



ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ & ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑΣ – ΤΟΜΕΑΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΘΕΩΡΙΑΣ & ΕΡΕΥΝΑΣ
ΚΕΝΤΡΟ ΨΥΧΟ-ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΤΗΣ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ
ΤΩΝ ΔΥΝΗΤΙΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ – ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ «ΩΜΕΓΑ»

ΔΙΑΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΟ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
**ΔΥΝΗΤΙΚΕΣ ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ: ΚΟΙΝΩΝΙΟ-ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ
ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ**

ΣΕ ΣΥΜΠΡΑΞΗ ΜΕ ΤΟ
ΤΜΗΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ
ΤΟΥ ΤΕΙ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

ΚΑΙ ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟ
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ



ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

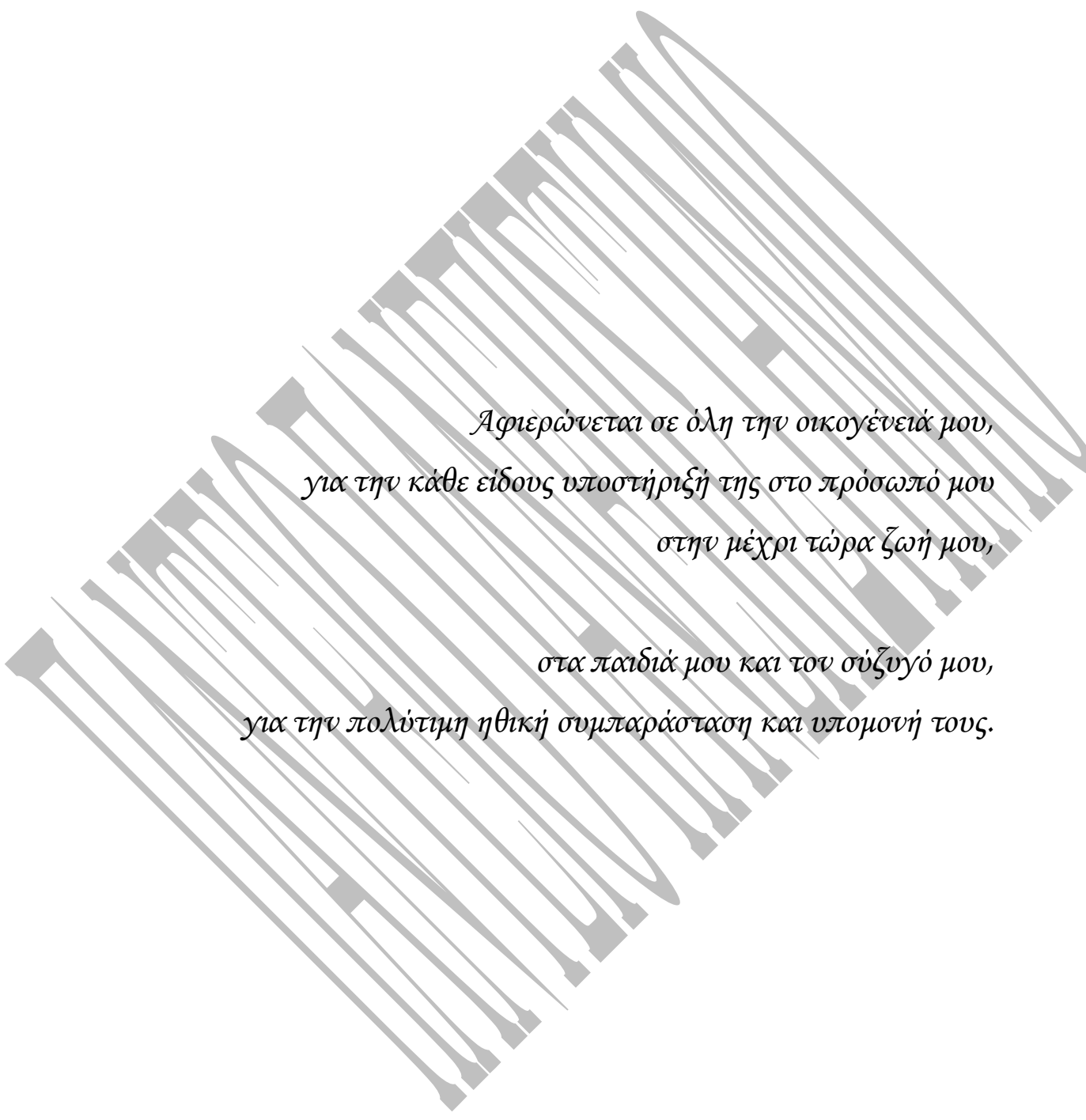
**ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ
(E-BANKING)**

ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ
ΑΜ: 6306M011

ΤΡΙΜΕΛΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗ:

1. Αναπλ. Καθ. Σ. Συρμακέσης, Επιβλέπων
2. Αναπλ. Καθ. Κ. Κοσκινάς, Μέλος
3. Δρ. Σ. Αρσένης, Μέλος

ΙΟΥΝΙΟΣ 2010



*Αφιερώνεται σε όλη την οικογένειά μου,
για την κάθε είδους υποστήριξή της στο πρόσωπό μου
στην μέχρι τώρα ζωή μου,*

*στα παιδιά μου και τον σύζυγό μου,
για την πολύτιμη ηθική συμπαράσταση και υπομονή τους.*

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η Διπλωματική Εργασία με θέμα *“E-Banking και Εναλλακτικά Δίκτυα Διανομής Τραπεζών, Μελέτη Περίπτωσης : Η ATEbank στη σύγχρονη Ελληνική Πραγματικότητα”* εκπονήθηκε κατά το χρονικό διάστημα από τον Νοέμβριο του 2009 έως τον Ιούνιο του 2010 και υποβάλλεται για την μερική κάλυψη των απαιτήσεων με στόχο την απόκτηση Διπλώματος του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών «Δυνητικές Κοινότητες: Κοινωνιο-Ψυχολογικές Προσεγγίσεις και Τεχνικές Εφαρμογές» του Παντείου Πανεπιστημίου σε σύμπραξη με το T.E.I. Μεσολογγίου.

Σε αυτό το σημείο θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες προς τον επιβλέποντα καθηγητή μου, **κύριο Συρμακέση Σπύρο**, Αναπλ. Καθηγητή του T.E.I. Μεσολογγίου, ο οποίος με την καθοδήγησή του συνέβαλλε στην εκπόνηση της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας καθώς επίσης και τον κύριο Κοσκινά Κωνσταντίνο, Αναπλ. Καθηγητή του Παντείου Πανεπιστημίου και τον κύριο Αρσένη Σπύρο, Διδάκτωρα.

Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω **το σύνολο των καθηγητών μου** στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών για τις γνώσεις που μας μετέδωσαν καθώς επίσης **τη Γραμματεία και τους συμφοιτητές μου** για την ηθική τους στήριξη κατά τη διάρκεια των δύο κηρύσεων μου.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Γραφήματα.....	8
Εικόνες.....	10
Πίνακες.....	11
Σχήματα	12
“E-Banking & ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΤΡΑΠΕΖΩΝ”	13
ΈΝΝΟΙΑ & ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ.....	19
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ (E-BUSINESS).....	23
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ (E-COMMERCE) – ΈΝΝΟΙΑ & ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ.....	26
1.4 ΟΙ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗ ΦΥΣΗ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ.....	29
ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ & ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ	30
ΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	35
ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ & ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	36
ΝΟΜΙΚΑ & ΗΘΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	39
1.8.1 ΑΠΟΡΡΗΤΟ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ	39
1.8.2 ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ	40
1.8.3 ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ ΕΚΦΡΑΣΗΣ	41
1.8.4 ΦΟΡΟΛΟΓΗΣΗ & ΚΡΥΠΤΟΓΡΑΦΗΣΗ.....	41
1.8.5 ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ & ΠΩΛΗΤΗ.....	43
1.8.6 ΤΟ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	44
ΔΕΙΚΤΕΣ “E-EUROPE” 2008.....	47
1.9.1 ΠΡΟΣΒΑΣΗ & ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΟΛΙΤΕΣ	50
1.9.2 ΠΡΟΣΒΑΣΗ & ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	52
1.9.3 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ.....	54
1.9.4 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	54
1.9.5 ΕΥΡΥΖΩΝΙΚΟΤΗΤΑ	55
1.9.6 ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΔΕΙΚΤΕΣ.....	55
ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΔΕΙΚΤΕΣ “E- EUROPE” 2008 ΣΤΙΣ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ.....	56
2.1 Η ΠΡΟΚΛΗΣΗ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ & ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΓΙΑ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ	65
2.2 ΟΡΙΣΜΟΣ INTERNET BANKING	67

2.3 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ INTERNET BANKING.....	68
2.4 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ INTERNET BANKING.....	69
2.5 ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΠΟ ΤΟ INTERNET BANKING.....	71
2.6 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ – ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ INTERNET BANKING	74
2.6.1 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ.....	74
2.6.2 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ	75
2.6.3 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ.....	77
2.6.4 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ.....	79
3.1 ΚΑΜΠΥΛΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ	81
3.2 ΔΙΑΔΟΣΗ ΤΟΥ INTERNET ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	82
3.3 ΔΙΑΔΟΣΗ ΤΟΥ INTERNET ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ.....	85
3.4 ΔΙΑΔΟΣΗ ΤΟΥ INTERNET BANKING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	87
3.5 ΔΙΑΔΟΣΗ ΤΟΥ INTERNET BANKING ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ	89
ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗ ΔΙΑΔΟΣΗ ΤΟΥ INTERNET BANKING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ – ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΔΙΑΔΟΣΗΣ	93
4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ.....	97
4.2 ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	98
4.3 ALPHA BANK.....	104
4.4 ASPIS BANK	107
4.5 EUROBANK – EFG.....	109
4.6 GENIKI BANK.....	115
4.7 MARFIN EGNATIA BANK.....	118
4.8 MILLENNIUM BANK.....	121
4.9 ΑΤΕ BANK	123
4.10 ΤΡΑΠΕΖΑ ΑΤΤΙΚΗΣ.....	125
4.11 ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ.....	128
4.12 ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ	132
4.13 ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ	134
4.14 ΛΟΙΠΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΙΔΡΥΜΑΤΑ.....	137
4.15 ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΟΙ ΠΙΝΑΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΩΝ	137
5.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ (ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ)	140
5.2 ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ	141
5.3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ & ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ E-BANKING ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ.....	142
5.4 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ E-BANKING ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ.....	145
5.5 ΜΕΘΟΔΟΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ	147
5.5.1 Ο ΧΡΟΝΟΣ ΣΤΟΝ ΟΠΟΙΟ ΓΙΝΕΤΑΙ Η ΣΥΝΑΛΛΑΓΗ	147
5.5.2 ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ.....	148
5.5.3 Ο ΤΡΟΠΟΣ ΜΕ ΤΟΝ ΟΠΟΙΟ ΓΙΝΕΤΑΙ Η ΣΥΝΑΛΛΑΓΗ.....	149
5.6 ON-LINE ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ : Ο ΚΑΘΟΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΤΟΥ E-BANKING	150
5.6.1 ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΑΓΟΥΝ ΤΗΝ ON-LINE ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ	153
5.7 ΠΡΟΩΘΗΣΗ & ΠΩΛΗΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ....	156
5.8 ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΜΕΣΩ ΚΙΝΗΤΟΥ ΤΗΛΕΦΩΝΟΥ (M-BANKING)....	157
5.9 ΤΟ ERP ΣΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΤΩΝ ΣΥΓΧΡΟΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	159

5.9.1 Η ΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ERP ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	160
ΤΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ.....	160
5.9.2 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ERP ΣΤΟΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ	161
ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΤΟΜΕΑ	161
6.1 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ	163
6.1.1. ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ	165
6.1.2. ΜΙΚΡΟΠΛΗΡΩΜΕΣ (MICROPAYMENTS).....	165
6.2 ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ	167
6.2.1 ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ	167
6.2.2 ΔΟΜΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ	168
6.2.3 ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ.....	170
6.2.4 ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΜΕ ΚΑΡΤΕΣ (ΧΡΕΩΣΤΙΚΕΣ – ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ – ΠΡΟΠΛΗΡΩΜΕΝΕΣ – ΕΞΥΠΝΕΣ ΚΑΡΤΕΣ).....	171
6.2.5 ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ (Person to Person – P2P).....	173
6.2.6 ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΜΕΣΗΣ ΧΡΕΩΣΗΣ	175
7.1 ΟΡΙΣΜΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ	176
7.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ	178
7.3 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ	181
7.3.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΠΟΡΤΟΦΟΛΙ – ΨΗΦΙΑΚΟ ΧΡΗΜΑ.....	181
7.3.2 ΥΠΟΓΕΓΡΑΜΜΕΝΟ – ΑΝΩΝΥΜΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΧΡΗΜΑ	184
7.3.3 ΕΛΕΓΧΟΜΕΝΟ – ΑΥΤΟΝΟΜΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΧΡΗΜΑ	185
7.4 ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΠΑΡΑΛΛΗΛΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ	186
8.1 ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΤΟΥ E-BANKING	190
8.2 ΜΕΘΟΔΟΙ ΑΠΑΤΗΣ	192
8.2.1 PHISING	192
8.2.2 TROJAN HORSE.....	193
8.3 Η ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΤΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ & Η ΠΡΟΛΗΨΗ ΤΩΝ ΚΙΝΔΥΝΩΝ.....	194
8.4 ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ.....	197
8.5 ΠΕΡΙΣΤΑΤΙΚΑ ΑΠΟ ΤΡΑΠΕΖΕΣ	198
8.6 ΔΕΚΑ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΑΣΦΑΛΟΥΣ ΧΡΗΣΗΣ	199
ΤΟΥ E-BANKING.....	199
ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ :	201
“Η	201
ΣΤΗ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ”	201
9.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΑΤΕbank	202
9.2 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΑΤΕbank	203

9.3 Η ΑΤΕbank ΣΗΜΕΡΑ	206
9.3.1 ΣΕ ΑΡΙΘΜΟΥΣ	206
9.3.2 ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΑΤΕbank ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2007.....	207
9.3.3 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΑΤΕbank ΕΤΟΥΣ 2007	208
9.3.4 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ	211
9.3.5 ΜΕΤΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ ΤΗΣ ΑΤΕbank ΣΤΟ ΚΑΣΤΡΙ	212
9.3.6 ΤΟ ΝΕΟ ΟΝΟΜΑ.....	213
9.4 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΔΥΝΑΜΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΑΤΕbank & ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΟΜΙΛΟΥ ΑΤΕbank.....	215
9.5 Η ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ & ΤΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ.....	225
9.6 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΑΤΕbank.....	226
9.6.1 Η ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ – Ο ΡΥΘΜΙΣΤΗΣ ΣΤΗΝ ΥΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ	226
9.6.2 ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΑΤΕ WEB BANKING ΓΙΑ ΙΔΙΩΤΕΣ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	227
9.6.3 ΔΙΚΤΥΟ ΑΤΜ	237
9.6.4 ΑΤΕnet VISA Debit	239
9.6.5 ΚΑΡΤΑ ΠΡΟΠΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΑΞΙΑΣ (Prepaid Card)	244
9.6.6 ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΑΤΕ Alerting.....	245
10.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	247
10.2 ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ & ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ E-BANKING.....	249
11.1 ΕΝΤΥΠΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	256
11.2 ΕΝΤΥΠΗ ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	256
11.3 ΑΡΘΡΑ	256
11.4 ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΑ ΔΕΛΤΙΑ.....	257
11.5 ΕΡΕΥΝΕΣ.....	258
11.6 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	258

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ – ΕΙΚΟΝΩΝ ΠΙΝΑΚΩΝ – ΣΧΗΜΑΤΩΝ

Γραφήματα

Γράφημα 1 : Ποσοστό του B2C στο συνολικό Λιανικό Εμπόριο	35
Γράφημα 2 : Ποσοστό νοικοκυριών με κατ’ οίκον πρόσβαση στο Διαδίκτυο	46
Γράφημα 3 : Ποσοστό ατόμων που χρησιμοποιούν τακτικά το Διαδίκτυο	46
Γράφημα 4 : Ποσοστό νοικοκυριών με πρόσβαση στο Διαδίκτυο, υποδιαιρουμένων ανά διάταξη πρόσβασης	47
Γράφημα 5 : Ποσοστό ατόμων με πρόσβαση στο Διαδίκτυο, υποδιαιρουμένων ανά θέση πρόσβασης	47
Γράφημα 6 : Ποσοστό Εργαζομένων Επιχειρήσεων 10+ που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο στην εργασία τους	48
Γράφημα 7 : Ποσοστό Επιχειρήσεων 10+ με πρόσβαση στο Διαδίκτυο	49
Γράφημα 8 : Ποσοστό Επιχειρήσεων 10+ που διαθέτουν Web Site	49
Γράφημα 9 : Ποσοστό πληθυσμού που παρήγγειλαν/αγόρασαν αγαθά ή υπηρεσίες	
ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ	

για ιδιωτική χρήση, μέσω Διαδικτύου το τελευταίο τρίμηνο	50
Γράφημα 10 : Ασφάλεια στο Διαδίκτυο.....	50
Γράφημα 11 : Ευρυζωνικότητα.....	51
Γράφημα 12 : Καμπύλη Καινοτομίας	75
Γράφημα 13 : Διείσδυση Internet στην Ελλάδα 2006 – 2007.....	76
Γράφημα 14 : Διείσδυση Ευρυζωνικότητας στην Ελλάδα.....	78
Γράφημα 15 : Διείσδυση Internet στον Κόσμο.....	79
Γράφημα 16 : Χρήση E-Banking στην Ελλάδα 2007-2006	81
Γράφημα 17 : Διείσδυση Internet Banking σε Ιδιώτες – Επιχειρήσεις το 2006.....	82
Γράφημα 18 : Αριθμός Πελατών Internet Banking στην Ευρώπη	85
Γράφημα 19 : Παράγοντες Διάδοσης του Internet Banking.....	87
Γράφημα 20 : Κριτήρια Επιλογής Τράπεζας.....	128
Γράφημα 21 : Τράπεζες που προσφέρουν Ηλεκτρονικές Συναλλαγές (Πρώτη Αναφορά).....	129
Γράφημα 22 : Επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν E-Banking υπηρεσίες	130
Γράφημα 23 : Υπηρεσίες E-Banking που χρησιμοποιούνται.....	132
Γράφημα 24 : Εμπιστοσύνη των Ελλήνων προς τις Τράπεζες.....	188
Γράφημα 25 : Λόγοι αποφυγής χρήσης του E-Banking.....	207
Γράφημα 26 : Δημοφιλέστερες Υπηρεσίες E-Banking	213
Γράφημα 27 : Πλήθος και Όγκος Συναλλαγών VISA	221

Εικόνες

Εικόνα 1 : Διάδοση Internet Banking στην Ευρώπη	84
Εικόνα 2 : Δυνατότητες Internet Banking της Winbank.....	93
Εικόνα 3 : Ο παλιός διακριτικός τίτλος της Αγροτικής Τράπεζας της Ελλάδος	185
Εικόνα 4 : Ο νέος διακριτικός τίτλος της Αγροτικής Τράπεζας της Ελλάδος	188
Εικόνα 5 : VISA Europe – Αγορές σε επιχειρήσεις.....	220
Εικόνα 6 : VISA Hellas – Αγορές σε επιχειρήσεις	220

Πίνακες

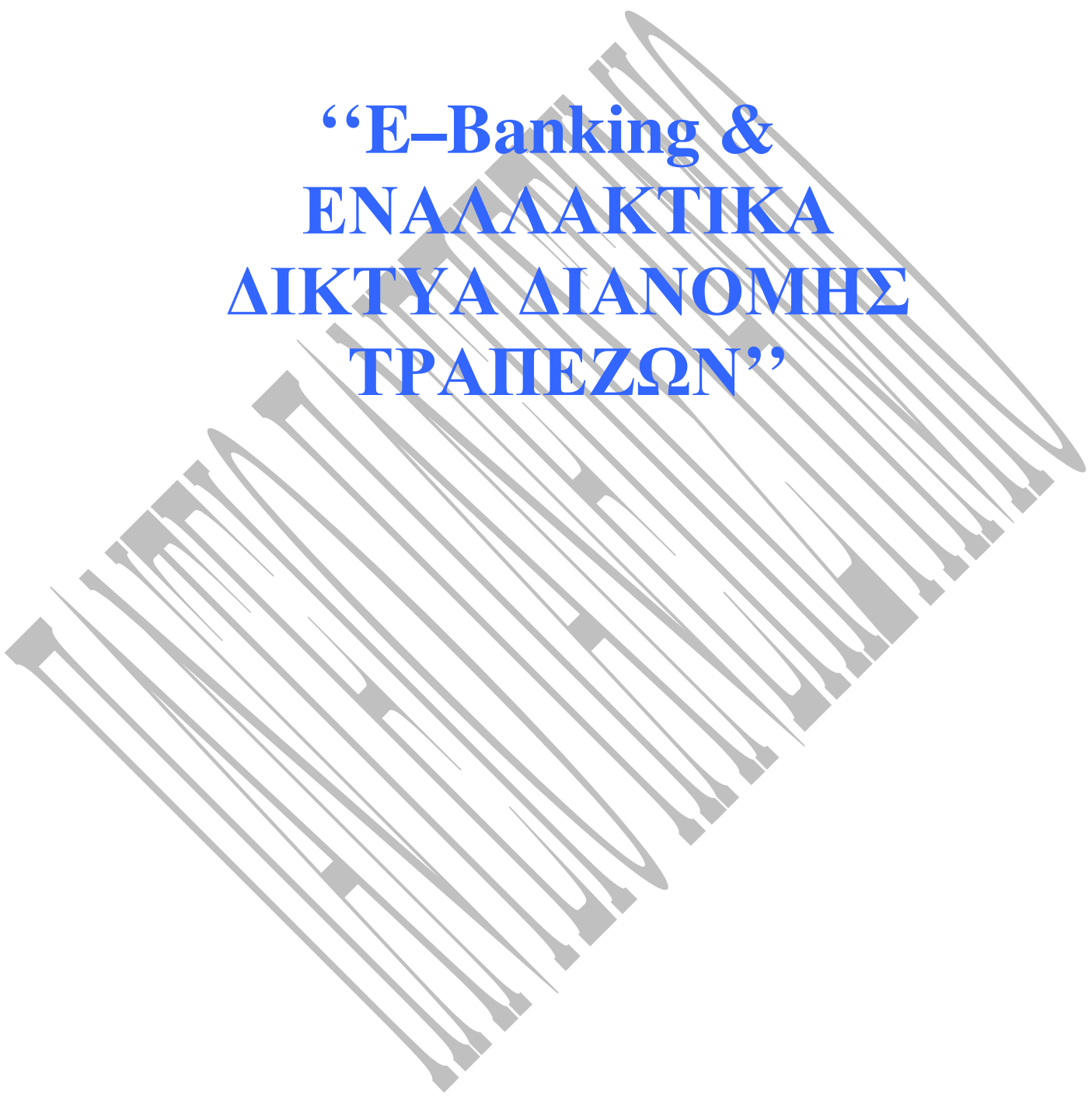
Πίνακας 1 : Ποσοστό μεταβολής της ΕΥ για το Δείκτη Α.1	53
Πίνακας 2 : Ποσοστό Μεταβολής της ΕΥ για το Δείκτη Α.2	54
Πίνακας 3 : Ποσοστό Μεταβολής της ΕΥ για το Δείκτη Β.1	54
Πίνακας 4 : Ποσοστό Μεταβολής της ΕΥ για το Δείκτη Β.2	55
Πίνακας 5 : Ποσοστό Μεταβολής της ΕΥ για το Δείκτη Β.3	55
Πίνακας 6 : Ποσοστό Μεταβολής της ΕΥ για το Δείκτη Β.4	56
Πίνακας 7 : Ποσοστό μεταβολής της ΕΥ για το Δείκτη Γ.1	56
Πίνακας 8 : Ποσοστό μεταβολής της ΕΥ για το Δείκτη Γ.2	57
Πίνακας 9 : Ποσοστό μεταβολής της ΕΥ για το Δείκτη Γ.4	57
Πίνακας 10 : Ποσοστό μεταβολής της ΕΥ για το Δείκτη Δ.1	58
Πίνακας 11 : Ποσοστό μεταβολής της ΕΥ για το Δείκτη Δ.2	58
Πίνακας 12 : Αριθμός Χρηστών Internet Banking στον κόσμο	83
Πίνακας 13 : Συγκεντρωτικός Πίνακας Τραπεζών που παρέχουν υπηρεσίες Internet Banking στην Ελλάδα	126
Πίνακας 14 : Προσδοκώμενο όφελος από την on-line εξυπηρέτηση	137
Πίνακας 15 : Συστήματα που υποστηρίζουν μικροσυναλλαγές	151
Πίνακας 16 : Οικονομικά Στοιχεία της ΑΤΕbank Έτους 2007	191
Πίνακας 17 : Στοιχεία ΑΤΕ Web Banking Έτους 2007	214
Πίνακες 18 – 23 : Στοιχεία Παραγωγής ΑΤΕ Web Banking (1 ^ο Τρίμηνο 2008) ..	214-216
Πίνακας 24 : Αγορές και Αναλήψεις ΑΤΜ Εξωτερικού με την ΑΤΕnet Debit	221
Πίνακες 25 – 27 : Στοιχεία Παραγωγής ΑΤΕnet VISA Debit (1 ^ο Τρίμηνο 2008) ..	221-222
Πίνακας 28 : ΑΤΕ Web Banking & ΑΤΕnet VISA Debit... συμπληρωματικές υπηρεσίες	222
Πίνακας 29 : Τύποι Τηλε-ειδοποιήσεων	225

Σχήματα

Σχήμα 1 : Το «παγόβουνο» του... Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	34
Σχήμα 2 : Δείκτης Α.1 – Ποσοστό νοικοκυριών με πρόσβαση στο Διαδίκτυο.....	53
Σχήμα 3 : Δείκτης Α.2 – Ποσοστό ατόμων που χρησιμοποιούν συχνά το Διαδίκτυο ..	54
Σχήμα 4 : Δείκτης Β.1 – Ποσοστό υπαλλήλων που χρησιμοποιούν υπολογιστές συνδεδεμένους με το Διαδίκτυο για τη διεκπεραίωση των κανονικών καθηκόντων τους.....	54
Σχήμα 5 : Δείκτης Β.2 – Ποσοστό των επιχειρήσεων 10+ που έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο	55
Σχήμα 6 : Δείκτης Β.3 – Ποσοστό των επιχειρήσεων 10+ που διαθέτουν ιστοσελίδα	55
Σχήμα 7 : Δείκτης Β.4 – Ποσοστό των επιχειρήσεων 10+ που χρησιμοποιούν Intranet/Extranet.....	55
Σχήμα 8 : Δείκτης Γ.1 – Ποσοστό του πληθυσμού που παρήγγειλε/αγόρασε αγαθά και υπηρεσίες για ιδιωτική χρήση από το Διαδίκτυο το τελευταίο τρίμηνο.....	56
Σχήμα 9 : Δείκτης Γ.2 – Ποσοστό επιχειρήσεων που έγιναν αποδέκτες ηλεκτρονικών παραγγελιών.....	56
Σχήμα 10 : Δείκτης Γ.3 – Ποσοστό επιχειρήσεων 10+ που έγιναν αποδέκτες ηλεκτρονικών πληρωμών για πωλήσεις μέσω Διαδικτύου	57
Σχήμα 11 : Δείκτης Γ.4 – Ποσοστό επιχειρήσεων που πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές.....	57
Σχήμα 12 : Δείκτης Δ.1 – Ποσοστό επιχειρήσεων με πρόσβαση ευρείας ζώνης	58
Σχήμα 13 : Δείκτης Δ.2 – Ποσοστό νοικοκυριών με πρόσβαση ευρείας ζώνης	58
Σχήμα 14 : Οργανόγραμμα ΑΤΕbank Δεκέμβριος 2007	190
Σχήμα 15 : Διάρθρωση Δικτύου ΑΤΜ της ΑΤΕbank.....	217
Σχήμα 16 : Αγορές μέσω Διαδικτύου... Η επόμενη μέρα.....	224

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ :

“E-Banking & ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΤΡΑΠΕΖΩΝ”



ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η αλματώδης ανάπτυξη του Διαδικτύου (Internet) που παρατηρείται παγκοσμίως την τελευταία δεκαετία έχει φέρει επανάσταση στις συναλλαγές των πολιτών με τις τράπεζες, καθώς έχει μεταφέρει το τραπεζικό κατάστημα στην οθόνη των υπολογιστών των πελατών, γεγονός το οποίο έχει θετικές επιπτώσεις τόσο για τους πελάτες όσο και για τις ίδιες τις τράπεζες. Στα πλαίσια της συνεχούς βελτίωσης των παρεχόμενων υπηρεσιών των τραπεζών και της πληρέστερης κάλυψης των αναγκών και απαιτήσεων των πελατών τους, οι τράπεζες προχώρησαν στην εισαγωγή νέων ηλεκτρονικών υπηρεσιών εκμεταλλευόμενοι τα οφέλη που απορρέουν από τη χρήση του Internet. Όσο επεκτείνεται η χρήση του Internet είναι λογικό αυτό να προτιμάται για τις συναλλαγές από το σπίτι ή το γραφείο. Για αυτό το λόγο, όσες τράπεζες παρέχουν τέτοιες δυνατότητες πλεονεκτούν έναντι των υπολοίπων. Είναι, πλέον, φανερό στις μέρες μας ότι οι τράπεζες που χρησιμοποιούν σωστά το Internet μπορούν να προσεγγίζουν τους πελάτες τους πιο εύκολα προσφέροντάς τους νέα προϊόντα και υπηρεσίες, κερδίζοντας επιπλέον πόντους στη μάχη της ανταγωνιστικότητας. Η έννοια του Internet Banking ή Διαδικτυακής Τραπεζικής (όπως είναι η ελληνική απόδοση του όρου), δηλαδή της διεξαγωγής τραπεζικών συναλλαγών μέσω του Διαδικτύου, αποτελεί τον κεντρικό άξονα γύρω από τον οποίο περιστρέφεται η παρούσα διπλωματική εργασία.

Στο πρόσφατο παρελθόν, η έννοια του Internet Banking αποτελούσε μια καινοτομία που μόνον ελάχιστοι καινοτόμοι (innovators) πελάτες αλλά και τράπεζες επιχείρησαν να υιοθετήσουν. Η καινοτομία που άλλοτε αντιμετωπιζόταν καχύποπτα, σήμερα κατακτά ολοένα και περισσότερους υποστηρικτές. Τόσο στη χώρα μας όσο και διεθνώς η πλειοψηφία των τραπεζών προσφέρει σήμερα σύγχρονες υπηρεσίες Internet Banking με πολλαπλά οφέλη τόσο για τους πελάτες όσο και για τις τράπεζες. Εντούτοις, παρά την επιτυχημένη πορεία που διέγραψε τα τελευταία χρόνια η Διαδικτυακή Τραπεζική, υπάρχουν ακόμα επικριτές της που ακόμα και σήμερα την αντιμετωπίζουν με σκεπτικισμό και εγείρουν κυρίως θέματα ασφάλειας των συναλλαγών και διαδικτυακών απατών πάνω στα οποία στηρίζουν την απόφασή τους να μην υιοθετήσουν τη νέα αυτή μορφή τραπεζικής εξυπηρέτησης. Ο βαθμός υιοθέτησης του Internet Banking διεθνώς ποικίλλει και αποτελεί συνάρτηση πολλών

παραγόντων.

Η παρούσα Διπλωματική Εργασία με τίτλο «E-Banking & Εναλλακτικά Δίκτυα Διανομής Τραπεζών, Μελέτη Περίπτωσης : Η ΑΤΕbank στη σύγχρονη ελληνική πραγματικότητα» προσπαθεί να προσεγγίσει την έννοια του Internet Banking και επιχειρείται να μελετηθεί η κατάσταση που επικρατεί στην Ελλάδα όσον αφορά τη Διαδικτυακή Τραπεζική.

Στο πρώτο μέρος της εργασίας, κυρίαρχος στόχος αφενός, της θεωρητικής προσέγγισης είναι να διασαφηνιστεί η έννοια, οι δυνατότητες, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του νέου τραπεζικού καναλιού διανομής, καθώς και ο βαθμός διάδοσής του σε παγκόσμια κλίμακα. Παράλληλα, ενσωματώνονται και διάφορες πρακτικές γύρω από το Internet Banking που συναντώνται διεθνώς.

Στο δεύτερο τμήμα της εργασίας αφετέρου, επιχειρείται να προσεγγιστεί το Internet Banking πρακτικά σε μία από τις ελληνικές τράπεζες της Ελλάδας, την ΑΤΕbank.

Η παρούσα εργασία χωρίστηκε σε 9 κεφάλαια, το περιεχόμενο των οποίων παρουσιάζεται συνοπτικά παρακάτω.

Στο πρώτο κεφάλαιο της θεωρητικής προσέγγισης γίνεται μια συνοπτική περιγραφή του Διαδικτύου, του όρου “Ηλεκτρονικό Επιχειρείν” αλλά και του Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Παρουσιάζονται όλες οι μορφές του ηλεκτρονικού εμπορίου, τα οφέλη του αλλά και οι διαφαινόμενοι περιορισμοί του. Τέλος, αναφέρονται συνοπτικά κάποια νομικά θέματα του ηλεκτρονικού εμπορίου και παρατίθενται μια σειρά από δείκτες/γραφήματα από μια έγκυρη μελέτη του 2009 (Δείκτες e-Europe – Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας).

Στο δεύτερο κεφάλαιο επιχειρείται να προσδιοριστεί η έννοια του Internet Banking μέσα από τη διεθνή βιβλιογραφία. Επιπλέον, γίνεται μια ιστορική αναδρομή με αναφορές σε πρόδρομες μορφές της σύγχρονης Διαδικτυακής Τραπεζικής και παρουσιάζονται τα κυρίαρχα επιχειρηματικά μοντέλα που συναντώνται στο χώρο, οι ομαδοποιημένες κατηγορίες των προσφερόμενων από τις τράπεζες υπηρεσιών, καθώς και τα ουσιαστικότερα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του Internet

Banking τόσο από την πλευρά των πελατών όσο και από την πλευρά των τραπεζικών ιδρυμάτων.

Προχωρώντας στο τρίτο κεφάλαιο, έγινε προσπάθεια να παρουσιαστεί μια εικόνα γύρω από τη διάδοση τόσο του Internet όσο και του Internet Banking σε εθνικό αλλά και σε διεθνές επίπεδο. Στο σημείο αυτό, αξίζει να τονιστεί η αναγκαιότητα της παράλληλης και ταυτόχρονης μελέτης του Internet και του Internet Banking καθώς οι έννοιες αυτές είναι αλληλένδετες. Κατά συνέπεια, η μελέτη της διάδοσης του Internet Banking προϋποθέτει τη μελέτη της διάδοσης του Internet, ώστε με αυτόν τον τρόπο να σχηματιστεί μια πλήρης εικόνα γύρω από την υιοθέτηση της καινοτομίας από την κοινωνία. Προς αυτή την κατεύθυνση της απεικόνισης της υιοθέτησης της καινοτομίας συνέβαλε η συλλογή των αποτελεσμάτων ερευνών που διεξήχθησαν στο παρελθόν για λογαριασμό αναγνωρισμένων φορέων της χώρας μας και του εξωτερικού, όπως είναι μεταξύ άλλων το Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας και η Eurostat. Η ανάλυση των συλλεχθέντων δεδομένων πραγματοποιήθηκε μέσα από γραφήματα και πίνακες με σκοπό να διαμορφωθεί μια σαφής εικόνα σχετικά με τις ανεπτυγμένες και λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές του πλανήτη σε θέματα Internet και Διαδικτυακής Τραπεζικής.

Όσον αφορά το τέταρτο κεφάλαιο, το οποίο και ολοκληρώνει το θεωρητικό τμήμα της συγκεκριμένης εργασίας, εκεί γίνεται παρουσίαση της ελληνικής πραγματικότητας στο χώρο της Διαδικτυακής Τραπεζικής. Για το λόγο αυτό, επιλέχθηκαν οι κυριότερες ελληνικές και ξένες τράπεζες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα και παρέχουν υπηρεσίες Internet Banking. Για κάθε τράπεζα γίνεται μια σύντομη αναφορά στις υπηρεσίες που προσφέρει, καθώς επίσης και σε θέματα ασφάλειας των συναλλαγών και άλλα θέματα που ενδεχομένως να ενδιαφέρουν τους δυνητικούς της πελάτες. Στο τέλος του κεφαλαίου, προστέθηκε μια σειρά συγκεντρωτικών πινάκων που περιλαμβάνουν χρήσιμες και ομαδοποιημένες πληροφορίες για κάθε ενδιαφερόμενο.

Στο πέμπτο κεφάλαιο, μέσα από γραφήματα και στατιστικά στοιχεία παρουσιάζεται η χρήση των υφιστάμενων on-line τραπεζικών υπηρεσιών που λαμβάνουν χώρα στην Ελλάδα, από ποιες τράπεζες είναι αυτές διαθέσιμες και με ποιες μεθόδους γίνονται οι συγκεκριμένες συναλλαγές, αλλά και το πόσο οι υπηρεσίες E-Banking

έχουν διεισδύσει αυτές στις ελληνικές επιχειρήσεις.

Στο έκτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στις Ηλεκτρονικές Πληρωμές, αλλά και παρουσιάζονται οι κατηγορίες και τα συστήματα αυτών.

Στο έβδομο κεφάλαιο παρουσιάζεται η έννοια του Ηλεκτρονικού Χρήματος, αναλύονται τα χαρακτηριστικά και οι κατηγορίες αυτού, και στο τέλος γίνεται αναφορά στα προβλήματα που προκύπτουν από το Παράλληλο Χρήμα.

Στο όγδοο κεφάλαιο γίνεται λόγος για τους κινδύνους και τα προβλήματα που ελλοχεύουν το Ηλεκτρονικό Εμπόριο του τραπεζικού κλάδου. Αναλύονται οι μέθοδοι της απάτης αλλά και με ποιους τρόπους επιτυγχάνεται η ασφάλεια. Παρουσιάζονται, επίσης, και κάποια περιστατικά που συνέβησαν σε τράπεζες, και το κυριότερο, κάποιες συμβουλές ασφαλούς χρήσης του E-Banking.

Το ερευνητικό τμήμα της εργασίας εκτείνεται στο ένατο κεφάλαιο.

Πιο συγκεκριμένα, η μελέτη περίπτωσης αφορά την τέως Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος – νυν ATEbank. Γίνεται μια πρώτη γενική ιστορική αναδρομή της τράπεζας, και εν συνεχεία παρουσιάζεται το πώς εξελίχθηκε με το πέρασ του χρόνου και σε ποια κατάσταση βρίσκεται σήμερα, κινούμενη στην φιλοσοφία του ανταγωνισμού. Μεταξύ άλλων, γίνεται και μια μικρή αναφορά στις εταιρίες του Ομίλου ATEbank. Τέλος, παρουσιάζονται ένα προς ένα τα εναλλακτικά δίκτυα διανομής υπηρεσιών της ATEbank, ενώ μέσα από γραφήματα, σχήματα, εικόνες και πίνακες προκύπτουν χρήσιμες πληροφορίες και συμπεράσματα για τον αναγνώστη.

Το όλο εγχείρημα της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας κλείνει με μια σειρά συμπερασμάτων, γενικών εκτιμήσεων αλλά και προτάσεων για το μέλλον του E – Banking, που θα μπορούσαν να αποτελέσουν έναυσμα για ενδεχόμενη περαιτέρω μελλοντική έρευνα πάνω στο θέμα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, οι οποίες ακολουθούνται από τις βιβλιογραφικές αναφορές.

§ 1. ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ & ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ (E-COMMERCE)

ΈΝΝΟΙΑ & ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Το γνωστό σε όλους μας Διαδίκτυο (Internet ή Inter-Network) είναι ένα πλέγμα διασυνδεδεμένων υπολογιστών σε όλο τον κόσμο, δηλαδή στην ουσία είναι ένα παγκόσμιο δίκτυο επιμέρους δικτύων. Αποτελεί, θα λέγαμε, ένα “παγκόσμιο ηλεκτρονικό χωριό” όπου οι χρήστες του μοιράζονται πληροφορίες, ανταλλάσσουν απόψεις αλλά και μπορούν να χρησιμοποιήσουν διάφορες άλλες υπηρεσίες, μερικές από τις οποίες θα αναφέρουμε παρακάτω.

Στο Διαδίκτυο λοιπόν όπως προαναφέραμε, είναι συνδεδεμένα διάφορα είδη δικτύων, τα οποία ανάλογα με το εύρος της περιοχής που καλύπτουν χωρίζονται σε 3 κατηγορίες. Διακρίνουμε τα:

- LANs (Local Area Networks)
- MANs (Metropolitan Area Networks)
- WANs (Wide Area Networks)

Ένα LAN δίκτυο συνδέει υπολογιστές που βρίσκονται σε κοντινές αποστάσεις, όπως π.χ. στο ίδιο κτίριο. Ένα MAN δίκτυο συνδέει υπολογιστές που βρίσκονται σε μεσαίες αποστάσεις, όπως π.χ. σε διαφορετικά σημεία της πόλης. Αντίθετα, ένα WAN δίκτυο συνδέει υπολογιστές που απέχουν μεγάλες αποστάσεις, όπως π.χ. υπολογιστές που βρίσκονται σε διαφορετικές πόλεις. Ο τρόπος σύνδεσης όλων γενικά των δικτύων ποικίλει, καθώς μπορεί να είναι ενσύρματα (π.χ. μέσω οπτικών ινών, ομοαξονικών καλωδίων) ή να είναι ασύρματα (π.χ. μέσω μικροκυμάτων, δορυφορικών μεταδόσεων).

Ένα μοναδικό χαρακτηριστικό του Διαδικτύου, είναι ότι μπορούν να συνδέονται σε αυτό υπολογιστές ανεξάρτητα από την αρχιτεκτονική του υλικού τους (Hardware), από το λειτουργικό σύστημα που χρησιμοποιούν αλλά και από το πρωτόκολλο δικτύωσης που εφαρμόζεται στον τοπικό τους δίσκο. Επίσης, το Διαδίκτυο είναι αποκεντρωμένο και αυτοδιαχειριζόμενο, δηλαδή είναι ανεξάρτητο χωρίς να υπάρχει κάποιος κεντρικός διαχειριστής που να αποφασίζει το είδος των πληροφοριών που θα διακινηθούν αλλά και των υπηρεσιών που θα

προσφερθούν από τους χρήστες του. Αυτονομία διατηρούν μόνο τα μικρότερα δίκτυα που το αποτελούν και κατά συνέπεια είναι υπεύθυνα για τις πληροφορίες που διακινούν και τις υπηρεσίες που παρέχουν. Μέρος ουσιαστικά αυτών των μικρότερων δικτύων αποτελούν και τα λεγόμενα εσωτερικά δίκτυα (Intranets) και τα εξωτερικά δίκτυα (Extranet). Τα πρώτα είναι “κλειστά” δίκτυα στα όρια μιας επιχείρησης και προσφέρουν πληροφορίες και άλλες υπηρεσίες κυρίως στους εργαζόμενούς της. Από την άλλη, τα εξωτερικά δίκτυα χρησιμοποιούνται για διεπιχειρησιακές συναλλαγές μιας επιχείρησης με άλλες, π.χ. με τους προμηθευτές της.

Η ιστορία του διαδικτύου ξεκινά το 1969, στα πανεπιστήμια των ΗΠΑ, όπου οι ερευνητές ξεκινούν να πειραματίζονται με τη διασύνδεση απομακρυσμένων υπολογιστών μεταξύ τους. Αργότερα, θέτονται τα θεμέλια του Διαδικτύου με τη δημιουργία του δικτύου Arpanet με πόρους της υπηρεσίας προηγμένης αμυντικής έρευνας (Defense Advanced Research Projects Agency) του υπουργείου Άμυνας. Ο πρώτος κόμβος (host) συνδέθηκε με το Arpanet και μέχρι το τέλος του 1969, τέσσερις κόμβοι ήταν ακόμη συνδεδεμένοι. Νέοι υπολογιστές προστέθηκαν γρήγορα στο Arpanet κατά τη διάρκεια των επόμενων ετών, ενώ προχώρησαν οι εργασίες δημιουργίας ενός λειτουργικά ολοκληρωμένου πρωτοκόλλου από κόμβο σε κόμβο (host-to-host) καθώς και άλλων λογισμικών δικτύων. Το 1983, το Arpanet αλλάζει το βασικό του δικτυακό πρωτόκολλο επικοινωνίας στο γνωστό σε μας σήμερα TCP/IP και εν συνεχεία δημιουργείται το Nsfnet. Αργότερα, χιλιάδες πανεπιστήμια και οργανισμοί δημιουργούν τα δικά τους ξεχωριστά δίκτυα και τα συνδέουν πάνω στο παγκόσμιο αυτό δίκτυο το οποίο αρχίζει δειλά να γίνεται γνωστό σαν διαδίκτυο και να εξαπλώνεται με τρομερούς ρυθμούς σε ολόκληρο τον κόσμο. Το 1990, το Arpanet πλέον καταργείται και συνδέεται στο γρήγορο Nsfnet και η Ελλάδα, όπως και άλλες χώρες.

Το 1993, το εργαστήριο Cern στην Ελβετία παρουσιάζει το γνωστό σε όλους μας παγκόσμιο ιστό World Wide Web (WWW). Πρόκειται για ένα σύστημα διασύνδεσης πληροφοριών σε μορφή πολυμέσων (Multimedia) που βρίσκονται αποθηκευμένες σε χιλιάδες υπολογιστές του διαδικτύου σε ολόκληρο τον κόσμο και παρουσίασης αυτών σε ηλεκτρονικές σελίδες (Web Sites). Παράλληλα, εμφανίζονται στο διαδίκτυο διάφορα εμπορικά δίκτυα που ανήκουν σε εταιρίες παροχής υπηρεσιών διαδικτύου

(Internet Service Providers - ISPs) και προσφέρουν πρόσβαση στο διαδίκτυο για όλους. Οποιοσδήποτε διαθέτει ηλεκτρονικό υπολογιστή και ένα διαμορφωτή/αποδιαμορφωτή (Modem) μπορεί να συνδεθεί με το διαδίκτυο.

Σήμερα, το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού της Γης και ιδιαίτερα αυτό που ζει στις ανεπτυγμένες χώρες του κόσμου έχει τη δυνατότητα σύνδεσης στο Διαδίκτυο. Σύμφωνα με έρευνα που διεξήχθη από την εταιρία Netcraft, τον Ιούνιο του 2006 στο διαδίκτυο υπήρχαν 85.541.228 δικτυακοί τόποι.

Είναι προφανές, λοιπόν, ότι το διαδίκτυο δεν αποτελεί πλέον ένα κλειστό δίκτυο των επιστημόνων και των ερευνητών, αλλά ότι επεκτείνεται και επιδρά στις καθημερινές πρακτικές όλων μας. Εκατομμύρια χρήστες καθημερινά επικοινωνούν μέσω του διαδικτύου με χρήση διάφορων εφαρμογών όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), τις ηλεκτρονικές ομάδες συζητήσεων (newsgroups) την επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο (chat) και πρόσφατα τις τηλεδιασκέψεις (video conferences) αλλά και με τη χρήση ειδικών τηλεφώνων, τα οποία συνδέονται με τον υπολογιστή (voip συσκευές). Επίσης, αναζητούν πληροφορίες, δημιουργούν προσωπικές ή εταιρικές ιστοσελίδες (web sites), χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό εμπόριο, τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής (E-Banking), εργάζονται (τηλεργασία, τηλεϊατρική), σπουδάζουν (e-learning, e-training) και γενικότερα έχουν προσαρμόσει τη ζωή τους και την καθημερινότητά τους με αυτό.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ (E-BUSINESS)

Την τελευταία δεκαετία παρατηρούμε ότι έχουμε περάσει στην εποχή της πληροφορίας και καθοριστικό ρόλο πλέον παίζει η ταχύτητα διακίνησής της. Η οικονομία σε παγκόσμιο επίπεδο αλλάζει αλματωδώς καθώς είναι συνυφασμένη με την ανάπτυξη της τεχνολογίας και ιδιαίτερα της πληροφορικής. Οι νέες τεχνολογίες που παρέχει στις επιχειρήσεις η ανάπτυξη της πληροφορικής και ιδιαίτερα ο κλάδος των τηλεπικοινωνιών, έχουν εξαλείψει πλέον τις αποστάσεις, και μέσω του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (e-Business) οι εταιρίες έχουν εύκολη και γρήγορη πρόσβαση σε παγκόσμια κλίμακα.

Όποια επιχείρηση δεν είναι ευέλικτη και ικανή να προσαρμοστεί στο νέο διεθνές περιβάλλον, αργά ή γρήγορα θα “πεθάνει”. Ο ανταγωνισμός στο σημερινό οικονομικό περιβάλλον είναι ιδιαίτερα έντονος λόγω των διεθνοποιημένων αγορών, πράγμα που σημαίνει ότι για να παραμείνει μια επιχείρηση τα επόμενα χρόνια ανταγωνιστική και βιώσιμη, θα πρέπει να μπορεί να ανταποκριθεί στις νέες προκλήσεις και να είναι έτοιμη να πραγματοποιήσει αλλαγές σε όλα τα επίπεδα. «Το διαδίκτυο αποκαλείται το σύγχρονο όχημα της νέας οικονομίας και επηρεάζει το σύνολο της οικονομίας και ιδιαίτερα τον τομέα των υπηρεσιών, ο οποίος αναπτύχθηκε ταχύτατα τις τελευταίες δεκαετίες» (Το μέλλον ανήκει στο e-Business Α', 2008). Για να μπορέσει μια επιχείρηση να εισέλθει και να αξιοποιήσει την αναδυόμενη ψηφιακή οικονομία, θα πρέπει να επενδύσει στην τεχνολογία, να οργανώσει την εσωτερική της δομή διαφορετικά και γενικότερα να ακολουθήσει μια ξεχωριστή στρατηγική.

Ένας ορισμός της έννοιας του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (e-Business) αναφέρεται στην “προσαρμογή του παραδοσιακού επιχειρηματικού μοντέλου στη νέα ηλεκτρονική πραγματικότητα ή η ανάπτυξη νέου επιχειρηματικού μοντέλου με αντικείμενο μόνο το διαδίκτυο” (<http://www.go-online.gr/ebusiness>). Ουσιαστικά, πρόκειται για τη χρησιμοποίηση των τεχνολογιών που προσφέρει το διαδίκτυο, στις επιχειρηματικές διαδικασίες και συναλλαγές της επιχείρησης με τους πελάτες και τους προμηθευτές της. Έτσι, όταν μιλάμε για το ηλεκτρονικό επιχειρείν, αναφερόμαστε “είτε σε εφαρμογές που αφορούν στη διαχείριση της αλυσίδας προμήθειας – αποθήκευσης – παραγωγής της επιχείρησης, είτε σε εφαρμογές που αφορούν το marketing, τις πωλήσεις, τη διακίνηση, την υποστήριξη και τη διοίκηση”

(Το μέλλον ανήκει στο e-Business Α', 2008). Μερικές από τις εφαρμογές του ηλεκτρονικού επιχειρείν είναι τα συστήματα διαχείρισης επιχειρηματικών πόρων (Enterprise Resource Planning, ERP), τα συστήματα διαχείρισης της αλυσίδας προμηθειών (Supply Chain Management, SCM), τα συστήματα διαχείρισης πελατών (Customer Relationship Management, CRM) αλλά και διάφορες άλλες εφαρμογές του ηλεκτρονικού εμπορίου (E-Commerce), για το οποίο θα αναφερθούμε στην επόμενη ενότητα.

Γενικά, υπάρχουν τα εξής τμήματα των υπηρεσιών ηλεκτρονικού επιχειρείν:

1. Υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου ένας-προς-πολλούς (One-to-many e-commerce)
2. Υπηρεσίες ηλεκτρονικών αγορών (E-Marketplaces)
3. Υπηρεσίες δικτυακών χώρων για μάρκετινγκ και πληροφόρηση (Marketing & Information Websites)

Για τις παραπάνω κατηγορίες του ηλεκτρονικού επιχειρείν θα αναφερθούμε πιο διεξοδικά σε επόμενες ενότητες, όπου και θα αναπτύξουμε αναλυτικά τη μεγαλύτερη κατηγορία του ηλεκτρονικού επιχειρείν, το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Όταν μία επιχείρηση εφαρμόζει πρακτικές του ηλεκτρονικού επιχειρείν αποτελεσματικά και με μια ολοκληρωμένη στρατηγική, τότε αποκτά μια σειρά από οφέλη, τα οποία –υπό προϋποθέσεις– μπορούν να μετατραπούν σε ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Ειδικότερα, μειώνει τα λειτουργικά της κόστη αλλά και προσδίδει μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία στους πελάτες της. Επίσης, βελτιώνει τις σχέσεις της με τους πελάτες, τους προμηθευτές της, τους εργαζομένους της και γενικά με όλους τους λεγόμενους stakeholders. Ακόμη, είναι δυνατόν να βελτιώσει τη διαχείριση της αλυσίδας προμηθειών της (π.χ. μέσω των SCM που προαναφέραμε), τα συστήματα πωλήσεών της, και τη διαχείριση του δικτύου διανομής της. Γενικά, όσες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν το διαδίκτυο σε τακτική βάση και ακολουθούν συντονισμένες στρατηγικές ηλεκτρονικού επιχειρείν (e-business), απολαμβάνουν μεταξύ άλλων και τα εξής πλεονεκτήματα (Το μέλλον ανήκει στο e-Business Α', 2008):

- Μειωμένη τιμή πρώτων υλών: Η αγορά των ενδιάμεσων προϊόντων και υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου μειώνει την τιμή τους, λόγω της συναλλαγής με πολλούς προμηθευτές. Το συγκεκριμένο φαινόμενο εντείνει τον ανταγωνισμό

και την αύξηση των προσφορών από τους
προμηθευτές.

- Μειωμένη ποσότητα αποθεμάτων: Η ενσωμάτωση του διαδικτύου στη διαδικασία παραγωγής και διανομής των αγαθών, οδηγεί στην αποθήκευση της απολύτως αναγκαίας ποσότητας προϊόντων και κατά συνέπεια στη μείωση του κόστους.
- Μείωση του χρόνου παράδοσης των προϊόντων: Οι επιχειρήσεις μέσω του διαδικτύου, μειώνουν δραστικά το χρόνο διανομής των προϊόντων τους και μάλιστα με πιο αποτελεσματικό τρόπο.
- Μειωμένο κόστος συναλλαγών: Ιδιαίτερα στον τομέα των χρηματοοικονομικών συναλλαγών, το διαδίκτυο υπερτερεί σε θέμα κόστους έναντι των παραδοσιακών μεθόδων συναλλαγών.
- Ευρύτερη γεωγραφική κάλυψη της επιχείρησης και είσοδος σε νέες και διευρυμένες αγορές. Ουσιαστικά μιλάμε για τη δημιουργία μιας παγκόσμιας αγοράς, στην οποία δραστηριοποιούνται πολλές άλλες εταιρίες και παρουσιάζονται τεράστιες ευκαιρίες ανάπτυξης.

Συμπερασματικά, θα μπορούσαμε να πούμε, πως το ηλεκτρονικό επιχειρείν δημιουργεί μια διεθνή αγορά όπου συμμετέχουν όλες οι “ηλεκτρονικές” εταιρίες, διευρύνει και εντείνει τον ανταγωνισμό και αλλάζει ριζικά τις δομές τις λειτουργίες και τις διαδικασίες των επιχειρήσεων. Επιπρόσθετα, καλλιεργεί νέες απαιτήσεις στους καταναλωτές και τέλος, όπως και προαναφέραμε, περιορίζει σημαντικά τις οικονομικές ανάγκες των επιχειρήσεων (Σπύρογλου, 2006)

Το ηλεκτρονικό επιχειρείν (e-Business) έχει πολύ μεγάλη διείσδυση σε επιχειρήσεις που είτε κατασκευάζουν είτε λειτουργούν συστήματα πληροφορικής, δηλαδή στους τομείς των τηλεπικοινωνιών, της πληροφορικής αλλά και της βιομηχανίας ηλεκτρονικών ειδών. Επίσης, ο τομέας των εκδόσεων – εκτυπώσεων μπορεί να επωφεληθεί από την ψηφιοποίηση των προϊόντων του και ο τουριστικός τομέας μπορεί να αναπτυχθεί περαιτέρω, καθώς οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις θεωρούν πως το ηλεκτρονικό επιχειρείν (e-business) θα επηρεάσει σημαντικά τον τρόπο με τον οποίο λειτουργούν.

αναφέρεται σε ένα ευρύτερο ορισμό του ηλεκτρονικού εμπορίου (e-Commerce), που θα αναλύσουμε στη συνέχεια. Έτσι, το ηλεκτρονικό επιχειρείν δεν περιλαμβάνει μόνο αγορές και πωλήσεις αγαθών/υπηρεσιών, όπως το ηλεκτρονικό εμπόριο, αλλά επίσης αφορά την εξυπηρέτηση πελατών, τη συνεργασία με επιχειρηματικούς εταίρους και τη διεξαγωγή ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσα σε ένα οργανισμό. Σύμφωνα με τον Lou Gerster, γενικό διευθυντή της IBM, «το ηλεκτρονικό επιχειρείν αναφέρεται στην ταχύτητα, στην παγκοσμιοποίηση, στη βελτιωμένη παραγωγικότητα, στη προσέγγιση νέων πελατών και στο μοίρασμα γνώσης ανάμεσα σε οργανισμούς με σκοπό την επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος».

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ (E-COMMERCE) – ΕΝΝΟΙΑ & ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ

Το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-Commerce) περιγράφει τον τρόπο με τον οποίο πραγματοποιούνται οι συναλλαγές μέσω δικτύων και κυρίως μέσω του Διαδικτύου. Στην ουσία, είναι η ολοκληρωμένη διαδικασία διάθεσης, αγοράς και πώλησης αγαθών, υπηρεσιών και πληροφοριών, με ηλεκτρονικό τρόπο.

Σύμφωνα με τους Kalakota και Whinston (1997) το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να οριστεί ως εξής:

- “Από μια σκοπιά **επικοινωνιών**, το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η διανομή πληροφοριών, προϊόντων/υπηρεσιών ή πληρωμών μέσω τηλεφωνικών γραμμών, δικτύων υπολογιστών ή άλλων ηλεκτρονικών μέσων.
- Από μια σκοπιά **επιχειρηματικών διαδικασιών**, το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η εφαρμογή της τεχνολογίας στην αυτοματοποίηση επιχειρηματικών συναλλαγών και ροής εργασίας.
- Από μια σκοπιά **υπηρεσιών**, το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ένας μηχανισμός που έχει στόχο να ικανοποιήσει την κοινή επιθυμία προμηθευτών, καταναλωτών και της διοίκησης κάθε επιχείρησης να μειωθεί το κόστος των υπηρεσιών, βελτιώνοντας ταυτόχρονα την ποιότητα των αγαθών και αυξάνοντας την ταχύτητα εκτέλεσης συναλλαγών και διανομής των προϊόντων/υπηρεσιών.
- Από μια **on-line** σκοπιά, το ηλεκτρονικό εμπόριο παρέχει τη δυνατότητα αγορών και πωλήσεων προϊόντων και πληροφοριών στο διαδίκτυο και σε άλλες on-line υπηρεσίες ανεξάρτητα από τη γεωγραφική απόσταση”.

Η ιστορική εξέλιξη του ηλεκτρονικού εμπορίου ξεκινά τη δεκαετία του 1970, όπου εμφανίζονται τα συστήματα ηλεκτρονικής μεταφοράς κεφαλαίων (EFT) μεταξύ τραπεζών που χρησιμοποιούν ασφαλή ιδιωτικά δίκτυα. Στη δεκαετία του 1980 διαδίδονται ευρέως οι τεχνολογίες ηλεκτρονικής επικοινωνίας, που βασίζονται στην αρχιτεκτονική της ανταλλαγής μηνυμάτων (συστήματα EDI και ηλεκτρονικό ταχυδρομείο). Η σημασία αυτών των συστημάτων ήταν μεγάλη, καθώς πολλές δραστηριότητες που παραδοσιακά διεκπεραιώνονταν με το χαρτί, μπορούσαν πλέον να γίνουν ταχύτερα και με μικρότερο κόστος. Έτσι για παράδειγμα, οι συναλλαγές που παλιότερα απαιτούσαν έντυπα, όπως οι παραγγελίες αγοράς και οι επιταγές πληρωμών, πλέον μπορούσαν να πραγματοποιηθούν ηλεκτρονικά με δομημένο τρόπο, με τη βοήθεια των συστημάτων EDI ή μέσω ηλεκτρονικών μηνυμάτων (e-mails). Στα τέλη της δεκαετίας του 1980, ακολούθησαν διάφορες άλλες εφαρμογές, από ηλεκτρονική διαπραγμάτευση μετοχών μέχρι ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων θέσεων για ταξίδια.

Στις αρχές της δεκαετίας του 1990, τα ηλεκτρονικά δίκτυα προσφέρουν μια νέα μορφή κοινωνικής επικοινωνίας, με δυνατότητες όπως: ηλεκτρονική διάσκεψη (conferencing), ηλεκτρονική συνομιλία (IRC), ομάδες συζητήσεων (newsgroups, forums) αλλά και μεταφορά κεφαλαίων (FTP) σε παγκόσμιο επίπεδο. Ταυτόχρονα, λόγω της απελευθέρωσης της αγοράς τηλεπικοινωνιών σε διεθνές επίπεδο, η πρόσβαση στο διαδίκτυο γίνεται φθηνότερη, οι πιθανοί “πελάτες” του ηλεκτρονικού εμπορίου υπολογίζονται σε εκατομμύρια και η ανάπτυξη του τελευταίου προμηνύεται ταχεία. Στα μέσα της δεκαετίας του 1990, το ηλεκτρονικό εμπόριο γίνεται ένας πολύ φθηνότερος τρόπος για την πραγματοποίηση μεγάλου όγκου συναλλαγών, ενώ συγχρόνως διευκολύνει την παράλληλη λειτουργία πολλών διαφορετικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

Με αυτόν τον τρόπο, καθίσταται εφικτό στις μικρές επιχειρήσεις να ανταγωνιστούν τις μεγαλύτερες με πιο ευνοϊκές προϋποθέσεις. Η ανάπτυξη της τεχνολογίας είναι ταχύτατη, λόγω της ανάπτυξης των δικτύων, των πρωτοκόλλων, του λογισμικού και των προδιαγραφών.

Στα τέλη της δεκαετίας του 1990, καθιερώνονται μέθοδοι κρυπτογράφησης του περιεχομένου και εξακρίβωσης της ταυτότητας του αποστολέα ηλεκτρονικών

μηνυμάτων. Επίσης, προσαρμόζεται η νομοθεσία στους τομείς των εισαγωγών – εξαγωγών και των επικοινωνιών, και έτσι καθίσταται

ασφαλής η διεκπεραίωση διεθνών ηλεκτρονικών συναλλαγών. Από το 1995 ως το 1999 σχεδόν κάθε επιχείρηση στις Η.Π.Α. έχει ήδη ένα δικτυακό τόπο. Πολλοί είναι άκρως εκτεταμένοι, όπως για παράδειγμα της General Motors Corporation (www.gm.com), η οποία το 1999 απαρithμούσε 18.000 σελίδες, οι οποίες περιελάμβαναν πληροφορίες για τα προϊόντα, τις υπηρεσίες και τους αντιπροσώπους της.

1.4 ΟΙ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗ ΦΥΣΗ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

Μια συνηθισμένη κατάταξη του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι με βάση την φύση της συναλλαγής. Υπάρχουν οι εξής τύποι συναλλαγών:

- Επιχειρήσεις με επιχειρήσεις (B2B): Το μεγαλύτερο μέρος του ηλεκτρονικού εμπορίου σήμερα είναι αυτού του τύπου. Οι επιχειρήσεις βελτιώνουν τη μεταξύ τους συνεργασία, απλοποιούν τις διαδικασίες και το κόστος προμηθειών τους. Ακόμα, βελτιστοποιούν την αποστολή των προμηθειών τους και ελέγχουν αποτελεσματικότερα το επίπεδο των αποθεμάτων τους. Η δυνατότητα ηλεκτρονικής σύνδεσης με τους προμηθευτές και τους διανομείς, αλλά και η πραγματοποίηση ηλεκτρονικών πληρωμών βελτιώνουν ακόμη περισσότερο την αποτελεσματικότητα των επιχειρήσεων, εφόσον περιορίζεται το ανθρώπινο σφάλμα, αυξάνεται η ταχύτητα και μειώνεται το κόστος των συναλλαγών. Διακρίνουμε και μία ακόμη υποκατηγορία στο διεπιχειρησιακό ηλεκτρονικό εμπόριο, αυτή της επιχείρησης με δημόσιους φορείς (Business to Government – B2G).
- Επιχειρήσεις με καταναλωτές (B2C): Αυτές είναι οι συναλλαγές λιανικού εμπορίου με μεμονωμένους καταναλωτές – αγοραστές. Πρόκειται για την πιο διαδεδομένη μορφή του ηλεκτρονικού εμπορίου, όπου ο καταναλωτής έχει πρόσβαση σε μια τεράστια ποικιλία προϊόντων σε ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shops) οπουδήποτε στον κόσμο, βλέπει, ανακαλύπτει προϊόντα τα οποία δεν θα μπορούσε να τα βρει εύκολα στη χώρα του, και τέλος, με άμεση δυνατότητα σύγκρισης τιμών και ποιότητας προϊόντων/υπηρεσιών, επιλέγει τι θα αγοράσει. Άξιο λόγου αποτελεί το γεγονός ότι υπάρχει η δυνατότητα αν επιθυμεί να αγοράσει ακόμα και είδη ένδυσης, καθώς μπορεί και να τα δοκιμάζει (μέσω ειδικών προγραμμάτων). Κι όλα αυτά χωρίς να βγει από το σπίτι του,

κερδίζοντας πολύτομο χρόνο και κόπο.

- Καταναλωτής με καταναλωτή (C2C): Στη συγκεκριμένη κατηγορία, ένας καταναλωτής πωλεί κατευθείαν τα προϊόντα του ή τις υπηρεσίες του σε άλλους καταναλωτές. Κλασικά παραδείγματα που εμπίπτουν σε αυτή την κατηγορία αποτελούν οι αγγελίες για πωλήσεις σπιτιών, αυτοκινήτων κ.λπ., και οι διαφημίσεις προσωπικών υπηρεσιών στο διαδίκτυο.
- Καταναλωτές με επιχειρήσεις (C2B): Σε αυτήν την κατηγορία περιλαμβάνονται τα άτομα – καταναλωτές που πωλούν προϊόντα και υπηρεσίες στις επιχειρήσεις. Εδώ ίσως θα μπορούσαμε να συμπεριλάβουμε και το ηλεκτρονικό εμπόριο “καταναλωτή με δημόσιους φορείς” (Customer to Government – C2G), το οποίο τα τελευταία χρόνια συνεχώς αναπτύσσεται με τη συνεχή προσφορά υπηρεσιών των δημοσίων φορέων προς τους πολίτες.
- Μη επιχειρηματικό ηλεκτρονικό εμπόριο: Εδώ εμπίπτουν όλοι οι μη επιχειρηματικοί οργανισμοί, όπως τα μη κερδοσκοπικά ιδρύματα και οι κυβερνητικές υπηρεσίες, που χρησιμοποιούν διαφόρους τύπους του ηλεκτρονικού εμπορίου για διάφορους σκοπούς.
- Διεπιχειρηματικό (ή Εσωτερικό) ηλεκτρονικό εμπόριο: Η συγκεκριμένη κατηγορία περιλαμβάνει όλες τις εσωτερικές δραστηριότητες του οργανισμού, που στην πλειοψηφία τους γίνονται σε εσωτερικά δίκτυα (intranets), που έχουν να κάνουν με ανταλλαγή αγαθών, υπηρεσιών ή πληροφοριών. Αυτές οι δραστηριότητες μπορεί να περιλαμβάνουν από πωλήσεις προϊόντων της εταιρίας στους υπαλλήλους της, μέχρι παροχή online εκπαίδευσης στους ίδιους. Ακόμη, οι δραστηριότητες επικοινωνίας μεταξύ ομάδων εργασίας και η ηλεκτρονική δημοσίευση πληροφοριών, αποτελούν καθημερινό φαινόμενο στις επιχειρήσεις που εφαρμόζουν αυτό το είδος του ηλεκτρονικού εμπορίου.

ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ & ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

Είναι γεγονός ότι η ανάπτυξη του διαδικτύου και του ηλεκτρονικού εμπορίου εμφανίζει μια παγκόσμια ανοδική τάση και είναι σίγουρο ότι θα αυξάνεται η αξιοπιστία του συνεχώς, καθώς οι τεχνολογίες γίνονται “οικονομικότερες” και πιο ασφαλείς. Οι Κλίντον και Γκορ, το 1997 παρατήρησαν ότι η επανάσταση του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι «τόσο βαθιά, όσο η αλλαγή που προήλθε από την

βιομηχανική επανάσταση». Υπάρχουν δύο βασικοί λόγοι για τους οποίους το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι τόσο σημαντικό: Πρώτον, γιατί αυξάνεται ραγδαία και δεύτερον γιατί αλλάζει τα χαρακτηριστικά του εμπορίου.

Στη συνέχεια, θα αναφέρουμε μερικά από τα οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου για τις επιχειρήσεις και για τους καταναλωτές.

Τα οφέλη χρησιμοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου από τις **επιχειρήσεις** είναι τα εξής:

- Το ηλεκτρονικό εμπόριο επεκτείνει τη θέση της επιχείρησης σε διεθνείς αγορές και στην ουσία παρέχει ευρεία γεωγραφική κάλυψη στην ίδια.
- Έτσι, οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να απευθυνθούν σε πελάτες που βρίσκονται σε οποιοδήποτε σημείο του κόσμου, χωρίς να χρειάζεται να ιδρύσουν κάποιο τοπικό υποκατάστημα. Γι' αυτό μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου, μια επιχείρηση έχει τη δυνατότητα με ελάχιστο κεφάλαιο, να βρει εύκολα και γρήγορα τους καλύτερους πελάτες, προμηθευτές και επιχειρηματικούς εταίρους σε όλο τον κόσμο. Με τα παραπάνω οφέλη, η επιχείρηση, αν τα αξιοποιήσει σωστά, είναι δυνατόν να αυξήσει τα έσοδά της, μέσω της αύξησης των πωλήσεών της, με τη δημιουργία: α) νέων αγορών για τα υπάρχοντα προϊόντα της, β) νέων προϊόντων που στηρίζονται στην πληροφορική και γ) νέων καναλιών διανομής που παρέχουν τη δυνατότητα αμφίδρομης άμεσης επικοινωνίας με τον πελάτη.
- Το ηλεκτρονικό εμπόριο μειώνει το κόστος της δημιουργίας, επεξεργασίας, διανομής, αποθήκευσης και επαναφοράς πληροφοριών που βρίσκονται σε χαρτί. Για παράδειγμα, εισάγοντας ένα ηλεκτρονικό σύστημα προμηθειών, οι επιχειρήσεις μπορούν να μειώσουν το κόστος διοίκησης αγορών μέχρι και 85%. Επίσης, εκτός από την ελαχιστοποίηση του κόστους της προμηθευτικής αλυσίδας, όπου ο προμηθευτής μπορεί να απευθυνθεί κατευθείαν στον πελάτη, χωρίς την ανάμειξη “ενδιάμεσων”, το ηλεκτρονικό εμπόριο μειώνει και τα λειτουργικά κόστη της επιχείρησης. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι επιχειρήσεις μπορούν να εξυπηρετήσουν τους πελάτες τους με ελάχιστο κόστος καθώς, όσο αυξάνονται οι πελάτες ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, τόσο μειώνεται το συνολικό κόστος εξυπηρέτησής τους.
- Μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου υπάρχει η δυνατότητα δημιουργίας άκρως

εξειδικευμένων επιχειρήσεων, επιχειρήσεων δηλαδή που να εστιάζουν σε κάποια συγκεκριμένες ομάδες στόχους (target groups) ή γωνιές πελατών.

- Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει στις επιχειρήσεις να έχουν μειωμένα αποθέματα, δηλαδή μικρό κόστος αποθεμάτων, διευκολύνοντας έτσι τη διαχείριση αλυσίδας προμηθειών τύπου “έλξης”. Σε ένα σύστημα τύπου έλξης η διαδικασία ξεκινά από τις παραγγελίες πελατών και η παραγωγή γίνεται ακριβώς στην ώρα της. Με αυτόν τον τρόπο ελαχιστοποιούνται στο μέγιστο βαθμό τα κόστη αποθήκευσης και συντήρησης των αποθεμάτων, σχεδόν εκμηδενίζονται.
- Το ηλεκτρονικό εμπόριο μειώνει το χρόνο ανάμεσα στη διάθεση του κεφαλαίου και στη παράδοση των προϊόντων/υπηρεσιών στον πελάτη. Εξάλλου, σε αυτό συμβάλλει η συνεχής λειτουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος, το οποίο είναι ίσως το μοναδικό κανάλι εξυπηρέτησης πελατών, που επιτρέπει την πραγματοποίηση αγορών όλο το 24ωρο σε καθημερινή βάση.
- Το ηλεκτρονικό εμπόριο μειώνει τα έξοδα διαφήμισης, τα έξοδα διανομής (ειδικά σε προϊόντα ψηφιακής μορφής), τα έξοδα σχεδίασης και κατασκευής των προϊόντων.
- Οι επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιήσουν το ηλεκτρονικό εμπόριο ως ένα πολύτιμο εργαλείο marketing και να εκμεταλλευτούν τις δυνατότητες του διαδικτύου, βελτιώνοντας τη διαχείριση και ενημέρωση πελατών, έχοντας στατιστικά στοιχεία πρόσβασης και πωλήσεων κ.ά.
- Με τη χρησιμοποίηση του ηλεκτρονικού εμπορίου, προκύπτουν διάφορα άλλα οφέλη για τις επιχειρήσεις, όπως η βελτιωμένη εξυπηρέτηση πελατών, καθώς υπάρχει άμεση ενημέρωση των πελατών σε νέα προϊόντα, βελτιώνεται η επικοινωνία με τους πελάτες και πολλές φορές υπάρχει ανάμειξη των πελατών σε καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες. Όλα τα παραπάνω και σε συνδυασμό με τα οφέλη που θα αναφέρουμε παρακάτω (για τους πελάτες), βοηθούν την επιχείρηση να έχει βελτιωμένη εικόνα και να ικανοποιεί άμεσα τους πελάτες της σε συνεχή βάση.
- Τέλος, μπορούμε να αναφέρουμε διάφορα άλλα οφέλη για τις επιχειρήσεις, όπως απλοποίηση των διαδικασιών, αυξημένη παραγωγικότητα, ταχύτερη πρόσβαση σε πληροφορίες, αυξημένη ευελιξία, βέλτιστη διαχείριση των προϊόντων και των παραγγελιών κ.ά.

Τα οφέλη χρησιμοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου για τους **καταναλωτές** είναι τα εξής:

- Το πρώτο μεγάλο όφελος που αποκομίζουν οι καταναλωτές που χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η διαθεσιμότητα των ηλεκτρονικών καταστημάτων, τα οποία είναι 24 ώρες το 24ωρο, 7 ημέρες την εβδομάδα και 365 ημέρες το χρόνο “ανοιχτά” για παραγγελίες. Εκτός όμως από τη δυνατότητα παραγγελιών, οι καταναλωτές είναι σε θέση να υποβάλλουν ερωτήσεις, απορίες και γενικά να έχουν online υποστήριξη μέσω ηλεκτρονικών φορμών επικοινωνίας ή μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail).
- Το ηλεκτρονικό εμπόριο δίνει στους καταναλωτές περισσότερες επιλογές στη διάθεσή τους, καθώς είναι σε θέση να επιλέξουν ανάμεσα σε ένα μεγάλο αριθμό προμηθευτών και ανάμεσα σε μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων από όλο τον κόσμο. Με αυτόν τον τρόπο καθίσταται περισσότερο από κάθε άλλο κανάλι, εφικτή η σύγκριση προϊόντων και υπηρεσιών, τόσο σε επίπεδο τιμών, όσο και σε επίπεδο ποιότητας.
- Το ηλεκτρονικό εμπόριο ως επί το πλείστον, παρέχει χαμηλότερες τιμές σε σχέση με αυτές των παραδοσιακών λιανικών καταστημάτων, λόγω κυρίως του μεγάλου ανταγωνισμού των ηλεκτρονικών καταστημάτων αλλά και λόγω του μικρού κόστους λειτουργίας τους. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να εντείνεται συνεχώς ο ανταγωνισμός όσο αυξάνονται οι “ηλεκτρονικοί” πελάτες και να εισέρχονται στην αγορά συνεχώς νέα ηλεκτρονικά καταστήματα, που αναγκάζονται να παρέχουν καλύτερες τιμές, κάτι που φυσικά είναι προς όφελος του καταναλωτή.
- Το άμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο, δηλαδή το ηλεκτρονικό εμπόριο που αφορά ψηφιακά προϊόντα/υπηρεσίες, όπως προγράμματα υπολογιστών (software) πραγματοποιείται άμεσα, μέσα σε λίγα λεπτά. Φυσικά, αυτό είναι ένα μόνο μέρος του ηλεκτρονικού εμπορίου, γιατί από την άλλη πλευρά, στην περίπτωση του λεγόμενου έμμεσου ηλεκτρονικού εμπορίου, χρειάζεται η παρέμβαση του συμβατικού ταχυδρομείου (π.χ. παράδοση προϊόντων μέσω εταιριών Courier), το οποίο απαιτεί ένα εύλογο χρονικό διάστημα.
- Οι πελάτες μπορούν να συλλέξουν λεπτομερείς πληροφορίες για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που τους ενδιαφέρουν μέσα –κυριολεκτικά– σε δευτερόλεπτα. Ακόμα, έχουν πρόσβαση σε πλήθος άλλων υπηρεσιών όσον αφορά το προϊόν που τους ενδιαφέρει, όπως γνώμες άλλων πελατών που έχουν αγοράσει το

συγκεκριμένο προϊόν. Άλλη μία υπηρεσία που αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια και μπορούν να συμμετέχουν οι πελάτες, είναι οι εικονικές δημοπρασίες, με ηγέτη σε αυτές την εταιρία E-Bay, όπου μέσω του δικτυακού της κόμβου (www.e-bay.com) πραγματοποιούνται χιλιάδες ηλεκτρονικές δημοπρασίες καθημερινά.

- Το ηλεκτρονικό εμπόριο δίνει τη δυνατότητα σε καταναλωτές να αλληλεπιδρούν με άλλους καταναλωτές, μέσω ηλεκτρονικών κοινοτήτων και να ανταλλάσσουν ιδέες και εμπειρίες.
- Τέλος, υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός πρόσθετων πλεονεκτημάτων για τον καταναλωτή, όπως καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών και εξυπηρέτησης, παροχή προϊόντων που είναι προσαρμοσμένα στις απαιτήσεις του πελάτη, γρήγορη ανταπόκριση των επιχειρήσεων στις απαιτήσεις του πελάτη, τεράστια ευκολία και άνεση (αγορές από το σπίτι) κ.ά.

ΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Εκτός από τα πολυάριθμα οφέλη που προσφέρει το ηλεκτρονικό εμπόριο, υπάρχουν και αρκετά μειονεκτήματα, που αποτελούν τροχοπέδη για την εξάπλωσή του και περιορίζουν τη χρήση του. Οι περιορισμοί αυτοί μπορούν να ομαδοποιηθούν σε τεχνικές και μη τεχνικές κατηγορίες (Turban, 2003).

Οι τεχνικοί περιορισμοί του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι οι εξής:

- Υπάρχει έλλειψη ασφάλειας, αξιοπιστίας, προτύπων συστήματος και ορισμένων πρωτοκόλλων επικοινωνίας.
- Υπάρχει ανεπαρκές εύρος ζώνης τηλεπικοινωνιών.
- Τα εργαλεία ανάπτυξης λογισμικού συνεχίζουν να εξελίσσονται και να αλλάζουν ταχύτατα.
- Οι προμηθευτές χρειάζονται ειδικούς υπολογιστές εξυπηρέτησης δικτύου (web servers) και άλλες υποδομές.
- Ένα λογισμικό (software) ηλεκτρονικού εμπορίου μπορεί να μην είναι κατάλληλο για κάποιο υλικό (hardware), ή μπορεί να είναι ασύμβατο με κάποια λειτουργικά συστήματα.

Οι πιο σημαντικοί μη τεχνικοί περιορισμοί του ηλεκτρονικού εμπορίου, σύμφωνα με μια έρευνα που έγινε από το Internet Week (2008), είναι:

- *Κόστος και δικαιολόγηση* (34,8% των ερωτηθέντων): Το κόστος της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μια επιχείρηση μπορεί να είναι πολύ μεγάλο, και λάθη που μπορεί να γίνουν, λόγω έλλειψης εμπειρίας είναι πιθανό να έχουν σαν αποτέλεσμα διάφορες καθυστερήσεις.
- *Ασφάλεια και διασφάλιση απορρήτου* (17,2% των ερωτηθέντων): Τα θέματα ασφάλειας στις ηλεκτρονικές συναλλαγές είναι ιδιαίτερα σημαντικά και μάλιστα αποκτούν κύρια διάσταση στους τύπους ηλεκτρονικού εμπορίου B2C. Όσον αφορά τη διασφάλιση απορρήτου, οι τεχνικές βελτιώνονται συνεχώς με την πάροδο των χρόνων, αλλά οι πελάτες θεωρούν αυτά τα θέματα ιδιαίτερα σημαντικά και ως εκ τούτου, οι επιχειρήσεις έχουν δύσκολο έργο στο να πείσουν τους πελάτες τους, ότι οι on-line συναλλαγές που προσφέρουν, είναι ασφαλείς.
- *Έλλειψη εμπιστοσύνης και αντίσταση χρηστών* (4,4% των ερωτηθέντων): Οι καταναλωτές δεν εμπιστεύονται εύκολα έναν απρόσωπο πωλητή, δηλαδή ένα

ηλεκτρονικό κατάστημα, τις ηλεκτρονικές συναλλαγές και το ηλεκτρονικό χρήμα.

- Άλλοι περιοριστικοί παράγοντες: α) Πολλοί καταναλωτές επιθυμούν να “αγγίζουν” αντικείμενα όπως ρούχα, προτού τα αγοράσουν, β) πολλά νομικά θέματα δεν έχουν ακόμη επιλυθεί και τα κυβερνητικά πρότυπα δεν έχουν ακόμα ρυθμιστεί για πολλές περιπτώσεις συναλλαγών, γ) το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι δυνατόν να έχει σαν αποτέλεσμα τη διακοπή των ανθρωπίνων σχέσεων, δ) εξακολουθεί να είναι ακριβή η πρόσβαση στο διαδίκτυο και άβολη για πολλούς καταναλωτές.

Παρά τους περιορισμούς όμως, το ηλεκτρονικό εμπόριο συνεχώς κερδίζει έδαφος στο διεθνές και μεταβαλλόμενο οικονομικό περιβάλλον. Αξίζει δε να επισημάνουμε, ότι όσο συσσωρεύεται η εμπειρία και βελτιώνεται η τεχνολογία της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών, τόσο ο λόγος οφελών προς κόστος του ηλεκτρονικού εμπορίου αυξάνει, με αποτέλεσμα να αυξάνει ο βαθμός υιοθέτησής του από τους καταναλωτές και τις επιχειρήσεις.

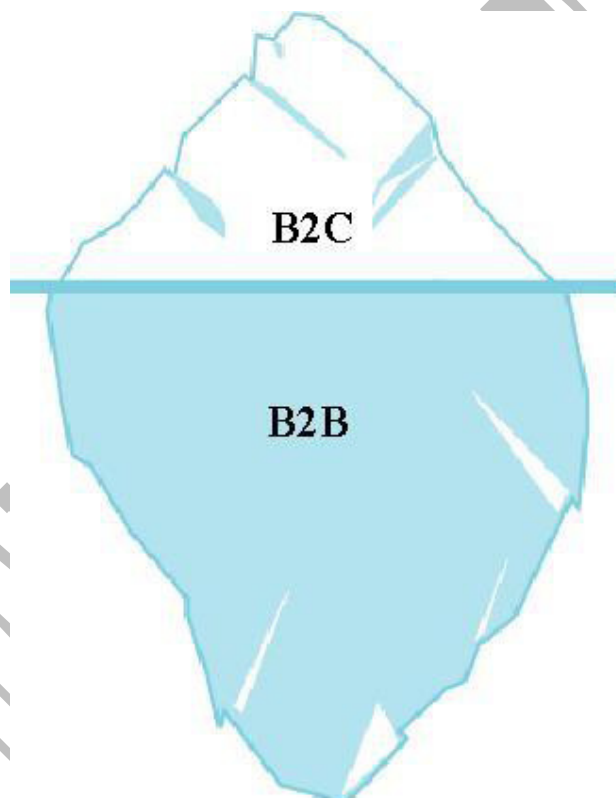
ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ & ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Το ηλεκτρονικό εμπόριο συχνά λέγεται ότι είναι συνώνυμο με το εμπόριο μέσω διαδικτύου. Στην πραγματικότητα όμως, έχει μια ευρύτερη έννοια από αυτή των on-line αγορών, καθώς αλλάζει τις οργανωτικές δομές των επιχειρήσεων, διαμορφώνει εκ νέου τις παραδοσιακές επιχειρήσεις και δημιουργεί νέες πραγματικότητες στην παγκόσμια οικονομία.

Σήμερα, οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν το διαδίκτυο, και κατά συνέπεια το ηλεκτρονικό εμπόριο σαν ένα επιπλέον κανάλι διανομής, για να παράγουν έσοδα είτε από καταναλωτές, είτε από άλλες επιχειρήσεις. Σύμφωνα με μια μελέτη της εταιρίας συμβούλων Strategic International S.A. (2004), τα συνολικά έσοδα από το ηλεκτρονικό εμπόριο παγκοσμίως, το 2004 ήταν \$ 330 δις και προβλεπόταν να αγγίξουν το 2007 τα \$ 1,4 τρις, προσεγγίζοντας δηλαδή το τότε ΑΕΠ της Μ. Βρετανίας.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να συγκριθεί με ένα «παγόβουνο», με την άκρη του

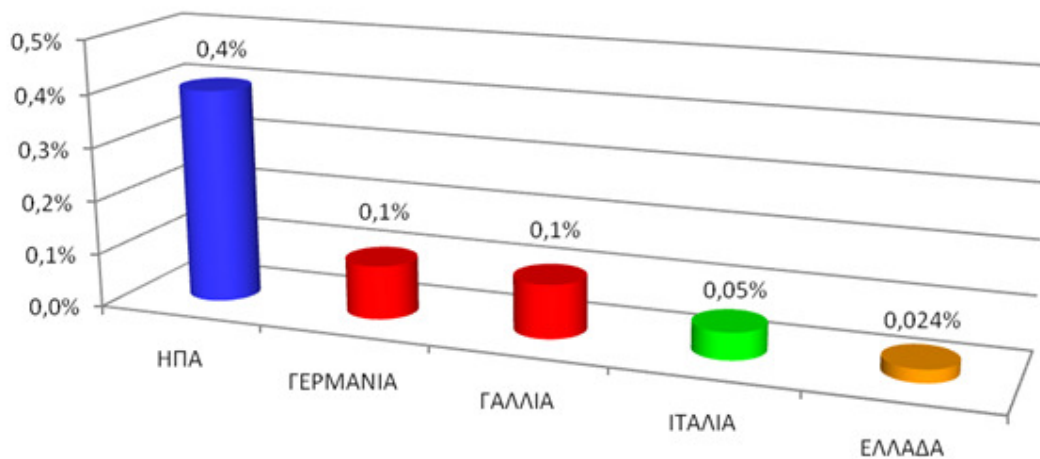
να απεικονίζει το ηλεκτρονικό εμπόριο τύπου B2C. Αν και είναι το πιο ορατό κομμάτι, στην πραγματικότητα αποτελεί μόνο ένα μικρό μέρος του συνόλου. Το μεγαλύτερο τμήμα των εσόδων του ηλεκτρονικού εμπορίου παγκοσμίως, βρίσκεται κάτω από την επιφάνεια του παγόβουνου, είναι δηλαδή το ηλεκτρονικό εμπόριο τύπου B2B. Αξίζει να αναφέρουμε ότι περίπου το 70% των εσόδων του ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce) προέρχονται από το τμήμα αυτό. (Μύθοι και πραγματικότητα για το e-commerce στην Ελλάδα, 2004)



Σχήμα 1 : Το «παγόβουνο» του... Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Σε όλες τις χώρες, οι δαπάνες για το ηλεκτρονικό εμπόριο τύπου B2C είναι λιγότερες από το 0,5% του συνόλου των λιανικών πωλήσεων της κάθε χώρας. Στις Η.Π.Α., που είναι ο ηγέτης στο ηλεκτρονικό εμπόριο διεθνώς, το ποσοστό αγγίζει μόλις το 0,4% και σε μεγάλες ευρωπαϊκές χώρες, όπως η Γαλλία και η Γερμανία δεν ξεπερνά το 0,1%. Στην Ελλάδα μόνο το 0,024% του συνόλου των λιανικών πωλήσεων δαπανάται για αγορές μέσω διαδικτύου. Και φυσικά ακόμη και να αυξηθεί στο μέλλον το ποσοστό του ηλεκτρονικού εμπορίου στα επίπεδα των μεγάλων ευρωπαϊκών χωρών, θα πρέπει να τονίσουμε ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο B2C δεν

μπορεί σε καμία περίπτωση να καλύψει όλα τα τμήματα του παραδοσιακού λιανικού εμπορίου. Τα προϊόντα που παρουσιάζουν δυνατότητες προώθησης μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου, και που ήδη προσφέρονται από πολλά ηλεκτρονικά καταστήματα, είναι τα ταξιδιωτικά εισιτήρια, τα CD's και DVD's, ο εξοπλισμός computer, τα βιβλία, τα προϊόντα κινητής τηλεφωνίας και τα λουλούδια. Το κοινό χαρακτηριστικό που έχουν όλα αυτά τα προϊόντα, είναι ο υψηλός βαθμός βεβαιότητας πως αυτό το προϊόν που παραδίδεται, θα ταιριάζει απόλυτα με τις προσδοκίες των πελατών, που είχαν τη στιγμή που το παρήγγειλλαν. (Το μέλλον ανήκει στο e-business Β', 2008)



Γράφημα 1 : Ποσοστό του B2C στο συνολικό Λιανικό Εμπόριο

NOMIKA & ΗΘΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι τόσο καινούριο, που τα νομικά και ηθικά ζητήματα που είναι αναγκαία για την ύπαρξή του, συνεχίζουν να αναπτύσσονται. Κάνοντας μια επισκόπηση των νομικών και ηθικών θεμάτων που περιλαμβάνονται στο ηλεκτρονικό εμπόριο, θα μπορούσαμε να τα κατατάξουμε στις εξής κατηγορίες:

- 1) Απόρρητο
- 2) Πνευματική ιδιοκτησία
- 3) Ελευθερία έκφρασης
- 4) Φορολόγηση και κρυπτογράφηση
- 5) Προστασία καταναλωτή
- 6) Διάφορα άλλα νομικά και ηθικά θέματα

1.8.1 ΑΠΟΡΡΗΤΟ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

Το απόρρητο των πληροφοριών στο διαδίκτυο, και κατά συνέπεια και στο ηλεκτρονικό εμπόριο, σύμφωνα με τον Agranoff (1993) είναι “η αξίωση ατόμων, ομάδων ή ιδρυμάτων να καθορίζουν μόνοι τους πότε και σε ποια έκταση, πληροφορίες για αυτούς γίνονται γνωστές σε άλλους”. Η διασφάλιση του απορρήτου είναι ένα παλιό νομικό και ηθικό ζήτημα σε πολλές χώρες. Είναι γεγονός ότι πολλές ηλεκτρονικές επιχειρήσεις συλλέγουν και χρησιμοποιούν συνεχώς δημογραφικές πληροφορίες από τους πελάτες τους που χρησιμοποιούν τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες. Οι ίδιοι οι χρήστες φοβούνται ότι τα προσωπικά τους δεδομένα, περιλαμβανομένων αριθμών πιστωτικών καρτών, μπορούν να πωληθούν, να χρησιμοποιηθούν ή να αποκαλυφθούν με ακατάλληλο τρόπο. Ανάμεσα στο 77% των χρηστών του διαδικτύου που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το ηλεκτρονικό εμπόριο, το 86% λέει ότι αποτρέπονται από το φόβο χρησιμοποίησης από τρίτους, των αριθμών των πιστωτικών τους καρτών ή άλλων ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων τους.

Ο τρόπος που οι οργανισμοί συλλέγουν και χρησιμοποιούν τις προσωπικές πληροφορίες των πελατών τους, μπορούν να ανακεφαλαιωθούν σε πέντε αρχές, οι οποίες είναι κοινές για τις Ευρωπαϊκές χώρες, τις Η.Π.Α. και τον Καναδά.

1. Ειδοποίηση/ενημερότητα: Οι καταναλωτές πρέπει να ενημερώνονται για τις πρακτικές περί χρήσης των πληροφοριών από την επιχείρηση, πριν την συλλογή

προσωπικών πληροφοριών.

- 2. Επιλογή/συναίνεση:** Οι καταναλωτές πρέπει να ενημερώνονται για τις επιλογές τους και για το πώς οι προσωπικές τους πληροφορίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν, όπως και για τις πιθανές δευτερεύουσες χρήσεις των πληροφοριών.
- 3. Προσπέλαση/συμμετοχή:** Οι καταναλωτές πρέπει να είναι σε θέση να προσπελάσουν τις προσωπικές τους πληροφορίες και να αμφισβητήσουν την εγκυρότητα των δεδομένων.
- 4. Ακεραιότητα/ασφάλεια:** Οι καταναλωτές πρέπει να είναι σίγουροι ότι τα δεδομένα είναι ασφαλή και ακριβή. Είναι απαραίτητο για αυτούς που συλλέγουν τα δεδομένα, να λαμβάνουν τις όποιες προφυλάξεις για να βεβαιωθούν ότι τα δεδομένα των πελατών τους, είναι προστατευμένα από απώλεια, μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση, καταστροφή και απάτη.
- 5. Επιβολή/αποκατάσταση:** Είναι αναγκαίο να υπάρχει πάντα μια μέθοδος επιβολής και επιδιόρθωσης.

1.8.2 ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ

Πνευματική ιδιοκτησία είναι “η μη απτή ιδιοκτησία που δημιουργείται από άτομα ή οργανισμούς, που προστατεύεται από το νόμο περί πνευματικών δικαιωμάτων, εμπορικό μυστικό και δικαιώματα ευρεσιτεχνίας” (Turban, 2003). Υπάρχουν αρκετές μέθοδοι που μπορεί να χρησιμοποιήσει μια επιχείρηση για να αποτρέψει την κλοπή της πνευματικής της ιδιοκτησίας. Μερικές από αυτές είναι η παροχή προσωποποιημένων προϊόντων, οι συχνές ενημερώσεις (Updates) στα προϊόντα της, το να κάνει δύσκολη την αντιγραφή των προϊόντων της και το να προσφέρει δωρεάν λογισμικό.

Ο σύνδεσμος Εκδοτών Λογισμικού είναι ο κύριος εμπορικός οργανισμός που αποτρέπει τη λεγόμενη “πειρατεία”. Άλλοι ενδιαφέροντες οργανισμοί είναι το ίδρυμα ηλεκτρονικών ορίων και ο διεθνής οργανισμός πνευματικής ιδιοκτησίας, οι οποίοι προσπαθούν να υλοποιήσουν μεθόδους διασφάλισης των πνευματικών δικαιωμάτων. Το 1998, ύστερα από πρόταση του διεθνούς οργανισμού πνευματικής ιδιοκτησίας 60 κράτη – μέλη υπέγραψαν μια διεθνή συμφωνία, που ονομάστηκε “συμφωνία βάσης δεδομένων”, και που στόχος της είναι η προστασία των εταιριών

που συλλέγουν και κατατάσσουν πληροφορίες.

1.8.3 ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ ΕΚΦΡΑΣΗΣ

Το διαδίκτυο έχει ανοίξει τις πόρτες της ελευθερίας του λόγου, που δεν ήταν προσβάσιμες προηγουμένως. Η απόλυτη αυτή, όμως, ελευθερία πολλές φορές φτάνει στα όρια της ασυδοσίας και έτσι πολλοί παγκόσμιοι φορείς αναγκάστηκαν να μεριμνήσουν όσον αφορά την προστασία των παιδιών, το spamming κ.ά. Το spamming αναφέρεται στην πρακτική της αδιάκριτης διανομής μηνυμάτων (κυρίως διαφημιστικών, spam mails), χωρίς την άδεια του παραλήπτη και χωρίς σκέψη για την καταλληλότητα του μηνύματος. Ένα μεγάλο μέρος της νομοθεσίας που αφορά τις πρακτικές marketing στο ηλεκτρονικό εμπόριο, βρίσκεται στο νόμο περί προστασίας ηλεκτρονικής θυρίδας αλληλογραφίας. Η κύρια δύναμη αυτού του νόμου είναι ότι η εμπορική συνομιλία υπόκειται σε κυβερνητική ρύθμιση και το spamming, που προκαλεί σημαντική ενόχληση στους καταναλωτές, πρέπει να ελέγχεται.

1.8.4 ΦΟΡΟΛΟΓΗΣΗ & ΚΡΥΠΤΟΓΡΑΦΗΣΗ

Στη συνέχεια, θα αναφερθούμε σε δύο θέματα του ηλεκτρονικού εμπορίου, τη φορολόγηση και την κρυπτογράφηση, τα οποία είναι ιδιαίτερα σημαντικά επειδή σχετίζονται με το παγκόσμιο ηλεκτρονικό εμπόριο όπως και με τον υγιή ανταγωνισμό. Ιδιαίτερα δε αποκτούν τεράστια σημασία, στις περιπτώσεις που το ηλεκτρονικό εμπόριο ανταγωνίζεται με off-line κανάλια Marketing και συμβατικές παραγγελίες μέσω ταχυδρομείου, όπου πληρώνονται φόροι.

Η παγκόσμια φύση των επιχειρήσεων σήμερα, θεωρεί ότι ο κυβερνοχώρος πρέπει να θεωρείται μια διακριτή ζώνη φορολόγησης με μοναδικούς κανόνες κατάλληλα για το είδος του συγκεκριμένου περιβάλλοντος. Από την άλλη πλευρά, οι εταιρίες που δεν δραστηριοποιούνται στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου, θεωρούν ότι οι επιχειρήσεις στο διαδίκτυο θα πρέπει να πληρώνουν το δικό τους μερίδιο φόρου. Με άλλα λόγια, τα πράγματα όσον αφορά τις πολιτικές φορολόγησης στο ηλεκτρονικό εμπόριο είναι εξαιρετικά αμφίρροπα και δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις όπου το κάθε κράτος παίρνει τις δικές του αποφάσεις. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι αυτό της Σιγκαπούρης, η οποία έχει ψηφίσει ένα νόμο ώστε να γίνει ένας νόμιμος και οικονομικά ασφαλής παράδεισος για τη βιομηχανία του ηλεκτρονικού εμπορίου

παγκοσμίως.

Η τεχνολογία *κρυπτογράφησης* κάνει το ηλεκτρονικό εμπόριο ασφαλές και παρέχει προστασία στα πνευματικά δικαιώματα. Στις 23 Σεπτεμβρίου 1998, η κυβέρνηση των Η.Π.Α. επέτρεψε στην Compaq Corporation να εξάγει ένα δημόσιο κλειδί κρυπτογράφησης 128-bit για τις τράπεζες, για να υποστηρίξει το κανάλι του ηλεκτρονικού εμπορίου τους. Αυτό είναι ένα ορόσημο για την βιομηχανία κρυπτογράφησης, καθώς η συγκεκριμένη τεχνολογία επέφερε την επανάσταση στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου και ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις τη χρησιμοποιούν για την ασφάλεια των συναλλαγών τους.

Γενικά, όσον αφορά την ασφάλεια των συναλλαγών στο ηλεκτρονικό εμπόριο, απαιτούνται μέθοδοι που διασφαλίζουν: α) την ταυτότητα του ηλεκτρονικού καταστήματος, β) την κρυπτογραφημένη μεταφορά ευαίσθητων δεδομένων (π.χ. αριθμοί πιστωτικών καρτών) και γ) τη διαμεσολάβηση ενός έγκυρου χρηματοπιστωτικού οργανισμού για αποδοχή on-line πληρωμών. Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα που μεριμνά για τη διασφάλιση της ασφάλειας των πελατών του, θα πρέπει να χρησιμοποιεί ρητά όλα τα αναγκαία συστήματα ασφαλείας. Έτσι, με τη χρήση ενός συστήματος κρυπτογράφησης, δηλαδή ενός συστήματος που κωδικοποιεί τα μεταφερόμενα δεδομένα, όλες οι πληροφορίες που μεταφέρονται μεταξύ του browser του πελάτη και του server του ηλεκτρονικού καταστήματος, καθίστανται δύσκολα προσπελάσιμες από κάποιον τρίτο που αποσκοπεί στην υποκλοπή τους.

Παρόλα τα παραπάνω, για πλήρη εξασφάλιση του καταναλωτή, απαιτείται συνήθως η ύπαρξη ενός ηλεκτρονικού τρόπου διαβεβαίωσης (certificate), μιας “εγγύησης” δηλαδή ότι το συγκεκριμένο ηλεκτρονικό κατάστημα είναι αυθεντικό. Φυσικά, το συγκεκριμένο πιστοποιητικό έχουν τη δυνατότητα να το εκδώσουν μόνο έμπιστοι οργανισμοί και ισχύει για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Όσον αφορά, τέλος, τα συστήματα ασφαλείας που χρησιμοποιούν οι εταιρίες στο διαδίκτυο, είναι συνήθως τριών ειδών:

- α) ψηφιακά πιστοποιητικά (digital ID) που εκδίδονται από κάποιον αναγνωρισμένο φορέα πιστοποίησης,
- β) πρωτόκολλα ασφαλείας (π.χ. τα διαδεδομένα πρωτόκολλα Secure Sockets Layer-

SSL και Secure Electronic Transaction-SET) ή
γ) μια ασφαλή σύνδεση (www.go-online.gr).

1.8.5 ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ & ΠΩΛΗΤΗ

Στην περίπτωση του διαδικτύου, που τα πάντα γίνονται ηλεκτρονικά από τις οθόνες των PC's, οι συναλλασσόμενοι στο ηλεκτρονικό εμπόριο δεν έχουν τη δυνατότητα της προσωπικής επαφής, και μπορεί να βρίσκονται σε διαφορετικές χώρες ή ηπείρους την ώρα που πραγματοποιείται η εμπορική συναλλαγή. Αυτό εμπεριέχει τον κίνδυνο της απάτης από επιτήδειους, είτε καταναλωτές, είτε πωλητές (on-line εταιρίες). Οι μεγαλύτερες απάτες που έχουν διαπιστωθεί στο διαδίκτυο, αφορούν τις on-line δημοπρασίες και την on-line αγοραπωλησία μετοχών. Όσον αφορά τις on-line δημοπρασίες, η “πρακτική” ήταν να συλλέγονται χρήματα από τα ηλεκτρονικά καταστήματα δημοπρασιών, αλλά τα προϊόντα είτε να μην αποστέλλονται στους καταναλωτές, είτε να αποστέλλονται και να είναι χαμηλής ποιότητας. Όσον αφορά την απάτη με τις μετοχές, η “πρακτική” ήταν να προωθούν παράνομα μετοχές διάφορες εταιρίες, σε ηλεκτρονικούς πίνακες ανακοινώσεων, σε on-line ενημερωτικά δελτία και σε δικτυακούς τόπους (web sites) επενδύσεων. Στις περισσότερες των περιπτώσεων αυτές οι εταιρίες διέδιδαν ψευδώς φήμες για τις προοπτικές των εταιριών που διαφήμιζαν, και κατά συνέπεια, για τις τιμές των μετοχών τους. Βέβαια, εκτός από τις οικονομικές απάτες υπάρχουν και απάτες μη οικονομικού χαρακτήρα, που συναντούμε στο διαδίκτυο και ειδικότερα στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Για παράδειγμα, μπορεί τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρονται στους καταναλωτές να είναι χαμηλής ποιότητας, να μην υπάρχει έγκαιρη διανομή των προϊόντων κ.ά.

1.8.6 ΤΟ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Με την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και την αυξανόμενη διείσδυσή του παγκοσμίως και στην Ελλάδα, ανακύπτουν διάφορα ζητήματα νομικής φύσεως. Πιο συγκεκριμένα, στον τομέα του δικαίου των συμβάσεων, ανακύπτει ζήτημα σχετικά με την εγκυρότητα κατάρτισης μιας ηλεκτρονικής σύμβασης. Επίσης, ανακύπτει ζήτημα σε σχέση με το χρόνο κατάρτισης της αλλά και της ενδεχόμενης ευθύνης σε περίπτωση που προκύψουν τεχνικά προβλήματα στο διαδίκτυο.

Επιπρόσθετα, προκύπτουν διάφορα προβλήματα σχετικά με την απόδειξη της γνησιότητας των ηλεκτρονικών εγγράφων, αλλά και σε σχέση με την προστασία των καταναλωτών, η οποία αποκτά τεράστια σημασία στο πλαίσιο των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Ένα από τα πιο σημαντικά ζητήματα στο νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, είναι αυτό που έχει να κάνει με το εφαρμοστέο δίκαιο και το αν ο καταναλωτής είναι το ασθενέστερο μέρος στις συμβάσεις τύπου B2C και έχει έλλειμμα πληροφόρησης. Περαιτέρω, ανακύπτουν μια σειρά νομικών θεμάτων, όπως η φορολογία των ηλεκτρονικών συναλλαγών, η ρύθμιση των πληρωμών με ηλεκτρονικό χρήμα, η διαφήμιση αλλά και η προστασία των προσωπικών δεδομένων και της πνευματικής ιδιοκτησίας των συναλλασσομένων, όπου σε προηγούμενη ενότητα αναφέραμε επιγραμματικά.

Η αναγκαιότητα λοιπόν νομοθετικής παρέμβασης για όλα αυτά τα ανακύπτοντα νομικά θέματα, καθίσταται αναγκαία περισσότερο από ποτέ. Το 1996 η επιτροπή για το Διεθνές Εμπορικό Δίκαιο των Ηνωμένων Εθνών (UNCITRAL), υιοθέτησε το νόμο για το ηλεκτρονικό εμπόριο και το 1999 η επιτροπή UN/ECE CEFACCT υιοθέτησε τη συμφωνία ηλεκτρονικού εμπορίου (Electronic Commerce Agreement). Σε ανακοίνωσή της το 2003, η επιτροπή της Ευρωπαϊκής Ένωσης που ασχολείται με τα νομικά θέματα των ηλεκτρονικών συναλλαγών, και ύστερα από την ομόφωνη επικύρωση από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, έθεσε σε ισχύ την οδηγία 2003/31/EK με στόχο τη δημιουργία ενός ενιαίου κανονιστικού πλαισίου για το ηλεκτρονικό εμπόριο στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Σύμφωνα, λοιπόν, με την οδηγία 2003/31/EK, ο κοινοτικός νομοθέτης συμπεριλαμβάνει ζητήματα που αφορούν τις ηλεκτρονικές συμβάσεις, την εγκατάσταση των φορέων παροχής υπηρεσιών, τη χρήση των εμπορικών επικοινωνιών, το καθεστώς αδειών και την ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες του διαδικτύου. Κάποια άλλα ζητήματα, όπως η διαμάχη για τα ονόματα χώρου (domain names), τη νομιμότητα δημιουργίας συνδέσμων (links), καθώς και ειδικότερα θέματα του δικαίου της πνευματικής ιδιοκτησίας στο διαδίκτυο, καθορίζονται από την οδηγία 2004/29/EK. Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι και οι δύο προαναφερθέντες οδηγίες δεν ρυθμίζουν συγκεκριμένες υπηρεσίες του ηλεκτρονικού εμπορίου (π.χ. την πώληση λογισμικού ή την πώληση προϊόντων μέσω του διαδικτύου), αλλά

επιχειρούν να καλύψουν συγκεκριμένες πτυχές της ηλεκτρονικής οικονομικής δραστηριότητας, με βάση ένα ενιαίο κανονιστικό πλαίσιο.

Η οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο συμπληρώνει το ισχύον κοινοτικό δίκαιο που αφορά τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, στο οποίο περιλαμβάνονται οδηγίες, όπως η οδηγία 1999/93/EK για τις ηλεκτρονικές υπογραφές, η οδηγία 95/46/EK για την προστασία των προσωπικών δεδομένων, η οδηγία 2004/29/EK για την πνευματική ιδιοκτησία και η πρόσφατη οδηγία 2005/58/EK για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες.

Στην Ελλάδα, η οδηγία 2003/31/EK ενσωματώθηκε στο εσωτερικό δίκαιο της χώρας, στις 30.4.2006 με τη θέσπιση του Π.Δ. 131/2006, το οποίο αποτελεί και το νέο ολοκληρωμένο νομικό πλαίσιο που διέπει τις συναλλαγές του ηλεκτρονικού εμπορίου στη χώρα μας. Νομοθετήματα, που δρουν συμπληρωματικά με το Π.Δ. 131/2006 είναι το Π.Δ. 150/2004 για τις ηλεκτρονικές υπογραφές, το Π.Δ. 157/1999 για τις ρυθμίσεις στις τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες που αφορούν την παροχή άδειας παροχής υπηρεσιών διαδικτύου και οι διατάξεις του Ν. 2251/1994 για τις υποχρεωτικά παρεχόμενες υπηρεσίες προς τους καταναλωτές.

Συνοπτικά πάντως, τα θέματα που πραγματεύεται το Π.Δ. 131/2006 είναι:

- I. Διατάξεις για τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, οι οποίες αφορούν την εσωτερική αγορά στην Ε.Ε.,
- II. Θέματα που αφορούν την εγκατάσταση των φορέων παροχής υπηρεσιών,
- III. Θέματα που σχετίζονται με τις εμπορικές επικοινωνίες (διαδικτυακή διαφήμιση, spamming),
- IV. Θέματα που έχουν να κάνουν με τη σύναψη συμβάσεων με ηλεκτρονικά μέσα,
- V. Θέματα σχετικά με την ευθύνη των μεσαζόντων παροχής υπηρεσιών στο διαδίκτυο,
- VI. Κώδικες δεοντολογίας,
- VII. Θέματα που ρυθμίζουν τον εξώδικο διακανονισμό των διαφορών και τα μέσα έννομης προστασίας, και τέλος
- VIII. Τις διάφορες κυρώσεις που προβλέπονται από την παραβίαση των σχετικών διατάξεων.

Το σύγχρονο αυτό νομοθετικό πλαίσιο συμβάλλει σημαντικά στη δημιουργία των προϋποθέσεων για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στη χώρα μας, εφόσον εξασφαλίζει ασφάλεια δικαίου αλλά και σαφήνεια ως προς τις προϋποθέσεις για την άσκηση της ηλεκτρονικής επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ταυτόχρονα, συμβάλλει στη διαφάνεια των συναλλαγών και κατά συνέπεια στην προστασία των καταναλωτών, θέμα μείζονος σημασίας για την εδραίωσή του ηλεκτρονικού εμπορίου στα μάτια των καταναλωτών.

ΔΕΙΚΤΕΣ “E-EUROPE” 2008

Το Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας αποτελεί τον πρώτο θεσμοθετημένο φορέα παρακολούθησης για την Κοινωνία της Πληροφορίας στην Ελλάδα. Όραμά του είναι να αποτελέσει κεντρική πηγή έγκυρης πληροφόρησης και βασικό φορέα διαμόρφωσης προτάσεων αναφορικά με τη συμβολή των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών στην πρόοδο της χώρας.

Στις 11 Οκτωβρίου του 2008, παρουσίασε την πρώτη ολοκληρωμένη μέτρηση για τη διεύθυνση των νέων τεχνολογιών στην Ελλάδα με βάση τους δείκτες “e-Europe”. Οι δείκτες “e-Europe” είναι το κοινά αποδεκτό σύνολο δεικτών για τις νέες τεχνολογίες στην Ευρώπη και έχουν δημιουργηθεί στα πλαίσια της κοινής Ευρωπαϊκής πολιτικής για την κοινωνία της πληροφορίας. Η συγκεκριμένη μελέτη παρουσιάζει τους 16 βασικούς και τους 26 συμπληρωματικούς δείκτες της ευρωπαϊκής πολιτικής “e-Europe” και περιλαμβάνει έξι επιμέρους έρευνες – μελέτες για τις επιχειρήσεις, τα νοικοκυριά, την ηλεκτρονική διακυβέρνηση, την ηλεκτρονική μάθηση, την ηλεκτρονική υγεία και το κόστος διασύνδεσης. Επίσης, για τη συγκεκριμένη μελέτη, η οποία πραγματοποιήθηκε σε συνεργασία με την εταιρία Opinion, χρησιμοποιήθηκαν δείγματα μεγάλου μεγέθους (π.χ. 8.331 νοικοκυριά) για την εξασφάλιση μικρών ποσοστών σφάλματος καθώς και πραγματοποιήθηκε διασταύρωση των αποτελεσμάτων με διαθέσιμα στοιχεία φορέων. Στον επιχειρηματικό τομέα η έρευνα κάλυψε όλο το εύρος των ελληνικών επιχειρήσεων συμπεριλαμβανομένων και των μικρών με προσωπικό που δεν ξεπερνά τα 9 άτομα.

Οι δείκτες του “e-Europe” 2008 που θα παρουσιάσουμε στη συνέχεια και οι οποίοι μας δίνουν χρήσιμα συμπεράσματα για το “ηλεκτρονικό επιχειρείν” γενικότερα στη χώρα μας, είναι οργανωμένοι σε 5 ενότητες:

1. Πρόσβαση & Χρήση του Διαδικτύου από τους Πολίτες
2. Πρόσβαση & Χρήση του Διαδικτύου από τις Επιχειρήσεις
3. Ηλεκτρονικό Εμπόριο
4. Ασφάλεια στο Διαδίκτυο
5. Ευρυζωνικότητα

Όπως προαναφέραμε, για τη μέτρηση των παραπάνω δεικτών απαιτήθηκαν κάποιες παράλληλες έρευνες πανελλαδικής κάλυψης. Ειδικότερα, τα χαρακτηριστικά καθώς και η μεθοδολογία αυτών των ερευνών παρουσιάζονται παρακάτω:

Έρευνα σε Νοικοκυριά

- **Είδος Έρευνας:** Τηλεφωνική έρευνα
- **Δείγμα:** 8.331 τυχαία επιλεγμένα νοικοκυριά, με ένα τουλάχιστον μέλος ηλικίας 16 – 74 ετών, κατανεμημένα αναλογικά στις 13 περιφέρειες της χώρας.
- **Περίοδος Έρευνας:** 01.06.2008 – 09.07.2008
- 2.340 αναλυτικές συνεντεύξεις με άτομα που χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο τους τελευταίους 3 μήνες.
- **Στατιστικά Σφάλματα:** $\pm 1,07\%$ στα νοικοκυριά, $\pm 2,38\%$ στους χρήστες του τελευταίου τριμήνου.

Έρευνα σε Επιχειρήσεις

- **Είδος Έρευνας:** Συνδυασμός τηλεφωνικής έρευνας (επιχειρήσεις με έως 9 απασχολούμενους) και προσωπικών συνεντεύξεων (επιχειρήσεις με περισσότερους από 9 απασχολούμενους).
- **Δείγμα:** 1.368 τυχαία επιλεγμένες επιχειρήσεις κατανεμημένες αναλογικά στους κλάδους δραστηριότητας και στις περιφέρειες της χώρας.
- **Περίοδος Έρευνας:** 15.06.2008 – 29.07.2008
- **Στατιστικά Σφάλματα:** $\pm 2,65\%$ στις επιχειρήσεις συνολικά, $\pm 4,64\%$ στις επιχειρήσεις με έως 9 απασχολούμενους, $\pm 3,24\%$ στις επιχειρήσεις με πάνω από 9 απασχολούμενους.

1.9.1 ΠΡΟΣΒΑΣΗ & ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΟΛΙΤΕΣ



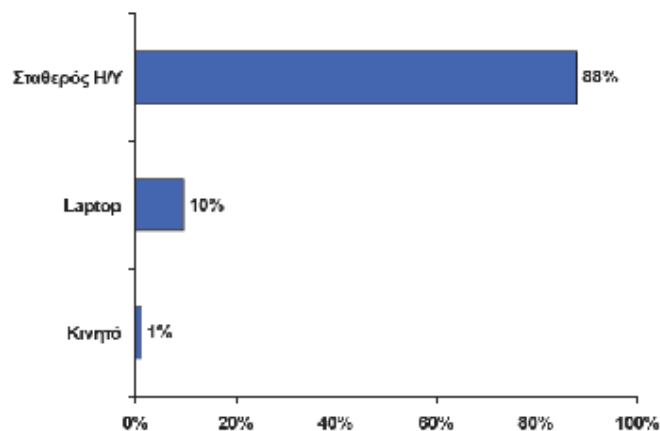
Γράφημα 2 : Ποσοστό νοικοκυριών με κατ' οίκον πρόσβαση στο Διαδίκτυο



Γράφημα 3 : Ποσοστό ατόμων που χρησιμοποιούν τακτικά το Διαδίκτυο

Τρόπος Πρόσβασης Νοικοκυριών στο Διαδίκτυο

ΔΕΙΚΤΗΣ Α.3.Σ: % νοικοκυριών με πρόσβαση στο Διαδίκτυο, υποδιαιρούμενων ανά διάταξη πρόσβασης
Χρήστες διαδικτύου τους τελευταίους 3 μήνες
n=1291

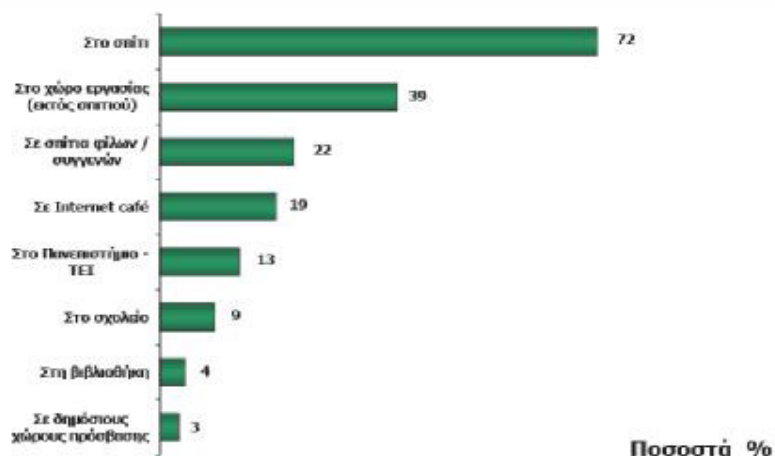


Βασική Πρόσβαση

Γράφημα 4 : Ποσοστό νοικοκυριών με πρόσβαση στο Διαδίκτυο, υποδιαιρουμένων ανά διάταξη πρόσβασης

Θέση Πρόσβασης Ατόμων στο Διαδίκτυο

ΔΕΙΚΤΗΣ Α.4.Σ: % ατόμων με πρόσβαση στο Διαδίκτυο, υποδιαιρούμενων ανά θέση πρόσβασης
Χρήστες διαδικτύου τους τελευταίους 3 μήνες
n=1234



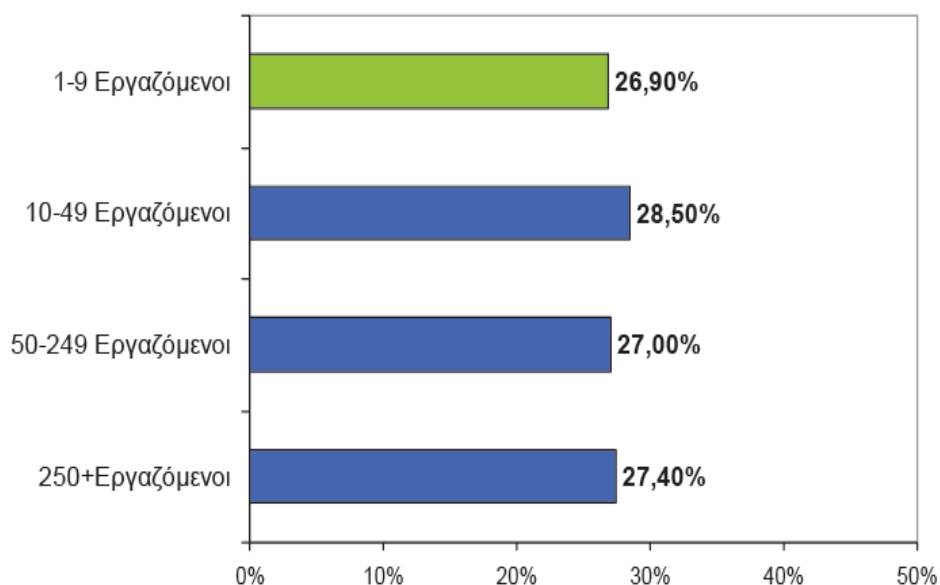
Ποσοστά %

Γράφημα 5 : Ποσοστό ατόμων με πρόσβαση στο Διαδίκτυο, υποδιαιρουμένων ανά θέση πρόσβασης

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Χρήση του Διαδικτύου από Εργαζόμενους

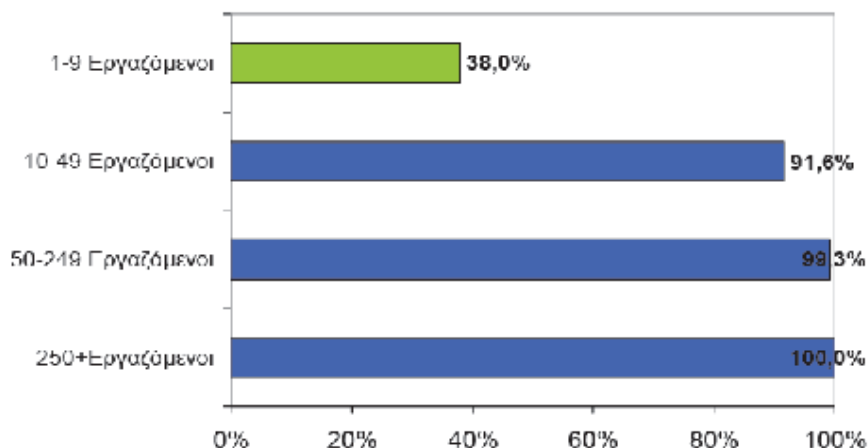
**Δείκτης Β.1: % Εργαζομένων Επιχειρήσεων 10+ που χρησιμοποιούν το
Διαδίκτυο στην Εργασία τους
27,7%**



Γράφημα 6 : Ποσοστό Εργαζομένων Επιχειρήσεων 10+ που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο στην εργασία τους

Χρήση του Διαδικτύου από Επιχειρήσεις (1/2)

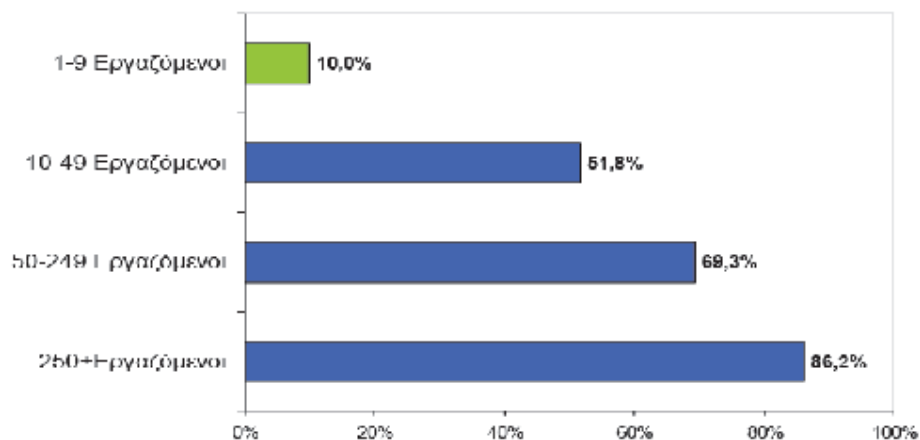
Δείκτης Β.2.Σ % Επιχειρήσεων 10+ με πρόσβαση στο Διαδίκτυο 92,8 %



Γράφημα 7 : Ποσοστό Επιχειρήσεων 10+ με πρόσβαση στο Διαδίκτυο

Χρήση του Διαδικτύου από Επιχειρήσεις (2/2)

Δείκτης Β.3.Σ: % Επιχειρήσεων 10+ που διαθέτουν Web site : 55,6 %



Γράφημα 8 : Ποσοστό Επιχειρήσεων 10+ που διαθέτουν Web Site

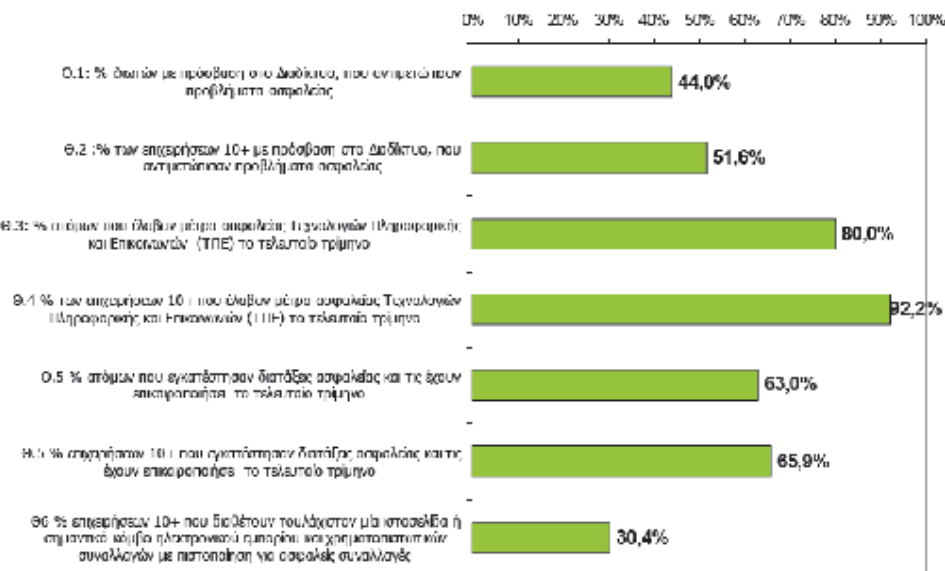
1.9.3 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

ΔΕΙΚΤΗΣ	1-9	10+
Z.1 % κύκλου εργασιών από ηλεκτρονικό εμπόριο	0,04	0,15
Z.3 % επιχειρήσεων που έγιναν αποδέκτες ηλεκτρονικών παραγγελιών	1,1	7,6
Z.4 % επιχειρήσεων που έγιναν αποδέκτες ηλεκτρονικών πληρωμών για πωλήσεις μέσω διαδικτύου επιχειρήσεων	0,7	2,7
Z.5 % επιχειρήσεων που πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές	1,3	11,6

ΔΕΙΚΤΗΣ Z.2 % πληθυσμού που παρήγγειλαν/ αγόρασαν αγαθά ή υπηρεσίες για ιδιωτική χρήση, μέσω Διαδικτύου το τελευταίο τρίμηνο
5 %

Γράφημα 9 : Ποσοστό πληθυσμού που παρήγγειλαν/αγόρασαν αγαθά ή υπηρεσίες για ιδιωτική χρήση, μέσω Διαδικτύου το τελευταίο τρίμηνο

1.9.4 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



Γράφημα 10 : Ασφάλεια στο Διαδίκτυο

1.9.5 ΕΥΡΥΖΩΝΙΚΟΤΗΤΑ

ΔΕΙΚΤΗΣ	ΤΙΜΗ
1.2 : % επιχειρήσεων 10+ με πρόσβαση ευρείας ζώνης	36 %
1.3 : % απόρων (πληθυσμίου) με κατ' οίκον πρόσβαση ευρείας ζώνης	1 %
1.4 : % δημόσιων φορέων με πρόσβαση ευρείας ζώνης*	72 %

Γράφημα 11 : Ευρυζωνικότητα

1.9.6 ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΔΕΙΚΤΕΣ

Από τους παραπάνω πίνακες και γραφήματα, παρατηρούμε συνοπτικά τα εξής:

1. Περίπου το 1 στα 2 νοικοκυριά διαθέτουν πλέον ηλεκτρονικό υπολογιστή (σταθερό ή φορητό).
2. Σχεδόν το 1 στα 4 νοικοκυριά έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο και 1 στους 5 Έλληνες το έχει χρησιμοποιήσει το τελευταίο τρίμηνο.
3. Οι νεαρότερες ηλικιακές ομάδες (16-24: 42%, 25-34: 30%), οι κάτοικοι αστικών κέντρων ανώτερης και ανώτατης μόρφωσης είναι με σημαντική διαφορά οι υπο-ομάδες του πληθυσμού με την υψηλότερη πρόσβαση στο Διαδίκτυο.
4. Περισσότεροι από 1 στους 4 εργαζομένους χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για την εκτέλεση της εργασίας τους.
5. Το σύνολο σχεδόν των επιχειρήσεων που διαθέτει πάνω από 10 εργαζομένους, διαθέτει σύνδεση στο διαδίκτυο και περισσότερες από 1 στις 3 από αυτές διαθέτουν ευρυζωνική σύνδεση (π.χ. Adsl).
6. Εντοπίζεται μια κρίσιμη μάζα καταναλωτών (5% του πληθυσμού) που πραγματοποιούν ηλεκτρονικές παραγγελίες/αγορές. Σε αντίθεση, οι ελληνικές επιχειρήσεις ελάχιστα έχουν καταφέρει να αυξήσουν τον κύκλο εργασιών τους μέσω ηλεκτρονικών παραγγελιών.

ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΔΕΙΚΤΕΣ “E-EUROPE” 2008 ΣΤΙΣ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ

Σε συνέχεια της προηγούμενης έρευνας και σε συνδυασμό την ανακοίνωση της Eurostat για τις τιμές των δεικτών των υπόλοιπων ευρωπαϊκών χωρών, παραθέτουμε παρακάτω τη συγκριτική παρουσίαση των τιμών των δεικτών για την περίοδο 2008. Ειδικότερα, απεικονίζεται σε ποια θέση βρίσκεται η χώρα μας σε

σχέση με:

- Την Ευρώπη των 25,
- Την Ευρώπη των 15 και
- Τις χώρες που βρίσκονται στην υψηλότερη και χαμηλότερη θέση στην κατάταξη.

Συνοπτικά, παρατηρούμε τα εξής συμπεράσματα όσον αφορά τους 4 δείκτες του ηλεκτρονικού επιχειρείν, για τους οποίους υπάρχουν επαρκή στατιστικά στοιχεία από την Eurostat για όλες τις χώρες:

1. Πρόσβαση & Χρήση του Διαδικτύου από τους Πολίτες

Το ποσοστό των νοικοκυριών με πρόσβαση στο Διαδίκτυο υπολογίστηκε σε 24%, ενώ οι αντίστοιχες τιμές του δείκτη για την Ευρώπη των 15 και την Ευρώπη των 25 ανέρχεται σύμφωνα πάντα με την Eurostat σε ποσοστό 55% και 49% αντίστοιχα.

2. Πρόσβαση & Χρήση του Διαδικτύου από τις Επιχειρήσεις

Ιδιαίτερα υψηλά είναι τα ποσοστά πρόσβασης και χρήσης του διαδικτύου από τις επιχειρήσεις που απασχολούν τουλάχιστον 10 υπαλλήλους. Οι τιμές όλων των δεικτών βρίσκονται πολύ κοντά στη μέση τιμή της Ευρώπης των 25 και της Ευρώπης των 15. Να τονίσουμε, βέβαια, ότι οι μικρές επιχειρήσεις που απασχολούν μέχρι 9 υπαλλήλους αποτελούν την πλειοψηφία των ελληνικών επιχειρήσεων.

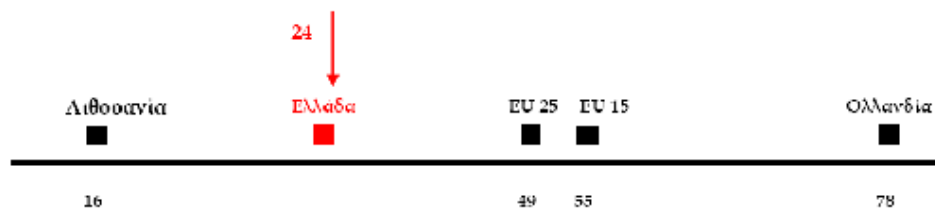
3. Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Το ποσοστό 5% του πληθυσμού που χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο για παραγγελίες/αγορές προϊόντων ή υπηρεσιών αποτελεί την κρίσιμη μάζα για την ανάπτυξη και αποδοχή αυτού του εναλλακτικού δικτύου διανομής και πώλησης προϊόντων.

4. Ευρυζωνικότητα

Η Ελλάδα αύξησε το ποσοστό των νοικοκυριών με πρόσβαση ευρείας ζώνης από 0,5% τον Ιανουάριο 2008 σε 1% τον Ιούνιο του ίδιου έτους. Παρόλα αυτά, η χώρα μας υπολείπεται σημαντικά συγκρινόμενη με την τιμή του δείκτη για την Ευρώπη των 15 και την Ευρώπη των 25 για το 2008, η οποία εκτιμάται σε ποσοστό 25% και 23% αντίστοιχα. Τέλος, θα πρέπει να τονίσουμε ότι το ποσοστό μεταβολής για την Ευρώπη των 15 και την Ευρώπη των 25 από το έτος 2007 στο έτος 2008 ανέρχεται στο 47% και 53% αντίστοιχα.

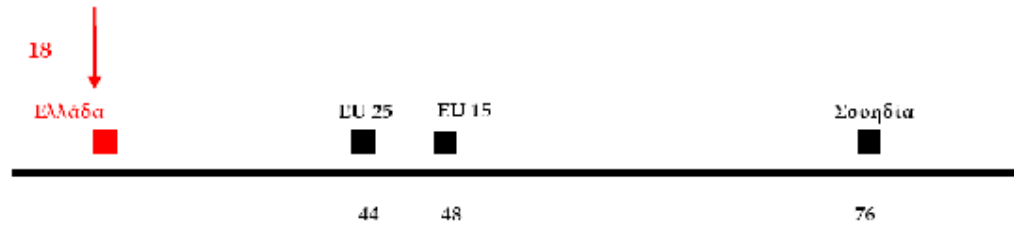
Α. Πρόσβαση & Χρήση του Διαδικτύου από τους Πολίτες



Σχήμα 2 : Δείκτης Α.1 – Ποσοστό νοικοκυριών με πρόσβαση στο Διαδίκτυο

Πίνακας 1 : Ποσοστό μεταβολής της ΕΥ για το Δείκτη Α.1

	2008	2007	% Μεταβολής
ΕΥ15	55	46	19,5
ΕΥ25	49	43	14

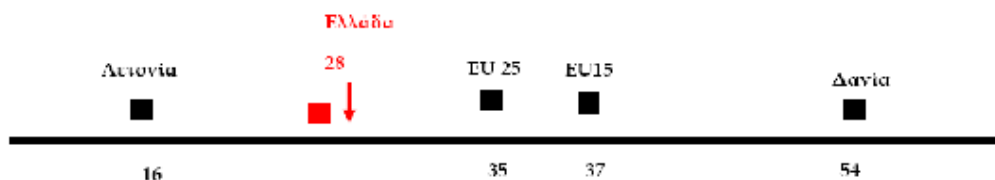


Σχήμα 3 : Δείκτης Α.2 – Ποσοστό ατόμων που χρησιμοποιούν συχνά το Διαδίκτυο

Πίνακας 2 : Ποσοστό Μεταβολής της ΕU για το Δείκτη Α.2

	2007	2008	% Μεταβολής
ΕU15	41	48	17
ΕU25	38	44	15,7

Β. Πρόσβαση & Χρήση του Διαδικτύου από τις Επιχειρήσεις

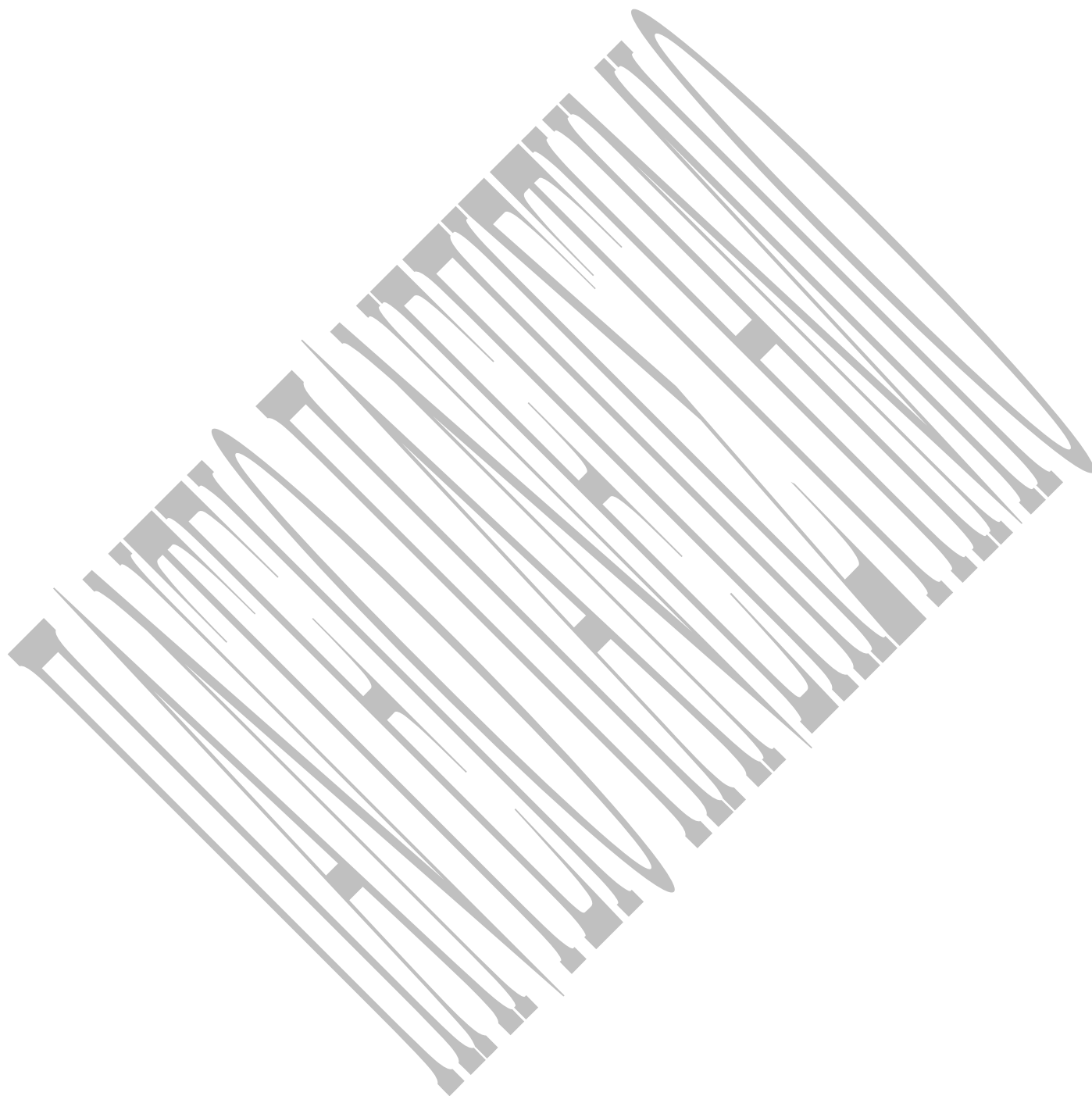


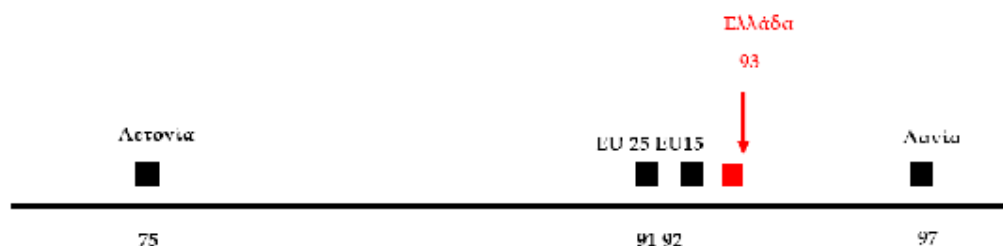
Σχήμα 4 : Δείκτης Β.1 – Ποσοστό υπαλλήλων που χρησιμοποιούν υπολογιστές συνδεδεμένους με το Διαδίκτυο για τη διεκπεραίωση των κανονικών καθηκόντων τους

Πίνακας 3 : Ποσοστό Μεταβολής της ΕU για το Δείκτη Β.1

	2007	2008	% Μεταβολής
--	------	------	-------------

EU15	25	37	48
EU25	25	35	40

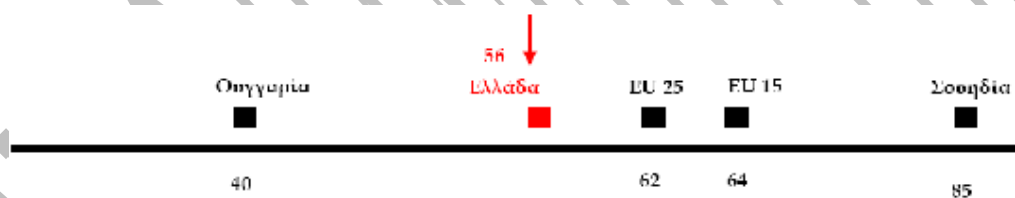




Σχήμα 5 : Δείκτης Β.2 – Ποσοστό των επιχειρήσεων 10+ που έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο

Πίνακας 4 : Ποσοστό Μεταβολής της EU για το Δείκτη Β.2

	2007	2008	% Μεταβολής
EU15	90	92	2,2
EU25	89	91	2,2



Σχήμα 6 : Δείκτης Β.3 – Ποσοστό των επιχειρήσεων 10+ που διαθέτουν ιστοσελίδα

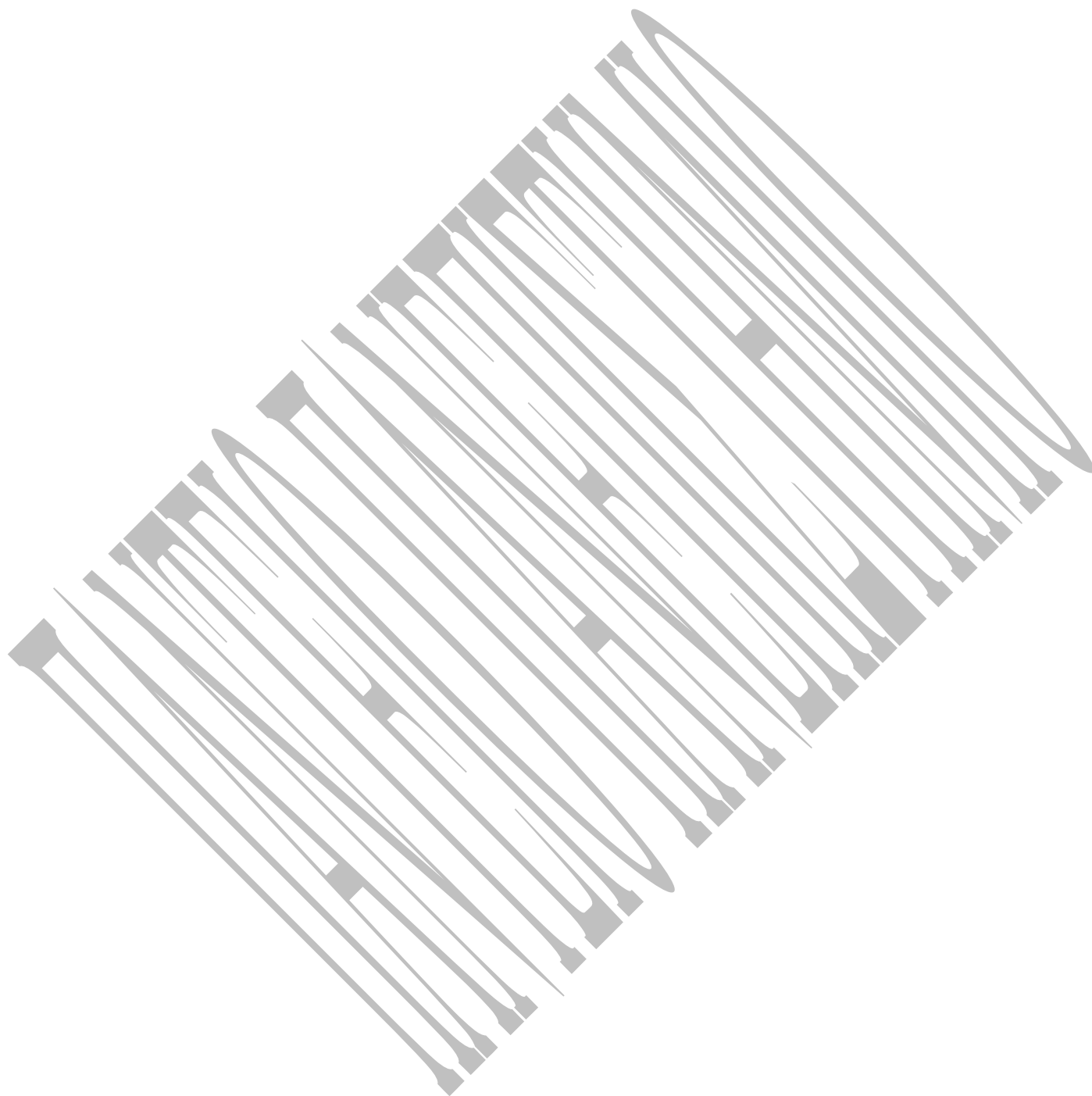
Πίνακας 5 : Ποσοστό Μεταβολής της EU για το Δείκτη Β.3

	2007	2008	% Μεταβολής
EU15	60	64	6,6
EU25	58	62	6,9



Σχήμα 7 : Δείκτης Β.4 – Ποσοστό των επιχειρήσεων 10+ που χρησιμοποιούν

Intranet/Extranet



Πίνακας 6 : Ποσοστό Μεταβολής της EU για το Δείκτη Β.4

	2007	2008	% Μεταβολής
EU15	14	17	21,4
EU25	12	15	25

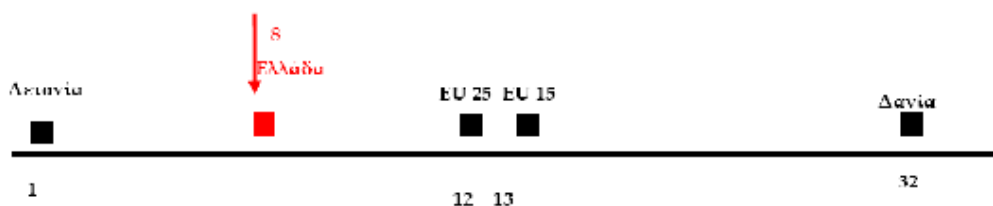
Γ. Ηλεκτρονικές Αγορές και Πωλήσεις (Ηλεκτρονικό Εμπόριο)



Σχήμα 8 : Δείκτης Γ.1 – Ποσοστό του πληθυσμού που παρήγγειλε/αγόρασε αγαθά και υπηρεσίες για ιδιωτική χρήση από το Διαδίκτυο το τελευταίο τρίμηνο

Πίνακας 7 : Ποσοστό μεταβολής της EU για το Δείκτη Γ.1

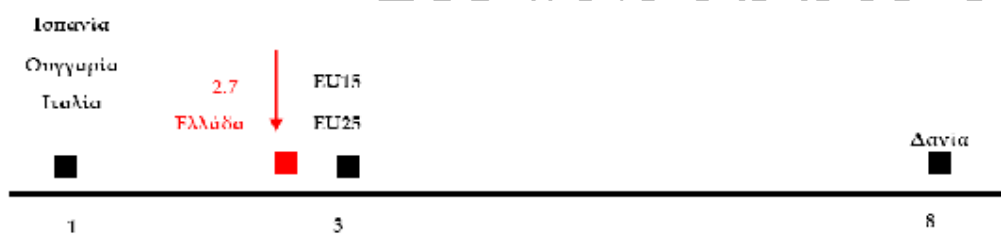
	2007	2008	% Μεταβολής
EU15	21	23	9,5
EU25	17	19	11,7



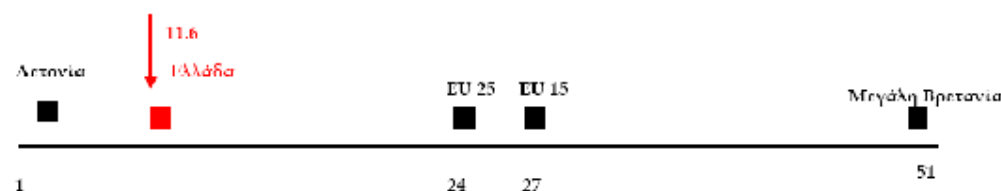
Σχήμα 9 : Δείκτης Γ.2 – Ποσοστό επιχειρήσεων που έγιναν αποδέκτες ηλεκτρονικών παραγγελιών

Πίνακας 8 : Ποσοστό μεταβολής της ΕΥ για το Δείκτη Γ.2

	2007	2008	% Μεταβολής
ΕΥ15	15	13	Μείωση
ΕΥ25	13	12	Μείωση



Σχήμα 10 : Δείκτης Γ.3 – Ποσοστό επιχειρήσεων 10+ που έγιναν αποδέκτες ηλεκτρονικών πληρωμών για πωλήσεις μέσω Διαδικτύου

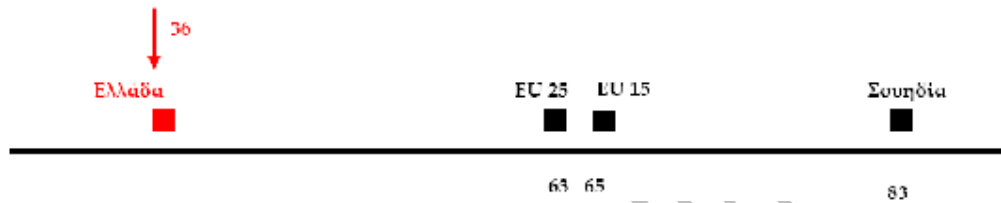


Σχήμα 11 : Δείκτης Γ.4 – Ποσοστό επιχειρήσεων που πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές

Πίνακας 9 : Ποσοστό μεταβολής της ΕΥ για το Δείκτη Γ.4

	2007	2008	% Μεταβολής
ΕΥ15	29	27	Μείωση
ΕΥ25	26	24	Μείωση

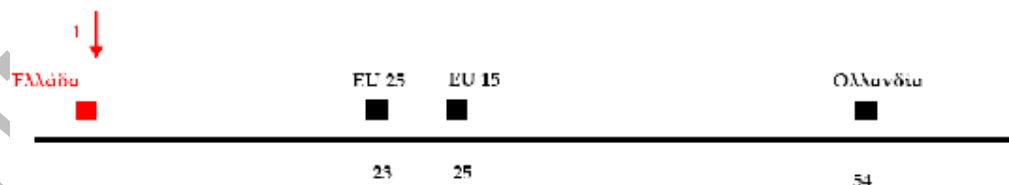
Δ. Ευρυζωνικότητα (Διείσδυση Ευρυζωνικών Δικτύων)



Σχήμα 12 : Δείκτης Δ.1 – Ποσοστό επιχειρήσεων με πρόσβαση ευρείας ζώνης

Πίνακας 10 : Ποσοστό μεταβολής της ΕΥ για το Δείκτη Δ.1

	2007	2008	% Μεταβολής
ΕΥ15	55	65	18,9
ΕΥ25	52	63	21,1



Σχήμα 13 : Δείκτης Δ.2 – Ποσοστό νοικοκυριών με πρόσβαση ευρείας ζώνης

Πίνακας 11 : Ποσοστό μεταβολής της ΕΥ για το Δείκτη Δ.2

	2007	2008	% Μεταβολής
ΕΥ15	17	25	47
ΕΥ25	15	23	53

§ 2. ΤΟΥ INTERNET ΉΝΝΟΙΑ ΒΑΝΚΙΝΓ

2.1 Η ΠΡΟΚΛΗΣΗ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ & ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΓΙΑ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ

Με την αλματώδη ανάπτυξη της τεχνολογίας των υπολογιστών και των τηλεπικοινωνιών, αλλά και με την ολοένα αυξανόμενη διείσδυση του διαδικτύου σε παγκόσμια κλίμακα, η “παραδοσιακή” οικονομία άλλαξε. Πλέον, όλοι μιλάνε για τη “νέα παγκόσμια οικονομία”, η οποία είναι άμεσα συνυφασμένη με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, οι οποίοι είναι συνδεδεμένοι σε δίκτυα, όπως το Διαδίκτυο (Internet) και έχουν αλλάξει ριζικά τις δομές της. Σε αυτήν, λοιπόν, τη νέα οικονομία, δε θα μπορούσαν να μείνουν αμέτοχες οι επιχειρήσεις και ειδικότερα τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα (τράπεζες) που κατά κύριο τη διαμορφώνουν.

Στο προηγούμενο κεφάλαιο αναφέραμε ότι, “όποια επιχείρηση δεν αλλάξει, αργά ή γρήγορα θα πεθάνει”, κάτι που σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις πρέπει συνεχώς να παρακολουθούν τις αλλαγές που συντελούνται στο εξωτερικό τους περιβάλλον και να προσαρμόζονται κατάλληλα σε αυτές. Βλέποντας, λοιπόν, οι τράπεζες την αλλαγή του παγκόσμιου σκηνικού, από την παραδοσιακή οικονομία στη νέα οικονομία με ηλεκτρονικά μέσα, δημιούργησαν ένα νέο εναλλακτικό τραπεζικό κανάλι προώθησης των υπηρεσιών τους, την ηλεκτρονική τραπεζική (e-Banking). Ουσιαστικά, πρόκειται για ένα τμήμα του ηλεκτρονικού εμπορίου που αναπτύσσεται μέσω δικτύων, όπως το διαδίκτυο και παρέχει ένα μεγάλο εύρος τραπεζικών υπηρεσιών, από εξατομικευμένες καταναλωτικές τραπεζικές υπηρεσίες μέχρι διατραπεζικές μεταφορές κεφαλαίων και χαρτοφυλακίων σε όλο τον κόσμο.

Με τη βοήθεια του διαδικτύου, λοιπόν, δημιουργούνται τεράστιες ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις γενικότερα, να ανταγωνιστούν ευκολότερα στη σημερινή ψηφιακή εποχή και να αυξήσουν την πελατειακή τους βάση, μειώνοντας ταυτόχρονα το λειτουργικό κόστος τους. Γενικά, υπάρχουν τριών ειδών επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο διαδίκτυο, ή αλλιώς τρεις κατηγορίες επιχειρηματικής δραστηριότητας στο διαδίκτυο (Μαρούδη, Ηλεκτρονική Τραπεζική):

- 1) Οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο ως ένα εναλλακτικό κανάλι του Marketing (διαφήμιση και προβολή),
- 2) Οι επιχειρήσεις που αποσκοπούν στην παροχή πληροφοριών και υπηρεσιών

- στους πελάτες τους (π.χ. τουριστικές, συμβουλευτικές, εταιρίες τύπου κλπ.) και
- 3) Οι επιχειρήσεις που πωλούν προϊόντα και υπηρεσίες μέσω του διαδικτύου, δηλαδή αυτές που χρησιμοποιούν πλήρως το ηλεκτρονικό εμπόριο. Σε αυτήν την τρίτη κατηγορία ανήκουν και μερικές τράπεζες που χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-Banking) ως ένα δίαυλο προώθησης των υπηρεσιών τους μέσω του Internet.

Μάλιστα, μερικοί χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί έχουν υποκαταστήσει τα γνωστά κανάλια επικοινωνίας και προώθησης των τραπεζικών προϊόντων (υποκαταστήματα) με τα ηλεκτρονικά κανάλια (e-Banking), με σκοπό την μεγιστοποίηση των κερδών τους και την ελαχιστοποίηση του κόστους των παρεχόμενων υπηρεσιών τους. Αυτές, είναι οι λεγόμενες “εικονικές τράπεζες” (ή internet – only banks), οι οποίες από τα μέσα της δεκαετίας του 1990 άρχιζαν να λειτουργούν αποκλειστικά μέσω του διαδικτύου, χωρίς να έχουν κάποιο φυσικό υποκατάστημα ή γραφείο.

Γενικά, οι τράπεζες που χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, εκμεταλλεύονται αφενός τις δυνατότητες του διαδικτύου, αφ’ ετέρου τις δυνατότητες των κλειστών τηλεπικοινωνιακών δικτύων, με σκοπό να πραγματοποιήσουν συναλλαγές μεταξύ τους αλλά και με το ευρύ καταναλωτικό κοινό.

2.2 ΟΡΙΣΜΟΣ INTERNET BANKING

Ο διεθνής όρος Internet Banking¹ αποδίδεται στην ελληνική ως «Διαδικτυακή Τραπεζική», όμως πιο συχνά χρησιμοποιείται ισοδύναμα ο όρος «Ηλεκτρονική Τραπεζική» ή E-Banking. Παρά το γεγονός ότι συχνά δεν γίνεται διάκριση μεταξύ των όρων Internet Banking και E-Banking, ο ένας αποτελεί ειδικότερη κατηγορία του άλλου. Πιο συγκεκριμένα, με τον όρο Ηλεκτρονική Τραπεζική (E-Banking) εννοούμε όλες εκείνες τις υπηρεσίες που παρέχουν οι τράπεζες μέσω του Διαδικτύου, χωρίς δηλαδή τη φυσική παρουσία του πελάτη στο υποκατάστημα μιας τράπεζας. Εναλλακτικά, θα μπορούσαμε να ορίσουμε την Ηλεκτρονική Τραπεζική ως την αυτοματοποιημένη παροχή νέων και παραδοσιακών προϊόντων και υπηρεσιών χρηματοοικονομικής φύσης, απευθείας στους πελάτες μέσω ηλεκτρονικών, αλληλεπιδραστικών καναλιών επικοινωνίας.

Ανάλογα με το κανάλι που χρησιμοποιείται για να διανεμηθούν οι υπηρεσίες, διακρίνουμε το E-Banking σε Internet Banking όπου το Internet χρησιμοποιείται ως μέσο διεξαγωγής τραπεζικών δραστηριοτήτων, σε Mobile Banking όπου οι συναλλαγές πραγματοποιούνται μέσω κινητού τηλεφώνου ή PDA και σε Phone Banking όπου χρησιμοποιείται το τηλέφωνο. Επομένως, η έννοια του E-Banking είναι ευρύτερη και περιλαμβάνει την έννοια του Internet Banking. Πιο συγκεκριμένα, το Internet Banking αναφέρεται στην ικανότητα ενός συνδρομητή του διαδικτύου να έχει πλήρη πρόσβαση στο τραπεζικό σύστημα και ως αποτέλεσμα αυτού να διαλέγει και να χρησιμοποιεί προϊόντα και υπηρεσίες διαμέσου του Internet όπως θα έκανε αν βρισκόταν σε κάποιο «φυσικό» υποκατάστημα της τράπεζας.

¹ Εναλλακτικές ταυτόσημες έννοιες που συναντώνται στη διεθνή βιβλιογραφία είναι οι web banking και on-line banking.
ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

2.3 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ INTERNET BANKING

Για να υπάρξει το Internet Banking απαραίτητο συστατικό στοιχείο είναι η δυνατότητα πρόσβασης στο λεγόμενο Διαδίκτυο ή Internet όπως αποκαλείται διεθνώς, εργαλείο το οποίο τα τελευταία χρόνια έχει εισβάλει στη ζωή μας και τείνει να αποκτήσει δεσπόζουσα θέση στην καθημερινότητά μας.

Όλα ξεκίνησαν στα τέλη της δεκαετίας του 1960, όταν ο οργανισμός ARPA (Advanced Research Projects Agency) στις Η.Π.Α., προσανατολισμένος σε ερευνητικά προγράμματα υψηλής τεχνολογίας, ξεκίνησε μια ερευνητική δραστηριότητα σχετικά με τα δίκτυα, δημιουργώντας το ARPAnet το οποίο αποτέλεσε πρόδρομο του Internet. Το 1971, μόνον τέσσερις υπερυπολογιστές ήταν συνδεδεμένοι στο δίκτυο. Το 1995, οι συνολικοί κόμβοι ήταν δεκάδες χιλιάδες, ενώ περισσότεροι από πέντε εκατομμύρια περίπου χρήστες ανά τον κόσμο συνδέονται καθημερινά στο δίκτυο για τις συναλλαγές τους, για να συνομιλήσουν, ν' ανταλλάξουν απόψεις, γνώσεις και προγράμματα.

Σταθμός στην ιστορία του διαδικτύου αποτελεί το έτος 1993 οπότε και κατασκευάστηκε ο παγκόσμιος ιστός (World Wide Web) στο CERN της Ελβετίας. Ο παγκόσμιος ιστός συνέβαλε στη δημιουργία μιας ευρύτερης και πιο εύκολα προσβάσιμης δικτυακής υποδομής. Το 1994 ανακαλύφθηκε ο Netscape Navigator, ο πρώτος περιηγητής του διαδικτύου (browser), που καθιστούσε πλέον δυνατή την περιήγηση στο Internet οποιουδήποτε διέθετε έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή και ένα modem.

Η ιστορία του Internet Banking ξεκινά στα τέλη της δεκαετίας του 1980 όταν οι μεγαλύτερες τράπεζες των Ηνωμένων Πολιτειών εισήγαγαν την έννοια του Home Banking (ή PC Banking). Με το Home Banking οι τράπεζες έδιναν τη δυνατότητα στους πελάτες τους να πραγματοποιούν τις βασικές τραπεζικές τους συναλλαγές από το σπίτι μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή. Οι τράπεζες, έχοντας αναπτύξει τα κατάλληλα δίκτυα και παρέχοντας στους πελάτες τους δωρεάν λογισμικό, στόχευαν να εξαπλωθεί η καινούρια αυτή υπηρεσία στους πλέον απαιτητικούς και εύπορους πελάτες. Ο κύκλος ζωής του Home Banking ήταν σύντομος καθώς στα μέσα της δεκαετίας του 1990 επικράτησε το Internet Banking. Το σημαντικότερο πλεονέκτημα

που προσέφερε το Internet Banking σε σχέση με τον προκάτοχό του ήταν το γεγονός ότι οι τράπεζες δεν απαιτούνταν πλέον να συντηρούν ιδιωτικά δίκτυα τα οποία συνεπάγονταν υψηλό κόστος. Επιπλέον, ούτε οι πελάτες χρειαζόταν να εφοδιάζονται με κάποιο ιδιαίτερο λογισμικό ώστε να έχουν πρόσβαση στο σύστημα της τράπεζας. Το Internet ως ανοιχτό σύστημα αποτέλεσε πρόκληση για τις τράπεζες οι οποίες διέκριναν την ευκαιρία να διευρύνουν μέσω αυτού την πελατειακή τους βάση.

Το 1995 η αμερικανική Wells Fargo ήταν η πρώτη τράπεζα η οποία έδωσε στους πελάτες της την δυνατότητα online πρόσβασης στους τραπεζικούς τους λογαριασμούς. Τον Οκτώβριο του 1995 ιδρύθηκε στο Κεντάκι των Η.Π.Α. η πρώτη αμιγώς διαδικτυακή τράπεζα η “Security First Network Bank”. Στην Ελλάδα η πρώτη εφαρμογή Internet Banking παρουσιάστηκε τον Φεβρουάριο του 1998. Την καινοτομία αυτή εισήγαγε στην Ελλάδα, που αριθμούσε τότε λίγο περισσότερους από 100.000 συνδρομητές Internet, η Εγνατία Τράπεζα παρουσιάζοντας την ολοκληρωμένη υπηρεσία Web Teller μέσω της οποίας οι καταναλωτές είχαν τη δυνατότητα να διεκπεραιώνουν τις τραπεζικές τους συναλλαγές μέσω του Internet.

2.4 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ² INTERNET BANKING

Τα πιστωτικά ιδρύματα που δραστηριοποιούνται στο χώρο της παροχής τραπεζικών υπηρεσιών μέσω διαδικτύου ακολουθούν κατά βάση ένα από τα ακόλουθα δύο γενικά επιχειρηματικά μοντέλα:

- Μοντέλο Brick & Click ή Click & Mortar

Το μοντέλο αυτό ακολουθείται από τράπεζες που διαθέτουν φυσική υπόσταση, δηλαδή έχουν ένα εδραιωμένο δίκτυο «φυσικών» καταστημάτων και επιπλέον έχουν εισάγει το Internet Banking ως ένα εναλλακτικό δίκτυο διανομής των προϊόντων και υπηρεσιών τους, το οποίο δρα συμπληρωματικά στο ήδη υπάρχον δίκτυο διανομής που έχουν και δεν το υποκαθιστά. Οι τράπεζες θεωρούν ότι εφαρμόζοντας αυτό το μοντέλο αυξάνουν την αποτελεσματικότητά τους και την επιχειρηματική τους αξία καθώς παρέχουν τη δυνατότητα στους πελάτες τους να συνδυάσουν το δίκτυο καταστημάτων με το Internet ώστε να εξυπηρετούνται

² Σύμφωνα με ορισμό του καθηγητή Michael Rappa (2004), ένα επιχειρηματικό μοντέλο είναι μια μέθοδος να ασκεί κανείς επιχειρηματική δραστηριότητα, από την οποία μπορεί η επιχείρηση να στηριχθεί από μόνη της, δηλαδή να παράγει εισόδημα.
ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Σε μερικές περιπτώσεις, οι τράπεζες που ακολουθούν το συγκεκριμένο μοντέλο δημιουργούν για τα κανάλια τους μέσω διαδικτύου μια ξεχωριστή επωνυμία.

Η διάκριση αυτή γίνεται για λόγους Marketing καθώς οι διαδικτυακές τράπεζες που δημιουργούνται δεν έχουν ξεχωριστή οντότητα αλλά ανήκουν στην τράπεζα που τις ίδρυσε. Παράδειγμα μιας τέτοιας στρατηγικής στην ελληνική πραγματικότητα αποτελεί η ηλεκτρονική τράπεζα Winbank της τράπεζας Πειραιώς που αν και λειτουργεί με διαφορετική επωνυμία, αποτελεί μέλος του ομίλου της Πειραιώς.

- Μοντέλο Virtual ή Internet only Bank³

Το μοντέλο αυτό αφορά πιστωτικά ιδρύματα που δεν έχουν «φυσικό» δίκτυο διανομής, δηλαδή καταστήματα αλλά έχουν παρουσία αποκλειστικά στο Internet, το οποίο και χρησιμοποιούν ως κύριο κανάλι διανομής των προϊόντων και υπηρεσιών τους. Οι τράπεζες που ακολουθούν αυτό το μοντέλο επιχειρηματικής δράσης έχουν πολύ λιγότερα λειτουργικά έξοδα από τις τράπεζες που διαθέτουν καταστήματα και επομένως μπορούν να μετακυλήσουν το ανταγωνιστικό αυτό πλεονέκτημα στους πελάτες τους προσφέροντας χαμηλότερες χρεώσεις και ελκυστικά επιτόκια. Στη χώρα μας το μοντέλο αυτό δεν συναντάται. Διεθνή παραδείγματα τραπεζών που δραστηριοποιούνται αποκλειστικά στο Internet και εμπίπτουν στο μοντέλο αυτό είναι τα εξής : Bank of Internet USA και E*TRADE Bank με έδρα τις ΗΠΑ, Smile Bank και First-E Bank με έδρα την Ευρώπη, Japan Net Bank και Sony Bank με έδρα την Ασία.

2.5 ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΠΟ ΤΟ INTERNET BANKING

Τα είδη των παρεχόμενων τραπεζικών υπηρεσιών μέσω του Internet μπορούν να διαχωριστούν στις τρεις επόμενες ευρείες κατηγορίες:

1. Υπηρεσίες παροχής πληροφοριών μόνο

Στη περίπτωση αυτή, χρησιμοποιούνται συστήματα που επιτρέπουν την πρόσβαση σε πληροφορίες που διατίθενται δημοσίως ή σχετίζονται με το Marketing μίας τράπεζας. Κατά συνέπεια, η τράπεζα διαθέτει ηλεκτρονικά τις πληροφορίες που οι πελάτες έβρισκαν παραδοσιακά σε έντυπα ή σε άλλα μέσα ενημέρωσης. Ωστόσο,

³ Η στρατηγική των τραπεζών που ακολουθούν αυτό το επιχειρηματικό μοντέλο συναντάται στη διεθνή βιβλιογραφία ως “Pure Play Internet Business Strategy”.
ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

ακόμη και σε αυτή την περίπτωση, με τη χρήση της σημερινής τεχνολογίας οι συλλεγόμενες πληροφορίες για τους επισκέπτες πελάτες μπορούν να δημιουργήσουν στόχους για συγκεκριμένα προϊόντα, υπηρεσίες ή πληροφορίες που έχουν ήδη ζητηθεί. Οι Managers μπορούν επίσης να χρησιμοποιήσουν αυτές τις πληροφορίες για τη δημιουργία και προώθηση νέων προϊόντων.

2. Υπηρεσίες ανταλλαγής πληροφοριών

Εδώ τα χρησιμοποιούμενα ηλεκτρονικά συστήματα είναι αλληλοδραστικά (Interactive), δίνοντας τη δυνατότητα μεταφοράς ευαίσθητων μηνυμάτων, εγγράφων ή αρχείων μεταξύ των χρηματοπιστωτικών οργανισμών και των πελατών τους.

Ουσιαστικά, στην περίπτωση αυτή χρησιμοποιείται το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο που επιτρέπει τη μεταφορά εμπιστευτικών πληροφοριών, καθώς και συστήματα που επιτρέπουν την αμφίπλευρη μεταφορά στοιχείων μεταξύ βάσεων δεδομένων και δικτύων των τραπεζών και των πελατών. Μία θέση (Web Site) στο Internet που επιτρέπει την on-line κατάθεση αίτησης για ένα δάνειο ή για ένα λογαριασμό καταθέσεων αποτελεί παράδειγμα υπηρεσίας αυτής της κατηγορίας. Βασικό ζητούμενο αυτών των υπηρεσιών είναι η ασφάλεια των δεδομένων, που περικλείει την εμπιστευτικότητα των προσωπικών πληροφοριών, την ακεραιότητα των πληροφοριών, την πιστοποίηση της αυθεντικότητας των χρηστών κλπ.

3. Υπηρεσίες ολοκληρωμένων συναλλαγών

Εδώ τα χρησιμοποιούμενα συστήματα παρέχουν όλες τις προηγούμενες δυνατότητες, αλλά και τη δυνατότητα on-line συναλλαγών, διαχείρισης λογαριασμών, μεταφοράς χρημάτων μεταξύ λογαριασμών, την πληρωμή υποχρεώσεων κλπ. Εδώ συμπεριλαμβάνονται ουσιαστικά τα ηλεκτρονικά συστήματα πληρωμών (Electronic Payment Systems). Τα συστήματα αυτά προσομοιάζουν τα αντίστοιχα παραδοσιακά συστήματα αφού προέρχονται από το ίδιο μοντέλο νομισματικής χρήσης. Υπό αυτή την έννοια, ακολουθούν τα ίδια γενικά βήματα μέσα στον κύκλο πληρωμών (εισαγωγή εντολής, διευθέτηση, αποστολή πληρωμής).

Σε όλες τις περιπτώσεις, η εμπιστοσύνη προς τους συμμετέχοντες (π.χ. τράπεζες και οργανισμούς που εκδίδουν τις εντολές, διαχειρίζονται και διευθετούν τις πληρωμές) αλλά και τη διαδικασία αποτελούν κρίσιμους παράγοντες για την αποδοχή και την επιβίωση αυτού του συστήματος πληρωμών. Άλλα κριτήρια είναι η ασφάλεια, η νομιμότητα των συναλλαγών, η αποτελεσματικότητα, το κόστος και η αξιοπιστία, καθώς και η αποδοχή εκ μέρους του εμπορικού κόσμου.

Η εκμετάλλευση των παραπάνω δυνατοτήτων στηρίζεται και στην ύπαρξη της αναγκαίας ηλεκτρονικής υποδομής και εντός των τραπεζών, για την παροχή τόσο των κλασικών υπηρεσιών, όσο και των υπηρεσιών που αναδύονται μέσα από τις νέες συνθήκες λειτουργίας της οικονομίας. Συνοπτικά θα αναφερθούν τα απαιτούμενα στοιχεία υποδομής και για την παροχή on-line χρηματιστηριακών υπηρεσιών, που αποτελούν βασικό πρόσθετο πεδίο δραστηριοποίησης των τραπεζών.

Αυτά είναι τα εξής :

- Στοιχεία και πληροφορίες για τους πελάτες (Client Management).
- Κεντρική διαχείριση χαρτοφυλακίου (Portfolio Management).
- Πωλήσεις χρηματιστηριακών πληροφοριών (Interface – Vendor of Financial Data).
- Διεκπεραίωση συναλλαγών (Trading and Order Management).

2.6 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ – ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ INTERNET BANKING

Η χρήση του Διαδικτύου και των νέων τεχνολογιών από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα έχει αλλάξει τον τρόπο διεξαγωγής των συναλλαγών, οι οποίες πλέον δεν απαιτούν τη φυσική παρουσία των συναλλασσομένων. Τα πλεονεκτήματα όσο και τα μειονεκτήματα που συνεπάγεται η νέα αυτή κατάσταση αγγίζουν τόσο τις τράπεζες όσο και τους πελάτες αυτών.

Πιο συγκεκριμένα:

2.6.1 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ

- Διαθεσιμότητα

Οι δικτυακοί τόποι των τραπεζών που προσφέρουν υπηρεσίες Internet Banking δεν κλείνουν ποτέ (μόνο για λόγους συντήρησης). Επομένως, ο πελάτης δεν περιορίζεται από το ωράριο λειτουργίας των «φυσικών» τραπεζικών καταστημάτων και μπορεί επί 24ώρου βάσεως 365 μέρες το χρόνο να πραγματοποιήσει μέσω του Internet τις συναλλαγές που επιθυμεί. Το γεγονός αυτό είναι ιδιαίτερης σημασίας για τους πολυσχολους πελάτες που δεν είναι διατεθειμένοι να περιμένουν στην ουρά σε κάποια τράπεζα για να εξυπηρετηθούν.

- Φορητότητα

Δεν υπάρχει γεωγραφικός περιορισμός στις υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω του Internet Banking. Αυτό σημαίνει ότι ο πελάτης μπορεί από οποιοδήποτε σημείο της γης και αν βρίσκεται να συνδεθεί με την τράπεζά του και να πραγματοποιήσει συναλλαγές με μοναδική προϋπόθεση να έχει πρόσβαση στον Παγκόσμιο Ιστό. Επομένως, το νέο εναλλακτικό κανάλι διανομής καταργεί τα σύνορα και εκμηδενίζει τις αποστάσεις. Πλέον, το τραπεζικό κατάστημα απέχει όσο και το πάτημα ενός κουμπιού στον υπολογιστή. Επιπροσθέτως, δεν απαιτείται από τον πελάτη η προμήθεια εξειδικευμένου λογισμικού, όπως συνέβαινε παλαιότερα με τον πρόδρομο του Internet Banking το Home Banking.

- **Ευκολία – Ταχύτητα συναλλαγών**

Όλες οι υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω της Διαδικτυακής Τραπεζικής είναι συγκεντρωμένες σε έναν και μόνο δικτυακό τόπο της τράπεζας, με αποτέλεσμα ο πελάτης να μπορεί εύκολα και γρήγορα να επιλέξει τη συναλλαγή που επιθυμεί να πραγματοποιήσει. Με ένα «κλικ» και μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα ολοκληρώνονται συναλλαγές όπως πληρωμή ενός λογαριασμού ή εξόφληση μιας πιστωτικής κάρτας, οι οποίες με την «παραδοσιακή» τραπεζική ή ακόμα και μέσω των ΑΤΜ's απαιτούσαν πολύ περισσότερο κόπο και χρόνο.

- **Αποτελεσματικότητα**

Οι περισσότερες τράπεζες που δραστηριοποιούνται στο on-line Banking προσφέρουν στις ιστοσελίδες τους εύχρηστα εργαλεία όπως υπηρεσίες τύπου Alert⁴, υπολογισμός δόσεων δανείων, προγράμματα διαχείρισης χαρτοφυλακίου κ.ά. Η χρήση των εργαλείων αυτών καθιστά αποτελεσματικότερο το χειρισμό των περιουσιακών στοιχείων εκ μέρους των πελατών.

2.6.2 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ

- **Χρονοβόρα εγγραφή πελατών**

Η εγγραφή ενός νέου πελάτη στις υπηρεσίες του Internet Banking μπορεί να γίνει με τη συμπλήρωση μιας αίτησης η οποία μπορεί να υποβληθεί από τον ίδιο τον πελάτη σε κάποιο κατάστημα της τράπεζας ή μπορεί να αποσταλεί ηλεκτρονικά. Σε μερικές περιπτώσεις, ο νέος πελάτης μπορεί να χρειαστεί να περιμένει αρκετά (1 ημέρα έως 2 εβδομάδες) μέχρις ότου να του δοθούν οι κωδικοί πρόσβασης και να μπορεί να ενεργοποιήσει τις υπηρεσίες του Internet Banking.

- **Δυσκολία στο χειρισμό**

Οι τραπεζικοί δικτυακοί τόποι που παρέχουν υπηρεσίες Internet Banking μπορεί να φανούν δύσχρηστοι σε πελάτες με μικρή εξοικείωση με το Internet. Το άνοιγμα ενός on-line λογαριασμού ή η on-line αίτηση για λήψη δανείου μπορεί για κάποιους που είναι εξοικειωμένοι να είναι κάτι το απλό. Κάποιους άλλους μπορεί να τους τρομάζει και να τους καθιστά διστακτικούς λόγω των ελλিপών γνώσεών τους στις νέες τεχνολογίες.

- **Δυσπιστία χρηστών**

⁴ Ο όρος αυτός αναφέρεται σε συνεχείς ενημερώσεις των πελατών μέσω e-mail ή γραπτών μηνυμάτων, όσον αφορά μεταβολές των λογαριασμών, χρηματιστηριακές συναλλαγές κ.ά.
ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

Αρκετοί χρήστες του διαδικτύου αντιμετωπίζουν ακόμα και σήμερα την Ηλεκτρονική Τραπεζική με δυσπιστία. Τα φαινόμενα ηλεκτρονικής απάτης, σε συνδυασμό με την ελλιπή ενημέρωση των πελατών για τα συστήματα ασφαλείας των τραπεζών, τους αποθαρρύνουν από το να χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες μέσω διαδικτύου. Πιο συγκεκριμένα, οι «ηλεκτρονικοί» απατεώνες αδυνατώντας να αντιμετωπίσουν τα υψηλά επίπεδα ασφαλείας των τραπεζών, έχουν στραφεί προς τους πελάτες των εναλλακτικών δικτύων με αντικειμενικό σκοπό να αποκτήσουν τους προσωπικούς αριθμούς πρόσβασης στα δίκτυα. Για να το επιτύχουν αυτό χρησιμοποιούν ένα σύνολο μεθόδων (Phishing), οι οποίες περιλαμβάνουν παραπλανητικές τηλεφωνικές κλήσεις και αποστολή παραπλανητικών e-mail, δημιουργία πλαστών ιστοσελίδων (Sproofing), εγκατάσταση ιών και άλλου κακόβουλου λογισμικού στους υπολογιστές των χρηστών (Viruses, Trojans, Keyloggers). Με τις παραπάνω μεθόδους προσπαθούν είτε να εκμαιεύσουν τις απαραίτητες πληροφορίες απευθείας από τους χρήστες των εναλλακτικών δικτύων είτε να τις υφαρπάξουν με τεχνικές παρακολούθησης κατά την εισαγωγή τους. Οι τράπεζες από την πλευρά τους συμβουλεύουν τους χρήστες του Internet Banking να βρίσκονται σε εγρήγορση και να τηρούν μια σειρά συμβουλών ώστε να μην πέσουν θύματα απάτης.

2.6.3 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ

- Μείωση λειτουργικού κόστους

Η απόφαση μιας τράπεζας να ξεκινήσει να παρέχει υπηρεσίες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής θα έχει ως αποτέλεσμα σημαντική μείωση του κόστους λειτουργίας της, καθώς οι συναλλαγές που πραγματοποιούν οι πελάτες σε ένα τραπεζικό υποκατάστημα στοιχίζουν στην τράπεζα πολύ περισσότερο από τις αυτοματοποιημένες on-line συναλλαγές της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Σύμφωνα με στοιχεία της McKinsey & Consultants για την αμερικανική αγορά, το κόστος μιας τυπικής τραπεζικής συναλλαγής μέσω υποκαταστήματος είναι κατά μέσο όρο \$2,5, μέσω τηλεφώνου πέφτει στο \$1, μέσω ATM στα \$0,24, ενώ μέσω Internet είναι μόλις \$0,1. Εξαιρετικής σημασίας προς αυτή την κατεύθυνση είναι και το γεγονός ότι όσο αυξάνονται οι πελάτες που χρησιμοποιούν το Internet Banking σε μια τράπεζα τόσο μειώνεται το μέσο κόστος ανά συναλλαγή, καθώς η ίδια υποδομή χρησιμοποιείται από ολοένα και περισσότερα άτομα. Αυτό δε θα συμβεί αν αυξηθούν οι πελάτες στο «φυσικό» κατάστημα μιας τράπεζας καθώς μια τέτοια αύξηση θα οδηγούσε ενδεχομένως στη πρόσληψη επιπλέον προσωπικού, πράγμα που θα αύξανε το μέσο κόστος συναλλαγής.

- Διεύρυνση πελατειακής βάσης

Η υιοθέτηση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής από μια τράπεζα δίνει στη τράπεζα τη δυνατότητα να αποκτήσει περισσότερα κανάλια διανομής για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της. Επιπλέον, η παροχή on-line υπηρεσιών δεν περιορίζει γεωγραφικά την τράπεζα. Με τον τρόπο αυτό υπάρχει η δυνατότητα να προσελκύσει απομακρυσμένους πελάτες και να διευρύνει την πελατειακή της βάση. Υποψήφιοι πελάτες πλέον των τραπεζών δεν είναι όσοι μένουν κοντά σε κάποιο νέο υποκατάστημα αλλά ολόκληρος ο κόσμος. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να δημιουργούνται οικονομίες κλίμακας, διότι όσο αυξάνονται οι χρήστες του E-Banking, τόσο μειώνεται το κόστος ανά συναλλαγή καθώς η υποδομή όπως προαναφέρθηκε είναι η ίδια για όλους τους χρήστες.

- Ενίσχυση αφοσίωσης πελατών

Πολλοί τραπεζικοί αναλυτές υποστηρίζουν ότι μέσω των υπηρεσιών της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής ενισχύεται η αφοσίωση των πελατών, καθώς η σχέση μεταξύ πελάτη και τράπεζας τίθεται σε νέα βάση. Επομένως, οι πελάτες που έχουν εξοικειωθεί με τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες που προσφέρει μια τράπεζα είναι πολύ πιο διστακτικοί να αλλάξουν τράπεζα. Επιπλέον, έρευνες αναφορικά

με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των πελατών του Internet Banking καταδεικνύουν ότι αποτελούν άτομα ανώτατης μόρφωσης με αυξημένο ετήσιο εισόδημα. Το γεγονός αυτό αποτελεί ισχυρή ένδειξη ότι οι πελάτες αυτοί είναι πιο κερδοφόροι για τις τράπεζες σε σύγκριση με τον μέσο πελάτη των τραπεζικών καταστημάτων. Χαρακτηριστικά είναι τα αποτελέσματα που προέκυψαν από έρευνα που διεξήχθη για λογαριασμό της εταιρίας Forrester το 2007. Σε ερώτημα που τέθηκε σε νοικοκυριά του Καναδά για το αν σκοπεύουν αλλάξουν τράπεζα στα επόμενα χρόνια, θετικά ή μάλλον θετικά απάντησε μόλις το 4% των πελατών που έκαναν χρήση Internet Banking, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους πελάτες που δεν έκαναν χρήση του έφτασε το 8%.

- Κερδοφόρες νέες υπηρεσίες – Financial Portals

Πολλές τράπεζες στρέφονται σήμερα στη δημιουργία ενός Financial Portal, δηλαδή μιας χρηματοοικονομικής δικτυακής πύλης όπου ο πελάτης εκτός των συνηθισμένων τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών έχει πρόσβαση σε υπηρεσίες όπως ασφάλειες, Leasing, αγοραπωλησία μετοχών κλπ. Η ενσωμάτωση τέτοιων υπηρεσιών στις ήδη υπάρχουσες τραπεζικές συμβάλλει στην αύξηση της κερδοφορίας των τραπεζών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα ενός one-stop Financial Portal αποτελεί η Maybank με έδρα την Μαλαισία, που αποτελεί την μεγαλύτερη τράπεζα της χώρας. Η Maybank δημιουργώντας το portal <http://www.maybank2u.com.my> προσφέρει τη δυνατότητα στους πελάτες της μέσα από ένα και μοναδικό portal να έχουν πρόσβαση σε τραπεζικές, επενδυτικές, ασφαλιστικές υπηρεσίες καθώς και υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου.

2.6.4 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ

- Υψηλό αρχικό κόστος εγκατάστασης
Όπως συμβαίνει με όλες τις νέες τεχνολογίες, το αρχικό κόστος εγκατάστασης είναι υψηλό. Η επένδυση που πρέπει να κάνει η τράπεζα για να αγοράσει τον απαιτούμενο εξοπλισμό (υλικό και λογισμικό), αλλά και για να εκπαιδεύσει το προσωπικό της πάνω στις νέες τεχνολογίες είναι μεγάλη και πρέπει να γίνει με προσοχή και να είναι συμβατή με τη γενικότερη επιχειρηματική στρατηγική της τράπεζας. Επιπλέον, πρέπει να σημειωθεί ότι η απόσβεση της επένδυσης αναμένεται να επέλθει μεσο-μακροπρόθεσμα, όταν δηλαδή δημιουργηθεί η απαραίτητη πελατειακή βάση ώστε να προκύψουν οι προσδοκώμενες οικονομίες κλίμακας. Η ύπαρξη αυτών των οικονομιών θα έχει ως αποτέλεσμα την επιθυμητή για την τράπεζα κερδοφορία.
- Ασφάλεια συναλλαγών – Προστασία προσωπικών δεδομένων
Οι ηλεκτρονικές επιθέσεις και η μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση στα τραπεζικά ηλεκτρονικά συστήματα είναι συχνή. Η ασφάλεια λοιπόν των συναλλαγών και η προστασία των συναλλασσομένων είναι θέματα ύψιστης σημασίας για τις τράπεζες. Καθώς κανένα υπολογιστικό σύστημα δεν είναι 100% ασφαλές, οι τράπεζες πρέπει με κάποιο τρόπο να διασφαλίσουν τα περιουσιακά στοιχεία των πελατών τους από επιθέσεις hacker και ηλεκτρονικές απάτες. Από έρευνες που πραγματοποιήθηκαν στις ΗΠΑ, έχει υπολογιστεί ότι κάθε χρόνο χάνονται περίπου 11 δις δολάρια λόγω της ελλιπούς ασφάλειας. Για να καταστήσουν οι τράπεζες την Ηλεκτρονική Τραπεζική ασφαλή για τους πελάτες τους σε μια εποχή που το Phising και το “Identity Theft” καλπάζει, έχουν κάνει μεγάλες επενδύσεις για την υλοποίηση στρατηγικών για την ταυτοποίηση του πελάτη και της συναλλαγής του.
Οι επικρατέστερες στρατηγικές σήμερα είναι:
 - ♦ η απλή ταυτοποίηση του πελάτη κατά την είσοδό του σε μία ηλεκτρονική υπηρεσία με τη χρήση κωδικών διαπίστευσης (Username και Password),
 - ♦ η «υπογραφή» των συναλλαγών του πελάτη από κωδικούς μίας χρήσης TANs (Transaction Authorization Numbers), τους οποίους εκδίδει η τράπεζα και αποστέλλει περιοδικά στον πελάτη πάνω από μη ασφαλή κανάλια (fax, e-mail, ταχυδρομείο),
 - ♦ η χρήση ψηφιακών πιστοποιητικών με τη μεθοδολογία PKI (Public Key Infrastructure), μία υψηλής τεχνολογίας και ασφαλείας λύση, που δυστυχώς

εμπλέκει σημαντικό κόστος αρχικής επένδυσης και διαχείρισης, και τέλος,

- ♦ η ταυτοποίηση δύο παραγόντων (Dual Factor Authentication) μέσω Security Tokens. Η τελευταία στρατηγική αφορά τη διανομή μικρών συσκευών στους χρήστες (Tokens) οι οποίες έχουν τη δυνατότητα, με ισχυρούς αλγόριθμους κρυπτογράφησης (π.χ. 3DES), να παράγουν από microchip που έχουν ενσωματωμένο δυναμικά:

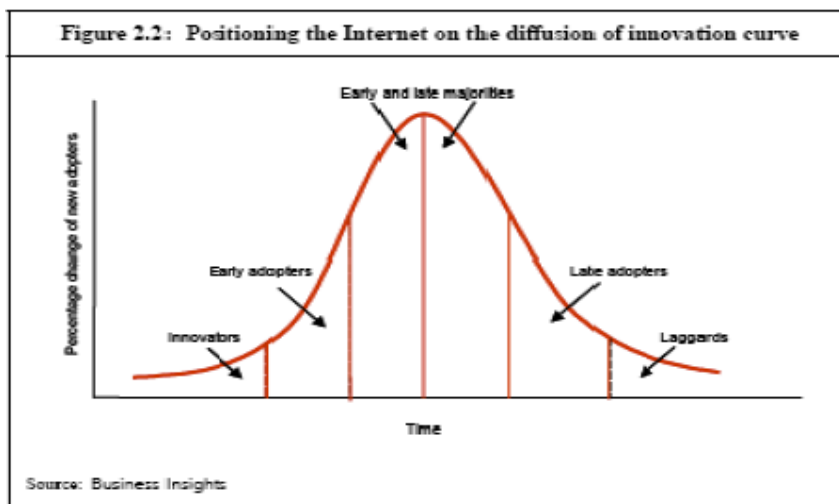
α) OTPs (One Time Passwords), δηλαδή κωδικούς πρόσβασης μίας χρήσης και
β) E-Signatures, δηλαδή ψηφιακές υπογραφές οικονομικών συναλλαγών μίας χρήσης. Επιπρόσθετα οι τράπεζες επενδύουν σε εξοπλισμό που περιλαμβάνει firewalls (φίλτρα πρόσβασης)⁵ και συστήματα ενεργούς παρακολούθησης, καθώς και σε ανθρώπινο δυναμικό προσλαμβάνοντας ειδικούς συμβούλους σε θέματα ασφαλείας δικτύων.

⁵ Είναι εξοπλισμός Hardware & Software που παρεμβάλλονται μεταξύ του Internet και των συστημάτων της τράπεζας και φιλτράρουν τα δεδομένα που κυκλοφορούν σύμφωνα με τις πολιτικές ασφαλείας που καθορίζει η τράπεζα και τα διεθνή πρότυπα. Με αυτό το φιλτράρισμα προστατεύονται όλα τα σημεία του δικτύου της τράπεζας, στα οποία ο εξωτερικός και εσωτερικός μη εξουσιοδοτημένος χρήστης δεν πρέπει να έχει πρόσβαση.
ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

§ 3. ΔΙΑΔΟΣΗ ΤΟΥ INTERNET & ΤΟΥ INTERNET BANKING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ

3.1 ΚΑΜΠΥΛΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Όπως συμβαίνει με την εμφάνιση κάθε νέας τεχνολογίας, έτσι και με το Διαδίκτυο και τη χρήση του για τη διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών, κάθε χρήστης έχει διαφορετική προσέγγιση ως προς το πότε θα υιοθετήσει την καινοτομία αυτή. Οι “innovators” (καινοτόμοι) και οι “early adopters” (αυτοί που υιοθετούν νωρίς) ήταν οι πρώτοι που χρησιμοποίησαν την Ηλεκτρονική Τραπεζική όταν αυτή εμφανίστηκε στις αρχές της δεκαετίας του 1990. Αυτού του είδους οι χρήστες ακολουθούν αμέσως κάθε νέα τεχνολογία. Οι “early and late majorities” (μεγάλη μάζα) είναι οι χρήστες που ακολουθούν μια προσέγγιση «περιμένουμε να δούμε». Με άλλα λόγια, περιμένουν τις αντιδράσεις των πρώτων δύο τύπων χρηστών και αν έχουν θετική αντίδραση (feedback), προχωρούν και αυτοί στην υιοθέτηση της τεχνολογίας. Οι χρήστες αυτοί χρησιμοποίησαν το Internet Banking όταν έμαθαν για το πλήθος των πλεονεκτημάτων που αυτό προσφέρει όπως η εξοικονόμηση χρόνου και το μειωμένο κόστος των συναλλαγών. Οι “late adopters” και οι “laggards” είναι οι χρήστες που υιοθετούν τελευταίοι την τεχνολογία εφόσον παραμένουν διστακτικοί και την υιοθετούν μόνο μετά από πολύ καιρό επιτυχούς εφαρμογής της. Αμέσως παρακάτω ακολουθεί η ονομαζόμενη καμπύλη καινοτομίας που απεικονίζει τις διαφορετικές προσεγγίσεις των χρηστών όσον αφορά την υιοθέτηση της καινοτομίας, στην προκειμένη περίπτωση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.



Γράφημα 12 : Καμπύλη Καινοτομίας

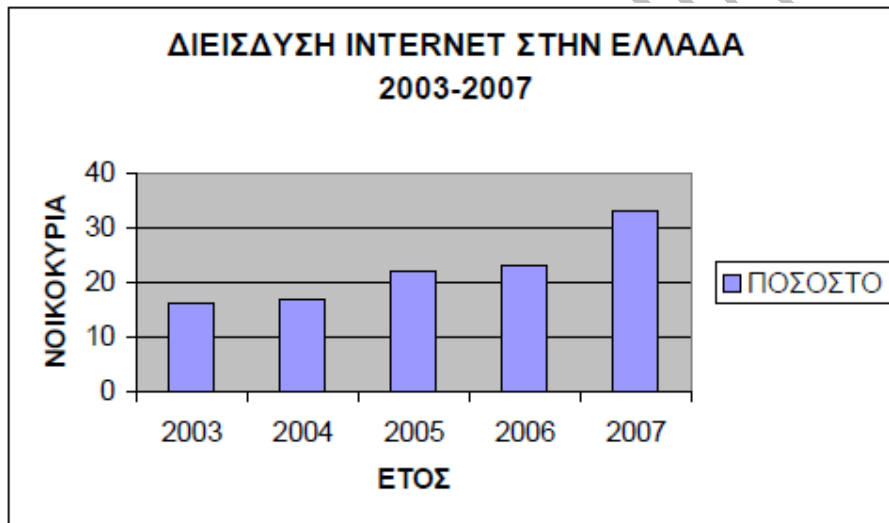
Τις ίδιες κατηγορίες ατόμων συναντάμε και από την πλευρά των παρόχων των υπηρεσιών Internet Banking, δηλαδή των τραπεζών. Πιο συγκεκριμένα, οι “innovators” είναι οι τράπεζες που πρώτες επένδυσαν στην Ηλεκτρονική Τραπεζική προβλέποντας τις ανάγκες των πελατών, όμως διατρέχουν και το μεγαλύτερο κίνδυνο αποτυχίας. Αντίθετα, οι “late adopters” είναι οι τράπεζες που αργούν πολύ να υιοθετήσουν το συγκεκριμένο εναλλακτικό κανάλι διανομής και περιμένουν να σιγουρευτούν για την απόδοση της επένδυσης. Αυτού του είδους οι τράπεζες αντιμετωπίζουν τον κίνδυνο να μείνουν έξω από το παιχνίδι του ανταγωνισμού και να μη μπορέσουν τελικά να ικανοποιήσουν τις συνεχώς αυξανόμενες απαιτήσεις των πελατών.

3.2 ΔΙΑΔΟΣΗ ΤΟΥ INTERNET ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Εμφανώς υπολειπόμενη, σε σχέση με τα άλλα ευρωπαϊκά κράτη, είναι η χρήση του Internet στη χώρα μας. Το γεγονός αυτό οφείλεται εν μέρει και στο κόστος σύνδεσης το οποίο, παρά τον ανταγωνισμό μεταξύ των εταιριών παρόχων τα τελευταία χρόνια, παραμένει υψηλό. Σύμφωνα με στοιχεία που συλλέχθηκαν από το Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας και τη Eurostat, το ποσοστό των ελληνικών νοικοκυριών που είχαν σύνδεση στο διαδίκτυο το 2006 ήταν μόλις 16,3%. Παρόλα αυτά, η μείωση των τιμών των συνδέσεων σε συνδυασμό με την ενημέρωση του κοινού γύρω από τις δυνατότητες του Internet είχε ως αποτέλεσμα το 2006 τα «συνδεδεμένα» νοικοκυριά να φτάσουν το 23% του συνόλου. Η αύξηση της διάδοσης του Internet που πραγματοποιήθηκε μέσα στο 2007 ήταν της τάξης του 44,3% και το

ποσοστό έφτασε στο 33,2% των ελληνικών νοικοκυριών. Με άλλα λόγια, 1 στα 3 νοικοκυριά στην Ελλάδα δήλωσαν ότι ήταν συνδεδεμένα στο Internet κατά το 2007. Στο Γράφημα 13 διαγράφεται αυτή η θετική πορεία που παρουσιάζει η διείσδυση του Internet στους Έλληνες τα τελευταία χρόνια.

Γράφημα 13 : Διείσδυση Internet στην Ελλάδα 2006 – 2007



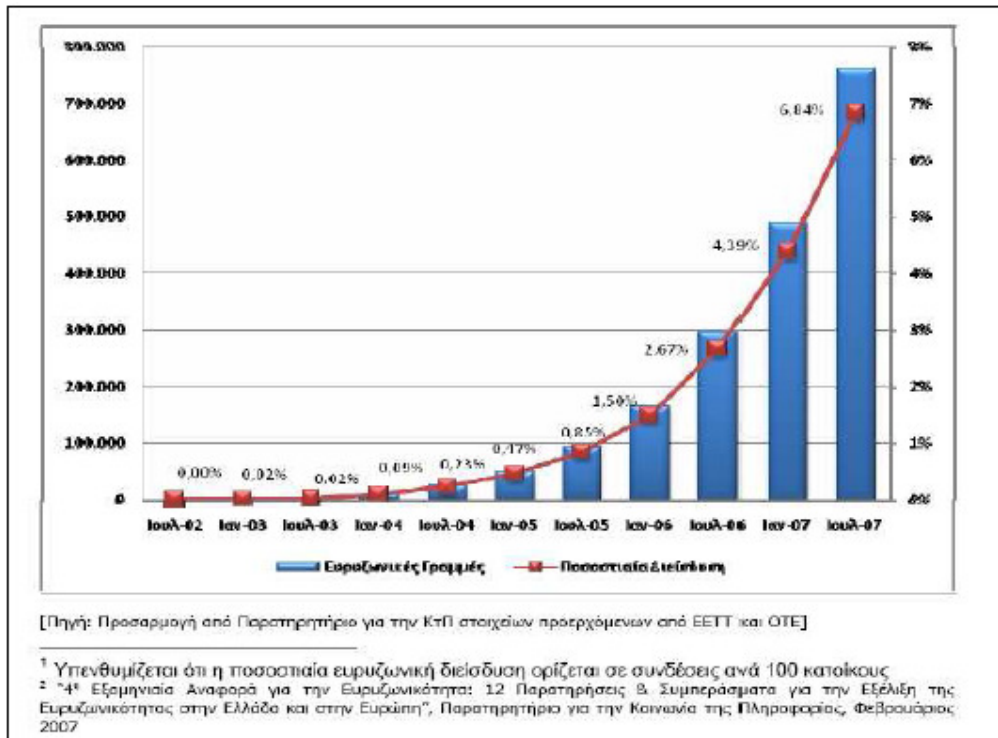
Πηγή : Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, Eurostat, Internet World Statistics

Όσον αφορά την ευρυζωνικότητα, δηλαδή την παροχή γρήγορων συνδέσεων Internet με σκοπό την ταχύτατη μεταφορά δεδομένων και πληροφοριών με χαμηλό κόστος, και εκεί η Ελλάδα πλαισιώνεται στις τελευταίες θέσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Σύμφωνα με έρευνα της Eurostat που πραγματοποιήθηκε το 2006 σχετικά με τη διείσδυση του ευρυζωνικού Internet στις 27 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η χώρα μας κατέλαβε την τελευταία θέση με ποσοστό 4%. Εντούτοις, τα στοιχεία για το μέλλον είναι ενθαρρυντικά. Το Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας στην 5η εξαμηνιαία αναφορά του που δημοσιεύτηκε τον Ιούλιο του 2007 αναφέρει μεταξύ άλλων ότι η ευρυζωνική διείσδυση στην Ελλάδα κατά την 1η Ιουλίου 2007 έφτανε στα επίπεδα του 6,84%. Η αυξητική τάση στην απόκτηση ευρυζωνικών συνδέσεων, που σημειώθηκε κατά την υπό εξέταση περίοδο στην Ελλάδα, συνδέεται μεταξύ άλλων και με τη σημαντική πτωτική πορεία του μέσου συνολικού κόστους τόσο απόκτησης όσο και χρήσης. Οι τιμές για πρόσβαση στο γρήγορο (ευρυζωνικό)

Internet μειώθηκαν στο α' εξάμηνο του 2006 από 20,7% έως και 28,3% (ανάλογα με την ταχύτητα πρόσβασης), σε σχέση με την περίοδο Ιουλίου – Δεκεμβρίου 2008. Το συνολικό μέγεθος ευρυζωνικών γραμμών ανέρχεται πλέον σε 760.698, σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 156,39% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Κατά μέσο όρο 45.470 νέες συνδέσεις πραγματοποιούνταν σε μηνιαία βάση στη διάρκεια του πρώτου εξαμήνου του 2007, γεγονός που σημαίνει ότι τους τελευταίους μήνες περισσότερες από 2.000 νέες συνδέσεις πραγματοποιούνταν σε ημερήσια βάση για κάθε μια από τις 5 εργάσιμες ημέρες της εβδομάδας. Επιπλέον, στο α' εξάμηνο του 2007 συνεχίστηκε η πτωτική τάση των τιμών στις ευρυζωνικές συνδέσεις. Έτσι, η τιμή της εξαμηνιαίας σύνδεσης στα 768Kbps έπεσε κατά 3,2%, ενώ στις ταχύτητες 1Mbps και 2 Mbps η πτώση έφτασε το 6,3% και 16,2% αντίστοιχα.

Άλλα τρία χρόνια θα πρέπει να περιμένει η Ελλάδα ώστε να επιτύχει την πολυπόθητη σύγκλιση με την Ευρωπαϊκή Ένωση των «25» ως προς την ευρυζωνική διείσδυση. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του Παρατηρητηρίου για την Κοινωνία της Πληροφορίας, η σύγκλιση θα έχει επιτευχθεί έως το 2010, ενώ βάσει των τελευταίων στοιχείων, η διείσδυση στο γρήγορο Internet στη χώρα μας στο τέλος Αυγούστου είχε φτάσει το 7,5% παρουσιάζοντας αύξηση της τάξης του 9,6% σε σχέση με τον προηγούμενο μήνα.

Στο Γράφημα 14 που ακολουθεί απεικονίζεται η διαχρονική πορεία της διάδοσης του ευρυζωνικού Internet στην Ελλάδα ξεκινώντας από τον Ιούλιο του 2005, οπότε το ποσοστό διείσδυσης ήταν σχεδόν μηδενικό, και φτάνοντας 5 χρόνια αργότερα στον Ιούλιο του 2007 οπότε το ποσοστό έφτασε το 6,84%. Παρατηρούμε, δηλαδή, ότι η αύξηση της διάδοσης της ευρυζωνικότητας μέσα στην εν λόγω πενταετία ξεπέρασε το 600%.

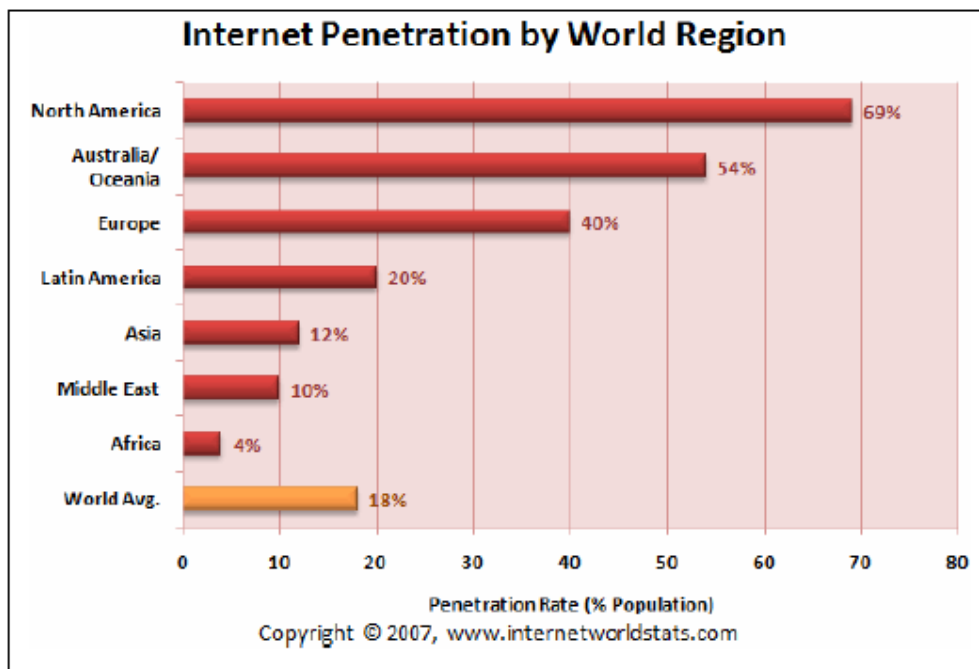


Γράφημα 14: Διείσδυση Ευρυζωνικότητας στην Ελλάδα

3.3 ΔΙΑΔΟΣΗ ΤΟΥ INTERNET ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ

Η διάδοση του Internet στον Κόσμο παρουσιάζει μεγάλες διακυμάνσεις ανάλογα με την γεωγραφική περιοχή. Σύμφωνα με το site Internet World Statistics που πραγματοποιεί έρευνες και παρέχει στατιστικά στοιχεία γύρω από τη χρησιμοποίηση του διαδικτύου, το παγκόσμιο ποσοστό διείσδυσης το Σεπτέμβριο του 2007 έφτασε το 18,9% το οποίο αντιστοιχεί σε περίπου 1,2 δισεκατομμύρια χρήστες, δηλαδή λιγότεροι από 2 στους 10 ανθρώπους παγκοσμίως. Οι περισσότεροι χρήστες στον κόσμο εντοπίζονται στην Ασία, λόγω του μεγάλου πληθυσμού που παρατηρείται στη συγκεκριμένη ήπειρο, ενώ οι λιγότεροι στην Ωκεανία. Όσον αφορά το ποσοστό διάδοσης, το μεγαλύτερο στον κόσμο το κατέχει η Βόρεια Αμερική (69%), ενώ το μικρότερο η Αφρική (μόλις 4%), φαινόμενο που φανερώνει την άμεση σχέση μεταξύ βιοτικού επιπέδου και χρήσης του Internet. Ένα ενδιαφέρον χαρακτηριστικό θεωρείται το γεγονός ότι ενώ οι λιγότεροι πληθυσμιακά χρήστες παρουσιάζονται στην Ωκεανία, η ήπειρος αυτή κατέχει τη δεύτερη θέση παγκοσμίως στη διάδοση του Internet, αφού το 54% των κατοίκων της κάνουν χρήση του διαδικτύου.

Στο Γράφημα 15 παρουσιάζονται τα ποσοστά διάδοσης του Internet, όπως καταγράφηκαν μέσα στο 2007 ανά ήπειρο.



Γράφημα 15 : Διείσδυση Internet στον Κόσμο

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση των 27 οι χρήστες του Internet προσέγγιζαν τα 267 εκατομμύρια, ενώ το ποσοστό διείσδυσης ήταν 54,2% τον Σεπτέμβριο του 2007. Τα μεγαλύτερα ποσοστά διάδοσης του Internet απαντώνται στη βόρεια Ευρώπη και στις χώρες της Σκανδιναβίας. Πιο συγκεκριμένα, το μεγαλύτερο ποσοστό 75,6% παρατηρείται στη Σουηδία, ενώ το μικρότερο στη νεοεισελθείσα στην Ένωση Ρουμανία με 23,4%. Όσον αφορά την Ευρώπη ως ήπειρο, πρώτη στη διάδοση του Internet είναι η Ισλανδία όπου το 86,3% του πληθυσμού της χρησιμοποιούσε το Internet τον Ιούνιο του 2007. Την ίδια περίοδο το αντίστοιχο ποσοστό στην Αλβανία έφτανε μόλις το 6,1%. Στην ευρυζωνικότητα την πρωτιά το 2006 κρατούσε πάλι η Ισλανδία στην Ευρώπη με ποσοστό 72% ακολουθούμενη από την Ολλανδία, τη Δανία και τη Σουηδία. Στις τελευταίες θέσεις μαζί με την Ελλάδα βρέθηκαν η Ρουμανία και η Βουλγαρία με ποσοστά διάδοσης της ευρυζωνικότητας στο 4%, 5% και 10% αντίστοιχα.

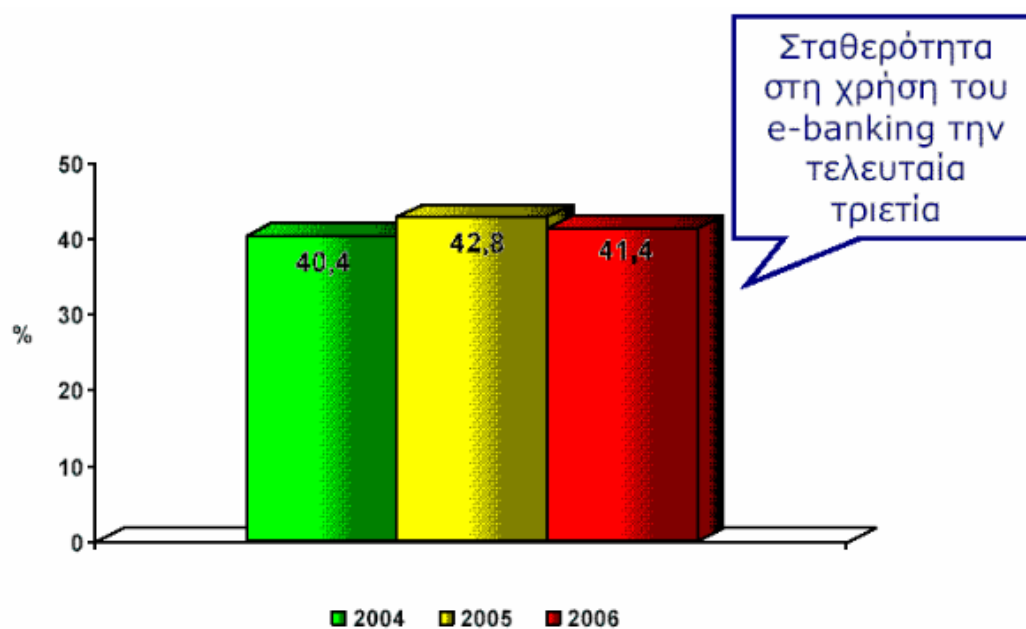
3.4 ΔΙΑΔΟΣΗ ΤΟΥ INTERNET BANKING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στον χώρο της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής δραστηριοποιούνται με επιτυχία εδώ και περίπου μια δεκαετία οι περισσότερες από τις ελληνικές και πολυεθνικές τράπεζες που λειτουργούν σήμερα στη χώρα. Παρά τη χαμηλή διείσδυση του Web Banking

στην Ελλάδα, που οφείλεται εν μέρει και στην χαμηλή εξοικείωση του κοινού με τις νέες τεχνολογίες, σε σχέση με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες, το εν λόγω εναλλακτικό κανάλι διανομής τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών κερδίζει συνεχώς έδαφος και στην Ελλάδα. Σύμφωνα με τραπεζικούς κύκλους, οι χρήστες των υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στην Ελλάδα υπερέβησαν το 2006 τους 500.000, ενώ πριν το 2003 οι ιδιώτες πελάτες των τραπεζών που επέλεγαν το συγκεκριμένο εναλλακτικό δίκτυο τραπεζικής για την εξυπηρέτηση έφταναν τους 10.000, ενώ στα τέλη του 2004 δεν ξεπερνούσαν τους 150.000. Σύμφωνα δε, με εκτιμήσεις του Παρατηρητηρίου για την Κοινωνία της Πληροφορίας οι χρήστες των on-line τραπεζικών υπηρεσιών στην Ελλάδα ανήλθαν το 2006 σε 13% του συνόλου των χρηστών του Internet, ενώ ένα ποσοστό τις τάξεως του 7% χρησιμοποιεί το διαδίκτυο και για χρηματιστηριακές συναλλαγές. Τα εν λόγω ποσοστά είναι αρκετά χαμηλά σε σχέση με άλλα κράτη – μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, συμβαδίζουν όμως με τη γενικότερα χαμηλή διάδοση του Internet στη χώρα μας μέχρι το 2006 (23% του συνόλου των νοικοκυριών). Στοιχεία των ελληνικών τραπεζών αναφέρουν ότι οι συναλλαγές μέσω του Internet Banking στην Ελλάδα αυξάνονται με ένα ρυθμό της τάξης του 25% ετησίως. Σύμφωνα με στοιχεία της ΔΙΑΣ (Διατραπεζικά Συστήματα), το 2007 πραγματοποιήθηκαν 61.967.130 ηλεκτρονικές συναλλαγές συνολικής αξίας € 129 δις, σημειώνοντας αύξηση κατά 24%, σε σύγκριση με το 2006, οπότε πραγματοποιήθηκαν 59.155.141 ηλεκτρονικές συναλλαγές συνολικής αξίας € 104 δις. Σύμφωνα με δημοσιεύματα στον τύπο, κατά το 2006 περίπου 500 εκατ. ευρώ διακινούνταν καθημερινά στην Ελλάδα μέσω ηλεκτρονικών συναλλαγών, δηλαδή χωρίς τη χρήση μετρητών και επιταγών. Τα περιθώρια ανάπτυξης, όμως, είναι πολύ μεγαλύτερα, καθώς υπολογίζεται ότι στην Ελλάδα το 95% των συναλλαγών πραγματοποιείται με μετρητά, όταν το αντίστοιχο ποσοστό στην Ευρωπαϊκή Ένωση ανέρχεται στο 70%.

Στο Γράφημα 16 απεικονίζεται η σταθερότητα της χρήσης του E-Banking κατά την τριετία 2007 – 2006, σύμφωνα με την έρευνα E – metrics, από την AGB Nielsen Media Research.

Γράφημα 16 : Χρήση E-Banking στην Ελλάδα 2007–2006



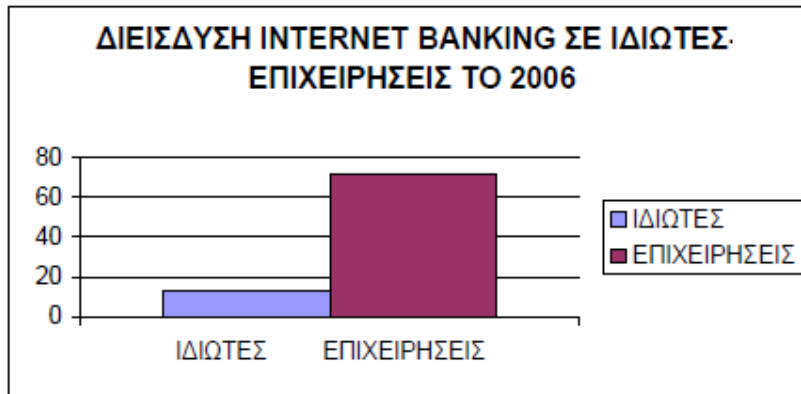
Βάση: Όσοι συμμετείχαν στην e-metrics

ΠΗΓΗ: έρευνα e-metrics, AGB Nielsen Media Research

Αντίθετα με τους ιδιώτες που εμφανίζονται διστακτικοί, πιο πρόθυμες να υιοθετήσουν την Ηλεκτρονική Τραπεζική φαίνεται ότι είναι οι ελληνικές επιχειρήσεις. Σύμφωνα με έρευνα που δημοσιεύθηκε για λογαριασμό της Deutsche Bank το 2007, το 72% κατά προσέγγιση των ελληνικών επιχειρήσεων χρησιμοποίησαν το Internet για τραπεζικές και χρηματοοικονομικές συναλλαγές κατά το 2006. Το ποσοστό αυτό είναι εντυπωσιακό για τη χώρα μας αν αναλογιστεί κανείς τα χαμηλά ποσοστά διείσδυσης του ευρυζωνικού Internet. Έτσι, ενώ το ποσοστό διείσδυσης της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στους ιδιώτες υπολείπεται κατά πολύ του ευρωπαϊκού μέσου όρου, το αντίστοιχο ποσοστό για τις επιχειρήσεις είναι ακριβώς στο μέσο όρο, ο οποίος για την Ευρωπαϊκή Ένωση των 27 διαμορφώθηκε στο 72% το 2006.

Στο Γράφημα 17 απεικονίζονται τα ποσοστά χρήσης του Internet Banking τόσο από την πλευρά των ιδιωτών όσο και από την πλευρά των επιχειρήσεων, που ίσχυαν στην Ελλάδα το 2006.

Γράφημα 17 : Διείσδυση Internet Banking σε Ιδιώτες – Επιχειρήσεις το 2006



Πηγή : Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, DB Research

3.5 ΔΙΑΔΟΣΗ ΤΟΥ INTERNET BANKING ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ

Στον πίνακα 12 παρουσιάζεται το πλήθος των χρηστών του Internet Banking στον κόσμο κατά το χρονικό διάστημα 2003 – 2007. Γίνεται φανερό από τα στοιχεία του πίνακα ότι μέχρι και το 2007 την πρώτη θέση σε παγκόσμιο επίπεδο στη χρήση του Internet Banking είχε η δυτική Ευρώπη και μάλιστα με μεγάλη διαφορά της τάξης του 154% από τις Η.Π.Α. Οι αναλυτές της Global Market Insite που διεξήγαγαν έρευνα σχετικά με την διείσδυση του Internet Banking και κατέληξαν σε παρόμοια αποτελέσματα, επισημαίνουν ότι η πιο συχνή χρήση στις χώρες της Γηραιάς Ηπείρου οφείλεται στα πιο υψηλά επίπεδα ηλεκτρονικής ασφάλειας που ήδη έχουν εφαρμόσει οι ευρωπαϊκές τράπεζες. Κάποιες από αυτές έχουν εφαρμόσει το σύστημα πιστοποίησης δύο παραγόντων (Two-Factor Authentication).

Πίνακας 12 : Αριθμός Χρηστών Internet Banking στον κόσμο

Περιοχή (Εκατομμύρια Χρήστες)	2003	2004	2005	2006	2007
<u>ΔΥΤΙΚΗ ΕΥΡΩΠΗ</u>	18,6	28,0	37,8	47,7	57,9
Η.Π.Α.	9,9	14,7	17,1	20,4	22,8
Ιαπωνία	2,5	6,5	11,9	19,6	21,8
Ασία – Ειρηνικός (Εκτός Ιαπωνίας)	2,4	4,4	6,8	9,8	13,8
Υπόλοιπος Κόσμος	1,0	1,7	3,1	5,1	6,1
Σύνολο	34,4	55,3	76,7	102,6	122,3

Πηγή : *International Data Corporation*

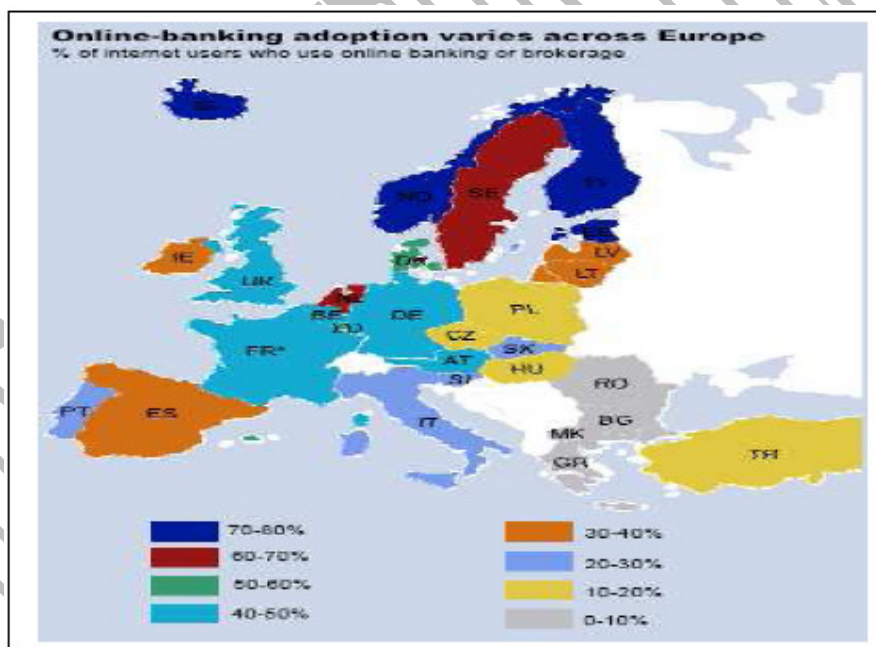
Στην Ευρώπη παρατηρούνται μεγάλες διαφορές στην υιοθέτηση και χρήση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής από χώρα σε χώρα. Μεγαλύτερη διάδοση του Internet Banking παρουσιάζουν, όπως είναι φυσικό, χώρες της Βόρειας Ευρώπης όπου εκτός του υψηλού βιοτικού επιπέδου, παρατηρείται επιπλέον και μεγάλη διάδοση τόσο του διαδικτύου όσο και των νέων τεχνολογιών γενικότερα. Έτσι, κατά το 2008 το ποσοστό των χρηστών του διαδικτύου που είχαν υιοθετήσει την πραγματοποίηση τραπεζικών αλλά και χρηματιστηριακών συναλλαγών μέσω του Internet σε χώρες όπως η Φινλανδία, η Νορβηγία, η Ισλανδία και η Εσθονία ήταν μεταξύ 70% και 80%. Η τελευταία, αν και δεν ανήκει στις πλούσιες χώρες του Βορρά, εντούτοις παρουσιάζει εντυπωσιακά ποσοστά αποδοχής των νέων τεχνολογιών. Υψηλά ποσοστά διείσδυσης της τάξης του 60% με 70% μετρήθηκαν και σε Σουηδία και Ολλανδία, χώρες που παραδοσιακά εμφάνιζαν μεγάλα ποσοστά διάδοσης της ευρυζωνικότητας και της καινοτομίας. Αντιθέτως, χώρες τις νότιας και ανατολικής Ευρώπης παρουσιάζουν χαμηλά ποσοστά διάδοσης της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής. Πιο συγκεκριμένα, Ελλάδα, Βουλγαρία, Ρουμανία, Τουρκία, Ουγγαρία, Τσεχία και Πολωνία παρουσιάζουν τα μικρότερα ποσοστά που φτάνουν μέχρι το 20% του συνόλου των χρηστών του Internet. Τέλος, μεταξύ των χωρών της Μεσογείου πρωτοπορία όσον αφορά το ποσοστό διάδοσης παρατηρείται στην Ισπανία όπου το 30% – 40% των χρηστών του Internet δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν τη Διαδικτυακή Τραπεζική.

Στην Εικόνα 1 που ακολουθεί, απεικονίζεται ο χάρτης της Ευρώπης με διαφορετικά χρώματα όσον αφορά τα ποσοστά των χρηστών της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής επί του συνόλου των χρηστών του διαδικτύου για το έτος 2008. Ο μέσος όρος διάδοσης

ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

του Internet Banking στην Ευρώπη των 27 για το 2006, σύμφωνα με τη γερμανική Bitkom, ανήλθε στο 21%, ενώ για την ίδια χρονιά υπολογίστηκε ότι το 32% των Γερμανών ηλικίας 16 έως 74 ετών (περίπου 20 εκατομμύρια Γερμανοί) χρησιμοποιούσαν το Διαδίκτυο για τις τραπεζικές τους συναλλαγές. Σύμφωνα με έρευνα της Datamonitor αναφορικά με τη διαχρονική πορεία διάδοσης του Internet Banking στην Ευρώπη, το 2006 οι πελάτες των τραπεζών που διεκπεραίωναν τις συναλλαγές τους μέσω του Internet ανέρχονταν σε 60 εκατομμύρια. Ο αριθμός αυτός, παρουσιάζοντας μια μέση ετήσια αύξηση της τάξης του 9,1%, προσέγγισε το 2007 τα 80 εκατομμύρια (Γράφημα 17).

Εικόνα 1 : Διάδοση Internet Banking στην Ευρώπη



Πηγή : DB Research, Eurostat, Forrester, WDI, World Gazetteer, 2008



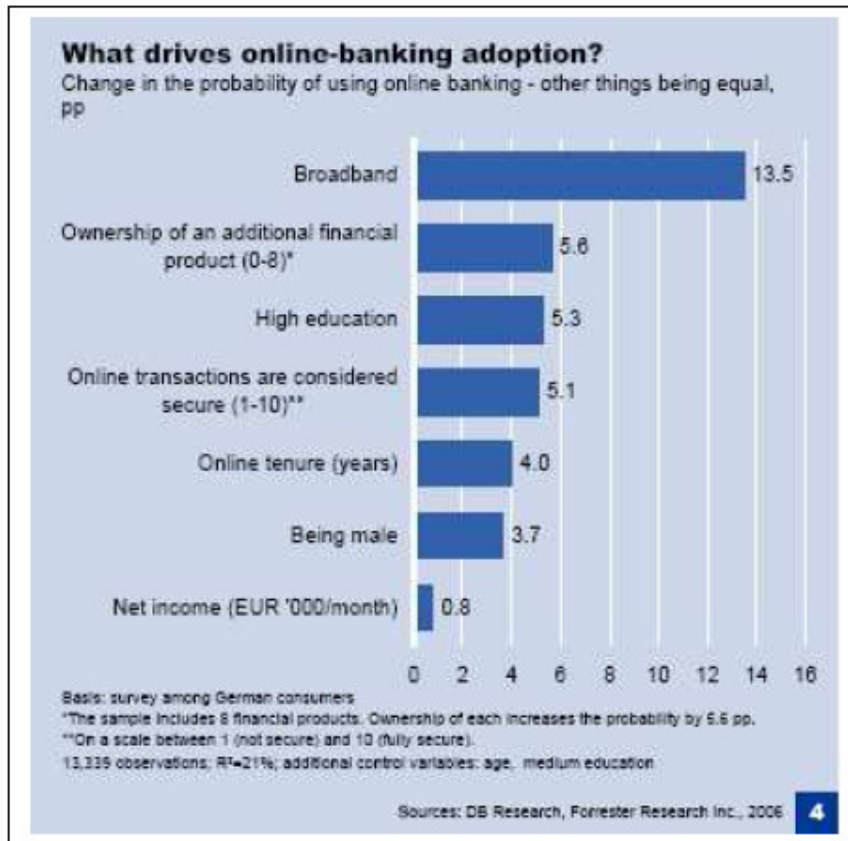
Γράφημα 18 : Αριθμός Πελατών Internet Banking στην Ευρώπη

ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗ ΔΙΑΔΟΣΗ ΤΟΥ INTERNET BANKING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ – ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΔΙΑΔΟΣΗΣ

Βασική αιτία της μικρής εξουδεύωσης των Ελλήνων με το Internet Banking αποτελεί, σύμφωνα με τις τράπεζες, η καθυστερημένη σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη διείσδυση του Διαδικτύου και των νέων τεχνολογιών στη χώρα μας. Τα πιστωτικά ιδρύματα στην Ελλάδα που προσφέρουν τη δυνατότητα διενέργειας τραπεζικών συναλλαγών μέσα από το Internet υστερούν σε σχέση με τα αντίστοιχα στην Ευρώπη και τις Η.Π.Α., καθώς τα τελευταία εφαρμόζουν πρακτικές διάδοσης του Internet Banking με την παροχή κινήτρων, όπως τα φθηνότερα επιτόκια όταν τα προϊόντα διατίθενται από το Διαδίκτυο ή ακόμη την προώθηση προϊόντων μόνο μέσα από αυτό το κανάλι. Επιπλέον, οι Έλληνες αντιμετωπίζουν με σχετική επιφύλαξη τη νέα αυτή μορφή τραπεζικής λόγω της μεγάλης δυσπιστίας που επιδεικνύουν σε ό,τι αφορά την ασφάλεια των συναλλαγών. Στο γεγονός αυτό συμβάλουν αποφασιστικά και τα πολλά φαινόμενα ηλεκτρονικής απάτης που παρατηρούνται. Ως τις αρχές του 2006 περίπου 2.500 Έλληνες είχαν πέσει θύμα ηλεκτρονικής απάτης πληρώνοντας 4 εκατ. ευρώ το χρόνο, κυρίως μέσω κλοπής αριθμού και κωδικών πιστωτικών και χρεωστικών καρτών. Ως αποτέλεσμα των παραπάνω, οι ελληνικές τράπεζες παρουσιάζονται διστακτικές και απρόθυμες να προβούν στη δημιουργία καινοτομικών προϊόντων που θα στηρίζονται σε σύγχρονα μέσα πληρωμών, δεδομένου ότι η αποδοχή τους αναμένεται να είναι περιορισμένη και να μην δικαιολογεί το ύψος της απαιτούμενης επένδυσης.

Για να ξεπεραστούν τα υφιστάμενα εμπόδια και να αποκτήσει η Διαδικτυακή Τραπεζική ακόμα μεγαλύτερη αποδοχή από το ελληνικό κοινό, ιδιαίτερα σημαντική θεωρείται η ενημέρωση εκ μέρους των τραπεζών τόσο σε θέματα ασφαλείας όσο και σε θέματα που αφορούν τις ίδιες τις παρεχόμενες από τις τράπεζες υπηρεσίες και των πλεονεκτημάτων που θα αποκομίσουν οι πελάτες από τη Διαδικτυακή Τραπεζική. Πρέπει, με άλλα λόγια, να υιοθετηθεί εκ μέρους των τραπεζών μια πελατοκεντρική αντίληψη που θα στοχεύει στο να βοηθήσει τον πελάτη να στρέφεται στο κανάλι που τον εξυπηρετεί καλύτερα και να αφαιρεί τυχόν ανασφάλειες όσον αφορά τη χρήση του καναλιού. Παράδειγμα εξάλλου αποτελούν και οι αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές (ΑΤΜ), καθώς όταν τις εισήγαγαν οι τράπεζες τα πρώτα χρόνια χρησιμοποιούνταν από λίγους πελάτες (innovators, early adopters), ενώ σήμερα η χρήση τους αποτελεί καθημερινότητα για την μεγάλη πλειοψηφία των Ελλήνων.

Ενδιαφέροντα αποτελέσματα αναφορικά με τους παράγοντες που συντελούν στη διάδοση του Internet Banking προέκυψαν από έρευνα που διεξήχθη το 2006 στη Γερμανία. Σύμφωνα με την έρευνα αυτή, οι σημαντικότεροι παράγοντες για την υιοθέτηση του On-line Banking είναι η ευρυζωνικότητα, η κατοχή εκ μέρους του πελάτη ενός χρηματοοικονομικού προϊόντος, η ανώτερη μόρφωση, η ασφάλεια των συναλλαγών, το χρονικό διάστημα χρήσης του Internet, το φύλο και το υψηλό εισόδημα. Κάποιος που έχει ευρυζωνική σύνδεση Internet έχει κατά 13,5% μεγαλύτερη πιθανότητα να πραγματοποιήσει on-line τραπεζικές συναλλαγές. Η πιθανότητα ο πελάτης μιας τράπεζας να χρησιμοποιήσει το Internet Banking αυξάνεται κατά 5,6% όταν κατέχει κάποιο άλλο χρηματοοικονομικό προϊόν της τράπεζας. Κατά 5,3% και κατά 5,1% αυξάνεται η πιθανότητα όταν ο πελάτης έχει ανώτερη μόρφωση ή όταν θεωρεί τις συναλλαγές ασφαλείς αντίστοιχα. Κάθε επιπλέον χρόνος χρήσης του Internet αυξάνει την πιθανότητα χρήσης του Internet Banking κατά 4%, ενώ όταν ο πελάτης είναι άντρας έχει κατά 3,7% μεγαλύτερη πιθανότητα να χρησιμοποιεί το Internet Banking από ό,τι αν ήταν γυναίκα. Τέλος, το καθαρό εισόδημα επηρεάζει τη χρήση του Internet Banking κατά μόλις 0,8%. Τα στοιχεία της έρευνας συνοψίζονται στο Γράφημα 18 που ακολουθεί.



Γράφημα 19 : Παράγοντες Διάδοσης του Internet Banking

Η σπουδαιότητα της ευρυζωνικότητας ως παράγοντας υιοθέτησης του Internet Banking προκύπτει και από την έρευνα της Eurostat το 2006 που αφορούσε την Ευρωπαϊκή Ένωση των 27 κρατών - μελών. Σύμφωνα με τα αποτελέσματά της, το 51% επί των χρηστών του Internet που είχαν ευρυζωνική σύνδεση στο σπίτι δήλωσαν ότι έχουν πραγματοποιήσει τραπεζικές συναλλαγές μέσω διαδικτύου. Το αντίστοιχο ποσοστό αυτών που είχαν σύνδεση PSTN ή ISDN και πραγματοποίησαν τέτοιου είδους συναλλαγές ανήλθε μόλις στο 35%.

§ 4. TO E-BANKING

ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΣΗΜΕΡΑ

4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ

Το Internet Banking στην Ελλάδα ήδη έχει συμπληρώσει μια δεκαετία ζωής, καθώς η πρώτη τραπεζική συναλλαγή στην Ελλάδα μέσω του διαδικτύου πραγματοποιήθηκε στις αρχές του 1998. Το πρώτο βήμα όσον αφορά τις διαδικτυακές τραπεζικές εφαρμογές το έκανε η Εγνατία Τράπεζα που ιδρύθηκε το 1991 στη Θεσσαλονίκη. Με την παρουσίαση του Web Teller η συγκεκριμένη τράπεζα δεν απέβλεπε σε τεράστια ανταπόκριση στη νέα υπηρεσία, καθώς ο αριθμός των χρηστών του Internet στη χώρα την εποχή εκείνη ήταν μικρός. Σε πρώτη φάση, στόχος της ήταν να ενισχυθεί η εικόνα της. Η εμπειρία που απέκτησε η Εγνατία Τράπεζα στις ηλεκτρονικές συναλλαγές έχει συμβάλει στην ανάπτυξη μιας πιο ολοκληρωμένης προσέγγισης του Internet στον τραπεζικό χώρο. Ο ανταγωνισμός μεταξύ των τραπεζών εντείνεται με απόρροια οι τράπεζες να θέλουν συνεχώς να προσαρμοστούν στις νέες συνθήκες και τα δεδομένα, προσπαθώντας να βελτιώνουν τις υπηρεσίες τους ώστε να έχουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και να αυξάνουν την αποδοτικότητα τους. Στόχος, πλέον, των τραπεζών που εισήλθαν στο χώρο του Internet Banking ήταν και συνεχίζει να είναι η ευρύτερη ανάπτυξη του δικτυακού τους τύπου, η συνεχής βελτίωση των υπηρεσιών που προσφέρουν μέσω της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, καθώς και η δημιουργία πληθώρας υπηρεσιών που να καλύπτουν ολόκληρο το φάσμα των τραπεζικών συναλλαγών. Πρωτοπόρος είναι η Τράπεζα Πειραιώς, η οποία προχωρά ένα βήμα παραπέρα και αποτελεί τη μοναδική τράπεζα που παρέχει τη δυνατότητα αποστολής ενός ποσού από το λογαριασμό ενός πελάτη σε έναν συγκεκριμένο παραλήπτη. Δεν πρόκειται για έμβασμα καθώς ο παραλήπτης έχει το δικαίωμα να παραλάβει τα χρήματα από οποιοδήποτε ΑΤΜ της Τράπεζας Πειραιώς πληκτρολογώντας μόνο έναν κωδικό που αποστέλλεται αυτόματα, από το Διαδίκτυο στο κινητό που δηλώνει ο πελάτης. Ο παραλήπτης δεν χρειάζεται να έχει λογαριασμό στην Τράπεζα Πειραιώς ούτε κάρτα για το ΑΤΜ. Αρκεί να γνωρίζει τον κωδικό και το ακριβές ποσό που έχει σταλεί.

Οι υπόλοιπες ελληνικές τράπεζες έχουν μια καλή έως πολύ καλή παρουσία στο E-Banking. Περιλαμβάνουν περιορισμένες ωστόσο συναλλαγές, όπως η Citibank, η οποία περιλαμβάνει πλέον και αυτόνομη υποστήριξη πιστωτικών καρτών, όμως δεν έχει το προσδοκώμενο εύρος συναλλαγών. Η Εμπορική Τράπεζα ακόμη δεν περιλαμβάνει αυτόνομη εκτέλεση των συναλλαγών ούτε υποστηρίζει εμβάσματα στο

εξωτερικό προς το παρόν.

4.2 ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Ο όμιλος Πειραιώς αποτελεί έναν από τους πιο δυναμικούς και δραστήριους της ελληνικής οικονομίας. Η Τράπεζα Πειραιώς ιδρύθηκε το 1916.



Το ηλεκτρονικό δίκτυο τραπεζικής της Winbank του ομίλου Πειραιώς δημιουργήθηκε τον Ιανουάριο του 2003 ως η πρώτη ολοκληρωμένη υπηρεσία Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στην Ελλάδα και αποτελεί αυτόνομη επιχειρηματική μονάδα αυτής. Το επίσημο λανσάρισμά της πραγματοποιήθηκε στις 17 Μαρτίου 2003. Η Winbank έχει κερδίσει 24 βραβεία από οργανισμούς σε Ελλάδα και εξωτερικό για την καινοτομία και τις υπηρεσίες της, ενώ είναι η πρώτη ελληνική υπηρεσία Ηλεκτρονικής Τραπεζικής πιστοποιημένη κατά ISO 9001:2003.

Η αίτηση για πρόσβαση στις υπηρεσίες Internet Banking της Winbank μπορεί να γίνει σε οποιοδήποτε κατάσταση της Πειραιώς εφόσον έχει ανοιχτεί ένας καταθετικός λογαριασμός στην τράπεζα. Ο πελάτης παραλαμβάνει αυθημερόν τους προσωπικούς του οκταψήφιους κωδικούς (User ID, Password), αντίγραφο της σύμβασης καθώς και οδηγίες χρήσης των προσφερόμενων υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής μέσα σε ένα κουτί (Bank in a box). Εναλλακτικά, η αίτηση μπορεί να γίνει on-line, οπότε οι κωδικοί αποστέλλονται από τη Winbank στον πελάτη με courier. Το κόστος έκδοσης των κωδικών ανέρχεται στα 5 ευρώ, ενώ ο χρήστης μπορεί να ξεκινήσει να συναλλάσσεται μέσω του Internet εντός μιας εργάσιμης ημέρας από την υποβολή της αίτησης και την παραλαβή των κωδικών. Να προσθέσουμε ότι το σύστημα παραπέμπει σε υποχρεωτική αλλαγή του Κωδικού Ασφαλείας (PIN) κάθε 2 μήνες.

Οι εγχρήματες συναλλαγές ποσών κάτω από 600 ευρώ την ημέρα γίνονται χωρίς πρόσθετο κωδικό. Για ποσά άνω των 600 ευρώ, η Winbank στέλνει ένα μοναδικό αριθμό μέσω SMS στο κινητό του χρήστη, το extraPIN ή ο πελάτης προμηθεύεται τη συσκευή extraPIN, με 8 ευρώ το χρόνο, η οποία αντικαθιστά τα μηνύματα sms.

Στο site της Winbank η επικοινωνία με τον χρήστη είναι πολύ φιλική και η πλοήγηση εύκολη, θέτοντας στη διάθεση του χρήστη όλες τις υπηρεσίες για τις τραπεζικές

συναλλαγές από το σπίτι. Ένα ιδιαίτερα χρήσιμο χαρακτηριστικό είναι η δυνατότητα ανανέωσης του χρόνου που απομένει με ένα κλικ στο κάτω αριστερά τμήμα της οθόνης. Το menu υπηρεσιών είναι ιδιαίτερα εύχρηστο, καθώς οι υπηρεσίες ομαδοποιούνται στα εξής : Χαρτοφυλάκιο, Πληρωμές, Μεταφορές/Εμβάσματα, Χρηματιστήριο, Alerts, Υπηρεσίες Πελάτη, Αιτήσεις Προϊόντων, Ρυθμίσεις Ασφάλειας.

Από την επιλογή **«Χαρτοφυλάκιο»** ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να διαχειριστεί τους λογαριασμούς του στην τράπεζα, να ενημερωθεί για τις χρεώσεις και τις πιστώσεις αυτών, καθώς η εφαρμογή εμφανίζει τις τελευταίες 10 κινήσεις και ο χρήστης μπορεί να επιλέξει τις επόμενες ή τις προηγούμενες δέκα, και να ζητήσει να λαμβάνει με e-mail τις κινήσεις των λογαριασμών για το χρονικό διάστημα που επιθυμεί (μέχρι 6 μήνες). Επιπλέον, στην ενότητα αυτή έχει τη δυνατότητα να διαχειριστεί τις κάρτες, τα δάνεια και τις επιταγές που πιθανώς έχει. Όσον αφορά τη διαχείριση των πιστωτικών καρτών, παρέχονται οι ακόλουθες δυνατότητες: συνοπτική παρουσίαση με το τρέχον υπόλοιπο και το διαθέσιμο ποσό για αγορές, εμφάνιση αναλυτικών στοιχείων της κάρτας αλλά και επιλογή των συναλλαγών για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Ένα μοναδικό και ιδιαίτερα χρήσιμο χαρακτηριστικό είναι η εμφάνιση των εγκεκριμένων κινήσεων. Πρόκειται για τις αγορές που έχουν πραγματοποιηθεί, οι οποίες έχουν εγκριθεί αλλά δεν έχουν ακόμα «περάσει» στο λογαριασμό της κάρτας. Παράλληλα, ενημερώνεται το διαθέσιμο ποσό στην πιστωτική κάρτα, έτσι ώστε να μη χρειάζεται να κάνει ο κάτοχος της κάρτας πράξεις. Οι συναλλαγές που αφορούν στους λογαριασμούς, στις πιστωτικές κάρτες, στα δάνεια και στη μεταφορά των ποσών σε άλλους λογαριασμούς της ίδιας τράπεζας γίνονται σε πραγματικό χρόνο. Παρόλο που ο λογαριασμός θα χρεωθεί αυτόματα, δεν «φαίνεται» η συγκεκριμένη συναλλαγή στις κινήσεις της κάρτας, αν πρόκειται για πληρωμή της πιστωτικής κάρτας, ούτε θα αλλάξει αυτόματα το διαθέσιμο υπόλοιπο.

Στην επιλογή **«Πληρωμές»** ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να εξοφλεί χρέη από πιστωτικές κάρτες, να πληρώνει ασφάλιστρα καθώς και λογαριασμούς επιλεγμένων εταιριών σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, λογαριασμούς ΔΕΚΟ και συνδρομητικής τηλεόρασης. Επίσης, διαθέτει τη δυνατότητα πληρωμής σε πάνω από 150 επιχειρήσεις. Η τράπεζα δεν επιτρέπει την επιλογή δέσμευσης του ποσού, το οποίο αφαιρείται από το λογαριασμό του χρήστη τη συγκεκριμένη ημερομηνία πληρωμής. Δίνεται η δυνατότητα της άμεσης εκτέλεσης, σύμφωνα με την οποία η χρέωση του

λογαριασμού θα γίνει την ίδια ημέρα. Επιπλέον, στους επαγγελματίες με την επιλογή πληρωμές μέσω αρχείου είναι εφικτή τόσο η μισθοδοσία του προσωπικού όσο και οι άμεσες μαζικές πληρωμές των προμηθευτών.

Η επιλογή **«Μεταφορές/Εμβάσματα»** παρέχει τη δυνατότητα μεταφοράς κεφαλαίων τόσο μεταξύ λογαριασμών του ίδιου πελάτη όσο και αποστολή κεφαλαίων σε λογαριασμούς τρίτων σε τράπεζες του εσωτερικού και του εξωτερικού. Ο αποστολέας μπορεί να συμπληρώσει τον αριθμό IBAN, που είναι και η πιο συνηθισμένη περίπτωση. Παράλληλα, μπορεί να τον αποθηκεύσει, δίνοντας του μια φιλική ονομασία, έτσι ώστε να τον χρησιμοποιήσει και πάλι.

Η ενότητα **«Χρηματιστήριο»** αφορά την πραγματοποίηση χρηματιστηριακών συναλλαγών και μεταξύ άλλων περιλαμβάνει την αγοραπωλησία μετοχών, τη συμμετοχή σε δημόσιες εγγραφές, την real-time παρακολούθηση των τιμών των μετοχών του δείκτη του Χ.Α. και την real-time πληροφόρηση για τις ισοτιμίες ξένων νομισμάτων καθώς και των δεικτών ξένων αγορών.

Η υπηρεσία **«Alerts»** παρέχει ενημέρωση στον πελάτη σε πραγματικό χρόνο για τις τραπεζικές του συναλλαγές μέσω e-mail, sms ή τηλεφωνήματος από τραπεζικό αντιπρόσωπο.

Με την επιλογή **«Υπηρεσίες Πελάτη»**, ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να φέρει το Winbank Internet στα μέτρα του. Ειδικότερα, μπορεί να κάνει ρυθμίσεις ως προς τον τρόπο εμφάνισης της υπηρεσίας, να ενημερώνεται για θέματα ασφαλείας, να βρίσκει χρήσιμες πληροφορίες για επιτόκια, αμοιβαία κεφάλαια και τιμές συναλλάγματος και να βλέπει τις συναλλαγές του που βρίσκονται προς έγκριση.

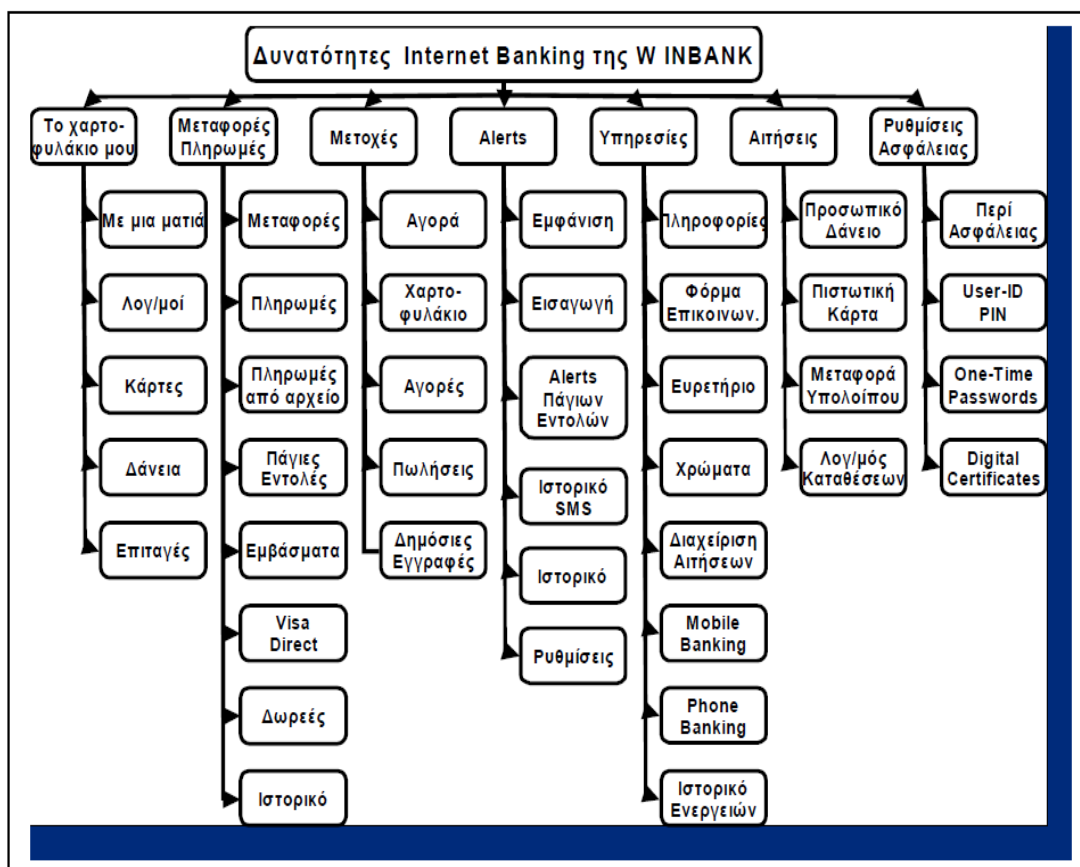
Μέσω της ενότητας **«Αιτήσεις Προϊόντων»**, μπορεί να γίνει κατάθεση on-line αιτήσεων με σκοπό την απόκτηση προϊόντων της Τράπεζας Πειραιώς όπως πιστωτικές κάρτες, καταθετικοί λογαριασμοί και δάνεια. Η Τράπεζα Πειραιώς, με την υπηρεσία Winlife, μοναδική αυτή τη στιγμή στην Ελλάδα, επιτρέπει την πραγματοποίηση on-line δωρεάν σε φιλανθρωπικές ή οικολογικές οργανώσεις, εύκολα και με ασφάλεια μέσω πιστωτικής κάρτας.

Ιδιαίτερη σημασία έχει αποδοθεί από τον Όμιλο Πειραιώς στην ασφάλεια των συναλλαγών των πελατών του μέσω των ηλεκτρονικών δικτύων εξυπηρέτησης. Για το σκοπό αυτό, έχει συνεργαστεί με εξειδικευμένες εταιρίες διεθνούς κύρους, όπως τη VERISIGN, τη VISA INTERNATIONAL, τη MICROSOFT και την IBM Γερμανίας. Η τράπεζα για να εξασφαλίσει το απόρρητο της μεταφοράς των δεδομένων

χρησιμοποιεί ασφαλή σύνδεση και κρυπτογράφηση με βάση το πρωτόκολλο κρυπτογράφησης SSL-128bits. Επιπρόσθετα, για την εκτέλεση συγκεκριμένων συναλλαγών η χρήση του κωδικού extra PIN είναι απαραίτητη. Το extra PIN είναι ένας κωδικός PIN με περιορισμένη διάρκεια ζωής καθώς ισχύει για 5 λεπτά. Αυτό σημαίνει ότι ακόμα κι αν υποκλαπεί, δε θα είναι χρήσιμο για μελλοντική χρήση. Για λόγους ασφαλείας, αν δεν υπάρξει καμία δραστηριότητα για 7 λεπτά, γίνεται αυτόματη αποσύνδεση από την πλατφόρμα Winbank Internet. Για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών η Winbank δίνει τη δυνατότητα ελέγχου και ανανέωσης του χρόνου παραμονής στην υπηρεσία ώστε να μην αποσυνδέεται ο πελάτης εφόσον δεν το επιθυμεί και να ολοκληρώνει τις συναλλαγές του.

Το 2006 επιτεύχθηκε για έκτη συνεχόμενη χρονιά ένας από τους κύριους στρατηγικούς στόχους της ηλεκτρονικής πλατφόρμας της Τράπεζας Πειραιώς, της Winbank, που είναι η διατήρηση της κορυφαίας θέσης στην αγορά. Εξαιρετικά υψηλό είναι το ποσοστό ικανοποίησης των πελατών/χρηστών των υπηρεσιών, καθώς το 94% των πελατών δήλωσαν ικανοποιημένοι έως πολύ ικανοποιημένοι με το Internet Banking της τράπεζας. Στην υπηρεσία Internet Banking οι επισκέψεις αυξήθηκαν κατά 56%, ο αριθμός ενεργών πελατών κατά 32% και ο αριθμός εγχρήματων συναλλαγών κατά 33%. Επί των συνολικών συναλλαγών της τράπεζας, μέσω των υπηρεσιών Winbank εκτελέστηκε το 67% των πληρωμών ΙΚΑ, το 75% των πληρωμών ΤΕΒΕ, το 65% των πληρωμών ΦΠΑ και το 49% των εμβασμάτων. Κατά το 2006 το Internet Banking επισκέπτονταν περίπου 7.500 πελάτες καθημερινά, ενώ υπήρξαν ημέρες που εξυπηρετήθηκαν πάνω από 14.000 πελάτες και περισσότερες από 11.500 εγχρήματες συναλλαγές. Οι χρήστες της υπηρεσίας τηλε-ειδοποιήσεων αυξήθηκαν κατά 39% και παρέλαβαν περίπου 950.000 μηνύματα (e-mail, sms, τηλεφωνήματα).

Στην Εικόνα 2 που ακολουθεί απεικονίζονται σχηματικά οι υπηρεσίες Internet Banking που προσφέρει η Winbank στους πελάτες της.



Εικόνα 2 : Δυνατότητες Internet Banking της Winbank

4.3 ALPHA BANK

Η Alpha Bank ιδρύθηκε το 1879 και είναι μία από τις μεγαλύτερες τράπεζες στην Ελλάδα. Με 675  **ALPHA BANK** Καταστήματα, ο Όμιλος της Alpha Bank δραστηριοποιείται και στη διεθνή τραπεζική αγορά. Το Alpha Web Banking ξεκίνησε το 1998 συμπληρώνοντας τα ήδη υπάρχοντα εναλλακτικά δίκτυα Alphaphone και Alphaline, που προσέφεραν εξυπηρέτηση μέσω τηλεφώνου και προσωπικού ηλεκτρονικού υπολογιστή αντίστοιχα.

Η υπηρεσία Alpha Web Banking μπορεί να χρησιμοποιηθεί τόσο από ιδιώτες όσο και από επιχειρήσεις. Προσφέρει μεγάλη γκάμα δυνατοτήτων οι οποίες συνοψίζονται σε πληροφοριακές υπηρεσίες (για τα υπόλοιπα και τις κινήσεις των προδηλωμένων λογαριασμών καταθέσεων, για τις τιμές μετοχών επιλεγμένων εταιριών του Χ.Α. καθώς και για τους δείκτες τιμών μετοχών του Χ.Α., όπως διαμορφώνονται κατά τη διάρκεια συνεδριάσεως του Χ.Α. με διαφορά ενημερώσεως 25 λεπτών περίπου, για την αναλυτική θέση και αποτίμηση του χαρτοφυλακίου, για τα υπόλοιπα των επενδυτικών λογαριασμών Αμοιβαίων Κεφαλαίων κ.ά.), υπηρεσίες διαχείρισης και ακύρωσης πληρωμών πιστωτικών καρτών, δανείων και τελών κυκλοφορίας και άλλων οφειλών προς επιλεγμένες εταιρίες, καθώς και υπηρεσίες προγραμματισμού μεταφοράς κεφαλαίων. Το μενού από το οποίο ο πελάτης καλείται να επιλέξει τη συναλλαγή που θέλει να πραγματοποιήσει περιλαμβάνει τα εξής: Καταθέσεις, Κάρτες – Δάνεια, Μεταφορές, Πληρωμές, Χαρτοφυλάκια, Διαχείριση, Πληροφορίες.

Για να αποκτήσει κάποιος πρόσβαση στο δίκτυο Web Banking της Alpha Bank πρέπει να τηρεί τουλάχιστον έναν λογαριασμό καταθέσεων σε Ευρώ στη συγκεκριμένη τράπεζα. Επιπλέον, πρέπει να υποβάλει την αίτηση εγγραφής στο εναλλακτικό δίκτυο της τράπεζας. Η υποβολή αυτή μπορεί να γίνει με τρεις τρόπους:

1^{ον} : Σε κάποιο κατάστημα της τράπεζας όπου ο πελάτης θα παραλάβει την «Κάρτα Συνδρομητή», στην οποία αναγράφεται και ο Κωδικός Συνδρομητή και στη συνέχεια θα παραλάβει ταχυδρομικά τον Μυστικό Κωδικό στη διεύθυνση που έχει δηλώσει στην αίτησή του.

2^{ον} : Τηλεφωνικά και

3^{ον} : Ηλεκτρονικά μέσα από το site της τράπεζας.

Στις περιπτώσεις δύο και τρία, αφού παραλάβει ο πελάτης ταχυδρομικά τον Μυστικό Κωδικό, στη διεύθυνση που έχει δηλώσει στην αίτησή του, μπορεί να προσέλθει σε

οποιοδήποτε κατάσταση της τραπεζικής για να παραλάβει την «Κάρτα Συνδρομητή», στην οποία αναγράφεται και ο Κωδικός Συνδρομητή. Η εγγραφή στην υπηρεσία πραγματοποιείται δωρεάν.

Η πλοήγηση είναι εύκολη, καθώς οι επιλογές βρίσκονται στο πάνω μέρος της οθόνης αλλά και ο τρόπος επικοινωνίας με το χρήστη είναι απλός και λειτουργικός. Η σύνδεση γίνεται με τη χρήση του κωδικού και του αντίστοιχου κωδικού αριθμού. Στην αρχική οθόνη σύνδεσης υπάρχει ένας ακόμα πρόσθετος κωδικός ασφαλείας. Συμπληρώνοντάς τον, ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να εκτελέσει εγχρήματες συναλλαγές. Διαφορετικά, το μόνο που μπορεί να κάνει είναι να δει πληροφορίες για το υπόλοιπο του λογαριασμού και των πιστωτικών καρτών του. Ο πρόσθετος κωδικός ασφαλείας δημιουργείται αυτόματα από μια ειδική συσκευή, η οποία είναι μικρή σε μέγεθος, σαν μπρελόκ. Πατώντας τη δημιουργούνται μοναδικοί πενταψήφιοι αριθμοί μιας χρήσης. Η Alpha ήταν από τις πρώτες τράπεζες που ενστερνίστηκαν τη μέθοδο των μοναδικών αριθμών για τις εγχρήματες συναλλαγές. Το κόστος ανέρχεται στα € 7. Η χρήση της «Συσκευής Πρόσθετου Κωδικού Ασφαλείας» σε συνδυασμό με τον Κωδικό Συνδρομητή και τον Μυστικό Κωδικό συμβάλει στην ισχυρότερη ταυτοποίηση του συνδρομητή.

Η τράπεζα δίνει έμφαση στην ασφάλεια των συναλλαγών και διαβεβαιώνει ότι σε κάθε εκτελούμενη συναλλαγή γίνεται κρυπτογράφηση (128 bit encryption)⁷ των μηνυμάτων που ανταλλάσσονται. Επιπλέον, σε περίπτωση που επιχειρηθεί σύνδεση με την υπηρεσία και πληκτρολογηθεί πέντε συνεχόμενες φορές λάθος ο μυστικός κωδικός, η συνδρομή “κλειδώνεται” αυτόματα, ενώ παράλληλα αν κατά τη χρήση του συστήματος δεν εκτελεστεί καμία συναλλαγή μέσα σε διάστημα 20 λεπτών, τότε το σύστημά αποσυνδέει αυτόματα τον χρήστη (“Idle Timeout”).

Σε ό,τι αφορά τους λογαριασμούς, ο χρήστης μπορεί να δει τη συνολική εικόνα με το υπόλοιπο του λογαριασμού, τις προβλέψεις και τα ποσά που έχουν δεσμευτεί από το E-Banking ή άλλα εναλλακτικά δίκτυα. Οι κινήσεις των λογαριασμών εμφανίζονται σε απλή μορφή ιστοσελίδας, χωρίς όμως να μπορεί κάποιος να τις επιλέξει για

⁷ Η κρυπτογράφηση με 128bit σημαίνει ότι υπάρχουν 2128 πιθανά κλειδιά που χρησιμοποιούνται για την κρυπτογράφηση των μηνυμάτων από τον Internet Explorer στον server της τράπεζας. Για αυτόν τον λόγο, η κρυπτογράφηση στα 128bit θεωρείται πρακτικά αδύνατο να παραβιαστεί.

περισσότερες λεπτομέρειες. Αρκετές φορές εμφανίζεται και μια συγκεντρωτική εγγραφή. Κάνοντας κλικ σε αυτήν, παρουσιάζονται οι επιμέρους κινήσεις για τη χρονική περίοδο, χωρίς να υπάρχει η δυνατότητα της επιλογής της χρονικής περιόδου για την οποία ενδιαφέρεται ο χρήστης.

Η διαχείριση των πιστωτικών καρτών έχει βελτιωθεί. Ο χρήστης βλέπει τα στοιχεία της κάρτας, το πιστωτικό της όριο, καθώς και την ημερομηνία και το ποσό για την ελάχιστη καταβολή. Επίσης, έχει τη δυνατότητα να επιλέξει τις τελευταίες ή παλαιότερες κινήσεις. Στην πρώτη περίπτωση, εμφανίζονται οι τελευταίες συναλλαγές της πιστωτικής κάρτας, ενώ στην δεύτερη οι συγκεντρωτικές εγγραφές των τριών τελευταίων μηνών. Δεν υπάρχει βέβαια η δυνατότητα να δει κάποιος τις συναλλαγές από προηγούμενες μήνες ούτε φυσικά να επιλέξει το χρονικό διάστημα που θέλει. Μπορεί πάντως να δει τις αναλυτικές κινήσεις των τριών τελευταίων μηνών. Ένα ιδιαίτερα χρήσιμο χαρακτηριστικό είναι οι συναλλαγές σε εκκρεμότητα, όπου εμφανίζεται ένα συνολικό ποσό για τις εγκεκριμένες συναλλαγές.

Όσον αφορά τις πληρωμές, αυτές γίνονται την ημερομηνία που ορίζει ο συναλλασσόμενος χωρίς να πραγματοποιούνται σε πραγματικό χρόνο, εκτός από τις μεταφορές στην ίδια την τράπεζα. Οι περισσότερες πληρωμές πραγματοποιούνται την επόμενη ημέρα. Υπάρχει, επίσης, η επιλογή για την άμεση δέσμευση του ποσού από τον λογαριασμό, η οποία δεν είναι διαθέσιμη μετά τις 23:00. Η Alpha Bank υποστηρίζει τα εμβάσματα σε τράπεζες του εσωτερικού και του εξωτερικού, ενώ προσφέρει και τη δυνατότητα της επιλογής των εξόδων για την προμήθεια του εμβάσματος. Επιπλέον, ο συναλλασσόμενος μπορεί να δει το σύνολο της προμήθειας που θα χρεωθεί στο λογαριασμό του ανάλογα με την παραλήπτρια τράπεζα.

Η αποδοχή των ηλεκτρονικών δικτύων της Alpha Bank από τους πελάτες είναι μεγάλη και αυξάνεται από χρόνο σε χρόνο. Κατά το 2006 ποσοστό 14,8% του συνόλου των συναλλαγών της τράπεζας πραγματοποιήθηκε μέσω του Alpha Web Banking.

4.4 ASPIS BANK

Η Aspis Bank Ανώνυμη Τραπεζική Εταιρία, ιδρύθηκε το 1992 και απετέλεσε την πρώτη ιδιωτική στεγαστική τράπεζα στην Ελλάδα. Το 2004 ενεκρίθη η επέκταση



του σκοπού της με τη μετατροπή της από στεγαστική σε εμπορική και η αλλαγή της επωνυμίας της από ΑΣΠΙΣ ΣΤΕΓΑΣΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ Α.Ε. σε ASPIS BANK Α.Τ.Ε. Από το 2004 ξεκινά να προσφέρει στους πελάτες της υπηρεσίες on-line Banking.

Η τράπεζα προσφέρει τη δυνατότητα διενέργειας πλήθους τραπεζικών συναλλαγών μέσω διαδικτύου (Πληροφορίες για την κίνηση των λογαριασμών, on-line μεταφορά χρημάτων μεταξύ των λογαριασμών, on-line πληρωμές πιστωτικών καρτών, πληρωμές των ΔΕΚΟ, πάγιες εντολές πληρωμών κ.ά.) με την υπηρεσία on-line Banking, ενώ μέσω του on-line Trading υπάρχει δυνατότητα επενδυτικών και χρηματιστηριακών συναλλαγών (εμφάνιση δυναμικού χαρτοφυλακίου, καταχώρηση εντολών και άμεση διαβίβαση στο Χ.Α. σε πραγματικό χρόνο, δημιουργία και παρακολούθηση εικονικού χαρτοφυλακίου μέχρι 10 μετοχών κ.ά.). Η επικοινωνία με το χρήστη στηρίζεται σε μια καλαίσθητη οθόνη, με τις βασικές επιλογές να εμφανίζονται στο αριστερό τμήμα της και τις επιμέρους υπηρεσίες δίπλα σε μορφή αναδυομένου μενού. Η διαδικασία σύνδεσης του E-Banking γίνεται με το συνηθισμένο τρόπο, πληκτρολογώντας τον κωδικό χρήστη και τον αντίστοιχο κωδικό αριθμό. Υπάρχει, επίσης, η δυνατότητα η εισαγωγή των Username και Password να γίνει με τη χρήση ενός εικονικού πληκτρολόγιο οθόνης, το οποίο παρέχει ένα πιο φιλικό περιβάλλον αλλά ταυτόχρονα και την απαραίτητη ασφάλεια, ώστε να μην είναι δυνατή η υποκλοπή των κωδικών κατά την πληκτρολόγηση μέσω των κακόβουλων προγραμμάτων που κατορθώνουν να καταγράψουν τα πλήκτρα από το πραγματικό πληκτρολόγιο. Αναφορικά πάντως με την ασφάλεια, η τράπεζα διαβεβαιώνει ότι οι σελίδες που αφορούν τις υπηρεσίες on-line Banking και on-line Trading βρίσκονται σε ασφαλές Server και αναγνωρίζονται από το ειδικό σήμα αυθεντικότητας της VeriSign™.

Η υλοποίηση της Aspis Bank δεν χρησιμοποιεί ψηφιακά πιστοποιητικά ούτε τις συσκευές μοναδικών αριθμών. Αντίθετα, στις περιπτώσεις των εγχρήματων συναλλαγών (πληρωμές και εμβάσματα), υιοθετεί μια δική της υλοποίηση, έναν ακόμη κωδικό, ένα αριθμό συνδεδεμένο με το λογαριασμό του χρήστη (CIF Number). Επιπλέον, οι κωδικοί εισόδου και το PIN δεν αλλάζουν ποτέ από την ίδια την τράπεζα παρά μόνο με την παρέμβαση του χρήστη από την επιλογή διαχείρισης του λογαριασμού του.

Η υποστήριξη των λογαριασμών περιλαμβάνει τα στοιχεία του λογαριασμού, το υπόλοιπο, τις τελευταίες κινήσεις και γενικότερα τη διαχείρισή του. Οι συνδεδεμένοι λογαριασμοί του δικαιούχου εμφανίζονται σε μορφή λίστας. Ο χρήστης, με μια πρώτη ματιά, μπορεί να δει το υπόλοιπο και τον τύπο του λογαριασμού. Επιλέγοντας ένα λογαριασμό, βλέπει τα αναλυτικά στοιχεία του και το υποκατάστημα στο οποίο ανήκει. Για να παρακολουθήσει τις κινήσεις του, θα πρέπει να επιλέξει την αντίστοιχη λειτουργία, όπου μπορεί να ορίσει τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Το σύστημα περιορίζει την επιλογή στο διάστημα μόνο ενός μήνα, αλλά ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να αναζητήσει τις κινήσεις οποιασδήποτε χρονολογίας και παλαιότητας. Θα μπορούσε, πάντως, να υπάρχει ένα κουμπί επιστροφής από την οθόνη με τα αποτελέσματα. Ο συναλλασσόμενος έχει επίσης τη δυνατότητα να δει μόνο τις τελευταίες κινήσεις από την αντίστοιχη επιλογή (mini statement). Από εδώ, μπορεί να επιλέξει το πλήθος των τελευταίων κινήσεων που θέλει να εμφανιστούν στη λίστα με τα αποτελέσματα. Η λίστα με τις κινήσεις συνοδεύεται από την αιτιολογία και μια μικρή ανάλυση μαζί με τον αριθμό αναφοράς του συστήματος και φυσικά την αιτιολογία. Στις περισσότερες οθόνες υπάρχει η υποστήριξη της εκτύπωση από το αντίστοιχο κουμπί.

Οι πληρωμές που μπορούν να γίνουν από το E-Banking της Aspis Bank είναι περιορισμένες. Υποστηρίζονται οι δημόσιοι οργανισμοί (ΦΠΑ, ΙΚΑ ΤΕΒΕ) και οι εξοφλήσεις των λογαριασμών ΟΤΕ και κινητής τηλεφωνίας.

Με τα εμβάσματα δίνεται η δυνατότητα μεταφοράς των χρημάτων σε λογαριασμούς της ίδιας αλλά και άλλων τραπεζών. Η προμήθεια των εμβασμάτων δεν είναι ξεκάθαρη. Επιπλέον, το σύστημα δεν επιτρέπει την επιλογή του τρόπου της προμήθειας ούτε τη χρονική στιγμή της εκτέλεσης.

Η υποστήριξη των πιστωτικών καρτών περιορίζεται στην πληρωμή και σε μια αναλυτική εικόνα που περιλαμβάνει το υπόλοιπο της κάρτας και την τελευταία πληρωμή. Δεν μπορεί δηλαδή ο χρήστης να δει τις συναλλαγές της πιστωτική κάρτας ούτε κάποιον από τους αναλυτικούς λογαριασμούς που του στέλνει η τράπεζα με το ταχυδρομείο.

4.5 EUROBANK – EFG

Ο όμιλος Eurobank EFG, μέλος του EFG Bank

European Financial Group με έδρα τη Γενεύη, ιδρύθηκε το 1990 με την αρχική επωνυμία «Ευρωεπενδυτική Τράπεζα» και με στόχο την παροχή κυρίως επενδυτικών υπηρεσιών. Σήμερα, η Eurobank είναι ένας Ευρωπαϊκός οργανισμός με προσωπικό άνω των 19.000 ανθρώπων και παρέχει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του τόσο μέσα από 1.300 σημεία παρουσίας, όσο και μέσα από εναλλακτικά δίκτυα διάθεσης. Η υπηρεσία Ηλεκτρονικής Τραπεζικής της τράπεζας ξεκίνησε μέσα στο 2003 και στην αρχή της λειτουργίας της οι πελάτες αυτού του νέου εναλλακτικού δικτύου τραπεζικής είχαν στη διάθεσή τους τις εξής υπηρεσίες:

- Πραγματοποίηση on-line αιτήσεων για τα προϊόντα της τράπεζας,
- Ενημέρωση για το υπόλοιπο και την ανάλυση των λογαριασμών,
- Μεταφορά χρημάτων μεταξύ προσωπικών λογαριασμών και λογαριασμών τρίτων,
- Πληρωμή πιστωτικών καρτών Eurobank/MasterCard και Eurobank/VISA.

Επιπλέον, μπορούσαν να διεκπεραιώσουν και κάποιες βασικές χρηματιστηριακές συναλλαγές όπως αγοραπωλησία μετοχών και παρακολούθηση της εξέλιξης των εντολών αγοράς και πώλησης.

Με την πάροδο των χρόνων οι υπηρεσίες αυτές εξελίχθηκαν και σήμερα η τράπεζα προσφέρει έναν πλήρη και λειτουργικό γκισέ στους πελάτες της παρέχοντάς τους μια από τις πιο ολοκληρωμένες λύσεις Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στην Ελλάδα. Οι συναλλαγές που μπορούν να εκτελεστούν μέσω του διαδικτύου απευθύνονται τόσο σε ιδιώτες όσο και σε επιχειρήσεις.

Οι τραπεζικές υπηρεσίες E-Banking που απολαμβάνουν οι εταιρικοί πελάτες είναι:

- Υπόλοιπα και κινήσεις λογαριασμών
- Τηλεειδοποιήσεις μέσω sms & e-mail για ημερήσιες κινήσεις λογ/σμών και πιστωτικών καρτών
- Πληροφορίες, κινήσεις και υπόλοιπα δανείων
- Πληρωμή Δόσεων Δανείων
- Πληροφορίες πληρωμής ΦΠΑ
- Πληρωμή ΦΠΑ, ΙΚΑ, ΤΕΒΕ
- Προγραμματισμένες Συναλλαγές (πληρωμές, μεταφορές, εμβάσματα)
- Δημιουργία, Ενημέρωση, Προσθήκη, Διαγραφή Ομαδικών Πληρωμών (προς προμηθευτές, πληρωμές μισθοδοσίας κ.λπ.)

- Μεταφορά χρημάτων μεταξύ προσωπικών λογαριασμών
- Μεταφορά χρημάτων σε λογαριασμούς τρίτων της Eurobank
- Μεταφορές χρημάτων σε λογαριασμούς εσωτερικού εκτός Eurobank
- Μεταφορές χρημάτων σε λογαριασμούς εξωτερικού (Εμβάσματα, συνδρομή σε εφημερίδες και περιοδικά κ.ά.)
- Αποστολή Προσωπικών Μηνυμάτων
- Αλλαγή Κωδικού Εισόδου (Password)
- Ευρετήριο Λογαριασμών Eurobank
- Ευρετήριο Λογαριασμών άλλων Τραπεζών Εσωτερικού
- Συναλλαγματικές Ισοτιμίες
- Διαχείριση Πιστοποιητικών
- Φόρτιση/επαναφόρτιση προπληρωμένης κάρτας
- Πληρωμή πιστωτικής κάρτας Eurobank (προσωπική και τρίτου προσώπου)
- Πληρωμή πιστωτικής κάρτας άλλης τράπεζας
- Πληρωμές άλλων λογαριασμών (EFG Leasing, Filmnet/Nova, GMAC, Ford Credit, Serfin, Firen, BMW Austria Bank GMBH, Otenet, ΕΠΑ Φυσικό Αέριο, ΕΠΑ Μελέτες, ΕΠΑ Κατασκευές, ΕΠΑ Τροποποιήσεις, Volkswagen Bank, Ελληνογερμανική Αγωγή, Επαγγελματικό Ταμείο Ασφάλισης Οικονομολόγων, ΕΛΑΣΤΙΚΑ ΜΙΣΕΛΕΝ Α.Β.Ε.Ε., SFS HELLAS FINANCE CONSUMER A.E., IATA BSP, IATA CASS, NET ONE A.E., Ταμείο Επαγγελματικής Ασφάλισης Γεωτεχνικών Ελλάδος)
- Αίτηση έκδοσης μπλοκ επιταγών κ.ά.

Επίσης, δίνεται και η δυνατότητα σχεδιασμού της υπηρεσίας Web Banking βάσει των φυσικών διαδικασιών των εταιρικών πελατών, με διαφορετικά δικαιώματα και εγκριτικά επίπεδα ανά χρήστη και ανά συναλλαγή μέσω: επιλογής απεριόριστου αριθμού χρηστών για την πραγματοποίηση των συναλλαγών, ορισμού συγκεκριμένων δικαιωμάτων και ημερήσιων ορίων ανά συναλλαγή, ανά λογαριασμό και χρήστη και μέσω της δυνατότητας αίτησης/έγκρισης συναλλαγών, ώστε να πραγματοποιούνται οι συναλλαγές με τις ίδιες διαδικασίες και εγκριτικά επίπεδα που χρησιμοποιούνται και στο φυσικό κόσμο. Επιπλέον, οι προμήθειες στις εγχρήματες συναλλαγές είναι οι χαμηλότερες από εκείνες άλλων τραπεζών και οι περισσότερες συναλλαγές εκτελούνται σε πραγματικό χρόνο. Η Eurobank είναι η μοναδική τράπεζα που παρέχει, από το Internet, τη δυνατότητα μεταφοράς χρημάτων από την πιστωτική κάρτα σε συγκεκριμένο λογαριασμό με μια κίνηση (χρέωση πιστωτικού ορίου), μια

συναλλαγή που ισοδυναμεί με την ανάληψη μετρητών, γι’ αυτό άλλωστε χρεώνεται με την ανάλογη προμήθεια. Για την καλύτερη διεκπεραίωση των συναλλαγών, η Eurobank προσφέρει μια σειρά από ευρετήρια με λογαριασμούς και πιστωτικές άλλων τραπεζών.

Υπάρχει ακόμη η επιλογή **«Συνολική Εικόνα»**, όπου εμφανίζονται όλα τα προϊόντα, το υπόλοιπο των λογαριασμών και το σύνολο των υποχρεώσεων του χρήστη. Η **«Διαχείριση των λογαριασμών»** περιλαμβάνει τη δυνατότητα να δείτε το υπόλοιπό σας, πληροφορίες για το λογαριασμό σας και τον αριθμό IBAN. Οι κινήσεις των λογαριασμών παρουσιάζονται με έναν απλό και ιδιαίτερα λειτουργικό τρόπο. Το ιστορικό των κινήσεων ξεκινά από το 2005. Η διαχείριση των πιστωτικών καρτών είναι πλήρης. Συγκεκριμένα, περιλαμβάνει την πληρωμή της κάρτας από το λογαριασμό, τη δυνατότητα να δει κανείς το υπόλοιπο και τις συναλλαγές που έχουν γίνει. Οι κινήσεις των πιστωτικών καρτών είναι χωρισμένες σύμφωνα με τις μηνιαίες καταστάσεις που ταχυδρομούνται, επιτρέποντας στο συναλλασσόμενο να δει παλαιότερες κινήσεις μέχρι και έξι μήνες πριν. Επίσης, είναι εφικτή η πληρωμή μιας πιστωτικής κάρτας που ανήκει σε άλλη τράπεζα και απαιτεί προμήθεια (€ 0,30).

Η διαχείριση των εμβασμάτων είναι πλήρης και αποτελεί ένα από τα δυνατά σημεία της Eurobank. Η μεταφορά χρημάτων σε λογαριασμούς στη Eurobank διακρίνεται για ένα μοναδικό και ιδιαίτερα χρήσιμο χαρακτηριστικό. Εμφανίζεται το ονοματεπώνυμο του παραλήπτη πριν από την τελική επιβεβαίωση. Έτσι, ο αποστολέας είναι σίγουρος για την ορθότητα της συναλλαγής, όπως ακριβώς συμβαίνει στο γκισέ.

Οι χρηματιστηριακές υπηρεσίες E-Banking που απολαμβάνουν οι εταιρικοί πελάτες είναι:

- Οικονομικές Αναλύσεις
- Ζωντανή Παρακολούθηση της συνεδρίασης του Χ.Α.Α.
- On-line Παρουσίαση Νέων της Αγοράς
- On-line Παρουσίαση ενδοσυνεδριακών δεδομένων και ticker Χ.Α.Α.
- Ημερήσιο Σχόλιο
- Εταιρικά Νέα
- Εταιρικές Πράξεις

- Ισολογισμοί και Αριθμοδείκτες Εισηγμένων Εταιριών
- Δημόσιες Εγγραφές
- Ημερήσιο Κλείσιμο Μετοχών, Παραγώγων, Αμοιβαίων Κεφαλαίων
- Ημερήσιο Δελτίο Τιμών Ομολόγων Ελληνικού Δημοσίου
- Δελτίο Τιμών Εμπορευμάτων
- Διεθνείς Δείκτες
- Ημερήσιο και Ιστορικό Γράφημα Μετοχών

Για την απόκτηση πρόσβασης στις προαναφερθείσες υπηρεσίες Internet Banking, είναι απαραίτητο οι ενδιαφερόμενοι να είναι κάτοχοι μιας οποιασδήποτε κάρτας Eurobank (αναλήψεων, πιστωτικής, κλπ.), καθώς ο 16ψήφιος αριθμός που αναγράφεται πάνω σε αυτήν αποτελεί το ένα από τα δύο στοιχεία ταυτοποίησής τους στην υπηρεσία. Το δεύτερο στοιχείο ταυτοποίησης είναι ο προσωπικός κωδικός πρόσβασης (password), μοναδικός για κάθε χρήστη της υπηρεσίας. Για τη διενέργεια συναλλαγών στις οποίες ο παραλήπτης δεν είναι γνωστός και συνεπώς εμπεριέχουν ρίσκο (πχ. μεταφορές σε τρίτους, εμβάσματα), η Τράπεζα δεν αρκείται σε αυτό το επίπεδο ταυτοποίησης του χρήστη αλλά απαιτεί μια επιπλέον δικλείδα ασφαλείας, την ψηφιακή πιστοποίηση. Το ψηφιακό πιστοποιητικό⁸ (digital certificate) αποτελεί το μέσο που παρέχει τη δυνατότητα στον κάτοχό του να υπογράφει ψηφιακά όλες τις ηλεκτρονικές συναλλαγές που εκτελεί. Για την έκδοση προσωπικού ψηφιακού πιστοποιητικού, απαιτείται ο κωδικός έκδοσης πιστοποιητικού (Certificate). Για την έκδοση των κωδικών (password, certificate) απαιτείται η συμπλήρωση μιας αίτησης η οποία μπορεί να γίνει είτε σε κάποιο από τα καταστήματα της τράπεζας είτε ηλεκτρονικά, οπότε οι κωδικοί στέλνονται στον πελάτη μέσω courier. Οι κωδικοί μπορούν να εκδοθούν και on-line με το πάτημα ενός κουμπιού στο site της τράπεζας. Οι κωδικοί που εκδίδονται με αυτόν τον τρόπο είναι μοναδικοί, όχι όμως και προσωπικοί. Για να γίνουν προσωπικοί οι κωδικοί θα πρέπει να γίνει κλήση στην υπηρεσία EuroPhone Banking και απαραίτητη προϋπόθεση για να ολοκληρωθεί η διαδικασία εγγραφής είναι ο καλών να είναι πελάτης EuroPhone Banking.

Στη Eurobank η ασφάλεια των συναλλαγών αποτελεί ύψιστη προτεραιότητα και γι’ αυτό οι επενδύσεις σε αυτό τον τομέα υπήρξαν και συνεχίζουν να είναι ιδιαίτερα

⁸ Τα Ψηφιακά Πιστοποιητικά είναι ηλεκτρονικά αρχεία που χρησιμοποιούνται για να ταυτοποιούν μοναδικά τον πελάτη. Βασίζονται στην υποδομή Δημοσίου Κλειδιού (Public Key Infrastructure).

σημαντικές. Η υιοθέτηση τεχνολογίας αιχμής με πρωτόκολλα επικοινωνίας και μηχανισμούς ταυτοποίησης μοναδικά για τα ελληνικά δεδομένα, καθιστούν την Eurobank πρωτοπόρο στη διασφάλιση των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Η τράπεζα χρησιμοποιεί το πρωτόκολλο SSL – 128 bits το οποίο εξασφαλίζει την ασφάλεια των συναλλαγών μέσω διαδικτύου. Η πρόσβαση στα συστήματα της Eurobank (servers) προστατεύεται από τελευταία τεχνολογία Firewall, η οποία επιτρέπει τη χρήση συγκεκριμένων υπηρεσιών απαγορεύοντας, παράλληλα, την πρόσβαση σε συστήματα και βάσεις δεδομένων με απόρρητα στοιχεία και πληροφορίες της Τράπεζας σε μη αναγνωρισμένους χρήστες. Μια επιπλέον δικλείδα ασφαλείας αποτελεί η αυτόματη αποσύνδεση χρήστη. Η ολοκλήρωση μιας συναλλαγής επιτρέπεται μέσα σε ένα συγκεκριμένο χρονικό όριο (15 λεπτά) μετά τη λήξη του οποίου το σύστημα αποσυνδέει τον χρήστη αυτόματα. Επίσης, προσφέρεται η δυνατότητα απεγκατάστασης και εγκατάστασης ενός συγκεκριμένου πιστοποιητικού, μεταφέροντάς το από τον έναν υπολογιστή στον άλλο. Επιπλέον, δίνεται η δυνατότητα στο χρήστη να δημιουργήσει το δικό του προσωπικό μενού επιλογών και να διαχειριστεί το προφίλ του, το οποίο περιλαμβάνει, μεταξύ των άλλων, τους κωδικούς πρόσβασης, τα πιστοποιητικά και τα ευρετήρια.

Η Ηλεκτρονική Τραπεζική της τράπεζας έχει λάβει πολλές διακρίσεις τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Η πιο πρόσφατη από αυτές ήρθε από το διεθνούς κύρους αμερικάνικο περιοδικό “Global Finance” που ανέδειξε την Eurobank ως την «Καλύτερη Τράπεζα στην παροχή υπηρεσιών στους καταναλωτές μέσω Διαδικτύου» («Best Consumer Internet Bank») για το 2007. Ελληνικά περιοδικά όπως το RAM, το PC WORLD και το PC MAGAZINE σε έρευνες που δημοσίευαν τα προηγούμενα χρόνια κατέτασσαν το Internet Banking της τράπεζας στις πρώτες θέσεις ανάμεσα στις ομοειδείς εφαρμογές στην Ελλάδα.

4.6 GENIKI BANK

Η Γενική Τράπεζα της Ελλάδας ιδρύθηκε το 1937. Στις 5 Μαρτίου του 2007 ο γαλλικός όμιλος της Societe Gennerale γίνεται ο κυριότερος μέτοχος με το 50,01% και το όνομα της τράπεζας αλλάζει από Γενική Τράπεζα της Ελλάδας σε Geniki Bank. Το 2006 ανέπτυξε το νέο εναλλακτικό δίκτυο Internet Banking.



Το E-Banking της ΓΕΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ είναι μια πρόσφατη υλοποίηση που φαίνεται να βασίζεται στην τεχνολογία NET της Microsoft (Ιστοσελίδες .aspx). Υποστηρίζει τις βασικές τραπεζικές συναλλαγές μέσα από ένα απλό και λιτό δικτυακό τόπο. Η επικοινωνία με το χρήστη είναι εύκολη και φιλική και στηρίζεται σε μια καλαίσθητη οθόνη, με τις βασικές επιλογές να εμφανίζονται στο αριστερό τμήμα της και τις επιμέρους υπηρεσίες στο βασικό παράθυρο, σε μορφή ετικέτας. Οι υπηρεσίες του GENIKI E-Banking που αφορούν τόσο ιδιώτες όσο και επιχειρήσεις έχουν ομαδοποιηθεί σε 5 ενότητες και κατά αυτόν τον τρόπο παρουσιάζονται στον πελάτη με τη μορφή μενού επιλογών. Πιο συγκεκριμένα, ο πελάτης μπορεί να επιλέξει από το μενού: Ενημέρωση, Μεταφορές, Πληρωμές, Διαχείριση συναλλαγών και Διαχείριση προφίλ.

Προϋποθέσεις για τη χρήση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής είναι, πρώτον, να έχει ο πελάτης τουλάχιστον έναν λογαριασμό καταθέσεων στην Geniki Bank, να κάνει αίτηση έκδοσης κάρτας αναλήψεων μετρητών και να υπογράψει του Όρους Συναλλαγών Μέσων Εναλλακτικών Δικτύων. Ο πελάτης πρέπει αναγκαστικά να πάει σε κάποιο κατάστημα της τράπεζας, καθώς δεν υπάρχει η επιλογή συμπλήρωσης on-line αίτησης.

Η διαδικασία σύνδεσης με το E-Banking πραγματοποιείται με τη χρήση του κωδικού εισόδου και του αντίστοιχου κωδικού ασφάλειας (PIN). Η Γενική Τράπεζα χρησιμοποιεί τα ψηφιακά πιστοποιητικά για τις εγχρήματες συναλλαγές. Η υλοποίησή τους γίνεται με τη χρήση μιας μικρής συσκευής e-Token, η οποία διαθέτει σύνδεση UBS. Αν θέλει κανείς να εκτελέσει εγχρήματες συναλλαγές, θα πρέπει να την αγοράσει δίνοντας € 23. Η συσκευή δεν είναι πολύ λειτουργική, όσον αφορά στην εγχρήματη συναλλαγή, ο χρήστης θα πρέπει να επιλέξει το ψηφιακό πιστοποιητικό και στη συνέχεια να εισαγάγει το PIN της συσκευής. Η Γενική Τράπεζα θέλησε με αυτό τον τρόπο να επιτρέψει στον συναλλασσόμενο να μεταφέρει τη χρήση του E-Banking από τον έναν υπολογιστή σε οποιονδήποτε άλλο, συνδέοντας απλώς τη συσκευή. Δεν λείπουν όμως τα προβλήματα, καθώς αυτή δεν αναγνωρίζεται ούτε από τα Windows Vista με αποτέλεσμα να είναι απαραίτητη η χρήση CD με τους οδηγούς και το πρόγραμμα εγκατάστασης.

Η Γενική Τράπεζα υποστηρίζει την εισαγωγή και τη διαχείριση καταλόγων και

ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

ευρετηρίων, ένα χαρακτηριστικό που βοηθά το χρήστη στις τραπεζικές του συναλλαγές. Υπάρχει, επιπλέον, η δυνατότητα δημιουργίας συντομεύσεων που χρησιμοποιούνται πιο συχνά, πατώντας το σύνδεσμο «Προσθήκη συντόμευσης». Αυτόματα η συγκεκριμένη επιλογή θα μεταφερθεί στο μενού με τις συντομεύσεις, προσφέροντας μία ακόμα πιο εύκολη πλοήγηση.

Το E-Banking της Γενικής Τράπεζας υποστηρίζει τη διαχείριση των λογαριασμών, τις πιστωτικές κάρτες, τους δανειακούς λογαριασμούς, τις εντολές πληρωμής και τα εμβάσματα. Από την ενότητα των λογαριασμών ο χρήστης βλέπει το υπόλοιπο ενός λογαριασμού και τις κινήσεις της ημέρας ή επιλέγει το χρονικό διάστημα που τον ενδιαφέρει. Από τις πληρωμές μπορεί να πληρώσει τη δική του ή πιστωτικές κάρτες τρίτων στη Γενική Τράπεζα, τους λογαριασμούς ΟΤΕ και ΤΕΛΑΣ, το ΦΠΑ, το φόρο εισοδήματος, τις εισφορές στο ΙΚΑ και το ΟΑΕΕ (ΤΕΒΕ), καθώς και λογαριασμούς άλλων επιχειρήσεων. Η διαδικασία της πληρωμής είναι απλή και η χρέωση γίνεται απευθείας στον επιλεγμένο λογαριασμό. Δεν υποστηρίζονται όμως οι πληρωμές σε ΔΕΗ και ΕΥΔΑΠ ούτε οι πάγιες εντολές.

Από τα εμβάσματα είναι δυνατόν να μεταφερθούν χρήματα σε άλλους λογαριασμούς, σε άλλες τράπεζες στην Ελλάδα, όχι όμως και στο εξωτερικό. Απουσιάζει, επίσης, η δυνατότητα της επιλογής εκτέλεσης σε μια συγκεκριμένη ημερομηνία ή σε τακτά χρονικά διαστήματα. Υπάρχει όμως η επιλογή του τρόπου και του ποσού προμήθειας που θα χρεωθεί ο αποστολέας. Ωστόσο, τις περισσότερες φορές το πεδίο της προμήθειας παραμένει μηδενικό. Το έμβασμα σε λογαριασμό της ίδιας τράπεζας θα εκτελεστεί σε πραγματικό χρόνο. Ο χρήστης μπορεί να δει το ιστορικό των πληρωμών και των εμβασμάτων, με το E-Banking να επιτρέπει την ακύρωση μιας συναλλαγής που δεν έχει ακόμη εκτελεστεί.

Δεν λείπουν όμως και τα προβλήματα από την υλοποίηση του E-Banking της Γενικής Τράπεζας. Το σύστημα ανανεώνει τα περιεχόμενα κάθε σελίδας ακόμη και για τα πιο ασήμαντα πράγματα, όπως η επιλογή του τύπου της πιστωτικής κάρτας από ένα μενού επιλογών.

Η Geniki Bank έχει κάνει μια σειρά από ενέργειες ούτως ώστε να εξασφαλίσει υψηλά επίπεδα ασφάλειας. Είναι μια από τις λίγες τράπεζες που χρησιμοποιούν την

τεχνολογία των Ψηφιακών Πιστοποιητικών και των e-tokens⁹ και η μόνη που χρησιμοποιεί την τεχνολογία των Ψηφιακών Υπογραφών¹⁰.

4.7 MARFIN EGNATIA BANK

Είναι μια νέα τράπεζα

προήλθε από τη

συγχώνευση το Μάρτιο



MARFIN EGNATIA BANK

του 2007 της Εγνατίας και της Λαϊκής, αφού είχε αγοραστεί από τον όμιλο Marfin. Η νέα τράπεζα που προέκυψε διατήρησε τη μηχανογράφηση της Εγνατίας και φυσικά το E-Banking της ίδιας τράπεζας. Η τράπεζα Εγνατία ήταν αυτή που έκανε τα πρώτα βήματα στην τραπεζική εξυπηρέτηση μέσω του Internet στην Ελλάδα το 1998 μέσω του Egnatia Webteller¹¹.

Οι λογαριασμοί της Λαϊκής Τράπεζας μεταφέρθηκαν στο περιβάλλον της Εγνατίας με τις προφανείς αλλαγές στα λογότυπα και τα χρώματα. Η Εγνατία τράπεζα ήταν από τις πρωτοπόρες τράπεζες στο E-Banking. Σήμερα, οι υπηρεσίες μέσω Internet που προσφέρει η τράπεζα Marfin Egnatia απευθύνονται τόσο σε ιδιώτες όσο και σε επιχειρήσεις.

Οι ιδιώτες – πελάτες της τράπεζας έχουν τη δυνατότητα να διαχειρίζονται τους τραπεζικούς τους λογαριασμούς βλέποντας το υπόλοιπό τους αλλά και τις πιο πρόσφατες κινήσεις, επιλέγοντας το πλήθος των συναλλαγών ή δηλώνοντας τη χρονική περίοδο που ενδιαφέρεται ο χρήστης, που όμως δεν θα υπερβαίνει τους 3 μήνες. Υποστηρίζονται και οι μεταφορές των χρημάτων σε λογαριασμούς τρίτων στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, οι μεταφορές χρηματικών ποσών εντός MARFIN EGNATIA BANK εκτελούνται σε πραγματικό χρόνο μόνο τις εργάσιμες ημέρες και ώρες. Το ίδιο συμβαίνει και με τις πληρωμές των πιστωτικών καρτών έκδοσης MARFIN EGNATIA BANK και άλλων τραπεζών, από όπου αφαιρείται μεν το ποσό στον λογαριασμό, αλλά δεν εμφανίζεται άμεσα στην κάρτα, παρά μόνο έπειτα από

⁹ Οι συσκευές token παράγουν κωδικούς μιας χρήσης (διαφορετικούς κάθε 30 δευτερόλεπτα και βάσει ενός ιδιαίτερα σύνθετου αλγορίθμου) για την πιστοποίηση της ταυτότητας του χρήστη στην υπηρεσία.

¹⁰ Το Ψηφιακό Πιστοποιητικό και το Ιδιωτικό Κλειδί χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία της Ψηφιακής Υπογραφής.

¹¹ Το Web Teller δέφερε από τις σημερινές εφαρμογές στο Web Banking. Δεν στηριζόταν σε ιστοσελίδες για να εμφανίσει τα αποτελέσματα ούτε στις απλές φόρμες εισαγωγής που έχουν συνηθίσει οι χρήστες του Internet, αλλά σε μια αυτόνομη εφαρμογή σε Java που «κατέβαινε» και φορτώνονταν αυτόματα μόλις ο χρήστης την επέλεγε.

μερικές ώρες. Επίσης, οι πελάτες μπορούν να δίνουν εντολή για πληρωμές Δημοσίου, ΦΠΑ, ΙΚΑ, ΤΕΒΕ, φόρου εισοδήματος και τελών κυκλοφορίας, να πληρώνουν λογαριασμούς ΔΕΚΟ, ΔΕΗ, ΟΤΕ, ΕΥΔΑΠ και άλλων οργανισμών, να πληρώνουν λογαριασμούς κινητής και σταθερής τηλεφωνίας, να κάνουν αιτήσεις για ανάκληση επιταγών ή παραγγελία συναλλάγματος και να εκτελούν επαναλαμβανόμενες συναλλαγές (πάγιες/περιοδικές πληρωμές). Ειδικά για τους εταιρικούς πελάτες η τράπεζα προσφέρει την αποστολή αρχείου μέσω διαδικτύου για μαζικές πληρωμές προς τρίτους ή μισθοδοσίας, ειδική ενότητα επίκαιρης φορολογικής & εργατικής νομοθεσίας, ετήσιο ημερολόγιο φορολογικών υποχρεώσεων, καθώς και καθημερινή οικονομική και φορολογική ενημέρωση. Επίσης, οι πελάτες μπορούν να πληροφορούνται για στοιχεία δανείων, όπως είναι το υπόλοιπο, η ημερομηνία λήξης και το ποσό της επόμενης δόσης, χωρίς όμως να δίνεται η δυνατότητα διαχείρισής τους.

Ένα ιδιαίτερα ενδιαφέρον χαρακτηριστικό είναι οι εκτυπώσεις που δημιουργούνται σε μορφή PDF (Acrobat Reader), σε άψογη έγχρωμη εμφάνιση στην οποία περιλαμβάνονται οι πληροφορίες της συγκεκριμένης συναλλαγής.

Το E-Banking της Marfin αποτελεί ένα ιδιαίτερα φιλικό και εύχρηστο περιβάλλον εργασίας. Η πλοήγηση γίνεται με τις βασικές επιλογές που βρίσκονται στο αριστερό τμήμα. Το μενού των επιλογών ανοίγει και κλείνει καθώς ο χρήστης επιλέγει την υπηρεσία που θέλει, ένα επίσης ιδιαίτερα λειτουργικό χαρακτηριστικό.

Η αίτηση για απόκτηση πρόσβασης στο σύστημα μπορεί να γίνει είτε ηλεκτρονικά είτε σε κάποιο κατάστημα της τράπεζας. Προϋπόθεση είναι ο αιτών να έχει ένα λογαριασμό στην τράπεζα. Με την υποβολή της αίτησης οι πελάτες λαμβάνουν το πακέτο εγγραφής, το οποίο περιλαμβάνει τον Κωδικό Χρήστη (user name), τον Κωδικό Πρόσβασης (PIN) όπως επίσης και την συσκευή ασφαλείας Security Token που παράγει κωδικούς μιας χρήσης για ακόμα μεγαλύτερη ασφάλεια στις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Η χρήση της συσκευής των μοναδικών αριθμών, η οποία κοστίζει € 4 ζητείται στη διεκπεραίωση εγχρήματων συναλλαγών ανεξάρτητα από το εάν πρόκειται για μεταφορές λογαριασμών ή και πιστωτικών καρτών του ίδιου χρήστη, χαρακτηριστικό που σίγουρα δυσχεραίνει τις απλές συναλλαγές. Για το E-Banking των επιχειρήσεων επιστρατεύεται μια πιο εξελιγμένη συσκευή Security

Token. Καινοτομία αποτελεί το γεγονός ότι κατά την είσοδο στο σύστημα ο πελάτης μπορεί να επιλέξει για λόγους ασφαλείας¹² να πληκτρολογήσει τους κωδικούς του σε εικονικό πληκτρολόγιο (Virtual Keyboard), ώστε να αποτραπεί η υποκλοπή τους μέσω κακόβουλων προγραμμάτων που μπορούν να καταγράψουν τα πλήκτρα από το πραγματικό πληκτρολόγιο.

Η τράπεζα προσφέρει ξεχωριστή υπηρεσία για αγοραπωλησία μετοχών μέσω του διαδικτύου, την υπηρεσία E-Brokerage. Οι προσφερόμενες επενδυτικές υπηρεσίες του E-Brokerage είναι μεταξύ άλλων : η δημιουργία προσωπικής σελίδας με εικονικά χαρτοφυλάκια, η ακύρωση ή μεταβολή εντολής, η διαχείριση λογαριασμών Marfin και Παραγώγων, η on-line παρακολούθηση της συνεδρίασης του χρηματιστηρίου και η πρόσβαση σε πληροφορίες, αναλύσεις και νέα της αγοράς. Επιπλέον, μέσω της υπηρεσίας E-Investment ο πελάτης μπορεί να αγοράσει και να πουλήσει on-line Αμοιβαία Κεφάλαια, ενώ οι υπηρεσίες E-Insurance, E-Pay και E-Properties αφορούν συναλλαγές τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων, συναλλαγές ηλεκτρονικού εμπορίου και κτηματομεσιτικές συναλλαγές αντίστοιχα.

Σχετικά με τη διασφάλιση της ποιότητας, η Διεύθυνση Ηλεκτρονικής Τραπεζικής της τράπεζας έχει πιστοποιηθεί κατά ISO 9001:2003 από τον Οκτώβριο του 2005. Η πιστοποίηση πραγματοποιήθηκε από τον οργανισμό TÜV HELLAS.

4.8 MILLENNIUM BANK

Η Τράπεζα Millennium Bank ξεκίνησε τη λειτουργία της το Σεπτέμβριο του 2003 με την ονομασία Nova Bank. Στις 2 Νοεμβρίου 2006, η Τράπεζα ανακοίνωσε την εναρμόνισή της με την εταιρική επωνυμία, εικόνα και λογότυπο του Ομίλου Millennium, αρχής γενομένης από το Δεκέμβριο του 2006. Το Internet Banking της τράπεζας ξεκίνησε να λειτουργεί το 2003. Ανήκει στη νέα γενιά τραπεζών, που χαρακτηρίζονται από την άρτια μηχανογράφηση και την έμφαση που δίνουν τα εναλλακτικά δίκτυα, αποφεύγοντας έτσι τα πολυπρόσωπα υποκαταστήματα και τις ουρές στο γκισέ.



Το ολοκληρωμένο δίκτυο εξυπηρέτησης από το Internet της Millennium παρέχει πλήρη ενημέρωση για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της τράπεζας, καθώς και τη δυνατότητα για διενέργεια τραπεζικών και επενδυτικών συναλλαγών, στα ελληνικά

¹² Για να αποτραπεί κάθε δυνατότητα υποκλοπής του κωδικού χρήστη και του PIN κατά την πληκτρολόγησή τους από τον πελάτη.
ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

ή στα αγγλικά. Από το δίκτυο Ηλεκτρονικής Τραπεζικής μπορούν να επωφεληθούν τόσο οι ιδιώτες πελάτες όσο και οι επιχειρήσεις. Η επικοινωνία με το χρήστη είναι απλή και εύχρηστη. Οι βασικές επιλογές βρίσκονται στο πάνω τμήμα της οθόνης και οι αντίστοιχες επιλογές στα αριστερά. Στο πλήθος των υπηρεσιών του δικτύου συγκαταλέγεται η αναλυτική παρακολούθηση όλων των λογαριασμών και των κινήσεών τους, όπου εκτός από το ότι μπορεί να δει, μπορεί επίσης και να εκτυπώσει τα αντίγραφα των κινήσεων (statement) σε μορφή PDF. Σε πολλές οθόνες θα βρει την επιλογή για να κατεβάσει τις κινήσεις του λογαριασμού σε μορφή Excel και Money. Επιπλέον, είναι δυνατές οι μεταφορές σε οποιοδήποτε λογαριασμό εντός και εκτός Millennium Bank, στις οποίες ο υπολογισμός της προμήθειας δεν είναι ξεκάθαρος, ωστόσο όμως, ο πελάτης έχει την ευχέρεια να επιλέξει τον τρόπο προμήθειας. Επίσης, υποστηρίζονται οι πληρωμές ΦΠΑ, ΙΚΑ, ΤΕΒΕ, ΟΤΕ, φόρου εισοδήματος, πάγιες εντολές ΔΕΚΟ, πληρωμές πιστωτικών καρτών έκδοσης και εκτός της Millennium Bank, πληρωμές δανείων, διαβίβαση χρηματιστηριακών εντολών και συμμετοχή σε δημόσιες εγγραφές, πληρωμή υπαλλήλων ή προμηθευτών και διαχείριση επιταγών.

Για να μπορέσει να χρησιμοποιήσει κάποιος το σύστημα ηλεκτρονικής τραπεζικής της τράπεζας θα πρέπει να έχει έναν καταθετικό λογαριασμό, να έχει στην κατοχή του ενεργή χρεωστική κάρτα, Millennium Bank Debit, την οποία μπορεί να παραλάβει από το κατάστημα με το άνοιγμα του λογαριασμού και να συμπληρώσει μία αίτηση εγγραφής στα Εναλλακτικά Δίκτυα σε οποιοδήποτε κατάστημα της Millennium Bank.

Το E-Banking της Millennium Bank διαθέτει τα συνηθισμένα επίπεδα ασφαλείας, χωρίς όμως τη χρήση ψηφιακών πιστοποιητικών ούτε και της απλής υλοποίησης με τη συσκευή δημιουργίας μοναδικών αριθμών. Αντίθετα, έχει το δικό του πολύπλοκο τρόπο ταυτοποίησης τόσο στην αρχική σύνδεση όσο και στην εκτέλεση εγχρήματων συναλλαγών. Η σύνδεση με το E-Banking γίνεται με τον κωδικό χρήστη και τον μυστικό αριθμό PIN. Στη συνέχεια, για να ολοκληρωθεί η σύνδεση, ζητούνται δύο τυχαία ψηφία από τη χρεωστική κάρτα του χρήστη. Επιπλέον, για κάθε εγχρήματη συναλλαγή το σύστημα ζητά μια ιδιόμορφη ταυτοποίηση, τον αριθμό ΚΕΣ (κωδικό εγχρήματων συναλλαγών) όπως τον ονομάζει η τράπεζα. Πρόκειται για έναν αριθμό που δημιουργείται από το σύστημα αυτόματα και αποστέλλεται στην περιοχή των

μηνυμάτων χρήστη. Για να προχωρήσει ο χρήστης στην εκτέλεση της συναλλαγής, θα πρέπει να περάσει από την οθόνη ταυτοποίησης στην οποία θα χρειαστεί να εισάγει δύο τυχαία ψηφία από τον κωδικό ΚΕΣ. Κάθε αριθμός ΚΕΣ διαρκεί 60 ημέρες. Μόλις λήξει, το σύστημα στέλνει το νέο αριθμό στα εισερχόμενα μηνύματα. Η ταυτοποίηση του ΚΕΣ ισχύει μόνο για την ενεργή σύνδεση. Όλη αυτή η διαδικασία είναι χρονοβόρα και καθόλου φιλική, αφού τις περισσότερες φορές χρειάζεται να διακοπεί η συγκεκριμένη συναλλαγή και να περαστεί από μια άλλη οθόνη ταυτοποίησης. Η συσκευή με τους μοναδικούς αριθμούς είναι σίγουρα ένας πιο φιλικός τρόπος ταυτοποίησης.

4.9 ATE BANK

Η Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος ιδρύθηκε το 1929 ως μη κερδοσκοπικός οργανισμός κοινωφελούς χαρακτήρα, με κύριο σκοπό την αποκλειστική χρηματοδότηση με ευνοϊκούς όρους του αγροτικού τομέα και την ενίσχυση της αγροτικής ανάπτυξης. Το 2006 σε συνεργασία με τις εταιρίες Microsoft και Infosys αναπτύχθηκε το σύνολο των απαραίτητων υποδομών ώστε να υπάρχει η δυνατότητα διενέργειας τραπεζικών συναλλαγών μέσω Internet. Είναι η τελευταία τράπεζα από τις μεγάλες και παραδοσιακές τράπεζες που ενστερνίζεται τις νέες τεχνολογίες.



Οι επιλογές που παρέχει η τράπεζα αναφορικά με τις υπηρεσίες Internet Banking απευθύνονται μόνο σε εταιρικούς πελάτες. Η παρακολούθηση των λογαριασμών παρουσιάζει όλους τους συνδεδεμένους λογαριασμούς και τα δάνεια σε μια λίστα με τον τύπο, το νόμισμα και το υπόλοιπο του κάθε λογαριασμού. Ο χρήστης επιλέγοντας το λογαριασμό και τις κινήσεις που θέλει, μπορεί να δει τα στοιχεία αυτού μαζί με τις αναλυτικές κινήσεις του. Έχει, επίσης, τη δυνατότητα να επιλέξει την αναζήτηση των κινήσεων για το χρονικό διάστημα που τον ενδιαφέρει.

Επιπλέον, υποστηρίζονται οι πληρωμές των λογαριασμών ΔΕΚΟ, πληρωμή ΦΠΑ και Φόρου εισοδήματος, πληρωμή εισφορών στο ΙΚΑ και το ΟΑΕΕ (ΤΕΒΕ), καθώς και πληρωμή λογαριασμών σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, προγραμματισμένες πληρωμές, επενδύσεις, on-line αιτήσεις (για μπλοκ επιταγών, συνάλλαγμα, δάνεια και ανανέωση ή πρόωρης εξόφληση προθεσμιακής κατάθεσης). Από τις πληρωμές μπορεί να πληρώσει τη δική του ή πιστωτικές κάρτες τρίτων της Αγροτικής

τράπεζας. Η διαδικασία της πληρωμής είναι απλή και η χρέωση γίνεται απευθείας στον επιλεγμένο λογαριασμό. Παράλληλα, παρέχεται η δυνατότητα να αποθηκευτεί η εντολή πληρωμής και να εκτελεστεί αργότερα. Υποστηρίζονται, επίσης, οι πάγιες εντολές πληρωμής για τις ΔΕΚΟ και μια σειρά από άλλες επιχειρήσεις. Από τα εμβάσματα μπορεί να πραγματοποιηθεί μεταφορά χρημάτων σε άλλους λογαριασμούς, σε άλλες τράπεζες στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, σε ευρώ ή σε άλλο νόμισμα. Η εκτέλεση του εμβάσματος είναι απλή και στηρίζεται στον κατάλογο με τους δικαιούχους που θα πρέπει πρώτα να δημιουργήσει ο συναλλασσόμενος. Το σύστημα υπολογίζει το συνολικό ποσό της προμήθειας που θα χρεωθεί ο αποστολές ανάλογα με τον τρόπο που θα επιλέξει. Πριν από την επιβεβαίωση της συναλλαγής, ο αποστολέας βλέπει τα στοιχεία της πληρωμής και τα αντίστοιχα έξοδα για την προμήθεια της τράπεζας.

Αξιοσημείωτο είναι το ότι σε κάθε συναλλαγή, πέρα από την επιλογή εκτέλεσής της (κουμπί «Εκτέλεση» ή «Πληρωμή» ανάλογα τη συναλλαγή), υπάρχει και η επιλογή «Πρόβλεψη». Η επιλογή αυτή δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να δει πριν εκτελέσει τη συγκεκριμένη συναλλαγή πόσο αυτή θα του κοστίσει. Επιπροσθέτως, υποστηρίζεται η εισαγωγή και διαχείριση καταλόγων και ευρετηρίων, χαρακτηριστικό που βοηθά τον χρήστη σε όλες τις τραπεζικές συναλλαγές, και ειδικότερα στα εμβάσματα.

Η πλοήγηση στηρίζεται σε μια κύρια οθόνη, με τις βασικές επιλογές να βρίσκονται στο αριστερό τμήμα. Στο βασικό παράθυρο εμφανίζονται τα αποτελέσματα της συναλλαγής. Η αρχική οθόνη σύνδεσης με το E-Banking είναι τουλάχιστον ιδιόμορφη. Η διαδικασία εισόδου πραγματοποιείται με τη συμπλήρωση των κωδικών χρήστη και πρόσβασης. Ο χρήστης μπορεί επίσης, από την πρώτη οθόνη, να επιλέξει τη γλώσσα που θέλει αλλά και την υπηρεσία που θα χρησιμοποιήσει. Υπάρχει επίσης ένας ακόμη κωδικός που απαιτείται για τη σύνδεση στο E-Banking. Αυτός δημιουργείται με τη βοήθεια μιας συσκευής (token) που παράγει, με ένα πάτημα του κουμπιού, ένα μοναδικό κωδικό μιας χρήσης, αντικαθιστώντας τις παλιές λίστες TAN. Η χρήση της συσκευής των μοναδικών αριθμών, που κοστίζει € 7, ζητείται ακόμα μια φορά στις εγχρήματες συναλλαγές, ανεξάρτητα από το αν πρόκειται για μεταφορές μεταξύ λογαριασμών ή και πιστωτικών καρτών του ίδιου χρήστη. Εκτός από το μοναδικό αριθμό, ζητείται και ο κωδικός χρήστη, χαρακτηριστικό που δεν

απλοποιεί τις συναλλαγές.

Χρήστες της υπηρεσίας ΑΤΕ Web Banking μπορούν να γίνουν επίσης και όλα τα νομικά πρόσωπα που τηρούν τουλάχιστον έναν λογαριασμό στην ΑΤΕBank. Επίσης, εάν το επιθυμούν, στην υπηρεσία μπορούν να εγγραφούν ατομικές επιχειρήσεις και ελεύθεροι επαγγελματίες. Η επιτυχής είσοδος στην υπηρεσία Web Banking για αυτούς γίνεται με τη συνδυασμένη χρήση των προσωπικών κωδικών: Εταιρικός Κωδικός (Corporate Id), Κωδικός Χρήστη (User Id) και Μυστικός Κωδικός Εισόδου (Password). Για ακόμη περισσότερη ασφάλεια κατά τη διαδικασία εισόδου απαιτείται και η καταχώρηση του Πρόσθετου Κωδικού Ασφαλείας μιας χρήσης (One Time Password), που παράγεται από την ειδική συσκευή Security Token που διατίθεται ανά χρήστη της εταιρίας.

4.10 ΤΡΑΠΕΖΑ ΑΤΤΙΚΗΣ

Η τράπεζα Αττικής Α.Ε. ιδρύθηκε το 1925 και είναι σήμερα ένας δυναμικός χρηματοοικονομικός οργανισμός στην Ελλάδα, με περιορισμένο βέβαια αριθμό καταστημάτων. Στα πλαίσια παροχής σύγχρονων υπηρεσιών προς την πελατεία της, η τράπεζα ενεργοποιήθηκε στην προσφορά υπηρεσιών E-Banking από τις 15 Ιουνίου 2006. Διαθέτει μια σύγχρονη, λιτή και εύχρηστη υλοποίηση των τραπεζικών συναλλαγών μέσω Internet. Η επικοινωνία με το χρήστη είναι εύκολη, καθώς οι βασικές επιλογές βρίσκονται στο δεξί τμήμα της οθόνης σε μορφή πολλαπλών μενού. Έτσι, μπορεί να δει κανείς και να επιλέξει εύκολα τη συγκεκριμένη συναλλαγή.



Το μενού επιλογών που παρέχει η τράπεζα στους πελάτες της αναφορικά με το Internet Banking περιλαμβάνει τη διαχείριση και παρακολούθηση λογαριασμών, όπου ο χρήστης μπορεί να δει τα αναλυτικά στοιχεία, το υπόλοιπο, τον αριθμό IBAN και να εμφανίζει τις κινήσεις με έναν απλό και ιδιαίτερα λειτουργικό τρόπο. Η επιλογή «**Θέση Πελάτη**» παρουσιάζει όλα τα προϊόντα που διαθέτει ο χρήστης, το υπόλοιπο των λογαριασμών του και το σύνολο των υποχρεώσεών του.

Η τράπεζα Αττικής δεν προσφέρει τη δυνατότητα ευρετηρίων στις συναλλαγές με λογαριασμούς και πιστωτικές κάρτες άλλων τραπεζών. Είναι, πάντως, δυνατή η αποστολή ενός εμβάσματος σε μια άλλη τράπεζα στην Ελλάδα σε μετρητά, δηλαδή χωρίς να υπάρχει ο λογαριασμός του παραλήπτη, αλλά μόνο το ονοματεπώνυμό του

και το υποκατάστημα της τράπεζας από όπου θα πάρει τα μετρητά. Σε αυτή την περίπτωση ο εντολέας χρεώνεται όλη την προμήθεια. Η διαχείριση των εμβασμάτων είναι απλή και αποτελεί ένα από τα δυνατά σημεία του E-Banking της Τράπεζας Αττικής. Το σύστημα υπολογίζει επακριβώς την προμήθεια ανάλογα με τον τρόπο και την τράπεζα παραλαβής.

Οι πληρωμές ΔΕΚΟ (ΟΤΕ, ΔΕΗ και ΕΥΔΑΠ) υποστηρίζονται μόνο μέσω πάγιων εντολών. Το σύστημα δεσμεύει το ποσό της πληρωμής άμεσα και δεν υπάρχει η δυνατότητα επιλογής της ημερομηνίας. Υποστηρίζονται, επίσης, η διαχείριση και εξόφληση δανείων, πληρωμές δημόσιων ταμείων (ΙΚΑ, ΦΠΑ, ΟΑΕΕ, ΤΣΜΕΔΕ), πληρωμές συνδρομών, εξόφληση πιστωτικών καρτών, επιταγές, διαχείριση επενδύσεων και υπηρεσίες χρήστη. Είναι από τις λίγες τράπεζες που προσφέρει τη δυνατότητα πραγματοποίησης συναλλαγών με το ΤΣΜΕΔΕ, τον ασφαλιστικό οργανισμό των μηχανικών. Ο χρήστης μπορεί να πληρώνει τις εισφορές με πάγια εντολή ή κάθε φορά ξεχωριστά, καθώς και να πληρώνει και να παρακολουθεί τις δόσεις του διακανονισμού από παλαιότερες οφειλές στο ΤΣΜΕΔΕ. Άλλωστε, το ταμείο αυτό είναι από τους βασικούς μετόχους της τράπεζας. Δεν υπάρχει η δυνατότητα πληρωμής άλλων εταιριών, όπως είναι οι ασφαλιστικοί οργανισμοί, οι εταιρίες σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, η συνδρομητική τηλεόραση κ.ά.

Για να έχει πρόσβαση κάποιος πελάτης (ιδιώτης ή επιχείρηση) στο εναλλακτικό δίκτυο τραπεζικής της Attica Bank θα πρέπει να υποβάλει μια αίτηση εγγραφής είτε ηλεκτρονικά είτε σε κάποιο κατάστημα, αρκεί να τηρεί τουλάχιστον έναν λογαριασμό καταθέσεων στην τράπεζα.

Η διαδικασία εισόδου στο E-Banking πραγματοποιείται με το συνηθισμένο τρόπο, πληκτρολογώντας τον κωδικό χρήστη και τον αντίστοιχο κωδικό πρόσβασης. Στις εγχρήματες συναλλαγές, όπου απαιτείται ένα πρόσθετο επίπεδο ασφάλειας, η Τράπεζα Αττικής χρησιμοποιεί τις λίστες με τους αριθμούς TAN. Αυτοί δίνονται μετά την έγκριση της αίτησης στον ίδιο φάκελο με τους κωδικούς πρόσβασης στο Internet. Οι λίστες TAN δεν είναι ιδιαίτερα λειτουργικές, καθώς περιλαμβάνουν περιορισμένο αριθμό και θα πρέπει κάθε τόσο ο χρήστης να παραγγέλνει νέες. Επιπλέον, είναι απαραίτητο να διαγράφει τους αριθμούς που έχει χρησιμοποιήσει πάνω στην ίδια λίστα, αλλά και να έχει μαζί του τη συγκεκριμένη λίστα TAN για να

εκτελεί εγχρήματες συναλλαγές. Γι’ αυτό, οι λίστες αυτές έχουν πλέον αντικατασταθεί από πιο εύκολους και σίγουρους μηχανισμούς ταυτοποίησης, όπως οι συσκευές δημιουργίας μοναδικών αριθμών (token).

Η εμφάνιση των αποτελεσμάτων γίνεται με το γνώριμο τρόπο του προγράμματος αναζήτησης (browser) σε καλοστημένες ιστοσελίδες. Στις περισσότερες οθόνες υπάρχει ένα μικρό κουμπί για την εκτύπωση των αποτελεσμάτων της συναλλαγής, καθώς και το αντίστοιχο εικονίδιο για βοήθεια. Επιπλέον, όλα τα πεδία που είναι υποχρεωτικά εμφανίζονται με έναν κόκκινο αστερίσκο και έτσι ο χρήστης γνωρίζει από πριν ποια είναι αυτά που θα πρέπει να συμπληρώσει για να εκτελεστεί η συναλλαγή.

Σχετικά με την ασφάλεια, αν εισαχθεί ο Μυστικός Κωδικός Πελάτη (Password) τρεις φορές λάθος, τότε απενεργοποιείται αυτόματα και δεν επιτρέπεται η πρόσβαση στο Attica E-Banking. Επίσης, μετά την πάροδο 20 λεπτών από την είσοδο του χρήστη στο E-Banking, γίνεται για λόγους ασφαλείας αυτόματη αποσύνδεσή του από το σύστημα.

4.11 ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ



Η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος ιδρύθηκε το 1841 ως εμπορική τράπεζα. Η διενέργεια συναλλαγών μέσω του Internet έγινε δυνατή για τους πελάτες της το 2003, ενώ οι πελάτες της μπορούσαν να πραγματοποιούν συναλλαγές με την τράπεζα μέσω του κινητού τους τηλεφώνου¹³ ήδη από το 1999.

Η τράπεζα μέσω του Internet Banking παρέχει στους πελάτες της (φυσικά και νομικά πρόσωπα) πληθώρα υπηρεσιών. Πιο συγκεκριμένα, μεταξύ άλλων, οι πελάτες μπορούν να ενημερώνονται για το υπόλοιπο, τις κινήσεις των λογαριασμών τους και για το ιστορικό των κινήσεων των λογαριασμών τους (έως και 6 μήνες), και να μεταφέρουν χρήματα μεταξύ λογαριασμών. Επιπλέον, οι επαγγελματίες μπορούν να πληρώνουν εργοδοτικές εισφορές αλλά και τον Φ.Π.Α, εφόσον όμως η σχετική δήλωση έχει υποβληθεί μέσω του Taxisnet. Επιπρόσθετα, όλοι οι πελάτες έχουν τη δυνατότητα εξόφλησης του οφειλόμενου φόρου εισοδήματος Φυσικών Προσώπων. Επίσης, παρέχεται η δυνατότητα πληρωμής λογαριασμών ΔΕΗ, τηλεφώνου (σταθερού και κινητού), Internet, δανείων και οφειλών προς άλλες συμβεβλημένες με την τράπεζα εταιρίες, ασφαλιστικών εισφορών ΤΕΒΕ και ασφάλιστρα ζωής της Εθνικής Ασφαλιστικής και καταβολής των εργοδοτικών εισφορών ΙΚΑ με άμεση πληρωμή ή με εντολή μελλοντικής χρέωσης. Αναφορικά δε με τα εμβάσματα, υπάρχει η δυνατότητα αποστολής τους προς άλλες τράπεζες εσωτερικού μέσω του συστήματος DIASTRANSFER, καθώς και σε Τράπεζες της Ε.Ε. ή υπεράκτιων κτήσεων χωρών της. Μετά την αποστολή οποιουδήποτε εμβάσματος ο πελάτης ενημερώνεται για την πορεία του, ενώ μπορεί και να το ακυρώσει. Η απουσία υποστήριξης όλων των πιστωτικών καρτών, αν και η τράπεζα προσφέρει αρκετές από αυτές, είναι η πιο ουσιαστική έλλειψη στο E-Banking της Εθνικής τράπεζας. Η μοναδική δυνατότητα που προσφέρεται είναι η πληρωμή δόσεων όλων των πιστωτικών καρτών έκδοσης ΕΤΕ, χωρίς φυσικά να γνωρίζει ο πελάτης το ποσό της ληξιπρόθεσμης οφειλής, την ημερομηνία και το διαθέσιμο ποσό για αγορές. Οι πιστωτικές κάρτες της Εθνικής τράπεζας, ανεξάρτητα από το δίκτυο χρήσης, φαίνεται να είναι η αχίλλειος πτέρνα της, καθώς δύσκολα μπορεί να μάθει ο χρήστης τις τελευταίες κινήσεις ή την οφειλή,

¹³ Πρωτοπόρος στην Ελλάδα στο m-banking.
ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

έστω και τηλεφωνικά, αν δεν περάσουν 3 εργάσιμες ημέρες, σε αντίθεση με άλλες τράπεζες όπου ακόμη και η πληρωμή τους μέσω Internet γίνεται σε πραγματικό χρόνο.

Ένα ιδιαίτερα λειτουργικό χαρακτηριστικό είναι η μορφή των εκτυπώσεων, την οποία μπορεί κανείς να εμφανίσει ή να αποθηκεύσει σε PDF (Acrobat Reader). Οι εκτυπώσεις διαθέτουν και μια χρονοσφραγίδα συναλλαγής, που αποτελεί πρακτικά την απόδειξη για τη συγκεκριμένη συναλλαγή. Οι περισσότερες συναλλαγές δεν πραγματοποιούνται σε πραγματικό χρόνο, εκτός από αυτές των συνδεδεμένων λογαριασμών και τις μεταφορές ποσών σε λογαριασμούς στην ίδια τράπεζα όπου γίνονται αυτόματα οι χρεώσεις και οι πιστώσεις στους αντίστοιχους λογαριασμούς. Υπάρχει, επίσης, η δυνατότητα να δει ο χρήστης όλες τις συναλλαγές που έχει εκτελέσει σε μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο από το ημερολόγιο του στο οποίο βρίσκονται λεπτομέρειες για κάθε του κίνηση.

Οι πελάτες του Internet Banking της τράπεζας μπορούν εύκολα και γρήγορα από το σπίτι τους να ενημερώνονται για το χαρτοφυλάκιο μετοχών και αμοιβαίων κεφαλαίων που τηρούν στην Τράπεζα, να διεκπεραιώνουν αγοραπωλησία μετοχών και να ενημερώνονται για την πορεία της εντολής που έχουν δώσει ή ακόμη και να ακυρώνουν εντολές πριν την πραγματοποίησή τους και να υποβάλλουν αιτήσεις συμμετοχής σε δημόσιες εγγραφές στο ΧΑΑ. Στα πλαίσια των επενδυτικών υπηρεσιών που παρέχονται, μπορούν οι πελάτες να ενημερώνονται για τα δεδομένα της συνεδρίασης Χ.Α. και Χ.Π.Α. (με δεκάλεπτη καθυστέρηση), για την εικόνα της αγοράς, τους κλάδους και τους δείκτες Χ.Α., να έχουν πληροφόρηση για τα οικονομικά στοιχεία εταιριών, τις τεχνικές αναλύσεις και τις διεθνείς αγορές χρήματος. Επίσης, τους δίδεται η δυνατότητα από την ενότητα **«Επενδύσεις» - «Ενημέρωση για Επενδυτές»** να παρακολουθούν την πορεία του εικονικού τους χαρτοφυλακίου και την πορεία των μετοχών και παραγώγων που τους ενδιαφέρουν, έχοντας στη διάθεσή τους πληροφορίες για ημερήσια και ιστορικά στοιχεία, στατιστικά δεδομένα, εξελιγμένα εργαλεία για γραφήματα (ημερήσια, ιστορικά, συγκριτικά) και τεχνική ανάλυση.

Για να αποκτήσει πρόσβαση στις προαναφερθείσες υπηρεσίες πρέπει ο ενδιαφερόμενος να τηρεί έναν τουλάχιστον λογαριασμό σε ευρώ σε οποιοδήποτε

κατάστημα της τράπεζας. Η αίτηση εισαγωγής στο σύστημα E-Banking της Εθνικής γίνεται στα υποκαταστήματα της τράπεζας, όπου και υπογράφεται η σχετική σύμβαση. Για την εισαγωγή στο σύστημα χρειάζεται εκτός από τον κωδικό (User ID) που δίδεται όταν γίνεται η αίτηση, ο μυστικός κωδικός (Password) που στέλνεται ταχυδρομικά με συστημένη αλληλογραφία στη διεύθυνση που έχει δηλώσει ο πελάτης. Ο κωδικός αυτός είναι πενταψήφιος και αποτελείται από συνδυασμό αριθμητικών και γραμματικών χαρακτήρων και τον οποίο ο χρήστης καλείται να αλλάζει υποχρεωτικά ανά τακτά χρονικά διαστήματα.

Για τις εγχρήματες συναλλαγές και τις συναλλαγές ασφαλείας απαιτείται επιπλέον και η χρήση των κωδικών:

Μοναδικός Αριθμός Πρόσβασης (Ηλεκτρονικός Κλειδάριθμος – e-Code, κατά την ορολογία της ΕΤΕ)¹⁴: αντικαθιστά την υπογραφή των πελατών και επιβεβαιώνει την ολοκλήρωση και ορθότητα των συναλλαγών. Δημιουργείται από την αντίστοιχη συσκευή. Πρόκειται για μια μικρή συσκευή σε μορφή μπρελόκ που χρησιμοποιούν οι περισσότερες τράπεζες και η οποία έχει αντικαταστήσει τις πεπαλαιωμένες λίστες TAN.

Αριθμός Επιβεβαίωσης e-Code (CHECK): επιβεβαιώνει, από την πλευρά της Τράπεζας, την πραγματοποίηση των συναλλαγών.

Η υλοποίηση της Εθνικής σε ό,τι αφορά την επικοινωνία με το χρήστη, είναι αξιόλογη και διαθέτει ένα φιλικό περιβάλλον εργασίας, χωρίς όμως τις αντίστοιχες καλαίσθητες οθόνες άλλων τραπεζών. Οι βασικές επιλογές βρίσκονται στο πάνω μέρος της οθόνης, ενώ οι επιμέρους υπηρεσίες στο αριστερό. Στο κάτω μέρος της οθόνης υπάρχει μια μικρή ένδειξη του υπολειπόμενου χρόνου μέχρι τη διακοπή της σύνδεσης.

Η Εθνική Τράπεζα για την ασφαλή λειτουργία του Internet Banking, χρησιμοποιεί κρυπτογράφηση 128 bit των διακινουμένων στοιχείων, μέσω του πρωτοκόλλου SSL, το οποίο θεωρείται απαραβίαστο για τις εφαρμογές στο Διαδίκτυο. Το σύστημα αυτό, εκτός της κρυπτογράφησης που πραγματοποιεί, ελέγχει συνεχώς την

¹⁴ Ο Ηλεκτρονικός Κλειδάριθμος (e-Code) είναι ένας κωδικός μιας χρήσης που παράγεται από μία μικρή, φορητή ηλεκτρονική συσκευή η οποία παραλαμβάνεται από το κατάστημα. Η συσκευή παράγει, με το πάτημα του πλήκτρου, έναν εξαψήφιο κωδικό μιας χρήσης (e-Code) και έναν τριψήφιο κωδικό επιβεβαίωσης ο οποίος πρέπει να είναι ίδιος με τον τριψήφιο Αριθμό Επιβεβαίωσης e-Code (CHECK) που εμφανίζεται στην οθόνη της συναλλαγής.

αυθεντικότητα της επικοινωνίας μεταξύ του PC σας και του κεντρικού συστήματος. Σε οποιαδήποτε διαταραχή ή παρεμβολή στην επικοινωνία, η συναλλαγή διακόπτεται άμεσα και η επικοινωνία με το κεντρικό σύστημα της Τράπεζας πρέπει να αποκατασταθεί από την αρχή (αναγνώριση χρήστη, κ.λπ.). Επιπλέον, για λόγους ασφαλείας γίνεται αυτόματο κλείδωμα στην πρόσβαση στο Internet Banking κατά την τέταρτη προσπάθεια εισαγωγής λανθασμένων μυστικών κωδικών, και θα πρέπει ο πελάτης να επικοινωνήσει με το Help Desk της τράπεζας. Η παραμονή στο Internet Banking για χρόνο μεγαλύτερο των 10 λεπτών χωρίς να διεκπεραιώνονται συναλλαγές (ανενεργό ποντίκι) διακόπτεται και το σύστημα επιστρέφει στην αρχική σελίδα, όπου θα πρέπει να ξαναδοθούν οι μυστικοί κωδικοί ώστε να ξαναγίνει είσοδος στο σύστημα.

Οι χρήστες των υπηρεσιών Internet Banking της Εθνικής Τράπεζας το 2006 προσέγγισαν τους 190.000, σημειώνοντας αύξηση κατά 55% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Σύμφωνα με στοιχεία της τράπεζας, οι συναλλαγές μέσω διαδικτύου αυξάνονται σταθερά. Το 2006 διενεργήθηκαν 10,5 εκατομμύρια συναλλαγές αξίας 9,2 δισεκατομμυρίων ευρώ.

4.12 ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

Η τράπεζα ιδρύθηκε το 1907 με την επωνυμία «Εμπορική Τράπεζα της Ελλάδος Α.Ε.» και εισέρχεται στο Χ.Α.Α. Από το 2006 η Crédit Agricole S.A. συμμετέχει στο μετοχικό κεφάλαιο της τράπεζας με ποσοστό 71,97%. Η τράπεζα ξεκίνησε να παρέχει υπηρεσίες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής το 2004 μέσω του Emporiki E-Banking.



Από την Τετάρτη 23 Ιουνίου 2007 όλοι οι αγγλόφωνοι πελάτες της Τράπεζας, οποτεδήποτε και οπουδήποτε στον κόσμο, μπορούν να ενημερώνονται και να διαχειρίζονται τους λογαριασμούς τους εύκολα, γρήγορα και με ασφάλεια μέσα από την Εταιρική Πύλη της Emporiki Bank, επιλέγοντας απλά την αγγλική έκδοση της υπηρεσίας Emporiki E-Banking.

Το E-Banking της Εμπορικής Τράπεζας διαθέτει ένα φιλικό τρόπο επικοινωνίας με το χρήστη, ο οποίος βασίζεται σε καλά στημένες και καλαίσθητες ιστοσελίδες, προσφέροντας ένα σταθερό περιβάλλον για τις τραπεζικές συναλλαγές στο σπίτι. Δεν παρέχονται όμως πολλές υπηρεσίες στο E-Banking της Εμπορικής, καθώς

περιορίζεται στις βασικές συναλλαγές. Σίγουρα δεν ακολουθεί τη φήμη της, αφού η Εμπορική θεωρείται μία από τις μεγάλες Ελληνικές τράπεζες με πολύχρονη ιστορία.

Στην αρχική οθόνη εμφανίζονται τα βασικά τραπεζικά προϊόντα που έχουν συνδεθεί με το E-Banking, όπως οι λογαριασμοί ταμιευτηρίου, όψεως, οι πιστωτικές κάρτες και οι κάρτες ανάληψης μετρητών. Οι τέσσερις βασικές κατηγορίες των παρεχόμενων υπηρεσιών εμφανίζονται στο πάνω τμήμα της οθόνης, με τις επιμέρους επιλογές να βρίσκονται λίγο πιο κάτω στην οθόνη, και αυτές είναι:

- ❖ Ενημερωτικές: Αφορούν στην ενημέρωση του Πελάτη για την κατάσταση των λογαριασμών (ταμιευτηρίου, τρεχούμενων), πιστωτικών και χρεωστικών καρτών, χαρτοφυλακίου, χρηματιστηριακών εντολών, προθεσμιακών καταθέσεων, άυλων τίτλων κ.λπ. Επιλέγοντας ένα λογαριασμό θα δει τα στοιχεία του, τον αριθμό IBAN και το διαθέσιμο ποσό. Οι κινήσεις του λογαριασμού εμφανίζονται από την αντίστοιχη επιλογή (Αντίγραφο λογαριασμού), από όπου ο συναλλασσόμενος έχει τη δυνατότητα να επιλέξει τη χρονική περίοδο που τον ενδιαφέρει και τον τρόπο παρουσίασης. Η υποστήριξη των πιστωτικών καρτών ακολουθεί την διαχείριση των λογαριασμών. Το E-Banking της Εμπορικής τράπεζας υποστηρίζει πιστωτικές και χρεωστικές κάρτες, αντιμετωπίζοντάς τις με τον ίδιο τρόπο.
- ❖ Διαχειριστικές: Περιλαμβάνουν μεταφορές ποσών, πληρωμές δημοσίων οργανισμών, εταιριών ή πιστωτικών καρτών. Οι πληρωμές είναι περιορισμένες και σας επιτρέπουν την εξόφληση των ΔΕΚΟ (ΔΕΗ, ΟΤΕ), της σταθερής τηλεφωνίας (Forthnet), των δημοσίων ταμείων (ΦΠΑ, ΤΕΒΕ, ΙΚΑ) και του φόρου εισοδήματος. Οι πάγιες εντολές περιλαμβάνουν περισσότερες επιλογές, όπως η κινητή τηλεφωνία, η συνδρομητική τηλεόραση και άλλες, προσφέροντας παράλληλα τη δυνατότητα να εισαχθεί ένα ανώτατο όριο για τη συγκεκριμένη εντολή.
- ❖ Λειτουργικές: Όπως διαχείριση παγίων εντολών, έκδοση καρνέ επιταγών, αλλαγή κωδικού πρόσβασης κ.ά.
- ❖ Χειρισμού προσωπικών στοιχείων: Προσθαφαίρεση λογαριασμών, αλλαγή προσωπικών στοιχείων κ.ά.

Αξιοσημείωτο είναι ότι δίνεται ένα ιδιαίτερα λειτουργικό και καλαίσθητο πρόγραμμα επίδειξης (demo) για το E-Banking σε μορφή flash.

Η Εμπορική δεν χρησιμοποιεί πρόσθετους κωδικούς ούτε τη συσκευή για τη δημιουργία μοναδικών αριθμών στις εγχρήματες συναλλαγές. Στα εμβάσματα υπάρχει η δυνατότητα μεταφοράς ποσών σε άλλους λογαριασμούς της Εμπορικής και άλλων τραπεζών. Η υλοποίηση των εμβασμάτων δεν είναι καθόλου λειτουργική. Πρώτον, ο χρήστης δεν μπορεί να επιλέξει άλλο τρόπο προμήθειας από αυτόν που έχει προκαθορίσει η τράπεζα, με τον παραλήπτη να παίρνει ολόκληρο το ποσό. Το αποτέλεσμα είναι να χρεωθεί ο συναλλασσόμενος ένα υπερβολικά μεγάλο ποσό, €6 από την Εμπορική και € 1,20 από την τράπεζα παραλαβής, ποσό που μπορεί να είναι αρκετά υψηλότερο ανάλογα με τις διατραπεζικές συμφωνίες. Η μεταφορά των χρημάτων δεν γίνεται αυτόματα ακόμα και για τις συναλλαγές STP (Straight Through Processing), τα αυτοματοποιημένα δηλαδή εμβάσματα για τα οποία δεν απαιτείται ανθρώπινη παρέμβαση. Την επόμενη ημέρα η υπηρεσία εξυπηρέτησης συνομιλεί με το συναλλασσόμενο στο τηλέφωνο για να επιβεβαιώσει τη συναλλαγή. Το ίδιο συμβαίνει με τη μεταφορά στην ίδια την Εμπορική. Εδώ θα πρέπει να έχει δηλωθεί από πριν ο συγκεκριμένος λογαριασμός (προδηλωμένος λογαριασμός) στον οποίο ο χρήστης επιθυμεί να στείλει ένα χρηματικό ποσό. Και πάλι η τράπεζα θα επικοινωνήσει μαζί του για να επιβεβαιώσει τα στοιχεία του λογαριασμού. Η παραπάνω διαδικασία πραγματοποιείται για την ασφάλεια του χρήστη, καθώς και για αποφυγή λαθών. Με αυτόν όμως τον τρόπο, δεν υποστηρίζεται ένα ιδιαίτερα χρήσιμο χαρακτηριστικό, η αυτόματη μεταφορά, που υπάρχει σε υλοποιήσεις άλλων τραπεζών.

Η υπηρεσία Εμπορική E-Banking εμπλουτίστηκε με νέες δυνατότητες για τους ιδιώτες και, παράλληλα, δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση στην εξυπηρέτηση των επιχειρήσεων. Σημαντική ήταν η αύξηση κατά το 2006 τόσο των εγγεγραμμένων (25%) όσο και των ενεργοποιημένων πελατών (21%), καθώς και του συνόλου των εγχρημάτων και ενημερωτικών ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω της υπηρεσίας αυτής (ιδιώτες: 31%, επιχειρήσεις: 37%). Ειδικότερα, ο όγκος και η αξία των on-line εγχρημάτων συναλλαγών παρουσίασαν αξιοσημείωτη άνοδο (25% και 87% αντίστοιχα). Στην ίδια περίοδο οι επιχειρήσεις χρησιμοποίησαν ιδιαίτερα εντατικά την υπηρεσία Εμπορική E-Banking και η αξία των εγχρημάτων συναλλαγών τους αυξήθηκε κατά 118%.

4.13 ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ

Ιδρύθηκε το 1899
στη Λευκωσία της

Τράπεζα Κύπρου



Κύπρου με την επωνυμία «Ταμιευτήριο η Λευκωσία». Το 1912 μετονομάζεται σε «Τράπεζα Κύπρου Α.Ε.». Το 1991 λειτούργησε το πρώτο κατάστημα της τράπεζας στην Ελλάδα. Η υπηρεσία Internet Banking της τράπεζας ξεκίνησε το 2003.

Η υλοποίηση του E-Banking της Τράπεζας Κύπρου είναι λιτή και ευπαρουσίαστη, με τις βασικές επιλογές να βρίσκονται στο αριστερό τμήμα της οθόνης, πάντα ορατές και εύκολα προσβάσιμες. Ο χρήστης μπορεί να «ανοίξει» και «κλείσει» τις επιμέρους επιλογές, κάτι που είναι ιδιαίτερα χρήσιμο και επιτρέπει την πιο εύκολη πλοήγηση. Στις οθόνες υπάρχει το πλήκτρο της Αποδοχής της συναλλαγής και της επιστροφής στην προηγούμενη επιλογή.

Μεταξύ των προσφερόμενων δυνατοτήτων που παρέχει η τράπεζα μέσω του Internet Banking είναι η πληροφόρηση σχετικά με τις κινήσεις καταθετικών και δανειακών λογαριασμών και επιταγών, οι μεταφορές χρημάτων σε λογαριασμούς τρίτων στην ίδια αλλά και σε άλλες τράπεζες, οι πληρωμές σε ΔΕΚΟ (ΔΕΗ, ΙΚΑ, ΟΑΕΕ, ΦΠΑ) και οι πάγιες εντολές, η αποστολή εμβασμάτων, οι πληρωμές εταιριών σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, η διενέργεια χρηματιστηριακών συναλλαγών μέσω της εφαρμογής on-line trading κ.ά. Επιλέγοντας το συγκεκριμένο λογαριασμό, ο χρήστης βλέπει το διαθέσιμο υπόλοιπο, τα στοιχεία του δικαιούχου και το λογιστικό υπόλοιπο και μπορεί να διαλέξει τη χρονική περίοδο για την προβολή των κινήσεων του λογαριασμού και να παραγγείλει το απόκομμα με e-mail, φαξ ή με το κανονικό ταχυδρομείο. Η υποστήριξη των εμβασμάτων είναι αρκετά πλήρης αλλά πολύπλοκη. Ο χρήστης μπορεί να στείλει ένα έμβασμα τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό από την ίδια οθόνη. Θα πρέπει να επιλέξει πρώτα το νόμισμα και τη χώρα προορισμού, να συμπληρώσει τα στοιχεία του παραλήπτη και στη συνέχεια τον τρόπο της προμήθειας. Το ύψος της εξαρτάται από τον τρόπο επιλογής των εξόδων, αν δηλαδή θα χρεωθεί εξ' ολοκλήρου στον αποστολέα ή θα μοιραστεί και στους δύο. Στην πρώτη περίπτωση, ο συναλλασσόμενος δεν μπορεί να υπολογίσει εύκολα την προμήθεια, καθώς δεν υπάρχει η αντίστοιχη διευκρίνιση. Ένα ακόμη στοιχείο που χρειάζεται βελτίωση είναι η συμπλήρωση της αιτιολογίας που υποχρεώνεται να επιλέξει ο αποστολέας. Τα εμβάσματα δεν εκτελούνται αυτόματα, γι' αυτό μπορεί να τηλεφωνήσει κάποιος υπάλληλος από την τράπεζα ζητώντας τις πρόσθετες

πληροφορίες.

Ο χρήστης μπορεί να δημιουργήσει το δικό του προσωπικό κατάλογο με τους παραλήπτες και τους αντίστοιχους λογαριασμούς, έτσι ώστε να μη χρειάζεται να συμπληρώνει τα στοιχεία του παραλήπτη κάθε φορά. Ενδιαφέρον χαρακτηριστικό είναι η δυνατότητα δημιουργίας δικών του επιλογών στο βασικό μενού πατώντας το σύνδεσμο «Add to favorites». Έχει στη διάθεση του μια σειρά από υπηρεσίες, από τις οποίες μπορεί να αλλάξει τους κωδικούς πρόσβασης του E-Banking, κάτι που συστήνεται από όλες ανεξαιρέτως τις τράπεζες, αλλά και να δώσει μια φιλική ονομασία στους λογαριασμούς όπως «Βασικός λογαριασμός», «Μισθοδοσία» κ.ά. Επιπλέον, ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να δει πόσες φορές και πότε ακριβώς έχει χρησιμοποιήσει το E-Banking αλλά και τα άλλα εναλλακτικά δίκτυα.

Η υπηρεσία Internet Banking της Τράπεζας Κύπρου έχει πιστοποιηθεί από τον διεθνούς κύρους οργανισμό VeriSign. Για την πρόσβαση των πελατών στην υπηρεσία απαιτούνται 2 κωδικοί: ο Αριθμός της Κύπρου Debit Card ή της Κάρτας Μέλους και ο προσωπικός κωδικός ασφαλείας (οι κωδικοί παραλαμβάνονται από τον πελάτη κατά την ενεργοποίηση της υπηρεσίας σε κάποιο κατάστημα της τράπεζας). Σε περίπτωση 3 συνεχόμενων ανεπιτυχών προσπαθειών εισαγωγής του Κωδικού Ασφαλείας ή του Κωδικού Συναλλαγών, το σύστημα απενεργοποιεί την πρόσβαση του πελάτη, ο οποίος πρέπει να επισκεφτεί ένα κατάστημα της τράπεζας ώστε να εκδώσει εκ νέου τους κωδικούς.

Η τράπεζα Κύπρου χρησιμοποιεί μοναδικούς αριθμούς συναλλαγής για τις εγχρήματες συναλλαγές. Η υλοποίηση είναι απλή και πραγματοποιείται σε συνδυασμό με ένα κατώτατο όριο για κάθε συναλλαγή που ορίζει ο δικαιούχος. Αν η εγχρήματη συναλλαγή υπερβεί αυτό το όριο, τότε θα πρέπει να συμπληρωθεί ο πρόσθετος κωδικός ασφάλειας. Αυτοί οι κωδικοί δημιουργούνται αυτόματα από μια ειδική συσκευή, η οποία είναι μικρή, σε μέγεθος μπρελόκ, και χρησιμοποιείται από της περισσότερες πλέον τράπεζες. Εάν πατηθεί, δημιουργεί μοναδικούς πενταψήφιους αριθμούς μιας χρήσης.

Κατά το 2006 η υπηρεσία δεχόταν μεγάλο αριθμό επισκέψεων μηνιαία από εξουσιοδοτημένους χρήστες, παρουσιάζοντας τάση αύξησης της χρήσης της σε

ποσοστό που ξεπερνά το 40% σε σχέση με το 2008. Η τράπεζα ανακηρύχθηκε ως “Best Consumer Internet Bank” στην Κύπρο για το 2007, στα πλαίσια του ετήσιου θεσμού “World's Best Internet Banks in Europe” που διοργανώνει το διεθνούς κύρους περιοδικό Global Finance.

4.14 ΛΟΙΠΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΙΔΡΥΜΑΤΑ

Στην Ελλάδα εκτός από τις προαναφερθείσες τράπεζες στο χώρο του Internet Banking δραστηριοποιούνται και τα ακόλουθα τραπεζικά ιδρύματα:

1. Α) Αχαϊκή Συνεταιριστική Τράπεζα
2. Β) Bayerische Hypovereinsbank
3. Γ) Citibank
4. Δ) Ελληνική Τράπεζα
5. Ε) First Business Bank (FBB)
6. ΣΤ) Παγκρήτια Συνεταιριστική Τράπεζα
7. Ζ) Πανελλήνια Τράπεζα
8. Η) Συνεταιριστική Τράπεζα Δωδεκανήσου
9. Θ) Συνεταιριστική Τράπεζα Καρδίτσας
10. Ι) Συνεταιριστική Τράπεζα Λαμίας
11. Κ) Συνεταιριστική Τράπεζα Λέσβου – Δήμνου
12. Λ) Συνεταιριστική Τράπεζα Θεσσαλίας
13. Μ) Συνεταιριστική Τράπεζα Χανίων

4.15 ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΟΙ ΠΙΝΑΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

Στον Πίνακα 13 παρατίθενται οι σημαντικότερες τράπεζες που παρέχουν υπηρεσίες Internet Banking στην Ελλάδα, καθώς και οι δικτυακοί τόποι για να εισέλθει κάποιος στα συστήματα των τραπεζών όπου θα του ζητηθεί να εισάγει τους προσωπικούς του κωδικούς. Το HTTPS (Secure HTTP) χρησιμοποιείται για να δηλώσει μία ασφαλή σύνδεση. Το πρόθεμα https που παρατηρούμε ότι χρησιμοποιούν οι τράπεζες υποδηλώνει ότι θα χρησιμοποιηθεί κανονικά το πρωτόκολλο HTTP, αλλά η σύνδεση θα γίνει σε διαφορετική θύρα και τα δεδομένα θα ανταλλάσσονται κρυπτογραφημένα. Έκτος από τις τράπεζες χρησιμοποιείται ευρέως στο Διαδίκτυο όπου χρειάζεται αυξημένη ασφάλεια και διακινούνται ευαίσθητες πληροφορίες.

Πίνακας 13 : Συγκεντρωτικός Πίνακας Τραπεζών που παρέχουν υπηρεσίες Internet Banking στην Ελλάδα

A/A	ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑΣ	URL
1	Alpha Bank	http://www.alpha.gr/page/
2	Aspis Bank	http://www.aspisbank.gr/category/greek/1/index.htm
3	Bayerische Hypovereinsbank	http://www.hypovereinsbank.gr/
4	Citibank	http://www.citibank.com/greece/homepage/index.htm
5	EFG – Eurobank	http://www.eurobank.gr/online/home/
6	First Business Bank (FBB)	http://www.fbbank.gr/34/article/greek/34/35/index.htm
7	Geniki Bank	http://www.geniki.gr/
8	Marfin – Egnatia	http://www.marfinbank.gr/MarfinEgnatia/HPGrDefault.aspx
9	Millennium	http://www.millenniumbank.gr/MillenniumVB/MillenniumGR/Home GR
10	ΑΤΕbank	http://www.atebank.gr/atebank
11	Αττικής	http://www.atticabank.gr/index.asp?a_id=46
12	Εθνική	http://www.nbg.gr/
13	Ελληνική	http://www.hellenicbank.com/HB/content/gr/index.jsp?lang=gr
14	Εμπορική	http://www.emporiki.gr/cbg/gr/cbg_index.jsp
15	Κύπρου	http://www.bankofcyprus.gr/
16	Παγκρήτια Συνεταιριστική	http://www.pancretabank.gr/cms/createpage.aspx?pageid=70
17	Πανελλήνια	http://www.panelliniabank.gr/cms/createpage.aspx?pageid=25

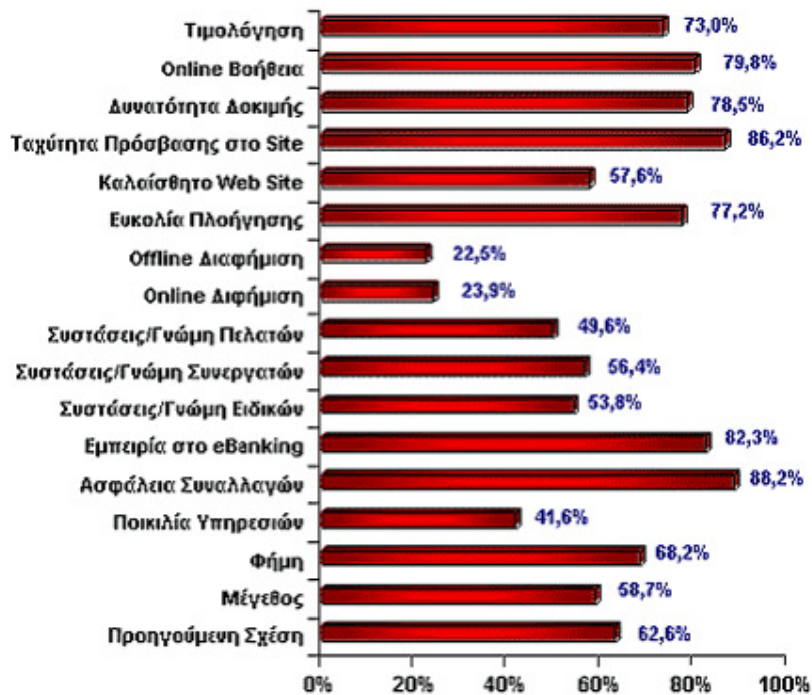
§ 5. ON-LINE ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ & Η ΔΙΕΙΣΔΥΣΗ ΤΟΥΣ ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

5.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ (ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ)

Μετά από έρευνα που πραγματοποιήθηκε ζητήθηκε από επιχειρήσεις να σημειώσουν το βαθμό σπουδαιότητας που παρουσιάζουν διάφορα κριτήρια στην επιλογή τράπεζας για την παροχή ηλεκτρονικών υπηρεσιών. Η κλίμακα που χρησιμοποιήθηκε ήταν πενταβάθμια Likert με καθολικό Σημαντικό (1) και εξαιρετικά Σημαντικό (5).

Η μεγάλη βαρύτητα που παρουσιάζουν η ασφάλεια των συναλλαγών και η ταχύτητα πρόσβασης στο Web Site της τράπεζας είναι μάλλον αναμενόμενη. Εκείνο που ξαφνιάζει είναι η μάλλον μικρή σημασία που δίνουν οι επιχειρήσεις στη γνώμη ειδικών, συνεργατών και πελατών. Μεγάλη σημασία έχουν, όπως αποδεικνύεται, τα ίδια τα Web Sites των τραπεζών: η παροχή on-line βοήθειας, η ύπαρξη demo, η ταχύτητα πρόσβασης και η ευκολία πλοήγησης.

Γράφημα 20 : Κριτήρια Επιλογής Τράπεζας

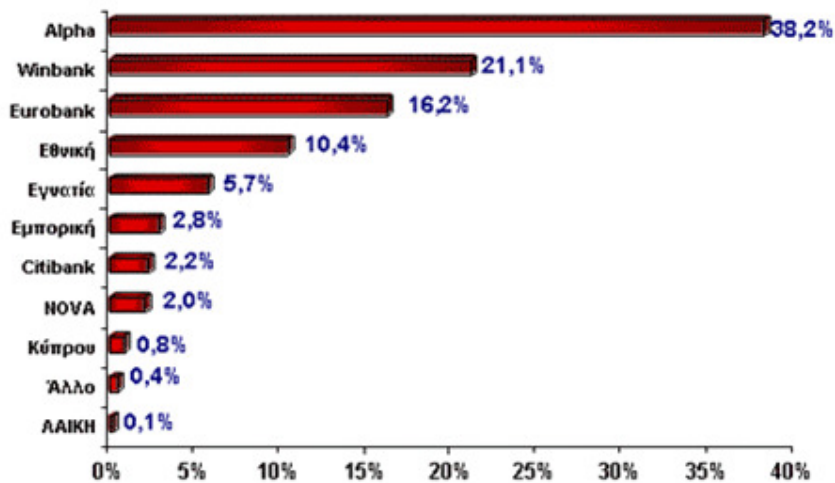


Πηγή : Τεχνολογικό Παρατηρητήριο (www.technowatch.aueb.gr) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

5.2 ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ

Η θέση στην οποία αναφέρεται η κάθε τράπεζα έχει εξαιρετική σημασία για το Marketing. Για το λόγο αυτό, σκόπιμο είναι να παρουσιάσουμε το ποσοστό στο οποίο κάθε τράπεζα αναφέρθηκε πρώτη και δεύτερη. Πρώτη αναφέρεται η Alpha Bank σε ποσοστό 38,2%, η Winbank σε ποσοστό 21,1%, η Eurobank σε ποσοστό 16,2%, η Εθνική Τράπεζα σε ποσοστό 10,4% και η Marfin Εγνατία σε ποσοστό 5,7%.

Γράφημα 21 : Τράπεζες που προσφέρουν Ηλεκτρονικές Συναλλαγές (Πρώτη Αναφορά)



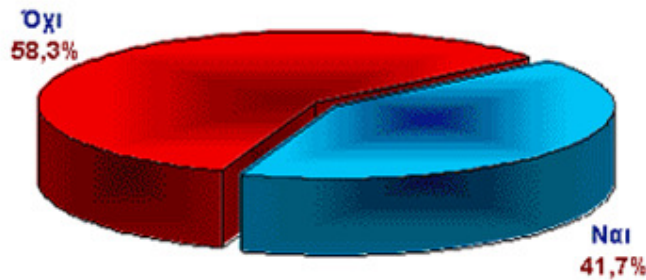
Πηγή : Τεχνολογικό Παρατηρητήριο (www.technowatch.aueb.gr) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Εκείνο που πρέπει να σημειώσουμε είναι ότι μόνον η Winbank και η Eurobank προσφέρουν Εκκαθάριση Συναλλαγών και ότι κάποιες από τις αναφερθείσες Τράπεζες δεν παρέχουν καν ολοκληρωμένες ηλεκτρονικές υπηρεσίες.

5.3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ & ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ E-BANKING ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Το 58,29% των επιχειρήσεων δεν χρησιμοποιούν ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες. Σχεδόν οι μισές από αυτές (49,1%) δεν έχουν αποφασίσει ποια Τράπεζα θα επιλέξουν όταν θελήσουν ή αναγκαστούν να το κάνουν.

Γράφημα 22 : Επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν E-Banking υπηρεσίες



Πηγή : Τεχνολογικό Παρατηρητήριο (www.technowatch.aueb.gr) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Παρόλα αυτά, η συνεργασία των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν τραπεζικές υπηρεσίες με τις τράπεζες, είναι πολύμορφη και μπορεί να έχει πολλές διαστάσεις. Εξαιτίας αυτής της πολυμορφικής ηλεκτρονικής συνεργασίας, κρίνεται σκόπιμο να διαχωρίσουμε τις επιχειρήσεις σε κατηγορίες ανάλογα με το είδος της ηλεκτρονικής συνεργασίας που έχουν με τα τραπεζικά ιδρύματα:

- ❖ **Virtual Banks.** Ουσιαστικά είναι το ηλεκτρονικό κατάστημα κάποιας τράπεζας που είναι ανεξάρτητο από τον υπόλοιπο «κορμό» της. Διαθέτει δηλαδή ξεχωριστό Site και όλα τα τραπεζικά προϊόντα (δάνεια, εμβάσματα, πληρωμές, χρηματιστηριακά προϊόντα κ.λπ.), προσφέρονται στους πελάτες μέσα από αυτό. Χαρακτηριστικό παράδειγμα στην Ελλάδα είναι η Virtual Bank της Τράπεζας Πειραιώς με το όνομα Winbank (www.winbank.gr). Ανάλογη είναι η Virtual Bank της Αγγλίας με το όνομα Egg Bank (www.egg.co.uk) η οποία είναι μια αυτόνομη ηλεκτρονική τράπεζα.
- ❖ **Επιχειρήσεις που ανήκουν σε τράπεζες και εμπορεύονται επενδυτικά και ασφαλιστικά προϊόντα.** Τέτοιες επιχειρήσεις είναι η ING Πειραιώς, η Metrolife (Emporiki Bank), η Εθνική Ασφαλιστική (Εθνική Τράπεζα). Τέτοιου είδους εταιρίες εμπορεύονται ασφαλιστικά προϊόντα, δηλαδή ασφάλειες ζωής, ασφάλειες αυτοκινήτων αλλά και χρηματιστηριακούς τίτλους όπως ομόλογα, μετοχές, αμοιβαία κεφάλαια. Συνήθως ηλεκτρονικές συναλλαγές που έχουν να κάνουν με αγορές ασφαλιστικών προϊόντων περνούν από διάφορα στάδια μέχρι να φτάσουν στον καταναλωτή. Δηλαδή, αν ο πελάτης θελήσει να αγοράσει ηλεκτρονικά μια ασφάλεια ζωής από την International Life, το ηλεκτρονικό αίτημά του θα φτάσει πρώτα στην Εγνατία Τράπεζα που εκκαθαρίζει τις

συναλλαγές πιστωτικών καρτών, έπειτα από την ίδια την ασφαλιστική της τράπεζας και τέλος από την πρακτορική εταιρία, η οποία θα φέρει τον πελάτη στη τελική επαφή με το προϊόν.

- ❖ Επιχειρήσεις εκτός τράπεζας που πωλούν σε τρίτους δικά τους προϊόντα. Τα προϊόντα αυτά μπορεί να είναι από τρόφιμα και ποτά μέχρι σπίτια και αυτοκίνητα. Χαρακτηριστικές εταιρίες που ανήκουν σε αυτή τη κατηγορία είναι η AMAZON (www.amazon.co.uk), E-BAY (www.ebay.com), E-TICKET (www.eticket.co.uk), αλλά και στην Ελλάδα το E-SHOP (www.eshop.gr), το ΠΛΑΙΣΙΟ (www.plaisio.gr). Συγκεκριμένα, η European Commission με το European e-Business Report edition 2008 διακρίνει τις ηλεκτρονικές επιχειρήσεις στις εξής κατηγορίες:

1. IT SERVICES (τηλεπικοινωνίες)
2. PUBLISHING (διαφήμιση, περιοδικά, εφημερίδες)
3. PHARMA (φαρμακευτικά προϊόντα)
4. TOURISM (τουριστικά πακέτα διακοπών, ξενοδοχεία)
5. AUTOMOTIVE (αυτοκίνητα, αξεσουάρ)
6. MASHINERY (μηχανολογικός εξοπλισμός)
7. TEXTILE
8. FOOD (φαγητά)
9. CONSTRUCTION
10. AERONAUTICS (αεροπορικά εισιτήρια)

- ❖ Στη τελευταία κατηγορία ανήκουν όλων των ειδών οι εταιρίες – επιχειρήσεις που λαμβάνουν ηλεκτρονικά υπηρεσίες από τις τράπεζες. Τέτοιες εταιρίες μπορεί να είναι από ένα λογιστικό γραφείο, μια ανώνυμη εταιρία ακόμη και μια πολυεθνική επιχείρηση με υποκαταστήματα σε όλο τον κόσμο. Εδώ οι τράπεζες προσφέρουν στις επιχειρήσεις ηλεκτρονικές υπηρεσίες πληρωμής λογαριασμών, ηλεκτρονικές μισθοδοσίες με την αποστολή ενός μόνο αρχείου, μεταφορές χρηματικών κεφαλαίων (εμβάσματα), ακόμη και υπηρεσίες εισαγωγών – εξαγωγών και τιμολόγησης.

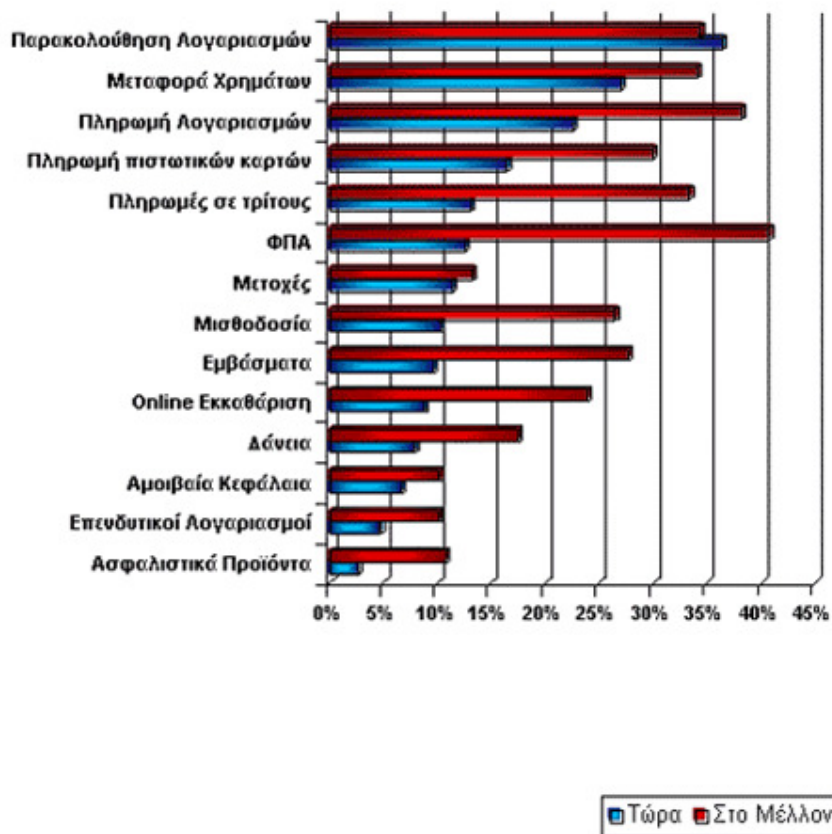
Είναι σκόπιμο εδώ να τονίσουμε ότι στη κατηγορία των επιχειρήσεων που πωλούν ηλεκτρονικά τα δικά τους προϊόντα και είναι ανεξάρτητα από τις τράπεζες, οι τελευταίες ουσιαστικά παίρνουν το ρόλο του ηλεκτρονικού τόπου εκκαθάρισης χρήματος αφού στα εν λόγω καταστήματα οι αγορές προϊόντων τις περισσότερες

φορές γίνεται με τη χρήση της πιστωτικής κάρτας.

5.4 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ E-BANKING ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ

Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζονται οι ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες που χρησιμοποιούνται σήμερα καθώς και εκείνες τις οποίες οι ελληνικές επιχειρήσεις προτίθενται να χρησιμοποιήσουν στο μέλλον. Η επίδραση της κυβερνητικής απόφασης σχετικά με την υποχρεωτική καταβολή του ΦΠΑ μέσω Internet είναι ήδη αισθητή.

Γράφημα 23 : Υπηρεσίες E-Banking που χρησιμοποιούνται



Πηγή : Τεχνολογικό Παρατηρητήριο (www.technowatch.aueb.gr) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Σχετικά με την on-line εκκαθάριση πληρωμών, μόνο το 9,6% των επιχειρήσεων χρησιμοποιεί τη συγκεκριμένη υπηρεσία και είναι περίπου το ποσοστό των επιχειρήσεων που κατά δήλωσή τους επιτρέπουν στους πελάτες τους να τοποθετούν on-line τις παραγγελίες τους και να πληρώνουν επίσης on-line. Το ποσοστό όμως των επιχειρήσεων που προτίθεται να χρησιμοποιήσει τη συγκεκριμένη υπηρεσία μέσα στον επόμενο χρόνο ανέρχεται στο 23,5% και αυτό θα πρέπει να αποτελέσει κίνητρο για τις ελληνικές τράπεζες ώστε να επικεντρώσουν τις προωθητικές τους ενέργειες σε αυτό το χώρο.

5.5 ΜΕΘΟΔΟΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

Σε αυτό το σημείο, θα ήταν χρήσιμο να κατηγοριοποιήσουμε τις μεθόδους συναλλαγών ανάλογα με το χρόνο, ανάλογα με τον τρόπο αλλά και ανάλογα με τον τρόπο πληρωμής. Για την κατανόηση των μεθόδων συναλλαγών του ηλεκτρονικού εμπορίου, που παρουσιάζουν μια πολυμορφία, ας πάρουμε το παράδειγμα του εμπορικού τριγώνου πελάτης (φυσικό ή νομικό πρόσωπο), Τράπεζα, και επιχείρηση (ηλεκτρονική ή μη). Μελετώντας αυτό το εμπορικό τρίγωνο θα μπορούσε κανείς να πει πως ο πελάτης e-Commerce διαθέτει πολλές εναλλακτικές μεθόδους για να πραγματοποιήσει τις συναλλαγές του πιο γρήγορα, πιο απλά και πιο οικονομικά.

5.5.1 Ο ΧΡΟΝΟΣ ΣΤΟΝ ΟΠΟΙΟ ΓΙΝΕΤΑΙ Η ΣΥΝΑΛΛΑΓΗ

Με παράγοντα τον χρόνο διακρίνουμε τις εξής περιπτώσεις:

- *Πρώτα γίνεται η πληρωμή και μετά η συναλλαγή ή προπληρωμένες κάρτες.* Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της κατηγορίας είναι οι προπληρωμένες κάρτες (e-purse). Δηλαδή ο πελάτης αγοράζει μια προπληρωμένη κάρτα και μετά μπορεί να κάνει οποιοσδήποτε αγορές θέλει μέσα από ηλεκτρονικά καταστήματα που συνεργάζονται με e-purse. Εξασφαλίζει δηλαδή ο πελάτης μια virtual card που έχει όριο μέχρι το ποσό που αντιστοιχεί στο ποσό που κατέβαλε ο πελάτης για να την αγοράσει.

Η τράπεζα παίρνει τον ρόλο του καταστήματος όπου ο πελάτης αγοράζει το λεγόμενο ψηφιακό πορτοφόλι (e-wallet ή e-purse), που στη ουσία είναι ένας κωδικός που χρησιμοποιείται σε on-line αγορές.

- *Η συναλλαγή γίνεται εκείνη τη στιγμή ή αγορά σε πραγματικό χρόνο.* Ο πελάτης πληρώνει επί τόπου και η συναλλαγή γίνεται άμεσα (παραλαμβάνει δηλαδή το προϊόν άμεσα). Εδώ εντάσσονται οι πληρωμές λογαριασμών ΔΕΗ, ΟΤΕ, ΦΠΑ, ΤΕΒΕ, δηλαδή ηλεκτρονικές συναλλαγές με δημόσιους φορείς, επίσης η αγορά μετοχών, αμοιβαίων κεφαλαίων, ομολόγων. Εάν για παράδειγμα, θέλει ο πελάτης

να πληρώσει ένα λογαριασμό ΔΕΗ μέσω της Εμπορική E-Banking (αφού είναι ήδη εγγεγραμμένος), επιλέγει «Πληρωμή Λογαριασμών», στη συνέχεια τον κωδικό πελάτη που αναγράφεται επάνω στο τιμολόγιο της ΔΕΗ. Αυτόματα ο λογαριασμός του πελάτη πιστώνεται με το πόσο που αντιστοιχεί στο τιμολόγιο. Περιλαμβάνονται, επίσης, αρκετά καταστήματα που πωλούν καταναλωτικά προϊόντα. Τέτοια προϊόντα είναι ψηφιακά αγαθά (Mp3, Ringtones, ή πληροφορία επιπλέον αξίας όπως η παρακολούθηση των τιμών των μετοχών στο χρηματιστήριο).

- *Γίνεται πρώτα η αγορά και η πληρωμή μετά από ορισμένο χρονικό διάστημα ή πληρωμές μετά την αγορά.* Η συγκεκριμένη μέθοδος συναλλαγής αναφέρεται κυρίως σε αγορές με πιστωτικές κάρτες όπου ο πελάτης αγοράζει on-line ένα προϊόν και χρεώνεται ο λογαριασμός μετά από ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα.

Στην πραγματικότητα, ο λογαριασμός χρεώνεται αμέσως, απλά ο πελάτης θα πληρώσει όταν πλέον η τράπεζα θα τον καλέσει με το αντίγραφο τιμολογίου της αγοράς του να πληρώσει την δόση αν πρόκειται για πιστωτική κάρτα ή για δάνειο.

5.5.2 ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ

Η κεντρική τράπεζα της Φινλανδίας σε έκθεσή της το 2006 (Jyrkonen, 2006 card, internet and mobile payments) κάνει μια αναφορά στα πιο διαδεδομένα συστήματα ηλεκτρονικών πληρωμών ανά την Ευρώπη. Ένα από τα πιο γνωστά συστήματα είναι το PAYBOX (<http://www.paybox.net>) το οποίο εμφανίστηκε αρχικά στη Γερμανία και αργότερα υιοθετήθηκε από την Αυστρία, την Ισπανία, τη Σουηδία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Η υπηρεσία αυτή επιτρέπει στους καταναλωτές να προβούν στην αγορά αγαθών και υπηρεσιών μέσω του κινητού τους τηλεφώνου και στη μεταφορά χρημάτων μέσω τραπεζικών λογαριασμών.

Μια άλλη εφαρμογή αρκετά διαδεδομένη στην Ισπανία αναφέρεται να είναι το MOBIPAY (<http://www.mobipay.com>). Το σύστημα αυτό χρησιμοποιείται για αγορές αγαθών και υπηρεσιών, αλλά ακόμη και για πληρωμή υπηρεσιών μεταξύ φυσικών προσώπων, αλλά και για εξόφληση λογαριασμών.

Τέλος, το σύστημα PAYEX (<http://www.payex.no>) είναι αρκετά διαδεδομένο στη Νορβηγία. Οι καταναλωτές ανοίγουν ένα λογαριασμό στο σύστημα Payex και βάζουν

χρήματα σε αυτόν ώστε να προβούν στην αγορά αγαθών και υπηρεσιών μέσω της συσκευής τους.

5.5.3 Ο ΤΡΟΠΟΣ ΜΕ ΤΟΝ ΟΠΟΙΟ ΓΙΝΕΤΑΙ Η ΣΥΝΑΛΛΑΓΗ

Όταν λέμε τρόπο εννοούμε το μέσο δια του οποίου γίνεται η συναλλαγή. Το Back Office της τράπεζας λαμβάνει ορισμένα δεδομένα από κάποιο Web Service. Τα δεδομένα αυτά είναι οι υπηρεσίες – προϊόντα που ζητούν οι πελάτες να αγοράσουν από την τράπεζα. Η μέθοδος όμως της συναλλαγής αλλάζει αναλογικά με το μέσο που χρησιμοποιούν κάθε φορά οι πελάτες ως γενικότερο μέσω ηλεκτρονικής συναλλαγής.

Ο πελάτης μπορεί να επιλέξει για τις συναλλαγές του Internet Banking (συναλλαγές μέσω του Διαδικτύου), PC Banking (συναλλαγές μέσω ειδικού τηλεφωνικού δικτύου), IVR (συναλλαγές μέσω σταθερού τηλεφώνου), TV Banking (συναλλαγές μέσω αμφίδρομης τηλεόρασης), Mobile Banking (συναλλαγές μέσω κινητού τηλεφώνου).

Κάθε φορά που ο πελάτης αλλάζει τον τρόπο με τον οποίο θέλει να πραγματοποιήσει μια ηλεκτρονική συναλλαγή, αλλάζει και η μέθοδος της συναλλαγής αφού διαφορετικά στοιχεία απαιτούνται για ηλεκτρονικές συναλλαγές μέσω Internet και διαφορετικά μέσω τηλεφώνου.

5.6 ON-LINE ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ : Ο ΚΑΘΟΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΤΟΥ E-BANKING

Η ανάπτυξη υπηρεσιών E-Banking από τις τράπεζες στοχεύει καταρχάς στην προσφορά ενός ακόμη μέσου εξυπηρέτησης των πελατών χωρίς χρονικούς και χωροταξικούς περιορισμούς. Έχουν αναλυθεί σε αρκετή λεπτομέρεια τα οφέλη που προκύπτουν για την τράπεζα και τον πελάτη από την προσφορά αυτών των υπηρεσιών και κυρίως σε ό,τι αφορά το μικρότερο κόστος, την ευκολία και την άμεση πρόσβαση. Δεν θα ήταν υπερβολή να πούμε ότι οι υπηρεσίες E-Banking αποτελούν σήμερα ένα βασικό και σημαντικό κανάλι εξυπηρέτησης των πελατών, η ύπαρξη του οποίου θεωρείται δεδομένη τόσο από τις τράπεζες όσο και από τους πελάτες.

Ο στόχος, λοιπόν, των υπηρεσιών E-Banking είναι η προσφορά προς τους πελάτες εύκολης πρόσβασης στην τράπεζα 24 ώρες την ημέρα, 7 ημέρες την εβδομάδα, με χαμηλότερο κόστος, μετακινώντας τις συναλλαγές “ρουτίνας” από τα παραδοσιακά

καταστήματα στις on-line υπηρεσίες. Ο σημαντικότερος από τους παράγοντες επιτυχίας των υπηρεσιών E-Banking είναι η αποτελεσματική και ποιοτική on-line εξυπηρέτηση.

Ο πελάτης λαμβάνει ως εμπειρία την εξυπηρέτηση που προσφέρεται από την τράπεζα. Εμπειρία που καταχωρείται βαθιά στη μνήμη του σε τέτοιο βαθμό που χαρακτηρίζει τη συμπεριφορά του απέναντι στην τράπεζα. Η τράπεζα μπορεί να χάσει έναν πελάτη, αν οι εμπειρίες από τη σχέση του με την τράπεζα είναι κατώτερες των προσδοκιών του.

Στο σημερινό εξαιρετικά ανταγωνιστικό επιχειρηματικό περιβάλλον έχει καθοριστική σημασία, όχι μόνο η προσέλκυση νέων πελατών, αλλά και η διατήρηση των υπάρχοντων και μάλιστα η ενδυνάμωση των σχέσεων με την τράπεζά τους (π.χ. με αύξηση των προϊόντων που ο πελάτης έχει αγοράσει από την τράπεζα), δηλαδή η δημιουργία πιστών πελατών. Ο πιστός πελάτης είναι εκείνος που θα πραγματοποιεί επαναλαμβανόμενες αγορές σε βάθος χρόνου και έτσι θα αναδειχθεί σε κερδοφόρο πελάτη.

On-line έρευνα που διενεργήθηκε από το CRM Guru στις ΗΠΑ έδειξε ότι οι Business Managers πιστεύουν ότι «η αύξηση της παραγωγικότητας και η μείωση των δαπανών είναι σημαντικές επιδιώξεις, αλλά μεγαλύτερη αξία για τον τραπεζικό οργανισμό προκύπτει από την ενίσχυση των σχέσεων με τους πελάτες»:

Πίνακας 14 : Προσδοκώμενο όφελος από την on-line εξυπηρέτηση

Προσδοκώμενο όφελος από την on-line εξυπηρέτηση	Συμφωνούν
Βελτίωση της ικανοποίησης των πελατών (πιστοί πελάτες)	89%
Αύξηση της διατήρησης πελατών	87%
Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των υπηρεσιών	83%
Αναδιάρθρωση του προσωπικού εξυπηρέτησης	74%
Μείωση του προσωπικού εξυπηρέτησης	57%

Πηγή: CRM Guru

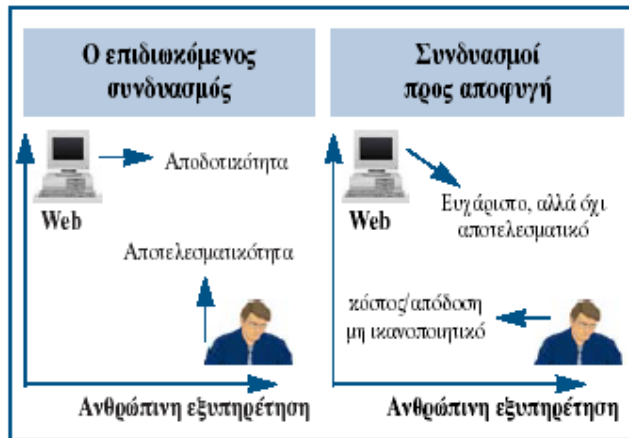
Ο στόχος μέσω της on-line εξυπηρέτησης είναι να προστίθεται συνεχώς αξία στη

σχέση με τον πελάτη, ώστε όχι μόνο να μείνει ευχαριστημένος και άρα πιστός προς την τράπεζά του, αλλά και να το διαδώσει σε φίλους και γνωστούς (“Loyalty Effect”). Στο χώρο του Διαδικτύου ιδιαίτερα μπορούμε να πούμε ότι: “Word of mouse spreads faster than word of mouth”. Οι συστάσεις των υπαρχόντων πελατών φέρνουν νέους πελάτες χωρίς πρόσθετο κόστος.

Το μεγάλο στοίχημα που θα πρέπει να κερδηθεί μέσω μιας αποτελεσματικής και δυναμικής on-line εξυπηρέτησης, είναι η ενίσχυση του “Loyalty effect”. Ποια είναι όμως τα στοιχεία εκείνα που χαρακτηρίζουν μια επιτυχημένη on-line εξυπηρέτηση;

Πριν προχωρήσουμε στην παρουσίαση αυτών των στοιχείων, θα πρέπει να τονιστεί ότι η on-line εξυπηρέτηση είναι δυσκολότερη και πολυπλοκότερη σε σχέση με την εξυπηρέτηση “πρόσωπο με πρόσωπο”. Η τράπεζα καλείται να συνδυάσει την αποδοτικότητα του E-Banking με την αποτελεσματικότητα της ανθρώπινης επαφής. Με αυτό το συνδυασμό επιδιώκει να προσφέρει μια νέα εμπειρία στους πελάτες της.

Χαρακτηριστικά ανθρώπινης εξυπηρέτησης	Χαρακτηριστικά ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης
	
• Οικειότητα • Προσωποποίηση • Αποτελεσματικότητα	• Ευκολία / Από απόσταση • Χαμηλότερο κόστος • Αποδοτικότητα



Θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα τελευταία χρόνια υπάρχει η τάση τα παραδοσιακά τραπεζικά καταστήματα να εξελιχθούν περισσότερο σε κέντρα συμβουλευτικής πώλησης, παρά σε σημεία πραγματοποίησης συναλλαγών (εστιάζοντας στην προσφορά ολοκληρωμένων λύσεων με έμφαση στην προσωπική εξυπηρέτηση). Η παροχή ενημερωτικών και συμβουλευτικών υπηρεσιών, καθώς και η “προσωπική” εξυπηρέτηση αποτελούν τα συστατικά του E-Banking. Είναι οι βασικοί άξονες, πάνω στους οποίους υλοποιείται η σύγχρονη Ηλεκτρονική Τραπεζική.

5.6.1 ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΑΓΟΥΝ ΤΗΝ ON-LINE ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ
Διαφοροποίηση του περιεχομένου και των υπηρεσιών σε διαφορετικές ομάδες πελατών ή ακόμη και σε κάθε πελάτη (on-line self-service). Παρόλο που το Internet προσφέρει τέτοια ευκολία πρόσβασης, δεν θα πρέπει ο οργανισμός να μπαίνει στον “πειρασμό” να προσφέρει όλα σε όλους. Η τράπεζα πρέπει να δώσει απαντήσεις σε δύο ερωτήσεις: Ποιος είναι ο σκοπός της συγκεκριμένης παρουσίας στο Web και ποια είναι η αγορά – στόχος (π.χ. νέοι επαγγελματίες, οικογενειάρχες, μικρές επιχειρήσεις, επενδυτές κλπ.). Είναι απαραίτητη η δημιουργία μιας γνωστικής βάσης με ποιοτικά και όχι μόνο με ποσοτικά χαρακτηριστικά, έτσι ώστε ο πελάτης να μη “χάνεται” κατά την πλοήγησή του στο Web, καθώς και να βρίσκει εύκολα την απάντηση στις ερωτήσεις και τις απορίες του. Για το σκοπό αυτό είναι χρήσιμη η καταγραφή των επιλογών (Clicks) των πελατών και βάσει αυτών να διαμορφώνεται ανάλογα το περιεχόμενο.

Ευκολία στην πλοήγηση, χρηστικότητα. Η κοινή λογική που ισχύει στο φυσικό κόσμο έχει εφαρμογή και στο E-Banking. Για παράδειγμα, αν η υποβολή μιας αίτησης ή μια συναλλαγή απαιτεί σημαντικό χρόνο, με πολύπλοκα βήματα, τότε αυξάνονται οι πιθανότητες για παραλείψεις και λάθη, ενώ υπάρχει ο κίνδυνος να αποτραπεί ο πελάτης να κάνει το ίδιο στο μέλλον. Το Gartner Group εκτιμά ότι τα δύο τρίτα των πελατών εγκαταλείπουν ένα site εξαιτίας της πολυπλοκότητας.

Αυτοματοποίηση της δημιουργίας και διαχείρισης του περιεχομένου. Το περιεχόμενο που αφορά τα τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες είναι απέραντο. Αν απαιτείται η σύμπραξη πολλών ανθρώπων και πολύς χρόνος για να εκδοθεί στο Web, τότε αυτό σίγουρα αποτελεί τροχοπέδη που θα οδηγήσει σε ανεπίκαιρη πληροφόρηση. Η αυτοματοποίηση της διαχείρισης του περιεχομένου γίνεται κρίσιμη. Το κατάλληλο λογισμικό επιτρέπει στα διάφορα τμήματα της τράπεζας εύκολα και γρήγορα να δημοσιοποιούν περιεχόμενο (ή/και νέες συναλλαγές) με τέτοιο τρόπο σαν να συναλλάσσονται απευθείας με τους πελάτες.

Διαχείριση των e-mails. Οι πελάτες θα πρέπει να ενθαρρύνονται στο να υποβάλλουν ερωτήσεις μέσω e-mail. Το e-mail έχει εξελιχθεί σε αξιόλογο μέσο αμφίδρομης επικοινωνίας και μέσω αυτού μπορεί να γίνει διαχείριση ζητημάτων των πελατών ή υποβολή ερωτήσεων. Οι απαντήσεις πρέπει να χαρακτηρίζονται από σαφήνεια, προσωποποίηση, προσφορά εναλλακτικών προτάσεων και να δίνονται μέσα σε ένα εύλογο χρονικό διάστημα (συνήθως μέσα στην ίδια εργάσιμη ημέρα). Ο πελάτης θα εμπιστευθεί τον οργανισμό που θα απαντήσει άμεσα και όχι όσους χρειάζονται εβδομάδες, ακόμη και μήνες, για μια απάντηση. Η ανάλυση του περιεχομένου των e-mails με σκοπό την εύρεση λέξεων – κλειδιών, αναφορών σε προϊόντα κ.λπ. είναι πολύτιμη πληροφορία που μπορεί να αξιοποιηθεί ανάλογα.

Ειδοποιήσεις (Alerts). Μια εξαιρετικά χρήσιμη και χρηστική υπηρεσία. Ο πελάτης ενημερώνεται με e-mail, με γραπτό μήνυμα στο κινητό τηλέφωνο (SMS), με κλήση από αντιπρόσωπο της τηλεφωνικής εξυπηρέτησης. Ο πελάτης ξέρει ότι η τράπεζά του είναι πάντα κοντά του έτοιμη να τον ενημερώσει για τις οικονομικές του συναλλαγές, καθώς και να τον πληροφορήσει για ό,τι αυτός έχει προεπιλέξει.

Κόστη και Τιμολόγηση. Ένας καταναλωτής δεν θα πλήρωνε ποτέ τις τιμές ενός ακριβού εστιατορίου για ένα self-service γεύμα, ανεξάρτητα από το πόσο καλό είναι το φαγητό. Αντιστοιχία υπάρχει και στις on-line υπηρεσίες. Είναι ευρέως γνωστό ότι οι on-line συναλλαγές έχουν χαμηλότερο κόστος για την τράπεζα και περιμένει να έχει ανάλογο όφελος. Επιπρόσθετα, στο Διαδίκτυο είναι πολύ εύκολη η σύγκριση των τιμών μεταξύ των ανταγωνιστών, διευκολύνοντας τον πελάτη στις επιλογές του. Ένας καλός τρόπος που ενισχύει την εμπιστοσύνη των πελατών απέναντι στην τράπεζα, είναι η παροχή συμβουλών, οι οποίες μπορεί να έχουν ως αποτέλεσμα το χαμηλότερο συνολικό κόστος στις συναλλαγές του (π.χ. τρόπος χρήσης πιστωτικής κάρτας, πάγιες εντολές, on-line πληρωμή λογαριασμών, τα πλεονεκτήματα των εναλλακτικών δικτύων κ.λπ.).

Μέτρηση των απόψεων των πελατών. Ο ευκολότερος τρόπος είναι οι on-line έρευνες. Τα αποτελέσματά τους βοηθούν στη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Ολοκλήρωση της ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης με όλα τα δίκτυα της τράπεζας.

Κάθε δίκτυο της τράπεζας αποτελεί τον κρίκο μιας αλυσίδας. Η δύναμη της αλυσίδας δεν ξεπερνά την αντοχή του πιο αδύνατου κρίκου της. Η παροχή των πληροφοριών, των συμβουλών, η αντιμετώπιση προβλημάτων θα πρέπει να γίνεται με τον ίδιο ποιοτικό τρόπο από όλα τα δίκτυα.

5.7 ΠΡΩΘΗΣΗ & ΠΩΛΗΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

Η προώθηση των δικτύων της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι το μέγα θέμα και ταυτόχρονα η μεγάλη πρόκληση. Παρά το γεγονός ότι οι πελάτες έχουν αποδεχθεί ότι η Ηλεκτρονική Τραπεζική παραπέμπει αφενός στην ευκολία ως μέθοδο εκτέλεσης συναλλαγών (“Convenience as a way to do Banking”), αφετέρου δε στη δυνατότητα απλής, άμεσης, αυτόματης και αμφίδρομης επικοινωνίας με την τράπεζα, εντούτοις ανθίστανται σημαντικά στην αποδοχή της.

Κλασικό παράδειγμα είναι το πλέον διαδεδομένο σήμερα δίκτυο Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, το δίκτυο των ΑΤΜ. Μεγάλη προσπάθεια και πολύς κόπος χρειάστηκαν για την αποδοχή του. Παραμένει όμως στη συνείδηση του πελάτη η συσκευή για ανάληψη μετρητών. Οι λοιπές υπηρεσίες αγνοούνται.

Οι κυριότερες αιτίες που δυσκολεύουν την προώθηση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, στην Ελλάδα τουλάχιστον, είναι:

- Οι συναλλασσόμενοι με τις τράπεζες σε μεγάλο ποσοστό δεν είναι εξοικειωμένοι με τη χρήση της τεχνολογίας.
- Η διείσδυση του Internet είναι μικρή (35% του ενεργού πληθυσμού), αν και ο ετήσιος ρυθμός αύξησης –κυρίως λόγω των νέων– είναι σημαντικός, της τάξης του 10%. Τραπεζικές συναλλαγές μέσω Internet πραγματοποιούν μόνο 10% από τους χρήστες του Internet.
- Οι συναλλασσόμενοι με τις τράπεζες ανησυχούν για την ασφάλεια των ηλεκτρονικών δικτύων. Αιτία για τη δημιουργία αυτής της αντίληψης είναι τα γνωστά προβλήματα που συχνά παρουσιάζονται μέσω των Μ.Μ.Ε. Προβλήματα που στο σύνολό τους έχουν προκύψει από συναλλαγές ηλεκτρονικού εμπορίου που πραγματοποιούνται μέσα από συστήματα και εφαρμογές που δεν περιλαμβάνουν, προφανώς λόγω κόστους, την ασφάλεια που διαθέτουν τα συστήματα και οι εφαρμογές της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Η αντιμετώπιση των ανωτέρω αιτίων που δημιουργούν καθυστέρηση στην ανάπτυξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής μπορεί να γίνει με:

- ✓ Σωστή ενημέρωση των συναλλασσομένων.
- ✓ Διεύρυνση της πελατειακής βάσης μέσω συνεργασιών με μεγάλες εταιρίες/οργανισμούς του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα.
- ✓ Άμεση υποστήριξη των πελατών στα τυχόν ερωτήματα και προβλήματα που προκύπτουν από τη χρήση των εναλλακτικών δικτύων.

5.8 ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΜΕΣΩ ΚΙΝΗΤΟΥ ΤΗΛΕΦΩΝΟΥ (M-BANKING)

Με τη συγκεκριμένη υπηρεσία μπορούν να πραγματοποιηθούν τραπεζικές αλλά και χρηματιστηριακές συναλλαγές μέσω κινητού τηλεφώνου, από όπου και αν βρίσκεται ο πελάτης. Οι τράπεζες που προσφέρουν την εν λόγω υπηρεσία συνεργάζονται με συγκεκριμένους παροχείς τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών. Σημειώνεται ότι η υπηρεσία δεν προσφέρεται δωρεάν, καθώς χρεώνεται ο λογαριασμός του κινητού τηλεφώνου για κάθε συναλλαγή που πραγματοποιείται. Όλες οι συναλλαγές γίνονται μέσω γραπτών μηνυμάτων (SMS). Η αποδεικτική αξία των ηλεκτρονικών εντολών είναι ίδια με αυτή των εγγράφων και οι συναλλαγές γίνονται μόνο από το προσωπικό κινητό τηλέφωνο του χρήστη.

Οι υπηρεσίες στις οποίες έχουν πρόσβαση οι πελάτες μέσω κινητού τηλεφώνου είναι:

- Κατάσταση λογαριασμού
- Υπόλοιπα και μεταφορές χρημάτων μεταξύ λογαριασμών της ίδιας τράπεζας
- Παραγγελία για πλήρη statements
- Αναφορά για απώλεια κάρτας
- Αγορά και πώληση μετοχών
- Ενημέρωση εντός ολίγων λεπτών για εκτέλεση εντολής
- Ενημέρωση σε πραγματικό χρόνο (real time) για την τιμή της μετοχής προς αγορά ή πώληση
- Παρακολούθηση και αποτίμηση χαρτοφυλακίου
- Αναλυτική πληροφόρηση για παρελθούσες κινήσεις στο χαρτοφυλάκιο
- Πληροφορίες και διαφημιστικά μηνύματα για υπηρεσίες, προϊόντα και προσφορές της τράπεζας
- Αλλαγή του απόρρητου κωδικού PIN
- Προσωπικά μηνύματα

Παρά τα πλεονεκτήματα, τις ευκολίες και την ευχρηστία του το m-Banking δεν έχει καταφέρει ακόμη να πείσει το ελληνικό καταναλωτικό κοινό. Αυτό οφείλεται ενδεχομένως στη χρήση του κινητού ως κατεξοχήν μέσου επικοινωνίας, συνεπώς η αποδοχή της αξιοπιστίας του ως μέσου διεξαγωγής χρηματοοικονομικών συναλλαγών δεν είναι εύκολη. Οι Έλληνες χρήστες και οι επιχειρήσεις δείχνουν να εμπιστεύονται περισσότερο το Internet, γεγονός που εξηγεί τα μεγαλύτερα ποσοστά διείσδυσης του e-Banking έναντι του m-Banking.

Ωστόσο, με αργούς αλλά σταθερούς ρυθμούς τα πράγματα αλλάζουν. Οι επιχειρήσεις, και ειδικότερα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, αλλά και οι ιδιώτες έχουν αρχίσει να αντιλαμβάνονται ότι οι υπηρεσίες Mobile Banking αποφέρουν κέρδος σε πολύτιμο χρόνο και, κατά συνέπεια, χρήμα. Από έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί για το λογαριασμό τραπεζών υπολογίζεται ότι το 7% των πελατών τους κάνει σήμερα χρήση του τηλεφώνου για τραπεζικές συναλλαγές. Τα τελευταία στοιχεία που έχουν στη διάθεσή τους οι τράπεζες δείχνουν ότι το 2006 πραγματοποιήθηκαν 300.000 εγχρήματες συναλλαγές μέσω κινητού τηλεφώνου, ενώ ο τζίρος ανήλθε σε € 5 δις.

5.9 ΤΟ ERP ΣΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΤΩΝ ΣΥΓΧΡΟΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Το ERP (Enterprise Resource Planning), είναι η συγχώνευση των συστημάτων διαχείρισης πληροφοριών μιας επιχείρησης με σκοπό να δεσμεύσουν περισσότερο την επιχείρηση ώστε να λειτουργεί εύρυθμα συμπεριλαμβανομένου του ανθρώπινου δυναμικού, των καταλόγων και των οικονομικών υπηρεσιών τα οποία συνδέουν ταυτόχρονα την επιχείρηση με τους πελάτες και τους προμηθευτές (www.thespot4sap.com).

Σύμφωνα με τη διεθνή αποδεκτή ιστοσελίδα στο χώρο του ERP, www.thespot4sap.com το Enterprise Resource Planning διαχέεται στις μεγάλες επιχειρήσεις μέσα από επτά μεγάλα κανάλια.

- *Financial*, δηλαδή σε ό,τι αφορά το χρηματοοικονομικό τομέα μιας επιχείρησης (λογιστικές διαδικασίες, κοστολόγηση, τιμολόγηση, χρηματιστήριο).
- *Human Resources*, δηλαδή σε ό,τι έχει να κάνει με τα τμήματα διαχείρισης ανθρώπινων πόρων.
- *Customer Relationship Management*, τους τρόπους δηλαδή που προσεγγίζει μια επιχείρηση τους πελάτες, ποια στάση διατηρεί απέναντί τους καθώς και τις σχέσεις της επιχείρησης με τους πελάτες της.
- *Supplier Relationship Management*, τη διαχείριση σχέσεων της επιχείρησης με τους προμηθευτές της.
- *Product Lifecycle Management*, τη διαχείριση του κύκλου ζωής των προϊόντων.
- *Supply Chain Management*, τη διαχείριση αλυσίδας ανεφοδιασμού.
- *Business Intelligence*, ένα πολύ σημαντικό τμήμα όλων των σύγχρονων επιχειρήσεων, τη λεγόμενη επιχειρησιακή νοημοσύνη.

5.9.1 Η ΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ERP ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΤΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Αν και σε οποιαδήποτε ηλεκτρονική επιχείρηση όλα τα στάδια του ERP είναι εξαιρετικά χρήσιμα για τη διαχείριση όλων των λειτουργιών της στα τραπεζικά ιδρύματα, λόγω του μεγέθους τους αλλά και των κεφαλαίων τους, υπάρχει εξειδίκευση στις επιμέρους εργασίες ενώ είναι άριστα κατανοημένες ώστε να μπορούν να επιφέρουν το βέλτιστο αποτέλεσμα.

Στον συγκεκριμένο τραπεζικό τομέα που ερευνούμε, το E-Banking, πολύ σπουδαίο ρόλο παίζουν τα: Human Resources, CRM, Product Lifestyle Management, Business Intelligence.

- **HR (Human Resources).** Είναι πολύ σπουδαίο να επιλέγεται το κατάλληλο προσωπικό για ένα τέτοιο τμήμα με τόσο λεπτές ισορροπίες στον ανταγωνισμό και στις σχέσεις με τους πελάτες του όπως είναι το τμήμα E-Banking. Το προσωπικό αυτό πρέπει να γνωρίζει καλά τις τάσεις του e-Commerce όχι μόνο στον Ελληνικό χώρο αλλά και παγκόσμια. Κρίνεται αναγκαίο να είναι εξειδικευμένο σε θέματα ηλεκτρονικών υπολογιστών (προγραμματιστές, γραφίστες), αλλά και σε θέματα Marketing (διαφήμιση, προβολή), να γνωρίζει τη σημασία και να κατανοεί την εξέλιξη του E-Banking, ενώ όλα τα παραπάνω βαδίζουν πάνω στην πλατφόρμα του στρατηγικού Marketing.

Με τη χρήση, λοιπόν, κατάλληλου προσωπικού επιτυγχάνεται ομοιόμορφη κατανομή της εργασίας αλλά και μια πιο έντονη μορφή συνεργασίας με σκοπό την όσο μεγαλύτερη διείσδυση των ηλεκτρονικών προϊόντων στην αγορά.

- **CRM.** Καθώς η χώρα μας δεν έχει μεγάλα ποσοστά χρήσης Internet είναι πολύ λεπτές οι σχέσεις των ηλεκτρονικών τραπεζών με τους πελάτες τους. Αν λάβουμε βέβαια υπόψη και τις απόπειρες τα τελευταία χρόνια για ηλεκτρονικές απάτες, η ισορροπία αυτή είναι ακόμη πιο εκτεθειμένη και χρήζει ιδιαίτερης μεταχείρισης από την πλευρά των τμημάτων Ηλεκτρονικής Τραπεζικής. Έτσι, τα συστήματα διαχείρισης ERP παίζουν καταλυτικό ρόλο στη διαχείριση σχέσεων πελατών και ηλεκτρονικών τραπεζών ή ηλεκτρονικών καταστημάτων. Τα συστήματα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων (CRM) είναι απαραίτητα στα ηλεκτρονικά καταστήματα των τραπεζών καθώς τα τελευταία πρέπει να καθοδηγούν σωστά

τους χρήστες, να είναι πρόθυμα να εξυπηρετήσουν αλλά και να προσεγγίζουν με ένα φιλικό αλλά ταυτόχρονα επίσημο τρόπο τους πελάτες, να συσφίξουν δηλαδή τις πελατειακές τους σχέσεις.

- **Product Lifestyle Management.** Τα ηλεκτρονικά καταστήματα των τραπεζών πρέπει να διαχειρίζονται έτσι τον κύκλο ζωής των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρουν ώστε να μη δυσανεστούν τους πελάτες τους, να ανανεώνουν τα προϊόντα όποτε χρειαστεί, να δημιουργούν καινούριες υπηρεσίες και να τις προωθούν με κατάλληλους τρόπους στους πελάτες.
- **Business Intelligence.** Κρίνεται αναγκαίο τα τμήματα ηλεκτρονικής τραπεζικής των τραπεζών να διαθέτουν υπολογιστές τελευταίας τεχνολογίας, προγράμματα ασφαλείας, σχεδιαστικά προγράμματα (ανάλογα με τη τράπεζα), πολύ καλά σχεδιασμένα δίκτυα. Όλα αυτά είναι απαραίτητα για να μπορέσει να στηρίξει το δίκτυο της εκάστοτε τράπεζας όλες τις ηλεκτρονικές συναλλαγές των πελατών της χωρίς να παρουσιάζει προβλήματα, να ικανοποιεί στο μέγιστο τις απαιτήσεις των χρηστών Internet Banking. Επιπρόσθετα, είναι πολύ σημαντικά για τα θέματα διατήρησης ασφάλειας των δικτύων (πρωτόκολλα κρυπτογράφησης) και της γενικότερης εύρυθμης λειτουργίας του συνόλου των ηλεκτρονικών συναλλαγών (GIZA Systems, Banking Solutions & Services).

5.9.2 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ERP ΣΤΟΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΤΟΜΕΑ

Η διαρκής εξέλιξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής και η αύξηση χρήσης Internet ανά χώρα έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση του ανταγωνισμού, όχι τόσο παγκοσμίως, αλλά πολύ περισσότερο μεταξύ των τραπεζών που ανήκουν στην ίδια χώρα.

Ειδικότερα, στην Ελλάδα που τα ποσοστά χρήσης Internet έχουν μόλις τα τελευταία χρόνια αρχίσει να αυξάνονται, τα τραπεζικά ιδρύματα προσπαθούν να κερδίσουν έδαφος στον τομέα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, αφομοιώνοντας όσο το δυνατόν περισσότερους πελάτες – χρήστες. Ανάλογη του αριθμού πελατών e-Banking είναι τα κέρδη για τις τράπεζες.

Η αφομοίωση όμως πελατειακού κοινού είναι ένα δύσκολο εγχείρημα για τις τράπεζες, ειδικότερα σε χώρες που εξαιτίας διάφορων προβλημάτων (δημογραφικό, χαμηλό επίπεδο μόρφωσης) δίνεται δυσκολότερη η προσέγγιση του κοινωνικού

συνόλου που θα μπορούσε να χρησιμοποιήσει την ηλεκτρονική τραπεζική.

Για τον σκοπό αυτό τα τραπεζικά ιδρύματα χρησιμοποιούν το Προγραμματισμό Επιχειρηματικών Πόρων (ERP), δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στον τομέα ηλεκτρονικής τραπεζικής (E-Banking sector) ο οποίος είναι ένας ανερχόμενος τομέας παγκοσμίως. Μέσα από τον προγραμματισμό επιτυγχάνεται όχι μόνο αποδοτικότερη προσέγγιση των πελατών αλλά και αποδοτικότερη χρήση των ήδη υπάρχοντων τεχνολογικών πόρων. Επίσης, η καλύτερη κατανομή του ενεργητικού προσωπικού και η επιλογή του κατάλληλου προσωπικού είναι αποτελέσματα του ERP.

Όλα τα παραπάνω δημιουργούν ένα αμάλγαμα ισχυρής τεχνολογίας και Marketing, που όχι μόνο αντέχει στον ανταγωνισμό αλλά κερδίζει συνεχώς έδαφος στον κόσμο της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Πολύ σημαντικό ρόλο παίζουν τα χρηματικά κεφάλαια της τράπεζας που θα διαθέσει για τα συστήματα ERP. Έτσι, μικρότερες τράπεζες με περιορισμένους χρηματικούς πόρους βρίσκονται πιο χαμηλά στην βαθμίδα των υπηρεσιών που προσφέρουν, διευκολύνοντας με αυτό το τρόπο τον ανταγωνισμό.

§ 6. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ

Ο όρος Ηλεκτρονικές Πληρωμές περιλαμβάνει το σύνολο εκείνο των ανθρώπινων δραστηριοτήτων, που έχει ως σκοπό τη μεταφορά χρηματικών ποσών για την κάλυψη χρεών με ηλεκτρονικό τρόπο. Με πιο απλά λόγια, οι πληρωμές με τη χρήση ηλεκτρονικών μέσων (υπολογιστών, κινητών) και κατάλληλων δικτύων (Διαδίκτυο, δίκτυα κινητής τηλεφωνίας) ονομάζονται Ηλεκτρονικές Πληρωμές. Ωστόσο, ο αρχικός αυτός ορισμός δεν αποκλείει κάποιες περιπτώσεις, οι οποίες δεν μπορούν να θεωρηθούν ηλεκτρονικές πληρωμές. Έτσι, αποκλείονται οι συναλλαγές στα ταμεία των τραπεζών, όπου γίνεται μεν χρήση ηλεκτρονικών μέσων και δικτύων, όμως ο πελάτης έχει φυσική παρουσία στο χώρο πληρωμών.

Αντίθετα, οι ηλεκτρονικές πληρωμές, έτσι όπως τις αξιοποιούν οι επιχειρήσεις και οι πολίτες, προϋποθέτουν την «εξ' αποστάσεως» πληρωμή οφειλών. Το στοιχείο αυτό είναι ένα από τα μεγάλα πλεονεκτήματα των συστημάτων ηλεκτρονικών πληρωμών, καθώς άρει τους χωρικούς και χρονικούς περιορισμούς προσδίδοντας ευελιξία στην όλη διαδικασία¹⁵.

Μια ερμηνεία για το τι είναι Ηλεκτρονικές Πληρωμές δίνει ο Nils Behling, σύμφωνα με την οποία ηλεκτρονικές πληρωμές είναι τα συστήματα πληρωμών που χρησιμοποιούνται για την εξόφληση χρεών που προκύπτουν από τον Κυβερνοχώρο, με την ηλεκτρονική μεταφορά κεφαλαίων. Ο ορισμός αυτός αναφέρεται βασικά στις συναλλαγές που πηγάζουν από δραστηριότητες στο Διαδίκτυο, ωστόσο μπορεί να περιλάβει και υποχρεώσεις που προκύπτουν από συναλλαγές του πραγματικού κόσμου¹⁶.

6.1 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ

Οι ηλεκτρονικές πληρωμές μπορούν να κατηγοριοποιηθούν με βάση διαφορετικά κριτήρια, ωστόσο ο πιο δόκιμος τρόπος είναι με βάση τα χαρακτηριστικά των συναλλασσόμενων μερών. Αυτό συμβαίνει γιατί οι ανάγκες και οι απαιτήσεις κάθε ατόμου που χρησιμοποιεί ένα ανάλογο σύστημα είναι διαφορετικές από αυτές μιας επιχείρησης, μιας δημόσιας υπηρεσίας ή μιας τράπεζας. Είναι, επομένως, απόλυτα

¹⁵ Βλ. Σ.Συρμακέζη, «Όλα Όσα θέλατε να Μάθετε για τις Ηλεκτρονικές Πληρωμές και Εισπράξεις», σελ.2. Το στοιχείο της απόστασης είναι ουσιώδες στις συναλλαγές, καθώς η χρήση ηλεκτρονικών μέσων δεν θα προσέφερε τίποτε το ιδιαίτερο, εφόσον απαιτούνταν και πάλι η φυσική παρουσία του πελάτη, ο οποίος με τον τρόπο αυτό δε θα απέφευγε τις ουρές και τις πολύωρες καθυστερήσεις.

¹⁶ www.jurpc.de

κατανοητό το ότι η εξέλιξη της τεχνολογίας ακολούθησε τα κριτήρια αυτά, δημιουργώντας διαφορετικά συστήματα για διαφορετικούς χρήστες¹⁷.

Ο κανόνας κατηγοριοποίησης των ηλεκτρονικών πληρωμών ακολουθεί τον κανόνα κατηγοριοποίησης του Ηλεκτρονικού Εμπορίου και του Ηλεκτρονικού Εμπορίου που αναφέρθηκαν πιο πριν. Έτσι υπάρχουν οι πληρωμές P2P, B2B, B2C και P2G ή B2G (συνολικά x2G). Οι κατηγορίες αυτές ορίζουν τις πληρωμές από άτομα (P) ή επιχειρήσεις (B) προς άλλα άτομα, άλλες επιχειρήσεις ή το δημόσιο (G)¹⁸.

Η πρώτη περίπτωση έχει να κάνει με συναλλαγές μεταξύ φυσικών προσώπων (όχι επιχειρήσεων), ενώ η δεύτερη με συναλλαγές μεταξύ εταιριών, όπως προμηθευτές με τους πελάτες τους. Στην τρίτη περίπτωση οι πελάτες εξοφλούν συνήθως χρέη για αγορές μέσω Διαδικτύου (π.χ. παραγγελίες από ηλεκτρονικά βιβλιοπωλεία), ενώ οι συναλλαγές με το δημόσιο αφορούν κυρίως εξοφλήσεις χρεών προς δημόσιες υπηρεσίες όπως φόροι, λογαριασμοί ΔΕΚΟ, οφειλές προς τελωνεία κ.λπ.

¹⁷ Βλ. α) Α. Μήλιου & Α. Πομπόρτση, «Υπηρεσίες Προστιθέμενης Αξίας στο Διαδίκτυο», εκδόσεις Τζιόλα, Αθήνα 2007, κεφ. 2 β) Α. Σινανιώτη-Μαυρουδή & Ι. Φαρσαρώτας, «Ηλεκτρονική Τραπεζική», εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα 2005 κεφ. 5, 8 & 9 γ) Σ.Συρμακέζης, «Όλα Όσα Θέλατε να Μάθετε για τις Ηλεκτρονικές Πληρωμές και Εισπράξεις» δ) www.ftc.gov ε) Knud Bohle, Michael Rader, Ulrich Riehm, «Electronic Payment Systems in European Countries Country Synthesis Report», Final Report, Forschungszentrum Karlsruhe GmbH, Karlsruhe 1999.

¹⁸ Βλ. Σ.Συρμακέζης, «Όλα Όσα Θέλατε να Μάθετε για τις Ηλεκτρονικές Πληρωμές και Εισπράξεις», σελ. 2 – 3.

6.1.1. ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ

Η κατηγοριοποίηση των διατραπεζικών ηλεκτρονικών πληρωμών γίνεται με βάση τη φύση του συναλλασσόμενου που παίρνει την πρωτοβουλία (οφειλέτης ή δανειστής), τη διάρκεια των πληρωμών ή το βαθμό αποϋλοποίησης των διαδικασιών εκτέλεσης της εντολής πληρωμής.

Έτσι, διακρίνονται οι εξής κατηγορίες:

- Πιστωτικές – Χρεωστικές, ανάλογα με το αν η πληρωμή γίνεται από τον οφειλέτη, με σκοπό την αποπληρωμή χρέους προς το δανειστή ή τη διαδικασία εκκινεί ο δανειστής, ώστε να χρεώσει το λογαριασμό του οφειλέτη και να καλυφθεί το χρέος.
- Μεμονωμένες – Διαρκείς, με βάση τη μορφή αποπληρωμής μιας οφειλής. Αν γίνεται με διαδοχικές δόσεις, όπως η πληρωμή ασφαλίσεων, τότε ονομάζεται διαρκής, ενώ στην περίπτωση που γίνεται εφάπαξ εξόφληση αποκαλείται μεμονωμένη πληρωμή.
- Εμπορικές – Καταναλωτικές. Εμπορική λέγεται μια πληρωμή, όταν γίνεται μεταξύ δύο επιχειρήσεων, όπως δύο τράπεζες για οφειλή που προκύπτει από τις μεταξύ τους εμπορικές σχέσεις. Αν, όμως, τουλάχιστον ένας από τους οφειλέτες μπορεί να χαρακτηριστεί καταναλωτής, η πληρωμή ονομάζεται καταναλωτική (όπως στην περίπτωση χρήσης πιστωτικής).
- Διατραπεζικές – Ενδοτραπεζικές, ανάλογα αν η πληρωμή απαιτεί μεταφορά κεφαλαίων μεταξύ λογαριασμών της ίδιας τράπεζας ή μεταξύ διαφορετικών τραπεζών.
- Αποϋλοποιημένες ή Έγγραφες πληρωμές, εφόσον όλα τα στάδια γίνονται με χρήση ηλεκτρονικών δικτύων ή απαιτείται και η χρήση υλικών εγγράφων¹⁹.

6.1.2. ΜΙΚΡΟΠΛΗΡΩΜΕΣ (MICROPAYMENTS)

Οι μικροπληρωμές ή μικροσυναλλαγές είναι μία μέθοδος ηλεκτρονικών πληρωμών με ευρεία χρήση μέσω του Διαδικτύου, σε περιπτώσεις προϊόντων μικρής αξίας. Είναι πολύ χρήσιμες για τη μεταφορά μικροποσών (small money transfers)²⁰.

Ο όρος δηλώνει συναλλαγές, κατά τις οποίες το ύψος των ποσών που μεταφέρονται για την αγορά προϊόντων καθιστά τις παραδοσιακές μεθόδους πληρωμών (π.χ. πιστωτικές κάρτες) ασύμφορες. Τα ποσά αυτά φτάνουν συνήθως τα λίγα ευρώ και

¹⁹ Α. Σινανιώτη-Μαυρουδής & Ι. Φαρσαρώτας, «Ηλεκτρονική Τραπεζική», εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα 2005 κεφ. 8, σελ. 249-253

²⁰ www.eeei.gr/interbiz/answers/smtrans.html

αφορούν τις λεγόμενες μικροϋπηρεσίες πληροφοριών (information mini-services), όπως η χρέωση για πρόσβαση σε άρθρα στο Διαδίκτυο. Τα πάγια για τη χρήση μίας πιστωτικής κάρτας μπορούν να είναι πολλαπλάσια της καθαρής αξίας του προϊόντος, επομένως προτιμάται η χρήση ηλεκτρονικού χρήματος²¹.

Το ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Τεχνολογικών Σπουδών (Institute for Prospective Studies) σε συνεργασία με το Παρατηρητήριο Συστημάτων Ηλεκτρονικών Πληρωμών καθόρισαν το όριο των μικροσυναλλαγών αρχικά στα €25, για να το περιορίσουν αργότερα στα €5. Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, τις μικροσυναλλαγές υποστηρίζουν εκτός από τα ειδικά συστήματα μικροσυναλλαγών, τα συστήματα που χρησιμοποιούν ηλεκτρονικό χρήμα, ειδικοί προπληρωμένοι λογαριασμοί, συστήματα πληρωμών μέσω κινητού τηλεφώνου και ειδικά συστήματα εικονικών λογαριασμών/εικονικών πορτοφολιών (VACs), όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα²².

Πίνακας 15 : Συστήματα που υποστηρίζουν μικροσυναλλαγές

	Smartcard + Software e-Money	Prepaid Dedicated Accounts	Microbilling	VACs	Mobile Payment
Micropayments < €5	17	15	19	15	8
% of each category	100% (of the e-Money Schemes)	100% (of the Prepaid Dedicated Accounts)	100% (of the Microbilling Schemes)	65% (15 of 23 VACs)	42% (8 of 19 m-pay Schemes)

Γενικά, αυτή η μέθοδος ηλεκτρονικών πληρωμών και τα αντίστοιχα συστήματα που την υποστηρίζουν είναι κατάλληλα για αγορά άυλων προϊόντων μέσω Διαδικτύου και ως εκ τούτου χαρακτηρίζονται απαιτητικά από πλευράς ταχύτητας και κόστους

²¹ Βλ. Σημείωση 27 & www.eeei.gr/interbiz/articles/mpay.htm

²² <http://epso.jrc.es> το άρθρο του Gerard Carat, «ePayment Systems Database, Trends and Analysis», Electronic Payment Systems Observatory, Μάρτιος 2005, σελ. 15
ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

επεξεργασίας πληρωμών. Όμως, είναι αρκετά εύχρηστα και ασφαλή για να αποτελούν μία καλή λύση για μικρές αγορές μέσω Διαδικτύου²³.

6.2 ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ

Εκτός από την κατηγοριοποίηση με βάση τους συναλλασσόμενους, είναι εφικτός και ένας άλλος διαχωρισμός με βάση τα μέσα που χρησιμοποιούνται. Υπάρχουν δύο μεγάλες κατηγορίες συστημάτων. Κάποια λειτουργούν με τη βοήθεια υλικών μέσων πληρωμής, όπως πιστωτικές ή χρεωστικές κάρτες, ενώ άλλα συστήματα λειτουργούν με ειδικές «έξυπνες» κάρτες και γενικότερα ηλεκτρονικό χρήμα βασισμένο σε υλικό (hardware based). Επίσης, χρησιμοποιούνται λύσεις βασισμένες σε λογισμικό, όπως εικονικοί λογαριασμοί, εικονικά πορτοφόλια και συστήματα αποθηκευμένης αξίας (stored-value). Τέλος, εφόσον από τις επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν συστήματα ηλεκτρονικών πληρωμών δε θα μπορούσαν να λείπουν οι τράπεζες, υπάρχουν ειδικά συστήματα για τη διεκπεραίωση διατραπεζικών ηλεκτρονικών πληρωμών, τα οποία θα αναλυθούν λίγο αργότερα.

6.2.1 ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

Όσον αφορά τις προδιαγραφές των συστημάτων ηλεκτρονικών πληρωμών, πρέπει να πληρούνται ορισμένες προϋποθέσεις, προκειμένου τα συστήματα αυτά να εξυπηρετούν τους χρήστες και να αποδίδουν το μέγιστο δυνατό όφελος. Τα κυριότερα χαρακτηριστικά τους είναι οι δομές δεδομένων που επεξεργάζονται (αριθμοί, αλφαριθμητικά), οι λογικοί κανόνες για την εκτέλεση των εντολών πληρωμών, το απαιτούμενο δίκτυο για την υλοποίησή τους, η δυνατότητα επικοινωνίας με άλλα συστήματα αλλά και η συμβατότητα με προϋπάρχοντα εξοπλισμό. Αυτά αφορούν κυρίως το κομμάτι που δεν μπορεί να δει ο τελικός χρήστης, ωστόσο είναι αρκετά σημαντικά στην επιλογή του κατάλληλου συστήματος. Από εκεί και πέρα εξίσου σημαντική είναι η διαμόρφωση των οθονών που εμφανίζονται στο χρήστη, ώστε να του δίνει τη δυνατότητα να επιλέγει την κατάλληλη ενέργεια χωρίς να του προκαλεί σύγχυση ή πολύπλοκους υπολογισμούς²⁴.

Δυστυχώς, υπάρχει μία περιοριστική αρχή, σύμφωνα με την οποία όσο μειώνεται η πολυπλοκότητα, αυξάνεται η πιθανότητα ύπαρξης αδυναμιών στην ασφάλεια αυτών των συστημάτων. Με γνώμονα αυτή την αρχή αναζητείται από τους ειδικούς η χρυσή

²³ Α. Μήλιου & Α. Πομπόρτσας, «Υπηρεσίες Προστιθέμενης Αξίας στο Διαδίκτυο», εκδόσεις Τζιόλα, Αθήνα 2007, κεφ. 4, σελ. 164

²⁴ Terry Dirienzo, «An EPC Perspective on Standards & Regulatory Framework for e-payments in Europe», European Payments Council Conference «e-payments without frontiers», November 2007.
ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

τομή. Το κλειδί στην όλη διαδικασία επιλογής του κατάλληλου συστήματος είναι κατά πόσο το κάθε ένα μπορεί να συνεργαστεί αρμονικά με άλλα παρόμοια συστήματα που εκτελούν παρόμοιες εργασίες, αλλά με διαφορετική τεχνολογία, λογική σειρά ενεργειών ή με πρόσβαση σε διαφορετικές βάσεις δεδομένων²⁵.

6.2.2 ΔΟΜΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

Η δομή των περισσότερων συστημάτων ηλεκτρονικών πληρωμών είναι ιδιαίτερα πολύπλοκη και επομένως δύσκολο να προσεγγιστεί πλήρως. Μία πιο απλή προσέγγιση επιτρέπει τη διάκριση των εξής κύριων συστατικών στοιχείων, χωρίς τα οποία δεν είναι δυνατή η λειτουργία ούτε των πιο απλών συστημάτων.

Απαραίτητα πρέπει να υπάρχει:

- ένας λογαριασμός σε έναν πάροχο υπηρεσιών Διαδικτύου (Internet Service Provider),
- ένα κατοχυρωμένο όνομα χώρου (domain name), με σκοπό την εύκολη απομνημόνευση, και άρα ευκολότερη πρόσβαση στο σύστημα ηλεκτρονικών πληρωμών,
- μία ιστοσελίδα στο Διαδίκτυο, από όπου θα δίνονται οι εντολές πληρωμών και η πρόσβαση σε προϊόντα και υπηρεσίες, ιδιόκτητη ή ενοικιασμένη από κάποιον τρίτο φορέα (consolidator),
- μία βάση δεδομένων για την αποθήκευση απαραίτητων πληροφοριών, τις κατάλληλες φόρμες για την καθοδήγηση των πελατών, και φυσικά
- ένα ασφαλές δίκτυο, με σύνδεση στους εξυπηρετητές (servers) του συνεργαζόμενου εμπόρου ή/και τράπεζας, η οποία αναλαμβάνει την κίνηση των λογαριασμών²⁶.

Οι τελικοί χρήστες ενός τέτοιου συστήματος συνδέονται μέσω τερματικών με τους εξυπηρετητές (servers) του παρόχου του συστήματος. Ανάμεσα στα δύο αυτά άκρα μεσολαβεί μία σειρά συσκευών με διαφορετικές λειτουργίες. Οι συσκευές αυτές είναι διαμορφωτές – αποδιαμορφωτές σήματος (modems), για τη μετάδοση του σήματος μέσω των τηλεφωνικών γραμμών, κωδικοποιητές δεδομένων (encryptors) για

²⁵ Βλ.

www.investni.com/index/develop/ebusiness/ebusiness_epayments/ebusiness_epayments_faqs.htm

²⁶ www.investni.com/index/develop/ebusiness/epayments/preparation.htm

μεγαλύτερη ασφάλεια κατά τη μεταφορά δεδομένων, πύλες πρόσβασης του/των κεντρικού υπολογιστή-ών και πολυπλέκτες²⁷.

Οι τελευταίοι χρησιμοποιούνται για να αποφευχθεί η χρήση γραμμών αφιερωμένων (dedicated) σε ισάριθμους τερματικούς σταθμούς και άρα χρήστες. Με μία τέτοια συσκευή πολλά διαφορετικά τερματικά στέλνουν και λαμβάνουν δεδομένα μέσω μίας μόνο γραμμής, ενώ η κωδικοποίηση συμβάλει ώστε να μην μπλέκονται τα δεδομένα διαφορετικών χρηστών.

Ένας ακόμη πολυπλέκτης στην άλλη άκρη της γραμμής λειτουργεί αντίστροφα, ώστε να μοιράσει τα δεδομένα των διαφορετικών χρηστών σε πύλες, και έτσι κάθε χρήστης να χρησιμοποιεί μία πύλη για την επικοινωνία με τον κεντρικό υπολογιστή. Φυσικά, οι πολυπλέκτες συμβάλουν και στην αποφυγή συμφόρησης στο δίκτυο σε περίπτωση κάποιας βλάβης μιας ενδιάμεσης συσκευής, αφού προσφέρουν εναλλακτικές διαδρομές για τη μεταφορά των δεδομένων. Τέλος, όσο πιο μεγάλο είναι ένα δίκτυο, τόσο παρεμβάλλονται σε αυτό δρομολογητές (routers), για την καλύτερη ρύθμιση του φόρτου μεταφοράς δεδομένων στο δίκτυο.

6.2.3 ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ

Για τις συναλλαγές μεταξύ τραπεζών έχουν αναπτυχθεί ειδικά συστήματα, τα οποία έχουν αναλυθεί περαιτέρω σε πιο εξειδικευμένα υποσυστήματα. Τα κυριότερα είναι το σύστημα ΔΙΑΣ, το σύστημα ΕΡΜΗΣ, το σύστημα Άυλων Τίτλων και το Γραφείο Συμφηφισμού Αθηνών. Από αυτά, το ΔΙΑΣ διαχειρίζεται η ΔΙΑΣ Α.Ε., ενώ τα υπόλοιπα η Τράπεζα της Ελλάδος.

6.2.3.1 ΣΥΣΤΗΜΑ Δ.Ι.Α.Σ.

Το πιο σημαντικό από τα συστήματα αυτά, αυτό που κερδίζει και το μεγαλύτερο έδαφος λόγω του πλήθους των εφαρμογών σε συνδυασμό με τη χρήση ηλεκτρονικών συστημάτων είναι το σύστημα ΔΙΑΣ. Το σύστημα αυτό αναλαμβάνει τη διεκπεραίωση συναλλαγών που αφορούν τη λεγόμενη λιανική τραπεζική, δηλαδή όλες τις τραπεζικές συναλλαγές εκτός από ειδικές περιπτώσεις, όπως συναλλαγές μεγάλων επιχειρήσεων. Αποτελείται από τα εξής υποσυστήματα²⁸:

- *DIASATM*. Όπως δηλώνει το όνομά του, το σύστημα εξυπηρετεί συναλλαγές πελατών από μηχανήματα ΑΤΜ άλλων τραπεζών – μελών του συστήματος. Έτσι,

²⁷ Α. Μήλιου & Α. Πομπόρτσας, «Υπηρεσίες Προστιθέμενης Αξίας στο Διαδίκτυο», εκδόσεις Τζιόλα, Αθήνα 2007, κεφ. 2, σελ. 72-74.

²⁸ Α. Σινανιώτη-Μαυρουδή & Ι. Φαρσαρώτας, «Ηλεκτρονική Τραπεζική», εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα 2005 κεφ. 8, σελ. 270
ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

είναι δυνατή η ανάληψη χρημάτων από μηχάνημα της τράπεζας Α με κάρτα της τράπεζας Β.

- *DIASCHEQUE*. Το σύστημα DIASCHEQUE άρχισε να λειτουργεί μόλις πρόσφατα στην Ελλάδα και σκοπό του έχει την ταχύτερη διακίνηση των επιταγών μεταξύ των τραπεζών – μελών.
- *DIASTRANSFER*. Στην περίπτωση μεταφοράς κεφαλαίων με τη μορφή τραπεζικών εντολών χρησιμοποιείται το DIASTRANSFER, που προσφέρει τυποποιημένο και ταχύτερο διακανονισμό των εντολών αυτών. Και αυτό το σύστημα ξεκίνησε τη λειτουργία του σχετικά πρόσφατα.

Από τα τρία προαναφερθέντα συστήματα προκύπτουν αποτελέσματα, τα οποία εκκαθαρίζονται καθημερινά σε συγκεκριμένη ώρα από το σύστημα ΕΡΜΗΣ.

- *DIASPAY*. Το DIASPAY διαχειρίζεται τις πληρωμές μισθών και συντάξεων, πιστώνοντας τους κατάλληλους τραπεζικούς λογαριασμούς.
- *DIASPOS*. Το υποσύστημα του ΔΙΑΣ με τη μικρότερη χρήση είναι το DIASPOS, το οποίο αναλαμβάνει την εκκαθάριση των οφειλών των φορολογουμένων προς το Δημόσιο μέσω πιστωτικών ή χρεωστικών καρτών.

6.2.4 ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΜΕ ΚΑΡΤΕΣ (ΧΡΕΩΣΤΙΚΕΣ – ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ – ΠΡΟΠΛΗΡΩΜΕΝΕΣ – ΕΞΥΠΝΕΣ ΚΑΡΤΕΣ)

Ο μεγαλύτερος όγκος συναλλαγών μέσω συστημάτων ηλεκτρονικών πληρωμών γίνεται με τη χρήση καρτών, ενώ υπάρχουν και συστήματα που δεν χρησιμοποιούν καθόλου υλικά μέσα. Το ποια μέθοδος χρησιμοποιείται περισσότερο έχει να κάνει με την κουλτούρα κάθε χώρας. Έτσι, οι Ισπανοί καταναλωτές προτιμούν τις πιστωτικές κάρτες, ενώ στη Γερμανία και τη Γαλλία προτιμούνται κυρίως οι μεταφορές κεφαλαίων και οι άμεσες χρεώσεις²⁹.

Η ελληνική αγορά είναι γενικά μία ισορροπημένη αγορά, καθώς χρησιμοποιούνται τόσο χρεωστικές κάρτες όσο και πιστωτικές, ενώ στο βαθμό που έχει διεισδύσει η λογική των άμεσων χρεώσεων, γίνεται αρκετά συχνά χρήση και αυτής της μεθόδου. Ειδικότερα, για τις κάρτες ισχύει η εξής κατηγοριοποίηση. Οι πιο διαδεδομένες κάρτες είναι οι πιστωτικές, ενώ από κοντά ακολουθούν οι χρεωστικές. Η διαφορά τους έγκειται στο εξής. Η πιστωτική κάρτα εκδίδεται από τραπεζικό οργανισμό ή

²⁹ Knud Bohle, Michael Rader, Ulrich Riehm, «Electronic Payment Systems in European Countries Country Synthesis Report», Final Report, Forschungszentrum Karlsruhe GmbH, Karlsruhe 1999

συμβεβλημένη με αυτόν επιχείρηση και επιτρέπει την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών με πίστωση. Στη λειτουργία της υπεισέρχονται χρονικοί και πιστωτικοί περιορισμοί, για λόγους ασφαλείας³⁰. Αντίθετα, η χρεωστική κάρτα χρησιμοποιείται στις συναλλαγές μόνο με συνεργαζόμενες με την εκδότρια τράπεζα επιχειρήσεις και επιτρέπει στους εμπόρους να χρεώσουν σχεδόν άμεσα το συνδεδεμένο τραπεζικό λογαριασμό. Μπορεί μία κάρτα να συνδυάζει και τις δύο ιδιότητες, ενώ είναι πολύ πιθανό μία χρεωστική κάρτα να είναι και κάρτα ανάληψης μετρητών (Cash Card)³¹.

Σε μια αγορά με πιστωτική κάρτα, ο καταναλωτής αφού επιλέξει το προϊόν που επιθυμεί, συμπληρώνει μία φόρμα που παρέχεται από τον έμπορο, στην οποία δηλώνει τον αριθμό της κάρτας, την ημερομηνία λήξης και κάποια προσωπικά του στοιχεία. Έπειτα γίνεται διασταύρωση των στοιχείων, λαμβάνεται εξουσιοδότηση από την εκδότρια τράπεζα προς τον έμπορο για την πίστωση του πελάτη του με το ποσό της αγοράς. Τελικά ο καταναλωτής ενημερώνεται για την έγκριση της συναλλαγής. Αυτό είναι το πρώτο μέρος της διαδικασίας. Στο δεύτερο μέρος, ο έμπορος αποστέλλει τα κατάλληλα δικαιολογητικά στην τράπεζα για την είσπραξη του αντιτίμου του προϊόντος και χρεώνεται η πιστωτική κάρτα, ενώ στο τρίτο μέρος ενημερώνεται η πιστωτική κάρτα για τη μεταφορά του ποσού.

Περνώντας από τις λύσεις αυτές σε λιγότερο διαδεδομένες στην Ελλάδα³², συναντά κανείς τη χρήση συστημάτων προπληρωμένων μέσων πληρωμής, όπως οι προπληρωμένες κάρτες ή κάρτες αποθηκευμένης αξίας (storedvalue). Οι κάρτες αυτές χρησιμοποιούνται ευρύτατα στο εξωτερικό στις δημόσιες συγκοινωνίες, τα πανεπιστήμια ή σε συναλλαγές με αυτόματα μηχανήματα πωλήσεων. Η ιδιαιτερότητά τους είναι ότι αποθηκεύουν ένα ορισμένο ποσό χρημάτων ή άλλων μονάδων συναλλαγής και το ποσό αυτό μειώνεται με κάθε αγορά ή άλλη χρήση. Μια τέτοια κάρτα μπορεί να επαναφορτιστεί, εφόσον αδειάσει το περιεχόμενό της³³.

³⁰ Α. Σινανιώτη-Μαυρουδλή & Ι. Φαρσαρώτας, «Ηλεκτρονική Τραπεζική», εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα 2005 κεφ. 5, σελ. 184 - 186.

³¹ www.ftc.gov, «A Consumer's Guide to E-PAYMENTS», Federal Trade Commission, Bureau of Consumer Protection, Office of Consumer and Business Education, Μάρτιος 2006 και Α. Σινανιώτη-Μαυρουδλή & Ι. Φαρσαρώτας, ό.π., σελ. 184 - 187.

³² Η αγορά με χρήση πιστωτικών καρτών δεν εντάσσεται πάντα στις ηλεκτρονικές συναλλαγές, αφού μπορεί να γίνει με φυσική παρουσία του κατόχου της κάρτας στο κατάστημα ή μέσω τηλεφώνου ή φαξ. Έτσι η πληρωμή δε γίνεται μέσω Διαδικτύου.

³³ www.ftc.gov, «A Consumer's Guide to E-PAYMENTS», Federal Trade Commission, Bureau of Consumer Protection, Office of Consumer and Business Education, Μάρτιος 2006, σελ. 2.

Τέτοια συστήματα πληρωμών είναι το e-Cash (το πρώην ολλανδικό πρόγραμμα DigiCash με τη συμμετοχή των Deutsche Bank, Mark Twain Bank), το Millicent της Compaq, το Micro Payments της IBM, το flooz.com και το beenz.com³⁴.

Οι κάρτες αποθηκευμένης αξίας αποκαλούνται και «έξυπνες κάρτες» (smart-cards), εφόσον ενσωματωθεί σε αυτές ένα microchip. Η διαφορά τους στον τρόπο λειτουργίας δε διαφέρει πολύ, ωστόσο η ενσωμάτωση ενός ολοκληρωμένου κυκλώματος αυξάνει τη χωρητικότητα κατά 80 φορές, επιτρέπει τη χρήση κρυπτογραφίας, αυξάνει την αυτονομία των καρτών και κάνει δυνατή την αποθήκευση επιπλέον δεδομένων, ώστε η κάρτα να λειτουργεί όχι μόνο ως μέσο πληρωμής, αλλά και για άλλους σκοπούς, όπως ως κλειδί σε κλειδαριές ασφαλείας. Συστήματα που χρησιμοποιούν τέτοιες κάρτες είναι το Mondex και η Γερμανική Geldkarte.

Ειδικότερα, το Mondex είναι ένα σύστημα αρκετά δημοφιλές, καθώς επιτρέπει και συναλλαγές «Person to Person» ή πληρωμές μέσω τηλεφώνου. Γενικά είναι ένα ισχυρό εργαλείο ηλεκτρονικού χρήματος που επιτρέπει την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών με τη χρήση «επαναφορτιζόμενων» καρτών, τόσο μέσω ηλεκτρονικών συστημάτων όσο και μέσω πιο συμβατικών δικτύων³⁵.

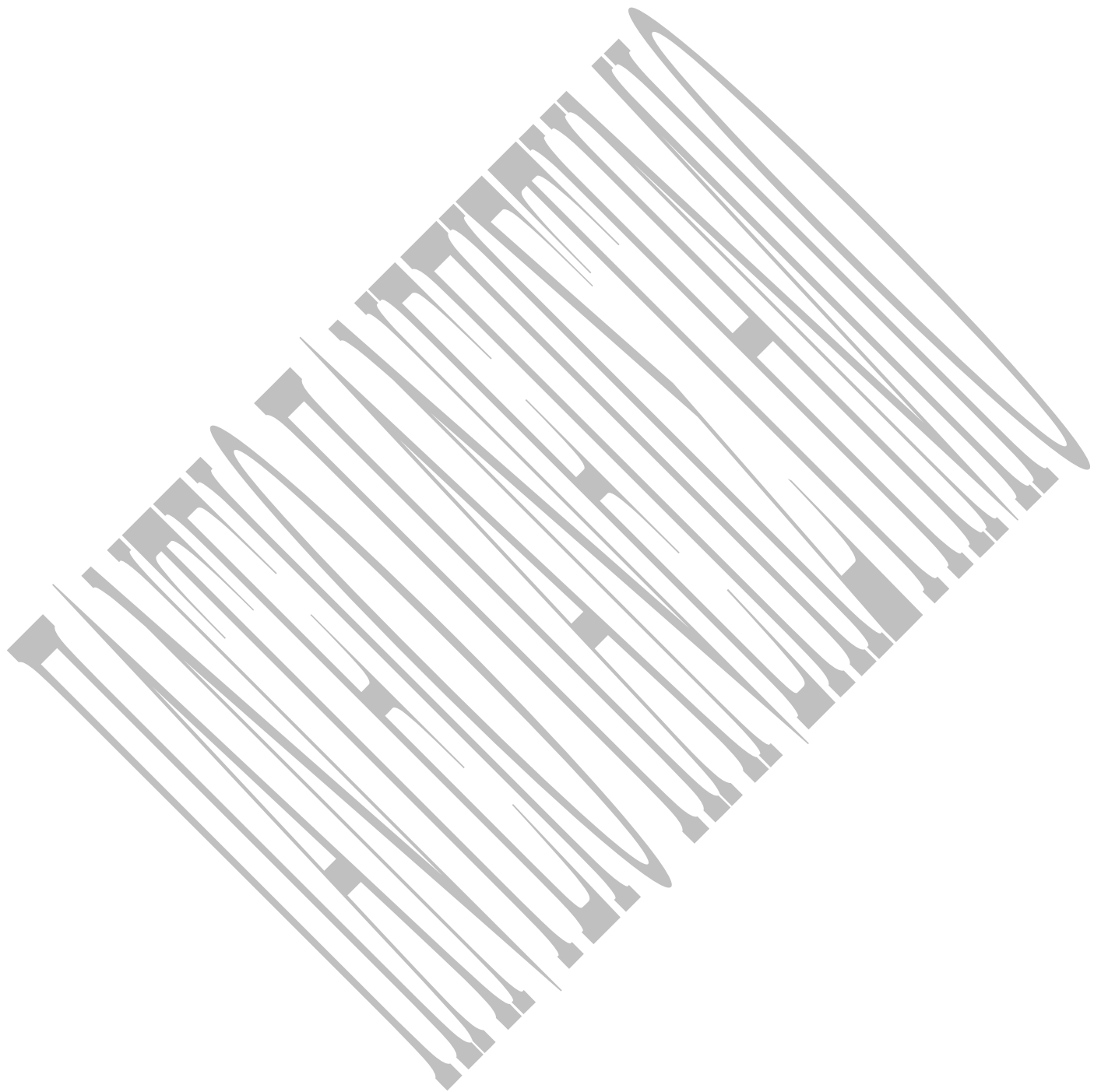
6.2.5 ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ (Person to Person – P2P)

Μία ιδιαίτερη κατηγορία συστημάτων ηλεκτρονικών πληρωμών είναι αυτά που επιτρέπουν συναλλαγές μεταξύ φυσικών προσώπων, τα οποία λειτουργούν χωρίς την ιδιότητα του εμπόρου. Τα συστήματα αυτά θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν και C2C (Consumer-to-Consumer) συστήματα. Για την υλοποίηση παρόμοιων συστημάτων δεν είναι απαραίτητη η διαμεσολάβηση μιας μεγάλης επιχείρησης, όπως μία τράπεζα. Τέτοιο σύστημα είναι το FastPay για συναλλαγές μεταξύ φίλων, συγγενών ή συναδέλφων. Ακόμη υπάρχει το PayPal που χρησιμοποιείται μεταξύ άλλων από μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς και κυβερνητικές οργανώσεις. Τα συστήματα αυτά προσφέρουν μεγάλη ευκολία στις πληρωμές και σε όσους επιθυμούν να αποφύγουν τις πολύπλοκες διατυπώσεις και τη σύναψη συμβάσεων

³⁴ Nils Behling, «Cyberpayments - Credit Cards are Here to Stay», www.jurpc.de/aufsatz/20040016.htm, 2004, σελ 11.

³⁵ www.mondex.com/faqs

και την αποδοχή περιορισμών που θέτουν οι τράπεζες και οι εμπορικές επιχειρήσεις³⁶.



³⁶ Nils Behling, «Cyberpayments - Credit Cards are Here to Stay»,
www.jurpc.de/aufsatz/20040016.htm, 2004, σελ. 5 και
www.investni.com/index/develop/ebusiness/epayments/useful_websites.htm

6.2.6 ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΜΕΣΗΣ ΧΡΕΩΣΗΣ

Στο τέλος αυτού του κεφαλαίου αξίζει να αναφερθούν τα συστήματα, τα οποία βασίζονται σε λιγότερο δημοφιλείς λύσεις για την ηλεκτρονική πληρωμή προϊόντων και αγαθών. Εκτός από τη χρέωση κάποιου τραπεζικού λογαριασμού, μιας κάρτας ή ενός εικονικού πορτοφολιού, είναι δυνατή η χρέωση ενός λογαριασμού τηλεφώνου ή του λογαριασμού σε έναν πάροχο υπηρεσιών Διαδικτύου (Internet Service Provider) με τη βοήθεια ειδικού λογισμικού. Τέτοια συστήματα είναι το Echarge Phone, το οποίο χρησιμοποιεί την πρώτη μέθοδο και το iPIN, που χρεώνει με τη δεύτερη μέθοδο³⁷.

Ακόμη υπάρχει η δυνατότητα άμεσης μεταφοράς χρημάτων για την ηλεκτρονική πληρωμή προϊόντων ή υπηρεσιών. Τέτοια συστήματα λειτουργούν στη Σουηδία και τη Φινλανδία, όπως το «Electronic Giro»³⁸.

³⁷ www.jurpc.de/aufsatz/20040016.htm

³⁸ Knud Bohle, Michael Rader, Ulrich Riehm, «Electronic Payment Systems in European Countries Country Synthesis Report», Final Report, Forschungszentrum Karlsruhe GmbH, Karlsruhe 1999.

§ 7. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΧΡΗΜΑ

Το ηλεκτρονικό χρήμα είναι μία καινοτομική λύση για την πραγματοποίηση ηλεκτρονικών πληρωμών, καθώς διακινείται μέσω των συστημάτων ηλεκτρονικών πληρωμών, διατηρώντας ωστόσο πολλά από τα χαρακτηριστικά του παραδοσιακού υλικού χρήματος. Έτσι, συνδυάζει την ευελιξία και τα άλλα πλεονεκτήματα της σύγχρονης τεχνολογίας των υπολογιστών, ενώ ταυτόχρονα δεν απομακρύνεται από πιο παραδοσιακές μεθόδους πληρωμών, με τις οποίες οι καταναλωτές είναι εξοικειωμένοι.

7.1 ΟΡΙΣΜΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ

Έχουν γίνει αρκετές προσπάθειες για την απόδοση ενός ακριβούς ορισμού του ηλεκτρονικού χρήματος. Όλες όμως οι προσπάθειες έχουν κινηθεί στα ίδια πλαίσια, παρουσιάζοντας αρκετές ομοιότητες και διαφοροποιούμενες σε επί μέρους λεπτομέρειες. Γενικά, υπάρχουν επιμέρους πρωτοβουλίες σε πολλές χώρες, χωρίς να παρατηρείται μέχρι στιγμής μία ευρύτερη συντονισμένη προσπάθεια³⁹.

Παγκοσμίως, οι τάσεις για τον καθορισμό του ηλεκτρονικού χρήματος με ένα σαφή και περιεκτικό τρόπο δεν συμβαδίζουν μεταξύ τους. Έχουν δημιουργηθεί δύο κύριες τάσεις, οι οποίες αντικατοπτρίζουν τις διαφορές στις απόψεις των Αμερικανών και των Ευρωπαίων. Σύμφωνα με την αμερικανική άποψη, το ηλεκτρονικό χρήμα θεωρείται μία ακόμη μέθοδος για ηλεκτρονική μεταφορά κεφαλαίων, επεκτείνοντας τον ορισμό σε οποιαδήποτε περίπτωση συναλλαγής γίνεται χρήση ηλεκτρονικών μέσων. Αυτό σημαίνει ότι ως ηλεκτρονικό χρήμα θεωρείται οποιαδήποτε νομισματική αξία μεταφέρεται ηλεκτρονικά. Σύμφωνα μάλιστα με αυτόν τον ορισμό, μπορεί όποιος διαθέτει τα κατάλληλα ηλεκτρονικά μέσα και την αντίστοιχη πρόσβαση, να παρακολουθήσει αντίστροφα την πορεία μιας μονάδας ηλεκτρονικού χρήματος μέχρι την πρώτη του χρήση σε μία συναλλαγή⁴⁰.

Από την άλλη πλευρά, οι Ευρωπαίοι ορίζουν το ηλεκτρονικό χρήμα περιοριστικά, θεωρώντας το ως μία νέα κατηγορία συσκευών αποθηκευμένης αξίας. Η ειδοποιός διαφορά, σύμφωνα με την ευρωπαϊκή άποψη, είναι το γεγονός ότι στις συναλλαγές με ηλεκτρονικό χρήμα δεν παρεμβάλλεται κάποια τράπεζα ή εταιρία έκδοσης πιστωτικών ή χρεωστικών καρτών, με σκοπό να δώσει την εξουσιοδότηση για

³⁹ Stefan Ingves, «Electronic Money from a central bank perspective “Electronic trade – the new conditions”», Sveriges Riksbank, Stockholm 1998, σελ. 2.

⁴⁰ users.ox.ac.uk/~opina/, «Some Thoughts about Electronic Money»

ολοκλήρωση των συναλλαγών αυτών. Το ηλεκτρονικό χρήμα διαφέρει από άλλα παρόμοια προϊόντα, όπως οι πιστωτικές κάρτες, κάτι το οποίο δε γίνεται ξεκάθαρο σύμφωνα με την αμερικανική άποψη. Είναι φυσικό, λοιπόν, το ηλεκτρονικό χρήμα να θεωρείται από τους Ευρωπαίους ως ηλεκτρονικό υποκατάστατο του υλικού χρήματος (των χαρτονομισμάτων και των κερμάτων), το οποίο αποθηκεύεται στη μνήμη ενός υπολογιστή ή στο ολοκληρωμένο κύκλωμα μίας πλαστικής κάρτας, με σκοπό την υλοποίηση των ηλεκτρονικών πληρωμών.

Η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα ορίζει ως ηλεκτρονικό χρήμα την ηλεκτρονική αποθήκευση νομισματικής αξίας σε τεχνικό μέσο ή συσκευή, το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για πληρωμές προς επιχειρήσεις, εκτός από τον εκδότη. Δεν εμπλέκονται αναγκαστικά τραπεζικοί λογαριασμοί, για το λόγο αυτό το ηλεκτρονικό χρήμα μπορεί να θεωρηθεί ως ένα φορητό εργαλείο προπληρωμένης αξίας⁴¹. Οι Α. Μήλιου και Α. Πομπόρτσης θεωρούν το ηλεκτρονικό χρήμα ένα ηλεκτρονικό ανάλογο του φυσικού χρήματος, το οποίο είναι ανεξάρτητο από οποιαδήποτε πλατφόρμα ή σύστημα⁴².

Ο αντιπρόεδρος της Αμερικανικής Ομοσπονδιακής Επιτροπής Κρατικού Αποθέματος (Federal Reserve Board) Alan Blinder ανέφερε ότι το ηλεκτρονικό χρήμα είναι ένα νέο χρηματικό εργαλείο, το κατονόμασε μάλιστα ως την ηλεκτρονική εκδοχή του χρήματος που εκδίδεται από ιδιώτες, ενώ ο Eugene Ludwig το χαρακτήρισε ως ένα εναλλακτικό μέσο συναλλαγών. Ένας πιο πλήρης ορισμός το αποδίδει ως χρήμα που κινείται ηλεκτρονικά εκτός των κανονικών καναλιών πληρωμών, τα οποία ως τώρα προσέφεραν οι τράπεζες. Μπορεί να μεταφερθεί με έξυπνες κάρτες ή κάρτες αποθηκευμένης αξίας ή αλλιώς ηλεκτρονικά πορτοφόλια, από άτομο σε άτομο ή να χρησιμοποιηθεί στα σημεία πώλησης χωρίς την επέμβαση εξωτερικής πηγής. Ακόμη, διακινείται μέσω τηλεφωνικών γραμμών, συνδέσεων καλωδιακής τηλεόρασης αλλά κυρίως μέσω ηλεκτρονικών υπολογιστών, οι οποίοι του προσφέρουν τη μεγαλύτερη δυνατή ευελιξία⁴³.

⁴¹ Α. Σινανιώτη-Μαυρουδή & Ι. Φαρσαρώτας, «Ηλεκτρονική Τραπεζική», εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα 2005 κεφ. 7, σελ. 231.

⁴² Α. Μήλιου & Α. Πομπόρτσης, «Υπηρεσίες Προστιθέμενης Αξίας στο Διαδίκτυο», εκδόσεις Τζιόλα, Αθήνα 2007, κεφ. 4, σελ. 159-160.

⁴³ Thomas Vartanian, «The Emerging Law of Cyberbanking: Dealing Effectively with the New World of Electronic Banking & Bank Card Innovations», Consumer Protection: Digital Issues, February 1996

Τέλος, στο Διαδίκτυο βρίσκεται ένας ακόμη ορισμός, σύμφωνα με τον οποίο ως ηλεκτρονικό χρήμα ορίζεται οποιαδήποτε μορφή μεταφοράς κεφαλαίου με ψηφιακό τρόπο και χωρίς τη μεσολάβηση υλικού μέσου μεταξύ δύο ή περισσότερων μερών⁴⁴.

7.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ

Παρόλο που ένας ορισμός μπορεί να παρέχει πολύτιμη βοήθεια στην κατανόηση μίας έννοιας όπως το ηλεκτρονικό χρήμα, δεν αποτελεί από μόνος του επαρκές μέσο για την πλήρη περιγραφή της έννοιας αυτής. Υπάρχουν κάποια χαρακτηριστικά που αποδίδουν καλύτερα τη διαφορετικότητα και την καινοτομικότητα του ηλεκτρονικού χρήματος, καθορίζοντας σαφέστερα τη συμπεριφορά του στις διαφορετικές περιπτώσεις εφαρμογής του.

Ειδικότερα, το ηλεκτρονικό χρήμα δεν μπορεί παρά να έχει την κατάλληλη μορφή, ώστε να μετακινείται στα υπάρχοντα δίκτυα με την ταχύτητα της πληροφορίας. Σε μία οικονομία η οποία στηρίζεται στην πληροφορία και επηρεάζεται άμεσα από αυτή, το χρήμα χάνει την αξία του, εφόσον δεν μπορεί να αποκτηθεί ή να μεταβιβαστεί εγκαίρως. Επομένως, πρέπει να έχει τη μορφή πληροφορίας⁴⁵.

Μία ακόμη ιδιότητα του ηλεκτρονικού χρήματος είναι ότι εκδίδεται σε χρηματικές μονάδες, οι οποίες αντιστοιχούν σε μονάδες υλικού χρήματος, όπως το υλικό χρήμα αντιστοιχεί στην αξία των πολύτιμων μετάλλων, τα οποία διαθέτουν τα κρατικά θησαυροφυλάκια. Επίσης, το ηλεκτρονικό χρήμα μπορεί να συνδυαστεί σε μεγαλύτερες ποσότητες, όπως και το φυσικό χρήμα, σε αντιδιαστολή με άλλες μορφές κινητών αξιών, όπως οι επιταγές με τη σαφώς καθορισμένη αξία. Ακόμη, κάθε μονάδα ηλεκτρονικού χρήματος πρέπει να έχει κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, ώστε να είναι μοναδική, όπως τα χαρτονομίσματα διαφοροποιούνται ως προς τον αύξοντα αριθμό τους. Δυστυχώς, η ηλεκτρονική φύση του ηλεκτρονικού χρήματος κάνει πιο εύκολη τη διαδικασία αντιγραφής τους, κάτι το οποίο καταπολεμάται με τη χρήση ειδικών μεθόδων ασφαλείας.

Η ομοιότητα του ηλεκτρονικού με το φυσικό χρήμα γίνεται αντιληπτή κυρίως από το γεγονός ότι επιτρέπει τις ανώνυμες συναλλαγές μεταξύ των καταναλωτών ή των εμπόρων και των επιχειρήσεων. Μάλιστα, η ανωνυμία ενισχύεται όταν συνυπάρχει

⁴⁴ www.eeei.gr/interbiz/answers/hlxrhm.html

⁴⁵ Αρχείο Cyberbanking & Digital Money
ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

με τη δυνατότητα συνδυασμού μονάδων χρήματος μικρότερης ή μεγαλύτερης αξίας, κάνοντας έτσι, τουλάχιστον, ιδιαίτερα χρονοβόρα τη διαδικασία παρακολούθησης της διακίνησης του χρήματος μέσω των ηλεκτρονικών δικτύων⁴⁶.

Βέβαια, το ηλεκτρονικό χρήμα διαφέρει σε ορισμένα σημεία από το φυσικό χρήμα, αποδεικνύοντας έτσι το συνδυασμό χαρακτηριστικών περισσότερων του ενός συμβατικών συστημάτων και συναλλακτικών μέσων. Μία σημαντική διαφορά είναι ότι το ηλεκτρονικό χρήμα δεν έχει εγγυημένη αξία. Έτσι, χάνει την αξία του εφόσον ο εκδότης δηλώσει πτώχευση, ακριβώς όπως και ο τραπεζικός λογαριασμός χάνει την αξία του σε περίπτωση πτώχευσης της αντίστοιχης τράπεζας. Επίσης, το ηλεκτρονικό χρήμα δε θεωρείται ακόμη νόμιμο χρήμα αποπληρωμής χρέους (legal tender), καθώς δεν υποχρεούται ο παραλήπτης να το δεχθεί ως μέσο πληρωμής, όπως συμβαίνει με τα χαρτονομίσματα και τα κέρματα⁴⁷.

Οι Α. Σινανιώτη – Μαυρουδή και Ι. Φαρσαρώτας αναφέρουν τις εξής διαφορές μεταξύ ηλεκτρονικού και φυσικού χρήματος.

- Το φυσικό χρήμα έχει φυσικά χαρακτηριστικά ασφαλείας, ενώ το ηλεκτρονικό χρήμα βασίζεται σε τεχνικές που στηρίζονται στη σύγχρονη τεχνολογία της κρυπτογράφησης.
- Το ηλεκτρονικό χρήμα μπορεί να διακινηθεί μέσω οποιουδήποτε δικτύου τηλεπικοινωνιών, είτε αυτό χρησιμοποιείται από ένα δίκτυο υπολογιστών είτε από μία εταιρία κινητής τηλεφωνίας, καθιστώντας το κατάλληλο για εξ’ αποστάσεως πληρωμές.
- Τέλος, μία σημαντική διαφορά είναι ότι το ηλεκτρονικό χρήμα μπορεί να χρησιμοποιηθεί για συναλλαγές μικρών ποσών, όπως αναλύθηκε και παραπάνω, ενώ το φυσικό χρήμα καθίσταται ασύμφορο. Ειδικά οι μεταφορές μεγάλων ποσών σε μορφή ηλεκτρονικού χρήματος χαρακτηρίζονται ως ιδιαίτερα επικίνδυνες.

Μία συνοπτική περιγραφή των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του ηλεκτρονικού χρήματος δίνεται από το Γιώργο Επιτήδειο, σύμφωνα με τον οποίο το ηλεκτρονικό χρήμα πρέπει:

⁴⁶ Stefan Ingves, «Electronic Money from a central bank perspective» “Electronic trade—the new conditions”, Sveriges Riksbank, Stockholm 1998, σελ. 2.

⁴⁷ Stefan Ingves, ό.π.

1. να είναι αποδεκτό από το σύνολο της αγοράς,
2. να προσφέρεται για ασφαλείς συναλλαγές σε επαρκή βαθμό⁴⁸,
3. να εξασφαλίζει την ανωνυμία των συναλλαγών,
4. να μπορεί εύκολα να μετατραπεί από την ηλεκτρονική σε άλλη μορφή (υλικά χρήματα ή πιστωτικές κάρτες) και το αντίστροφο,
5. να μην έχει ημερομηνία λήξεως,
6. να μπορεί να χρησιμοποιηθεί ελεύθερα στην αγορά, χωρίς να περιορίζεται σε κλειστούς κύκλους (όπου όλο το κυκλοφορούν χρήμα επιστρέφει στην εκδότρια τράπεζα),
7. να μπορεί να συνδυαστεί σε μονάδες μεγαλύτερης αξίας ή να διαιρεθεί σε μονάδες μικρότερης αξίας, όπως συμβαίνει με τα χαρτονομίσματα),
8. να είναι εύχρηστο και
9. να διατηρεί σταθερή την αξία του όσο αυτό είναι δυνατό, υποστηριζόμενο απέναντι σε πληθωριστικές πιέσεις και υποτιμήσεις⁴⁹.

Συνοψίζοντας, το ηλεκτρονικό χρήμα είναι κάτι περισσότερο από την ηλεκτρονική μορφή μετρητών, αλλά εξακολουθεί να χρησιμοποιείται σε συμβατικά δίκτυα και διαδικασίες πληρωμών, εξαιτίας κάποιων χαρακτηριστικών που διατηρεί από προϋπάρχοντα μέσα συναλλαγών. Στην πραγματικότητα αποτελεί ένα συνδυασμό παλαιότερων και νεότερων συστημάτων πληρωμών, διατηρώντας τα θετικά στοιχεία από κάθε κατηγορία, σε μια προσπάθεια να καταπολεμηθούν οι αντίστοιχες αδυναμίες⁵⁰.

7.3 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ

Προκειμένου το ηλεκτρονικό χρήμα να είναι ευέλικτο και να προσαρμόζεται σε διαφορετικές ανάγκες, υλοποιείται με διαφορετικούς τρόπους, ανάλογα με την τεχνολογία που χρησιμοποιείται και τα δίκτυα και συστήματα στα οποία αξιοποιείται. Ανάλογα διακρίνονται και οι αντίστοιχες κατηγορίες ηλεκτρονικού χρήματος, η κάθε μία με δικά της ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και δυνατότητες εφαρμογής.

⁴⁸ ...χωρίς βέβαια τα συστήματα και τα χαρακτηριστικά ασφαλείας να μετατρέπουν το ηλεκτρονικό χρήμα σε ένα δύσχρηστο μέσο συναλλαγής. Κάτι τέτοιο θα συνέβαινε εφόσον τα χαρακτηριστικά ασφαλείας ήταν τόσο πολύπλοκα, που θα απαιτούνταν δαπανηρές διαδικασίες για τη διασταύρωση της γνησιότητας ακόμη και μικρών ποσοτήτων ηλεκτρονικού χρήματος.

⁴⁹ www.eeei.gr/interbiz/answers/hlxrhm.html

⁵⁰ Stefan Ingves, «Electronic Money from a central bank perspective» “Electronic trade—the new conditions”, Sveriges Riksbank, Stockholm 1998, σελ. 3
ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

7.3.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΠΟΡΤΟΦΟΛΙ – ΨΗΦΙΑΚΟ ΧΡΗΜΑ

Οι δύο κύριες κατηγορίες ηλεκτρονικού χρήματος είναι το ηλεκτρονικό χρήμα με χρήση πλαστικής κάρτας, γνωστής ως Κάρτας Αποθηκευμένης Αξίας (Stored Value Card ή SVC), και το ηλεκτρονικό χρήμα λογισμικού, αλλιώς Εικονική Αποθηκευμένη Αξία (Virtual Stored Value ή VSV)⁵¹.

Στην πρώτη περίπτωση, το ηλεκτρονικό χρήμα αποτελείται από μία πλαστική κάρτα, στην οποία έχει ενσωματωθεί ένας μικροεπεξεργαστής. Η κάρτα χαρακτηρίζεται και ως προπληρωμένη κάρτα, καθώς αποθηκεύεται στον επεξεργαστή μία ορισμένη ποσότητα ηλεκτρονικού χρήματος, η οποία μειώνεται κάθε φορά που η κάρτα χρησιμοποιείται για την αγορά ενός προϊόντος. Όταν η αποθηκευμένη αξία μηδενιστεί, η κάρτα μπορεί να «επαναφορτιστεί», φορτώνοντας μία νέα ποσότητα ηλεκτρονικού χρήματος. Η μεταφορά ποσοτήτων ηλεκτρονικού χρήματος στην κάρτα γίνεται με τη χρήση ειδικών αναγνώστών καρτών προσαρμοσμένων σε ηλεκτρονικό υπολογιστή. Σε άλλες περιπτώσεις, χρησιμοποιούνται τα «έξυπνα» τηλέφωνα (smart phones) ή ακόμη και ειδικά αυτόματα μηχανήματα ανάληψης (ATM), ανάλογα με τη χρησιμοποιούμενη τεχνολογία.

Το ηλεκτρονικό χρήμα αντιστοιχεί σε ένα τραπεζικό λογαριασμό, στον οποίο βρίσκεται αποταμιευμένη ίση ποσότητα υλικού χρήματος ή καταβάλλεται το αντίτιμό του κατά την αποθήκευσή του σε ένα μέσο που θα διαχειρίζεται ο πελάτης⁵². Εξαιτίας του τρόπου με τον οποίο λειτουργεί η κάρτα, έχει καθιερωθεί η ονομασία ηλεκτρονικό πορτοφόλι (e-purse). Η μεταφορά της αποθηκευμένης αξίας κατά την αγορά γίνεται με χρέωση της κάρτας και πίστωση του λογαριασμού του εμπόρου κυρίως μέσω του Διαδικτύου, χωρίς τη μεσολάβηση κάποιας τράπεζας ή άλλης επιχείρησης. Αυτή είναι και η κύρια διαφορά του ηλεκτρονικού πορτοφολιού από τις κλασικές πιστωτικές και χρεωστικές κάρτες, καθώς το ηλεκτρονικό χρήμα μπορεί να κυκλοφορεί ελεύθερο από τη στιγμή που φορτώνεται σε ένα ηλεκτρονικό πορτοφόλι. Μία άλλη δυνατότητα είναι η απευθείας μεταφορά ηλεκτρονικού χρήματος από ένα πορτοφόλι σε ένα άλλο (purse to purse ή P2P). Τέτοιες κάρτες

⁵¹ David Bounie & Livio Vaninetti, «E-payments: Which Systems in Europe for the Coming Years?», Socio-economic Trends Assessment for the Digital Revolution, Issue Report N. 13, June 2004, σελ. 14.

⁵² Υπάρχει και η περίπτωση της επί πιστώσει έκδοσης ηλεκτρονικού χρήματος, κάτι που αποτελεί σημαντικό παράγοντα αστάθειας στη νομισματική πολιτική των εθνικών οικονομιών.
ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

χρησιμοποιούν συνήθως την τεχνολογία συστημάτων ηλεκτρονικών πληρωμών Mondex ή VisaCash⁵³.

Για να γίνει η μεταφορά ηλεκτρονικού χρήματος από την κάρτα του καταναλωτή στο λογαριασμό του εμπόρου, πρέπει να μεταφερθούν τα αποθηκευμένα δεδομένα της κάρτας μέσω ενός ηλεκτρονικού δικτύου, συνήθως του Διαδικτύου ή μέσω ενός υπολογιστή. Αυτό συμβαίνει με τρεις τρόπους. Ο ένας είναι η ανάγνωση της κάρτας από έναν ειδικό αναγνώστη συνδεδεμένο με έναν υπολογιστή. Για το δεύτερο τρόπο απαιτείται η χρήση τεχνολογίας «τηλεανάγνωσης», δεν υπάρχει δηλαδή επαφή της κάρτας με κάποιο μηχάνημα, ενώ σε άλλες περιπτώσεις χρησιμοποιούνται και οι δύο προαναφερόμενες τεχνολογίες⁵⁴.

Η άλλη μεγάλη κατηγορία ηλεκτρονικού χρήματος είναι το ηλεκτρονικό χρήμα με μορφή λογισμικού (Virtual Stored Value – VSV). Αυτή η μορφή ονομάζεται αλλιώς και ψηφιακό χρήμα (digital cash), καθώς είναι πλήρως άυλο. Σε αντίθεση με την προηγούμενη περίπτωση, το ψηφιακό χρήμα δεν αποθηκεύεται σε υλικό μέσο, αλλά σε κάποια ψηφιακή μνήμη (σκληρό δίσκο ηλεκτρονικού υπολογιστή) ή σε κάποιο δίκτυο, με κρυπτογραφημένη μορφή⁵⁵.

Το λογισμικό που χρησιμοποιείται για την αποθήκευση του ηλεκτρονικού χρήματος ονομάζεται και αυτό ηλεκτρονικό πορτοφόλι, ωστόσο ο αγγλικός όρος που χρησιμοποιείται για το λογισμικό και ενίοτε για τον υπολογιστή στον οποίο αποθηκεύεται το ψηφιακό χρήμα διαφέρει από τον αντίστοιχο της πλαστικής κάρτας. Έτσι, η κάρτα ονομάζεται e-purse, ενώ για το μέσο αποθήκευσης ψηφιακού χρήματος χρησιμοποιείται ο όρος e-wallet. Το πορτοφόλι ψηφιακού χρήματος χρησιμοποιείται και σαν μέσο ελέγχου γνησιότητας των αποθηκευμένων μονάδων ηλεκτρονικού χρήματος, πριν γίνει η μεταφορά ορισμένης ποσότητας από το λογαριασμό του καταναλωτή σε αυτόν του εμπόρου.

Το ψηφιακό χρήμα ονομάζεται και δικτυακό χρήμα, καθώς μπορεί να αποθηκεύεται και να διακινείται μέσω Διαδικτύου, χωρίς την παρεμβολή οποιουδήποτε υλικού μέσου.

⁵³ David Bounie & Livio Vaninetti, ό.π. & <http://epso.jrc.es/newsletter/vol03/4.html>

⁵⁴ http://users.ox.ac.uk/~opina/0601_shachar.shtml

⁵⁵ http://users.ox.ac.uk/~opina/0601_shachar.shtml

Μία τρίτη μορφή ηλεκτρονικού χρήματος, αν και συναντάται πιο σπάνια από τις υπόλοιπες κατηγορίες, είναι το ηλεκτρονικό χρήμα που χρησιμοποιείται σε φορητές συσκευές, όπως τα κινητά. Το χρήμα αυτό διαφέρει από τα υπόλοιπα λόγω των χρησιμοποιούμενων τεχνολογιών. Αν και χρησιμοποιούν τεχνολογία παρόμοια με αυτή των έξυπνων καρτών, τα κινητά τηλέφωνα μπορούν να συνδέονται με αυτόματα μηχανήματα για αποθήκευση ηλεκτρονικού χρήματος είτε με ασύρματη τεχνολογία, η οποία χρησιμοποιείται ευρέως στην αγορά των κινητών, είτε μέσω ειδικών δικτύων. Ακόμη, για τη μεταφορά και αποθήκευση ηλεκτρονικού χρήματος με τη μορφή ψηφιακών δεδομένων (ψηφιακό χρήμα) μπορεί να αξιοποιηθεί η τεχνολογία ασύρματης επικοινωνίας κινητών τηλεφώνων από μικρή απόσταση.

7.3.2 ΥΠΟΓΕΓΡΑΜΜΕΝΟ – ΑΝΩΝΥΜΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΧΡΗΜΑ

Εκτός από την κατηγοριοποίηση του ηλεκτρονικού χρήματος με βάση το χρησιμοποιούμενο μέσο αποθήκευσης και διακίνησης, μπορεί να γίνει διαχωρισμός ανάλογα με την ανωνυμία ή όχι του κατόχου. Έτσι, υπάρχει το υπογεγραμμένο (identified) και το ανώνυμο (anonymous) ηλεκτρονικό χρήμα.

Το ανώνυμο χρήμα είναι αυτό που δεν επιτρέπει τον εντοπισμό της ταυτότητας του κατόχου του. Σε αντίθεση με πολλά συστήματα ηλεκτρονικού χρήματος που ζητούν είτε πλήρη στοιχεία από τους χρήστες είτε τουλάχιστον κάποια διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ένα σύστημα ανώνυμου χρήματος δεν ενδιαφέρεται για τέτοια στοιχεία⁵⁶.

Βέβαια, σε ορισμένες συναλλαγές είναι απαραίτητη η απόδειξη της ταυτότητας του συναλλασσόμενου, κυρίως για λόγους ασφαλείας, αλλά και για την ανάπτυξη σχέσης εμπιστοσύνης ή την επιβεβαίωση ολοκλήρωσης της συναλλαγής. Σε ανάλογες περιπτώσεις, τα συστήματα ανώνυμου χρήματος επιτρέπουν τη δημιουργία προφίλ χρηστών ώστε να μην εντοπίζεται το ιστορικό των χρηστών, αλλά να αναπτύσσεται ο κατάλληλος βαθμός εμπιστοσύνης. Αυτό σημαίνει ότι στην πραγματικότητα κανένα σύστημα δεν επιτρέπει τους πραγματικά ανώνυμους χρήστες, τουλάχιστον τα πιο διαδεδομένα. Ωστόσο, ο εντοπισμός της πορείας μιας ποσότητας ηλεκτρονικού χρήματος μέσα σε ένα δίκτυο είναι μία ιδιαίτερα πολύπλοκη και χρονοβόρα διαδικασία, η οποία αποκαλείται *λεπτομερειακή ανάλυση κυκλοφορίας*

(detailed traffic analysis). Μάλιστα, κάποιος θα μπορούσε να δυσχεράνει ακόμη περισσότερο μια τέτοια προσπάθεια, αν χρησιμοποιούσε περισσότερα, συμβατά μεταξύ τους, συστήματα.

Μία ακόμη παράμετρος στην προστασία της ανωνυμίας είναι οι μηχανισμοί ασφαλείας. Οι μέθοδοι κρυπτογράφησης βοηθούν ώστε να μην υπάρχει πρόσβαση στα δεδομένα που μεταφέρονται (ηλεκτρονικό χρήμα ή στοιχεία ταυτότητας) και επομένως να προστατεύεται η ανωνυμία του χρήστη⁵⁷.

7.3.3 ΕΛΕΓΧΟΜΕΝΟ – ΑΥΤΟΝΟΜΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΧΡΗΜΑ

Το ηλεκτρονικό χρήμα χωρίζεται και σε ελεγχόμενο (on-line) ή αυτόνομο (off-line). Το ελεγχόμενο χρήμα είναι αυτό που ελέγχεται και διακινείται σε πραγματικό χρόνο. Αντίθετα, το αυτόνομο χρήμα χρησιμοποιείται σε συστήματα μη πραγματικού χρόνου και η εκκαθάριση των συναλλαγών γίνεται σε μεταγενέστερη χρονική στιγμή. Τα συστήματα της δεύτερης κατηγορίας ενισχύουν τις προσπάθειες εντοπισμού πλαστού ηλεκτρονικού χρήματος, ενώ βοηθούν στην ευρύτερη αποδοχή του στις ηλεκτρονικές συναλλαγές μέσω Διαδικτύου. Τέτοια συστήματα αυτόνομου χρήματος είναι το ευρωπαϊκό CAFE, αλλά και συστήματα έξυπνων καρτών, όπως το βρετανικό Mondex ή το CyberCash. Εκτός των δύο αυτών κατηγοριών, υπάρχουν και συστήματα που υποστηρίζουν τη λεγόμενη «ασθενή ανωνυμία», όπως το NetCash. Το NetCash προστατεύει την ανωνυμία του χρήστη, εκτός εάν ο αποδέκτης των χρημάτων συνεργαστεί με τον «εξυπηρέτη λογαριασμού» (accounting server)⁵⁸.

Τα πρότυπα που φαίνεται να κυριαρχούν είναι το ελεγχόμενο και υπογεγραμμένο χρήμα για μεταφορές μεγάλων ποσών, ενώ το αυτόνομο και ανώνυμο χρήμα για μικρότερες συναλλαγές που απαιτούν μεγαλύτερη ευελιξία και ταχύτητα⁵⁹.

Γενικά, ο μεγάλος αριθμός συστημάτων ηλεκτρονικού χρήματος και οι διαφορετικές κατηγορίες συναλλαγών αλλά και του ίδιου του ηλεκτρονικού χρήματος, είναι απόδειξη πως η αγορά της ηλεκτρονικής οικονομίας βρίσκεται ακόμη σε πειραματικό στάδιο. Επομένως, αναπτύσσονται διαφορετικά συστήματα, ανάλογα με τις ανάγκες

⁵⁷ Α. Μήλιου & Α. Πομπόρτσας, «Υπηρεσίες Προστιθέμενης Αξίας στο Διαδίκτυο», εκδόσεις Τζιόλα, Αθήνα 2007, κεφ. 4, σελ. 160. Ένα ερευνητικό πρόγραμμα που συνδυάζει μεγαλύτερη ασφάλεια και επεκτείνει την ανωνυμία είναι το CAFE (Conditional Access For Europe).

⁵⁸ Α. Μήλιου & Α. Πομπόρτσας, «Υπηρεσίες Προστιθέμενης Αξίας στο Διαδίκτυο», εκδόσεις Τζιόλα, Αθήνα 2007, κεφ. 4, σελ. 160-161.

⁵⁹ www.eeei.gr/interbiz/answers/notyet.html

που κάθε ένα αντιμετωπίζει ως πιο σημαντικές και άμεσες. Από τη στιγμή, μάλιστα, που δεν είναι σαφές ποιες ανάγκες θα κληθεί να αντιμετωπίσει το ηλεκτρονικό χρήμα, καθώς η τεχνολογία και η δομή της σύγχρονης οικονομίας αναπτύσσονται ταχύτατα και συνεχώς προκύπτουν νέες καταναλωτικές ανάγκες, η επιλογή του κατάλληλου συστήματος γίνεται ακόμη πιο δύσκολη. Οι κυριότεροι παράγοντες που έχει διαπιστωθεί ότι παίζουν ρόλο κατά τις συναλλαγές μέσω ηλεκτρονικών συστημάτων είναι η ανωνυμία, η ασφάλεια, η αποδοχή από την αγορά, το κόστος των συναλλαγών, η ανεξαρτησία από τη χρησιμοποιούμενη πλατφόρμα και η δυνατότητα συνδυασμού μικρότερων ποσών ηλεκτρονικού χρήματος σε μεγαλύτερες ή η διαίρεση μιας ποσότητας σε μικρότερα ποσά. Αυτοί και άλλοι παράγοντες επηρεάζουν την ανάπτυξη νέων συστημάτων και τη βελτίωση παλιότερων, μέχρι η αγορά να κατασταλάξει στη συμφερότερη και αποδοτικότερη λύση⁶⁰.

7.4 ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΠΑΡΑΛΛΗΛΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ

Η φύση του ηλεκτρονικού χρήματος συμβάλει σημαντικά στη διευκόλυνση των σύγχρονων συναλλαγών, καθώς μπορεί να διακινηθεί μέσω ηλεκτρονικών δικτύων άμεσα και σε μεγάλες αποστάσεις. Ωστόσο, το πλεονέκτημά του αυτό είναι και ένα αδύναμο σημείο του.

Στην πραγματικότητα, το ηλεκτρονικό χρήμα είναι μια σειρά από δυαδικά ψηφία (bits) με τιμές 0 και 1. Επομένως, είναι πολύ εύκολο να αντιγραφεί μία οποιαδήποτε σειρά από τέτοια ψηφία, η οποία αντιστοιχεί σε μία ποσότητα ηλεκτρονικού χρήματος (έστω ένα ηλεκτρονικό νόμισμα), δημιουργώντας τέλεια αντίγραφα του πρωτοτύπου. Αυτόματα, λοιπόν, οποιοσδήποτε έχει στην κατοχή του μία ελάχιστη ποσότητα ηλεκτρονικών νομισμάτων, μπορεί εύκολα να τα αντιγράψει όσες φορές επιθυμεί, δημιουργώντας χωρίς κόπο, αρκετά εκατομμύρια εικονικών χρημάτων. Το πρόβλημα που προκύπτει, κατά πόσο δηλαδή μπορεί κάποιος να χρησιμοποιήσει μία μονάδα ηλεκτρονικού χρήματος παράλληλα σε πολλές συναλλαγές, χωρίς να εξαντλεί ποτέ τα υπόλοιπα των λογαριασμών του, ονομάζεται πρόβλημα παράλληλου χρήματος (double spending problem)⁶¹.

Μια μεθοδολογία για την αντιμετώπιση του προβλήματος προτείνει τη διασταύρωση της ταυτότητας του ιδιοκτήτη των χρημάτων, προκειμένου να εντοπιστεί η

⁶⁰ www.eeei.gr/interbiz/answers/eidhhlxr.html
⁶¹ www.eeei.gr/interbiz/answers/dblspend.html
ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

περίπτωση παράλληλου χρήματος. Ο ιδιοκτήτης οφείλει να αποκαλύψει μέρος της ταυτότητάς του, δηλώνοντας ορισμένα προσωπικά του στοιχεία που από μόνα τους δεν είναι ικανά να αποκαλύψουν την ταυτότητά τους⁶².

Το πρόβλημα του παράλληλου χρήματος επιλύεται με τη μέθοδο που είναι πιο κατάλληλη για το χρησιμοποιούμενο σύστημα. Στα συστήματα ελεγχόμενου χρήματος είναι υποχρεωτική η επιβεβαίωση της συναλλαγής από μία τράπεζα, επομένως παρεμβάλλεται ένας έλεγχος στην όλη διαδικασία. Ο τρόπος για να γίνει αυτό είναι ο έλεγχος του υπολοίπου του λογαριασμού του καταναλωτή – αγοραστή. Εφόσον όλη η διαθέσιμη ποσότητα έχει χρησιμοποιηθεί σε προηγούμενες συναλλαγές, δεν είναι δυνατή η περαιτέρω συνέχιση της τρέχουσας συναλλαγής, μέχρι ο πελάτης της τράπεζας να ανανεώσει το υπόλοιπο με κάποιο τρόπο. Η βάση δεδομένων της τράπεζας ενημερώνεται μετά από κάθε συναλλαγή με το νέο υπόλοιπο των λογαριασμών και έτσι μπορεί να παρακολουθεί ανά πάσα στιγμή τα διαθέσιμα υπόλοιπα⁶³.

Για την αντιμετώπιση του προβλήματος του παράλληλου χρήματος, όπως έχει ήδη αναφερθεί παραπάνω, μία άλλη μέθοδος είναι η χρήση των ηλεκτρονικών πορτοφολιών τα οποία ελέγχουν τα ηλεκτρονικά χρήματα που περιέχουν. Γενικά, υπάρχουν ειδικές συσκευές υλικού που αποκαλούνται είτε με τον όρο «ηλεκτρονικά πορτοφόλια» (*e-wallets*) είτε «επιτηρητές» (*observers*) και ελέγχουν κατά πόσο τα χρήματα που αποθηκεύονται σε αυτές έχουν ξαναχρησιμοποιηθεί σε άλλες συναλλαγές. Το σύστημα CAFÉ χρησιμοποιεί τέτοιες συσκευές.

Όταν πρόκειται για συστήματα αυτόνομου χρήματος, υπάρχουν περισσότερες από μία τεχνικές για την επίλυση του προβλήματος. Μία τεχνική είναι η προαναφερόμενη χρήση του «επιτηρητή» (*observer*), ενός ειδικού μικροεπεξεργαστή ενσωματωμένου σε μία έξυπνη κάρτα. Ο επιτηρητής αποθηκεύει τα δεδομένα των προηγούμενων συναλλαγών στις οποίες χρησιμοποιήθηκε η συγκεκριμένη κάρτα σε μία μικρή βάση δεδομένων με τέτοιο τρόπο, ώστε να μην μπορούν να αλλοιωθούν. Όταν ο συνολικός

⁶² Α. Μήλιου & Α. Πομπόρτσας, «Υπηρεσίες Προστιθέμενης Αξίας στο Διαδίκτυο», εκδόσεις Τζιόλα, Αθήνα 2007, κεφ. 4, σελ. 160-161.

⁶³ www.eeei.gr/interbiz/answers/dblspend.html

όγκος συναλλαγών καλύψει το υπόλοιπο της κάρτας με βάση τα δεδομένα που είναι αποθηκευμένα στον επεξεργαστή, δεν επιτρέπεται η παραπέρα χρήση της⁶⁴.

Μία άλλη μέθοδος που βρίσκει εφαρμογή σε συστήματα αυτόνομου ηλεκτρονικού χρήματος είναι η χρήση ειδικών πρωτοκόλλων κρυπτογραφίας, τα οποία βοηθούν στον εντοπισμό της παράλληλης χρήσης μίας ποσότητας χρήματος σε περισσότερες συναλλαγές. Η διαφορά είναι ότι ο έλεγχος και ο εντοπισμός της παρανομίας γίνονται εκ των υστέρων, ωστόσο αποτελεί μία φτηνή μέθοδο, η οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε προσωπικούς υπολογιστές και φτηνές έξυπνες κάρτες⁶⁵.

Μία παραλλαγή της μεθόδου είναι η χρήση υπογεγραμμένου χρήματος. Σε κάθε χρήση μίας μονάδας υπογεγραμμένου χρήματος προστίθενται στην υπογραφή κάποια στοιχεία, τα οποία δηλώνουν την ταυτότητα του ατόμου που πραγματοποίησε την τελευταία συναλλαγή. Όταν το χρήμα αυτό κατατεθεί σε κάποια τράπεζα ελέγχεται η ενδεχόμενη παράλληλη χρήση του από το ίδιο άτομο. Αντίθετα, το ανώνυμο χρήμα που αναφέρθηκε πριν δεν αποκαλύπτει την ταυτότητα των συναλλασσομένων, εκτός και αν εντοπιστεί φαινόμενο παράλληλης χρήσης. Αν κάτι τέτοιο δε συμβεί, τα στοιχεία που είναι αποθηκευμένα στον επεξεργαστή, διαφορετικά από αυτά που καταγράφονται στο υπογεγραμμένο χρήμα, δεν αποκαλύπτουν την ταυτότητα των ενδιάμεσων σταθμών της συγκεκριμένης ποσότητας χρήματος.

⁶⁴ www.eeei.gr/interbiz/answers/dblspend.html

⁶⁵ www.eeei.gr/interbiz/answers/dblspend.html

§ 8. E-BANKING & ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟ ΕΓΚΛΗΜΑ – ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ & ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΣΤΟΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΚΛΑΔΟ

8.1 ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΤΟΥ E-BANKING

Η σύγχρονη δόμηση της οικονομίας που βασίζεται στις καινούριες δικτυακές υποδομές και η συνεχής ανάπτυξη της τεχνολογίας δημιουργεί περισσότερες απειλές στις ηλεκτρονικές συναλλαγές και στην ηλεκτρονική τραπεζική. Παρά τις εξελιγμένες μεθόδους για τη διασφάλιση των τραπεζικών συναλλαγών, η συχνότητα των ηλεκτρονικών επιθέσεων αυξάνεται τα τελευταία χρόνια, μιας και όλο και περισσότερες τράπεζες παρέχουν στους πελάτες τους on-line υπηρεσίες. Η αύξηση αυτή δεν είναι τεράστια, εντούτοις όμως αποτελεί ένα ανησυχητικό φαινόμενο καθώς πολλοί θεωρούν τις οικονομικές πληροφορίες που τους αφορούν άκρως απόρρητες και διατηρούν μια επιφυλακτική στάση απέναντι σε διαδικασίες που τις καθιστούν ευάλωτες στο ευρύ κοινό, όπως είναι το E-Banking. (Πρόγραμμα δικτυωθείτε: <http://www.go-online.gr>: “Απειλές και Κίνδυνοι στην Ηλεκτρονική Τραπεζική”). Ας μην ξεχνάμε ότι διακυβεύονται τεράστια ποσά, ειδικά στις περιπτώσεις κατά τις οποίες θύματα απάτης γίνονται επιχειρήσεις.

Στοιχεία για το ηλεκτρονικό έγκλημα δεν κοινοποιούνται δημοσίως, αλλά υπολογίζεται ότι στις Η.Π.Α. χάνονται ετησίως περίπου 11 δισεκατομμύρια δολάρια από εταιρίες και καταναλωτές λόγω αυτής της μορφής εγκλήματος. Το μεγαλύτερο μέρος προέρχεται από οικονομικά ιδρύματα. Μάλιστα, το μεγαλύτερο μέρος των ζημιών δεν προκύπτει από τις κλοπές χρημάτων, αλλά από έξοδα που κάνουν οι εταιρίες μετά από τέτοιου είδους επιθέσεις, προκειμένου να διασφαλίσουν τα συστήματά τους ώστε να μην ξανασυμβούν. Ειδικοί σε θέματα ασφαλείας έχουν υπολογίσει ότι μία τράπεζα μπορεί να ξοδέψει μέχρι 1 εκατομμύριο δολάρια σε εξοπλισμό και συμβούλους ασφαλείας προκειμένου να διορθώσει τις ατέλειες και να κλείσει τις «τρύπες» στο σύστημά της. Το πρόβλημα πάντως δεν προβάλλεται στις πλήρεις του διαστάσεις για ευνόητους λόγους. Οι μεγαλύτερες και εντυπωσιακότερες επιθέσεις είναι αυτές που θα δοθούν στη δημοσιότητα, οι υπόλοιπες και περισσότερες, κρατούνται κρυφές.

Παρά τις οποιεσδήποτε τεχνικές αδυναμίες των συστημάτων για Online Banking, οι μεγαλύτεροι κίνδυνοι δεν προέρχονται από ατέλειες των συστημάτων ασφαλείας και κρυπτογράφησης, αλλά από τον ανθρώπινο παράγοντα. Οι επίδοξοι εισβολείς έχουν πολλούς τρόπους πάντως να επιτύχουν τους σκοπούς τους. Έρευνες ειδικών σε

θέματα ασφαλείας αποδεικνύουν ότι στις περισσότερες περιπτώσεις επιθέσεων, οι εισβολείς είχαν την εκούσια ή ακούσια –συνήθως– βοήθεια και κάποιου που εργαζόταν στην τράπεζα, είτε υπέκλεψαν κωδικούς χρηστών. Και χωρίς τη βοήθεια εκ των έσω, πάντως, οι εισβολείς μπορούν να εκμεταλλευτούν την πρόσβαση που έχουν οι πελάτες της τράπεζας από το σπίτι τους, οι περισσότεροι από τους οποίους δεν χρησιμοποιούν λογισμικό για ασφάλεια. Οι άνθρωποι αυτοί αποτελούν τους πιο προκλητικούς στόχους, καθώς δεν έχουν συνείδηση του μεγέθους της ζημιάς που μπορούν να κάνουν ανοίγοντας απλά μία επισύναψη στο ηλεκτρονικό τους ταχυδρομείο ή ακολουθώντας ένα Link. Οι απλοί χρήστες πέφτουν πολύ εύκολα θύματα προγραμμάτων που υποτίθεται ότι κάνουν κάτι χρήσιμο για αυτούς, αλλά στην πραγματικότητα ανοίγουν «τρύπες» ασφαλείας στο σύστημα επιτρέποντας σε χάκερς να έχουν πρόσβαση σε αυτό. Οι κλεμμένες πληροφορίες αποτελούν την πρώτη φάση μιας αρκετά επίπονης διαδικασίας που μπορεί να διαρκέσει μέχρι και εβδομάδες, έτσι ώστε ο χάκερ να υποδυθεί κάποιον άλλο στο διαδίκτυο, η οποία όμως διευκολύνεται συνεχώς με καινούρια προγράμματα που κυκλοφορούν στην αγορά. Η εποχή που πολλές επιθέσεις θα γίνονται με αυτοματοποιημένο τρόπο δεν απέχει πολύ, σύμφωνα με αρκετούς ειδικούς.

Οι επιχειρήσεις – πελάτες είναι συνήθως προσεκτικές και χρησιμοποιούν συστήματα ασφαλείας στα δίκτυά τους. Ωστόσο, και οι επιχειρήσεις δεν είναι πάντοτε ασφαλείς. Σε ορισμένες περιπτώσεις, εταιρίες συνεργάζονται με τράπεζες προκειμένου να διαχειριστούν τις πληρωμές των λογαριασμών και τις συναλλαγές με εταιρικούς πελάτες. Οι τράπεζες ενίοτε επιτρέπουν στις εταιρίες αυτές να διαχειρίζονται ολόκληρο το δίκτυό τους. Σε αυτήν την περίπτωση, οι επιτήδριοι μελετούν τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις επεξεργάζονται τις πληρωμές και μεταφέρουν τα χρήματα. Μόλις βρεθεί μια αδυναμία, μεταφέρουν με λίγες απλές κινήσεις ολόκληρους εταιρικούς λογαριασμούς στις προσωπικές τους θυρίδες. Η διαχείριση όμως τραπεζικού δικτύου από εταιρικό πελάτη, δεν συνηθίζεται στην Ελλάδα.

Ένας άλλος τρόπος είναι να χτυπήσουν τις μικρές, τοπικές τράπεζες οι οποίες μπήκαν στον τομέα του E-Banking εσπευσμένα προκειμένου να διατηρήσουν τον ανταγωνισμό με τις μεγαλύτερες τράπεζες. Δυστυχώς, όμως, λόγω αυτής της βιασύνης, οι τράπεζες αφήνουν πολλές «τρύπες» στα συστήματά τους, κάτι που οι επίδοξοι εισβολείς εκμεταλλεύονται πολύ εύκολα.

Οι ειδικοί μας πληροφορούν ότι κλοπές ποσών 5.000 μέχρι 10.000 δολαρίων μπορούν να πραγματοποιηθούν σε χρονικό διάστημα μερικών εβδομάδων. Για ποσά μέχρι και 1 εκατομμύριο δολαρίων χρειάζονται 4 μέχρι 6 μήνες.

8.2 ΜΕΘΟΔΟΙ ΑΠΑΤΗΣ

Οι εισβολείς μπορούν να “εισχωρήσουν” σε τράπεζες που ήδη εφαρμόζουν συστήματα Ηλεκτρονικής Τραπεζικής με τρόπους όπως το Phishing (πλαστά e-mails), με Spam (πλαστοί δικτυακοί τόποι τραπεζών), με Δουρείους ίππους ή αλλιώς Trojan Horses (εγκατάσταση παράνομου λογισμικού).

8.2.1 PHISHING

Σύμφωνα με το τμήμα ασφάλειας ηλεκτρονικών συναλλαγών της Emporiki E-Banking, το Phishing είναι μια διεθνής πρακτική παραπλάνησης με στόχο την απόσπαση των προσωπικών στοιχείων του πελάτη. Με την χρήση του e-mail ή των αναδυόμενων παραθύρων, οι Phishers παραπέμπουν τον χρήστη Ηλεκτρονικής Τραπεζικής σε ψεύτικες ιστοσελίδες που έχουν οι ίδιοι δημιουργήσει. Τα e-mails αυτά συνήθως ισχυρίζονται ότι πρέπει να ανανεωθούν ή να επικυρωθούν προσωπικά και εμπιστευτικά στοιχεία του πελάτη και τον προτρέπουν, με έναν άριστα παραπλανητικό τρόπο, να εισάγει για παράδειγμα τον αριθμό της πιστωτικής του κάρτας, τον κωδικό πρόσβασης καθώς και άλλα στοιχεία σχετικά με τους λογαριασμούς του. Κάθε στοιχείο που εισάγει κανείς στην ψεύτικη ιστοσελίδα θα υποκλαπεί από τους απατεώνες για την εξυπηρέτηση των παράνομων σκοπών τους.

Συνήθως τα Phishing e-mails ή Pop ups προτρέπουν τον πελάτη να μεταβεί σε ιστοσελίδα παρόμοια με αυτή της τράπεζας. Για παράδειγμα, ενώ το αληθινό site της Emporiki Bank είναι <http://www.emporiki.gr> οι απατεώνες μπορεί να έχουν κατασκευάσει το <http://www.emporici.gr> ή <http://www.emboriki.gr>. Εκεί σε παραπέμπουν με ένα e-mail με το λογότυπο της τράπεζας όπου ισχυρίζονται ότι λόγω αδυναμίας του συστήματος ο λογαριασμός θα μπλοκάρει για ορισμένες ημέρες. Για να αποφευχθεί αυτό πρέπει να συμπληρωθεί μια φόρμα με κάποια στοιχεία όπως οι κωδικοί του λογαριασμού του ή οι κωδικοί πιστωτικών του καρτών. Με το link : *Fill out the form* ανοίγει η φόρμα όπου ο ανυποψίαστος πελάτης συμπληρώνει τα στοιχεία του. Στο τέλος, το παραπλανητικό e-mail ευχαριστεί τον πελάτη εκ μέρους των υπεύθυνων της τράπεζας ενώ ζητά συγνώμη για αυτήν την αναταραχή και την κατανόηση των χρηστών για το πρόβλημα. Με αυτόν τον τρόπο, ιδιαίτερα οι νέοι

χρηστές πέφτουν στην παγίδα και χάνουν χρηματικά ποσά από τους λογαριασμούς τους. Ένας ακόμη ισχυρισμός του ψεύτικου e-mail είναι η επιστροφή χρηματικού ποσού εκ μέρους της τράπεζας εξαιτίας κάποιου λάθους που είχε γίνει στο παρελθόν.

8.2.2 TROJAN HORSE

Εδώ οι Hackers τοποθετούν παράνομα (συνήθως μέσω αναδυόμενων παραθύρων) εξειδικευμένα λογισμικά στους υπολογιστές των χρηστών, αλλά και των εταιριών που συναλλάσσονται με τις τράπεζες μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου. Το λογισμικό αυτό έχει την ιδιότητα να καταγράφει οτιδήποτε πληκτρολογεί ο χρήστης σε κάθε ξεχωριστό site που επισκέπτεται. Όταν για παράδειγμα, ο χρήστης χρησιμοποιεί την Ηλεκτρονική Τραπεζική της Emporiki Bank για μια ηλεκτρονική συναλλαγή, το software καταγράφει:

<http://www.emporiki.gr> (Site της Emporiki Bank)

E-Banking (το Link)

0123456789 (Username)

Pass123 (Password)

Οι κωδικοί αυτοί αυτόματα στέλνονται ηλεκτρονικά μέσω e-mail στον Hacker όπου πλέον γνωρίζει τους κωδικούς του πελάτη και μπορεί να “επιτεθεί” στους λογαριασμούς του (Emporiki Bank: Τμήμα Ασφάλειας Ηλεκτρονικών Συναλλαγών).

8.3 Η ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΤΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ & Η ΠΡΟΛΗΨΗ ΤΩΝ ΚΙΝΔΥΝΩΝ

Η ασφάλεια των συναλλαγών είναι το μεγαλύτερο πρόβλημα των υπεύθυνων μηχανογράφησης και των αρμόδιων στελεχών των τραπεζών. Δεν είναι το ίδιο να μπορεί κανείς να έχει πρόσβαση σε μία πιστωτική κάρτα και σε όλους τους λογαριασμούς της τράπεζας. Η πιστωτική κάρτα έχει περιορισμένη χρήση μόνο για αγορές και για περιορισμένο πιστωτικό όριο. Αντίθετα, η πρόσβαση στον λογαριασμό μπορεί να έχει πολλαπλά αποτελέσματα, καθώς θεωρητικά είναι σε θέση κανείς να εκτελέσει διάφορες συναλλαγές, να πιστώσει και να χρεώσει άλλους λογαριασμούς. Οι περισσότερες τράπεζες ακολουθούν το πρωτόκολλο SET (Secure Electronic Transaction), που υποστηρίζεται από τις δυο πιο σημαντικές εταιρίες πιστωτικών καρτών, τη MasterCard και τη Visa, καθώς και από εταιρίες όπως την IBM, τη Microsoft και τη Netscape. Άλλο παράδειγμα είναι η Emporiki Bank που χρησιμοποιεί το πρωτόκολλο Secure Sockets Layer (SSL) για τη διαχείριση της συνοδού, ενώ η χρήση των ψηφιακών πιστοποιητικών VeriSign που χρησιμοποιεί δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες να επαληθεύουν την ταυτότητα του συστήματος. Επιπλέον, η υπηρεσία E-Banking έχει σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο που

να αποσυνδέει αυτόματα τον χρήστη στην περίπτωση που δεν χρησιμοποιείται το σύστημα για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο των πέντε λεπτών.

Μέγιστη μέριμνα έχει δοθεί τόσο στην ασφάλεια του δικτύου όσο και των συστημάτων που υποστηρίζουν την υπηρεσία. Πέρα της κρυπτογραφίας, η υπηρεσία Ηλεκτρονικής Τραπεζικής προστατεύεται από πολλαπλά και τελευταίας τεχνολογίας εξειδικευμένου λογισμικού ασφαλείας συστήματα όπως τα Firewalls και Intrusion Detection Systems (IDS).

Η ασφαλής διαδικασία συναλλαγών είναι αρκετά περίπλοκο θέμα και προϋποθέτει την ύπαρξη ασφαλών γραμμών, ψηφιακών πιστοποιητικών και πιστοποιημένων διακομιστών. Το πρωτόκολλο SET στηρίζεται στην κρυπτογραφία, μια μέθοδο που χρησιμοποιείται εδώ και πολλά χρόνια στην προστασία της μετάδοσης «απόρρητων» πληροφοριών. Σε ένα κρυπτογραφικό σύστημα οι πληροφορίες μεταδίδονται υπό τη μορφή μηνυμάτων, τα οποία κωδικοποιούνται με τη χρήση ενός “κωδικού”. Το κωδικοποιημένο μήνυμα μεταφέρεται στον παραλήπτη όπου αποκρυπτογραφείται, χρησιμοποιώντας έναν αντίστοιχο “κωδικό”. Η κρυπτογράφηση είναι ουσιαστικά ένας τρόπος να ξαναγραφεί το κείμενο σε έναν κώδικα και αργότερα να αποκωδικοποιηθεί με τη χρήση του κατάλληλου κλειδιού.

Αυτή τη στιγμή υπάρχουν δύο επίπεδα ασφαλείας και αφορούν στην κρυπτογράφηση των μηνυμάτων. Τα είδη κρυπτογράφησης είναι τα 40-bit Encryption (μέθοδος με έναν μυστικό “κωδικό”) και 128-bit Encryption (μέθοδος με έναν κοινό “κωδικό”). Έτσι, λοιπόν, στην πρώτη περίπτωση, η κρυπτογράφηση γίνεται με τη χρήση του ίδιου “κωδικού”, τόσο στην κωδικοποίηση όσο και στην αποκωδικοποίηση, πράγμα που σημαίνει ότι ο αποστολέας και ο παραλήπτης του μηνύματος μοιράζονται το ίδιο κλειδί. Ένας από τους πιο γνωστούς αλγόριθμους που χρησιμοποιούν αυτή τη μέθοδο είναι το DES (Data Description Standard), που χρησιμοποιείται από τραπεζικούς οργανισμούς για τη δημιουργία των αριθμών PIN. Η δεύτερη μέθοδος χρησιμοποιεί δύο κλειδιά: το ένα (κοινό κλειδί) για να κωδικοποιήσει το μήνυμα και ένα άλλο (ιδιωτικό κλειδί) για να το αποκωδικοποιήσει. Η κρυπτογράφηση που χρησιμοποιείται εφαρμόζει μια μαθηματική διαδικασία για το κλειδί, το οποίο φτιάχνεται με ορισμένο αριθμό bits (έτσι έχουμε την κρυπτογράφηση των 128-bits). Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός

των bits τόσο καλύτερη είναι θεωρητικά η κρυπτογράφηση. Κάθε φορά που συνδέεστε με την εκάστοτε υπηρεσία, όλη η επικοινωνία ανάμεσα στον υπολογιστή σας και το σύστημα της τράπεζας και αντιστρόφως κρυπτογραφείται με χρήση 128-bits. Η προστασία που παρέχει η κρυπτογράφηση των 40-bits δεν ξεπερνά τα 2^{40} διαφορετικά κλειδιά, ένα από τα οποία χρησιμοποιείται σε μία σύνδεση (on-line session). Αντίθετα, η κρυπτογράφηση των 128-bits παρέχει 2^{128} διαφορετικά κλειδιά, δηλαδή 2^{88} περισσότερους συνδυασμούς κλειδιών από ότι η κρυπτογράφηση των 40-bits.

Τα δύο κλειδιά έχουν μία μαθηματική σχέση μεταξύ τους, έτσι ώστε ένα μήνυμα που θα αποκωδικοποιηθεί με το ένα κλειδί θα μπορέσει να αποκωδικοποιηθεί με το άλλο. Ο παροχέας περιεχομένου, η τράπεζα στην προκειμένη περίπτωση, μπορεί να διανείμει το κοινό κλειδί, κρατώντας το ιδιωτικό κλειδί για την αποκωδικοποίηση. Για να εξασφαλιστεί η σιγουριά στη μέθοδο κρυπτογράφησης, η τράπεζα έχει την ευθύνη να δημιουργήσει και να αποθηκεύσει τα δύο ζευγάρια κλειδιών. Ένας από τους πιο γνωστούς αλγόριθμους που χρησιμοποιούν αυτή τη μέθοδο είναι η RSA. Η μέθοδος με το μυστικό κλειδί αποδεικνύεται ανέφικτη και καθόλου πρακτική στην περίπτωση που μεταφέρονται μηνύματα μεταξύ μιας μεγάλης ομάδας ανθρώπων πάνω από ένα δημόσιο δίκτυο, όπως είναι το Internet. Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα δεν θα μπορούσε να υλοποιήσει με ασφάλεια τις εμπορικές του συναλλαγές με τους διαφορετικούς πελάτες που εμφανίζονται μέσα στο Internet, αν θα έπρεπε καθένας από αυτούς να έχει δικό του προσωπικό κλειδί. Θα ήταν σαν να ζητούσε ο περιπτερούχος την ταυτότητα κάθε αγοραστή. Ακόμα χειρότερα, ο επισκέπτης στο Internet θα έπρεπε να διαθέτει διαφορετικές ταυτότητες για κάθε ηλεκτρονικό μαγαζί.

Στο ηλεκτρονικό εμπόριο (e-Commerce), τα πράγματα, όσον αφορά στην ασφάλεια δεδομένων, είναι πιο απλά. Εδώ χρειάζεται να δώσει ο επισκέπτης τα στοιχεία της πιστωτικής του κάρτας. Φυσικά, απαιτείται κι εδώ η ασφαλής συναλλαγή, καθώς αυτά τα στοιχεία είναι απόρρητα και δεν θα πρέπει να καταλήξουν σε άλλα χέρια.

Γενικά, λοιπόν, οι καταναλωτές θα πρέπει να έχουν υπόψη τους ότι καμία τράπεζα δεν θα ζητήσει ποτέ και με κανέναν τρόπο από τους πελάτες της ηλεκτρονικής τραπεζικής (E-Banking customers) τους κωδικούς πρόσβασης στην υπηρεσία

ηλεκτρονικής τραπεζικής. Η τράπεζα δεν χρειάζεται να γνωρίζει τον κωδικό πρόσβασης στην υπηρεσία E-Banking, αφού η διαδικασία έκδοσης κωδικού πρόσβασης είναι αυτοματοποιημένη και ο κωδικός αυστηρά προσωπικός, τον οποίο και υποχρεούται ο πελάτης να τον αλλάξει με την πρώτη είσοδό του στην υπηρεσία.

Είναι αυτονόητο πως οι πελάτες δεν θα πρέπει να απαντάνε σε αιτήσεις προσωπικών δεδομένων μέσω e-mail. Σε περίπτωση που απάντησε κάποιος χρήστης σε ένα τέτοια e-mail και δεν είναι σίγουρος για την αυθεντικότητά του πρέπει σύμφωνα με τη διεθνή πρακτική ασφάλειας Ηλεκτρονικής Τραπεζικής να κάνει τα εξής:

- ✓ Να αλλάξει αμέσως τον κωδικό πρόσβασης στην υπηρεσία Ηλεκτρονικής Τραπεζικής της κάθε τράπεζας.
- ✓ Να μηδενίσει το ανώτατο όριο μεταφοράς σε τρίτους.
- ✓ Να ελέγξει τον πίνακα λογαριασμών τρίτων προς τους οποίους επιτρέπεται μεταφορές ποσών για νέες άγνωστες σε αυτόν προσθήκες.
- ✓ Να ελέγξει τις κινήσεις των λογαριασμών για τυχόν αποστολές εμβασμάτων σε άλλες τράπεζες για τις οποίες δεν έχει γνώση.
- ✓ Να επικοινωνήσει αμέσως με τα ειδικά τηλέφωνα της τράπεζας για τα θέματα ασφαλείας.

(Emporiki Bank, Τμήμα Ασφάλειας Ηλεκτρονικών Συναλλαγών)

8.4 ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ

Τα γενικά χαρακτηριστικά που αναφέρονται παρακάτω αποτελούν τα συστατικά στοιχεία ασφαλείας που θα πρέπει να έχει ένα σύστημα ηλεκτρονικών πληρωμών και Συναλλαγών (European Central Bank, 2006, E-payments in Europe)

- Διαθεσιμότητα (Availability): Το σύστημα θα πρέπει να προσφέρει αποτελεσματική ασφάλεια και στιγμιαία χρονική απόκριση, ακόμη θα πρέπει να έχει ταχύτατη ανάκτηση δεδομένων στην περίπτωση διακοπής της λειτουργίας του.
- Αυθεντικότητα και Έγκριση συναλλαγής (Authenticity and Authorisation): Το σύστημα θα πρέπει να διαθέτει τις απαραίτητες μετρικές ώστε να ελέγχει τη γνησιότητα της ταυτότητας αυτού που συναλλάσσεται χρησιμοποιώντας μια υπηρεσία και να εξασφαλίσει τη νομιμότητα της συναλλαγής.
- Ακεραιότητα (Integrity): Το σύστημα θα πρέπει να διασφαλίζει τη προστασία των προσωπικών δεδομένων των συναλλασσόμενων.
- Μη αποποίηση ευθύνης (Non-Repudiation): Το σύστημα θα πρέπει να εφαρμόζει

κατάλληλες μεθόδους συναλλαγής ώστε από τη στιγμή που θα διαπιστωθεί η γνησιότητα της ταυτότητας του προσώπου το οποίο συναλλάσσεται, να εξασφαλίζει με αποδεικτικά μέσα και τη γνησιότητα της συναλλαγής.

- Εμπιστευτικότητα (Confidentiality): Το σύστημα θα πρέπει να διασφαλίζει την προστασία των δεδομένων της συναλλαγής από τρίτους.

Η επίτευξη αυτών των χαρακτηριστικών ασφαλείας επιβάλει τον συνδυασμό διαφόρων τεχνικών κρυπτογράφησης που πρέπει να συνδυαστούν με τις σχετικές επιχειρησιακές διαδικασίες ενός οργανισμού.

8.5 ΠΕΡΙΣΤΑΤΙΚΑ ΑΠΟ ΤΡΑΠΕΖΕΣ

Citibank (1994)

Περιστατικό: Ο Ρώσος χάκερ Βλαντιμίρ Λέβιν απέσπασε ποσό από λογαριασμούς της Citibank που υπολογίστηκε ότι ανερχόταν στα \$ 10.000.000. Απέκτησε πρόσβαση στα δίκτυα της τράπεζας από την Αγία Πετρούπολη στη Ρωσία. Όταν συνελήφθη από την Σκότλαντ Γιαρντ και το FBI, παραδέχτηκε ότι χρησιμοποίησε κλεμμένους κωδικούς και passwords από πελάτες της τράπεζας και μετέφερε ποσά στο λογαριασμό του. Το 1998, ένα δικαστήριο στις Η.Π.Α. τον καταδίκασε σε 3 χρόνια κάθειρξη. Η τράπεζα ανέκτησε όλο το ποσό εκτός από \$ 400.000.

ABN AMRO (Ολλανδική Πολυεθνική Τράπεζα) Σεπτέμβριος 2003

Περιστατικό: Ένα ολλανδικό τηλεοπτικό πρόγραμμα αποκάλυψε πως χάκερς, έκλεβαν σημαντικές πληροφορίες των πελατών της τράπεζας. Οι χάκερς έστελναν στους πελάτες της τράπεζας μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που υποτίθεται ότι προερχόταν από την τράπεζα. Τα e-mails αυτά εγκαθιστούσαν στους υπολογιστές των πελατών προγράμματα τα οποία επέτρεπαν στους χάκερς να έχουν πρόσβαση σε κρίσιμες πληροφορίες των λογαριασμών τους και με αυτόν τον τρόπο να μεταφέρουν χρήματα από αυτούς. Η τράπεζα διένειμε καινούριες εκδόσεις του λογισμικού της.

Charles Schwab (Η μεγαλύτερη χρηματιστηριακή εταιρία στις Η.Π.Α.) Δεκέμβριος 2003

Περιστατικό: Ο δικτυακός τόπος της εταιρίας έδινε τη δυνατότητα σε χάκερς να έχουν πρόσβαση σε όλους τους λογαριασμούς των πελατών της. Μάλιστα, όσο ο πελάτης ήταν συνδεδεμένος στο σύστημα, ο χάκερ μπορούσε να αγοράσει και να

πουλήσει μετοχές από το λογαριασμό του.

Barclays Bank (Μια Αγγλική Τράπεζα που ισχυρίζεται ότι διαχειρίζεται τους περισσότερους on-line λογαριασμούς σε όλο το Ηνωμένο Βασίλειο) Ιούλιος 2003

Περιστατικό: Ένα ελάττωμα στο λογισμικό του συστήματος της τράπεζας επέτρεπε στους πελάτες της να βλέπουν τις λεπτομέρειες των λογαριασμών των υπολοίπων πελατών. Η τράπεζα έκλεισε το σύστημα μόλις ανακάλυψε το πρόβλημα.

Nara Bank, Western Union, Central National Bank (Texas) Απρίλιος 2004

Περιστατικό: Αμερικανοί εισαγγελείς κατηγορήσαν δύο Ρώσους για ηλεκτρονικά εγκλήματα που σχετίζονταν με μια σειρά επιθέσεων σε δίκτυα τραπεζών και άλλων εταιριών. Οι δύο χάκερς, εισέβαλαν στα συστήματα των εταιριών, έκλεψαν πολύτιμες πληροφορίες και κατόπιν εμφανίζονταν στις εταιρίες ως σύμβουλοι ασφαλείας και προσέφεραν τις υπηρεσίες τους για να διορθωθούν τα σφάλματα.

**8.6 ΔΕΚΑ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΑΣΦΑΛΟΥΣ ΧΡΗΣΗΣ
ΤΟΥ E-BANKING**

1. Οι προσωπικοί σας κωδικοί να μην υπάρχουν σε γραπτή μορφή (ιδιαίτερα κοντά στο γραφείο που έχετε τον υπολογιστή σας) και να τους αλλάζετε τακτικά.
2. Προσπαθείτε να επιλέγετε προσωπικούς κωδικούς που δεν είναι απλοϊκοί και δεν είναι εύκολο να τους μαντέψει κανείς. Να αποφεύγονται ιδιαιτέρως η χρήση ημερομηνιών γεννήσεως, επετείων και νούμερα τηλεφώνων.
3. Μην αποκαλύπτετε ποτέ τους κωδικούς ασφαλείας (User ID, Password) σε τρίτους, συμπεριλαμβανομένων και των υπαλλήλων της τράπεζας.
4. Σας βεβαιώνουμε ότι η τράπεζα ποτέ δεν θα σας ζητήσει την αποκάλυψη απόρρητων προσωπικών κωδικών (password) με οποιοδήποτε τρόπο.
5. Να επιβεβαιώνετε την ταυτότητα της ιστοσελίδας μέσω του εικονιδίου (λουκέτο – digital certificate), το οποίο εμφανίζεται συνήθως στην κάτω δεξιά πλευρά της οθόνης σας.
6. Να ελέγχετε πάντα ότι οι σελίδες του E-Banking ξεκινούν με το https, περιέχει το “s” στο πρωτόκολλο http.
7. Όταν χρησιμοποιείτε υπολογιστές σε δημόσιους χώρους π.χ. αεροδρόμια, βιβλιοθήκες, internet café βεβαιωθείτε ότι δεν έχετε υποθηκεύσει κωδικούς ή άλλα προσωπικά στοιχεία.
8. Όποτε χρησιμοποιείτε το E-Banking να φροντίζετε όταν καταχωρείτε τους

- κωδικούς ασφαλείας (User ID, Password) να μην έχει τρίτο άτομο οπτική επαφή με το πληκτρολόγιό σας.
9. Να επισκέπτεστε συχνά την ιστοσελίδα με τις αναβαθμίσεις του λειτουργικού συστήματος του υπολογιστή σας και να πραγματοποιείτε όσες προτείνει ο κατασκευαστής.
 10. Προτείνουμε να εγκαταστήσετε στον υπολογιστή σας κάποιο πρόγραμμα αντιμετώπισης ιών (Antivirus) και ιδιαίτερα κάποιο πρόγραμμα αντιμετώπισης παράνομων προγραμμάτων (Anti-Spy Ware).

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ :

“Η



ΣΤΗ ΣΥΓΧΡΟΝΗ
ΕΛΛΗΝΙΚΗ
ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ”

§ 9. Η ΑΤΕbank ΣΤΗ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

9.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΑΤΕbank

Η Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδας ιδρύθηκε το 1929. Λειτουργήσε αρχικά ως ένα εξειδικευμένο πιστωτικό ίδρυμα, μη κερδοσκοπικό, με σκοπό την υποστήριξη και ανάπτυξη του αγροτικού τομέα στην Ελλάδα (δηλαδή αποκλειστική χρηματοδότηση με ευνοϊκούς όρους του αγροτικού τομέα), ο οποίος παραμένει μέχρι και σήμερα ένας από τους πιο βασικούς πυλώνες δραστηριοποίησής της με προσφορά πιστώσεων και εγγυήσεων σε αγρότες και συνεταιρισμούς και με ταχεία διανομή των κοινοτικών επιδοτήσεων. Το 1950 ιδρύει μια σειρά εταιριών μεταποίησης αγροτικών προϊόντων και αξιοποίησης των πλουτοπαραγωγικών πόρων διαφόρων περιοχών της χώρας.

Η ΑΤΕbank είναι πιστωτικό ίδρυμα που λειτουργεί νόμιμα, υπαγόμενη στην ελληνική και κοινοτική τραπεζική νομοθεσία και ειδικότερα στον Ν. 2076/92 όπως ισχύει σήμερα, που ως γνωστό ενσωμάτωσε στο ελληνικό δίκαιο την δεύτερη τραπεζική οδηγία 89/646/ΕΟΚ του Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Από τις αρχές τις δεκαετίας του 1980 η ΑΤΕbank εμπλούτισε και διευρύνει τις δραστηριότητές της και στον εξωγεωργικό τομέα, παρέχοντας ευρύ φάσμα χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών τόσο προς τα φυσικά πρόσωπα – πελάτες όσο και στις ατομικές και λοιπές επιχειρήσεις.

ΑΓΡΟΤΙΚΗ
ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.



Εικόνα 3 : Ο παλιός διακριτικός τίτλος της Αγροτικής Τράπεζας της Ελλάδος

9.2 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ATEbank

- Το 1991 μετατρέπεται σε Α.Ε., ενώ παράλληλα ιδρύει ένα ολοκληρωμένο όμιλο παροχής χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών.
- Το 2003 πραγματοποιεί αύξηση μετοχικού κεφαλαίου και εισάγεται στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών.
- Το 2007 και 2008, με μια γιγαντιαία αύξηση του μετοχικού της κεφαλαίου (Ιούνιος 2008), με δυναμική πολιτική εξυγίανσης του χαρτοφυλακίου της, με αποτελεσματική εφαρμογή του νόμου για τα πανωτόκια με τον οποίο ευνοήθηκαν συνολικά 63.220 οφειλέτες από τους οποίους οι 54.000 ήταν αγρότες (οι διαγραφές χρεών από την ATEbank ανήλθαν σε € 1.8 δις από τα οποία τα € 1.1 δις αφορούσαν χρέη αγροτών), με μετασχηματισμό της εταιρικής της εικόνας ως **ATEbank**, καθώς και με την εισαγωγή της μετοχής της ATEbank στο δείκτη FTSE/Athex20 των επιχειρήσεων μεγάλης κεφαλαιοποίησης (Νοέμβριος 2008), επιβεβαιώνει την θέση της ως μια από τις μεγαλύτερες τράπεζες στην Ελλάδα και την σταθερά ανοδική πορεία της.
- Το 2006, συνεχίζοντας την πολιτική των 2 προηγούμενων ετών, επεκτείνει τις δραστηριότητές της στα Βαλκάνια με την εξαγορά ποσοστού της AIKBanka στη Σερβία και της MINDbank (Ιούλιος 2006) στη Ρουμανία, η οποία μετασχηματίζεται σε ATEbank Romania και επιτυγχάνει την έκδοση άδειας για τραπεζοασφαλιστικές εργασίες.

Το νέο όνομα και η σύγχρονη εταιρική εικόνα της ATEbank οριοθετεί συμβολικά και ουσιαστικά το πέρασμα της Τράπεζας στη νέα εποχή ως Τράπεζας όλων των Ελλήνων, όλων των ηλικιών και όλων των επαγγελματικών και κοινωνικών κατηγοριών. Με ισχυρή κεφαλαιακή δομή, αυξανόμενη κερδοφορία, με αποτελεσματική και σύγχρονη διοίκηση, με διαφάνεια στη λειτουργία της, καθώς και επιχειρησιακή πελατοκεντρική φιλοσοφία, η ATEbank στοχεύει στην περαιτέρω ανάπτυξη της στο ελληνικό και διεθνές οικονομικό περιβάλλον.

Διαθέτει το δεύτερο μεγαλύτερο τραπεζικό δίκτυο εξυπηρέτησης στην Ελλάδα και το μεγαλύτερο στην Ελληνική Περιφέρεια, προσφέρει ένα ανταγωνιστικό πακέτο χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών σε εταιρίες και ιδιώτες.

Με έμπειρο, εξειδικευμένο, φιλικό και συνεχώς εκπαιδευόμενο προσωπικό που

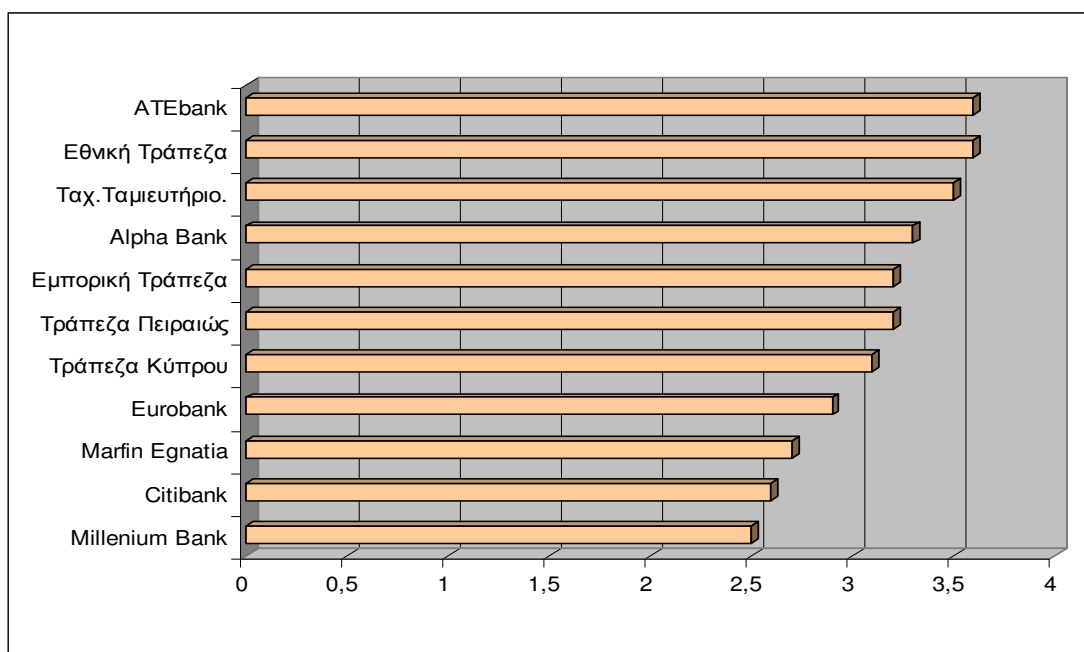
ενημερώνεται συνεχώς για τις τελευταίες εξελίξεις αλλά και με τη χρήση τεχνολογιών αιχμής, εκσυγχρονίζει τη λειτουργία της, επιτυγχάνει ταχύτητα και διαρκή ανάπτυξη, βελτίωση του επιπέδου εξυπηρέτησης και καλύπτει κάθε ανάγκη του πελάτη.

Επενδύει στο έργο του μετασχηματισμού των καταστημάτων της με στόχο την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών προς τους πελάτες της, ώστε να λαμβάνουν την πιο συμφέρουσα χρηματοοικονομική απόφαση.

Η ATEbank με σταθερό ευρωπαϊκό προσανατολισμό είναι επικεφαλής ενός δυναμικού Ομίλου εξειδικευμένων χρηματοοικονομικών εταιριών, που δραστηριοποιούνται σε ασφάλειες, πιστωτικές κάρτες, αμοιβαία κεφάλαια, χρηματοδοτική μίσθωση, χρηματιστηριακές υπηρεσίες, υπηρεσίες διαχείρισης κεφαλαίων κ.ά.

Η ATEbank είναι η Τράπεζα – συνεργάτης που με την κατανόηση, την αμεσότητα, την ευαισθησία και κοινωνική ευθύνη, εξασφαλίζει γρήγορες και ευέλικτες λύσεις σε διαφορετικές ομάδες κοινού και ικανοποιεί όλες τις χρηματοοικονομικές ανάγκες τους. Το μέγεθος και η ιστορία της εγγυώνται το κτίσιμο μακροχρόνιων σχέσεων με τους πελάτες της. Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειώσουμε ότι σύμφωνα με μια έρευνα του Metron Analysis που έλαβε χώρα τον Δεκέμβρη 2007 ως προς την εμπιστοσύνη των Ελλήνων προς τις τράπεζες, η ATEbank κέρδισε την πρώτη θέση στις προτιμήσεις των ανθρώπων. Εκεί, λοιπόν, βασίζεται και το χρησιμοποιούμενο λογότυπο : «ATEbank, Τράπεζα Εμπιστοσύνης».

Γράφημα 24 : Εμπιστοσύνη των Ελλήνων προς τις Τράπεζες



Πηγή : Έρευνα Metron Analysis (Δεκέμβριος 2007)



Εικόνα 4 : Ο νέος διακριτικός τίτλος της Αγροτικής Τράπεζας της Ελλάδος

9.3 Η ΑΤΕbank ΣΗΜΕΡΑ

9.3.1 ΣΕ ΑΡΙΘΜΟΥΣ

Μία τράπεζα πολλαπλών δραστηριοτήτων που διαθέτει ένα εκτενέστατο πανελλαδικό δίκτυο, το οποίο αποτελείται από:

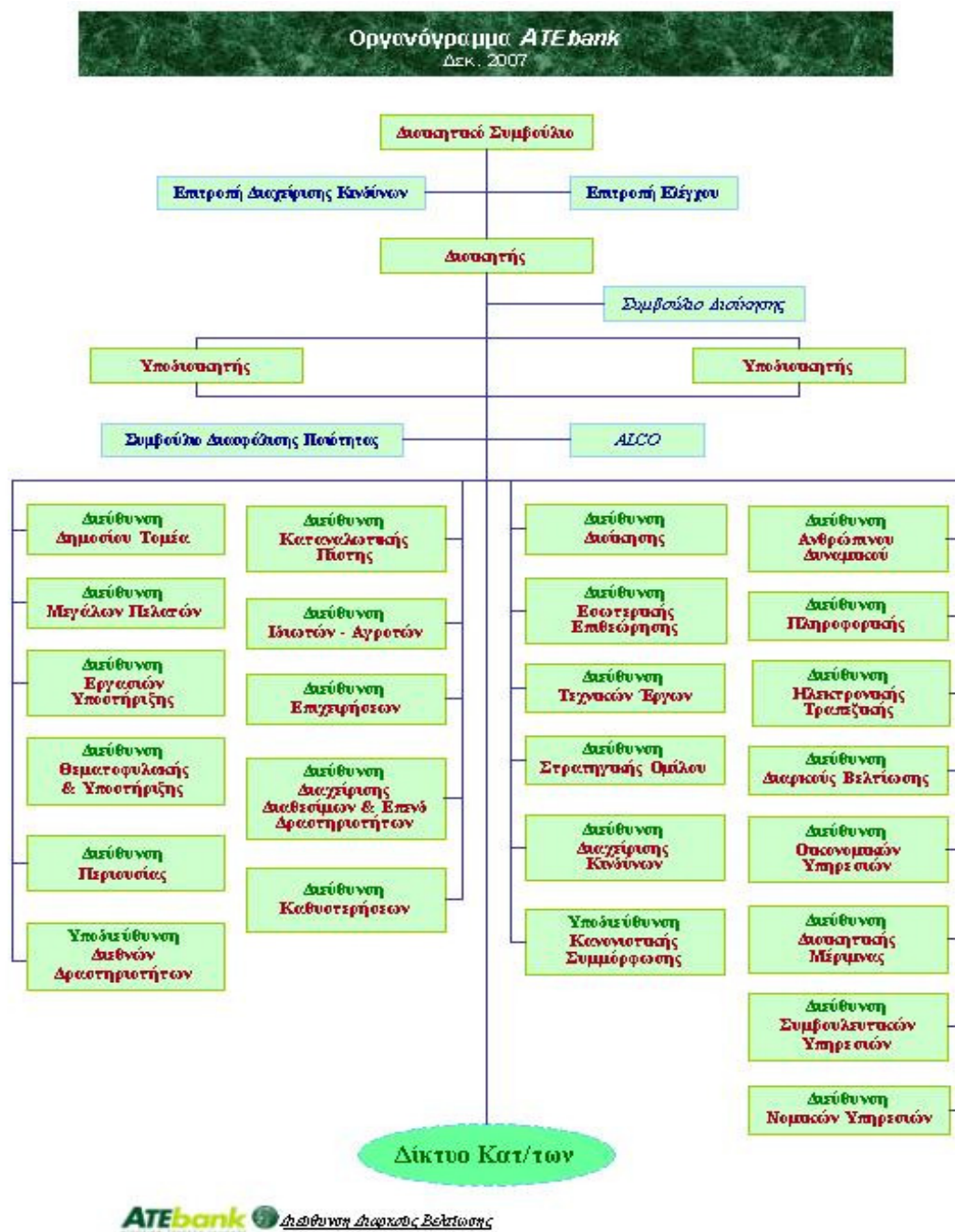
- 470 καταστήματα στην Ελλάδα κι ένα στην Γερμανία
- 21 γραφεία
- 1.000 ΑΤΜ
- Πάνω από 6.000 POS

Παράλληλα διαθέτει:

- 17,52 δις € Καταθέσεις σε 3.738.000 ενεργούς λογαριασμούς
- 19,64 δις € Ενεργητικό
- 01,14 δις € Ίδια Κεφάλαια
- 333 εκατ. € Ακίνητη Περιουσία

9.3.2 ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΑΤΕbank ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2007

Σχήμα 14 : Οργανόγραμμα ΑΤΕbank Δεκέμβριος 2007



9.3.3 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΑΤΕbank ΕΤΟΥΣ 2007

Πίνακας 16 : Οικονομικά Στοιχεία της ΑΤΕbank Έτους 2007

Αύξηση Καθαρών Κερδών	28,1%
Δείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων	17,4%
Αύξηση Χαρτοφυλακίου Δανείων (παρά τις διαγραφές που ήταν € 461 εκατ.)	19,1%
Εντυπωσιακή αύξηση των υπολοίπων της λιανικής τραπεζικής σημαντικά υψηλότερη της αγοράς	27,4%
Αύξηση Καταθέσεων (με το κόστος άντλησης στο χαμηλό επίπεδο του 2,04%)	14,1%
Δείκτης Χορηγήσεων προς Καταθέσεις	86,1%
Αύξηση του κόστους σε λογικά επίπεδα	6,6%
Μείωση του Δείκτη μη εξυπηρετούμενων Δανείων (από 10,8% το 2006)	(-) 7,1%
Διανομή Μερίσματος € 0,05 ανά μετοχή (επιπλέον του μερίσματος € 0,05 τον Δεκέμβριο του 2007)	

Ικανοποιητική κερδοφορία παρουσιάζει η ΑΤΕbank κατά το έτος χρήσης 2007 με τα ενοποιημένα κέρδη μετά από φόρους (και δικαιώματα μειοψηφίας) να ανέρχονται σε € 241,4 εκατ. έναντι κερδών € 188,4 εκατ. την προηγούμενη χρήση, παρουσιάζοντας αύξηση 28,1%.

Τα καθαρά έσοδα τόκων ανήλθαν σε € 614,9 εκ. παρουσιάζοντας αύξηση κατά 2,3%.

Η συμπεριφορά των καθαρών εσόδων άλλαξε λόγω:

- Της σημαντικής αύξησης των εσόδων τόκων λόγω της αλλαγής του μείγματος καταθέσεων προς τις υψηλού επιτοκίου προθεσμιακές καταθέσεις.
- Της πίεσης περιθωρίων επιτοκίων λόγω υψηλού ανταγωνισμού.
- Του προσωρινού αρνητικού αντίκτυπου των δανείων με επιτόκιο χαμηλής εκκίνησης, τα οποία όμως με την πάροδο του 2008 θα αναπροσαρμόζονται σταδιακά υψηλότερα, επιδρώντας θετικά στα μελλοντικά έσοδα από τόκους.
- Των χαμηλότερων σε σχέση με το 2006 μέσων υπολοίπων για διαχείριση στην τραπεζική αγορά.
- Των χαμηλότερων σε σχέση με το 2006 εσόδων τόκων από επικαιροποιήσεις χορηγήσεων σε καθυστέρηση.

Ως αποτέλεσμα των παραπάνω, το καθαρό περιθώριο επιτοκίου μειώθηκε στο τέλος του 2007 σε 3,24% από 3,37% στις 31/12/2006.

Η ΑΤΕbank παρακολουθεί στενά την εξέλιξη των καθαρών εσόδων από τόκους και αναμένει η αλλαγή του μίγματος δανείων προς τομείς υψηλότερου επιτοκίου να ενισχύσει σημαντικά τα έσοδα τόκων.

Τα έσοδα από αμοιβές και προμήθειες σημείωσαν αύξηση κατά 4,9% έναντι της αντίστοιχης περιόδου του προηγούμενου έτους και έφτασαν στο επίπεδο των €84,5 εκατ., επηρεασμένα κυρίως από τα χαμηλότερα έσοδα προμηθειών αμοιβαίων κεφαλαίων, καθώς και την υψηλή συνεισφορά προς το ταμείο εγγυήσεων καταθέσεων που συνδέεται με την αύξηση των καταθετικών υπολοίπων.

Τα λοιπά λειτουργικά έσοδα εμφανίζουν μια σημαντική αύξηση κατά 27,2%, φθάνοντας το επίπεδο των €251,3 εκατ., επηρεασμένα κυρίως από πωλήσεις μετοχών του διαθέσιμου προς πώληση χαρτοφυλακίου και την εντυπωσιακή πορεία του εμπορικού χαρτοφυλακίου.

Τα έξοδα διαχείρισης ανήλθαν σε €568 εκατ. αυξημένα κατά 6,6% έναντι του έτους 2006. Πρέπει να σημειωθεί προς στα λοιπά έξοδα περιλαμβάνεται ποσό €3 εκατ. ως ενίσχυση των πληγέντων από τις φωτιές του καλοκαιριού. Ως συνέπεια, ο δείκτης κόστους προς έσοδα του ομίλου διαμορφώθηκε το 2007 σε 59,8%, έναντι 60,7% το 2006.

Οι προβλέψεις για επισφαλείς απαιτήσεις ανήλθαν σε €79,9 εκατ. των οποίων €78,1 εκατ. αφορά το χαρτοφυλάκιο χορηγήσεων και €1,8 εκατ. την πρόβλεψη απομείωσης λοιπών στοιχείων ενεργητικού.

Τα υπόλοιπα του χαρτοφυλακίου δανείων στο τέλος του 2007 εμφανίζουν μια αύξηση 19,1% σε σχέση με το τέλος του 2006 διαμορφούμενα σε € 17,8 δις. Επίσης, σημειώνεται ότι εάν ληφθούν υπόψη και οι διαγραφές που πραγματοποιήθηκαν το 2007, ύψους €461 εκατ., το συνολικό χαρτοφυλάκιο δανείων θα είχε αυξηθεί κατά 22,2%. Η αύξηση του χαρτοφυλακίου μετά προβλέψεων ανήλθε σε 23,9% συγκριτικά με το 2006.

Το χαρτοφυλάκιο προς τα νοικοκυριά συνέχισε να αυξάνεται με εντυπωσιακούς ρυθμούς, 27,4% –αρκετά υψηλότερους των ρυθμών αύξησης της αγοράς– με αποτέλεσμα στο τέλος του Δεκεμβρίου 2007 να ανέρχεται σε € 6,2 δις έναντι €4,8 δις στο τέλος του Δεκεμβρίου 2006. Τα υπόλοιπα στο χαρτοφυλάκιο των στεγαστικών δανείων κατά το 2007 ήταν αυξημένα κατά 26% σε σχέση με το 2006, διαμορφούμενα σε € 5,1 δις. Παρομοίως, στην καταναλωτική πίστη εμφανίζεται

σημαντική αύξηση, με υπόλοιπα 764 εκατ., κατά 46% το έτος 2007 σε σχέση με το 2006, ενώ τα υπόλοιπα των πιστωτικών καρτών αυξήθηκαν άνω των ρυθμών της αγοράς κατά 13,1% και ανήλθαν σε €308 εκατ., μετά από διαγραφές €25 εκατ.

Η συνεχής αύξηση του ποσοστού συμμετοχής του τομέα των νοικοκυριών αποδεικνύει της δυνατότητας της ATEbank να διευρύνει τις δραστηριότητές της και τα μερίδια αγοράς της σε τομείς που είχε μικρή παρουσία μέχρι πριν λίγα χρόνια. Σε αυτά τα πλαίσια, οι συντονισμένες προσπάθειες που ξεκίνησαν το 2007 για διεύρυνση στον τομέα των ΜΜΕ αρχίζουν να εμφανίζουν θετικά σημάδια (αύξηση 12,1% εάν ληφθούν υπόψη και οι σημαντικές διαγραφές) και τα επόμενα χρόνια ο τομέας αυτός θα αποτελέσει μαζί με τις δανειοδοτήσεις προς τα νοικοκυριά τους κύριους τομείς ανάπτυξης του χαρτοφυλακίου των δανείων.

Τα €461εκατ. συνολικών διαγραφών που πραγματοποιήθηκαν κατά το έτος 2007 συντέλεσαν στην μείωση του συνολικού δείκτη των μη εξυπηρετούμενων δανείων από 10,8% τον Δεκέμβριο 2006 σε 7,1% στις 31/12/2007. Παράλληλα, ο δείκτης κάλυψης επισφαλών απαιτήσεων με συσσωρευμένες προβλέψεις παρά τις διαγραφές παρέμεινε στο ικανοποιητικά επαρκές επίπεδο του 81,1%.

Οι καταθέσεις αυξήθηκαν κατά 14,1% σε σχέση με την 31/12/2006 φθάνοντας το επίπεδο των € 20,6 δις, με τον δείκτη δανείων προς καταθέσεις στο επίπεδο του 86,1%. Το κόστος άντλησης των καταθέσεων παραμένει σε χαμηλά επίπεδα (2,04% στο τέλος του 2007) και σε σχέση με τον χαμηλό δείκτη δανείων προς καταθέσεις αποτελεί ένα σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα για ανάπτυξη με χαμηλό κόστος σε μια περίοδο έλλειψης ρευστότητας.

Με βάση τα καθαρά κέρδη του 2007, η αποδοτικότητα του μέσου Ενεργητικού ανήλθε σε 1,07% ενώ η αποδοτικότητα των μέσω Ιδίων Κεφαλαίων έφτασε το επίπεδο του 17,4%.

Η ATEbank διαθέτει ισχυρή κεφαλαιακή βάση και με βάση τις νέες οδηγίες της Τράπεζας της Ελλάδος, ο δείκτης εποπτικών κεφαλαίων πρώτης διαβάθμισης Tier I να εκτιμάται το 2007 στο 9,3%.

Με βάση τα αποτελέσματα του 2007, το Διοικητικό Συμβούλιο της ATEbank αποφάσισε να εισηγηθεί στην Τακτική Γενική Συνέλευση των Μετόχων τη διανομή μερίσματος €0,10 ανά μετοχή, το οποίο συμπεριλαμβάνει και το προμέρισμα ύψους €0,05 ανά μετοχή που δόθηκε τον Δεκέμβριο 2007, δηλαδή αυξημένο κατά 11% έναντι της προηγούμενης περιόδου.

9.3.4 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Για την ΑΤΕbank, το ανθρώπινο δυναμικό της αποτελεί το σημαντικότερο κεφάλαιο. Ο ανθρωποκεντρικός χαρακτήρας της Τράπεζας αντανακλάται στον κομβικό ρόλο που έχει αναλάβει η Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού, ως ουσιαστικός συνεργάτης στη διαμόρφωση της εταιρικής κουλτούρας και της στρατηγικής διαχείρισης των ανθρώπων της, σε άρρηκτη ενότητα με τη συνολική επιχειρησιακή στρατηγική, στη δυναμική πορεία ανάπτυξής της και επίτευξης των εταιρικών της στόχων.

Η Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού δίνει έμφαση στην ανάπτυξη των λειτουργιών της διοίκησης ανθρώπινων πόρων και στον εκσυγχρονισμό των συστημάτων υποστήριξης των λειτουργιών αυτών.

Ειδικότερα:

- Φροντίζει για τη συστηματική αναβάθμιση των γνώσεων και των δεξιοτήτων του προσωπικού με στοχευμένα προγράμματα εκπαίδευσης και επιμόρφωσης.
- Εξελίσσει τα συστήματα αξιολόγησης ώστε να συνδεθούν τελικά με τη διάγνωση των εκπαιδευτικών αναγκών, την ανάπτυξη καριέρας και τη σύνδεση των αμοιβών με την απόδοση.
- Διαμορφώνει διαδικασίες αναγνώρισης και επιβράβευσης βελτιώνοντας τα συστήματα παροχών και κινήτρων.
- Μεριμνά για την ενίσχυση της ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας, την καλλιέργεια πνεύματος συνεργασίας και ομαδικότητας και την ανάπτυξη κλίματος εμπιστοσύνης.

9.3.5 ΜΕΤΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ ΤΗΣ ΑΤΕbank ΣΤΟ ΚΑΣΤΡΙ

Τη μετεξέλιξη του εκπαιδευτικού κέντρου της ΑΤΕbank στο Καστρί σε ένα σύγχρονο, εύελκτο και αποτελεσματικό οργανισμό εκπαίδευσης και επιμόρφωσης, που θα αξιοποιεί όλες τις δυνατότητες των κτιριακών και τεχνολογικών υποδομών, αποφάσισε το Διοικητικό Συμβούλιο της ΑΤΕ.

Σύμφωνα με το επιχειρησιακό σχέδιο που έχει συνταχθεί από την εταιρεία “Grant Thornton”, αποφασίστηκε η ίδρυση Ανώνυμης Εταιρίας με στόχο, το Εκπαιδευτικό Κέντρο της ΑΤΕ να αποτελέσει μια βιώσιμη, ανεξάρτητη οικονομική μονάδα που θα συνεχίσει να παρέχει τις εκπαιδευτικές υπηρεσίες του προς την ΑΤΕ, θα επιτυγχάνει μείωση του κόστους και γενικότερα στελέχωση και λειτουργία με βάση ιδιωτικοοικονομικά κριτήρια. Επίσης, θα αξιοποιεί με την νέα μορφή του τις σύγχρονες κτιριακές εγκαταστάσεις που αποτιμώνται σήμερα σε 44 εκατ., τη μεγάλη

δυναμικότητά του, τη συσσωρευμένη εμπειρία και τεχνογνωσία 15 ετών λειτουργίας, την αξιοποίηση επιστημονικού προσωπικού, το οποίο θα ενταχθεί σε οργανόγραμμα και θα προσδιορίζεται από τις λειτουργικές ανάγκες του Κέντρου, την εμπειρία σε υλοποίηση Κοινοτικών προγραμμάτων και τις διασυνδέσεις με εκπαιδευτικούς φορείς του εξωτερικού.

Με βάση τη νέα μορφή του Εκπαιδευτικού Κέντρου αναμένεται η αύξηση της μέχρι σήμερα αξιοποίησης της δυναμικότητας των υποδομών του σε ώρες διδασκαλίας, αλλά και σε φιλοξενία δραστηριοτήτων στις εκπαιδευτικές και ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις του, καθώς επίσης και η διεύρυσή του στην ελεύθερη αγορά όπου υπάρχουν σοβαρά περιθώρια προσέλκυσης δραστηριοτήτων, οι οποίες έχουν συνάφεια με τους στόχους και τους σκοπούς του.

Οι μετοχές της Ανώνυμης Εταιρίας θα κατέχονται αποκλειστικά από τον Όμιλο εταιριών της ΑΤΕ.

9.3.6 ΤΟ ΝΕΟ ΟΝΟΜΑ

Σταθερά και επίμονα δημιουργεί την Τράπεζα που θα εξυπηρετεί το ίδιο καλά και τον αγρότη και τον επαγγελματία και το νέο και τον ξένο επισκέπτη στη χώρα μας. Δημιουργεί την Τράπεζα όλων των Ελλήνων, όλων των ηλικιών και όλων των επαγγελματικών και κοινωνικών κατηγοριών, με έμφαση στους νέους.

Το νέο όνομα και το νέο λογότυπο οριοθετεί συμβολικά και ουσιαστικά το πέρασμα στη νέα εποχή της Αγροτικής Τράπεζας ως ATEbank.

Η επιλογή των γραμμάτων ATE επικυρώνει στην ουσία αυτό που από το 1991 συνέβαινε με τις εταιρίες και υπηρεσίες του Ομίλου (ATE AEΔAK, ATE LEASING, ATE KAPTA, ATE NET) και που η αγορά έχει αποδεχθεί πλήρως: Τη συντομογραφία του ίδιου του ονόματός της Αγροτικής Τράπεζας Ελλάδος, δηλαδή A.T.E.

Η λέξη «bank» που συνοδεύει, ολοκληρώνει τη νέα ονομασία και χαρακτηρίζει τη νέα Ευρωπαϊκή προοπτική της ιστορικής Τράπεζας.

Το όνομα ATEbank:

- Διαφοροποιεί το πρόσωπό της χωρίς να αρνείται τις καταβολές και την ιστορία της επιτυγχάνοντας δυναμική, μοντέρνα, ελκυστική και νέα εικόνα.
- Προσδίδει κύρος, μέγεθος και προοπτική και δηλώνει διευρυμένο πλαίσιο σύγχρονων υπηρεσιών, τεχνοκρατική αντίληψη και λειτουργία.
- Είναι ελκυστικό σε όλο το φάσμα των πελατών, οικείο στους νέους που ενδιαφέρουν ιδιαιτέρως την τράπεζα και αναγνωρίσιμο από τους ξένους επισκέπτες της χώρας μας.
- Αποτελεί ευέλικτο όχημα για ενιαία και αποτελεσματική επικοινωνία, όχι μόνο των εταιριών του Ομίλου, αλλά και των πολλαπλών υπηρεσιών τους.

Η επεξεργασία της νέας ταυτότητας υλοποιήθηκε από την διαφημιστική εταιρία του Ομίλου, την ATEAdvertising, και αποτελεί την απαρχή από μια σειρά πρωτοβουλίες που στοχεύουν στη ριζική αναμόρφωση της ATE.

Στο πλαίσιο του μετασχηματισμού ολοκληρώνεται:

- Η ανανέωση των προσόψεων των καταστημάτων, με βάση τις νέες αισθητικές προσαρμογές που επιφέρει το λογότυπο της Τράπεζας, δημιουργώντας ένα σύγχρονο και αναγνωρίσιμο πρόσωπο της ΑΤΕ.
- Η αξιοποίηση των εναλλακτικών δικτύων διανομής με:
 1. Τυποποίηση του περιβάλλοντος χώρου του δικτύου των ΑΤΜς.
 2. Ανανέωση των Καρτών Ανάληψης Μετρητών της ΑΤΕnet, στις οποίες έχουν προβλεφθεί ιδιαίτερες εκδόσεις για νέους πελάτες.
 3. Έκδοση χρεωστικής κάρτας.
 4. Λειτουργία σύγχρονου κέντρου Τηλε-εξυπηρέτησης πελατείας.
 5. Δραστηριοποίηση της ΑΤΕ στο Δίκτυο των ΑΤΜς, στα ηλεκτρονικά καταστήματα, στην τηλεφωνική εξυπηρέτηση, στην κινητή τηλεφωνία και το διαδίκτυο, που αναμένεται να βελτιώσει το επίπεδο εξυπηρέτησης και τα συνολικά αποτελέσματά της.
- Η ΑΤΕ διαθέτει πρότυπο για την εσωτερική διαρρύθμιση, εργονομία, ροή πελατείας και εσωτερική εμφάνιση καταστημάτων, ώστε η εικόνα της να εναρμονίζεται με την σύγχρονη τραπεζική πελατοκεντρική αντίληψη.

9.4 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΔΥΝΑΜΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΑΤΕbank & ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΟΜΙΛΟΥ ΑΤΕbank

Κύριο, λοιπόν, χαρακτηριστικό της δυναμικής ανάπτυξης των δραστηριοτήτων και των επιδόσεων του Ομίλου ήταν η μεταστροφή των αποτελεσμάτων όλων σχεδόν των εταιριών του Ομίλου σε κερδοφορία.

Οι παρεμβάσεις και τα αποτελέσματά τους στις θυγατρικές εταιρίες, σε γενικό επίπεδο, συνοψίζονται στα εξής:

- Τοποθετήθηκαν σχεδόν στο σύνολο των εταιριών επαγγελματικό management (ανθρώπους από την αγορά) και συνεχίζουν προς αυτή την κατεύθυνση.
- Ζητήθηκε από όλες τις εταιρίες του Ομίλου, η εκπόνηση τριετούς Επιχειρηματικού Σχεδίου, ώστε να είναι εφικτή η εκπόνηση και Επιχειρηματικού Σχεδίου για ολόκληρο τον Όμιλο.
- Για λόγους ενοποίησης Ισολογισμών με την μητρική, αλλά και για λόγους σωστής πληροφόρησης, όλες οι εταιρίες στις οποίες διατηρεί στην πλειοψηφία στο μετοχικό τους κεφάλαιο η ΑΤΕbank, συντάσσουν πλέον τις οικονομικές τους καταστάσεις με βάση τα Διεθνή Λογιστικά Πρότυπα.
- Καθιερώθηκε η τακτική συνάντηση της Διοίκησης της Τράπεζας με τις Διοικήσεις

των εταιριών, ώστε να υπάρξει ένας καλύτερος συντονισμός και κυρίως να εμπεδωθεί η συνείδηση του Ομίλου της ΑΤΕbank, σε υψηλό επίπεδο.

Με όλα τα παραπάνω, σε συνδυασμό με τη λήψη μέτρων για περιστολή δαπανών, όπου αυτό ήταν εφικτό, κατόρθωσε η ΑΤΕ ώστε οι εταιρίες του Ομίλου από παγιωμένοι ζημιογόνοι οργανισμοί να μετατραπούν σε κερδοφόρους, ύστερα από πολλά χρόνια, με ισχυρές βάσεις ώστε η κερδοφορία να μην είναι περιστασιακή, αλλά μονιμότερου χαρακτήρα.

Ειδικότερα, μπορούμε να αναφέρουμε τα εξής:

- Οδήγησε σε εκκαθάριση τις εταιρίες **ΑΤΕ – ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ, ΓΑΙΟΓΝΩΜΩΝ και ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΑΓΡΟΕΞΑΓΩΓΕΣ**.
- Για την **ΑΤΕ – ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ** θα πρέπει να σημειώσουμε ότι ιδρύθηκε με σκοπό την εξυγίανση της Τράπεζας με εγγραφή υπεραξιών. Όμως μόνο αυτό δεν συνέβη, αφού χρησιμοποιήθηκε για την τεχνητή άνοδο του Χρηματιστηρίου. Οι υπεραξίες έγιναν υποαξίες και η Τράπεζα έχασε 450 εκατ. €, από τα οποία τα 250 εκατ. € κάλυψε το Δημόσιο με το Ν. 3301/23.12.2007.
- Πούλησε τις μετοχές που κατείχε η ΑΤΕbank στη ΣΟΥΛΤΕΝΩΣΗ, στην ΙΝΟ, στην ΕΤΑΝΑΜ και ΗΠΕΙΡΟΣ. Το πρόγραμμα απεμπλοκής της Τράπεζας από τις μη χρηματοπιστωτικές εταιρίες συνεχίζεται.
- Στην **ΑΤΕ – ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ** έγινε μια μεγάλη προσπάθεια για την εξυγιάσή της και την ορθολογική λειτουργία της. Για την επίτευξη του στόχου αυτού η Τράπεζα έλαβε όποια μέτρα χρειαστήκαν. Ενίσχυσε με ουσιαστικά μέτρα το θεσμό του Bankassurance και τα αποτελέσματα της δράσης αυτής φαίνονται ήδη:

ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Η ΑΤΕbank μέσω της ΑΤΕ Ασφαλιστικής –μια από τις μεγαλύτερες ασφαλιστικές εταιρίες της χώρας– και με την παροχή ειδικά σχεδιασμένων και πρωτοποριακών ασφαλιστικών προγραμμάτων, βρίσκεται κοντά και καλύπτει κάθε ανάγκη για την εύρυθμη λειτουργία των επιχειρήσεων.

Πιο συγκεκριμένα, τα ασφαλιστικά προγράμματα της ΑΤΕ Ασφαλιστικής αφορούν:

Πυρός και Συμπληρωματικών Κινδύνων

Πολυσφαιλιστήρια κατοικιών – SUPER ΚΑΤΟΙΚΙΑ

Ασφάλιση Επαγγελματικής Στέγης – SUPER ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΣΤΕΓΗ

Ασφάλιση Ξενοδοχειακών Μονάδων – ΔΙΟΝΥΣΟΣ

Θραύση Κρυστάλλων

Απώλειες Μικτών Κερδών (εξαιτίας πυρκαγιάς)

Κλοπής Χρηματαποστολών

Ασφάλιση Θερμοκηπίων

Τεχνικές Ασφαλίσεις

Αστική Ευθύνη

Ασφαλίσεις Αυτοκινήτων

Ταξιδιωτική Ασφάλιση

Μεταφορές

Ασφαλίσεις Σκαφών

Ασφαλίσεις Πληρωμάτων Πλοίων

Ασφαλίσεις Φυτικού Τομέα

Ασφαλίσεις Ζωικού Τομέα

Ασφαλίσεις Υδατοκαλλιεργειών

Ομαδικές Ασφαλίσεις

- Στην **ATE – Leasing** που ιδρύθηκε το 1991, οι επισφάλειες ανέρχονταν στις 31/12/2007 σε 100 εκατ. € περίπου και για αυτό έγινε υποχρεωτική αύξηση κεφαλαίου κατά 41 εκατ. €. Ταυτόχρονα, επιβλήθηκε η σωστή λειτουργία της εταιρίας, ώστε να αποφευχθούν τα λάθη και οι παραλείψεις του παρελθόντος και να οδηγηθεί η εταιρία στην πραγματική και όχι στην πλασματική κερδοφορία.

Leasing – Χρηματοδοτική Μίσθωση

Τι είναι το Leasing

Είναι μια σύγχρονη μορφή χρηματοδότησης παραγωγικού εξοπλισμού του οποίου η ATE Leasing, διατηρώντας την κυριότητά του, παραχωρεί τη χρήση του στον επιχειρηματία – μισθωτή για συγκεκριμένη χρονική περίοδο έναντι προσυμφωνημένου μισθώματος, που καταβάλλεται σε προκαθορισμένα χρονικά διαστήματα. Στο τέλος της μισθωτικής περιόδου, ο μισθωτής έχει τη δυνατότητα είτε να εξαγοράσει την κυριότητα του εξοπλισμού έναντι προσυμφωνημένου τιμήματος, είτε υπό προϋποθέσεις να ανανεώσει τη μίσθωση για συγκεκριμένο χρόνο.

Σε Ποιους Απευθύνεται

Σε κάθε νομικής μορφής επιχειρήσεις που θέλουν να εκσυγχρονίσουν ή να αναπτύξουν το παραγωγικό τους δυναμικό, χωρίς να δεσμεύσουν ίδια κεφάλαια. Παρέχεται και για επενδύσεις εκτός Ελλάδος (Ε.Ε. – Βαλκάνια).

Μορφές Leasing

- ◆ Χρηματοδοτική Μίσθωση (Financial Leasing)
- ◆ Πώληση και Επαναμίσθωση (Sale & Lease-back)
- ◆ Χρηματοδοτική Μίσθωση με Συνεργασία Προμηθευτών (Vendor Leasing)
- ◆ Διασυνοριακή Χρηματοδοτική Μίσθωση (Cross-border Leasing)
- ◆ Κοινοπρακτική Μίσθωση (Syndicated Leasing)
- ◆ Leasing Ακινήτων

Οφέλη για τις Επιχειρήσεις

- ✓ Χρηματοδοτείται μέχρι και το 100% της αξίας του εξοπλισμού.
- ✓ Παρέχεται η δυνατότητα ταχύτερης και μεγαλύτερης απόσβεσης του εξοπλισμού, δημιουργώντας φορολογικά οφέλη, αφού τα μισθώματα αναγνωρίζονται ως λειτουργικές δαπάνες και εκπίπτουν στο σύνολό τους από τα ακαθάριστα έσοδα.
- ✓ Ο ΦΠΑ καταβάλλεται τμηματικά κατά την πληρωμή των μισθωμάτων και όχι εφάπαξ κατά την αγορά του εξοπλισμού.
- ✓ Έχει ευελιξία στο χρονικό προσδιορισμό των περιοδικών καταβολών των μισθωμάτων, γεγονός που αποτελεί βασικό στοιχείο για τον καλύτερο ταμειακό

προγραμματισμό του μισθωτή, σύμφωνα και με τα αναμενόμενα έσοδα από τη χρήση του εξοπλισμού.

- ✓ Η ταχύτερη απόσβεση του εξοπλισμού επιτρέπει την αντικατάστασή του, ιδιαίτερα στις περιπτώσεις που η τεχνολογική εξέλιξη το επιβάλλει.
- ✓ Έχει ευελιξία, διότι οι διαδικασίες έγκρισης και υπογραφής είναι απλές και σύντομες.
- ✓ Ο μισθωτής απαλλάσσεται από τον Ε.Φ.Τ.Ε.
- ✓ Δεν απαιτούνται, συνήθως, εμπράγματα διασφαλίσεις.
- ✓ Δεν επηρεάζεται ο ισολογισμός της επιχείρησης, με αποτέλεσμα να διατηρείται η πιστοληπτική της ικανότητα.
- ✓ Διατηρούνται τα κίνητρα του Ν. 2601/1998, καθώς και των λοιπών Αναπτυξιακών Νόμων και Προγραμμάτων της Ε.Ε.

1

- Η **ΑΤΕ - ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΑΚΗ**, από τα πρόθυρα της χρεοκοπίας που την είχαν ωθήσει οι περιβόητοι «κόκκινοι κωδικοί» της διετίας 1999 - 2003, αφού λήφθηκαν από την τωρινή διοίκηση μια σειρά μέτρων για την περιστολή των δαπανών και την αύξηση των εσόδων, συμπεριλαμβάνεται σήμερα στις πρώτες εταιρίες της χρηματιστηριακής αγοράς με βάση την κερδοφορία και την αποδοτικότητα των ιδίων κεφαλαίων. Πολύ επιβεβαιωτικό στοιχείο της σημερινής πολύ καλής κατάστασης της εταιρίας είναι ο δείκτης κεφαλαιακής επάρκειας, ο οποίος βρίσκεται 5 φορές ψηλότερα από το ελάχιστο αποδεκτό όριο που απαιτούν οι εποπτικές αρχές.
- Η **ΑΤΕ - ΑΕΔΑΚ** που ιδρύθηκε το 1992, ήταν και παραμένει κερδοφόρος εταιρία. Εμπλούτισε τα προϊόντα της και έτσι διευκόλυνε και το δίκτυο στις πωλήσεις του. Ύστερα από αξιολόγηση αρκετών αναγνωρισμένων εταιριών του εξωτερικού αποφασίστηκε η συνεργασία με την Rothschild Group προκειμένου η οικογένεια των αμοιβαίων κεφαλαίων της να αποτελέσουν τον βασικό κορμό της διάρθρωσης του χαρτοφυλακίου του νέου αμοιβαίου κεφαλαίου της εταιρίας (Fund of Funds). Το Rothschild Group έχει έδρα την Γενεύη, διαχειρίζεται ποσά της τάξης των € 70 δις και για την Ελλάδα συνεργάζεται αποκλειστικά με την ΑΤΕbank.

ΑΤΕ ΑΕΔΑΚ*, είναι Ανώνυμη Εταιρία που συστάθηκε βάσει του Νόμου 1969/91, με έδρα την Αθήνα, οδός Φιλελλήνων αριθμός 7, και αποκλειστικό σκοπό τη διαχείριση Αμοιβαίων Κεφαλαίων. Με την υπ’ αριθμόν 103, της 31/3/1992, απόφαση της Επιτροπής Κεφαλαιαγοράς της παρασχέθηκε η άδεια ίδρυσης και η διάρκεια της λήγει την 31η Δεκεμβρίου 2092.

Το ύψος των ιδίων Κεφαλαίων της Εταιρίας Διαχειρίσεως, σύμφωνα με το δημοσιευθέντα ισολογισμό (κατά τα Δ.Π.Χ.Π.) της 31/12/2006, είναι € 5.915.873,75.

Το μετοχικό της κεφάλαιο ανέρχεται στο ποσό των € 910.000, είναι καταβεβλημένο εξ’ ολοκλήρου σε μετρητά και διαιρείται σε 100.000 μετοχές, ονομαστικής αξίας € 9,10 η κάθε μία. Μέτοχοι της ΑΤΕ ΑΕΔΑΚ είναι οι κάτωθι:

ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	54%
ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ Α.Ε.	46%

- Στην **ΑΤΕ - ΚΑΡΤΑ** που ιδρύθηκε το 1991, είχαμε αύξηση των πιστώσεων που χορηγήθηκαν αλλά και σταθερότητα στον αριθμό των καρτών, γεγονός που δεν δικαιολογείται ούτε από το δίκτυο ούτε από τον αριθμό των πελατών της Τράπεζας. Εξετάζεται από μηδενική βάση ο τρόπος λειτουργίας της ΑΤΕ - Κάρτας.

ΑΤΕ - ΚΑΡΤΑ

Οι κάρτες της ΑΤΕbank καλύπτουν όλες τις ανάγκες των πελατών της προσφέροντας ασφάλεια και σιγουριά οπουδήποτε και οποιαδήποτε στιγμή. Η σειρά των προϊόντων περιλαμβάνει κάρτες για όλες τις καθημερινές συναλλαγές (αγορές και αναλήψεις μετρητών), κάρτες για φοιτητές και κάρτες για επιχειρήσεις.

- **ATE – Factoring**

Factoring – Προεξόφληση Επιχειρηματικών Απαιτήσεων

Η Υπηρεσία Factoring της ATEbank είναι μέλος του Factors Chain International (FCI) που είναι ο μεγαλύτερος διεθνής οργανισμός πρακτόρων Factoring στον κόσμο. Το Factoring –ως σύγχρονο και ευέλικτο χρηματοοικονομικό εργαλείο– προσφέρει στην πελατεία της ATEbank και τις τρεις μορφές Factoring:

- ♦ Εγχώριο (απευθύνεται σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα)
- ♦ Εισαγωγικό (απευθύνεται σε επιχειρήσεις που πραγματοποιούν εισαγωγές)
- ♦ Εξαγωγικό (απευθύνεται σε επιχειρήσεις που πραγματοποιούν εξαγωγές)

Προσφερόμενες Υπηρεσίες:

- Λογιστική διαχείριση και απλή είσπραξη απαιτήσεων πελατών
- Χρηματοδότηση με προεξόφληση εκχωρημένων απαιτήσεων
- Έλεγχος φερεγγυότητας αγοραστών
- Δυνατότητα ασφάλισης απαιτήσεων έναντι πιστωτικού κινδύνου
- Η **ATE ΤΕΧΝΙΚΗ – ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ** είναι η μετεξέλιξη της Αγροτικής Τεχνικής που το 1999 μετονομάστηκε ATE – Αξιοποίησης Ακινήτων. Το Νοέμβριο του 2007 προστέθηκε στους σκοπούς της εταιρίας και η Πληροφορική. Οι προσπάθειες νοικοκυρέματος αντέστρεψαν το ζημιογόνο από το 1996 μέχρι το Α΄ τρίμηνο του 2007 μέχρι σήμερα που καλύπτουν σταδιακά τις συσσωρευμένες ζημιές παρελθουσών χρήσεων.
- Τέλος, ανέδειξε τις δυνατότητες της **ATE – Advertising** (πρώην ΣΥΝΕΔΙΑ), αυξήσαμε το μετοχικό της κεφάλαιο και την καταστήσαμε τη διαφημιστική εταιρία του Ομίλου μας με στόχο την επικοινωνιακή συνέπεια όλων των διαφημιστικών ενεργειών προς μία στρατηγική κατεύθυνση.
- Η **ATE – Rent**, μέλος του μεγάλου ομίλου της Αγροτικής Τράπεζας και των θυγατρικών της εταιριών, εκμεταλλευόμενη την οικονομική δύναμη και εμπειρία που διαθέτει εισέρχεται δυναμικά στη μακροχρόνια μίσθωση Ι.Χ. αυτοκινήτων

(operating Leasing). Η ευέλικτη σχεδίαση προγραμμάτων μακροχρόνιας μίσθωσης, το εξειδικευμένο προσωπικό και η ανταγωνιστική τιμολόγησή της ανοίγουν νέους ορίζοντες στη μίσθωση αυτοκινήτου.

- **Το χαρτοφυλάκιο των δανείων**

Το χαρτοφυλάκιο των δανείων του Ομίλου της ΑΤΕbank, μετά την αφαίρεση των προβλέψεων για επισφαλείς απαιτήσεις, αποτελεί βασικό στοιχείο του ενεργητικού, αφού συμμετέχει με ποσοστό 60,3%. Η εξυγιαντική πολιτική που ακολουθήθηκε, η σημαντική αύξηση των συνολικών προβλέψεων για επισφαλείς απαιτήσεις (κατά 450 εκατ. € στην Τράπεζα και 496 εκ. € στον Όμιλο) και η διαμόρφωση των σχηματισμένων προβλέψεων, είχαν ως συνέπεια τα υπόλοιπα των δανείων του Ομίλου να κινηθούν στα περσινά επίπεδα, μετά την αφαίρεση των προβλέψεων για επισφαλείς απαιτήσεις και μετά από διαγραφές σημαντικού ύψους χρεών (717 εκ. €). Ο Όμιλος ΑΤΕbank κατάφερε, παρά τις διαγραφές του προβληματικού χαρτοφυλακίου δανείων του, να διατηρήσει τη θέση του στη χρηματοπιστωτική αγορά και από την άποψη των υπολοίπων των δανείων (μετά από προβλέψεις), με μερίδιο περίπου 11%.

Οι εξελίξεις του χαρτοφυλακίου δανείων σηματοδοτήθηκαν κατά το 2008 από τη σημαντική αύξηση των στεγαστικών δανείων, των οποίων τα υπόλοιπα αυξήθηκαν κατά 40,7% έναντι του προηγούμενου έτους. Ανάλογη αύξηση παρατηρήθηκε το 2008 στα καταναλωτικά δάνεια, τα υπόλοιπα των οποίων αυξήθηκαν κατά 13,1%. Ο συνολικός δανεισμός προς τα νοικοκυριά αυξήθηκε κατά 30,7%.

9.5 Η ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ & ΤΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ

- Τον Δεκέμβριο του 2008 το δίκτυο των ATMs της ΑΤΕbank αριθμούσε 690 εγκατεστημένα μηχανήματα έναντι 586 τον αντίστοιχο μήνα του 2007.
- Στη διάρκεια του 2008, πραγματοποιήθηκαν μέσω των ATMs της Τράπεζας πάνω από 20,6 εκατ. συναλλαγές, οι αναλήψεις ξεπέρασαν τα € 3,4 δις, ενώ παράλληλα βελτιώθηκε το επίπεδο ασφάλειας, εξυπηρέτησης και αποτελεσματικότητας.
- Η ανάπτυξη του δικτύου των ATM προβλέπεται να συνεχισθεί και το επόμενο έτος, αξιοποιώντας σχέσεις της Τράπεζας με νέους κομβικούς πελάτες, οι οποίοι μας εμπιστεύονται για τις υπηρεσίες που προσφέρουμε, όπως είναι το Υπουργείο Εθνικής Αμύνης, η ΕΥΔΑΠ κ.ά.
- **Η Τράπεζα δίνει ιδιαίτερη έμφαση στο σχεδιασμό, ανάπτυξη και στη διαρκή βελτίωση των πληροφοριακών της συστημάτων, διευκολύνοντας έτσι την αντίστοιχη ανάπτυξη και λειτουργία εναλλακτικών ηλεκτρονικών δικτύων διανομής και την προώθηση νέων προϊόντων μέσω των δικτύων αυτών σε επίπεδο Ομίλου.**
- Σύμφωνα με το επενδυτικό πρόγραμμα, το 2008 εκταμιεύθηκαν 3,5 εκατ. € για τη συντήρηση και αναβάθμιση των πληροφοριακών συστημάτων, την αναβάθμιση και επέκταση του δικτύου των ATMs και 1,2 εκατ. € για την αγορά λογισμικού, συστημάτων πληροφορικής και λοιπών προγραμμάτων.
- **Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στην ανάπτυξη Συστήματος Διοικητικής Πληροφόρησης M.I.S. (Management Information System) της ΑΤΕbank, ώστε να είναι εφικτός ο έλεγχος του βαθμού επίτευξης των στόχων του Επιχειρησιακού Σχεδίου και η αξιολόγηση της πορείας της Τράπεζας. Ειδικότερα, η λειτουργία του συστήματος M.I.S., με τις επιμέρους εφαρμογές του, δίνει στην Διοίκηση τη δυνατότητα παρακολούθησης των βασικών δεικτών που αποτυπώνουν την λειτουργία της και διαμόρφωσης σφαιρικής και ενιαίας εικόνας για όλους τους τομείς δράσης της Τράπεζας.**
- **Τέλος, το 2008, μετά από 15 χρόνια παλινωδίες και καθυστερήσεις, επιταχύνθηκε η κατασκευή του Μηχανογραφικού Κέντρου της Τράπεζας, το οποίο λειτουργεί από τον Απρίλιο του 2007. Πρόκειται για ένα από τα πλέον σύγχρονα στην ευρύτερη περιοχή της Ν.Α. Ευρώπης, τοποθετημένο σε ένα υπερσύγχρονο κτιριακό συγκρότημα και με σχεδιασμό προσαρμοσμένο στις**

τελευταίες εξελίξεις της τεχνολογίας, ώστε να καλύψει τις ανάγκες της Τράπεζας και του Ομίλου για τα προσεχή πενήντα χρόνια.

9.6 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΑΤΕbank
9.6.1 Η ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ – Ο ΡΥΘΜΙΣΤΗΣ ΣΤΗΝ ΥΙΟΘΕΤΗΣΗ
ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ

Σύμφωνα με όλες τις σχετικές έρευνες, κρισιμότερη παράμετρος για την υιοθέτηση των Εναλλακτικών Δικτύων Διανομής (ATM, E-Banking κ.λπ.) είναι το αντιλαμβανόμενο από το χρήστη, επίπεδο παρεχόμενης ασφάλειας.

Σήμερα, το σύνολο των Τραπεζών προσπαθούν να ενθαρρύνουν την πραγματοποίηση των συναλλαγών, μακριά από το γκισέ, χωρίς τη φυσική παρουσία του πελάτη τους. Πρόσφατα στοιχεία αναφέρουν ότι σχεδόν 1 στις 2 συναλλαγές πραγματοποιούνται μακριά από το γκισέ. Τη μερίδα του λέοντος στην εναλλακτική εξυπηρέτηση έχει το ATM, για ανάληψη μετρητών και πληρωμή λογαριασμών και ακολουθεί το τηλέφωνο και το internet banking, για μη εγχρήματες συναλλαγές και ενημέρωση.

Ειδικά η ανάπτυξη του Internet Banking, σχετίζεται τόσο με την ύπαρξη ενός υπολογιστή σε κάθε νοικοκυριό, όσο και με την πρόσβαση στο Διαδίκτυο. Σε κάθε περίπτωση όμως, η ασφάλεια, η εμπιστευτικότητα και η αξιοπιστία των Συστημάτων μονοπωλούν την προσοχή της υφιστάμενης και δυνητικής πελατείας του Internet Banking.



Γράφημα 25 : Λόγοι αποφυγής χρήσης του E-Banking

Στο Γράφημα 24 φαίνονται οι λόγοι για τους οποίους οι χρήστες του Διαδικτύου είναι διστακτικοί απέναντι στην Ηλεκτρονική Τραπεζική. Ο κυριότερος λόγος είναι ότι φοβούνται την Ηλεκτρονική Τραπεζική ως έννοια, μιας και δεν είναι αρκετά ενημερωμένοι όπως φαίνεται και από τον τρίτο κατά σειρά λόγο αποφυγής του e-Banking, ο οποίος είναι ότι οι τράπεζες δεν ενημερώνουν σωστά τους πελάτες τους. Ο δεύτερος λόγος είναι το ότι οι πελάτες προτιμούν να επισκέπτονται οι ίδιοι τις τράπεζες, είτε γιατί έτσι πιστεύουν ότι θα πάρουν καλύτερες και πιο έγκυρες πληροφορίες είτε για την κοινωνική τους ευχαρίστηση.

9.6.2 ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΑΤΕ WEB BANKING ΓΙΑ ΙΔΙΩΤΕΣ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Με έμφαση στην ευχρηστία και την ασφάλεια, από τις 16/1/2008, η υπηρεσία ΑΤΕ Web Banking εξασφαλίζει μία ολοκληρωμένη σειρά καινοτομικών τραπεζικών υπηρεσιών στο Διαδίκτυο. Χρησιμοποιώντας τεχνολογία αιχμής η ΑΤΕbank ενισχύει ακόμα περισσότερο τη Διαδικτυακή της παρουσία και εγκαινιάζει με την Υπηρεσία ΑΤΕ Web Banking, μία νέα εποχή στην τραπεζική εξυπηρέτηση. Όλοι πλέον οι

πελάτες της ATEbank μπορούν να εγγράφονται στην υπηρεσία ATE Web Banking, σε ένα από τα 470 καταστήματα ATEbank, σε όλη την Ελλάδα. Χρήστες της υπηρεσίας μπορούν να γίνουν όλα τα φυσικά πρόσωπα που τηρούν τουλάχιστον έναν τραπεζικό λογαριασμό στην τράπεζα. Οι ατομικές επιχειρήσεις και οι ελεύθεροι επαγγελματίες θα εγγράφονται στην υπηρεσία ATE Web Banking Ιδιωτών. Ειδικότερα, για την ατομική επιχείρηση ή τον ελεύθερο επαγγελματία που επιθυμεί να εντάξει στην υπηρεσία άλλον χρήστη πέραν του ιδίου, θα εγγράφεται στην υπηρεσία ATE Web Banking Επιχειρήσεων, μετά από ειδική έγκριση της Διεύθυνσης Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.

Η ATEbank, εναρμονιζόμενη πλήρως με τις τάσεις της αγοράς έχει αναπτύξει μία ιδιαίτερα εύχρηστη, φιλική και ασφαλή πλατφόρμα για την υποστήριξη on-line συναλλαγών από την πελατεία της. Εστιάζοντας στο ζήτημα της εμπιστευτικότητας των συναλλαγών μέσω Διαδικτύου, έχει υιοθετήσει την **τεχνολογία TOKEN** (ειδική συσκευή παροχής πρόσθετου κωδικού ασφάλειας), και χρησιμοποιεί ό,τι πιο αξιόπιστο για την ασφάλεια των συναλλαγών από οποιοδήποτε σημείο του κόσμου επιλέξει ο χρήστης να έχει πρόσβαση στο Internet και στον τραπεζικό του λογαριασμό.

Η συσκευή Token παρέχει κωδικούς ασφάλειας μίας χρήσης που σε συνδυασμό με το κωδικό χρήστη και τον κωδικό πρόσβασης είναι απαραίτητα για την πρόσβαση και χρήση της υπηρεσίας ATE Web Banking, διασφαλίζοντας έτσι το απόρρητο και την εμπιστευτικότητα των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Πρόκειται για μία πολύ κομψή συσκευή που μπορεί να κρεμαστεί ακόμα και σαν μπρελόκ στα κλειδιά και είναι εξαιρετικά εύκολη στη χρήση.



Η ATEbank με τη συσκευή Token, που είναι διαφορετική για κάθε χρήστη, απαντά με τον πιο ολοκληρωμένο τρόπο στο θέμα της ασφάλειας των συναλλαγών. Με το πάτημα του πορτοκαλί κουμπιού του token, παράγεται ένας μοναδικός εξαψήφιος κωδικός, που έχει σχέση αποκλειστικά με τον κάτοχο της συσκευής και αποτελεί την ηλεκτρονική υπογραφή του. Επομένως, η ATEbank παρέχει κορυφαία ασφάλεια εις

τριπλούν, που αποτελεί στοιχείο διαφοροποίησης από άλλες Τράπεζες, καθώς ο συνδυασμός και των τριών στοιχείων : κωδικός χρήστη, κωδικός πρόσβασης και κωδικός token, είναι υποχρεωτικά στη χρήση της υπηρεσίας ATE Web Banking (πρόσβαση και συναλλαγές).

Υλοποιώντας το πρόγραμμα **«Αξεπέραστες ηλεκτρονικές υπηρεσίες... όπου και αν βρίσκεστε»**, παρέχει τόσο στα νομικά όσο και φυσικά πρόσωπα, μία ιδιαίτερα εύχρηστη πλατφόρμα με τις πλέον καινοτομικές υπηρεσίες ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης. Με την **υπηρεσία ATE Web Banking**, η προσωποποιημένη εξυπηρέτηση που σχεδιάστηκε για κάθε σύγχρονο Έλληνα, τόσο του Κέντρου όσο και της Περιφέρειας, βρίσκεται μόλις ένα... κλικ μακριά. Επιπλέον, για την ευκολότερη εκπαίδευση των χρηστών του ATE Web Banking έχει αναρτηθεί στην ιστοσελίδα της Τράπεζας (www.atebank.gr), αναλυτική παρουσίαση και εκπαιδευτικό υλικό με τη μορφή video (ATE Web Banking demo), που είναι ιδιαίτερα χρήσιμο ακόμα και για όσους δεν έχουν προηγούμενη εμπειρία χρήσης ηλεκτρονικών υπηρεσιών.

Η υπηρεσία **ATE Web Banking για Ιδιώτες** καλωσορίζει κάθε Έλληνα που έχει

πρόσβαση στο Διαδίκτυο, στον πιο σύγχρονο, ασφαλή, φιλικό και απλό τρόπο πραγματοποίησης τραπεζικών συναλλαγών προσφέροντάς του τις εξής υπηρεσίες:

- **Πληροφορίες Λογαριασμών**, που περιλαμβάνει:
 - Προβολή υπολοίπων και κινήσεων:
 - Καταθετικών λογαριασμών
 - Επενδυτικών λογαριασμών
 - * Προθεσμιακών καταθέσεων
 - * REPOS
 - * Ειδικών Επενδυτικών λογαριασμών
 - Λογαριασμών Δανείων
 - Πληροφορίες Επιταγών
- **Πληροφορίες Λογαριασμών (Καταθετικοί - Επενδυτικοί)**
 - Ενημέρωση για το υπόλοιπο των καταθετικών λογαριασμών, Όψεως, Προθεσμίας, REPOS και Ειδικών Επενδυτικών λογαριασμών, που είναι συνδεδεμένοι στο Internet Banking.
 - Ενημέρωση για την κίνηση των λογαριασμών (ημερήσια/μηνιαία ανάλυση)
 - Αναλυτική πληροφόρηση για τις συναλλαγές που πραγματοποιήθηκαν ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα της επιλογής του πελάτη.
 - Ενημέρωση άμεσα για τις τρέχουσες ημερήσιες συναλλαγές που πραγματοποιήθηκαν.
 - Έλεγχος κατάστασης επιταγών.
- **Πληροφορίες Λογαριασμών (Χρηματοδοτήσεις/Δάνεια)**
 - Πληροφόρηση για τα υπόλοιπα των δανειακών λογαριασμών που αφορούν χρηματοδοτήσεις, καθώς και για την κίνηση και τη δόση κάθε λογαριασμού.
 - Πληροφόρηση για τα συνοπτικά στοιχεία των Ανοικτών δανείων.
 - Πληροφόρηση για τις κινήσεις, τα συνοπτικά στοιχεία και τη δόση των Στεγαστικών και Καταναλωτικών Δανείων.
- **Εγγρήματες Συναλλαγές**
 - Μεταφορές χρημάτων εντός ATEbank (σε προσωπικούς λογαριασμούς ή λογαριασμούς τρίτων) – Προγραμματισμός μεταφορών κεφαλαίων/πληρωμών με

μελλοντικές ή και επαναλαμβανόμενες εντολές σε συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα και με συγκεκριμένο πλήθος επαναλήψεων

- Εμβάσματα εσωτερικού (Παρέχεται η δυνατότητα επιλογής του τρόπου καταβολής των εξόδων της συναλλαγής, είτε με επιβάρυνση μόνο του εντολέα – OUR, είτε μόνο του αποδέκτη – BEN, είτε και των δύο – SHA.) (Τα στοιχεία του δικαιούχου που απαιτούνται για την πραγματοποίηση της συναλλαγής, δηλαδή, κωδικός Τράπεζας, IBAN λογαριασμού δικαιούχου, τρόπος καταβολής εξόδων, ονοματεπώνυμο δικαιούχου και ποσό, καταχωρούνται είτε κατά τη δημιουργία Πληρωμής, είτε λαμβάνονται από το αρχείο Δικαιούχων Εμβασμάτων – βάση δεδομένων που ο χρήστης δημιουργεί και συντηρεί στην εφαρμογή Web Banking)
- Εμβάσματα εξωτερικού (ομοίως στα Εμβάσματα εσωτερικού)
- Πληρωμές Λογαριασμών (Δημοσίου, Κοινής Ωφέλειας, Τηλεφωνίας, κ.λπ.)
 - Πληρωμή ΦΠΑ, εφόσον η σχετική δήλωση υποβάλλεται μέσω του TAXISnet (με δυνατότητα ακύρωσης)
 - Πληρωμή εργοδοτικών εισφορών ΙΚΑ (με δυνατότητα ακύρωσης)
 - Πληρωμή εισφορών ΟΑΕΕ (με δυνατότητα ακύρωσης)
 - Πληρωμή λογαριασμών ΔΕΗ (με δυνατότητα ακύρωσης)
 - Πληρωμή λογαριασμών ΕΥΔΑΠ (με δυνατότητα ακύρωσης)
 - Πληρωμή λογαριασμών ΟΤΕ (με δυνατότητα ακύρωσης)
 - Πληρωμή λογαριασμών Φυσικού Αερίου Αττικής (με δυνατότητα ακύρωσης)
 - Πληρωμή λογαριασμών εταιριών τηλεφωνίας Lannet, Forthnet (με δυνατότητα ακύρωσης)
 - Πληρωμή Φόρου Εισοδήματος Φυσικών Προσώπων
- Ομαδικές Πληρωμές Λογαριασμών (ΙΚΑ, ΟΑΕΕ, ΦΠΑ)
- Πληρωμές Πιστωτικών Καρτών εντός και εκτός ΑΤΕbank

- **Χρηματιστηριακές Συναλλαγές**

- Παρακολούθηση Χαρτοφυλακίου
- On-line Χρηματιστηριακές Εντολές Αγοράς/Πώλησης Μετοχών
- Παρακολούθηση Χρηματικών Κινήσεων και Κινήσεων Τίτλων
- Ιστορικότητα Πράξεων και Πινακιδίων
- Statements
- Γρήγορη Αναζήτηση Τίτλων

- **Επιπλέον Επιλογές**

- Αλλαγή μυστικού κωδικού πρόσβασης (Προσωπικές Ρυθμίσεις)
- Δυνατότητα ονομασίας των λογαριασμών με ονόματα της επιλογής του πελάτη
 - Ασφαλές ηλεκτρονικό κανάλι επικοινωνίας με την Τράπεζα (e-mail).
 - Δυνατότητα αποστολής στο χρήστη μηνυμάτων επισημάνσης/ενημέρωσης (alert sms/e-mail).
 - Δυνατότητα Υποβολής Αιτήσεων (Παραγγελίες Χαρτονομισμάτων, Έκδοση Μπλοκ Επιταγών, Ανανέωση Προθεσμιακών Καταθέσεων, Χορήγηση/Ανανέωση Δανείων, Έκδοση Βεβαιώσεων Εισοδήματος Τόκων Καταθέσεων, ΑΤΕnet Debit έκδοση/τροποποίηση).

Όλα αυτά, απεικονίζονται στο Γράφημα 25, όπου παρατηρούμε ότι αυτό που ενδιαφέρει περισσότερο τους χρήστες είναι να ενημερώνονται για την κατάσταση των λογαριασμών τους και να μπορούν να μεταφέρουν χρήματα σε άλλους λογαριασμούς. Μια ακόμη λειτουργία που είναι αρκετά δημοφιλής στους χρήστες της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στην Ελλάδα είναι και η δυνατότητα της πληρωμής διαφόρων λογαριασμών (ΔΕΗ, ΟΤΕ, κινητή τηλεφωνία), καθώς και πληρωμή πιστωτικών καρτών και ηλεκτρονικών αγορών.

Γράφημα 26 : Δημοφιλέστερες Υπηρεσίες E-Banking



Βάση: Όσοι χρησιμοποιούν e-banking

ΠΗΓΗ: έρευνα e-metrics, AGB Nielsen Media Research

Πέραν όμως από τις παραπάνω υπηρεσίες, που σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό, παρέχονται και από άλλες τράπεζες, το ΑΤΕ Web Banking εξασφαλίζει υπηρεσίες σύγχρονης επιχειρηματικής με:

- Την ενσωμάτωση των εγκριτικών επιπέδων και των πιθανών ροών εργασίας της επιχείρησης
- Την 24ωρη διαθεσιμότητα και υποστήριξη από το Κέντρο Τηλε-Εξυπηρέτησης της ΑΤΕbank
- Την παροχή υπηρεσιών Διαχείρισης Διαθεσίμων για Επιχειρήσεις (Liquidity Management) με υποδομή που αποτελείται από 3 μέρη:

Account Pooling: Ομαδοποίηση λογαριασμών για παρακολούθηση συγκεντρωτικά. Για παράδειγμα, μπορούν να δημιουργηθούν ομάδες με βάση το νόμισμα ή τον τύπο (Όψεως, Ταμειυτήριο) και να παρακολουθούνται

συγκεντρωτικά σε οποιοδήποτε νόμισμα είναι επιθυμητό.

Account Sweeping: Δήλωση επιθυμητού ελάχιστου, μέγιστου ή μεταξύ δύο ορίων υπολοίπου λογαριασμού, με μεταφορά από ή σε λογαριασμό με το πέρας της εργάσιμης ημέρας. Για παράδειγμα, κάποιος μπορεί να δηλώσει ότι, αν ο λογαριασμός Α πέσει κάτω από €2.000 να γίνεται μεταφορά από τον λογαριασμό του Β, ούτως ώστε το υπόλοιπο του λογαριασμού Α να γίνει μεγαλύτερο των €2.000.

Reconciliation and Settlement: Άντληση των ημερησίων, εβδομαδιαίων ή μηνιαίων κινήσεων από το ERP σύστημα της εταιρίας και συμφωνία με κινήσεις των λογαριασμών, όπως αυτές έχουν καταγραφεί στα αρχεία της Τράπεζας.

Πίνακας 17 : Στοιχεία ΑΤΕ Web Banking Έτους 2007

	ΝΟΜΙΚΑ ΠΡΟΣΩΠΑ
Εγγεγραμμένοι Πελάτες	363
Ενεργοποιημένοι Πελάτες	320
Χρήσεις E-Banking	2.117
Μεταφορές εντός Τραπέζης	13.138.103
Μεταφορές εκτός Τραπέζης	916.249
Σύνολο Εγχρήματων Συναλλαγών	14.054.351

Πίνακες 18 – 23 : Στοιχεία Παραγωγής ΑΤΕ Web Banking (1^ο Τρίμηνο 2008)

Πίνακας 18

	ΕΤΑΙΡΙΕΣ	ΙΔΙΩΤΕΣ
Αριθμός Πελατών που έκαναν Login	550	1.967
Αριθμός Πελατών που εκτέλεσαν Εγχρήματες Συναλλαγές	145	536
ΣΥΝΟΛΟ ΠΕΛΑΤΩΝ	696	2.080

Πίνακας 19

	Αριθμός Συναλλαγών	Συνολικό Ποσό σε Ευρώ	Μέσο Ποσό Συναλλαγής
Εγχρήματες Συναλλαγές	3.419	10.693.375,38 €	3.127,63 €
Μη Εγχρήματες Συναλλαγές	36.648		
ΣΥΝΟΛΑ	40.067		

Πίνακας 20 : ΕΓΧΡΗΜΑΤΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ – Επιχειρήσεις

Τύπος Συναλλαγής	Αριθμός Συναλλαγών	Συνολικό Ποσό σε Ευρώ	Μέσο Ποσό Συναλλαγής
Μεταφορές σε Προσωπικούς /Συνδεδεμένους Λογ/σμούς	1.362	8.068.713,39 €	5.924,17
Πληρωμές Εσωτερικού	29	166.577,17 €	5.744,04 €
Πληρωμές Λογαριασμών	61	390.433,95 €	6.400,56 €
Μισθοδοσία	181	157.190,46 €	868,46 €
Πληρωμές Εξωτερικού	7	23.700,15 €	3.385,74 €
ΣΥΝΟΛΑ	1.640	8.806.615,12 €	5.369,89 €

Πίνακας 21 : ΕΓΧΡΗΜΑΤΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ – Ιδιώτες

Τύπος Συναλλαγής	Αριθμός Συναλλαγών	Συνολικό Ποσό σε Ευρώ	Μέσο Ποσό Συναλλαγής
Πληρωμές Λογ/σμών	787	166.112,13 €	211,07 €
Μεταφορές σε Προσωπικούς /Συνδεδεμένους Λογ/σμούς	818	1.447.691,66 €	1.769,79 €
Πληρωμές Εσωτερικού	109	235.939,29 €	2.164,58 €
Πληρωμές Εξωτερικού	14	5.146,78 €	367,63 €
Ομαδικές Πληρωμές ΙΚΑ	51	31.870,40 €	624,91 €
ΣΥΝΟΛΑ	1.779	1.886.760,26 €	1.060,57 €

Πίνακας 22 : ΜΗ ΕΓΧΡΗΜΑΤΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ – Επιχειρήσεις

Τύπος Συναλλαγής	Αριθμός Κινήσεων
------------------	------------------

Κινήσεις Δανείων	504
Απαιτήσεις Δανείων	82
Πρόβλεψη Δανείου	9
Δόσεις Δανείων	81
Υπόλοιπα Λογ/σμών	8.942
Ανάλυση Δέσμευσης	17
Ερώτημα Επιταγών	41
Intraday	8.029
Μη Οριστικοποιημένες Επιταγές	30
ΣΥΝΟΛΑ	17.735

Πίνακας 23 : ΜΗ ΕΓΧΡΗΜΑΤΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ – Ιδιώτες

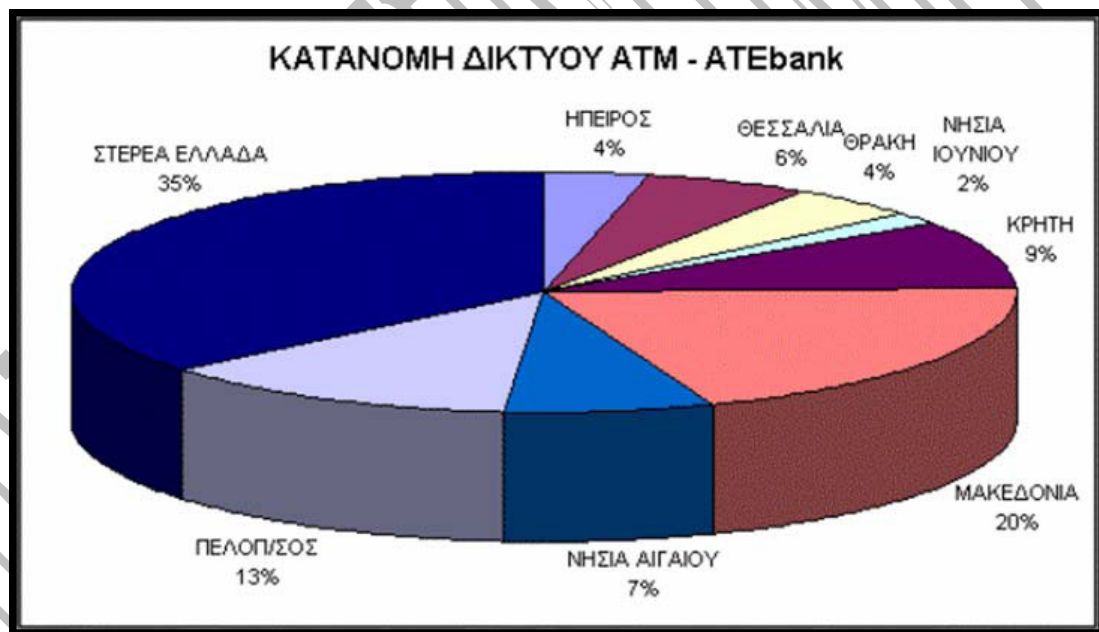
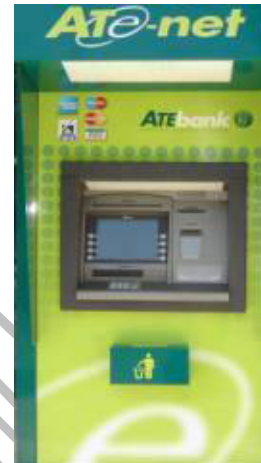
Τύπος Συναλλαγής	Αριθμός Συναλλαγών
Κινήσεις Δανείων	304
Απαιτήσεις Δανείων	338
Πρόβλεψη Δανείου	370
Δόσεις Δανείων	337
Υπόλοιπα Λογαριασμών	11.102
Ανάλυση Δέσμευσης	154
Ερώτημα Επιταγών	110
Intraday	6.170
Ακύρωση Επιταγής	1
Μη Οριστικοποιημένες Επιταγές	27
ΣΥΝΟΛΑ	18.913

9.6.3 ΔΙΚΤΥΟ ΑΤΜ

Αξιοσημείωτο είναι ότι όλο και περισσότεροι είναι εκείνοι που προτιμούν ένα από τα ΑΤΜ ΑΤΕbank για την εξυπηρέτησή τους, βοηθώντας έτσι στην αποφόρτιση στα γκισέ των καταστημάτων. Προκειμένου να γίνει κατανοητή η συμμετοχή των ΑΤΜ στην εξυπηρέτηση των πελατών, αντιπροσωπευτικά είναι τα στοιχεία του έτους 2008:

- Αποτελεί το 2^ο μεγαλύτερο δίκτυο ΑΤΜ στην Ελλάδα (πάνω από 1.000 ΑΤΜ σε όλη την Ελλάδα)

- Πάνω από 1.300.000 πελάτες χρησιμοποίησαν ένα ΑΤΜ ΑΤΕbank
- Πραγματοποιήθηκαν, πάνω από 30.000.000 συναλλαγές, από τις οποίες:
- Πάνω από 4.600.000 συναλλαγές τρίτων (ΔΙΑΣ και VISA/MASTERCARD)
- Διακινήθηκαν πάνω από € 5 δις, ενώ οι πελάτες έχουν στη διάθεσή τους:
- Περισσότερες από 30 προσφερόμενες υπηρεσίες
- Σε Ελληνικά, Αγγλικά και Αλβανικά



Σχήμα 15 : Διάρθρωση Δικτύου ΑΤΜ της ΑΤΕbank

Προσφερόμενες Υπηρεσίες από τα ΑΤΜ της ΑΤΕbank (Δίκτυο ΑΤΕnet)

- ✓ Ανάληψη μετρητών από τους λογαριασμούς που είναι συνδεδεμένοι στην κάρτα ΑΤΕnet VISA Debit
- ✓ Ενημέρωση για το υπόλοιπο των λογαριασμών, καθώς και έκδοση mini statement με τις τελευταίες 10 συναλλαγές
- ✓ Αλλαγή μυστικού κωδικού (PIN)
- ✓ Προκαταβολή μετρητών από την πιστωτική κάρτα και ερώτηση υπολοίπου πιστωτικής κάρτας
- ✓ Κατάθεση μετρητών/επιταγών σε λογαριασμούς

- ✓ Μεταφορά ποσών μεταξύ λογαριασμών
- ✓ Πληρωμές σε λογαριασμούς τρίτων (π.χ. πληρωμή ενοικίου)
- ✓ Πληρωμές λογαριασμών: ΔΕΗ, ΟΤΕ, ΕΥΔΑΠ, Φυσικό Αέριο Αττικής, Forthnet, Lannet, Φόρος Εισοδήματος Φυσικών Προσώπων, Οφειλές Πιστωτικών Καρτών και Ανοικτών Δανείων (ΑΔΑ) κ.ά.

9.6.4 ΑΤΕnet VISA Debit



Ως χρεωστικές κάρτες εννοούμε τις ειδικές κάρτες διεθνούς σήματος, που δίνουν τη δυνατότητα στον κάτοχό τους να πραγματοποιεί αγορές μέσω POS, οπουδήποτε υπάρχει το σήμα της VISA σε Ελλάδα και εξωτερικό (περίπου 30.000.000 σημεία σε όλο τον κόσμο) και να πραγματοποιεί ανάληψη μετρητών από όλα τα ATM στην Ελλάδα και τα ATM με το σήμα της VISA στο εξωτερικό (1.000.000 σε όλο τον κόσμο), με απευθείας χρέωση του συνδεδεμένου λογαριασμού του. Από τη μεριά της Τράπεζας, αποτελεί μία επιπλέον υπηρεσία που δημιουργεί πολλαπλά προϊόντα, που θα επιτρέψουν την καλύτερη προσέγγιση των πελατών νεότερης κυρίως ηλικίας, με ταυτόχρονη αύξηση των εσόδων. Μέσω, λοιπόν, της χρεωστικής αυτής κάρτας, ουσιαστικά κάθε πελάτης έχει τον λογαριασμό πάντα μαζί του, καθώς όλες οι καθημερινές αγορές και πληρωμές γίνονται με απευθείας χρέωση του συνδεδεμένου λογαριασμού στην κάρτα. Μπορεί, επίσης, να την χρησιμοποιεί στην Ελλάδα αλλά και διεθνώς σε χώρες του εξωτερικού, σε ATM και καταστήματα με το σήμα VISA, ενώ υπάρχει και η δυνατότητα να ενημερώνεται με αποστολή αναλυτικών κινήσεων (statement) κάθε μήνα στο προσωπικό του e-mail.

Ως Έξυπνες Κάρτες εννοούμε τις κάρτες διεθνούς σήματος, που έχουν ειδικό μικροκύκλωμα (chip) και το οποίο παρέχει μεγαλύτερη ασφάλεια και προστασία των πελατών από «Αντιγραφές». Με αυτόν τον τρόπο η Τράπεζα προστατεύεται από κακόβουλες επιθέσεις skimming, ενώ δίνεται η δυνατότητα δημιουργίας

προσωποποιημένων προϊόντων και σύνδεση της κερδοφορίας με την αξία του πελάτη για την Τράπεζα.

Έτσι, λοιπόν, η εφαρμογή των Διεθνών Προτύπων ασφάλειας και τυποποίησης (EMV Standards) σε όλα τα ΑΤΜ της ΑΤΕbank παρέχει απόλυτη ασφάλεια στις συναλλαγές και προστασία από κακόβουλες ενέργειες.



Χρεωστικές Κάρτες... Με τη Γλώσσα των Αριθμών:

- Πάνω από € 1 τρις. ο τζίρος για τις κάρτες VISA (3/2007 – 3/2008)
- 1 από τα 10 Ευρώ που ξόδεψαν οι Ευρωπαίοι δαπανήθηκε με κάρτες VISA
- Σχεδόν 3 στις 4 συναλλαγές πραγματοποιήθηκαν με χρεωστικές κάρτες
- Ρυθμός ετήσιας αύξησης πάνω από 17%
- Ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης χρεωστικών καρτών: 19,2%
- Ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης πιστωτικών καρτών: 9,4%
- Ελλάδα: Ετήσιος ρυθμός αύξησης πλήθους συναλλαγών με κάρτες VISA ξεπέρασε το 125,3% (67,7 εκατ. Συναλλαγές)

Κάρτες – Η Αγορά



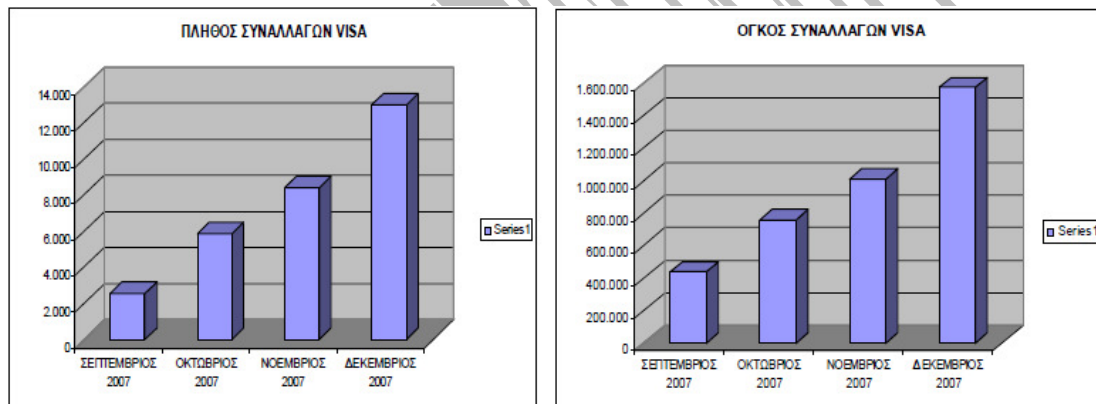
Εικόνα 5 : VISA Europe – Αγορές σε επιχειρήσεις



Εικόνα 6 : VISA Hellas – Αγορές σε επιχειρήσεις

Πίνακας 24 : Αγορές και Αναλήψεις ΑΤΜ Εξωτερικού με την ΑΤΕnet Debit

	ΑΓΟΡΕΣ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ		ΑΝΑΛΗΨΕΙΣ ΣΕ ΑΤΜ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ		ΣΥΝΟΛΟ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ VISA	
	ΠΛΗΘΟΣ	ΠΟΣΟ	ΠΛΗΘΟΣ	ΠΟΣΟ	ΠΛΗΘΟΣ	ΠΟΣΟ
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2007	1.999	299.330	575	139.697	2.574	439.026
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2007	4.662	509.922	1.197	248.215	5.859	758.137
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2007	6.688	692.596	1.723	318.980	8.411	1.011.576
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2007	10.555	1.084.658	2.464	489.754	13.019	1.574.412
ΣΥΝΟΛΟ	23.904	2.586.506	5.959	1.196.646	29.863	3.783.151



Γράφημα 27 : Πλήθος και Όγκος Συναλλαγών VISA

Πίνακες 25 – 27 : Στοιχεία Παραγωγής ΑΤΕnet VISA Debit (1^ο Τρίμηνο 2008)

Πίνακας 25

	Δίκτυο ΑΤΕbank	Ελλάδα	
	ΑΤΜ	Αγορές	ΑΤΜ
Πλήθος	94.039	14.762	2.238
Ποσό	18.131.960 €	1.409.226 €	301.690 €
Μέσο Ποσό Συναλλαγής	192,81 €	95,46 €	134,80 €

Πίνακας 26

	Ζώνη του Ευρώ		Εκτός Ζώνης Ευρώ	
	Αγορές	ATM	Αγορές	ATM
Πλήθος	1.493	4.121	545	1.264
Ποσό	119.172 €	889.759 €	53.072 €	235.930 €
Μέσο Ποσό Συναλλαγής	79,82 €	215,91 €	97,38 €	186,65 €

Πίνακας 27

Μέσο Ποσό ανά Αγορά (POS)	94,14 €
Μέσο Ποσό ανά Ανάληψη (ATM)	187,25 €



Στον Πίνακα 28 παρουσιάζουμε πως το ATE Web Banking και η ATEnet VISA Debit είναι συμπληρωματικές υπηρεσίες.

Πίνακας 28 : ATE Web Banking & ATEnet VISA Debit... συμπληρωματικές υπηρεσίες

A/A	Περιγραφή	ATE Web Banking	ATEnet VISA Debit	
			Δίκτυο ATE (ATM&POS)	Δίκτυο VISA
1.	Ενημέρωση Υπολοίπων Λογ/σμών	NAI	NAI	OXI
2.	Ενημέρωση Κινήσεων Λογ/σμών	NAI	OXI*	OXI
3.	Παρακολούθηση Δανειακών Λογ/σμών	NAI	OXI**	OXI
4.	Παρακολούθηση Επενδυτικών Λογ/σμών	NAI	OXI	OXI
5.	Μεταφορές Χρημάτων σε Λογ/σμούς ATEbank	NAI	NAI	OXI

6.	Μεταφορές Χρημάτων εκτός ATEbank	NAI	OXI	OXI
7.	Πληρωμές Λογ/σμών	NAI	NAI***	OXI
8.	Statement Συναλλαγών (με e-mail)	NAI	NAI	OXI
9.	Χρηματιστηριακές Συναλλαγές	NAI	OXI	OXI
10.	Αμοιβαία Κεφάλαια (Ενημέρωση Χαρτοφυλακίου)	NAI	OXI	OXI
11.	Μετρητά	OXI	NAI	NAI
12.	Αγορές σε Εμπόρους	OXI	NAI	NAI

* : Μόνο τις τελευταίες 10 συναλλαγές

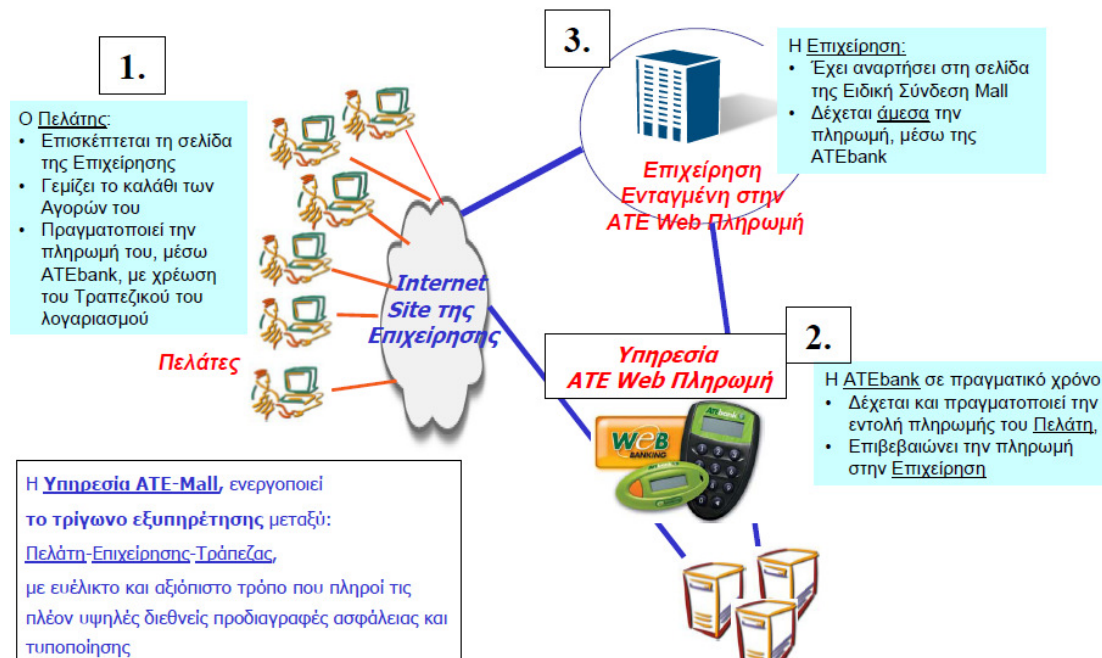
** : Μόνο σε ορισμένα ανοιχτά δάνεια

*** : Με περιορισμό στο πλήθος των Φορέων

9.6.5 ΚΑΡΤΑ ΠΡΟΠΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΑΞΙΑΣ (Prepaid Card)

Πρόκειται για μια χρεωστική ειδική κάρτα διεθνούς σήματος, που περιέχει συγκεκριμένο αριθμό νομισματικών μονάδων, που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για αγορές μέσω Internet και μέσω POS (Points Of Sales) και για αναλήψεις μετρητών μέσω ATM. Η φόρτισή της μπορεί να γίνει από τα καταστήματα και από το δίκτυο ATM της ATEbank, αλλά και από τον διαδικτυακό τόπο της ATEbank μέσω της υπηρεσίας ATE Web Banking.



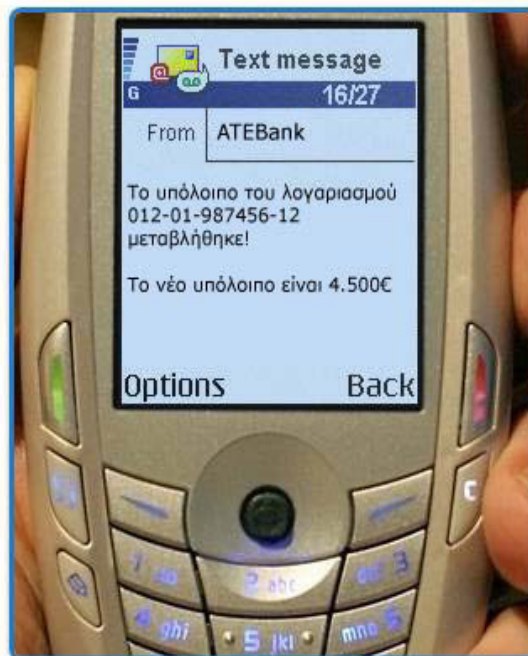


Σχήμα 16 : Αγορές μέσω Διαδικτύου... Η επόμενη μέρα

9.6.6 ΥΠΗΡΕΣΙΑ ATE Alerting

Από τις 19/5/2009, η υπηρεσία ATEbank Alerts (Τηλε-ειδοποιήσεις με sms ή e-mail)

παρέχει στους πελάτες τη δυνατότητα να λαμβάνουν σε πραγματικό χρόνο ενημερωτικά μηνύματα στο κινητό τους ή και στο e-mail τους για τις κινήσεις (χρεώσεις – πιστώσεις) που πραγματοποιούνται στο συνδεδεμένο με την υπηρεσία λογαριασμό τους. Η νέα αυτή δυνατότητα δημιουργεί συνθήκες ασφαλέστερης διαχείρισης των λογαριασμών του πελάτη, παρέχοντας συγχρόνως έγκαιρη και ευέλικτη ενημέρωση.



Έτσι, λοιπόν:

- ✓ Ο μισθοδοτούμενος ενημερώνεται για την καταβολή του μισθού του.
- ✓ Ο αγρότης λαμβάνει μήνυμα στο κινητό του για την καταβολή της επιδότησής του.
- ✓ Η επιχείρηση – νομικό πρόσωπο ενημερώνεται για το σύνολο των συναλλαγών της.
- ✓ Ο κάθε πελάτης ενημερώνεται για όλες τις κινήσεις του λογαριασμού του, ακόμα κι αν αυτές πραγματοποιούνται από τους συνδικαιούχους του λογαριασμού του.

Πίνακας 29 : Τύποι Τηλε-ειδοποιήσεων

Ημερήσια Μεταβολή Υπολοίπου Λογ/σμού, Σύνολα Χρεώσεων & Πιστώσεων	Ενημέρωση για το ημερήσιο λογιστικό υπόλοιπο και τα σύνολα χρεώσεων/πιστώσεων του τραπεζικού λογ/σμού, στο τέλος κάθε ημέρας.
Πλήρης Ενημέρωση σε πραγματικό χρόνο όλων των τραπεζικών συναλλαγών Χρέωσης & Πίστωσης Λογ/σμού	Ενημέρωση για κάθε κίνηση (χρέωση – πίστωση), που πραγματοποιείται στον τραπεζικό λογαριασμό, σε πραγματικό χρόνο για έως και 25 sms ανά μήνα.
Προγραμματισμένες και σε δρομολόγηση συναλλαγές μέσω Web Banking	Ενημέρωση για συναλλαγές μέσω ATE Web Banking που προγραμματίζονται σε μελλοντική ημερομηνία ή είναι σε δρομολόγηση (αναμονή), όταν αυτές εκτελεστούν. (Παρέχεται ήδη στους χρήστες Web Banking)

§ 10. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ & ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ E-BANKING

10.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η Ηλεκτρονική Τραπεζική (e-Banking) έχει προσελκύσει τα τελευταία χρόνια την μεγάλη προσοχή τραπεζιτών, άλλων οικονομικών παραγόντων, επιχειρηματιών, αναλυτών, αλλά και του Τύπου σε όλον τον κόσμο. Σύμφωνα με τα έως τώρα δεδομένα, το e-Banking αναμένεται ότι θα επηρεάσει θετικά την κερδοφορία και την ανάπτυξη του τραπεζικού τομέα και θα συνεισφέρει στην καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών. Παρόλα αυτά, ο νέος αυτός τρόπος συναλλαγής δεν έχει διεισδύσει θεαματικά στους καταναλωτές, προς το παρόν τουλάχιστον. Αρκετές επιφυλάξεις εκφράζονται τόσο από τους καταναλωτές όσο και από τις τράπεζες, σε κάποιες περιπτώσεις. Οι προοπτικές για το e-Banking είναι αναμφισβήτητα μεγάλες, μόλις εξοικειωθεί πλήρως το καταναλωτικό κοινό με τα νέα κανάλια επικοινωνίας. Η ραγδαία εξέλιξη του Internet, έχει δώσει νέα διάσταση στον τρόπο που συναλλάσσονται οι πελάτες με τις τράπεζες. Δεν θα ήταν υπερβολή να πούμε ότι μια σύγχρονη τράπεζα είναι μόνο ένα “κλικ” μακριά από τους πελάτες της, καθόλη τη διάρκεια της ημέρας και για όλες τις ημέρες του έτους. Η πλειοψηφία των τραπεζών προσφέρει σήμερα πληθώρα υπηρεσιών μέσω Internet. Η ανάπτυξη αυτή όμως, δεν συνοδεύεται πάντα με επιτυχία. Τα οικονομικά αποτελέσματα αυτών των υλοποιήσεων δεν ήταν τα αναμενόμενα για όλες τις τράπεζες, καθώς αρκετές από αυτές είχαν ή και έχουν ζημίες λόγω της χαμηλής αποδοχής των υπηρεσιών τους από τους πελάτες αυτών των εφαρμογών και προϊόντων και λόγω του αυξημένου κόστους των επενδύσεων για την ανάπτυξη των εφαρμογών του e-Banking. Η κατάσταση αυτή δημιουργεί την ανάγκη για επανασχεδιασμό των υπηρεσιών, αλλά και για επαναπροσδιορισμό της σχέσης της τράπεζας με τον πελάτη μέσα από το Διαδίκτυο.

Θα μπορούσαμε να πούμε ότι στον τομέα αυτό οι τράπεζες λειτουργούν με τρεις γνώμονες – κατευθύνσεις:

- Πληροφόρηση των πελατών – χρηστών Internet
- Προσφορά καινοτόμων υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής
- Βελτίωση της σχέσης τράπεζας – πελατών

Τα οφέλη για μια τράπεζα από το e-Banking είναι πολλά. Τα κυριότερα είναι η διεύρυνση της πελατειακής βάσης, η ελάφρυνση των καταστημάτων από τις ουρές για συναλλαγές ρουτίνας, η ενίσχυση της προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών (δυνατότητες cross selling), το χαμηλό κόστος για παροχή εξειδικευμένων πληροφοριών και υπηρεσιών σε πελάτες και το χαμηλότερο κόστος συναλλαγών σε σχέση με τα παραδοσιακά δίκτυα. Παράλληλα, ενισχύεται η αφοσίωση του πελάτη στην τράπεζα, αναπτύσσοντας on-line σχέσεις μαζί του και δημιουργούνται συνέργιες με άλλες εταιρίες στον ευρύτερο χώρο των ηλεκτρονικών συναλλαγών και πληρωμών. Η αποδέσμευση των πελατών από το κατάστημα οδηγεί αναμφισβήτητα σε χαμηλότερο κόστος εξυπηρέτησης, σταδιακή απελευθέρωση ανθρώπινου δυναμικού από τα καταστήματα και δυνατότητα απασχόλησής τους με πιο κερδοφόρες δραστηριότητες. Ταυτόχρονα, το μειωμένο κόστος εξυπηρέτησης μέσω εναλλακτικών ηλεκτρονικών δικτύων θα επιτρέψει σταδιακά και την προνομιακή τιμολόγηση των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, γεγονός που θα τα καταστήσει ακόμα πιο ελκυστικά για τους πελάτες.

Οι καταναλωτές από την άλλη πλευρά, επιζητούν πλέον νέα κανάλια επικοινωνίας με τις τράπεζες, τα οποία θα τους προσφέρουν εύκολες, γρήγορες και ίσως φθηνότερες συναλλαγές. Αυτά τα οφέλη σε συνδυασμό με τις νέες τεχνολογίες, την ασφάλεια και τις δελεαστικές προσφορές κάνουν την Ηλεκτρονική Τραπεζική μια εναλλακτική πρόταση χρηματοοικονομικών συναλλαγών και αντικαταστούν σιγά σιγά τα παραδοσιακά καταστήματα με τις χρονοβόρες διαδικασίες και το περιορισμένο ωράριο⁶⁶.

Ένα πολύ μεγάλο ζήτημα, βέβαια, είναι και η ευαισθησία των σχέσεων που χτίζονται ανάμεσα στις ηλεκτρονικές τράπεζες και τους πελάτες τους. Χρειάζεται μεγάλη

⁶⁶ e-BUSINESS, “e-Banking: Το Μέλλον του Χρήματος είναι... Ηλεκτρονικό”, Απρίλιος 2003

προσπάθεια, κόστος και πολύς χρόνος για να αποκτηθεί ένας πελάτης, και δευτερόλεπτα για να χαθεί. Οι τράπεζες πρέπει να αξιοποιούν καθημερινά, μοντέλα που αναλύουν τη συμπεριφορά και τις συναλλαγές των πελατών τους για όλα τα προϊόντα σε όλα τα δίκτυα, γνωρίζοντας έτσι την πλήρη εικόνα της τραπεζικής τους σχέσης. Αποτελεί σημαντική αδυναμία για πολλές τράπεζες, η έλλειψη της σωστής εικόνας των πελατών τους. Συνήθως χαρακτηρίζουν ένα πελάτη αποδοτικό (ή μη), έχοντας γνώση για τη συμπεριφορά του μόνο σε συγκεκριμένα προϊόντα ή δίκτυα, αδυνατώντας να την αναλύσουν συνολικά. Η αποδοτικότητα και η ανταγωνιστικότητα δεν μετريέται σήμερα μόνο με αριθμούς, αλλά και από τη γνώση των πελατών, με στόχο να δημιουργούνται σχέσεις με μεγάλο χρονικό ορίζοντα που οδηγούν σε αφοσιωμένους πελάτες. Οι τράπεζες κατανοούν ότι οι πελάτες χάνονται όταν δεν αντιμετωπίζονται σύμφωνα με τις ανάγκες και τις προσδοκίες τους και ο μόνος τρόπος για να ανταποκριθούν σε αυτούς είναι να κάνουν τον πελάτη το επίκεντρό τους.

Απόρροια των παραπάνω είναι, άλλωστε, ότι οι τράπεζες συγκαταλέγονται σήμερα στους μεγαλύτερους διαφημιζόμενους, με πολύ μεγάλες δαπάνες. Ειδικά τα τελευταία χρόνια, οι τράπεζες δαπανούν μεγάλα ποσά και για την προώθηση των υπηρεσιών e-Banking, κάτι που συμβάλει στην εμπέδωση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής από το ευρύ κοινό.

10.2 ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ & ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ E-BANKING

Το μέλλον του e-Banking, αλλά και των εναλλακτικών καναλιών στο σύνολό τους, είναι η πλήρης ενσωμάτωσή τους με την έννοια της τραπεζικής εξυπηρέτησης. Όπως ακριβώς η κάρτα ανάληψης θεωρείται σήμερα αναπόσπαστο κομμάτι της σχέσης τράπεζας – πελάτη, έτσι αναμένεται να συμβεί και με το e-Banking. Μπορεί αυτή τη στιγμή κάθε κανάλι διανομής να εξυπηρετεί διαφορετικές ανάγκες, λειτουργώντας συμπληρωματικά, με την περαιτέρω εξέλιξη της τεχνολογίας, όμως όλα αυτά τα διαφορετικά δίκτυα εξυπηρέτησης στη συνείδηση του καταναλωτή θα γίνουν ένα και θα λειτουργούν ως μια ενιαία οντότητα.

Για να συμβεί αυτό πρέπει να συνεχίσουν να ωριμάζουν οι τεχνολογίες και να εξοικειώνεται το κοινό με τη χρήση τους. Όσο η διείσδυση του Internet θα αυξάνεται και οι τεχνολογίες των διαφορετικών μέσων συναλλαγών θα συγκλίνουν, τόσο οι χρήστες θα εξοικειώνονται με τις εφαρμογές τους, μεταξύ των οποίων είναι και η

υπηρεσία Ηλεκτρονικής Τραπεζικής. Η εμφάνιση των πρώτων κινητών τηλεφώνων που λειτουργούν σαν μικροί υπολογιστές, τα PDA που συνδέονται πλέον ασύρματα στο Internet και τα πρώτα ATM που χρησιμοποιούν περιβάλλον Internet, είναι η έμπρακτη απόδειξη της σύγκλισης των μέσων. Είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικό, επίσης, ότι η διείσδυση των νέων τεχνολογιών στην ελληνική αγορά ακολουθεί μια συνεχώς αυξανόμενη πορεία, γεγονός άμεσα συνυφασμένο με την ταχέως αυξητική πορεία χρήσης του Internet. Παρατηρώντας την εξέλιξη των χρηστών e-Banking σε βάθος χρόνου, αποδεικνύεται πως το εναλλακτικό κανάλι κερδίζει σταδιακά την εμπιστοσύνη τους, καθώς κάνουν όλο και περισσότερες συναλλαγές μέσα από αυτό και αρχίζουν να το θεωρούν πλέον, απαραίτητο μέρος της τραπεζικής σχέσης⁶⁷.

Μπορούμε να προσδιορίσουμε τρεις βασικές περιόδους για την εξέλιξη του e-Banking:

1. Μεγαλύτερη μετακίνηση των συναλλαγών «ρουτίνας» προς το e-Banking.
Ο στόχος είναι να αυξηθεί η διείσδυση του δικτύου αυτού στους πελάτες, ώστε να αποκτήσει κυριολεκτικά κρίσιμη μάζα, φθάνοντας τουλάχιστον το 35% των πελατών της τράπεζας και διεκπεραιώνοντας το 40% των συναλλαγών. Τα χαρακτηριστικά της περιόδου είναι:
 - εντατική εκπαίδευση του προσωπικού “πρώτης γραμμής”, ώστε να μπορεί το προσωπικό αυτό να προωθεί το e-Banking στους κατάλληλους πελάτες.
 - Σε αυτή την περίοδο δεν αναμένεται η προσθήκη πολλών νέων συναλλαγών στο e-Banking, αλλά η συνεχής προσπάθεια για αύξηση της χρήσης των υπάρχουσών υπηρεσιών.
 - Ανασχεδιασμός της χρηστικότητας και της λειτουργικότητας των δικτυακών τόπων του e-Banking.
2. Συμβολή στον μετασχηματισμό των καταστημάτων. “Το κατάλληλο κανάλι για τον κατάλληλο χρήστη”
Ένα σημείο αναφοράς για τις τράπεζες θα είναι όταν οι on-line συναλλαγές ξεπεράσουν τις συναλλαγές στα καταστήματα. Αυτό, εκτός του ότι θα έχει θετικό αντίκτυπο στην κερδοφορία τους, θα επιταχύνει τη διαμόρφωση τριών τύπων καταστημάτων: τα συμβουλευτικά κέντρα (80% συμβουλευτική πώληση, 20% συναλλαγές), τα καταστήματα εξυπηρέτησης (50% συμβουλευτική πώληση,

⁶⁷ Οικονομικός ταχυδρόμος, τεύχος 27-1-2004, αφιέρωμα “Ηλεκτρονική Τραπεζική, η επανάσταση στις συναλλαγές”

50% συναλλαγές) και τα αυτόματα κέντρα συναλλαγών (5% συμβουλευτική πώληση, 95% συναλλαγές). Το αποτέλεσμα θα είναι η καλύτερη εξυπηρέτηση και η ενίσχυση των σχέσεων με τους πελάτες με ακόμη μικρότερο κόστος.

Τα χαρακτηριστικά της περιόδου είναι:

- εξάπλωση της “Web τεχνολογίας”, η οποία θα καταστεί η κυρίαρχη τεχνολογία για κάθε σημείο (τερματικό) εξυπηρέτησης, καθώς και η τεχνολογία που θα μπορεί να ολοκληρώνει αποτελεσματικά τις νέες με τις παραδοσιακές εφαρμογές. Νέα συστήματα CRM θα κάνουν την εμφάνισή τους.

3. Η ενσωμάτωση της “ανθρώπινης αίσθησης” στην ηλεκτρονική εξυπηρέτηση.

Μετά από την ολοκλήρωση των προηγούμενων περιόδων, η τράπεζα θα πετύχει τη σημαντική μείωση του κόστους των συναλλαγών καθώς και την ενίσχυση των σχέσεων με τους πελάτες της. Η στρατηγική της θα στραφεί στο να προσδώσει στο e-Banking όλα εκείνα τα γνωρίσματα που αποτελούν σημαντικά χαρακτηριστικά της ανθρώπινης εξυπηρέτησης.

Τα κυριότερα θα είναι:

- Προδραστικές υπηρεσίες, με στόχο την ενημέρωση του πελάτη για ό,τι αφορά το σύνολο της τραπεζικής του σχέσης.
- Προσωποποιημένες συμβουλευτικές και ευέλικτες πληροφορίες. Κάθε επίσκεψη στο e-Banking της τράπεζας θα αποτελεί μια καλή ευκαιρία για συμβουλευτική προσφορά προϊόντων και υπηρεσιών για τον συγκεκριμένο πελάτη.
- Ο πελάτης θα έχει τον πρώτο ρόλο. Θα ενισχυθεί σημαντικά η διαδραστικότητα μεταξύ πελάτη και τράπεζας, έτσι ώστε ο πελάτης να μπορεί να σχεδιάζει και να προβάλλει on-line τις ανάγκες του και στη συνέχεια η τράπεζα να του υποβάλλει, επίσης on-line, την κατάλληλη προσφορά.

Οι νέες τεχνολογίες, πλέον, δίνουν στις τράπεζες τη δυνατότητα να παρακολουθούν τις προτιμήσεις των πελατών, ώστε να έχουν λεπτομερή εικόνα του είδους των υπηρεσιών που ενδιαφέρει κάθε πελάτη, καθώς και των τάσεων της αγοράς. Σε αντίθεση με άλλα τραπεζικά προϊόντα ή υπηρεσίες, η στροφή των τραπεζών στο Διαδίκτυο δεν γίνεται για να προσελκύσουν νέους πελάτες μόνο, αλλά για να κρατήσουν αυτούς που ήδη έχουν. Παράλληλα, παρέχοντας τη δυνατότητα στους

πελάτες τους να εκτελούν βασικές συναλλαγές εκτός καταστήματος, απελευθερώνονται τα τραπεζικά καταστήματα, τα οποία σταδιακά εξελίσσονται σε συμβουλευτικά κέντρα. Έτσι, το μοντέλο του «προσωπικού τραπεζίτη» που καθιέρωσαν πολλές αμερικανικές και βρετανικές τράπεζες στις αρχές της δεκαετίας του 1980, μεταλλάσσεται. Οι τραπεζικοί υπάλληλοι θα πρέπει να είναι πιο εξειδικευμένοι, με έμφαση στην προώθηση νέων χρηματοοικονομικών προϊόντων, όπως τα επενδυτικά και αποταμειευτικά προγράμματα.

Έκθεση της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας προβλέπει επίσης μια τάση προς τη «διασταύρωση» υπηρεσιών μέσα από τις αναμενόμενες συνεργασίες χρηματοοικονομικών ιδρυμάτων με άλλες επιχειρήσεις. Έτσι, για παράδειγμα, οι τράπεζες στο μέλλον μπορεί να είναι κανάλι διάθεσης προϊόντων, όπως οι ασφάλειες. Αν και είναι δύσκολο να γίνουν προβλέψεις για το Internet και την εξέλιξή του, μακροπρόθεσμα, υπάρχουν ωστόσο κάποιοι παράγοντες οι οποίοι αναμένεται να αλλάξουν τον τρόπο με τον οποίο πολλοί πελάτες τραπεζικών υπηρεσιών πραγματοποιούν τις συναλλαγές τους. Οι περισσότεροι πελάτες θα είναι ενημερωμένοι για τις υπηρεσίες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής και ένα ακόμη μεγαλύτερο ποσοστό θα γνωρίσει την ευκολία που τους προσφέρουν, οπότε και θα κάνει χρήση των ηλεκτρονικών καναλιών. Επίσης, θα επικρατεί μεγαλύτερη διαφάνεια, αφού οι πελάτες θα γνωρίζουν τα προϊόντα κάθε τράπεζας χωρίς να χρειάζεται να την επισκέπτονται. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα την πίεση στο περιθώριο κέρδους των προϊόντων, οπότε οι τράπεζες για να συσφίξουν τις πελατειακές τους σχέσεις θα πρέπει να εστιάσουν στην καλύτερη εξυπηρέτηση.

Η στρατηγική που πρέπει να ακολουθήσουν οι τράπεζες για να διατηρήσουν και να αναπτύξουν την πελατεία τους είναι αυτή που συνδυάζει τη σωστή αναλογία μεταξύ φυσικής και εικονικής παρουσίας. Έρευνες έχουν καταδείξει ότι οι πελάτες που διατηρούν μια σχέση εμπιστοσύνης με την τράπεζά τους θα παραμείνουν πιστοί σε αυτή, αν τους προσφέρει όλα τα εναλλακτικά κανάλια, ηλεκτρονικά και φυσικά. Η ανθρώπινη επαφή, εξάλλου, δεν αντικαθίσταται με ηλεκτρονικά μέσα. Πολλές είναι οι αλλαγές στον τραπεζικό χώρο που θα λάβουν χώρα τα επόμενα χρόνια. Οι πελάτες θα έχουν περισσότερες επιλογές στον τρόπο διεκπεραίωσης των συναλλαγών τους και θα αναζητούν διαρκώς πιο εύκολους και προσιτούς τρόπους για τη διαχείριση των οικονομικών τους. Επομένως, οι τράπεζες θα πρέπει να στραφούν και να κατανοήσουν τις ανάγκες του κάθε πελάτη προσωπικά και να τις καλύπτουν όταν

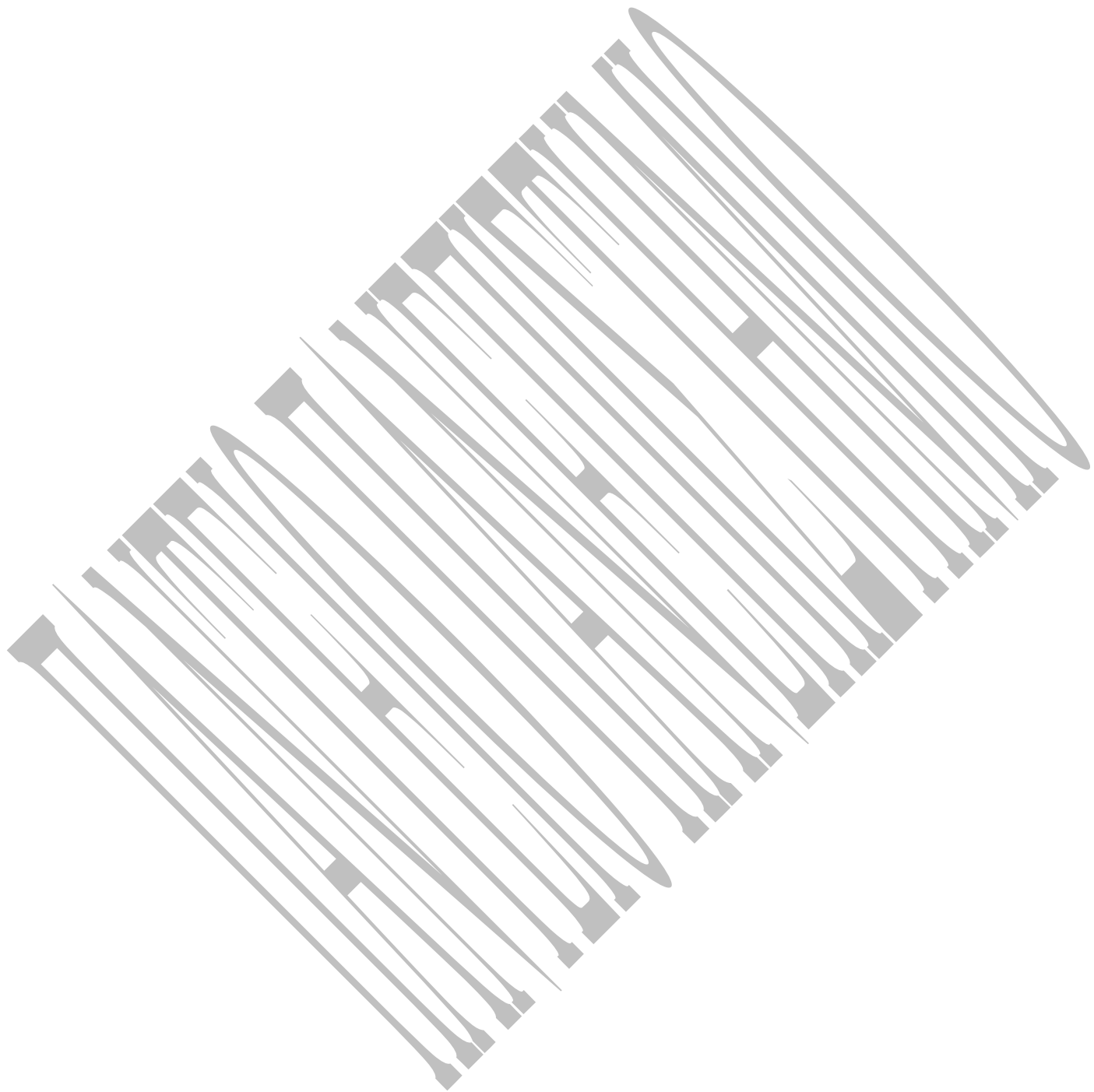
αυτός το απαιτεί.

Το τραπεζικό κατάστημα σήμερα εξακολουθεί να κατέχει την κορυφαία θέση ως σημείο αναφοράς και διασύνδεσης με τον καταναλωτή, παραμένοντας πάντα ο κύριος εκπρόσωπος μιας τράπεζας και ο κύριος διανομέας των προϊόντων και υπηρεσιών της. Αυτό όμως δεν σημαίνει ότι τα εναλλακτικά δίκτυα εγκαταλείπονται. Τη στιγμή, λοιπόν, που οι τράπεζες επαναπροσδιορίζουν τον ρόλο του καταστήματος, ταυτόχρονα επαναπροσδιορίζουν και τον ρόλο του κάθε δικτύου. Η αρμονική συνύπαρξη και συμπληρωματικότητα των διαφορετικών καναλιών, όχι μόνο εξυπηρετεί αποτελεσματικά τον στόχο της μείωσης του κόστους, αλλά εξυπηρετεί και πολύ πιο αποτελεσματικά τις ανάγκες του πελάτη προσφέροντας αυξημένο επίπεδο υπηρεσιών. Στη νέα προσέγγιση των τραπεζικών δικτύων τα καταστήματα θα πρέπει να αντιμετωπίζονται περισσότερο ως σημεία πώλησης και λιγότερο ως σημεία συναλλαγών. Για να επιτευχθεί αυτό χρειάζεται, πρώτον, να αποσυμφορηθεί το κατάστημα από βασικές καθημερινές συναλλαγές, όπως αναλήψεις και ενημέρωση για υπόλοιπα λογαριασμών, οδηγώντας τις στο κανάλι του e-Banking και δεύτερον, να στραφεί το απελευθερωμένο δυναμικό του καταστήματος σε ποιοτικές πωλήσεις.

Επιπλέον, ο ανταγωνισμός θεωρείται ότι θα υποχρεώσει τις τράπεζες να βελτιώσουν την ποιότητα αλλά και το εύρος των υπηρεσιών που προσφέρουν μέσα από τα ηλεκτρονικά δίκτυα εξυπηρέτησης. Εκτός αυτού, τα πιστωτικά ιδρύματα θα πρέπει να διασφαλίσουν ότι το κόστος της υποδομής για την ανάπτυξη και βελτίωση των νέων δικτύων δεν μεγαλώνει σωρευτικά, αλλά παραμένει σταθερό, αν όχι μειούμενο. Διαφορετικά, κινδυνεύουν να βρεθούν αντιμέτωπες με ένα αυξημένο λειτουργικό κόστος, χωρίς αύξηση των εσόδων τους.

Η καίρια αλλαγή όμως του επαναπροσδιορισμού του ρόλου των καταστημάτων αφορά την επαφή πελάτη – τράπεζας. Οι τράπεζες σήμερα είναι εκείνες που αναζητούν τον πελάτη μέσω ενεργών πολιτικών που ανέπτυξαν. Οι πελάτες έχουν συνειδητοποιήσει ότι οι εξελίξεις αυτές λειτουργούν προς όφελος δικό τους, αφού και η ποικιλία των τραπεζικών προϊόντων διευρύνθηκε, αλλά και η τιμή διάθεσής τους και το επίπεδο εξυπηρέτησης διαφοροποιείται από τράπεζα σε τράπεζα. Έτσι, οι πελάτες, καλύτερα ενημερωμένοι σε σχέση με το παρελθόν, αναζητούν

περισσότερες πληροφορίες προκειμένου να αποφασίσουν ποιο είναι το προϊόν εκείνο που ανταποκρίνεται καλύτερα στις ανάγκες τους⁶⁸.



§ 11. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

11.1 ΕΝΤΥΠΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Σινανιώτη – Μαρούδη, Φαρσαρώτας, *“Ηλεκτρονική Τραπεζική”*, Εκδόσεις Σάκκουλα, 2008

11.2 ΕΝΤΥΠΗ ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Accenture, *“Next Generation Mobile and Internet Banking”*, Copenhagen, November 17, 2008
- Efraim Turban, Lee Jae, King David, Chung H. Michael, *“Electronic commerce – A managerial perspective”*, Prentice Hall 2003
- Kalakota – Robinson, *“E-business, A Roadmap for success”*, Boston: Addison Wesley Professional, 2003

11.3 ΑΡΘΡΑ

- Περιοδικό Οικονομικός ταχυδρόμος, Αφιέρωμα *“Ηλεκτρονική Τραπεζική – Η Επανάσταση στις Συναλλαγές”*, Τεύχος 27/1/2004
- Περιοδικό Χρήμα, *“Ηλεκτρονικές αγορές; Η καρδιά του ηλεκτρονικού εμπορίου”*, Τεύχος 299, Μάιος 2007
- Περιοδικό Χρήμα, *“E-Banking: Τα στοιχεία είναι ενθαρρυντικά”*, Τεύχος 299, Μάιος 2007
- Περιοδικό Χρήμα, *“Το μέλλον ανήκει στο e-Business A”*, Τεύχος 309, Απρίλιος 2008
- Περιοδικό Χρήμα, *“Το μέλλον ανήκει στο e-Business B”*, Τεύχος 309, Απρίλιος 2008
- Περιοδικό Χρήμα, *“e-Business: Ο «γίγαντας» που δεν ξύπνησε Α”*, Τεύχος 321, Μάιος 2006
- Περιοδικό Χρήμα, *“e-Business: Ο «γίγαντας» που δεν ξύπνησε Β”*, Τεύχος 321, Μάιος 2006
- Σπύρογλου Οδυσσέας, *“Εισαγωγή στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο”*, Απρίλιος 2006
- Συρμακέζης Σωτήρης, *“Όλα όσα θέλατε να μάθετε για τις Ηλεκτρονικές Πληρωμές και Εισπράξεις”*, 2006
- Strategic International S.A., White Paper, *“Μύθοι και Πραγματικότητα για το e-Commerce στην Ελλάδα”*, 2004
- Πρόγραμμα “Δικτυωθείτε” του Υπουργείου Ανάπτυξης, *“Όλα όσα θα θέλατε να γνωρίζετε για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο”*, Απρίλιος 2007

- Αφιέρωμα “*Διαδικτυακές τραπεζικές συναλλαγές (E-Banking), Η σημερινή εφαρμογή τους στην Ελλάδα*”, <http://www.go-online.gr/>

11.4 ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΑ ΔΕΛΤΙΑ

- Γεωργόπουλος Δημήτρης, “*On-line εξυπηρέτηση πελατών: Ο καθοριστικός παράγοντας για την επιτυχία του E-Banking*”, Δελτίο Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών, Γ’ Τρίμηνο 2006
- Καραγεωργίου Έφη, “*Ηλεκτρονική Τραπεζική – Στροφή από τις τράπεζες στα Εναλλακτικά Δίκτυα. Καλύτερη εξυπηρέτηση για τον καταναλωτή*”, Δελτίο Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών, Δ’ Τρίμηνο 2006
- Μαυρογιάννης Δημήτριος, “*Ασφάλεια Ηλεκτρονικών Συναλλαγών*”, Δελτίο Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών, Γ’ Τρίμηνο 2006
- Δελτίο Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών: “*Αφιέρωμα στο E-Banking*”, Ιούλιος – Σεπτέμβριος 2006
- Ταβλαρίδης Κ., “*Η προστασία των καταναλωτών στην Ηλεκτρονική Τραπεζική*”, Δελτίο Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών, 2003
- Εφημερίδα Ημερησία, “*500.000 Έλληνες χρησιμοποιούν την Ηλεκτρονική Τραπεζική*”, 12/12/2006
- Εφημερίδα Καθημερινή, “*Η τέχνη της Ηλεκτρονικής Απάτης και ο τζίρος της*”, 27/02/2006
- Οδηγίες χρήσης – Υπηρεσία E-Banking Εμπορικής Τράπεζας
- e-BUSINESS, “*e-Banking: Το Μέλλον του Χρήματος είναι... Ηλεκτρονικό*”, Απρίλιος 2003

11.5 ΕΡΕΥΝΕΣ

- “Η πορεία προς την ψηφιακή Ελλάδα”, Πρώτη ολοκληρωμένη μέτρηση των δεικτών e-Europe (www.observatory.gr), 2008
- “Συγκριτική παρουσίαση αποτελεσμάτων για τους δείκτες e-Europe” (www.observatory.gr), 2008
- Πρασοπούλου Ελπίδα, Νίκας Αθανάσιος, “Ηλεκτρονικές πληρωμές, Προβλήματα και Προοπτικές, e-Business forum, Επιχειρησιακό πρόγραμμα Κοινωνία της Πληροφορίας”, Έ κύκλος εργασιών, 2007
-

11.6 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Πανελλαδική έρευνα για τη χρήση υπολογιστών Internet και κινητής τηλεφωνίας, εξέλιξη χρήσης Internet στην Ελλάδα και στην Ευρωπαϊκή Ένωση. http://www.mpa.gr/specials/edet/internet_use.html (13-2-2006)
- Ηλεκτρονικό Κέντρο Εμπορίου, επιχειρηματική πληροφόρηση και Ηλεκτρονική Τραπεζική, <http://www.binfo.greekmarkets-emat.com/E-Banking/E-Banking.htm> (10-17-2008)
- European Central Bank, e-payments in Europe, <http://www.ecb.int/events/conferences/html/epayments.en.html> (10-2-2006)
- <http://www.go-online.gr/>
- <http://www.observatory.gr/>
- <http://www.technowatch.aueb.gr/>
- <http://www.e-pso.info/>
- <http://www.alpha.gr/page/>
- <http://www.aspisbank.gr/category/greek/1/index.htm>
- <http://www.hypovereinsbank.gr/>
- <http://www.citibank.com/greece/homepage/index.htm>
- <http://www.eurobank.gr/online/home/>
- <http://www.fbbank.gr/34/article/greek/34/35/index.htm>
- <http://www.geniki.gr/>
- <http://www.marfinbank.gr/MarfinEgnatia/HPGrDefault.aspx>
- http://www.millenniumbank.gr/MillenniumVB/MillenniumGR/Home_GR

- <http://www.atbank.gr/atebank>
- http://www.atticabank.gr/index.asp?a_id=46
- <http://www.nbg.gr/>
- <http://www.hellenicbank.com/HB/content/gr/index.jsp?lang=gr>
- http://www.emporiki.gr/cbg/gr/cbg_index.jsp
- <http://www.bankofcyprus.gr/>
- <http://www.pancretabank.gr/cms/createpage.aspx?pageid=70>
- <http://www.panelliniabank.gr/cms/createpage.aspx?pageid=25>
- <http://www.piraeusbank.gr/>
- <http://www.bankdodecanese.gr/>
- <http://www.ttbank.gr/>

