doi.org/10.1787/1ce1de63-en>.

THE UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX 2020, Spotlight on Latin America and the Caribbean. (χ.χ.).

Turow, J., King, J., Hoofnagle, C. J., Bleakley, A., & Hennessy, M. (2009). Americans Reject Tailored Advertising and Three Activities that Enable It (SSRN Scholarly Paper Tχ. 1478214). <https://doi.org/10.2139/ssrn.1478214>

Sofos, A., (2010). Digital Literacy as a Category of Media competence and Literacy an Analytical Approach of Concepts and Presuppositions for Supporting Media Competence at School. In: Bauer, P., Hoffmann, H. & Mayrberger, K. (Eds.), *Fok us Medienpädagogik Aktuelle Forschung-und Handlungsfelder* (pp. 62-82). München: kopaed

Siegel, M., F.Haghseta, and S.O’donnell, 2002, “Global E-Readiness Opportunities: NewFramework and Tools”, Center for EBusiness@MIT

A.Lodder and A. Murray(2017) “EU Regulation of e-commerce. A Commentary p. 19

Ηλεκτρονικές Πηγές

dexiotites-mythoi-pragmatikothtes-2021.pdf

Digital Skilss Gap Index 2021.pdf

<https://neoecommerce.gr/2014/06/03/η-παγίδα-της-δυναμικής-τιμολόγησης>

https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d17_en.pdf

<https://www.unescap.org/resources/e-government-survey-2018-gearing-e-governmentsupport-transformationtowards-sustainable> Measuring the Information Society Report, ITU, 2017.

https://sites.tufts.edu/digitalplanet/files/2020/03/DEI-LAC_Executive-Summary_27Nov2018.pdf

5https://www.eulerhermes.com/en_global/newsinsights/economicinsights/2019Enablingdigitalization-index-beyondpotential.html.

<https://georgiades.com/wp-content/uploads/2018/11/O-Κώδικας-Δεοντολογίας-για-το-Ηλεκτρονικό-Εμπόριο.pdf>
researchgate.net/publication/355184589_Ta_prosopika_dedomena_sto_dikaio_ton_symbaseon_ypo_to_prisma_tes_Odegias_2019770EE_Personal_data_and_contract_law_in_the_light_of_the_Directive_2019770EU/citation/download

https://edpb.europa.eu/our-work-tools/our-documents/guidelines/guidelines-052020-consent-under-regulation-2016679_el

Skills-Strategy-DYPA_.pdf

<https://cookiepedia.co.uk/classify-cookies>

Personal data and contract law in the light of the Directive 2019770EU.pdf

PsifiakoParatiritirioSEV_KentrikiMeleti2021_2.2.2022.pdf

The omnibus directive and online price.pdf

ΔΕΕ 28-4- 2022 GDPR UCP.pdf

ΔΕΕ 24-2 2022 Υποχρ ενημερωσης.pdf

ΔΕΕ 7-4 2022 Υποχρ ενημερωσης.pdf

Ελληνική ΒΨΜ -Νόμος 2021.pdf

Ετήσια-Έκθεση-ΙΜΕ-ΓΣΕΒΕΕ_2020_FINAL-2.pdf

2018 UNESCO DIGITAL LITERACY ip51-global-framework-reference-digital-literacy-skills-2018-en.pdf