

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΘΕΜΑ:

**Ο ρόλος του *Internet Banking*. Έρευνα για τις
εφαρμογές και τη χρήση του στο Ελληνικό Τραπεζικό
Σύστημα**



ΕΙΣΗΓΗΤΕΣ:

Αλεξίου Γεώργιος
Μιχαλόπουλος Γεώργιος
Μιχαλόπουλος Βασίλειος

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:

Δρ. Παπαδόπουλος Δημήτριος

ΠΑΤΡΑ, 2015

"Ζούμε σε μια κοινωνία απολύτως εξαρτώμενη από την επιστήμη και την τεχνολογία, όπου σχεδόν κανένας δεν ξέρει τίποτα για την επιστήμη και την τεχνολογία».

Carl Sagan,
(Αμερικανός αστρονόμος, 1934-1996)

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Καταρχάς θα επιθυμούσαμε να ευχαριστήσουμε τον επιβλέποντα Καθηγητή μας, κύριο Παπαδόπουλο Δημήτρη, για τη σημαντική και ουσιαστική καθοδήγηση που μας παρείχε και την αυστηρή αλλά ορθή κριτική του.

Επιπλέον, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε για το ενδιαφέρον και τη συμμετοχή τους, όσους συμμετείχαν στην έρευνα μας και χωρίς τη βοήθεια των οποίων δε θα ήταν δυνατή η εκπόνηση της έρευνας που περιλαμβάνεται και ολοκληρώνει τη μελέτη μας.

Τέλος, η πτυχιακή εργασία αυτή δεν θα είχε πραγματοποιηθεί χωρίς τη θερμή στήριξη των οικογενειών μας, των οποίων η βοήθεια αλλά και η υπομονή τους, υπήρξε ζωτικής σημασίας από την αρχή μέχρι το τέλος των σπουδών μας.

Μιχαλόπουλος Γ.

Μιχαλόπουλος Β.

Αλεξίου Γ.

Επιτελική σύνοψη – Περίληψη

Στην παρούσα μελέτη, γίνεται μια προσπάθεια για να οριστεί με σαφήνεια το πλαίσιο, η έννοια, η χρησιμότητα και η σημερινή ελληνική πραγματικότητα της ηλεκτρονικής τραπεζικής ως βασικού συστατικού της καθημερινότητας του σύγχρονου ανθρώπου στο δυτικό (και όχι μόνο) κόσμο. Οι επιλογές κατά την εκπόνηση της πτυχιακής μας εργασίας πάνω σε ένα θέμα αφ' ενός γενικό και αφ' ετέρου με τόσο πλούσια βιβλιογραφία και αρθρογραφία, σίγουρα δεν ήταν περιορισμένες. Βασικό σημείο του σκεπτικού και της στρατηγικής μας, υπήρξε η πρόθεση να καθοριστεί το γενικότερο τεχνολογικό, κοινωνικό, ηθικό και οικονομικό πλαίσιο του e-banking, ώστε να δοθεί μια σαφής εικόνα της ηλεκτρονικής τραπεζικής, όπως τη γνωρίζουμε σήμερα. Η έγκριση μιας μελέτης πραγματοποιείται από μια επιτροπή καθηγητών που αποτελούν εξαιρετικούς γνώστες του αντικειμένου, όμως η ικανοποίηση μας θα είναι ακόμα μεγαλύτερη εάν εκτός από τη θετική απόκριση των καθηγητών μας, κατορθώσουμε να επιτύχουμε και την εισαγωγή και κατανόηση ακόμα και του πλέον απληροφόρητου χρήστη στον κόσμο της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Μέσα από τη βιβλιογραφική έρευνα των διαφόρων μορφών της και την πρωτογενή έρευνα μέσα από συνεντεύξεις (με τη βοήθεια ερωτηματολογίου), στην περιοχή της Αχαΐας, προέκυψαν τα στοιχεία εκείνα που δείχνουν το πλαίσιο, τις προοπτικές και τις στρατηγικές για το e-banking.

Συγκεκριμένα, μετά το πρώτο εισαγωγικό κεφάλαιο, στο επόμενο γίνεται μια αναφορά στο πλαίσιο μέσα στο οποίο δημιουργήθηκε και υπάρχει η ηλεκτρονική τραπεζική με παρουσία των εννοιών του ηλεκτρονικού επιχειρείν, του ηλεκτρονικού εμπορίου αλλά και των βασικότερων από τα ηθικά και νομικά ζητήματα που εγείρονται. Συνεχίζοντας, στο τρίτο κεφάλαιο δίνονται οι ορισμοί και οι βασικές έννοιες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, ξεκαθαρίζονται οι συγχύσεις μεταξύ των διαφόρων μορφών της και παρουσιάζονται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που υφίστανται.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, περιγράφεται η ηλεκτρονική τραπεζική στην Ελλάδα και οι υπηρεσίες που παρέχονται στα πλαίσια αυτής, στη σημερινή τραπεζική αγορά. Προχωρώντας στο πέμπτο κεφάλαιο, δίνονται τα βασικά στοιχεία του υφιστάμενου νομικού και κανονιστικού πλαισίου για το e-banking στην Ευρωπαϊκή Ένωση και στη

χώρα μας. Ολοκληρώνοντας τη βιβλιογραφική έρευνα, στο έκτο μέρος της μελέτης καταγράφονται τα βήματα και οι πιθανές στρατηγικές διαχείρισης των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Ακολουθεί η πρωτογενής έρευνα μέσω συνεντεύξεων με τη βοήθεια δομημένου ερωτηματολογίου, σε άτομα διαφορετικού φύλου, ηλικίας και μορφωτικού επιπέδου, προκειμένου να δοθεί μια όσο το δυνατό ρεαλιστική εικόνα για τη διείσδυση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στη χώρα μας και στο υφιστάμενο τραπεζικό σύστημα.

Abstract

In this study, an attempt is made to clearly define the scope, concept, utility and the current Greek reality of electronic banking as a key component of everyday life in the western (and more) world. The options in the elaboration of our thesis on a topic general as well as with such a rich bibliography, was certainly not limited. Key point of our strategy was the intention to determine the general technological, social, moral and economic context of e-banking, in order to give a clear picture of electronic banking as we know it today. The approval of a study carried out by a committee of teachers who have an excellent know-how, but our satisfaction would be great if apart from the positive response of our teachers, we manage to achieve the introduction of even the most uninformed user in the world electronic banking.

Through the desktop research of various forms as well as through primary research with the use of a questionnaire, in the region of Achaia, the elements that show the context, prospects and strategies for e-banking, emerged.

Specifically, after the first introductory chapter, the next chapter refers to the context in which online banking was created and also to the concepts of e-business, e-commerce. Moreover some fundamentals ethical and legal issues are being raised and discussed. Continuing, the third chapter provides definitions and basic concepts of electronic banking, clears confusion between forms and presents the advantages and disadvantages that exist.

The fourth chapter describes the electronic banking in Greece as well as all the services provided under this, in today's banking market. Moving in the fifth chapter, the key elements of the existing legal and regulatory framework for e-banking in the European Union and in our country, are given. Completing the literature search, the sixth part of the study records the possible management strategies of electronic banking services.

Following is the primary research through interviews using a structured questionnaire, where people of different sex, age and educational level are questioned in order to provide a realistic picture of the penetration of electronic banking in our country.

Περιεχόμενα

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	3
Επιτελική σύνοψη – Περίληψη.....	4
Abstract.....	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Εισαγωγή.....	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Το πλαίσιο των υπηρεσιών διαδικτύου.....	13
2.1 Η Έννοια και η εξέλιξη του internet	13
2.2 Το ηλεκτρονικό επιχειρείν (e-Business)	15
2.3 Ηλεκτρονικό εμπόριο (e-Commerce) – Έννοια και ιστορική εξέλιξη.....	18
2.4 Κατάταξη του ηλεκτρονικού εμπορίου σύμφωνα με την φύση της συναλλαγής	20
2.5 Οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου για επιχειρήσεις και τους καταναλωτές....	21
2.6. Περιορισμοί του ηλεκτρονικού εμπορίου	25
2.7. Το ηλεκτρονικό εμπόριο παγκοσμίως και στην Ελλάδα.....	26
2.8. Νομικά και ηθικά θέματα του ηλεκτρονικού εμπορίου	28
2.8.1. Απόρρητο πληροφοριών.....	28
2.8.2. Πνευματική ιδιοκτησία.....	29
2.8.3. Ελευθερία έκφρασης	30
2.8.4. Φορολόγηση και κρυπτογράφηση	30
2.8.5. Προστασία καταναλωτή και πωλητή.....	31
2.8.6. Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα.....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές (E-Banking)	35

3.1. Η πρόκληση του διαδικτύου και των τεχνολογιών πληροφορικής & επικοινωνιών για τις τράπεζες.....	35
3.2. Ορισμός και ιστορική αναδρομή της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking) ...	36
3.3. Κατηγοριοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e banking).....	38
3.3.1. Είδη της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking)	38
3.3.2. Μορφές της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking)	40
3.4. Προσφερόμενες υπηρεσίες και συναλλαγές προσφερόμενες μέσω internet banking	42
3.4.1. Οικονομικές συναλλαγές.....	42
3.4.2. Πληροφοριακές συναλλαγές	50
3.4.3. Αιτήσεις και άλλες υπηρεσίες	51
3.5. Εγγραφή στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking)	54
3.6. Τρόποι πρόσβασης στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking)	54
3.7. Πλεονεκτήματα για τον πελάτη (φυσικό ή νομικό πρόσωπο)	57
3.8. Πλεονεκτήματα για την τράπεζα.....	59
3.9. Κίνδυνοι στην ηλεκτρονική τραπεζική και ασφάλεια των συναλλαγών	61
3.9.1. Κίνδυνοι στην ηλεκτρονική τραπεζική	61
3.9.2. Περιπτώσεις ηλεκτρονικών επιθέσεων	62
3.9.3. Συστήματα ασφάλειας των τραπεζών	64
3.9.4. Μέτρα ασφάλειας από την πλευρά του χρήστη.....	67
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Το e-banking στη χώρα μας.....	69
4.1. Το τραπεζικό σύστημα στην Ελλάδα.....	69
4.2. Οι τράπεζες στην Ελλάδα που παρέχουν υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής	72

4.2.1. Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος – Ε.Τ.Ε.	72
4.2.2. EFG Eurobank Ergasias.....	74
4.2.3. Τράπεζα Πειραιώς (Winbank).....	78
4.2.4 Alpha Bank	82
4.2.5. Τράπεζα Αττικής	83
4.3. Μια σύντομη ιστορική αναδρομή της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking)..	86
4.4. Συγκριτική αξιολόγηση ελληνικών τραπεζών με τράπεζες του εξωτερικού	86
4.5. Εξελίξεις και προοπτικές της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking).....	89
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Νομικό και κανονιστικό πλαίσιο του e-banking.....	92
5.1. Εισαγωγικά στοιχεία	92
5.2. Η τραπεζική νομοθεσία.....	92
5.2.1. Γενική τραπεζική νομοθεσία	92
5.2.2. Νομοθεσία σχετικά με τις ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω διαδικτύου.....	93
5.3. Η νομοθεσία για την προστασία του καταναλωτή.....	94
5.4. Η νομοθεσία για την προστασία των προσωπικών δεδομένων	95
5.6. Οι ηλεκτρονικές υπογραφές σε Ευρωπαϊκό και Ελληνικό δίκαιο	97
5.7. Συμπεράσματα πάνω στο εφαρμοζόμενο δίκαιο	98
Κεφάλαιο 6: Στρατηγικές υπηρεσιών e-banking	99
6.1. Εισαγωγή.....	99
6.2. Γενικές στρατηγικές e-banking	100
6.3. Εναλλακτικά σενάρια στρατηγικής.....	101
6.3.1. Αμυντική στρατηγική (Defending strategies)	101
6.3.2. Επιθετική στρατηγική (Attacking strategies)	102

6.4. Στρατηγική άμεσης επέκτασης σε νέες αγορές.....	102
Κεφάλαιο 7: Έρευνα για τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα και τα χαρακτηριστικά της.....	105
Γενικά για το ερωτηματολόγιο.....	105
Δημογραφικά & επαγγελματικά στοιχεία	106
ΕΝΟΤΗΤΑ Α - Χρήση του internet - Αποτελέσματα	108
ΕΝΟΤΗΤΑ Β- Ευκολία χρήσης & ασφάλεια του e-banking - Αποτελέσματα	109
ΕΝΟΤΗΤΑ Γ - Χρησιμότητα & Ρόλος του e-banking- Αποτελέσματα.....	111
ΕΝΟΤΗΤΑ Δ - Υποστήριξη του e-banking από το κράτος – Νομιμοποίηση- Αποτελέσματα.....	113
ΕΝΟΤΗΤΑ Ε – Υιοθέτηση του e-banking- Αποτελέσματα	114
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	116
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α.....	119
Ερωτηματολόγιο e-banking	121
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β.....	125
B.1 Χρήσιμοι σύνδεσμοι σχετικά με την ηλεκτρονική τραπεζική.....	125

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Εισαγωγή

Ο σκοπός της συγκεκριμένης εργασίας είναι να μελετήσει το ρόλο της ηλεκτρονικής τραπεζικής στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα, ένα σύστημα που διαρκώς υφίσταται σημαντικές αλλαγές τα τελευταία χρόνια. Η υιοθέτηση νέων διαδικασιών στην ανθρώπινη καθημερινότητα και ειδικότερα διαδικασιών που στηρίζονται στην τεχνολογική αλλαγή είναι ενδεικτική της δυναμικής και της προόδου μιας χώρας.



Έτσι, με ικανοποίηση την τελευταία δεκαετία υπήρξαμε μάρτυρες της αυξανόμενης διείσδυσης των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών (ΤΠΕ), στην καθημερινή ζωή και παράλληλα της χρήσης εφαρμογών, φιλικών προς το χρήστη, που διευκολύνουν, συντομεύουν τις συνήθειες υποχρεώσεις και διαδικασίες και γιατί όχι, βελτιώνουν την ποιότητα ζωής του πολίτη. Οι αλλαγές αυτές μοιάζουν ακόμη μεγαλύτερης σημασίας αν ληφθούν υπόψη και οι δύσκολες οικονομικές συνθήκες κάτω από τις οποίες συνέβησαν. Στοιχεία όπως τα παραπάνω καταγράφηκαν κατά τη διάρκεια μιας βιβλιογραφικής έρευνας στην οποία συμπεριλάβαμε και άρθρα σε ηλεκτρονικά και έντυπα μέσα που απεδείχθησαν ιδιαίτερα χρήσιμα για την αποτύπωση της σημερινής εικόνας αναφορικά με το ρόλο, τη χρησιμότητα και την εφαρμογή του internet banking στην Ελλάδα σήμερα. Άλλωστε η ελληνική βιβλιογραφία πάνω στο συγκεκριμένο πεδίο βρίσκεται υπό ανάπτυξη, γεγονός που δικαιολογείται απόλυτα.

Σε δεύτερο επίπεδο, πέρα από το θεωρητικό υπόβαθρο που χρησιμοποιήθηκε, με τη βοήθεια μιας έρευνας που διεξήχθη σε μια ανομοιογενή, ως προς τα χαρακτηριστικά

τους, ομάδα ατόμων ώστε να περιοριστούν τα σφάλματα, πήραμε απαντήσεις στα πλέον βασικά ερωτήματα, τα οποία στην πλειοψηφία τους επιβεβαιώνουν τις παρατηρήσεις ειδικών του τραπεζικού κλάδου, ακαδημαϊκών και άλλων συγγραφέων και αρθρογράφων.

Τα αποτελέσματα της έρευνας σε συνδυασμό με τα θεωρητικά στοιχεία, οδηγούν στη διεξαγωγή συμπερασμάτων, τα οποία είναι ιδιαίτερος ενδιαφέροντα και χρήσιμα αφού μας δίνουν μια εικόνα πλήρη και σαφή για την κατάσταση, τη δυναμική αλλά και τις τάσεις της ηλεκτρονικής τραπεζικής και των εφαρμογών της, στη χώρα μας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Το πλαίσιο των υπηρεσιών διαδικτύου.

2.1 Η Έννοια και η εξέλιξη του internet¹

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

Στο διαδίκτυο λοιπόν, όπως προαναφέραμε είναι συνδεδεμένα διάφορα είδη δικτύων, τα οποία ανάλογα με το εύρος της περιοχής που καλύπτουν χωρίζονται σε 3 κατηγορίες²: Διακρίνουμε τα LANs (Local Area Networks), τα MANs (Metropolitan Area Networks) και τα WANs (Wide Area Networks). Ένα LAN δίκτυο συνδέει υπολογιστές οι οποίοι βρίσκονται σε κοντινές αποστάσεις, όπως π.χ. στο ίδιο κτίριο. Ένα MAN δίκτυο συνδέει υπολογιστές οι οποίοι βρίσκονται σε μεσαίες αποστάσεις, όπως π.χ. σε διαφορετικά σημεία της πόλης. Αντίθετα ένα WAN δίκτυο συνδέει υπολογιστές οι οποίοι απέχουν μεγάλες αποστάσεις, όπως π.χ. υπολογιστές που βρίσκονται σε διαφορετικές πόλεις. Ο τρόπος σύνδεσης όλων γενικά των δικτύων ποικίλει, καθώς μπορεί να είναι ενσύρματα (π.χ. μέσω οπτικών ινών, ομοαξονικών καλωδίων) ή να είναι ασύρματα (π.χ. μέσω μικροκυμάτων, δορυφορικών μεταδόσεων). Ένα μοναδικό χαρακτηριστικό του διαδικτύου, είναι ότι μπορούν να συνδέονται σε αυτό υπολογιστές ανεξάρτητα από την αρχιτεκτονική του υλικού τους (Hardware), από το λειτουργικό σύστημα που χρησιμοποιούν αλλά και από το πρωτόκολλο δικτύωσης που εφαρμόζεται στον τοπικό τους δίσκο. Επίσης, το διαδίκτυο είναι αποκεντρωμένο και αυτοδιαχειριζόμενο, δηλαδή είναι ανεξάρτητο χωρίς να υπάρχει κάποιος κεντρικός διαχειριστής που να αποφασίζει το είδος των πληροφοριών που θα διακινηθούν αλλά και των υπηρεσιών που θα προσφερθούν από τους χρήστες του. Αυτονομία διατηρούν μόνο τα μικρότερα δίκτυα που το αποτελούν και κατά συνέπεια είναι υπεύθυνα για τις πληροφορίες που διακινούν και τις υπηρεσίες που παρέχουν. Μέρος ουσιαστικά αυτών των μικρότερων δικτύων αποτελούν και τα λεγόμενα εσωτερικά δίκτυα (Intranets) και τα εξωτερικά δίκτυα (Extranets). Τα πρώτα είναι “κλειστά” δίκτυα στα όρια μιας επιχείρησης και

¹ <http://www.uth.gr/main/help/help-desk/internet>

² <http://en.wikipedia.org/wiki/Internet>

προσφέρουν πληροφορίες και άλλες υπηρεσίες κυρίως στους εργαζόμενούς της. Από την άλλη τα εξωτερικά δίκτυα χρησιμοποιούνται για διεπιχειρησιακές συναλλαγές μιας επιχείρησης με άλλες, π.χ. με τους προμηθευτές της.

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

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

Παράλληλα, εμφανίζονται στο διαδίκτυο διάφορα εμπορικά δίκτυα που ανήκουν σε εταιρίες παροχής υπηρεσιών διαδικτύου (Internet Service Providers - ISPs) και προσφέρουν πρόσβαση στο διαδίκτυο για όλους. Οποιοσδήποτε διαθέτει ηλεκτρονικό υπολογιστή και ένα διαμορφωτή/αποδιαμορφωτή (modem) μπορεί να συνδεθεί με το διαδίκτυο.

Σήμερα, το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού της Γης και ιδιαίτερα αυτό που ζει στις ανεπτυγμένες χώρες του κόσμου έχει τη δυνατότητα σύνδεσης στο διαδίκτυο. Σύμφωνα με έρευνα που διεξήχθη από την εταιρεία Netcraft, τον Ιούνιο του 2006 στο διαδίκτυο υπήρχαν 85.541.228 δικτυακοί τόποι. Είναι προφανές ότι το διαδίκτυο δεν αποτελεί πλέον ένα κλειστό δίκτυο των επιστημόνων και των ερευνητών, αλλά ότι επεκτείνεται και επιδρά στις καθημερινές πρακτικές όλων μας. Εκατομμύρια χρήστες

καθημερινά επικοινωνούν μέσω του διαδικτύου με χρήση διάφορων εφαρμογών όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), τις ηλεκτρονικές ομάδες συζητήσεων (newsgroups) την επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο (chat) και πρόσφατα τις τηλεδιασκέψεις (video conferences) αλλά και με τη χρήση ειδικών τηλεφώνων, τα οποία συνδέονται με τον υπολογιστή (voip συσκευές). Επίσης, αναζητούν πληροφορίες, δημιουργούν προσωπικές ή εταιρικές ιστοσελίδες (web sites), χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό εμπόριο, τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking), εργάζονται (τηλεργασία, τηλεϊατρική), σπουδάζουν (elearning, e-training) και γενικότερα έχουν προσαρμόσει τη ζωή τους και την καθημερινότητά τους με αυτό.

2.2 Το ηλεκτρονικό επιχειρείν (e-Business)

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

Όποια επιχείρηση δεν είναι ευέλικτη και ικανή να προσαρμοστεί στο νέο διεθνές περιβάλλον, αργά ή γρήγορα θα “πεθάνει”. Ο ανταγωνισμός στο σημερινό οικονομικό περιβάλλον είναι ιδιαίτερα έντονος λόγω των διεθνοποιημένων αγορών, πράγμα που σημαίνει ότι για να παραμείνει μια επιχείρηση τα επόμενα χρόνια ανταγωνιστική και βιώσιμη, θα πρέπει να μπορεί να ανταποκριθεί στις νέες προκλήσεις και να είναι έτοιμη να πραγματοποιήσει αλλαγές σε όλα τα επίπεδα. “Το διαδίκτυο αποκαλείται το σύγχρονο όχημα της νέας οικονομίας και επηρεάζει το σύνολο της οικονομίας και ιδιαίτερα τον τομέα των υπηρεσιών, οποίος αναπτύχθηκε ταχύτατα τις τελευταίες δεκαετίες” (Το μέλλον ανήκει στο e-Business Α’, 2005). Για να μπορέσει μια επιχείρηση να εισέλθει και να αξιοποιήσει την αναδυόμενη ψηφιακή οικονομία, θα πρέπει να επενδύσει στην τεχνολογία, να οργανώσει την εσωτερική της δομή διαφορετικά και γενικότερα να ακολουθήσει μια ξεχωριστή στρατηγική.

Ένας ορισμός της έννοιας του ηλεκτρονικού επιχειρείν (e-Business) αναφέρεται στην “προσαρμογή του παραδοσιακού επιχειρηματικού μοντέλου στην νέα ηλεκτρονική πραγματικότητα ή η ανάπτυξη νέου επιχειρηματικού μοντέλου με αντικείμενο μόνο το διαδίκτυο” (<http://www.go-online.gr/ebusiness>). Ουσιαστικά, πρόκειται για τη χρησιμοποίηση των τεχνολογιών που προσφέρει το διαδίκτυο, στις επιχειρηματικές διαδικασίες και συναλλαγές της επιχείρησης με τους πελάτες και τους προμηθευτές της. Έτσι, όταν μιλάμε για το ηλεκτρονικό επιχειρείν, αναφερόμαστε “είτε σε εφαρμογές που αφορούν στη διαχείριση της αλυσίδας προμήθειας-αποθήκευσης-παραγωγής της επιχείρησης, είτε σε εφαρμογές που αφορούν το marketing, τις πωλήσεις, τη διακίνηση, την υποστήριξη και τη διοίκηση” (Το μέλλον ανήκει στο e-Business A’, 2005). Μερικές από τις εφαρμογές του ηλεκτρονικού επιχειρείν είναι τα συστήματα διαχείρισης επιχειρηματικών πόρων (Enterprise Resource Planning, ERP), τα συστήματα διαχείρισης της αλυσίδας προμηθειών (Supply Chain Management, SCM), τα συστήματα διαχείρισης πελατών (Customer Relationship Management, CRM) αλλά και διάφορες άλλες εφαρμογές του ηλεκτρονικού εμπορίου (ECommerce), για το οποίο θα αναφερθούμε στην επόμενη ενότητα.

Γενικά υπάρχουν τα εξής τμήματα των υπηρεσιών ηλεκτρονικού επιχειρείν:

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

Για τις παραπάνω κατηγορίες του ηλεκτρονικού επιχειρείν θα αναφερθούμε πιο διεξοδικά σε επόμενες ενότητες, όπου και θα αναπτύξουμε αναλυτικά τη μεγαλύτερη κατηγορία του ηλεκτρονικού επιχειρείν, το ηλεκτρονικό εμπόριο. Όταν μία επιχείρηση εφαρμόζει πρακτικές του ηλεκτρονικού επιχειρείν αποτελεσματικά και με μια ολοκληρωμένη στρατηγική, τότε αποκτά μια σειρά από οφέλη, τα οποία υπό προϋποθέσεις μπορούν να μετατραπούν σε ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Ειδικότερα, μειώνει τα λειτουργικά της κόστη αλλά και προσδίδει μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία στους πελάτες της. Επίσης, βελτιώνει τις σχέσεις της με τους πελάτες, τους προμηθευτές της, τους εργαζομένους της και γενικά με όλους τους λεγόμενους stakeholders. Ακόμη, είναι δυνατόν να βελτιώσει τη διαχείριση της

αλυσίδας προμηθειών της (π.χ. μέσω των SCM που προαναφέραμε), τα συστήματα πωλήσεων της, και τη διαχείριση του δικτύου διανομής της. Γενικά, όσες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν το διαδίκτυο σε τακτική βάση και ακολουθούν συντονισμένες στρατηγικές ηλεκτρονικού επιχειρείν (e-business), απολαμβάνουν μεταξύ άλλων και τα εξής πλεονεκτήματα (Το μέλλον ανήκει στο e-Business Α', 2005):

- i. Μειωμένη τιμή πρώτων υλών: Η αγορά των ενδιάμεσων προϊόντων και υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου μειώνει την τιμή τους, λόγω της συναλλαγής με πολλούς προμηθευτές. Το συγκεκριμένο φαινόμενο εντείνει τον ανταγωνισμό και την αύξηση των προσφορών από τους προμηθευτές.
- ii. Μειωμένη ποσότητα αποθεμάτων: Η ενσωμάτωση του διαδικτύου στη διαδικασία παραγωγής και διανομής των αγαθών, οδηγεί στην αποθήκευση της απολύτως αναγκαίας ποσότητας προϊόντων και κατά συνέπεια στη μείωση του κόστους.
- iii. Μείωση του χρόνου παράδοσης των προϊόντων: Οι επιχειρήσεις μέσω του διαδικτύου, μειώνουν δραστικά το χρόνο διανομής των προϊόντων τους και μάλιστα με πιο αποτελεσματικό τρόπο.
- iv. Μειωμένο κόστος συναλλαγών: Ιδιαίτερα στον τομέα των χρηματοοικονομικών συναλλαγών, το διαδίκτυο υπερτερεί σε θέμα κόστους έναντι των παραδοσιακών μεθόδων συναλλαγών.
- v. Ευρύτερη γεωγραφική κάλυψη της επιχείρησης και είσοδος σε νέες και διευρυμένες αγορές. Ουσιαστικά μιλάμε για τη δημιουργία μιας παγκόσμιας αγοράς, στην οποία δραστηριοποιούνται πολλές άλλες εταιρείες και παρουσιάζονται τεράστιες ευκαιρίες ανάπτυξης.

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

Το ηλεκτρονικό επιχειρείν (e-Business) έχει πολύ μεγάλη διείσδυση σε επιχειρήσεις που είτε κατασκευάζουν είτε λειτουργούν συστήματα πληροφορικής, δηλαδή στους

τομείς των τηλεπικοινωνιών, της πληροφορικής αλλά και της βιομηχανίας ηλεκτρονικών ειδών. Επίσης, ο τομέας των εκδόσεων - εκτυπώσεων μπορεί να επωφεληθεί από την ψηφιοποίηση των προϊόντων του και ο τουριστικός τομέας μπορεί να αναπτυχθεί περαιτέρω, καθώς οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις θεωρούν πως το ηλεκτρονικό επιχειρείν (e-business) θα επηρεάσει σημαντικά τον τρόπο με τον οποίο λειτουργούν.

Εδώ θα πρέπει να διευκρινίσουμε, πως ο όρος ηλεκτρονικό επιχειρείν (e-business) αναφέρεται σε ένα ευρύτερο ορισμό του ηλεκτρονικού εμπορίου (e-Commerce), που θα αναλύσουμε στη συνέχεια. Έτσι, το ηλεκτρονικό επιχειρείν δεν περιλαμβάνει μόνο αγορές και πωλήσεις αγαθών/υπηρεσιών, όπως το ηλεκτρονικό εμπόριο, αλλά επίσης αφορά την εξυπηρέτηση πελατών, τη συνεργασία με επιχειρηματικούς εταίρους και τη διεξαγωγή ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσα σε ένα οργανισμό. Σύμφωνα με τον Lou Gerster³, γενικό διευθυντή της IBM, “το ηλεκτρονικό επιχειρείν αναφέρεται στην ταχύτητα, στην παγκοσμιοποίηση, στη βελτιωμένη παραγωγικότητα, στην προσέγγιση νέων πελατών και στο μοίρασμα γνώσης ανάμεσα σε οργανισμούς με σκοπό την επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος”.

2.3 Ηλεκτρονικό εμπόριο (e-Commerce) – Έννοια και ιστορική εξέλιξη

Το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-Commerce) περιγράφει τον τρόπο με τον οποίο πραγματοποιούνται οι συναλλαγές μέσω δικτύων και κυρίως μέσω του διαδικτύου. Στην ουσία είναι η ολοκληρωμένη διαδικασία αγοράς και πώλησης αγαθών, υπηρεσιών και πληροφοριών, με ηλεκτρονικό τρόπο. Σύμφωνα με τους Kalakota και Whinston (1997) το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να οριστεί ως εξής:

- i. “Από μια σκοπιά επικοινωνιών, το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η διανομή πληροφοριών, προϊόντων/υπηρεσιών ή πληρωμών μέσω τηλεφωνικών γραμμών, δικτύων υπολογιστών ή άλλων ηλεκτρονικών μέσων.

³ Who Says Elephants Can't Dance?: Leading a Great Enterprise through Dramatic Change, Louis V., Jr. Gerstner, 2003

- ii. Από μια σκοπιά επιχειρηματικών διαδικασιών, το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η εφαρμογή της τεχνολογίας στην αυτοματοποίηση επιχειρηματικών συναλλαγών και ροής εργασίας.
- iii. Από μια σκοπιά υπηρεσιών, το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ένα εργαλείο που απευθύνεται στην επιθυμία εταιρειών, καταναλωτών και της διοίκησης να μειώσουν το κόστος των υπηρεσιών, βελτιώνοντας ταυτόχρονα την ποιότητα των αγαθών και αυξάνοντας την ταχύτητα διανομής των υπηρεσιών.
- iv. Από μια online σκοπιά, το ηλεκτρονικό εμπόριο παρέχει τη δυνατότητα αγορών και πωλήσεων προϊόντων και πληροφοριών στο διαδίκτυο και σε άλλες online υπηρεσίες”.

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

Στις αρχές της δεκαετίας του 1990, τα ηλεκτρονικά δίκτυα προσφέρουν μια νέα μορφή κοινωνικής επικοινωνίας, με δυνατότητες όπως: ηλεκτρονική διάσκεψη (conferencing), ηλεκτρονική συνομιλία (IRC), ομάδες συζητήσεων (newsgroups, forums) αλλά και μεταφορά κεφαλαίων (FTP) σε παγκόσμιο επίπεδο. Ταυτόχρονα, με αυτόν τον τρόπο, καθίσταται εφικτό στις μικρές επιχειρήσεις να ανταγωνιστούν τις μεγαλύτερες με πιο ευνοϊκές προϋποθέσεις. Η ανάπτυξη της τεχνολογίας είναι ταχύτερη, λόγω της ανάπτυξης των δικτύων, των πρωτοκόλλων, του λογισμικού και των προδιαγραφών. Στα τέλη της δεκαετίας του 1990, καθιερώνονται μέθοδοι κρυπτογράφησης του περιεχομένου και εξακρίβωσης της ταυτότητας του αποστολέα ηλεκτρονικών μηνυμάτων. Επίσης, προσαρμόζεται η νομοθεσία στους τομείς των εισαγωγών – εξαγωγών και των επικοινωνιών, και έτσι καθίσταται ασφαλής η διεκπεραίωση διεθνών ηλεκτρονικών συναλλαγών. Από το 1995 ως το 1999 σχεδόν

κάθε επιχείρηση στις Η.Π.Α. έχει ήδη ένα δικτυακό τόπο. Πολλοί είναι άκρως εκτεταμένοι, όπως για παράδειγμα της General Motors Corporation (www.gm.com), η οποία το 1999 απαριθμούσε 18000 σελίδες, οι οποίες περιελάμβαναν πληροφορίες για τα προϊόντα, τις υπηρεσίες και τους αντιπροσώπους της.

2.4 Κατάταξη του ηλεκτρονικού εμπορίου σύμφωνα με την φύση της συναλλαγής

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

- i. **Επιχειρήσεις με επιχειρήσεις (B2B):** Το μεγαλύτερο μέρος του ηλεκτρονικού εμπορίου σήμερα είναι αυτού του τύπου. Οι επιχειρήσεις βελτιώνουν την μεταξύ τους συνεργασία, απλοποιούν τις διαδικασίες και το κόστος προμηθειών τους. Ακόμα, βελτιστοποιούν την αποστολή των προμηθειών τους και ελέγχουν αποτελεσματικότερα το επίπεδο των αποθεμάτων τους. Η δυνατότητα ηλεκτρονικής σύνδεσης με τους προμηθευτές και τους διανομείς, αλλά και η πραγματοποίηση ηλεκτρονικών πληρωμών βελτιώνουν την αποτελεσματικότητα των επιχειρήσεων, εφόσον περιορίζεται το ανθρώπινο σφάλμα, αυξάνεται η ταχύτητα και μειώνεται το κόστος των συναλλαγών. Διακρίνουμε και μία ακόμη υποκατηγορία στο διεπιχειρησιακό ηλεκτρονικό εμπόριο, αυτή της επιχείρησης με δημόσιους φορείς (Business to Government).
- ii. **Επιχειρήσεις με καταναλωτές (B2C):** Αυτές είναι οι συναλλαγές λιανικού εμπορίου με μεμονωμένους καταναλωτές – αγοραστές. Πρόκειται για την πιο διαδεδομένη μορφή του ηλεκτρονικού εμπορίου, όπου οι καταναλωτές έχουν πρόσβαση σε μια τεράστια ποικιλία ηλεκτρονικών καταστημάτων (e-shops) οπουδήποτε στον κόσμο και με άμεση δυνατότητα σύγκρισης τιμών και ποιότητας προϊόντων/υπηρεσιών.
- iii. **Καταναλωτής με καταναλωτή (C2C):** Στη συγκεκριμένη κατηγορία, ένας καταναλωτής πωλεί κατευθείαν τα προϊόντα του ή τις υπηρεσίες του σε άλλους καταναλωτές. Κλασικά παραδείγματα που εμπίπτουν σε αυτή την κατηγορία αποτελούν οι αγγελίες για πωλήσεις σπιτιών, αυτοκινήτων κ.λπ. και οι διαφημίσεις προσωπικών υπηρεσιών στο διαδίκτυο.

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

2.5 Οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου για επιχειρήσεις και τους καταναλωτές

Είναι γεγονός ότι η ανάπτυξη του διαδικτύου και του ηλεκτρονικού εμπορίου εμφανίζει μια παγκόσμια ανοδική τάση και είναι σίγουρο ότι θα αυξάνεται η αξιοπιστία του συνεχώς, καθώς οι τεχνολογίες γίνονται “οικονομικότερες” και πιο ασφαλείς. Οι Κλίντον και Γκορ, το 1997 παρατήρησαν ότι η επανάσταση του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι “τόσο βαθιά, όσο η αλλαγή που προήλθε από την βιομηχανική επανάσταση”. Υπάρχουν πολλοί λόγοι για τους οποίους το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι τόσο σημαντικό με κυριότερο το ότι αυξάνεται ραγδαία αλλά και το γεγονός ότι αλλάζει τα χαρακτηριστικά του εμπορίου. Στη συνέχεια, θα αναφέρουμε μερικά από τα οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου για τις επιχειρήσεις και για τους καταναλωτές. Τα οφέλη χρησιμοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου από τις επιχειρήσεις συνοπτικά, είναι τα εξής:

- i. Το ηλεκτρονικό εμπόριο επεκτείνει την θέση της επιχείρησης σε διεθνείς αγορές και στην ουσία παρέχει ευρεία γεωγραφική κάλυψη στην ίδια. Έτσι, οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να απευθυνθούν σε πελάτες που βρίσκονται σε οποιοδήποτε σημείο του κόσμου, χωρίς να χρειάζεται να ιδρύσουν κάποιο τοπικό υποκατάστημα. Γι' αυτό μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου, μια επιχείρηση έχει τη δυνατότητα με ελάχιστο κεφάλαιο, να βρει εύκολα και γρήγορα τους καλύτερους πελάτες, προμηθευτές και επιχειρηματικούς εταίρους σε όλο τον κόσμο. Με τα παραπάνω οφέλη, η επιχείρηση, αν τα αξιοποιήσει σωστά, είναι δυνατόν να αυξήσει τα έσοδά της, μέσω της αύξησης των πωλήσεών της, με τη δημιουργία: α) νέων αγορών για τα υπάρχοντα προϊόντα της, β) νέων προϊόντων που στηρίζονται στην πληροφορική και γ) νέων καναλιών διανομής που παρέχουν τη δυνατότητα αμφίδρομης άμεσης επικοινωνίας με τον πελάτη.
- ii. Το ηλεκτρονικό εμπόριο μειώνει το κόστος της δημιουργίας, επεξεργασίας, διανομής, αποθήκευσης και επαναφοράς πληροφοριών που βρίσκονται σε χαρτί. Για παράδειγμα, εισάγοντας ένα ηλεκτρονικό σύστημα προμηθειών, οι επιχειρήσεις μπορούν να μειώσουν το κόστος διοίκησης αγορών μέχρι και 85%. Επίσης, εκτός από την ελαχιστοποίηση του κόστους της προμηθευτικής αλυσίδας, όπου ο προμηθευτής μπορεί να απευθυνθεί κατευθείαν στον πελάτη, χωρίς την ανάμειξη “ενδιάμεσων”, το ηλεκτρονικό εμπόριο μειώνει και τα λειτουργικά κόστη της επιχείρησης. Αυτό οφείλεται, στο γεγονός ότι οι επιχειρήσεις μπορούν να εξυπηρετήσουν τους πελάτες τους με ελάχιστο κόστος καθώς, όσο αυξάνονται οι πελάτες ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, τόσο μειώνεται το συνολικό κόστος εξυπηρέτησής τους.
- iii. Μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου υπάρχει η δυνατότητα δημιουργίας άκρως εξειδικευμένων επιχειρήσεων, επιχειρήσεων δηλαδή που να εστιάζουν σε κάποια συγκεκριμένες ομάδες στόχους (target groups) ή γωνιές πελατών.
- iv. Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει στις επιχειρήσεις να έχουν μειωμένα αποθέματα, δηλαδή μικρό κόστος αποθεμάτων, διευκολύνοντας έτσι τη διαχείριση αλυσίδας προμηθειών τύπου “έλξης”. Σε ένα σύστημα τύπου έλξης η διαδικασία ξεκινά από τις παραγγελίες πελατών και η παραγωγή γίνεται ακριβώς στην ώρα της. Με αυτόν τον τρόπο ελαχιστοποιούνται στο μέγιστο βαθμό τα κόστη αποθήκευσης και συντήρησης των αποθεμάτων, σχεδόν εκμηδενίζονται.
- v. Το ηλεκτρονικό εμπόριο μειώνει το χρόνο ανάμεσα στη διάθεση του κεφαλαίου και στη παράδοση των προϊόντων/υπηρεσιών στον πελάτη.

Εξάλλου, σε αυτό συμβάλλει η συνεχής λειτουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος, το οποίο είναι ίσως το μοναδικό κανάλι εξυπηρέτησης πελατών, που επιτρέπει την πραγματοποίηση αγορών όλο το 24ωρο σε καθημερινή βάση.

- vi. Το ηλεκτρονικό εμπόριο μειώνει τα έξοδα διαφήμισης, τα έξοδα διανομής (ειδικά σε προϊόντα ψηφιακής μορφής), τα έξοδα σχεδίασης και κατασκευής των προϊόντων.
- vii. Οι επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιήσουν το ηλεκτρονικό εμπόριο ως ένα πολύτιμο εργαλείο marketing και να εκμεταλλευτούν τις δυνατότητες του διαδικτύου, βελτιώνοντας τη διαχείριση και ενημέρωση πελατών, έχοντας στατιστικά στοιχεία πρόσβασης και πωλήσεων κ.ά.
- viii. Με τη χρησιμοποίηση του ηλεκτρονικού εμπορίου, προκύπτουν διάφορα άλλα οφέλη για τις επιχειρήσεις, όπως η βελτιωμένη εξυπηρέτηση πελατών, καθώς υπάρχει άμεση ενημέρωση των πελατών σε νέα προϊόντα, βελτιώνεται η επικοινωνία με τους πελάτες και πολλές φορές υπάρχει ανάμειξη των πελατών σε καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες.

Όλα τα παραπάνω και σε συνδυασμό με τα οφέλη που θα αναφέρουμε παρακάτω (για τους πελάτες), βοηθούν την επιχείρηση να έχει βελτιωμένη εικόνα και να ικανοποιεί άμεσα τους πελάτες της σε συνεχή βάση.

- ix. Τέλος, μπορούμε να αναφέρουμε διάφορα άλλα οφέλη για τις επιχειρήσεις, όπως απλοποίηση των διαδικασιών, αυξημένη παραγωγικότητα, ταχύτερη πρόσβαση σε πληροφορίες, αυξημένη ευελιξία, βέλτιστη διαχείριση των προϊόντων και των παραγγελιών κ.ά.

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

- i. Το πρώτο μεγάλο όφελος που αποκομίζουν οι καταναλωτές που χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η διαθεσιμότητα των ηλεκτρονικών καταστημάτων, τα οποία είναι 24 ώρες το 24ωρο, 7 ημέρες την εβδομάδα και 365 ημέρες το χρόνο “ανοιχτά” για παραγγελίες. Εκτός όμως από τη δυνατότητα παραγγελιών, οι καταναλωτές είναι σε θέση να υποβάλλουν ερωτήσεις, απορίες και γενικά να έχουν online υποστήριξη μέσω ηλεκτρονικών φορμών επικοινωνίας ή μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail).
- ii. Το ηλεκτρονικό εμπόριο δίνει στους καταναλωτές περισσότερες επιλογές στη διάθεσή τους, καθώς είναι σε θέση να επιλέξουν ανάμεσα σε ένα μεγάλο αριθμό προμηθευτών και ανάμεσα σε μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων από όλο

τον κόσμο. Με αυτόν τον τρόπο καθίσταται περισσότερο από κάθε άλλο κανάλι, εφικτή η σύγκριση προϊόντων και υπηρεσιών, τόσο σε επίπεδο τιμών, όσο και σε επίπεδο ποιότητας. Το ηλεκτρονικό εμπόριο ως επί το πλείστον, παρέχει χαμηλότερες τιμές σε σχέση με αυτές των παραδοσιακών λιανικών καταστημάτων, λόγω κυρίως του μεγάλου ανταγωνισμού των ηλεκτρονικών καταστημάτων αλλά και λόγω του μικρού κόστους λειτουργίας τους. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να εντείνεται συνεχώς ο ανταγωνισμός όσο αυξάνονται οι “ηλεκτρονικοί” πελάτες και να εισέρχονται στην αγορά συνεχώς νέα ηλεκτρονικά καταστήματα, που αναγκάζονται να παρέχουν καλύτερες τιμές, κάτι που φυσικά είναι προς όφελος του καταναλωτή.

- iii. Το άμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο, δηλαδή το ηλεκτρονικό εμπόριο που αφορά ψηφιακά προϊόντα/υπηρεσίες, όπως προγράμματα υπολογιστών (software) πραγματοποιείται άμεσα, μέσα σε λίγα λεπτά. Φυσικά, αυτό είναι ένα μόνο μέρος του ηλεκτρονικού εμπορίου, γιατί από την άλλη πλευρά, στην περίπτωση του λεγόμενου έμμεσου ηλεκτρονικού εμπορίου, χρειάζεται η παρέμβαση του συμβατικού ταχυδρομείου (π.χ. παράδοση προϊόντων μέσω εταιρειών Courier), το οποίο απαιτεί ένα εύλογο χρονικό διάστημα.
- iv. Οι πελάτες μπορούν να συλλέξουν λεπτομερείς πληροφορίες για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που τους ενδιαφέρουν μέσα κυριολεκτικά, σε δευτερόλεπτα. Ακόμα, έχουν πρόσβαση σε πλήθος άλλων υπηρεσιών όσον αφορά το προϊόν που τους ενδιαφέρει, όπως γνώμες άλλων πελατών που έχουν αγοράσει το συγκεκριμένο προϊόν.
- v. Άλλη μία υπηρεσία που αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια και μπορούν να συμμετέχουν οι πελάτες, είναι οι εικονικές δημοπρασίες, με ηγέτη σε αυτές την εταιρεία E-Bay, όπου μέσω του δικτυακού της κόμβου (www.e-bay.com) πραγματοποιούνται χιλιάδες ηλεκτρονικές δημοπρασίες καθημερινά.
- vi. Το ηλεκτρονικό εμπόριο δίνει τη δυνατότητα σε καταναλωτές να αλληλεπιδρούν με άλλους καταναλωτές, μέσω ηλεκτρονικών κοινοτήτων και να ανταλλάσσουν ιδέες και εμπειρίες.
- vii. Τέλος, υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός πρόσθετων πλεονεκτημάτων για τον καταναλωτή, όπως καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών και εξυπηρέτησης, παροχή προϊόντων που είναι προσαρμοσμένα στις απαιτήσεις του πελάτη, γρήγορη ανταπόκριση των επιχειρήσεων στις απαιτήσεις του πελάτη, τεράστια ευκολία και άνεση (αγορές από το σπίτι) κ.ά.

2.6. Περιορισμοί του ηλεκτρονικού εμπορίου

Εκτός από τα πολυάριθμα οφέλη που προσφέρει το ηλεκτρονικό εμπόριο, υπάρχουν και αρκετά μειονεκτήματα, που αποτελούν τροχοπέδη για την εξάπλωσή του και περιορίζουν την χρήση του.

Οι περιορισμοί αυτοί μπορούν να ομαδοποιηθούν σε τεχνικές και μη τεχνικές κατηγορίες (Turban, 2000).

Οι τεχνικοί περιορισμοί του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι οι εξής:

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

Οι πιο σημαντικοί μη τεχνικοί περιορισμοί του ηλεκτρονικού εμπορίου, σύμφωνα με μια έρευνα που έγινε από το InternetWeek (1998), είναι:

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

Άλλοι περιοριστικοί παράγοντες:

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

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

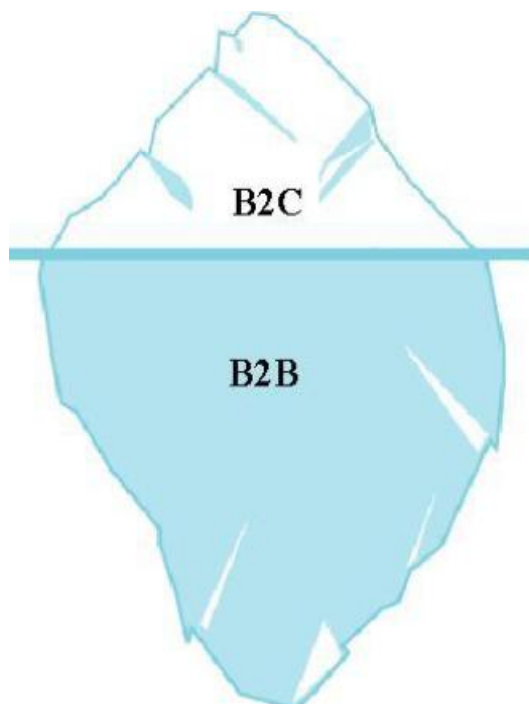
2.7. Το ηλεκτρονικό εμπόριο παγκοσμίως και στην Ελλάδα

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

Σήμερα, οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και κατά συνέπεια το ηλεκτρονικό εμπόριο σαν ένα επιπλέον κανάλι διανομής, για να παράγουν έσοδα είτε από καταναλωτές, είτε από άλλες επιχειρήσεις. Σύμφωνα με μια μελέτη της εταιρείας συμβούλων Strategic International SA (2010), τα συνολικά έσοδα από το ηλεκτρονικό εμπόριο παγκοσμίως, το 2010 ήταν 330 δις. \$ και προβλεπόταν να αγγίξουν το 2013 τα 1,4 τρις. \$, προσεγγίζοντας δηλαδή το τότε ΑΕΠ της Μ. Βρετανίας.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να συγκριθεί με ένα “παγόβουνο”, με την άκρη του να απεικονίζει το ηλεκτρονικό εμπόριο τύπου B2C. Αν και είναι το πιο ορατό κομμάτι, στην πραγματικότητα αποτελεί μόνο ένα μικρό μέρος του συνόλου. Το μεγαλύτερο τμήμα των εσόδων του ηλεκτρονικού εμπορίου παγκοσμίως, βρίσκεται κάτω από την επιφάνεια του παγόβουνου, είναι δηλαδή το ηλεκτρονικό εμπόριο τύπου B2B. Αξίζει να αναφέρουμε ότι περίπου το 70% των εσόδων του ηλεκτρονικού

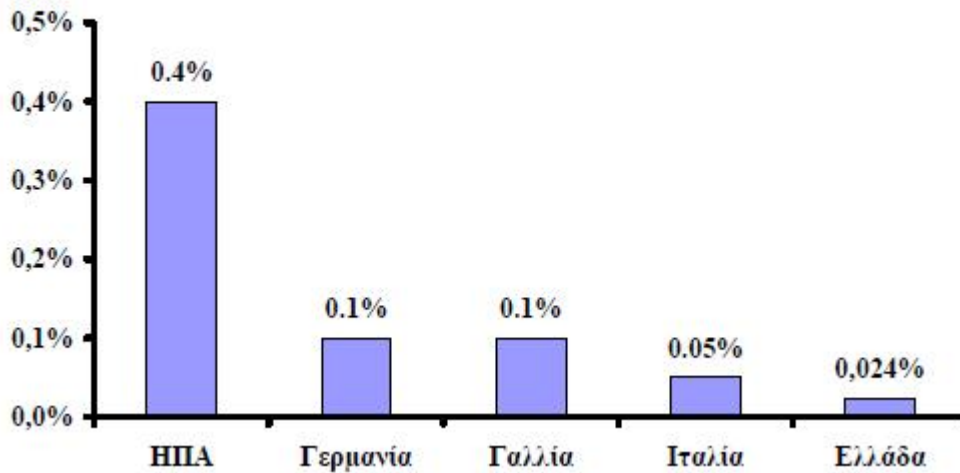
εμπορίου (e-commerce) προέρχονται από το τμήμα αυτό. (*Μύθοι και πραγματικότητα για το e-commerce στην Ελλάδα, 2001*).



Σε όλες τις χώρες, οι δαπάνες για το ηλεκτρονικό εμπόριο τύπου B2C είναι λιγότερες από το 0,5% του συνόλου των λιανικών πωλήσεων της κάθε χώρας. Στις Η.Π.Α., που είναι ο ηγέτης στο ηλεκτρονικό εμπόριο διεθνώς, το ποσοστό αγγίζει μόλις το 0,4% και σε μεγάλες ευρωπαϊκές χώρες, όπως η Γαλλία και η Γερμανία δεν ξεπερνά το 0,1%. Στην Ελλάδα μόνο το 0,024% του συνόλου των λιανικών πωλήσεων δαπανάται για αγορές μέσω διαδικτύου.

Και φυσικά ακόμη και να αυξηθεί στο μέλλον το ποσοστό του ηλεκτρονικού εμπορίου στα επίπεδα των μεγάλων ευρωπαϊκών χωρών, θα πρέπει να τονίσουμε ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο B2C δεν μπορεί σε καμία περίπτωση να καλύψει όλα τα τμήματα του παραδοσιακού λιανικού εμπορίου. Τα προϊόντα που παρουσιάζουν δυνατότητες προώθησης μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου, και που ήδη προσφέρονται από πολλά ηλεκτρονικά καταστήματα, είναι τα ταξιδιωτικά εισιτήρια, τα CD's και DVD's, ο εξοπλισμός computer, τα βιβλία, τα προϊόντα κινητής τηλεφωνίας και τα λουλούδια. Το κοινό χαρακτηριστικό που έχουν όλα αυτά τα προϊόντα, είναι ο υψηλός βαθμός βεβαιότητας πως αυτό το προϊόν που παραδίδεται, θα ταιριάζει απόλυτα με τις προσδοκίες των πελατών, που είχαν τη στιγμή που το παρήγγειλλαν. (*Το μέλλον ανήκει στο e-business B', 2005*).

Διάγραμμα 1: Ποσοστό του B2C στο συνολικό λιανικό εμπόριο (2005)



(Πηγή: Strategic International/K.Kataras SA, 2005)

2.8. Νομικά και ηθικά θέματα του ηλεκτρονικού εμπορίου

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι τόσο καινούργιο, που τα νομικά και ηθικά ζητήματα που είναι αναγκαία για την ύπαρξή του, συνεχίζουν να αναπτύσσονται.

Κάνοντας μια επισκόπηση των νομικών και ηθικών θεμάτων που περιλαμβάνονται στο ηλεκτρονικό εμπόριο, θα μπορούσαμε να τα κατατάξουμε στις εξής κατηγορίες: 1) Απόρρητο, 2) Πνευματική ιδιοκτησία, 3) Ελευθερία έκφρασης, 4) Φορολόγηση και κρυπτογράφηση, 5) Προστασία καταναλωτή, 7) Διάφορα άλλα νομικά και ηθικά θέματα.

2.8.1. Απόρρητο πληροφοριών

Το απόρρητο των πληροφοριών στο διαδίκτυο, και κατά συνέπεια και στο ηλεκτρονικό εμπόριο, σύμφωνα με τον Agranoff (1993) είναι “η αξίωση ατόμων, ομάδων ή ιδρυμάτων να καθορίζουν μόνοι τους πότε και σε ποια έκταση, πληροφορίες για αυτούς γίνονται γνωστές σε άλλους”. Η διασφάλιση του απορρήτου είναι ένα παλιό νομικό και ηθικό ζήτημα σε πολλές χώρες. Είναι γεγονός ότι πολλές ηλεκτρονικές επιχειρήσεις συλλέγουν και χρησιμοποιούν συνεχώς δημογραφικές πληροφορίες από τους πελάτες τους που χρησιμοποιούν τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες. Οι ίδιοι οι χρήστες φοβούνται ότι τα προσωπικά τους δεδομένα, περιλαμβανομένων

αριθμών πιστωτικών καρτών, μπορούν να πωληθούν, να χρησιμοποιηθούν ή να αποκαλυφθούν με ακατάλληλο τρόπο.

Ανάμεσα στο 77% των χρηστών του διαδικτύου που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το ηλεκτρονικό εμπόριο, το 86% λέει ότι αποτρέπονται από το φόβο χρησιμοποίησης από τρίτους, των αριθμών των πιστωτικών τους καρτών ή άλλων ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων τους.

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

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

2. Επιλογή/συναίνεση: Οι καταναλωτές πρέπει να ενημερώνονται για τις επιλογές τους και για το πώς οι προσωπικές τους πληροφορίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν, όπως και για τις πιθανές δευτερεύουσες χρήσεις των πληροφοριών.

3. Προσπέλαση/συμμετοχή: Οι καταναλωτές πρέπει να είναι σε θέση να προσπελάσουν τις προσωπικές τους πληροφορίες και να αμφισβητήσουν την εγκυρότητα των δεδομένων.

4. Ακεραιότητα/ασφάλεια: Οι καταναλωτές πρέπει να είναι σίγουροι ότι τα δεδομένα είναι ασφαλή και ακριβή. Είναι απαραίτητο για αυτούς που συλλέγουν τα δεδομένα, να λαμβάνουν τις όποιες προφυλάξεις για να βεβαιωθούν ότι τα δεδομένα των πελατών τους, είναι προστατευμένα από απώλεια, μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση, καταστροφή και απάτη.

5. Επιβολή/αποκατάσταση: Είναι αναγκαίο να υπάρχει πάντα μια μέθοδος επιβολής και επιδιόρθωσης.

2.8.2. Πνευματική ιδιοκτησία

Πνευματική ιδιοκτησία είναι “η μη απτή ιδιοκτησία που δημιουργείται από άτομα ή οργανισμούς, που προστατεύεται από το νόμο περί πνευματικών δικαιωμάτων, εμπορικό μυστικό και δικαιώματα ευρεσιτεχνίας” (Turban, 2000). Υπάρχουν αρκετές μέθοδοι που μπορεί να χρησιμοποιήσει μια επιχείρηση για να αποτρέψει την κλοπή της πνευματικής της ιδιοκτησίας. Μερικές από αυτές είναι η παροχή προσωποποιημένων προϊόντων, οι συχνές ενημερώσεις (updates) στα προϊόντα της, το να κάνει δύσκολη την αντιγραφή των προϊόντων της και το να προσφέρει δωρεάν λογισμικό.

Ο σύνδεσμος Εκδοτών Λογισμικού είναι ο κύριος εμπορικός οργανισμός που αποτρέπει τη λεγόμενη “πειρατεία”. Άλλοι ενδιαφέροντες οργανισμοί είναι το ίδρυμα

ηλεκτρονικών ορίων και ο διεθνής οργανισμός πνευματικής ιδιοκτησίας, οι οποίοι προσπαθούν να υλοποιήσουν μεθόδους διασφάλισης των πνευματικών δικαιωμάτων. Το 1998, ύστερα από πρόταση του διεθνούς οργανισμού πνευματικής ιδιοκτησίας 60 κράτη μέλη υπέγραψαν μια διεθνή συμφωνία, που ονομάστηκε “συμφωνία βάσης δεδομένων”, και που στόχος της είναι η προστασία των εταιρειών που συλλέγουν και κατατάσσουν πληροφορίες.

2.8.3. Ελευθερία έκφρασης

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

2.8.4. Φορολόγηση και κρυπτογράφηση

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

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

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

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

Παρ' όλα τα παραπάνω, για πλήρη εξασφάλιση του καταναλωτή, απαιτείται συνήθως η ύπαρξη ενός ηλεκτρονικού τρόπου διαβεβαίωσης (certificate), μιας “εγγύησης” δηλαδή ότι το συγκεκριμένο ηλεκτρονικό κατάστημα είναι αυθεντικό. Φυσικά, το συγκεκριμένο πιστοποιητικό έχουν τη δυνατότητα να το εκδώσουν μόνο έμπιστοι οργανισμοί και ισχύει για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Όσον αφορά, τέλος τα συστήματα ασφαλείας που χρησιμοποιούν οι εταιρείες στο διαδίκτυο, είναι συνήθως τριών ειδών: α) ψηφιακά πιστοποιητικά (digital ID), τα οποία εκδίδονται από κάποιον αναγνωρισμένο φορέα πιστοποίησης, β) πρωτόκολλα ασφαλείας (π.χ. τα διαδεδομένα πρωτόκολλα Secure Sockets Layer-SSL και Secure Electronic Transaction-SET) ή γ) μια ασφαλή σύνδεση (www.go-online.gr).

2.8.5. Προστασία καταναλωτή και πωλητή

Στην περίπτωση του διαδικτύου, που τα πάντα γίνονται ηλεκτρονικά από τις οθόνες των PC's, οι συναλλασσόμενοι στο ηλεκτρονικό εμπόριο δεν έχουν τη δυνατότητα της προσωπικής επαφής, και μπορεί να βρίσκονται σε διαφορετικές χώρες, ή ηπείρους την ώρα που πραγματοποιείται η εμπορική συναλλαγή. Αυτό εμπεριέχει τον κίνδυνο της απάτης από επιτήδειους, είτε καταναλωτές, είτε πωλητές (online εταιρείες). Οι μεγαλύτερες απάτες που έχουν διαπιστωθεί στο διαδίκτυο, αφορούν τις online δημοπρασίες και την online αγοραπωλησία μετοχών. Όσον αφορά τις online

δημοπρασίες, η “πρακτική” ήταν να συλλέγονται χρήματα από τα ηλεκτρονικά καταστήματα δημοπρασιών, αλλά τα προϊόντα είτε να μην αποστέλλονται στους καταναλωτές, είτε να αποστέλλονται και να είναι χαμηλής ποιότητας. Όσον αφορά την απάτη με τις μετοχές, η “πρακτική” ήταν να προωθούν παράνομα μετοχές διάφορες εταιρείες, σε ηλεκτρονικούς πίνακες ανακοινώσεων, σε online ενημερωτικά δελτία και σε δικτυακούς τόπους (web sites) επενδύσεων. Στις περισσότερες των περιπτώσεων αυτές οι εταιρείες διέδιδαν ψευδώς φήμες για τις προοπτικές των εταιρειών που διαφήμιζαν, και κατά συνέπεια για τις τιμές των μετοχών τους. Βέβαια, εκτός από τις οικονομικές απάτες υπάρχουν και απάτες μη οικονομικού χαρακτήρα, που συναντούμε στο διαδίκτυο και ειδικότερα στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Για παράδειγμα, μπορεί τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρονται στους καταναλωτές να είναι χαμηλής ποιότητας, να μην υπάρχει έγκαιρη διανομή των προϊόντων κ.ά.

2.8.6. Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα

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

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

Η αναγκαιότητα λοιπόν νομοθετικής παρέμβασης για όλα αυτά τα ανακύπτοντα νομικά θέματα, καθίσταται αναγκαία περισσότερο από ποτέ. Το 1996 η επιτροπή για το Διεθνές Εμπορικό Δίκαιο των Ηνωμένων Εθνών (UNCITRAL), υιοθέτησε το νόμο για το ηλεκτρονικό εμπόριο και το 1999 η επιτροπή UN/ECE CEFACCT υιοθέτησε τη συμφωνία ηλεκτρονικού εμπορίου (Electronic Commerce Agreement). Σε ανακοίνωσή της το 2000, η επιτροπή της Ευρωπαϊκής Ένωσης που ασχολείται με τα

νομικά θέματα των ηλεκτρονικών συναλλαγών, και ύστερα από την ομόφωνη επικύρωση από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, έθεσε σε ισχύ την οδηγία 2000/31/EK με στόχο την δημιουργία ενός ενιαίου κανονιστικού πλαισίου για το ηλεκτρονικό εμπόριο στο πλαίσιο της ΕΕ.

Σύμφωνα λοιπόν με την οδηγία 2000/31/EK, ο κοινοτικός νομοθέτης συμπεριλαμβάνει ζητήματα που αφορούν τις ηλεκτρονικές συμβάσεις, την εγκατάσταση των φορέων παροχής υπηρεσιών, τη χρήση των εμπορικών επικοινωνιών, το καθεστώς αδειών και την ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες του διαδικτύου. Κάποια άλλα ζητήματα, όπως η διαμάχη για τα ονόματα χώρου (domain names), τη νομιμότητα δημιουργίας συνδέσμων (links) καθώς και ειδικότερα θέματα του δικαίου της πνευματικής ιδιοκτησίας στο διαδίκτυο, καθορίζονται από την οδηγία 2001/29/EK. Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι και οι δύο προαναφερθέντες οδηγίες δεν ρυθμίζουν συγκεκριμένες υπηρεσίες του ηλεκτρονικού εμπορίου (π.χ. την πώληση λογισμικού ή την πώληση προϊόντων μέσω του διαδικτύου), αλλά επιχειρούν να καλύψουν συγκεκριμένες πτυχές της ηλεκτρονικής οικονομικής δραστηριότητας, με βάση ένα ενιαίο κανονιστικό πλαίσιο.

Η οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο συμπληρώνει το ισχύον κοινοτικό δίκαιο που αφορά τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, στο οποίο περιλαμβάνονται οδηγίες, όπως η οδηγία 1999/93/EK για τις ηλεκτρονικές υπογραφές, η οδηγία 95/46/EK για την προστασία των προσωπικών δεδομένων, η οδηγία 2001/29/EK για την πνευματική ιδιοκτησία και η πρόσφατη οδηγία 2002/58/EK για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες.

Στην Ελλάδα, η οδηγία 2000/31/EK ενσωματώθηκε στο εσωτερικό δίκαιο της χώρας, στις 30.4.2003 με τη θέσπιση του π.δ. 131/2003, το οποίο αποτελεί και το νέο ολοκληρωμένο νομικό πλαίσιο που διέπει τις συναλλαγές του ηλεκτρονικού εμπορίου στη χώρα μας. Νομοθετήματα, που δρουν συμπληρωματικά με το ΠΔ. 131/2003 είναι το π.δ. 150/2001 για τις ηλεκτρονικές υπογραφές, το ΠΔ. 157/1999 για τις ρυθμίσεις στις τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες που αφορούν την παροχή άδειας παροχής υπηρεσιών διαδικτύου και οι διατάξεις του ν. 2251/1994 για τις υποχρεωτικά παρεχόμενες υπηρεσίες προς τους καταναλωτές.

Συνοπτικά, πάντως τα θέματα που πραγματεύεται το ΠΔ. 131/2003 είναι:

- 1) διατάξεις για τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, οι οποίες αφορούν την εσωτερική αγορά στην ΕΕ,
- 2) θέματα που αφορούν την εγκατάσταση των φορέων παροχής υπηρεσιών,
- 3) θέματα που σχετίζονται με τις εμπορικές επικοινωνίες (διαδικτυακή διαφήμιση, spamming),
- 4) θέματα που έχουν να κάνουν με τη σύναψη συμβάσεων με ηλεκτρονικά μέσα,

- 5) θέματα σχετικά με την ευθύνη των μεσαζόντων παροχής υπηρεσιών στο διαδίκτυο,
- 6) κώδικες δεοντολογίας,
- 7) θέματα που ρυθμίζουν τον εξώδικο διακανονισμό των διαφορών και τα μέσα έννομης προστασίας και τέλος
- 8) τις διάφορες κυρώσεις που προβλέπονται από την παραβίαση των σχετικών διατάξεων.

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

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές (E-Banking)

3.1. Η πρόκληση του διαδικτύου και των τεχνολογιών πληροφορικής & επικοινωνιών για τις τράπεζες⁴

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

Συχνά ακούγεται από ειδικούς του μάνατζμεντ ότι, “όποια επιχείρηση δεν αλλάξει, αργά η γρήγορα θα πεθάνει”, κάτι που σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις πρέπει συνεχώς να παρακολουθούν τις αλλαγές που συντελούνται στο εξωτερικό τους περιβάλλον και να προσαρμόζονται κατάλληλα σε αυτές. Βλέποντας λοιπόν οι τράπεζες, την αλλαγή του παγκόσμιου σκηνικού, από την παραδοσιακή οικονομία στη νέα οικονομία με ηλεκτρονικά μέσα, δημιούργησαν ένα νέο εναλλακτικό τραπεζικό κανάλι προώθησης των υπηρεσιών τους, την ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking). Ουσιαστικά πρόκειται για ένα τμήμα του ηλεκτρονικού εμπορίου, το οποίο αναπτύσσεται μέσω δικτύων, όπως το διαδίκτυο και παρέχει ένα μεγάλο εύρος τραπεζικών υπηρεσιών, από εξατομικευμένες καταναλωτικές τραπεζικές υπηρεσίες μέχρι διατραπεζικές μεταφορές κεφαλαίων και χαρτοφυλακίων σε όλο τον κόσμο. Με τη βοήθεια του διαδικτύου λοιπόν, δημιουργούνται τεράστιες ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις γενικότερα, να ανταγωνιστούν ευκολότερα στη σημερινή ψηφιακή εποχή και να αυξήσουν την πελατειακή τους βάση, μειώνοντας ταυτόχρονα το λειτουργικό κόστος τους.

Γενικά, υπάρχουν τριών ειδών επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο διαδίκτυο, ή αλλιώς τρεις κατηγορίες επιχειρηματικής δραστηριότητας στο διαδίκτυο

⁴ Ηλεκτρονική Τραπεζική, Παρλαβάτζας Π., Πειραιάς 2007

(*Ηλεκτρονική Τραπεζική*, Ιωάννης Δ. Φαρσαρώτας, Αριστέα Σινανιώτη – Μαρούδη, 2005): 1) Οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο ως ένα εναλλακτικό κανάλι του marketing (διαφήμιση και προβολή), 2) Οι επιχειρήσεις που αποσκοπούν στην παροχή πληροφοριών και υπηρεσιών στους πελάτες τους (π.χ. τουριστικές, συμβουλευτικές, εταιρείες τύπου κ.λπ.) και 3) Οι επιχειρήσεις που πωλούν προϊόντα και υπηρεσίες μέσω του διαδικτύου, δηλαδή αυτές που χρησιμοποιούν πλήρως το ηλεκτρονικό εμπόριο. Σε αυτήν την τρίτη κατηγορία ανήκουν και μερικές τράπεζες που χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking) ως ένα δίαυλο προώθησης των υπηρεσιών τους μέσω του internet.

Μάλιστα, μερικοί χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί έχουν υποκαταστήσει τα γνωστά κανάλια επικοινωνίας και προώθησης των τραπεζικών προϊόντων (υποκαταστήματα) με τα ηλεκτρονικά κανάλια (e-banking), με σκοπό την μεγιστοποίηση των κερδών τους και την ελαχιστοποίηση του κόστους των παρεχόμενων υπηρεσιών τους. Αυτές, είναι οι λεγόμενες “εικονικές τράπεζες” (ή internet - only banks), οι οποίες από τα μέσα της δεκαετίας του 1990 άρχιζαν να λειτουργούν αποκλειστικά μέσω του διαδικτύου, χωρίς να έχουν κάποιο φυσικό υποκατάστημα ή γραφείο. Γενικά, οι τράπεζες που χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, εκμεταλλεύονται αφενός τις δυνατότητες του διαδικτύου, αφ’ ετέρου τις δυνατότητες των κλειστών τηλεπικοινωνιακών δικτύων, με σκοπό να πραγματοποιήσουν συναλλαγές μεταξύ τους αλλά και με το ευρύ καταναλωτικό κοινό.

3.2. Ορισμός και ιστορική αναδρομή της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking)

“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 Intranet, Extranet, σταθερού και κινητού τηλεφώνου και δεν απαιτούν τη φυσική παρουσία του πελάτη σε κατάστημα της τράπεζας” (Αγγέλης, 2005). Το e-banking δεν αφορά μόνο τις εφαρμογές τραπεζικής μέσω διαδικτύου (Internet banking), αλλά και τις τραπεζικές εφαρμογές που

διεκπεραιώνονται από άλλα κανάλια, όπως το σταθερό τηλέφωνο (Phone banking) και το κινητό τηλέφωνο (Mobile banking).

Επίσης, διάφορες εφαρμογές της ηλεκτρονικής τραπεζικής συναντούμε και στο ηλεκτρονικό εμπόριο (e-Commerce) αλλά και στις ηλεκτρονικές επενδύσεις (e-Investment). Μάλιστα, πολλές τράπεζες συμπεριλαμβάνουν στην ηλεκτρονική τραπεζική και τα ATMs, καθώς είναι ένα εναλλακτικό δίκτυο, το οποίο προσφέρει τραπεζικές υπηρεσίες με ηλεκτρονικά μέσα και κατά συνέπεια δεν απαιτεί κι αυτό τη φυσική παρουσία του πελάτη στο κατάστημα. Η ιστορία της ηλεκτρονικής τραπεζικής, συγκρινόμενη με τις υπόλοιπες μορφές του ηλεκτρονικού εμπορίου, είναι σχετικά μεγάλη. Οι πρώτες μορφές της εμφανίστηκαν στη δεκαετία του 1980, καλύπτοντας τη διατραπεζική επικοινωνία με τη χρήση του δικτύου SWIFT και των αντίστοιχων μηνυμάτων. Στη συνέχεια, στις αρχές της δεκαετίας του 1990 πραγματοποιήθηκαν οι πρώτες εφαρμογές financial EDI, οι οποίες επέτρεπαν επικοινωνία αφενός ανάμεσα στις τράπεζες και αφετέρου ανάμεσα στα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και στις υπόλοιπες επιχειρήσεις. Τα τελευταία χρόνια, η παροχή τραπεζικών υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου, έχει λάβει μεγάλες διαστάσεις σε παγκόσμιο επίπεδο, και στην ουσία έχει προκαλέσει “επανάσταση” στην σημερινή ψηφιακή εποχή που διανύουμε.

Οι μεγάλες τράπεζες συνήθως ενσωματώνουν τις υπηρεσίες μέσω διαδικτύου στο υφιστάμενο σύστημα διανομής προϊόντων και υπηρεσιών, όπως στο δίκτυο καταστημάτων και στην τηλεφωνική τραπεζική. Άλλες τράπεζες δημιουργούν ξεχωριστές και ανεξάρτητες ηλεκτρονικές τράπεζες, που παρέχουν τις υπηρεσίες τους μόνο μέσω διαδικτύου. Πάντως, όλοι οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί χρησιμοποιούν το διαδίκτυο αφενός ως μέσο προβολής και προώθησης των υπηρεσιών τους και αφετέρου ως ένα εναλλακτικό κανάλι για την άμεση πώληση των προϊόντων τους. Με αυτόν τον τρόπο προσπαθούν να μεγιστοποιούν τα κέρδη τους και να ελαχιστοποιούν το κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών τους, που όπως θα αναφέρουμε σε άλλη ενότητα είναι ένα από τα πλεονεκτήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

3.3. Κατηγοριοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e banking)

3.3.1. Είδη της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking)

Η ηλεκτρονική τραπεζική (electronic banking ή e-banking) χωρίζεται κυρίως στα εξής τρία είδη, σύμφωνα με το μέσο ή κανάλι, μέσω του οποίου πραγματοποιούνται οι τραπεζικές συναλλαγές (Αγγέλης, 2005):

1. Internet Banking (Τραπεζικές υπηρεσίες μέσω διαδικτύου): Το “internet banking” που αποτελεί το σημαντικότερο κομμάτι του e-banking, πραγματοποιείται κατά κύριο λόγο μέσω του διαδικτύου, αλλά και μέσω άλλων δικτύων όπως εσωτερικών ή εξωτερικών (Intranets ή Extranets). Για να μπορέσει ένας χρήστης να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες του, χρειάζεται απαραίτητα να διαθέτει έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή και μια σύνδεση στο διαδίκτυο. Στην πλειονότητα των περιπτώσεων, τα παραπάνω αρκούν για την πρόσβαση στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες, ωστόσο για λόγους μεγαλύτερης ασφάλειας, πολλές φορές απαιτούνται και ορισμένες συσκευές ασφάλειας, όπως έξυπνοι αναγνώστες ή ειδικό λογισμικό ασφάλειας (software) τα οποία τα παρέχουν οι τράπεζες στους πελάτες τους.

Μέσω του “internet banking” ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να επιλέξει ανάμεσα σε μια μεγάλη ποικιλία τραπεζικών υπηρεσιών, στις οποίες θα αναφερθούμε αναλυτικά σε επόμενη ενότητα. Αξίζει να αναφέρουμε ότι τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα έχουν την τεχνογνωσία να προσωποποιούν τις προσφερόμενες ηλεκτρονικές υπηρεσίες τους, ανάλογα με την κατηγορία των πελατών που αυτές προορίζονται. Για παράδειγμα, σε εταιρικούς πελάτες, δηλαδή επιχειρήσεις, προσφέρονται περισσότερες δυνατότητες ηλεκτρονικών συναλλαγών, οι οποίες είναι ειδικά προσαρμοσμένες.

Θα πρέπει να τονίσουμε ότι η ασφάλεια στο internet banking είναι πολύ σημαντική και συνεχώς γίνονται προσπάθειες από την μεριά των τραπεζών, για την ασφαλή διεκπεραίωση των ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών, αλλά και την δημιουργία εμπιστοσύνης στους πελάτες που χρησιμοποιούν το “internet banking”. Θα αναφερθούμε αναλυτικά σε θέματα ασφάλειας των ηλεκτρονικών συναλλαγών και προστασίας του καταναλωτή, σε επόμενο κεφάλαιο.

2. Phone banking (Τραπεζικές υπηρεσίες μέσω σταθερού τηλεφώνου):

Οι υπηρεσίες που προσφέρει το “phone banking” χωρίζονται σε δύο κατηγορίες:

- α) Αυτές που διεκπεραιώνονται από πράκτορες τηλεφωνικών κέντρων (call center agents) και
- β) Αυτές που διεκπεραιώνονται αυτόματα μέσω ειδικών συστημάτων αναγνώρισης της φωνής (IVRs).

Και στις δύο περιπτώσεις το μόνο που απαιτείται από την πλευρά του πελάτη, είναι η ύπαρξη μιας τηλεφωνικής συσκευής και σύνδεσης. Στις τραπεζικές συναλλαγές με πράκτορες τηλεφωνικών κέντρων, ο υπάλληλος της τράπεζας αρχικά ζητά από τον πελάτη κάποια στοιχεία ταυτοποίησης και επαλήθευσης, όπως ένας προσωπικός κωδικός αριθμός (Pin). Αφού ο πελάτης δώσει σωστά αυτόν τον προσωπικό κωδικό, ο οποίος χρησιμοποιείται μόνο για τις συναλλαγές μέσω “phone banking” και όχι για άλλες συναλλαγές (π.χ. internet banking, ATMs), στη συνέχεια ο υπάλληλος του τηλεφωνικού κέντρου διεκπεραιώνει τις συναλλαγές που θα του υποδείξει ο πελάτης. Αντίστοιχη είναι και η δεύτερη κατηγορία του phone banking, με τη μόνη διαφορά ότι στην άλλη άκρη της τηλεφωνικής γραμμής δεν είναι ένας υπάλληλος της τράπεζας, αλλά ένας υπολογιστής ή καλύτερα ένα αυτοματοποιημένο σύστημα αναγνώρισης της φωνής IVR (Interactive Voice Response). Έτσι, η συγκεκριμένη διαδικασία είναι πλήρως αυτοματοποιημένη και ο πελάτης απαντά στα φωνητικά μηνύματα που ακούει. Μέσω του “phone banking”, ο χρήστης του, δηλαδή ο πελάτης μιας τράπεζας έχει στη διάθεσή του πάρα πολλές τραπεζικές υπηρεσίες είτε σε επίπεδο πληροφόρησης, είτε σε επίπεδο οικονομικών συναλλαγών. Έτσι, για παράδειγμα μπορεί να ενημερωθεί για το υπόλοιπο των λογαριασμών του, τις πρόσφατες κινήσεις των λογαριασμών του, και την αποτίμηση του χαρτοφυλακίου του σε επίπεδο πληροφόρησης. Ακόμη, έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει οικονομικές συναλλαγές όπως: μεταφορές κεφαλαίων σε άλλους λογαριασμούς (στην ίδια ή σε άλλη τράπεζα και στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό), πληρωμή λογαριασμών και πιστωτικών καρτών, πραγματοποίηση πάγιων εντολών για αγορά ή πώληση μετοχών και αμοιβαίων κεφαλαίων κ.ά.

3. Mobile Banking (Τραπεζικές υπηρεσίες μέσω κινητού τηλεφώνου):

Το τρίτο είδος της ηλεκτρονικής τραπεζικής, δηλαδή οι τραπεζικές υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω κινητών τηλεφώνων (mobile banking), είναι στη φάση ανάπτυξης του ακόμα σε όλο τον κόσμο και ιδιαίτερα στη χώρα μας. Όμως, αν λάβουμε υπόψη την τεράστια διείσδυση που έχει η χρήση κινητών τηλεφώνων στην Ελλάδα (αρκετά μεγαλύτερη από τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο), τότε μπορούμε να υποθέσουμε ότι το μέλλον του “mobile banking” περιγράφεται λαμπρό. Με αυτόν λοιπόν, τον εξελισσόμενο τομέα της ηλεκτρονικής τραπεζικής, είναι δυνατή η επικοινωνία μέσω κινητού τηλεφώνου με τη μορφή γραπτών μηνυμάτων και με την τεχνολογία “WAP”, του πελάτη με την τράπεζα. Οι υπηρεσίες που προσφέρονται με το “mobile banking” είναι περίπου οι ίδιες με τα υπόλοιπα δύο είδη της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Πιο συγκεκριμένα, ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να παρακολουθεί τα υπόλοιπα των λογαριασμών του καθώς και το χαρτοφυλάκιό του, να μεταφέρει χρήματα, να δίνει πάγιες εντολές για πληρωμές λογαριασμών και πιστωτικών καρτών κ.ά.

Οι τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται σε αυτό το σύγχρονο είδος της ηλεκτρονικής τραπεζικής διαφέρουν πολλές φορές από αυτές που χρησιμοποιούνται στο “internet banking”. Τα τελευταία χρόνια, μια εταιρεία κινητής τηλεφωνίας στη χώρα μας χρησιμοποιεί την τεχνολογία “i-mode“, η οποία γνωρίζει μεγάλη ανάπτυξη στο εξωτερικό (και ιδιαίτερα στην Ιαπωνία) και πολλά είναι τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα που φιλοδοξούν να την εκμεταλλευτούν. Θα πρέπει να αναφέρουμε ότι τραπεζικές υπηρεσίες μέσω κινητών τηλεφώνων (mobile banking), δεν προσφέρουν όλες οι τράπεζες στην Ελλάδα, σε αντίθεση με τα άλλα δύο είδη της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking, phone banking), τα οποία προσφέρονται από την πλειοψηφία των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων.

3.3.2. Μορφές της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking)

Οι παρεχόμενες τραπεζικές υπηρεσίες μέσω του διαδικτύου ανάλογα με την παρουσία των τραπεζών σε αυτό, χωρίζονται στις εξής μορφές (Μαρούδη, 2005):

1. Η πιο απλοϊκή μορφή παρουσίασης μιας τράπεζας στο διαδίκτυο, είναι η διαμόρφωση και προβολή μιας απλής ιστοσελίδας, όπου θα δίνεται η δυνατότητα στους πελάτες της να πληροφορηθούν σχετικά με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της. Ουσιαστικά, πρόκειται για ένα επιπρόσθετο κανάλι προώθησης και ειδικότερα διαφήμισης, των τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών, μέσω του οποίου όλα τα

ενδιαφερόμενα μέρη, όπως π.χ. πελάτες, ανταγωνιστές μπορούν να έχουν εύκολη και άμεση πληροφόρηση.

2. Μια πιο εξελιγμένη μορφή παρουσίασης μιας τράπεζας στο διαδίκτυο απαιτεί τη διαμόρφωση και προβολή μιας “διαδραστικής ηλεκτρονικής σελίδας”, η οποία έχει δύο στόχους. Αφενός έχει στόχο να πληροφορήσει τους επισκέπτες της ιστοσελίδας σχετικά με τα προσφερόμενα τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες και αφετέρου παρέχει στους χρήστες τη δυνατότητα να διατυπώνουν ερωτήσεις σχετικά με ποικίλα θέματα. Με άλλα λόγια, τους παρέχεται επιπλέον η δυνατότητα να αλληλεπιδρούν με την τράπεζα, μέσω ηλεκτρονικών μηνυμάτων (e-mails) ή διαμέσου μιας φόρμας επικοινωνίας, όπου οι χρήστες μπορούν να υποβάλλουν ερωτήματα ή να ζητήσουν επιπρόσθετες πληροφορίες ή διευκρινίσεις για κάποιο προϊόν.

3. Η τρίτη μορφή παρουσίασης μιας τράπεζας στο διαδίκτυο, εμπεριέχει τις υπηρεσίες των δύο προηγούμενων και επιπρόσθετα επιτρέπει στους χρήστες-πελάτες των τραπεζών να πραγματοποιούν ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές. Όποιες τράπεζες χρησιμοποιούν αυτό το μοντέλο ηλεκτρονικής παρουσίασης, στην ουσία χρησιμοποιούν το διαδίκτυο σαν ένα επιπλέον κανάλι όχι μόνο προώθησης των προϊόντων τους, αλλά και πώλησης αυτών. Πρόκειται για την εφαρμογή των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω του διαδικτύου (internet banking), όπου αναφερθήκαμε σε προηγούμενη ενότητα. Για να κάνουν χρήση αυτών των ηλεκτρονικών υπηρεσιών οι πελάτες, υπογράφουν μία ειδική σύμβαση παροχής τραπεζικών υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου και στη συνέχεια χρησιμοποιούν κάποιους κωδικούς ασφαλείας κάθε φορά που εισέρχονται στην σχετική ιστοσελίδα της τράπεζας. Αξίζει να σημειώσουμε ότι από την πλευρά των τραπεζών χρησιμοποιείται κατάλληλο λογισμικό που εξασφαλίζει την ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών και τα προσωπικά στοιχεία των πελατών. Αναλυτικότερα με το πώς συνδέεται και χρησιμοποιεί ένας πελάτης τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω του διαδικτύου (internet banking), θα αναφερθούμε σε παρακάτω ενότητα.

4. Η τέταρτη και πιο εξελιγμένη μορφή παρουσίασης μιας τράπεζας στο διαδίκτυο, είναι γνωστή με τον όρο “πλήρης διαδικτυακή τραπεζική (full internet banking)”. Σε αυτήν την κατηγορία δίνεται η δυνατότητα στους χρήστες να αξιοποιήσουν πλήρως τις δυνατότητες των ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών με τη βοήθεια του

παγκόσμιου ιστού, όπως για παράδειγμα η πρόσβαση σε τραπεζικούς λογαριασμούς για ανάληψη ή κατάθεση ηλεκτρονικού χρήματος.

3.4. Προσφερόμενες υπηρεσίες και συναλλαγές προσφερόμενες μέσω *internet banking*⁵

Οι ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές μέσω διαδικτύου (*internet banking*), αποτελούν το μεγαλύτερο μέρος της ηλεκτρονικής τραπεζικής (*e-banking*), τόσο σε επίπεδο ποικιλίας υπηρεσιών, όσο και σε επίπεδο αποδοχής από τους χρήστες. Οι προσφερόμενες αυτές υπηρεσίες χωρίζονται σε 3 διακριτές κατηγορίες (Αγγέλης, 2005):

- i. Οικονομικές συναλλαγές
- ii. Πληροφοριακές συναλλαγές
- iii. Αιτήσεις και άλλες υπηρεσίες

3.4.1. Οικονομικές συναλλαγές

Οι οικονομικές συναλλαγές αποτελούν τις σημαντικότερες προσφερόμενες υπηρεσίες μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής και ουσιαστικά είναι αυτές που πραγματοποιούνται ως επί το πλείστον και στα ταμεία των τραπεζών. Αφορούν είτε ενδοτραπεζικές συναλλαγές, είτε συναλλαγές που υλοποιούνται στα πλαίσια διατραπεζικών συστημάτων, όπως το “ΔΙΑΣ” ή το “ΕΡΜΗΣ”.

Μεταφορές εντός τράπεζας

1. Μεταφορές σε λογαριασμό του ιδίου: Στις περισσότερες περιπτώσεις οι ηλεκτρονικές μεταφορές κεφαλαίων εντός της ίδιας τράπεζας πραγματοποιούνται άμεσα (*on-line*). Η διαδικασία που ακολουθείται είναι ιδιαίτερα απλή: Ο χρήστης – πελάτης επιλέγει τους τραπεζικούς λογαριασμούς χρέωσης και πίστωσης από τη σχετική ιστοσελίδα. Στην περίπτωση μας που πρόκειται για λογαριασμούς του ίδιου προσώπου, ο χρήστης δεν χρειάζεται να πληκτρολογήσει τους αριθμούς των λογαριασμών, απλά να τους επιλέξει από την εμφανιζόμενη οθόνη. Φυσικά, είναι αυτονόητο ότι το σύστημα εμφανίζει στον πελάτη και τα διαθέσιμα υπόλοιπα των τραπεζικών του λογαριασμών για να έχει πλήρη εικόνα και να μπορεί να

⁵ Ηλεκτρονική Τραπεζική, Παρλαβάτζας Π., Πειραιάς 2007

πραγματοποιήσει τις μεταφορές που επιθυμεί. Αφού λοιπόν επιλέξει τους λογαριασμούς χρέωσης και πίστωσης, στη συνέχεια πληκτρολογεί το ποσό που επιθυμεί να μεταφέρει αλλά και την ημερομηνία που επιθυμεί να πραγματοποιηθεί η μεταφορά (αν επιθυμεί μεταγενέστερη ημερομηνία). Ουσιαστικά παρέχεται η δυνατότητα για μεταχρονολογημένες μεταφορές κεφαλαίων αν η ημερομηνία που επιλέξει ο χρήστης είναι διαφορετική από την τρέχουσα. Τέλος, είναι εφικτός ο ορισμός περιοδικών μεταφορών σε συγκεκριμένη ημέρα κάθε μήνα. Με άλλα λόγια καταχωρείται μια πάγια εντολή μεταφοράς κεφαλαίων, που στην περίπτωση που ο πελάτης δεν επιθυμεί πλέον τη χρησιμοποίησή της, θα πρέπει να την καταργήσει.

2. Μεταφορές σε λογαριασμό τρίτου: Όπως και στις μεταφορές κεφαλαίων μεταξύ λογαριασμών του ιδίου πελάτη, έτσι και εδώ, οι μεταφορές πραγματοποιούνται συνήθως άμεσα (on-line) στην περίπτωση που ο χρήστης επιλέξει τρέχουσα ημερομηνία. Στην αντίθετη περίπτωση εκτελούνται σε μελλοντικό χρόνο που έχει προεπιλέξει ο πελάτης (forward εντολές). Ο λογαριασμός που θα χρεωθεί, δηλαδή ο λογαριασμός του χρήστη μαζί με το τρέχον υπόλοιπό του, εμφανίζεται στο σύστημα (λογαριασμός αποστολέα) και το μόνο που απαιτείται, είναι να συμπληρώσει ο πελάτης τον λογαριασμό αυτού που θα πιστωθούν τα χρήματα (λογαριασμός δικαιούχου). Σε αυτό το σημείο ο πελάτης θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεχτικός στην πληκτρολόγηση του σωστού λογαριασμού του δικαιούχου. Γι' αυτό, οι τράπεζες μετά την εισαγωγή του λογαριασμού που θα πιστωθεί από τον χρήστη, διενεργούν έλεγχο ψηφίων (check digit), ώστε να διαπιστωθεί αν ο συγκεκριμένος λογαριασμός είναι έγκυρος. Όμως θα πρέπει να σημειώσουμε ότι δεν υπάρχει δυνατότητα ταυτοποίησης του λογαριασμού με το όνομα του δικαιούχου. Για να ολοκληρωθεί η διαδικασία της μεταφοράς, συμπληρώνεται το ποσό και η επιθυμητή ημερομηνία της συναλλαγής.

Εμβάσματα εσωτερικού

Τα περισσότερα εμβάσματα εσωτερικού σε νόμισμα ευρώ (€), διεκπεραιώνονται μέσω του διατραπεζικού συστήματος "DIASTRANFER". Το συγκεκριμένο

διατραπεζικό σύστημα, του οποίου την εποπτεία έχει η εταιρεία “ΔΙΑΣ”⁶, εξυπηρετεί “εντολές πελατείας των τραπεζών για την μεταφορά κεφαλαίων από την τράπεζα του εντολέα στην τράπεζα του δικαιούχου, για πίστωση λογαριασμού ή πληρωμή σε μετρητά” (Αγγέλης, 2005). Θα πρέπει επίσης να αναφέρουμε ότι στο παραπάνω σύστημα συμμετέχει σχεδόν το σύνολο των ελληνικών τραπεζών πλην ελαχίστων εξαιρέσεων, όπως της Αγροτικής τράπεζας. Το σύνολο των εμβασμάτων που διεκπεραιώνονται μέσω αυτού του διατραπεζικού συστήματος εκτελούνται το αργότερο μέχρι την επόμενη ημέρα. Αντίθετα, εμβάσματα εσωτερικού που αποστέλλονται σε τράπεζες που δεν συμμετέχουν στο “DIASTRANFER” ή αυτά που αφορούν διαφορετικά νομίσματα, αποστέλλονται με τη μορφή “SWIFT”⁷ και εκτελούνται μέσα σε 2 εργάσιμες ημέρες. Η διαδικασία καταχώρησης του εμβάσματος στην ιστοσελίδα της ηλεκτρονικής τραπεζικής του κάθε χρηματοπιστωτικού ιδρύματος, είναι σχεδόν η ίδια με αυτήν που προαναφέραμε για τις μεταφορές κεφαλαίων εντός τράπεζας (μεταφορές σε λογαριασμό τρίτου). Η πρώτη ουσιαστική διαφορά όμως είναι ότι εκτός από το λογαριασμό του δικαιούχου που θα επιλέξει ο χρήστης, απαιτείται να καταχωρηθεί και η επωνυμία του δικαιούχου και φυσικά η τράπεζα του τελευταίου. Και εδώ, δεν υπάρχει ακόμη η δυνατότητα ταυτοποίησης του λογαριασμού με τον δικαιούχο (προσωπικά στοιχεία). Η δεύτερη διαφορά, είναι ότι εδώ ο χρήστης εκτός από το μεταφερόμενο ποσό και την ημερομηνία, θα πρέπει να επιλέξει τον υπόχρεο εξόδων (έξοδα παραλήπτη, έξοδα αποστολέα ή αμφότεροι) αλλά και την αιτιολογία της πραγματοποιούμενης συναλλαγής.

Εμβάσματα εξωτερικού-

⁶ Η εταιρεία “ΔΙΑΣ” ιδρύθηκε το 1989, μετά από πρωτοβουλία της Ένωσης Ελληνικών τραπεζών. Σκοπός της εταιρείας είναι η υλοποίηση και διαχείριση διατραπεζικών συστημάτων πληρωμών, με στόχο των εκσυγχρονισμό των συναλλαγών, τη μείωση χρήσης μετρητών, την αποφυγή ληστειών, την αναβάθμιση της ποιότητας ζωής των πολιτών και τη μείωση του κόστους προς όφελος του κοινού, των επιχειρήσεων, των τραπεζών και του Δημοσίου (Αγγέλης, 2005). Η “ΔΙΑΣ” έχει αναπτύξει και λειτουργεί 7 υποσυστήματα: DIASATM, DIASCHEQUE, DIASTRANSFER, DIASPAY, DIASDEBIT, DIASDRS και DIASPOS.

⁷ Ο μη κερδοσκοπικός οργανισμός “SWIFT” ιδρύθηκε το 1973 με έδρα στο Βέλγιο και πρόκειται για ένα συνεργατικό οργανισμό που ανήκει συμβατικά στα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Παρέχει υπηρεσίες ασφαλών μηνυμάτων και το αντίστοιχο λογισμικό σε περίπου 7000 τράπεζες σε περισσότερες από 198 χώρες στον κόσμο, καθώς και τις υποδομές για πληρωμές αναφερόμενες σε χρηματιστηριακές και εμπορικές συναλλαγές (Μαρούδη, 2005).

Σε αντίθεση με τα εμβάσματα εσωτερικού, τα εμβάσματα που αποστέλλονται σε τράπεζες του εξωτερικού, πραγματοποιούνται μέσω του δικτύου “SWIFT” και συνήθως εκτελούνται μετά την πάροδο αρκετών ημερών. Οι περισσότερες τράπεζες δεν παρέχουν αυτοματοποιημένο σύστημα αποστολής των εμβασμάτων εξωτερικού μέσω “SWIFT”, αλλά στην ουσία δίνουν τη δυνατότητα στον πελάτη της ηλεκτρονικής τραπεζικής να αποστείλει ηλεκτρονικά μια αίτηση εμβάσματος. Η διαδικασία είναι η ίδια που ακολουθείται και στα εμβάσματα εσωτερικού και την οποία προαναφέραμε, με τη μόνη διαφορά ότι εδώ ο πελάτης, θα πρέπει να επιλέξει και το νόμισμα της μεταφοράς.

Πληρωμές δανείων

Πρόκειται στην ουσία για ένα είδος μεταφοράς εντός της ίδιας τράπεζας, η οποία εκτελείται συνήθως άμεσα (on-line). Και εδώ η διαδικασία και τα στοιχεία που απαιτούνται για να εισάγει ο χρήστης στο σύστημα, είναι ίδια με αυτά την απλής μεταφοράς κεφαλαίων μεταξύ λογαριασμών του ιδίου στην ίδια τράπεζα. Το μόνο που αλλάζει, είναι ο λογαριασμός πίστωσης που στην περίπτωσή μας, είναι ο λογαριασμός του δανείου που επιθυμεί να εξοφλήσει (ή της δόσης που επιθυμεί να αποπληρώσει).

Πληρωμές πιστωτικών καρτών

Οι πληρωμές πιστωτικών καρτών στην ηλεκτρονική τραπεζική, χωρίζονται σε 3 κατηγορίες:

1. Πληρωμές πιστωτικών καρτών του ιδίου πελάτη
2. Πληρωμές πιστωτικών καρτών τρίτου
3. Πληρωμές πιστωτικών καρτών άλλης τράπεζας

Οι πληρωμές πιστωτικών καρτών του ιδίου πελάτη και οι πληρωμές πιστωτικών καρτών τρίτου, πραγματοποιούνται κατά κανόνα την ίδια ημέρα. Η μόνη διαφορά με τις προηγούμενες οικονομικές συναλλαγές που αναφέραμε, είναι ο λογαριασμός πίστωσης, που εδώ είναι είτε ο αριθμός της πιστωτικής κάρτας του ιδίου, είτε του τρίτου. Στην περίπτωση των πληρωμών πιστωτικών καρτών άλλης τράπεζας, παρεμβάλλεται το διατραπεζικό σύστημα “DIASTRANFER” και ακολουθείται η

παρόμοια διαδικασία με αυτήν των εμβασμάτων εσωτερικού, με τη διαφορά ότι ο χρήστης αφού επιλέξει την τράπεζα του δικαιούχου, στη συνέχεια θα πρέπει να πληκτρολογήσει τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας του δικαιούχου. Τέλος, θα πρέπει να αναφέρουμε ότι η πληρωμή των πιστωτικών καρτών σε αυτήν την περίπτωση (άλλης τράπεζας), γίνεται μέσα σε 5 εργάσιμες ημέρες.

Πληρωμές Δημοσίου

Οι υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω του διαδικτύου (internet banking), δεν επικεντρώνονται μόνο σε οικονομικές συναλλαγές μεταξύ τραπεζών είτε μεταξύ πελατών και τραπεζών. Μία πολύ σημαντική και χρήσιμη κατηγορία οικονομικών ηλεκτρονικών συναλλαγών είναι αυτές που διενεργούνται μεταξύ πολιτών και του δημοσίου (του κράτους).

Συνοπτικά, οι οικονομικές συναλλαγές που παρέχονται μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής και που αφορούν τις πληρωμές δημοσίου, είναι:

1. *Πληρωμές ΦΠΑ*: Ο γνωστός σε όλους μας Φόρος Προστιθέμενης Αξίας (ΦΠΑ), μπορεί να πληρωθεί μέσω της τράπεζας με τη βοήθεια της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Για να υπάρξει όμως αυτή η δυνατότητα, θα πρέπει προηγουμένως ο πελάτης (στην προκειμένη περίπτωση υπόχρεος) να έχει πραγματοποιήσει την περιοδική δήλωση του ΦΠΑ, μέσω της ιστοσελίδας του Υπουργείου Οικονομικών (www.taxisnet.gr).

2. *Εργοδοτικές εισφορές ΙΚΑ*: Παρόμοια, η ίδια διαδικασία συμπλήρωσης στοιχείων ακολουθείται και εδώ, με τη διαφορά ότι απαιτείται η συμπλήρωση δύο ακόμη πεδίων: α) του Αριθμού του Μητρώου Εργοδότη (ΑΜΕ) του υπόχρεου και β) της μισθολογικής περιόδου που αφορά η συγκεκριμένη πληρωμή.

3. *Εργοδοτικές εισφορές ΟΑΕΕ - ΤΕΒΕ*: Και εδώ η διαδικασία παραμένει η ίδια με τις προηγούμενες κατηγορίες πληρωμών (αριθμός λογαριασμού χρέωσης, ποσό, ημερομηνία), ενώ απαιτείται και η πληκτρολόγηση του κωδικού εντολής πληρωμής για το συγκεκριμένο ασφαλιστικό ταμείο.

4. *Είσπραξη φόρου εισοδήματος φυσικών προσώπων*: Εκτός από οφειλές των νομικών προσώπων και επιχειρήσεων που προαναφέραμε, ένας απλός πολίτης έχει τη δυνατότητα να πληρώσει το φόρο εισοδήματος που του αναλογεί, χρησιμοποιώντας τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ειδικότερα, μέσω του διαδικτύου και της

ιστοσελίδας μιας τράπεζας (που παρέχει ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες), αφού συμπληρώσει το λογαριασμό του που επιθυμεί να χρεωθεί, στη συνέχεια θα πρέπει να καταχωρήσει τον κωδικό του λογαριασμού που αναγράφεται στο εκκαθαριστικό του σημείωμα.

5. *Τέλη κυκλοφορίας*: Όμοια, τα απαραίτητα στοιχεία που απαιτούνται να συμπληρωθούν σε μια ηλεκτρονική φόρμα πληρωμής τελών κυκλοφορίας, είναι ο λογαριασμός χρέωσης, το ποσό, η ημερομηνία και ο αριθμός του ειδοποιητηρίου, το οποίο έχει αποστείλει το Υπουργείο Οικονομικών στον υπόχρεο. Ακόμη, ζητούνται κάποια επιπρόσθετα προσωπικά στοιχεία, πως διεύθυνση κατοικίας, ταχυδρομικός κώδικας κ.λπ. για να αποσταλεί μελλοντικά το ειδικό σήμα (τελών κυκλοφορίας).

Πληρωμή λογαριασμών ΔΕΚΟ και τηλεφωνίας

Οι περισσότερες τράπεζες (όπως θα δούμε αναλυτικά σε επόμενο κεφάλαιο) στην Ελλάδα που διαθέτουν το εναλλακτικό κανάλι της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking), προσφέρουν υπηρεσίες πληρωμών λογαριασμών ΔΕΚΟ (ΟΤΕ, ΔΕΗ κ.λπ.), σταθερής και κινητής τηλεφωνίας στους πελάτες τους.

Για τα παραπάνω είδη πληρωμών χρησιμοποιείται το σύστημα “DIASDEBIT”⁸ της εταιρείας “ΔΙΑΣ”, όπου συμμετέχουν, όπως αρχικά αναφέραμε, οι περισσότερες ελληνικές τράπεζες. Για την πλειοψηφία των λογαριασμών ΔΕΚΟ και τηλεφωνίας (σταθερής και κινητής), ο χρήστης των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω του διαδικτύου (internet banking), θα πρέπει να ακολουθήσει τα εξής βήματα: α) Να επιλέξει το τον τραπεζικό λογαριασμό του που θα χρεωθεί, β) Να πληκτρολογήσει τον κωδικό λογαριασμού που αναγράφεται στα ειδοποιητήρια που λαμβάνει από τις εκάστοτε επιχειρήσεις (π.χ. λογαριασμός τηλεπικοινωνιακών τελών από τον ΟΤΕ), γ) Πληκτρολόγηση του ποσού πληρωμής και δ) Επιλογή της ημερομηνίας πληρωμής. Σε πολλές από τις επιχειρήσεις υπάρχει η δυνατότητα στον πελάτη να εξοφλεί τους

⁸ Σκοπός του διατραπεζικού συστήματος “DIASDEBIT” είναι να εξυπηρετεί μαζικές εισπράξεις των απαιτήσεων των φορέων και των επιχειρήσεων με χρέωση των τραπεζικών λογαριασμών των πελατών τους, ύστερα από εξουσιοδότησή τους. Σκοπός του συστήματος είναι να προσφέρει στους φορείς και στις επιχειρήσεις τη δυνατότητα μαζικής είσπραξης των απαιτήσεων τους, καθώς επίσης και στους οφειλέτες-πελάτες τους τη δυνατότητα να εξοφλούν τις υποχρεώσεις τους δίνοντας πάγια ή κατά περίπτωση εντολή πληρωμής στην τράπεζά τους.

λογαριασμούς του μέσω πάγιας εντολής (π.χ. ΔΕΗ). Με αυτήν την ανάθεση άμεσης χρέωσης στην τράπεζα διευκολύνονται ακόμα περισσότερο οι πελάτες, εφόσον δεν απαιτείται η επανάληψη της παραπάνω διαδικασίας κάθε φορά που τους αποστέλλεται ο λογαριασμός.

Πληρωμές Ασφαλιστικών εταιρειών και πληρωμές Τρίτων

Ένα μεγάλο μέρος των ασφαλιστικών εταιρειών έχουν συνάψει συμφωνίες με τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, δίνοντας τη δυνατότητα στους πελάτες τους που είναι ταυτόχρονα χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, να πληρώνουν τα ασφάλιστρα τους. Και σε αυτήν την κατηγορία των οικονομικών συναλλαγών η διαδικασία που ακολουθείται είναι ιδιαίτερα απλή, καθώς μετά την επιλογή του τραπεζικού λογαριασμού χρέωσης του πελάτη, ακολουθεί η καταχώρηση ενός ειδικού αριθμού, ο οποίος αναγράφεται στις ειδοποιήσεις πληρωμών των ασφαλιστικών εταιρειών. Τέλος, ο χρήστης πληκτρολογεί το πληρωτέο ποσό και επιλέγει την ημερομηνία πληρωμής. Επίσης, μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι εφικτές οι εντολές πληρωμών σε τρίτες εταιρείες. Ειδικότερα, πολλές εταιρείες έχουν συνάψει συμφωνίες με τράπεζες, ώστε να δίνουν τη δυνατότητα στους πελάτες τους να διευκολύνονται μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Κάποιες από αυτές τις εντολές πληρωμών πραγματοποιούνται μέσω του διατραπεζικού συστήματος “DIASDEBIT” που προαναφέραμε. Για παράδειγμα, η πληρωμή νοσηλείων και ιατρικών εξόδων με αποστολή αρχείου μέσω του διαδικτύου, είναι μία εντολή πληρωμής τρίτων.

Μαζικές πληρωμές – Μισθοδοσίες

Μία από τις πλέον χρήσιμες υπηρεσίες που προσφέρουν οι τράπεζες μέσω των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής, είναι οι εκτέλεση μαζικών πληρωμών και μισθοδοσιών. Όταν ο χρήστης επιθυμήσει να δώσει μια εντολή μαζικής μισθοδοσίας το σύστημα του εμφανίζει ένα αρχείο προς συμπλήρωση. Στις περισσότερες των περιπτώσεων, αυτό το αρχείο μισθοδοσίας περιλαμβάνει:

1) Την επικεφαλίδα και 2) Το κυρίως κείμενο. Τα βασικά στοιχεία που περιλαμβάνονται στην επικεφαλίδα τέτοιων αρχείων είναι ο κωδικός της εταιρείας, η ημερομηνία και το συνολικό ποσό πληρωμής. Αντίστοιχα, στο κύριο μέρος του αρχείου μισθοδοσίας θα πρέπει να συμπληρωθούν οι αριθμοί των λογαριασμών

πίστωσης, τα ονόματα των δικαιούχων, τα ποσά πληρωμής και η αιτιολογία για κάθε εγγραφή.

Εφόσον ο χρήστης συμπληρώσει το αρχείο μισθοδοσίας ή το αρχείο μαζικών πληρωμών, στη συνέχεια θα πρέπει να επιλέξει το λογαριασμό που θα χρεωθεί, και την ημερομηνία της πληρωμής.

Κατάσταση εντολών

Όλες οι παραπάνω οικονομικές συναλλαγές ηλεκτρονικής τραπεζικής πολλές φορές δεν πραγματοποιούνται αμέσως και μπορεί να εμφανιστούν διάφορα προβλήματα κατά τη διάρκεια εκτέλεσής τους. Γι' αυτό το λόγο, οι τράπεζες προσφέρουν στους χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω του διαδικτύου (internet banking) ενημέρωση για την κατάσταση (status) των εντολών μεταφοράς ή πληρωμών που έχουν καταχωρήσει. Με αυτό τον τρόπο ο κάθε πελάτης μπορεί ανά πάσα στιγμή να ενημερωθεί σε ποιο στάδιο βρίσκεται η εντολή του και να έχει πλήρη επίγνωση των οικονομικών του συναλλαγών. Η συντριπτική πλειοψηφία των τραπεζών που προσφέρουν τη συγκεκριμένη υπηρεσία, χρησιμοποιεί για την ενημέρωση των πελατών της καταστάσεις εντολών (Αγγέλης, 2005): 1) Προς επεξεργασία, 2) Ακυρωμένη από χρήστη, 3) Ακυρωμένη από τράπεζα, 4) Ακυρωμένη από οργανισμό, 5) Επιβεβαιωμένη από τράπεζα, 6) Εκτελεσμένη και 7) Μερικώς εκτελεσμένη. Οι εντολές που είναι προς επεξεργασία, είναι όλες οι εντολές οι οποίες έχουν μόλις καταχωρηθεί από τους πελάτες και είναι μάλιστα και οι μόνες που μπορούν να ακυρωθούν από το χρήστη. Με αυτόν τον τρόπο οι τράπεζες ουσιαστικά δίνουν ένα περιθώριο στον χρήστη της ηλεκτρονικής τραπεζικής να ακυρώσει τη συναλλαγή που καταχώρησε νωρίτερα. Θα πρέπει όμως να επισημάνουμε ότι οι πελάτες που καταχωρούν μια εντολή οικονομικής φύσεως και που για κάποιο λόγο επιθυμούν έπειτα να την ακυρώσουν, θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα σύντομοι, για να προλάβουν την επεξεργασία της τελευταίας από τα συστήματα της τράπεζας. Μόνο στην προηγούμενη περίπτωση έχουν τη δυνατότητα να την ακυρώσουν, διαφορετικά η κατάσταση της εντολής μετατρέπεται σε επιβεβαιωμένη από τράπεζα και τέλος είτε εκτελείται είτε ακυρώνεται από την τράπεζα. (ή αντίστοιχα ακυρώνεται από οργανισμό για περιπτώσεις που αφορούν εμβάσματα, εντολές πληρωμών κ.τ.λ.). Ο πιο συνηθισμένος λόγος για να ακυρωθεί μια εντολή οικονομικής φύσεως από την τράπεζα, είναι η μη ύπαρξη επαρκούς υπολοίπου του λογαριασμού χρέωσης του

πελάτη. Τέλος, η κατάσταση μερικώς εκτελεσμένη αφορά μόνο τις μισθοδοσίες και τις μαζικές πληρωμές, στην περίπτωση που κάποιες από τις μεταφορές κεφαλαίων που συμπεριλαμβάνονται στο αρχείο μισθοδοσίας, ακυρώθηκαν για κάποιο λόγο.

3.4.2. Πληροφοριακές συναλλαγές

Ένα από τα σημαντικότερα είδη συναλλαγών που προσφέρει η ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking), είναι οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες πληροφόρησης των πελατών της. Ειδικότερα, ένας χρήστης της τραπεζικής μέσω διαδικτύου, έχει τη δυνατότητα να επιλέξει να πληροφορηθεί μεταξύ των εξής κατηγοριών (Αγγέλης, 2005):

1. Πληροφορίες λογαριασμών: Ο κάθε πελάτης έχει πρόσβαση στις καρτέλες των λογαριασμών του (ταμιευτηρίου, όψεως, τρεχούμενο, μισθοδοσίας), έχοντας τη δυνατότητα να αντλήσει άμεσα τις πληροφορίες που τον ενδιαφέρουν. Πιο συγκεκριμένα, ο πελάτης έχει στη διάθεσή του τα διαθέσιμα υπόλοιπα των λογαριασμών του καθώς και τις τελευταίες κινήσεις των λογαριασμών του. Έτσι μπορεί να ενημερωθεί για παράδειγμα για την τελευταία κατάθεση μετρητών που πραγματοποίησε (πίστωση) ή για μια μεταφορά σε άλλο λογαριασμό του (χρέωση). Για να μην επιβαρύνεται το σύστημα με πολυάριθμες εγγραφές, ο κάθε πελάτης (ανάλογα με τη συχνότητα των συναλλαγών) υπόκειται σε κάποιους περιορισμούς σχετικά με το πλήθος των κινήσεων που μπορεί να παρακολουθήσει. Συνήθως οι τράπεζες θέτουν όριο τις δέκα τελευταίες χρεώσεις και πιστώσεις ή το τελευταίο τρίμηνο (ή εξάμηνο), αναλογικά πάντα με τη συχνότητα κινήσεων του λογαριασμού του κάθε πελάτη.

2. Πληροφορίες πιστωτικών καρτών: Ο πελάτης είναι σε θέση να ενημερωθεί για το πιστωτικό όριο της κάρτας, το ποσό συνδρομής, το επιτόκιο της κάρτας καθώς και για διάφορες άλλες γενικές πληροφορίες που αφορούν την πιστωτική του κάρτα (π.χ. ελάχιστο ποσό καταβολής). Το πιο σημαντικό όμως είναι ότι μπορεί να ενημερωθεί για το οφειλόμενο υπόλοιπο της κάρτας (τρέχον υπόλοιπο) καθώς και για την ημερομηνία προθεσμίας καταβολής του συγκεκριμένου ποσού. Επιπρόσθετα, έχει τη δυνατότητα να παρακολουθήσει τις τελευταίες κινήσεις χρεώσεων της κάρτας, εντός κάποιων ορίων (όπως και στις κινήσεις λογαριασμών). Μια ακόμη αξιοσημείωτη υπηρεσία σε αυτήν την κατηγορία είναι η παροχή του τελευταίου λογαριασμού της πιστωτικής κάρτας (statement) του πελάτη. Φυσικά παρέχεται σε ηλεκτρονική μορφή και μπορεί ο χρήστης να το αποθηκεύσει στον υπολογιστή του σε κάποιο αρχείο.

3. Πληροφορίες επιταγών: Ο πελάτης της ηλεκτρονικής τραπεζικής, αφού επιλέξει τον τραπεζικό του λογαριασμό, μπορεί να παρακολουθήσει αναλυτικά όλες του τις επιταγές καθώς και την κατάσταση αυτών (π.χ. ακυρωμένες). Απαραίτητη προϋπόθεση βέβαια είναι, ο τραπεζικός λογαριασμός που επιλέγει να είναι συνδεδεμένος με το προσωπικό του μπλοκ επιταγών. Πολλές τράπεζες προσφέρουν τη δυνατότητα στους πελάτες τους να κάνουν και ανάκληση επιταγών.

4. Πληροφορίες δανείων: Οι πελάτες τραπεζών που τους έχει χορηγηθεί δάνειο οποιασδήποτε μορφής (στεγαστικό, καταναλωτικό κ.λπ.) έχουν τη δυνατότητα να ενημερωθούν μέσω των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής για αυτό. Ειδικότερα, μπορούν να πληροφορηθούν το τρέχον υπόλοιπο του δανείου τους, να έχουν μια αναλυτική λίστα των δόσεων τους καθώς και τις καταληκτικές προθεσμίες πληρωμής αυτών.

5. Διάφορες άλλες πληροφορίες: Εδώ μπορούμε να συμπεριλάβουμε πληροφοριακά στοιχεία που αφορούν τιμές ξένων νομισμάτων, επιτοκίων, δελτία τιμών εμπορευμάτων, οικονομικές ειδήσεις αναλύσεις διεθνών αγορών κ.τ.λ. Στην ουσία δηλαδή, ένα κομμάτι των οικονομικών πληροφοριών που παρέχονται μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής, είναι γενικής φύσης, δίνοντας στον πελάτη μια σφαιρική εικόνα της οικονομίας σε παγκόσμιο επίπεδο.

3.4.3. Αιτήσεις και άλλες υπηρεσίες

Εκτός από τις δύο βασικές κατηγορίες προσφερόμενων υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής, οι χρήστες αυτής έχουν τη δυνατότητα να πραγματοποιήσουν ηλεκτρονικές αιτήσεις για τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες που τους ενδιαφέρουν. Εδώ, το εύρος των αιτήσεων που προσφέρονται από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα ποικίλλει από τράπεζα σε τράπεζα. Η πιο συνηθισμένη κατηγορία αιτήσεων είναι αυτή της παραγγελίας μπλοκ επιταγών. Πραγματοποιώντας την συγκεκριμένη αίτηση σε ηλεκτρονική μορφή, η τράπεζα ενημερώνεται και εκδίδει το μπλοκ επιταγών του πελάτη, ο οποίος μετά την πάροδο ορισμένων ημερών μπορεί να το παραλάβει από το κατάστημα (που δήλωσε στην αίτηση).

Ένα άλλο είδος αίτησης είναι αυτό που αφορά το άνοιγμα λογαριασμού σε έναν πελάτη. Ο τελευταίος, αφού επιλέξει το είδος του λογαριασμού που επιθυμεί (π.χ. τρεχούμενο), εμφανίζεται μια ηλεκτρονική φόρμα, όπου θα πρέπει να

πληκτρολογήσει τα ατομικά του στοιχεία. Στην ουσία, το άνοιγμα λογαριασμού πραγματοποιείται όταν ο ίδιος επισκεφθεί το κατάστημα (που έχει δηλώσει στην αίτηση), καθότι χρειάζεται να προσκομίσει διάφορα έγγραφα (π.χ. φωτοτυπία ταυτότητας) και να υπογράψει. Παρόμοια περίπτωση είναι και η αίτηση του χρήστη για κάποιο δάνειο που επιθυμεί. Η διαφορά εδώ είναι ότι ο χρήστης αρχικά θα πρέπει να επιλέξει τον τύπο του δανείου (π.χ. καταναλωτικό-φοιτητικό) για να φορτωθεί η αντίστοιχη ηλεκτρονική φόρμα συμπλήρωσης στοιχείων. Έπειτα η διαδικασία που ακολουθείται είναι ακριβώς η ίδια με τις αιτήσεις των λογαριασμών, αφού το επόμενο στάδιο είναι η επίσκεψη του πελάτη στην τράπεζα. Εκεί, ο ίδιος εφόσον προσκομίσει τα απαιτούμενα έγγραφα (π.χ. εκκαθαριστικό της εφορίας), μπορεί να υπογράψει τη σύμβαση του δανείου του (στην περίπτωση που έχει εγκριθεί). Τέλος, υπάρχει πληθώρα άλλων υπηρεσιών που μπορούν να προσφερθούν και να διεκπεραιωθούν μέσω των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Για παράδειγμα πολλές τράπεζες προσφέρουν μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής τους και αγοραπωλησία μετοχών, αμοιβαίων κεφαλαίων, ομολόγων, παραγώγων κ.τ.λ. μέσω του διαδικτύου (on-line). Σε αυτήν την περίπτωση ξεφεύγουμε από τις καθαρά τραπεζικές εργασίες και περνάμε σε επενδυτικές υπηρεσίες (e-investment) ή σε άλλες περιπτώσεις και σε ασφαλιστικές υπηρεσίες (e-insurance).



Πηγή: Ελληνική Ένωση Τραπεζών, 2009

3.5. Εγγραφή στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking)

Για να αποκτήσει κάποιος πελάτης (φυσικό ή νομικό πρόσωπο) πρόσβαση στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω του διαδικτύου (internet banking) θα πρέπει πρώτα να εγγραφεί στις συγκεκριμένες υπηρεσίες. Για να ολοκληρωθεί η εγγραφή του, θα πρέπει να τηρεί κάποιες προϋποθέσεις. Πρώτα, ο υποψήφιος χρήστης θα πρέπει να είναι πελάτης της τράπεζας, δηλαδή να έχει στην κατοχή τουλάχιστον έναν τραπεζικό λογαριασμό. Έπειτα, θα πρέπει να είναι ενήλικος, δηλαδή να έχει συμπληρώσει τα 18 του χρόνια και τέλος να διαθέτει ηλεκτρονικό υπολογιστή.

Επειδή οι υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής έχουν κάποιες απαιτήσεις υλικού (hardware) και λογισμικού (software), ο πελάτης θα πρέπει να ενημερώνεται κατά τη διάρκεια της εγγραφής του. Βέβαια, σε καμία περίπτωση αυτές οι απαιτούμενες τεχνικές προδιαγραφές δεν είναι υπερβολικές και στην ουσία η συντριπτική πλειοψηφία των σημερινών ηλεκτρονικών υπολογιστών, μπορούν να ανταπεξέλθουν σε αυτές. Τέλος τελευταία απαραίτητη προϋπόθεση είναι η ύπαρξη σύνδεσης στο διαδίκτυο (internet) από την πλευρά του πελάτη.

Εφόσον τηρούνται οι πιο πάνω προϋποθέσεις, ο πελάτης αφού συμπληρώσει μια αίτηση εγγραφής θα πρέπει να συνδέσει τους λογαριασμούς του, τις πιστωτικές του κάρτες και τη λίστα των δικαιούχων του (όχι υποχρεωτικό) με τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής. Με αυτό τον τρόπο καθίσταται δυνατή η παρακολούθηση όλων αυτών μαζί, αλλά και η διενέργεια οικονομικών συναλλαγών (π.χ. μεταφορά). Μετά από την πάροδο ορισμένων ημερών, αποστέλλονται στον πελάτη οι κωδικοί πρόσβασής του.

3.6. Τρόποι πρόσβασης στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking)

Οι τράπεζες επικεντρώνουν τις προσπάθειές τους στη διασφάλιση της συναλλαγής με τον τελικό χρήστη, σε όλα τα στάδια που περιλαμβάνονται μέχρι την επιτυχή ολοκλήρωσή τους. Μία από τις δικλείδες ασφαλείας των συναλλαγών του πελάτη είναι το πρώτο στάδιο όπου πραγματοποιείται η ταυτοποίηση του χρήστη.

Όταν ο πελάτης εγγραφεί στις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, όπως αναφέραμε παραπάνω, μετά την πάροδο λίγων ημερών θα του αποσταλούν σε ειδικό φάκελο ασφαλείας οι κωδικοί πρόσβασής του. Το επόμενο βήμα λοιπόν είναι η

σύνδεση και ταυτοποίηση του χρήστη στην αντίστοιχη ιστοσελίδα της τράπεζας, για να ξεκινήσει τις συναλλαγές του. Η κάθε τράπεζα όμως χρησιμοποιεί διαφορετικούς τρόπους πρόσβασης στις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής και κατά συνέπεια επηρεάζεται και ο βαθμός ασφάλειας που απολαμβάνουν οι χρήστες. Έτσι, ανάλογα με την πολιτική ασφαλείας που ακολουθεί ο κάθε χρηματοπιστωτικός οργανισμός, υπάρχουν διάφορα είδη ταυτοποίησης του χρήστη και πρόσβασής του στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω του διαδικτύου (internet banking). Ειδικότερα, οι τρόποι πρόσβασης στα συστήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής, είναι:

1. Όνομα χρήστη - Κωδικός (User name – Password): Αποτελεί την πιο συνηθισμένη μέθοδο πρόσβασης (ειδικά στις Ελληνικές τράπεζες) αλλά και την πλέον αδύναμη σε σύγκριση με τις άλλες προηγμένες που υπάρχουν. Η ευκολία αυτού του τρόπου πρόσβασης είναι προφανής, καθώς ο χρήστης θα πρέπει να θυμάται μόνο 2 κωδικούς, που κατά κανόνα τον έναν (username) τον επιλέγει ο ίδιος κατά την εγγραφή του. Για λόγους ασφαλείας, κοινή πρακτική των τραπεζών είναι να μπλοκάρουν τους κωδικούς των πελατών τους, σε συνεχείς λανθασμένες καταχωρήσεις από την πλευρά τους. Βέβαια, ένας πιθανός κίνδυνος εδώ, είναι να υποκλέψει κάποιος αυτούς τους προσωπικούς κωδικούς του πελάτη και να πραγματοποιήσει συναλλαγές στο όνομά του. Υπάρχουν πολλοί τρόποι υποκλοπής των κωδικών που "κυκλοφορούν" στο διαδίκτυο από επίδοξους εισβολείς (hackers), γι' αυτό το λόγο πρέπει να είναι κρυπτογραφημένοι με κάποιον κώδικα (π.χ. 128 bit), κάτι για το οποίο θα αναφερθούμε παρακάτω. Η κρυπτογράφηση των προσωπικών κωδικών των χρηστών, από τη στιγμή που πληκτρολογούνται από τους ίδιους στην ιστοσελίδα της τράπεζας (και "κυκλοφορούν" στο διαδίκτυο), είναι ζήτημα που άπτεται της ακολουθούμενης πολιτικής των τραπεζών. Επίσης, τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα είναι υπεύθυνα για θέματα καθορισμού του κατάλληλου μήκους κωδικού (αριθμός ψηφίων), απενεργοποίησης των κωδικών (μετά από ορισμένο χρονικό διάστημα) και τερματισμού (log-out) της σύνδεσης χρηστών μετά από ένα χρονικό διάστημα μη χρήσης των υπηρεσιών. Σε κάθε περίπτωση οι τράπεζες πρέπει να ενημερώνουν τους χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής για το ευαίσθητο θέμα της ασφάλειας τους, προτρέποντας τους για παράδειγμα, την αλλαγή των προσωπικών τους κωδικών ανά τακτά χρονικά διαστήματα. Τα τελευταία χρόνια μερικές τράπεζες έχουν υιοθετήσει για λόγους επιπρόσθετης ασφάλειας, τα λεγόμενα "εικονικά πληκτρολόγια". Αυτά δημιουργήθηκαν για να αποτρέψουν ορισμένους επιτήδειους από την κλοπή κωδικών

(και αριθμών πιστωτικών καρτών) μέσω της πληκτρολόγησης του χρήστη. Αυτό λοιπόν το πρόβλημα της "καταγραφής πληκτρολογήσεων" (key logging) αποφεύγεται μέσω της εγκατάστασης κατάλληλου υλικού ή λογισμικού στον υπολογιστή του χρήστη της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

2. Ψηφιακά πιστοποιητικά: Ορισμένες τράπεζες χρησιμοποιούν τα λεγόμενα ψηφιακά πιστοποιητικά (digital certifications), ως τρόπο πρόσβασης και ως ένα μέσο πρόσθετης ασφάλειας. Ένα ψηφιακό πιστοποιητικό αποτελεί το μέσο που παρέχει τη δυνατότητα στον κάτοχό του, να υπογράφει ψηφιακά τις συναλλαγές που πραγματοποιεί μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Από τη στιγμή που το τελευταίο εγκατασταθεί στον υπολογιστή του χρήστη, προσφέρει τη δυνατότητα ταυτοποίησής του ίδιου και επιτρέπει τη διεξαγωγή οικονομικών συναλλαγών μόνο από αυτόν. Τα συστήματα αυτά είναι γνωστά και ως PKI (Personal Key Identification) και παρέχουν πιστοποίηση, ακεραιότητα δεδομένων και ασφάλεια συναλλαγών.

3. USB Tokens: Είναι κάποιες μικρές ηλεκτρονικές συσκευές, οι οποίες συνδέονται στον υπολογιστή του χρήστη (μέσω θύρας USB) και παράγουν νέους μοναδικούς κωδικούς (OTP - One Time Passwords) ανά προκαθορισμένα χρονικά διαστήματα. Το χαρακτηριστικό τους είναι, η ευκολία χρήσης που προσφέρουν και η αποτελεσματική άμυνα που παρέχουν απέναντι στην ανίχνευση κωδικών. Βοηθούν τον πελάτη να μην χρειάζεται να απομνημονεύει πολλούς κωδικούς, εφόσον τα αναγνωριστικά του αποθηκεύονται με ασφάλεια σε αυτό. Επίσης, μπορεί να έχουν επιπρόσθετες δυνατότητες, όπως πιστοποίηση, ψηφιακή υπογραφή και κρυπτογράφηση.

4. Βιομετρικοί αναγνώστες: "Ένας βιομετρικός αναγνώστης μετράει ένα μοναδικό φυσικό χαρακτηριστικό ή συμπεριφορά ενός ανθρώπου και το συγκρίνει με ένα αποθηκευμένο ψηφιακό πρότυπο για να τον πιστοποιήσει" (Αγγέλης, 2005). Ένα από τα πιο συνηθισμένα βιομετρικά συστήματα είναι αυτά των δακτυλικών αποτυπωμάτων, που μπορούν να χρησιμοποιηθούν αντί των προσωπικών κωδικών αναγνώρισης (PIN ' s) των χρηστών. Άλλα συστήματα βιομετρικών αναγνώστών μπορούν να αφορούν χαρακτηριστικά, όπως η ίριδα του ματιού, η φωνή του πελάτη κ.τ.λ. Όμως, παρά το εξακριβωμένο επίπεδο ασφάλειας που παρέχουν, δεν είναι ιδιαίτερα εύχρηστοι και μάλιστα κοστολογούνται ιδιαίτερα ακριβά.

5. Έξυπνες κάρτες (Smart Cards): Πρόκειται για ένα τρόπο άριστης ταυτοποίησης των χρηστών, αφού σε αυτές τις κάρτες μπορούν να ενσωματωθούν οι προσωπικές πληροφορίες του πελάτη, κλειδιά ψηφιακών υπογραφών, βιομετρικές πληροφορίες κ.τ.λ.

6. Αριθμοί TAN: Οι αριθμοί ή λίστες TAN (Transaction Authorization Numbers) είναι μια επιπλέον μέθοδος ταυτοποίησης και άρα και ασφάλειας των συναλλαγών. Στην ουσία είναι κάποιοι επιπλέον μοναδικοί κωδικοί αριθμοί σε λίστα, οι οποίοι παρέχονται στον πελάτη (μετά από αίτησή του) και τους χρησιμοποιεί κατά την είσοδό του στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής.

3.7. Πλεονεκτήματα για τον πελάτη (φυσικό ή νομικό πρόσωπο)

Τα εναλλακτικά δίκτυα των τραπεζών, δηλαδή η ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking), προσφέρει μια σειρά από οφέλη στους χρήστες, είτε πρόκειται για ιδιώτες είτε για επιχειρήσεις. Ειδικότερα, τα πλεονεκτήματα από τη χρήση των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι:

1. Εξοικονόμηση χρόνου: Με τη χρήση των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων και ιδιαίτερα μέσω του διαδικτύου (internet banking), ο πελάτης εξυπηρετείται ταχύτατα, αποφεύγοντας τις ουρές στα ταμεία των τραπεζών. Εκτελεί εύκολα και άμεσα τις συναλλαγές του (οικονομικές, πληροφοριακές κ.τ.λ.) χωρίς να απαιτείται η φυσική παρουσία του τελευταίου σε κάποιο υποκατάστημα.

2. Προσβασιμότητα/Ευκολία: Ο χρήστης των ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών έχει πρόσβαση από οποιοδήποτε σημείο του πλανήτη, με την προϋπόθεση να διαθέτει έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή και μια σύνδεση στο διαδίκτυο. Ακόμη, οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες των τραπεζών προσφέρονται στους πελάτες 24 ώρες το 24ωρο, 7 ημέρες την εβδομάδα. Ανά πάσα στιγμή λοιπόν και οπουδήποτε, ο κάθε πελάτης είναι σε θέση να εξυπηρετηθεί άμεσα και εύκολα, αν απλά επισκεφτεί την ιστοσελίδα της τράπεζάς του.

3. Ποικιλία προσφερόμενων υπηρεσιών: Όπως αναφέραμε και σε προηγούμενη ενότητα, οι υπηρεσίες που προσφέρει η ηλεκτρονική τραπεζική, έχουν μεγάλο εύρος

και κυμαίνονται από πληροφοριακές συναλλαγές και αιτήσεις μέχρι οικονομικές συναλλαγές επενδυτικού χαρακτήρα. Συνοπτικά, ο πελάτης των εναλλακτικών δικτύων έχει τη δυνατότητα να παρακολουθεί άμεσα (on-line) όλα τα τραπεζικά του προϊόντα (λογαριασμούς, δάνεια, πιστωτικές κάρτες, επιταγές κ.τ.λ.), να πραγματοποιεί οικονομικές συναλλαγές (εντολές πληρωμών, μεταφοράς κεφαλαίων κ.τ.λ.) και να αποστέλλει ηλεκτρονικές αιτήσεις (π.χ. έγκρισης δανείου). Αλλά πέρα από τις καθαρά τραπεζικές εργασίες, οι πιο πολλές τράπεζες προσφέρουν από επενδυτικές συναλλαγές (αγοραπωλησία μετοχών, αμοιβαίων κεφαλαίων κ.λπ.) μέχρι ασφαλιστικά προγράμματα.

4. Μικρότερο κόστος: Όλες οι παραπάνω κατηγορίες τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών που απευθύνονται στους χρήστες του διαδικτύου, προσφέρονται σε μικρότερες τιμές (σε σχέση με τις τιμές του καταστήματος). Για παράδειγμα, οι μεταφορές κεφαλαίων εντός της ίδιας τράπεζας, παρέχονται δωρεάν για τους χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, ενώ για αυτούς που επισκέπτονται τα υποκαταστήματα, είναι υποχρεωμένοι να καταβάλλουν ένα ποσό για προμήθεια. Εκτός από το σημαντικό πλεονέκτημα του μικρότερου κόστους συναλλαγών, ο χρήστης της ηλεκτρονικής τραπεζικής μειώνει τη χρήση χαρτιού, εφόσον οι καταστάσεις των λογαριασμών του (statements), οι δόσεις δανείων του, η κατάσταση των επιταγών του κ.λπ. παρέχονται σε ηλεκτρονική μορφή.

5. Επιπλέον οφέλη για τις επιχειρήσεις: Εκτός από τα παραπάνω οφέλη, οι επιχειρήσεις (τα νομικά πρόσωπα), απολαμβάνουν και μια σειρά από επιπλέον πλεονεκτήματα, μέσα από τη χρήση των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ειδικότερα οι εταιρείες που χρησιμοποιούν σε τακτική βάση τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής: α) Αυτοματοποιούν τις διαδικασίες για την εκτέλεση των τραπεζικών τους συναλλαγών και απολαμβάνουν ολοκληρωμένες υπηρεσίες ηλεκτρονικών πληρωμών (ΦΠΑ, ΙΚΑ, κ.τ.λ.), β) Βελτιστοποιούν τις διαδικασίες ελέγχου και λειτουργίας του λογιστηρίου τους, αφού υπάρχει άμεση ενημέρωση των μηχανογραφικών συστημάτων τους, γ) Δίνουν πάγιες εντολές μισθοδοσίας των υπαλλήλων τους ή διενεργούν μαζικές πληρωμές των προμηθευτών τους, μειώνοντας έτσι τα λειτουργικά τους έξοδα και κερδίζοντας πολύτιμο χρόνο, και δ) Έχουν τη δυνατότητα να αξιοποιήσουν το διαδίκτυο και να δημιουργήσουν ένα εναλλακτικό κανάλι προώθησης των προϊόντων και των υπηρεσιών τους. Επιπρόσθετα μπορούν να

εκμεταλλευτούν την ηλεκτρονική τραπεζική σαν ένα δίκτυο είσπραξης των απαιτήσεων τους από πελάτες και προμηθευτές (π.χ. να δίνει τη δυνατότητα η εταιρεία να εξοφλούν τις υποχρεώσεις τους οι πελάτες, μέσω του διαδικτύου).

3.8. Πλεονεκτήματα για την τράπεζα

Τα τραπεζικά ιδρύματα που διαθέτουν εναλλακτικά δίκτυα στο διαδίκτυο, δηλαδή προσφέρουν ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες στους πελάτες τους, απολαμβάνουν μια σειρά από οφέλη. Πιο συγκεκριμένα, οι τράπεζες που παρέχουν υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω διαδικτύου, απολαμβάνουν τα παρακάτω οφέλη:

- i. Έχουν τη δυνατότητα να επεκτείνουν τα δίκτυα εξυπηρέτησης των πελατών τους, εφόσον παρέχουν επιπλέον κανάλια επικοινωνίας και πώλησης των προϊόντων και υπηρεσιών τους. Τα κανάλια αυτά μπορεί να είναι τα μηχανήματα αυτομάτων συναλλαγών (ATM's – Automatic Teller Machines), το διαδίκτυο (υπηρεσίες internet-banking), το σταθερό τηλέφωνο (υπηρεσίες phone-banking), το κινητό τηλέφωνο (υπηρεσίες mobile-banking) αλλά και η ψηφιακή τηλεόραση, ιδιαίτερα στο μέλλον. Λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός, ότι τα δίκτυα διανομής για κάθε επιχείρηση είναι από τα πιο σημαντικά στοιχεία του μάρκετινγκ της, και άρα της κερδοφορίας της, είναι φανερό οι δυνατότητες που παρουσιάζονται για τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα που χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking) γενικότερα. Έτσι, με την δημιουργία φιλικών εναλλακτικών καναλιών προς τον χρήστη, με ολοκληρωμένα πακέτα προϊόντων και υπηρεσιών, προσελκύουν νέους πελάτες και κατά συνέπεια αυξάνουν την πελατειακή τους βάση.
- ii. Μειώνουν σημαντικά τα λειτουργικά τους κόστη, δηλαδή τελικά αυξάνουν την κερδοφορία τους, γεγονός που αποτελεί πρωταρχικό ζητούμενο όλων των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε μια ελεύθερη οικονομία. Σύμφωνα με μια μελέτη της εταιρείας “McKinsey & Consultants” για την αμερικανική αγορά, το κόστος μιας τυπικής τραπεζικής συναλλαγής μέσω υποκαταστήματος (ταμείο), είναι κατά μέσο όρο 2,5 \$. Όταν ο πελάτης χρησιμοποιήσει τις τραπεζικές υπηρεσίες μέσω τηλεφώνου (phone/mobile-

banking), το κόστος για την τράπεζα μειώνεται στο 1 \$, ενώ όταν χρησιμοποιήσει τα μηχανήματα αυτομάτων συναλλαγών (ATM's), μειώνεται στο 0,4 \$. Εάν τώρα ο πελάτης της τράπεζας χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω του διαδικτύου (internet banking), το κόστος για την τράπεζα καταλήγει να είναι μόλις 0,1 \$. Είναι φανερό λοιπόν, ότι τα εναλλακτικά δίκτυα της ηλεκτρονικής τραπεζικής εξοικονομούν μεγάλο μέρος των λειτουργικών εξόδων των τραπεζικών ιδρυμάτων και εντείνουν τον ανταγωνισμό μεταξύ τους. Επίσης, κάποιοι αναλυτές πιστεύουν, πως η ανάπτυξη των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής βοηθά τις τράπεζες χρηματιστηριακά, κάνοντάς τις λιγότερο ευάλωτες σε περιόδους που χαρακτηρίζονται από αυξητικές τάσεις επιτοκίων.

- iii. *Αυξάνουν την ποιότητα εξυπηρέτησης των πελατών τους*, καθώς μέσα από την αυτοματοποίηση των τραπεζικών εργασιών δίνουν τη δυνατότητα στους τελευταίους να πραγματοποιούν τις τραπεζικές τους συναλλαγές πιο εύκολα και πιο οικονομικά. Γενικά, η ποιότητα εξυπηρέτησης των πελατών για μια επιχείρηση είναι πολύ σημαντική, για δύο λόγους. Ο πρώτος είναι ότι δημιουργούνται πιστοί πελάτες, καθώς είναι ευχαριστημένοι (ή ενθουσιασμένοι) και ξαναχρησιμοποιούν τις υπηρεσίες στο μέλλον. Ο δεύτερος λόγος είναι, ότι οι ευχαριστημένοι πελάτες θα μεταδώσουν τις θετικές τους εντυπώσεις για την επιχείρηση και σε άλλους, οπότε μελλοντικά θα αυξηθεί η πελατειακή βάση της επιχείρησης.

Αυξάνουν το κύρος τους και αποκτούν καλή φήμη, καθώς και τα εναλλακτικά δίκτυα είναι σαν τα υποκαταστήματα, δηλαδή αποτελούν ένα είδος “βιτρίνας” για την τράπεζα. Ιστοσελίδες φιλικές και λειτουργικές για τον πελάτη της ηλεκτρονικής τραπεζικής, σε συνδυασμό με ασφαλή και αξιόπιστα συστήματα συναλλαγών, δημιουργούν τις κατάλληλες προϋποθέσεις για να αυξηθεί ευρύτερα η εικόνα της επιχείρησης στην κοινωνία. Ιδιαίτερα δε, όταν οι τράπεζες εφευρίσκουν καινοτομικά προϊόντα και υπηρεσίες μέσω του διαδικτύου, τότε αυτό θέτει τη βάση στο να δημιουργήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στον κλάδο τους.

3.9. Κίνδυνοι στην ηλεκτρονική τραπεζική και ασφάλεια των συναλλαγών

3.9.1. Κίνδυνοι στην ηλεκτρονική τραπεζική

Η διασφάλιση του απορρήτου των ηλεκτρονικών συναλλαγών και η παροχή κάθε είδους ασφάλειας στον χρήστη της ηλεκτρονικής τραπεζικής, αποτελεί πρωταρχικό στόχο για κάθε τράπεζα. Πολλές φορές όμως, ακόμα και τράπεζες που έχουν πραγματοποιήσει μεγάλες επενδύσεις στον τομέα της ασφάλειας, έχουν τρωτά σημεία στα συστήματά τους που αποτελούν κίνδυνο για τις ίδιες και για τους πελάτες τους. Τα ενδεχόμενα προβλήματα που μπορεί να δημιουργηθούν τόσο στην τράπεζα όσο και στον πελάτη, είναι πολλά και αρκετές φορές είναι δύσκολη η επίλυσή τους. Καθώς η τεχνολογία αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς, διάφορα κακόβουλα προγράμματα αναπτύσσονται από επιτήδειους, με σκοπό να βλάψουν τους χρήστες, και ειδικότερα στην περίπτωση της ηλεκτρονικής τραπεζικής να υποκλέψουν δεδομένα και πληροφορίες από το διαδίκτυο. Ειδικότερα, οι κίνδυνοι που μπορούν να παρουσιαστούν στο διαδίκτυο και να βλάψουν τον χρήστη του, που ταυτόχρονα χρησιμοποιεί τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, είναι οι εξής:

1. Οι γνωστοί σε όλους μας “Ιοί” (Virus) των υπολογιστών που έχουν ιστορία δεκαετιών, συνεχώς αναπτύσσονται και γίνονται πιο “έξυπνοι” προσπαθώντας να εισβάλλουν στον υπολογιστή του χρήστη και να τον βλάψουν με διάφορους τρόπους (π.χ. με διαγραφή προσωπικών του αρχείων).
2. Εκτός από τους ιούς, υπάρχουν προγράμματα που αποκαλούνται “Sniffers”, τα οποία παρακολουθούν κρυφά την κίνηση στο διαδίκτυο και προσπαθούν να αρπάξουν ορισμένες πληροφορίες και δεδομένα που κυκλοφορούν σε αυτό, όπως κωδικούς χρηστών, αριθμούς πιστωτικών καρτών κ.λπ.
3. Ένας άλλος σημερινός κίνδυνος στο χώρο του διαδικτύου είναι τα προγράμματα που αποκαλούνται “Δούρειοι Ίπποι” (Trojan Horses). Αυτά τα προγράμματα μπορούν να διαγράψουν αρχεία ή να μεταδώσουν άλλα αρχεία, δηλαδή να λειτουργούν σαν τους γνωστούς μας ιούς. Το πρόβλημα εδώ, είναι ότι πριν τα αποθηκεύσουμε στον υπολογιστή μας, δεν φαίνονται σαν κακόβουλα προγράμματα αλλά αντίθετα παρουσιάζονται ως φαινομενικές χρήσιμες εφαρμογές για τον υπολογιστή.
4. Ένας κίνδυνος που αναφέραμε σε προηγούμενη ενότητα είναι η “καταγραφή πληκτρολογήσεων” (key logging), από κάποιο κακόβουλο πρόγραμμα που φυσικά ο χρήστης ούτε γνωρίζει, ούτε επιθυμεί. Ανάλογα με τις επιδιώξεις του προγραμματιστή του, μπορεί να υποκλέψει προσωπικά στοιχεία μέχρι προσωπικούς κωδικούς καρτών και λογαριασμών.

5. Τέλος, η πιο συνηθισμένη απειλή στις μέρες μας που αφορά την ηλεκτρονική τραπεζική, είναι η αποστολή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (email) στον πελάτη της τράπεζας από κάποιον επιτήδειο, προσποιούμενο ότι προέρχεται από την ίδια, με σκοπό να τον παραπλανήσει και να του υποκλέψει προσωπικές πληροφορίες. Το φαινόμενο αυτό είναι γνωστό ως “Phishing” και δυστυχώς τα στοιχεία δείχνουν ότι είναι ιδιαίτερα αποτελεσματικό, αφού ο ρυθμός εξάπλωσης των επιθέσεων “Phishing” διπλασιάζεται κάθε εξάμηνο. Όταν ο χρήστης ανοίξει το ηλεκτρονικό μήνυμα, παραπέμπεται σε έναν σύνδεσμο (link) που φαινομενικά είναι η ιστοσελίδα της τράπεζας του. Εκεί του ζητείται να πληκτρολογήσει διάφορα προσωπικά στοιχεία (π.χ. προσωπικούς κωδικούς πρόσβασης) και με αυτόν τον τρόπο ο επιτήδειος που έχει δημιουργήσει τη συγκεκριμένη ιστοσελίδα (πανομοιότυπα με τη σχετική ιστοσελίδα της τράπεζας του πελάτη) υποκλέπτει οποιαδήποτε πληροφορία επιθυμεί.

3.9.2. Περιπτώσεις ηλεκτρονικών επιθέσεων

Εκτός από τους παραπάνω κινδύνους που μπορούν να παρουσιαστούν μεμονωμένα στον κάθε χρήστη της ηλεκτρονικής τραπεζικής, υπάρχουν και κίνδυνοι απειλής και παραβίασης των συστημάτων των τραπεζών στο διαδίκτυο, από επίδοξους εισβολείς (hackers). Οι λεγόμενες ηλεκτρονικές επιθέσεις αυξάνονται τα τελευταία χρόνια σε παγκόσμιο επίπεδο, δημιουργώντας τεράστια προβλήματα στα τραπεζικά ιδρύματα, τα οποία προσπαθούν να προστατέψουν τις απόρρητες πληροφορίες των πελατών τους.

Στοιχεία για το ηλεκτρονικό έγκλημα δεν συνηθίζεται να κοινοποιούνται δημοσίως, αλλά υπολογίζεται ότι στις Η.Π.Α. χάνονται ετησίως 11 δισεκατομμύρια δολάρια από εταιρείες και καταναλωτές, λόγω αυτής της μορφής εγκλήματος (<http://www.go-online.gr/ebusiness>).

Βέβαια, θα πρέπει να επισημάνουμε ότι πάνω από τα μισά από αυτά τα χρήματα δεν υποκλέπτονται από επιτήδειους στο διαδίκτυο, αλλά επενδύονται από τις τράπεζες για την αναβάθμιση των συστημάτων ασφαλείας των τελευταίων. Όμως, παρά τις ορισμένες τεχνικές ευάλωτες περιοχές των συστημάτων ασφαλείας των τραπεζών, οι μεγαλύτερες ηλεκτρονικές επιθέσεις προέρχονται από ανθρώπους που εργάζονταν στην ίδια την τράπεζα ή από άτομα που συνεργάστηκαν με προσωπικό της συγκεκριμένης τράπεζας.

Οι υπόλοιπες ηλεκτρονικές επιθέσεις στα συστήματα ασφαλείας των τραπεζών, προέρχονται από επιτήδειους που απέσπασαν προσωπικά στοιχεία πελατών, δηλαδή κωδικούς πρόσβασης (user names, passwords), αριθμούς λογαριασμών και αριθμούς πιστωτικών καρτών. Οι τρόποι που το καταφέρνουν αυτό οι επίδοξοι εισβολείς είναι πολλοί, όπως αναφέραμε παραπάνω και με την ανάπτυξη της τεχνολογίας συνεχώς θα

αυξάνονται. Παρακάτω, θα αναφέρουμε μερικές περιπτώσεις ηλεκτρονικών επιθέσεων από “χάκερς” σε ιστοσελίδες τραπεζών στο διαδίκτυο (<http://www.go-online.gr/ebusiness>).

Τράπεζα: Citibank, Έτος: 1994

Ο Ρώσος “χάκερ” Βλαντιμίρ Λέβιν απέσπασε ποσό 10 εκατομμυρίων δολαρίων από λογαριασμούς της τράπεζας, αποκτώντας πρόσβαση στα δίκτυα της τελευταίας από την Αγία Πετρούπολη της Ρωσίας. Όταν συνελήφθηκε από τις αρχές παραδέχτηκε ότι απέσπασε κλεμμένους κωδικούς από πελάτες της τράπεζας και χρησιμοποιώντας τους, πραγματοποίησε μεταφορές κεφαλαίων στο λογαριασμό του.

Τράπεζα: Barclays Bank, Έτος: 2000

Ένα ελάττωμα στο λογισμικό (software) του συστήματος της Αγγλικής τράπεζας επέτρεπε στους πελάτες της, να βλέπουν τις λεπτομέρειες των λογαριασμών των υπολοίπων πελατών. Φυσικά, μόλις το τραπεζικό ίδρυμα ανακάλυψε το πρόβλημα, “κλείδωσε” το σύστημα.

Τράπεζα: ABN AMRO, Έτος: 2000

Ανακαλύφθηκε πως επίδοξοι “χάκερς” έστελναν στους πελάτες της τράπεζας μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που υποτίθεται ότι προερχόταν από την τράπεζα και στη συνέχεια εγκαθιστούσαν στους υπολογιστές των χρηστών κακόβουλα προγράμματα. Αυτά τα προγράμματα υπέκλεπταν προσωπικούς κωδικούς των πελατών και στη συνέχεια οι επιτήδριοι μετέφεραν χρήματα στους λογαριασμούς τους.

Εταιρεία πληροφορικής: Contour Software, Έτος: 2000

Μια εταιρεία με βάση τη Καλιφόρνια, η οποία αναπτύσσει λογισμικό για υποθήκες δανείων (και προμηθεύει τραπεζικά ιδρύματα), διαπίστωσε ένα πρόβλημα στα προγράμματα της, τα οποία αποκάλυπταν πληροφορίες στο διαδίκτυο για τη δανειοληπτική κατάσταση 700 περίπου Αμερικανών.

Χρηματιστηριακή εταιρεία: Charles Schwab, Έτος: 2000

Ο δικτυακός τόπος της εταιρείας έδινε τη δυνατότητα σε “χάκερς” να έχουν πρόσβαση σε όλους τους λογαριασμούς των πελατών της. Μάλιστα, οι επιτήδριοι μπορούσαν να κάνουν αγοραπωλησία μετοχών από λογαριασμούς πελατών που ήταν συνδεδεμένοι εκείνη τη στιγμή στο σύστημα.

Τράπεζες: Nara Bank, Western Union, Central National Bank, Έτος: 2001

Αμερικανοί εισαγγελείς κατηγορήσαν δύο Ρώσους για ηλεκτρονικά εγκλήματα που σχετίζονταν με μια σειρά επιθέσεων σε δίκτυα τραπεζών, οι οποίοι εισέβαλαν στα συστήματα και υπέκλεψαν σημαντικές πληροφορίες. Αργότερα, εμφανίζονταν στις τράπεζες ως εξειδικευμένοι σύμβουλοι ασφαλείας και προσέφεραν τις υπηρεσίες τους

για να διορθωθούν τα προβλήματα. Φυσικά, τα παραπάνω παραδείγματα είναι ένα δείγμα των ηλεκτρονικών επιθέσεων που πραγματικά συμβαίνουν, καθώς ένα μικρό ποσοστό αυτών βρίσκει το φως της δημοσιότητας για λόγους περισσότερο ασφάλειας.

3.9.3. Συστήματα ασφάλειας των τραπεζών

Λόγω της διακίνησης μέσω διαδικτύου, των ευαίσθητων προσωπικών

δεδομένων των χρηστών, αλλά και των κινδύνων που παραμονεύουν, οι τράπεζες συνεχώς επενδύουν στη διασφάλιση του απορρήτου των ηλεκτρονικών συναλλαγών και γενικότερα στα θέματα ασφάλειας. Το ίδιο ισχύει και για όλες τις επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce), αλλά σε πολύ μικρότερο βαθμό καθώς αυτές έχουν να κάνουν απλά με τη διασφάλιση των συναλλαγών μέσω πιστωτικών καρτών (οι οποίες έχουν συγκεκριμένο πιστωτικό όριο, άρα και συγκεκριμένο βαθμό κινδύνου). Τα τραπεζικά ιδρύματα εκτός από τη διασφάλιση των ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω πιστωτικής κάρτας, θα πρέπει να φροντίσουν για τη διασφάλιση του απορρήτου όλων των λογαριασμών των πελατών τους στο διαδίκτυο καθώς και για πλήθος άλλων διαδικασιών και δικλείδων ασφαλείας.

Η ανησυχία των καταναλωτών για την ασφάλεια των συναλλαγών και τις ηλεκτρονικές απάτες είναι έντονη και μάλιστα είναι ένας από τους κυριότερους λόγους μη χρησιμοποίησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής, ιδιαίτερα στη χώρα μας. Γι' αυτό το λόγο, οι τράπεζες καθορίζουν αυστηρές πολιτικές ασφάλειας και αναβαθμίζουν συνεχώς τα συστήματά τους (λογισμικό), ώστε να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις και των πιο απαιτητικών χρηστών. Οι βασικές κατηγορίες ασφάλειας της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι: α)

Η ταυτοποίηση της τράπεζας από κάποιον αναγνωρισμένο παροχέα (Trusted Third Party) του διαδικτύου, β) Η ταυτοποίηση του χρήστη (π.χ. μέσω προσωπικού κωδικού), γ) Η εξασφάλιση της μεταφοράς δεδομένων (μέσω κάποιου πρωτοκόλλου επικοινωνίας) και δ) Η ελεγχόμενη πρόσβαση στα συστήματα της τράπεζας (π.χ. μέσω κάποιου τείχους προστασίας).

Αναλυτικότερα, τα μέτρα ή συστήματα ασφάλειας που μπορεί να λάβει ένας τραπεζικός οργανισμός, με σκοπό να διασφαλίσει τις παρεχόμενες ηλεκτρονικές συναλλαγές, είναι (Αγγέλης, 2005):

1. Κρυπτογράφηση (Encryption): Αποτελεί μία από τις σημαντικότερες δικλίδες ασφαλείας, η οποία εξασφαλίζει το απόρρητο κατά τη μεταφορά των δεδομένων (προσωπικών κωδικών χρηστών, αριθμών πιστωτικών καρτών κ.τ.λ.) στο διαδίκτυο. Με τη βοήθεια της κρυπτογράφησης διασφαλίζεται εκτός από το απαραβίαστο της πληροφορίας, και η πιστοποίηση της ταυτότητας των εμπλεκόμενων μερών μιας ηλεκτρονικής συναλλαγής. Υπάρχουν δύο είδη κρυπτογράφησης, η συμμετρική (ή κρυπτογράφηση με μυστικό κλειδί) και η ασύμμετρη (ή κρυπτογράφηση με δημόσιο/ιδιωτικό κλειδί). Όταν κρυπτογραφείται (κωδικοποιείται) ένα μήνυμα χρησιμοποιείται μια μοναδική μαθηματική συνάρτηση που μετασχηματίζει τα δεδομένα σε μια κωδικοποιημένη μορφή, η οποία απαιτεί ένα “κλειδί” αποκρυπτογράφησης για να ξεκλειδωθεί. Η ισχύς αυτού του κλειδιού εξαρτάται από τον αριθμό των ψηφιακών δεδομένων που αναγνωρίζει ο υπολογιστής (δηλαδή από τον αριθμό των bits – 0 ή 1). Σήμερα, η κρυπτογράφηση που εφαρμόζεται από τις τράπεζες, και που θεωρείται πρακτικά αδύνατο να παραβιαστεί, είναι αυτή των “128 bit”. Με αυτόν τον τρόπο μεταφέρονται τα δεδομένα με απόλυτη εμπιστευτικότητα, αφού για να τα “σπάσει” κάποιος πρέπει να “πετύχει” έναν από τους 2128 πιθανούς συνδυασμούς (κλειδιά). Η διεύθυνση των ιστοσελίδων που παρέχουν αυτού του είδους την κρυπτογράφηση, ξεκινά από “https” (π.χ. <https://www.citibank.gr>) αντί για “http” και στο κάτω μέρος της σελίδας εμφανίζεται ένα λουκέτο, που υποδηλώνει την ασφαλή σύνδεση του συγκεκριμένου ιστοτόπου.

2. Ψηφιακές υπογραφές (Digital signatures): Είναι μια διαδικασία υπογραφής ενός μηνύματος με ψηφιακό τρόπο, που αποκαλύπτει την ταυτότητα του αποστολέα και πιστοποιεί την ακεραιότητα του μηνύματος. Οι ψηφιακές υπογραφές είναι μοναδικές για κάθε συναλλαγή, δεν δέχονται κανενός είδους αμφισβήτηση από έναν τρίτο και είναι πρακτικά ανέφικτο να αντιγραφούν.

3. Ψηφιακά πιστοποιητικά (Digital certificates): Τα ψηφιακά πιστοποιητικά όταν εγκατασταθούν στον υπολογιστή του χρήστη, προσφέρουν α) Τη δυνατότητα ασφαλούς ταυτοποίησης του ίδιου και β) Τη δυνατότητα διενέργειας οικονομικών συναλλαγών μέσω του διαδικτύου από τον ίδιο. 4. Έξυπνες κάρτες (Smart cards): Πρόκειται για μια πραγματικά “έξυπνη” τεχνολογία, αφού μέσα σε μια κάρτα μπορούν να ενσωματωθεί μια σειρά από πληροφορίες, όπως προσωπικά στοιχεία του κατόχου, κλειδιά ψηφιακών υπογραφών, βιομετρικές πληροφορίες κ.τ.λ.

5. Τείχη προστασίας (Firewalls): Ουσιαστικά πρόκειται για υλικό (hardware) και λογισμικό (software), το οποίο τοποθετείται ανάμεσα σε δύο δίκτυα, και ελέγχει όλη την “κίνηση” επιτρέποντας ή όχι την είσοδο κάποιου στο σύστημα. Συνεπώς, είναι πολύ σημαντικό τα προγράμματα αυτά των τραπεζών να ενημερώνονται άμεσα καθώς οποιοσδήποτε τύπου “ιός” ή ανεπιθύμητη εισβολή μπορεί να εισέλθει και να επιφέρει σημαντικά προβλήματα.

6. Πιστοποιητικά ασφάλειας των διακομιστών (SSL certificates): Όταν η τράπεζα κρυπτογραφεί όλες τις ηλεκτρονικές συναλλαγές της με 128-bit κρυπτογράφηση, είναι σε θέση να εγκαταστήσει ένα πιστοποιητικό ασφαλείας των διακομιστών της (servers), δηλαδή ένα πιστοποιητικό SSL (Secure Sockets Layer). Το προηγούμενο πιστοποιητικό είναι πλήρως αναγνωρισμένο από την αρχή πιστοποίησης και δημιουργεί αίσθημα σιγουριάς και ασφάλειας στον πελάτη. Θα πρέπει να τονίσουμε ότι το τελευταίο αποτελεί στην ουσία το μέσο που πιστοποιεί την ταυτότητα του δικτυακού τόπου (τράπεζας) στο διαδίκτυο και κρυπτογραφεί τα μεταφερόμενα πακέτα πληροφοριών. Ο χρήστης της ηλεκτρονικής τραπεζικής, μπορεί να διαπιστώσει αν μια τράπεζα διαθέτει το συγκεκριμένο πιστοποιητικό από την ύπαρξη ή όχι “λουκέτου” στο κάτω μέρος της ιστοσελίδας.

7. Άλλοι μέθοδοι ελέγχου και ασφάλειας: Στο θέμα της ταυτοποίησης των χρηστών στα συστήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής, εκτός από τη συνηθισμένη μέθοδο του “ονόματος χρήστη – κωδικού” (user name – password), που χρησιμοποιούν οι πιο πολλές τράπεζες, υπάρχουν και πιο ασφαλείς τρόποι πρόσβασης. Όπως αναφέραμε και σε προηγούμενη ενότητα, για την περαιτέρω διασφάλιση των χρηστών, ορισμένες τράπεζες προχωρούν σε ένα επιπλέον επίπεδο ασφάλειας, με πρόσθετους κωδικούς μιας χρήσης, αριθμούς εξουσιοδότησης συναλλαγής, συσκευές USB Tokens, βιομετρικές κάρτες κ.τ.λ. Εκτός από την αναβάθμιση των μεθόδων πρόσβασης των χρηστών στις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, τα τραπεζικά ιδρύματα εφαρμόζουν και άλλες ασφαλιστικές δικλείδες για να προφυλάξουν τους πελάτες τους. Μερικές από αυτές, είναι η αυτόματη αποσύνδεση των χρηστών (μετά από ορισμένο χρονικό διάστημα μη χρήσης των υπηρεσιών), το αυτόματο “κλείδωμα” της πρόσβασης των χρηστών (μετά από ορισμένο αριθμό λανθασμένων καταχωρήσεων των προσωπικών κωδικών), αλλά και η υποχρεωτική αλλαγή ανά τακτά χρονικά διαστήματα των κωδικών των πελατών. Εκτός όμως από την τεχνολογική υποδομή,

που σαφέστατα διαδραματίζει πολύ σημαντικό ρόλο στην ηλεκτρονική τραπεζική, επιβάλλεται η υιοθέτηση και τήρηση αυστηρών διαδικασιών από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Ειδικότερα, απαιτείται προσεχτικός σχεδιασμός διαδικασιών που αφορούν την ανάπτυξη, διαχείριση και προσφορά των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής. Είναι ευνόητο ότι απαιτείται να υπάρχουν αυστηρές διαδικασίες, οι οποίες να προστατεύουν τα συστήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής, με τη βοήθεια συνδυασμένων ενεργειών από δύο ή περισσότερων ανθρώπων από διαφορετικά τμήματα της τράπεζας. Και φυσικά αυτές οι διαδικασίες να ελέγχονται και να επιθεωρούνται σε τακτική βάση, και πολλές φορές μάλιστα από ανεξάρτητους εξωτερικούς φορείς.

Τέλος, όπως αναφέραμε σε προηγούμενη ενότητα, η ιστορία της ηλεκτρονικής τραπεζικής έχει δείξει ότι τα μεγαλύτερα προβλήματα ασφάλειας (ηλεκτρονικές επιθέσεις) διαχρονικά, δημιουργήθηκαν από εργαζόμενους της ίδιας τράπεζας. Αυτό σημαίνει ότι οι τραπεζικοί οργανισμοί οφείλουν να προστατεύονται και εκ των έσω, δηλαδή από το προσωπικό τους, το οποίο έχει γνώση των συστημάτων και μπορεί να προκαλέσει ζημιά είτε λόγω αφέλειας είτε εσκεμμένα.

Συμπερασματικά λοιπόν, η κάθε τράπεζα που διαθέτει δίκτυα ηλεκτρονικής τραπεζικής, απαιτείται να σχεδιάζει και να ακολουθεί αυστηρές πολιτικές ασφάλειας για τους εσωτερικούς της πελάτες (εργαζομένους) και ειδικότερα να ακολουθεί διαδικασίες που θα αφορούν:

1. Σχεδιασμό και υιοθέτηση ενός τακτικού χρονοδιαγράμματος ελέγχων της χρήσης των δικτύων επικοινωνίας δεδομένων, που χρησιμοποιούνται από το προσωπικό.
2. Προτεραιότητες πρόσβασης στα συστήματα και δίκτυα της τράπεζας και το χρόνο αυτών (π.χ. το βράδυ).
3. Αυστηρές οδηγίες για τη χρήση και φύλαξη των εσωτερικών συστημάτων (π.χ. διακομιστών), του τμήματος ηλεκτρονικής τραπεζικής, δηλαδή μέτρα για τη φυσική ασφάλεια της τράπεζας.

3.9.4. Μέτρα ασφάλειας από την πλευρά του χρήστη

Εκτός από τα μέτρα ασφάλειας που λαμβάνουν οι τράπεζες, πολύ σημαντική είναι η πλευρά του χρήστη, ο οποίος μπορεί με απλές κινήσεις να μεριμνήσει ο ίδιος για τη

μεγιστοποίηση της ασφάλειάς του. Φυσικά, πρωταρχικός παράγοντας επιτυχίας είναι η θέληση από την πλευρά του τελευταίου, αλλά και η πληροφόρησή του από αρμόδιους φορείς (τράπεζες, ενώσεις τραπεζών, σχετικές ιστοσελίδες κ.λπ.). Οι βασικές συμβουλές ασφάλειας και προστασίας για τους χρήστες των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι οι εξής:

1. Διασφάλιση του απορρήτου των προσωπικών κωδικών: Η πάγια συμβουλή ενημέρωσης από όλες τις τράπεζες προς τους πελάτες τους είναι: “Οι τράπεζες δεν πρόκειται για κανένα λόγο και με κανένα απολύτως τρόπο να επικοινωνήσουν μαζί σας (π.χ. μέσω e-mail, τηλεφωνικά, κ.τ.λ.) για να σας ζητήσουν τους προσωπικούς κωδικούς πρόσβασης σας στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής”. Είναι ολοφάνερο λοιπόν ότι οι κωδικοί πρόσβασης και χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι η “ταυτότητα” του πελάτη και είναι αυστηρώς προσωπικοί και απόρρητοι. Οι πελάτες δεν θα πρέπει να τους μοιράζονται σε κανέναν, αλλά αντίθετα για την ασφάλειά τους, χρειάζεται να τους απομνημονεύουν ή να τους φυλάσσουν σε ασφαλές μέρος. Επίσης, είναι πολύ καλή τακτική ασφάλειας να τους αλλάζουν ανά τακτά χρονικά διαστήματα αποφεύγοντας να είναι εύκολα προβλέψιμοι (π.χ. ημερομηνία γέννησης), αλλά και να μην χρησιμοποιούν τους ίδιους σε άλλες ιστοσελίδες του διαδικτύου.

2. Επιβεβαίωση ασφαλής σύνδεσης (SSL): Όταν οι πελάτες εισέρχονται στην ιστοσελίδα της τράπεζάς τους, και επιθυμούν να συνδεθούν στις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, θα πρέπει να ελέγχουν: α) Να αναγράφεται στην αρχή της διεύθυνσης της ιστοσελίδας (πάνω αριστερά) το πρόθεμα “https” αντί για “http” και β) Να υπάρχει στη σελίδα ένα μικρό “λουκέτο” (κάτω δεξιά), που υποδεικνύει ότι είναι πιστοποιημένη από αναγνωρισμένο πάροχο, με γνωστό πρωτόκολλο ασφαλείας.

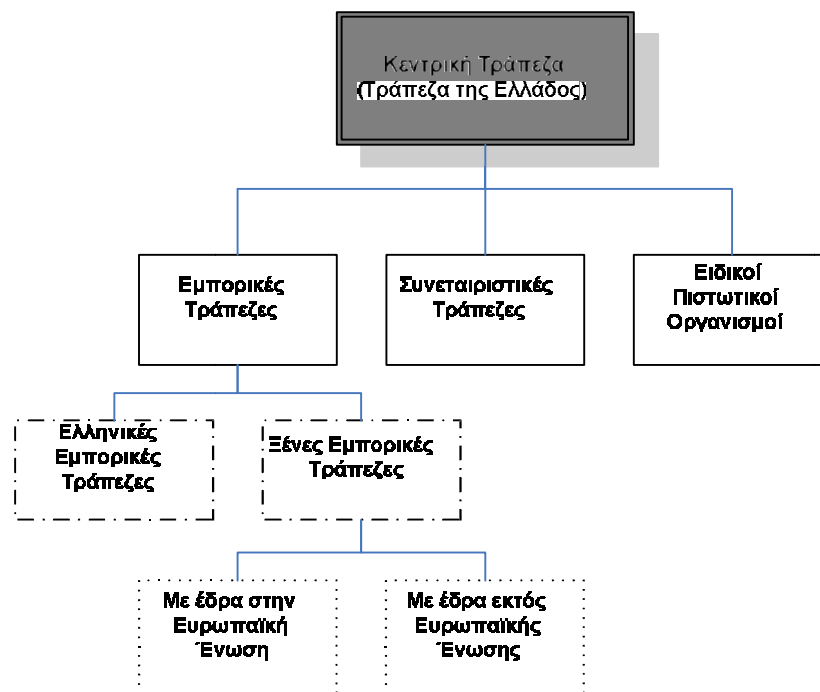
3. Προστασία του υπολογιστή: Για την μεγαλύτερη ασφάλεια και προστασία των ηλεκτρονικών συναλλαγών, οι χρήστες θα πρέπει να: α) Ενημερώνουν τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές τους με τις τελευταίες εκδόσεις λογισμικού (π.χ. αναβαθμίσεις του λειτουργικού συστήματος) και προγραμμάτων πλοήγησης στο διαδίκτυο (browsers) και β) Εγκαθιστούν και ενημερώνουν προγράμματα προστασίας των υπολογιστών από ιούς (antivirus) και άλλα κακόβουλα προγράμματα.

4. Προστασία από μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mails): Οι χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, αλλά και γενικότερα του διαδικτύου, δεν θα πρέπει να “ανοίγουν” ποτέ μηνύματα που προέρχονται από άγνωστες κι αναξιόπιστες πηγές. Σε περίπτωση που ο αποστολέας είναι η τράπεζά τους ή “φαίνεται να είναι”, δεν θα πρέπει να ακολουθούν ποτέ συνδέσμους (links) που τους παραπέμπουν σε άλλες ιστοσελίδες και να συμπληρώνουν προσωπικούς κωδικούς τους (π.χ. αριθμούς πιστωτικών καρτών).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Το e-banking στη χώρα μας

4.1. Το τραπεζικό σύστημα στην Ελλάδα

Στη σημερινή παγκόσμια επιχειρηματική πραγματικότητα ο κλάδος των τραπεζικών υπηρεσιών αναπτύσσεται διαρκώς και αποτελεί έναν από τους πλέον κερδοφόρους κλάδους της οικονομίας στην Ελλάδα. Την τελευταία δεκαετία, οι αλλαγές που πραγματοποιούνται στο σύνολο των χρηματοπιστωτικών οργανισμών, είναι ριζικές και ειδικότερα το φαινόμενο των εξαγορών και των συγχωνεύσεων έχει πάρει τεράστιες διαστάσεις και στο Ελληνικό τραπεζικό σύστημα. Ο ανταγωνισμός σε παγκόσμιο επίπεδο εντείνεται καθημερινά, με αποτέλεσμα οι τράπεζες να επιδιώκουν συνεχώς να προσαρμόζονται στα νέα δεδομένα, και να στοχεύουν με τις ακολουθούμενες πολιτικές τους στην βελτίωση της αποδοτικότητάς τους. Έτσι, πολλές φορές για να ισχυροποιήσουν την ηγετική τους θέση στην Ελληνική αγορά, αλλά και να αποκτήσουν μερίδιο αγοράς σε αγορές του εξωτερικού (π.χ. Βαλκάνια) προβαίνουν σε διαδικασίες ενοποίησης (εξαγορές, συγχωνεύσεις, στρατηγικές συμμαχίες) εντός του κλάδου που δραστηριοποιούνται.



Πηγή: Ηλεκτρονική Τραπεζική, Παρλαβάντζας Π., 2007

Στην Ελλάδα το τραπεζικό σύστημα αποτελείται από την Κεντρική Τράπεζα (Τράπεζα της Ελλάδος), τις εμπορικές τράπεζες, τις συνεταιριστικές τράπεζες και από διάφορους ειδικούς πιστωτικούς οργανισμούς. Η Τράπεζα της Ελλάδος που λειτουργεί ως η κεντρική Τράπεζα της χώρας, είναι μέλος του Ευρωπαϊκού Συστήματος Κεντρικών Τραπεζών (ΕΣΚΤ) και πρωταρχικός της σκοπός είναι η επιδίωξη της σταθερότητας των τιμών.

Είναι υπεύθυνη για την ομαλή λειτουργία της τραπεζικής αγοράς και είναι αυτή που εφαρμόζει την εκάστοτε νομισματική πολιτική που πρέπει να ακολουθηθεί. Οι εμπορικές τράπεζες έχουν πλέον μετατραπεί σε πολυσύνθετες επιχειρήσεις αφού προσφέρουν μία τεράστια γκάμα χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών από δάνεια μέχρι επενδυτικά προγράμματα (π.χ. αμοιβαία κεφάλαια) και ασφάλειες. Με άλλα λόγια δεν περιορίζονται μόνο στην παροχή καθαρά τραπεζικών προϊόντων, αλλά προσφέρουν και προϊόντα/υπηρεσίες χρηματοοικονομικής και επενδυτικής φύσεως.

Η τρίτη κατηγορία του Ελληνικού τραπεζικού συστήματος αφορά τις λεγόμενες συνεταιριστικές τράπεζες. Αυτές είναι τράπεζες τοπικού χαρακτήρα που επιδιώκουν την ανανέωση των αποταμιευτικών πόρων της περιοχής που δραστηριοποιούνται, δηλαδή με άλλα λόγια την ενίσχυση της οικονομίας της κάθε περιοχής.

Τέλος, οι ειδικοί πιστωτικοί οργανισμοί, όπως το Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων, το Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο κ.ά. διεξάγουν συγκεκριμένες τραπεζικές εργασίας σε περιορισμένη κλίμακα.

Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι στο Ελληνικό Τραπεζικό σύστημα υπάρχει ένας πολύ μικρός αριθμός χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων τα οποία κατέχουν μεγάλα μερίδια αγοράς στον κλάδο, δηλαδή παρατηρείται μεγάλος βαθμός συγκέντρωσης. Συγκεκριμένα, σε σύνολο 62 χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων (22 Ελληνικές τράπεζες, 21 τράπεζες του εξωτερικού, 15 συνεταιριστικές και 4 ειδικοί χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί), μόνο οι 2 μεγαλύτερες τράπεζες (Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, Alpha Bank) κατέχουν σχεδόν το 50% στον τομέα των χορηγήσεων και του συνόλου του Ενεργητικού, στο σύνολο του τραπεζικού κλάδου.

Η έντονη κρατική παρουσία στον κλάδο των τραπεζών είτε με τη μορφή ιδιοκτησίας, είτε με τη μορφή ελέγχου, μειώνεται με την πάροδο των χρόνων, αλλάζοντας έτσι τη

δομή του Ελληνικού χρηματοπιστωτικού συστήματος, (χαρακτηριστικό το παράδειγμα της Αγροτικής Τράπεζας, η οποία από την ιδιοκτησία του δημοσίου πέρασε στα χέρια του ομίλου της Τράπεζας Πειραιώς). Πιο συγκεκριμένα, επιταχύνεται η ανάπτυξη των τραπεζικών ιδρυμάτων, χωρίς την επιβολή κρατικών παρεμβάσεων και περιορισμών, και με αυτόν τον τρόπο γίνονται πιο ανταγωνιστικά στο διεθνές τραπεζικό περιβάλλον.

Οι τράπεζες στην προσπάθειά τους να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις του διεθνούς επιχειρηματικού περιβάλλοντος, εκτός από τις ακολουθούμενες στρατηγικές ενοποίησης (εξαγορές, συγχωνεύσεις, στρατηγικές συμμαχίες) εντός του κλάδου, αναπτύσσουν το εύρος των προσφερόμενων υπηρεσιών τους και γίνονται περισσότερο πελατοκεντρικές. Επίσης, συνεχώς βελτιώνουν την ποιότητα των προσφερόμενων τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών τους, και βελτιώνουν την παραγωγικότητά τους μέσω αφού ολοένα και περισσότερο επενδύουν στη νέα τεχνολογία και στο ανθρώπινο δυναμικό.

Με την αξιοποίηση των λύσεων που προσφέρει η σύγχρονη τεχνολογία, επιταχύνονται οι καθημερινές διαδικασίες, μειώνεται ο χρόνος διεκπεραίωσης των συναλλαγών και δημιουργούνται ευέλικτες βάσεις δεδομένων που βοηθούν πολύπλευρα στην αποδοτικότητα της τράπεζας (π.χ. βοηθούν τα τμήματα μάρκετινγκ στην επίτευξη πωλήσεων). Στην ουσία, με την επίδραση της τεχνολογίας ολόκληρος ο τραπεζικός κλάδος μετασχηματίζεται, εφόσον δημιουργούνται νέα προϊόντα, διευκολύνεται η πρόσβαση σε νέες αγορές (με την εξάλειψη των γεωγραφικών ορίων), διακινείται λιγότερο χαρτί, υπάρχει καλύτερη διαχείριση των πληροφοριών κ.ο.κ. Με την δημιουργία νέων καναλιών διανομής και πώλησης των τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών, των λεγόμενων εναλλακτικών δικτύων (ATM' s, internet banking, phone banking, mobile banking) έχει επέλθει μια ολοκληρωτική επανάσταση στον τραπεζικό χώρο, ο οποίος πλέον είναι σε θέση να εξυπηρετήσει τους πελάτες 24 ώρες την ημέρα, 7 ημέρες την εβδομάδα και 365 ημέρες τον χρόνο. Αν και διείσδυση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking) στον Ελλαδικό χώρο, δεν ήταν αντίστοιχη με ορισμένες αναπτυγμένες χώρες του εξωτερικού (π.χ. Η.Π.Α., Σκανδιναβικές χώρες), παρ' όλα αυτά κρίνεται ικανοποιητική και με τάση αυξητική για το μέλλον. Αυτή τη στιγμή, υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα προσφέρουν 17 εμπορικές τράπεζες και 2 συνεταιριστικές τράπεζες. Στη συνέχεια,

παρουσιάζονται οι προσφερόμενες υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω διαδικτύου (internet banking) από κάθε χρηματοπιστωτικό οργανισμό ξεχωριστά.

4.2.Οι τράπεζες στην Ελλάδα που παρέχουν υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής

4.2.1. Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος – Ε.Τ.Ε.

Αναλυτικά, οι προσφερόμενες ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες μέσω διαδικτύου (internet banking) από την μεγαλύτερη τράπεζα στην Ελλάδα, είναι οι εξής:


Λογαριασμοί

- i. Ενημέρωση υπολοίπου των λογαριασμών που έχουν συνδεθεί με τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω διαδικτύου (internet banking). Ενημέρωση για την κίνηση των παραπάνω λογαριασμών σε ημερήσια ή μηνιαία βάση.
- ii. Μεταφορά χρημάτων μεταξύ των συγκεκριμένων λογαριασμών.
- iii. Αναλυτική πληροφόρηση των οικονομικών συναλλαγών των πελατών για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα.


Πληρωμές

- i. Πληρωμή του Φ.Π.Α. εφόσον ο πελάτης έχει υποβάλλει τη σχετική δήλωση μέσω του "TAXIS net".
- ii. Πληρωμή των εργοδοτικών εισφορών του Ι.Κ.Α.
- iii. Πληρωμή των ασφαλιστικών εισφορών του Τ.Ε.Β.Ε.
- iv. Πληρωμή των λογαριασμών της Δ.Ε.Η. Εξόφληση του οφειλόμενου φόρου εισοδήματος φυσικών προσώπων ή πληρωμή της δόσης σύμφωνα με το "Αποδεικτικό είσπραξης Φ.Ε." που βρίσκεται στο εκκαθαριστικό σημείωμα του πελάτη.
- v. Πληρωμή των δόσεων όλων των πιστωτικών καρτών εκδόσεως της Ε.Τ.Ε.
- vi. Πληρωμή πιστωτικών καρτών εκδόσεως άλλων τραπεζών εσωτερικού.
- vii. Πληρωμή των λογαριασμών των εξής εταιρειών σταθερής και κινητής τηλεφωνίας: Cosmote, Lannet, Ο.Τ.Ε, Q -Telecom, Telepassport, Vodafone, Forthnet και Cosmoline.

- viii. Πληρωμή των συνδρομών για τους παρόχους του διαδικτύου των εταιρειών: Otenet και Forthnet.
- ix. Εξόφληση των ασφαλιστρών ζωής της Εθνικής Ασφαλιστικής.
- x. Πληρωμή των οφειλών των πελατών στις εξής εταιρείες: Serfin, Firen, BMW FS, BMW Austria Bank, Volkswagen Bank , Tellas, Vivodi, Πλαίσιο. E.T.A.O. (Επαγγελματικό Ταμείο Ασφάλισης Οικονομολόγων), Ελαστικά ΜΙΣΕΛΕΝ Α.Β.Ε.Ε. και Interasco Α.Ε.Γ.Α.

 *Εμβάσματα σε Ε.Τ.Ε.*


- i. Μεταφορά χρημάτων από το λογαριασμό του πελάτη (της Ε.Τ.Ε.), σε λογαριασμούς τρίτων εντός της τράπεζας.
- ii. Πραγματοποίηση μέχρι 50 πιστώσεων λογαριασμών Ε.Τ.Ε. με ισάριθμες χρεώσεις συνδεδεμένου λογαριασμού.

 *Εμβάσματα σε άλλες Τράπεζες*

- i. Πραγματοποίηση εμβασμάτων σε άλλη τράπεζα του εσωτερικού μέσω του συστήματος "DIASTRANSFER". Ο πελάτης μπορεί να επιλέξει τον τρόπο της προμήθειας είτε με επιβάρυνση μόνο του εντολέα (OUR), είτε μόνο του αποδέκτη (BEN), είτε και των δύο (SHA).
- ii. Αποστολή εμβασμάτων σε λογαριασμούς που τηρούνται σε Τράπεζες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή υπεράκτιων κτήσεων χωρών αυτής.
- iii. Πραγματοποίηση μέχρι 50 πιστώσεων λογαριασμών σε άλλες τράπεζες του εσωτερικού ή σε λογαριασμούς που τηρούνται σε Τράπεζες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή υπεράκτιων κτήσεων χωρών αυτής με ισάριθμες χρεώσεις συνδεδεμένου λογαριασμού.

 *Επενδύσεις*

- i. Ενημέρωση για το χαρτοφυλάκιο μετοχών και αμοιβαίων κεφαλαίων που τηρεί ο πελάτης στην τράπεζα.
- ii. Πραγματοποίηση αγοραπωλησίας μετοχών και άμεση ενημέρωση του πελάτη για τις εντολές που έχει δώσει.
- iii. Δυνατότητα υποβολής αίτησης συμμετοχής σε δημόσιες εγγραφές στο Χ.Α.
- iv. Πληροφόρηση της συνεδρίασης του Χ.Α. και Χ.Π.Α . για την εικόνα της αγοράς, τους δείκτες, τα οικονομικά στοιχεία των εταιρειών, τιμές μετοχών κ.λπ.


 *Χρηματοδοτήσεις / Δάνεια*

- i. Πληροφόρηση για τα υπόλοιπα των λογαριασμών που αφορούν επιχειρηματικές χρηματοδοτήσεις καθώς και την κίνηση, τις δόσεις και την επιβάρυνση επιτοκίου του κάθε πελάτη.


- ii. Πληροφόρηση για τις κινήσεις και τα αναλυτικά στοιχεία των στεγαστικών και καταναλωτικών δανείων των πελατών.

 **Αιτήσεις**

- i. Παραγγελία μπλοκ επιταγών και δυνατότητα ακύρωσης αυτού.
- ii. Πληροφόρηση για ιστορικά στοιχεία παλιών αιτήσεων χορήγησης μπλοκ επιταγών καθώς και του αριθμού των επιταγών που έχουν χορηγηθεί στον συγκεκριμένο πελάτη.
- iii. Δυνατότητα υποβολής αίτησης για χορήγηση οποιασδήποτε πιστωτικής κάρτας της Ε.Τ.Ε.

 **Πάγιες εντολές**

- i. Προγραμματισμός των μελλοντικών πληρωμών των πελατών με την υποβολή πάγιων εντολών πληρωμής ή εξόφλησης,

 **Επιπρόσθετες υπηρεσίες μόνο για τα Νομικά πρόσωπα (επιχειρήσεις)**

- i. Ενημέρωση των κινήσεων των καρτών εκδόσεως Ε.Τ.Ε. μέσω του " POS" της κάθε επιχείρησης.
- ii. Άμεση ενημέρωση για τις τρέχουσες ημερήσιες συναλλαγές που πραγματοποιούνται μέσω του ΣΕΤ-4300.
- iii. Διεκπεραίωση των οφειλών των συνεργατών προς την εταιρεία, με τη δυνατότητα άμεσης χρέωσης του λογαριασμού τους.
- iv. Ενημέρωση για την κατάσταση των πάγιων εντολών οφειλετών της εταιρείας.
- v. Διεκπεραίωση των δόσεων των δανείων των πελατών της επιχείρησης.





Σχετική ιστοσελίδα: <http://homebank.nbg.gr>

4.2.2. EFG Eurobank Ergasias

Οι διαθέσιμες συναλλαγές και υπηρεσίες που προσφέρονται στους χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω διαδικτύου χωρίζονται σε 2 θεματικές ενότητες: α) Την ενημέρωση και β) Τις συναλλαγές. Αναλυτικότερα, έχουμε:

1. Ενημέρωση

Σχετικά με Τραπεζικές Υπηρεσίες

-  Συνολική εικόνα πελάτη (λογαριασμοί, κάρτες, δάνεια, μετοχές).
-  Πληροφορίες λογαριασμών (δικαιούχοι, πιστωτικοί/χρεωστικοί τόκοι, κλπ.).
-  Υπόλοιπα λογαριασμών.
-  Κινήσεις λογαριασμών (έως 3 μήνες).

- ✚ Υπόλοιπα πιστωτικών καρτών.
- ✚ Κινήσεις πιστωτικών καρτών (5 τελευταίοι λογαριασμοί).
- ✚ Πληροφορίες δανείων (όρια, δεσμεύσεις, κ.τ.λ.)
- ✚ Υπόλοιπα και κινήσεις Δανείων (έως 3 μήνες).
- ✚ Ειδοποιήσεις μέσω γραπτών και ηλεκτρονικών μηνυμάτων (sms & e-mail) για ημερήσιες κινήσεις λογαριασμών και πιστωτικών καρτών
- ✚ Πληροφορίες κατάθεσης πολλαπλών επιταγών της ίδιας τράπεζας και άλλων τραπεζών.
- ✚ Πληροφορίες / Κατάσταση μεμονωμένων επιταγών (και σε ενέχυρο).
- ✚ Ενημέρωση για εγγυητικές επιστολές.
- ✚ Κινήσεις τερματικών “POS” εμπορών που συνεργάζονται με την τράπεζα.
- ✚ Παροχή ιστορικού συναλλαγών (μεταφορών, πληρωμών, εμβασμάτων).
- ✚ Παροχή πληροφοριών συναλλαγών (ημερομηνία, λογαριασμοί χρέωσης/πίστωσης, αιτιολογία, κ.τ.λ.).

Σχετικά με Χρηματιστηριακές Υπηρεσίες

- ✚ Αποτίμηση προσωπικού χαρτοφυλακίου μετοχών και αμοιβαίων κεφαλαίων της ίδιας τράπεζας.
- ✚ Παρακολούθηση της συνεδρίασης του Χ.Α.Α.
- ✚ Οικονομικές αναλύσεις, νέα της αγοράς.
- ✚ Κινήσεις παραγώγων.
- ✚ Εταιρικά νέα και εταιρικές πράξεις.
- ✚ Συγκριτικά γραφήματα επενδυτικών προϊόντων.
- ✚ Ισολογισμοί και αριθμοδείκτες εισηγμένων εταιριών στο χρηματιστήριο.
- ✚ Δυνατότητα δημόσιων εγγραφών.
- ✚ Ημερήσιο κλείσιμο μετοχών, παραγώγων και αμοιβαίων Κεφαλαίων.
- ✚ Ημερήσιο δελτίο τιμών ομολόγων Ελληνικού Δημοσίου.
- ✚ Δελτίο τιμών εμπορευμάτων.
- ✚ Διεθνείς δείκτες.
- ✚ Κατάσταση ημερήσιων εντολών μετοχών και αμοιβαίων κεφαλαίων.

2. Συναλλαγές

- ✚ Μεταφορές (προγραμματισμένες & περιοδικές)
- ✚ Μεταφορά κεφαλαίων μεταξύ προσωπικών λογαριασμών της Eurobank.
- ✚ Μεταφορά κεφαλαίων σε λογαριασμούς τρίτων της Eurobank.
- ✚ Μεταφορά κεφαλαίων σε λογαριασμούς άλλων Ελληνικών τραπεζών.
- ✚ Μεταφορά κεφαλαίων σε λογαριασμούς του Εξωτερικού (λογαριασμούς του ιδίου, φοιτητικό έμβασμα, συνδρομή εφημερίδων και περιοδικών).
- ✚ Ομαδική μεταφορά.
- ✚ Διαχείριση εντολών προγραμματισμένης ή περιοδικής μεταφοράς.
- ✚ Πληρωμές (προγραμματισμένες & μέσω πάγιας εντολής)
- ✚ Πληρωμή δόσης δανείου.
- ✚ Πληρωμή πιστωτικής κάρτας της Eurobank (προσωπική και τρίτου προσώπου).
- ✚ Χρέωση πιστωτικού ορίου.
- ✚ Πληρωμή πιστωτικής κάρτας άλλης τράπεζας.
- ✚ Φόρτωση/Επαναφόρτωση προπληρωμένης κάρτας.
- ✚ Πληρωμές Δημοσίου (ΦΠΑ, ΙΚΑ, ΤΕΒΕ, ΔΕΗ, ΟΤΕ, Φόρου Εισοδήματος).
- ✚ Πληρωμές εταιρειών τηλεφωνίας (Vodafone , WIND, Q- Telecom, Tellas, Columbia Telecom, Lannet, Mobitel, Forthnet , Telepassport , Vivodi).
- ✚ Πληρωμές ασφαλειών (Allianz ΑΕΑΖ, Allianz ΑΕΓΑ, Interamerican Ζωής, Interamerican Οδική Βοήθεια, ING Γενικών Ασφαλειών, ING Ζωής, ING Πρακτόρευσης Γενικών Ασφαλειών, Interasco).
- ✚ Πληρωμές άλλων εταιρειών (EFG Leasing , Filmnet /Nova, GMAC, Ford Credit, Serfin, Firen, BMW FS, BMW Austria Bank GMBH, Otenet, ΕΠΑ Φυσικό Αέριο, ΕΠΑ Μελέτες, ΕΠΑ Κατασκευές, ΕΠΑ Τροποποιήσεις, Volkswagen Bank, Ελληνογερμανική Αγωγή, Επαγγελματικό Ταμείο Ασφάλισης Οικονομολόγων, ΕΛΑΣΤΙΚΑ ΜΙΣΕΛΕΝ Α.Β.Ε.Ε.).
- ✚ Διαχείριση εντολής προγραμματισμένης πληρωμής.
- ✚ Δυνατότητα απενεργοποίησης πάγιων εντολών.
- ✚ Χρηματιστήριο
- ✚ Αγοραπωλησία μετοχών και ακύρωση εντολής αγοράς/πώλησης μετοχών.
- ✚ Συμμετοχή σε αμοιβαία κεφάλαια της Eurobank με δυνατότητα εξαγοράς ή μεταφοράς αυτών.

- ✚ Ακύρωση Εντολών αμοιβαίων κεφαλαίων της Eurobank.
- ✚ Δυνατότητα συμμετοχής σε δημόσιες εγγραφές.
- ✚ Δυνατότητα ακύρωσης αίτησης συμμετοχής σε δημόσιες εγγραφές
- ✚ Δημιουργία, διαχείριση και αποτίμηση εικονικών χαρτοφυλακίων μετοχών και αμοιβαίων κεφαλαίων.
- ✚ Αιτήσεις
- ✚ Αίτηση έκδοσης μπλοκ επιταγών.
- ✚ Αίτηση αλλαγής κύριας διεύθυνσης.
- ✚ Αίτηση εγγραφής στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω κινητού τηλεφώνου (Mobile banking).

3. Άλλες υπηρεσίες

- ✚ Αποστολή και παραλαβή κρυπτογραφημένων προσωπικών μηνυμάτων.
- ✚ Δυνατότητα διενέργειας δωρεάς σε κοινωφελείς οργανισμούς.

Εκτός όμως από τις προηγούμενες παρεχόμενες υπηρεσίες (που απευθύνονται κυρίως σε ιδιώτες), η Eurobank, όπως και οι περισσότερες Ελληνικές τράπεζες που διαθέτουν δίκτυα ηλεκτρονικής τραπεζικής, προσφέρει τις εξής ηλεκτρονικές υπηρεσίες για τις επιχειρήσεις:

- ✚ Ενημέρωση για τα υπόλοιπα και τις κινήσεις των εταιρικών λογαριασμών, καρτών και δανείων.
- ✚ Ενημέρωση σχετικά με την κατάσταση των επιταγών της εταιρείας, για ιστορικά τους στοιχεία, για πληροφορίες κατάθεσης επιταγών στη Eurobank και σε άλλες τράπεζες, καθώς και για επιταγές που έχει η εταιρεία προσκομίσει στην τράπεζα με σκοπό την ενεχυρίασή τους.
- ✚ Ενημέρωση σχετικά με τα στοιχεία των εγγυητικών επιστολών που έχει εκδώσει η τράπεζα στην εταιρεία.
- ✚ Ενημέρωση για τις εμπορικές κινήσεις της εταιρείας μέσω “POS” (ισχύει για εμπορικούς συνεργάτες της Eurobank Cards).
- ✚ Δυνατότητα μεταφοράς χρημάτων σε λογαριασμούς της Eurobank και άλλων Τραπεζών, στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.
- ✚ Δυνατότητα πληρωμής/αποπληρωμής των δανείων της εταιρείας.

- ✚ Δυνατότητα πληρωμής του ΦΠΑ, του ΙΚΑ, των λογαριασμών ΔΕΚΟ, των εταιρειών τηλεφωνίας, των ασφαλιστικών εταιριών καθώς και άλλων εταιρειών που προαναφέραμε.
- ✚ Δυνατότητα εκτέλεσης ομαδικών πληρωμών (π.χ. στους προμηθευτές της εταιρείας).
- ✚ Δυνατότητα πληρωμής της μισθοδοσία της εταιρείας.
- ✚ Δυνατότητα παρακολούθησης της συνεδρίασης του Χ.Α.Α. και ενημέρωσης σχετικά με χρηματοοικονομικά νέα της αγοράς

Σχετική ιστοσελίδα:

<https://www.eurobank.gr/europortal/login.asp?mid=502&lang=gr>

4.2.3. Τράπεζα Πειραιώς (Winbank)

- ✚ Η υλοποίηση του εναλλακτικού καναλιού της ηλεκτρονικής τραπεζικής της τράπεζας Πειραιώς, αποτελεί έναν αυτόνομο τόπο (ιστοσελίδα) στο διαδίκτυο, αποκλειστικά διαμορφωμένο για τις ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες (e-banking).

Σημειώνεται πως η τράπεζα Πειραιώς, καινοτομώντας, το 2000 εισήγαγε την πρώτη ολοκληρωμένη πλατφόρμα ηλεκτρονικών υπηρεσιών (internet banking, phone banking, mobile banking) στην Ελληνική τραπεζική αγορά, με το ξεχωριστό όνομα "Winbank". Αναλυτικά, οι προσφερόμενες ηλεκτρονικές υπηρεσίες για τους ιδιώτες είναι οι εξής:

1. Διαχείριση λογαριασμών

- ✚ Εμφάνιση/Ανάλυση υπολοίπων και κινήσεων λογαριασμών.
- ✚ Αποστολή των κινήσεων λογαριασμών μέσω ταχυδρομείου και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail).
- ✚ Προβολή αναλυτικών στοιχείων του λογαριασμού.
- ✚ Εμφάνιση των επιτοκίων χορηγήσεων/καταθέσεων.
- ✚ Ενημέρωση για το διεθνή αριθμό λογαριασμού (IBAN).

2. Διαχείριση καρτών

- ✚ Εμφάνιση υπολοίπων και κινήσεων πιστωτικών καρτών.
- ✚ Άμεση εμφάνιση και εκτύπωση των μηνιαίων λογαριασμών.
- ✚ Αποστολή των μηνιαίων λογαριασμών μέσω ταχυδρομείου και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail).
- ✚ Παροχή αναλυτικών στοιχείων των πιστωτικών καρτών.
- ✚ Δυνατότητα άμεσης πληρωμής ή πληρωμής σε μελλοντική ημερομηνία.

3. Διαχείριση δανείων

- ✚ Συνολική απεικόνιση των δανείων.
- ✚ Παροχή αναλυτικών στοιχείων των δανείων.
- ✚ Δυνατότητα πληρωμής δόσεων.

4. Διαχείριση επιταγών

- ✚ Δυνατότητα παραγγελίας βιβλιαρίου.
- ✚ Παροχή αναλυτικών στοιχείων και παρακολούθηση επιταγών.
- ✚ Αναζήτηση ανά αριθμό/σελίδα επιταγής και χρονική περίοδο.
- ✚ Καταχώρηση στοιχείων και επεξεργασία διαθέσιμων και ανεξόφλητων επιταγών.
- ✚ Ενημέρωση της κατάστασης (π.χ. εξοφλημένες, ακυρωμένες, ανακλημένες κ.τ.λ.).
- ✚ Ανάκληση βιβλιαρίου επιταγών.

5. Πληρωμές/Μεταφορές

- ✚ Μεταφορά χρημάτων σε λογαριασμούς του ιδίου στην τράπεζα Πειραιώς.
- ✚ Μεταφορά χρημάτων σε λογαριασμούς τρίτων στην Τράπεζα Πειραιώς.
- ✚ Μεταφορά ποσού από κάρτα Visa σε άλλη κάρτα.
- ✚ Πληρωμή πιστωτικής κάρτας άλλης τράπεζας.
- ✚ Εντολές πληρωμής τρίτων σε μελλοντική ημερομηνία.
- ✚ Εντολές εμβασμάτων.
- ✚ Καθορισμός περιοδικών πληρωμών.
- ✚ Αποθήκευση Τακτικών Πληρωμών για Άμεση Επανάληψη.
- ✚ Αλλαγή στοιχείων αποθηκευμένων εντολών πληρωμών.

- ✚ Αναβολή ή ακύρωσή αποθηκευμένων εντολών πληρωμών.
- ✚ Πάγιες ή μεμονωμένες εντολές πληρωμής ΔΕΚΟ (ΔΕΗ, ΟΤΕ, ΕΥΔΑΠ).
- ✚ Πάγιες ή μεμονωμένες εντολές πληρωμής εταιρειών τηλεφωνίας (Cosmote, Vodafone, WIND, Tellas, Q-Telecom).
- ✚ Πάγιες εντολές πληρωμής εταιρειών συνδρομητικής τηλεόρασης (Nova/Filmnet).
- ✚ Προσωρινή απενεργοποίηση και μεταβολή των πάγιων εντολών.
- ✚ Διακοπή πάγιων εντολών.
- ✚ Μεμονωμένες εντολές πληρωμής ασφαλιστικών φορέων (ALLIANZ ΑΕΓΑ, ΑΕΑΖ, ING).
- ✚ Μεμονωμένες εντολές πληρωμής (ΙΚΑ, ΦΠΑ, ΤΕΒΕ).
- ✚ Μεμονωμένη εντολή πληρωμής Φόρου Εισοδήματος Φυσικών Προσώπων.
- ✚ Ανανέωση χρόνου ομιλίας "Vodafone Refill".
- ✚ Προσφορές σε μη κυβερνητικές οργανώσεις με χρέωση του τραπεζικού λογαριασμού του πελάτη.
- ✚ Αποστολή μαζικών εμβασμάτων μέσω αρχείου (του πελάτη).
- ✚ Ιστορικό του συνόλου των πληρωμών.

6. Χρηματιστηριακές συναλλαγές

- ✚ Άμεση παρακολούθηση των τιμών των μετοχών του Χ.Α.Α.
- ✚ Άμεση αποτίμηση του χαρτοφυλακίου του πελάτη.
- ✚ Άμεση ενημέρωση για τις τιμές των μετοχών του πελάτη.
- ✚ Άμεση παρακολούθηση των Ενδοσυνεδριακών Δεδομένων του Χ.Α.Α.
- ✚ Ημερήσιο και ιστορικό γράφημα των τιμών μετοχών.
- ✚ Άμεση ενημέρωση για τις τιμές των δεικτών των διεθνών αγορών.
- ✚ Άμεση ενημέρωση για τα οικονομικά, επιχειρηματικά και χρηματιστηριακά νέα της Ελληνικής και Διεθνούς αγοράς.
- ✚ Ισοτιμίες των ξένων νομισμάτων.
- ✚ Τιμές αμοιβαίων κεφαλαίων της τράπεζας.
- ✚ Άμεση ενημέρωση για την κατάσταση (status) της εντολής.
- ✚ Συμμετοχή σε δημόσιες εγγραφές.
- ✚ Ενημέρωση για την εκτέλεση των εντολών.
- ✚ Εντολές μεταπώλησης εντολών που αγοράστηκαν μέσα στην ίδια ημέρα.

- ✚ Εντολές αγοράς μετοχών με χρέωση λογαριασμού.
- ✚ Εντολές πώλησης μετοχών με πίστωση λογαριασμού.

7. Αιτήσεις

- ✚ Σχετικά με προσωπικό καταναλωτικό δάνειο.
- ✚ Σχετικά με πιστωτική κάρτα.
- ✚ Σχετικά με καταθετικούς λογαριασμούς.
- ✚ Σχετικά με μεταφορά υπολοίπου από άλλη πιστωτική κάρτα.
- ✚ Μία επιπλέον υπηρεσία που παρέχεται στους χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι αυτή των ειδοποιήσεων (alerts), μέσω της οποίας μπορούν να πληροφορηθούν άμεσα και έγκυρα για τραπεζικές συναλλαγές που τους ενδιαφέρουν. Ειδικότερα, οι πελάτες μπορούν να ειδοποιηθούν όπου και αν βρίσκονται, μέσω α) ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail), β) γραπτού μηνύματος (sms), ή γ) τηλεφωνήματος από τραπεζικό αντιπρόσωπο για τις υπηρεσίες:
 - Û Μεταβολές του λογιστικού υπολοίπου τους.
 - Û Πιστώσεις και χρεώσεις συγκεκριμένων κινήσεων των λογαριασμών τους.
 - Û Μεταχρονολογημένες και περιοδικές εντολές πληρωμών τους.
 - Û Χρηματιστηριακές συναλλαγές και αποτίμηση του χαρτοφυλακίου τους.

Ειδικότερα, η τράπεζα Πειραιώς προσφέρει αποκλειστικά για τις επιχειρήσεις μέσω της υπηρεσίας "winbank internet business" τη δυνατότητα πολλαπλών χρηστών/υπαλλήλων της τελευταίας, οι οποίοι έχουν διαφορετικά δικαιώματα πρόσβασης στην υπηρεσία (π.χ. μόνο παρακολούθηση υπολοίπων, διενέργεια συναλλαγών μόνο μεταξύ προϊόντων της εταιρίας, προετοιμασία συναλλαγών προς ολοκλήρωση/έγκριση από άλλο χρήστη, κ.λπ.). Η δυνατότητα αυτή αφορά θέματα:

- ✚ "Διπλής" υπογραφής για κάθε συναλλαγή.
- ✚ Διαφορετικά χρηματικά όρια για κάθε είδος συναλλαγής.
- ✚ Διαφορετικά εγκριτικά επίπεδα ή επίπεδα πρόσβασης για κάθε υπηρεσία.
- ✚ Ύπαρξη ενός διαχειριστή κωδικών (Administrative ID) για κάθε εταιρεία, ο οποίος θα έχει τη δυνατότητα παρακολούθησης όλων των κινήσεων που διενεργούνται από όλους τους άλλους υπαλλήλους/χρήστες της ίδιας εταιρείας.

Σχετική ιστοσελίδα: [http:// www. winbank. gr](http://www.winbank.gr)

4.2.4 Alpha Bank

Η Alpha Bank μέσα από το κανάλι της ηλεκτρονικής τραπεζικής, προσφέρει στους πελάτες της μέσω του διαδικτύου, τις εξής υπηρεσίες:

- ✚ Μεταφορές κεφαλαίων σε συγκεκριμένη ημερομηνία, μεταξύ προδηλωμένων λογαριασμών της ίδιας τράπεζας και του ίδιου νομίσματος.
- ✚ Μεταφορές κεφαλαίων σε λογαριασμούς καταθέσεων (Ευρώ) της Alpha Bank ή άλλης τράπεζας στην Ελλάδα, που δεν έχει δηλώσει ο πελάτης στο προφίλ του.
- ✚ Μεταφορές κεφαλαίων σε λογαριασμούς καταθέσεων άλλων τραπεζών του εξωτερικού, που δεν έχει δηλώσει ο πελάτης στο προφίλ του.
- ✚ Πάγιες εντολές μεταφοράς σταθερού ποσού (σε Ευρώ) σε λογαριασμούς καταθέσεων της Alpha Bank.
- ✚ Πληρωμές οφειλών σε συγκεκριμένη ημερομηνία, που αφορούν: α) Προσωπικές πιστωτικές κάρτες εκδόσεως της Alpha Bank του ίδιου χρήστη ή τρίτων, β) Προσωπικές πιστωτικές κάρτες εκδόσεως άλλων τραπεζών της Ελλάδας, γ) Δάνεια ("Alpha Ανοικτό", "702", "Alpha Autoloan", "Alpha 1|2|3", κ.τ.λ.), δ) Οφειλές θυγατρικών εταιρειών (π.χ. Alpha Ασφαλιστική), ε) Λογαριασμούς κοινής ωφέλειας (Δ.Ε.Η., Ε.Υ.Δ.Α.Π.), στ) Δημόσιο (π.χ. Φόρος εισοδήματος φυσικών προσώπων, Φ.Π.Α., Ι.Κ.Α., Τ.Ε.Β.Ε., Τέλη κυκλοφορίας), ζ) Λογαριασμούς σταθερής και κινητής τηλεφωνίας (π.χ. Ο.Τ.Ε., Cosmote Κινητές Τηλεπικοινωνίες ΑΕ, Forthnet, Telepassport, Lannet, Voicenet, Vivodi, Tellas, Cosmoline) και η) Λοιπές εταιρείες (π.χ. Multichoice, Allianz Ζωής, κάρτες Diners, Otenet, Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων, Ing Ζωής, κ.λ.π.).
- ✚ Πληροφόρηση για τα υπόλοιπα και τις κινήσεις των προδηλωμένων λογαριασμών των πελατών (σε Ευρώ ή συνάλλαγμα) και στεγαστικών ή χορηγητικών δανείων (με δυνατότητα εξαγωγής των κινήσεων σε αρχείο τύπου Excel).
- ✚ Πληροφόρηση για τα υπόλοιπα και τις κινήσεις (τρέχουσες και μέχρι 3 παλαιότερων αντιγράφων λογαριασμού) των προδηλωμένων καρτών εκδόσεως της Alpha Bank.

- ✚ Πληροφόρηση για τα στοιχεία των βιβλιαρίων επιταγών των πελατών (φύλλα βιβλιαρίων, ακυκλοφόρητες επιταγές κ.λπ.) και την κατάσταση των επιταγών.
- ✚ Ενημέρωση για την κατάσταση των αιτήσεων που έχουν καταχωρήσει για έκδοση βιβλιαρίων επιταγών.

Οι επιπρόσθετες ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες που παρέχονται σε εταιρικούς χρήστες είναι οι εξής:

- ✚ Δύο επίπεδα χρηστών σε κάθε εταιρική συνδρομή που παρέχουν την δυνατότητα προετοιμασίας και έγκρισης των συναλλαγών πριν από την εκτέλεση τους.
- ✚ Δυνατότητα προετοιμασίας και επεξεργασίας ορισμένων τραπεζικών εργασιών (μαζικών κινήσεων για μισθοδοσίες, πληρωμές προμηθευτών, πληρωμές ΦΠΑ, ΙΚΑ και ΤΕΒΕ).
- ✚ Δυνατότητα αυξήσεως του ημερησίου ορίου μεταφορών σε "μη προδηλωμένους λογαριασμούς" στο προφίλ έως 30.000 Ευρώ.
- ✚ Δυνατότητα τοπικής αποθήκευσης στοιχείων (π.χ. κινήσεων λογαριασμού) σε αρχείο τύπου "Excel".

Σχετική ιστοσελίδα: [http:// www. alpha. gr](http://www.alpha.gr)

4.2.5. Τράπεζα Αττικής

Οι υπηρεσίες που προσφέρονται από το εναλλακτικό κανάλι της ηλεκτρονικής

- Ø Άμεση πληροφόρηση για τα υπόλοιπα και τις κινήσεις των λογαριασμών των πελατών της τράπεζας Αττικής.
- Ø Μεταφορές κεφαλαίων μεταξύ προδηλωμένων λογαριασμών των πελατών, στην τράπεζα Αττικής ή και μεταφορές κεφαλαίων από προδηλωμένο λογαριασμό των πελατών σε λογαριασμό τρίτου, που τηρείται στην τράπεζα Αττικής.
- Ø Εμβάσματα με πληρωμή σε μετρητά σε κάποιο κατάστημα της τράπεζας Αττικής.
- Ø Εμβάσματα με αυτόματη πίστωση λογαριασμού σε άλλη Τράπεζα στην Ελλάδα, η οποία συμμετέχει στο σύστημα "DIAS TRANSFER".

- Ø Εμβάσματα με πληρωμή σε μετρητά σε άλλη τράπεζα, στην Ελλάδα, η οποία συμμετέχει στο σύστημα “DIAS TRANSFER”.
- Ø Πληρωμές οφειλών πελατών που αφορούν: α) Πιστωτικές κάρτες εκδόσεως τράπεζας Αττικής, β) Πιστωτικές κάρτες εκδόσεως άλλων Ελληνικών τραπεζών, γ) Επαναφόρτιση της “Gift Card VISA”, δ) Πληρωμές οφειλών στο Δημόσιο (ΙΚΑ, ΦΠΑ, ΤΕΒΕ, ΤΣΑΥ) και ε) Πληρωμές ΤΣΜΕΔΕ (Πάγιες, εισφορές 6μηνου με ειδοποιητήριο, πληρωμές δόσεων διακανονισμού ΤΣΜΕΔΕ με ειδοποιητήριο).
- Ø Πάγιες εντολές σε λογαριασμούς κοινής ωφέλειας (ΟΤΕ, ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ, ΤΕΒΕ) μέσω του συστήματος “DIASDEBIT” και δυνατότητα ακύρωσης αυτών.
- Ø Αίτηση για την χορήγηση καρνέ επιταγών.
- Ø Ενημέρωση για τις κινήσεις και τα στοιχεία των δανείων, των προθεσμιακών καταθέσεων ή των γeros των πελατών της τράπεζα Αττικής.
- Ø Διαχείριση παραμέτρων ασφαλείας (αλλαγή password, ενεργοποίηση ή απενεργοποίηση λίστας TAN, κ.λ.π.).

Σχετική ιστοσελίδα:

https://ebanking.atticabank.gr/BOA_EBANKWeb/login.jsp

Στο σημείο αυτό σημειώνεται πως η ελληνική τραπεζική αγορά έχει πλέον διαμορφωθεί στο υφιστάμενο χρονικό σημείο ως εξής⁹:

Κεντρική Τράπεζα

- Τράπεζα της Ελλάδος

Κυριότερες Εμπορικές Τράπεζες

- Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος
- Τράπεζα Πειραιώς
- Τράπεζα Eurobank Ergasias
- Alpha Bank
- Attica Bank

Τράπεζες που έχουν κλείσει ή συγχωνευτεί

- Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος (εξαγοράστηκε από την Τράπεζα Πειραιώς)

⁹ Πίνακας Πιστωτικών Ιδρυμάτων σε λειτουργία, www.bankofgreece.gr

- Αραβοελληνική Τράπεζα
- Γενική Τράπεζα της Ελλάδος (εξαγοράστηκε από την Τράπεζα Πειραιώς)
- Εγνατία Τράπεζα (συγχωνεύθηκε με τη Marfin Bank, η οποία αργότερα έγινε Cyprus Popular Bank και το ελληνικό της τμήμα συγχωνεύθηκε με την Τράπεζα Πειραιώς)
- Ελληνική Τράπεζα (το ελληνικό της τμήμα συγχωνεύθηκε με την Τράπεζα Πειραιώς)
- Εμπορική Τράπεζα της Ελλάδος (εξαγοράστηκε από την Alpha Bank)
- Ιονική και Λαϊκή Τράπεζα (εξαγοράστηκε από την Alpha Bank)
- Λαϊκή Τράπεζα (συγχωνεύθηκε με τη Marfin Bank, η οποία αργότερα έγινε Cyprus Popular Bank και το ελληνικό της τμήμα συγχωνεύθηκε με την Τράπεζα Πειραιώς)
- Πανελλήνια Τράπεζα (εξαγοράστηκε από την Τράπεζα Πειραιώς)
- Νέα Proton Τράπεζα (εξαγοράστηκε από την Τράπεζα Eurobank Ergasias)
- Νέο Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο Ελλάδος (εξαγοράστηκε από την Τράπεζα Eurobank Ergasias)
- Τράπεζα Αθηνών (1893/1894) (συγχωνεύθηκε με την Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος)
- Τράπεζα Αθηνών (1992) (συγχωνεύθηκε με την EFG Eurobank, η οποία αργότερα έγινε Τράπεζα Eurobank Ergasias)
- Τράπεζα Εργασίας (συγχωνεύθηκε με την EFG Eurobank και έγινε EFG Eurobank Ergasias, η οποία αργότερα μετονομάστηκε σε Τράπεζα Eurobank Ergasias)
- Τράπεζα Κεντρικής Ελλάδος (συγχωνεύθηκε με την Εγνατία Τράπεζα, η οποία αργότερα έγινε Cyprus Popular Bank και το ελληνικό της τμήμα συγχωνεύθηκε με την Τράπεζα Πειραιώς)
- Τράπεζα Κρήτης (1898/1899)
- Τράπεζα Κρήτης (1980) (συγχωνεύθηκε με την EFG Eurobank, η οποία αργότερα έγινε Τράπεζα Eurobank Ergasias)
- Τράπεζα Κύπρου (το ελληνικό της τμήμα συγχωνεύθηκε με την Τράπεζα Πειραιώς)
- Τράπεζα Μακεδονίας-Θράκης (εξαγοράστηκε από την Τράπεζα Πειραιώς)
- Τράπεζα Χίου (συγχωνεύθηκε με την Τράπεζα Πειραιώς)
- Τράπεζα Millennium Bank (εξαγοράστηκε από την Τράπεζα Πειραιώς)
- Τράπεζα Probank (εξαγοράστηκε από την Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος)
- Ωμέγα Τράπεζα (εξαγοράστηκε από την Proton Bank)
- FBB Πρώτη Επιχειρηματική Τράπεζα (εξαγοράστηκε από την Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος)
- Marfin Egnatia Bank (έγινε Cyprus Popular Bank και το ελληνικό της τμήμα συγχωνεύθηκε με την Τράπεζα Πειραιώς)
- T Bank (απορροφήθηκε από το Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο)
- Citibank international (εξαγοράστηκε από την Alpha Bank)

Με ανάλογο τρόπο τα πληροφοριακά συστήματα, ολοκληρωμένα και μη, που στηρίζουν τις ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες, ακολούθησαν τις εμπορικές συμφωνίες και συγχωνεύθηκαν ή λειτουργούν ταυτόχρονα κάτω από την εποπτεία της κυρίαρχης τράπεζας σε κάθε εξαγορά ή συγχώνευση. Είναι γεγονός πως οι προαναφερθείσες αλλαγές ανάμεσα στα πολυάριθμες θετικές και αρνητικές

επιπτώσεις που έχουν στον τραπεζικό κλάδο στην Ελλάδα, είχαν θετικό αποτέλεσμα στην αύξηση της εμπιστοσύνης στο τραπεζικό σύστημα. Μιας εμπιστοσύνης που αποτελεί απαραίτητο συστατικό για την πλήρη αυτοματοποίηση των τραπεζικών συναλλαγών μέσω διαδικτύου.

4.3. Μια σύντομη ιστορική αναδρομή της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking)

Η πρώτη τράπεζα που προσέφερε στους πελάτες της, την πρώτη ηλεκτρονική τραπεζική υπηρεσία ήταν η Wells Fargo Bank το 1990 στις Η.Π.Α. και η ίδια το 1994 ήταν η πρώτη τράπεζα στον κόσμο που παρείχε ηλεκτρονικές υπηρεσίες μέσω διαδικτύου. Βέβαια, οι τραπεζικές υπηρεσίες που παρείχε ήταν σε αρχικό στάδιο, αυτό της προβολής των λογαριασμών των πελατών. Την ίδια χρονιά, η Security First Network Bank ήταν η πρώτη τράπεζα που έδινε τη δυνατότητα στους πελάτες της να πραγματοποιήσουν μεταφορές χρημάτων. Το 1999, η Net.B@know ήταν η πρώτη κερδοφόρος πλήρως διαδικτυακή τράπεζα του κόσμου, ανοίγοντας 54.000 λογαριασμούς πελατών στις Η.Π.Α. και σε άλλες 20 χώρες (Αγγέλης, 2005).

4.4. Συγκριτική αξιολόγηση ελληνικών τραπεζών με τράπεζες του εξωτερικού

Η ποιότητα των ιστοσελίδων των τραπεζών, και ειδικότερα των δικτυακών τόπων που παρέχουν τις ηλεκτρονικές τραπεζικές εργασίες (e-banking links) είναι καθοριστικός παράγοντας αξιολόγησης των τραπεζικών ιδρυμάτων, όσον αφορά την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών στο διαδίκτυο. Οι χρήστες των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής, δηλαδή οι πελάτες των εικονικών καταστημάτων των τραπεζών, αξιολογούν τους δικτυακούς τόπους των τραπεζών (ιστοσελίδες ηλεκτρονικής τραπεζικής) με βάση τα εξής χαρακτηριστικά (Ενωση Ελλήνων Τραπεζών, 2003):

1. Ασφάλεια ατομικών πληροφοριών
2. Ασφάλεια συναλλαγών
3. Ευκολία χρήσης

4. Κατανοητή πληροφόρηση
5. Ευκολία εκμάθησης
6. Εκπλήρωση υποσχέσεων
7. Ακριβής πληροφόρηση
8. Ευκολία πλοήγησης
9. Αξιόπιστη πληροφόρηση
10. Διευκόλυνση επικοινωνίας
11. Επάρκεια ιστοσελίδας (site)
12. Επίκαιρη πληροφόρηση
13. Αλληλεπίδραση
14. Θετική εμπειρία
15. Σχετική πληροφόρηση
16. Επαρκής πληροφόρηση
17. Εξατομίκευση ιστοσελίδας (site)
18. Σωστή παρουσίαση πληροφόρησης
19. Ελκυστική εμφάνιση
20. Καταλληλότητα σχεδιασμού
21. Καλή φήμη ιστοσελίδας (site)
22. Συμμετοχή σε κοινότητα

Τα παραπάνω χαρακτηριστικά είναι ταξινομημένα ιεραρχικά σύμφωνα με τη βαρύτητα που τους έδωσαν οι πελάτες που ερωτήθηκαν, σε μια έρευνα¹⁰ που πραγματοποίησε η Ένωση Ελλήνων Τραπεζών τον Απρίλιο του 2003.

Όπως είναι εμφανές τον πιο σημαντικό ρόλο για τους πελάτες διαδραματίζει η ασφάλεια των ατομικών τους στοιχείων, η οποία είναι σημαντικότερη και από την

¹⁰ Έρευνα του εργαστηρίου Πολυμέσων Επικοινωνίας και Μάρκετινγκ του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

ασφάλεια των συναλλαγών στο διαδίκτυο. Στη συγκεκριμένη έρευνα οι ερωτηθέντες Έλληνες χρήστες των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής, φαίνεται να προτιμούν τις Ελληνικές τράπεζες σε σχέση με τις τράπεζες του εξωτερικού (Ευρώπη, Αμερική) και να θεωρούν τις ιστοσελίδες των πρώτων καλύτερες στα περισσότερα από τα παραπάνω χαρακτηριστικά.

<u>ΣΗΜΕΙΑ ΥΠΕΡΟΧΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ</u>	<u>ΣΗΜΕΙΑ ΥΠΕΡΟΧΗΣ ΞΕΝΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ</u>
<ul style="list-style-type: none"> Ø Ευκολία εκμάθησης Ø Ευκολία πλοήγησης Ø Ευκολία χρήσης Ø Ελκυστική εμφάνιση Ø Θετική εμπειρία Ø Αξιόπιστη πληροφόρηση Ø Σχετική πληροφόρηση Ø Κατανοητή πληροφόρηση 	<ul style="list-style-type: none"> Û Επίκαιρη πληροφόρηση¹¹ Û Εξατομίκευση ιστοσελίδας (site)¹² Û Αίσθηση συμμετοχής σε κοινότητα¹³

Βέβαια, θα πρέπει να λάβουμε σοβαρά υπόψη το θέμα της γλώσσας, το οποίο αποτελεί σημαντικό παράγοντα αξιολόγησης από την πλευρά του πελάτη. Τα τρία χαρακτηριστικά που υπερέχουν οι ξένες τράπεζες σε σχέση με τις Ελληνικές αποτελούν σημαντικά στοιχεία διαφοροποίησης του σύγχρονου μάρκετινγκ. Για να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα οι Ελληνικές τράπεζες, θα πρέπει να βελτιώσουν ή να σχεδιάσουν από την αρχή αυτά τα χαρακτηριστικά, προσφέροντας έτσι στους πελάτες τους καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών. Αξίζει να σημειώσουμε ότι οι ξένες τράπεζες είναι περισσότερο προσανατολισμένες στο λεγόμενο "ηλεκτρονικό μάρκετινγκ" και ανταποκρίνονται καλύτερα στις συνεχώς μεταβαλλόμενες απαιτήσεις των πελατών τους. Όσο περισσότερο εξοικειώνονται και οι Έλληνες

¹¹ εξαρτάται από τη συχνότητα ανανέωσης των πληροφοριών της που διαπιστώνει ο επισκέπτης της.

¹² εξαρτάται από τη δυνατότητα που διαθέτει να προσαρμόζεται στις απαιτήσεις των πελατών της.

¹³ εξαρτάται από: α) την παροχή διευκολύνσεων επικοινωνίας μεταξύ των επισκεπτών (ανακοινώσεις, νέα, συζητήσεις κ.λπ.), β) την οργάνωσή τους σε ομάδες δραστηριοποίησης (κοινά χόμπι, μοίρασμα πληροφοριών κ.λπ.) και γ) την ανάπτυξη αισθήματος υπεροχής ή υπερηφάνειας από τη συμμετοχή σε κάποια ομάδα (club).

χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής με το διαδίκτυο και τις ηλεκτρονικές συναλλαγές, τόσο περισσότερο θα καθίσταται αναγκαία η εφαρμογή του "ηλεκτρονικού μάρκετινγκ" και από τις Ελληνικές τράπεζες.

Στατιστικά, η Ευρώπη είναι αυτή που κυριαρχεί στην ηλεκτρονική τραπεζική με τη Μεγάλη Βρετανία και τη Γερμανία να ηγούνται στον αριθμό χρηστών αλλά και στις τεχνολογικές υποδομές. Παρακάτω ακολουθεί ένα αναλυτικό γράφημα που αποτυπώνει τον αριθμό των πελατών ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking) ανά τον κόσμο. Αξίζει να παρατηρήσουμε ότι από το 2000 που οι χρήστες ήταν μόλις 18,6 εκατομμύρια στην Ευρώπη, το 2004 πλησίασαν τα 58 εκατομμύρια. Αντίστοιχη θεαματική αύξηση υπήρξε και στην Αμερική (Η.Π.Α.), την Ιαπωνία, την Ασία αλλά και στις υπόλοιπες χώρες του κόσμου.

4.5. Εξελίξεις και προοπτικές της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking)

Κάθε τεχνολογία όσο απλουστευμένη και να είναι για το ευρύ κοινό, απαιτεί κάποιο σημαντικό χρόνο για να την αφομοιώσει. Αρκεί να αναφέρουμε ότι για την περίπτωση των "ATM" s" το χρονικό διάστημα που απαιτήθηκε για την εξοικείωση των πελατών με αυτά ήταν περίπου 5-6 χρόνια (Περιοδικό ΧΡΗΜΑ, Τεύχος 299, 2004). Στην περίπτωση των υπόλοιπων μορφών της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking, phone banking, mobile banking), είναι σίγουρο λόγω της μεγαλύτερης πολυπλοκότητάς τους, ότι θα χρειασθεί περισσότερος χρόνος για να προσαρμοστούν οι πελάτες σε αυτά.

Όπως αναφέραμε στην προηγούμενη ενότητα, οι προσφερόμενες ηλεκτρονικές υπηρεσίες από τις Ελληνικές τράπεζες δεν υπολείπονται των υπηρεσιών που προσφέρουν οι τράπεζες του εξωτερικού, τουλάχιστον στα κύρια χαρακτηριστικά τους. Οι προοπτικές της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking) είναι ιδιαίτερα ευοίωνες αλλά για να υλοποιηθούν αυτές οι προβλέψεις στο μέλλον θα πρέπει: α) Η εξοικείωση και η προσαρμογή των χρηστών στις νέες τεχνολογίες να είναι ταχύτερη και να αποκτήσουν περισσότερη εμπιστοσύνη και αίσθημα ασφάλειας στον χώρο του διαδικτύου και β) Να υπάρξει δέσμευση από την διοίκηση των τραπεζικών

ιδρυμάτων, για ένταξη των εναλλακτικών δικτύων (δίκτυα ηλεκτρονικής τραπεζικής) στην συνολική στρατηγική μάρκετινγκ του οργανισμού.

Είναι φυσικό πως όσο θα περνούν τα χρόνια, θα ωριμάζουν ολοένα και περισσότερο οι υπάρχουσες τεχνολογίες αλλά και θα δημιουργούνται νέες οι οποίες θα συμπληρώνουν ή θα ανατρέπουν τις παλιές. Το κοινό θα πρέπει να προσπαθεί να ακολουθεί αυτήν την ανάπτυξη και να εξοικειώνεται με τις εφαρμογές στην ηλεκτρονική τραπεζική. Από τώρα σταδιακά έχει αρχίσει η σύγκλιση των τεχνολογιών (κινητή τηλεφωνία, διαδίκτυο, ATM' s, τηλεόραση) και αναμένεται να ολοκληρωθεί τα επόμενα χρόνια, παρέχοντας στους χρήστες μεγαλύτερη ευκολία ευκολότερη πρόσβαση. Αν σκεφτούμε τον αριθμό των κινητών τηλεφώνων που υπάρχουν στον πλανήτη (που είναι υπερδιπλάσια από αυτά των προσωπικών υπολογιστών) βλέπουμε τις τεράστιες δυνατότητες που διαφαίνονται από τη χρήση αυτών και στον τομέα της ηλεκτρονικής τραπεζικής (mobile banking). Ακόμη, η ψηφιακή τηλεόραση η οποία αρχίζει σταδιακά να εξαπλώνεται (πολύ πιο αργά στην Ελλάδα), στη Μεγάλη Βρετανία καλύπτει το 14% των νοικοκυριών και προβλέπεται να αποτελέσει στο μέλλον ένα επιπλέον εναλλακτικό τραπεζικό κανάλι. Στο μέλλον, οι "έξυπνες κάρτες" θα εξαπλωθούν στην αγορά και θα χρησιμοποιούνται από την πλειονότητα των χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής, διευκολύνοντάς τους και αυξάνοντας την ασφάλειά τους. Η μεγάλη όμως επανάσταση στο χώρο της ηλεκτρονικής τραπεζικής, αναμένεται να είναι η διατραπεζική μεταφορά κεφαλαίων σε πραγματικό χρόνο. Στην Ελλάδα, όπως έχουμε αναφέρει σε προηγούμενα κεφάλαια, χρησιμοποιείται το σύστημα "DIASTRANFER" για μεταφορές κεφαλαίων μεταξύ τραπεζών, το οποίο όμως δεν εκτελεί τις συγκεκριμένες εντολές άμεσα, αλλά μετά από κάποιες ημέρες. Στο μέλλον, οι χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, θα έχουν τη δυνατότητα να μεταφέρουν κεφάλαια σε λογαριασμούς δικαιούχων άλλων τραπεζών άμεσα, σε πραγματικό χρόνο (real-time payments) και χωρίς επιπλέον καθυστερήσεις. Με αυτόν τον τρόπο ο αριθμός των ηλεκτρονικών πληρωμών θα αυξηθεί κατακόρυφα και η ευκολία και άνεση των πελατών θα μεγιστοποιηθεί (Ενωση Ελληνικών Τραπεζών, 2003). Επίσης, προβλέπεται ότι οι τράπεζες στο μέλλον θα υιοθετήσουν ένα διαφορετικό μοντέλο λειτουργίας, με βάση το οποίο 1) Θα τμηματοποιούν περισσότερο την αγορά στην οποία απευθύνονται, 2) Θα προσφέρουν ολοκληρωμένες λύσεις για κάθε τμήμα της αγοράς που απευθύνονται, 3) Θα μετατραπούν τα υποκαταστήματα από κέντρα συναλλαγών (σήμερα) σε

συμβουλευτικά κέντρα για τους πελάτες (μέλλον) και 4) Θα προτρέπουν τους πελάτες τους να χρησιμοποιούν το φθηνότερο κανάλι για τις καθημερινές συναλλαγές τους όπως το διαδίκτυο (Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, 2003).

Συμπερασματικά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι στόχος όλων των τραπεζών στο μέλλον είναι να αυξήσουν την χρησιμοποίηση των εναλλακτικών καναλιών τους (internet banking, phone banking, mobile banking) από τους πελάτες, σε τέτοιο βαθμό ώστε να δημιουργηθεί μια κρίσιμη μάζα. Για να γίνει αυτό και για να αυξήσουν οι χρήστες τις ηλεκτρονικές συναλλαγές (μειώνοντας ταυτόχρονα τις συναλλαγές στα υποκαταστήματα) θα πρέπει να εκπαιδευτεί κατάλληλα το προσωπικό των τραπεζών ώστε να προωθεί τις ηλεκτρονικές συναλλαγές στο κοινό. Επίσης, οι ιστοσελίδες των τραπεζών θα πρέπει συνεχώς να βελτιώνονται και να ανασχεδιάζονται τόσο σε επίπεδο λειτουργικότητας όσο και σε επίπεδο ασφάλειας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Νομικό και κανονιστικό πλαίσιο του e-banking

5.1. Εισαγωγικά στοιχεία

Όπως πολλές φορές τονίσαμε στα προηγούμενα κεφάλαια, η ασφάλεια των συναλλαγών και των προσωπικών δεδομένων των χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω διαδικτύου (internet banking), είναι μείζονος σημασίας. Εκτός από τα συστήματα ασφάλειας των τραπεζών και των μέτρων προστασίας από την πλευρά του χρήστη υπάρχει ένα συγκεκριμένο νομοθετικό πλαίσιο σε σχέση με την ηλεκτρονική τραπεζική, το οποίο κατοχυρώνει ακόμη περισσότερο τον καταναλωτή.

Συγκεκριμένα, η πραγματοποίηση ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών στο διαδίκτυο, διέπεται από την ελληνική και την κοινοτική τραπεζική νομοθεσία. Το ρυθμιστικό πλαίσιο της ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω διαδικτύου, αφορά τη διασυννοριακή παροχή τραπεζικών και χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Οι κύριοι τομείς που θα αναλύσουμε στη συνέχεια και που διέπουν την ηλεκτρονική τραπεζική μέσω διαδικτύου, είναι, (Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, 2003):

- I. Η νομοθεσία για τη διεξαγωγή τραπεζικών και χρηματοοικονομικών συναλλαγών – Τραπεζική εποπτεία.
- II. Η νομοθεσία για την προστασία του καταναλωτή.
- III. Η νομοθεσία για την προστασία των προσωπικών δεδομένων.
- IV. Το ευρωπαϊκό κοινοτικό δίκαιο για την ηλεκτρονική τραπεζική.

5.2. Η τραπεζική νομοθεσία

5.2.1. Γενική τραπεζική νομοθεσία

Η ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking) υπάγεται ως τραπεζική εργασία, στην εποπτεία της Κεντρικής Τράπεζας και στις οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης περί πιστωτικών ιδρυμάτων. Συνεπώς, ορισμένες διατάξεις που αφορούν τον περιορισμό του σκοπού και των ποσοστών συμμετοχής φυσικών ή νομικών προσώπων για τα πιστωτικά ιδρύματα, ισχύουν και στην περίπτωση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Τέλος, εφαρμόζονται οι ειδικές διατάξεις σχετικά με τη δημοσιοποίηση οικονομικών αποτελεσμάτων (π.χ. λογιστικές καταστάσεις). Η εποπτεία από την κεντρική τράπεζα

περιλαμβάνει τον ορισμό των ιδίων κεφαλαίων των πιστωτικών ιδρυμάτων (ΠΔ/ΤΕ 2053/1992), τον έλεγχο φερεγγυότητας (ΠΔ/ΤΕ 2054/1992), τον έλεγχο ρευστότητας, τον έλεγχο κεφαλαιακής επάρκειας (ΠΔ/ΤΕ 2397/1996), τον έλεγχο συγκέντρωσης κινδύνων (ΠΔ/ΤΕ 2246/1993) και του συστήματος εσωτερικού ελέγχου των τελευταίων (ΠΔ/ΤΕ 2438/1998). Επίσης, η οδηγία 2000/31 που αφορά το ηλεκτρονικό εμπόριο (ενσωματώθηκε στο ελληνικό δίκαιο με το προεδρικό διάταγμα 131/2003) ρυθμίζει τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής (Σινανιώτη, 2005). Ειδικότερα η εν λόγω οδηγία εισάγει την αρχή του "κράτους προέλευσης" και αναφέρει ότι: "ο τόπος εγκατάστασης εταιρείας που παρέχει υπηρεσίες μέσω διεύθυνσης (site) του διαδικτύου, δεν οφείλει να βρίσκεται εκεί που είναι η τεχνολογία που υποστηρίζει την εν λόγω διεύθυνση, ούτε εκεί που παρέχεται πρόσβαση στην εν λόγω διεύθυνση, αλλά εκεί που ασκεί την οικονομική της δραστηριότητα" (Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, 2003).

Θα πρέπει να αναφέρουμε ότι και για την ηλεκτρονική τραπεζική εφαρμόζεται ο νόμος 2076/1992 που αφορά τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και ο νόμος 2396/1996 που αφορά τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες. Φυσικά, όπως σε όλες τις περιπτώσεις, έτσι και στην περίπτωση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, εφαρμόζονται οι διάφορες νομοθετικές ρυθμίσεις που εκδίδονται κατά καιρούς, είτε από τον Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος, είτε από την επιτροπή κεφαλαιαγοράς. Ακόμη, για την εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές είναι σε ισχύ η οδηγία της Ευρωπαϊκής Ένωσης 2002/65/ΕΚ. Η τελευταία η οποία υπάγεται στο κοινοτικό δίκαιο, όταν ενσωματωθεί στο ελληνικό δίκαιο, θα παρέχει μια ολοκληρωμένη προστασία στον καταναλωτή σχετικά με τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες.

Τέλος, πρέπει να επισημάνουμε ότι η τράπεζα της Ελλάδος είναι αρμόδια για την εφαρμογή από όλα τα πιστωτικά ιδρύματα, των διατάξεων του νόμου 2331/95, ο οποίος αφορά την πρόληψη και την καταστολή της νομιμοποίησης των εσόδων από εγκληματικές πράξεις. Επίσης, με τον νόμο 2655/98 η Ελλάδα έχει επικυρώσει την Ευρωπαϊκή σύμβαση για το ξέπλυμα, την έρευνα, την κατάσχεση και τη δήμευση των προϊόντων, τα οποία προέρχονται από εγκληματικές πράξεις.

5.2.2. Νομοθεσία σχετικά με τις ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω διαδικτύου

Οι ηλεκτρονικές πληρωμές, δηλαδή οι συναλλαγές που πραγματοποιούνται ηλεκτρονικά και ανεξάρτητα από τα μέσα που χρησιμοποιούνται, χωρίζονται στις εξής κατηγορίες: 1) Πληρωμές μέσω πιστωτικών καρτών (με χρέωση της κάρτας του πελάτη), 2) Απευθείας πίστωση ενός λογαριασμού με ταυτόχρονη μεταφορά σε

άλλους λογαριασμούς (π.χ. πάγιες εντολές εξόφλησης λογαριασμών), 3) Απευθείας χρέωση του λογαριασμού του χρήστη, με χρήση αριθμού ή χρεωστικής κάρτας, 4) Πληρωμές μέσω προπληρωμένων καρτών και 5) Πληρωμές μέσω ειδικών υλών πληρωμών (Συρμακέζης, “Όλα όσα θέλατε να μάθετε για τις ηλεκτρονικές πληρωμές και εισπράξεις”, 2003). Όσον αφορά το νομικό πλαίσιο αυτών των ηλεκτρονικών πληρωμών στην ηλεκτρονική τραπεζική μέσω διαδικτύου (internet banking), εφαρμόζεται ο νόμος 2789/2000, ο οποίος έχει ενσωματώσει την κοινοτική οδηγία 98/26. Επίσης, το θεσμικό πλαίσιο για τις διασυνοριακές πληρωμές, το ρυθμίζει το προεδρικό διάταγμα 33/2000, το οποίο ακολουθεί την οδηγία 97/5 για τις διασυνοριακές πληρωμές μέχρι 50.000 ευρώ. Το παραπάνω θεσμικό πλαίσιο ολοκληρώνεται με τον κανονισμό 2560/2001, ο οποίος διασφαλίζει τη διαφάνεια των εξόδων που επιβάλλονται αλλά και την ευθυγράμμιση του ύψους των συναλλαγών εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Σινανιώτη, 2005).

Τέλος, ως προς την διεκπεραίωση οικονομικών συναλλαγών με ιδρύματα ηλεκτρονικού χρήματος, είναι σε ισχύ ο νόμος 3148/2003, ο οποίος έχει ενσωματώσει τις κοινοτικές οδηγίες 2000/46 και 2000/28 που αφορούν το ηλεκτρονικό χρήμα.

5.3. Η νομοθεσία για την προστασία του καταναλωτή

Για την προστασία των καταναλωτών στην παροχή τραπεζικών υπηρεσιών και από φυσικά αλλά και από εναλλακτικά δίκτυα (internet banking), εφαρμόζεται ο νόμος 2251/94. Ειδικότερα στην περίπτωση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, πρέπει τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα να συμμορφώνονται με τις διατάξεις για τις καταχρηστικές ρήτρες συμβάσεων με τους πελάτες τους, αλλά και με τις διατάξεις για την παραπλανητική διαφήμιση. Ειδικά για τις προσφερόμενες υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω διαδικτύου (internet banking), κατευθυντήριες γραμμές δίνει το άρθρο 4 του προαναφερθέντος νόμου, το οποίο ενσωματώνει την κοινοτική οδηγία 97/7 σχετικά με τις εξ' αποστάσεως συμβάσεις (διαδικτυακές συναλλαγές). Οι ηλεκτρονικές συμβάσεις που καταρτίζονται στο διαδίκτυο είναι είτε συμβάσεις προσχωρήσεως είτε συμβάσεις με γενικούς όρους συναλλαγών (Γ.Ο.Σ.), οι οποίοι έχουν διατυπωθεί εκ των προτέρων. Αυτοί οι όροι θα πρέπει να εμφανίζονται σε εμφανές μέρος του εγγράφου της σύμβασης, να είναι ευανάγνωστοι και να είναι διατυπωμένοι στην Ελληνική αλλά και στην αγγλική γλώσσα.

Τέλος, όσον αφορά τη διαφήμιση στο διαδίκτυο και στο ηλεκτρονικό εμπόριο, εφαρμόζεται ο νόμος 2251/1994 ο οποίος απαγορεύει κάθε αθέμιτη και παραπλανητική διαφήμιση.

5.4. Η νομοθεσία για την προστασία των προσωπικών δεδομένων

Το ζήτημα της προστασίας των προσωπικών δεδομένων των καταναλωτών είναι ιδιαίτερα σημαντικό για την προστασία των θεμελιωδών δικαιωμάτων τους, ελευθεριών τους αλλά και της ίδιας τους της ιδιωτικής ζωής. Το νομικό πλαίσιο που θωρακίζει τα προσωπικά δεδομένα των καταναλωτών, διέπεται από τον Ελληνικό νόμο 2472/1997 αλλά και από διεθνείς συμβάσεις, όπως την "Οικουμενική διακήρυξη των Δικαιωμάτων του ανθρώπου" του ΟΗΕ (1948), το "Διεθνές Σύμφωνο Ατομικών και Πολιτικών Δικαιωμάτων" και τη "Σύμβαση της Ρώμης" για την προάσπιση των δικαιωμάτων και των θεμελιωδών ελευθεριών του ατόμου (1950).

Ακόμη, οι οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης που ολοκληρώνουν το νομοθετικό πλαίσιο της προστασίας των προσωπικών δεδομένων του καταναλωτή είναι οι εξής:

1. Η κοινοτική οδηγία 95/46/EK αποτελεί τη βάση για την προστασία των καταναλωτών και την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών (ο προαναφερθέντας νόμος 2472/1997 ενσωμάτωσε αυτή την οδηγία).

2. Η κοινοτική οδηγία 97/66/EK αποσκοπεί στην εναρμόνιση όλων των κρατών μελών, με στόχο να επιτευχθεί ένα ίδιο επίπεδο προστασίας των θεμελιωδών δικαιωμάτων των πολιτών τους και ειδικότερα στον τομέα των τηλεπικοινωνιών (στην Ελλάδα ενσωματώθηκε στο νόμο 2774/99).

3. Η κοινοτική οδηγία 2002/58/EK είναι η πιο πρόσφατη, και αφορά την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες. Στην περίπτωση της ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω διαδικτύου, αποκτά ιδιαίτερη σημασία η απαγόρευση να διαβιβάζονται δεδομένα σε τρίτες χώρες (εκτός Ε.Ε.), οι οποίες δεν παρέχουν "ικανοποιητικό επίπεδο προστασίας" (άρθρο 9 του νόμου 2472/97). Η απαγόρευση μπορεί να αρθεί στην περίπτωση που η Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα, κρίνει ότι το επίπεδο της παρεχόμενης προστασίας στην Τρίτη χώρα, είναι ικανοποιητικό (Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, 2003).

5.5. Το Ευρωπαϊκό κοινοτικό δίκαιο για την ηλεκτρονική τραπεζική.

Το ρυθμιστικό πλαίσιο για την ηλεκτρονική τραπεζική στο Ευρωπαϊκό κοινοτικό δίκαιο έχει τους εξής στόχους:

- 👉 Να δημιουργήσει ένα συνεκτικό κανονιστικό πλαίσιο που θα εξασφαλίσει την άρτια παροχή ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών, αποφεύγοντας τις εθνικές νομοθετικές αποκλίσεις.
- 👉 Να διασφαλίσει τη συνοχή μεταξύ της νομοθεσίας για τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Το Ευρωπαϊκό κοινοτικό δίκαιο για την ηλεκτρονική τραπεζική, αποτελείται από αρκετές οδηγίες, οι οποίες είναι ταξινομημένες σε 3 θεματικές ενότητες¹⁴:

1. Σε αυτήν την ενότητα εντάσσονται οι οδηγίες που αφορούν την ανάληψη και άσκηση δραστηριοτήτων ηλεκτρονικής τραπεζικής από τα κοινοτικά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Ειδικότερα υπάρχουν οι εξής οδηγίες:

-Η βασική τραπεζική οδηγία 2000/12/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με την ανάληψη και άσκηση δραστηριότητας πιστωτικών ιδρυμάτων.

-Η οδηγία 2000/28/EK η οποία τροποποιεί την προηγούμενη.

-Η οδηγία 2000/46/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την ανάληψη, την άσκηση και την προληπτική εποπτεία των δραστηριοτήτων των ιδρυμάτων ηλεκτρονικού χρήματος.

2. Σε αυτήν την ενότητα εντάσσονται οι οδηγίες που αφορούν την κοινωνία της πληροφορίας και την εξ' αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Ειδικότερα υπάρχουν οι εξής οδηγίες:

-Η οδηγία πλαίσιο 2000/31/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για κάποιες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της κυκλοφορίας και ιδιαίτερα του ηλεκτρονικού εμπορίου.

-Η οδηγία 2002/65/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με την εξ' αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές.

-Η οδηγία 1999/93/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σε σχέση με τις ηλεκτρονικές υπογραφές. -Η οδηγία 98/48/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, που τροποποιεί την οδηγία 98/34/EK και αφορά την καθιέρωση μιας διαδικασίας πληροφόρησης στον τομέα των προτύπων και των προδιαγραφών.

3. Σε αυτήν την ενότητα εντάσσονται κοινοτικές πράξεις που αφορούν την διενέργεια πληρωμών στο ηλεκτρονικό εμπόριο, και συνοπτικά είναι οι παρακάτω:

-Η σύσταση 97/489/EK της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σχετικά με τις συναλλαγές που πραγματοποιούνται με μέσα ηλεκτρονικών πληρωμών. -Ο κανονισμός 2560/2001/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, ο οποίος αφορά τις διασυνοριακές πληρωμές (σε Ευρώ).

-Η απόφαση-πλαίσιο 2001/413/ΔΕΥ του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου για την καταπολέμηση της απάτης και της πλαστογραφίας.

¹⁴ Γκόρτσος, “Το ευρωπαϊκό κοινοτικό δίκαιο για την ηλεκτρονική τραπεζική”, 2003

5.6. Οι ηλεκτρονικές υπογραφές σε Ευρωπαϊκό και Ελληνικό δίκαιο

Όπως αναφέραμε σε προηγούμενο κεφάλαιο, οι ηλεκτρονικές (ή ψηφιακές) υπογραφές αποσκοπούν στη δήλωση και εξασφάλιση της ταυτότητας του χρήστη (ή αντισυμβαλλομένου) σε ένα ανοικτό δίκτυο, όπως το διαδίκτυο ή με απλά λόγια είναι μια μέθοδος απόδειξης της γνησιότητας. Εδώ θα πρέπει να διευκρινίσουμε ότι η ηλεκτρονική υπογραφή έχει ποικίλες μορφές, όπως τη βιομετρική υπογραφή ή τη ψηφιακή υπογραφή. Με άλλα λόγια, η ψηφιακή υπογραφή είναι μία μέθοδος ηλεκτρονικών υπογραφών και μάλιστα θεωρείται η πιο προηγμένη και ασφαλής μεταξύ των μεθόδων αναγνώρισης της γνησιότητας ενός εκδότη ηλεκτρονικού εγγράφου. Για να διασφαλιστεί λοιπόν, η ασφάλεια των χρηστών σε μια ηλεκτρονική σύμβαση όταν χρησιμοποιούν ηλεκτρονικές υπογραφές, έχει θεσπιστεί ένα ολόκληρο νομικό πλαίσιο.

Πιο συγκεκριμένα, η *οδηγία 1999/93/EK* έθεσε τις βάσεις για τη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου ρυθμιστικού πλαισίου σχετικά με τις ηλεκτρονικές υπογραφές στα κράτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η σημαντικότερη συνεισφορά της, συνίσταται στη νομική αναγνώριση των ηλεκτρονικών υπογραφών ως αντιστοίχων με τις ιδιότητες, εκεί που απαιτείται από τον νόμο. Στο *άρθρο 5.1.* της συγκεκριμένης οδηγίας απαριθμούνται οι προϋποθέσεις που είναι απαραίτητες για τη δημιουργία ενός ενιαίου επιπέδου ηλεκτρονικών υπογραφών μεταξύ των κρατών μελών. Στην Ελλάδα, η Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (ΕΕΤΤ) είναι υπεύθυνη να παρακολουθεί και να ρυθμίζει εκτός των άλλων, τις υπάρχουσες ηλεκτρονικές υπογραφές.

Η προσαρμογή της προηγούμενης οδηγίας στα ελληνικά δεδομένα, πραγματοποιήθηκε με την ενσωμάτωσή της στο *προεδρικό διάταγμα 150/2000* για τις ηλεκτρονικές υπογραφές. Το εν λόγω διάταγμα αναγνωρίζει στην Ελλάδα, τους ακόλουθους τύπους ηλεκτρονικών υπογραφών:

1. Τις απλές ηλεκτρονικές υπογραφές (π.χ. με ένα ψηφιακό αποτύπωμα μιας χειρόγραφης υπογραφής).
2. Τις προηγμένες ηλεκτρονικές υπογραφές οι οποίες διέπονται από τις εξής αυστηρές προϋποθέσεις: α) Η μονοσήμαντη σύνδεση της υπογραφής με τον υπογράφοντα, β) Η ικανότητά της να προσδιορίσει ειδικά και αποκλειστικά την ταυτότητα του υπογράφοντα, γ) Η δημιουργία της με μέσα του αποκλειστικού ελέγχου του υπογράφοντα και δ) Η εύκολη διαπίστωση ενδεχόμενης αλλοίωσης στα δεδομένα της εκάστοτε ψηφιακής υπογραφής.
3. Τις προηγμένες ηλεκτρονικές υπογραφές οι οποίες έχουν αναγνωρισμένο πιστοποιητικό.

5.7. Συμπεράσματα πάνω στο εφαρμοζόμενο δίκαιο

Στον Ευρωπαϊκό χώρο ισχύει ο *Κανονισμός EK/44/2001* και θα πρέπει να τονίσουμε ότι καθοριστική σημασία για την ηλεκτρονική τραπεζική μέσω διαδικτύου (internet banking), διαδραματίζει η κατοικία του εναγόμενου, ανεξάρτητα από την τοποθεσία που βρίσκεται εγκατεστημένος ο υπολογιστής. Στα *άρθρα 5.1., 5.3. και 16* του συγκεκριμένου κανονισμού αναφέρονται 3 εξαιρέσεις από τον παραπάνω κανόνα:

1. Όταν υπάρχουν διαφορές εκ συμβάσεως, αρμόδιο είναι το δικαστήριο του τόπου εκπλήρωσης της παροχής.
2. Όταν εμφανιστεί περίπτωση αδικοπραξίας, αρμόδιο είναι το δικαστήριο του τόπου όπου έλαβε χώρα το ζημιολόγο γεγονός. Φυσικά, για τις περιπτώσεις του διαδικτύου τα πράγματα είναι ιδιαίτερα δύσκολα, καθώς είναι δυνατόν να θεωρηθεί ότι κάποιο γεγονός αδικοπραξίας (π.χ. διασπορά ιού υπολογιστών από κάποια ιστοσελίδα τράπεζας) έλαβε χώρα σε όλα τα κράτη μέλη.
3. Η πιο σημαντική εξαίρεση αφορά τις συμβάσεις των καταναλωτών, αφού σύμφωνα με το *άρθρο 16* ο κάθε καταναλωτής έχει τη δυνατότητα να ασκήσει αγωγή είτε στον τόπο κατοικίας του είτε στον τόπο κατοικίας του αντισυμβαλλομένου του.

Συμπερασματικά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι για την περίπτωση της ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω διαδικτύου (internet banking), μπορεί η εν δυνάμει πελατειακή βάση να είναι παγκόσμια, εντούτοις δεν είναι εφικτό τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα να πληρούν και να συμμορφώνονται με το σύνολο των νόμων της κάθε χώρας.

Οι Ελληνικές τράπεζες οφείλουν να συμμορφώνονται με τους ελληνικούς νόμους στους 3 τομείς που αναφέραμε σε προηγούμενες ενότητες (τραπεζική νομοθεσία, προστασία καταναλωτή και προστασία προσωπικών δεδομένων) και να προσπαθούν να συμμορφώνονται με τις νομικές απαιτήσεις των χωρών προς τις οποίες απευθύνουν τα προϊόντα/υπηρεσίες τους στο εξωτερικό.

Κεφάλαιο 6: Στρατηγικές υπηρεσιών e-banking

6.1. Εισαγωγή

Όλες οι επιχειρήσεις που λειτουργούν σε περιβάλλον οξυμένου ανταγωνισμού, όπως και οι τράπεζες, συνεχώς επιδιώκουν την μείωση του κόστους τους, ώστε να παραμείνουν βιώσιμες και ανταγωνιστικές στο σημερινό διεθνοποιημένο οικονομικό περιβάλλον. Όπως στις περισσότερες επιχειρήσεις, έτσι και στα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, οι ανθρώπινοι πόροι αποτελούν το βασικό οδηγό κόστους σε κάθε



συναλλαγή, είτε είναι οικονομικής φύσεως είτε πληροφοριακής.

Θέλοντας λοιπόν, μία τράπεζα να μειώσει τα λειτουργικά της έξοδα και να αυξήσει την κερδοφορία της, παράλληλα με την

ικανοποίηση της πελατειακής της βάσης, μία στρατηγική που μπορεί να ακολουθήσει είναι αυτή της δημιουργίας εναλλακτικών δικτύων. Πιο συγκεκριμένα, μπορεί να αναπτύξει υποδομές και διαδικασίες ικανές να παρέχουν ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες στους πελάτες μέσω καναλιών όπως το διαδίκτυο, το σταθερό τηλέφωνο, το κινητό τηλέφωνο, τα ATM's, δηλαδή με άλλα λόγια να παρέχει υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking).

Θα πρέπει να τονίσουμε ότι στο παρελθόν και ειδικότερα σε χώρες της Δύσης έγιναν προσπάθειες να δημιουργηθούν εξ' ολοκλήρου διαδικτυακές τράπεζες, δηλαδή τράπεζες που να παρέχον αποκλειστικά υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής. οι περισσότερες από αυτές είτε "εξαφανίστηκαν" είτε εξαγοράστηκαν από άλλα τραπεζικά ιδρύματα που διέθεταν φυσικά δίκτυα. Ίσως λοιπόν μια παράλληλη χρησιμοποίηση φυσικών και εναλλακτικών δικτύων από έναν χρηματοπιστωτικό οργανισμό να είναι η σοφότερη επιλογή, τουλάχιστον για τα σημερινά χρόνια. Κανείς δεν είναι σε θέση να προβλέψει το μέλλον, αλλά αναμένεται να αυξηθεί με την πάροδο των χρόνων η κρίσιμη μάζα ηλεκτρονικών χρηστών που απαιτείται για την βιωσιμότητα μιας πλήρως διαδικτυακής τράπεζας. Αυτό είναι απολύτως φυσικό, καθώς οι νεότερες γενιές θα είναι περισσότερο εξοικειωμένες με τις νέες τεχνολογίες

και το διαδίκτυο και οι τεχνολογικές υποδομές γενικότερα θα έχουν αναπτυχθεί σε μεγαλύτερο βαθμό.

Στη συνέχεια, θα αναφερθούμε σε στρατηγικές που θα μπορούσε να ακολουθήσει μια τράπεζα για να αναπτύξει και να είναι σε θέση να προσφέρει υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής στους πελάτες της. Μάλιστα, οι στρατηγικές αυτές δεν περιορίζονται στα πλαίσια μιας επιχειρηματικής μονάδας, όπως η τράπεζα, αλλά αφορούν το σύνολο των θυγατρικών επιχειρήσεων του χρηματοπιστωτικού ομίλου όπως χρηματιστηριακές εταιρείες, ασφαλιστικές εταιρείες, εταιρείες καρτών κ.λ.π. (Γλύκας, 2004).

6.2. Γενικές στρατηγικές e-banking

Η ανώτερη διοίκηση (top management) του χρηματοπιστωτικού οργανισμού θα πρέπει να αναπτύξει ένα σαφώς προσδιορισμένο όραμα για το ηλεκτρονικό επιχειρείν, για να μπορέσει να ανταποκριθεί στις προκλήσεις της νέας οικονομίας και να πρωταγωνιστήσει στον διαφαινόμενο ανταγωνισμό. Μέσω αυτού του οράματος ο χρηματοπιστωτικός οργανισμός επιδιώκει να διευρύνει το μερίδιο της αγοράς του μέσω της χρήσης των εναλλακτικών δικτύων (υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής) και της ανάπτυξης νέων χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών. Επίσης, μέσα από τα ηλεκτρονικά κανάλια προώθησης των προϊόντων του οργανισμού επιδιώκεται η μείωση του κόστους και η παροχή καλύτερης ποιότητας εξυπηρέτησης τόσο στον εξωτερικό πελάτη (χρήστη), όσο και στον εσωτερικό (εργαζόμενο).

Με αυτόν τον τρόπο, το όραμα για μια τράπεζα που επιθυμεί να ακολουθήσει μια στρατηγική ηλεκτρονικού επιχειρείν, θα πρέπει να είναι πελατοκεντρικό, προσπαθώντας να παρέχει προϊόντα και υπηρεσίες προσανατολισμένα σε αυτόν, με μικρότερο κόστος και καλύτερη ποιότητα. Γενικότερα, οι στόχοι που πρέπει να επιτευχθούν μέσω της εφαρμογής μιας στρατηγικής ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι οι εξής (Γλύκας, 2004):

1. Ικανοποίηση της πελατειακής βάσης: Μέσω διευκόλυνσης των συναλλαγών με παροχή καλύτερης ποιότητας εξυπηρέτησης και χωρίς την παρουσία των πελατών στα φυσικά δίκτυα (υποκαταστήματα).

2. Χρηματοοικονομική αποτελεσματικότητα: Μέσω της αύξησης των πωλήσεων και της κερδοφορίας ανά πελάτη αλλά και της διεύρυνσης της πελατειακής βάσης.

3. Εσωτερική αποτελεσματικότητα: Μέσω της αποτελεσματικής διαχείρισης των ανθρώπινων πόρων, την ανάπτυξη συνεργειών εντός της επιχείρησης αλλά και της πλήρους αξιοποίησης των νέων τεχνολογιών.

6.3. Εναλλακτικά σενάρια στρατηγικής

Οι στρατηγικές που αφορούν την ανάπτυξη και την προσφορά υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής ή ηλεκτρονικής επιχειρηματικής γενικότερα, από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα είναι κυρίως δύο¹⁵. Η πρώτη περίπτωση αφορά τις τράπεζες που ακολουθούν αμυντική στρατηγική (Defenders) και κατά συνέπεια ακολουθούν το μοντέλο της διεύρυνσης των υπάρχοντων καναλιών διανομής της τράπεζας. Η δεύτερη στρατηγική αφορά τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα που ακολουθούν επιθετική στρατηγική (Attackers) και στην ουσία αναπτύσσουν ένα νέο μοντέλο λειτουργίας. Και οι δύο στρατηγικές τοποθετήσεις διαφέρουν στην ανάπτυξη της πελατειακή βάσης του οργανισμού, στον αριθμό των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών αλλά και στα κανάλια διανομής των τελευταίων.

Παρακάτω, δίνονται με πιο αναλυτικό τρόπο οι προαναφερόμενες στρατηγικές.

6.3.1. Αμυντική στρατηγική (Defending strategies)

Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα τα οποία ακολουθούν τη λεγόμενη αμυντική στρατηγική (Defenders) στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής, προσπαθούν να διευρύνουν τα κανάλια διανομής που ήδη διαθέτουν, χρησιμοποιώντας το διαδίκτυο κυρίως για την παροχή των προϊόντων και των υπηρεσιών τους προς τους πελάτες. Τα υπόλοιπα εναλλακτικά κανάλια (τηλέφωνο, κινητό τηλέφωνο, ATM' s) υποστηρίζουν στην ουσία το κύριο κανάλι (διαδίκτυο) και συμπληρώνουν τα παραδοσιακά κανάλια του οργανισμού (υποκαταστήματα). Συνήθως, οι τράπεζες που ακολουθούν τη συγκεκριμένη στρατηγική, διατηρούν την ίδια εμπορική επωνυμία

¹⁵ Ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking), Παρλαβάντζας Π., 2007

(brand name), που ήδη γνωρίζουν οι πελάτες της και έχουν ασφάλεια και εμπιστοσύνη σε αυτή. Επίσης, στην αρχή της εφαρμογής αυτής της στρατηγικής, οι τράπεζες προσφέρουν έναν περιορισμένο εύρος προϊόντων και υπηρεσιών μέσω διαδικτύου στους πελάτες τους, διευρύνοντας και εμπλουτίζοντας τη γκάμα αυτών μετέπειτα. Συνοπτικά μέσω αυτής της τακτικής επιδιώκεται η διατήρηση της υπάρχουσας πελατειακής βάσης και όχι η προσέλκυση νέας.

6.3.2. Επιθετική στρατηγική (Attacking strategies)

Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα τα οποία ακολουθούν τη λεγόμενη επιθετική στρατηγική (Attackers) στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής, προσπαθούν να χρησιμοποιήσουν το διαδίκτυο ως το κύριο κανάλι προώθησης των προϊόντων τους, το οποίο υποστηρίζεται από τα δευτερεύοντα εναλλακτικά κανάλια (σταθερό τηλέφωνο, κινητό τηλέφωνο, ATM' s). Στην ουσία, οι τράπεζες αυτές, τείνουν να υιοθετήσουν ή και να δημιουργήσουν από την αρχή, ένα καινούργιο μοντέλο λειτουργίας, αρκετά διαφορετικό από αυτό που στηριζόταν στα παραδοσιακά κανάλια (υποκαταστήματα). Επειδή, στόχος αυτής της πολιτικής είναι η προσέλκυση νέων πελατών (οι οποίοι είναι τακτικοί χρήστες του διαδικτύου), οι τράπεζες συνήθως δημιουργούν μια καινούργια εμπορική επωνυμία (brand name). Χαρακτηριστικό παράδειγμα στον Ελληνικό τραπεζικό χώρο, είναι η εμπορική επωνυμία "Winbank " που αφορά τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες της τράπεζας Πειραιώς. Οι τράπεζες που ακολουθούν επιθετική πολιτική, προσφέρουν ένα ολοκληρωμένο εύρος προϊόντων είτε αρχικά, είτε στη συνέχεια της πορείας τους. Στην επόμενη ενότητα ακολουθεί ένα παράδειγμα μιας συγκεκριμένης στρατηγικής, η στρατηγική άμεσης επέκτασης σε νέες αγορές.

6.4. Στρατηγική άμεσης επέκτασης σε νέες αγορές

Η συγκεκριμένη στρατηγική αφορά τράπεζες που επιθυμούν να αξιοποιήσουν και να υιοθετήσουν συστήματα ηλεκτρονικής τραπεζικής και να επεκταθούν σε νέες αγορές, παίζοντας πρωταγωνιστικό ρόλο σε αυτές. Φυσικά, σε κάθε περίπτωση τα φυσικά κανάλια προώθησης των τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών (υποκαταστήματα) θα διατηρηθούν, ενώ θα δημιουργηθούν νέα κανάλια που θα λειτουργούν συμπληρωματικά, τα λεγόμενα εναλλακτικά κανάλια (διαδίκτυο, σταθερό τηλέφωνο, κινητό τηλέφωνο). Συνοπτικά, η συγκεκριμένη στρατηγική είναι παρουσιάζεται παρακάτω (Γλύκας, 2004).

Από τη χρησιμοποίηση των ηλεκτρονικών δικτύων, η τράπεζα στοχεύει, με τη συγκεκριμένη στρατηγική, στη διεύρυνση του μεριδίου αγοράς της αλλά και στο σχηματισμό μιας νέας εικόνας προς τους πελάτες της. Συγκεκριμένα, αποσκοπεί στην οριζόντια διεξόδου σε νέα τμήματα της αγοράς όπως η λιανική τραπεζική, οι μεγάλες επιχειρήσεις, οι νέοι επιχειρηματίες κ.ο.κ. Στην ουσία επιθυμεί να γίνει η ίδια πρωταγωνιστής στο ανταγωνιστικό τοπίο της νέας ψηφιακής εποχής μέσα από μια ενιαία παροχή τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών (φυσικά δίκτυα + εναλλακτικά δίκτυα) αλλά και μια μεγάλη ποικιλία προσφερόμενων υπηρεσιών προς τους πελάτες.



Το πλαίσιο της παραπάνω στρατηγικής εστιάζεται κυρίως στα εξής σημεία:

α Προώθηση τόσο των παραδοσιακών τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών, όσο και νέων πιο εξειδικευμένων, που πιθανόν να απευθύνονται σε άλλες

κατηγορίες πελατών.

- α** Προσέλκυση νέων πελατών, διατήρηση των υπαρχόντων και γενικά αύξηση της κερδοφορίας ανά πελάτη, δημιουργώντας μια κρίσιμη μάζα "πιστών" πελατών.
- α** Ολοκληρωμένη εκπαίδευση του τμήματος ανθρωπίνου δυναμικού στη χρήση των νέων τεχνολογιών.
- α** Μείωση του λειτουργικού κόστους της τράπεζας και ιδιαίτερα στα εναλλακτικά δίκτυα.
- α** Προσπάθεια ανάπτυξης στρατηγικών συμμαχιών με άλλες επιχειρήσεις για την παροχή των προϊόντων και των υπηρεσιών των τελευταίων, μέσα από τα εναλλακτικά δίκτυα της τράπεζας.

Συμπερασματικά, θα λέγαμε ότι η εν λόγω στρατηγική έχει μέτριο προς μεγάλο βαθμό επικινδυνότητα και απαιτεί μεγάλες επενδύσεις. Τέλος, η αποτελεσματικότητά της θα γίνει εμφανής μακροπρόθεσμα με την αύξηση των

εσόδων λόγω της οριζόντιας διεύρυνσης του πελατολογίου του χρηματοπιστωτικού οργανισμού.

Κεφάλαιο 7: Έρευνα για τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα και τα χαρακτηριστικά της

Γενικά για το ερωτηματολόγιο

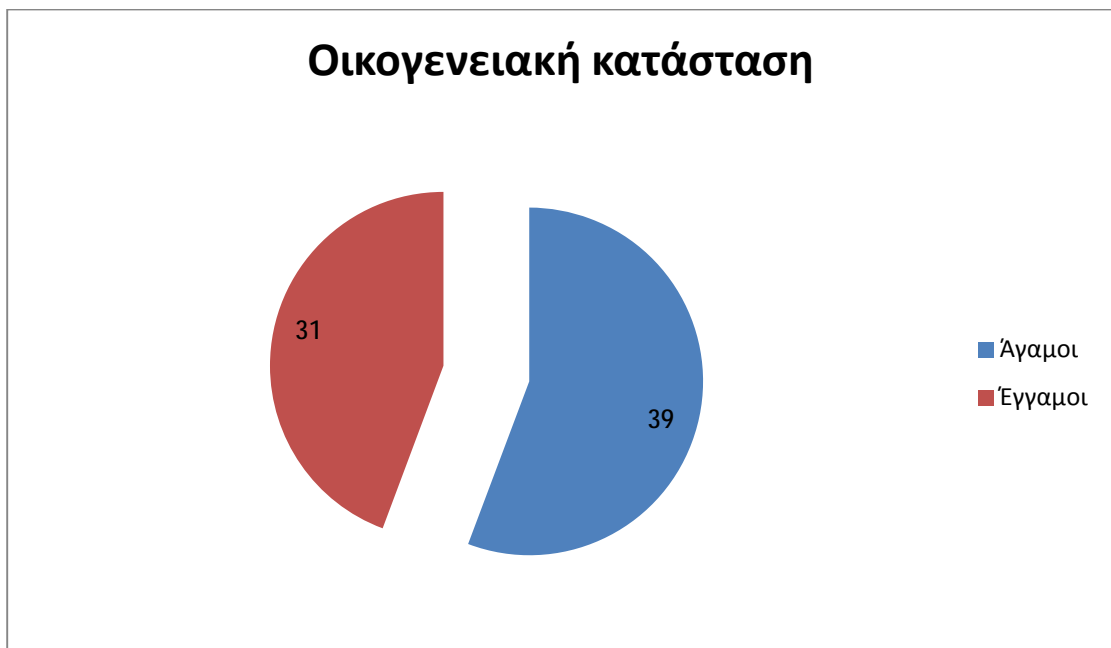
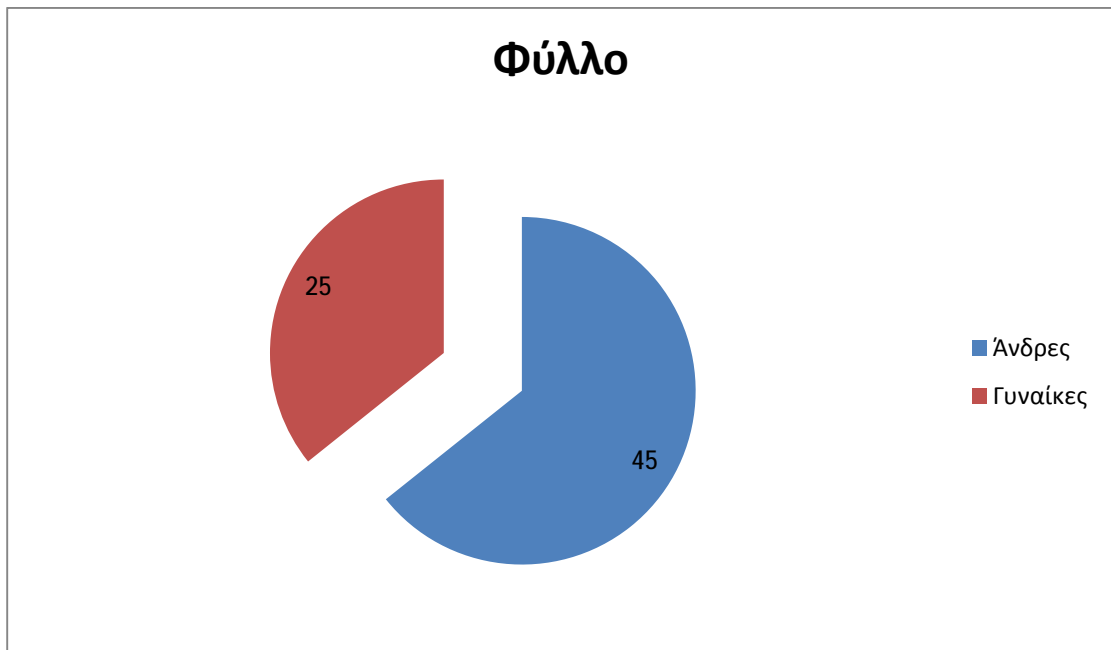
Στα πλαίσια της παρούσας μελέτης ένα ερωτηματολόγιο στάλθηκε και δόθηκε σε 100 άτομα της ευρύτερης περιοχής της Αχαΐας. Το ερωτηματολόγιο απαντήθηκε σε ποσοστό εβδομήντα τις εκατό (70%). Ιδιαίτερη προσπάθεια καταβλήθηκε ώστε οι απαντήσεις που λήφθηκαν να προέρχονται από ένα δείγμα ατόμων με ανομοιογενή δημογραφικά και άλλα χαρακτηριστικά, ώστε να δοθεί μια ικανοποιητική εικόνα αναφορικά με τα ζητήματα σχετικά με την ηλεκτρονική τραπεζική, μια εικόνα η οποία να αντικατοπτρίζει κατά το δυνατό καλύτερα την αντιμετώπιση του γενικού πληθυσμού της Ελλάδας απέναντι στο e-banking.

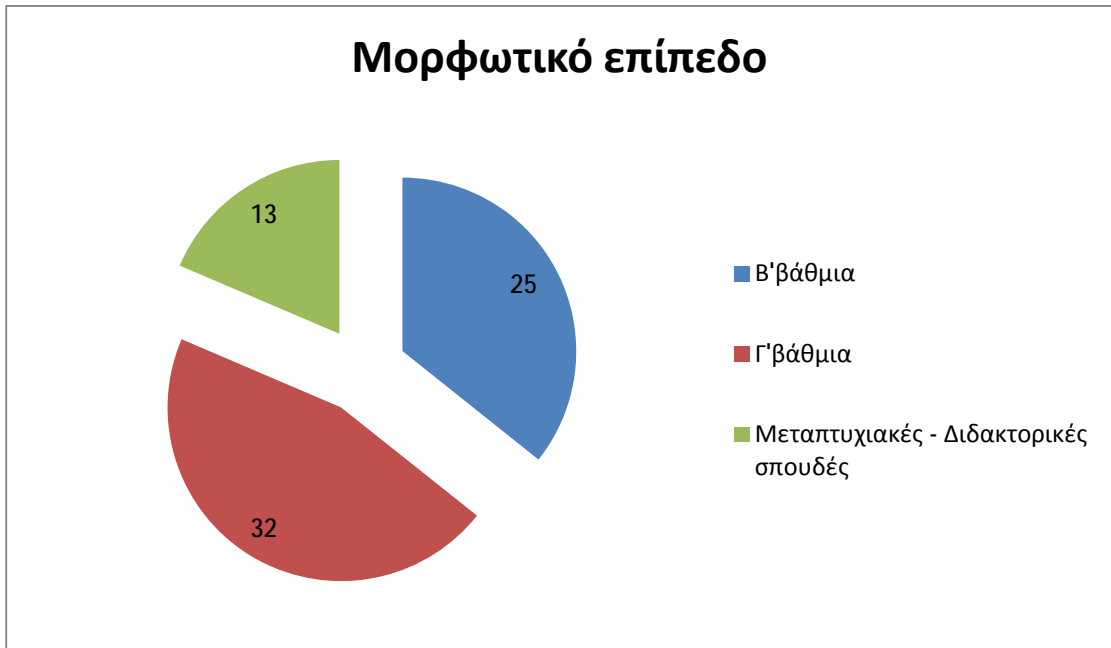
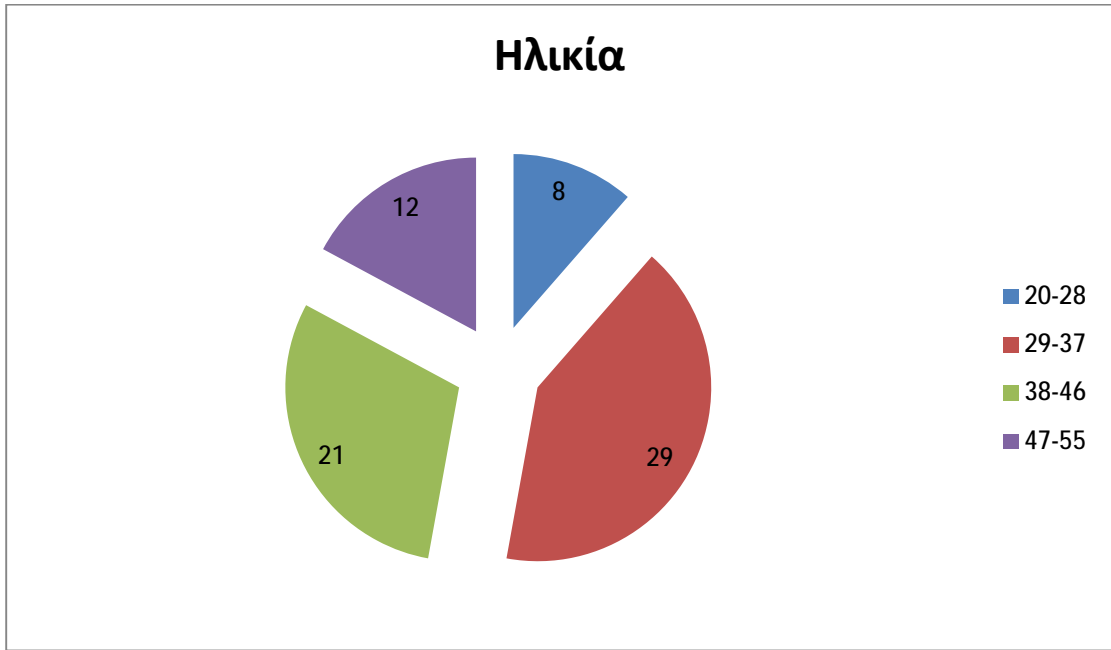
Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα γραφήματα με τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου. Σε γενικές γραμμές, η πρόοδος που έχει σημειωθεί στη χρήση και την αποδοχή της ηλεκτρονικής τραπεζικής στη χώρα μας είναι σημαντική- ειδικά σε συνάρτηση με τη χαμηλή διείσδυση του διαδικτύου και των υπολοίπων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών πρωτίστως στα ελληνικά νοικοκυριά αλλά και στις μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις διαφορετικών κλάδων.

Ανάμεσα στις προοπτικές, οι οποίες διαγράφονται επίσης ευνοϊκές, κυρίως για τη χρήση ηλεκτρονικής τραπεζικής για τις καθημερινές συναλλαγές πελάτη – τράπεζας, διακρίνουμε καθαρά αφενός την ανάγκη για ενημέρωση αλλά και εκπαίδευση των τελικών χρηστών αλλά και όλων των ομάδων ενδιαφέροντος και αφετέρου την ανάγκη για ολοκλήρωση των πληροφοριακών συστημάτων των τραπεζών με τα συστήματα που χρησιμοποιούνται από το κράτος. Το τελευταίο οφείλει να συμβεί, όχι για λόγους ελέγχου-, αλλά κυρίως, για λόγους διευκόλυνσης των πολιτών και πλήρους πρόσβασης.

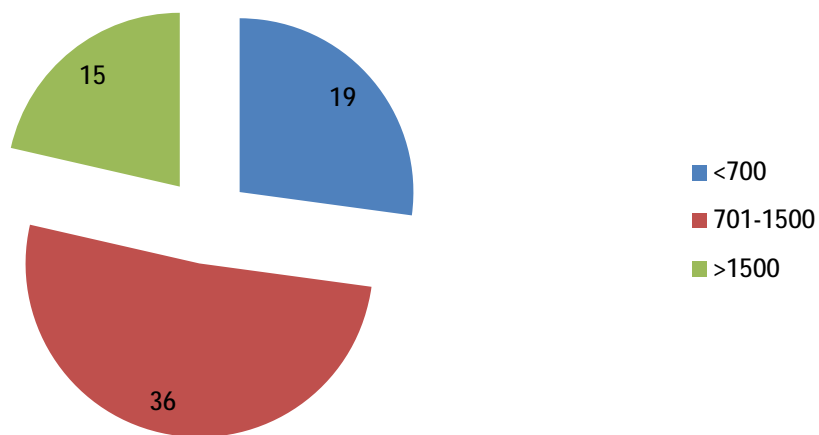
Τα δεδομένα στα διαγράμματα που ακολουθούν αντιπροσωπεύουν τον πραγματικό αριθμό των απαντήσεων που εξήχθησαν από τα συμπληρωμένα ερωτηματολόγια. Δεν έγινε αναγωγή σε ποσοστό, καθώς λόγω του μικρού δείγματος, δε θεωρήθηκε απαραίτητη. Στις σημαντικότερες από τις ερωτήσεις των κυρίων ενοτήτων του ερωτηματολογίου, σημειώνονται συνοπτικά ορισμένα συμπεράσματα.

Δημογραφικά & επαγγελματικά στοιχεία





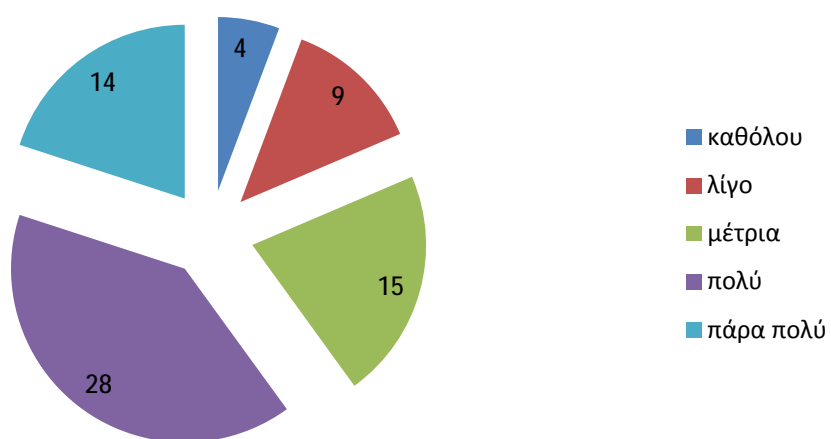
Εισόδημα (μηνιαίο εισόδημα σε ευρώ)



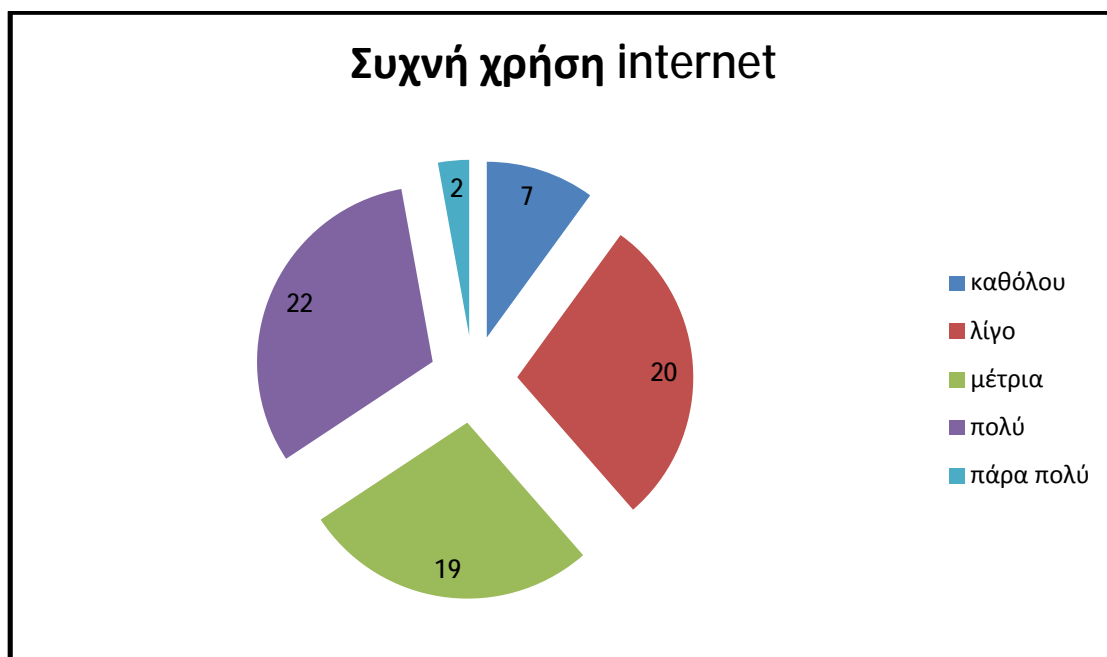
ΕΝΟΤΗΤΑ Α - Χρήση του internet - Αποτελέσματα

A1. Πόσο άνετα νιώθετε με τη χρήση του internet;

Ευκολία χρήσης internet

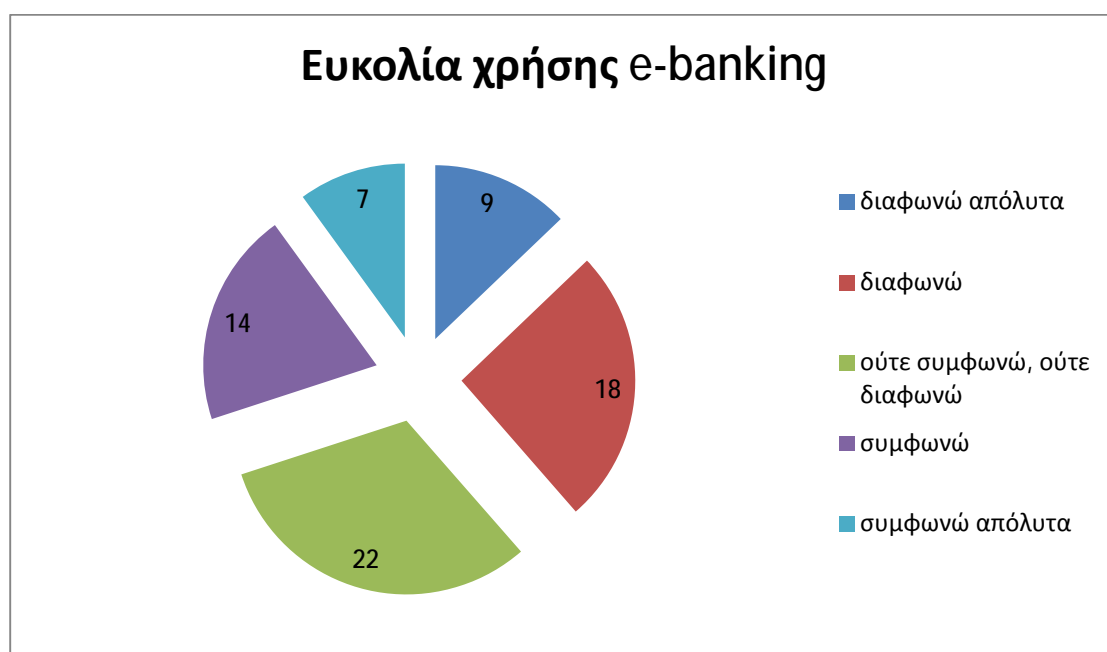


A2. Χρησιμοποιείτε συχνά το internet;

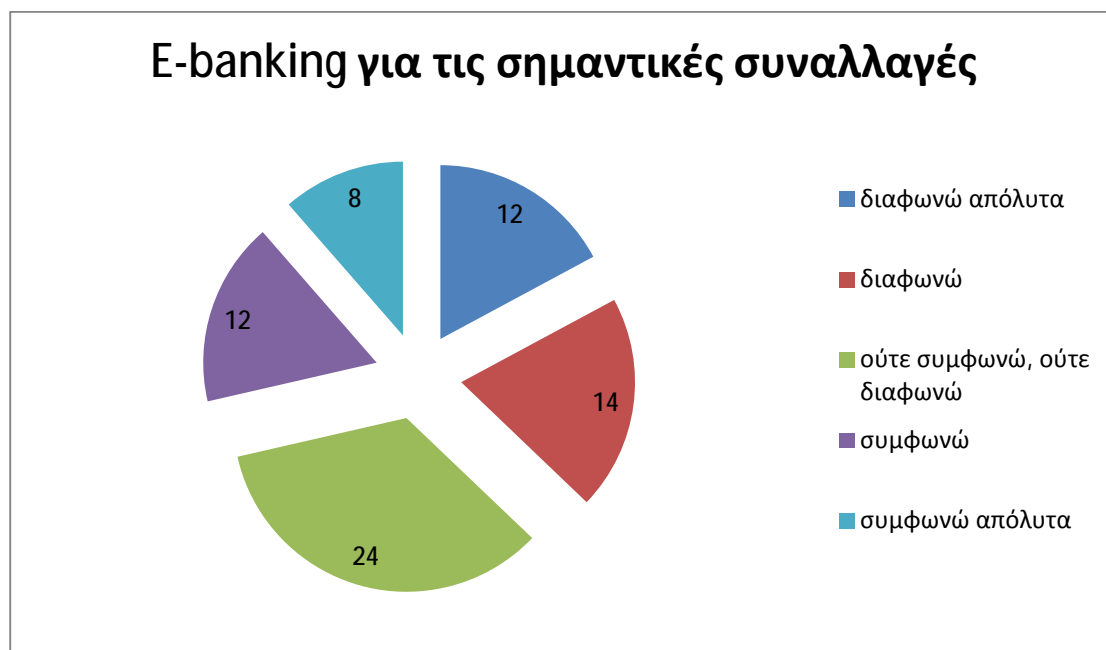


ΕΝΟΤΗΤΑ Β- Ευκολία χρήσης & ασφάλεια του e-banking - Αποτελέσματα

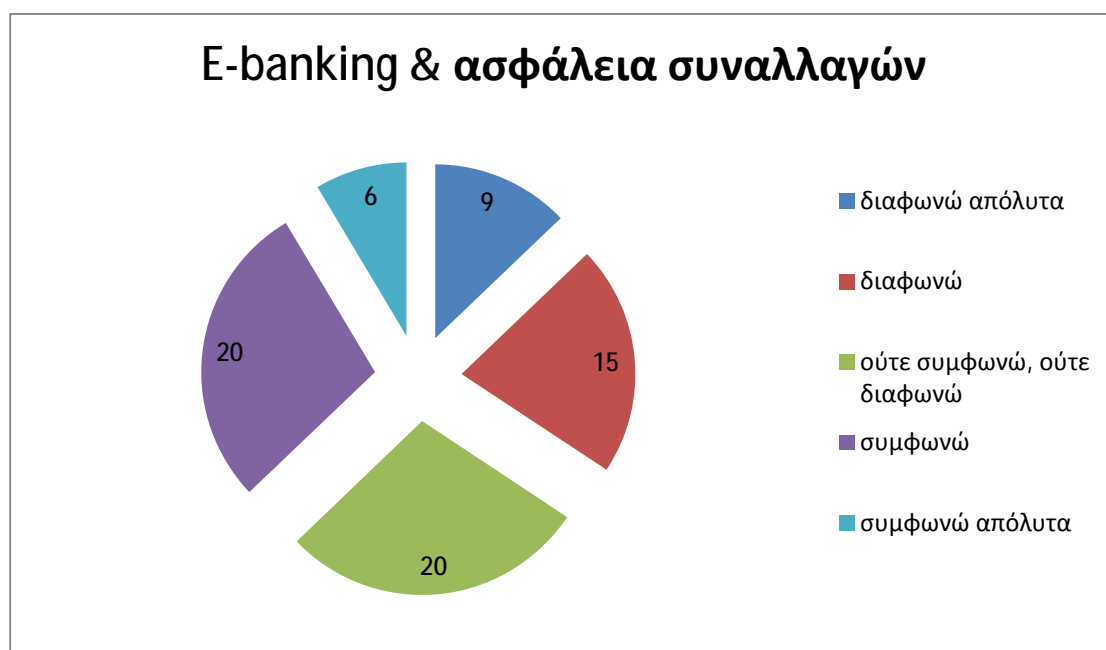
B1. Η χρήση των internet banking υπηρεσιών είναι εύκολη για εμένα.



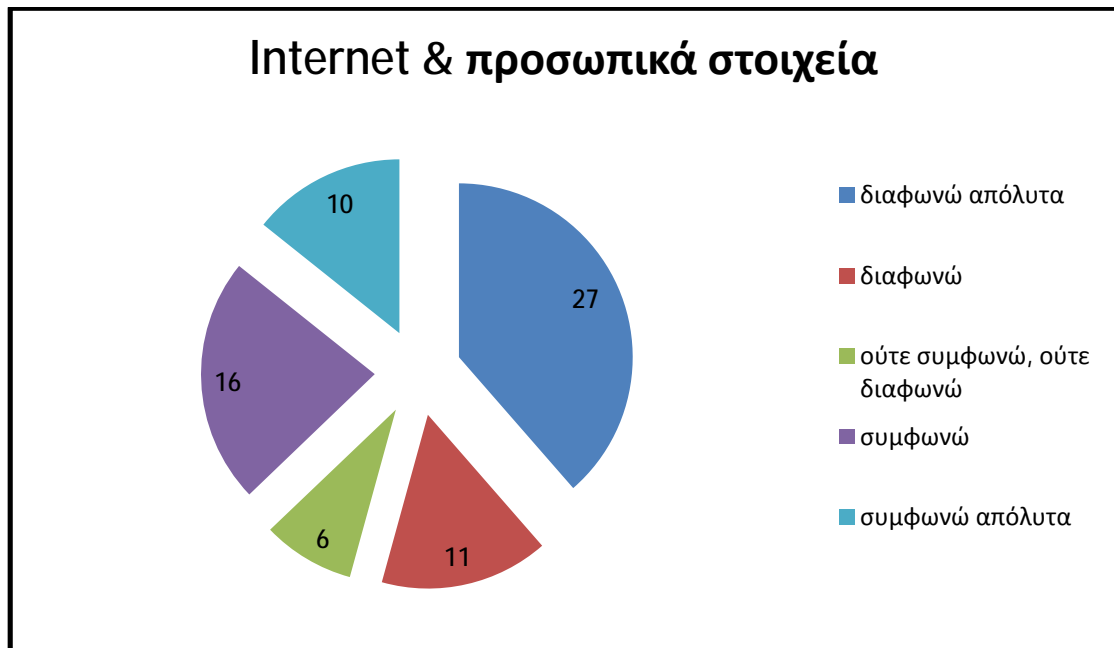
B2. Είναι εύκολο να πραγματοποιήσω τις συναλλαγές που επιθυμώ μέσω του internet banking.



B3. Πιστεύω πως οι συναλλαγές που πραγματοποιώ μέσω του internet banking θα πραγματοποιηθούν με ασφάλεια.

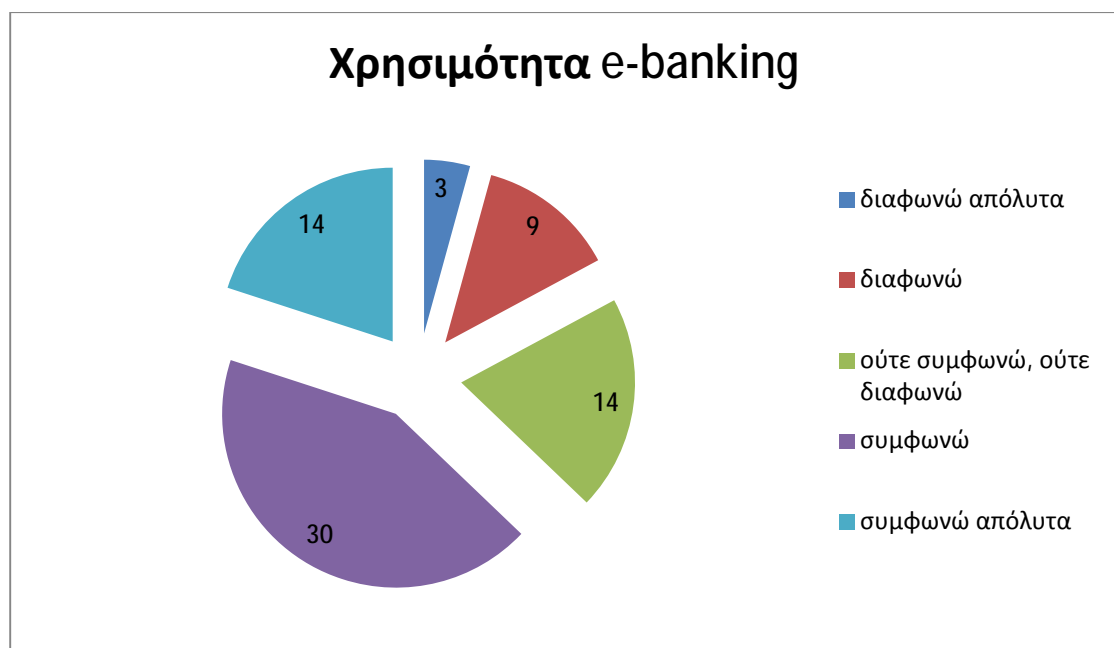


B4. Νιώθω ασφαλής καθώς αποστέλλω προσωπικές μου πληροφορίες μέσω internet.

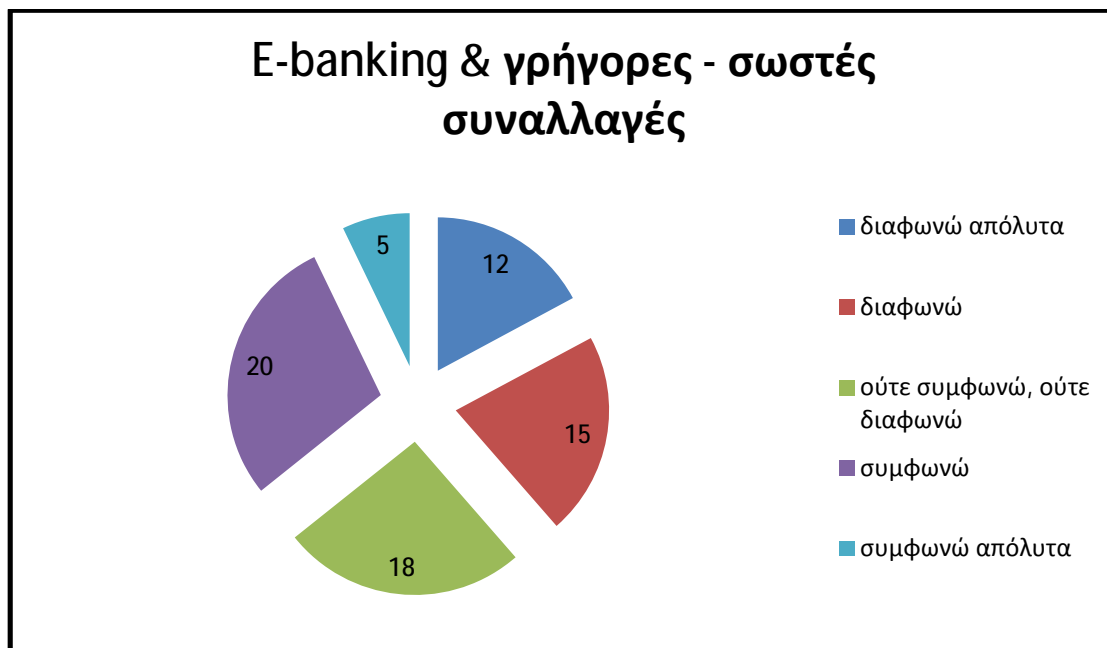


**ΕΝΟΤΗΤΑ Γ - Χρησιμότητα & Ρόλος του e-banking-
Αποτελέσματα**

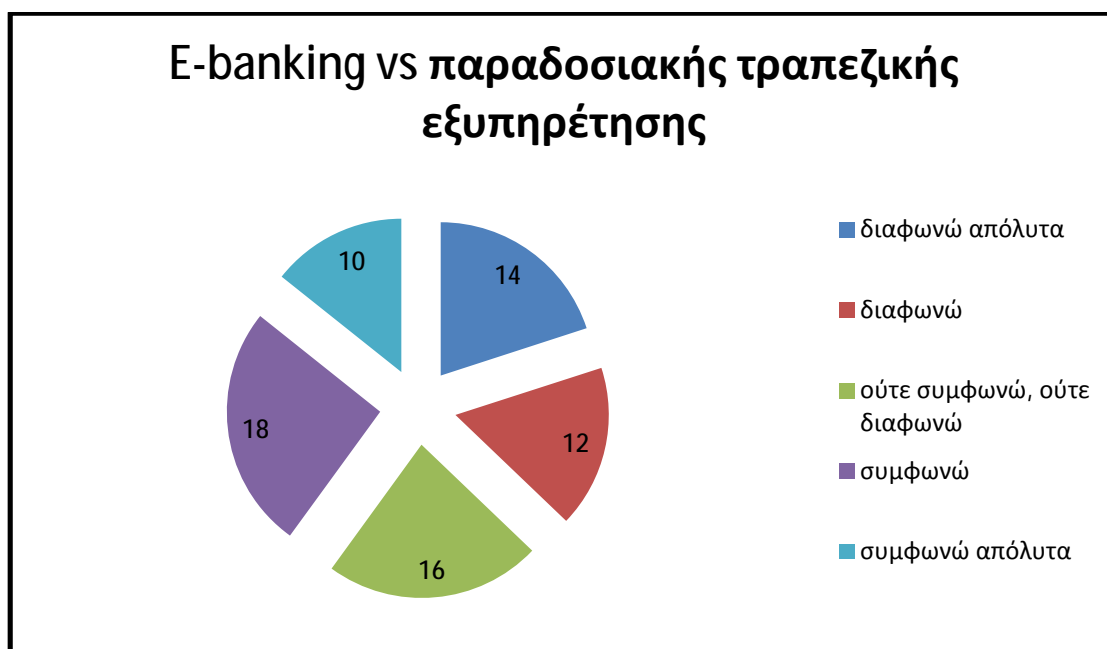
Γ1. Πιστεύω πως το internet banking θα μου φανεί χρήσιμο.



Γ2. Η Χρήση του internet banking θα με διευκολύνει να πραγματοποιώ της συναλλαγές πιο σωστά και πιο γρήγορα.

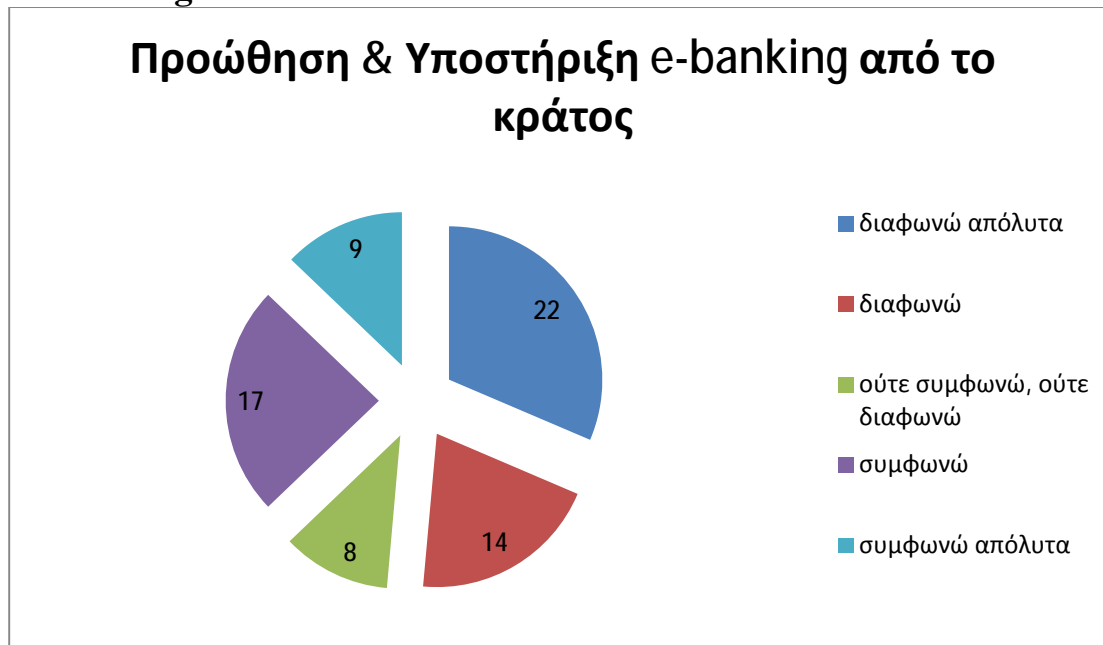


Γ3. Το internet banking υπερέχει σε σχέση με την παραδοσιακή τραπεζική εξυπηρέτηση.

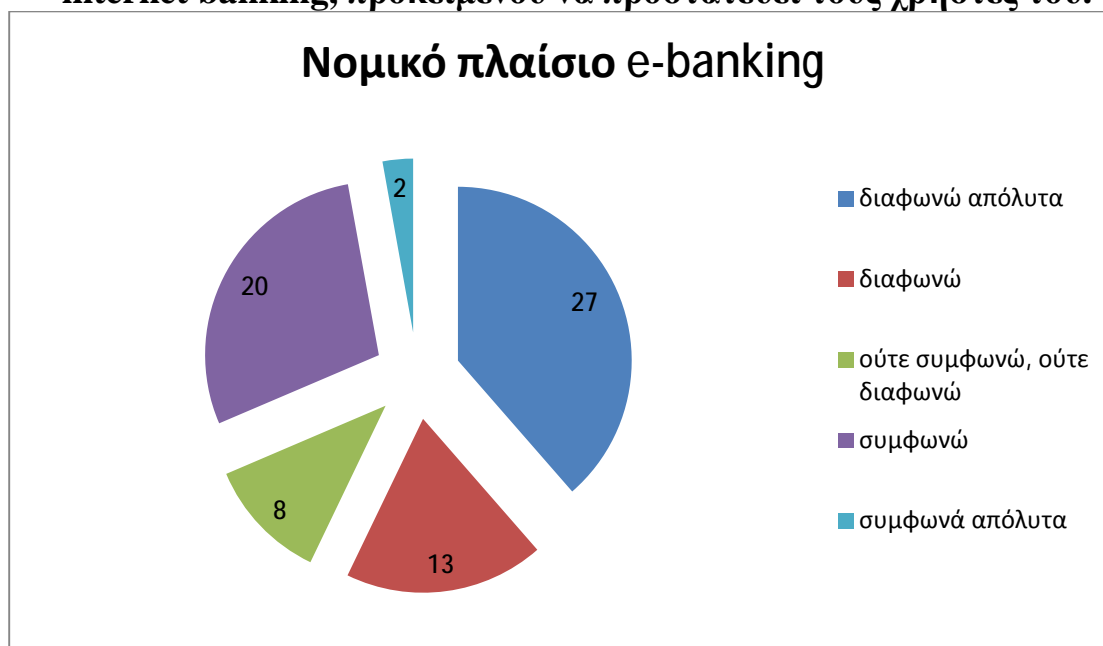


ΕΝΟΤΗΤΑ Δ - Υποστήριξη του e-banking από το κράτος – Νομιμοποίηση- Αποτελέσματα

Δ1. Πιστεύω πως το κράτος προωθεί τη χρησιμοποίηση του internet banking.

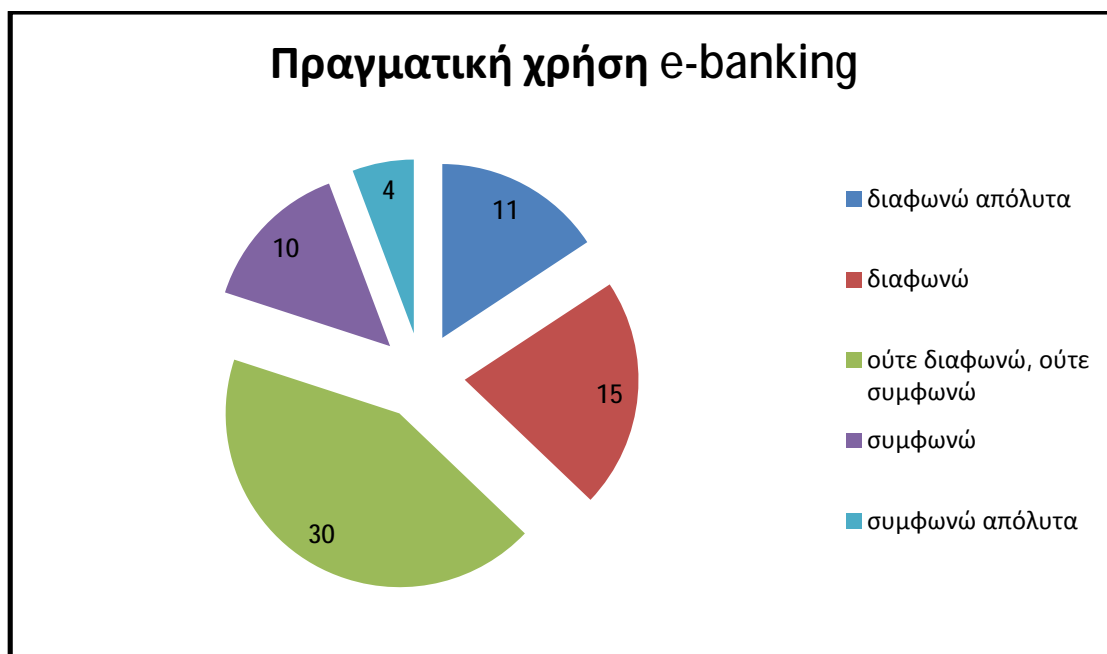


Δ2. Το κράτος έχει θεσπίσει τους απαραίτητους νόμους σχετικά με το internet banking, προκειμένου να προστατεύει τους χρήστες του.

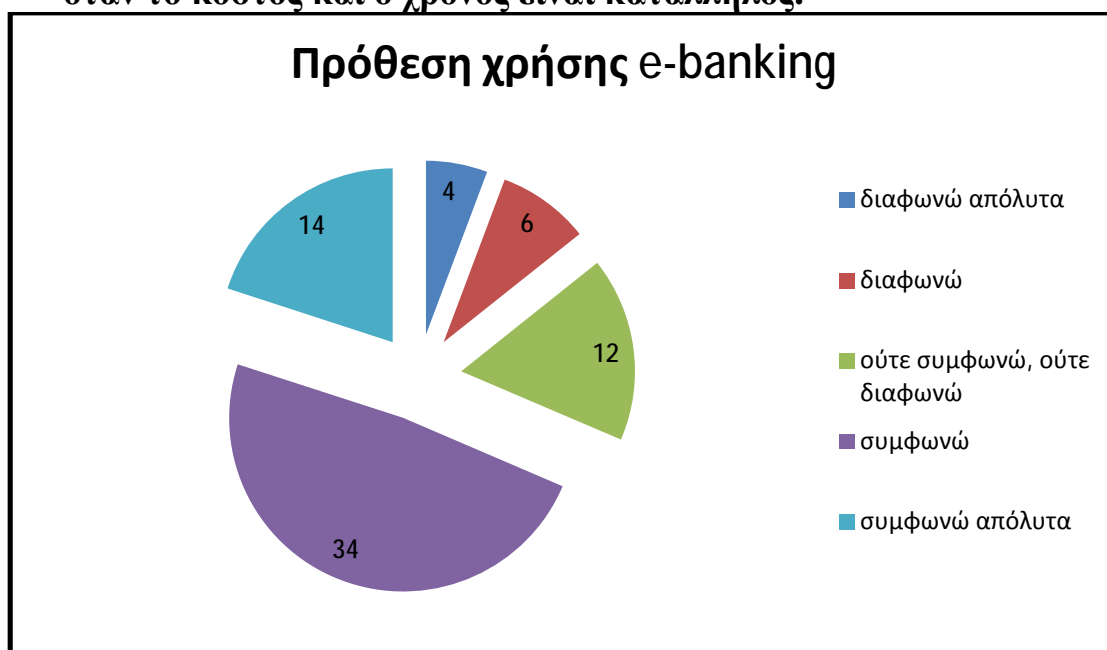


ΕΝΟΤΗΤΑ Ε – Υιοθέτηση του e-banking- Αποτελέσματα

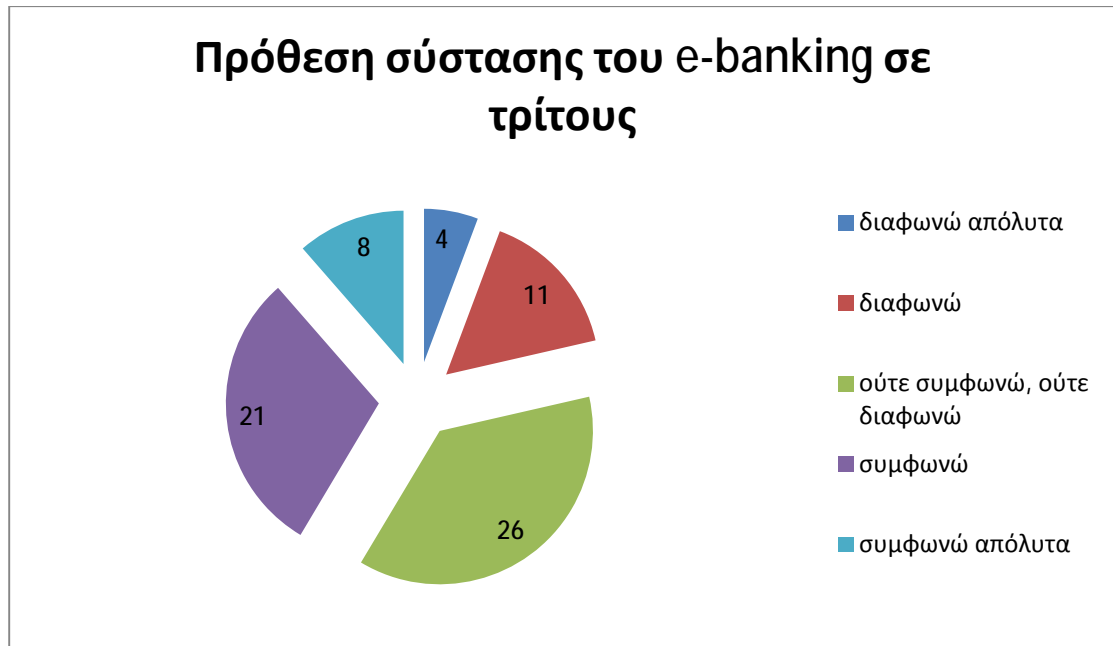
Ε1. Χρησιμοποιώ το για να καλύψω τις συναλλαγές με την τράπεζα μου.



Ε2. Σκοπεύω μελλοντικά να χρησιμοποιήσω το internet banking, όταν το κόστος και ο χρόνος είναι κατάλληλος.



Ε3. Θα σύστηνα ανεπιφύλακτα τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής.



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ξένη

1. Broderick A, Vachirapornpuk S, “Service quality in internet banking: The importance of customer role, 2002
2. Chong Soo Pyun, Les Scruggs, Kiseok Nam, “Internet banking in the U.S., Japan and Europe, 2002
3. Efraim Turban, Lee Jae, King David, Chung H. Michael, “Electronic commerce – A managerial perspective”, Prentice Hall 2000
4. Strauss, Judie and Frost, Raymond, “E-marketing”, Prentice Hall, 2001

Ελληνική

5. Αγγέλης, Γ. Βασίλης, “Η Βίβλος του e-banking”, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, 2005
6. Γεωργόπουλος, Πανταζή, Νικολαράκος, Βαγγελάτος, “Ηλεκτρονικό επιχειρείν, προγραμματισμός και σχεδίαση”, Εκδόσεις Μπένου, 2001
7. Γλύκας, Ξηρογιάννης, “Στρατηγική ηλεκτρονικού επιχειρείν χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων”, Εκδόσεις Ελληνικά γράμματα, 2004
8. Ιγγλεζάκης Δ. Ιωάννης, “Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου”, Εκδόσεις Σάκκουλα, 2003
9. Κατσουλάκος Γιάννης, “Νέα οικονομία, διαδίκτυο και ηλεκτρονικό εμπόριο”, Εκδόσεις Κέρκυρα, 2001
10. Σινανιώτη – Μαρούδη, Φαρσαρώτας, “Ηλεκτρονική τραπεζική”, Εκδόσεις Σάκκουλα, 2005
11. Χρυσάνθης Χ., “Η ηλεκτρονική εξυπηρέτηση των σύγχρονων τραπεζικών συναλλαγών”, Εκδόσεις Σάκκουλα, 1997

Ελληνική αρθρογραφία

12. Περιοδικό Χρήμα, “Ηλεκτρονικές αγορές; Η καρδιά του ηλεκτρονικού εμπορίου”, Τεύχος 299, Μάιος 2004
13. Περιοδικό Χρήμα, “E-banking: Τα στοιχεία είναι ενθαρρυντικά”, Τεύχος 299, Μάιος 2004

14. Περιοδικό “Χρήμα”, “Το μέλλον ανήκει στο e-business A”, Τεύχος 309, Απρίλιος 2005
15. Περιοδικό “Χρήμα”, “Το μέλλον ανήκει στο e-business B”, Τεύχος 309, Απρίλιος 2005
16. Strategic International SA, White paper, “Μύθοι και πραγματικότητα για το e-commerce στην Ελλάδα”, 2001
17. Γεωργόπουλος Δημήτρης, “On-line εξυπηρέτηση πελατών: Ο καθοριστικός παράγοντας για την επιτυχία του e-banking”, 2003
18. Γκόρτσος Β. Χρήστος, Τασάκος Γ. Κωνσταντίνος, “Το ευρωπαϊκό κοινοτικό δίκαιο για την ηλεκτρονική τραπεζική”, 2003
19. Γιαννόπουλος Ν. Γιώργος, “Νομικά ζητήματα από τη διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών στο διαδίκτυο”, 2003
20. Καρεκλής Α. Πέτρος, “Επιπτώσεις του internet στη λειτουργία και κερδοφορία των επιχειρήσεων: Οφέλη από τη χρήση υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής”, 2003
21. Μητράκας Ανδρέας, “Οι ηλεκτρονικές υπογραφές στο ευρωπαϊκό και ελληνικό δίκαιο”, 2003
22. Συρμακέζης Σωτήρης, “Όλα όσα θέλατε να μάθετε για τις ηλεκτρονικές πληρωμές και εισπράξεις”, 2003
23. Τσάμης Α. Αλέξανδρος, “Εξελίξεις, διαπιστώσεις και διλήμματα στη σύγχρονη ηλεκτρονική τραπεζική”, 2006

Ενημερωτικά δελτία

24. Δελτίο Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών: “Internet banking”, Ιούλιος – Αύγουστος - Σεπτέμβριος 2003
25. Δελτίο Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών: Κελτσόπουλου Β. – Συρμακέζη Σ, “Διαδικτυακή τραπεζική (Web banking), Δεκέμβριος 1997
26. Δελτίο Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών: Ταβλαρίδης Κ, “Η προστασία των καταναλωτών στην ηλεκτρονική τραπεζική”, 2000

Ηλεκτρονική

1. <http://www.observatory.gr/>
2. <http://www.technowatch.aueb.gr/>

3. <http://www.go-online.gr/>
4. <http://www.bankofgreece.gr/>
5. <http://www.e-pso.info/>
6. <http://www.webbank.gr/>
7. <http://www.ethniki.gr/>
8. <http://www.eurobank.gr/>
9. <http://www.winbank.gr/>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α



Τ.Ε.Ι. ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

(Τέως ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ)

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων

ΘΕΜΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ INTERNET BANKING. ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΚΑΙ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΣΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

Πρωτογενής έρευνα (μέσω συνεντεύξεων &
ερωτηματολογίων)

Στα πλαίσια διεξαγωγής της πτυχιακής μας εργασίας, αποφασίσαμε να μελετήσουμε μια τεχνολογία η οποία φέρεται να έλκει το συνεχώς αυξανόμενο ενδιαφέρον όλων των πιθανών ομάδων συμφερόντων, την τεχνολογία της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ανεξάρτητα με το εάν γνωρίζετε και χρησιμοποιείτε την υποκείμενη τεχνολογία, η γνώμη, οι εντυπώσεις και οι ιδέες σας διαδραματίζουν ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση μιας κατά το δυνατό αντικειμενικής άποψης αναφορικά με το θέμα.

Παρακαλώ όπως απαντήσετε με τη μέγιστη δυνατή ειλικρίνεια και ακρίβεια στο παρακάτω ερωτηματολόγιο, επιλέγοντας κάθε φορά την απάντηση που σας αντιπροσωπεύει περισσότερο.

Διαβεβαιώνεται ότι όλα τα στοιχεία που θα συλλεχθούν, θα χρησιμοποιηθούν **αποκλειστικά και μόνο για εκπαιδευτικούς λόγους**. Σας ευχαριστώ για το χρόνο που αφιερώσατε και για την προθυμία σας να συμβάλετε σε αυτήν την τόσο σημαντική για εμάς, προσπάθεια!

**Με εκτίμηση,
Οι φοιτητές**

Αλεξίου Γεώργιος
Μιχαλόπουλος Γεώργιος
Μιχαλόπουλος Βασίλειος

Ερωτηματολόγιο e-banking

ΕΝΟΤΗΤΑ Α - Χρήση του internet

A1. Πόσο άνετα νιώθετε με τη χρήση του internet; (παρακαλώ σημειώστε το κατάλληλο σημείο της κλίμακας)

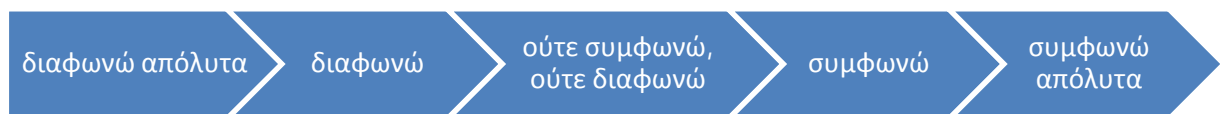


A2. Χρησιμοποιείτε συχνά το internet;
(Παρακαλώ σημειώστε το κατάλληλο σημείο της κλίμακας)

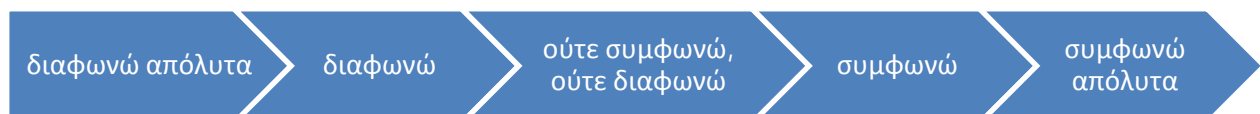


ΕΝΟΤΗΤΑ Β- Ευκολία χρήσης & ασφάλεια του e-banking

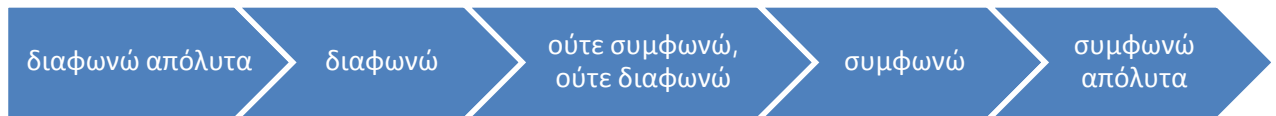
B1. Η χρήση των internet banking υπηρεσιών είναι εύκολη για εμένα.
(Παρακαλώ σημειώστε το κατάλληλο σημείο της κλίμακας)



B2. Είναι εύκολο να πραγματοποιήσω τις συναλλαγές που επιθυμώ μέσω του internet banking.
(Παρακαλώ σημειώστε το κατάλληλο σημείο της κλίμακας)

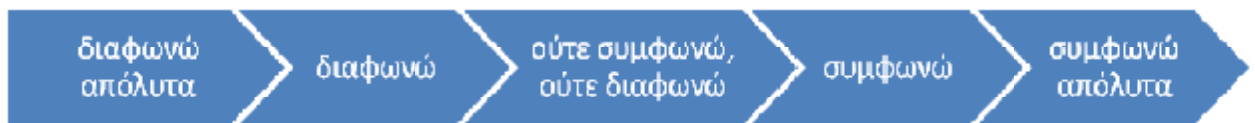


B3. Πιστεύω πως οι συναλλαγές που πραγματοποιώ μέσω του internet banking θα πραγματοποιηθούν με ασφάλεια.



B4. Νιώθω ασφαλής καθώς αποστέλλω προσωπικές μου πληροφορίες μέσω internet.

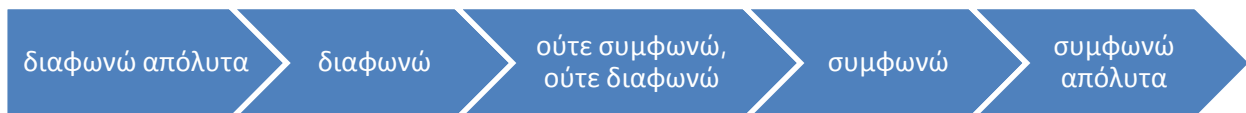
(Παρακαλώ σημειώστε το κατάλληλο σημείο της κλίμακας)



ΕΝΟΤΗΤΑ Γ - Χρησιμότητα & Ρόλος του e-banking

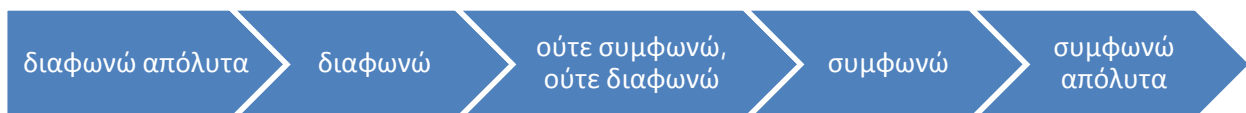
Γ1. Πιστεύω πως το internet banking θα μου φανεί χρήσιμο.

(Παρακαλώ σημειώστε το κατάλληλο σημείο της κλίμακας)



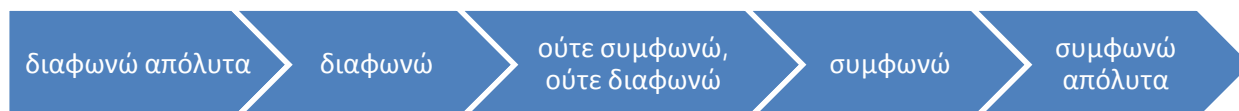
Γ2. Η Χρήση του internet banking θα με διευκολύνει να πραγματοποιώ της συναλλαγές πιο σωστά και πιο γρήγορα.

(Παρακαλώ σημειώστε το κατάλληλο σημείο της κλίμακας)



Γ3. Το internet banking υπερέχει σε σχέση με την παραδοσιακή τραπεζική εξυπηρέτηση.

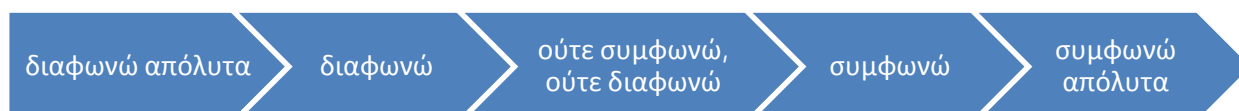
(Παρακαλώ σημειώστε το κατάλληλο σημείο της κλίμακας)



ΕΝΟΤΗΤΑ Δ - Υποστήριξη του e-banking από το κράτος - Νομιμοποίηση

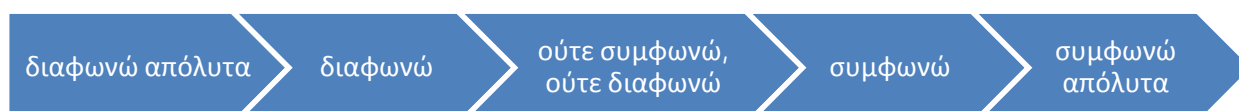
Δ1. Πιστεύω πως το κράτος προωθεί τη χρησιμοποίηση του internet banking.

(Παρακαλώ σημειώστε το κατάλληλο σημείο της κλίμακας)



Δ2. Το κράτος έχει θεσπίσει τους απαραίτητους νόμους σχετικά με το internet banking, προκειμένου να προστατεύει τους χρήστες του.

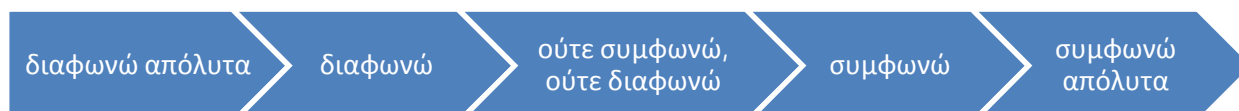
(Παρακαλώ σημειώστε το κατάλληλο σημείο της κλίμακας)



ΕΝΟΤΗΤΑ Ε – Υιοθέτηση του e-banking

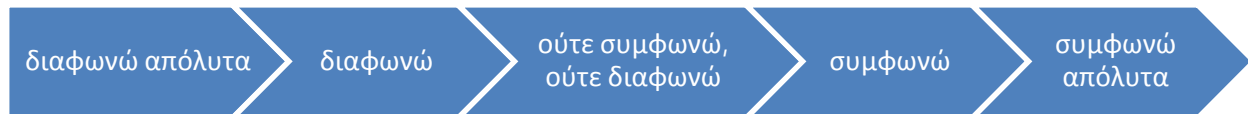
Ε1. Χρησιμοποιώ το για να καλύψω τις συναλλαγές με την τράπεζα μου.

(Παρακαλώ σημειώστε το κατάλληλο σημείο της κλίμακας)



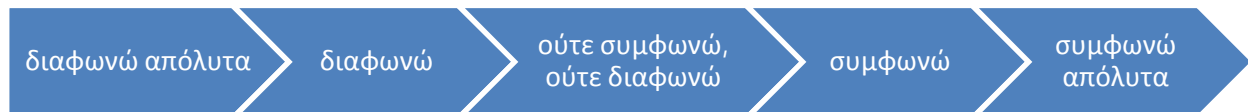
E2. Σκοπεύω μελλοντικά να χρησιμοποιήσω το internet banking, όταν το κόστος και ο χρόνος είναι κατάλληλος.

(Παρακαλώ σημειώστε το κατάλληλο σημείο της κλίμακας)



E3. Θα σύστημα ανεπιφύλακτα τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

(Παρακαλώ σημειώστε το κατάλληλο σημείο της κλίμακας)



ΕΝΟΤΗΤΑ ΣΤ- Δημογραφικά & επαγγελματικά στοιχεία

ΣΤ1. Φύλλο

- Άνδρας
- Γυναίκα

ΣΤ2. Οικογενειακή κατάσταση

- Έγγαμος
- Άγαμος

ΣΤ3. Ηλικία

- 20 - 28
- 29 - 37
- 38 - 46
- 47 - 55

ΣΤ4. Μορφωτικό επίπεδο

- Δευτεροβάθμια εκπαίδευση
- Τριτοβάθμια εκπαίδευση (ΑΕΙ - ΤΕΙ κ.α.)
- Μεταπτυχιακές - Διδακτορικές σπουδές

ΣΤ5. Εισόδημα (μηνιαίο εισόδημα σε ευρώ)

- <700
- 701-1500
- >1500

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β

B.1 Χρήσιμοι σύνδεσμοι σχετικά με την ηλεκτρονική τραπεζική¹⁶

- ✎ <http://www.ecb.europa.eu/euro/html/index.el.html>
- ✎ [Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος](#)
- ✎ [Alpha Bank](#)
- ✎ [Eurobank](#)
- ✎ [Τράπεζα Πειραιώς](#)
- ✎ [Citibank](#)
- ✎ [Τράπεζα Κύπρου](#)
- ✎ [Bayerische Hypo Und Vereinsbank A.G](#)

¹⁶ <http://www.ebusinessforum.gr/information/links/index.php?pageid=2356&language=el#star>