
Το ηλεκτρονικό εμπόριο ολοένα και κερδίζει έδαφος στην Ελλάδα. Στα 4,5 δις. το 2016

2017/08/16 10:07 στην κατηγορία TAXYΔΡΟΜΕΙΑ

Σταθερά ανοδική τάση εμφανίζει ο κύκλος εργασιών του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα, σύμφωνα με στοιχεία του ευρωπαϊκού φορέα E-commerce Europe, που διαβιβάστηκαν, πριν από λίγες μέρες στη Βουλή, από τη Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας του Καταναλωτή.

Ειδικότερα, όπως προκύπτει, ο τζίρος του ηλεκτρονικού εμπορίου **από τα 3,8 δισεκατομμύρια ευρώ το 2015, αυξήθηκε στα 4,5 δισεκατομμύρια το 2016**, άνοδος, η οποία, σύμφωνα με τη ΓΓ Εμπορίου και Προστασίας του Καταναλωτή, επιβεβαιώνει, τόσο την αυξανόμενη εμπιστοσύνη των ελλήνων καταναλωτών στις ηλεκτρονικές αγορές, όσο και τον αυξανόμενο ρυθμό κατάρτισης συμβάσεων ηλεκτρονικού εμπορίου σε όλο και περισσότερες επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου.

Νομοσχέδιο για το ηλεκτρονικό εμπόριο

Τα στοιχεία διαβιβάστηκαν στη Βουλή στο πλαίσιο του κοινοβουλευτικού ελέγχου, και όπως, εξάλλου, προκύπτει αναφορικά με το ζήτημα της προστασίας των καταναλωτών, η κυβέρνηση προωθεί σχέδιο νόμου, με το οποίο επιχειρείται η διασφάλιση των δικαιωμάτων και των οικονομικών συμφερόντων των καταναλωτών.

Το προωθούμενο σχέδιο νόμου αναμορφώνει τον ν. 2251/94 στην κατεύθυνση της απλούστευσης, του εξορθολογισμού και της ενιαιοποίησης της νομοθεσίας που διέπει σήμερα την προστασία των καταναλωτών.

Στόχος είναι, επίσης, η καλύτερη εξυπηρέτηση των παρόχων ηλεκτρονικού εμπορίου, να μειωθούν τα κόστη και οι δαπάνες συμμόρφωσης και να εξασφαλιστούν ισότιμοι όροι ανταγωνισμού με τους ξένους παρόχους.

Η διαδικασία του Internet sweep

Στον ευρωπαϊκό Κανονισμό για τη διοικητική συνεργασία έχει προβλεφθεί ετήσιος συντονισμένος έλεγχος ιστότοπων σε όλη την ΕΕ («σάρωση ή Internet sweep») που διεξάγεται ταυτόχρονα από τις Αρχές προστασίας των καταναλωτών σε διάφορες χώρες.

Αυτοί οι έλεγχοι αποκαλύπτουν κατά πόσο τηρείται η νομοθεσία της ΕΕ, όπως

αναφέρει το Αθηναϊκό Πρακτορείο.

Η χώρα μας, για το έτος 2015, συμμετείχε στη διενέργεια του sweep που αφορούσε στον έλεγχο ιστότοπων πώλησης ψηφιακών αγαθών και υπηρεσιών, σχετικά με το αν τηρούν την κοινοτική Οδηγία για τα δικαιώματα του καταναλωτή, αναφέρει το.

Ελέχθησαν αναλυτικά 19 ιστοσελίδες και σε δέκα ελληνικές εταιρείες εξ' αυτών υπήρχαν ευρήματα ανεπαρκούς προσυμβατικής ενημέρωσης του καταναλωτή.