

## Καταναλωτής και Ευρυζωνικές Υπηρεσίες

Νικόλαος Τσεμπερλίδης  
Πρόεδρος ΚΕ.Π.ΚΑ.  
Συντονιστής Ε.Σ.Κ.

Αρχίζοντας την παρέμβασή μου αυτή, θα μου επιτρέψετε να κάνω μια μικρή παρουσίαση του ΚΕ.Π.ΚΑ.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. είναι μη κυβερνητική, μη κερδοσκοπική Οργάνωση (Ένωση) Καταναλωτών, ανεξάρτητη και ανεπηρέαστη, από πολιτικά και οικονομικά συμφέροντα. Σύμφωνα με τις προϋποθέσεις του Ν. 2251/94, το ΚΕ.Π.ΚΑ. είναι η πρώτη αναγνωρισμένη Ένωση Καταναλωτών της χώρας μας (αρ. Μητρώου 1). Ιδρύθηκε το 1982, στη Θεσσαλονίκη. Εδώ και 25 χρόνια, αγωνίζεται, για την προστασία των δικαιωμάτων των Καταναλωτών. Το ΚΕ.Π.ΚΑ. είναι Οργάνωση, με υπαρκτά μέλη, με καταστατικές λειτουργίες. Διοικείται, από 9μελές αιρετό Διοικητικό Συμβούλιο, όλα τα μέλη του οποίου είναι καθαρά εθελοντές.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. δραστηριοποιείται, στους παρακάτω τομείς:

1. Παρεμβαίνουμε, σε Τοπικό, Εθνικό, Ευρωπαϊκό και Διεθνές επίπεδο, για δημιουργία και αναμόρφωση νομοθεσίας.
2. Ενημερώνουμε – εκπαιδεύουμε τους Καταναλωτές, αξιοποιώντας τα Μ.Μ.Ε., το Περιοδικό μας, «Καταναλωτικά Βήματα», την ιστοσελίδα μας, που επισκέπτονται πάνω από 30.000 χρήστες, ανά μήνα.
3. Εκπροσωπούμε τους Καταναλωτές, πάντοτε, με τεκμηριωμένες απόψεις – θέσεις.
4. Διαμεσολαβούμε, για επίλυση διαφορών Καταναλωτών – Προμηθευτών, κυρίως εξωδικαστικά, έχοντας καταγράψει ποσοστά επιτυχίας, πάνω από 99%.
5. Διοργανώνουμε εκδηλώσεις, ημερίδες, συνέδρια και συμμετέχει, σε αντίστοιχες εκδηλώσεις, που διοργανώνουν άλλοι φορείς.
6. Αναλαμβάνουμε ειδικές δράσεις, όπου εντοπίζεται πρόβλημα, που αφορά μεγάλο αριθμό Καταναλωτών.
7. Προσπαθούμε να μαζικοποιήσουμε τις δράσεις μας.

Η δύναμή του ΚΕ.Π.ΚΑ. να παρεμβαίνει στη λειτουργία της "αγοράς" και στις πολιτικές αποφάσεις, που αφορούν τους Καταναλωτές, σε τοπικό, εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο, πηγάζει από την εθελοντική δράση των μελών του. Άλλωστε η χάραξη της πολιτικής του ΚΕ.Π.ΚΑ. βασίζεται, κυρίως, στις καταγγελίες και τις επισημάνσεις των μελών μας.

Σύνθημά μας: Γνωρίζω Συνειδητοποιώ Οργανώνομαι Προστατεύομαι

Τα τελευταία χρόνια βιώνουμε την παγκοσμιοποιημένη ελεύθερη αγορά, η οποία δημιουργεί νέα δεδομένα, που, με τη σειρά τους, δημιουργούν νέες προοπτικές και ευθύνες για Πολιτεία, Προμηθευτές, Καταναλωτές.

Ένα από τα νέα δεδομένα της παγκοσμιοποίησης είναι το διαδίκτυο. Η ανάπτυξη των υπηρεσιών του είναι μια πραγματικότητα, που κερδίζει, καθημερινά, μεγαλύτερο έδαφος. Οι υπηρεσίες πλοήγησης, στον Παγκόσμιο Ιστό, ηλεκτρονικής αλληλογραφίας, μεταφοράς αρχείων, ηλεκτρονικού εμπορίου και άλλες, αποκτούν ολοένα και περισσότερους χρήστες. Ο δυναμισμός της Ευρωπαϊκής οικονομίας εξαρτάται, αποφασιστικά, από την ανάπτυξη, την υιοθέτηση και την εφαρμογή των νέων τεχνολογιών.

Η εξέλιξη του «παραδοσιακού» internet βασίστηκε, στις ευρυζωνικές υπηρεσίες. Αρκετά οφέλη και προβλήματα είναι κοινά, για το «παραδοσιακό» και το γρήγορο internet.

Οι ευρυζωνικές υπηρεσίες, δημιουργούν νέες δυνατότητες και μπορούν να υλοποιήσουν, σε μεγαλύτερο βαθμό, από ό,τι οι τεχνολογίες του χθες, τις υποσχέσεις της κοινωνίας της πληροφορίας. Είναι ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία της συμφωνίας της Λισσαβόνας. Δίνουν τη δυνατότητα, στις τοπικές κοινωνίες - οικονομίες, να προσελκύσουν επιχειρήσεις, επενδύσεις και αγοραστές. Διευκολύνουν την τηλε-εργασία. Διευρύνουν την παροχή υπηρεσιών υγείας. Βελτιώνουν την εκπαίδευση. Αναβαθμίζουν τις δημόσιες υπηρεσίες. **Μπορούν να συμβάλλουν, στην υλοποίηση της απαίτησης των καιρών, για Διαφάνεια.** Έχουν, δηλαδή, θετική επίδραση, στην καθημερινότητα του Πολίτη – Καταναλωτή.

Οι περιορισμοί στην πρόσβαση, σε ευρυζωνικές συνδέσεις, αποτελούν τμήμα του γενικότερου προβλήματος, που ονομάζεται «ψηφιακός αποκλεισμός», ο οποίος περιγράφει το χάσμα, ανάμεσα στα άτομα, στις επιχειρήσεις, στις περιοχές, όσον αφορά τις δυνατότητες στην πρόσβαση και χρήση των τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνίας.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της EUROSTAT, που δημοσιεύτηκαν, τον Απρίλιο 2007, το ποσοστό των ευρωπαϊκών νοικοκυριών, με πρόσβαση στο internet, στις 27 χώρες μέλη, κυμαίνεται, από 14% – 80%. Μέσος όρος 49%. Η Ελλάδα είναι τρίτη, από το τέλος, με ποσοστό 23%, μόλις μια μονάδα πάνω από το 2005.

Το ποσοστό των επιχειρήσεων, με πρόσβαση, στο internet, κυμαίνεται από 58% - 99%. Στην περίπτωση αυτή η Ελλάδα βρίσκεται στο 94%, 2 μονάδες πάνω από τον μέσο ευρωπαϊκό όρο, που είναι 92%.

Τα ποσοστά των ευρωπαϊκών νοικοκυριών, που έχουν πρόσβαση, σε ευρυζωνικές επικοινωνίες, κυμαίνονται από 4% - 66%, με την Ελλάδα να κατέχει την τελευταία θέση (4%), και το μέσο ευρωπαϊκό όρο, στο 30%.

Τα ποσοστά των επιχειρήσεων, χρηστών ευρυζωνικών συνδέσεων, κυμαίνονται, από 31% - 89%, με την Ελλάδα, στην εικοστή πρώτη θέση, με ποσοστό 58%, ενώ ο μέσος ευρωπαϊκός όρος είναι 73%. Βέβαια, πρέπει να επισημάνουμε ότι παρατηρήθηκε αύξηση κατά 14 μονάδες, από το 2005.

Το ποσοστό της χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην Ελλάδα, είναι 1,1%. Στην Ευρώπη κυμαίνεται από 0%-6,4%, με μέσο όρο 4%.

Το ποσοστό των ελλήνων πολιτών, που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο, για τις συναλλαγές τους, με το δημόσιο, είναι 5,5%, με την Ευρώπη να κυμαίνεται από 2,6%-52%, με μέσο όρο 21,3%.

Τα αντίστοιχα ποσοστά των επιχειρήσεων είναι 71%, για την Ελλάδα, 55% ο μέσος ευρωπαϊκός όρος και τα ποσοστά των 27 κυμαίνονται από 36%-86%.

Τα ποσοστά των πολιτών, που χρησιμοποιούν τακτικά το internet (μια φορά τουλάχιστον την εβδομάδα), δεν είναι και τόσο κολακευτικά, για τη χώρα μας. Είμαστε, στην τρίτη από το τέλος θέση, με ποσοστό 23%, ενώ ο μέσος ευρωπαϊκός όρος είναι 45% και τα ποσοστά στην Ευρώπη των 27 κυμαίνονται από 18%-80%.

Το 14% των Ελλήνων έχουν χαμηλό επίπεδο γνώσης, στη χρήση των υπολογιστών, 14% έχουν μέτρια γνώση και 16% γνωρίζουν καλά τη χρήση των υπολογιστών. Οι αντίστοιχοι μέσοι ευρωπαϊκοί όροι είναι 13%, 23% και 21%. Από αυτά τα στοιχεία συνάγεται ότι το 56% των Ελλήνων Πολιτών είναι ψηφιακά αναλφάβητο.

Τα παραπάνω στοιχεία καταδεικνύουν ότι οι Ελληνικές επιχειρήσεις έχουν προσαρμοστεί, στις νέες τεχνολογίες και έχουν επωφεληθεί, από τις αντίστοιχες δυνατότητες και τις προοπτικές, αρκετά περισσότερο, από τους μεμονωμένους Έλληνες Πολίτες-Καταναλωτές. Η Ενιαία Ευρωπαϊκή Αγορά έχει πολύ δρόμο ακόμα μπροστά της, αν θέλει να πραγματοποιήσει τις προσδοκίες όλων.

Η κοινωνία της πληροφορίας παρέχει τη δυνατότητα να ωφελούμαστε οι Πολίτες - Καταναλωτές αλλά, επίσης, φέρνει νέες προκλήσεις, που πρέπει να αντιμετωπιστούν. Με μια πρώτη προσέγγιση, θα λέγαμε ότι τα, εδώ και πολύ καιρό, εδραιωμένα και κατοχυρωμένα δικαιώματα, όπως το δικαίωμα, για νόμιμη αποζημίωση και το δικαίωμα, για την προστασία των προσωπικών δεδομένων, καταπατούνται, συχνά, από νέες τεχνολογίες επεξεργασίας δεδομένων και από τη δυναμική της ηλεκτρονικής αγοράς, ιδιαίτερα, στις διασυνοριακές συναλλαγές. Η εμπιστοσύνη των Καταναλωτών κλονίζεται, αν δεν είναι εγγυημένα τα δικαιώματά μας, όταν χρησιμοποιούμε το διαδίκτυο, αργό ή γρήγορο.

**Οι Καταναλωτές μπορούμε να:**

- Διευρύνουμε, ταχύτατα, τις γνώσεις μας. Το τελευταίο χρονικό διάστημα, οι ευέλικτες μορφές εκπαίδευσης κερδίζουν συνεχώς έδαφος, λόγω της αλλαγής του τρόπου ζωής μας. Η χρήση του διαδικτύου και μάλιστα των ευρυζωνικών υπηρεσιών αποτελεί προϋπόθεση, για την ανάπτυξη και τη χρήση αυτών των μορφών εκπαίδευσης.
- Ενημερωθούμε, άμεσα, για νέα δεδομένα.
- Εξυπηρετηθούμε, γρήγορα και εύκολα, χωρίς γραφειοκρατικές αγκυλώσεις, από τις δημόσιες υπηρεσίες.
- Λάβουμε υπηρεσίες υγείας αναβαθμισμένες, ποιοτικές και εξειδικευμένες, ανεξάρτητα του τόπου κατοικίας μας. Η τηλεϊατρική, όμως, προϋποθέτει ευρυζωνικές υπηρεσίες.
- Αγοράσουμε προϊόντα ή υπηρεσίες, που επιθυμούμε, 24 ώρες το 24ωρο, 7 ημέρες την εβδομάδα, όπου κι αν βρισκόμαστε.
- Επισκεφτούμε, εύκολα και γρήγορα, πολλά ηλεκτρονικά καταστήματα και να ενημερωθούμε, για οποιοδήποτε προϊόν ή υπηρεσία, να συγκρίνουμε τις τιμές και τα χαρακτηριστικά των ειδών, που μας ενδιαφέρουν, πριν αγοράσουμε αυτό, που επιθυμούμε, εξοικονομώντας χρόνο.
- Εκμεταλλευτούμε ειδικές προσφορές.
- Χρησιμοποιήσουμε την ηλεκτρονική αλληλογραφία, με πολύ χαμηλό κόστος και σε ελάχιστο χρόνο.
- Παραλάβουμε μικρά ή εκτενή κείμενα, φωτογραφίες, video, ηχογραφημένα μηνύματα, μουσικά κομμάτια κ.λπ. σε όποια γωνιά της γης κι αν βρισκόμαστε.
- Εργαστούμε, σε οποιοδήποτε χώρο. Η τηλε-εργασία δημιουργεί, όμως, εκτός από νέες ευκαιρίες και νέους κινδύνους.

### **Οι προμηθευτές μπορούν να :**

- Χρησιμοποιήσουν το ηλεκτρονικό εμπόριο, ως μια εναλλακτική πρόταση, για το παραδοσιακό εμπόριο.
- Διευρύνουν το πελατολόγιό τους.
- Μειώσουν ή και καταργήσουν τη δική τους αλυσίδα διανομής εμπορευμάτων, ελαχιστοποιώντας πάγια έξοδα.
- Προωθήσουν τα προϊόντα τους, ακόμα και σε αγορές, οι οποίες, υπό άλλες συνθήκες, θα ήταν απρόσιτες, για αυτούς.
- Ενημερώνονται, εύκολα και γρήγορα, για καινοτομίες.
- Εξυπηρετούνται, χωρίς καθυστερήσεις και γραφειοκρατικές διαδικασίες, από τις δημόσιες υπηρεσίες.

Η νομοθεσία, για την προστασία του Καταναλωτή, ειδικά, σε ευρωπαϊκό επίπεδο, διασφαλίζει τα δικαιώματά μας. Ισχύει, όμως, στην πράξη;

Η Διεθνής των Καταναλωτών και η Ευρωπαϊκή Οργάνωση Καταναλωτών διεξήγαγαν έρευνες, σε 751 ιστοσελίδες επιχειρήσεων. Οι έρευνες δείχνουν ότι η ασφάλεια είναι ο αδύναμος κρίκος του διαδικτύου και η έλλειψή της

λειτουργεί, ανασταλτικά, γιατί, σε παγκόσμια κλίμακα, έχουν καταγραφεί αναρίθμητες απάτες και προβλήματα:

- Διαρροή, κλοπή και χρήση στοιχείων πιστωτικών καρτών, ηλεκτρονικών υπογραφών ή κωδικών συναλλαγής
- On-line πλαστές δημοπρασίες
- Χρηματικές προσφορές της «Νιγηρίας»
- Πρόσβαση, σε πορνογραφικές ιστοσελίδες και «κρυφές χρεώσεις
- Ψεύτικα δάνεια
- Διαφήμιση και επιθετική και παραπλανητική προώθηση φαρμάκων, τα οποία δεν έχουν πάρει έγκριση κυκλοφορίας ή απαιτούν ιατρική συνταγή, με παράλληλη φοροδιαφυγή
- Συλλογή πληροφοριών, για τους Καταναλωτές (ονόματα, διευθύνσεις, αριθμό πιστωτικής κάρτας), καταγραφή επισκέψεων, ή χρησιμοποίηση «cookies», χωρίς την ενημέρωση και την έγκρισή μας. Η αξιοποίηση των παραπάνω πληροφοριών οδηγεί στην καταγραφή του καταναλωτικού μας προφίλ, το οποίο χρησιμοποιείται, παράνομα, αλλά κατά κόρον, για τη στοχευμένη προώθηση αγαθών. Η πώληση των προσωπικών μας δεδομένων είναι συχνή πρακτική αν και είναι παράνομη.
- Πώληση προϊόντων, σε παιδιά- Καταναλωτές και συλλογή των στοιχείων τους χωρίς τη συγκατάθεση των γονέων
- Μη παράδοση παραγγελθέντων ή ακόμα και προπληρωμένων αγαθών
- Παρακράτηση χρημάτων, σε έγκαιρες επιστροφές αγαθών ή μεγάλη καθυστέρηση επιστροφής των χρημάτων
- Ελλιπματική πληροφόρηση (ταυτότητα προμηθευτή, τρόποι επικοινωνίας με αυτόν, τελική τιμή αγαθών, χαρακτηριστικά αγαθών, γεωγραφικοί περιορισμοί, χρόνος ολοκλήρωσης της συναλλαγής, χρονικοί περιορισμοί, εγκυρότητα ηλεκτρονικών υπογραφών, δικαίωμα υπαναχώρησης, συμβάσεις προσχώρησης, τρόποι και χρόνοι πληρωμής και παράδοσης, πρόσβαση των Καταναλωτών, στη δικαιοσύνη, προστασία προσωπικών δεδομένων κ.λπ.).
- 'Αυθαίρετα μηνύματα' (unsolicited ή bulk ή spam email), χωρίς τη συναίνεση των Καταναλωτών.

Σε αυτά τα προβλήματα, προστίθενται και άλλα, όταν οι Καταναλωτές αποφασίσουμε να χρησιμοποιήσουμε τις ευρυζωνικές υπηρεσίες.

- Η έλλειψη ενός ξεκάθρου ορισμού τι σημαίνει ευρυζωνικότητα, δημιουργεί προβλήματα και σύγχυση, στους Καταναλωτές. Σε όλη την Ευρώπη, οι ταχύτητες δεδομένων, που επιτυγχάνονται, είναι πολύ χαμηλότερες, από αυτές, που υπόσχονται οι πάροχοι. Στα συμβόλαια, «με ψιλά» γράμματα, αναφέρονται πολλές προϋποθέσεις, οι οποίες πρέπει να εκπληρώνονται ταυτόχρονα, ώστε να επιτευχθούν οι υποσχεμένες ταχύτητες. Έτσι, καλύπτονται οι εταιρίες, για τις χαμηλότερες ταχύτητες και οι Καταναλωτές πληρώνουν, για υπηρεσίες, που δε λαμβάνουν. Επειδή, όμως, η χρήση των ευρυζωνικών υπηρεσιών αποτελεί μονόδρομο, η συγκεκριμένη αγορά αναπτύσσεται, αριθμητικά,

με μεγάλη ταχύτητα. Οι εταιρείες δεν αναγκάζονται να αναπτύξουν τις υποδομές τους, ώστε να εκπληρώσουν τις υποχρεώσεις τους, προς τους Καταναλωτές, με σκοπό να αυξήσουν το μερίδιό τους, στην αγορά. Γιατί, τελικά..... Επαρχιακούς καρόδρομους μας τους χρεώνουν για υπερσύγχρονους διεθνείς δρόμους. Στο ΚΕ.Π.ΚΑ. έχουμε δεχτεί πολλές δεκάδες τέτοιων παραπόνων και καταγγελιών. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, υπάρχουν σημαντικές διαφορές, όσον αφορά χωροταξικές - γεωγραφικές ιδιαιτερότητες καθώς και μεγάλες αποκλείσεις τιμών. Η Ελλάδα είναι μια χώρα, που η γεωφυσική της μορφή, η πληθυσμιακή της κατανομή και η έλλειψη υποδομών επηρεάζουν, αρνητικά, τη δυνατότητα πρόσβασης και τις τιμές. Δυστυχώς, είμαστε η ακριβότερη χώρα της Ευρώπης και όχι μόνον. Δυστυχώς, παρά τη βελτίωση των δεικτών, τους πρώτους μήνες του 2007 και παρόλες τις στατιστικές παγκόσμιες πρωτιές της χώρας μας, εξακολουθούμε να έχουμε χαμηλά ποσοστά χρήσης ευρυζωνικών υπηρεσιών.

- Η κακή εξυπηρέτηση των Καταναλωτών, μετά τη σύναψη της σύμβασης, με κάποιο πάροχο, είναι δυστυχώς κανόνας και όχι εξαίρεση. Κέντρα τηλεφωνικής βοήθειας, που δεν απαντούν, αιτήματα Καταναλωτών, που εντελώς τυχαία παραπέφτουν, προσφορές δωρεάν συνδέσεων, που κρύβουν ασύμφορες χρεώσεις και συμβάσεις, συχνές διακοπές, τλαιπωρία Καταναλωτών όταν επιθυμούν να αλλάξουν πάροχο, ελλιπής προσυμβατική ενημέρωση είναι μερικά μόνο από τα προβλήματα της καθημερινότητας, στο ΚΕ.Π.ΚΑ.
- Διαπιστώνεται έλλειμμα γνώσης των Καταναλωτών στη χρήση των νέων τεχνολογιών. Ο ψηφιακός αναλφαβητισμός, ο οποίος χαρακτηρίζει, σε μεγάλο βαθμό, την ελληνική κοινωνία, αποτελεί βασικό ανασταλτικό παράγοντα της ανάπτυξης της ευρυζωνικότητας.
- Τα πνευματικά δικαιώματα, οι τρόποι κατοχύρωσής τους και η χρησιμοποίησή τους, ως εργαλεία απειλών και εκβιασμών των Καταναλωτών, αποτελούν βασικό προβληματισμό μας.
- Η ανάπτυξη των ευρυζωνικών υπηρεσιών δίνει δυνατότητα, σε επιχειρήσεις, να καταργήσουν παραδοσιακές μορφές παροχής υπηρεσιών. Αυτό μπορεί να επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις, σε Καταναλωτές, οι οποίοι δεν έχουν δυνατότητα πρόσβασης, σε ευρυζωνικές υπηρεσίες, εξαιτίας των παραπάνω προβλημάτων και να οδηγήσει σε κοινωνικό αποκλεισμό.

Για να ωφεληθούν, από την κοινωνία της πληροφορίας, οι Πολίτες – Καταναλωτές, πρέπει να ληφθούν οι σωστές αποφάσεις. Η αντιμετώπιση των προκλήσεων δεν πρέπει να αφεθεί, στην "καλή θέληση" των εταιρειών, που ασχολούνται, με το ηλεκτρονικό εμπόριο. Τα προβλήματα της πρόσβασης και της δυνατότητας των Καταναλωτών να αγοράσουν τις συγκεκριμένες υπηρεσίες καθώς και της γεωγραφικής κάλυψης δεν μπορεί να απαντηθούν, μόνο μέσα από τις λογικές του ανταγωνισμού και της τεχνολογίας. Είναι απαραίτητη η παρέμβαση της Πολιτείας, με παροχή κινήτρων, με στοχευμένες πολιτικές ακόμα και επιδοτήσεις. Ας διδαχτούμε από την Ουαλία.

## Οι Καταναλωτές απαιτούμε:

- Να συμπεριληφθούν οι υπηρεσίες διαδικτύου, στις καθολικές υπηρεσίες.
- Να απαγορευτεί η αποστολή αυθαίρετων ηλεκτρονικών μηνυμάτων εμπορικού περιεχομένου, χωρίς την 'εκ των προτέρων' συγκατάθεση του χρήστη (προσέγγιση 'συμφωνία συμμετοχής' - 'opt-in').
- Να διασφαλιστεί η ασφαλής χρήση των προσωπικών μας δεδομένων.
- Να θεσμοθετηθούν κανόνες, για την προστασία των παιδιών
- Να διασφαλιστεί η πρόσβαση και η δυνατότητα χρήσης, για όλους.
- Οι διαδικασίες των παραπόνων και οι μηχανισμοί, για αποζημίωση, να είναι στοιχεία κατανοητά και προσβάσιμα, από το μέσο Καταναλωτή.
- Η διευθέτηση των διαφορών να γίνεται, από τα δικαστήρια της χώρας του Καταναλωτή.
- Να ενδυναμωθεί η ασφάλεια των πληρωμών και των συστημάτων χρέωσης, των ηλεκτρονικών επιχειρήσεων, είτε, εντός είτε εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης
- Να προστατεύονται τα δικαιώματα των Καταναλωτών, σε επίπεδο ίδιο, με τους παραδοσιακούς τρόπους αγορών, στη χώρα διαμονής μας.
- Να καθιερωθεί ανεξάρτητο σώμα Ελεγκτών, για να επιβλέπει την λειτουργία των ιστοσελίδων, τη συμμόρφωσή τους, με τους κανόνες σωστής λειτουργίας, να επιβάλλει κυρώσεις, για παραβάσεις και να εξασφαλίζει, γρήγορα και ανέξοδα, αποζημίωση στους Καταναλωτές, στην περίπτωση, που θιγόμαστε, από τη μη σωστή χρήση των στοιχείων μας ή τη λειτουργία των ιστοσελίδων.
- Οι Καταναλωτές να εκπαιδεύονται, για να γνωρίζουν δικαιώματα και υποχρεώσεις.
- Οι εταιρίες, αμέσως, να εφαρμόσουν όλες τις ήδη υπάρχουσες νομοθεσίες, οδηγίες συμπεριλαμβανομένου και του οδηγού του Ο.Ο.Σ.Α., για την προστασία των προσωπικών δεδομένων και για τις πρακτικές, που εφαρμόζουν, για την προώθηση των προϊόντων τους.
- Οι συλλογικές εκφράσεις των επιχειρήσεων να εκπαιδεύσουν τις επιχειρήσεις – μέλη τους, πάνω σε θέματα προστασίας και δικαιωμάτων των Καταναλωτών.
- Σε περίπτωση ηλεκτρονικής απάτης, το βάρος της απόδειξης να βαρύνει τον εκδότη της κάρτας.
- Να αποσαφηνιστεί, άμεσα, με οδηγία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ο ορισμός της ευρυζωνικότητας. Η προσέγγιση πρέπει να βασίζεται, στον τρόπο, που ο μέσος Καταναλωτής χρησιμοποιεί το διαδίκτυο, σε συνδυασμό, με τις λογικές του προσδοκίες, όσον αφορά χρόνο, όγκο κ.λπ. Στον πίνακα, που βλέπετε, δίνονται κάποια παραδείγματα αυτής της προσέγγισης:

Δεδομένα	Narrowband	Midband		Broadband	
	56KBps	128-150KBps	256KBps	512-600KBps	1MBps+

<b>Λειτουργίες</b>	Βασικό κείμενο και γραφικά	Οι λειτουργίες, που αναφέρονται στην προηγούμενη στήλη, επιπλέον των παρακάτω	Οι λειτουργίες, που αναφέρονται στην προηγούμενη στήλη, επιπλέον των παρακάτω	Οι λειτουργίες, που αναφέρονται στην προηγούμενη στήλη, επιπλέον των παρακάτω	Οι λειτουργίες, που αναφέρονται στην προηγούμενη στήλη, επιπλέον των παρακάτω
	Αργή πλοήγηση στο διαδίκτυο	Καλύτερα γραφικά	Γραφικά καλής ποιότητας	Κινούμενες εικόνες	Τρισδιάστατα γραφικά
	Βασικό email	Χαμηλής ποιότητας ροή	Ροή δεδομένων από ραδιοφωνικό σταθμό	Ροή video σε μικρά παράθυρα	Video σε πλήρη οθόνη
	Άμεση αλληλογραφία	Επαγγελματικά email	Γρήγορη πλοήγηση στο διαδίκτυο	Πρόσβαση σε ιστοσελίδες με τεχνολογία "flash"	On line φιλοξενία
				Ανταλλαγή αρχείων	Διαδραστική εργασία
				On line παιχνίδια	
				Τηλεσυνδιάσκεψη	
<b>Χρόνος για φόρτωση μουσικής διάρκειας 4 λεπτών</b>	30 λεπτά	10 λεπτά	5 λεπτά	2-3 λεπτά	1 λεπτό

Παράλληλα, όμως, διεθνής έρευνα αποκαλύπτει ότι οι Καταναλωτές αγνοούμε βασικές αρχές της σωστής χρήσης των νέων τεχνολογιών. Ελάχιστοι προσπαθούμε να ελαχιστοποιήσουμε τον όγκο των προσωπικών πληροφοριών, που δίνουμε, κατά τη διάρκεια μιας συναλλαγής. Ελάχιστοι δημιουργούμε μια ξεχωριστή ηλεκτρονική διεύθυνση, για τις ανάγκες των ηλεκτρονικών αγορών μας. Ελάχιστοι απορρίπτουμε και διαγράφουμε τα cookies. Ελάχιστοι γνωρίζουμε τα δικαιώματά μας, ώστε να είμαστε κατάλληλα προετοιμασμένοι να τα διεκδικήσουμε. Ελάχιστοι χρησιμοποιούμε «εργαλεία», που μας επιτρέπουν να «σερφάρουμε» στο διαδίκτυο, προστατεύοντας την ανωνυμία μας. Ελάχιστοι εκδίδουμε προπληρωμένες πιστωτικές κάρτες, ή κάρτες, με χαμηλά πιστωτικά όρια, για χρήση, για τις αγορές on line. Αρκετοί, από μας, γοητευόμαστε, από τον παγκόσμιο ιστό και φτάνουμε τα όρια του εθισμού.



Για το λόγο αυτό, το ΚΕ.Π.ΚΑ., ενημερώνει τους Καταναλωτές, με συχνά Δελτία Τύπου, με συμβουλές και οδηγίες, για την ασφαλή χρήση των νέων τεχνολογιών, με σεμινάρια, συνεντεύξεις, το περιοδικό μας κ.λπ. Επίσης, στην ιστοσελίδα μας, κάνουμε εκτενή αναφορά, σε όλα όσα αναφέραμε παραπάνω. Πιστεύουμε ότι όλοι οι εμπλεκόμενοι, στη λειτουργία της αγοράς, μπορούν να ωφεληθούν, από το διαδίκτυο, αρκεί να τηρούνται οι προδιαγραφές ασφάλειας και να γίνονται σεβαστά τα δικαιώματα των Καταναλωτών.

Σας ευχαριστώ