

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ



**ΘΕΜΑ:
«ΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΤΟ
ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥΣ ΣΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΧΩΡΟ»**

ΠΕΤΡΟΥ ΕΥΘΥΜΙΑ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΡΕΠΟΥΣΗΣ ΣΠΥΡΙΔΩΝ

**Α.Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΩΝ
ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ
& ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ**

ΠΑΤΡΑ 2003

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
---------------	---

ΚΕΦ 1°

1.1 ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΤΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ.....	1
1.2 ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ.....	3
1.3 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ.....	5
1.3.1 ΚΙΝΗΤΡΑ.....	6
1.3.2 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ.....	7
1.4 ΟΙ ΜΟΝΑΔΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ	
1.4.1 ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ.....	11
1.4.2 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ.....	12
1.4.3 ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ.....	14

ΚΕΦ 2°

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

2.1 INTERNET BANKING

2.1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	17
2.1.2 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ INTERNET BANKING.....	20
2.1.3 INTERNET ΚΑΙ RETAIL BANKING.....	22
2.1.4 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	23
2.1.5 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΟ INTERNET BANKING.....	26
2.2 ΑΥΤΟΜΑΤΕΣ ΤΑΜΕΙΟΛΟΓΙΣΤΙΚΕΣ ΜΗΧΑΝΕΣ (ΑΤΜς).....	38
2.2.1 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΑΤΜς.....	39
2.2.2 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ-ΟΦΕΛΕΙΑΣ ΤΩΝ ΑΤΜς.....	43
2.3 ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΠΩΛΗΣΗΣ ΕΦΤ/ΡΟS.....	48
2.3.1 ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΕΦΤ/ΡΟS ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ.....	49
2.4 REMOTE BANKING.....	52
2.4.1 PHONE BANKING.....	52
2.4.2 HOME BANKING.....	53
2.4.3 OFFICE BANKING.....	54
2.5 ΠΛΑΣΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ.....	56

ΚΕΦ 3°

ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	58
3.2 ΟΙ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΤΟΜΕΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΕΥΡΩ.....	59
3.2.1 ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΣΤΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ.....	60

3.3 ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΛΗΡΩΜΩΝ (ΔΙΑΣ).....	63
3.3.1 ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΠΙΔΙΩΞΕΙΣ.....	63
3.3.2 ΜΕΛΕΤΗ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ.....	64
3.3.3 ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ.....	68
3.4 ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ.....	70
3.5 ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓ.....	71
3.6 ΤΟ ΝΕΟ ΠΡΟΣΩΠΟ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ.....	72
I. ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΟΡΟΛΟΓΙΑΣ.....	74
II. ΠΗΓΕΣ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	76

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ως νομισματο-πιστωτικό σύστημα χαρακτηρίζουμε το σύνολο των οικονομικών οργανισμών και μηχανισμών, το οποίο έχει για αποστολή τον εφοδιασμό της οικονομίας με μέσα πληρωμής και τη διαχείριση των ρευστών διαθεσίμων της.

Η διάρθρωση του νομισματο-πιστωτικού συστήματος διαφέρει από χώρα σε χώρα, όπως διαφέρει και το νομικό πλαίσιο το οποίο διέπει την ίδρυση και την λειτουργία των μονάδων που το συνιστούν. Τα αίτια του διαφορισμού αυτού είναι ιστορικά και κοινωνικά και συνδέονται με την διαδρομή και το επίπεδο ανάπτυξης κάθε χώρας.

Καίριο ρόλο στη σύνθεση και την λειτουργία ενός χρηματο-πιστωτικού συστήματος παίζουν οι τράπεζες. Η ορολογία στον τομέα αυτό δεν διακρίνεται για την σαφήνεια της. Οι διαφορές πάντως στη διατύπωση των νομοθετικών κειμένων δεν είναι τυχαίες: καλύπτουν προφανώς διαφορετικές πραγματικές καταστάσεις, τουλάχιστον κατά τη στιγμή της διατυπώσεως τους.

Σύμφωνα με μια άποψη, ως τράπεζες θεωρούνται οι οργανισμοί, οι οποίοι έχουν την δυνατότητα να δημιουργούν λογιστικό χρήμα, να τηρούν δηλαδή λογαριασμούς καταθέσεων οι οποίοι δραστηριοποιούνται με τη χρήση επιταγών ή άλλων μέσων για την διενέργεια πληρωμών.

Οι τράπεζες συμβάλλουν στο μέγιστο βαθμό στην προσφορά χρήματος, διαχειρίζονται το μεγαλύτερο τμήμα του συστήματος πληρωμών και των ρευστών διαθεσίμων της οικονομίας και εφοδιάζουν τις κυβερνήσεις, επιχειρήσεις και ιδιώτες με δανειακά κεφάλαια κάθε μορφής κάτω από μια ευρεία ποικιλία προϋποθέσεων.

ΚΕΦ 1°

1.1 ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΤΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

Η σταθερότητα του συστήματος είναι αναπόσπαστο τμήμα της εθνικής ευημερίας και οι κυβερνήσεις έχουν την υποχρέωση να την διαφυλάσσουν. Κατά συνέπεια οι θεσμικές ρυθμίσεις στην ίδρυση και την λειτουργία των τραπεζών είναι απαραίτητες. Πέρα από τις ρυθμίσεις αυτές οι διοικήσεις των τραπεζών είναι υποχρεωμένες να ακολουθούν ορισμένες βασικές αρχές λειτουργίας, ώστε να εξασφαλίζεται η ορθή διαχείριση των κεφαλαίων, των οποίων έχουν την ευθύνη.

Η καθημερινή διαχείριση ενός πιστωτικού ιδρύματος οφείλει να ανταποκρίνεται σε τρεις θεμελιώδες και αλληλένδετες επιδιώξεις: την ρευστότητα, την ασφάλεια και την αποδοτικότητα.

A) Η ρευστότητα.

Τα άτομα, οι επιχειρήσεις, το δημόσιο, έχουν το κοινό χαρακτηριστικό να χρειάζονται ρευστά διαθέσιμα με τα οποία να εκπληρώνουν τις τρέχουσες υποχρεώσεις τους. Η ικανότητα να το κάνουν αυτό με μετρητά ή με άλλα μέσα πληρωμής χαρακτηρίζεται ως ρευστότητα.

Για τις τράπεζες η ρευστότητα έχει την ίδια έννοια, σε εντέλως άλλες διαστάσεις. Κάθε οφειλέτης έχει την δυνατότητα, μέσα σε ορισμένα όρια, να αναβάλει την πράξη πληρωμής. Κανένας χρηματο-πιστωτικός οργανισμός δεν έχει αυτή την δυνατότητα. Οι καταθέσεις σε πρώτη ζήτηση μετατρέπονται οποιαδήποτε στιγμή σε μετρητό χρήμα ή αναλαμβάνονται με την μορφή επιταγών. Οι προθεσμιακές καταθέσεις εξαργυρώνονται οπωσδήποτε στη λήξη τους και σε πολλές περιπτώσεις και πριν απ' αυτή. Όποια τράπεζα δεν είναι σε θέση να ικανοποιήσει την επιθυμία αναλήψεως μετρητών από τους καταθέτες της διατρέχει άμεσο κίνδυνο καταρρεύσεως λόγω απώλειας της εμπιστοσύνης του κοινού.

B) Η ασφάλεια

Η ασφαλής διαχείριση των περιουσιακών στοιχείων είναι η δεύτερη αρχή λειτουργίας των τραπεζών. Η έννοια της ασφάλειας είναι σύμφυτη με την ύπαρξη πιστωτικών ιδρυμάτων, δεδομένου ότι η τελευταία βασίζεται στη γενικευμένη αποδοχή και εμπιστοσύνη του κοινού. Είναι έννοια πολύ συγγενής με εκείνη της ρευστότητας και από την άποψη ότι η υπερβολική επιδίωξή της έχει επιζήμιες συνέπειες στη λειτουργία της αποδοτικότητας. Βασικής σημασίας στοιχεία της ασφάλειας συνιστούν το είδος, το ύψος και η κατανομή των αναλαμβανομένων κινδύνων κάθε μορφής. Η ασφάλεια, όπως και η ρευστότητα, εξαρτάται σε μεγάλη έκταση από την ικανότητα ορθής διαχειρίσεως των στοιχείων του ενεργητικού και του παθητικού ή ακριβέστερα των στοιχείων του ενεργητικού (χρηματοδοτήσεις) σε συνάρτηση με την σύνθεση του παθητικού, την προέλευση δηλαδή των διαθεσίμων κεφαλαίων.

Γ)Η αποδοτικότητα

Τα πιστωτικά ιδρύματα, ανεξάρτητα από το ιδιοκτησιακό τους καθεστώς, είναι ποριστικοί οργανισμοί, επιδιώκουν δηλαδή το κέρδος. Και για όσα από αυτά είναι ιδιωτικά, ο λόγος είναι προφανής. Αλλά και στο δημόσιο ή κρατικοποιημένο τομέα οι τράπεζες είναι υποχρεωμένες να πραγματοποιούν ένα λογικό επίπεδο κερδών, ως ένδειξη επιτυχημένης διαχείρισεως. Είναι δύσκολο να φανταστεί κανείς πώς μπορεί να επιβιώσει μια τράπεζα, έστω και κρατική, η οποία εμφανίζει για σειρά χρήσεων αρνητικά αποτελέσματα. Τα επιτυγχανόμενα κέρδη πρέπει να είναι ανάλογα τόσο με το ύψος των διαχειριζομένων κεφαλαίων, όσο και με εκείνα των ανταγωνιστικών ιδρυμάτων, εφ' όσον φυσικά δεν υπάρχουν σαφείς και συγκεκριμένοι λόγοι διαφορισμού των όρων λειτουργίας τους.

Η αποδοτικότητα των πιστωτικών ιδρυμάτων εξαρτάται από:

1. τη σύνθεση του ενεργητικού και παθητικού, τον τρόπο δηλαδή με τον οποίο χρησιμοποιούνται οι διαθέσιμοι χρηματοδοτικοί πόροι,
2. το ύψος των μέσων επιτοκίων καταθέσεων και χορηγήσεων
3. τις ρυθμιστικές παρεμβάσεις, γενικές ή εξειδικευμένες, των νομισματικών αρχών,
4. την έκταση των λοιπών-πλην τόκων- εσόδων,
5. την δυνατότητα των διοικήσεων να ελέγχουν τα γενικά έξοδα και την παραγωγικότητα των ιδρυμάτων τους.

1.2 ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ.

Ο ελληνικός τραπεζικός χώρος αποτελείται από 46 τράπεζες και 2 ειδικούς τραπεζικούς οργανισμούς.

Ανάλογα με την δραστηριότητα που αναπτύσσουν κατατάσσονται σε :

- 1 κεντρική τράπεζα (Τράπεζα της Ελλάδος)
- 3 αναπτυξιακές Τράπεζες (ΕΤΒΑ, ΕΤΕΒΑ, Τράπεζα Επενδύσεων).
- 3 Τράπεζες με ειδίκευση στην κτηματική πίστη (Εθνική Κτηματική, Εθνική Στεγαστική ,Aspis Bank).
- 2 ειδικούς πιστωτικούς οργανισμούς (Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο , Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων).

- 39 εμπορικές Τράπεζες (20 ελληνικές και 19 ξένες)

Το προσωπικό που απασχολείται στον τραπεζικό τομέα υπολογίζεται περίπου στα 52000 άτομα. Οι ελληνικές τράπεζες διαθέτουν 1540 καταστήματα και 582 περίπου θυρίδες σε όλη την χώρα, εκ των οποίων τα 440 είναι εγκατεστημένα στην ευρύτερη περιοχή της πρωτεύουσας.

Η ελληνική τραπεζική αγορά άρχισε να λειτουργεί κάτω από ημι-απελευθερωμένο καθεστώς από το 1986. Στηριζόταν παλαιότερα σε διοικητικές ρυθμίσεις.

Με τον νόμο 2076/92 "Ανάληψη και άσκηση δραστηριότητας πιστωτικών ιδρυμάτων και άλλες συναφείς διατάξεις" δημιουργήθηκε ένα αρκετά εκσυγχρονισμένο θεσμικό πλαίσιο άσκησης των τραπεζικών εργασιών στην χώρα μας. Μεταξύ των άλλων καταγράφηκαν οι χρηματοοικονομικές δραστηριότητες που θα ασκούνται στην Ενιαία Ευρωπαϊκή αγορά από τα πιστωτικά και χρηματοδοτικά ιδρύματα στη βάση της αρχής της αμοιβαίας αναγνώρισης, σε εφαρμογή των σχετικών ρυθμίσεων της 2^{ης} Κοινοτικής Οδηγίας.

Πρέπει να σημειωθεί ότι η ελληνική τραπεζική αγορά διακρινόταν στο παρελθόν από :

- πλήρη κυριαρχία των κρατικών τραπεζών στα μερίδια της αγοράς.
- Περιχαράκωση του προσανατολισμού των τραπεζών κύρια στον ελλαδικό χώρο.
- Έλλειψη αξιόπιστης και ενιαίας απεικόνισης των λογιστικών μεγεθών των τραπεζικών ιδρυμάτων.
- Διαρκή κρατικό παρεμβατισμό στις τράπεζες του δημοσίου τομέα τις οποίες επιβάρυνε και ταυτόχρονα στρέβλωνε τους όρους υγιούς ανταγωνισμού.
- Γεωγραφικό συγκεντρωτισμό της δραστηριότητας των τραπεζών στα αστικά κέντρα.

Για μακρά σειρά ετών οι υπηρεσίες που πρόσφεραν τα ελληνικά τραπεζικά ιδρύματα ήταν κλασσικού τύπου:

- Προϊόντα καταθέσεων σε δραχμές με μικρή ευελιξία.
- Θεσμοθετημένα διοικητικά συναλλαγματικά Προϊόντα.
- Περιορισμένη πρωτογενής αγορά χρεογράφων και τίτλων.

- Δανειακά Προϊόντα κυρίως σε δραχμές με στόχο τις μεγάλες και μεσαίες επιχειρήσεις.
- Βραχυπρόθεσμη δραχμική και συναλλαγματική εσωτερική διατραπεζική αγορά.
- Εμπορικές εργασίες με πλήθος διοικητικών ρυθμίσεων.

1.3 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

Οι τράπεζες αποτελούν τους πρωτοπόρους φορείς της πληροφορικής, με την μορφή της μηχανογράφησης, στην Ελλάδα. Όπως προκύπτει από την έρευνα, οι τρεις πρώτες τράπεζες που εισήγαγαν, υποτυπωδώς βέβαια την πληροφορική στις εργασίες τους, ξεκίνησαν την προσπάθειά τους την πενταετία 1950-55. έκτοτε και οι υπόλοιπες τράπεζες προχώρησαν, με διαφορετικούς ρυθμούς η καθεμία, στην πορεία για την μηχανογράφηση των υπηρεσιών τους.

Βασικά χαρακτηριστικά των πρώτων χρόνων της πληροφορικής στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα ήταν:

- 1) Η κυρίαρχη παρουσία της διάτρησης των στοιχείων των συναλλαγών (επεξεργασία batch- ανύπαρκτο το on-line). Τα παραστατικά των συναλλαγών συλλέγονταν από τα καταστήματα και επεξεργάζονταν πολύ αργότερα από την πραγματοποίηση των συναλλαγών.
- 2) Σε πολλές περιπτώσεις η τράπεζα εξυπηρετούνταν από κέντρα service bureau, ειδικά γραφεία που αναλάμβαναν την επεξεργασία των παραστατικών τους.
- 3) Οι δαπάνες για την μηχανογράφηση ήταν πολύ μικρές. Οι εφαρμογές που κυριαρχούσαν ήταν οι καταθέσεις και η γενική λογιστική (που είχαν και τις μεγαλύτερες ανάγκες μηχανογραφικής υποστήριξης). Σ' εκείνα τα πρώτα βήματα ο όρος "πληροφορική ήταν άγνωστος", ενώ αντίθετα δέσποζε ο όρος "μηχανογράφηση" ή "μηχανοργάνωση".
- 4) Υπήρξαν τράπεζες, των οποίων οι μηχανογραφικές ανάγκες καλύπτονταν εξ' ολοκλήρου από θυγατρικές τους εταιρείες, που διέθεταν την απαραίτητη τεχνολογία. Συνήθως τα στελέχη εκείνων των εταιρειών στελέχωσαν αργότερα τα αυτόνομα μηχανογραφικά κέντρα των μητρικών τραπεζών.

1.3.1 ΚΙΝΗΤΡΑ

Βασικά κίνητρα για την εισαγωγή της πληροφορικής στις τράπεζες ήταν:

- Η απαλλαγή του προσωπικού από κοπιώδεις και χρονοβόρες εργασίες.
- Η καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών και η πληροφόρηση της διοίκησης.
- Ο ανταγωνισμός με τις άλλες τράπεζες.

Εκείνη την εποχή που οι πρώτες τράπεζες ξεκινούσαν την μηχανογράφηση τους, η μόνη ελπίδα από την νέα τεχνολογία ήταν η απαλλαγή του προσωπικού τους από εργασίες επίπονες και χρονοβόρες που είχαν σχέση με επεξεργασία τεράστιων όγκων παραστατικών, κατά την καθημερινή λειτουργία τους. Το πρόβλημα επιδεινωνόταν με την πάροδο των χρόνων, γιατί οι συναλλαγές αυξάνονταν με μεγάλο ρυθμό και στην επεξεργασία τέτοιων στοιχείων (παραστατικών τους) παρατηρούνταν συμφόρηση και δυσπραγία, που κατέληγε στην έντονη δυσφορία των υπαλλήλων, που ασχολούνταν με αυτήν (π.χ για τον υπολογισμό των τόκων κάθε εξάμηνο, χρειάζονταν πολλές ημέρες –και υπερωρίες – για το προσωπικό προκειμένου να τον διεκπεραιώσουν επιτυχώς).

Με την εισαγωγή της τεχνολογίας, τέτοια προβλήματα ξεπεράστηκαν γρήγορα και παράλληλα ελαττώθηκαν κατά πολύ οι πιθανότητες ύπαρξης λάθους στα αποτελέσματα τέτοιου είδους επεξεργασιών. Τώρα πλέον τα στοιχεία (καταστάσεις)που προέκυπταν, παρέχονταν έγκαιρα και ήταν έγκυρα. Με αυτόν τον τρόπο καλυτέρευε η παρεχόμενη πληροφόρηση στα στελέχη των τραπεζών που την χρειάζονταν, κάτι που λειτούργησε ως κίνητρο για την περαιτέρω επέκταση των μηχανογραφικών συστημάτων των τραπεζών.

Παράλληλα , διακρίνοντας τα οφέλη που απολάμβαναν από την εισαγωγή της πληροφορικής οι τράπεζες-πρωτοπόροι, προχώρησαν στην υιοθέτηση της και τράπεζες που δεν είχαν προηγουμένως καμία σχέση με την πληροφορική γιατί αντιλήφθηκαν ότι θα βελτίωναν τη λειτουργική αποτελεσματικότητά τους.

Εκτός όμως από την καλύτερη πληροφόρηση και αποτελεσματικότητα της τράπεζας, σημαντικό ρόλο στις αποφάσεις της εκάστοτε διοίκησης της έπαιξε και ο βαθμός της εξυπηρέτησης που πρόσφερε στο συναλλασσόμενο κοινό. Άλλωστε μπορούσε εύκολα να αντιληφθεί ότι ο πελάτης θα εκτιμούσε θετικά μια γρήγορα ,αξιόπιστη και σύγχρονη εξυπηρέτηση.

Τέλος, από την στιγμή που οι τράπεζες επέτυχαν καλύτερευση της αποδοτικότητας και της εξυπηρέτησης τους, τα μερίδια αγοράς τους σε διάφορα τραπεζικά μεγέθη ανέβηκαν , με συνέπεια την εισαγωγή τους στην τροχιά της ανταγωνιστικότητας. Κάποιες άλλες τράπεζες που θέλησαν τότε να μηχανογραφηθούν , είχαν επιπλέον ως κίνητρο μια ανταγωνιστική επιδίωξη έναντι των ήδη μηχανογραφημένων. Απ' την άλλη πλευρά, οι ήδη μηχανογραφημένες λειτουργούσαν με το ίδιο κίνητρο μεταξύ τους, για την ανάπτυξη νέων εφαρμογών και για την μεγαλύτερη αυτοματοποίηση των εργασιών τους.

Έτσι σήμερα καμία τράπεζα δεν μπορεί να ξεκινήσει να λειτουργεί χωρίς την χρησιμοποίηση των τεχνολογιών πληροφορικής, που θεωρείται θεμελιώδης προϋπόθεση για την αξιόπιστη και επικερδής λειτουργία της.

1.3.2 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ

Στην πορεία εισαγωγής και εξέλιξης της πληροφορικής στις τράπεζες, που λειτουργούν στην Ελλάδα, δεν έλειψαν και τα προβλήματα τα οποία ήταν πολλά και ορισμένα απ' αυτά εξακολουθούν να δυσχεραίνουν και σήμερα την ομαλή πορεία των τμημάτων πληροφορικής των τραπεζών. Αξιολογώντας τα ,θα μπορούσε κανείς να παρατηρήσει πως το μεγαλύτερο μερίδιο των προβλημάτων το υφίστανται οι κρατικές τράπεζες (μερικές από τις οποίες πρόσφατα πέρασαν στον ευρύτερο δημόσιο τομέα αποκτώντας μεγαλύτερη αυτονομία), ενώ λιγότερα προβλήματα έχουν αντιμετωπίσει οι ιδιωτικές και οι ξένες τράπεζες. Από τις απαντήσεις των στελεχών των τραπεζών στην έρευνα διαπιστώνονται τα ακόλουθα προβλήματα:

- Οι διαδικασίες προμηθειών εξοπλισμού.

Είναι ένα πρόβλημα που βασάνιζε τις δημόσιες τράπεζες για δεκαετίες και εμπόδιζε την ομαλή ανάπτυξη της πληροφορικής σ' αυτές. Από τη μια πλευρά δεν υπήρχε, σε πολλές περιπτώσεις κρατικών τραπεζών, επιστημονική μεθοδολογία για χάραξη στρατηγικής επενδύσεων στην πληροφορική , επαρκής τεκμηρίωση των δαπανών και κατάλληλη τεχνική

ΠΙΝΑΚΑΣ

1	Ποιότητα Επικοινωνιών –ΟΤΕ
2	Υπερφόρτωση συστημάτων σε ώρες αιχμής
3	Προβλήματα υλικού (hardware)
4	Προβλήματα συμβατότητας υλικού-λογισμικού (software-hardware)
5	Προβλήματα λογισμικού εφαρμογών
6	Ανεπαρκές λειτουργικό σύστημα
7	Ελλιπής σχεδιασμός δικτύου της τράπεζας

1.4 ΟΙ ΜΟΝΑΔΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

1.4.1 ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ

Η εξέλιξη της πληροφορικής μέσα σε κάθε τράπεζα συνοδεύτηκε, συνήθως από οργανωτικές μεταβολές, άλλοτε μικρές και άλλοτε μεγάλες. Δεν μπορεί βέβαια κάποιος να ισχυριστεί εύκολα ότι η πληροφορική μπορεί να μειώσει επίπεδα ιεραρχίας στο οργανόγραμμα της τράπεζας, αλλά υπάρχουν περιπτώσεις όπου βοήθησε αποτελεσματικά να προσεγγισθεί η διοίκηση (παρέχοντας επαρκή πληροφόρηση), καταργώντας ατύπως τέτοια ενδιάμεσα επίπεδα. Στις περισσότερες τράπεζες η εξέλιξη του κέντρου πληροφορικής ξεκίνησε ως τομέας, τμήμα ή υπηρεσία της Διεύθυνσης Οικονομικών Υπηρεσιών ή συναφών διευθύνσεων.

Στη συνέχεια πέρασε στο δεύτερο στάδιο, όπου συνήθως αποτέλεσε διεύθυνση ή υποδιεύθυνση, εξελισσόμενη σε σχετικά αυτόνομη διοικητική μονάδα. Σ' αυτή τη δεύτερη φάση η Διεύθυνση ή Υποδιεύθυνση Πληροφορικής άρχισε να συμπορεύεται με τις αρμοδιότητες της Οργάνωσης. Σε κάποιες τράπεζες συνυπήρχαν ως Διεύθυνση Οργάνωσης και πληροφορικής, ενώ σε άλλες λειτουργούσαν ως δυο διαφορετικές διευθύνσεις.

Στην τρίτη φάση της διοικητικής εξέλιξης του κέντρου πληροφορικής των τραπεζών, οι πορείες ήταν ακριβώς αντίστροφες. Η ενιαία Διεύθυνση Οργάνωσης και Πληροφορικής διασπάσθηκε σε δυο αυτόνομες διευθύνσεις (τη Διεύθυνση Οργάνωσης ή Ανάπτυξης Συστημάτων και τη Διεύθυνση Πληροφορικής ή Μηχανογράφησης), ενώ στις υπόλοιπες τράπεζες οι δυο αυτόνομες διευθύνσεις (του δεύτερου σταδίου) συγχωνεύθηκαν σε μια ενιαία διεύθυνση.

Τέλος υπάρχουν τράπεζες που μηχανογραφήθηκαν σχετικά νωρίς και είναι εξ' αρχής δυο ξεχωριστές διευθύνσεις που δεν έχουν αλλάξει με την πάροδο των ετών.

Σε όλες τις τράπεζες δεν υπάρχουν σαφώς καθορισμένα όρια που να διακρίνουν τις αρμοδιότητες της οργάνωσης και τις αρμοδιότητες της πληροφορικής και αυτός είναι ο βασικός λόγος που σε πολλές τράπεζες υπάρχει ένταση, διαφωνίες ή τουλάχιστον διακριτική απόσταση στις σχέσεις των υπευθύνων των 2 τομέων.

Ο ρόλος της οργάνωσης που συνήθως προβληματίζει τα στελέχη πληροφορικής των τραπεζών, είναι μιας μορφής σύνδεσμος –διεπαφή (interface) των χρηστών με την πληροφορική. Αυτό σημαίνει πως συχνά η οργάνωση έχει την ευθύνη της καταγραφής των προδιαγραφών –απαιτήσεων των συστημάτων και σε μερικές τράπεζες προχωρεί και στην ανάπτυξη της εφαρμογής. Οι άνθρωποι της πληροφορικής από την πλευρά τους, πιστεύουν πως οι προαναφερθείσες αρμοδιότητες της οργάνωσης, συχνά, παρεισφύουν στα δικά τους έργα (και πεδία γνώσης).

1.4.2 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

Ο τραπεζικός τομέας της χώρας διαθέτει ισχυρά υπολογιστικά κέντρα και τα μεγαλύτερα δίκτυα Η/Υ , όπου συνυπάρχουν ποικίλης δομής και τεχνολογικού επιπέδου συστήματα και περιφερειακά. Βασικά στοιχεία αυτού του εξοπλισμού αποτελούν:

- Κεντρικά συστήματα Η/Υ (main-frames), στα οποία ανατίθεται ο κύριος όγκος των μεγάλων αναγκών μηχανογραφικής επεξεργασίας που αντιμετωπίζουν οι τράπεζες.
- Τερματικά (workstations), που βρίσκονται κυρίως στα υποκαταστήματα των τραπεζών και διευκολύνουν ιδιαίτερα την άμεση διεκπεραίωση των συναλλαγών μέσω διασύνδεσής τους με τα κεντρικά αρχεία/ βάσεις δεδομένων.
- Προσωπικοί υπολογιστές (PCs), στους οποίους λειτουργούν κυρίως τοπικές εφαρμογές και πακέτα αυτοματισμού γραφείου.
- Mini συστήματα, για αποκεντρωμένη ανάπτυξη και λειτουργία μικρών ή μεσαίων, συνήθως εφαρμογών.
- Διάφορα περιφερειακά και interfaces (modems)
- ATMs (Αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές), που προσφέρουν βασικές υπηρεσίες στους πελάτες των τραπεζών στα σημεία όπου είναι εγκατεστημένα κατά την διάρκεια όλου του 24ώρου.
- EFT/POS (Μηχανές ηλεκτρονικής μεταφοράς κεφαλαίων στα σημεία συναλλαγών των πελατών των τραπεζών σε συγκεκριμένα καταστήματα /γραφεία με τα οποία είναι συμβεβλημένες).

Οι βασικοί παράγοντες από τους οποίους εξαρτάται το επίπεδο του εξοπλισμού των τραπεζών είναι:

- Οι υπολογιστικές τους ανάγκες, οι οποίες συναρτώνται άμεσα με το μέγεθος των εργασιών τους.
- Η προγενέστερη υποδομή τους.

- Η στρατηγική και οι προοπτικές τους, όσον αφορά την πορεία τους στο χρηματοπιστωτικό χώρο και η αντίληψη τους για το ρόλο των τεχνολογιών πληροφορικής σ' αυτήν την πορεία.
- Οι διαδικασίες των προμηθειών, τις οποίες ακολουθούν για την απόκτηση νέου εξοπλισμού.
- Οι εκάστοτε προσφερόμενες τεχνολογικές προτάσεις από τις εταιρείες – προμηθευτές.

1.4.3 ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ

Σε όλες τις τράπεζες που εξετάστηκαν η πληροφορική υποστηρίζει, λίγο ως πολύ, τις βασικότερες τραπεζικές εργασίες: τις καταθέσεις, χορηγήσεις, μεσολαβητικές εργασίες (γραμμάτια, επιταγές, συναλλαγματικές, underwriting κ.λ.π) και συνάλλαγμα. Από εκεί και πέρα η ποικιλία των εφαρμογών είναι μεγάλη και κάθε τράπεζα έχει στραφεί προς συγκεκριμένες εφαρμογές που στοχοθετεί η στρατηγική της. Δεν υπάρχει, δηλαδή, μια ομοιόμορφα ανάπτυξη εφαρμογών σε όλες τις τράπεζες, αλλά σίγουρα υπάρχει αρκετή ταύτιση στον προσανατολισμό κάποιων από τις εφαρμογές τους. Εφαρμογές γενικής λογιστικής υπάρχουν στις περισσότερες, όπως και εφαρμογές μισθοδοσίας του προσωπικού τους.

Επιπλέον, κάθε τράπεζα έχει ιδιομορφίες ως προς την λειτουργία της και τις υπηρεσίες που παρέχει, κάτι που επιδρά καταλυτικά ώστε να κατασκευασθούν και ανάλογες εφαρμογές, π.χ τράπεζες που εξυπηρετούν άλλους οργανισμούς στην πληρωμή συντάξεων έχουν ανάλογες εφαρμογές, η κεντρική εκδοτική τράπεζα αναπτύσσει εφαρμογές ελέγχου οικονομικών στοιχείων επιχειρήσεων και τραπεζών (εμπορικών), τράπεζες οι οποίες είναι υποκαταστήματα ξένων τραπεζών διατηρούν εφαρμογές διεθνών συναλλαγών, τράπεζες που ασχολούνται κυρίως με συγκεκριμένες κατηγορίες πίστης (π.χ αγροτική πίστη) αναπτύσσουν σχετικές εφαρμογές (π.χ μεσοπρόθεσμα αγροτικά δάνεια), ενώ τέλος επενδυτικές τράπεζες αναπτύσσουν εξειδικευμένες εφαρμογές (π.χ παρακολούθησης βιομηχανικών περιοχών) , κ.λ.π.

Παράλληλα πολλές τράπεζες μπαίνουν δυναμικά σε νέες εργασίες και τις στηρίζουν μηχανογραφικά. Τέτοιες εργασίες είναι το leasing , το factoring, τα αμοιβαία κεφάλαια, κ.λ.π ενώ συγχρόνως υποστηρίζουν θυγατρικές τους

χρηματοστηριακές και ασφαλιστικές εταιρείες, μέσω της δικής τους υποδομής, φτιάχνουν προεκτάσεις στη σύνδεση τους με το SWIFT, υποστηρίζουν υπηρεσίες home-banking κ.λ.π. Διευκρινιστικά πρέπει να αναφερθεί εδώ πως η πολυμορφία των ήδη αναπτυγμένων εφαρμογών είναι τέτοια, στις μεγάλες Ελληνικές τράπεζες, που ακόμη και στην κλασσική εφαρμογή των καταθέσεων υπάρχουν κάποιες τράπεζες που δεν έχουν αυτοματοποιήσει όλων των ειδών τις καταθέσεις (ταμιευτήριο, όψεως, ανοιχτοί τρεχούμενοι, προθεσμιακές σε συνάλλαγμα, ευρώ κ.λ.π) ή πιθανόν δεν είναι ακόμη όλες αυτές οι μορφές καταθέσεων διαθέσιμες στο on-line (ή σε όλο το δίκτυο των καταστημάτων).

Τα τελευταία χρόνια επίσης, γίνεται πιο έντονη στα κέντρα πληροφορικής των τραπεζών η παρουσία Πληροφορικής Συστημάτων Διοίκησης (MIS), εκ των οποίων άλλα βρίσκονται σε πρώιμο στάδιο και άλλα εξελίσσονται πιο οργανωμένα και αποτελεσματικά. Τα περισσότερα σχεδόν είναι κυρίως τοπικές εφαρμογές που συνδέονται με υπό-εφαρμογές στατιστικών στοιχείων και σε γενικές γραμμές χρειάζονται πολλές βελτιώσεις προκειμένου να καλύψουν τις ολοένα αυξανόμενες ανάγκες πληροφόρησης των στελεχών των τραπεζών, που τελευταία φαίνεται ότι επενδύουν πολλές προσδοκίες σ' αυτά τα συστήματα.

Από την έρευνα γίνεται σαφές ότι η προσπάθεια για ολοκληρωμένα συστήματα MIS θα απορροφήσουν κατά τα προσεχή χρόνια την μερίδα του λέοντος, όχι μόνο από το ενδιαφέρον των στελεχών-χρηστών αλλά και από τις δαπάνες που αφορούν τις εφαρμογές των τραπεζών. Η έμφαση των στελεχών πληροφορικής δίνεται πλέον σε συγκροτημένα πληροφοριακά συστήματα, που θα παρέχουν στο ανώτερο διοικητικό στελεχικό δυναμικό των τραπεζών, έγκυρα και έγκαιρα, επαρκή και αξιόπιστη πληροφόρηση για δείκτες και οικονομικά στοιχεία, που θα είναι σε θέση να στηρίξουν αποτελεσματικές επιχειρηματικές αποφάσεις (π.χ dealing room/ money market, foreign exchange, risk management/ private-banking κ.λ.π). Πιο εξειδικευμένα οι managers, μιλούν για ολοκληρωμένα συστήματα χρήστη –μηχανής, τα οποία μέσω κατάλληλων μοντέλων ανάλυσης, προγραμματισμού, ελέγχου και λήψης αποφάσεων θα τους παρέχουν πληροφόρηση για την υποστήριξη της διαχείρισης, της ανάλυσης και της λήψης κρίσιμων αποφάσεων της τράπεζας σε 4 κυρίως επίπεδα:

1. επεξεργασίας συναλλαγών
2. λειτουργικού προγραμματισμού και ελέγχου
3. τακτικού προγραμματισμού και διοικητικού ελέγχου και
4. στρατηγικού επιπέδου (κρίσιμες αποφάσεις –διαμόρφωση πολιτικής)

Τέτοια MIS θεωρείται ότι μπορούν να υλοποιηθούν, μόνο σε στενή αλληλεξάρτηση με ισχυρά πελατοκεντρικά πληροφοριακά συστήματα (customer-oriented IS), προς τα οποία ήδη αρχίζουν να προσανατολίζονται τις επιλογές τους. Και σ' αυτό το σημείο όλοι συμφωνούν πως η βέλτιστη πλατφόρμα οικοδόμησης τέτοιων συστημάτων είναι η ολοκλήρωση (integration) των πληροφοριακών συστημάτων των τραπεζών, κάτι που αναδεικνύεται, σήμερα, σε μείζονα στρατηγικό στόχο όλων των τραπεζών.

Εκτός, τέλος, όλων των ανωτέρων εφαρμογών, είναι μεγάλο το πλήθος εκείνων που έχουν εξαπλωθεί τοπικά σε κάθε τράπεζα και που έχουν ως αντικείμενο από απλού κειμενογράφους, επεξεργαστές κειμένου και εργαλεία ανάλυσης οικονομικών στοιχείων μέχρι τα πιο απίθανα συστήματα (και πακέτα) για την άντληση πληροφορήσης και την διεκπεραίωση γραφειακών εργασιών ρουτίνας. Αξίζει δε να τονισθεί η παρουσία αγορασμένων πακέτων στις ελληνικές τράπεζες, που καθημερινά γίνονται όλο και πιο πολλά (λόγω των διευκολύνσεων που παρέχουν σε εξειδικευμένα θέματα) και ποικίλα: από απλά στατιστικά πακέτα μέχρι σύνθετα και σύγχρονα πακέτα διαχείρισης διαθέσιμων για τα dealing-rooms των τραπεζών.

Τα επόμενα χρόνια διαφαίνεται ακόμα δυναμικότερη εξάπλωση των εφαρμογών αυτοματισμού γραφείου και των έτοιμων εξειδικευμένων πακέτων για ειδικές εργασίες στον τραπεζικό χώρο. Δεν φαίνεται όμως, ότι ο βασικός κορμός των εφαρμογών που λειτουργούν στις τράπεζες μπορεί να αντικατασταθεί άμεσα από έτοιμες λύσεις, ούτε άλλωστε διαφαίνεται στις περισσότερες τράπεζες της έρευνας τέτοια σκοπιμότητα. Τα στελέχη πληροφορικής δείχνουν να εμπιστεύονται τις δυνατότητες τους καθώς δίνουν αξιόπιστες λύσεις στις βασικές τραπεζικές εργασίες με σχετικά χαμηλό κόστος.

Για την ανάπτυξη των τραπεζικών εφαρμογών έχει χρησιμοποιηθεί ως σήμερα ένα ευρύ φάσμα γλωσσών προγραμματισμού και εργαλείων ανάπτυξης με κυρίαρχη την γλώσσα προγραμματισμού COBOL. Στο 73% των τραπεζών της έρευνας οι βασικές εφαρμογές στηρίζονται στην Cobol, ενώ υπάρχουν εφαρμογές σε Assembly, Pascal, C κ.α

Σε κάποιες περιπτώσεις τραπεζών χρησιμοποιείται σύστημα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail), ενώ σε άλλες αναπτύσσεται ήδη για την μεταφορά εντολών ή μηνυμάτων από τη διοίκηση στα καταστήματα ή μεταξύ καταστημάτων. Όμως ακόμη και σήμερα μόνο στο 55% των τραπεζών της

έρευνας χρησιμοποιείται κάποια συγκεκριμένη μεθοδολογία για την ανάπτυξη των εφαρμογών τους.

ΚΕΦ 2°

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

2.1 INTERNET BANKING

2.1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Είναι αλήθεια ότι βρισκόμαστε σε μια εποχή όπου τα πάντα αλλάζουν με ταχύτατους ρυθμούς. Η τεχνολογία και τα επιτεύγματα εισέρχονται καθημερινά όλο και περισσότερο στη ζωή του απλού πολίτη προσπαθώντας να αναβαθμίσουν το βιοτικό του επίπεδο καθώς και τις υπηρεσίες και ανέσεις που απολαμβάνει. Αντιπροσωπευτικότερο παράδειγμα είναι αυτό των Η/Υ οι οποίοι έχουν πραγματικά εισβάλει στην πραγματικότητα και αποτελούν βασικό μέσο για την ικανοποίηση καθημερινών πρακτικών αναγκών. Σήμερα, πολλοί είναι αυτοί οι οποίοι χρησιμοποιούν την Πληροφορική γιατί πολύ απλά έχουν διαπιστώσει τα μεγάλα οφέλη τα οποία μπορούν να κερδίσουν εκτιμώντας παράλληλα και την μεγάλη αξία της.

Είναι, επίσης, αξιοπρόσεκτο το γεγονός ότι σήμερα η βιωσιμότητα, η ανταγωνιστικότητα και η γενικότερη εικόνα πολλών μεγάλων οργανισμών οφείλεται κατά ένα πολύ μεγάλο ποσοστό στο βαθμό στον οποίο έχουν υιοθετηθεί κατάλληλα Πληροφοριακά Συστήματα. Τέτοιου είδους Συστήματα αποτελούν τη βασική εσωτερική υποδομή των οργανισμών και η έλλειψη τους ή η τυχόν μη αποδοτική λειτουργικότητα τους μπορεί να προκαλέσει τριγμούς στην εύρυθμη λειτουργία των οργανισμών. Κλασσικά παραδείγματα τέτοιων περιπτώσεων είναι οι Τράπεζες, οι ασφαλιστικές εταιρείες, οι τηλεπικοινωνιακοί οργανισμοί ακόμη και τα Super-Markets. Σήμερα οι περισσότεροι αν όχι όλοι οι οργανισμοί που ανήκουν στην πιο πάνω κατηγορία έχουν ήδη υιοθετήσει με τον ένα ή άλλο τρόπο την Πληροφορική. Μάλιστα χαρακτηριστικό της μεγάλης αξίας που δίνεται στον τομέα αυτό είναι το γεγονός ότι η Πληροφορική θεωρείται ως

ένα από τα κυριότερα μέσα για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας. Παράλληλα με την διαπίστωση αυτή, σε πολλούς μεγάλους οργανισμούς έχει δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στο γεγονός αυτό και έτσι τα άτομα που σχετίζονται με τον μακροπρόθεσμο σχεδιασμό της Πληροφορικής βρίσκονται σε υψηλόβαθμες θέσεις και συμμετέχουν στην στρατηγική χάραξη της πορείας των οργανισμών.

Ένας από τους σημαντικότερους τομείς που σχετίζονται με την Πληροφορική είναι και ο Τραπεζικός. Είναι φανερό ότι για να μπορεί, σήμερα, ένας Τραπεζικός οργανισμός να ανταποκρίνεται στις αυξανόμενες απαιτήσεις των πελατών, αλλά και για να μπορεί να επιβιώνει μέσα στο κλίμα συνεχούς ανταγωνισμού θα πρέπει να διαθέτει την κατάλληλη πληροφοριακή υποδομή. Εξασφαλίζοντας κάτι τέτοιο τα πλεονεκτήματα είναι πολλά και μάλιστα αναφέρονται σε περισσότερα από ένα επίπεδα λειτουργίας του οργανισμού. Πιο συγκεκριμένα τα θετικά αποτελέσματα τα οποία μπορούν να προκύψουν μπορούν να αναφέρονται στο:

- Επίπεδο εξυπηρέτησης των πελατών (Πελάτης – Υπάλληλος)

Δυνατότητα για αμεσότερη, ταχύτερη και πιο αποδοτική εξυπηρέτηση.
Δυνατότητα προσφοράς ποικιλίας προϊόντων και κάλυψη των εξειδικευμένων απαιτήσεων που μπορεί να προκύψουν.

- Επίπεδο Ενδοτραπεζικής Συνεργασίας (Υπάλληλος – Υπάλληλος)

Εύρυθμη και αποδοτικότερη συνεργασία με απώτερο στόχο την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών καθώς και την αποδοτικότερη συνεργασία.

- Διοικητικό Επίπεδο

Εκμετάλλευση της πληροφορίας που παρέχουν τα Πληροφοριακά Συστήματα για το στρατηγικό σχεδιασμό των κατάλληλων κινήσεων σε μεσοπρόθεσμο και μακροπρόθεσμο ορίζοντα.

Ένα από τα θετικά στοιχεία που παρουσιάζονται στην ελληνική αγορά των τραπεζικών οργανισμών είναι το γεγονός ότι έχουν ήδη αντιληφθεί την αναγκαιότητα για προσαρμογή στις απαιτήσεις των καιρών. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι σε μεγάλους Τραπεζικούς Ομίλους υπάρχει πλέον ένα στέλεχος σε διοικητικό επίπεδο με βασικό του μέλημα την χάραξη της πολιτικής του Ομίλου σε θέματα Πληροφορικής. Παρατηρείται, δηλαδή, μια στροφή από την αρχική θεώρηση ότι η Πληροφορική διαδραματίζει ένα *support* ρόλο μέσα στους οργανισμούς και αρχίζει να ανακτά τη θέση που της ανήκει.

Εκτός, όμως, από τον επαναπροσδιορισμό της θέσης της, που παρουσιάζει η Πληροφορική μέσα σε Τραπεζικούς Οργανισμούς, είναι αξιοσημείωτη η ραγδαία ανάπτυξη που παρουσιάζεται και στο χώρο του Internet. Το φαινόμενο αυτό αν και είναι γενικότερο και επηρεάζει πολλούς τομείς, δεν θα μπορούσε να αφήσει αδιάφορους τους ιδύνοντες των Τραπεζικών Οργανισμών. Είναι προφανές ότι η αύξηση των χρηστών του Internet δημιουργεί ένα καθεστώς διεύρυνσης της αγοράς με αποτέλεσμα να παρουσιάζονται νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες αλλά και ανάγκες που θα πρέπει να καλυφθούν.

Οι αντιδράσεις σε αυτό το νέο δεδομένο από τους Τραπεζικούς Οργανισμούς ήταν άμεση. Σε πρώτη φάση οι περισσότεροι από αυτούς κατασκεύασαν ένα σύνολο σελίδων τις οποίες παρουσιάζουν στο Internet με την μορφή ενός ολοκληρωμένου Web Site. Στις σελίδες αυτές παρουσιάζονται πληροφορίες για την τράπεζα, τις υπηρεσίες που προσφέρει, *conduct points* και διάφορα άλλα στοιχεία τα οποία μπορούν να είναι χρήσιμα για τον επισκέπτη. Σε ένα δεύτερο επίπεδο δόθηκε η ευκαιρία στους χρήστες του Internet να εκτελούν κάποιες στοιχειώδεις λειτουργίες όπως για παράδειγμα την συμπλήρωση αιτήσεων για δάνεια, πιστωτικές κάρτες κ.ο.κ. Σήμερα, έχουν γίνει μεγαλύτερα βήματα και ήδη παρέχεται η δυνατότητα για ολοκληρωμένες τραπεζικές υπηρεσίες μέσω του Internet (Internet Banking).

2.1.2 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ INTERNET BANKING

Με τον όρο Internet Banking εννοούμε τη δυνατότητα για παροχή ολοκληρωμένων προϊόντων και υπηρεσιών μέσω Internet. Για την επίτευξη κάτι τέτοιου απαιτείται η ύπαρξη του κατάλληλου λογισμικού το οποίο αρχικά θα πρέπει να διασφαλίζει την ασφάλεια της διακίνησης των δεδομένων των πελατών αλλά και να ικανοποιεί την εκτέλεση όλων των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Ένα βήμα πριν από την εμφάνιση του Internet Banking υπήρξαν κάποιες άλλες εφαρμογές οι οποίες επικοινωνούσαν μέσω δικτύου με τα συστήματα των Τραπεζικών Οργανισμών, χρησιμοποιώντας κάποιες συγκεκριμένες εφαρμογές. Αυτό αποτέλεσε και το πρώτο βήμα για την ανάπτυξη του Internet Banking εφαρμογών. Σήμερα, δεν είναι απαραίτητο να εγκατασταθεί στον υπολογιστή του χρήστη κάποια συγκεκριμένη εφαρμογή. Χρησιμοποιώντας απλά ένα Web Browser και κάποιους κατάλληλους κωδικούς μπορεί να έχει πρόσβαση στις υπηρεσίες.

Βασικός στόχος των Τραπεζικών Οργανισμών είναι η ανάπτυξη μέσω Internet του Retail Banking, δηλαδή της προσφοράς υπηρεσιών προς τον απλό πελάτη. Για το λόγο αυτό και τα προϊόντα τα οποία προσφέρονται καλύπτουν και τις απαιτήσεις των μικρών πελατών. Για παράδειγμα, από τα βασικά που προσφέρονται είναι η παρουσίαση της κίνησης λογαριασμού, παρουσίαση του υπολοίπου ή ακόμη και εντολές για πληρωμή πιστωτικών καρτών. Επίσης, δίνεται η δυνατότητα για άνοιγμα νέων λογαριασμών, για αιτήσεις δανείων και αιτήσεις πιστωτικών καρτών. Είναι φανερό, λοιπόν, ότι πλέον δεν αναφερόμαστε σε κάποια υπηρεσία που απευθύνεται σε μια συγκεκριμένη μερίδα πελατών, όπως το private banking.

Πολλοί είναι οι λόγοι οι οποίοι ώθησαν την υλοποίηση του Internet Banking Συστημάτων. Οι κυριότεροι από αυτούς πηγάζουν από τις απαιτήσεις των ίδιων των πελατών όπως αυτές αναπροσαρμόζονται μέσα από τον καινούριο τρόπο ζωής. Με την ύπαρξη τέτοιου είδους συστημάτων δίνεται η δυνατότητα προς τους πελάτες να μπορούν να διαχειρίζονται με μεγαλύτερη άνεση και ευκολία τις τραπεζικές υπηρεσίες. Δεν είναι πλέον υποχρεωμένοι να επισκέπτονται τα καταστήματα και να δαπανούν πολύτιμο χρόνο περιμένοντας στην "ουρά" για την διεκπεραίωση των αιτημάτων τους. Μπορούν πολύ απλά από το σπίτι τους ή

από το χώρο εργασίας τους να δαπανούν ελάχιστο χρόνο και να εκτελούν τις ίδιες λειτουργίες.

Επίσης ένα άλλο στοιχείο το οποίο μπορεί να οδηγήσει στην ανάπτυξη Internet συστημάτων είναι και η δυνατότητα για εξυπηρέτηση ανά πάσα στιγμή 24 ώρες την ημέρα και 7 ημέρες την εβδομάδα. Με τον τρόπο αυτό ο πελάτης δεν είναι πλέον αναγκασμένος να προσαρμόζεται στο καθημερινό ωράριο των τραπεζών αλλά μπορεί οποιαδήποτε στιγμή να εκτελέσει ή να στείλει τις εντολές του προς την Τράπεζα.

Υπάρχουν και αρκετοί άλλοι λόγοι που οδηγούν προς την αποδοχή και ανάπτυξη ενός Internet Banking Συστήματος. Χαρακτηριστικά όπως το χαμηλό κόστος συναλλαγών, η άμεση εξυπηρέτηση ή ακόμα και η προσαρμογή των σελίδων του Internet Banking περιβάλλοντος στις απαιτήσεις του πελάτη είναι λόγοι που οδηγούν στην αποδοχή αυτού του νέου τρόπου συναλλαγής. Δεν είναι τυχαίο ότι από μελέτες οι οποίες έγιναν στο παρελθόν φαίνεται καθαρά ένα μεγάλο ποσοστό πελατών των Τραπεζικών Οργανισμών προτιμά να εξυπηρετείται από τα ATM's, τα οποία δίνουν τη δυνατότητα για ευκολότερη και ταχύτερη εξυπηρέτηση.

Είναι προφανές ότι ένας κρίσιμος παράγοντας για την επιτυχία μιας τέτοιας υπηρεσίας είναι η ύπαρξη ικανοποιητικού αριθμού πελατών του Τραπεζικού Οργανισμού οι οποίοι παράλληλα έγιναν και χρήστες του Internet. Η αύξηση αυτού του δείκτη μπορεί από μόνη της να επισημάνει και την ανάγκη για ικανοποίηση όλων αυτών των πελατών οι οποίοι χρησιμοποιούν συχνά τις υπηρεσίες του Internet και πιθανόν να επιζητούν κάτι περισσότερο από την απλή περιήγηση και συλλογή πληροφοριών μέσα από αυτό. Το γεγονός αυτό παράλληλα με τα στοιχεία που αποδεικνύουν την ραγδαία αύξηση των χρηστών στο Internet είναι ένας ακόμη λόγος ο οποίος αναγκάζει και τους Τραπεζικούς Οργανισμούς της Ελλάδας να κινηθούν με γρήγορους ρυθμούς στην παροχή ολοκληρωμένων Internet Banking υπηρεσιών.

Με λίγα λόγια, λοιπόν, το Internet Banking αποτελεί τη δυνατότητα για παροχή μιας μεγάλης ποικιλίας προϊόντων μέσω του Internet προς τους απλούς πελάτες δίνοντας έτσι τη δυνατότητα για αμεσότερη, ταχύτερη και ποιοτικότερη προσφορά υπηρεσιών.

Ένα από τα σημεία κλειδιά στο οποίο βασίζεται η εφαρμογή των Internet Banking εφαρμογών είναι ο βαθμός στον οποίο οι πελάτες είναι έτοιμοι να αποδεχθούν την νέα αυτή τεχνολογία που τους προσφέρεται. Εάν οι πελάτες

έχουν την θεωρητική υποδομή, την κουλτούρα και πιθανά την τεχνογνωσία που απαιτείται, τότε είναι πολύ πιο εύκολο να υιοθετηθούν νέες τεχνολογίες και να ασπαστούν τα νέα προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρονται. Σε αντίθεση με αυτό, εάν οι πελάτες δεν έχουν τα προαναφερθέντα χαρακτηριστικά απαιτείται ιδιαίτερος κόπος για την σωστή πληροφόρηση έτσι ώστε να είναι εφικτή η αποδοχή των νέων τεχνολογιών. Στη δεύτερη περίπτωση είναι προφανές ότι το ρίσκο αυξάνεται σημαντικά.

2.1.3 INTERNET ΚΑΙ RETAIL BANKING

Όταν αναφερόμαστε στον όρο Internet Banking αναφερόμαστε ως επί το πλείστον σε υπηρεσίες που θα παρέχονται προς τον απλό πελάτη του Τραπεζικού Ιδρύματος. Πελάτες, δηλαδή, που μπορεί να διαθέτουν μεσαίες ή μικρές καταθέσεις, που ενδιαφέρονται για καταναλωτικά δάνεια, δάνεια στέγης ή αυτοκινήτου ή για πελάτες που θέλουν απλά να έχουν μία πιστωτική κάρτα για τις αγορές τους. Το Retail Banking είναι η κατηγορία που περιλαμβάνει όλους αυτούς. Η διαχείριση αυτής της κατηγορίας των πελατών έχει ορισμένα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τα οποία συνίστανται από τα γενικότερα στοιχεία που παρουσιάζουν σαν αγοραστική δύναμη. Επίσης, αντίθετα με κάποιες άλλες ομάδες παρουσιάζουν εξαιρετική ανομοιομορφία σε θέματα εισοδημάτων, εκπαίδευσης ή κουλτούρας. Για αυτό ακριβώς θα πρέπει να υπάρχει μία νέα προσέγγιση όσο αφορά την προσφορά σε αυτούς Internet Banking υπηρεσιών. Το στοιχείο το οποίο έχει παγιωθεί στην εποχή μας είναι ότι πλέον πολλές οικογένειες διαθέτουν τουλάχιστον ένα προσωπικό υπολογιστή. Με δεδομένο ότι αυτό θα αυξάνεται με ταχύτατους ρυθμούς και παράλληλα θα αυξάνεται και ο αριθμός των προσβάσεων στο Internet θα πρέπει να θεωρείται βέβαιο ότι θα υπάρχει και μία ανάλογη αύξηση της ζήτησης για υπηρεσίες Retail Banking.

Μέχρι τώρα αναφερθήκαμε σε στοιχεία που αποδεικνύουν ότι τα Τραπεζικά Ιδρύματα με τον ένα ή άλλο τρόπο κινούνται προς την ανάπτυξη Internet Banking συστημάτων. Το ερώτημα που γεννιέται εύλογα είναι κατά πόσο η πολυδάπανη αυτή επένδυση θα επιφέρει τα κεφάλαια εκείνα τα οποία όχι μόνο θα την αποσβέσουν αλλά και θα προσφέρουν κέρδη στους Τραπεζικούς Οργανισμούς.

Ένα από τα στοιχεία που ενισχύει αυτή τη θεωρία είναι ότι οι συναλλαγές μέσω Internet είναι πολύ πιο φτηνές από ότι αυτές μέσω τηλεφώνου και ακόμη φτηνότερες σε σχέση με την εξυπηρέτηση από καταστήματα. Ένα δεύτερο αξιοσημείωτο αλλά όχι τόσο προφανές είναι το γεγονός ότι οι πελάτες που αποδέχονται με μεγαλύτερη ευκολία τις νέες αυτές υπηρεσίες ανήκουν συνήθως σε μία συγκεκριμένη κατηγορία. Είναι, λοιπόν, νέοι, περισσότερο μορφωμένοι σε σχέση με τον μέσο όρο αλλά και με μεγαλύτερα εισοδήματα σε σχέση με τον μέσο όρο των πελατών. Κατά αναλογία ταυτίζονται με αυτούς που στο παρελθόν δέχθηκαν ευκολότερα την χρησιμοποίηση των Pcs στη δεκαετία '80. Βλέποντας την ομάδα αυτή από την οικονομική σκοπιά, αποτελεί την εξαιρετικά προσοδοφόρα κατηγορία των πελατών. Όχι μόνο διαθέτουν υψηλά εισοδήματα και μακροχρόνιες προσδοκίες, αλλά και λόγω ηλικίας αποτελούν τους heavy users των προϊόντων που προσφέρονται όπως καταναλωτικά ή στεγαστικά δάνεια. Σήμερα, οι χρήστες των Internet Banking υπηρεσιών επιφέρουν κέρδη τέσσερις ή και πέντε φορές μεγαλύτερα από τους απλούς πελάτες. Βέβαια, η αναλογία αυτή θα μειώνεται καθώς όλο και περισσότεροι θα χρησιμοποιούν τις νέες υπηρεσίες. Προβλέπεται ότι σε δύο ή τρία χρόνια από σήμερα οι πελάτες μέσω Internet Banking θα επιφέρουν διπλάσια κέρδη από τους απλούς.

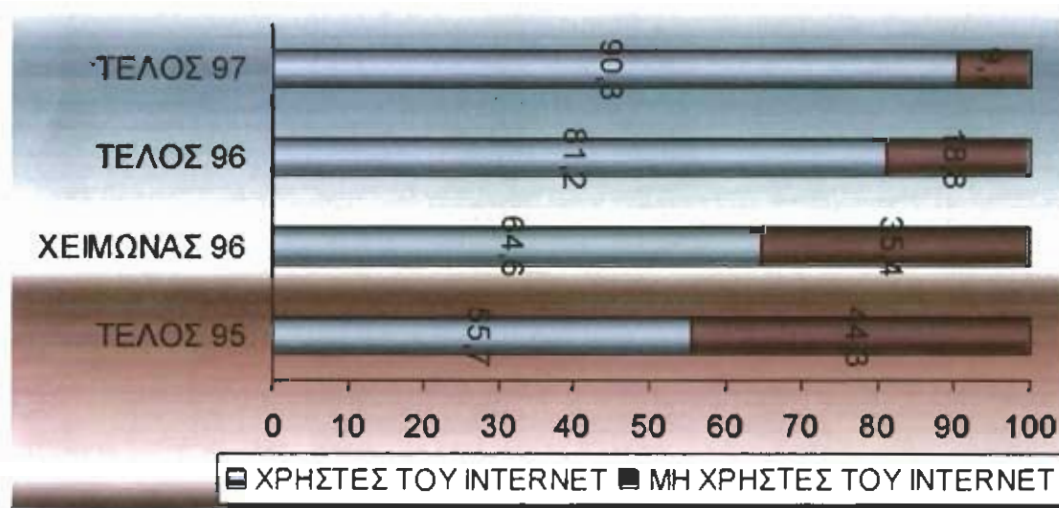
2.1.4 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Μέχρι τώρα οι αναφορές οι οποίες έγιναν σχετίζονται κυρίως με στοιχεία από έρευνες που έχουν γίνει στο εξωτερικό. Ειδικά για την Ελλάδα δεν έχουν γίνει ιδιαίτερες μελέτες για την καταγραφή των αναγκών των καταναλωτών σε σχέση με το Internet Banking. Ωστόσο πολύ συχνά πραγματοποιούνται μελέτες που αναφέρονται στους χρήστες του Internet που καταγράφονται στη χώρα μας σε τακτά χρονικά διαστήματα. Η πληροφορία αυτή είναι ιδιαίτερα χρήσιμη καθώς αποτελεί τη βάση για την περαιτέρω μελέτη.

Ο πίνακας που παρατίθεται δείχνει καθαρά ότι το ενδιαφέρον των ελλήνων σχετικά με το Internet αυξάνεται συνεχώς φτάνοντας στο τέλος του 1997 να αγγίζει το 90% των ερωτηθέντων. Η αύξηση από 55% (Τέλος 95) στο 90 (Τέλος 97) δείχνει τους εκθετικούς ρυθμούς ανάπτυξης που προβλέπεται ότι θα

παρουσιάσει ή πρόσβαση στο Internet όπως αυτή αναφέρετε σε πολλά έως τώρα σημεία.

ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ΤΟ INTERNET



Παράλληλα με τα παραπάνω στοιχεία συλλέχθηκαν και ορισμένα που αναφέρονται στο πόσο χρήσιμο θεωρείται το Internet από τα άτομα εκείνα που ενδιαφέρονται για αυτό. Πρώτο συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι όλο και μεγαλύτερο ποσοστό χρηστών θεωρεί ότι το Internet είναι ένα πολύ χρήσιμο μέσο είτε για τη συλλογή πληροφοριών είτε για την εκτέλεση άλλων λειτουργιών. Το δεύτερο, όμως, και σημαντικότερο είναι ότι ο ρόλος του αναγνωρίζεται περισσότερο από τις επιχειρήσεις οι οποίες κατά βάση αποσκοπούν στην εκμετάλλευση του για επαγγελματικούς λόγους. Από αυτό συνεπάγεται ότι το Internet έπαψε πια να θεωρείται απλά ως ένα μέσο διασκέδασης, αλλά χρησιμοποιείται για την εκτέλεση πιο ουσιαστικών λειτουργιών.

ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ INTERNET (ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΧΡΗΣΗ)



ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ INTERNET (ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ)



Η άποψη που μπορεί να συγκροτήσει κανείς αναλογιζόμενος τα παραπάνω είναι ότι στην Ελλάδα οι ρυθμοί με τους οποίους αναπτύσσεται το Internet είναι εξαιρετικά γρήγοροι. Το 90% περίπου ενδιαφέρεται για αυτό ενώ οι χρήστες που αποκτούν πρόσβαση αυξάνονται καθημερινά. Αυτά τα στοιχεία οδηγούν στην πεποίθηση ότι σύντομα θα προκύψει η κρίσιμη εκείνη μάζα η οποία θα μπορεί να δικαιολογεί απόλυτα την ανάπτυξη και εγκατάσταση ενός Internet Banking Συστήματος από ένα Τραπεζικό Οργανισμό. Ωστόσο, αυτοί που θέλουν να πρωταγωνιστήσουν στο χώρο αυτό δεν θα πρέπει να αναμένουν την έλευση αυτής της χρονικής στιγμής. Για την ανάκτηση ενός συγκριτικού πλεονεκτήματος απαιτείται η άμεση μελέτη και σχεδιασμός πάνω σε αυτό το θέμα έτσι ώστε μπορεί το εν λόγω Τραπεζικό Ίδρυμα να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις που θα προκύψουν.

2.1.5 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΟ INTERNET BANKING

Τα τελευταία χρόνια η χρήση του Διαδικτύου για χρηματοοικονομικές συναλλαγές έχει επεκταθεί, εκτός από τους ειδικούς του χώρου, και στους απλούς ιδιώτες επενδυτές. Κεντρικό ζήτημα στην ανάπτυξη των υπηρεσιών που παρέχονται μέσω Διαδικτύου είναι οι δικλείδες ασφάλειας και προστασίας, τόσο για τους χρήστες, όσο και για τις εταιρείες.

Οι ηλεκτρονικές χρηματιστηριακές υπηρεσίες που παρέχονται στη χώρα μας αφορούν on-line σύνδεση σε πραγματικό χρόνο με τις χρηματαγορές, όπως ενημέρωση για την πορεία των τιμών των μετοχών μέσα στη συνεδρίαση και διενέργεια συναλλαγών μέσω Διαδικτύου ή άλλων μεθόδων κατευθείαν από τον υπολογιστή του χρήστη. Μέχρι σήμερα οι συναλλαγές μέσω Διαδικτύου στον χώρο του συνόλου των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών αφορούν κατά κύριο λόγο τις χρηματιστηριακές συναλλαγές, δεδομένου ότι τα συμπεράσματα για την πορεία του on-line banking δεν είναι ενθουσιώδη, αλλά ούτε και αποκαρδιωτικά. Βέβαια, αν ληφθεί υπόψη η κακή πορεία του χρηματιστηρίου, είναι γεγονός ότι οι τραπεζικές συναλλαγές έχουν υπερβεί τις συναλλαγές χρηματιστηριακού τύπου.

Πολλές πλέον τράπεζες προσφέρουν τη δυνατότητα βασικών τραπεζικών εργασιών και υπηρεσιών μέσω του Διαδικτύου, όπως παρακολούθηση της κίνησης του λογαριασμού, κατάθεση αίτησης για πιστωτική κάρτα ή δάνειο, αναλυτική ενημέρωση για προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρουν κ.ά. Η πληθώρα, αλλά και η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, έχουν ως αποτέλεσμα την αύξηση των πελατών που χρησιμοποιούν το on-line banking. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών, οι χρήστες του Internet Banking ανέρχονται σήμερα σε 250.000, με την προοπτική να ξεπεράσουν τις 500.000 το 2004 (ήταν μόλις 30.000 το 2000).

Το μεγαλύτερο πλεονέκτημα των ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών αποτελεί βεβαίως το χαμηλό λειτουργικό κόστος τους. Σε γενικές γραμμές, μια τραπεζική συναλλαγή κοστίζει περίπου πέντε φορές φθηνότερα όταν πραγματοποιείται μέσω Internet απ' ό,τι μέσω του παραδοσιακού τρόπου. «Ακριβώς γι' αυτόν τον λόγο οι τράπεζες έχουν κάθε λόγο να στρέφουν τους πελάτες τους σε ηλεκτρονικά δίκτυα σε σχέση με το παραδοσιακό κατάστημα. Έτσι το κατάστημα μπορεί να λειτουργεί σαν ένα σημείο πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών απαλλαγμένο από 'ουρές' για τη διενέργεια απλών συναλλαγών», επισημαίνει ο Δημήτρης Γεωργόπουλος, διευθυντής Εναλλακτικών Δικτύων της Nova Bank. «Ο πυρήνας της τεχνολογικής υποδομής των τραπεζών είναι η ασφάλεια των συναλλαγών, ανεξαρτήτως του δικτύου μέσω του οποίου πραγματοποιούνται. Αυτό φυσικά απαιτεί και τις ανάλογες επενδύσεις, αλλά και τη συνεχή προσαρμογή στις τελευταίες εξελίξεις. Θα πρέπει να τονιστεί ότι καμία τράπεζα δεν θα διακινδύνευε την ακεραιότητα των συναλλαγών, έχοντας έτσι άμεση επίπτωση στη δημόσια εικόνα της».

Η Έλενα Ορφανίδου, διευθύντρια Τομέα Ανάπτυξης Προϊόντων & Υποστήριξης Πελατών, Διεύθυνση Ηλεκτρονικής Τραπεζικής - winbank της Τράπεζα Πειραιώς ΑΕ, συμπληρώνει: «Σαφώς και το κόστος για τη διατήρηση της ασφάλειας των συναλλαγών είναι μεγάλο, αλλά απαραίτητο. Η winbank διαρκώς ερευνά για νέες εφαρμογές, οι οποίες προσθέτουν ακόμα περισσότερη ασφάλεια, και οι οποίες μειώνουν τα λειτουργικά κόστη» .

On-line υπηρεσίες.

Οι πελάτες μιας ηλεκτρονικής τράπεζας μπορούν να διενεργούν μεταφορές χρημάτων, να αποστέλλουν χρήματα σε οποιοδήποτε σημείο του κόσμου, να παρακολουθούν ανά πάσα στιγμή τις κινήσεις και τα υπόλοιπα των λογαριασμών τους και να συμπληρώνουν αιτήσεις για προϊόντα που παρέχονται από την τράπεζα, όλο το 24ωρο, χωρίς να επηρεάζονται από εξωτερικούς παράγοντες.

Αν διαθέτουν ήδη λογαριασμό σε μία από τις τράπεζες που έχουν αναπτύξει ηλεκτρονικό σύστημα συναλλαγών, έχουν τη δυνατότητα να επισκεφθούν τον διαδικτυακό τόπο της τράπεζας και να συμπληρώσουν απλώς τη σχετική αίτηση. Λίγες ημέρες αργότερα λαμβάνουν με ταχυδρομείο (ή παραλαμβάνουν προσωπικά από ένα υποκατάστημα) τους κωδικούς τους. Αξίζει να αναφερθεί εδώ πως τέτοιου είδους ηλεκτρονικές υπηρεσίες είναι ιδιαίτερα χρήσιμες για τους Έλληνες του εξωτερικού, οι οποίοι με τον τρόπο αυτό έχουν τη δυνατότητα για πλήρη έλεγχο των λογαριασμών τους στις τράπεζες στις οποίες τηρούν λογαριασμούς.

Οι υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω on-line banking διαφέρουν ελαφρώς από τράπεζα σε τράπεζα, αλλά οι βασικές είναι οι ακόλουθες:

- Διαχείριση λογαριασμών (Υπόλοιπο-Τόκοι).
- Έλεγχος τελευταίων κινήσεων λογαριασμών.
- Αναλυτικές κινήσεις λογαριασμών.
- Μεταφορά κεφαλαίων μεταξύ λογαριασμών όψεως ή ταμειυτηρίου.
- Εντολές πληρωμής υπολοίπου πιστωτικών καρτών, δόσεων δανείου, εμβασμάτων ή επιταγών.
- Διαχείριση των παραμέτρων ασφαλείας (αλλαγή PIN κ.λπ.).
- Αιτήσεις για διάφορα τραπεζικά προϊόντα.

Σύμφωνα με τον Απόστολο Τζανέτο, υπεύθυνο InvestDirect της HSBC, «το ποσοστό των πελατών που χρησιμοποιούν το InvestDirect είναι αρκετά υψηλό. Αυτή τη στιγμή ανέρχεται περίπου στο 15-17%, και μάλιστα είναι και ανοδικό. Η κακή χρηματιστηριακή εποχή που ζούμε τα τελευταία χρόνια έχει φυσικά αντίκτυπο και στον τομέα αυτόν, αλλά παρόλο που τα απόλυτα νούμερα μειώνονται και ο τζίρος που πραγματοποιεί μία χρηματιστηριακή εταιρεία σήμερα είναι κλάσμα σε σύγκριση με αυτόν που έκανε το 1999, τα ποσοστά αυτής της υπηρεσίας ανεβαίνουν. Θεωρώ ότι το ποσοστό αυτό θα είναι ανοδικό, αφού όσο εξαπλώνεται το Διαδίκτυο, θα αυξάνεται και η συμμετοχή των πελατών, καθώς όλο και περισσότερες συναλλαγές θα γίνονται on-line και λιγότερες με τον παραδοσιακό τρόπο».

Ο Δημήτρης Μαυρογιάννης, διευθύνων σύμβουλος της EFG e-Solutions της EFG Eurobank Ergasias, διαφωνεί ότι το ποσοστό συναλλαγών μέσω Διαδικτύου δεν είναι ακόμη ικανοποιητικό. Μιλώντας για την EFG Solutions συγκεκριμένα, αναφέρει ότι «το 12% του όγκου των χρηματιστηριακών συναλλαγών στο τμήμα λιανικής, που αφορά μόνο τα καταστήματα Eurobank, έγινε μέσα από το Διαδίκτυο. Το ποσοστό του 12% για εμάς είναι πολύ ικανοποιητικό και δείχνει ότι η πελατεία μας χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο και το εμπιστεύεται. Επίσης, δεν νομίζω ότι μπορεί κανείς να περιμένει, με 1 εκατ. χρήστες του Internet μόνο στην Ελλάδα (από το οποίο το μεγαλύτερο ποσοστό είναι έως 30-32 χρονών), αυτοί οι χρήστες να κάνουν χρηματιστηριακές συναλλαγές on-line. Και πιστεύω ότι ο βαθμός χρήσης του Διαδικτύου για τέτοιου είδους συναλλαγές έχει να κάνει με τα κίνητρα και τις προσφορές που δίνονται και όχι μόνο με τον βαθμό εξοικείωσης του χρήστη με τον Η/Υ».

Ο κ. Γεωργόπουλος, με τη σειρά του, επισημαίνει ότι στη Nova Bank οι χρηματιστηριακές συναλλαγές αποτελούν το 20% του συνόλου των on-line συναλλαγών. «Γενικότερα, στην τράπεζά μας οι συναλλαγές μέσω Διαδικτύου παρουσιάζουν μια αύξηση της τάξης του 70% σε σχέση με το 2001», διευκρινίζει.

Όσον αφορά τη winbank της Τράπεζας Πειραιώς, η κα Ορφανίδου επισημαίνει ότι σχετικά με τις υπηρεσίες για τη διεκπεραίωση τραπεζικών συναλλαγών μέσω Διαδικτύου, η πλειονότητα των πελατών χρησιμοποιεί την υπηρεσία για να παρακολουθεί την πορεία του συνολικού του χαρτοφυλακίου,

την ανάλυση του υπολοίπου των λογαριασμών και για να ενημερώνεται για τις κινήσεις των λογαριασμών. «Ακολουθούν οι πελάτες που εκτελούν μεταφορές χρημάτων μεταξύ δικών τους λογαριασμών ή σε λογαριασμούς τρίτων εντός της τράπεζας. Στην κατηγορία των πληρωμών, οι πλέον δημοφιλείς είναι η πληρωμή πιστωτικής κάρτας, ΟΚΑ και ΠΑ. Οι πελάτες μας ζητούν τον εμπλουτισμό των προσφερόμενων υπηρεσιών της winbank με επιπλέον δυνατότητες, τα δε αιτήματά τους, αφού αξιολογηθούν, μεταφράζονται σε νέες υπηρεσίες και προϊόντα όσο το δυνατόν πιο άμεσα. Για παράδειγμα, η ολοκληρωμένη λύση Internet Banking για εταιρείες, το Winbank Internet Business, προέκυψε μέσα από τις επαφές που είχαμε με πελάτες μετά από ανάλυση των αναγκών και των απαιτήσεών τους».

Μία από τις πρώτες τράπεζες που αξιοποίησε το Διαδίκτυο για τραπεζικές συναλλαγές είναι η Alpha Bank, η οποία δημιούργησε το Alpha Web Banking. Ο νέος κλάδος της τράπεζας απευθύνεται κυρίως σε ιδιώτες και σήμερα προσφέρει τις ακόλουθες υπηρεσίες: α) ενημερώσεις λογαριασμών καταθέσεων και καρτών, β) μεταφορές ποσού μεταξύ λογαριασμών καταθέσεων, γ) μεταφορά ποσού σε λογαριασμό τρίτου, δ) διατραπεζική μεταφορά ποσού σε λογαριασμό άλλης τράπεζας, ε) πληρωμές λογαριασμών ΔΕΚΟ κ.λπ., στ) διαχείριση προσωπικών στοιχείων και στοιχείων λογαριασμών, καθώς και διάφορες άλλες υπηρεσίες (τιμές νομισμάτων, τιμές μετοχών ΧΑ, δείκτες τιμών μετοχών ΧΑ). Οι συνδρομητές του Alpha Web Banking εφοδιάζονται με προσωπικό κωδικό συνδρομητή και password, ώστε να διασφαλίζεται η πρόσβαση στους λογαριασμούς τους. Για τις μεταφορές ποσών σε λογαριασμούς τρίτων προσώπων εντός και εκτός τραπεζής, απαιτείται και «πρόσθετος» κωδικός ασφάλειας. Επιπλέον, το σύστημα παρέχει τη μέγιστη δυνατή ασφάλεια που υπάρχει σήμερα στο δίκτυο (128bit encryption). Η αποδοχή του Alpha Web Banking είναι απόλυτα ικανοποιητική. Το πιο ενδιαφέρον στοιχείο των μετρήσεων αφορά τη χρήση του και δείχνει ότι περισσότεροι από τους μισούς συνδρομητές χρησιμοποιούν συχνά (πάνω από 4 φορές τον μήνα) την υπηρεσία. Οι συνδρομητές του Alpha Web Banking διπλασιάζονται κάθε χρόνο από τη αρχή της λειτουργίας του (Νοέμβριος 1998) μέχρι σήμερα.

«Καταρχήν, πρέπει να γίνει κατανοητό από ποιους πελάτες περιμένουμε να κάνουν διαδικτυακές συναλλαγές. Έτσι, ενδιαφερόμαστε για το πόσοι από

τους πελάτες μας που έχουν γενικά δυνατότητα σύνδεσης στο Διαδίκτυο, το χρησιμοποιούν και για τραπεζικές συναλλαγές», τονίζει ο Θεόπεμπτος Εμ. Βήχος, υποδιευθυντής Διεύθυνσης Νέων Δικτύων της Alpha Bank. «Σήμερα, το ποσοστό αυτό στους πελάτες μας είναι της τάξης του 15-20%. Όσον αφορά τους συνδρομητές μας στο web banking είναι περίπου 50.000 και το 2% των συνολικών συναλλαγών της τράπεζας γίνεται μέσω Διαδικτύου. Από αυτές, το 85% αφορά ερωτήσεις για υπόλοιπα και κινήσεις λογαριασμών και το υπόλοιπο 15% είναι συναλλαγές πληρωμών και μεταφοράς χρημάτων. Από πλευράς ανάπτυξης, είναι μεγαλύτερος ο ρυθμός εγγραφής των ιδιωτών, που είναι σαφώς εξαρτημένος από την αυξανόμενη διείσδυση του Internet. Είχαμε μια μεγάλη έξαρση εγγραφών εταιρειών, όταν το Υπουργείο Οικονομικών ανακοίνωσε ότι η πληρωμή του ΦΠΑ θα πρέπει να γίνεται μέσω τράπεζας και επέβαλε η δήλωση του ΦΠΑ να γίνεται μέσω Internet. Άρα οι εταιρείες 'υποχρεώθηκαν' να μπουν στο δίκτυο για να δηλώσουν τον ΦΠΑ και από τη στιγμή που το χρησιμοποίησαν, εξακολούθησαν να το χρησιμοποιούν για τις δικές του πληρωμές.»

Η ασφάλεια στην εποχή της πληροφορίας

Η τεχνολογία της κρυπτογράφησης χρησιμοποιείται ευρύτατα σε εφαρμογές, όπου τίθεται θέμα ασφάλειας των πληροφοριών που μεταφέρονται. Διαδεδομένη είναι η χρήση της σε εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου (π.χ. για την προστασία αριθμών πιστωτικών καρτών που χρησιμοποιούνται για πληρωμές), σε μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, καθώς και στην αποστολή απόρρητων εγγράφων. Η λογική της χρήσης της είναι απλή, καθώς ο αποστολέας κωδικοποιεί κάθε φορά την προς αποστολή πληροφορία, ενώ ο παραλήπτης οφείλει να την αποκωδικοποιήσει προκειμένου να τη διαβάσει και να την αξιοποιήσει.

«Έχουμε κάνει ό,τι είναι δυνατόν για να έχουμε ένα ασφαλές περιβάλλον για τους πελάτες μας», διαβεβαιώνει ο κ. Τζανέτος της HSBC. «Συγκεκριμένα έχουμε εστιάσει τις προσπάθειές μας σε τρεις άξονες: ο πρώτος είναι οι κωδικοί (username και password, με αρκετά ψηφία και αριθμούς, έτσι ώστε να δημιουργείται και μεγαλύτερη ασφάλεια), ο δεύτερος είναι η εξασφάλιση των σελίδων μας (όλες σχεδόν οι σελίδες είναι secured (https://) και κρυπτογραφημένες από τη Verisign στα 128bit, που είναι το μέγιστο επίπεδο, αλλά και το πλέον αποδεκτό αυτή τη στιγμή διεθνώς και ο τρίτος και πιο

σημαντικός είναι, ότι, επειδή ακριβώς εμείς βρισκόμαστε μέσα στον όμιλο της HSBC, έχουμε από πίσω μας ένα αρκετά εξελιγμένο τμήμα IT, το οποίο έχει 'στήσει' ένα πολύ εξελιγμένο σύστημα προστασίας (firewall), έναν συνδυασμό δηλαδή hardware και software, που προστατεύει, μπλοκάρει, φιλτράρει κ.λπ. Είναι κυριολεκτικά ο 'προστάτης' τέτοιων υπηρεσιών και για μένα αποτελεί το 'α' και το 'ω' της ασφάλειας. Τα usernames, passwords και οι secured σελίδες αφορούν περισσότερο τον χρήστη. Από εκεί και πέρα, οποιοσδήποτε παρέχει τέτοιου είδους υπηρεσίες, οφείλει να έχει αποκτήσει ένα εξελιγμένο σύστημα προστασίας και, κατά συνέπεια, να προστατεύει και τους πελάτες και το δίκτυό του. Ένα καλό firewall και η συντήρησή του είναι αρκετά πολυέξοδη διαδικασία». Ο κ. Μαυρογιάννης αναφέρει ότι η EFG Eurobank Ergasias, έχοντας υιοθετήσει τεχνολογία αιχμής, με πρωτόκολλα επικοινωνίας και μηχανισμούς ταυτοποίησης, προσφέρει την ακόλουθη προστασία: α) Η μεταφορά δεδομένων προστατεύεται με την πιο εξελιγμένη μορφή κρυπτογράφησης (SSL 128bit). β) Τα συστήματα της τράπεζας διασφαλίζονται από 3 σειρές Firewalls, που δεν επιτρέπουν την πρόσβαση μη αναγνωρισμένου χρήστη. γ) Ο υπολογιστής κάθε χρήστη αναγνωρίζεται ως το μοναδικό σημείο εκτέλεσης συναλλαγών, με τη χρήση ψηφιακών πιστοποιητικών και προσωπικών κωδικών πρόσβασης και δ) Εναλλακτικά, η ταυτοποίηση μπορεί να γίνεται σε επίπεδο χρήστη και όχι υπολογιστή. Έτσι, ο κάθε χρήστης μπορεί να διαθέτει ένα προσωπικό κρυπτογραφικό μηχανισμό-κλειδί, το «e-token», που του επιτρέπει να υπογράψει ψηφιακά τις συναλλαγές του, συνδέοντάς το με τον υπολογιστή του.

Ποια είναι όμως τα συνήθη προβλήματα σε ένα διαδικτυακό περιβάλλον συναλλαγών; «Οι χρήστες του Διαδικτύου έρχονται με καλή διάθεση, αλλά έχουν πολλές απαιτήσεις», αναφέρει ο κ. Τζανέτος. «Μπορεί για έναν ολόκληρο χρόνο όλα να λειτουργούν τέλεια και την πρώτη μέρα του επόμενου χρόνου να δημιουργηθεί ένα πρόβλημα και είναι τότε ικανοί να διαμαρτυρηθούν εντόνως. Και καλά κάνουν. Και επειδή, καλώς ή κακώς, η νέα τεχνολογία δεν είναι ακόμα γνωστή σε όλους, εδώ, στο τμήμα του InvestDirect, προσπαθούμε να λύνουμε όποιο πρόβλημα έχουν οι πελάτες μας».

Τα συνήθη προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι πελάτες, σύμφωνα με την κα Ορφανίδου της winbank, είναι η απομνημόνευση των κωδικών

ασφάλειας για την πρόσβασή τους στην υπηρεσία και η μη εξοικείωση με τον ηλεκτρονικό υπολογιστή και τις νέες τεχνολογίες. «Η χαμηλή διείσδυση του Διαδικτύου στη χώρα μας και ο φόβος για τα Νέα Μέσα είναι ανασταλτικοί παράγοντες», δηλώνει η ίδια. «Οφείλουμε να εκπαιδεύσουμε πρώτα την αγορά μας στα Νέα Μέσα με απλά βήματα. Η winbank έκανε μια τέτοια προσπάθεια, παρέχοντας μαθήματα στο ευρύ κοινό τόσο on-line, όσο και face-to-face. Επίσης, έχει δημιουργήσει on-line tutorials, με σκοπό να εκπαιδεύσει τους χρήστες της για τη γρήγορη ολοκλήρωση των συναλλαγών τους. Στην προσπάθεια αυτή προστέθηκε και η πρόσφατη αναδιοργάνωση του μενού της υπηρεσίας Winbank Internet, για να γίνει πιο λειτουργικό και εύκολο στην περιήγηση και στην εύρεση των συναλλαγών που αναζητούν οι χρήστες».

Η προστασία και τα δικαιώματα των καταναλωτών

Η ασφάλεια των συναλλαγών από τους «κυβερνοκλέφτες» είναι το ένα σκέλος του προβλήματος. Το άλλο είναι, φυσικά, η τήρηση του τραπεζικού απορρήτου, καθώς οι ίδιες βασικές αρχές που διέπουν τις κλασικές τραπεζικές συναλλαγές ισχύουν και στην περίπτωση των συναλλαγών μέσω Διαδικτύου. Όλες οι πληροφορίες που διαβιβάζονται από τον συνδρομητή στην τράπεζα είναι εμπιστευτικές και η κάθε τράπεζα έχει λάβει όλα τα απαραίτητα μέτρα, ώστε να γίνεται χρήση τους μόνο στο πλαίσιο των παρεχόμενων υπηρεσιών. Ένα από αυτά, για παράδειγμα, είναι ότι μόνο εξουσιοδοτημένοι υπάλληλοι με την κατάλληλη εκπαίδευση στον χειρισμό πληροφοριών των πελατών έχουν πρόσβαση στις πληροφορίες των ηλεκτρονικών συναλλαγών, όπως άλλωστε γίνεται και με τις κανονικές συναλλαγές. Είναι αυτονόητο ότι όπως δεν πρέπει κανείς να χάσει την κάρτα ανάληψης και τον κωδικό PIN, έτσι και στο Διαδίκτυο δεν πρέπει να χαθούν οι κωδικοί πρόσβασης, ο αριθμός της κάρτας ή οι αριθμοί TAN που συνοδεύουν τις συναλλαγές. Η διαδικασία που ακολουθείται σε τέτοιες περιπτώσεις είναι ίδια, όπως όταν χάσει κάποιος την πιστωτική του κάρτα ή την κάρτα ATM.

Βέβαια, και οι ίδιες οι τράπεζες έχουν καλυφθεί νομικώς για οποιαδήποτε απευκταία περίπτωση, με ειδική ρήτρα, η οποία υπάρχει στους διαδικτυακούς τόπους. Ο κ. Γεωργόπουλος της Nova Bank επισημαίνει ότι «κάθε συναλλακτική σχέση, όπως και η διαβίβαση εντολών, θα πρέπει να διέπεται από μια σύμβαση-πλαίσιο. Οι τράπεζες λαμβάνουν όλα εκείνα τα μέτρα που

καθιστούν τις συναλλαγές ασφαλείς. Θα πρέπει να τονιστεί ότι οι τράπεζες πρέπει να συμμορφώνονται με συγκεκριμένους κανονισμούς διεθνών οργανισμών και μάλιστα ελέγχονται γι' αυτό από εξουσιοδοτημένες Αρχές. Επισημάνσεις σαν την προαναφερθείσα έχουν ως σκοπό να τονίσουν, αλλά και να επιστήσουν την προσοχή στους πελάτες τους ότι και εκείνοι θα πρέπει αντίστοιχα να τηρούν κανόνες ασφάλειας, όπως π.χ. τη μυστικότητα, την επιμέλεια, τη μέριμνα για τη μη διαρροή των προσωπικών κωδικών τους για την πρόσβαση στο Διαδίκτυο. Αν αναλογιστούμε τις καθημερινές μας συναλλαγές που πραγματοποιούμε στον φυσικό κόσμο, μπορούμε να διαπιστώσουμε ότι οι κίνδυνοι ίσως είναι περισσότεροι στις συναλλαγές. Για παράδειγμα, όταν δίνουμε την πιστωτική μας κάρτα για πληρωμή, σε κάποιο κατάστημα, πόσες φορές ο υπάλληλος ελέγχει την υπογραφή μας (στο πίσω μέρος της κάρτας), συγκρίνοντάς την με την αστυνομική μας ταυτότητα, για να διαπιστώσει την ταυτοπροσωπία;». Για το ίδιο θέμα, ο κ. Τζανέτος της HSBC συμπληρώνει ότι «η νομική αυτή ρήτρα υπάρχει για να μας προστατεύει. Βρίσκεται στην πρώτη σελίδα, αλλά δεν ξέρω πόσοι τη διαβάζουν και πόσοι είναι διατεθειμένοι να τη διαβάσουν».

Όλα τα ανωτέρω όμως, που σχετίζονται με την παρεχόμενη ασφάλεια, πολύ πιθανόν να μην καταφέρουν να μεταστρέψουν τους πιο δύσπιστους. Η αντίδραση των τραπεζών; «Εγώ συμμερίζομαι τον φόβο (ή δισταγμό αν θέλετε) που έχουν οι πελάτες για να κάνουν συναλλαγές μέσω Διαδικτύου», απαντά ο κ. Τζανέτος. «Το Διαδίκτυο είναι αχανές, οι τεχνολογίες είναι εξελισσόμενες και κάποιος μπορεί να τις χρησιμοποιήσει το ίδιο καλοπροαίρετα και κακοπροαίρετα. Είναι γνωστό ότι το κακοπροαίρετο είναι πάρα πολύ επικίνδυνο και είναι και πολύ δύσκολο να το παρακολουθήσει κανείς. Έτσι, μία διαφοροποίηση που υπάρχει με το InvestDirect, αλλά και με άλλες υπηρεσίες (on-line banking κ.λπ.) είναι ότι εμείς δίνουμε τη δυνατότητα στον πελάτη να μπαίνει, να βλέπει ένα χαρτοφυλάκιο και να εκτελεί κάποιες εντολές. Αν προκύψει παραβίαση αυτού του δικτύου, το χειρότερο που μπορεί να πάθει ο πελάτης είναι ο εισβολέας να πουλήσει κάποιες μετοχές ή να δει την κατάσταση του χαρτοφυλακίου του. Δεν υπάρχει καμία σύνδεση με τραπεζικούς λογαριασμούς κ.λπ., οπότε δεν μπορεί να βλάψει με κανέναν τρόπο τον πελάτη. Ακόμη και άλλες υπηρεσίες που προσφέρουμε, όπως η μεταφορά υπολοίπου από το site στη χρηματιστηριακή, είναι υπό τη μορφή

ενημέρωσης. Δηλαδή, αν κάποιος πελάτης δώσει εντολή για μεταφορά υπολοίπου 2.000 ευρώ, αυτό έρχεται ως πληροφόρηση σε εμάς, ελέγχουμε στα συστήματα της εταιρείας ότι ισχύουν όλα τα στοιχεία και προχωρούμε στη συγκεκριμένη πράξη». Σύμφωνα με τον κ. Γεωργόπουλο, για να καταστούν οι συναλλαγές μέσω Διαδικτύου θεσμός και στην πατρίδα μας, και να προσεγγίσουν τους διεθνείς μέσους όρους, θα πρέπει η όλη προσπάθεια να στοχεύει στα εξής:

- Συνεχή ενημέρωση/εκπαίδευση του πελάτη για τα οφέλη από τη χρήση εναλλακτικών δικτύων. Η τράπεζα πρέπει να έχει τον ρόλο του συμβούλου προς αυτή την κατεύθυνση.
- Ξεκάθαρη τιμολογιακή πολιτική, ώστε να γίνεται πλήρως κατανοητή η οικονομική ωφέλεια για τον πελάτη. Για παράδειγμα, στη Nova Bank οι συναλλαγές μέσω Internet κοστίζουν - για τον πελάτη - μέχρι και 50% φθηνότερα.
- Συνεχείς επενδύσεις στην ασφάλεια των συναλλαγών και ενημέρωση των πελατών γι' αυτό.
- Υποστήριξη των ηλεκτρονικών συναλλαγών από την Πολιτεία με εξάλειψη όσων εμποδίων υπάρχουν ακόμη, με την εναρμόνιση του θεσμικού πλαισίου σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα. Είναι εξαιρετικά σημαντικές οι αποφάσεις για τις ψηφιακές υπογραφές, για την πληρωμή του ΦΠΑ και την υποβολή δηλώσεων, η είσπραξη φόρων με πιστωτική κάρτα, το πρόγραμμα «Δικτυωθείτε», η υποστήριξη του e-government και οι ενέργειες της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών για την προώθηση του Internet Banking.
- Υποστήριξη και προώθηση των ηλεκτρονικών συναλλαγών από τα μέσα ενημέρωσης, ηλεκτρονικά και έντυπα.
- Εισαγωγή περισσότερων (και ενίσχυση των υπαρχόντων) προγραμμάτων σε θέματα χρήσης τεχνολογίας και ηλεκτρονικών συναλλαγών στην ανώτερη και ανώτατη εκπαίδευση.

«Το να κερδηθούν οι απλοί πελάτες αποτελεί το πιο επίτιμο έργο», τονίζει ο κ. Βήχος της Alpha. «Οι συναλλαγές στο Διαδίκτυο είναι ασφαλείς, με την έννοια ότι είναι ασφαλέστερες από πολλούς άλλους τρόπους συναλλαγής που ήδη χρησιμοποιούν οι πελάτες μας. Αυτό που κάνουμε εμείς είναι ό,τι

κάναμε και με τις κάρτες ανάληψης μετρητών, όπου στην αρχή η χρήση τους ήταν πολύ περιορισμένη. Ενώ στην αρχή, η χρήση τους εντοπιζόταν κυρίως στους νέους, σήμερα έχει επεκταθεί σε ένα πάρα πολύ μεγάλο ποσοστό πελατών. Η στρατηγική μας αφορά έναν συνεχή 'βομβαρδισμό' πληροφόρησης για τα οφέλη που μπορούν να αποκομίσουν μέσω της χρήσης του Διαδικτύου, προτάσσοντας τη χρηστικότητα των υπηρεσιών. Έτσι ελπίζουμε να φύγει σιγά-σιγά αυτό το άγχος που υπάρχει από την πλευρά του χρήστη. Η τράπεζα επενδύει συνεχώς σε συστήματα και σε διαδικασίες ασφάλειας. Αποφεύγουμε όμως να το 'φωνάζουμε', για λόγους καθαρά ψυχολογικούς, δηλαδή αποφεύγουμε να μεγαλοποιούμε το θέμα προς τα έξω, αλλά του δίνουμε τη σημασία που πρέπει εσωτερικά».

Το νομοθετικό πλαίσιο

Για τη σωστή ανάπτυξη και λειτουργία του on-line banking απαιτείται βέβαια και ένα κατάλληλο νομοθετικό πλαίσιο. «Η απόφαση για τη λειτουργία μιας ηλεκτρονικής τράπεζας σχετίζεται καταρχήν με την ύπαρξη ή όχι επιχειρηματικής ευκαιρίας στην αγορά. Η διεθνής εμπειρία δεν μας έχει δώσει επιτυχημένα παραδείγματα αμιγώς ηλεκτρονικών τραπεζών», υποστηρίζει ο κ. Γεωργόπουλος. «Ειδικότερα για την ελληνική αγορά, πιστεύω ότι το παραδοσιακό δίκτυο καταστημάτων θα εξακολουθήσει να έχει πρωτεύουσα σημασία για μια τράπεζα, με στόχο να είναι ένα άριστο σημείο πώλησης, όπως προαναφέρθηκε. Ταυτόχρονα πρέπει να αποτελεί στοιχείο της στρατηγικής μιας τράπεζας η ανάπτυξη υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής, προσφέροντας μια 'πολυκαναλική' εξυπηρέτηση. Παράγοντας επιτυχίας για την επιτυχία ενός multi-channel μοντέλου είναι η συνολική προσφερόμενη αξία προς τον πελάτη μέσα από όλα τα δίκτυα, σε σχέση με την επιμέρους αξία που προκύπτει από τη χρήση μεμονωμένων δικτύων. Βεβαίως, η ύπαρξη ενός κατάλληλου νομοθετικού πλαισίου διευκολύνει σημαντικά, κυρίως γιατί θέτει τους κανόνες λειτουργίας, αλλά ταυτόχρονα προάγει και την αποδοχή των on-line υπηρεσιών από τους καταναλωτές. Για παράδειγμα, με την ψήφιση του νόμου για τις ψηφιακές υπογραφές δεν θα είναι απαραίτητο για τον πελάτη να επισκεφθεί το τραπεζικό κατάστημα για να δώσει δείγμα υπογραφής, όταν αγοράζει ένα προϊόν, κάτι που αναμένεται να αυξήσει περισσότερο τις on-line συναλλαγές».

Η κα Ορφανίδου υποστηρίζει ότι οι τράπεζες στην Ελλάδα τα τελευταία τρία χρόνια έχουν κάνει σημαντικά βήματα στην ανάπτυξη και βελτίωση των ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών. Κάθε χρόνο αυξάνεται ο αριθμός των τραπεζών που προσφέρουν τις υπηρεσίες τους μέσω των εναλλακτικών δικτύων. «Ο ανταγωνισμός στον τομέα της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα εντείνεται συνεχώς γιατί οι τράπεζες αναγνωρίζουν ότι η παροχή εναλλακτικών δικτύων εξυπηρέτησης στους πελάτες είναι αναγκαία για την ποιοτική εξυπηρέτησή τους. Η winbank θεωρεί τον εντεινόμενο ανταγωνισμό πρόκληση για τον εμπλουτισμό των υπηρεσιών της και την ανάπτυξη νέων. Το θεσμικό πλαίσιο των ηλεκτρονικών συναλλαγών στην Ελλάδα ναί μεν έχει ξεκινήσει να δημιουργείται, αλλά ακόμα είναι ανεπαρκές. Η εμπειρία μάς έχει δείξει ότι υπάρχουν ακόμη ανασταλτικοί παράγοντες στην ανάπτυξη και εξάπλωση των ηλεκτρονικών συναλλαγών στη χώρα μας. Εκτός από τη μη εξοικείωση του κοινού με τις νέες τεχνολογίες και τη φοβία σε σχέση με την ασφάλεια των συναλλαγών στο Διαδίκτυο, επιπλέον ανασταλτικοί παράγοντες είναι η όχι και τόσο ικανοποιητική τηλεπικοινωνιακή υποδομή και η ανασφάλεια του χρήστη σε σχέση με τη διατήρηση του απορρήτου προσωπικών δεδομένων. Η εξάλειψη των παραπάνω παραγόντων μπορεί να πραγματοποιηθεί μόνο με συντονισμένες κινήσεις ενημέρωσης των πολιτών, πρώτον, για τη χρησιμότητα των εναλλακτικών δικτύων και, δεύτερον, για την ασφάλεια των συναλλαγών. Τέλος, πολύ σημαντικός παράγοντας είναι και η χρηματοδότηση για την ανάπτυξη της τηλεπικοινωνιακής υποδομής στη χώρα μας».

Εντέλει, όπως όλα δείχνουν, το web banking ακολουθεί το ίδιο μοτίβο με εκείνο των ATMs, μόνο που η οθόνη του υπολογιστή αναλαμβάνει πλέον να παίξει τον ρόλο του προσωπικού ταμείου. Το Διαδίκτυο και οι τραπεζικές συναλλαγές μέσα από την οθόνη του PC δεν είναι παρά μια επέκταση της Αυτόματης Ταμειολογιστικής Μηχανής. Απλά, τώρα χρήστης έχει στη διάθεσή του πολύ περισσότερες δυνατότητες, πιο φιλικά και εύκολα μενού, ενώ προστίθεται και η δυνατότητα να συνδέεται κανείς όποτε θέλει και όση ώρα θέλει από το σπίτι του. Η μεγάλη πρόκληση για τους ίδιους τους χρηματοοικονομικούς οργανισμούς είναι να καταφέρουν να πείσουν τους πελάτες τους (χρήστες του Διαδικτύου) να εισέρχονται πλέον στα virtual

καταστήματα και όχι να σχηματίζουν «ουρές» πίσω από τα γκισέ των τραπεζών.

2.2 ΟΙ ΑΥΤΟΜΑΤΕΣ ΤΑΜΕΙΟΛΟΓΙΣΤΙΚΕΣ ΜΗΧΑΝΕΣ (ATMs)

Από τα ανταγωνιστικά συστήματα που προαναφέρθηκαν, κυρίως τα ATMs έχουν γίνει ευρέως αποδεκτά και χρησιμοποιούνται πολύ. Μηχανές που έδιναν μετρητά έχουν τοποθετηθεί και χρησιμοποιηθεί στην Αμερική από τα μέσα της δεκαετίας του '60. Στη Μ.Βρετανία οι μηχανές αυτές (Cash dispensers) έγιναν ευρύτατα γνωστές στις αρχές της δεκαετίας του '70. Δυστυχώς δεν υπάρχει ένας γενικά συμφωνημένος διεθνής ορισμός για τα ATMs, όπως ακριβώς συμβαίνει και για τις μηχανές ηλεκτρονικής μεταφοράς κεφαλαίων. (Electronic Funds Transfer EFT), αλλά οι περισσότεροι συγγραφείς αναφέρουν το ATM ως μια μηχανή που δίνει μετρητά και παρέχει και μερικές συμπληρωματικές υπηρεσίες.

Στην Ελλάδα εκτιμάται ότι προστίθεται ένας επιπλέον σημαντικός στόχος, που είναι η μείωση των ουρών στα γκισέ των καταστημάτων (ένα καυτό πρόβλημα ιδίως για τις κρατικές τράπεζες).

Οι προσφερόμενες υπηρεσίες από τα ATM διαφέρουν κατά πολύ. Γενικά, ένα τέτοιο μηχάνημα μπορεί να προσφέρει τις παρακάτω υπηρεσίες:

- Ανάληψη μετρητών και ενημέρωση λογαριασμού.
- Κατάθεση μετρητών ή επιταγών.
- Μεταφορά χρημάτων μεταξύ λογαριασμών.
- Ενημέρωση υπολοίπων λογαριασμού.
- Εκτύπωση υπολοίπου.
- Αίτηση για βιβλιάριο επιταγών.
- Πληρωμή μονίμων υποχρεώσεων του πελάτη.
- Αλλαγή προσωπικού μυστικού αριθμού (PIN).
- Αγορά και πώληση συναλλάγματος.
- Αλλαγή παγίων εντολών προς της τράπεζα.
- Αίτηση για δάνεια.

Η παραπάνω λίστα είναι μόνο ενδεικτική και δεν έχει στόχο να κάνει μια πλήρη αναφορά των πιθανών υπηρεσιών που μπορεί να προσφέρει ένα ATM. Όσον δε οι τράπεζες εντείνουν τον ανταγωνισμό στον τομέα αυτό, το εύρος των προσφερόμενων υπηρεσιών θα αυξάνεται σημαντικά. Στις ΗΠΑ αναφέρεται ότι ένα νέο προηγμένο τεχνολογικά ATM μπορεί να προσφέρει ακόμη και 125 διαφορετικές υπηρεσίες.

2.2.1 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ATMs

Στο σημερινό έντονα ανταγωνιστικό τραπεζικό χώρο, είναι απαραίτητο τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα να κινηθούν και να ανακαλύψουν άμεσα νέους χώρους υπηρεσιών.

Ο κυριότερος στόχος των επενδυόμενων κεφαλαίων για retail banking είναι η αυτοεξυπηρέτηση του πελάτη με κυριότερο εργαλείο τα ATMs.

Τα ATMs κατά κύριο λόγο μειώνουν την ανάγκη για ταμειολογιστές (tellers).

Επιπλέον απελευθερώνουν τον υπάλληλο από πολλές απλές συναλλαγές ρουτίνας. Μπορούν να προσφέρουν μεγαλύτερη ικανοποίηση στον πελάτη και αίσθηση προστασίας του απορρήτου των συναλλαγών. Μεγάλο πλεονέκτημα τους είναι ότι το κόστος συναλλαγής είναι χαμηλότερο σε σύγκριση με αυτό της συναλλαγής με τον τραπεζικό υπάλληλο.

Επιπλέον στόχος των ιδρυμάτων από την χρήση των ATMs είναι η παροχή υπηρεσιών 24 ώρες το 24ωρο, 7 ημέρες την εβδομάδα. Σε αυτή την περίπτωση τα μηχανήματα τοποθετούνται εξωτερικά. Σε άλλες περιπτώσεις στόχος είναι, η αποτελεσματική αυτοματοποίηση των αναλήψεων μετρητών με την ταυτόχρονη αύξηση της παραγωγικότητας μέσα στην τράπεζα. Σε αυτή την περίπτωση εγκαθίστανται μέσα στα υποκαταστήματα σε χώρους αναμονής ή εξυπηρέτησης.

Η παροχή νέων τραπεζικών υπηρεσιών, η προσέλκυση νέων πελατών, η παροχή υπηρεσιών σε τοποθεσίες όπου δεν υπάρχουν υποκαταστήματα, η παραμονή σε θέση ανταγωνιστική απέναντι σε άλλα

χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, μπορεί να είναι πρόσθετοι στόχοι για την υλοποίηση συστημάτων ΑΤΜς.

Ανεξάρτητα όμως με το ποιον από τους παραπάνω στόχους έχει η τράπεζα, η ποιότητα στις υπηρεσίες προς τον πελάτη, η αποδοτικότητα, και το χαμηλό κόστος πρέπει να είναι κυρίαρχης σημασίας στο στρατηγικό της σχεδιασμό.

Η έρευνα αγοράς πρέπει να παίξει ένα σημαντικό ρόλο στην επιβεβαίωση των άμεσων αναγκών για τις προσφερόμενες υπηρεσίες. Μια τράπεζα γνωρίζοντας τα τμήματα της αγοράς και τις συναλλακτικές συνήθειες τους, μπορεί να προσαρμόσει ευέλικτα τις προσπάθειες της προς αυτούς.

Η επεξεργασία των συναλλαγών μέσω των ΑΤΜς πρέπει να μελετηθεί ως μια ενιαία εργασία (project), τόσο σε επίπεδο σχεδιασμού του προϊόντος, όσο και στην επιχειρησιακή του παρακολούθηση.

Ο τρόπος με τον οποίο ένα δίκτυο ΑΤΜς παρουσιάζεται και διαφημίζεται έχει να κάνει κατά πολύ με την επιτυχία του. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός που συνέβη σε Αραβική χώρα όπου κάποια τράπεζα χρησιμοποίησε στο διαφημιστικό της spot έναν ηλικιωμένο άνδρα ντυμένο με τοπική ενδυμασία –την βεδουινική- για να προβάλει την αξιοπιστία. Η διαφήμιση δεν “πούλησε”. Αντίθετα, μια άλλη τράπεζα έβαλε έναν νεαρό άνδρα να φορά ρούχα του δυτικού κόσμου. Αυτό έκανε το δίκτυο να φανεί με prestige και να γίνει γρήγορα αποδεκτό. Χαρακτηριστικό παράδειγμα στην Ελλάδα αποτελεί η διαφήμιση της Ethnocash τους καλοκαιρινούς μήνες. Συνδύασε επιτυχώς τις διακοπές με την ευκολία ανάληψης των χρημάτων στον τόπο παραθερισμού. Η διαφήμιση πέτυχε και η κάρτα παρουσίασε μεγάλη ζήτηση και αποδοχή.

Η εκπαίδευση και παρότρυνση των υπαλλήλων είναι ένας πολύ σημαντικός παράγοντας επιτυχίας. Η αντίδραση αυτών είναι μια από τις πρώτες και βασικότερες αιτίες για την καθυστερημένη εγκατάσταση των ΑΤΜς. Αυτοί μπορεί να είναι είτε στα κατώτερα επίπεδα ή ακόμη και στα ανώτατα διοικητικά στελέχη.

Υπάρχουν πολλά θέματα τα οποία πρέπει να αναλυθούν και να μελετηθούν όταν μια απόφαση για την εισαγωγή ΑΤΜς πρόκειται να ληφθεί.

Αυτά θα πρέπει να περιλαμβάνουν:

1. τις προσφερόμενες υπηρεσίες

2. το αποτελεσματικό marketing της υπηρεσίας
3. το είδος των χώρων εγκατάστασης
4. την επιλογή του κατάλληλου υλικού και λογισμικού
5. την πολιτική η οποία θα χαρακτηρίζει την 'έκδοση καρτών
6. το θέμα της ασφάλειας
7. τις απαιτήσεις για ενημέρωση και εκπαίδευση του πελάτη
8. τα χαρακτηριστικά της συστηματικής συντήρησης

Επιπλέον, από την πλευρά του marketing, υπάρχουν κάποιες άλλες ερωτήσεις που θα πρέπει να απαντηθούν:

- Τι στρατηγικές θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν ώστε να γίνουν οι προσφερόμενες υπηρεσίες μέσω των ΑΤΜς πιο ελκυστικές προς τον πελάτη;
- Ποιος είναι ο καλύτερος τρόπος εφαρμογής αυτών των στρατηγικών ώστε να επηρεάσουν θετικά την επίδραση των πελατών;
- Ποια κριτήρια θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν από τις τράπεζες για την μέτρηση της επιχειρηματικής επιτυχίας μέσω των ΑΤΜς;
- Ποια από τα παραπάνω κριτήρια καλύπτουν επίσης και τα έσοδα της επένδυσης (return-on-investment);
- Πως μπορούν οι τράπεζες να επιτύχουν υψηλότερα ποσοστά χρήσης των καρτών;
- Πως τα επιτυχημένα δίκτυα ΑΤΜς προβάλλονται; Ποιοι είναι οι πιο κατάλληλες μέθοδοι και γιατί;
- Πως θα μπορούσαν οι τράπεζες να χρησιμοποιήσουν τα ΑΤΜς για να μειώσουν τα έξοδα συναλλαγής;
- Ποιες θα είναι οι επιπτώσεις για το τραπεζοϋπαλληλικό προσωπικό από την εισαγωγή των ΑΤΜς;
- Τι μαθήματα μπορεί να πάρει η τράπεζα από την ανασκόπηση των self-service τερματικών που έχουν ήδη τοποθετηθεί από αυτήν και από άλλες τράπεζες ;
- Πως μπορεί η τράπεζα να προβλέψει τη ζήτηση για self-service τερματικά κατά την επόμενη δεκαετία;

Επιπρόσθετα, σήμερα οι διοικήσεις των τραπεζών αντιμετωπίζουν ένα ακόμη σημαντικό ζήτημα, το να μοιραστούν ή όχι ένα ATM-δίκτυο. Το δίλημμα είναι το αν θα πρέπει να προχωρήσουν σε ένα ιδιόκτητο ATM δίκτυο ή να συνδεθούν σε ένα δίκτυο με άλλους (shared network). Στις Ηνωμένες Πολιτείες μόνο λίγες τράπεζες είναι αρκετά μεγάλες, είτε από την πλευρά των ιδίων κεφαλαίων, είτε από την πλευρά του μεριδίου αγοράς, για να προσφέρουν στους πελάτες τους ικανοποιητική γεωγραφική κάλυψη χρησιμοποιώντας μόνο το ιδιόκτητο τους ATM-δίκτυο. Σαν αποτέλεσμα οι περισσότερες τράπεζες έχουν επιλέξει την στρατηγική συμφωνιών για την κοινή χρήση των δικτύων (shared network).

Σύμφωνα με μια έρευνα στην Μ.Βρετανία (University of Beith-School of Management), όταν τα ATMς άρχισαν να εισάγονται στην αγορά, οι περισσότερες τράπεζες τα τοποθετούν βιαστικά σε όλη την Μ.Βρετανία, πιστεύοντας ότι η παρουσία τους και μόνο θα δημιουργούσε το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Όμως, σύντομα κατάλαβαν ότι η παρουσία ενός ATM από μόνη της δεν θα μπορούσε να δώσει το πολυπόθητο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Αντίθετα, αποδεικνύονταν όλο και περισσότερο ότι αποτελούσε ένα επιπλέον κόστος της τραπεζικής αγοράς. Σήμερα, γνωρίζουν καλά, ότι το εύρος και το είδος των υπηρεσιών που προσφέρονται στους πελάτες, ανεξάρτητα με το αν το ATM είναι της τράπεζας ή ενός δικτύου τραπεζών, αποτελεί την πηγή για το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Σε πολλές χώρες, μεγάλες τράπεζες συμβάλλονται με αλυσίδες πολυκαταστημάτων και προσφέρουν υπηρεσίες τύπου franchising για τα ATMς. Συγκεκριμένα το πολυκατάστημα έχει στην ιδιοκτησία του τα ATMς, φροντίζει για την τροφοδοσία τους με χαρτονομίσματα, και εκδίδει δικές του κάρτες που εξυπηρετούνται παράλληλα με τις κάρτες που εκδίδει η τράπεζα-υποστηρικτής από τις ίδιες συσκευές. Η τράπεζα-υποστηρικτής προσφέρει το δίκτυο της, τα πληροφοριακά συστήματα διαχείρισης των ATMς και την τεχνογνωσία εκκαθάρισης των συναλλαγών.

Πολλές τράπεζες εφαρμόζουν πολιτική εγκατάστασης περισσότερων του ενός ATMς στις εξωτερικές προσόψεις των καταστημάτων τους και σε πολυσύχναστες περιοχές. Σε αυτές τις περιπτώσεις διαφοροποιούν και τις

εργασίες που κάνει κάθε ΑΤΜ με σκοπό να καλύψουν τις διαφοροποιήσεις που εφαρμόζουν στους κατόχους των καρτών και στα τιμολόγια τους.

Τέλος, πρέπει να σημειώσουμε ότι οι πιο επιτυχημένες εγκαταστάσεις είναι εκείνες που έχουν λάβει σοβαρά υπόψη τους τις ανάγκες και τις ανησυχίες των πελατών-καταναλωτών (σύμφωνα άλλωστε με την αρχή του marketing). Ένα ειδικό τμήμα με υπαλλήλους διαθέσιμους σε 24ωρη βάση που ασχολείται με τα προβλήματα των ΑΤΜς, πολλαπλά μηχανήματα για την τέλεια εξυπηρέτηση καθώς και ειδικός σχεδιασμός για την επιστροφή των παρακρατηθέντων καρτών είναι παραδείγματα της πελατοκεντρικής “φιλοσοφίας” που πρέπει να διέπει την εφαρμογή των ΑΤΜς.

2.2.2 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ-ΩΦΕΛΕΙΑΣ ΤΩΝ ΑΤΜς

Το κόστος για την εγκατάσταση ενός δικτύου ΑΤΜ εξαρτάται από το που είναι τοποθετημένο το μηχάνημα καθώς και από τις υπηρεσίες που προσφέρει. Τα λειτουργικά έξοδα, ειδικά για επισκευές και συντήρηση μπορεί να είναι σημαντικά.

Όμως μια αξιόπιστη προσέγγιση των δαπανούμενων κεφαλαίων και των λειτουργικών εξόδων θα μπορούσε να γίνει πριν την εγκατάσταση των μηχανημάτων, παρότι μπορεί να υπάρχουν και απρόβλεπτα έξοδα.

Για τους υπολογισμούς κόστους –ωφέλειας, τα κύρια κόστη τα άμεσα σχετιζόμενα με τις εγκαταστάσεις ΑΤΜς είναι :

- 1) Αποσβέσεις των κεφαλαίων επένδυσης.
- 2) Τηλεφωνικές γραμμές.
- 3) Υλικά συντήρησης.
- 4) Έξοδα δικτύου.
- 5) Ασφάλεια.
- 6) Έξοδα για το προσωπικό που ασχολείται αποκλειστικά με αυτά.
- 7) Προγράμματα(software)
- 8) Έξοδα προβολής.

Τα έξοδα συναλλαγής μέσω των ΑΤΜς είναι μικρότερα από αυτά που δημιουργούνται μέσω των ταμείων σύμφωνα με εκτιμήσεις από 2 Σκοτσέζικες τράπεζες (Clydesdale, Bank of Scotland).

Σύμφωνα με την Τράπεζα Πίστωσης, το κόστος κάθε συναλλαγής χρησιμοποιώντας ένα ΑΤΜ είναι μόνο το 23% από αυτό που δημιουργείται μέσω του ταμιά (1991).

Παρόλα αυτά, στην Αμερική διάφορες έρευνες στην τραπεζική αγορά δείχνουν ότι το μέσο λειτουργικό κόστος συναλλαγής ενός ΑΤΜ μπορεί να είναι σχεδόν διπλάσιο από αυτό ενός ταμιά. Πολλές τράπεζες έχουν υιοθετήσει ένα χαμηλότερο μεταβλητό κόστος για τους υπαλλήλους (tellers) και ένα υψηλότερο σταθερό κόστος για τα ΑΤΜς. Επιπλέον, οι ταμίες δεν πληρώνονται όταν δεν εργάζονται και συμπερασματικά το οριακό όφελος (revenue), το προσφερόμενο από τα ΑΤΜς σε ώρες χαμηλής κίνησης σε σύγκριση με το κόστος τους δεν δικαιολογεί την επένδυση σε αυτά.

Σύμφωνα με την τα Speer and Associates, μια αμερικανική εταιρεία συμβούλων, η αντικατάσταση ενός ταμιά απαιτεί την εγκατάσταση 1,7 μέχρι 2 ΑΤΜς, από την στιγμή που η εφαρμογή αυτών συνεπάγεται και πιο συχνή χρήση. Οι πελάτες –χρήστες των ΑΤΜς είναι συχνοί πελάτες. Συμπερασματικά, η σχέση μεταξύ υπηρεσιών, κόστους και ωφελειών επηρεάζεται δραστικά από τα υψηλά επίπεδα συναλλαγών των πελατών.

Τελικώς, το σίγουρο είναι ότι η αξιολόγηση των κερδών από τα ΑΤΜς είναι πολύ δύσκολη. Διάφορες προσεγγίσεις έχουν πραγματοποιηθεί και μεγάλες διαφορές στα αποτελέσματα έχουν δημοσιευτεί. Μερικές τράπεζες χρεώνουν περισσότερο τους πελάτες τους για να κάνουν τα ΑΤΜς κερδοφόρα. Κάποιες άλλες έχουν συνδεθεί με άλλα δίκτυα για τον περιορισμό των εξόδων. Στην Αμερική, οι περισσότεροι ειδικοί πιστεύουν ότι 4000 συναλλαγές μηνιαίως για κάθε μηχάνημα είναι ικανές να το κάνουν κερδοφόρο.

Τα ΑΤΜς σήμερα είναι διαθέσιμα σχεδόν όλες τις ώρες της ημέρας και νύχτας παρέχοντας ένα μεγάλο εύρος υπηρεσιών. Σύμφωνα με μια έρευνα του περιοδικού "WHICH" (1990), πάνω από τους μισούς Βρετανούς χρησιμοποιούν τα μηχανήματα μια ή δύο φορές την εβδομάδα, ενώ το 95% έχουν το λιγότερο μια κάρτα με την οποία μπορούν να αποκτήσουν μετρητά. Σύμφωνα με μια άλλη έρευνα στην Αμερική, η συχνότητα χρήσης των

μηχανημάτων είναι υψηλότερη μεταξύ των υψηλών εισοδηματικών στρωμάτων, των μορφωμένων αλλά και των νέων νοικοκυριών.

Παρακάτω παρατίθενται πίνακες με τις Αυτόματες Ταμειολογιστικές μηχανές που υπήρχαν στην Ελλάδα κατά την 31/12/2001.

ΑΥΤΟΜΑΤΕΣ ΤΑΜΕΙΟΛΟΓΙΣΤΙΚΕΣ ΜΗΧΑΝΕΣ ΑΝΙΣΚΑΤΑ ΤΗΣ ΣΤΑΣΗΣ									
	ΑΘΗΝΩΝ		ΠΕΙΡΑΙΩΣ		ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ		ΛΟΙΠΗΣ ΧΩΡΑΣ		ΣΥΝΟΛΟ
	ΣΕ ΚΑΤ/ΤΑ	OFF-SITE	ΣΕ ΚΑΤ/ΤΑ	OFF-SITE	ΣΕ ΚΑΤ/ΤΑ	OFF-SITE	ΣΕ ΚΑΤ/ΤΑ	OFF-SITE	
Α.Ελληνικές Εμπορικές Τράπεζες									
1.Εθνική	225	101	40	3	59	19	427	61	935
2.Αlpha Bank	207	103	32	15	49	29	225	64	724
3.Εμπορική	124	49	28	7	38	7	190	129	572
4.Αγροτική Τράπεζα	78	27	9	4	19	3	343	39	522
5.EFG	152	127	17	14	46	25	120	50	551
6.Πειραιώς	58	22	12	4	39	19	94	37	285
7.Γενική	29	19	4	3	5	4	54	14	132
8.Εγνατία	20	1	7	1	14	1	18	-	62
9.Αττικής	20	1	4	-	7	-	18	-	50
10. Λαϊκή	12	-	1	-	2	-	12	-	27
11.Nova Bank	99	1	10	1	26	-	6	-	143
12. Ωμέγα Bank	3	4	1	-	1	-	2	-	11
13.Τράπεζα Probank	3	1	-	-	-	-	1	-	5
14.FBB- Πρώτη Επιχειρησιακή Τράπεζα	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Σύνολο Α	1030	456	165	52	305	107	1,510	394	4,019

	ΑΘΗΝΩΝ		ΠΕΙΡΑΙΩΣ		ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ		ΛΟΙΠΗΣ		ΣΥΝΟΛΟ
	ΣΕ ΚΑΤ/ΤΑ	OFF- SITE	ΣΕ ΚΑΤ/ΤΑ	OFF- SITE	ΣΕ ΚΑΤ/ΤΑ	OFF- SITE	ΣΕ ΚΑΤ/ΤΑ	OFF- SITE	
Β. Ξένες Τράπεζες									
1.CITIBANK	38	33	17	4	7	7	10	47	163
2.ING Bank	5	-	-	-	2	-	-	-	7
3.Τράπεζα Κύπρου	26	5	3	-	8	-	19	2	63
4.HSBC Bank	17	-	1	-	2	-	1	-	21
5.ABN-AMRO Bank	14	1	1	-	1	-	-	-	17
6.Ελληνική Τράπεζα ΑΤΔ	8	-	-	-	3	-	1	-	12
Σύνολο Β	108	39	22	4	23	7	31	49	283
Γ. Ειδικό Πιστωτικό Οργανισμό									
1.Ε.Τ.Β.Α	3	-	-	-	2	-	11	-	16
2.Ασπίς Στεγαστική	21	1	2	1	5	-	11	-	41
Σύνολο Γ	24	1	2	1	7	-	22	-	57
Δ. Συνεταιριστικές Τράπεζες									
1.Δωδεκανήσου	-	-	-	-	-	-	2	-	2
2.Παγκρήτια	1	-	-	-	-	-	18	9	28
Σύνολο Δ	1	-	-	-	-	-	20	-	30

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ 2007-2013
 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΡΩΤΟΓΡΑΦΟΔΟΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΜΟΧΗΡΟΔΟΤΗΣΗΣ ΜΕΡΩΝ (ΑΠΡΟ)

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΤΡΑΠΕΖΕΣ	ΔΙΚΤΥΟ								
	ΑΘΗΝΩΝ		ΠΕΙΡΑΙΩΣ		ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ		ΛΟΙΠΗΣ ΧΩΡΑΣ		ΣΥΝΟΛΟ
	ΣΕ ΚΑΤ/ΤΑ	OFF-SITE	ΣΕ ΚΑΤ/ΤΑ	OFF-SITE	ΣΕ ΚΑΤ/ΤΑ	OFF-SITE	ΣΕ ΚΑΤ/ΤΑ	OFF-SITE	
Α.Ελληνικές	1,030	456	165	52	305	107	1,510	394	4,019
Β.Ξένες	108	39	22	4	23	7	31	49	283
Γ.Ειδικό Πιστωτικό Οργανισμοί	24	1	2	1	7	-	22	-	57
Δ.Συν/κες Τράπεζες	1	-	-	-	-	-	20	9	30
ΣΥΝΟΛΟ	1,163	496	189	57	335	114	1,583	452	4,389

2.3 ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΠΩΛΗΣΗΣ (EFT/POS)

Στη σύγχρονη έντονα ανταγωνιστική εποχή τα ηλεκτρονικά συστήματα στα σημεία των πωλήσεων (EFT/POS -Electronic Funds Transfer in Point of Sales) αποτελούν ίσως το πιο γρήγορα αναπτυσσόμενο τμήμα των ηλεκτρονικών πληρωμών.

Υπάρχουν δύο τρόποι θεώρησης για τα EFT/POS. Ο πρώτος είναι να δούμε αυτά σαν ένα κομμάτι ηλεκτρονικού εξοπλισμού. Ο άλλος είναι να τα θεωρήσουμε σαν ένα μέσο ικανό να εκμεταλλευτεί ή να παρουσιάσει ένα μεγάλο μέρος από πληροφορίες, ιδιαίτερα χρήσιμες και πολύτιμες για τον επιχειρηματικό κόσμο. Πληροφορίες για τις τραπεζικές συναλλαγές κάθε πελάτη, για τα αποθέματα του επιχειρηματία, για την ύπαρξη χρηματικών υπολοίπων.

Από άλλη οπτική γωνία τα EFT/POS είναι συστήματα που δημιουργούν χρηματοοικονομικές ροές στον εμπορικό κόσμο και εξασφαλίζουν μεγαλύτερη ασφάλεια. Σήμερα οι στόχοι των τραπεζών μέσω της υλοποίησης τέτοιων συστημάτων είναι:

1. Πληρωμές χωρίς μετρητά και χρήση χαρτιού.
2. Διοικητικά οφέλη στον επιχειρηματικό κόσμο.
3. Μείωση της απάτης και μεγαλύτερη ασφάλεια.
4. Εξασφάλιση περισσότερου παραγωγικού χρόνου για πελάτες και επιχειρηματίες.

Οι υπηρεσίες μέσω των EFT/POS μπορεί να καλύπτουν ένα πολύ μεγάλο εύρος συναλλαγών. Από χώρα σε χώρα, αλλά και μεταξύ των ιδιωτικών ιδρυμάτων που τα χρησιμοποιούν, υπάρχουν σημαντικές διαφοροποιήσεις. Για μερικές ευρωπαϊκές τράπεζες θεωρούνταν ως μέσο μεταφοράς ποσών μεταξύ τρεχούμενων λογαριασμών – από τον πελάτη στον πωλητή τη στιγμή της πώλησης (Real-time) – αν και σήμερα η μεταφορά αυτή μπορεί να έχει συμφωνηθεί να γίνει στο τέλος της μέρας ή ακόμη και τις επόμενες μέρες. Σε άλλες περιπτώσεις οι μεταφορές δεν είναι απαραίτητο να είναι μεταξύ τρεχούμενων λογαριασμών. Επίσης σε πολλές τράπεζες έχει υιοθετηθεί να καλύπτουν και συναλλαγές από πιστωτικές κάρτες. Τέλος,

μερικές επιπλέον υπηρεσίες μπορούν να προστεθούν όπως η πιστοποίηση επιταγών και η on-line εξουσιοδότηση πιστωτικών καρτών για χρήση πιστωτικού υπολοίπου (Authorization).

2.3.1 ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΕFT/POS ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

Σε όλο τον κόσμο οι τράπεζες αντιμετωπίζουν το πρόβλημα του ακριβού συστήματος πληρωμών που βασίζεται στη χρήση “χαρτιού” και στην παρουσία του πελάτη στα γκισέ. Οι περισσότερες προσπάθειες για περιορισμό των προβλημάτων που έχουν πραγματοποιηθεί, είχαν σαν αποτέλεσμα την τελική ανάληψη του κόστους των συστημάτων αυτοματισμού αποκλειστικά από τις ίδιες τις τράπεζες.

Οι διαφορετικοί στόχοι των εμπλεκόμενων ομάδων (τραπεζών, λιανοπωλητών, καταναλωτών), συσώρευαν και μια σειρά προβλημάτων που έπρεπε να αντιμετωπιστούν πριν αυτά αρχίσουν να είναι ανασταλτικός παράγοντας εφαρμογής.

Για τους λιανοπωλητές –εμπόρους (retailers) τα κύρια οφέλη λόγω των ΕFT/POS, μπορούν να επικεντρωθούν στα παρακάτω:

1. Αύξηση της ταχύτητας στα σημεία ελέγχου και πώλησης.
2. Γρήγορη είσπραξη οφειλών- αύξηση ρευστότητας.
3. Εγγυημένη είσπραξη οφειλών.
4. Μείωση “χαρτιού” και συνεπώς του χρόνου επεξεργασίας του.
5. Μεγαλύτερη ασφάλεια με τη μη χρήση μετρητών.
6. Μείωση εξόδων –προμηθειών προς τις τράπεζες.
7. Συλλογή πολύτιμων πληροφοριών για τον καλύτερο προγραμματισμό, έλεγχο και διοίκηση- διαχείριση της επιχείρησης.

Για τις τράπεζες τα οφέλη μπορεί να είναι:

1. Μείωση στον όγκο του "χαρτιού"
2. Περιορισμό της απάτης.
3. Μείωση λειτουργικών εξόδων
4. Ευκαιρία για νέα προϊόντα και υπηρεσίες.
5. Διεύρυνση της καταναλωτικής βάσης.
6. Περιορισμό της αναμονής ("ουρών"), των πελατών στα τραπεζικά γκισέ.

Για τον καταναλωτή, η ευκολία, η ευελιξία, η ταχύτητα της συναλλαγής είναι τα κυριότερα άμεσα οφέλη από τα συστήματα EFT/POS.

Το σημαντικότερο πρόβλημα για την υλοποίηση των συστημάτων αποτελεί η έλλειψη πληροφόρησης για το κόστος – το οποίο παρουσιάζεται σε αρκετά υψηλά επίπεδα. Οι τραπεζίτες πιστεύουν ότι τα έξοδα για την εισαγωγή των συστημάτων στα μαγαζιά πρέπει να καλυφθούν από τους λιανέμπορους. Οι δε λιανέμποροι θεωρώντας ότι τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα των συστημάτων θα τα αποκομίσουν οι τράπεζες, διαφωνούν ριζικά.

Στη Γαλλία, την χώρα με τις πιο πολλές εγκαταστάσεις EFT/POS σε ευρωπαϊκό επίπεδο, το κόστος για τα συστήματα ήταν μεγαλύτερο από τα έσοδα (1991).

Στη Μ.Βρετανία και ενώ είχε ήδη 6 μήνες δοκιμαστική παρουσία ένα εθνικό δίκτυο, τελικά στην αρχή της δεκαετίας του '90 οι τράπεζες έφθασαν στο συμπέρασμα ότι το έργο ήταν πολύ ακριβό και δυσκίνητο για τις απαιτήσεις της εποχής. Έτσι αποφάσισαν να προχωρήσουν στην υλοποίηση ανεξάρτητων δικτύων.

Από τεχνολογικής άποψης η αξιοπιστία και η ασφάλεια των συστημάτων πρέπει να είναι προσεκτικά μελετημένη και εξασφαλισμένη. Αυτός είναι ένας άλλος λόγος που αρκετά συστήματα έχουν καθυστερήσει στην υλοποίηση τους. Επιπρόσθετα, απαραίτητη κρίνεται και η συμφωνία σε εθνικό επίπεδο της τυποποίησης των συσκευών.

Η αγορά των EFT/POS είναι σαφώς μικρότερη και μεταγενέστερη αυτής των ΑΤΜς και υπόκειται σε πιο γρήγορες μεταβολές. Αυτός είναι ο λόγος που εκτιμάται ότι σύντομα οι τάσεις που αποτυπώνονται θα αλλάξουν

ριζικά και τα EFT/POS θα μπορούν να εξυπηρετήσουν το σύνολο σχεδόν των καρτών που θα κυκλοφορούν.

Στην Ελλάδα οι εξελίξεις είναι σχετικά πρόσφατες. Η Εθνική Τράπεζα σε συνεργασία με την Εμπορική Τράπεζα και το Diners Club βρίσκονται στην διαδικασία εγκατάστασης κοινού δικτύου συσκευών EFT/POS για την εξυπηρέτηση των καρτών τους έχοντας συνεκμετάλλευση του δικτύου. Επιδιώκουν την επίτευξη των οικονομιών κλίμακας και την διευκόλυνση των εμπόρων που θα έχουν μια συσκευή και μια ενιαία διαδικασία συναλλαγής. Συνολικά το δίκτυο περιλαμβάνει 3,500 μηχανήματα, από τα οποία 1,500 εγκαταστάθηκαν από την Εμπορική Τράπεζα, 1,300 από την Εθνική και 650 από το Diners Club.

Η Εθνική Τράπεζα έχει μετατρέψει την κάρτα Ethnocash που χρησιμοποιείται σαν κάρτα ATM και σε χρεωστική κάρτα, με στόχο να χρησιμοποιείται και στις συσκευές EFT/POS σε σύνδεση με το διεθνές δίκτυο EFT/POS Edc-Maestro.

Η Τράπεζα Πίστewς ανακοίνωσε τη μετεξέλιξη της κάρτας που εξυπηρετείται στα ATM της σε χρεωστική, την Cash card/Debit, την οποία θα υποστηρίζει μέσα από το δικό της δίκτυο.

Συνολικά υπολογίζονται σε 6,000-7,000 οι συσκευές EFT/POS που λειτουργούν στην χώρα μας και ο ρυθμός αύξησής τους αναμένεται να είναι μεγάλος τα επόμενα χρόνια.

Οι τράπεζες που διαθέτουν ήδη δίκτυο τους πανελλαδικό δίκτυο επικοινωνιών data έχουν συγκριτικό πλεονέκτημα στην ανάπτυξη δικτύου EFT/POS , μιας και μπορούν να μειώσουν το κόστος επικοινωνίας με τους λιανοπωλητές. Οι έμποροι μπορούν να συνδέονται με μικρότερες δαπάνες σε τοπικούς κόμβους επικοινωνίας, που διατηρούν οι τράπεζες στην επαρχία. Εναλλακτική λύση είναι η χρήση του Hellas Pac για τις περιοχές που αυτό καλύπτει.

Από τις μέχρι τώρα κινήσεις στην ελληνική αγορά εκτιμάται ότι:

- Η δικτύωση μεταξύ των φορέων διαχείρισης των EFT/POS και των εμπόρων πρέπει να οδηγηθεί σε ένα συνδυασμό on-line και off-line λύσεων, ανάλογα με τον όγκο και την αξία των συναλλαγών.

- Η τεχνολογία που καλύπτει τον χώρο των EFT/POS δεν αφορά μόνο τις χρεωστικές κάρτες και επομένως οι τράπεζες μπορούν να την αξιοποιήσουν σε κάθε τύπο κάρτας και ιδιαίτερα στην αναπτυσσόμενη τεχνολογία των “smart cards”.
- Κάθε σκέψη για άμεση μετακύλιση του κόστους της επένδυσης στους λιανοπωλητές, θα καθιστούσε αναποτελεσματική την εφαρμογή του συστήματος. Ένας σταδιακός και έμμεσος επιμερισμός του κόστους θα είχε περισσότερες πιθανότητες επιτυχίας.

2.4 REMOTE BANKING

Με την έννοια αυτή αναφέρονται οι υπηρεσίες που προσφέρουν οι τράπεζες στον χώρο του πελάτη, με διενέργεια των συναλλαγών απευθείας από αυτόν μέσω ηλεκτρονικών συσκευών οι οποίες συνδέονται με τα πληροφοριακά συστήματα των τραπεζών.

Οι υπηρεσίες αυτές προσφέρονται είτε μέσα από ιδιωτικά δίκτυα που αναπτύσσουν οι τράπεζες (proprietary), είτε μέσω κοινόχρηστων δικτύων υπηρεσιών που διάφορες χώρες.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι στην Ευρώπη ήδη το 40% των συναλλαγών πραγματοποιείται με remote banking μεθόδους συναλλαγής, ενώ στην χώρα μας το αντίστοιχο ποσοστό μόλις που προσεγγίζει το 2%.

2.4.1 PHONE BANKING

Το μέσο με το οποίο οι πελάτες επικοινωνούν με την τράπεζα είναι μικρές συσκευές που κωδικοποιούν –αποκωδικοποιούν τα στοιχεία που ζητά ο χειριστής τους. Χρησιμοποιώντας password ο κάτοχος της συσκευής συνδέεται με τον κόμβο πληροφοριών της τράπεζάς του, απ’ όπου λαμβάνει την απάντηση με την μορφή μαγνητοφωνημένης ηχητικής απάντησης, που συνδέεται ψηφιακά από τον ηλεκτρονικό εξοπλισμό που διαθέτει η τράπεζα.

Το καταναλωτικό κοινό στο οποίο απευθύνεται αυτή η μορφή του remote banking είναι οι μεμονωμένοι πελάτες –καταθέτες της τράπεζας. Το κόστος σύνδεσης περιλαμβάνει την αγορά της συσκευής και οι χρεώσεις ποικίλουν ανάλογα με τις κλήσεις και τις ζητούμενες εργασίες που θα εκτελέσει ο

πελάτης. Οι περισσότερες τράπεζες διενεργούν το phone banking σε μορφή real-time.

Οι συνήθεις υπηρεσίες που προσφέρονται με αυτόν τον τρόπο είναι:

- Αναζήτηση υπολοίπου λογαριασμού.
- Παροχή του extrait με τις κινήσεις του λογαριασμού.
- Πληροφόρηση για την κίνηση των επιταγών.
- Μεταφορά από λογαριασμό σε λογαριασμό του πελάτη.
- Πληρωμή προκαθορισμένων τελών του πελάτη.
- Προκαθορισμένου τύπου εντολές προς την τράπεζα.
- Εξόφληση λογαριασμών του κατόχου της συσκευής.
- Λήψη πληροφοριών για τις ισοτιμίες των νομισμάτων.
- Πληροφόρηση για χρηματιστηριακές τιμές.

Στην Ελλάδα παρόμοια υπηρεσία προσφέρουν ήδη δύο τράπεζες. Η Τράπεζα Πίστewς με το AlphaPhone (4,500 συνδρομητές) και η Citibank με την ονομασία Citiphone Banking (3,000 συνδρομητές). Η πρώτη την προσφέρει μέσα από αυτοματοποιημένο δίκτυο από τις 8.00πμ-20.00μμ, ενώ η δεύτερη μέσα από παρέμβαση ενός κέντρου υπηρεσιών που λειτουργεί τηλεφωνικά από τις 8.00πμ-17.00μμ.

Η αίσθηση που υπάρχει από την μέχρι τώρα εμβρυακή κατάσταση της υπηρεσίας, είναι ότι συγκεκριμένες τράπεζες βοηθήθηκαν να αποκτήσουν χρήσιμη τεχνογνωσία για το μέλλον, ανέβασαν το τεχνολογικό prestige τους, αλλά δεν μπόρεσαν να αποκομίσουν συγκεκριμένα κέρδη από την πώληση της υπηρεσίας σε σύγκριση με το κόστος των επενδύσεων εξαιτίας του σημερινού μικρού μεγέθους της αγοράς, αλλά και της ελλιπούς ενημέρωσης του κοινού.

2.4.2 HOME BANKING

Το home-banking απευθύνεται σε μεσαίου ή υψηλού εισοδήματος καταναλωτές, επαγγελματίες και μικρές επιχειρήσεις. Οι υπηρεσίες που συνήθως προσφέρονται είναι παρόμοιες με αυτές που προαναφέρθηκαν για το phone banking με επιπλέον δυνατότητες όπως:

- Πληροφόρηση για τα επιτόκια και τα τιμολόγια της συνεργαζόμενης τράπεζας.
- Παροχή πληροφοριών και συναλλαγές για χρεόγραφα και τίτλους.
- Παραγγελίες προϊόντων και υπηρεσιών από επιχειρήσεις που συνεργάζονται με την τράπεζα και τηρούν λογαριασμούς σε αυτήν.

Το μέσο συναλλαγής είναι είτε ένα φτηνό τερματικό τύπου videotext, είτε ο προσωπικός υπολογιστής του πελάτη. Σε χώρες όπως η Μ.Βρετανία και η Γαλλία όπου είναι εγκατεστημένα μεγάλα δίκτυα videotext και teletext, το Prestel και το Minitel αντίστοιχα, είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη η υπηρεσία του home banking. Άλλες τράπεζες υλοποιούν την υπηρεσία αυτή σε real-time βάση και άλλες με συγκεκριμένη απόκλιση σε προηγούμενο χρόνο, ανάλογα με την δομή των πληροφοριακών τους συστημάτων, τον όγκο των προσδοκώμενων συναλλαγών και την "πληροφορική ωρίμανση" του καταναλωτικού κοινού.

Η τιμολόγηση συνήθως βασίζεται σε προκαθορισμένο τιμολόγιο ανά κλήση, συναλλαγή, χρόνο σύνδεσης με την τράπεζα, όγκο διαβιβαζόμενων στοιχείων και ύψος αξίας συναλλαγών.

Στην Ελλάδα παρόμοια υπηρεσία παρέχει μόνο η Τράπεζα Πίστεως με την επωνυμία AlphaLine. Εμπόδιο στην εκτεταμένη εγκατάσταση τέτοιου τύπου εργασιών είναι η έλλειψη τυποποίησης πληροφοριακών συστημάτων και συσκευών και ο χαμηλός ρυθμός ψηφιακοποίησης του δικτύου του ΟΤΕ σε ολόκληρη την χώρα.

2.4.3 OFFICE BANKING

Όλες οι παραπάνω υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω phone-banking και home-banking μπορούν να προσφερθούν και σε μεγάλες επιχειρήσεις, δημόσιους οργανισμούς, ιδιωτικούς επιχειρηματικούς φορείς, επιμελητήρια κ.α. Ο προσανατολισμός αυτός δημιούργησε την ανάγκη της συγκρότησης ενός πιο ολοκληρωμένου πακέτου υπηρεσιών που συνήθως εμφανίζεται κάτω από την ονομασία office-banking για εταιρίες- πελάτες.

Πρόσθετες υπηρεσίες που μπορεί να προσφέρονται σε συνεργαζόμενους φορείς είναι:

- Οι μεταφορές κεφαλαίων με τη μορφή εντολών.
- Οι μαζικές εισπράξεις –πληρωμές προμηθευτών και αντιπροσώπων.
- Η διενέργεια πράξεων για διαχείριση χαρτοφυλακίου (portfolio management).
- Η πραγματοποίηση συμφωνιών και ελέγχων για συναλλαγές (reconciliation).
- Η πληρωμή μισθών.

Η διαφορά με τις προηγούμενες μορφές remote-banking είναι ότι άλλες εργασίες απαιτούν σύνδεση με την τράπεζα σε on-line, real-time βάση και άλλες με ηλεκτρονική μεταφορά αρχείων (electronic file transfer).

Συνήθως η σύνδεση με την τράπεζα απαιτεί μόνιμη μορφή σύνδεσης μεταξύ δικτύων, τυποποιημένα πρωτόκολλα ανταλλαγής δεδομένων, υψηλό βαθμό ασφάλειας και τεχνολογική υποδομή από την τράπεζα για την ειδική διαχείριση αυτών των εφαρμογών. Η τιμολογιακή πολιτική δεν βασίζεται αποκλειστικά στον όγκο των κλήσεων και των διακινούμενων στοιχείων αλλά σε ευρύτερες επιχειρηματικές συμφωνίες μεταξύ των συμβαλλόμενων μερών και την προσφορά “πακέτου” τιμολόγησης.

Κρίσιμοι παράγοντες υλοποίησης παρόμοιων υπηρεσιών από τις ελληνικές τράπεζες που θα πρέπει να εξεταστούν παράλληλα με ένα προσεκτικό marketing είναι:

- Η διορατικότητα σε σχέση με την ανάπτυξη νέων εργασιών για προσέλκυση πελατών.
- Οι ισορροπημένες αποφάσεις για επενδύσεις σε τεχνολογία σε σχέση με τη “φιλοσοφία” της κάθε τράπεζας.
- Η τυποποίηση των σχετικών υπηρεσιών.
- Η διαρκής συνεργασία πελατών-τραπεζών.
- Η εκπόνηση της κατάλληλης τιμολογιακής πολιτικής για προσέλκυση πελατείας.

2.5 ΠΛΑΣΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ

Οι πλαστικές κάρτες είναι το μέσο με το οποίο διεκπεραιώνεται σήμερα ένα μεγάλο μέρος των συναλλαγών των καταναλωτών. Πρόκειται για κάρτα που έχει ενσωματωμένη στο εσωτερικό της μνήμη και μικροεπεξεργαστή. Η κάρτα αυτή μπορεί να μην είναι μόνο πιστωτική ή χρεωστική αλλά ταυτόχρονα μπορεί να έχει πολλαπλές χρήσεις, όπως για παράδειγμα να χρησιμοποιείται και σαν κάρτα υγείας.

Το σημαντικότερο πλεονέκτημα της είναι ότι στη μνήμη της μπορεί να αποθηκευτεί ο κωδικός λογαριασμού του κατόχου της και ταυτόχρονα η κίνησή του. Έτσι είναι κατάλληλη για εκμετάλλευση και από συστήματα συναλλαγής off-line στα σημεία πωλήσεων. Επιπλέον μπορεί να λειτουργήσει και με την μορφή της προαγοράς της από τον καταναλωτή (όντας χρήμα και όχι μόνον μέσον πληρωμής).

Στην περίπτωση προαγοράς της, μπορεί να χρησιμοποιηθεί σαν “ηλεκτρονικό πορτοφόλι”, που περιέχει ένα προκαθορισμένο ποσό χρημάτων. Κάθε φορά που χρησιμοποιείται για αγορές μέσα από τις EFT/POS συσκευές, μειώνει ισόποσα με το ποσό της συναλλαγής. Όταν εξαντληθεί το ποσό που “περιέχει” μπορεί εύκολα να ξαναγεμίσει για να χρησιμοποιηθεί από την τράπεζα ή την επιχείρηση που την εκδίδει.

Παρά την ανάπτυξη που είχαν τα τελευταία χρόνια εξακολουθούν να αποτελούν συμπληρωματικό μέσο συναλλαγής στην αγορά σε σύγκριση με τα μετρητά. Στις Η.Π.Α για παράδειγμα, μια αγορά με υψηλή χρήση πλαστικού χρήματος, σύμφωνα με τοπικούς αναλυτές το 1992, οι καταναλωτικές συναλλαγές με μετρητά έφθασαν τα 70,9 δις σε αριθμό, αξίας \$1,6 τρις και αντιπροσώπευαν το 68% των συνολικών καταναλωτικών συναλλαγών.

Αντίστοιχα οι συναλλαγές μέσω χρεωστικών και πιστωτικών καρτών έφθασαν στο 9% των συνολικών συναλλαγών με αξία \$418 εκ. Στις καταναλωτικές όμως συναλλαγές και κυρίως στις πιστωτικές, που διενεργούνται μέσω τραπεζικών ιδρυμάτων κυριαρχεί η χρήση των πλαστικών καρτών.

Αξίζει να σημειωθεί ότι τόσο διεθνώς όσο και στη χώρα μας, ισχυρό ανταγωνισμό στην αγορά πιστωτικών καρτών δέχονται οι τράπεζες από

μεγάλες εμπορικές αλυσίδες πώλησης καταναλωτικών αγαθών, εταιρίες διανομής πετρελαιοειδών, επιχειρήσεις εφοδιασμού επαγγελματικών αυτοκινήτων και γενικά από φορείς που δραστηριοποιούνται στον χώρο του εμπορίου και έχουν δυνατότητα άσκησης καταναλωτικής πίστης.

Μια μικρή ιστορική αναδρομή στον χώρο των πλαστικών καρτών, δείχνει ότι στις Η.Π.Α οι πρώτες κάρτες ξεκίνησαν να εκδίδονται στα τέλη του προηγούμενου αιώνα. Πρώτη φορά χρησιμοποιήθηκε πιστωτική κάρτα το 1884 από την Hotel Credit Letter Company και κατόπιν από μεγάλα πολυκαταστήματα. Με τη σημερινή τους μορφή οι πιστωτικές κάρτες άρχισαν να εκδίδονται το 1950, με εμπνευστή τον αμερικανό επιχειρηματία Franc McNamara, που μαζί με τον Ralph Schneider εξέδωσαν την Diners Club, η οποία χρησιμοποιούνταν στα εστιατόρια.

Η είσοδος των τραπεζών στον θεσμό της πιστωτικής κάρτας -American Express Club- έδωσε μεγάλη ώθηση και έκταση στην κυκλοφορία της. Στην Ελλάδα η πρώτη κάρτα που κυκλοφόρησε ήταν η Diners Club το 1959. Ακολούθησε η κάρτα Amexco το 1963 και το 1971 η Εθνική Τράπεζα εισήγαγε την Εθνοκάρτα.

Σήμερα στην Ελλάδα κυκλοφορούν περίπου 1.000.000 κάρτες όλων των τύπων με συνεχώς αυξανόμενους ρυθμούς ενώ στον χώρο της Ευρώπης υπολογίζονται σε 350.000.000.

Δύο επιχειρήσεις εμφανίζονται στην ελληνική αγορά να διεκδικούν την εξειδίκευση στην διαχείριση των πλαστικών καρτών. Η Δέλτα Πληροφορική, η οποία σχετίζεται με τον όμιλο της Τράπεζας Πίστωσης και εξυπηρετεί οκτώ τράπεζες στον τομέα της έκδοσης και διαχείρισης πιστωτικών καρτών τύπου Visa (όπως επίσης και ένα πολυκατάστημα) και η Εθνική Ανώνυμη Εταιρία Διοίκησης και Οργάνωσης (ΕΑΕΔΟ) του ομίλου της Εθνικής Τράπεζας που ειδικεύεται στον χώρο της MasterCard. Αρκετές τράπεζες εξυπηρετούν τις πιστωτικές κάρτες που εκδίδουν με δικά τους μέσα αποκλειστικά.

ΚΕΦ 3°

ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η μετάβαση στο νέο περιβάλλον στρατηγικών προσανατολισμών στον τραπεζικό χώρο, έχει δημιουργήσει ένα νέο πλαίσιο ανάπτυξης, συντήρησης και διεύθυνσης των συστημάτων πληροφορικής (IS), βασικές παράμετροι του οποίου είναι:

- Η εξασφάλιση ευελιξίας και ταχύτητας στην ανάπτυξη νέων εφαρμογών, κυρίως σε κατηγορίες προϊόντων που εξελίσσονται συνεχώς (π.χ καταναλωτική πίστη).
- Η πίεση για πληροφοριακή υποστήριξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε 24ωρη βάση, τόσο στις τοπικές όσο και στις διεθνείς αγορές.
- Η χρησιμοποίηση νέων τεχνικών marketing, όπου η τεχνολογία είναι τμήμα της προώθησης του τραπεζικού προϊόντος, όπως το τηλε-marketing, το μαζικό marketing και το self-service marketing.
- Η απαίτηση για ολοκληρωμένη, έγκαιρη και αξιόπιστη πληροφόρηση, με προβλέψεις για το μέλλον, σε στοιχεία που αφορούν την κερδοφορία, τη ρευστότητα και τους κινδύνους μιας τραπεζικής επιχείρησης.
- Η απελευθέρωση στελεχών και υπαλλήλων από τη διαχείριση και τις εργασίες ρουτίνας και ο προσανατολισμός τους στο marketing και την εξειδικευμένη υποστήριξη των πελατών (με ταυτόχρονη αυτοματοποίηση των συναλλαγών).
- Η αναζήτηση πελατοκεντρικής φιλοσοφίας λειτουργίας των πληροφοριακών συστημάτων (IS), έτσι ώστε η τράπεζα να εποπτεύει την σχέση της με τον πελάτη και να καλύπτει όλα τα τραπεζικά προϊόντα που αυτός χρησιμοποιεί.
- Ο σχεδιασμός πληροφοριακών συστημάτων (IS) που είναι σε θέση να συγκεντρώνουν και να αντιμετωπίζουν σε ενιαία βάση τις πληροφορίες, που κυκλοφορούν σε όλη την έκταση του σημερινού

συστήματος, σε σύγκριση με τον κατακερματισμό πληροφοριών του παρελθόντος.

- Η ετοιμότητα των τραπεζικών επιχειρήσεων να προσαρμόζουν τα πληροφοριακά τους συστήματα, κάτω από συνθήκες συνεχούς κατάργηση των προστατευτικών κανόνων λειτουργίας, ιδιαίτερα στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Οι απαιτήσεις για ύπαρξη “ανοιχτών” πληροφοριακών συστημάτων (IS) τόσο από την πλευρά των επικοινωνιών και της συνδεσιμότητας του υλικού (Hardware), όσο και από την πλευρά του σχεδιασμού των εφαρμογών, με σκοπό την ανταλλαγή δεδομένων μεταξύ τραπεζών, επιχειρήσεων, δημόσιων οργανισμών και άλλων χρηματοοικονομικών φορέων.
- Οι μεγαλύτερες ανάγκες επικοινωνίας μεταξύ συστημάτων και οι πολλαπλές μορφές διασύνδεσης μεταξύ υπολογιστών και εφαρμογών. Διαμορφώνονται τάσεις για μεγαλύτερη ταχύτητα και ποιότητα στη μεταφορά της πληροφορίας, για ολοκληρωμένα συστήματα διαχείρισης δικτύων και για αποτελεσματικότερη συνδεσιμότητα με περιβάλλοντα πολλών κατασκευαστών.

3.2 ΟΙ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΕΣ ΚΑΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΤΟΜΕΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΕΥΡΩ.

Η εισαγωγή του Ευρώ προκάλεσε σταδιακά σημαντικές μεταβολές στη δομή και λειτουργία των χρηματοοικονομικών αγορών και ιδιαίτερα στους τραπεζικούς τομείς των κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι τράπεζες κυρίως θα είναι εκείνες που θα επωμιστούν το κόστος προσαρμογής που συνεπάγεται από αυτές τις μεταβολές, ενώ ταυτόχρονα θα έχουν απώλεια εσόδων από ορισμένες εργασίες, όπως αυτές που σχετίζονται με την αγοραπωλησία συναλλάγματος, τις διασυνοριακές κινήσεις κεφαλαίων, τις διατραπεζικές συναλλαγές και τα μέσα αντιστάθμισης συναλλαγματικού κινδύνου.

Οι σημαντικές τεχνολογικές εξελίξεις, η ανάπτυξη και παγκοσμιοποίηση των αγορών κεφαλαίου και χρήματος, η ανάπτυξη του όγκου του διεθνούς

εμπορίου, ο ανταγωνισμός από μη τραπεζικά ιδρύματα και οι χρηματοοικονομικές καινοτομίες έχουν ήδη οδηγήσει τις τράπεζες σε μια διαρκή αναζήτηση μεθόδων βελτίωσης της αποδοτικότητας και ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους.

3.2.1 ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΣΤΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ

Η εισαγωγή του Ευρώ ως ενιαίου ευρωπαϊκού νομίσματος επηρέασε το σύνολο των τραπεζικών πληροφοριακών συστημάτων που χρησιμοποιούνται για την επεξεργασία και αποθήκευση χρηματοοικονομικής φύσεως πληροφοριών οι οποίες τηρούνται στα εθνικά νομίσματα των κρατών-μελών που συμμετάσχουν στην Νομισματική Ένωση. Σύμφωνα με τα σχετικά πορίσματα μιας μελέτης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η ομάδα των πληροφοριακών συστημάτων, πακέτων λογισμικού και βάσεων δεδομένων που επηρεάστηκαν, και συνεχίζουν να επηρεάζονται, από την εισαγωγή του ευρώ περιλαμβάνει, με ενδεικτική απαρίθμηση, τα ακόλουθα:

1. τα συστήματα ηλεκτρονικών πληρωμών,
2. τα συστήματα διαχείρισης διαθεσίμων (treasury management) και των κινδύνων που αναλαμβάνονται στις αγορές (risk management),
3. τα συστήματα κοστολόγησης (costing systems),
4. τα συστήματα ειδοποίησης και χρέωσης πελατών (invoicing and billing),
5. τα συστήματα μισθοδοσίας,
6. τα συστήματα παρακολούθησης των εργασιών σε εξέλιξη (work-in-progress systems),
7. τα συστήματα προγραμματισμού,
8. το λογισμικό που χρησιμοποιείται για τις ανάγκες της λογιστικής απεικόνισης (accounting software),
9. το λογισμικό αναφορικά με το χρηματοοικονομικό προγραμματισμό και τον προϋπολογισμό της επιχείρησης,
10. το λογισμικό των αυτομάτων ταμειολογιστικών μηχανών,
11. οι μηχανές καταμέτρησης μετρητών, και
12. οι νομικές βάσεις δεδομένων που αφορούν στις τραπεζικές συμβάσεις.

Στην μόλις προαναφερθείσα μελέτη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής γίνεται μια αναλυτική προσέγγιση της λειτουργικής και τεχνικής φύσεως προβλημάτων τα οποία θα αντιμετωπίσουν οι τράπεζες στο μέλλον, κυρίως μετά την εισαγωγή του ευρώ.

1.Λειτουργικά προβλήματα

Τέσσερα είναι τα λειτουργικής φύσεως προβλήματα τα οποία ανέκυψαν ως προς τα τραπεζικά πληροφοριακά συστήματα. Όλα αφορούσαν στην μεταβατική περίοδο της παράλληλης χρησιμοποίησης του Ευρώ και των εθνικών νομισματικών μονάδων, το τέταρτο όμως κορυφώθηκε το 2002, όταν όλες οι συμβάσεις έπρεπε υποχρεωτικά να έχουν τροποποιηθεί ώστε να είναι εκφρασμένες στο ενιαίο ευρωπαϊκό νόμισμα.

A)Το πρώτο πρόβλημα ήταν εκείνο της λειτουργικότητας εισροών (input functionality problem). Προέκυψε εφόσον μια τράπεζα δέχεται πληροφορίες τόσο σε ευρώ όσο και στην εθνική νομισματική μονάδα.

B)Αντίστοιχα το πρόβλημα της λειτουργικότητας εκροών (output functionality problem), αφορά στην κατάσταση όπου η τραπεζική επιχείρηση απαιτείται να παράγει πληροφορίες εκφρασμένες σε ευρώ και στην εθνική νομισματική μονάδα.

Γ)Το πρόβλημα της διασύνδεσης πληροφοριών (interface problem), γεννάται όταν λόγω της μη αυτόματης μετατροπής όλων των συστημάτων, ορισμένα συνέχισαν να λειτουργούν στην εθνική νομισματική μονάδα και έπρεπε να επικοινωνούν με εκείνα τα οποία είχαν ήδη μετατραπεί σε ευρώ.

Δ)Τέλος, το πρόβλημα της μετατροπής πληροφοριών (conversion problem), αναφέρεται στην ανάγκη μετατροπής των ιστορικών στοιχείων από την εθνική νομισματική μονάδα, στην οποία ετηρούντο, σε ευρώ.

Οφείλει να επισημανθεί σχετικά ότι, η έκταση στην οποία κάθε τραπεζική επιχείρηση αντιμετώπισε τα εν λόγω προβλήματα, είναι συνάρτηση κυρίως των ιδιοτήτων που είχαν τα πληροφοριακά τους συστήματα αναφορικά με την επεξεργασία και αποθήκευση πληροφοριακών στοιχείων σε ένα ή περισσότερα νομίσματα. Αντίστοιχα, η επίλυσή τους δεν ήταν μονοσήμαντη αλλά εξαρτήθηκε από ένα σύνολο παραγόντων, όπως:

- η ταχύτητα με την οποία επήλθε η μεταβολή των συναλλαγών από την εθνική νομισματική μονάδα σε ευρώ, καθώς και ο όγκος των εν λόγω συναλλαγών, και
- το ύψος των πόρων τους οποίους διέθεταν για την αναβάθμιση και ή μετατροπή των συστημάτων αυτών.

2. Τεχνικά Προβλήματα

Τα βασικότερα από τεχνικής φύσεως προβλήματα τα οποία προέκυψαν στα πληροφοριακά συστήματα εξαιτίας της εισαγωγής του ευρώ μπορούν να συνοψιστούν στα ακόλουθα:

- 1) Προσδιορισμός των υπολοίπων που προκύπτουν κατά την μετατροπή χρηματικών ποσών από τις εθνικές νομισματικές μονάδες σε ευρώ ή σε άλλες εθνικές νομισματικές μονάδες κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, σύμφωνα με τους κανόνες μετατροπής και στρογγυλοποίησης που καθιερώθηκαν στον Κανονισμό 1103/97 του Συμβουλίου.
- 2) Κατάλληλη μετατροπή των ιστορικών στοιχείων, ώστε να διασφαλιστεί η ασφαλής τήρηση αυτών των στοιχείων.
- 3) Αντιμετώπιση των ζητημάτων που ανακύπτουν από το γεγονός ότι ορισμένα συστήματα δεν παρακολουθούν δεκαδικά στοιχεία, ενώ α) το ευρώ υποδιαιρείται σε 100 λεπτά, β) οι τιμές μετατροπής των εθνικών νομισματικών σε ευρώ (κατά την διάρκεια της μεταβατικής περιόδου μέχρι τη θέση σε κυκλοφορία των τραπεζογραμματίων και κερμάτων σε ευρώ) εκφράζονταν με έξι χαρακτηριστικά στοιχεία (άρα με έξι δεκαδικά ψηφία).
- 4) Ανάγκη (ή επιθυμία) παρουσίασης χρηματικών ποσών σε δύο νομισματικές μονάδες (ευρώ και εθνική).
- 5) Μετατροπή πληροφοριακών συστημάτων κατά την διάρκεια της οικονομικής χρήσης.

3.3 ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΛΗΡΩΜΩΝ (ΔΙΑΣ)

Οι εξελίξεις που σημειώνονται διεθνώς στην τραπεζική τεχνική και τεχνολογία, ιδιαίτερα μετά την προοδευτική κατάργηση των διοικητικών παρεμβάσεων τόσο στη λειτουργία όσο και στην προστασία της εγχώριας αγοράς –σε συνδυασμό με την ένταση του ανταγωνισμού και το κλιμακούμενο κόστος διεξαγωγής των εργασιών –οδήγησαν τις Διοικήσεις των τραπεζών που συνιστούν την Ένωση Ελληνικών Τραπεζών να αναθέσουν σ' αυτή να επεξεργαστεί και να προτείνει ένα σύγχρονο ηλεκτρονικό διατραπεζικό σύστημα πληρωμών, το οποίο θα λειτουργεί σε εθνικό επίπεδο και σε σύνδεση με άλλα αντίστοιχα εθνικά και διεθνή συστήματα.

Το εγχείρημα αυτό ανταποκρίνεται και στη βούληση της Πολιτείας για τον εκσυγχρονισμό των συναλλαγών και την ανάπτυξη των πληρωμών με χρήση λογιστικού χρήματος. Τα εθνικά διατραπεζικά συστήματα πληρωμών παρουσιάζουν πολλά πλεονεκτήματα σε σχέση με αυτά που εγκαθιστούν μεμονωμένες τράπεζες ή ομάδες τραπεζών διότι:

1. μειώνουν το κόστος των επενδύσεων και κατά συνέπεια
2. μειώνουν και το βασικό κόστος παροχής των υπηρεσιών,
3. ενοποιοούν τον εθνικό οικονομικό χώρο, πράγμα που επιτρέπει τη λειτουργία τους παράλληλα με το μετρητό χρήμα,
4. εξομοιώνουν τους όρους ανταγωνισμού, σε τεχνικό επίπεδο ανάμεσα σε μικρές και μεγάλες τοπικές και διεθνείς τράπεζες,
5. μεταθέτουν τον ανταγωνισμό στο επίπεδο εξυπηρέτησεως της πελατείας και ποιότητας υπηρεσιών,
6. επιτρέπουν την πλήρη διασύνδεση με αντίστοιχα εθνικά και διεθνή δίκτυα, εφόσον είναι συμβατά κ.λ.π

3.3.1 ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΠΙΔΙΩΞΕΙΣ

Η βασική επιδίωξη του συστήματος είναι εκσυγχρονισμός του μηχανισμού πληρωμών της ελληνικής οικονομίας. Τούτο σημαίνει δραστική μείωση στη χρήση μετρητών για τη διεκπεραίωση των συναλλαγών και αντίστοιχη διεύρυνση του ρόλου του λογιστικού χρήματος.

Ο περιορισμός της χρήση μετρητών θα οδηγήσει σε περιορισμό των ταμειακών στις τράπεζες και κατά συνέπεια στην επίτευξη μεγαλύτερης ταχύτητας και άνεσης στη διεκπεραίωση των τραπεζικών εργασιών.

Βασική προϋπόθεση για τον εκσυγχρονισμό των συναλλαγών είναι η εκτεταμένη χρήση σύγχρονης τεχνολογίας τόσο κατά τη συλλογή και επεξεργασία όσο και για την μεταφορά δεδομένων. Το γεγονός ότι η χρήση της επιταγής είναι ελάχιστα διαδεδομένη μεταξύ του κοινού αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα για το ελληνικό τραπεζικό σύστημα, διότι έτσι διευκολύνεται η μετάβαση από το σημερινό καθεστώς, σε ένα νέο, απόλυτα εκσυγχρονισμένο, χωρίς τις σημαντικές δυσκολίες που αντιμετώπισαν άλλες χώρες στην αλλαγή των συνηθειών του κοινού.

Ο εκσυγχρονισμός του συστήματος πληρωμών θα επιτρέψει την εισαγωγή μιας ολόκληρης σειράς νέων τραπεζικών υπηρεσιών και εξυπηρετήσεων προς την πελατεία. Έτσι, πέρα από την αισθητή μείωση του λειτουργικού κόστους των ελληνικών τραπεζών, θα εμφανισθούν και πολλές ευκαιρίες για αύξηση των προσόδων τους. Παράλληλα θα τις εξυπηρετήσει στη σύνδεση και πρόσβαση τους στη διεθνή αγορά τραπεζικών εργασιών και θα τις διευκολύνει να αντιμετωπίσουν τον διεθνή ανταγωνισμό.

3.3.2 ΜΕΛΕΤΗ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

Αφού προηγήθηκε προμελέτη σκοπιμότητας, το Διοικητικό Συμβούλιο (ΔΣ) της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών (ΕΕΤ) αποφάσισε την περαιτέρω μελέτη και προώθηση του θέματος από την Γραμματεία της, σε συνεργασία με ξένους συμβούλους.

Οι κυριότερες φάσεις της μελέτης, τα εξετασθέντα αντικείμενα και οι αντίστοιχες αποφάσεις του ΔΣ της Ένωσης έχουν συνοπτικά ως εξής:

Α' Φάση

1. Αναλύθηκε η παρούσα κατάσταση του ελληνικού τραπεζικού συστήματος, κυρίως σε ότι αφορά τα συστήματα πληρωμών και το μηχανογραφικό εξοπλισμό των τραπεζών.
2. Ερευνήθηκαν τα δεδομένα έξι ευρωπαϊκών χωρών (Γαλλίας, Δανίας, Νορβηγίας, Ελβετίας, Ηνωμένου Βασιλείου και Βελγίου) ως προς τα

συστήματα πληρωμών και τον τρόπο κάλυψης των συναφών διατραπεζικών αναγκών.

3. Έγιναν δυο έρευνες της ελληνικής αγοράς και εντοπίστηκαν οι ανάγκες της σε μέσα και υπηρεσίες πληρωμών. Επίσης εκτιμήθηκαν οι αντίστοιχες ανάγκες της τουριστικής αγοράς.
4. Καταρτίστηκε ένα οικονομικό μοντέλο, βάσει του οποίου έγινε διαχρονική (για μια 7ετία) εκτίμηση του αναμενόμενου όγκου συναλλαγών και των απαιτούμενων μέσων και δαπανών για την εξυπηρέτησή τους. Επίσης εκτιμήθηκαν τα αναμενόμενα μετρήσιμα οφέλη.
5. Καταρτίστηκαν δυο βασικά "σενάρια" για την κάλυψη των αναγκών του μεγάλου Κοινού. Στο πρώτο σενάριο πρωτεύοντα ρόλο έπαιξε η παροχή στην πελατεία μετρητών μέσω αυτόματων μηχανημάτων (ΑΤΜς), ενώ στο δεύτερο δινόταν βαρύτητα στην εκτεταμένη λειτουργία του δικτύου EFT/POS υπό ενιαίο φορέα. Προκρίθηκε από το Διοικητικό Συμβούλιο της ΕΕΤ το δεύτερο σενάριο το οποίο περιλαμβάνει ως υποχρεωτικά επτά υποσυστήματα πληρωμών, σύγχρονα και παραδοσιακά. Παράλληλα διατυπώθηκε η πολιτική να δοθεί έμφαση και προτεραιότητα στα σύγχρονα συστήματα πληρωμών, ενώ τα παραδοσιακά (κυρίως επιταγή και ταμιακές συναλλαγές) να καταβληθεί προσπάθεια, ώστε να περιοριστούν προοδευτικά στο ελάχιστο δυνατό, με μέτρα που κάθε τράπεζα θα λάβει κατά την κρίση της και θα εξυπηρετούν τον εν λόγω σκοπό. Κάθε τράπεζα που θα συμμετέχει στη διατραπεζική συνεργασία θα υποχρεούται να παρέχει το ως άνω πακέτο των 7 υπηρεσιών υπό ενιαίους κανόνες λειτουργίας. Διατηρεί όμως το δικαίωμα να διευρύνει τις υπηρεσίες που παρέχει στη δική της πελατεία, κατά την κρίση της.
6. Αποφασίστηκε η προαιρετική κατά τράπεζα υιοθέτηση του νέου τύπου τρεχούμενου λογαριασμού για την παροχή των άνω υπηρεσιών.
7. Αποφασίστηκε η υιοθέτηση της αρχής "truncation" στις επιταγές και τους άλλους τίτλους, ώστε το Διατραπεζικό Κέντρο να επεξεργάζεται μόνον ηλεκτρονικά συστήματα και όχι χαρτί.
8. Βάσει των ως άνω δεδομένων, αποφασίστηκε από το ΔΣ ο περαιτέρω τεχνικός σχεδιασμός του Συστήματος.

Β' Φάση

Ενώ στην Α' Φάση της μελέτης η προσέγγιση του θέματος έγινε περισσότερο από πλευράς σκοπιμότητας και marketing, τα θέματα της παρούσας φάσης ήταν περισσότερο τεχνολογικής μορφής. Τα κυριότερα αντικείμενα που μελετήθηκαν ήταν τα εξής:

Αρχιτεκτονική του Συστήματος. Αφού μελετήθηκαν πολλές εναλλακτικές λύσεις, επελέγη ένα συγκεντρωτικό σχήμα αρχιτεκτονικής με τα εξής βασικά χαρακτηριστικά:

- Δημιουργούνται δυο βασικά συστήματα, ένα για την διαχείριση των συναλλαγών μέσω καρτών (υποσυστήματα αυτόματων αναλήψεων μέσω ΑΤΜς διακανονισμού αγορών μέσω τερματικών ΕFT/POS) και ένα δεύτερο για τον συμψηφισμό των κλασσικών μέσων πληρωμής (αυτόματη μισθοδοσία, πάγιες και κατά περίπτωση εντολές, επιταγές).
- Κάθε τράπεζα μπορεί να διατηρήσει και να αναπτύξει υπό κοινά πρότυπα το δικό της δίκτυο ΑΤΜς μέσω του οποίου μπορεί να παρέχει στην πελατεία της οποιοσδήποτε υπηρεσίες, στις οποίες δεν παρεμβαίνει το Διατραπεζικό Σύστημα. Υποχρεούται όμως κάθε τράπεζα να εξυπηρετεί μέσω του δικτύου της αυτού και την πελατεία των λοιπών τραπεζών που μετέχουν στο διατραπεζικό σχήμα συνεργασίας ως προς την ανάληψη μετρητών μέχρι ορισμένου ορίου. Η εξυπηρέτηση γίνεται με ανάλογη αμοιβή και προϋποθέτει εξουσιοδότηση που παρέχεται πάντοτε μέσω του Διατραπεζικού Κέντρου.
- Πέρα από τα ως άνω διασυνδεδεμένα δίκτυα ΑΤΜς των επί μέρους τραπεζών θα λειτουργεί και ένα "κοινό" διατραπεζικό δίκτυο Αυτόματων Διανεμητών Μετρητών (Automated Cash Dispensers-ACDs) με τα τερματικά συνδεδεμένα απευθείας στο Διατραπεζικό Κέντρο.
Το δίκτυο αυτό θα εξυπηρετεί την πελατεία των τραπεζών μόνο για αυτόματες αναλήψεις. Τα τερματικά θα είναι εγκατεστημένα σε δημόσιους χώρους (αεροδρόμια, σιδηροδρομικούς σταθμούς, λιμένες, υπουργεία κ.λ.π) ή ακόμη και σε τόπους που πρέπει να εξυπηρετηθούν

(π.χ απομακρυσμένα νησιά) αλλά δεν προσελκύουν το ενδιαφέρον συγκεκριμένης τράπεζας.

- Ο διακανονισμός αγορών στα σημεία πωλήσεων (υποσύστημα EFT/POS) θα πραγματοποιείται μέσω ενιαίου δικτύου τερματικών, τα οποία θα είναι συνδεδεμένα με το Διατραπεζικό κέντρο και θα εξυπηρετούν την πελατεία όλων των μετεχουσών τραπεζών. Τα τερματικά δέχονται τις τραπεζικές κάρτες EUROCARD/ MASTERCARD και VISA.

Τεχνολογία της κάρτας. Στην συνέχεια εξετάστηκε η ακολουθητέα τεχνολογία. Αν δηλαδή θα χρησιμοποιηθεί η γνωστή κάρτα μαγνητικής ταινίας και με ποιες προδιαγραφές ή θα γίνει βήμα προς την "κάρτα με μνήμη". Θα πρέπει να σημειωθεί ότι παρά τα πλεονεκτήματα που παρουσιάζει η νέα τεχνολογία, συντρέχουν και τα εξής μειονεκτήματα:

- Το κόστος είναι ακόμη πολύ υψηλό.
- Δεν έχουν ακόμη καθιερωθεί διεθνείς τυποποιήσεις.
- Οι τράπεζες και πολύ περισσότερο άλλοι φορείς δεν έχουν ακόμη την δυνατότητα να αξιοποιήσουν τις παράλληλες δυνατότητες που προσφέρει η νέα τεχνολογία.
- Σε ευρωπαϊκό επίπεδο οι κάρτες με μνήμη δεν υπερβαίνουν το 5% του συνόλου.

Έτσι αποφασίστηκε να χρησιμοποιηθεί την πρώτη 5ετία η κοινή κάρτα με μαγνητική ταινία με προδιαγραφές που να καλύπτουν οπωσδήποτε τις κάρτες EUROCARD/MASTERCARD και VISA, ενδεχομένως δε και άλλες κάρτες.

Όταν αρθούν τα μειονεκτήματα που προαναφέρθηκαν, τότε θα χρησιμοποιηθεί κάρτα με μαγνητική ταινία και με μνήμη.

Τηλεπικοινωνίες. Ένα σύγχρονο διατραπεζικό σύστημα εξαρτά κατά σημαντικό μέρος την επιτυχία του από την καλή και ασφαλή λειτουργία του τηλεπικοινωνιακού δικτύου που θα το συνδέει με τις τράπεζες, τα σημεία πωλήσεων και άλλους ενδιαφερόμενους φορείς. Έτσι το τηλεπικοινωνιακό

μέρος κατέβαλε ένα σημαντικό τμήμα της μελέτης. Αφού εξετάστηκαν όλες οι περιπτώσεις, αποφασίστηκαν τα εξής:

- Στις περιοχές λεκανοπεδίου Αττικής και Θεσσαλονίκης εγκαταστάθηκε σε πρώτη φάση ιδιωτικό τηλεπικοινωνιακό δίκτυο, με ενοικιασμένες από τον ΟΤΕ αποκλειστικές γραμμές. Μέσω του δικτύου αυτού συνδέονται τα Μηχανογραφικά Κέντρα των τραπεζών με το Διατραπεζικό Κέντρο.
- Για την επέκταση του δικτύου στις λοιπές περιοχές της Χώρας, θα συνεκτιμώνται όλα τα δεδομένα και θα αποφασίζεται κατά περίπτωση αν θα γίνεται επέκταση του ιδιωτικού δικτύου ή χρήση του δημοσίου δικτύου μεταγωγής δεδομένων "HELLASPAC".
- Τα τερματικά EFT/POS χρησιμοποιούν το κοινό τηλεφωνικό δίκτυο. Το οποίο όμως προς περιορισμό των γνωστών δυσχερειών, θα είναι σχεδιασμένο κατά τρόπο ώστε να διαθέτει εισόδους σε κάθε τηλεφωνικό κέντρο, από όπου τα μηνύματα των τερματικών θα διοδεύουν προς το Διατραπεζικό Κέντρο και αντιστρόφως.

Φορέας υλοποίησης και διαχείρισης του Συστήματος. Ύστερα από μελέτη για την μορφή και τις πρώτες ανάγκες σε κεφάλαια του εν λόγω φορέα, αποφασίστηκε από το ΔΣ της ΕΕΤ και συνεστήθη την 14/06/1989 η ΑΕ «ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ –ΔΙΑΣ» με αρχικό κεφάλαιο 756εκατ.δρχ και την συμμετοχή 13 τραπεζών –μελών της ΕΕΤ. Με τη μεταγενέστερη είσοδο 2 ακόμη τραπεζών, το κεφάλαιο έφθασε τα 851εκατ.δρχ. ήδη αυξήθηκε κατά 3 δισ.δρχ προς αντιμετώπιση των επενδυτικών δαπανών.

3.3.3 ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ.

Το Διατραπεζικό Σύστημα βασίζεται στην αποδοχή μερικών αρχών, οι κυριότερες από τις οποίες είναι οι ακόλουθες:

- i. **Είναι εθνικό**, δηλαδή φιλοδοξεί να καλύψει ολόκληρο ή τουλάχιστον το μεγαλύτερο μέρος του εθνικού χώρου.
- ii. **Είναι διατραπεζικό**, δηλαδή απευθύνεται σε όλα τα πιστωτικά ιδρύματα που λειτουργούν στη χώρα, εφόσον κρίνουν ότι τα εξυπηρετεί.
- iii. **Είναι σύστημα εκμετάλλευσης**. Το πλεονέκτημα των διατραπεζικών δικτύων είναι ότι περιορίζουν τις δαπάνες μελέτης και σχεδιασμού, όπως

και εκείνες για επενδύσεις υποδομής, οι οποίες είναι σημαντικές. Για το λόγο αυτό, τα περισσότερα κράτη προωθούν την λύση αυτή. Τα διατραπεζικά δίκτυα όμως επιβάλλουν και μια μορφή κοινής διοίκησης και συλλογικής εκμετάλλευσης, ώστε να επιτυγχάνεται η μεγαλύτερη δυνατή εκμετάλλευση των εγκαταστάσεων και μια δίκαιη συμμετοχή στα έξοδα λειτουργίας και διοικήσεως. Η λύση αυτή είναι ιδιαίτερα συμφέρουσα για τις μικρές τράπεζες, οι οποίες δύσκολα μπορούν να αναλάβουν τις σημαντικές αρχικές δαπάνες μελέτης, οργανώσεως και εγκαταστάσεως του συστήματος. Αλλά και για τις μεγάλες τράπεζες η λύση αυτή εμφανίζει ακινητοποιήσεις κεφαλαίων και μικρότερο λειτουργικό κόστος στη συνέχεια, λόγω πληρέστερης απασχολήσεως του συστήματος, ενώ παράλληλα τους δίνει τη δυνατότητα συμμετοχής σε μια διευρυμένη αγορά.

- iv. **Συμβατότητα.** Το σύστημα θα είναι συμβατό με διεθνή συστήματα πληρωμών (Eurocheque, Visa, MasterCard, Eurocard), ώστε να αξιοποιηθούν κατά το δυνατό οι υπάρχουσες εγκαταστάσεις και να αποφευχθούν νέες επενδύσεις στο μέλλον. Το στοιχείο αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα για το ελληνικό τραπεζικό σύστημα έναντι του ξένου ανταγωνισμού.
- v. **Ελαστικότητα.** Η αρχιτεκτονική του συστήματος επιτρέπει ευχερή επέκταση και προσαρμογή, ώστε να μπορεί να ανταποκριθεί στις ανάγκες διεκπεραιώσεως του αυξανόμενου όγκου των συναλλαγών αλλά και στην προώθηση νέων υπηρεσιών.
- vi. **Κανόνες λειτουργίας.** Το σύστημα θα λειτουργεί με αυστηρούς κανόνες, για την διαμόρφωση των οποίων θα συνεργαστούν όλες οι μετέχουσες τράπεζες. Η χρήση του συστήματος θα προϋποθέτει τον απόλυτο σεβασμό των κανονιστικών κειμένων τα οποία θα συμφωνηθούν από τους εταίρους.
- vii. **Τυποποιήσεις.** Το σύστημα θα λειτουργεί με ενιαίες τυποποιήσεις. Ορισμένες από αυτές έχουν ήδη συμφωνηθεί και οι λοιπές θα πρέπει να συμφωνηθούν διατραπεζικών σε σύντομο διάστημα.
- viii. **Τιμολογιακή πολιτική.** Ένα από τα πλέον λεπτά σημεία λειτουργίας του συστήματος θα είναι η εφαρμοστέα τιμολογιακή πολιτική, η οποία θα είναι δίκαιη και αποδεκτή από όλα τα ενεχόμενα μέρη. Γενικά η

τιμολογιακή πολιτική δεν θα τείνει στη δημιουργία μεγάλων κερδών, αλλά μάλλον στην εξασφάλιση αποθεμάτων για νέες επενδύσεις.

Αξίζει, επίσης, να σημειωθεί ότι σε ένα διατραπεζικό σύστημα πληρωμών εφαρμόζονται συνήθως τα εξής είδη επιβαρύνσεων:

- 1) Η προμήθεια που λαμβάνει η διατραπεζική εταιρεία από τις τράπεζες –χρήστες για την παροχή των υπηρεσιών της. Η προμήθεια αυτή ποικίλει ανάλογα με το είδος της υπηρεσίας (π.χ συναλλαγή σε ΑΤΜ, επιταγή κ.λ.π), αλλά και είναι αντιστρόφως ανάλογη προς τον όγκο των εργασιών που αναθέτει μια τράπεζα. Η προμήθεια αυτή αποτελεί την κύρια πηγή εσόδων για την κάλυψη των λειτουργικών δαπανών και την απόσβεση των επενδύσεων της εταιρείας.
- 2) Η προμήθεια που λαμβάνει η τράπεζα Α' από την τράπεζα Β' όταν η πρώτη εξυπηρετεί μέσω του δικτύου της πελάτη της δεύτερης. Και η προμήθεια αυτή ποικίλει ανάλογα με το είδος της παρεχόμενης υπηρεσίας.
- 3) Η προμήθεια ή άλλα έξοδα με τα οποία η κάθε τράπεζα επιβαρύνει την πελατεία της για την παροχή του πακέτου των υπηρεσιών της.

3.4 ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Στις μέρες μας καταβάλλεται προσπάθεια απρόσκοπτης χρηματοδότησης των έργων πληροφορικής σε όλες τις ελληνικές τράπεζες. Η ολοένα αυξανόμενη αντιμετώπιση των σχετικών δαπανών ως επενδύσεων και όχι απλά ως εξόδων για την επιχείρηση, αρχίζει να σηματοδοτεί μια νέα νοοτροπία. Στα επόμενα χρόνια η χρηματοδότηση τέτοιων έργων θα εξακολουθεί να φθάνει σε ύψη πολλών δισεκατομμυρίων. Ίσως δεν θα επικρατεί πλέον η σημερινή "ασυγκράτητη" τάση στο όνομα του εκσυγχρονισμού, αλλά πιθανόν μια πιο συστηματική και προσεκτική προσέγγιση. Πάντως είναι βέβαιο ότι οι χρηματοδοτήσεις για έργα πληροφορικής θα έχουν πρώτη προτεραιότητα στο μέλλον. Είτε από τα κέρδη των τραπεζών, είτε από πόρους κοινοτικών προγραμμάτων, είτε από αυξήσεις μετοχικών κεφαλαίων, είτε με την αξιοποίηση των θυγατρικών εταιριών leasing που λειτουργούν στους τραπεζικούς ομίλους. Μέχρι τώρα σε

γενικές γραμμές δεν συναντώνται περιορισμοί ή έντονος σκεπτικισμός για σχετικές δαπάνες στο ελληνικό περιβάλλον, αντίθετα οι ρυθμοί αύξησης τους είναι μεγάλοι τα τελευταία χρόνια.

Βασικό στοιχείο για την διοίκηση μιας τράπεζας πρέπει να είναι η συστηματική παρακολούθηση, είτε στον ισολογισμό της επιχείρησης, είτε με εσωτερικά πληροφοριακά συστήματα, των επενδύσεων που σχετίζονται με τους εξοπλισμούς πληροφορικής. Μια συστηματική παρακολούθηση των επενδύσεων αυτών πρέπει να αφορά όχι μόνο το υλικό (hardware) αλλά και το λογισμικό (software), είτε αυτό αγοράζεται από τρίτους, είτε κατασκευάζεται από το τμήμα πληροφορικής της τράπεζας, μαζί με τις αποσβέσεις τους. Είναι φανερό ότι οι διοικήσεις σήμερα, δεν έχουν πάντοτε αναλυτική παρακολούθηση των σχετικών επενδύσεων.

Οι προβλέψεις δείχνουν ότι στο μέλλον –τόσο για τις τράπεζες όσο και γενικότερα- παρότι θα αυξάνονται οι προϋπολογισμοί για την πληροφορική, το μερίδιο των δαπανών για υλικό (hardware) θα μειώνεται με αντίστοιχη αύξηση του μεριδίου των δαπανών για λογισμικό (software) και υπηρεσίες.

Είναι προφανές ότι παράλληλα με τις προγραμματιζόμενες τεχνολογικές πλατφόρμες (hardware, λειτουργικά συστήματα, δίκτυα-επικοινωνίες) που λίγο-πολύ όλες οι τράπεζες, και στη χώρα μας, προσεγγίζουν για το μέλλον, επιβάλλεται να αυξηθεί το ειδικό βάρος των τραπεζών για τη χάραξη στρατηγικής εφαρμογών, διαχείρισης και αξιολόγησης των πληροφοριακών συστημάτων όπου τα άμεσα και τα έμμεσα κόστη θα είναι μεγαλύτερα.

3.5 ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ MARKETING

Οι εξελίξεις επέβαλαν την ανάγκη δημιουργίας ολοκληρωμένων υπηρεσιών Marketing, οι οποίες καλύπτουν το σύνολο των δραστηριοτήτων ή το συγκεκριμένο χώρο των υπηρεσιών προς τους ιδιώτες. Μια τυπική υπηρεσία Marketing ασχολείται με τη διεξαγωγή ερευνών μεταξύ των υπάρχοντων ή επιθυμητών πελατών, αναλύσεις δημογραφικών δεδομένων, την ανάπτυξη νέων υπηρεσιών, τον καθορισμό της διαφημιστικής πολιτικής, τη διεξαγωγή σεμιναρίων για την εκπαίδευση του προσωπικού στην τεχνική των πωλήσεων, την παρακολούθηση του ανταγωνισμού κ.λ.π.

Όσο εντείνεται ο ανταγωνισμός και διευρύνεται ο αριθμός των προσφερόμενων υπηρεσιών, τόσο αυξάνεται και η ανάγκη να αντιληφθεί το προσωπικό τη σημασία και τα χαρακτηριστικά κάθε υπηρεσίας, τον τρόπο και τον σκοπό προωθήσεως των νέων “προϊόντων”, τα πλεονεκτήματα των τελευταίων για την τράπεζα και την πελατεία, τον συνδυασμό με τις παραδοσιακά προσφερόμενες υπηρεσίες κ.λ.π. Οι χρηματο-πιστωτικές υπηρεσίες έχουν πλέον μεταβληθεί σε καταναλωτικά προϊόντα, τα οποία προσφέρονται και πρέπει να πωληθούν στην αγορά.

Βασική αρχή του τραπεζικού Marketing είναι ότι η πελατεία δεν είναι ομοιόμορφη. Αντίθετα υπάρχουν ομάδες καταναλωτών, που η καθεμία έχει τα δικά της χαρακτηριστικά, τις δικές της ανάγκες, τις δικές της προτιμήσεις, τις δικές της αντιδράσεις. Κατά συνέπεια η πελατεία δεν αντιδρά πάντα ορθολογικά και η τιμή δεν είναι πάντα το κυριότερο κριτήριο επιλογής της. Για μια ομάδα καταναλωτών η τιμή είναι ένα βασικό κριτήριο. Για άλλη ομάδα, δυο ταυτόσημα προϊόντα με διαφορετική όμως τιμή δεν είναι ποτέ ίδια. Αυτό αποδεικνύει ότι είναι αδύνατο να γενικεύσει κανείς και να θεωρήσει ότι η συμπεριφορά ενός τμήματος αντιπροσωπεύει το σύνολο της πελατείας.

Ο ρόλος του Marketing είναι να καθορίσει και να εξατομικεύσει τις διάφορες ομάδες πελατών ή τμήματα της αγοράς, ώστε να εντοπιστούν οι ανάγκες τους σε χρηματο-πιστωτικές υπηρεσίες. Οι ειδικοί στον τομέα αυτό έχουν την σχετική τεχνική και εμπειρία για τη διεξαγωγή τέτοιων μελετών. Συνοπτικά μπορεί να λεχθεί ότι ο εντοπισμός των διάφορων ομάδων γίνεται με βάση τα ακόλουθα κριτήρια: α)δημογραφικά, β)εισοδηματικά, γ)μορφωτικά, δ)το χρήμα ως εμπόρευμα.

3.6 ΤΟ ΝΕΟ ΠΡΟΣΩΠΟ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

Τα στελέχη των τραπεζών έχουν κατά κανόνα αυξημένο κύρος και βαρύτητα στον κοινωνικό τους περίγυρο. Για μεγάλο αριθμό ατόμων είναι απόλυτα φυσικό, όταν χρειάζονται πληροφορίες ή συμβουλές για οικονομικά θέματα, να απευθύνονται στο διευθυντή ή τα στελέχη του υποκαταστήματος της τράπεζας με την οποία συνεργάζονται. Η παροχή συμβουλών είναι μια αφανής και άτυπη υπηρεσία που προσφέρει το προσωπικό των τραπεζών.

Παρέχοντας συμβουλές, προτείνοντας λύσεις, διευκρινίζοντας διλήμματα, συνιστώντας προϊόντα και υπηρεσίες ο υπάλληλος της τράπεζας εξυπηρετεί τον συναλλασσόμενο. Η προτίμηση της μιας ή της άλλης τράπεζας θα εξαρτηθεί σε μεγάλη σε μεγάλη έκταση από το κύρος και την ικανότητα του τραπεζικού στελέχους. Επιπλέον η επιλογή μπορεί να αναφέρεται σε "προϊόντα" που παρέχει ή δεν παρέχει η τράπεζα. Η διαπίστωση ελλείψεων στις παρεχόμενες υπηρεσίες είναι εξίσου σημαντικές για την στρατηγική και την αποδοτικότητα ενός χρηματο-πιστωτικού οργανισμού με την προώθηση των υπαρχόντων.

Πολλές τράπεζες προσπαθούν τώρα να συστηματοποιήσουν την άτυπη –και δωρεάν ακόμη– υπηρεσία παροχής πληροφοριών, με προφανή σκοπό την αύξηση των εσόδων. Τα μέχρι τώρα αποτελέσματα, σε οικονομικό επίπεδο, δεν μπορούν να θεωρηθούν ικανοποιητικά, σε αντίθεση με ότι συμβαίνει στις σχέσεις με τις επιχειρήσεις. Τα κέρδη είναι κυρίως έμμεσα, αφού ενισχύουν τις σχέσεις με την ιδιωτική πελατεία και προωθούν γενικότερα τις εργασίες.

Το καίριο πρόβλημα στην προώθηση των εργασιών αυτής της μορφής είναι η στάση και η νοοτροπία του προσωπικού. Αποδεικνύεται δηλαδή ότι η επέκταση των μεσολαβητικών εργασιών, αλλά και ολόκληρου του φάσματος των προσφερόμενων χρηματοοικονομικών υπηρεσιών προς τους ιδιώτες, προϋποθέτει μια διαφορετική αντιμετώπιση από πλευράς προσωπικού των τραπεζών.

Η παραδοσιακή άποψη θέλει το προσωπικό, ιδιαίτερα αυτό της πρώτης γραμμής, παθητική εκτελεστή των εντολών της πελατείας.

Στο νέο ανταγωνιστικό κλίμα που διαμορφώνεται για την άσκηση της τραπεζικής δραστηριότητας, τα στελέχη είναι συνεργάτες των πελατών. Ο ρόλος τους δεν είναι παθητικός και εκτελεστικός αλλά ενεργητικά συμβουλευτικός. Απαιτείται να συμβουλεύουν, να πείθουν και να προωθούν, να "πωλούν" τα διαθέσιμα "προϊόντα". Έτσι η εξέλιξη της τραπεζικής τεχνικής δημιουργεί μια νέα κατηγορία τραπεζικών στελεχών, άγνωστη μέχρι πριν από μερικά χρόνια στο χώρο των χρηματο-πιστωτικών υπηρεσιών. Η εξέλιξη αυτή διαμορφώνει ακριβώς το νέο, σύγχρονο, πρόσωπο της τραπεζικής δραστηριότητας.

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΟΡΟΛΟΓΙΑΣ

ATMς (Automated Teller Machines)	Αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές, συσκευές εγκατεστημένες σε κοινόχρηστους χώρους, που προσφέρουν πλήθος υπηρεσιών στο κοινό όλο το 24ωρο, όλες τις ημέρες της εβδομάδας.
Credit Cards	Πιστωτικές κάρτες, προϊόντα μηνιαίας χρέωσης του τραπεζικού λογαριασμού των πελατών, βαθμιαίας αποπληρωμής εξόδων δαπανών χωρίς την ανάγκη μετρητών.
Dealing room	Το τμήμα της τράπεζας όπου εξειδικευμένα στελέχη στις αγορές χρήματος επιδιώκουν την αποδοτικότερη δυνατή διαχείριση των διαθεσίμων της τράπεζας κάθε χρονική στιγμή.
Debit Cards	Χρεωστικές κάρτες, προϊόντα αυτόματης χρέωσης τραπεζικών λογαριασμών για αγορές-δαπάνες των πελατών και ανάληψη απεριόριστου χρηματικού ποσού.
EDI (Electronic Data Interchange)	Εξειδικευμένη τεχνολογία επικοινωνιών, που υποστηρίζει την ανταλλαγή δεδομένων μεταξύ εφαρμογών υπολογιστών εταιρειών και οργανισμών, μέσω ενός τηλεπικοινωνιακού δικτύου και με χρήση κοινώς αποδεκτών προτύπων τα οποία καθορίζουν τόσο το περιεχόμενο, όσο και το συντακτικό των μηνυμάτων.
EFT/POS (Electronic Funds Transfer)	Ειδικές συσκευές που βρίσκονται στο χώρο των καταστημάτων και μέσω των οποίων γίνονται ηλεκτρονικές συναλλαγές χρεώσεις λογαριασμών πελατών, αυτόματα με την αγορά κάποιου προϊόντος.
Electronic Banking	Χαρακτηρίζει την τραπεζική λειτουργία που στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στις εφαρμογές των νέων τεχνολογιών.
Hardware	Ο ηλεκτρονικός εξοπλισμός των κέντρων πληροφορικής των τραπεζών.
Hellaspack	Δημόσιο δίκτυο μετάδοσης και μεταγωγής πακέτων δεδομένων του ΟΤΕ, που έχει σχεδιαστεί για να εξυπηρετεί επικοινωνίες δεδομένων μεταξύ Η/Υ και των τερματικών τους.
Home-Banking	Τραπεζικές υπηρεσίες που προσφέρονται στο σπίτι του πελάτη της τράπεζας μέσω PC που συνδέεται με το κεντρικό σύστημα της τράπεζας.
IS (Information Systems)	Πληροφοριακά συστήματα.
Leasing	Χρηματοδοτική μίσθωση, προϊόν που προσφέρεται από τράπεζες ή θυγατρικές τους ή μέσω του οποίου τράπεζες προμηθεύονται τεχνολογική υποδομή και υπηρεσίες.
MIS (Management Information Systems)	Πληροφοριακό σύστημα διοίκησης.
Office Banking	Τραπεζικές υπηρεσίες που προσφέρονται εντός του χώρου

	επιχειρήσεων, δημόσιων οργανισμών, ιδιωτικών φορέων κ.λ.π.
On-line	Χαρακτηρίζει ηλεκτρονικό σύστημα άμεσης επικοινωνίας του τραπεζικού υπαλλήλου με το κεντρικό σύστημα της τράπεζας κατά την στιγμή της συναλλαγής.
PC	Προσωπικός υπολογιστής.
Phone Banking	Προσφορά τραπεζικών υπηρεσιών στο χώρο του πελάτη μέσω τηλεφωνικής συσκευής.
Real-time	Χαρακτηρίζει ηλεκτρονικό σύστημα πραγματικού χρόνου
Remote Banking	Η προσφορά τραπεζικών υπηρεσιών στο χώρο επιθυμίας του πελάτη με τη διενέργεια των συναλλαγών, απ'ευθείας από αυτόν μέσω ηλεκτρονικών συσκευών οι οποίες συνδέονται με τα πληροφοριακά συστήματα των τραπεζών.
Retail Banking	Τραπεζική πολιτική και λειτουργία προσανατολισμένη στα μέσα και κατώτερα επίπεδα της πελατείας, υπηρεσίες προορισμένες κυρίως για τον απλό πελάτη.
Risk Management	Διαχείριση κινδύνου στις συναλλαγές της τράπεζας στις χρηματαγορές.
Smart Cards	'Έξυπνες' κάρτες, τραπεζικές κάρτες που έχουν ενσωματωμένη μνήμη και μικροεπεξεργαστή.
Software	Λογισμικό, το σύνολο των τραπεζικών εφαρμογών- προγραμμάτων/ πακέτων/ συστημάτων.
Teller	Ταμειολογιστής, ο υπάλληλος που βρίσκεται στα γκισέ του τραπεζικού καταστήματος.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Α.Αρχοντάκης: «Νέες τεχνολογίες. Η επίδραση στο τραπεζικό σύστημα και τις εργασιακές σχέσεις»
2. Χαρίση-Στάμου: «Η πιστωτική κάρτα»
3. D.W.LONSDALE-BARCLAY'S BANK INSIG –EET: «Η εξέλιξη του ρόλου της πληροφορικής στην Τράπεζα»
4. Ένωση Ελληνικών Τραπεζών (EET): «Ευρώ. Οι προσαρμογές και επιπτώσεις στον ελληνικό τραπεζικό τομέα από την Οικονομική Νομισματική Ένωση και την εισαγωγή του Ευρώ.»
5. Χαρ.Γριμπάμπη: «Οι σύγχρονες τάσεις στο τραπεζικό management».
6. Νικ.Σαλμά: «Νέες τεχνολογίες και τράπεζες».
7. Κ.Κοκκομέλη: «Τραπεζικές υπηρεσίες προς καταναλωτές»
8. Α.Αρχοντάκης –Α.Παπαδιάς –Π.Τσαντίλας: «Οι τεχνολογίες πληροφορικής στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα»
9. EET (Ένωση Ελληνικών Τραπεζών)
10. Ηλεκτρονική Βιβλιογραφία



Πίνακας Τραπεζών στο Internet	
Τράπεζες	Web Address
Alpha Bank	www.alpha.gr
Eurobank	www.eurobank.gr
Egnatia Bank	www.egnatibank.gr
Τράπεζα Πειραιώς	www.winbank.gr
Εμπορική Τράπεζα της Ελλάδος	www.combank.gr
Τράπεζα Εργασίας	www.ergasias.gr
Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος	www.ate.gr
Citibank	www.citibank.com
Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος	www.ethniki.gr