



Τ.Ε.Ι ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ-ΣΥΝΕΤΕΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΗΡΕΙΣΕΩΝ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ

ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΚΛΑΔΟ (e-banking)

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητής: Φύλακτος Δημήτριος
Φοιτήτρια: Δρίτσα Μαρία



ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2010

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Καθώς στις μέρες μας η νέες τεχνολογίες κάνουν αισθητή την παρουσία τους είναι σκόπιμο να εξετάσουμε πως επιδρούν στην οικονομική ζωή των κοινωνιών. Οι τεχνολογίες αυτές δεν είναι άλλες από το Διαδίκτυο και τα επιμέρους εργαλεία του.

Τα τραπεζικά ιδρύματα έχοντας γνώση των οικονομικών εξελίξεων απορροφούν τις νέες τεχνολογίες με σκοπό μάλλον την προσκόμιση περισσότερων κερδών παρά τη εξυπηρέτηση του κοινού, αν και το τελευταίο επιτυγχάνεται σε μεγάλο βαθμό.

Στην παρακάτω εργασία θα εξετάσουμε την διείσδυση του internet στην Ελλάδα σε σχέση με τις άλλες Ευρωπαϊκές χώρες. Θα δούμε πως η ηλεκτρονική τραπεζική (electronic banking) και το ηλεκτρονικό εμπόριο (electronic commerce) είναι η φυσική συνέχεια του Διαδικτύου από οικονομικής πλευράς.

Στο πρώτο κεφάλαιο θα γίνει εκτενή αναφορά στην έννοια του ηλεκτρονικού εμπορίου, στις κατηγορίες στα στάδια αλλά και στα οφέλη του. Θα γίνει λόγος για το ηλεκτρονικό επιχειρείν (electronic business) και για τα στάδια του σε μια επιχείρηση. Τέλος θα παρουσιαστεί αναλυτικά η έννοια της ηλεκτρονικής τραπεζικής, οι κατηγορίες της και η παρουσία της στην Ελλάδα σήμερα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο θα αναφερθεί τόσο η παρουσία του ηλεκτρονικού εμπορίου στον τραπεζικό κλάδο όσο και τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που εμπορεύονται οι τράπεζες μέσω e-commerce. Επιπρόσθετα θα γίνει λόγος για τους κινδύνους και τα προβλήματα που ελλοχεύουν το ηλεκτρονικό εμπόριο του τραπεζικού κλάδου.

Στο τρίτο κεφάλαιο θα γίνει μια γενική αναφορά για την ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking) στην Ελλάδα καθώς και για τις επιχειρήσεις που συνεργάζονται ηλεκτρονικά με τη τράπεζα. Θα εξεταστούν οι μέθοδοι των συναλλαγών καθώς και ένα πολύ σημαντικό κομμάτι των μεγάλων επιχειρήσεων και κατά συνέπεια των τραπεζών, το ERP (Enterprise Resource Planning).

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	1
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6
1. ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ ΒΑΣΙΚΩΝ ΟΡΩΝ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΕΠΟΧΗΣ. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΙ ΟΦΕΛΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ.....	9
1.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ, ΣΤΑΔΙΑ ΚΑΙ ΟΦΕΛΗ....	9
1.1.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ E-COMMERCE.....	9
1.1.2 ΤΑ ΣΤΑΔΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ (IMPACTING PHASES OF E-COMMERCE).....	11
1.1.3 ΟΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ.....	12
1.1.4 ΟΙ ΦΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ.....	13
1.1.5 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ – ΟΦΕΛΗ.....	14
1.2 Η ΕΝΝΟΙΑ, Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΣΤΑΔΙΑ ΤΟΥ E-BUSINESS.....	15
1.2.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ E-BUSINESS.....	15
1.2.2 ΤΑ ΣΤΑΔΙΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ ΣΕ ΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ.....	16
1.2.3 ΟΙ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ (E-BANKING) ΚΑΙ ΤΟ ΣΤΑΔΙΟ E-BUSINESS ΣΤΟ ΟΠΟΙΟ ΑΝΗΚΟΥΝ.....	17
1.3 Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ (E-BANKING) ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ.....	19
1.3.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ.....	19
1.3.2 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ELECTRONIC BANKING.....	20
1.3.3 Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ (E-BANKING) ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ..	20
2. ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΤΟΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΚΛΑΔΟ (E-COMMERCE IN THE BANKING SECTOR).....	22
2.1 ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΕΜΠΟΡΕΥΟΝΤΑΙ ΟΙ ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΜΕΣΩ E-COMMERCE	23

2.1.1 ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΑΝΗΚΟΥΝ ΣΤΗ ΤΡΑΠΕΖΑ.....	23
2.1.2 ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΕΜΠΟΡΕΥΕΤΑΙ Η ΤΡΑΠΕΖΑ ΔΙΑΔΡΑΜΑΤΙΖΟΝΤΑΣ ΤΟ ΡΟΛΟ ΤΟΥ ΜΕΣΑΖΟΝΤΑ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	24
2.2 ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ.....	26
2.2.1 ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΡΟΣΑΡΜΟΣΜΕΝΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	26
2.2.2 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ.....	28
2.3 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΚΛΑΔΟ.....	30
2.3.1 ΤΟ PHISING.....	30
2.3.2 TROJAN HORSE	31
2.3.3 Η ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΤΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΚΑΙ Η ΠΡΟΛΗΨΗ ΤΩΝ ΚΙΝΔΥΝΩΝ	32
2.3.4 ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ.....	34
3. Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ (E-BANKING) ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	36
3.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ.....	37
3.2 ΜΕΘΟΔΟΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ	39
3.2.1 Ο ΧΡΟΝΟΣ ΣΤΟΝ ΟΠΟΙΟ ΓΙΝΕΤΑΙ Η ΣΥΝΑΛΛΑΓΗ	39
3.2.2 ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ	40
3.2.3 Ο ΤΡΟΠΟΣ ΜΕ ΤΟΝ ΟΠΟΙΟ ΓΙΝΕΤΑΙ Η ΣΥΝΑΛΛΑΓΗ.....	41
3.3 ΤΟ ERP ΣΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΤΩΝ ΣΥΓΧΡΟΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	42
3.3.1 Η ΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ERP ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΤΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ.....	43
3.3.2 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ERP ΣΤΟΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΤΟΜΕΑ	44
4. ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ. ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	46
4.1 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΙ ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ (E-BANKING) ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	47

4.1.1 Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ (E-BANKING) ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ ΣΤΟ INTERNET	48
4.1.2 Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ (E-BANKING) ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΕΙΔΟΣ ΧΡΗΣΤΗ ΠΟΥ ΤΟ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙ	48
4.1.3 ΕΞΕΛΙΣΣΟΜΕΝΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ (E-BANKING) ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	49
4.1.4 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΤΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ (TECHNOLOGICAL TRENDS OF E-COMMERCE IN THE BANKING SECTOR)	50
4.2 ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΟΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΚΛΑΔΟ ΣΤΟΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΧΩΡΟ	52
4.2.1 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΟΛΟ ΤΟ ΕΙΚΟΣΙΤΕΤΡΑΩΡΟ	52
4.2.2 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΑΠΟ ΤΗ ΠΛΕΥΡΑ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ	53
4.2.3 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΩΝ ΚΑΙ ΠΙΟ ΕΞΕΛΙΓΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	54
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	55
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	59

1.ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Καθώς η διάδοση της χρήσης της ψηφιακής τεχνολογίας επιταχύνεται, ο αριθμός των επιχειρήσεων που επενδύουν στην αξιοποίηση του Διαδικτύου (internet) ως εναλλακτικού καναλιού διανομής και προώθησης προϊόντων ολοένα και αυξάνεται.

Ειδικότερα στην Ελλάδα ένας από τους κλάδους που βρίσκεται στο προσκήνιο αυτής της προσπάθειας είναι ο τραπεζικός, προσφέροντας μια μεγάλη ποικιλία υπηρεσιών μέσω του Διαδικτύου. Πλέον το εμπόριο και γενικά η επιχειρηματική δραστηριότητα διεξάγεται με επιτυχία μέσω του Διαδικτύου. Το internet γίνεται πλέον απαραίτητο εργαλείο για την ταχεία και καλύτερη εξυπηρέτηση τόσο του πελάτη όσο και του προμηθευτή. (Η καθημερινή, "Οι Έλληνες καταναλωτές και το e-banking", Γούναρης Σ.)

Η κατευθυντήρια δύναμη πίσω από το ενδιαφέρον μας για το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι το Διαδίκτυο. Σε γενικές γραμμές, το τελευταίο προσφέρει ευκαιρίες στις επιχειρήσεις να μετασχηματίσουν τις οικονομικές και βιομηχανικές τους πρακτικές. Πλέον τα παραδείγματα κλειστών επιχειρησιακών δικτύων του παρελθόντος έχουν αντικατασταθεί από το ανοικτό περιβάλλον του Internet, ή έχουν αντικατασταθεί από μια νέα λογική της ανοικτής εμπορικής δικτύωσης.

Αν και πολλές προβλέψεις γίνονται για τον αντίκτυπο του ηλεκτρονικού εμπορίου, μια εμπειρικά στηριγμένη έρευνα είναι ακόμα σε ένα αρχικό στάδιο. Ένα μεγάλο μέρος της γνώσης μας για τη δυναμική και τις επιδράσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι βασισμένη στην ανέκδοτη εμπειρία, τις βραχυπρόθεσμες παρατηρήσεις της μεμονωμένης συμπεριφοράς και τις εκλεκτικές περιπτώσιολογικές μελέτες ή ακόμα και από την άποψη των τομέων της βιομηχανίας και των συγκριτικών λεονεκτημάτων. **(Silvain : 2001,σ: 5-7)**

Το ηλεκτρονικό εμπόριο με τη μορφή της ηλεκτρονικής συναλλαγής δεν είναι τίποτα νέο για τις τράπεζες ενώ οι οικονομικές υπηρεσίες διαχέονται στα ηλεκτρονικά δίκτυα πριν την νέα χιλιετία. Εντούτοις, τα περισσότερα από αυτά τα συστήματα είναι διαθέσιμα μόνο μέσα σε κλειστές ομάδες χρηστών και

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

χτίζονται επάνω σε ιδιόκτητα πρωτόκολλα. Ένας αρχικός στόχος της μελέτης είναι να παρατηρηθεί ποια αποτελέσματα έχει η ανοικτή αρχιτεκτονική του Διαδικτύου στο ηλεκτρονικό εμπόριο του τραπεζικού κλάδου καθώς και τις νέες μορφές δικτυακών οικονομικών υπηρεσιών (Kalakota,2000, σ 12-15)

Οι τράπεζες παρέχουν τώρα μια τεράστια ποικιλία των οικονομικών υπηρεσιών στην αγορά και θα ήταν αδύνατο σε μια μελέτη για να καλυφθούν όλες. Επιπλέον, στο διαδικτυακό περιβάλλον είναι μέχρι τώρα ασαφές ποιοι on line φορείς παροχής υπηρεσιών επαναπροσδιορίζουν την ύπαρξη τους, τις σχέσεις πελατών (CRM), σε αντιδιαστολή με την ανάπτυξη των νέων επιχειρησιακών εννοιών.

Η ανάπτυξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής στη χώρα μας υπήρξε αλματώδης. Παρά το γεγονός ότι είναι ένα σχετικά νέο εναλλακτικό τραπεζικό δίκτυο (λιγότερο από μια δεκαετία), οι υπηρεσίες του είναι εφάμιλλες με αυτές του εξωτερικού, ασφαλείς και αξιόπιστες. Στην Ελλάδα πρωτοεμφανίστηκε το 1997 από την Εγνατία Τράπεζα και κατόπιν ακολούθησαν και οι υπόλοιπες τράπεζες του εσωτερικού. Σήμερα υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής διαθέτει η πλειοψηφία των εγχώριων τραπεζικών οργανισμών. Παρά το γεγονός διανύει ακόμη τη παιδική της ηλικία, η ηλεκτρονική τραπεζική στη χώρα μας έχει πραγματοποιήσει πρόοδο δυσανάλογη της ηλικίας της. Αρκετά τραπεζικά sites ηλεκτρονικών συναλλαγών δεν έχουν να ζηλέψουν τίποτα από αντίστοιχα sites του εξωτερικού τόσο ως προς το πλήθος τους και την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών όσο και ως προς το φιλικό τους περιβάλλον και την ευκολία χρήσης τους.

Σήμερα στη χώρα μας υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking services) διαθέτουν : η Εγνατία Τράπεζα (www.egnatibank.gr), η Τράπεζα Πειραιώς (www.winbank.gr) η οποία έχει δημιουργήσει αποδεδειγμένο site από την επίσημη ιστοσελίδα της Τράπεζας που έχει να κάνει αποκλειστικά με την ηλεκτρονική τραπεζική και φέρει το όνομα Winbank, η Εθνική Τράπεζα (www.nbg.gr), η Εμπορική Τράπεζα (www.emporiki.gr) , η EFG Eurobank (www.eurobank.gr), η Novabank (www.novabank.gr), η Alphabank (www.alpha.gr), η Citibank (www.citibank.gr), η Aspibank

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

(www.aspisbank.gr), η Τράπεζα Κύπρου (www.bankofcyprus.gr) και η Λαϊκή Τράπεζα (www.laiki.gr).**(Περιοδικό RAM : Οκτώβριος 2005, σ 45-49)**

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ ΒΑΣΙΚΩΝ ΟΡΩΝ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗΣ ΕΠΟΧΗΣ.ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΙ ΟΦΕΛΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ.

Λόγω της μεγάλης σημασίας των πληροφοριών στον οικονομικό τομέα η χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου αναμενόταν να έχει σημαντικά αποτελέσματα στη δομή της αγοράς. Το Διαδίκτυο σε πολλές περιπτώσεις έχει αποδυναμώσει το ρόλο των παραδοσιακών χρηματοδοτικών οργανισμών με την είσοδο των νεοεισερχόμενων, ή με το να καταστήσει περισσότερες πληροφορίες για τις τραπεζικές υπηρεσίες και τις δαπάνες και την άμεση διανομή τους στους πελάτες. Το Internet καθιστά πιθανό για τους πελάτες να συγκρίνουν τις υπηρεσίες που προσφέρονται από τους οικονομικούς μεσάζοντες ευκολότερα και να ψάξουν για την καλύτερη προσφορά. Επίσης το Διαδίκτυο καθιστά πιθανό για τις νέες επιχειρήσεις να μπουν στην αγορά γρήγορα και φτηνά επειδή μπορούν να αποφύγουν την ανάγκη ενός εκτενούς κλαδικού δικτύου. Οι ήδη on-line τράπεζες αλλά και νέες που καθιερώνονται, έχουν τη σαφή επιλογή μόνο το πιο κερδοφόρων προφίλ πελατών (Cherry picking Choice) και περιθωριοποιούν τα υπόλοιπα.(www.goonline.gr).

1.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ, ΣΤΑΔΙΑ ΚΑΙ ΟΦΕΛΗ.

1.1.1 Η έννοια του e-commerce.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο καθορίζεται ευρέως στο πλαίσιο EBIP ως η εφαρμογή των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών (ICT) σε οποιαδήποτε από τις δραστηριότητες που περιλαμβάνονται στη διεξαγωγή εμπορικών συναλλαγών. Η σημασία του ηλεκτρονικού εμπορίου έχει αναγνωριστεί ευρέως, ιδιαίτερα σε ένα περιβάλλον Διαδικτύου, και αναμένεται ότι το e-commerce θα ασκήσει βαθιές κοινωνικές και οικονομικές επιδράσεις (Silvain , 2001, σ 5-7).

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

Συγκεκριμένα σύμφωνα με τους Kalakota και Robinson στο βιβλίο τους A Roadmap for success το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να οριστεί από τέσσερις διαφορετικές οπτικές γωνίες:

- Επιχειρήσεις: το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η εφαρμογή της νέας τεχνολογίας προς την κατεύθυνση του αυτοματισμού των συναλλαγών και της ροής εργασιών.
- Υπηρεσίες: το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ένας μηχανισμός που έχει στόχο να ικανοποιήσει την κοινή επιθυμία προμηθευτών και πελατών για καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών, μεγαλύτερη ταχύτητα εκτέλεσης συναλλαγών και μικρότερο κόστος.
- Απόσταση: ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η δυνατότητα αγοραπωλησίας προϊόντων και υπηρεσιών μέσω internet και ανεξάρτητα από την γεωγραφική απόσταση.
- Επικοινωνία: ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η δυνατότητα παροχής πληροφοριών, προϊόντων ή υπηρεσιών και πληρωμών μέσα από δίκτυα ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή επιτροπή (1997) και τον ΟΟΣΑ (Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης) το 1998, ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ένα κανάλι <<αγοράς και πώλησης>> καταναλωτικών αγαθών μέσω Διαδικτύου, κυρίως λογισμικού, μουσικών δίσκων, βιβλίων και ταξιδιωτικών πακέτων και φυσικά ως διαφημιστικού μέσου.

Το e.business forum αναφέρει σαν ηλεκτρονικό εμπόριο, το εμπόριο αγαθών και υπηρεσιών που διεξάγεται μέσω Internet. Απαιτεί τη δημιουργία από την πλευρά του καταναλωτή μια ιστοσελίδα ή τη συμμετοχή του σε ένα κοινό server ενός internet server provider. Η ιστοσελίδα προσφέρει ένα δυνητικό κατάστημα (virtual store) που περιέχει: έναν κατάλογο προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, γενικά πληροφοριακά στοιχεία όπως το προφίλ της επιχείρησης, δυνατότητα συναλλαγών on line ή off line.

1.1.2 Τα στάδια ανάπτυξης ηλεκτρονικού εμπορίου (impacting phases of e-commerce).

Σύμφωνα με τους Kalakota και Robinson στο βιβλίο τους <<A Roadmap for success>> διαπιστώνουμε πως <<στις μέρες μας διαδραματίζεται μία απέραντη και γρήγορη αναδόμηση των επιχειρήσεων σε μια πρωτοφανή κλίμακα. Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ένας οικονομικός διαλύτης. Διαλύει τα παλαιά επιχειρησιακά πρότυπα, αλλάζει τη δομή δαπανών και ρυθμίζει εκ νέου τους δεσμούς μεταξύ των αγοραστών, των πωλητών και του καθενός μεταξύ. Αυτό που τώρα μόνο γίνεται σαφές είναι ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ένας διαλύτης σχέσης επίσης, που λειώνει τα παραδοσιακά όρια μεταξύ των συνεργατών των επιχειρήσεων και των πελατών, που αλλάζουν τη φύση των σχέσεων>>. Με απλά λόγια το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) είναι μια ισχυρή κοινωνικοοικονομική χημική ουσία που αντιδρά με όλα που αγγίζει.

Εντούτοις ο αντίκτυπος του ηλεκτρονικού εμπορίου συμβαίνει στις φάσεις. Στην πρώτη φάση (1994-1997), το ηλεκτρονικό εμπόριο ήταν έτοιμο να κάνει τη παρουσία του: σίγουρος ο καθένας ότι είχε έναν ιστοχώρο, που ικανοποιεί την απαίτηση ότι κάθε επιχείρηση, μεγάλη ή μικρή, έχει τουλάχιστον κάτι στο διαδίκτυο. Οι άνθρωποι δεν ήταν αρκετά βέβαιοι γιατί το έκαναν αλλά ήξεραν ότι έπρεπε να έχουν μια παρουσία σε απευθείας σύνδεση.

Η δεύτερη φάση (1997-2000) ηλεκτρονικού εμπορίου ήταν για την συναλλαγή:αγορά και πώληση πέρα από τα ψηφιακά μέσα. Η εστίαση σε αυτήν την φάση ήταν στη ροή παραγγελιών και στο ακαθάριστο εισόδημα. Μερικά από αυτά ήταν ο δεσμός των αγοραστών και των πωλητών που δεν θα είχαν βρει ποτέ ο ένας τον άλλον στο παρελθόν. Μερικά από αυτά έπαιρναν απλά τις συναλλαγές που θα είχαν γίνει μέσω των παραγγελιών αγοράς εγγράφου λέγοντας ρητά ότι αυτή η επιχείρηση έγινε στο Διαδίκτυο, αν και η έννοια εκείνης της αλλαγής ήταν αρκετά εμφανή. Αλλά στη φάση αυτή οι ανακοινώσεις ήταν όλες για τη ροή παραγγελιών με οποιοδήποτε κόστος. (Kalakota κ.α, 2000, σ 12)

1.1.3 Οι κατηγορίες του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Σύμφωνα με την www.etl.uom.gr το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce), μπορεί να υποδιαιρεθεί σε τέσσερις κατηγορίες :

- Επιχείρηση – Επιχείρηση (Business to Business, B2B model)

Είναι μια επιχείρηση που χρησιμοποιεί ένα δίκτυο για τις παραγγελίες της από προμηθευτές, που λαμβάνει τιμολόγια και κάνει πληρωμές. Αυτή η κατηγορία έχει κατοχυρωθεί αρκετά χρόνια, ειδικά με την χρησιμοποίηση του EDI (Electronic Data Interchange) σε κλειστά ή διεθνή δίκτυα.

- Επιχείρηση – Καταναλωτής (Business to Consumer, B2C model)

Εξομοιώνεται με την ηλεκτρονική λιανική πώληση. Αυτή η κατηγορία έχει αναπτυχθεί με την εκτόξευση του World Wide Web. Οι καταναλωτές μαθαίνουν για τα προϊόντα μέσα από ηλεκτρονικές εκδόσεις, αγοράζουν προϊόντα με <<ψηφιακό>> χρήμα και αλλά ασφαλή συστήματα πληρωμής. Υπάρχουν καταστήματα σε όλο το internet, που προσφέρουν κάθε είδος προϊόντων, εκτός κρασιά μέχρι Η/Υ και αυτοκίνητα.

- Επιχείρηση – Δημόσια διοίκηση (Business to Administrator, B2A model)

Καλύπτει όλες τις συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και δημόσιων οργανισμών. Για παράδειγμα στις ΗΠΑ οι λεπτομέρειες για τις προμήθειες των προσεχών κυβερνήσεων εκδίδονται στο internet και οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις, ανταποκρίνονται ηλεκτρονικά.

- Πελάτης – Δημόσια διοίκηση (Consumer to Administrator, C2A model)

Δεν έχει ακόμα ενεργοποιηθεί. Στον βωμό της ανάπτυξης των δύο προηγούμενων κατηγοριών οι επιχειρήσεις πρέπει να αναπτύξουν τις ηλεκτρονικές συναλλαγές σε περιοχές όπως πληρωμές κοινωνικής πρόνοιας και ιδιωτικών φόρων.

1.1.4 Οι φάσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου

Μια επιχείρηση (στην περίπτωση μας ένας τραπεζικός όμιλος) για να αντιληφθεί πλήρως την σημασία του ηλεκτρονικού εμπορίου πρέπει να εκπληρώσει τις παρακάτω φάσεις:

Φάση 1: Ανάπτυξη Web σελίδας και Προώθηση προϊόντος.

- Δημιουργία Web site, ανάπτυξη και φιλοξενία (Hosting).
- Διαφήμιση και πρώτη εικόνα προϊόντων και υπηρεσιών.
- Ζήτηση και διακίνηση πληροφοριών μέσω του internet.

Φάση 2: Software κατασκευή και Διαχείριση Βάσεων Δεδομένων.

- Παραγγελία προϊόντων ή υπηρεσιών μέσω του internet.
- Database λύσεις που απαιτούν οι σύγχρονες πολύπλοκες υψηλές τεχνολογίες.

Φάση 3: Πληρωμή και Επεξεργασία Συναλλαγών.

- Αναγνώριση πιστότητας πιστωτικής κάρτας και παραγγελία μέσω internet.
- Ηλεκτρονική μεταφορά χρημάτων.

Φάση 4: Εκπλήρωση και EDI Διανομή αποθεμάτων.

- Αποστολή προϊόντος και αποθήκευση
- Καταχώρηση παραγγελίας και καταστάσεων.
- Ηλεκτρονική παραγγελία διαμέσου EDI και εξειδικευμένη παρουσία πελατών στο internet.

Φάση 5: Υπηρεσίες Τηλεφωνικού Κέντρου.

- Υποστήριξη προϊόντων και ειδικά εκπαιδευμένοι αντιπρόσωποι για την εκπλήρωση ειδικών αναγκών των πελατών.
- Εξερχόμενο και εισερχόμενο direct marketing. **(Πρόγραμμα Δικτυωθείτε:<http://www.go-online.gr>, "οι φάσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου")**

1.1.5 Ηλεκτρονικό εμπόριο-οφέλη

Τα οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου διεθνώς είναι πολλά τόσο στις επιχειρήσεις όσο και στους ιδιώτες. Συγκεκριμένα για τις επιχειρήσεις τα οφέλη του e-commerce είναι τα εξής σύμφωνα με τον Δικτυακό τόπο <http://www.go-online.gr> :

1. Μειώνουν δραστικά το κόστος λειτουργίας τους (ενοίκια, προσωπικό, κλπ).
2. Απευθύνονται σε μια τεράστια σε μέγεθος αγορά, χωρίς χρονικούς και γεωγραφικούς περιορισμούς, πρόσβαση σε νέες αγορές
3. Αναζητούν καλύτερους και φθηνότερους προμηθευτές.
4. Μειωμένα έξοδα διαφήμισης
5. Ανεπτυγμένος στρατηγικός σχεδιασμός.
6. Περισσότερες ευκαιρίες για niche marketing.
7. Ανάμειξη του πελάτη στο προϊόν και καινοτομία υπηρεσιών.
8. Σύναψη συμφωνιών με καλύτερους οικονομικούς όρους.

Αντιστοίχως για τους καταναλωτές:

1. Έχουν πλέον τη δυνατότητα να αγοράζουν από την οθόνη του υπολογιστή.
2. Δεν υπόκεινται σε χωροχρονικούς περιορισμούς
3. Βελτιώνουν θεαματικά τις επιλογές τους.
4. Έχουν τη δυνατότητα να αναζητήσουν το προϊόν της αρεσκείας τους σε καλύτερες τιμές.
5. Μειωμένα έξοδα μεταφοράς.
6. Ίση πρόσβαση στις αγορές από όλους.

Ειδικότερα στη χώρα μας ένα πολύ μεγάλο όφελος του e-commerce είναι ότι βοηθά τα ηλεκτρονικά καταστήματα να ξεπεράσουν την εσωστρεφή ελληνική πραγματικότητα, που με την περιορισμένη δυναμική της θέτει σε κίνδυνο τα ηλεκτρονικά εμπορικά εγχειρήματα.

1.2 Η ΕΝΝΟΙΑ, Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΣΤΑΔΙΑ ΤΟΥ E-BUSINESS.

1.2.1 Εννοιολογικό περιεχόμενο e-business.

Η σύγχρονη άποψη περί e-business δεν αναφέρεται σε μια συγκεκριμένη τεχνολογία, αλλά σε μια διαφορετική επιχειρηματική νοοτροπία, δομή και οργάνωση.

Για να μπει πραγματικά στο χώρο του e-business μια επιχείρηση πρέπει να επανεφεύρει τον εαυτό της, υιοθετώντας μια ολιστική προσέγγιση για όλες τις δραστηριότητες της. Να χρησιμοποιήσει δηλαδή μια ενιαία δομή, μια κοινή πλατφόρμα εφαρμογών και έναν ομοιόμορφο τρόπο σκέψης για όλες τις εργασίες της.

Σύμφωνα με το έγκυρο site Δικτυωθείτε (www.go-online.gr) ο όρος ηλεκτρονικό επιχειρείν (e-business) υιοθετήθηκε προκειμένου να διακρίνει τις νεωτεριστικές επιχειρήσεις που επενδύουν στην διεξαγωγή των δραστηριοτήτων τους μέσω των τηλεπικοινωνιακών δικτύων και μέσω του Internet.

Η ανάπτυξη των ηλεκτρονικών επιχειρήσεων είναι εκθετική, ωστόσο, ο σχεδιασμός και η υλοποίηση τους δεν είναι απλή, καθώς απαιτεί αυστηρό καθορισμό των τεχνολογικών απαιτήσεων μέσα από ένα διαρκώς αυξανόμενο πλήθος και εύρος διαθέσιμων τεχνολογιών.

Γενικά το ηλεκτρονικό επιχειρείν χρησιμοποιείται με την ευρύτερη έννοια. Περιλαμβάνει την αγορά και πώληση αγαθών ή υπηρεσιών με ηλεκτρονικά μέσα (online), αλλά καλύπτει και άλλες πλευρές ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας, όπως οι προμήθειες, ο έλεγχος των αποθεμάτων, η διαχείριση της παραγωγής καθώς και των logistics, της υποστήριξης πελατών, της εφοδιαστικής αλυσίδας. **(European Commission : 2005, The European e-business report).**

1.2.2 Τα στάδια του ηλεκτρονικού επιχειρείν σε μία επιχείρηση.

Η υιοθέτηση των διαδικασιών και τεχνολογιών του ηλεκτρονικού επιχειρείν από τις επιχειρήσεις αποτελεί απόφαση στρατηγικής σημασίας, η οποία υλοποιείται σε διάφορα στάδια :

Σε πρώτο επίπεδο, η επιχείρηση αναπτύσσει ένα Εταιρικό δικτυακό τόπο (web site). Με τον τρόπο αυτό αποκτά παρουσία στο διαδίκτυο, παρουσιάζει τις δραστηριότητες της, δίνει πληροφορίες για τα προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρει, και τέλος αρχίζει να αξιοποιεί τις δυνατότητες που προσφέρονται από το διαδίκτυο (Στάδιο πληροφορίας).

Σε δεύτερο επίπεδο, προκειμένου να μεγιστοποιήσει τα οφέλη από τη χρήση του Internet, της πληροφορικής και των νέων τεχνολογιών, η επιχείρηση αναπτύσσει βασικές ηλεκτρονικές συναλλαγές, παρέχοντας δυνατότητα αγορών μέσω της ιστοσελίδας της καθώς και δυνατότητα συναλλαγών και επικοινωνίας με τους προμηθευτές της. Σε αυτό το σημείο η επιχείρηση πραγματοποιεί εταιρικές συναλλαγές (business to business-B2B) ή συναλλαγές λιανεμπορίου (business to consumer-B2C) (Στάδιο αλληλεπίδρασης)

Έπειτα, έχοντας καλύψει βασικές δραστηριότητες ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce), η εταιρία εισέρχεται στον τομέα του ηλεκτρονικού επιχειρείν (e-business) για να εξασφαλίσει πλέον αυτοματοποιημένες και ασφαλείς συναλλαγές, δυναμική ανανέωση των πληροφοριών αναφορικά με την διαθεσιμότητα των προϊόντων και υπηρεσιών, διασύνδεση των συναλλαγών με τα χρησιμοποιούμενα συστήματα διαχείρισης επιχειρησιακών πόρων (ERP) (Στάδιο συναλλαγής)

Τέλος προκειμένου η επιχείρηση να ανταπεξέλθει στις νέες συνεχώς διαμορφούμενες προκλήσεις, οι οποίες αναδεικνύονται από ένα ανταγωνιστικό και συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον, χρειάζεται να διαμορφώνει τις εδραιωμένες πλατφόρμες του <<ηλεκτρονικού επιχειρείν>> ούτως ώστε να εκμεταλλεύεται στο μέγιστο βαθμό τις νέες ευκαιρίες αλλά και τεχνολογίες. Είναι απαραίτητη η ακόμη αποδοτικότερη διαχείριση των συναλλαγών, η ταχύτερη ανάπτυξη νέων προϊόντων, η γρηγορότερη

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

πρόσβαση στην αγορά και η περαιτέρω ανάπτυξη, αξιοποίηση και σύσφιγξη των σχέσεων με τη πελατειακή βάση (Στάδιο ολοκλήρωσης).

Σήμερα το ηλεκτρονικό εμπόριο βρίσκεται στη τρίτη φάση με μια εστίαση στον τρόπο με τον οποίο το Διαδίκτυο μπορεί να προσκρούσει στην αποδοτικότητα. Και η αποδοτικότητα δεν αφορά μόνο τα αυξανόμενα ακαθάριστα εισοδήματα αλλά τα μάλλον αυξανόμενα ακαθάριστα περιθώρια.

Αυτή η φάση καλείται ηλεκτρονικό επιχειρείν και περιλαμβάνει τις εφαρμογές και τις διαδικασίες που επιτρέπουν σε μια επιχείρηση να συντηρήσει μια επιχειρησιακή συναλλαγή. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν δεν αναφέρεται μόνο στη συναλλαγή μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου ή στην αγορά και την πώληση από τον Ιστό, πέρα από όλα αυτά αποτελεί στρατηγική επαναπροσδιορισμού των παλαιών επιχειρησιακών προτύπων με την ενίσχυση της τεχνολογίας, για να μεγιστοποιήσει την αξία πελατών και τα κέρδη. **(Kalakota κ.α,2000,σ 7-9)**

1.2.3 Οι τραπεζικές επιχειρήσεις του e-banking και το στάδιο e-business στο οποίο ανήκουν.

Σήμερα οι τραπεζικές επιχειρήσεις της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι σε ένα σημείο αρκετά κρίσιμο σε σχέση με την είσοδο του Internet στην κοινωνία. Σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες το Internet έχει διεισδύσει βαθιά στο τεκταινόμενα των εμπορικών συναλλαγών. Στην Ελλάδα η διείσδυση του Internet δεν βρίσκεται ακόμα σε πολύ εξελιγμένο στάδιο αν και χρόνο με το χρόνο το ποσοστό χρηστών Διαδικτύου αυξάνεται συνεχώς.

Ανεξάρτητα από τα ποσοστά χρήσης Internet σε κάθε χώρα σήμερα, οι τραπεζικές επιχειρήσεις του e-banking γενικά έχουν φτάσει σε ένα συγκεκριμένο στάδιο, στο στάδιο των συναλλαγών.

Έχουν περάσει από το στάδιο της πληροφορίας, δηλαδή οι τράπεζες έχουν αποκτήσει παρουσία στο Διαδίκτυο και προσφέρουν μέσα από αυτό πληροφορίες για να προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Πέρασαν από το στάδιο

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

αλληλεπίδρασης, της παροχής δυνατότητας αγορών μέσω των ιστοσελίδων τους.

Το στάδιο στο οποίο ανήκουν σήμερα οι τραπεζικές επιχειρήσεις της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι το στάδιο των συναλλαγών. Οι τράπεζες πλέον παρέχουν αυτοματοποιημένες συναλλαγές εξασφαλίζοντας ταυτόχρονα την μέγιστη ασφάλεια στους πελάτες τους. Οι ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές σήμερα ανά το κόσμο είναι πάρα πολλές και ικανοποιούν ένα εύρος απαιτήσεων από την πλευρά των χρηστών ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Είναι ακόμη νωρίς για την εισαγωγή των τραπεζικών επιχειρήσεων του e-banking στο στάδιο ολοκλήρωσης. Για να επιτευχθεί αυτό είναι αναγκαίο να γίνεται ταχεία πρόσβαση στην αγορά, σύσφιξη των πελατειακών σχέσεων και αναδιαμόρφωση των πλατφόρμων του ηλεκτρονικού επιχειρείν. Παρόλα αυτά ίσως οι επιχειρήσεις ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking) πολύ λίγων τραπεζών παγκοσμίως να έχουν καταφέρει να ικανοποιήσουν ορισμένες απαιτήσεις του σταδίου της ολοκλήρωσης.

1.3 Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ (E-BANKING) ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ.

1.3.1 Η έννοια της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Η ραγδαία εξάπλωση του internet έχει δημιουργήσει αρκετές νέες κατηγορίες υπηρεσιών. Μια από αυτές είναι το e-banking, μέσω του οποίου ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιεί συναλλαγές με την τράπεζα του από την οθόνη οποιουδήποτε υπολογιστή. Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα, εκτός από τα στατιστικά στοιχεία για τους λογαριασμούς του να κάνει μεταφορές χρημάτων, να ελέγχει την πορεία των πιστωτικών καρτών καθώς και να πληρώνει διάφορους λογαριασμούς. Παράλληλα δεν είναι λίγες οι τράπεζες που παρέχουν υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας όπως η παρακολούθηση του χαρτοφυλακίου (Αγγελής ,2005,Η βίβλος του e-banking, σ 25).

Ειδικότερα το Electronic Banking είναι όρος-ομπρέλα για τη διαδικασία που ο πελάτης διεξάγει τραπεζικές συναλλαγές ηλεκτρονικά χωρίς να χρειάζεται να μεταβεί σε κατάστημα πιστωτικού ιδρύματος. Στην Ελλάδα το φάσμα των τραπεζικών υπηρεσιών που μπορεί να προσφερθεί μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής χωρίζεται σε δυο κατηγορίες: α) Πληροφοριακές συναλλαγές όπως οι πληροφορίες για τα υπόλοιπα και τις κινήσεις τραπεζικών λογαριασμών, πιστωτικών καρτών και δανείων, η παρακολούθηση επιτοκίων και η αλλαγή προσωπικών στοιχείων και β) Οικονομικές συναλλαγές όπως η μεταφορά κεφαλαίων, η πληρωμή λογαριασμών, πληρωμή φόρων εξυπηρέτηση παγίων εντολών, πληρωμές πιστωτικής κάρτας.

Με τον όρο ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking) εννοούμε όλες τις δυνατές συναλλαγές μιας τράπεζας που τελούνται με χρήση ηλεκτρονικών μέσων, κυρίως μέσω του διαδικτύου αλλά και μέσω VPNs, Intranet, Extranet, σταθερού και κινητού τηλεφώνου και δεν απαιτούν την φυσική παρουσία του πελάτη σε κατάστημα της Τράπεζας (Silvain , 2001, σ 12-15).

Ένας πιο απλός ορισμός που θα έλεγε κανείς πως συνδέει την ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking) με το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) είναι ο εξής: Αυτοματοποιημένη παροχή νέων και παραδοσιακών προϊόντων και

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

υπηρεσιών, απευθείας στους πελάτες, μέσω ηλεκτρονικών, αλληλεπιδραστικών καναλιών επικοινωνίας.

1.3.2 Κατηγορίες electronic banking.

Η ηλεκτρονική τραπεζική διακρίνεται σε τέσσερις μεγάλες κατηγορίες:

- **PC BANKING.** Οι συναλλαγές γίνονται μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή ο οποίος έχει σύνδεση το internet αλλιώς internet banking.
- **PHONE BANKING.** Οι δυνατές συναλλαγές γίνονται μέσω σταθερού τηλεφώνου.
- **MOBILE BANKING ή GSM BANKING.** Οι συναλλαγές γίνονται μέσω κινητού τηλεφώνου. (Η Cosmote παρέχει την υπηρεσία i-mode, Vodafone την vodafone live κλπ).
- **TELEVISION BANKING.** Οι συναλλαγές γίνονται μέσω αμφίδρομης τηλεόρασης. Κάποιας μορφής τηλεόρασης που έχει σύνδεση με το internet. Η μέθοδος αυτή δεν είναι διαδεδομένη στην Ελλάδα, σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες που ήδη βρίσκεται σε πολύ ανεπτυγμένο στάδιο. (Αγγελής Β. ,2005, σ 18-19).

1.3.3 Η ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking) στην Ελλάδα.

Η ηλεκτρονική τραπεζική στην χώρα μας βρίσκεται σε ένα πολύ κρίσιμο στάδιο. Αυτό συμβαίνει διότι το internet άργησε να εξαπλωθεί στην Ελλάδα σε σχέση με άλλες χώρες του κόσμου. Η χρήση του internet στη χώρα μας έφτασε τον Μάρτιο του 2004 στο 28% (GFK Market Analysis), την ίδια ώρα που σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες το ποσοστό αυτό αγγίζει το 40%.

Παρόλη την καθυστέρηση της αφομοίωσης του internet στην Ελλάδα, το 2007 είναι πολλοί εκείνοι που χρησιμοποιούν το internet καθημερινά για διάφορους λόγους είτε για αναζήτηση πληροφοριών, είτε για διασκέδαση, είτε για να εκπληρώσουν διάφορες οικονομικές συναλλαγές.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

Πλέον το Διαδίκτυο έχει γίνει χρήσιμο εργαλείο στα χέρια τόσο των επιχειρήσεων όσο και των ιδιωτών δημιουργώντας μεταξύ τους μια νέα σχέση εμπόρου-καταναλωτή κάτω από νέες συνθήκες και νέους όρους. Διευκολύνει τις μεταξύ τους συναλλαγές και δίνει στο εμπόριο την έννοια του ηλεκτρονικού εμπορίου, ενώ δημιουργείται ένα τρίγωνο που η μια του κορυφή αντιστοιχεί στην ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΤΟΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΚΛΑΔΟ (E-COMMERCE IN THE BANKING SECTOR).

Οι επιδράσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου στον τραπεζικό τομέα μπορούν ενδεχομένως να είναι βαθιές. Τα τραπεζικά προτερήματα και τα προϊόντα είναι αρχικά << αύλα αγαθά>> , πολλά από τα οποία φαίνονται ιδανικά ταιριαγμένα στην ψηφιακή αναλογική μεταλλαγή και την on-line διανομή. Οι χονδρικές τραπεζικές εργασίες στηρίζονται ήδη σε μεγάλο ποσοστό στα ηλεκτρονικά συστήματα, τα οποία είναι κυρίως ιδιόκτητα δίκτυα και ανοίγουν μόνο σε περιορισμένες ομάδες χρηστών. Οι βασισμένες εφαρμογές κατάθεσης που είναι βασισμένες στο internet είναι επιφανειακά ιδανικές για πολλούς τύπους λιανικών τραπεζικών υπηρεσιών, αλλά αυτό είναι ακόμα ένας σχετικά μικρός τομέας της τραπεζικής αγοράς. **(e.business forum, ηλεκτρονικές πληρωμές προβλήματα και προοπτικές, 2004, σ 3).**

Η χρήση του Διαδικτύου σε τραπεζικές διαδικασίες μπορεί να θεωρηθεί λογικό βήμα δεδομένου ότι η νέα τεχνολογία είναι βασικά μια αύξηση σε μια ήδη εξελισσόμενη λειτουργική υποδομή. Για έναν χρόνο, οι προβλέψεις ήταν κοινές ότι η αυξανόμενη χρήση του Διαδικτύου θα τίναζε επάνω τις υπάρχουσες δομές αγοράς και θα απειλούσε την κυριαρχία των ιδρυμένων επιχειρήσεων. Στον οικονομικό τομέα μια μυριάδα καινοτομιών του Διαδικτύου άρχισε γρήγορα να εισχωρεί στις αγορές προϊόντων που παραδοσιακά εξυπηρετούνταν από τις τράπεζες. Επιπλέον, οι ιδρυμένες επιχειρήσεις από τις σχετικές αγορές (όπως η ασφάλεια) και οι ανεξάρτητες αγορές αναμένονταν για να ταιριάξουν καλά για την προσφορά τραπεζικών προϊόντων on-line. **(Silvain : 2001, σ 19)**

2.1 ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΕΜΠΟΡΕΥΟΝΤΑΙ ΟΙ ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΜΕΣΩ E-COMMERCE.

Οι περισσότεροι τραπεζικοί όμιλοι σήμερα προσφέρουν τα προϊόντα τους μέσω του Διαδικτύου. Στην Ελλάδα βέβαια το πλήθος των υπηρεσιών αυτών είναι περιορισμένο σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Θα μπορούσαμε να διακρίνουμε τα προϊόντα – υπηρεσίες που εμπορεύεται σε δυο κατηγορίες. Σε αυτά τα τραπεζικά προϊόντα που ανήκουν στην Τράπεζα και σε αυτά που η Τράπεζα παίζει το ρόλο του μεσάζοντα. (**Emporiki Bank, εκπρόσωπος e-commerce**)

2.1.1 Τραπεζικά προϊόντα-υπηρεσίες που ανήκουν στη τράπεζα.

- Μεταφορές κεφαλαίων (εμβάσματα) τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό. Σε λογαριασμούς της ίδιας τράπεζας ή σε άλλη τράπεζα. Για τα εμβάσματα η κάθε τράπεζα καθιερώνει διαφορετική τιμολογιακή πολιτική. Επίσης οι τράπεζες παρέχουν υπηρεσίες παρακολούθησης τραπεζικών λογαριασμών
- Πιστωτικές κάρτες. Στην Ελλάδα δεν είναι διαδεδομένη αυτή η υπηρεσία ακόμη. Σε πολλές όμως χώρες του εξωτερικού και ιδιαίτερα στην Γαλλία πολλές είναι οι τράπεζες που πωλούν πιστωτικές κάρτες on-line, με την συμπλήρωση μιας ειδικής αίτησης.
- Δάνεια. Καθώς η χορήγηση δανείου είναι μια εξαιρετικά χρονοβόρα διαδικασία είναι δύσκολο για την χώρα μας ακόμη να παρέχονται δάνεια μέσω του διαδικτύου σε αντίθεση με άλλες ανεπτυγμένες ευρωπαϊκές χώρες που μπορεί ο πελάτης να “παραγγείλει” ένα δάνειο on-line.
- Ένα ακόμη προϊόν – υπηρεσία που εμπορεύονται ηλεκτρονικά οι τράπεζες είναι το e-wallet ή e-purse. Λογισμικό κρυπτογράφησης που λειτουργεί όπως ένα φυσικό πορτοφόλι κατά τη διάρκεια των συναλλαγών ηλεκτρονικού εμπορίου. Ένα ψηφιακό πορτοφόλι μπορεί να φυλάξει τις πληροφορίες πληρωμής ενός χρήστη, ένα ψηφιακό πιστοποιητικό αναγνώρισης χρήστη και γενικά όλες τις συναλλαγές

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

του. Δηλαδή η τράπεζα χορηγεί στον πελάτη της ένα e-wallet στο οποίο ο τελευταίος “καταθέτει” χρήματα και τα χρησιμοποιεί για την αγορά προϊόντων μέσω Διαδικτύου από e-shop πιστοποιημένα από την συγκεκριμένη τράπεζα.

- Ανάπτυξη υποδομής για διάθεση υπηρεσιών τρίτων. Εδώ οι τράπεζες δημιουργούν ψηφιακά καταστήματα πλειστηριασμού (e-auctions) όπου διάφορα προϊόντα βγαίνουν σε δημοπρασία. Από ρούχα και ποτά μέχρι σπίτια και αυτοκίνητα. Κατασκευάζουν επιπλέον τα γνωστά e-malls (ηλεκτρονικά εμπορικά κέντρα) όπου μέσω της πιστωτικής κάρτας ή μέσω του ψηφιακού πορτοφολιού μπορούν να εμπορευούνται διάφορα προϊόντα. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της Εγνατίας Τράπεζας με το site της Webticket (www.webticket.gr). Από την ιστοσελίδα αυτή η τράπεζα πουλά εισιτήρια για θέατρο, σινεμά, μουσική, αξιοθέατα (αρχαιολογικοί χώροι, μουσεία, οικολογικά πάρκα, φεστιβάλ), τέχνη (πινακοθήκες), αθλητισμό ενώ παρέχει και μία σειρά ενημερώσεων για τους τομείς που προαναφέρθηκαν. **(Συνέντευξη από τον εκπρόσωπο e-commerce της Εμπορική Bank, Κώστα Βαβέκη).**

Θα αναρωτιόταν κανείς πως πληρώνονται οι τράπεζες για αυτά τα προϊόντα – υπηρεσίες που προσφέρουν για να μπορούμε να μιλάμε για εμπόριο και μάλιστα ηλεκτρονικό. Η απάντηση σε αυτό το ερώτημα είναι ότι οι τράπεζες πληρώνονται μέσω της προμήθειας. Η προμήθεια αποτελεί στη συγκεκριμένη περίπτωση την πληρωμή από την μεριά του πελάτη ενώ για όλες αυτές τις υπηρεσίες δεν είναι καθιερωμένη η ίδια τιμολογιακή πολιτική για όλα τα τραπεζικά ιδρύματα.

2.1.2 Τραπεζικά προϊόντα που εμπορεύεται η τράπεζα διαδραματίζοντας το πόλο του μεσάζοντα στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

- Πληρωμές τρίτων. Παρέχουν δηλαδή οι τράπεζες τη δυνατότητα στους πελάτες τους για την πληρωμή δημόσιων υπηρεσιών όπως Δ.Ε.Η,

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

Ο.Τ.Ε και Φ.Π.Α on-line. Πολλές φορές παρέχεται και η υπηρεσία πληρωμής των τελών κυκλοφορίας.

- Υπηρεσίες παρουσίασης και πληρωμής τιμολογίων. Είναι ένα προϊόν που στη χώρα μας παρέχεται μόνο από την EFG EUROBANK. Η τράπεζα δηλαδή αναλαμβάνει να πληρώσει τιμολόγια κάποιων συμβεβλημένων με αυτή εταιρειών.
- Επενδυτικά προϊόντα. Τέτοια είναι τα commodities, η αγορά ομολόγων, η αγορά αμοιβαίων κεφαλαίων και η αγορά συναλλάγματος. Η συμμετοχή σε μετοχές είναι επίσης μία υπηρεσία που προσφέρεται μέσα από το e-commerce των τραπεζών. Τέλος όσον αφορά τα επενδυτικά προϊόντα προσφέρονται συμβουλευτικές υπηρεσίες που πολλές φορές χρειάζεται ο πελάτης για την επένδυση των κεφαλαίων του.
- Ασφαλιστικά προϊόντα. Εδώ οι τραπεζικοί όμιλοι συνεργάζονται με τραπεζικές ασφαλιστικές εταιρείες (Εμπορική Bank την Εμπορική Life, η Εθνική τράπεζα την Εθνική ασφαλιστική κλπ) για να εμπορευτούν ασφαλιστικά προϊόντα. Αυτά καλύπτουν τις ασφάλειες ζωής, ασφάλειες πυρός, ασφάλειες αυτοκινήτου. Τα προϊόντα αυτά προσφέρονται on-line μέσα από τις ιστοσελίδες των τραπεζών.
- Πιστοποίηση χρήστη. Είναι μια διαδικασία που ανήκει στο κομμάτι e-commerce των τραπεζών αφού η τράπεζα πιστοποιεί τον χρήστη on-line. Είναι μια διαδικασία που χρησιμοποιείται κυρίως στις σκανδιναβικές χώρες (www.nordea.com), για την ταχεία εξυπηρέτηση του πελάτη στις δημόσιες υπηρεσίες. Η υπηρεσία αυτή παρέχεται από την πλευρά της τράπεζας για να πιστοποιήσει στο εκάστοτε τμήμα του δημοσίου τομέα ότι πρόκειται για τον συγκεκριμένο χρήστη.

2.2 ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ

Ο διαρκώς αυξανόμενος όγκος συναλλαγών μέσω Διαδικτύου την τελευταία δεκαετία έχει καταστήσει απαραίτητη την ανάπτυξη και διάδοση καινοτομικών συστημάτων ηλεκτρονικών πληρωμών. Στόχος των συστημάτων αυτών είναι να μπορούν να υποστηρίξουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των συναλλαγών στο Διαδίκτυο όπως ταχύτητα και αμεσότητα χωρίς όμως παράλληλα να θυσιάζουν βασικά πλεονεκτήματα των παραδοσιακών μέσων πληρωμής όπως είναι η ασφάλεια και η ευκολία. Μέχρι σήμερα έχει υπολογιστεί ότι υπάρχουν διεθνώς τουλάχιστον 150 διαφορετικά συστήματα ηλεκτρονικών πληρωμών (Peirce, 2001 <http://www.ganges.cse.tcd.ie/merpice>) που υποστηρίζουν συναλλαγές στο Διαδίκτυο, ενώ μόνο στην Ευρώπη έχουν καταμετρηθεί ήδη 60 διαφορετικές λύσεις (**Ensor, 2003** <http://www.forrester.com>)

Οι ηλεκτρονικές πληρωμές αρχικά ταξινομούνται με βάση:

- Το είδος της πληροφορίας που ανταλλάσσεται μεταξύ των μερών. Έτσι, μπορούμε να διακρίνουμε τα συστήματα ηλεκτρονικών πληρωμών σε αυτά που απαιτούν την ύπαρξη τραπεζικού λογαριασμού όπως οι χρεωστικές ή οι πιστωτικές κάρτες και σε αυτά που λειτουργούν με την ανταλλαγή γραμματίων ηλεκτρονικής μορφής κατ' αντιστοιχία των τραπεζογραμματίων όπως είναι το ηλεκτρονικό χρήμα.
- Την καινοτομικότητα του συστήματος. Στην περίπτωση αυτή τα συστήματα ηλεκτρονικών πληρωμών διακρίνονται σε αυτά που προϋπήρχαν του ηλεκτρονικού επιχειρείν και απλά προσαρμόστηκαν για τη χρήση τους στο Διαδίκτυο όπως οι πιστωτικές κάρτες και οι ηλεκτρονικές επιταγές.

2.2.1 Παραδοσιακά συστήματα προσαρμοσμένα στο Διαδίκτυο.

- Πιστωτικές κάρτες. Οι πιστωτικές κάρτες επιτρέπουν στους καταναλωτές την πραγματοποίηση συναλλαγών μέχρι ενός

προκαθορισμένου ποσού. Οι πιστωτικές κάρτες έχουν τύχει χρήσης στο Διαδίκτυο επειδή διαθέτουν σημαντικά πλεονεκτήματα έναντι των εναλλακτικών μεθόδων πληρωμής. Κατ' αρχήν είναι διεθνώς γνωστές και αποδεκτές από τους εμπόρους. Επιπλέον, η σημαντική διάδοση των πιστωτικών καρτών και στις παραδοσιακές συναλλαγές έχει συντελέσει στη δημιουργία μιας ιδιαίτερα αποτελεσματικής υποδομής για την εκκαθάριση των πληρωμών η οποία μάλιστα επιτρέπει και την πραγματοποίηση διεθνών συναλλαγών.

- Μεταφορά ποσών επί πιστώσει. Σε αυτό το σύστημα πληρωμών ο καταναλωτής δίνει εντολή στην τράπεζα του να μεταφέρει χρηματικά ποσά ανάλογα της πληρωμής που θέλει να πραγματοποιήσει στον λογαριασμό του εμπόρου. Αυτή η μέθοδος πληρωμής υποστηρίζεται σημαντικά από τις τράπεζες στα πλαίσια των εφαρμογών ηλεκτρονικής τραπεζικής που προσφέρουν στους πελάτες τους. Ειδικά για συναλλαγές στο Διαδίκτυο οι πελάτες μπορούν να επιλέξουν την μεταφορά ποσών επί πιστώσει ως την επιθυμητή μέθοδο πληρωμής και απλά να αποδεχτούν το λογαριασμό που θα εμφανιστεί στην οθόνη τους.
- Πάγιες εντολές. Πρόκειται για εγκεκριμένα χρεωστικά ποσά από τον τραπεζικό λογαριασμό του πελάτη που εκχωρούνται στον δικαιούχο. Οι πάγιες εντολές χρησιμοποιούνται συνήθως για επαναλαμβανόμενες πληρωμές όπως αυτές για λογαριασμούς ΔΕΚΟ ή για εφάπαξ πληρωμές όταν δεν υπάρχει άμεση επαφή μεταξύ έμπορου και αγοραστή. Οι πάγιες εντολές χρησιμοποιούνται και για πληρωμές στο Διαδίκτυο. Στην περίπτωση αυτή όλη η ανωτέρω διαδικασία γίνεται ηλεκτρονικά και ομοιάζει αρκετά στις πληρωμές στο Διαδίκτυο με τη χρήση πιστωτικής κάρτας. Η βασική διάφορα έγκειται στο γεγονός ότι ο οφειλέτης αποστέλλει το νούμερο του τραπεζικού λογαριασμού και όχι αυτό της πιστωτικής κάρτας.
- Χρεωστικές κάρτες. Το εν λόγω σύστημα ηλεκτρονικών πληρωμών αποτελεί μια παραλλαγή των πάγιων εντολών όπου οι απαιτούμενες για τη συναλλαγή πληροφορίες περιέχονται σε ειδική κάρτα με μαγνητική ταινία ή μικροεπεξεργαστή. Η διαδικασία πληρωμής είναι

ακριβώς η ίδια με αυτή των πάγιων εντολών με τη διαφορά ότι οι απαιτούμενες πληροφορίες είναι αποθηκευμένες στη κάρτα με αποτέλεσμα η συναλλαγή να είναι ασφαλέστερη. Ο κάτοχος της κάρτας πρέπει να διαθέτει ειδικό μηχάνημα υποδοχής της κάρτας συνδεδεμένο με τον υπολογιστή του που σημαίνει βέβαια ότι απαιτείται επιπλέον εξοπλισμός για τη χρήση της. Εντούτοις το ειδικό αυτό μηχάνημα συχνά εκχωρείται στον πελάτη από την ίδια τη τράπεζα.

- Ηλεκτρονικές επιταγές. Οι ηλεκτρονικές επιταγές είναι η φυσιολογική συνέχεια των παραδοσιακών επιταγών. Μια επιταγή είναι η γραπτή εντολή από τον εκδότη προς τον αποδέκτη που είναι συνήθως τράπεζα με την οποία ο εκδότης απαιτεί από τον αποδέκτη την καταβολή ενός συγκεκριμένου ποσού είτε στον εκδότη είτε σε τρίτο πρόσωπο που ορίζεται από αυτόν. Οι ηλεκτρονικές επιταγές ακολουθούν κατά βάση τον ίδιο κανόνα με τη διαφορά ότι η επιταγή είναι σε ηλεκτρονική μορφή. **(e-business forum : ηλεκτρονικές πληρωμές προβλήματα και προοπτικές, 2004, σ 40)**

2.2.2 Καινοτομικά συστήματα για το Διαδίκτυο.

Στην κατηγορία αυτή υπάρχουν συστήματα πληρωμών τα οποία κάνουν χρήση καινοτομικών τεχνολογιών που μέχρι πρόσφατα δεν ήταν διαθέσιμες για την διεξαγωγή πληρωμών :

- Σχήματα ηλεκτρονικού χρήματος. Ως ηλεκτρονικό χρήμα, η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα ορίζει την αποθήκευση χρηματικής αξίας σε ψηφιακή μορφή μέσω μιας συσκευής που μπορεί να χρησιμοποιηθεί ευρέως για την πραγματοποίηση πληρωμών σε δίκτυα χωρίς τη χρήση τραπεζικών λογαριασμών. Τα συστήματα ηλεκτρονικού χρήματος χωρίζονται σε κάρτες αποθηκευμένης αξίας και σε ειδικό λογισμικό.
- Πληρωμές μεταξύ ομοτίμων. Η μεγάλη επιτυχία των ηλεκτρονικών δημοπρασιών οδήγησε στη δημιουργία συστημάτων πληρωμών προσαρμοσμένων στις ανάγκες των συμμετεχόντων. Ειδικότερα, αναπτύχθηκαν συστήματα που στόχο είχαν να παρέχουν τη

δυνατότητα σε χρήστες του Διαδικτύου να πραγματοποιούν απευθείας συναλλαγές χωρίς τη μεσολάβηση κάποιου χρηματοπιστωτικού οργανισμού. Τα συστήματα πληρωμών μεταξύ ομοτίμων λειτουργούν κατά βάση όπως οι τράπεζες καθώς οι πελάτες ανοίγουν λογαριασμούς σε παροχείς υπηρεσιών πληρωμών όπου καταθέτουν χρηματικά ποσά. Εδώ χρησιμοποιείται το e-mail προκειμένου να συνεννοηθούν τα μέλη για τη συναλλαγή.

- Προπληρωμένες κάρτες. Πρόκειται για κάρτες που είναι δυνατόν να αγοραστούν από περίπτερα ή καταστήματα και περιέχουν μονάδες ανάλογα με τη τιμή αγοράς τους. Οι λογαριασμοί με τα προπληρωμένα ποσά είναι αποθηκευμένοι σε έναν ειδικό διακομιστή και έτσι δεν απαιτείται αποθήκευση του ποσού στον υπολογιστή του χρήστη ή σε έξυπνη κάρτα.. Οι προπληρωμένες κάρτες χρησιμοποιούνται συνήθως για τη διεκπεραίωση συναλλαγών μικρής αξίας στο Διαδίκτυο. Επιπλέον έχουν το πλεονέκτημα ότι προστατεύουν την ανωνυμία του κατόχου καθώς δεν απαιτείται προεγγραφή σε κάποιο τρίτο μέρος ή χρήση τραπεζικού λογαριασμού. (Πρασοπούλου Ε. κ.α, 2004, Ηλεκτρονικές πληρωμές, προβλήματα και προοπτικές, e-business forum)

2.3 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΤΟΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΚΛΑΔΟ.

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.

Ουσιαστικά κανένα πρόβλημα δεν έχει παρουσιαστεί μέχρι τώρα στα συστήματα και τις εφαρμογές ηλεκτρονικής τραπεζικής και ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω των τραπεζών.

Παρόλα αυτά πολλοί είναι οι κίνδυνοι που ελλοχεύουν το ηλεκτρονικό εμπόριο. Πολλοί είναι οι κακόβουλοι που με διάφορους τρόπους υποκλέπτουν τους προσωπικούς κωδικούς των πελατών των τραπεζών - που χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό εμπόριο. Αν και οι ηλεκτρονικές επιθέσεις δεν αποτελούν νέο φαινόμενο, η συχνότητα τους τα τελευταία χρόνια αυξάνεται μια και όλο και περισσότερες τράπεζες παρέχουν στους πελάτες τους on-line υπηρεσίες. Η αύξηση αυτή δεν είναι τεράστια, εντούτοις όμως αποτελεί ένα ανησυχητικό φαινόμενο μια και 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**)

Οι επίδοξοι εισβολείς έχουν πολλούς τρόπους να επιτύχουν τους σκοπούς τους. Μπορούν να “εισχωρήσουν” σε τράπεζες που ήδη εφαρμόζουν συστήματα ηλεκτρονικής τραπεζικής με τρόπους όπως το Phising (πλαστά e-mails), με spam (πλαστοί δικτυακοί τόποι τραπεζών), με Δουρείους ίππους ή αλλιώς trojan horses (εγκατάσταση παράνομου λογισμικού).

2.3.1 Το Phising.

Σύμφωνα με το τμήμα ασφάλειας ηλεκτρονικών συναλλαγών της Εμπορική e-banking το phishing είναι μια διεθνής πρακτική παραπλάνησης με στόχο την

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

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 ηλεκτρονικής τραπεζικής ή οι κωδικοί πιστωτικών 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.

2.3.2 Trojan horse.

Εδώ οι hackers τοποθετούν παράνομα (συνήθως μέσω αναδυόμενων παραθύρων) εξειδικευμένα λογισμικά στους υπολογιστές των χρηστών αλλά

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

και των εταιρειών 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 Εμπορική bank για μια ηλεκτρονική συναλλαγή, το software καταγράφει :

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

>e-banking (το Link)

>0698956545232 (Username)

>koskol333 (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. (Εμπορική Bank :τμήμα ασφάλειας ηλεκτρονικών συναλλαγών).

2.3.3 Η επίτευξη της ασφάλειας και η πρόληψη των κινδύνων.

Όλες οι τράπεζες που προσφέρουν υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής έχουν λάβει όλα τα απαραίτητα μέτρα για την διασφάλιση των συναλλαγών.

Η ηλεκτρονική τραπεζική φιλοξενείται και υποστηρίζεται συνήθως από σύστημα που χρησιμοποιεί τη μέγιστη δυνατή, διαθέσιμη για εμπορική χρήση, τεχνολογία κρυπτογραφίας. Η χρήση κρυπτογραφίας εξασφαλίζει ότι οι πληροφορίες που ανταλλάσσονται μεταξύ του συστήματος του πελάτη (ηλεκτρονικού υπολογιστή) και του συστήματος του e-banking παραμένουν εμπιστευτικές και δεν μπορούν να υποκλαπούν. Η ηλεκτρονική τραπεζική των περισσότερων τραπεζών χρησιμοποιεί σύστημα ασφάλειας 128 κρυπτογραφικών κλειδίων όπου όλες οι πληροφορίες μεταφράζονται σε κρυπτογραφικούς κώδικες για να μην μπορούν να διαβαστούν ακόμα και αν

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

υποκλαπούν. Επίσης ανάλογα με το σύστημα ασφαλείας της τράπεζας χρησιμοποιούνται και διάφορα πρωτόκολλα. (Anesti D., 2004, σ 22-25).

Η Emporiki Bank για παράδειγμα χρησιμοποιεί το πρωτόκολλο Secure Sockets Layer (SSL) για την διαχείριση της συνοδού, ενώ η χρήση των ψηφιακών πιστοποιητικών Verisign που χρησιμοποιεί η Emporiki Bank δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες να επαληθεύουν τη 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).

Καμία Τράπεζα δεν θα ζητήσει ποτέ και με κανέναν τρόπο από τους πελάτες 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 είσοδο 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 αυθεντικότητα του πρέπει σύμφωνα με την διεθνή πρακτική ασφαλείας 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.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

- 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 ασφαλείας ηλεκτρονικών συναλλαγών)

2.3.4 Συνιστώσες ασφαλείας ηλεκτρονικών πληρωμών.

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, 2002, 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 διακοπή 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.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

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

Η επίτευξη αυτών των χαρακτηριστικών ασφαλείας επιβάλλει των συνδυασμό διάφορων τεχνικών κρυπτογράφησης οι οποίες πρέπει να συνδυαστούν με τις σχετικές επιχειρησιακές διαδικασίες ενός οργανισμού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΤΟ E-BANKING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

Παρόλο που στη χώρα μας η ηλεκτρονική τραπεζική έχει αρχίσει να ανθίζει μόλις τα τελευταία χρόνια, είναι πολλές οι Ελληνικές τράπεζες που προσφέρουν υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής αρκετές από τις οποίες δεν έχουν τίποτε να ζηλέψουν από τράπεζες άλλων μεγάλων ευρωπαϊκών κρατών.

Σύμφωνα με την έρευνα του περιοδικού pc magazine τον Οκτώβριο 2007 τις πρώτες θέσεις ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα κατέχουν οι τράπεζες EFG Eurobank και η Winbank ενώ σε δεύτερες θέσεις βρίσκονται οι τράπεζες Emporiki Bank και η Alpha Bank και Aspis Bank.

Οι εν λόγω τράπεζες προσφέρουν μια πληθώρα προϊόντων και υπηρεσιών, ενημερωτικές, χρηματιστηριακές, παρακολούθηση λογαριασμών, μεταφορές χρημάτων, ηλεκτρονικά καταστήματα πώλησης διάφορων προϊόντων συνεργαζόμενα με τις τράπεζες (η τράπεζα παίζει το ρόλο του μεσάζοντα με σκοπό την εκκαθάριση χρημάτων). Με αυτόν το τρόπο οι τραπεζικοί όμιλοι συμβάλλουν στη διαρκή ανάπτυξη του e-commerce στη χώρα μας, καθώς ο κλάδος του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι διαρκώς εξελισσιμος από την ίδια τη φύση του.

3.1 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ.

Σύμφωνα με την European Commission (The European e-business report) οι επιχειρήσεις που διατηρούν ηλεκτρονική συνεργασία με τις τράπεζες είναι πολλές ενώ η συνεργασία αυτή 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 κλπ.), 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 (Εμπορική Bank), η Εθνική ασφαλιστική (Εθνική Τράπεζα). Τέτοιου είδους εταιρείες 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 αίτημα 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 εταιρεία η οποία θα φέρει τον πελάτη στη τελική επαφή με το προϊόν.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

- Επιχειρήσεις εκτός τράπεζας που πωλούν σε τρίτους δικά τους προϊόντα. Τα προϊόντα αυτά μπορεί να είναι από τρόφιμα και ποτά μέχρι σπίνια και αυτοκίνητα. Χαρακτηριστικές εταιρείες 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 2005 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 εταιρείες-επιχειρήσεις οι οποίες λαμβάνουν ηλεκτρονικά υπηρεσίες από τις τράπεζες. Τέτοιες εταιρείες μπορεί να είναι από ένα λογιστικό γραφείο, μια ανώνυμη εταιρεία 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 την χρήση της πιστωτικής κάρτας.

3.2 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.

3.2.1 Ο χρόνος στον οποίο γίνεται η συναλλαγή.

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 η οποία 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 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 κυρίως αναφέρεται 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. (Πρασοπούλου Ε. , 2004, σ 24-25)

3.2.2 Παγκόσμια παραδείγματα ηλεκτρονικών πληρωμών.

Η κεντρική τράπεζα της Φινλανδίας σε έκθεση της, το 2003 (Jyrkonen, 2003 card, intrnet 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.

3.2.3 Ο τρόπος με τον οποίο γίνεται η συναλλαγή.

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 το τρόπο με το 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.

3.3 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 ότι αφορά το χρηματοοικονομικό τομέα μιας επιχείρησης (λογιστικές διαδικασίες, κοστολόγηση, τιμολόγηση, χρηματιστήριο).
- Human Resources, δηλαδή σε ότι 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, την διαχείριση του κύκλου ζωής των προϊόντων.
- Supply Chain Management, την διαχείριση αλυσίδας ανεφοδιασμού.
- Business Intelligence, ένα πολύ σημαντικό τμήμα όλων των σύγχρονων επιχειρήσεων την λεγόμενη επιχειρησιακή νοημοσύνη.

3.3.1 Η δράση του ERP στο ηλεκτρονικό εμπόριο του τραπεζικού κλάδου.

Αν και σε οποιαδήποτε ηλεκτρονική επιχείρηση όλα τα στάδια του ERP είναι εξαιρετικά χρήσιμα για την 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 κατανεμημένες έτσι 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.

1. 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 παγκόσμια. Κρίνεται αναγκαίο να είναι εξειδικευμένο σε θέματα ηλεκτρονικών υπολογιστών (προγραμματιστές, γραφίστες), αλλά και σε θέματα marketing (διαφήμιση, προβολή), να γνωρίζει την σημασία και να κατανοεί την εξέλιξη του e-banking, ενώ όλη όλη τα παραπάνω βαδίζουν πάνω στην πλατφόρμα του στρατηγικού marketing. Με την 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.
2. 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 στην 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.

3. Product Lifestyle Management. Τα ηλεκτρονικά καταστήματα των τραπεζών πρέπει να διαχειρίζονται έτσι το κύκλο ζωής των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρουν ώστε να μη δυσαρεστούν τους πελάτες τους, να ανανεώνουν τα προϊόντα όποτε χρειαστεί, να δημιουργούν καινούριες υπηρεσίες και να τις προωθούν με κατάλληλους τρόπους στους πελάτες.
4. 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).

3.3.2 Η σημασία του ERP στον ηλεκτρονικό τραπεζικό τομέα.

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

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

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 στο 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 υπαρχόντων 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.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ. ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ.

Αναλογικά με τα ποσοστά χρήσης του internet είναι τα ποσοστά χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής και αυτό στηρίζεται στο γεγονός ότι το διαδίκτυο είναι ένα από τα αναπόσπαστα κομμάτια της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Καθώς οι περισσότερες ηλεκτρονικές συναλλαγές παγκοσμίως γίνονται ακόμα μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή (internet banking, pc banking) είναι ευνόητο πως οι μεγαλύτερες σε οικονομική ευρωστία χώρες είναι σημαντικότεροι δέκτες θετικών εξελικτικών τάσεων της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Στις χώρες αυτές σαφώς περισσότερο ανεπτυγμένοι είναι και οι άλλοι τομείς της ηλεκτρονικής τραπεζικής όπως το mobile banking, το phone banking και η αμφίδρομη τηλεόραση. Την ίδια στιγμή είναι αρκετές οι χώρες που είναι αισθητά πίσω στην ανάπτυξη των ηλεκτρονικών συναλλαγών και υπάρχει μεταξύ τους ένας έντονος ανταγωνισμός τόσο στην πληθώρα των υπηρεσιών και των προϊόντων όσο και στην υιοθέτηση περισσότερου όγκου πελατών.

Μια άλλη τάση στην ηλεκτρονική τραπεζική είναι η μετατόπιση της εστίασης των τραπεζών από το προϊόν στο πελατοκεντρικό σύστημα. Η πρόσβαση στο Διαδίκτυο έχει δώσει τις διοικητικές αποφάσεις και την τεχνολογία στα χέρια των πελατών, και μπορούν με αυτό το τρόπο να υπαγορεύσουν τους τύπους προϊόντων και υπηρεσιών που απαιτούν.

Ενώ το Διαδίκτυο έχει επιτρέψει στις τράπεζες να παραδίδουν τα επιθυμητά προϊόντα / υπηρεσίες γρηγορότερα και ανέξοδα, η πρόκληση είναι να προσελκύουν τους πελάτες που χρησιμοποιούν τα ηλεκτρονικά κανάλια. Η μετατόπιση αυτή είναι πολύ σημαντική για τη διατήρηση των ήδη υπαρχόντων πελατών αλλά και για την προσέλκυση νέων.

4.1 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΙ ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ E-BANKING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

Σήμερα στην Ελλάδα σχεδόν όλες οι τράπεζες προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής ενώ την ίδια στιγμή πολλά ηλεκτρονικά καταστήματα προσφέρουν τα προϊόντα τους μέσω του διαδικτύου (e-commerce).

Στη χώρα μας ενώ το 1999 είχε ποσοστά διείσδυσης ηλεκτρονικών υπολογιστών και internet 11% και 6% αντίστοιχα, οι αντίστοιχοι μεσοί όροι στις χώρες της ευρωπαϊκής ένωσης ήταν 34% και 20%. Τα ποσοστά αυτά αυξήθηκαν με σταθερό ρυθμό μέχρι το 2001 ενώ έτος 2004 τα ποσοστά αυτά αυξήθηκαν κατά πολύ αφού η διείσδυση του internet στην ευρωπαϊκή ένωση αγγίζει το 66%. (Information Society indicators in the member states of European Union). Στην Ελλάδα τον Μάρτιο του 2004 τα ποσοστά χρήσης internet έφτασαν το 28%.

Η άνθηση αυτή δημιουργώντας το αίσθημα της διευκόλυνσης οδήγησε πολλούς χρήστες στους κόλπους της ηλεκτρονικής τραπεζικής με αποτέλεσμα χρόνο με τον χρόνο να αυξάνεται ο αριθμός των χρηστών ηλεκτρονικής τραπεζικής. Δηλαδή ενώ το 2000 μιλούσαμε για 20.000 χρήστες το έτος 2002 (μόλις δυο χρόνια μετά) η ηλεκτρονική τραπεζική στην Ελλάδα συγκέντρωσε 200.000 χρήστες (Isconsult: Εταιρεία Έρευνας και Ανάπτυξης νέων τεχνολογιών και εφαρμογών Internet). Δεν υπάρχουν ακόμη ξεκάθαρα στοιχεία για τον αριθμό των χρηστών το έτος 2005, σύμφωνα με κάποιες τελευταίες έρευνες της Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών ο αριθμός πρέπει να ξεπερνά τους 1.000.000.

Το μεγαλύτερο ποσοστό πραγματοποιεί τις ηλεκτρονικές του συναλλαγές μέσω internet banking ενώ λίγοι είναι αυτοί που επιλέγουν το εναλλακτικό μοντέλο του mobile ή phone banking.

4.1.1 Η ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking) σχετικά με τον τόπο πρόσβασης στο internet.

Καθώς το internet banking είναι εκείνος ο τομέας της ηλεκτρονικής τραπεζικής που προσελκύει τους περισσότερους πελάτες είναι χρήσιμο να γνωρίζουμε από πιο μέρος γίνεται η πρόσβαση στο διαδίκτυο. Σύμφωνα με άρθρο της εφημερίδας Ναυτεμπορική (Τρίτη, 4 Μαΐου 2006), όσον αφορά τον τόπο χρήσης του internet, το 66% των χρηστών έχει πρόσβαση από τα σπίτι του, το 34% επισκέπτεται το διαδίκτυο από τον εργασιακό του χώρο, ενώ ακολουθούν τα Πανεπιστημιακά ιδρύματα και τα Internet cafe με ποσοστά 5% και 4% αντίστοιχα. Τέλος ένα μικρό ποσοστό 1% χρησιμοποιεί το διαδίκτυο περιστασιακά από συγγενικά ή φιλικά σπίτια.

Παρόλα αυτά η παραπάνω χρήση του διαδικτύου δεν ταυτίζεται μόνο με την πραγματοποίηση ηλεκτρονικών συναλλαγών. Ομόφωνα το 87% των χρηστών απάντησε ότι ο πιο σημαντικός λόγος που χρησιμοποιούν το internet είναι η ενημέρωση. Ο δεύτερος πιο σημαντικός λόγος (45%) είναι η ψυχαγωγία, ακολουθεί το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail) με ποσοστό 37%.

Όσον αφορά το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) και τις γενικότερες οικονομικές τραπεζικές συναλλαγές (e-banking) η πιο ενεργητική ομάδα είναι άτομα ηλικίας 35 – 44 χρονών με ποσοστό 12%. Σύμφωνα με τη έρευνα της GfK Market Analysis ένα 12% του δείγματος δήλωσε ότι πρόκειται να κάνει σύνδεση μέσα στο 2006.

4.1.2 Η ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking) σχετικά με το είδος χρήστη που το χρησιμοποιεί.

Όταν άρχισε η ηλεκτρονική τραπεζική να εμφανίζεται στους κόλπους της Ελληνικής οικονομίας οι ήδη χρήστες internet κράτησαν μια επιφυλακτική στάση μπροστά σε αυτή την τεράστια καινοτομία που επρόκειτο αργότερα να εξελιχθεί με ραγδαίους ρυθμούς.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

Τον τοίχο αυτό όμως έρχεται να σπάσει ένα κύμα ανθρώπων που έδειξαν εμπιστοσύνη σε αυτό το νέο είδος οικονομικής συναλλαγής. Το συγκεκριμένο κύμα αποτελούταν από ανθρώπους υψηλού μορφωτικού επιπέδου (Πτυχιούχοι ανώτερων και ανώτατων σχολών) και συνήθως 30 – 40 χρονών.

Αργότερα έρχονται να προστεθούν Έλληνες του εξωτερικού συνήθως της Αμερικής που ζώντας χρόνια εκεί ανέπτυξαν επιχειρήσεις και απέκτησαν οικονομική ευρωστία. Επιστρέφοντας έφεραν μαζί τους την συνήθεια της ηλεκτρονικής τραπεζικής (που προϋπήρχε στις μεγάλες χώρες που ζούσαν) και εντάχθηκαν αμέσως στους κόλπους της ελληνικής ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Σταδιακά εντάσσονται επιχειρηματίες που επιθυμούν να εγγράψουν τις εταιρείες τους στην ηλεκτρονική τραπεζική κάποιας τράπεζας. Ακολουθούν ελεύθεροι επαγγελματίες και ιδιώτες που ο γρήγορος ρυθμός ζωής δεν τους αφήνει περιθώρια για συναλλαγές από το κατάστημα.

Έτσι σήμερα μετά από οχτώ χρόνια λειτουργίας της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι πολύ μεγάλος ο αριθμός χρηστών στη χώρα μας. Πραγματοποιούν εμβάσματα, πληρωμές, χρηματιστηριακές συναλλαγές, εμπορικές συναλλαγές (e-commerce). Πλέον η Ελλάδα ακολουθώντας πιστά τα ευρωπαϊκά πρότυπα ηλεκτρονικής τραπεζικής έχει μια γερή δομή και ανταγωνιστικές λειτουργίες που την καθιστά μια από τις γρηγορότερα ανερχόμενες ευρωπαϊκές χώρες στον κόσμο του e-banking. **(Πρόγραμμα Δικτυωθείτε : <http://www.go-online.gr> , "Το e-banking σε σχέση με το είδος χρήστη")**

4.1.3 Εξελισσόμενες τάσεις ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking) στον χώρο των επιχειρήσεων.

Όπως ήταν φυσικό σε μια εμπορικά αναπτυσσόμενη χώρα όπως είναι η Ελλάδα οι επιχειρήσεις έχουν τον πρώτο λόγο τόσο στην ηλεκτρονική τραπεζική αλλά και στο ηλεκτρονικό εμπόριο από την πλευρά των επιχειρήσεων που διαθέτουν ηλεκτρονικά καταστήματα.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

Έτσι εν έτη 2007 είναι πολύ μεγάλος ο αριθμός των επιχειρήσεων που συναλλάσσονται ηλεκτρονικά με τις τράπεζες. Οι συναλλαγές αυτές περιλαμβάνουν υπηρεσίες μαζικών πληρωμών (που όμως δεν διατίθεται από όλες τις ελληνικές τράπεζες), ηλεκτρονικές μισθοδοσίες με την αποστολή ενός μόνο αρχείου, εμβάσματα, υπηρεσίες εισαγωγών εξαγωγών.

Σαφώς μικρότερος είναι ο αριθμός των ιδιωτών που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική για τις συναλλαγές τους. Εδώ έχουμε μεγάλα ποσοστά παρακολούθησης λογαριασμών, πληρωμές πιστωτικών καρτών, πληρωμές λογαριασμών δημόσιου. Ενθαρρυντικό είναι το γεγονός πως οι περισσότεροι χρήστες ξέρουν πώς να αντιδράσουν σε περιπτώσεις ηλεκτρονικής απάτης στο οποίο έχει βοηθήσει πολύ η εκπαίδευση των πελατών που σχεδόν όλες οι τράπεζες προσφέρουν μέσα από τις ιστοσελίδες τους.

Επιπρόσθετα δεν είναι λίγοι αυτοί που ασχολούνται ενεργά με το e-commerce (εταιρείες, καταστήματα), αλλά και οι πελάτες που αγοράζουν μέσα από αυτό το ηλεκτρονικό εργαλείο. Μια πλοήγηση στο internet αρκεί για να δει κανείς πόσα πολλά είναι τα ελληνικά ηλεκτρονικά καταστήματα μέσα από τα οποία μπορεί να αγοράσει οποιοδήποτε προϊόν, από αυτοκίνητα και σπίτια μέχρι μουσική και βιβλία. Μπορούμε να μιλάμε για μια ενεργή ηλεκτρονική βιομηχανία με πολλές προοπτικές εξέλιξης στο μέλλον. **(Πρόγραμμα Δικτυωθείτε:<http://www.go-online.gr>, "e-banking : τάσεις και προοπτικές)**

4.1.4 Τεχνολογικές τάσεις στο ηλεκτρονικό εμπόριο του τραπεζικού κλάδου.(Technological trends of e-commerce in the banking sector).

Εκτός από τα συνεχώς αναπτυσσόμενα λογισμικά συστήματα αλλά και της ανεπτυγμένης τεχνολογικής αντίληψης στα θέματα του ηλεκτρονικού εμπορίου, οι τράπεζες διαθέτουν ακόμα ένα πανίσχυρο όπλο απέναντι στον συνεχή ανταγωνισμό.

Αυτό δεν θα μπορούσε να ήταν άλλο από τις συνεργασίες που συνάπτουν με μεγάλες επιχειρήσεις στον τομέα της τεχνολογίας και των τηλεπικοινωνιών.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

Τέτοιου είδους συνεργασίες δημιουργούν καινοτομίες που προσελκύουν ακόμη μεγαλύτερο αριθμό πελατών.

Εδώ θα μπορούσαμε να αναφέρουμε την δυναμική συνεργασία της Emporiki Bank με τη εταιρεία τηλεπικοινωνιών Cosmote. Η συνεργασία αυτή έχει δημιουργήσει έναν ισχυρό δεσμό των δυο κολοσσών μέσω της υπηρεσίας i-mode. Μέσα από την υπηρεσία αυτή μπορεί ο χρήστης να παρακολουθήσει τους λογαριασμούς του, να συναλλάσσεται εύκολα με το χρηματιστήριο αξιών, να πληρώνει λογαριασμούς και όλα αυτά μέσω του κινητού τηλεφώνου που υποστηρίζει την υπηρεσία της Cosmote, i-mode. Παρόμοιο παράδειγμα είναι η υπηρεσία Vodafone live που προσφέρει η Eurobank μέσα από την εταιρεία τηλεπικοινωνιών Vodafone. **(Silvain D. κ.α, 2001,σ 18-19).**

4.2 ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΚΛΑΔΟ ΣΤΗΝ ΣΤΟΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΧΩΡΟ.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στο τραπεζικό κλάδο αναπτύσσεται διαρκώς. Η τάση τόσο σε Ευρώπη όσο και Αμερική είναι ανοδική, με την Αμερική να προηγείται της Ευρώπης και την Ελλάδα να έπεται των άλλων ευρωπαϊκών χωρών αλλά με θετικές προοπτικές εξάπλωσης στο μέλλον

Οι διαφοροποιήσεις της εξέλιξης της ηλεκτρονικής τραπεζικής Διαδικτύου αντικατοπτρίζουν σημαντικές περιφερειακές και εθνικές διαφορές των κρατών γεγονός που επιβεβαιώνει ότι η τεχνολογία δεν μπορεί να θεωρηθεί ως πολιτισμικά ουδέτερη καθώς εκφράζει το επιστημονικό επίπεδο, τους τρόπους λειτουργίας σε όλους τους τομείς της κοινωνίας στην οποία αναπτύσσεται, εκφράζει και επηρεάζεται από ποικίλες εσωτερικές και εξωτερικές επιδράσεις στα πεδία της οικονομίας, της κοινωνικής ζωής, των αγορών και των διεθνών σχέσεων **(Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο : Η συμβολή των νέων τεχνολογιών στην ολοκληρωμένη ανάπτυξη).**

4.2.1 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΟΛΟ ΤΟ ΕΙΚΟΣΙΤΕΤΡΑΩΡΟ.

Στην Ελλάδα ήδη έχει γίνει το πρώτο βήμα από την τράπεζα EFG Eurobank. Το Open24 είναι το υποκατάστημα της τράπεζας μέσα από το οποίο ο χρήστης μπορεί να κάνει οποιαδήποτε συναλλαγή οποιαδήποτε ώρα της ημέρας. Βέβαια η πληθώρα των συναλλαγών περιορίζεται τις βραδινές ώρες που για λόγους ασφαλείας η τράπεζα δεν παρέχει όλες τις δυνατές συναλλαγές.

Παρόμοια καταστήματα διαθέτουν και άλλες ευρωπαϊκές τράπεζες αλλά όχι πολλές. Τέτοιες είναι η Ισπανική τράπεζα BNP Paribas μια από τις μεγαλύτερες ευρωπαϊκές τράπεζες στον χώρο των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Η Γερμανική τράπεζα Dresdner Bank η οποία θεωρείται ότι διαθέτει άριστα συστήματα CRM.

Η δημιουργία τέτοιων καταστημάτων έχει μεγάλο κόστος τόσο σε χρόνο όσο και χρήμα αφού είναι πολυδάπανη η κατασκευή τους μιας και διαθέτουν υψηλά τεχνολογικά συστήματα (ειδικά software, συστήματα ασφαλείας) προς εξυπηρέτηση του κοινού. (Anesti D. , 2004, σ 32-38)

4.2.2 Προοπτικές για τη δημιουργία ηλεκτρονικών καταστημάτων από τη πλευρά των τραπεζών.

Στον τομέα αυτό στη Ελλάδα τον πρώτο λόγο έχει η τράπεζα που πρώτη έφερε την ηλεκτρονική τραπεζική, η Τράπεζα Εγνατία (<http://www.egnatibank.gr>).

Η ιστοσελίδα <http://www.webticket.gr> ανήκει στην παραπάνω τράπεζα και μέσα από αυτή μπορεί κανείς να αγοράσει εισιτήρια για οποιοδήποτε γεγονός (κοινωνικό, αθλητικό, πολιτισμικό) στην Ελλάδα. Μπορεί να εξασφαλίσει τα εισιτήρια του χωρίς κόπο από την οθόνη του υπολογιστή του χωρίς να απαιτείται η εγγραφή του στην ηλεκτρονική τραπεζική της τράπεζας.

Στη ευρωπαϊκή ηλεκτρονική οικονομία υπάρχουν πολλοί παρόμοιοι ιστοχώροι που όμως δεν είναι καθαυτού τμήματα των τραπεζικών ιδρυμάτων, απλά τα τελευταία παίζουν το ρόλο του μεσάζοντα με την διαδικασία εκκαθάρισης των πληρωμών.

Η Ελλάδα όμως δεν είναι έτοιμη να δεχτεί μια τόσο σημαντική καινοτομία καθώς είναι μικρή σαν χώρα αλλά και δεν έχει προϋπάρξει μια σχετική ενημέρωση – εκπαίδευση προς τους πελάτες των τραπεζών. Είναι πολύ μικρός ο αριθμός των πελατών στην Ελλάδα που θα κάνουν τέτοιου είδους συναλλαγές εξ αποστάσεως.

4.2.3 Προοπτικές για την προσφορά περισσότερων και πιο εξελιγμένων υπηρεσιών.

Είναι η ήδη στα μελλοντικά σχέδια των τραπεζών η προσφορά πιο εξελιγμένων υπηρεσιών. Η αύξηση των αναγκών της κοινωνίας είναι ανάλογη της αύξησης των απαιτήσεων των ηλεκτρονικών συναλλασσόμενων. Καταλυτικό ρόλο στην ικανοποίηση των απαιτήσεων διαδραματίζει η ύπαρξη κεφαλαίων και η προσφορά περισσότερων υπηρεσιών.

Τέτοιες υπηρεσίες είναι το ψηφιακό πορτοφόλι (e-wallet), τα ψηφιακά καταστήματα πλειστηριασμών (e-purse), οι Virtual Banks (όπως η Winbank της τράπεζας Πειραιώς), η έκδοση δανείων και πιστωτικών καρτών με το πάτημα ενός κουμπιού.

Μεγάλες ευρωπαϊκές τράπεζες προσφέρουν αυτές τις υπηρεσίες στη διάθεση του τραπεζικού κοινού. Δεν αρκεί όμως να έχει η τράπεζα τις οικονομικές δυνατότητες να προσφέρει τέτοιου είδους υπηρεσίες πρέπει και η κοινωνία δέκτης να είναι έτοιμη να το αποδεχτεί.

Στην Ελλάδα είναι ακόμη πολύ νωρίς να μιλάμε για τέτοιες ανεπτυγμένες υπηρεσίες καθώς η προώθηση τους μάλλον θα ενεργήσει αρνητικά στην ιδεολογία του κοινού και θα πάρει τη μορφή πίεσης παρά τη μορφή εξυπηρέτησης.

Επιπρόσθετα η ανομοιομορφία των διάφορων ελληνικών τραπεζών στην προσφορά υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής αποτελεί ένα ακόμη εμπόδιο για την προσφορά νέων πιο εξελιγμένων υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Οι νέες τεχνολογίες αλλάζουν το τρόπο εργασίας, ψυχαγωγίας, επικοινωνίας και συναλλαγής, και μεταλλάσσουν τις βάσεις του οικονομικού ανταγωνισμού. Αποτελούν εργαλείο για τον εκσυγχρονισμό του κράτους και την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων, δημιουργούν νέους τρόπους εργασίας και νέες δεξιότητες. Παράλληλα βοηθούν στην ανάπτυξη της νέας οικονομίας διαχέοντας τα οφέλη της σε όλα τα επίπεδα της κοινωνικοοικονομικής ζωής μιας χώρας, συμβάλλοντας έτσι στον στόχο της ολοκληρωμένης ανάπτυξης.

Η ιλιγγιώδης ανάπτυξη του Διαδικτύου και η αμεσότητα επαφής των χρηστών του με οποιαδήποτε επιχείρηση, από οποιαδήποτε χώρα δημιούργησαν <<ανοιχτές πύλες>> για τις εθνικές οικονομίες. Ο τραπεζικός κλάδος δεν θα μπορούσε να μείνει ανεπηρέαστος και προκειμένου να ανταποκριθεί στις νέες συνθήκες ενσωματώνει στο τρόπο λειτουργίας του τις νέες τεχνολογίες.

Η ηλεκτρονική τραπεζική Διαδικτύου (e-banking), παρουσιάζει τη μεγαλύτερη δυναμική ανάπτυξης από όλες τις άλλες μορφές εξ αποστάσεως τραπεζικών συναλλαγών μέσα από τη σύγκριση με τη παλαιότερη και πιο διαδεδομένη μορφή ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών, τα ATM και αναμένεται να εξαπλωθεί με έντονους ρυθμούς στο άμεσο μέλλον με κύρια συνιστώσα ανάπτυξης, τη διείσδυση του Διαδικτύου σε όλα τα επίπεδα λειτουργίας μιας χώρας.

Η εμφάνιση Διαδικτύου έχει σημάνει την έναρξη της ηλεκτρονικής επανάστασης στο σφαιρικό τραπεζικό τομέα. Η δυναμική και εύκαμπτη φύση αυτού του καναλιού επικοινωνίας καθώς επίσης και η πανταχού παρουσία της προσιτότητας της, έχει βοηθήσει ποικίλες τραπεζικές δραστηριότητες. Το Διαδίκτυο έχει προκύψει ως ένας από τους σημαντικότερους διαύλους διανομής τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών, για τις τράπεζες στις Ηνωμένες Πολιτείες και τις ευρωπαϊκές χώρες.

Οι τραπεζικές συναλλαγές έχουν αρχίσει να πραγματοποιούνται μέσω του Διαδικτύου από το 1995. Το Διαδίκτυο υπόσχεται μια ιδανική πλατφόρμα για τις εμπορικές συναλλαγές, που βοηθά τις τράπεζες να επιτύχουν νέα επίπεδα

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

αποδοτικότητα στις οικονομικές συναλλαγές με την ενίσχυση της σχέσης πελατών, την προώθηση χαμηλότερων τιμών και την αύξηση της προσιτότητας τους.

Η τραπεζική βιομηχανία αναμένεται για να είναι κύριος φορέας στην ηλεκτρονική επιχείρηση. Ενώ οι τράπεζες στις αναπτυγμένες χώρες λειτουργούν πρώτιστα μέσω του Διαδικτύου σαν μη κλαδικές τράπεζες, οι τράπεζες στις αναπτυσσόμενες χώρες χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο ως εργαλείο παράδοσης πληροφοριών για να βελτιώσουν τη σχέση με τους πελάτες.

Το 2001, πάνω από 50% τράπεζες στις Ηνωμένες Πολιτείες πρόσφεραν ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες. Εντούτοις, οι μεγάλες τράπεζες εμφανίστηκαν να έχουν ένα σαφές πλεονέκτημα έναντι των μικρών τραπεζών στη σειρά των υπηρεσιών που πρόσφεραν. Μερικές τράπεζες στις Ηνωμένες Πολιτείες στόχευαν σε στρατηγικές μέσω του Διαδικτύου προς τους επιχειρηματίες.

Στην Ευρώπη, το Διαδίκτυο επιταχύνει τον επανασχηματισμό της τραπεζικής βιομηχανίας σε τρεις χωριστούς κλάδους: παραγωγή, διανομή και συμβουλές. Αυτός ο επανασχηματισμός καθοδηγείται από το Διαδίκτυο, λόγω του συνδυασμού:

- Της εμφάνισης των νέων, επιχειρησιακών προτύπων
- Τις νέες τεχνολογικές ικανότητες που μειώνουν τις δαπάνες τραπεζικών σχέσεων και συναλλαγών.
- Τον υψηλό βαθμό αβεβαιότητας πέρα από την επίδραση που οι νεοεισερχόμενοι θα ασκήσουν στα τρέχοντα επιχειρησιακά πρότυπα.

Οι πελάτες έχουν διάφορους λόγους για να μένουν offline όσον αφορά τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής. Μερικοί από αυτούς τους λόγους περιλαμβάνουν την αδυναμία χρησιμοποίησης ή πλοήγησης στο site, την ανησυχία για την ασφάλεια και τις συχνές καταγγελίες ότι η εγγραφή σε e-banking υπηρεσίες είναι περίπλοκη και χρονοβόρα υπόθεση. Η τράπεζα

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

πρέπει να λύσει αυτά τα προβλήματα με την επικέντρωση της προσοχής της στις επενδύσεις, στη βελτίωση των βασικών της λειτουργιών και της φιλικότητας των ιστοσελίδων της προς το χρήστη, και την αποφυγή των πολύ προηγμένων χαρακτηριστικών γνωρισμάτων που οι περισσότεροι πελάτες ούτε καταλαβαίνουν αλλά ούτε και εκτιμούν.

Παρά τα διάφορα οφέλη του Διαδικτύου στην τραπεζική βιομηχανία, μπορεί κανείς να εντοπίσει ένα διπλό ακονισμένο ξίφος. Παραδείγματος χάριν, οι τράπεζες μπορούν να αποκομίσουν πολλά πλεονεκτήματα εισοδήματος στη λιανική πλευρά μέσω της χρέωσης για τις υπηρεσίες που προσφέρουν ενώ παράλληλα μπορούν να βελτιώσουν τη κάθετη (απευθείας) πώληση των προϊόντων.

Επιπρόσθετα πίσω από τη χρήση του internet με σκοπό τις ηλεκτρονικές συναλλαγές αλλά και τις διαδικασίες ηλεκτρονικού εμπορίου ελλοχεύουν πολλοί κίνδυνοι:

- Κίνδυνος ασφαλείας (Security Risk). Αυτός μπορεί να προκύψει λόγω της αναρμόδιας πρόσβασης στις βασικές πληροφορίες μιας τράπεζας όπως στο σύστημα λογιστικής, στο σύστημα διαχείρισης κινδύνου και στο σύστημα διαχείρισης χαρτοφυλακίων.
- Λειτουργικοί κίνδυνοι (Operational Risks) που μπορούν να προκύψουν λόγω της ανακριβούς επεξεργασίας των συναλλαγών, μη-δυνατότητα επιβολής των συμβάσεων, συμβιβασμοί στην ακεραιότητα στοιχείων, την εμπιστευτικότητα, αναρμόδια πρόσβαση στα τραπεζικά συστήματα και τις συναλλαγές.
- Οι τράπεζες αντιμετωπίζουν τον κίνδυνο της λανθασμένης τεχνολογίας, του ακατάλληλου σχεδίου των συστημάτων και των ανεπαρκών διαδικασιών ελέγχου. Η τεχνολογία, που είναι ξεπερασμένη, μη εξελικτική ή μη εμπειριστατωμένη, μπορεί να οδηγήσει στην απώλεια επένδυσης της τράπεζας και να διακινδυνεύσει την γενικότερη επιχείρησή της. Πολλές τράπεζες στηρίζονται στους εξωτερικούς φορείς παροχής υπηρεσιών για να εφαρμόσουν, να ενεργοποιήσουν και να διατηρήσουν τα ηλεκτρονικά τραπεζικά συστήματά τους,

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

δεδομένου ότι δεν έχουν την απαραίτητη πείρα. Εντούτοις, θα μπορούσαμε να εντάξουμε τη συγκεκριμένη περίπτωση στο λειτουργικό κίνδυνο.

- Οι νομικοί κίνδυνοι (Legal Risks) προκύπτουν όταν πραγματοποιούνται παραβιάσεις των νόμων, οι κανόνες και οι κανονισμοί ή ορισμένες πρακτικές, ή όταν δεν καθιερώνονται σωστά τα νόμιμα δικαιώματα και οι υποχρεώσεις των συμμετεχόντων σε μια συναλλαγή. (Πρόγραμμα Δικτυωθείτε : <http://www.goonline.gr> : "Κίνδυνοι ηλεκτρονικών συναλλαγών")

Γενικότερα θα λέγαμε πως η ηλεκτρονική τραπεζική είναι το μέλλον της οικονομίας των κρατών και ειδικότερα η έμμεση ολοκλήρωση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η ηλεκτρονική τραπεζική και το ηλεκτρονικό εμπόριο έχουν εισχωρήσει βαθιά στη ζωή των κοινωνιών των διάφορων κρατών και τείνουν να κάνουν πιο εύκολη την οικονομική ζωή ιδιωτών και επιχειρήσεων.

Οι προσφερόμενες υπηρεσίες διαφέρουν από χώρα σε χώρα και είναι άμεσα εξαρτημένες από την τεχνολογία, τις πολιτισμικές συνθήκες, τις οικονομικές συνθήκες, και τη υπάρχουσα παιδεία και εκπαίδευση.

Παρόλα αυτά οι κίνδυνοι που συνοδεύουν την ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking) και κατ'επέκταση το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) είναι πολλοί και αγγίζουν τόσο την πλευρά των τραπεζών και των ηλεκτρονικών καταστημάτων όσο και των ιδιωτών και των επιχειρήσεων.

Τα κέρδη των τραπεζών από αυτήν την γενικότερη ηλεκτρονική συνεργασία είναι πολλά και τα συναισθήματα για την προοπτική της ανάμεικτα και αναμενόμενα για έναν κόσμο τόσο πολυδιάστατο όπως ακριβώς και ο χαρακτήρας της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΒΙΒΛΙΑ – ΑΝΑΦΟΡΕΣ - ΕΡΓΑΣΙΕΣ

- Kalakota – Robinson, (2000), E-business, A Roadmap for success, Boston: Addison Wesley Professional.
- Βαγγέλης Γ. Αγγελής, (2005), Η Βίβλος του e-banking. Αθήνα: Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών.
- Silvain de Munck, Jan Stroeken, Richard Hawkins, (2001), E-commerce in the banking sector, TNO Report, TNO Strategy. Technology and Policy, Holland.
- Πρασπούλου Ελπίδα, Νίκας Αθανάσιος, (2004), Ηλεκτρονικές πληρωμές, προβλήματα και προοπτικές, e-business forum, επιχειρησιακό πρόγραμμα “κοινωνία της πληροφορίας”, Έ κύκλος εργασιών.
- European Commission, (2005), The European e-business report, a portrait of e-business in 10 sectors of EU economy, 4th Synthesis Report of e-business W@tch.
- Τρίγκας Ευθύμιος, (2001), Το e-banking από τη πλευρά των τραπεζών (e-banking from banks' perspective), Μεταπτυχιακή εργασία, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας.
- GIZA SYSTEMS, (2005). Banking Solutions & Services.
- SAP for banking, (2005), Enterprise Resource Planning for banks: mySAP ERP within the banking industry.
- Despoina Anesti, (2004), case study: Internet Banking History and strategies, Master of science Management and Information Technology, California State University Monterey Bay)

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ – ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ

- Καρακατσάνης Κ. Ποτέ πια στην ουρά, Περιοδικό RAP, 2007

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

- 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 (13-2-2008)
- Isconsult, Εταιρεία Έρευνας και Ανάπτυξης νέων τεχνολογιών και εφαρμογών internet, Ηλεκτρονικό Επιχειρείν
http://www.isconsult.gr/news0203/news0203_answ.htm (13-2-2008)
- European Central Bank, e-payments in Europe,
<http://www.ecb.int/events/conferences/html/epayments.en.html> (10-2-2008)
- IZOR, E-commerce Δεν είναι μόνο τεχνικό προϊόν αλλά μια άλλη φιλοσοφία. <http://www.izor.com/Page/1005/EL/1/> (10-2-2008)
- Πρόγραμμα Δικτυωθείτε, Τραπεζικές συναλλαγές μέσω Διαδικτύου
http://www.go-online.gr/training/e-banking/06/6_06.html (16-2-2008)
Οι κίνδυνοι του e-banking
http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id_4
(16-2-2008)
Webopedia, digitalwallet,
http://www.webopedia.com/TERM/D/digital_wallet.html (14-2-2008)
- The Spot 4SAP.com, SAP modules and solutions Overview,
http://www.thespot4sap.com/Articles/SAP_Modules.asp (17-2-2008)
- EUROPA, Dre-commerce,
<http://www.europa.eu.int/ISPO/ecommerce/drecommerce/answers/000149.html> (10-2-2006)

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον τραπεζικό κλάδο(e-banking)

- ETL, ECOMMERCE,
http://www.etl.yom.gr/greek/projects/e_c/chapter1002.htm (9-2-2008)
- BBCNEWS, Phising slows onlin ebanking,
<http://www.newsvote.bbc.co.uk/mpapps/pagetools/print/news.bbc.co.uk/1.html> (22-1-2008)
- FEDERAL RESERVE BANK OF NEW YORK, Banking information,
<http://www.newyorkfed.org/education/ebanking/print.html> (27-10-2007)
- ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, επιχειρηματική πληροφόρηση και ηλεκτρονική τραπεζική,
<http://www.binfo.greekmarkets-emat.com/e-banking/e-banking.htm>
(10-17-2007)
- ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, Οι Έλληνες καταναλωτές και το e-banking, Σπύρος Γούναρης,
http://www.economist.kathimerini.gr/4dcgi/w_articles_ecom1_3600350_23/09/2005_130524 (23-9-2007)
- ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ, Emporiki Bank, <http://www.emporiki.gr>
- ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ, Winbank, <http://www.winbank.gr>
- EFG EUROBANK, <http://www.eurobank.gr>
- ΕΓΝΑΤΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ, <http://www.egnatiabank.gr>
- ALPHA BANK, <http://www.alpha.gr>
- ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ, <http://www.nbg.gr>