

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ: «Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΣΤΙΣ
ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ»

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: ΜΟΥΝΤΡΑΚΗ ΑΛΙΚΗ
ΠΑΤΕΛΗ ΝΕΚΤΑΡΙΑ

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: κα ΚΑΛΑΠΟΔΗ ΑΛΕΚΑ

ΠΑΤΡΑ 2008

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή	5
-----------------------	----------

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Το Διαδίκτυο.....	8
1.1 Ιστορική αναδρομή του Διαδικτύου.....	8
1.2 Το Διαδίκτυο σήμερα.....	10
1.3 Διαδικτυακοί κίνδυνοι.....	17
1.3.1. Πρόκληση ζημιών στο υπολογιστικό σύστημα.....	17
1.3.2. Πρόκληση ζημιών σε προσωπικά δεδομένα.....	18
1.3.3. Παραπλάνηση.....	19
1.3.4. Λόγοι χρήσης και μη πρόσβασης των χρηστών στο Διαδίκτυο.....	19

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Ηλεκτρονική Τραπεζική.....	23
2.1 Ιστορική αναδρομή της ηλεκτρονικής τραπεζικής.....	26
2.2 Ορισμός και χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής.....	29
2.3 Μορφές της ηλεκτρονικής τραπεζικής.....	41
2.4 Το ελληνικό τραπεζικό σύστημα-ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές στην Ελλάδα.....	43
2.5 Το μέλλον της ηλεκτρονικής τραπεζικής	47

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Τρόποι συναλλαγών:

Εναλλακτικά δίκτυα τραπεζικής- Πιστωτικές κάρτες.....	52
3.1 Δίκτυο ΑΤΜ.....	52
3.1.1. Προσφερόμενες υπηρεσίες από τα ΑΤΜ.....	53
3.1.2. Στόχοι των ΑΤΜ.....	54
3.2 E-banking.....	55
3.2.1. Είδη του e-banking	55
3.2.2. Προσφερόμενες υπηρεσίες και είδη συναλλαγών που πραγματοποιούνται μέσω του Internet Banking.....	59
3.2.3. Εγγραφή στις υπηρεσίες e-banking.....	70
3.2.4. Τρόποι πρόσβασης στις υπηρεσίες e-banking.....	71
3.3 Πιστωτικές κάρτες.....	78
3.3.1. Διαδικασία έκδοσης πιστωτικής κάρτας.....	80
3.3.2. Καινοτομίες δρομολογούνται στον τομέα των πιστωτικών καρτών.....	82

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Ασφάλεια τραπεζικών συναλλαγών.....	86
4.1 Η ασφάλεια στον κυβερνοχώρο	86
4.2 Η ασφάλεια των συναλλαγών.....	87

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Κίνδυνοι-Απάτες- Τρόποι προστασίας.....	98
5.1 Κίνδυνοι στην ηλεκτρονική τραπεζική.....	98
5.2 Περιπτώσεις ηλεκτρονικών επιθέσεων.....	100

5.3 Τρόποι προστασίας.....	103
5.4 Οι συχνότερες μορφές απάτης μέσω ΑΤΜ.....	104
5.5 Απάτες με πιστωτικές κάρτες-Μέθοδοι ηλεκτρονικής απάτης....	107
5.6 Τρόποι προστασίας του καταναλωτή σχετικά με τις πιστωτικές κάρτες.....	109

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

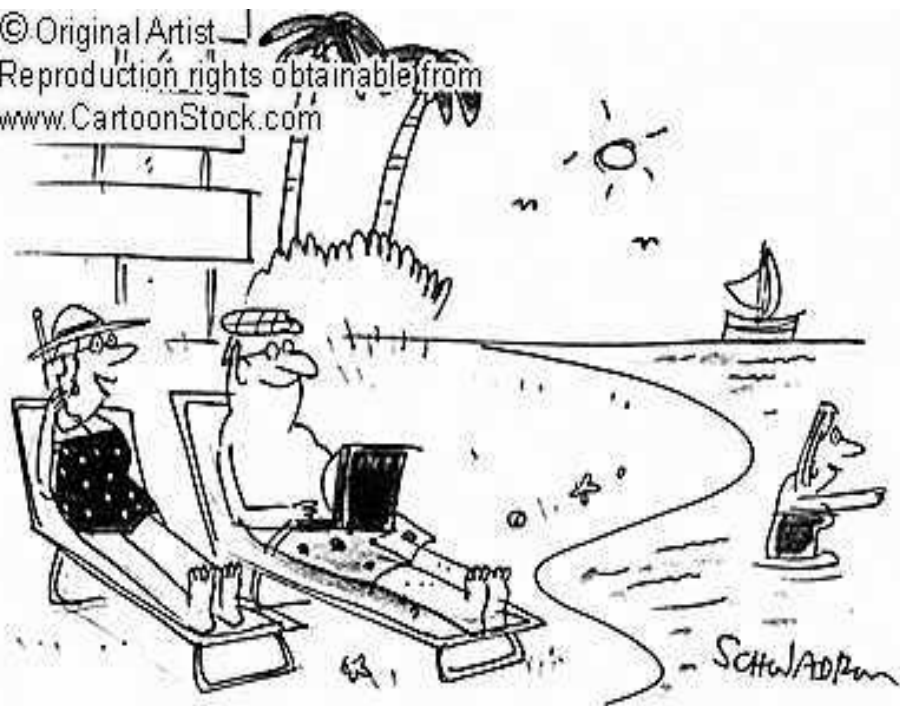
Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα

της ηλεκτρονικής τραπεζικής.....	111
6.1 Πλεονεκτήματα.....	111
6.1.1. Πλεονεκτήματα για τον πελάτη (φυσικό ή νομικό πρόσωπο).....	111
6.1.2. Πλεονεκτήματα για την τράπεζα.....	114
6.2 Μειονεκτήματα.....	117
6.2.1. Μειονεκτήματα από την πλευρά των πελατών.....	117
6.2.2. Κίνδυνοι-Ανασταλτικοί παράγοντες από την πλευρά της τράπεζας.....	119
6.2.3. Επιπτώσεις στο ανθρώπινο δυναμικό.....	124
6.3 Πλεονεκτήματα-Μειονεκτήματα πιστωτικής κάρτας σε σχέση με τις συναλλαγές με μετρητά.....	125

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Έντυπο υλικό – Βιβλία.....	128
Ηλεκτρονικό υλικό – Ιστοσελίδες.....	129

© Original Artist
Reproduction rights obtainable from
www.CartoonStock.com



"JASON FEELS INSECURE IF HE'S TOO FAR FROM HIS MONEY...
BUT ELECTRONIC BANK STATEMENTS HAVE CURED THAT!"

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια, η εξέλιξη του Internet και των τεχνολογιών πληροφοριών και επικοινωνίας άλλαξε τον τρόπο που οι επιχειρήσεις πραγματοποιούν τις δραστηριότητές τους. Χρησιμοποιώντας αυτό το νέο ευέλικτο μέσο κατάφεραν να εκμεταλλευτούν τις δυνατότητές του και σε συνδυασμό με την υπάρχουσα εμπορική τους δραστηριότητα να στηρίξουν και την ηλεκτρονική τους παρουσία. Καθημερινά, όλο και περισσότερα ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shops) ανοίγουν τις πύλες τους στο Internet και περιμένουν τους πελάτες να τα επιλέξουν για τις αγορές τους.

Ειδικότερα, η μεγάλη ανάπτυξη του Διαδικτύου (Internet) έχει επιπτώσεις, όπως είναι φυσικό και στον τραπεζικό χώρο. Το χαμηλό κόστος και η εύκολη πρόσβαση που προσφέρει το Διαδίκτυο στον κάθε χρήστη, έχει ήδη προκαλέσει ένταση του ανταγωνισμού στο συγκεκριμένο κλάδο και καθιέρωση των εναλλακτικών δικτύων (τραπεζική μέσω Διαδικτύου, τραπεζική μέσω σταθερού τηλεφώνου, τραπεζική μέσω κινητού τηλεφώνου) στην καθημερινή λειτουργία των τραπεζών αλλά και στη συνείδηση των πελατών.

Η ανάπτυξη των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking) τα τελευταία χρόνια, υπήρξε μεγάλη και όλο και περισσότεροι πελάτες τραπεζών, εμπιστεύονται τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες, απολαμβάνοντας πλήθος ευκολιών και εξοικονομώντας πολύτιμο χρόνο. Στην Ελλάδα, η ηλεκτρονική τραπεζική είναι ένα σχετικά νέο εναλλακτικό κανάλι, που όμως σε πολλές περιπτώσεις

δεν έχει να ζηλέψει τίποτα από αντίστοιχες προσφερόμενες υπηρεσίες του εξωτερικού.

Η μείωση των επιτοκίων σε παγκόσμιο επίπεδο μείωσε τις δυνατότητες των τραπεζών για επιθετική τιμολογιακή πολιτική και έθεσε ως προτεραιότητες την ποιοτική εξυπηρέτηση των πελατών και τον περιορισμό του κόστους παροχής υπηρεσιών. Η ανάπτυξη των εναλλακτικών δικτύων επικοινωνίας με τους πελάτες έγινε για να εξυπηρετηθούν οι παραπάνω στόχοι.

Τα εναλλακτικά δίκτυα τραπεζικής όπως τα μηχανήματα αυτόματης ανάληψης (**ATM – Automated Teller Machines**), το **Internet Banking**, το **Phone Banking** ή το **Mobile Banking** έχουν πολύ μικρότερο κόστος ανά συναλλαγή από ότι, η εκτέλεση μιας συναλλαγής από υπάλληλο. Επιπλέον, προσφέρουν ποιοτικές υπηρεσίες στους πελάτες καθώς εξαλείφουν την αναμονή στην ουρά και προσφέρουν απομακρυσμένη πρόσβαση στις τραπεζικές υπηρεσίες. Για τους λόγους αυτούς, τα εναλλακτικά δίκτυα προσθέτουν αξία στις υπάρχουσες υπηρεσίες.

Παρόλα αυτά, διεθνείς έρευνες έδειξαν ότι παρά την επένδυση των τραπεζών σε εναλλακτικά δίκτυα, η εξυπηρέτηση των πελατών στο κατάστημα συνεχίζει να έχει κυρίαρχο ρόλο. Ενδεικτικό είναι ότι στη Ελλάδα, το 2003, και παρ'όλη την ανάπτυξη των εναλλακτικών δικτύων, ο αριθμός των καταστημάτων αυξήθηκε κατά 9%. Η αύξηση αυτή αποδίδεται στα προβλήματα λειτουργίας και ασφάλειας των εναλλακτικών δικτύων καθώς και στην μικρή υιοθέτηση των εναλλακτικών δικτύων από τους πελάτες.

Από την άλλη μεριά, ένας άλλος σύγχρονος και διαδεδομένος τρόπος συναλλαγών είναι η πιστωτική κάρτα, η οποία αποτελεί μορφή του λεγόμενου «πλαστικού χρήματος» και παρέχει τη

δυνατότητα αγοράς αγαθών ή υπηρεσιών χωρίς άμεση εκταμίευση μετρητών για πληρωμή της αξίας τους.

Το λεγόμενο «πλαστικό χρήμα» εκτιμάται από τους ειδικούς ότι αποτελεί τομέα ιδιαίτερης ανάπτυξης στον 21^ο αιώνα και αναμένεται ότι ένα σημαντικό μερίδιο του τραπεζικού marketing θα αφορά τη διάδοση και τη γενίκευση της χρήσης των πιστωτικών καρτών και γενικότερα μορφών του πλαστικού χρήματος.

Ήδη όλο και περισσότερα μεγάλα καταστήματα στο εξωτερικό εκδίδουν πιστωτικές κάρτες, προσπαθώντας με τον τρόπο αυτόν να διατηρήσουν έναν σημαντικό αριθμό πελατών.

Τέλος, ένα μεγάλο θέμα που ανακύπτει σε όλες τις έρευνες, μελέτες και αναλύσεις που σχετίζονται με την ηλεκτρονική τραπεζική, αλλά και γενικώς με το ηλεκτρονικό εμπόριο, είναι η προστασία του καταναλωτή όσον αφορά την ασφάλειά του. Η ασφάλεια αποτελεί ένα ιδιαίτερο ευαίσθητο σημείο στις τραπεζικές συναλλαγές μέσω Διαδικτύου και μάλλον αποτελεί τον κύριο ανασταλτικό παράγοντα για την χρήση των on-line υπηρεσιών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

(Για το κεφάλαιο αυτό χρησιμοποιήθηκαν στοιχεία κυρίως από τις πηγές [1],[5],[9],[21])

1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Το γνωστό σε όλους μας Διαδίκτυο (*Internet* ή *Inter-
Network*) είναι ένα δίκτυο ηλεκτρονικών υπολογιστών που (δια)συνδέει άλλα δίκτυα, δηλαδή στην ουσία είναι ένα παγκόσμιο δίκτυο επιμέρους δικτύων. Αποτελεί θα λέγαμε ένα “παγκόσμιο ηλεκτρονικό χωριό” όπου οι χρήστες του μοιράζονται πληροφορίες, ανταλλάσσουν απόψεις αλλά και μπορούν να χρησιμοποιήσουν διάφορες άλλες υπηρεσίες.

Το Διαδίκτυο είναι αποκεντρωμένο και αυτοδιαχειριζόμενο, δηλαδή είναι ανεξάρτητο χωρίς να υπάρχει κάποιος κεντρικός διαχειριστής που να αποφασίζει το είδος των πληροφοριών που θα διακινηθούν αλλά και των υπηρεσιών που θα προσφερθούν από τους χρήστες του. Αυτονομία διατηρούν μόνο τα μικρότερα δίκτυα που το αποτελούν και κατά συνέπεια είναι υπεύθυνα για τις πληροφορίες που διακινούν και τις υπηρεσίες που παρέχουν. Μέρος ουσιαστικά αυτών των μικρότερων δικτύων αποτελούν και τα λεγόμενα εσωτερικά δίκτυα (*Intranets*) και τα εξωτερικά δίκτυα (*Extranets*). Τα πρώτα είναι “κλειστά” δίκτυα στα όρια μιας επιχείρησης και προσφέρουν υπηρεσίες και άλλες πληροφορίες κυρίως στους εργαζομένους της. Από την άλλη, τα εξωτερικά

δίκτυα χρησιμοποιούνται για διεπιχειρησιακές συναλλαγές μιας επιχείρησης με άλλες, π.χ. με τους προμηθευτές της.

Ο πυρήνας του Διαδικτύου ξεκινά το 1969, στα πανεπιστήμια των ΗΠΑ, όπου οι ερευνητές ξεκινούν να πειραματίζονται με τη διασύνδεση απομακρυσμένων υπολογιστών μεταξύ τους. Αργότερα θέτονται τα θεμέλια του Διαδικτύου με τη δημιουργία του δικτύου Arpanet με πόρους της Υπηρεσίας Προηγμένων Αμυντικών Ερευνών (Defense Advanced Research Projects Agency) του υπουργείου Άμυνας των ΗΠΑ. Ο πρώτος κόμβος (host) συνδέθηκε με το Arpanet και μέχρι το τέλος του 1969, τέσσερις κόμβοι ήταν ακόμη συνδεδεμένοι. Νέοι υπολογιστές προστέθηκαν γρήγορα στο Arpanet κατά τη διάρκεια των επόμενων ετών, ενώ προχώρησαν οι εργασίες δημιουργίας ενός λειτουργικά ολοκληρωμένου πρωτοκόλλου από κόμβο σε κόμβο (host-to-host) καθώς και άλλων λογισμικών δικτύων. Το 1983, το Arpanet αλλάζει το βασικό του δικτυακό πρωτόκολλο επικοινωνίας από το NCP στο γνωστό σε μας σήμερα TCP/IP.

Ένα σημαντικό βήμα στην ανάπτυξη του Διαδικτύου κάνει και το Εθνικό Ίδρυμα Επιστημών (National Science Foundation, NSF) των ΗΠΑ, το οποίο χτίζει την πρώτη ραχοκοκκαλιά (backbone), το Nsfnet, το 1986. Αργότερα χιλιάδες πανεπιστήμια και οργανισμοί δημιουργούν τα δικά τους ξεχωριστά δίκτυα και τα συνδέουν πάνω στο παγκόσμιο αυτό δίκτυο, το οποίο αρχίζει δειλά να γίνεται γνωστό σαν Διαδίκτυο και να εξαπλώνεται με τρομερούς ρυθμούς σε ολόκληρο τον κόσμο. Το 1990, το Arpanet πλέον καταργείται, και συνδέεται στο γρήγορο Nsfnet η Ελλάδα, όπως και άλλες χώρες.

Το 1993, το εργαστήριο Cern στην Ελβετία παρουσιάζει το γνωστό σε όλους μας παγκόσμιο ιστό World Wide Web (WWW).

Πρόκειται αφενός για ένα σύστημα διασύνδεσης πληροφοριών, σε μορφή πολυμέσων (Multimedia), που βρίσκονται αποθηκευμένες σε χιλιάδες υπολογιστές του Διαδικτύου σε ολόκληρο τον κόσμο και αφετέρου, για ένα σύστημα παρουσίασης αυτών σε ηλεκτρονικές σελίδες (Web Sites).

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

1.2 ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΣΗΜΕΡΑ



Σήμερα, το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού της Γης και ιδιαίτερα αυτό που ζει στις ανεπτυγμένες χώρες του κόσμου, έχει τη δυνατότητα σύνδεσης στο Διαδίκτυο. Σύμφωνα με έρευνα που διεξήχθη από την εταιρεία Netcraft, τον Ιούνιο του 2006, στο Διαδίκτυο υπήρχαν 85.541.228 δικτυακοί τόποι. Σε ένα διάστημα 30 ετών, το Διαδίκτυο κατάφερε να αναδειχτεί σε ένα από τα πιο θαυμαστά τεχνολογικά και κοινωνικά επιτεύγματα του 20ού αιώνα. Κάθε χρόνο, δισεκατομμύρια δολάρια αλλάζουν χέρια πάνω από το Internet με αντάλλαγμα κάθε λογής προϊόντα και υπηρεσίες.

Εκατομμύρια χρήστες καθημερινά επικοινωνούν μέσω του Διαδικτύου με χρήση διάφορων εφαρμογών. Τέτοιες εφαρμογές είναι:

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

Ηλεκτρονικό Εμπόριο



Στο σημείο αυτό, αξίζει να αναφερθεί η έννοια του Ηλεκτρονικού Εμπορίου (e-εμπόριο). Το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-Commerce ή e-εμπόριο) περιγράφει τον τρόπο με τον οποίο πραγματοποιούνται οι συναλλαγές μέσω δικτύων και κυρίως μέσω του Διαδικτύου. Στην ουσία είναι η ολοκληρωμένη διαδικασία αγοράς και πώλησης αγαθών, υπηρεσιών και πληροφοριών, με ηλεκτρονικό τρόπο. Σύμφωνα με τους Kalakota και Whinston, το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να οριστεί ως εξής:

1. Από μια σκοπιά επικοινωνιών, το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η διανομή πληροφοριών, προϊόντων/υπηρεσιών ή πληρωμών μέσω τηλεφωνικών γραμμών, δικτύων υπολογιστών ή άλλων ηλεκτρονικών μέσων.
2. Από μια σκοπιά επιχειρηματικών διαδικασιών, το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η εφαρμογή της τεχνολογίας στην αυτοματοποίηση επιχειρηματικών συναλλαγών και ροής εργασίας.
3. Από μια σκοπιά υπηρεσιών, το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ένα εργαλείο που απευθύνεται στην επιθυμία εταιρειών, καταναλωτών και της διοίκησης να μειώσουν το κόστος των υπηρεσιών, βελτιώνοντας ταυτόχρονα την ποιότητα των αγαθών και αυξάνοντας την ταχύτητα διανομής των υπηρεσιών.
4. Από μια online σκοπιά, το ηλεκτρονικό εμπόριο παρέχει τη δυνατότητα αγορών και πωλήσεων προϊόντων και πληροφοριών στο Διαδίκτυο και σε άλλες online υπηρεσίες.

Είναι γεγονός ότι η ανάπτυξη του Διαδικτύου και του ηλεκτρονικού εμπορίου εμφανίζει μια παγκόσμια ανοδική τάση και είναι σίγουρο ότι θα αυξάνεται η αξιοπιστία του συνεχώς, καθώς οι τεχνολογίες γίνονται "οικονομικότερες" και πιο ασφαλείς. Υπάρχουν δύο βασικοί λόγοι για τους οποίους το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι τόσο σημαντικό: Πρώτον, γιατί αυξάνεται ραγδαία και δεύτερον γιατί αλλάζει τα χαρακτηριστικά του εμπορίου.

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

A) Οφέλη χρησιμοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου για τις επιχειρήσεις.

- Το ηλεκτρονικό εμπόριο επεκτείνει την θέση της επιχείρησης σε διεθνείς αγορές και στην ουσία παρέχει ευρεία γεωγραφική κάλυψη στην ίδια. Έτσι, οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να απευθυνθούν σε πελάτες που βρίσκονται σε οποιοδήποτε σημείο του κόσμου, χωρίς να χρειάζεται να ιδρύσουν κάποιο τοπικό υποκατάστημα. Για το λόγο αυτό, μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου, μια επιχείρηση έχει τη δυνατότητα με ελάχιστο κεφάλαιο, να βρει εύκολα και γρήγορα τους καλύτερους πελάτες, προμηθευτές και επιχειρηματικούς εταίρους σε όλο τον κόσμο. Με τα παραπάνω οφέλη, η επιχείρηση, αν τα αξιοποιήσει σωστά, είναι δυνατόν να αυξήσει τα έσοδά της, μέσω της αύξησης των πωλήσεών της, με τη δημιουργία:

α) νέων αγορών για τα υπάρχοντα προϊόντα της

β) νέων προϊόντων που στηρίζονται στην πληροφορική

γ) νέων καναλιών διανομής που παρέχουν τη δυνατότητα αμφίδρομης άμεσης επικοινωνίας με τον πελάτη.

- Το ηλεκτρονικό εμπόριο μειώνει το κόστος της δημιουργίας, επεξεργασίας, διανομής, αποθήκευσης και επαναφοράς πληροφοριών που βρίσκονται σε χαρτί. Για παράδειγμα, εισάγοντας ένα ηλεκτρονικό σύστημα προμηθειών, οι επιχειρήσεις μπορούν να μειώσουν το κόστος διοίκησης μέχρι και 85%. Επίσης, εκτός από την ελαχιστοποίηση του κόστους της προμηθευτικής αλυσίδας, όπου ο προμηθευτής μπορεί να απευθυνθεί κατευθείαν στον πελάτη, χωρίς την ανάμειξη "ενδιάμεσων", το ηλεκτρονικό εμπόριο μειώνει και τα λειτουργικά κόστη της επιχείρησης. Αυτό οφείλεται, στο γεγονός ότι οι επιχειρήσεις μπορούν να εξυπηρετήσουν τους πελάτες τους με ελάχιστο κόστος καθώς, όσο

αυξάνονται οι πελάτες ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, τόσο μειώνεται το συνολικό κόστος εξυπηρέτησής τους.

- Μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου, υπάρχει η δυνατότητα δημιουργίας άκρως εξειδικευμένων επιχειρήσεων, επιχειρήσεων δηλαδή που να εστιάζουν σε κάποια συγκεκριμένες ομάδες στόχους (target groups) ή γωνιές πελατών.
- Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει στις επιχειρήσεις να έχουν μειωμένα αποθέματα, δηλαδή μικρό κόστος αποθεμάτων, διευκολύνοντας έτσι τη διαχείριση αλυσίδας προμηθειών τύπου "έλξης". Σε ένα σύστημα τύπου έλξης η διαδικασία ξεκινά από τις παραγγελίες πελατών και η παραγωγή γίνεται ακριβώς στην ώρα της. Με αυτόν τον τρόπο, ελαχιστοποιούνται τα κόστη αποθήκευσης και συντήρησης των αποθεμάτων, σχεδόν εκμηδενίζονται.
- Το ηλεκτρονικό εμπόριο μειώνει το χρόνο ανάμεσα στη διάθεση του κεφαλαίου και στη παράδοση των προϊόντων/υπηρεσιών στον πελάτη. Εξάλλου, σε αυτό συμβάλλει η συνεχής λειτουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος, το οποίο είναι ίσως το μοναδικό κανάλι εξυπηρέτησης πελατών, που επιτρέπει την πραγματοποίηση αγορών όλο το 24ωρο σε καθημερινή βάση.
- Το ηλεκτρονικό εμπόριο μειώνει τα έξοδα διαφήμισης, τα έξοδα διανομής (ειδικά σε προϊόντα ψηφιακής μορφής), τα έξοδα σχεδίασης και κατασκευής των προϊόντων.
- Οι επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιήσουν το ηλεκτρονικό εμπόριο ως ένα πολύτιμο εργαλείο marketing και να εκμεταλλευτούν τις δυνατότητες του διαδικτύου, βελτιώνοντας τη διαχείριση και ενημέρωση πελατών, έχοντας στατιστικά στοιχεία πρόσβασης και πωλήσεων κ.ά.

- Με τη χρησιμοποίηση του ηλεκτρονικού εμπορίου, προκύπτουν διάφορα άλλα οφέλη για τις επιχειρήσεις, όπως η βελτιωμένη εξυπηρέτηση πελατών, καθώς υπάρχει άμεση ενημέρωση των πελατών σε νέα προϊόντα, βελτιώνεται η επικοινωνία με τους πελάτες και πολλές φορές υπάρχει ανάμειξη των πελατών σε καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες. Όλα τα παραπάνω και σε συνδυασμό με τα οφέλη που θα αναφέρουμε παρακάτω (για τους πελάτες), βοηθούν την επιχείρηση να έχει βελτιωμένη εικόνα και να ικανοποιεί άμεσα τους πελάτες της σε συνεχή βάση.
- Τέλος, μπορούμε να αναφέρουμε διάφορα άλλα οφέλη για τις επιχειρήσεις, όπως απλοποίηση των διαδικασιών, αυξημένη παραγωγικότητα, ταχύτερη πρόσβαση σε πληροφορίες, αυξημένη ευελιξία, βέλτιστη διαχείριση των προϊόντων και των παραγγελιών κ.ά.

B) Οφέλη χρησιμοποίησης του ηλεκτρονικού εμπορίου για τους καταναλωτές.

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

ανάμεσα σε μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων από όλο τον κόσμο. Με αυτόν τον τρόπο καθίσταται περισσότερο από κάθε άλλο κανάλι, εφικτή η σύγκριση προϊόντων και υπηρεσιών, τόσο σε επίπεδο τιμών, όσο και σε επίπεδο ποιότητας.

- Το ηλεκτρονικό εμπόριο ως επί το πλείστον, παρέχει χαμηλότερες τιμές σε σχέση με αυτές των παραδοσιακών λιανικών καταστημάτων, λόγω κυρίως του μεγάλου ανταγωνισμού των ηλεκτρονικών καταστημάτων αλλά και λόγω του μικρού κόστους λειτουργίας τους. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να εντείνεται συνεχώς ο ανταγωνισμός όσο αυξάνονται οι "ηλεκτρονικοί" πελάτες και να εισέρχονται στην αγορά συνεχώς νέα ηλεκτρονικά καταστήματα, που αναγκάζονται να παρέχουν καλύτερες τιμές, κάτι που φυσικά είναι προς όφελος του καταναλωτή.

- Το άμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο, δηλαδή το ηλεκτρονικό εμπόριο που αφορά ψηφιακά προϊόντα/υπηρεσίες, όπως προγράμματα υπολογιστών (software) πραγματοποιείται άμεσα, μέσα σε λίγα λεπτά. Φυσικά, αυτό είναι ένα μόνο μέρος του ηλεκτρονικού εμπορίου, γιατί από την άλλη πλευρά, στην περίπτωση του λεγόμενου έμμεσου ηλεκτρονικού εμπορίου, χρειάζεται η παρέμβαση του συμβατικού ταχυδρομείου (π.χ. παράδοση προϊόντων μέσω εταιρειών Courier), το οποίο απαιτεί ένα εύλογο χρονικό διάστημα.

- Οι πελάτες μπορούν να συλλέξουν λεπτομερείς πληροφορίες για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που τους ενδιαφέρουν μέσα κυριολεκτικά, σε δευτερόλεπτα. Ακόμα, έχουν πρόσβαση σε πλήθος άλλων υπηρεσιών όσον αφορά το προϊόν που τους ενδιαφέρει, όπως γνώμες άλλων πελατών που έχουν αγοράσει το συγκεκριμένο προϊόν. Άλλη μία υπηρεσία που αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια και μπορούν να συμμετέχουν οι πελάτες, είναι οι

εικονικές δημοπρασίες, με ηγέτη σε αυτές την εταιρεία E-Bay, όπου μέσω του δικτυακού της κόμβου (www.e-bay.com) πραγματοποιούνται χιλιάδες ηλεκτρονικές δημοπρασίες καθημερινά.

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

1.3 ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ

Η πρόσβαση στο Διαδίκτυο σήμερα δεν είναι ακίνδυνη, ανεξάρτητα από τον τρόπο χρήσης των υπηρεσιών του. Υπάρχουν κακόβουλοι χρήστες και αρκετές δυνατότητες πρόκλησης ζημιών τόσο στο επίπεδο του χρησιμοποιούμενου λογισμικού όσο και σε προσωπικό επίπεδο.

1.3.1 Πρόκληση ζημιών στο υπολογιστικό σύστημα

Ο κύριος κίνδυνος πρόκλησης ζημιών στο υπολογιστικό σύστημα ενός ανυποψίαστου χρήστη είναι η μόλυνση του συστήματος με κάποιον *ιό*. Η μόλυνση γίνεται όταν ο χρήστης καλείται να λάβει κάποιο αρχείο, φαινομενικά αθώο, όπως ένα

κείμενο ή μια φωτογραφία, και όταν δοκιμάσει να το χρησιμοποιήσει, ο ιός αναλαμβάνει δράση επιμολύνοντας το σύστημα. Με αυτόν τον τρόπο μπορεί να καταστρέψει αρχεία ή το σκληρό δίσκο του συστήματος.

Άλλες φορές είναι δυνατή η αποστολή ιού απευθείας από τον ιστοτόπο που επισκέπτεται ο χρήστης, χωρίς να εμφανισθεί κάποια ένδειξη λήψης αρχείου. Η περίπτωση αυτή εκμεταλλεύεται κενά ασφαλείας στο λογισμικό του χρήστη.

Παρόμοιας δράσης είναι και ένα πρόγραμμα που αποκαλείται *worm* (σκουλήκι). Είναι παρόμοιο σε αποτέλεσμα με τον ιό, αλλά, αντίθετα από αυτόν, δεν απαιτεί την “προσκόλλησή” του σε ένα αρχείο. Με τον τρόπο αυτό, υπάρχει περισσότερη αυτονομία. Η βλάβη που προκαλεί το worm δεν είναι τόσο ευρεία στο σύστημα, όσο στο δίκτυο σύνδεσης, επειδή καταναλώνει σημαντικό εύρος ζώνης.

Άλλος κίνδυνος είναι ο *Δούρειος Ίππος*, ένα πρόγραμμα που ξεγελά το χρήστη του, ο οποίος χρησιμοποιώντας το νομίζει ότι εκτελεί κάποια εργασία, ενώ στην πραγματικότητα εκτελεί κάποια άλλη, συνήθως εγκατάσταση κακόβουλων προγραμμάτων. Αντίθετα από τους ιούς, οι Δούρειοι Ίπποι δεν επιμολύνουν αρχεία.

1.3.2 Πρόκληση ζημιών σε προσωπικά δεδομένα

Στην κατηγορία αυτή υπάγονται τόσο οι Δούρειοι Ίπποι που προαναφέραμε, όσο και κακόβουλα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Με τον τρόπο αυτό όχι μόνον είναι δυνατό να υφαπαργούν προσωπικά δεδομένα κάποιου χρήστη, όπως ο αριθμός ταυτότητάς του ή το ΑΦΜ του, όσο και, πιο σημαντικό, αριθμοί πιστωτικών καρτών, λογαριασμών Τραπέζης κτλ.

Ανάλογη μέθοδος ακολουθείται και από ορισμένους ιστοτόπους, στους οποίους ο ανυποψίαστος χρήστης καταχωρεί παρόμοια στοιχεία παραγγέλλοντας ένα προϊόν. Το προϊόν αυτό όχι μόνο δε θα το λάβει ποτέ, αλλά τα δεδομένα του μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους δημιουργούς του ιστοτόπου για να πραγματοποιήσουν οι ίδιοι αγορές, χρεώνοντας τον “πελάτη” τους. Αυτή η μέθοδος υφαπαργής προσωπικών δεδομένων μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου αποκαλείται “Phishing” (παραφθορά της λέξης fishing = ψάρεμα).

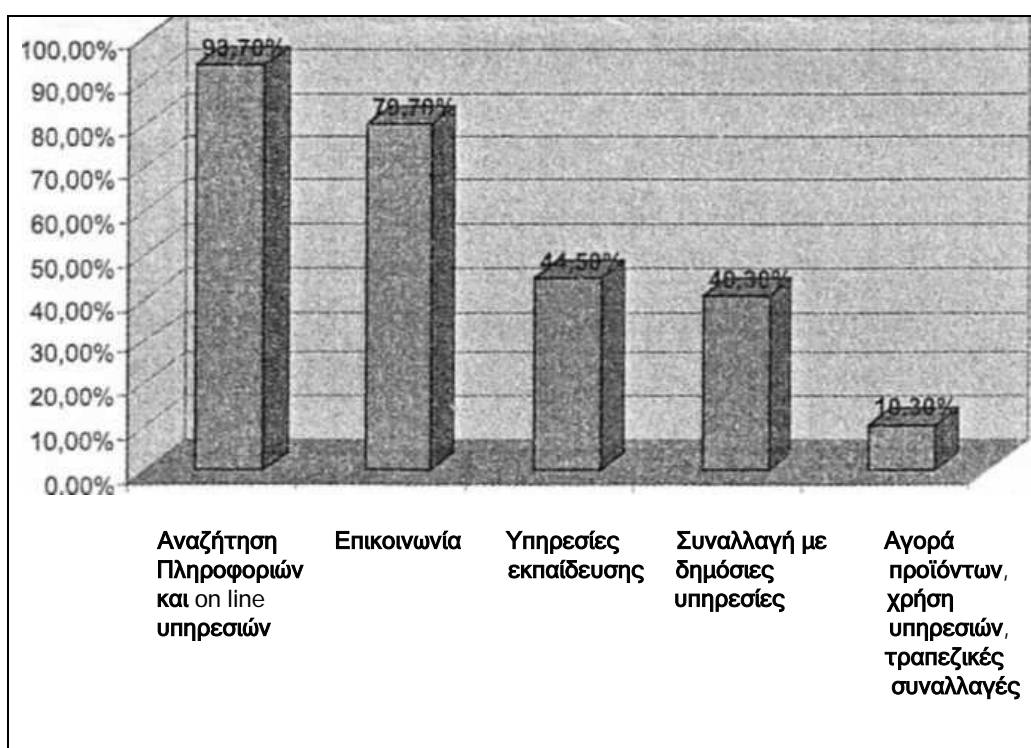
1.3.3 Παραπλάνηση

Αρκετές φορές οι χρήστες του Διαδικτύου χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες του για να βρουν κάποιες πληροφορίες που χρειάζονται. Μερικοί ιστότοποι εμφανίζουν πληροφορίες, οι οποίες φαινομενικά είναι ακριβείς ή αναφέρουν απόλυτα αξιόπιστους δημιουργούς ή πηγές. Το κίνητρο για τέτοιες πράξεις μπορεί να είναι είτε για αποκομιδή ιδίου οφέλους είτε, απλά, η χαρά της παραπλάνησης των (αγνώστων) χρηστών. Ο όρος που περιγράφει αυτού του τύπου την παραπλάνηση είναι “Hoax”.

1.3.4 Λόγοι χρήσης και μη πρόσβασης των χρηστών στο Διαδίκτυο

Στη συνέχεια παραθέτουμε τους κυριότερους λόγους χρήσης, αλλά και μη πρόσβασης των χρηστών στο Διαδίκτυο.

ΚΥΡΙΟΤΕΡΟΙ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ ΧΡΗΣΗΣ ΤΟΥ INTERNET (1 ^ο ΤΡΙΜΗΝΟ 2004)	
Αναζήτηση πληροφοριών και on line υπηρεσιών	93,70%
Επικοινωνία	79,70%
Υπηρεσίες εκπαίδευσης	44,50%
Συναλλαγή με δημόσιες υπηρεσίες	40,30%
Αγορά προϊόντων, χρήση υπηρεσιών, τραπεζικές συναλλαγές	10,30%



Λόγοι Χρήσης Internet

Όπως φαίνεται τόσο από τον πίνακα, όσο και από το γράφημα της εικόνας, ο κυριότερος λόγος (93.7%) είναι η αναζήτηση πληροφοριών (για προϊόντα, υπηρεσίες, ταξίδια, ραδιόφωνο, τηλεόραση, κ.ά) και οι on line υπηρεσίες (παιχνίδια, μουσική, εικόνες, κ.ά). εντούτοις, ο δεύτερος λόγος είναι η επικοινωνία κυρίως μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (79.7%).

Το εύρημα που παρουσιάζει ενδιαφέρον είναι ότι μόλις 10% χρησιμοποιούν το Internet για αγορά προϊόντων, χρήση υπηρεσιών, ή τραπεζικές συναλλαγές. Το στοιχείο αυτό δείχνει ότι πέραν των μισθωτών και αυτοαπασχολούμενων, στις υπόλοιπες ομάδες χρηστών το ποσοστό είναι μηδενικό ή αγγίζει το μηδέν.

Από την άλλη πλευρά, ενδιαφέρον παρουσιάζει η ίδια έρευνα ως προς τους λόγους που ο Έλληνας δεν έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο από το σπίτι του.

ΚΥΡΙΟΤΕΡΟΙ ΛΟΓΟΙ ΓΙΑ ΜΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΑΤΟΙΚΙΑ - 2004		
ΚΥΡΙΟΤΕΡΟΙ ΛΟΓΟΙ	Άτομα ηλικίας 16 - 74 ετών	Ποσοστό
Πληθυσμός ηλικίας 16 -74 ετών που δεν έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο από την κατοικία- ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	6.777.628	100%
Πρόσβαση στο Internet από κάπου αλλού	658.078	9,70%
Οι πληροφορίες που υπάρχουν στο Internet θεωρούνται μη χρήσιμες, το περιεχόμενο θεωρείται επιζήμιο κá.	3.498.981	51,62%
Υψηλό κόστος εξοπλισμού	3.084.361	45,50%
Υψηλό κόστος πρόσβασης (κόστος τηλεφωνικής σύνδεσης κá.)	2.476.927	36,55%
Έλλειψη εμπιστοσύνης ή ικανοτήτων	1.783.514	26,31%
Σωματική αναπηρία	117.971	1,74%
Προσωπικοί λόγοι ή λόγοι ασφάλειας προσωπικών δεδομένων	1.361.750	20,09%

Λόγοι μη πρόσβασης στο Internet από την κατοικία-2004

Από τον πίνακα διαπιστώνεται ότι, ο κυριότερος λόγος για μη πρόσβαση στο Internet είναι η αντίληψη ότι το Διαδίκτυο περιέχει άχρηστες και επιζήμιες πληροφορίες. Στο σημείο αυτό,

διαφαίνεται η επιρροή των ΜΜΕ στην πλειοψηφία του κόσμου, καθώς και η έλλειψη εκπαίδευσης και ενημέρωσης. Τα στοιχεία αυτά είναι σημαντικά, γιατί τα μεν ΜΜΕ προβάλλουν κυρίως αρνητικές πλευρές του Internet και όχι τη θετική επίδραση του σε πολλές πτυχές της ζωής μας, ενώ η μη παροχή εκπαίδευσης και ενημέρωσης δημιουργεί εσφαλμένες εντυπώσεις στον κόσμο.

Ο δεύτερος σημαντικότερος λόγος είναι το υψηλό κόστος εξοπλισμού και πρόσβασης. Ο λόγος αυτός δεν είναι πλέον ουσιαστικός, καθώς το κόστος του εξοπλισμού έχει μειωθεί δραματικά, όπως και το κόστος σύνδεσης. Εντούτοις, ο χρήστης έχει τη δυνατότητα επιλογής τόσο εξοπλισμού, όσο και σύνδεσης και μπορεί να συγκρίνει και να αξιολογήσει ποια είναι συμφέρουσα οικονομικά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

(Για το κεφάλαιο αυτό χρησιμοποιήθηκαν στοιχεία κυρίως από τις πηγές [2],[3],[4],[7],[10],[13],[18],[24],[27])

Το 1994 ο Bill Gates δήλωσε ότι τα τραπεζικά συστήματα είναι τεχνολογικά πεπαλαιωμένα σαν τους δεινοσαύρους. Πολλοί ήταν εκείνοι, στην τραπεζική βιομηχανία που προσβλήθηκαν εκλαμβάνοντας τη δήλωση αυτή ως αυθάδεια. Άλλοι πάλι, εξέλαβαν τα σχόλια του Gates σαν μια προειδοποίηση, θεωρώντας ότι οι δημιουργοί λογισμικού και της τεχνολογίας θα έπρεπε να λογίζονται πλέον ως ανταγωνιστές και όχι ως συνεργάτες. Υπήρξε και μια μερίδα ανθρώπων που κατανόησε ότι αυτά τα σχόλια αποτελούν ένα εφιαλτήριο για τις τράπεζες ώστε να αναπτύξουν και να βελτιώσουν τεχνολογικά τα συστήματά τους, τα οποία θα παρέχουν αναβαθμισμένες τραπεζικές υπηρεσίες.

Με την αλματώδη ανάπτυξη της τεχνολογίας των υπολογιστών και με την ολοένα αυξανόμενη διείσδυση του Διαδικτύου σε παγκόσμια κλίμακα, η «παραδοσιακή» οικονομία άλλαξε. Πλέον, όλοι μιλάνε για την «νέα παγκόσμια οικονομία», η οποία είναι άμεσα συνυφασμένη με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, οι οποίοι είναι συνδεδεμένοι σε δίκτυα, όπως το Διαδίκτυο (Internet) και έχουν αλλάξει ριζικά τις δομές της.

Σε αυτήν λοιπόν την νέα οικονομία, δεν θα μπορούσαν να μείνουν αμέτοχες οι επιχειρήσεις και ειδικότερα τα

χρηματοπιστωτικά ιδρύματα (τράπεζες) που κατά κύριο την διαμορφώνουν. Έτσι το Internet έγινε απαραίτητο στην τράπεζα, για να παρακολουθεί από κοντά την εξέλιξη της τραπεζικής τεχνολογίας και της οικονομικής σκέψης, όπως αυτή διαμορφώνεται σε όλο τον κόσμο.

Γίνεται σαφές ότι «όποια επιχείρηση δεν αλλάξει, αργά ή γρήγορα θα πεθάνει», κάτι που σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να παρακολουθούν συνεχώς τις αλλαγές που συντελούνται στο εξωτερικό τους περιβάλλον και να προσαρμόζονται κατάλληλα σε αυτές. Βλέποντας λοιπόν οι τράπεζες, την αλλαγή του παγκόσμιου σκηνικού, από την παραδοσιακή οικονομία στη νέα οικονομία με ηλεκτρονικά μέσα, δημιούργησαν ένα νέο εναλλακτικό τραπεζικό κανάλι προώθησης των υπηρεσιών τους, την ηλεκτρονική τραπεζική. Σαφέστερα, πρόκειται για ένα τμήμα του ηλεκτρονικού εμπορίου, το οποίο αναπτύσσεται μέσω δικτύων, όπως το Διαδίκτυο. Το τμήμα αυτό παρέχει ένα μεγάλο εύρος τραπεζικών υπηρεσιών, από εξατομικευμένες καταναλωτικές τραπεζικές υπηρεσίες μέχρι διατραπεζικές μεταφορές κεφαλαίων και χαρτοφυλακίων σε όλο τον κόσμο.

Ως εκ τούτου, με την συμβολή του Διαδικτύου, δημιουργούνται τεράστιες ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις γενικότερα, ώστε να γίνουν ευκολότερα ανταγωνιστικές στην σημερινή ψηφιακή εποχή. Επιπλέον, οι επιχειρήσεις δύναται να αυξήσουν την πελατειακή τους βάση, και ταυτόχρονα να μειώσουν το λειτουργικό τους κόστος. Το τελευταίο, αποτελεί τον κυριότερο λόγο. Ενδεικτική του κόστους των συναλλαγών είναι μια έρευνα που πραγματοποίησε στην Μ. Βρετανία, παλαιότερα, το Natwest group σε συνεργασία με την εταιρεία BRC, όπου υπολογίστηκε μία

συναλλαγή στο γκισέ σε 64 πέννες, από το τηλέφωνο σε 32 πέννες, από το ATM σε 27 πέννες και από το Internet σε 0,5 πέννες.

Αντίστοιχα στις ΗΠΑ, σύμφωνα με υπολογισμούς της εταιρείας Booz, Allen & Hamilton ,το κόστος διεξαγωγής των συναλλαγών, ανάλογα με το κανάλι πρόσβασης των πελατών, υπολογίστηκε σε 1,07 δολάρια μέσα στο τραπεζικό κατάστημα, σε 0,54 δολάρια μέσω τηλεφώνου, 0,27 δολάρια μέσω ATM και 0,10 δολάρια μέσω Internet.

Μάλιστα, μερικοί χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί έχουν υποκαταστήσει τα γνωστά κανάλια επικοινωνίας και προώθησης των τραπεζικών προϊόντων (υποκαταστήματα) με τα ηλεκτρονικά κανάλια με σκοπό την μεγιστοποίηση των κερδών τους και την ελαχιστοποίηση του κόστους των παρεχόμενων υπηρεσιών τους.

Αυτές, είναι οι λεγόμενες «εικονικές τράπεζες» οι οποίες από τα μέσα της δεκαετίας του 1990 άρχισαν να λειτουργούν αποκλειστικά μέσω του Διαδικτύου, χωρίς να έχουν κάποιο φυσικό υποκατάστημα ή γραφείο. Γενικά, οι τράπεζες που χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, εκμεταλλεύονται αφενός τις δυνατότητες του Διαδικτύου και αφετέρου τις δυνατότητες των κλειστών τηλεπικοινωνιακών δικτύων. Αυτές οι τράπεζες έχουν σκοπό να πραγματοποιήσουν συναλλαγές μεταξύ τους αλλά και με το ευρύ καταναλωτικό κοινό.

Αξίζει να σημειωθεί ότι, ραγδαίες ανακατατάξεις έχουν σημειωθεί τα τελευταία χρόνια. Ως εκ τούτου, η ανάπτυξη της νέας γκάμας τραπεζικών προϊόντων δεν είναι μόνο συνέπεια της διαρκούς επιδίωξης της κάθε τράπεζας να επιτύχει καλύτερα οικονομικά αποτελέσματα, αλλά και της ανάγκης για καινοτομία,

υπό την έννοια της συνεχόμενης και αυτοτροφοδοτούμενης διαδικασίας.

Εκτιμάται, ότι οι τάσεις που έχουν παρατηρηθεί κατά τα τελευταία χρόνια στον τραπεζικό χώρο θα ενταθούν ακόμη περισσότερο στο μέλλον. Τεχνολογία, ανταγωνισμός, καταναλωτές και θεσμικό πλαίσιο ασκούν καταλυτική επίδραση στο παραδοσιακό τραπεζικό σύστημα, με προβλεπτό αποτέλεσμα τη συνέχιση της προσπάθειας των τραπεζών για παραγωγή νέων υπηρεσιών.

Οι τράπεζες πλέον, τόσο διεθνώς όσο και στην Ελλάδα, έχουν επιδοθεί σε ένα αγώνα ανάληψης σημαντικών επενδύσεων και πρωτοβουλιών στον τεχνολογικό τομέα, προκειμένου να τονώσουν την ανταγωνιστική τους θέση σε μια ολοένα και πιο απαιτητική αγορά. Αρκετά τραπεζικά sites ηλεκτρονικών συναλλαγών δεν έχουν να ζηλέψουν σε τίποτα, συγκεκριμένα με sites του εξωτερικού, τόσο ως προς το πλήθος και την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών, όσο και ως προς το φιλικό τους περιβάλλον και την ευκολία χρήση τους.

2.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

Η ιστορία της ηλεκτρονικής τραπεζικής, συγκρινόμενη με τις υπόλοιπες μορφές του ηλεκτρονικού εμπορίου, είναι σχετικά μεγάλη. Οι πρώτες μορφές της εμφανίστηκαν στη δεκαετία του 1980, καλύπτοντας τη διατραπεζική επικοινωνία με τη χρήση του Διαδικτύου SWIFT και των αντίστοιχων μηνυμάτων.

Στη συνέχεια, στις αρχές της δεκαετίας του 1990 πραγματοποιήθηκαν οι πρώτες εφαρμογές financial EDI, οι οποίες επέτρεπαν επικοινωνία αφενός ανάμεσα στις τράπεζες και αφετέρου ανάμεσα στα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και στις υπόλοιπες επιχειρήσεις. Η πρώτη τράπεζα που προσέφερε στους πελάτες της την πρώτη ηλεκτρονική τραπεζική υπηρεσία ήταν η Wells Fargo Bank το 1990 στις ΗΠΑ. Η ίδια το 1994 ήταν η πρώτη τράπεζα στο κόσμο που παρείχε ηλεκτρονικές υπηρεσίες μέσω Διαδικτύου. Βέβαια, οι τραπεζικές υπηρεσίες που παρείχε ήταν σε αρχικό στάδιο, αυτό της προβολής των λογαριασμών των πελατών.

Την ίδια χρονιά, η Security First Network Bank (SFNB) με έδρα την Ατλάντα, ήταν η πρώτη τράπεζα που έδινε τη δυνατότητα στους πελάτες της να πραγματοποιήσουν μεταφορές χρημάτων. Το 1999, η [Net.B@know](#) ήταν η πρώτη κερδοφόρα, πλήρως διαδικτυακή τράπεζα του κόσμου, ανοίγοντας 54.000 λογαριασμούς πελατών στις ΗΠΑ και σε άλλες 20 χώρες.

Στη συνέχεια, την Security First Network Bank (SFNB), ακολούθησαν η Virtual Bank και Telebank οι οποίες υπόκεινται στον έλεγχο του Γραφείου Επίβλεψης Αποταμιευτικών Οργανισμών (Office of Thrift Supervision-OTS) και όχι του Ομοσπονδιακού Γραφείου Εποπτείας των Εθνικών Τραπεζών (Office of the Comptroller of the Currency-OCC), που είναι ο κύριος ελεγκτικός μηχανισμός των τραπεζών. Η Compubank, η οποία άρχισε να λειτουργεί το 1998, ήταν η πρώτη τράπεζα «αποκλειστικά» του Διαδικτύου που έλαβε επίσημη κρατική έγκριση για τη λειτουργία εθνικής τράπεζας.

Σε παλαιότερη έρευνα της Arthur Andersen (2000) με τίτλο «Ευδοκμώντας στη νέα οικονομία» διαπιστώνεται ότι ο χώρος

των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών είναι από τους πρώτους που δραστηριοποιούνται ψηφιακά. Από την άλλη, οι τράπεζες και οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο χώρο αυτό έχουν κάνει αρκετά βήματα, αλλά δεν φαίνεται να έχουν συνειδητοποιήσει πλήρως τις διαστάσεις και τις ανάγκες του νέου «παιχνιδιού», στο οποίο έχουν εισέλθει.

Την ίδια εποχή με εκείνη που πραγματοποιήθηκε η έρευνα της Arthur Andersen, μια μελέτη της Cooper & Lybrand αναφέρει ότι μόνο ένα 10% των τραπεζικών συναλλαγών θα γίνεται στα καταστήματα το έτος 2005. Τα γεγονότα μοιάζουν δίχως άλλο να διαψεύδουν τις τότε εκτιμήσεις εκείνης της έρευνας. Η πίστη για τρομακτικούς ρυθμούς διεύθυνσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής που επικρατούσε στους τραπεζικούς και στους ευρύτερους επιχειρηματικούς κύκλους, δεν επιβεβαιώθηκε.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με σκοπό να εστιάσει στον τρόπο με τον οποίο οι εταιρείες αντιλαμβάνονται και ανταποκρίνονται σε αυτή την επανάσταση. Τα αποτελέσματα ήταν κατά κάποιο τρόπο απρόσμενα, από την σκοπιά της διάστασης που υπάρχει μεταξύ των απαιτήσεων που θέτει το ηλεκτρονικό επιχειρείν και το πώς τις αντιλαμβάνεται αυτός ο τομέας της αγοράς.

Οι μεγάλες τράπεζες συνήθως ενσωματώνουν τις υπηρεσίες μέσω Διαδικτύου στο υφιστάμενο σύστημα διανομής προϊόντων και υπηρεσιών, όπως στο δίκτυο καταστημάτων και στην τηλεφωνική τραπεζική. Άλλες τράπεζες δημιουργούν ξεχωριστές και ανεξάρτητες ηλεκτρονικές τράπεζες, που παρέχουν τις υπηρεσίες τους μόνο μέσω Διαδικτύου.

Πάντως, όλοι οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο, αφενός ως μέσο προβολής και

προώθησης και αφετέρου ως ένα εναλλακτικό κανάλι για την άμεση πώληση των προϊόντων τους. Έτσι, με αυτόν τον τρόπο προσπαθούν να μεγιστοποιήσουν τα κέρδη τους και να ελαχιστοποιήσουν το κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών τους.

2.2 ΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

“Με τον όρο «ηλεκτρονική τραπεζική» εννοούμε όλες τις δυνατές συναλλαγές μιας τράπεζας που τελούνται με χρήση ηλεκτρονικών μεσών, κυρίως μέσω του Διαδικτύου, αλλά και μέσω Intranet, Extranet, σταθερού τηλεφώνου και δεν απαιτούν την φυσική παρουσία του πελάτη σε κατάστημα της τράπεζας”.

Η ηλεκτρονική τραπεζική δεν περιορίζεται μόνο σε εφαρμογές τραπεζικής μέσω Διαδικτύου (Internet banking), αλλά και στις συναλλαγές που διεκπεραιώνονται από άλλα κανάλια, όπως το σταθερό τηλέφωνο (Phone banking) και το κινητό τηλέφωνο (Mobile banking).

Επιπρόσθετα, διάφορες εφαρμογές της ηλεκτρονικής τραπεζικής συναντούμε όχι μόνο στο ηλεκτρονικό εμπόριο (e-Commerce) αλλά και στις ηλεκτρονικές επενδύσεις (e-Investment).

Αξίζει να σημειωθεί ότι, πολλές τράπεζες συμπεριλαμβάνουν στην ηλεκτρονική τραπεζική και τα ΑΤΜ, καθώς αποτελούν εναλλακτικό δίκτυο, το οποίο προσφέρει τραπεζικές υπηρεσίες με ηλεκτρονικά μέσα. Συνεπώς, δεν απαιτεί την φυσική παρουσία του πελάτη στο κατάστημα.

Η πρόκληση του Internet για τις τράπεζες, μοιάζει δίχως αμφιβολία να είναι μεγάλη και ο χώρος αυτός αποτελεί στρατηγική

επιλογή για τις χρηματοπιστωτικές επιχειρήσεις. Λίγο καιρό μετά την είσοδο του Internet στην Τραπεζική, ήταν πιθανό να πεισθεί κανείς ότι η τραπεζική στο Διαδίκτυο είναι κάτι παρόμοιο με την τραπεζική από το τηλέφωνο, γεγονός που σημαίνει ότι θα είχε ανταπόκριση από μια μειονότητα των πελατών και που σίγουρα δεν θα άλλαζε κάτι θεμελιώδες στις επιχειρήσεις.

Σε αντίθεση με τα παραπάνω, οι περισσότεροι πλέον πιστεύουν ότι το Internet δεν ανήκει σίγουρα σε αυτήν την κατηγορία. Η σπουδαιότητα και ο καθοριστικός ρόλος που αναμένεται να παίξει αναγνωρίζεται από τους περισσότερους αλλά δεν αντιμετωπίζεται το ίδιο από όλους. Μέχρι τώρα υπάρχει αξιόλογη διαφοροποίηση στην αξιοποίηση του Internet από τις τράπεζες, καθώς παρατηρούνται σημαντικές διαφορές στον τρόπο που το χειρίζονται.

Κάποιοι, το έχουν αξιοποιήσει ελάχιστα θεωρώντας το ως ένα ακόμη μέσο διανομής υπηρεσιών που δεν μπορεί να επιφέρει σημαντικές αλλαγές, ενώ άλλοι περιμένουν ότι θα αναμορφώσει ολοκληρωτικά το επιχειρηματικό τους μοντέλο. Κάποιοι, το βλέπουν σαν μια φυσική επέκταση της τρέχουσας παραγωγικής διαδικασίας, διαχειρίζοντάς το με την υπάρχουσα εταιρική δομή, ενώ κάποιοι άλλοι έχουν επιλέξει να οδηγήσουν με τελείως ξεχωριστές λειτουργίες την επιχείρηση στο Διαδίκτυο σε σχέση με την κύρια τράπεζα.

Από την άλλη μεριά, οι τράπεζες φαίνεται να συνειδητοποιούν σταδιακά την δυνατότητα επιχειρηματικής εκμετάλλευσης αυτού του μέσου. Έχουν ήδη περάσει πάνω από δέκα χρόνια που εφαρμόζεται η ηλεκτρονική τραπεζική (δηλαδή η υλοποίηση τραπεζικών συναλλαγών από απόσταση με χρήση εναλλακτικών καναλιών επικοινωνίας μεταξύ τράπεζας και



πελάτη, που βασίζονται στη σύγχρονη τεχνολογία). Έτσι, σήμερα, μετά από τόσο καιρό, δημιουργείται διεθνώς μια «κρίσιμη μάζα» χρηστών χρηματοοικονομικών

υπηρεσιών μέσω του Διαδικτύου. Η ηλεκτρονική τραπεζική μοιάζει να είναι το ταχύτερα αναπτυσσόμενο κανάλι που έχουν γνωρίσει οι τράπεζες και θεωρείται (μαζί με το ηλεκτρονικό εμπόριο), ο κυριότερος παράγοντας μελλοντικής ανάπτυξής τους.

Συγκεκριμένα, στον τραπεζικό χώρο μιλάμε πλέον για αυτοεξυπηρέτηση πελατών (self banking), το οποίο έκανε αρχικά την εμφάνισή του με τις αυτόματες ταμειακές μηχανές (ATM). Συνεχίστηκε και με άλλους τρόπους που προσέφερε η τεχνολογία, όπως το τηλέφωνο και στη συνέχεια ο ηλεκτρονικός υπολογιστής.

Έτσι, όπως άλλωστε αναφέραμε και παραπάνω, μπορούμε πλέον να μιλάμε για πραγματοποίηση τραπεζικών συναλλαγών χωρίς να χρειάζεται η φυσική παρουσία ενός τραπεζικού υποκαταστήματος, καθώς ο πελάτης μπορεί πλέον να πραγματοποιεί συναλλαγές από το γραφείο (officebanking), από το σπίτι (homebanking) και γενικώς από όπου έχει πρόσβαση σε ηλεκτρονικό υπολογιστή (remotrbanking).

Σήμερα πλέον συζητάμε για μία νέα τραπεζική επιστήμη και πρακτική, την «ηλεκτρονική τραπεζική» (electronic banking), όπου ο παραδοσιακός τρόπος αποτύπωσης και μεταφοράς πληροφοριών, το έγγραφο, έχει αντικατασταθεί ή αντικαθίσταται, από ηλεκτρονικά αποτυπωμένες και μεταφερόμενες πληροφορίες. Πλέον, ο κάθε Έλληνας υψηλού ή χαμηλού εισοδήματος μπορεί να

έχει σύνδεση με το Διαδίκτυο. Ο κάθε πολίτης διαχειρίζεται το εισόδημά του μέσω κάποιας ή κάποιων τραπεζών.

Αξίζει να σημειωθεί ότι με την απλή αυτή σύνδεση με το Διαδίκτυο, ο πολίτης εξασφαλίζει ότι οι τράπεζες «κάνουν πλέον ουρά» για να φτάσουν αυτές σε αυτόν, και μάλιστα ανεξάρτητα από το ύψος του εισοδήματός του, και όχι το αντίστροφο (που συνέβαινε παλαιότερα).

Η ηλεκτρονική τραπεζική είναι το μέσον που θα οδηγήσει στη μείωση των λειτουργικών εξόδων των τραπεζών. Μια τραπεζική συναλλαγή μέσω διαδικτύου, όπως προαναφέραμε, κοστίζει ελάχιστα έναντι μιας τραπεζικής συναλλαγής σε κατάστημα.

Επιπλέον, με την ηλεκτρονική τραπεζική και το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι απαραίτητη η χρήση των πιστωτικών καρτών και κατ' επέκταση η αύξηση των τραπεζικών κερδών. Όλες οι μεγάλες τράπεζες στην Ελλάδα έχουν προχωρήσει σε κάποια μορφή e-banking. Αδιαμφισβήτητα, η τραπεζική συναλλαγή μέσω της οθόνης του υπολογιστή με τη βοήθεια του Internet, αποτελεί μία καινοτομία. Είναι μια ιδέα επαναστατική που συμβάλλει στην αναβάθμιση της καθημερινής ζωής.

Το web banking αποτελεί το πρώτο σημαντικό βήμα στην ολοκλήρωση των εμπορικών και άλλων συναλλαγών μέσω Διαδικτύου. Έχει ως σκοπό να καταργηθούν μία για πάντα οι άσκοπες μετακινήσεις και η εκνευριστική αναμονή στις ουρές των ταμείων των τραπεζών.

Αναλυτικότερα, οι τραπεζικές συναλλαγές μέσω Internet βοηθούν το χρήστη-πελάτη να αποφύγει την ταλαιπωρία, προσφέροντάς του ταυτόχρονα άμεση πληροφόρηση και πληθώρα εναλλακτικών λύσεων σε όσα θέματα τον απασχολούν. Η

ηλεκτρονική τραπεζική μεταφέρει την τράπεζα στην οθόνη του υπολογιστή του πελάτη-χρήστη. Το παρεχόμενο φάσμα των υπηρεσιών θα περιλαμβάνει σταδιακά το σύνολο των τραπεζικών εργασιών.

Μέσω του Διαδικτύου, ο χρήστης μπορεί να συνδεθεί με την τράπεζα στην οποία διατηρεί λογαριασμό, να θέσει διάφορα ερωτήματα (π.χ σχετικά με το υπόλοιπο του λογαριασμού του), να πληρώσει την πιστωτική του κάρτα. Επιπρόσθετα, μπορεί να πληρώσει τις υποχρεώσεις του προς τρίτους, να υπολογίσει τους τόκους των καταθέσεων του ή να προχωρήσει ακόμη περισσότερο στη διαχείριση του χαρτοφυλακίου του, στην εκτέλεση των εντολών για το Χρηματιστήριο και στη λήψη και αποπληρωμή δανείων.

Συνεπώς με αυτόν τον τρόπο, ο χρήστης θα μπορεί να παρακολουθεί από το σπίτι του, ανά πάσα στιγμή, τα επιτόκια όλων των τραπεζών. Κατά αυτόν τον τρόπο, έχει την δυνατότητα να υπολογίσει στα δικά του λογιστικά φύλλα, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα κάθε τράπεζας, προκειμένου να προβεί στις πιο συμφέρουσες για εκείνον επιλογές. Θα μπορεί να αποφασίσει αμερόληπτα όχι μόνο για το τραπεζικό προϊόν, αλλά και για την τράπεζα με την οποία θα συνεργαστεί την επόμενη ημέρα.

Η ηλεκτρονική τραπεζική χρησιμοποιεί λογισμικό που είναι εγκατεστημένο στον υπολογιστή της τράπεζας, δίνοντας τη δυνατότητα στον πελάτη να έχει πρόσβαση στους λογαριασμούς του από οποιονδήποτε υπολογιστή που είναι συνδεδεμένος στο Διαδίκτυο.

Επομένως, με την συνεχή τεχνολογική πρόοδο οδηγούμαστε στην προσφορά νέων υπηρεσιών από το χρηματοπιστωτικό σύστημα. Οι περισσότερες από τις προσφερόμενες σήμερα

εξυπηρετήσεις προς τους ιδιώτες βασίζονται σε εναλλακτικούς τρόπους χρήσεως του λογιστικού χρήματος, θέτοντας έτσι στη διάθεση της πελατείας το ευρύτερο δυνατό φάσμα μέσων πληρωμής. Συγκεκριμένα τα ηλεκτρονικά συστήματα πληρωμών προσφέρονται κυρίως για την διεξαγωγή των ακόλουθων εργασιών:

A) Αναλήψεις μετρητών από αυτόματες ταμειακές μηχανές (ATM)

Η αποστολή των αυτόματων ταμειακών μηχανών είναι η ευχέρεια αναλήψεως μετρητών 24 ώρες το εικοσιτετράωρο επί 365 μέρες το χρόνο και επίσης η μείωση του λειτουργικού κόστους από τον περιορισμό των ταμειακών υπαλλήλων στα παραδοσιακά καταστήματα. Κατά τα πρώτα χρόνια της λειτουργίας τους, οι μηχανές αυτές τοποθετήθηκαν έξω από τα υποκαταστήματα των τραπεζών αλλά στη συνέχεια, άρχισαν να τοποθετούνται και σε άλλα σημεία, όπως σε μεγάλα καταστήματα, σιδηροδρομικούς σταθμούς, αεροδρόμια, γραφεία μεγάλων επιχειρήσεων, με στόχο πάντα την καλύτερη και άμεση εξυπηρέτηση των πελατών.

Η χρήση των αυτόματων ταμειακών μηχανών σήμερα έχει επεκταθεί και στην παροχή πληροφοριών για το ύψος του υπολοίπου του λογαριασμού του δικαιούχου, τη μεταφορά χρημάτων από λογαριασμό σε λογαριασμό, την παραγγελία βιβλιαρίου επιταγών, την αλλαγή προσωπικού κωδικού (PIN), την χορήγηση πληροφοριών. Η λειτουργία των αυτόματων ταμειακών μηχανών βασίζεται στη χρήση κάρτας, στη μαγνητική πίστα της οποίας υπάρχουν τα αναγκαία στοιχεία αναγνώρισεως (ονοματεπώνυμο, προσωπικός κωδικός αριθμός, αριθμός λογαριασμού, όριο αναλήψεων) τα οποία διασταυρώνονται και

επαληθεύονται ώστε να εξασφαλίζεται η εγκυρότητα της συναλλαγής με τη συμμετοχή και ευθύνη του δικαιούχου.

B) Τερματικά σε σημεία πωλήσεων (P.O.S.)

Η χρήση τερματικών ηλεκτρονικών συσκευών για τον αυτόματο διακανονισμό υποχρεώσεων στα σημεία πωλήσεων, προϋποθέτει τη συνεργασία εμπορικών επιχειρήσεων και πιστωτικών ιδρυμάτων.

Ο πελάτης παρουσιάζει στο ταμείο του εμπορικού καταστήματος την κάρτα του που φέρει τις απαιτούμενες πιστοποιήσεις, και το ηλεκτρονικό μηχάνημα "διαβάζει" τις σχετικές ενδείξεις (όνομα κατόχου, πιστωτικό ίδρυμα έκδοσης της κάρτας του κ.λ.π.), ώστε να εξασφαλιστεί η ταυτότητα του κατόχου και η γνησιότητα της συναλλαγής. Όλες αυτές οι πληροφορίες, μέσω της τερματικής συσκευής του καταστήματος, μεταφέρονται σε ειδικό κατανεμητή, ο οποίος τις μεταβιβάζει στον ηλεκτρονικό υπολογιστή της τράπεζας όπου τηρείται ο λογαριασμός του πελάτη ή στο διατραπεζικό κέντρο.

Εκεί συμπληρώνεται η επαλήθευση και διαπιστώνεται ηλεκτρονικά αν ο λογαριασμός έχει επαρκές υπόλοιπο ή πιστωτικό όριο και σε καταφατική περίπτωση χρεώνεται αυτόματα ο λογαριασμός. Στη συνέχεια πιστώνεται με το ισόποσο ο λογαριασμός του καταστήματος και εκδίδεται και η εξοφλητική απόδειξη για τον πελάτη. Με τον τρόπο αυτό, αποφεύγονται οι χειρόγραφες διαδικασίες και η απώλεια χρόνου.

Γ) Αυτόματη πίστωση λογαριασμού

Η υπηρεσία αυτή αναπτύχθηκε στο πλαίσιο των γενικότερων προσπαθειών για τη μείωση των διακινουμένων παραστατικών και

επιταγών μέσα στο τραπεζικό σύστημα, ώστε να μειωθεί το λειτουργικό κόστος και να αυξηθεί η ταχύτητα και η παραγωγικότητα.

Ο δικαιούχος μισθοδοσίας, σύνταξης ή άλλου είδους επαναλαμβανόμενης κατά διαστήματα απαίτησης δίνει εντολή στον υπόχρεο της καταβολής (εργοδότη, ασφαλιστικό ταμείο κ.λ.π.), με ειδοποίηση και της τράπεζάς του, να πιστώνει συγκεκριμένο λογαριασμό του με το καθαρό προϊόν της απαίτησης αυτής. Το διατραπεζικό κέντρο συγκεντρώνει αρχεία από διάφορους οργανισμούς-οφειλέτες και τα κατανέμει στις τράπεζες που τηρούνται οι προς πίστωση λογαριασμοί με τη μορφή μαγνητικής ταινίας ή δίσκου. Η κάθε τράπεζα πιστώνει τους λογαριασμούς καταθέσεων των δικαιούχων και χρεώνει το λογαριασμό του οφειλέτη, ο οποίος πιθανόν να τηρείται σε άλλη τράπεζα.

Το παραπάνω σύστημα μπορεί να λειτουργήσει και χωρίς την ύπαρξη διατραπεζικού κέντρου, αλλά στην περίπτωση αυτή η επιχείρηση καταρτίζει ξεχωριστό μαγνητικό αρχείο για κάθε τράπεζα. Σε αντίθετη περίπτωση, η επιχείρηση φροντίζει οι λογαριασμοί των δικαιούχων να τηρούνται σε μια συγκεκριμένη τράπεζα προς την οποία απευθύνει το αρχείο της.

Το σύστημα αυτόματης πίστωσης λογαριασμού προσφέρει στον μισθοδοτούμενο απόλυτη ασφάλεια, εγγύηση για έγκαιρη καταβολή, καθώς και συνδυασμό με άλλες χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες που προσφέρει ο οργανισμός στον οποίο τηρείται ο λογαριασμός του.

Επίσης, ο εργοδότης απαλλάσσεται από το βάρος προετοιμασίας και μεταφοράς της μισθοδοσίας σε μετρητά ή επιταγές.

Τέλος, και για τις μετέχουσες τράπεζες τα πλεονεκτήματα είναι προφανή, εφόσον αυξάνουν τις καταθέσεις τους και μειώνουν το κόστος της συναλλαγής.

Δ) Πληρωμές βάσει παγίων εντολών

Το σύστημα αυτό απευθύνεται στους δικαιούχους λογαριασμών, οι οποίοι επιθυμούν να εξοφλούνται αυτομάτως με χρέωση του λογαριασμού τους οι διάφορες επαναλαμβανόμενες υποχρεώσεις τους, όπως φόροι, ασφάλιστρα, λογαριασμοί τηλεφώνου, ρεύματος, νερού κ.λ.π.

Ωστόσο σε ορισμένες περιπτώσεις προβλέπονται για τον πελάτη πρόσθετα μέτρα ασφαλείας, όπως ο καθορισμός, εκ μέρους του, ενός ανώτατου ορίου μέχρι του οποίου παρέχει στην τράπεζα την εντολή για χρέωση του λογαριασμού του. Επιπλέον, είναι δυνατή και η κατά περίπτωση ανάκληση της εντολής ορισμένες ημέρες πριν την ημερομηνία χρεώσεως του λογαριασμού του.

Το σύστημα λειτουργεί με τις ίδιες σχεδόν διαδικασίες όπως και εκείνο της αυτόματης πίστωσης λογαριασμού. Η κυριότερη όμως διαφορά είναι το γεγονός ότι η εντολή στις πάγιες πληρωμές παρέχεται από τον δικαιούχο του λογαριασμού στην τράπεζά του, η οποία δημιουργεί το μαγνητικό αρχείο και το διαβιβάζει στους οργανισμούς και τις επιχειρήσεις είτε απευθείας, είτε μέσω του διατραπεζικού κέντρου.

Ο αντίστοιχος οργανισμός ή η επιχείρηση το συμπληρώνει με τα δικά του στοιχεία. Στη συνέχεια, το διαβιβάζει κατά την αντίστροφη οδό στις τράπεζες, προκειμένου να χρεώσουν κατά τη συγκεκριμένη ημερομηνία το λογαριασμό του πελάτη-οφειλέτη και να πιστώσουν το λογαριασμό του οργανισμού.

Τα συστήματα πληρωμών βάσει παγίων εντολών είναι πολύ αποτελεσματικά, καθώς είναι τα λιγότερο χρονοβόρα και ζημιογόνα και για τα τρία μέρη : τον πελάτη, την τράπεζα και τον οργανισμό-επιχείρηση.

Ε) Πληρωμές βάσει εντολών κατά περίπτωση

Εκτός από το σύστημα παγίων εντολών, ο πελάτης μπορεί να δίνει εντολή κατά περίπτωση για την εξόφληση διαφόρων υποχρεώσεων του. Η εντολή μπορεί να δίδεται με τη συμπλήρωση, υπογραφή και αποστολή ή παράδοση στην τράπεζα, ενός τυποποιημένου εντύπου. Για την προώθηση της εντολής η τράπεζα ακολουθεί διαδικασία ανάλογη με εκείνη της επιταγής, με τη διαφορά ότι πιστώνει το λογαριασμό του δικαιούχου.

Ορισμένες τράπεζες παρέχουν τη δυνατότητα να γίνεται η μεταφορά αυτή κεφαλαίων μέσω του δικτύου Α.Τ.Μ. Σε αυτή την περίπτωση, ο πελάτης εισάγει την κάρτα του στο μηχάνημα, πληκτρολογεί τον προσωπικό του κωδικό αριθμό (P.I.N.), καθώς και τον κωδικό αριθμό ή άλλη ένδειξη που ενεργοποιεί το επιθυμητό σύστημα. Τέλος, πληκτρολογεί τον αριθμό του προς πίστωση λογαριασμού και το ποσό. Αυτό το σύστημα πληρωμών είναι περισσότερο χρονοβόρο από εκείνο των παγίων εντολών, τόσο για την τράπεζα όσο και για τον πελάτη.

ΣΤ) Αυτόματη εξόφληση πιστωτικών τίτλων

Ο οφειλέτης ενός πιστωτικού τίτλου (συναλλαγματικής, γραμματίου εις διαταγήν, τιμολογίου κ.λ.π.) κατά την κατάρτιση του τίτλου σε τυποποιημένο έντυπο, μπορεί να αναγράφει τον αριθμό του λογαριασμού του, ο οποίος θα χρεωθεί κατά την ημερομηνία που θα απαιτείται η οφειλή. Ενημερώνει την τράπεζα

του με αντίγραφο του ίδιου εντύπου και την εξουσιοδοτεί για την πληρωμή.

Όταν ο τίτλος κατατεθεί από τον κομιστή σε μια οποιαδήποτε τράπεζα προς προεξόφληση, είσπραξη ή άλλη αιτία, η τράπεζα αυτή δημιουργεί ένα αντίστοιχο μαγνητικό αρχείο.

Κατά την ημερομηνία πληρωμής, καταρτίζει μια μαγνητική ταινία με τα στοιχεία των προς είσπραξη τίτλων και την διαβιβάζει στο διατραπεζικό κέντρο.

Αυτό συγκεντρώνει όλες τις ταινίες και ανακατανέμει τα στοιχεία τους κατά τράπεζα πληρωμής. Η τελευταία παραλαμβάνει την ταινία, την συγκρίνει με το αρχείο, που όπως αναφέρθηκε είχε καταρτίσει, και εφόσον συμφωνεί, χρεώνει το λογαριασμό του πελάτη-οφειλέτη, με πίστωση της δικαιούχου τράπεζας, η οποία στη συνέχεια πιστώνει τον λογαριασμό του δικαιούχου.

Z) Αποϋλοποίηση των πιστωτικών και άλλων τίτλων

Το σύστημα αυτό λειτουργεί σε ορισμένες χώρες, όπως Γαλλία, Αγγλία κ.λ.π. , με διάφορες μορφές και αποβλέπει ή στην παντελή κατάργηση του τίτλου ως εγγράφου αξίας, ή στον περιορισμό της διακίνησής του ως εγγράφου.

Αποβλέπει επίσης και στην αποϋλοποίηση των μετοχικών τίτλων, ονομαστικών ή μη. Τα συστήματα αυτά διασυνδέονται με τα διατραπεζικά συστήματα και κατ' επέκταση με τις τράπεζες, οι οποίες μπορούν να εξυπηρετούν την πελατεία τους (αγορά-πώληση τίτλων με χρεοπίστωση λογαριασμών τους, είσπραξη μερισμάτων κ.ά.) χωρίς οποιαδήποτε μεσολάβηση εγγράφου. Στην περίπτωση αυτή, ο πελάτης εξυπηρετείται ταχύτατα γιατί κυκλοφορούν μόνο οι πληροφορίες, ενώ η τράπεζα μπορεί να

κινείται βάσει παγίων εντολών του για την βελτιστοποίηση του επενδυτικού οφέλους του.

H) Άμεση προσπέλαση στον τραπεζικό χώρο (home/office banking)

Αντικείμενο της υπηρεσίας αυτής είναι η σύνδεση του πελάτη απευθείας με την τράπεζά του είτε από το σπίτι του (home banking), είτε από την επιχείρησή του (office banking), είτε γενικότερα από οποιοδήποτε σημείο εκτός τραπεζικού καταστήματος (remote banking). Αποτελεί μία από τις περισσότερο προηγμένες υπηρεσίες, τόσο από άποψη τεχνολογίας όσο και μάρκετινγκ.

Η σύνδεση του πελάτη με την τράπεζα επιτυγχάνεται μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή ή συνδυασμού τηλεοπτικής συσκευής με modem ή με άλλα ηλεκτρονικά μέσα, που χρησιμοποιούν το τηλεφωνικό δίκτυο, κλειστά κυκλώματα τηλεόρασης ή τηλεπικοινωνιακά δίκτυα.

Η επικοινωνία του πελάτη με την τράπεζα πραγματοποιείται μέσω πληκτρολογίου και οθόνης, ή προφορικά με ανάλυση και σύνθεση της φωνής.

Προκειμένου να εξακριβωθεί η ταυτότητα του πελάτη, έτσι ώστε να λειτουργεί με ασφάλεια η υπηρεσία αυτή, απαιτείται η χρήση του προσωπικού κωδικού αριθμού (PIN). Με την χρήση του συστήματος άμεσης προσπέλασης στον τραπεζικό χώρο, ο πελάτης μπορεί να ενημερώνεται για την κατάσταση των λογαριασμών που τηρεί στην τράπεζα, για διάφορα τραπεζικά προϊόντα ή υπηρεσίες και επίσης να εκτελεί διάφορες τραπεζικές συναλλαγές.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονίσουμε, ότι η εγκατάσταση τέτοιων σύγχρονων ηλεκτρονικών συστημάτων πληρωμών

προϋποθέτει καλή τηλεπικοινωνιακή υποδομή. Τέλος, προϋποθέτει προηγμένο τεχνολογικό επίπεδο των τραπεζών και άλλων επιχειρήσεων της αγοράς και βεβαίως μία εξοικείωση του χρήστη στη νέα τεχνολογία.

2.3 ΜΟΡΦΕΣ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

Οι παρεχόμενες τραπεζικές υπηρεσίες μέσω του Διαδικτύου ποικίλουν ανάλογα με την παρουσία των τραπεζών σε αυτό.

Ευκρινέστερα, η πιο απλοϊκή μορφή παρουσίασης μιας τράπεζας στο Διαδίκτυο, είναι η διαμόρφωση και προβολή μιας απλής ιστοσελίδας, όπου θα δίνεται η δυνατότητα στους πελάτες της να πληροφορηθούν σχετικά με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της. Ουσιαστικά, πρόκειται για ένα επιπρόσθετο κανάλι προώθησης και ειδικότερα διαφήμισης, των τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών, μέσω του οποίου όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, όπως π.χ. πελάτες, ανταγωνιστές μπορούν να έχουν εύκολη και άμεση πληροφόρηση.

Μια πιο εξελιγμένη μορφή παρουσίασης μιας τράπεζας στο Διαδίκτυο, απαιτεί τη διαμόρφωση και προβολή μιας “διαδραστικής ηλεκτρονικής σελίδας”, η οποία έχει δύο στόχους: Αφενός έχει στόχο να πληροφορήσει τους επισκέπτες της ιστοσελίδας σχετικά με τα προσφερόμενα τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες και αφετέρου παρέχει στους χρήστες τη δυνατότητα να διατυπώνουν ερωτήσεις σχετικά με ποικίλα θέματα. Με άλλα λόγια, τους παρέχεται επιπλέον η δυνατότητα να αλληλεπιδρούν με

την τράπεζα, μέσω ηλεκτρονικών μηνυμάτων (e-mails) ή διαμέσου μιας φόρμας επικοινωνίας. Στη φόρμα αυτή, οι χρήστες μπορούν να υποβάλλουν ερωτήματα ή να ζητήσουν επιπρόσθετες πληροφορίες ή διευκρινίσεις για κάποιο προϊόν.

Η τρίτη μορφή παρουσίασης μιας τράπεζας στο Διαδίκτυο, εμπεριέχει τις υπηρεσίες των δύο προηγούμενων και επιπρόσθετα επιτρέπει στους χρήστες-πελάτες των τραπεζών να πραγματοποιούν ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές. Όποιες τράπεζες χρησιμοποιούν αυτό το μοντέλο ηλεκτρονικής παρουσίασης, στην ουσία χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο σαν ένα επιπλέον κανάλι όχι μόνο προώθησης των προϊόντων τους, αλλά και πώλησης αυτών. Πρόκειται για την εφαρμογή των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω του Διαδικτύου (Internet banking).

Για να κάνουν χρήση αυτών των ηλεκτρονικών υπηρεσιών οι πελάτες, υπογράφουν μία ειδική σύμβαση παροχής τραπεζικών υπηρεσιών μέσω του Διαδικτύου και στη συνέχεια χρησιμοποιούν κάποιους κωδικούς ασφαλείας κάθε φορά που εισέρχονται στην σχετική ιστοσελίδα της τράπεζας.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι από την πλευρά των τραπεζών χρησιμοποιείται κατάλληλο λογισμικό που εξασφαλίζει την ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών και τα προσωπικά στοιχεία των πελατών.

Η τέταρτη και πιο εξελιγμένη μορφή παρουσίασης μιας τράπεζας στο Διαδίκτυο, είναι γνωστή με τον όρο «πλήρης διαδικτυακή τραπεζική» (full Internet banking). Σε αυτήν την κατηγορία δίνεται η δυνατότητα στους χρήστες να αξιοποιήσουν πλήρως τις δυνατότητες των ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών με τη βοήθεια του παγκόσμιου ιστού. Σχετικό

παράδειγμα είναι η πρόσβαση σε τραπεζικούς λογαριασμούς για ανάληψη ή κατάθεση ηλεκτρονικού χρήματος.

2.4 ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ - ΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στη σημερινή επιχειρηματική πραγματικότητα, ο τραπεζικός κλάδος αναπτύσσεται διαρκώς και αποτελεί έναν από τους πιο κερδοφόρους κλάδους της Ελληνικής οικονομίας. Την τελευταία δεκαετία, οι αλλαγές που πραγματοποιούνται στο σύνολο των χρηματοπιστωτικών οργανισμών, είναι ριζικές. Συγκεκριμένα, το φαινόμενο των εξαγορών και των συγχωνεύσεων έχει πάρει τεράστιες διαστάσεις και στο Ελληνικό τραπεζικό σύστημα.



Ο ανταγωνισμός σε παγκόσμιο επίπεδο εντείνεται καθημερινά, με αποτέλεσμα οι τράπεζες να επιδιώκουν συνεχώς να προσαρμόζονται στα νέα δεδομένα, και να στοχεύουν με τις

ακολουθούμενες πολιτικές τους στην βελτίωση της αποδοτικότητάς τους. Έτσι, πολλές φορές για να ισχυροποιήσουν την ηγετική τους θέση στην Ελληνική αγορά, αλλά και να αποκτήσουν μερίδιο αγοράς σε αγορές του εξωτερικού (π.χ. Βαλκάνια) προβαίνουν σε διαδικασίες ενοποίησης (εξαγορές, συγχωνεύσεις, στρατηγικές συμμαχίες) εντός του κλάδου που δραστηριοποιούνται. Στην Ελλάδα, το τραπεζικό σύστημα αποτελείται από την Κεντρική Τράπεζα (Τράπεζα της Ελλάδος), τις εμπορικές τράπεζες, τις συνεταιριστικές τράπεζες και από διάφορους ειδικούς πιστωτικούς οργανισμούς.

Η Τράπεζα της Ελλάδος που λειτουργεί ως η κεντρική Τράπεζα της χώρας, είναι μέλος του Ευρωπαϊκού Συστήματος Κεντρικών Τραπεζών (ΕΣΚΤ) και πρωταρχικός της σκοπός είναι η επιδίωξη της σταθερότητας των τιμών. Είναι υπεύθυνη για την ομαλή λειτουργία της τραπεζικής αγοράς και είναι αυτή που εφαρμόζει την εκάστοτε νομισματική πολιτική που πρέπει να ακολουθηθεί.

Οι εμπορικές τράπεζες έχουν πλέον μετατραπεί σε πολυσύνθετες επιχειρήσεις. Έτσι, προσφέρουν μία τεράστια γκάμα χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών, από δάνεια μέχρι επενδυτικά προγράμματα (π.χ. αμοιβαία κεφάλαια) και ασφάλειες.

Με άλλα λόγια δεν περιορίζονται μόνο στην παροχή καθαρά τραπεζικών προϊόντων, αλλά προσφέρουν και προϊόντα/υπηρεσίες χρηματοοικονομικής και επενδυτικής φύσεως.

Η τρίτη κατηγορία του Ελληνικού Τραπεζικού Συστήματος αφορά τις λεγόμενες συνεταιριστικές τράπεζες. Αυτές είναι τράπεζες τοπικού χαρακτήρα που επιδιώκουν την ανανέωση των αποταμιευτικών πόρων της περιοχής που δραστηριοποιούνται. Με

άλλα λόγια επιδιώκουν την ενίσχυση της οικονομίας, της κάθε περιοχής.

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

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

Η έντονη κρατική παρουσία στον κλάδο των τραπεζών είτε με τη μορφή ιδιοκτησίας (Εθνική τράπεζα, Αγροτική τράπεζα κ.τ.λ.), είτε με τη μορφή ελέγχου, μειώνεται με την πάροδο των χρόνων. Με τον τρόπο αυτό, αλλάζει τη δομή του Ελληνικού χρηματοπιστωτικού συστήματος.

Πιο συγκεκριμένα, επιταχύνεται η ανάπτυξη των τραπεζικών ιδρυμάτων, χωρίς την επιβολή κρατικών παρεμβάσεων και περιορισμών, με άμεση συνέπεια να γίνονται πιο ανταγωνιστικά στο διεθνές τραπεζικό περιβάλλον.

Οι τράπεζες στην προσπάθειά τους να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις του διεθνούς επιχειρηματικού περιβάλλοντος, εκτός από τις ακολουθούμενες στρατηγικές ενοποίησης (εξαγορές,

συγχωνεύσεις, στρατηγικές συμμαχίες) εντός του κλάδου, αναπτύσσουν το εύρος των προσφερόμενων υπηρεσιών τους και γίνονται περισσότερο πελατοκεντρικές.

Επιπλέον, βελτιώνουν συνεχώς την ποιότητα των προσφερόμενων τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών τους, και βελτιώνουν την παραγωγικότητά τους, αφού ολοένα και περισσότερο επενδύουν στη νέα τεχνολογία και στο ανθρώπινο δυναμικό.

Με την αξιοποίηση των λύσεων που προσφέρει η σύγχρονη τεχνολογία, επιταχύνονται οι καθημερινές διαδικασίες, μειώνεται ο χρόνος διεκπεραίωσης των συναλλαγών και δημιουργούνται ευέλικτες βάσεις δεδομένων, που βοηθούν πολύπλευρα στην αποδοτικότητα της τράπεζας (π.χ. βοηθούν τα τμήματα μάρκετινγκ στην επίτευξη πωλήσεων).

Στην ουσία, με την επίδραση της τεχνολογίας ολόκληρος ο τραπεζικός κλάδος μετασχηματίζεται, εφόσον δημιουργούνται νέα προϊόντα και διευκολύνεται η πρόσβαση σε νέες αγορές (με την εξάλειψη των γεωγραφικών ορίων). Επιπλέον, διακινείται λιγότερο χαρτί, υπάρχει καλύτερη διαχείριση των πληροφοριών κ.ο.κ.

Με την δημιουργία νέων καναλιών διανομής και πώλησης των τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών, των λεγόμενων εναλλακτικών δικτύων (ATM, Internet banking, Phone banking, Mobile banking), έχει επέλθει μια ολοκληρωτική επανάσταση στον τραπεζικό χώρο. Με αυτό τον τρόπο, είναι σε θέση πλέον να εξυπηρετήσει τους πελάτες 24 ώρες την ημέρα, 7 ημέρες την εβδομάδα και 365 ημέρες τον χρόνο. Αν και η διείσδυση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking) στον Ελλαδικό χώρο, δεν ήταν αντίστοιχη με ορισμένες αναπτυγμένες χώρες του εξωτερικού (π.χ. Η.Π.Α., Σκανδιναβικές χώρες), παρ'όλα αυτά κρίνεται

ικανοποιητική και με αυξητική τάση για το μέλλον. Αυτή τη στιγμή, υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα προσφέρουν 17 εμπορικές τράπεζες και 2 συνεταιριστικές τράπεζες.

Συμπερασματικά, παρά τις πρόσφατες ανακατατάξεις θα συνυπάρξουν και στην Ελλάδα όπως σε όλες τις χώρες μεγάλες και μικρές Τράπεζες. Άλλωστε η ευρωστία και η αποτελεσματικότητα του τραπεζικού συστήματος δεν είναι μόνο θέμα μεγέθους. Η αποτελεσματικότητα μιας τράπεζας, όπως και κάθε σύγχρονης επιχείρησης, βρίσκεται στην εξειδίκευση, στην ευελιξία και στην παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών.

2.5 ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

Η ηλεκτρονική τραπεζική έχει να αντιμετωπίσει πολλές νέες προκλήσεις. Υπάρχουν ήδη θέματα που έχουν κάνει την παρουσία τους σε νέες χώρες του εξωτερικού και τα οποία σταδιακά θα εισαχθούν και στην ελληνική αγορά. Ταυτόχρονα όμως, πέραν των νέων τάσεων που εμφανίζονται στο εξωτερικό, πολλές σκέψεις και ιδέες καταλαμβάνουν θέση στο μελλοντικό σχεδιασμό της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην χώρα μας.

Γεγονός αποτελεί, ότι κάθε τεχνολογία όσο απλουστευμένη και να είναι για το ευρύ κοινό, απαιτεί κάποιο σημαντικό χρόνο για να την αφομοιώσει.

Αρκεί να αναφέρουμε ότι για την περίπτωση των "ΑΤΜ" το χρονικό διάστημα που απαιτήθηκε για την εξοικείωση των πελατών με αυτά ήταν περίπου 7 χρόνια (ΧΡΗΜΑ, Τεύχος 299,

2004). Στην περίπτωση των υπόλοιπων μορφών της ηλεκτρονικής τραπεζικής (Internet banking, Phone banking, Mobile banking), είναι σίγουρο λόγω της μεγαλύτερης πολυπλοκότητάς τους, ότι θα χρειασθεί περισσότερος χρόνος για να προσαρμοστούν οι πελάτες σε αυτά.



Όπως προαναφέρθηκε, οι προσφερόμενες ηλεκτρονικές υπηρεσίες από τις Ελληνικές τράπεζες δεν υπολείπονται των υπηρεσιών που προσφέρουν οι τράπεζες του εξωτερικού, τουλάχιστον στα κύρια χαρακτηριστικά τους.

Οι προοπτικές της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking) είναι ιδιαίτερα ευοίωνες, αλλά για να υλοποιηθούν αυτές οι προβλέψεις στο μέλλον θα πρέπει η εξοικείωση και η προσαρμογή των χρηστών στις νέες τεχνολογίες να είναι ταχύτερη. Επιπρόσθετα, απαραίτητη προϋπόθεση αποτελεί η ικανότητα να αποκτήσουν περισσότερη εμπιστοσύνη και αίσθημα ασφάλειας στον χώρο του Διαδικτύου.

Επίσης, είναι εξίσου σημαντικό, να υπάρξει δέσμευση από την διοίκηση των τραπεζικών ιδρυμάτων, για ένταξη των εναλλακτικών δικτύων (δίκτυα ηλεκτρονικής τραπεζικής) στην συνολική στρατηγική μάρκετινγκ του οργανισμού.

Είναι φυσικό πως όσο θα περνούν τα χρόνια, θα ωριμάζουν ολοένα και περισσότερο οι υπάρχουσες τεχνολογίες αλλά και θα δημιουργούνται νέες, οι οποίες θα συμπληρώνουν ή θα ανατρέπουν τις παλιές.

Το κοινό θα πρέπει να προσπαθεί να ακολουθεί αυτήν την ανάπτυξη και να εξοικειώνεται με τις εφαρμογές στην ηλεκτρονική τραπεζική. Από τώρα, σταδιακά έχει αρχίσει η σύγκλιση των τεχνολογιών (κινητή τηλεφωνία, διαδίκτυο, ΑΤΜ, τηλεόραση) και αναμένεται να ολοκληρωθεί τα επόμενα χρόνια, παρέχοντας στους χρήστες μεγαλύτερη ευκολία και ευκολότερη πρόσβαση.

Αν σκεφτούμε τον αριθμό των κινητών τηλεφώνων που υπάρχουν στον πλανήτη (που είναι υπερδιπλάσια από αυτά των προσωπικών υπολογιστών), βλέπουμε τις τεράστιες δυνατότητες που διαφαίνονται από τη χρήση αυτών και στον τομέα της ηλεκτρονικής τραπεζικής (Mobile banking).

Ακόμη, η ψηφιακή τηλεόραση η οποία αρχίζει σταδιακά να εξαπλώνεται (πολύ πιο αργά στην Ελλάδα), στη Μεγάλη Βρετανία καλύπτει το 14% των νοικοκυριών και προβλέπεται να αποτελέσει στο μέλλον ένα επιπλέον εναλλακτικό τραπεζικό κανάλι.

Στο μέλλον, οι "έξυπνες κάρτες" θα εξαπλωθούν στην αγορά και θα χρησιμοποιούνται από την πλειονότητα των χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής, διευκολύνοντάς τους και αυξάνοντας την ασφάλειά τους. Η μεγάλη όμως επανάσταση στο χώρο της ηλεκτρονικής τραπεζικής, αναμένεται να είναι η διατραπεζική μεταφορά κεφαλαίων σε πραγματικό χρόνο.

Στην Ελλάδα, χρησιμοποιείται το σύστημα "ΔΙΑΣ" για μεταφορές κεφαλαίων μεταξύ τραπεζών, το οποίο όμως δεν εκτελεί τις συγκεκριμένες εντολές άμεσα, αλλά μετά από κάποιες ημέρες.

Στο μέλλον, οι χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, θα έχουν τη δυνατότητα να μεταφέρουν κεφάλαια σε λογαριασμούς δικαιούχων άλλων τραπεζών άμεσα, σε πραγματικό χρόνο (real-time payments) και χωρίς επιπλέον καθυστερήσεις.

Με αυτόν τον τρόπο ο αριθμός των ηλεκτρονικών πληρωμών θα αυξηθεί κατακόρυφα και η ευκολία και άνεση των πελατών θα μεγιστοποιηθεί (Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, 2003).

Επίσης, προβλέπεται ότι μελλοντικά, οι τράπεζες θα υιοθετήσουν ένα διαφορετικό μοντέλο λειτουργίας, με βάση το οποίο θα τμηματοποιούν περισσότερο την αγορά στην οποία απευθύνονται. Με τον τρόπο αυτό, θα προσφέρουν ολοκληρωμένες λύσεις για κάθε τμήμα της αγοράς που απευθύνονται. Επίσης, θα μετατραπούν τα υποκαταστήματα από κέντρα συναλλαγών (σήμερα) σε συμβουλευτικά κέντρα για τους πελάτες (μέλλον). Έτσι, θα προτρέπουν τους πελάτες τους να χρησιμοποιούν το φθηνότερο κανάλι για τις καθημερινές συναλλαγές τους, όπως το Διαδίκτυο (Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, 2003).

Σύμφωνα με εκτιμήσεις τραπεζικών στελεχών, η αυξητική τάση που παρουσιάζει η χρήση των εναλλακτικών δικτύων θα εξακολουθήσει, καθώς επίσης αισιοδοξούν για την σταδιακή μείωση του συνωστισμού στα τραπεζικά καταστήματα.

Την ίδια στιγμή, επισημαίνουν ότι μέχρι το τέλος του χρόνου, οι Έλληνες που θα πραγματοποιούν τις τραπεζικές συναλλαγές μέσω του Διαδικτύου, θα προσεγγίσουν περίπου το 1,5 εκατομμύρια έναντι 996.500. Αυτός, ήταν ο αριθμός των χρηστών e-banking στο τέλος του 2007, 800.000 περίπου το 2006 και 5000.000 περίπου το 2004.

Σύμφωνα με μελέτη της Datamonitor με τίτλο “European E-banking Technology Strategies”, οι ευρωπαϊκές τράπεζες αναμένεται να δαπανήσουν 3 δισεκατομμύρια δολάρια σε τεχνολογίες που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με το Internet ως το 2008. Στην ίδια μελέτη επισημαίνεται ότι, οι τράπεζες του

Ηνωμένου Βασιλείου αποτελούν τη μεγαλύτερη e-banking αγορά Ευρώπης. Παρ'όλα αυτά, η ανάπτυξή τους τα επόμενα χρόνια θα είναι πολύ μικρότερη σε σχέση με τις τράπεζες των περισσότερων ευρωπαϊκών κρατών. Αυτό οφείλεται στο ότι οι βρετανικές τράπεζες έχουν ήδη αναβαθμίσει τον τεχνολογικό τους εξοπλισμό. Στην περαιτέρω ανάπτυξη του e-banking αναμένεται να συμβάλει αποφασιστικά και η συνεχώς αυξανόμενη ευρυζωνικότητα του Internet.

Επιπλέον, λόγω αυξανόμενου ανταγωνισμού από την είσοδο μη τραπεζικών φορέων στην ηλεκτρονική τραπεζική αγορά, αναμένεται να ενισχυθεί η καμπάνια μάρκετινγκ και διαφήμισης εκ μέρους των παροχών τέτοιου είδους υπηρεσιών.

Τέλος, όπως επισημαίνουν παράγοντες της τραπεζικής αγοράς, στο μέλλον οι υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής θα είναι περισσότερο προσωποποιημένες για να προσαρμόζονται στις ιδιαίτερες ανάγκες των πελατών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΤΡΟΠΟΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ:

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ -

ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ

(Για το κεφάλαιο αυτό χρησιμοποιήθηκαν στοιχεία κυρίως από τις πηγές [1],[3],[4],[12],[14],[17],[23])

3.1 ΔΙΚΤΥΟ ΑΤΜ

Το δίκτυο ΑΤΜ (*Αυτόματη Ταμειακή Μηχανή*) είναι το πιο πετυχημένο και αναπτυγμένο εναλλακτικό τραπεζικό δίκτυο στη Ελλάδα. Οι χρήστες του ξεπερνούν τα 10 εκατομμύρια. Μέσω των ΑΤΜ, προσφέρονται πλήθος τραπεζικών υπηρεσιών: αναλήψεις, καταθέσεις, εμβάσματα, πληρωμή λογαριασμών, ανανέωση χρόνου ομιλίας καρτοκινητής τηλεφωνίας κ.λπ.

Το δίκτυο ΑΤΜ προσφέρει μεγάλη εξοικονόμηση κόστους για τις τράπεζες. Τα ΑΤΜ έξω από τραπεζικά καταστήματα συμβάλλουν στη μείωση της αναμονής στα καταστήματα. Η εγκατάσταση απομονωμένων ΑΤΜ (τα οποία δεν συνυπάρχουν με κατάστημα της τράπεζας) σε απομακρυσμένες περιοχές ή σε ειδικούς χώρους (πολυκαταστήματα κ.λπ.) προσφέρει επιπλέον οικονομία. Με αυτό τον τρόπο, επιτρέπει, με μικρό κόστος, την παρουσία της τράπεζας σε αυτούς τους χώρους. Επιπλέον, το




δίκτυο των ATM παρουσιάζει σημαντικά έσοδα μέσω της ανάληψης χρημάτων από ξένες κάρτες (VISA, MasterCard κ.λπ.).

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι οι τεχνολογικές πρόοδοι επεκτείνουν τις δυνατότητες των αυτόματων ταμειακών μηχανών(ATM), ώστε να καταστήσουν περισσότερες υπηρεσίες και πληροφορίες διαθέσιμες στους πελάτες. Κάποιες πειραματικές αυτόματες ταμειακές μηχανές ανιχνεύουν και δίνουν εικόνες των επιταγών που έχουν κατατεθεί. Άλλες πάλι προσφέρουν ένα αμφίδρομο βίντεο επικοινωνίας ή είναι οθόνες ευαίσθητες στην αφή, ενώ άλλες δίνουν ακόμα και νομίσματα.

3.1.1 Προσφερόμενες υπηρεσίες από τα ATM

Αν και δεν υπάρχει ένας γενικός συμφωνημένος διεθνής ορισμός για τα ATM, ωστόσο οι περισσότεροι συγγραφείς αναφέρουν το ATM ως μια μηχανή που δίνει μετρητά και παρέχει και μερικές συμπληρωματικές υπηρεσίες.

Τα σύγχρονα ATM είναι πολύ «έξυπνα» μηχανήματα που οι τιμές τους είναι πολύ υψηλές. Οι νέες κατασκευές τους λειτουργούν σε on-line βάση και μπορούν να έχουν από \$40,000 μέχρι και \$80,000 σε χαρτονομίσματα για την εξυπηρέτηση των πελατών. 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 υπολοίπου 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 την τράπεζα
- ✚ Αίτηση για δάνεια κ.α.

Ωστόσο αξίζει να σημειωθεί ότι όσο οι τράπεζες εντείνουν τον ανταγωνισμό στον τομέα αυτόν, το εύρος των προσφερόμενων υπηρεσιών θα αυξάνεται σημαντικά. Για παράδειγμα στις ΗΠΑ, αναφέρεται ότι ένα νέο προηγμένο τεχνολογικά ATM μπορεί να προσφέρει ακόμη και 125 διαφορετικές υπηρεσίες.

3.1.2 Στόχοι των ATM

Ένας σημαντικός στόχος των ATM είναι η μείωση των ουρών στα γκισέ των καταστημάτων (ένα καυτό πρόβλημα ιδίως για τις κρατικές τράπεζες). Συμπερασματικά, τα ATM μειώνουν την ανάγκη για ταμειολογιστές (tellers). Με άλλα λόγια, απελευθερώνουν τον υπάλληλο από πολλές απλές συναλλαγές ρουτίνας.

Επιπλέον στόχος των ιδρυμάτων από τη χρήση των ATM είναι η παροχή υπηρεσιών 24 ώρες το 24ωρο, 7 ημέρες την εβδομάδα (δηλαδή και κατά τη διάρκεια του Σαββατοκύριακου). Σε αυτή την περίπτωση τα μηχανήματα τοποθετούνται εξωτερικά (through the wall). Σε άλλες περιπτώσεις, εγκαθίστανται μέσα στα

τραπεζικά καταστήματα σε χώρους αναμονής ή εξυπηρέτησης (in-lobby).

Όπως είναι γνωστό, τα μηχανήματα ΑΤΜ έχουν, μεταξύ άλλων, σκοπό:

- Την καλύτερη και πληρέστερη εξυπηρέτηση του πελάτη.
- Την ταχύτητα των συναλλαγών.
- Την αντιμετώπιση του ανταγωνισμού των άλλων Τραπεζών που διαθέτουν ΑΤΜ.

Τέλος, για την επίτευξη των παραπάνω στόχων είναι αναγκαία προϋπόθεση η χρήση των μηχανημάτων να καλύπτει ένα **ελάχιστο όριο 200 κινήσεων ημερησίως.**

3.2 E-BANKING

Το **e-banking** υπόσχεται την επανάσταση στις τραπεζικές συναλλαγές. "Μεταφέρει" την ίδια την τράπεζα στην οθόνη του υπολογιστή μέσω Διαδικτύου, με άμεση πρόσβαση στους τραπεζικούς λογαριασμούς. Παρέχει τη δυνατότητα συναλλαγών, παρακολούθησης της πορείας χαρτοφυλακίων, καθώς και πλήθος άλλων υπηρεσιών.

3.2.1 Είδη του e-banking

Όπως έγινε αναφορά και στο κεφάλαιο 2, το **e-banking** χωρίζεται κυρίως στα εξής τρία είδη, σύμφωνα με το μέσο ή

κανάλι, μέσω του οποίου πραγματοποιούνται οι τραπεζικές συναλλαγές. Αυτά είναι αναλυτικότερα τα εξής:

1) Internet Banking (Τραπεζικές υπηρεσίες μέσω διαδικτύου):

Το "Internet Banking" που αποτελεί το σημαντικότερο κομμάτι του e-banking, πραγματοποιείται κατά κύριο λόγο μέσω του Διαδικτύου, αλλά και μέσω άλλων δικτύων όπως εσωτερικών ή εξωτερικών (Intranets ή Extranets). Για να μπορέσει ένας χρήστης να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες του, χρειάζεται απαραίτητα να διαθέτει έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή και μια σύνδεση στο Διαδίκτυο.

Στην πλειονότητα των περιπτώσεων, τα παραπάνω αρκούν για την πρόσβαση στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες. Ωστόσο για λόγους μεγαλύτερης ασφάλειας, πολλές φορές απαιτούνται και ορισμένες συσκευές ασφάλειας, όπως έξυπνοι αναγνώστες ή ειδικό λογισμικό ασφάλειας (software), τα οποία τα παρέχουν οι τράπεζες στους πελάτες τους.

Μέσω του "Internet Banking" ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να επιλέξει ανάμεσα σε μια μεγάλη ποικιλία τραπεζικών υπηρεσιών. Αξίζει να αναφέρουμε ότι τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα έχουν την τεχνογνωσία να προσωποποιούν τις προσφερόμενες ηλεκτρονικές υπηρεσίες τους, ανάλογα με την κατηγορία των πελατών που αυτές προορίζονται.

Για παράδειγμα, σε εταιρικούς πελάτες, δηλαδή επιχειρήσεις, προσφέρονται περισσότερες δυνατότητες ηλεκτρονικών συναλλαγών, οι οποίες είναι ειδικά προσαρμοσμένες.

2)Phone Banking (Τραπεζικές υπηρεσίες μέσω σταθερού τηλεφώνου):

Οι υπηρεσίες που προσφέρει το "Phone Banking" χωρίζονται σε δύο κατηγορίες. Σε αυτές που διεκπεραιώνονται:

§ από πράκτορες τηλεφωνικών κέντρων (call center agents)

§ αυτόματα μέσω ειδικών συστημάτων αναγνώρισης της φωνής (IVRs).

Και στις δύο περιπτώσεις, το μόνο που απαιτείται από την πλευρά του πελάτη, είναι η ύπαρξη μιας τηλεφωνικής συσκευής και σύνδεσης.

Στην πρώτη κατηγορία, στις τραπεζικές συναλλαγές με πράκτορες τηλεφωνικών κέντρων, ο υπάλληλος της τράπεζας αρχικά ζητά από τον πελάτη κάποια στοιχεία ταυτοποίησης και επαλήθευσης, όπως ένας προσωπικός κωδικός αριθμός (PIN). Αφού ο πελάτης δώσει σωστά αυτόν τον προσωπικό κωδικό, στη συνέχεια ο υπάλληλος του τηλεφωνικού κέντρου διεκπεραιώνει τις συναλλαγές που θα του υποδείξει ο πελάτης. Ο προσωπικός αυτός κωδικός χρησιμοποιείται μόνο για τις συναλλαγές μέσω "Phone Banking" και όχι για άλλες συναλλαγές (π.χ. Internet Banking, ATM).

Αντίστοιχη είναι και η δεύτερη κατηγορία του Phone Banking. Η μόνη διαφορά είναι ότι στην άλλη άκρη της τηλεφωνικής γραμμής δεν είναι ένας υπάλληλος της τράπεζας, αλλά ένας υπολογιστής ή καλύτερα ένα αυτοματοποιημένο σύστημα αναγνώρισης της φωνής IVR (Interactive Voice Response). Έτσι, η συγκεκριμένη διαδικασία είναι πλήρως αυτοματοποιημένη και ο πελάτης απαντά στα φωνητικά μηνύματα που ακούει.

Συμπερασματικά, μέσω του "Phone Banking", ο χρήστης-πελάτης μιας τράπεζας έχει στη διάθεσή του πάρα πολλές τραπεζικές υπηρεσίες είτε σε επίπεδο πληροφόρησης, είτε σε επίπεδο οικονομικών συναλλαγών. Έτσι, για παράδειγμα μπορεί να ενημερωθεί για το υπόλοιπο των λογαριασμών του, για τις πρόσφατες κινήσεις των λογαριασμών του, καθώς επίσης και για την αποτίμηση του χαρτοφυλακίου του σε επίπεδο πληροφόρησης. Ακόμη, έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει οικονομικές συναλλαγές όπως: μεταφορές κεφαλαίων σε άλλους λογαριασμούς (στην ίδια ή σε άλλη τράπεζα, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό), πληρωμή λογαριασμών και πιστωτικών καρτών, πραγματοποίηση πάγιων εντολών για αγορά ή πώληση μετοχών και αμοιβαίων κεφαλαίων κ.ά.

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

Οι τραπεζικές υπηρεσίες μέσω κινητού είναι το τρίτο είδος της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Οι υπηρεσίες αυτές (Mobile Banking) που προσφέρονται, είναι ακόμα στη φάση ανάπτυξης τους σε όλο τον κόσμο και ιδιαίτερα στη χώρα μας. Όμως, αν λάβουμε υπόψη την τεράστια διείσδυση που έχει η χρήση κινητών τηλεφώνων στην Ελλάδα (αρκετά μεγαλύτερη από τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο), τότε μπορούμε να υποθέσουμε ότι το μέλλον του "Mobile Banking" περιγράφεται λαμπρό. Με αυτόν τον εξελισσόμενο τομέα της ηλεκτρονικής τραπεζικής, είναι δυνατή η επικοινωνία μέσω κινητού τηλεφώνου με τη μορφή γραπτών μηνυμάτων και με την τεχνολογία "WAP", του πελάτη με την τράπεζα.

Οι τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται σε αυτό το σύγχρονο είδος της ηλεκτρονικής τραπεζικής διαφέρουν πολλές φορές από αυτές που χρησιμοποιούνται στο "Internet Banking". Τα τελευταία χρόνια, μια εταιρεία κινητής τηλεφωνίας στη χώρα μας χρησιμοποιεί την τεχνολογία "i-mode". Η εταιρία αυτή γνωρίζει μεγάλη ανάπτυξη στο εξωτερικό (ιδιαίτερα στην Ιαπωνία) και είναι πολλά τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα που φιλοδοξούν να την εκμεταλλευτούν.

Θα πρέπει να αναφέρουμε ότι τραπεζικές υπηρεσίες μέσω κινητών τηλεφώνων (Mobile Banking), δεν προσφέρουν όλες οι τράπεζες στην Ελλάδα. Σε αντίθεση, τα άλλα δύο είδη της ηλεκτρονικής τραπεζικής (Internet Banking, Phone Banking), προσφέρονται από την πλειοψηφία των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων.

3.2.2 Προσφερόμενες υπηρεσίες και είδη συναλλαγών που πραγματοποιούνται μέσω του Internet Banking

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

- Οικονομικές συναλλαγές
- Πληροφοριακές συναλλαγές

- Αιτήσεις και άλλες υπηρεσίες

Οικονομικές συναλλαγές

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

A) Μεταφορές εντός τράπεζας

1. Μεταφορές σε λογαριασμό του ιδίου:

Στις περισσότερες περιπτώσεις, οι ηλεκτρονικές μεταφορές κεφαλαίων εντός της ίδιας τράπεζας πραγματοποιούνται άμεσα (on-line). Η διαδικασία που ακολουθείται είναι ιδιαίτερα απλή: Ο χρήστης-πελάτης επιλέγει τους τραπεζικούς λογαριασμούς χρέωσης και πίστωσης από τη σχετική ιστοσελίδα.

Στην περίπτωσή μας, στην οποία πρόκειται για λογαριασμούς του ίδιου προσώπου, ο χρήστης δεν χρειάζεται να πληκτρολογήσει τους αριθμούς των λογαριασμών. Μπορεί απλά να τους επιλέξει από την εμφανιζόμενη οθόνη. Φυσικά, είναι αυτονόητο ότι το σύστημα εμφανίζει στον πελάτη και τα διαθέσιμα υπόλοιπα των τραπεζικών του λογαριασμών, για να έχει πλήρη εικόνα και να μπορεί να πραγματοποιήσει τις μεταφορές που επιθυμεί. Αφού λοιπόν επιλέξει τους λογαριασμούς χρέωσης και πίστωσης, στη συνέχεια πληκτρολογεί το ποσό που επιθυμεί να

μεταφέρει αλλά και την ημερομηνία που επιθυμεί να πραγματοποιηθεί η μεταφορά (αν επιθυμεί μεταγενέστερη ημερομηνία). Ουσιαστικά παρέχεται η δυνατότητα για μεταφορές κεφαλαίων αν η ημερομηνία που επιλέξει ο χρήστης είναι διαφορετική από την τρέχουσα. Τέλος, είναι εφικτός ο ορισμός περιοδικών μεταφορών σε συγκεκριμένη ημέρα κάθε μήνα.

Με άλλα λόγια, καταχωρείται μια πάγια εντολή μεταφοράς κεφαλαίων, που στην περίπτωση που ο πελάτης δεν επιθυμεί πλέον τη χρησιμοποίησή της, θα πρέπει να την καταργήσει.

2. Μεταφορές σε λογαριασμό τρίτου:

Όπως και στις μεταφορές κεφαλαίων μεταξύ λογαριασμών του ιδίου πελάτη, έτσι και εδώ, οι μεταφορές πραγματοποιούνται συνήθως άμεσα (on-line), στην περίπτωση που ο χρήστης επιλέξει τρέχουσα ημερομηνία.

Στην αντίθετη περίπτωση, εκτελούνται σε μελλοντικό χρόνο που έχει προεπιλέξει ο πελάτης (forward εντολές). Ο λογαριασμός που θα χρεωθεί, δηλαδή ο λογαριασμός του χρήστη μαζί με το τρέχον υπόλοιπό του, εμφανίζεται στο σύστημα (λογαριασμός αποστολέα). Το μόνο που απαιτείται είναι να συμπληρώσει ο πελάτης τον λογαριασμό στον οποίο θα πιστωθούν τα χρήματα (λογαριασμός δικαιούχου). Σε αυτό το σημείο, ο πελάτης θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικός στην πληκτρολόγηση του σωστού λογαριασμού του δικαιούχου. Γι' αυτό, οι τράπεζες μετά την εισαγωγή του λογαριασμού που θα πιστωθεί από τον χρήστη, διενεργούν έλεγχο ψηφίων (check digit), ώστε να διαπιστωθεί αν ο συγκεκριμένος λογαριασμός είναι έγκυρος. Αξίζει να σημειωθεί ότι δεν υπάρχει δυνατότητα ταυτοποίησης του λογαριασμού με το όνομα του δικαιούχου. Για να ολοκληρωθεί η διαδικασία της

μεταφοράς, συμπληρώνεται το ποσό και η επιθυμητή ημερομηνία της συναλλαγής.

B) Πληρωμές πιστωτικών καρτών

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

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

Οι πληρωμές πιστωτικών καρτών του ιδίου πελάτη και οι πληρωμές πιστωτικών καρτών τρίτου, πραγματοποιούνται κατά κανόνα την ίδια ημέρα. Η μόνη διαφορά με τις προηγούμενες οικονομικές συναλλαγές που αναφέραμε, είναι ο λογαριασμός πίστωσης, που εδώ είναι είτε ο αριθμός της πιστωτικής κάρτας του ιδίου, είτε του τρίτου.

Στην περίπτωση των πληρωμών πιστωτικών καρτών άλλης τράπεζας, παρεμβάλλεται το διατραπεζικό σύστημα "ΔΙΑΣ" και ακολουθείται η παρόμοια διαδικασία με αυτήν των εμβασμάτων εσωτερικού. Η μόνη διαφορά είναι ότι ο χρήστης αφού επιλέξει την τράπεζα του δικαιούχου, στη συνέχεια θα πρέπει να πληκτρολογήσει τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας του δικαιούχου.

Τέλος, θα πρέπει να αναφέρουμε ότι η πληρωμή των πιστωτικών καρτών σε αυτήν την περίπτωση (άλλης τράπεζας), γίνεται μέσα σε 5 εργάσιμες ημέρες.

Γ) Πληρωμές Δημοσίου

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

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

1. Πληρωμές ΦΠΑ:

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

Ο χρήστης αρχικά, θα πρέπει να επιλέξει το λογαριασμό του (λογαριασμός χρέωσης) και στη συνέχεια να πληκτρολογήσει τον Αριθμό Φορολογικού Μητρώου του (ΑΦΜ), για να στείλει η τράπεζα ως μεσολαβητής τα χρήματα στο Υπουργείο Οικονομικών.

Τέλος, αφού επιλέξει το ποσό και την ημερομηνία της πληρωμής, απαιτείται να καταχωρήσει την αιτιολογία της συγκεκριμένης πληρωμής.

2. Εργοδοτικές εισφορές ΙΚΑ:

Παρόμοια, η ίδια διαδικασία συμπλήρωσης στοιχείων ακολουθείται και εδώ, με τη διαφορά ότι απαιτείται η συμπλήρωση δύο ακόμη πεδίων:

- α) του Αριθμού του Μητρώου Εργοδότη (ΑΜΕ) του υπόχρεου, και
- β) της μισθολογικής περιόδου που αφορά η συγκεκριμένη πληρωμή.

3. Εργοδοτικές εισφορές ΤΕΒΕ:

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

4. Είσπραξη φόρου εισοδήματος φυσικών προσώπων:

Εκτός από οφειλές των νομικών προσώπων και επιχειρήσεων που προαναφέραμε, ένας απλός πολίτης έχει τη δυνατότητα να πληρώσει το φόρο εισοδήματος που του αναλογεί, χρησιμοποιώντας τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ειδικότερα, μέσω του Διαδικτύου και της ιστοσελίδας μιας τράπεζας (που παρέχει ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες) πρέπει αρχικά να συμπληρώσει το λογαριασμό που επιθυμεί να χρεωθεί. Στη συνέχεια θα πρέπει να καταχωρήσει τον κωδικό του λογαριασμού που αναγράφεται στο εκκαθαριστικό του σημείωμα.

5. Τέλη κυκλοφορίας:

Όμοια, τα απαραίτητα στοιχεία που απαιτούνται να συμπληρωθούν σε μια ηλεκτρονική φόρμα πληρωμής τελών

κυκλοφορίας, είναι: ο λογαριασμός χρέωσης, το ποσό, η ημερομηνία και ο αριθμός του ειδοποιητηρίου, το οποίο έχει αποστείλει το Υπουργείο Οικονομικών στον υπόχρεο. Ακόμη, ζητούνται κάποια επιπρόσθετα προσωπικά στοιχεία, όπως είναι η διεύθυνση κατοικίας, ο ταχυδρομικός κώδικας κ.λπ. για να αποσταλεί μελλοντικά το ειδικό σήμα (τελών κυκλοφορίας).

Δ) Πληρωμή λογαριασμών ΔΕΚΟ και τηλεφωνίας

Οι περισσότερες τράπεζες στην Ελλάδα που διαθέτουν το εναλλακτικό κανάλι της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking), προσφέρουν υπηρεσίες πληρωμών λογαριασμών ΔΕΚΟ (ΟΤΕ, ΔΕΗ κ.λ.π.) και σταθερής και κινητής τηλεφωνίας (Cosmote, Tellas, Vodafone, TIM, Forthnet κ.λ.π.) στους πελάτες τους. Για τα παραπάνω είδη πληρωμών χρησιμοποιείται το σύστημα της εταιρείας "ΔΙΑΣ", όπου συμμετέχουν, όπως αρχικά αναφέραμε, οι περισσότερες ελληνικές τράπεζες.

Για την πλειοψηφία των λογαριασμών ΔΕΚΟ και τηλεφωνίας (σταθερής και κινητής), ο χρήστης των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω του Διαδικτύου (Internet Banking), θα πρέπει να ακολουθήσει τα εξής βήματα:

- α) Να επιλέξει τον τραπεζικό λογαριασμό του που θα χρεωθεί**
- β) Να πληκτρολογήσει τον κωδικό λογαριασμού που αναγράφεται στα ειδοποιητήρια που λαμβάνει από τις εκάστοτε επιχειρήσεις (π.χ. λογαριασμός τηλεπικοινωνιακών τελών από τον ΟΤΕ)**
- γ) Πληκτρολόγηση του ποσού πληρωμής**

δ) Επιλογή της ημερομηνίας πληρωμής.

Σε πολλές από τις επιχειρήσεις υπάρχει η δυνατότητα στον πελάτη να εξοφλεί τους λογαριασμούς του μέσω πάγιας εντολής (π.χ. ΔΕΗ). Με αυτήν την ανάθεση άμεσης χρέωσης στην τράπεζα διευκολύνονται ακόμα περισσότερο οι πελάτες, εφόσον δεν απαιτείται η επανάληψη της παραπάνω διαδικασίας κάθε φορά που τους αποστέλλεται ο λογαριασμός.

Ε) Μαζικές πληρωμές - Μισθοδοσίες

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

Αναλυτικότερα, τα βασικά στοιχεία που περιλαμβάνονται στην επικεφαλίδα τέτοιων αρχείων είναι ο κωδικός της εταιρείας, η ημερομηνία και το συνολικό ποσό πληρωμής. Αντίστοιχα, στο κύριο μέρος του αρχείου μισθοδοσίας θα πρέπει να συμπληρωθούν οι αριθμοί των λογαριασμών πίστωσης, τα ονόματα των δικαιούχων, τα ποσά πληρωμής και η αιτιολογία για κάθε εγγραφή.

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

Πληροφοριακές συναλλαγές

Ένα από τα σημαντικότερα είδη συναλλαγών που προσφέρει η ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking), είναι οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες πληροφόρησης των πελατών της.

Ειδικότερα, ένας χρήστης της τραπεζικής μέσω Διαδικτύου, έχει τη δυνατότητα να επιλέξει να πληροφορηθεί μεταξύ των εξής κατηγοριών:

1. Πληροφορίες λογαριασμών:

Ο κάθε πελάτης έχει πρόσβαση στις καρτέλες των λογαριασμών του (ταμιευτηρίου, όψεως, τρεχούμενο, μισθοδοσίας), έχοντας τη δυνατότητα να αντλήσει άμεσα τις πληροφορίες που τον ενδιαφέρουν.

Πιο συγκεκριμένα, ο πελάτης έχει στη διάθεσή του τα διαθέσιμα υπόλοιπα των λογαριασμών του, καθώς και τις τελευταίες κινήσεις των λογαριασμών του. Έτσι, μπορεί να ενημερωθεί για παράδειγμα για την τελευταία κατάθεση μετρητών που πραγματοποίησε (πίστωση) ή για μια μεταφορά σε άλλο λογαριασμό του (χρέωση).

Για να μην επιβαρύνεται το σύστημα με πολυάριθμες εγγραφές, ο κάθε πελάτης (ανάλογα με τη συχνότητα των συναλλαγών) υπόκειται σε κάποιους περιορισμούς σχετικά με το πλήθος των κινήσεων που μπορεί να παρακολουθήσει.

Συνήθως οι τράπεζες θέτουν ως όριο τις δέκα τελευταίες χρεώσεις και πιστώσεις ή το τελευταίο τρίμηνο (ή εξάμηνο), αναλογικά πάντα με τη συχνότητα κινήσεων του λογαριασμού του κάθε πελάτη.

2. Πληροφορίες πιστωτικών καρτών:

Ο πελάτης είναι σε θέση να ενημερωθεί για το πιστωτικό όριο της κάρτας, το ποσό συνδρομής, το επιτόκιο της κάρτας, καθώς και για διάφορες άλλες γενικές πληροφορίες που αφορούν την πιστωτική του κάρτα (π.χ. ελάχιστο ποσό καταβολής).

Το πιο σημαντικό όμως είναι ότι μπορεί να ενημερωθεί για το οφειλόμενο υπόλοιπο της κάρτας (τρέχον υπόλοιπο), καθώς και για την ημερομηνία προθεσμίας καταβολής του συγκεκριμένου ποσού. Επιπρόσθετα, έχει τη δυνατότητα να παρακολουθήσει τις τελευταίες κινήσεις χρεώσεων της κάρτας, εντός κάποιων ορίων (όπως και στις κινήσεις λογαριασμών).

3. Πληροφορίες επιταγών:

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

4. Πληροφορίες δανείων:

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

5. Διάφορες άλλες πληροφορίες:

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

Αιτήσεις και άλλες υπηρεσίες

Εκτός από τις δύο βασικές κατηγορίες προσφερόμενων υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής, οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να πραγματοποιήσουν ηλεκτρονικές αιτήσεις για τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες που τους ενδιαφέρουν. Εδώ, το εύρος των αιτήσεων που προσφέρονται από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα ποικίλλει από τράπεζα σε τράπεζα.

Η πιο συνηθισμένη κατηγορία αιτήσεων είναι αυτή της παραγγελίας μπλοκ επιταγών. Πραγματοποιώντας την συγκεκριμένη αίτηση σε ηλεκτρονική μορφή, η τράπεζα ενημερώνεται και εκδίδει το μπλοκ επιταγών του πελάτη, ο οποίος μετά την πάροδο ορισμένων ημερών μπορεί να το παραλάβει από το κατάστημα (που δήλωσε στην αίτηση).

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

πραγματοποιείται όταν ο ίδιος επισκεφθεί το κατάστημα (που έχει δηλώσει στην αίτηση), καθότι χρειάζεται να προσκομίσει διάφορα έγγραφα (π.χ. φωτοτυπία ταυτότητας) και να υπογράψει.

Παρόμοια περίπτωση είναι και η αίτηση του χρήστη για κάποιο δάνειο που επιθυμεί. Η διαφορά εδώ είναι ότι ο χρήστης αρχικά θα πρέπει να επιλέξει τον τύπο του δανείου (π.χ. καταναλωτικό-φοιτητικό) για να φορτωθεί η αντίστοιχη ηλεκτρονική φόρμα συμπλήρωσης στοιχείων.

Έπειτα η διαδικασία που ακολουθείται είναι ακριβώς η ίδια με τις αιτήσεις των λογαριασμών, αφού το επόμενο στάδιο είναι η επίσκεψη του πελάτη στην τράπεζα. Εκεί, ο ίδιος εφόσον προσκομίσει τα απαιτούμενα έγγραφα (π.χ. εκκαθαριστικό της εφορίας), μπορεί να υπογράψει τη σύμβαση του δανείου του (στην περίπτωση που έχει εγκριθεί).

Τέλος, υπάρχει πληθώρα άλλων υπηρεσιών που μπορούν να προσφερθούν και να διεκπεραιωθούν μέσω των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Για παράδειγμα, πολλές τράπεζες προσφέρουν μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής αγοραπωλησία μετοχών, αμοιβαίων κεφαλαίων, ομολόγων, παραγώγων κ.τ.λ. μέσω του Διαδικτύου (on-line). Σε αυτήν την περίπτωση, από τις καθαρά τραπεζικές εργασίες περνάμε σε επενδυτικές υπηρεσίες (e-investment) ή σε άλλες περιπτώσεις και σε ασφαλιστικές υπηρεσίες (e-insurance).

3.2.3 Έγγραφή στις υπηρεσίες e-banking

Για να αποκτήσει κάποιος πελάτης (φυσικό ή νομικό πρόσωπο) πρόσβαση στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω του Διαδικτύου (Internet Banking), θα πρέπει πρώτα να

εγγραφεί στις συγκεκριμένες υπηρεσίες. Για να ολοκληρωθεί η εγγραφή του, θα πρέπει να τηρεί κάποιες προϋποθέσεις, Πρώτα, ο υποψήφιος χρήστης θα πρέπει να είναι πελάτης της τράπεζας, δηλαδή να κατέχει τουλάχιστον έναν τραπεζικό λογαριασμό. Έπειτα, θα πρέπει να είναι ενήλικος, δηλαδή να έχει συμπληρώσει τα 18 του χρόνια και τέλος να διαθέτει ηλεκτρονικό υπολογιστή.

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

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

3.2.4 Τρόποι πρόσβασης στις υπηρεσίες e-banking

Οι τράπεζες επικεντρώνουν τις προσπάθειές τους στη διασφάλιση της συναλλαγής με τον τελικό χρήστη, σε όλα τα

στάδια που περιλαμβάνονται μέχρι την επιτυχή ολοκλήρωσή τους. Μία από τις δικλίδες ασφαλείας των συναλλαγών του πελάτη είναι το πρώτο στάδιο όπου πραγματοποιείται η ταυτοποίηση του χρήστη.

Όταν ο πελάτης εγγραφεί στις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, όπως αναφέραμε παραπάνω, μετά την πάροδο λίγων ημερών θα του αποσταλούν σε ειδικό φάκελο ασφαλείας οι κωδικοί πρόσβασης του.

Το επόμενο βήμα λοιπόν είναι η σύνδεση και ταυτοποίηση του χρήστη στην αντίστοιχη ιστοσελίδα της τράπεζας για να ξεκινήσει τις συναλλαγές του.

Η κάθε τράπεζα όμως χρησιμοποιεί διαφορετικούς τρόπους πρόσβασης στις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής και κατά συνέπεια επηρεάζεται και ο βαθμός ασφάλειας που απολαμβάνουν οι χρήστες.

Έτσι, ανάλογα με την πολιτική ασφαλείας που ακολουθεί ο κάθε χρηματοπιστωτικός οργανισμός, υπάρχουν διάφορα είδη ταυτοποίησης του χρήστη και πρόσβασής του στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω του Διαδικτύου (Internet Banking).

Ειδικότερα, οι τρόποι πρόσβασης στα συστήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής, είναι οι εξής:

1. Όνομα χρήστη - Κωδικός (User name - Password):

Αποτελεί την πιο συνηθισμένη μέθοδο πρόσβασης (ειδικά στις Ελληνικές τράπεζες), αλλά και την πλέον αδύναμη, σε σύγκριση με τις άλλες προηγμένες που υπάρχουν.

Η ευκολία αυτού του τρόπου πρόσβασης είναι προφανής, καθώς ο χρήστης θα πρέπει να θυμάται μόνο 2 κωδικούς, που κατά

κανόνα τον έναν (username) τον επιλέγει ο ίδιος κατά την εγγραφή του.

Για λόγους ασφαλείας, κοινή πρακτική των τραπεζών είναι να μπλοκάρουν τους κωδικούς των πελατών τους, σε συνεχείς λανθασμένες καταχωρήσεις από την πλευρά τους. Βέβαια, ο αναφαινόμενος κίνδυνος εδώ, είναι να υποκλέψει κάποιος αυτούς τους προσωπικούς κωδικούς του πελάτη και να πραγματοποιήσει συναλλαγές στο όνομά του.

Υπάρχουν πολλοί τρόποι υποκλοπής των κωδικών που "κυκλοφορούν" στο Διαδίκτυο από επίδοξους εισβολείς (hackers). Γι' αυτό το λόγο πρέπει να είναι κρυπτογραφημένοι με κάποιον κώδικα (π.χ. 128 bit). Η κρυπτογράφηση των προσωπικών κωδικών των χρηστών, από τη στιγμή που πληκτρολογούνται από τους ίδιους στην ιστοσελίδα της τράπεζας (και "κυκλοφορούν" στο Διαδίκτυο), είναι ζήτημα που άπτεται της ακολουθούμενης πολιτικής των τραπεζών.

Τα τελευταία χρόνια μερικές τράπεζες έχουν υιοθετήσει για λόγους επιπρόσθετης ασφάλειας, τα λεγόμενα "εικονικά πληκτρολόγια". Αυτά δημιουργήθηκαν για να αποτρέψουν ορισμένους επιτήδειους από την κλοπή κωδικών (και αριθμών πιστωτικών καρτών) μέσω της πληκτρολόγησης του χρήστη.

2. Ψηφιακά πιστοποιητικά:

Ορισμένες τράπεζες χρησιμοποιούν τα λεγόμενα ψηφιακά πιστοποιητικά (digital certifications), ως τρόπο πρόσβασης και ως ένα μέσο πρόσθετης ασφάλειας.

Ένα ψηφιακό πιστοποιητικό αποτελεί το μέσο που παρέχει τη δυνατότητα στον κάτοχό του, να υπογράψει ψηφιακά τις

συναλλαγές που πραγματοποιεί μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Από τη στιγμή που το τελευταίο εγκατασταθεί στον υπολογιστή του χρήστη, προσφέρει τη δυνατότητα ταυτοποίησής του ίδιου και επιτρέπει τη διεξαγωγή οικονομικών συναλλαγών μόνο από αυτόν. Τα συστήματα αυτά είναι γνωστά και ως PKI (Personal Key Identification) και παρέχουν πιστοποίηση, ακεραιότητα δεδομένων και ασφάλεια συναλλαγών.

3. USB Tokens:

Είναι κάποιες μικρές ηλεκτρονικές συσκευές, οι οποίες συνδέονται στον υπολογιστή του χρήστη (μέσω θύρας USB) και παράγουν νέους μοναδικούς κωδικούς (OTP - One Time Passwords) ανά προκαθορισμένα χρονικά διαστήματα.

Το χαρακτηριστικό τους είναι η ευκολία χρήσης που προσφέρουν και η αποτελεσματική άμυνα που παρέχουν απέναντι στην ανίχνευση κωδικών. Επίσης, βοηθούν τον πελάτη να μην χρειάζεται να απομνημονεύει πολλούς κωδικούς, εφόσον τα αναγνωριστικά του αποθηκεύονται με ασφάλεια σε αυτό. Τέλος, έχουν επιπρόσθετες δυνατότητες, όπως πιστοποίηση, ψηφιακή υπογραφή και κρυπτογράφηση.



USB Token με OTP της ATEbank

4. Βιομετρικοί αναγνώστες:

Ένας βιομετρικός αναγνώστης μετράει ένα μοναδικό φυσικό χαρακτηριστικό ή συμπεριφορά ενός ανθρώπου και το συγκρίνει με ένα αποθηκευμένο ψηφιακό πρότυπο για να τον πιστοποιήσει.

Ένα από τα πιο συνηθισμένα βιομετρικά συστήματα είναι αυτά των δακτυλικών αποτυπωμάτων, που μπορούν να χρησιμοποιηθούν αντί των προσωπικών κωδικών αναγνώρισης (PIN) των χρηστών. Άλλα συστήματα βιομετρικών αναγνώστών μπορούν να αφορούν χαρακτηριστικά, όπως η ίριδα του ματιού, η φωνή του πελάτη κ.τ.λ. Όμως, παρά το εξακριβωμένο επίπεδο ασφάλειας που παρέχουν, δεν είναι ιδιαίτερα εύχρηστοι και μάλιστα κοστολογούνται ιδιαίτερα ακριβά.

5. Έξυπνες κάρτες (Smart Cards):

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

6. Αριθμοί TAN:

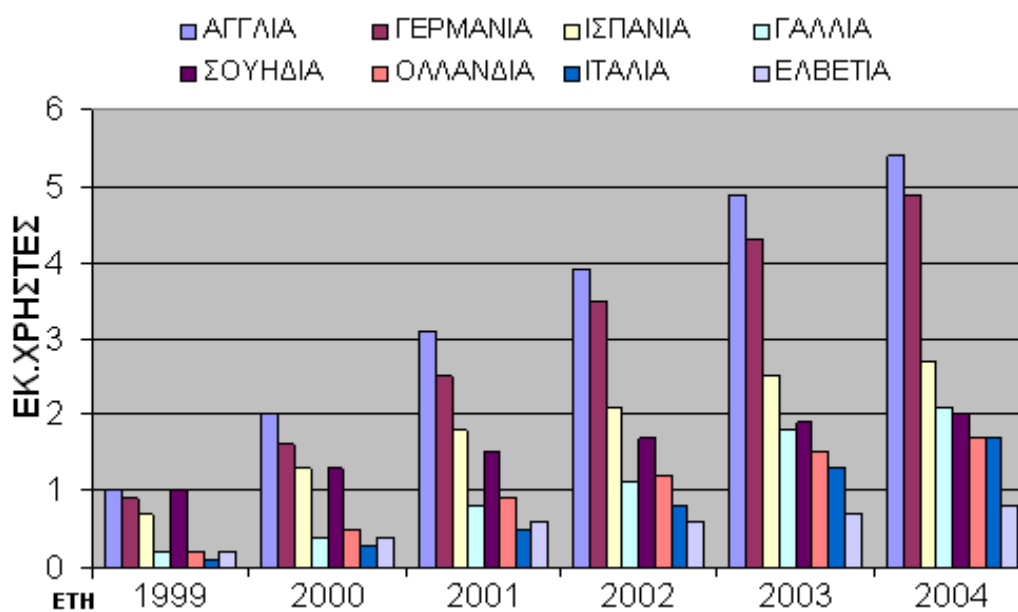
Οι αριθμοί ή λίστες TAN (Transaction Authorization Numbers) είναι μια επιπλέον μέθοδος ταυτοποίησης, άρα και ασφάλειας των συναλλαγών.

Στην ουσία, είναι κάποιοι επιπλέον μοναδικοί κωδικοί αριθμοί σε λίστα, οι οποίοι παρέχονται στον πελάτη (μετά από αίτησή του) και τους χρησιμοποιεί κατά την είσοδό του στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Στη συνέχεια, παραθέτουμε τα ακόλουθα διαγράμματα όσον αφορά:

- Τους Ευρωπαίους χρήστες e-banking 1999-2004
- Την ανάπτυξη χρηστών e-banking ανά ήπειρο

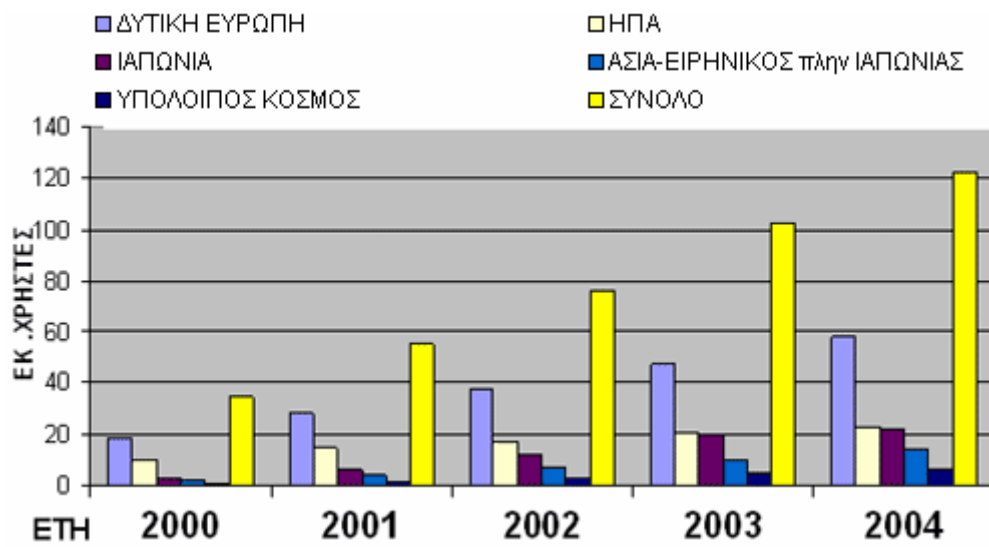
Ευρωπαίοι χρήστες e-banking 1999-2004



Πηγή: International Data Corporation

Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα, παρατηρείται ότι κάθε χρόνο αυξάνεται σταδιακά η χρήση του e-banking στις εν λόγω ευρωπαϊκές χώρες.

Ανάπτυξη χρηστών e-banking ανά ήπειρο



Πηγή: International Data Corporation

Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα, παρατηρείται ότι κάθε χρόνο αυξάνεται σταδιακά η ανάπτυξη χρηστών του e-banking στις εν λόγω ηπείρους.



3.3 ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ

Πιστωτική κάρτα είναι το πλαστικό δελτίο που επιτρέπει στον κάτοχό του να πραγματοποιεί συναλλαγές, καθώς και αγορές αγαθών και υπηρεσιών. Επιπλέον, επιτρέπει την πληρωμή σε κάποιο σημείο πώλησης, ανάληψη ή κατάθεση χαρτονομισμάτων και συναφείς πράξεις σε μηχανές ανάληψης χρημάτων ή Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές (ΑΤΜ). Πρέπει να τονιστεί ότι η πιστωτική κάρτα δεν είναι μέσο δανεισμού χρημάτων, αλλά αποτελεί ένα εργαλείο συναλλαγών. Για αυτό το λόγο μπορεί να ονομασθεί και «πλαστικό χρήμα».

Οι πιστωτικές κάρτες εκδίδονται από πιστωτικούς οργανισμούς με ευρύτατη αποδοχή και αναγνώριση. Έτσι, εξασφαλίζουν στους κατόχους τους τη δυνατότητα αγοράς αγαθών ή υπηρεσιών, χωρίς να απαιτείται άμεση καταβολή της αξίας τους.

Όπως προαναφέραμε, η πιστωτική κάρτα έχει τη μορφή μιας πλαστικής κάρτας, η οποία φέρει στη μια πλευρά της με ανάγλυφα στοιχεία τον αριθμό μητρώου και το ονοματεπώνυμο του κατόχου της, τη λήξη ισχύος της, καθώς επίσης και το πιστωτικό κατάστημα το οποίο τη χορήγησε. Στην άλλη πλευρά συνήθως

υπάρχει η μαγνητική ταινία, η οποία αποτελεί θέση για την υπογραφή του κατόχου της και το λογότυπο του οργανισμού που την εξέδωσε.

Η πιστωτική κάρτα παρέχει στον κάτοχό της τη δυνατότητα να πραγματοποιεί αγορές αγαθών και υπηρεσιών, χωρίς άμεση καταβολή της αξίας τους. Αυτό πρέπει να πραγματοποιείται εντός των πιστωτικών ορίων της, από επιχειρήσεις που είναι συμβεβλημένες με τον τραπεζικό οργανισμό που την εξέδωσε. Η δυνατότητα αυτή για ορισμένες κάρτες επεκτείνεται και στο εξωτερικό. Παρ'όλα αυτά, άλλες κάρτες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για απεριόριστο όριο αγορών, με μόνη προϋπόθεση τη μηνιαία εξόφληση του λογαριασμού.

Επίσης, με την πιστωτική κάρτα παρέχεται η δυνατότητα ανάληψης μετρητών 24 ώρες το 24ωρο, ανάλογα βέβαια με το ύψος του πιστωτικού ορίου. Το μηνιαίο όριο ανάληψης μετρητών κλιμακώνεται ανάλογα με το πιστωτικό όριο που έχει ο κάτοχος της κάρτας, π. χ. για πιστωτικό όριο 1.470 ευρώ, το μηνιαίο όριο ανάληψης μετρητών ανέρχεται σε 588 ευρώ.

Επιπλέον, η πιστωτική κάρτα παρέχει στον κάτοχό της τη δυνατότητα να διενεργεί τραπεζικές πράξεις μέσω των Αυτόματων Ταμειολογιστικών Μηχανών (ΑΤΜ). Οι πράξεις αυτές συνδέονται με τους τραπεζικούς λογαριασμούς, προσωπικούς ή κοινούς, τους οποίους (ο κάτοχος τους) δήλωσε στην αίτησή του ότι επιθυμεί να κινεί. Με άλλα λόγια, μέσω των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης, ο κάτοχος της πιστωτικής κάρτας μπορεί να πραγματοποιεί αναλήψεις και καταθέσεις. Επιπλέον, έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιεί μεταφορά ποσών από λογαριασμό σε λογαριασμό, εξόφληση της δόσης ή ακόμη να έχει ενημέρωση

για το υπόλοιπο των λογαριασμών του ή της πιστωτικής του κάρτας.

Πέρα όμως από αυτές τις κύριες δυνατότητες, παρέχεται και σειρά υπηρεσιών όπως:

- τα πλήρη πακέτα ασφαλιστικών καλύψεων (π.χ. ταξιδιωτική ασφάλιση, ασφάλιση τροχαίου δυστυχήματος κ.ά.)
- η δυνατότητα λήψης επιπρόσθετου συναλλάγματος για ταξίδια στο εξωτερικό
- ευνοϊκά τουριστικά πακέτα με εκπτώσεις στις τιμές των ξενοδοχείων, σε ενοικιάσεις αυτοκινήτων κ.ά.

Τέλος, σε πολλές περιπτώσεις οι κάτοχοι των πιστωτικών καρτών ενημερώνονται, μέσω ειδικών περιοδικών που τους αποστέλλονται, για προσφορές καταστημάτων. Κατά τις προσφορές αυτές, η εξόφληση των άμεσων αγορών που πραγματοποιούνται γίνεται ύστερα από την παρέλευση αρκετών μηνών (προγράμματα μεταχρονολογημένων χρεώσεων) ή με πολλές άτοκες μηνιαίες δόσεις (προγράμματα άτοκων δόσεων).

3.3.1 Διαδικασία έκδοσης πιστωτικής κάρτας

Ο ενδιαφερόμενος υποβάλλει σχετική αίτηση και μετά την έγκριση ανοίγει ένα λογαριασμό στην εκδούσα τράπεζα για την αυτόματη εξόφληση του λογαριασμού της κάρτας. Η αίτηση συνοδεύεται από φωτοτυπία της αστυνομικής του ταυτότητας, καθώς και φωτοτυπία του τελευταίου εκκαθαριστικού της εφορίας ή της τρέχουσας μισθοδοσίας.

Προκειμένου η τράπεζα να εγκρίνει την αίτηση, συνεκτιμά ένα σύνολο από κριτήρια, όπως το ύψος και την πηγή του

εισοδήματος, τη σταθερή επαγγελματική κατάσταση, ή τυχόν προηγούμενη πελατειακή σχέση με την τράπεζα.

Κατηγορίες πιστωτικών καρτών

Οι πιστωτικές κάρτες διακρίνονται σε:

∅ Κάρτες που ισχύουν στο εσωτερικό της χώρας, αλλά και στο εξωτερικό

Είναι κάρτες που η ισχύ τους επεκτείνεται και στο εξωτερικό (σε ξένα νομίσματα) και χαρακτηρίζονται ως «χρυσές» ή «prestige» κ.ά. Οι κάρτες αυτές παρέχουν υψηλά πιστωτικά όρια και συνοδεύονται συνήθως από προνόμια και παροχές, όπως ισχυρά ασφαλιστικά πακέτα, νομική προστασία κ.ά.

∅ Κάρτες ειδικές για εμπορικές επιχειρήσεις (Business Cards)

Εξυπηρετούν, γιατί συνήθως δεν έχουν περιοριστικό όριο για δαπάνες.

∅ Κάρτες οικογενειακές (Family Cards)

Έχουν ευρύτερα περιθώρια για την εξυπηρέτηση οικογενειακών αναγκών.

∅ Κάρτα που παρέχει πίστωση σε περίπτωση ενοικίασης αυτοκινήτου στο εσωτερικό και στο εξωτερικό.

Ø Κάρτα που εξασφαλίζει ιατρική και νομική βοήθεια στο εξωτερικό.

Ø Πολυκάρτα

Είναι κάρτα πολλαπλών χρήσεων (Multi-Card). Η κάρτα αυτή συνδυάζει διάφορες μορφές απ' αυτές που αναφέρθηκαν πιο πάνω.

3.3.2 Καινοτομίες που δρομολογούνται στον τομέα των πιστωτικών καρτών

Το λεγόμενο «*πλαστικό χρήμα*» εκτιμάται από τους ειδικούς ότι θα αποτελέσει τομέα ιδιαίτερης ανάπτυξης κατά τη μετάβαση στον 21^ο αιώνα. Επιπλέον, αναμένεται ότι ένα σημαντικό μερίδιο του τραπεζικού marketing θα αφορά τη διάδοση και τη γενίκευση της χρήσης των πιστωτικών καρτών και γενικότερα μορφών του πλαστικού χρήματος.

Ήδη όλο και περισσότερα μεγάλα καταστήματα στο εξωτερικό εκδίδουν πιστωτικές κάρτες, προσπαθώντας με τον τρόπο αυτό να διατηρήσουν έναν σημαντικό αριθμό πελατών.

Πρόσφατη καινοτομία είναι η έκδοση πιστωτικών καρτών που είναι **συνδεδεμένες με αθλητικά σωματεία** (π.χ. Παναθηναϊκός FC-Visa), πολιτιστικούς οργανισμούς (π.χ. Artion Visa σε συνεργασία με τον Οργανισμό Μεγάρου Μουσικής Αθηνών) κ. ά. Στόχος τους είναι η διεύρυνση της πελατείας του τραπεζικού φορέα, η προβολή του συνεργαζόμενου φορέα και η εξυπηρέτηση του πελάτη (π.χ. εκπτώσεις, εξασφάλιση εισιτηρίων κ.ά.)

Σημαντική αύξηση παρουσιάζουν τα τελευταία χρόνια και οι **χρεωστικές τραπεζικές κάρτες**, με τις οποίες μπορεί κανείς να πραγματοποιεί αγορές με απευθείας χρέωση του λογαριασμού του χωρίς κανένα όριο ή επιβάρυνση με τόκους.

Τέλος, τα επόμενα χρόνια εκτιμάται ότι θα κυκλοφορήσουν και στην Ελλάδα οι λεγόμενες «**έξυπνες κάρτες**» (**smart cards**). Οι κάρτες αυτές θα αποτελέσουν έναν σημαντικό νέο τρόπο συναλλαγών, λειτουργώντας ως ηλεκτρονικά πορτοφόλια. Στην πραγματικότητα οι έξυπνες κάρτες μπορούν να περιέχουν προσωπικές πληροφορίες του κατόχου, κλειδιά για ψηφιακή υπογραφή, πιθανόν βιομετρική πληροφορία, κ.ά.

Φυσικά είναι αναγκαίο να αποφευχθεί το γεγονός ότι οι λειτουργίες που προσφέρει μια κάρτα ενδέχεται να καταντήσουν περιορισμός και όχι πλεονέκτημα για τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες. Προκειμένου να γίνει αυτό, οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες πρέπει να σχεδιάζονται χωρίς να λαμβάνουν υπόψη τις έξυπνες κάρτες που υπάρχουν. Αυτό συμβαίνει επειδή αρκετοί πελάτες ενδέχεται να μηνέχουν στην κατοχή τους τέτοιου είδους κάρτες για μεγάλο χρονικό διάστημα.

Παράδειγμα:

Πιστωτικές κάρτες της ΑΤΕbank

Οι κυριότερες από αυτές είναι:

- **Goldstar Visa ή Goldmast Mastercard**

Για καλούς πελάτες με άριστο πιστωτικό ιστορικό



- **Silverstar Visa ή Silvermast Mastercard**

Για πελάτες με μεγάλη κίνηση



- **ABG Telepassport Silver Visa**

Για πελάτες με έκπτωση στο λογαριασμό τηλεφώνου τους



- **Φοιτητική Visa**

Η κάρτα των νέων που σπουδάζουν



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

(Για το κεφάλαιο αυτό χρησιμοποιήθηκαν στοιχεία κυρίως από τις πηγές [1],[6],[11],[20])

4.1 Η ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΟΝ ΚΥΒΕΡΝΟΧΩΡΟ

Η **ασφάλεια** αποτελεί ίσως τον πιο κρίσιμο και καθοριστικό παράγοντα για την ευρεία διάδοση, χρήση και αποδοχή του e-εμπορίου πάνω από ανοικτά συστήματα και δίκτυα. Η δημιουργία ασφαλούς περιβάλλοντος e-εμπορίου σημαίνει την προστασία των δικτυακών πόρων από ενδεχόμενες απειλές και κινδύνους. Επιπλέον σημαίνει την εγγύηση τουλάχιστον του ίδιου επιπέδου ασφαλείας με το παραδοσιακό εμπόριο.

Οι λόγοι που το Διαδίκτυο απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή είναι οι εξής:

1. Χωρίς δυνατή ασφάλεια οι απάτες με υπολογιστές είναι ανεξιχνίαστες. Σε ένα μη ασφαλές υπολογιστικό σύστημα μια επίθεση μπορεί να μην αφήσει ίχνη. Τα εγκλήματα στο φυσικό κόσμο πάντα αφήνουν κάποιες φυσικές αποδείξεις (για παράδειγμα, ένας μάρτυρας, εικόνες σε κάμερες ασφαλείας, κ.λπ.). Οι διάφοροι μηχανισμοί ασφαλείας, όπως firewalls προστατεύουν ως ένα βαθμό τις εφαρμογές και παρέχουν κάποια ίχνη για το ποιες ενέργειες εκτελέστηκαν και από ποιόν.

2. Οι υπολογιστές δεν είναι τέλειοι αντικαταστάτες των ανθρώπων. Από πολλές απόψεις, η λήψη παραγγελιών με τη βοήθεια ενός υπολογιστή είναι φθηνότερη και πιο αποδοτική από το να έχουμε κάποιον υπάλληλο να απαντάει στο τηλέφωνο και να καταγράφει την παραγγελία. Από την άλλη πλευρά βέβαια, ο υπάλληλος είναι πιο ευέλικτος στην επικοινωνία του με τον πελάτη. Έτσι, μπορεί να εντοπίσει κάτι ασυνήθιστο στις παραγγελίες. Αντίθετα, οι μηχανές δεν έχουν αυτή την ευελιξία.

3. Το Διαδίκτυο δείχνει να είναι «ανώνυμο» και «μακρινό». Η επικοινωνία στο Διαδίκτυο φαίνεται πιο θεωρητική, πιο απρόσωπη ή λιγότερο πραγματική από την επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο ή από την επικοινωνία μέσω τηλεφώνου. Είναι πολύ σημαντικό οι καταναλωτές να είναι σίγουροι ότι επικοινωνούν με την επιχείρηση που θέλουν, αφού στο Διαδίκτυο είναι εύκολο να παραπλανηθούν.

4.2 Η ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

Η ραγδαία διάδοση του Διαδικτύου προσέφερε στις επιχειρήσεις και στους καταναλωτές μια μοναδική ευκαιρία επικοινωνίας, τόσο σε εθνικό, όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Το χαμηλό κόστος, η εύκολη πρόσβαση, η γρήγορη και συνεχής ενημέρωση είναι μόνο μερικοί από τους παράγοντες που βοήθησαν στην ανάπτυξη του e-εμπορίου.

Ωστόσο, ένα μεγάλο θέμα ανακύπτει σε όλες τις έρευνες, μελέτες και αναλύσεις που σχετίζονται με την ηλεκτρονική τραπεζική, αλλά και γενικώς με το ηλεκτρονικό εμπόριο. Το θέμα αυτό είναι η προστασία του καταναλωτή όσον αφορά την

ασφάλειά του. Η ασφάλεια αποτελεί ένα ιδιαίτερο ευαίσθητο σημείο στις τραπεζικές συναλλαγές μέσω Διαδικτύου και μάλλον αποτελεί τον κύριο ανασταλτικό παράγοντα για την χρήση των on-line υπηρεσιών.



Ένας γενικός ορισμός είναι η προστασία των συναλλαγών από οποιονδήποτε κίνδυνο. Περιλαμβάνει δε τόσες πολλές συνιστώσες, που είναι δύσκολο για τους καταναλωτές να αντιληφθούν τη σημασία της σε όλη της την έκταση. Με άλλα λόγια, μπορεί να σημαίνει ότι ο καταναλωτής δίνει άφοβα τα στοιχεία της πιστωτικής του κάρτας σε μια συναλλαγή στο Web, χωρίς αυτά να υποκλαπούν. Μπορεί επίσης να σημαίνει ότι ο καταναλωτής στέλνει ένα e-mail χωρίς να παραποιηθεί το περιεχόμενό του, μέχρι αυτό να φτάσει στον τελικό προορισμό του. Επίσης, γνωρίζει ότι η ιστοσελίδα που επισκέπτεται ανήκει σε μια συγκεκριμένη εταιρεία και τα προσωπικά στοιχεία που πληκτρολογεί σε μια ηλεκτρονική φόρμα δεν θα δημοσιευτούν στο Διαδίκτυο χωρίς την έγκρισή του.

Γενικά, το πρωτόκολλο που ακολουθείται από τις περισσότερες τράπεζες για την προστασία των συναλλαγών, είναι το SET (Security Electronic Transactions). Το πρωτόκολλο αυτό στηρίζεται από τους δύο σημαντικότερους οργανισμούς πιστωτικών καρτών, τη **MasterCard** και τη **Visa**.

Όσον αφορά συγκεκριμένα τους καταναλωτές των τραπεζικών υπηρεσιών, προκύπτει έντονα η ανάγκη ειδικής προστασίας, καθώς υπάρχει έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των πιστωτικών ιδρυμάτων. Αυτός ο ανταγωνισμός, ωθεί τις τράπεζες κάποιες φορές όχι μόνο στην απόκρυψη χρήσιμων πληροφοριών

για τον καταναλωτή, αλλά και στη χρήση “επιθετικών” μεθόδων πώλησης και παροχής τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Μπροστά στην οικονομική συνήθως ισχύ και τον έμπειρο επαγγελματισμό των τραπεζών, οι πελάτες έχουν να αντιτάξουν συνήθως ανίσχυρη οικονομική θέση και απειρία. Για το λόγο αυτό από τη συναλλακτική σχέση μεταξύ τράπεζας και πελάτη απορρέουν οι παρακάτω ειδικές υποχρεώσεις :

i) Υποχρέωση εχεμύθειας. Εδώ υπάγεται το γενικό τραπεζικό απόρρητο

Πρόκειται για την υποχρέωση που έχουν οι τράπεζες να μην ανακοινώνουν τις πληροφορίες που περιέρχονται σε αυτές (και αφορούν αποκλειστικά τους πελάτες), σε τρίτους. Αυτό μπορεί να συμβεί, τόσο κατά τη διάρκεια της σύμβασης με τους πελάτες όσο και μετά τη λήξη της, ακόμα δε και αν δεν πραγματοποιηθεί τελικά η συναλλαγή με τον πελάτη.

Επιπλέον, είναι το απόρρητο των τραπεζικών καταθέσεων. Με άλλα λόγια, είναι η υποχρέωση των τραπεζών να διατηρούν απόρρητες τις κάθε μορφής καταθέσεις που έχουν οι πελάτες τους.

ii) Υποχρέωση τραπεζικής πληροφόρησης

Τα πιστωτικά ιδρύματα κατέχουν πλήθος πληροφοριών που αφορούν την οικονομική κατάσταση των πελατών τους. Συνεπώς τις πληροφορίες αυτές θα ήθελαν να γνωρίζουν τρίτοι, οι οποίοι σκοπεύουν να συναλλαγούν με αυτούς. Η τράπεζα δεν είναι υποχρεωμένη να δώσει τις αιτούμενες πληροφορίες και αποφασίζει κατά την κρίση της, λαμβάνοντας υπόψη τις ειδικές συνθήκες κάθε συγκεκριμένης περίπτωσης.

Εντούτοις, αξίζει να σημειωθεί ότι είναι δυνατό να συναφθεί σύμβαση παροχής πληροφοριών με πελάτη ή άλλο πιστωτικό ίδρυμα. Στην περίπτωση αυτή, η τράπεζα είναι υποχρεωμένη να παρέχει τις πληροφορίες, έχοντας την ευθύνη για τυχόν ανακριβείς πληροφορίες. Στην ειδική αυτή υποχρέωση της τράπεζας θα πρέπει να αναφέρουμε την ευθύνη της έναντι τρίτων. Δηλαδή, το γεγονός ότι η εσφαλμένη ή ανακριβής πληροφόρηση εκ μέρους της τράπεζας μπορεί να βλάψει όχι μόνο τον πελάτη, αλλά και τρίτους.

iii) Υποχρέωση ενημέρωσης και παροχής συμβουλών

Γενικά, δεν υπάρχει συγκεκριμένη υποχρέωση της τράπεζας για ενημέρωση του πελάτη. Παρ'όλα αυτά, από τη σχέση εμπιστοσύνης που συνδέει την τράπεζα με τον πελάτη, μπορεί να προκύψει υποχρέωση της τράπεζας για ενημέρωση ανάλογα με το είδος της συναλλαγής και το επίπεδο γνώσεων του πελάτη. Έτσι, η τράπεζα έχει την υποχρέωση της ενημέρωσης όταν ο συγκεκριμένος πελάτης δεν αντιλαμβάνεται τους κινδύνους που απορρέει η συναλλαγή που σκοπεύει να πραγματοποιήσει.

Επιπλέον, η τράπεζα γνωρίζει ορισμένα γεγονότα, τα οποία αν τα γνώριζε και ο πελάτης της, πιθανότατα δεν θα προέβαινε στην πραγματοποίηση της συναλλαγής αυτής. Κάτι αντίστοιχο ισχύει και σχετικά με την υποχρέωση της τράπεζας για παροχή συμβουλών. Στην περίπτωση αυτή, πάλι δεν είναι κατά κανόνα υποχρεωμένη να δίνει συμβουλές, αλλά μόνο στην περίπτωση που το ζητήσει ο πελάτης.

iv) Υποχρέωση ελέγχου προέλευσης χρημάτων και άλλων περιουσιακών στοιχείων

Με ειδικές ρυθμίσεις επιβάλλεται η υποχρέωση στις τράπεζες να ελέγχουν την προέλευση των περιουσιακών στοιχείων των πελατών και να προβαίνουν στις ενέργειες που επιβάλλει η σχετική νομοθεσία. Αυτό είναι απαραίτητο να γίνεται σε κάθε συναλλαγή τους με τον πελάτη για τον οποίο υπάρχουν υπόνοιες ότι με τη συναλλαγή του αυτή επιδιώκει τη νομιμοποίηση εσόδων από εγκληματικές δραστηριότητες.

Όπως όλες οι τραπεζικές υπηρεσίες, έτσι και η ηλεκτρονική τραπεζική (ως παροχή τραπεζικών υπηρεσιών ιδίως προς καταναλωτές), υπάγεται στην εποπτεία των Κεντρικών Τραπεζών και τις σχετικές οδηγίες της ΕΕ για τα πιστωτικά ιδρύματα. Επομένως, ισχύει και γι' αυτή, η νομοθεσία για τα χρηματοδοτικά και πιστωτικά ιδρύματα.

Αναφορά στο Νόμο 2251 της 15/16.11.1994 για την προστασία των καταναλωτών

Στο σημείο αυτό κρίνεται απαραίτητη η αναφορά στο Νόμο 2251 της 15/16.11.1994 για την προστασία των καταναλωτών. Οι διατάξεις του Νόμου αυτού προστατεύουν τους καταναλωτές και ισχύουν τόσο στον ιδιωτικό τομέα, όσο και στις επιχειρήσεις οποιασδήποτε μορφής του δημόσιου τομέα. Επιπλέον, οι διατάξεις αυτές ισχύουν και στους οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης και εφαρμόζονται προκειμένου να υπάρχει διαφάνεια και ασφάλεια στις συναλλαγές.

Στον τραπεζικό τομέα, οι περισσότερες συμβάσεις είναι προδιατυπωμένες, δηλαδή υπάγονται στους γενικούς όρους

συναλλαγών. Η χρησιμοποίηση γενικών προκαθορισμένων και προδιατυπωμένων όρων (δηλαδή των γενικών όρων συναλλαγών) είναι ο πιο συνηθισμένος τρόπος πραγματοποίησης συναλλαγών. Με τον τρόπο αυτό, αποφεύγεται η χρονοβόρα διαδικασία διαπραγματεύσεων και επιτυγχάνεται ταχύτητα η σύναψη των διαφόρων συμβάσεων.

Η προσφυγή σε τυποποιημένους συμβατικούς όρους, δημιουργεί συχνά τον κίνδυνο καταχρήσεων σε βάρος του άλλου συμβαλλομένου. Αυτούς τους όρους διατυπώνει συνήθως η οικονομικώς ισχυρότερη πλευρά ή έστω η πλευρά με τη μεγαλύτερη διαπραγματευτική δύναμη. Στη συνέχεια, ο συμβαλλόμενος είτε για λόγους ανάγκης, είτε για λόγους ταχύτητας και ορθολογισμού, αποδέχεται (πολλές φορές παρά τη θέλησή του) τους προσυνταγμένους όρους του αντισυμβαλλομένου του.

Ο πελάτης βρίσκεται συχνά μπροστά σε ένα σύμπλεγμα προδιατυπωμένων γενικών όρων σύμβασης που περιλαμβάνονται συνήθως σε έντυπα υποδείγματα συμβάσεων, τους οποίους δεν έχει τη δυνατότητα να συζητήσει ή να διαπραγματευτεί. Αυτό συμβαίνει είτε γιατί δεν καταλαβαίνει, είτε γιατί δεν έχει τον χρόνο να τους διαβάσει. Επομένως, προσχωρεί μοιρολατρικά κάποιες φορές στη σύμβαση, λόγω της μεγάλης ανάγκης να προμηθευτεί τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες. Κατά συνέπεια, προκειμένου να προστατευτεί ο καταναλωτής θα πρέπει να ελέγχεται αν οι όροι της σύμβασης είναι καταχρηστικοί. Σε περίπτωση που συμβεί αυτό, οι όροι της σύμβασης καθίστανται άκυροι.

Σύμφωνα με το άρθρο 2 του Νόμου (Νόμος 2251 της 15/16.11.1994), μερικοί από τους καταχρηστικούς όρους προβλέπουν προθεσμία καταγγελίας της σύμβασης υπερβολικά

σύντομη για τον καταναλωτή ή υπερβολικά μακρά για τον προμηθευτή. Βεβαιώνουν επίσης ότι ο καταναλωτής γνωρίζει ορισμένους όρους της σύμβασης ή την ποιότητα των υπηρεσιών ενώ πραγματικά τα αγνοεί. Κατά συνέπεια, αναστρέφουν το βάρος της απόδειξης σε βάρος του καταναλωτή ή περιορίζουν υπέρμετρα τα αποδεικτικά του μέσα.

Τέλος, περιορίζουν πολύ την προθεσμία μέσα στην οποία ο καταναλωτής οφείλει να υποβάλλει στον προμηθευτή τα παράπονα ή να εγείρει τις αξιώσεις του κατά του προμηθευτή. Γενικότερα, καταχρηστικοί θεωρούνται οι όροι που έχουν ως αποτέλεσμα την υπέρμετρη διατάραξη της ισορροπίας των δικαιωμάτων και υποχρεώσεων των συμβαλλομένων σε βάρος του πελάτη. Αυτό όμως συμβαίνει στην περίπτωση που ληφθούν υπόψη οι συνθήκες της κατάρτισης και τα λοιπά στοιχεία της σύμβασης.

Ειδικότερα, στις συμβάσεις από απόσταση, όπως είναι και οι συμβάσεις της ηλεκτρονικής τραπεζικής, γίνεται λόγος για σύμβαση που αφορά αγαθό ή υπηρεσία. Αυτή η σύμβαση συνάπτεται ύστερα από πρόταση του προμηθευτή, χωρίς ταυτόχρονη φυσική παρουσία του προμηθευτή και του καταναλωτή. Επιπλέον, χρησιμοποιείται η τεχνική επικοινωνία από απόσταση, για τη διαβίβαση της πρότασης (για σύναψη σύμβασης) και της αποδοχής.

Το άρθρο 4 του Νόμου 2251/94 αναφέρει ότι για τη διαβίβαση της αποδοχής ή την εκτέλεση της υπηρεσίας, ο καταναλωτής δεν επιβαρύνεται με τις δαπάνες της επικοινωνίας από απόσταση. Σε περίπτωση όμως που επιβαρυνθεί, αυτό θα αναφέρεται στην πρόταση για σύναψη σύμβασης.

Επιπρόσθετα, η χρήση τεχνολογιών επικοινωνίας για την οριστικοποίηση συμβολαίων από απόσταση, δεν επιτρέπεται να

παραβιάζει τα προσωπικά δεδομένα ή να προσβάλλει την ιδιωτική ζωή του καταναλωτή. Απαγορεύεται επομένως η χρησιμοποίηση τεχνικών μέσων επικοινωνίας, όπως τηλεφώνου, τηλεομοιοτυπίας (fax), ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) ή άλλου ηλεκτρονικού μέσου επικοινωνίας, χωρίς τη σύμφωνη γνώμη και συναίνεση του καταναλωτή.

Σε κάθε σύμβαση από απόσταση ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα να υπαναχωρήσει αναιτιολογήτως μέσα σε δέκα εργάσιμες μέρες από την ημερομηνία παραλαβής της υπηρεσίας, αν δεν συμφωνήθηκε μεγαλύτερη προθεσμία. Η σύμβαση από απόσταση είναι δυνατόν να χαρακτηριστεί ως άκυρη υπέρ του καταναλωτή. Αυτό μπορεί να συμβεί σε περίπτωση που αυτός δε λάβει, εγγράφως και στη γλώσσα που χρησιμοποιήθηκε για τη σύναψη της σύμβασης, πληροφορίες σχετικά με την ταυτότητα του προμηθευτή, την επωνυμία και τη διεύθυνση του πλησιέστερου (για τον καταναλωτή) καταστήματος του προμηθευτή.

Τέλος, μπορεί να συμβεί επίσης και σε περίπτωση που ο καταναλωτής δε λάβει πληροφορίες σχετικά με τα ουσιώδη χαρακτηριστικά του αγαθού ή της υπηρεσίας, την τιμή, τον τρόπο πληρωμής, παράδοσης και εκτέλεσης, τη διάρκεια ισχύος της πρότασης για σύναψη σύμβασης, καθώς επίσης και το δικαίωμα υπαναχώρησης.

Αναφορά στο Νόμο 2472 της 10.4.1997 για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα

Η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας και η χρήση προσωπικών πληροφοριών από το κράτος και τα άτομα, περιλαμβάνει σημαντικούς κινδύνους σε σχέση με την προσωπική

ζωή, τα δικαιώματα και τα προσωπικά δεδομένα. Στα πλαίσια επομένως της προστασίας του ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα θεσπίστηκε ο Νόμος 2472 της 10.4.1997. Με άλλα λόγια, θεσπίστηκαν οι προϋποθέσεις για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα προς προστασία των δικαιωμάτων και των θεμελιωδών ελευθεριών των φυσικών προσώπων και ιδίως της ιδιωτικής ζωής.

Στο Νόμο αυτό (Νόμος 2472 της 10.4.1997) ορίζεται ότι η συλλογή και επεξεργασία προσωπικών στοιχείων και δεδομένων επιτρέπεται μόνο όταν τα δεδομένα αυτά συλλέγονται κατά τρόπο θεμιτό και νόμιμο για καθορισμένους, σαφείς και νόμιμους σκοπούς και υφίστανται θεμιτή και νόμιμη επεξεργασία.

Η επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα προϋποθέτει την γνωστοποίηση και συγκατάθεση του υποκειμένου των δεδομένων, και μόνο σε ορισμένες περιπτώσεις που ορίζονται στο άρθρο 5 του Νόμου, επιτρέπεται χωρίς τη συγκατάθεσή του.

Ο υπεύθυνος της επεξεργασίας οφείλει να ενημερώνει με σαφή τρόπο το υποκείμενο των δεδομένων για τα εξής τουλάχιστον στοιχεία :

- την ταυτότητά του ή την ταυτότητα του τυχόν εκπροσώπου του
- το σκοπό της επεξεργασίας
- τους αποδέκτες ή τις κατηγορίες αποδεκτών των δεδομένων
- όλα τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που έγιναν αντικείμενο επεξεργασίας
- την εξέλιξη της επεξεργασίας για το χρονικό διάστημα από την προηγούμενη ενημέρωσή του.

Επιπλέον, το υποκείμενο των δεδομένων έχει το δικαίωμα να προβάλλει, οποιαδήποτε στιγμή στον υπεύθυνο επεξεργασίας, εγγράφως αντιρρήσεις για την επεξεργασία δεδομένων που το

αφορούν. Επίσης έχει το δικαίωμα να διατυπώνει το αίτημά του για συγκεκριμένη ενέργεια, όπως διόρθωση, προσωρινή μη χρησιμοποίηση, δέσμευση, μη διαβίβαση ή διαγραφή.

Ο υπεύθυνος επεξεργασίας από τη μεριά του, έχει υποχρέωση να απαντήσει εγγράφως επί των αντιρρήσεων μέσα σε αποκλειστική προθεσμία δεκαπέντε ημερών. Ειδικότερα, στον τομέα των τραπεζικών υπηρεσιών, η συγκέντρωση και επεξεργασία στοιχείων των πελατών είναι θεμιτή μόνο για λόγους προώθησης των συναλλαγών (υπό όρους βέβαια) και με δεδομένη την προηγούμενη γνωστοποίηση και συναίνεση του υποκείμενου των δεδομένων.

Επιπρόσθετα, με το Νόμο 2472/97 αναγνωρίζονται νέα δικαιώματα έτσι ώστε ο πολίτης να είναι σε θέση να προστατεύει τον εαυτό του από την παραβίαση της προσωπικής ζωής και της προσωπικότητάς του.

Το άρθρο 15 αναφέρεται στη σύσταση της Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα. Η Αρχή αυτή έχει ως αποστολή της την εποπτεία της εφαρμογής του παρόντος νόμου και άλλων ρυθμίσεων που αφορούν την προστασία του ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.

Συγκεκριμένα, η Αρχή αυτή αποτελεί ανεξάρτητη δημόσια αρχή, έχει δικό της προϋπολογισμό και εδρεύει στην Αθήνα. Ο υπεύθυνος επεξεργασίας προσωπικών δεδομένων υποχρεούται να γνωστοποιήσει εγγράφως στην Αρχή τη σύσταση και λειτουργία αρχείου ή την έναρξη της επεξεργασίας.

Τέλος, οι αρμοδιότητες, οι λειτουργίες και οι αποφάσεις της Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα που αναφέρονται στο άρθρο 19 του Νόμου, είναι ιδιαίτερα σημαντικές

και καθοριστικές για την εξασφάλιση της προστασίας και της ασφάλειας των πολιτών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΚΙΝΔΥΝΟΙ-ΑΠΑΤΕΣ-ΤΡΟΠΟΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ

(Για το κεφάλαιο αυτό χρησιμοποιήθηκαν στοιχεία κυρίως από τις πηγές [1],[8],[19],[22])

5.1 ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΣΤΗΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

Η διασφάλιση του απορρήτου των ηλεκτρονικών συναλλαγών και η παροχή κάθε είδους ασφάλειας στον χρήστη της ηλεκτρονικής τραπεζικής, αποτελεί πρωταρχικό στόχο για κάθε τράπεζα.

Πολλές φορές όμως, ακόμα και τράπεζες που έχουν πραγματοποιήσει μεγάλες επενδύσεις στον τομέα της ασφάλειας, έχουν τρωτά σημεία στα συστήματά τους. Τα σημεία αυτά αποτελούν κίνδυνο για τις ίδιες και για τους πελάτες τους. Τα ενδεχόμενα προβλήματα που μπορεί να δημιουργηθούν τόσο στην τράπεζα όσο και στον πελάτη, είναι πολλά και αρκετές φορές είναι δύσκολη η επίλυσή τους.

Καθώς η τεχνολογία αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς, διάφορα κακόβουλα προγράμματα αναπτύσσονται από επιτήδειους, με σκοπό να βλάψουν τους χρήστες, και ειδικότερα στην περίπτωση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, να υποκλέψουν δεδομένα και πληροφορίες από το Διαδίκτυο.

Ειδικότερα, μπορούν να παρουσιαστούν κίνδυνοι στο Διαδίκτυο και να βλάψουν τον χρήστη του, που ταυτόχρονα χρησιμοποιεί τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Οι κίνδυνοι αυτοί, όπως αναφέραμε και στο κεφάλαιο 1 είναι οι εξής:

1. Οι γνωστοί σε όλους μας "**Ιοί**" (*Virus*) των υπολογιστών. Οι ιοί αυτοί έχουν ιστορία δεκαετιών και συνεχώς αναπτύσσονται και γίνονται πιο "έξυπνοι", προσπαθώντας να εισβάλλουν στον υπολογιστή του χρήστη και να τον βλάψουν με διάφορους τρόπους (π.χ. με διαγραφή προσωπικών του αρχείων).

2. Εκτός από τους ιούς, υπάρχουν προγράμματα που αποκαλούνται "*SnifferS*". Τα προγράμματα αυτά, παρακολουθούν κρυφά την κίνηση στο Διαδίκτυο και προσπαθούν να αρπάξουν ορισμένες πληροφορίες και δεδομένα που κυκλοφορούν σε αυτό, όπως κωδικούς χρηστών, αριθμούς πιστωτικών καρτών κ.λπ.

3. Ένας άλλος σημερινός κίνδυνος στο χώρο του Διαδικτύου είναι τα προγράμματα που αποκαλούνται "*Δούρειοι Ίπποι*" (*Trojan Horses*). Αυτά τα προγράμματα μπορούν να διαγράψουν αρχεία ή να μεταδώσουν άλλα αρχεία, δηλαδή να λειτουργούν σαν τους γνωστούς μας ιούς. Το πρόβλημα εδώ όμως, είναι ότι πριν τα αποθηκεύσουμε στον υπολογιστή μας, δεν φαίνονται σαν κακόβουλα προγράμματα, αλλά αντίθετα παρουσιάζονται ως φαινομενικές χρήσιμες εφαρμογές για τον υπολογιστή.

4. Ένας ακόμη κίνδυνος (στον οποίο έχει γίνει αναφορά και σε προηγούμενο κεφάλαιο) είναι η "*καταγραφή πληκτρολογήσεων*" (*key logging*), από κάποιο κακόβουλο πρόγραμμα που φυσικά ο χρήστης ούτε γνωρίζει, ούτε επιθυμεί. Ανάλογα με τις επιδιώξεις του προγραμματιστή του, μπορεί να

υποκλέψει προσωπικά στοιχεία μέχρι προσωπικούς κωδικούς καρτών και λογαριασμών.

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

5.2 ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΕΠΙΘΕΣΕΩΝ

Εκτός από τους παραπάνω κινδύνους που μπορούν να παρουσιαστούν μεμονωμένα στον κάθε χρήστη της ηλεκτρονικής τραπεζικής, υπάρχουν και κίνδυνοι απειλής και παραβίασης των συστημάτων των τραπεζών στο Διαδίκτυο, από επίδοξους εισβολείς (hackers). Οι λεγόμενες ηλεκτρονικές επιθέσεις αυξάνονται τα τελευταία χρόνια σε παγκόσμιο επίπεδο,

δημιουργώντας τεράστια προβλήματα στα τραπεζικά ιδρύματα, τα οποία προσπαθούν να προστατέψουν τις απόρρητες πληροφορίες των πελατών τους.

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

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

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

Παρακάτω, θα αναφέρουμε μερικές **περιπτώσεις ηλεκτρονικών επιθέσεων** από "χάκερς" σε ιστοσελίδες τραπεζών στο Διαδίκτυο (<http://www.go-online.gr/business>).

Τράπεζα: Citibank, Έτος: 1994

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

Τράπεζα: Baroa's Bank, Έτος: 2000

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

Τράπεζα: ABN AMRO, Έτος: 2000

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

Εταιρεία πληροφορικής: Contour Software, Έτος: 2000

Μια εταιρεία με βάση την Καλιφόρνια, η οποία αναπτύσσει λογισμικό για υποθήκες δανείων (και προμηθεύει τραπεζικά ιδρύματα), διαπίστωσε ένα πρόβλημα στα προγράμματα της, τα

οποία αποκάλυπταν πληροφορίες στο Διαδίκτυο για τη δανειοληπτική κατάσταση 700 περίπου Αμερικανών.

Χρηματοπιστηριακή εταιρεία: Charles Schwab, Έτος: 2000

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

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

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

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

5.3 ΤΡΟΠΟΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ

Υπάρχουν τρεις τρόποι προστασίας, οι οποίοι θα πρέπει να χρησιμοποιούνται σε συνδυασμό:

- Χρήση τείχους προστασίας (firewall)

Τείχος ή φράγμα ασφαλείας (firewall) ονομάζεται ο μηχανισμός που ελέγχει την κυκλοφορία της πληροφορίας μεταξύ ενός τοπικού

δικτύου και του Διαδικτύου και προστατεύει το τοπικό δίκτυο από εξωτερικές απειλές και παραβιάσεις. Στην ουσία, αποτελεί το «σύνορο» ασφαλείας για τα δεδομένα που μεταφέρονται από και προς ένα εσωτερικό δίκτυο. Ένα firewall δημιουργεί έναν **τομέα ασφάλειας (domain)** που περιλαμβάνει όλους τους υπολογιστές που είναι συνδεδεμένοι σε αυτό, ενώ έχει τη δυνατότητα να απομονώνει επιλεκτικά κάποιους από το Διαδίκτυο. Έτσι, εφόσον οι υπολογιστές αυτοί δεν περιλαμβάνουν κακόβουλο λογισμικό (π.χ. ιούς κ.λπ.) και οι χρήστες με φυσική πρόσβαση δεν θα εισάγουν τέτοιου είδους απειλές, οι απαιτήσεις για έλεγχο πρόσβασης και πιστοποίηση των χρηστών ικανοποιούνται.

- Χρήση λογισμικού προστασίας ενάντια σε ιούς και προγράμματα κατασκοπείας (spyware).
- Συνεχής ενημέρωση των χρηστών.

5.4 ΟΙ ΣΥΧΝΟΤΕΡΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΑΠΑΤΗΣ ΜΕΣΩ ATM

Την καλοκαιρινή περίοδο σημειώνεται αύξηση των κρουσμάτων αντιγραφής από τα ATM, των στοιχείων των κάθε είδους καρτών και υποκλοπής του PIN τους, με σκοπό το «άδειασμα» των λογαριασμών. Για το λόγο αυτό, οι τράπεζες προχώρησαν σε αναπροσαρμογή των ορίων ημερήσιας ανάληψης. Με δεδομένο, μάλιστα, ότι το κόστος χρήματος, λόγω της παρατεινόμενης πιστωτικής κρίσης, έχει αυξηθεί σημαντικά για τις τράπεζες, η αντιμετώπιση της απάτης αποτελεί προτεραιότητα για τον κλάδο.

Στο πλαίσιο αυτό, η Alpha Bank και η Eurobank EFG μείωσαν το ημερήσιο όριο ανάληψης ακόμη και στο μισό. Από τα 1.500 ευρώ η Alpha περιόρισε το ποσό στα 800 ευρώ και η Eurobank στα 700 ευρώ. Ενώ, άλλες τράπεζες όπως η Εθνική εφαρμόζει «νυχτερινό ωράριο». Αυτό σημαίνει ότι, ενώ έχει όριο ανάληψης τα 1.200 ευρώ, από τις 22.00 και μετά επιτρέπει μέγιστη ανάληψη 580 ευρώ.

Αποτελεσματικούς τρόπους έχει επινοήσει η «μαφία των ΑΤΜ» προκειμένου να ξαφρίζει λογαριασμούς καταθέσεων. Η πιο διαδεδομένη μέθοδος απάτης είναι το «skimming», όπου υποκλέπτονται τα στοιχεία των καρτών και δημιουργούνται πλαστές. Οι απατεώνες τοποθετούν στην υποδοχή της κάρτας ειδικό μηχανισμό αντιγραφής, ο οποίος διαβάζει τα στοιχεία της κάρτας και σε ειδικό δέκτη δίνεται το σήμα με τον αριθμό. Παράλληλα, έχει τοποθετηθεί ασύρματη κάμερα που καταγράφει την πληκτρολόγηση του PIN.

Μια άλλη πρακτική είναι η τοποθέτηση δεύτερης σχισμής στην υποδοχή της κάρτας του ΑΤΜ, η οποία και «τρώει» την κάρτα. Ο κακοποιός που σπεύδει προς βοήθεια, προτείνει στον κάτοχο να πληκτρολογήσει το PIN από την αρχή, το οποίο και απομνημονεύει. Η κάρτα δεν ανταποκρίνεται, ο κάτοχος της φεύγει από το ΑΤΜ και ο δράστης προχωρά στην ανάληψη ανενόχλητος.

Ασφαλείς συναλλαγές στα ΑΤΜ

Η Ελληνική Ένωση Τραπεζών και οι τράπεζες – μέλη της, έχουν διαπιστώσει ότι η αύξηση των κρουσμάτων αντιγραφής από τα ΑΤΜ των στοιχείων των κάθε είδους καρτών και

υποκλοπής του PIN τους με σκοπό παράνομες δραστηριότητες, παρατηρείται ιδιαίτερα την καλοκαιρινή περίοδο. Επιτήδευοι «στήνουν καρτέρι» στις τράπεζες και προσπαθούν να υποκλέψουν τα PIN των καρτών, καθώς και άλλων προσωπικών στοιχείων με σκοπό την ιδιοποίησή τους.

- Για την προστασία του καταναλωτή και την ασφάλεια των συναλλαγών οι τράπεζες συνιστούν στους κατόχους καρτών ιδιαίτερη προσοχή στις συναλλαγές τους μέσω ATM. Παράλληλα τους συμβουλεύουν να αποστηθίσουν τον Προσωπικό Αριθμό Αναγνώρισης (PIN) και να μην τον σημειώνουν σε μέσο που μπορεί να συνδυαστεί με την κάρτα. Πάντα πρέπει να θυμούνται ότι η κάρτα σε συνδυασμό με τον κωδικό είναι χρήματα (μετρητά) και σαν τέτοια πρέπει να τα χειρίζονται και να ελέγχουν συχνά ότι η κάρτα βρίσκεται στο πορτοφόλι τους.

- Το χέρι με το οποίο γίνεται η πληκτρολόγηση του PIN πρέπει να καλύπτεται από το άλλο χέρι ή με κάποιο έγγραφο ή αντικείμενο. Καλό θα ήταν επίσης να μη γνωστοποιείται το PIN σε τρίτα πρόσωπα, ακόμα και αν πρόκειται για συγγενείς. Πρόσωπα τα οποία με οποιονδήποτε τρόπο επιδιώκουν να αποσπάσουν αυτή την πληροφορία, ισχυριζόμενοι ότι είναι υπάλληλοι τραπεζών ή άλλων φορέων πρέπει να θεωρούνται ανάξια εμπιστοσύνης, καθώς οι τράπεζες δεν έχουν αναθέσει σε υπαλλήλους τους ή τρίτους τέτοια καθήκοντα.

- Σε περίπτωση που οι κάτοχοι καρτών έχουν την υπόνοια ότι το PIN τους έχει διαρρεύσει οφείλουν να ζητήσουν από την τράπεζα να τους στείλει νέο κωδικό, ενώ έχουν τη δυνατότητα να τον αλλάξουν και μόνοι τους μέσω της οθόνης των ATM. Η ΕΕΤ συνιστά να μην επιλέγονται PIN που μπορεί να προβλεφθούν, όπως η ημερομηνία γέννησης κ.τ.λ.

- Αν κατά τη διάρκεια της συναλλαγής μέσω ΑΤΜ υπάρχει επόμενος πελάτης, ο συναλλασσόμενος πρέπει να βεβαιώνεται ότι εκείνος βρίσκεται σε απόσταση ασφαλείας, ενώ αν το κρίνει απαραίτητο μπορεί να χρησιμοποιήσει το σώμα του με τέτοιο τρόπο ώστε να μη φαίνεται τι πληκτρολογεί.
- Πάντα οι συναλλαγές πρέπει να γίνονται από τον ίδιο τον κάτοχο της κάρτας, ο οποίος δεν πρέπει να επιτρέπει σε κανέναν να τον βοηθήσει τη στιγμή της συναλλαγής, δίνοντας κάρτα ή και κωδικό.
- Σε κάθε περίπτωση που το ΑΤΜ παρακρατήσει την κάρτα, ο καταναλωτής οφείλει να επικοινωνήσει άμεσα με την τράπεζα στα τηλέφωνα που εμφανίζονται στην οθόνη για να το επιβεβαιώσει.
- Τέλος, αν χάσει ή του κλέψουν την κάρτα του, πρέπει να δηλώσει αμέσως στην τράπεζα την απώλεια ή την κλοπή και πάλι μόνο στα τηλέφωνα που εμφανίζονται στις οθόνες των ΑΤΜ.

Η ΕΕΤ σημειώνει ότι άμεση προτεραιότητα των τραπεζών είναι οι ασφαλείς και γρήγορες συναλλαγές. Επιπλέον, συμπληρώνει ότι στην Ελλάδα και στο εξωτερικό είναι εγκατεστημένα χιλιάδες ΑΤΜ, τα οποία λειτουργώντας σε 24ωρη βάση, αποτελούν σύγχρονο και ασφαλή τρόπο συναλλαγών.

5.5 ΑΠΑΤΕΣ ΜΕ ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ – ΜΕΘΟΔΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΑΠΑΤΗΣ

Κατά καιρούς έχει γίνει αρκετός λόγος για τους κινδύνους που συνεπάγεται η χρήση πιστωτικών καρτών στις online συναλλαγές. Τα φαινόμενα απάτης μέσω online χρήσης πιστωτικών καρτών δεν είναι ιδιαίτερα συχνά, ωστόσο υπάρχουν.

Είναι γεγονός ότι το Διαδίκτυο καθιστά τις απάτες

ευκολότερες. Στο Internet κυκλοφορούν λίστες κλεμμένων αριθμών ή και προγραμμάτων που παράγουν νέους κωδικούς αριθμούς πιστωτικών καρτών. Επιπλέον, η έλλειψη επαφής πρόσωπο με πρόσωπο στο Διαδίκτυο τείνει να κάνει τους απατεώνες τολμηρότερους.



Από τις περιπτώσεις που έχουν εντοπιστεί μέχρι σήμερα από τις τράπεζες, οι πιο διαδεδομένες **μέθοδοι ηλεκτρονικής απάτης** είναι οι εξής:

- **«Νιγηριανές απάτες»**. Αυτές γίνονται συνήθως μέσω mail. Συγκεκριμένα, κάποιος στέλνει ένα mail σε πολλούς αποστολείς, όπου αναπτύσσει μια ολόκληρη ιστορία για μια μεταφορά χρημάτων που δεν μπορεί να την κάνει ο ίδιος. Όποιος απαντήσει στο mail κινδυνεύει να του αποσπάσει τον τραπεζικό λογαριασμό ή τα στοιχεία της κάρτας του. Μοιάζουν με το Phishing («ψάρεμα»).

- **Skimming «ξάφρισμα»**. Τοποθετείται ένας λεπτός μηχανισμός πάχους μερικών χιλιοστών στον καρταναγνώστη (μέσα στην υποδοχή όπου βάζουμε την κάρτα) του ATM και αντιγράφει όλα τα στοιχεία της κάρτας.

- **«Λιβανέζικες θηλιές»**. Σε ένα πολύ λεπτό πλαστικό δένεται με θηλιά μια λεπτή κλωστή. Το πλαστικό με την κλωστή τοποθετείται μέσα στην υποδοχή όπου μπαίνει η κάρτα στα ATM. Όταν ο κάτοχος της κάρτας τη βάλει στην υποδοχή, αυτή μπλοκάρει. Τότε ένας πολύ ευγενικός κύριος (ιστορικά η μέθοδος είχε ξεκινήσει με ευγενικές κυρίες) προσπαθούσε να βοηθήσει και μεταξύ άλλων ρωτούσε και το PIN. Τελικά, όμως, δεν γινόταν τίποτα και μόλις ο κάτοχος της κάρτας απομακρυνόταν, ο επιτήδειος έπαιρνε την

κάρτα, ενώ γνώριζε και το PIN. Με τη μέθοδο αυτή μπορούν να κλαπούν 2-4 κάρτες τη «βάρδια».

• *Γεννήτριες τυχαίων αριθμών.* Χρησιμοποιούνται συνήθως στις απάτες μέσω Internet. Υπάρχει ειδικό λογισμικό, το οποίο «παράγει» τυχαία 16ψήφιους αριθμούς. Ορισμένοι από αυτούς τυχαίνει να συμπίπτουν με πραγματικές πιστωτικές κάρτες.

5.6 ΤΡΟΠΟΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΙΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ

Το πρώτο πράγμα που πρέπει να έχει υπόψη του ο καταναλωτής είναι ότι η πιστωτική κάρτα απαιτεί συνετή χρήση.

Παρόλα αυτά, ένα από τα μεγάλα σύγχρονα κοινωνικά προβλήματα σε χώρες όπου υπάρχει μεγάλη διάδοση των πιστωτικών καρτών, όπως είναι οι ΗΠΑ, ο Καναδάς, η Γαλλία κ.ά., είναι η λεγόμενη «υπερχρέωση των νοικοκυριών». Υπάρχουν, δηλαδή, νοικοκυριά που χρωστούν μία ή και παραπάνω φορές το ετήσιο εισόδημά τους, λόγω υπέρμετρων αγορών μέσω πιστωτικών καρτών. Σύμφωνα με υποδείξεις της Διεύθυνσης Καταναλωτών του Υπουργείου Εμπορίου, οι καταναλωτές που κάνουν χρήση πιστωτικών καρτών πρέπει να φροντίζουν:

- Να διαβάζουν προσεκτικά τους όρους χρήσης των πιστωτικών καρτών.
- Να έχουν τις κάρτες μαζί τους, αλλά όχι μέσα σε πορτοφόλι ή τσάντα που κινδυνεύουν να κλαπούν ή να ξεχαστούν.
- Να έχουν γραμμένους σε ασφαλές μέρος τους αριθμούς και τους προσωπικούς κωδικούς (PIN) των καρτών.

- Να αποφεύγουν να υπογράφουν κενά (άγραφα) δελτία χρέωσης.
- Πριν από την υπογραφή ενός δελτίου χρέωσης, να διαγράφουν τα τετραγωνίδια που βρίσκονται πάνω από το συνολικό ποσό.
- Να κρατούνται προσεκτικά οι μηνιαίοι λογαριασμοί των πιστωτικών καρτών.
- Να ειδοποιούν αμέσως την τράπεζα που εξέδωσε την κάρτα σε περίπτωση απώλειας ή κλοπής της, καθώς και σε περίπτωση αλλαγής της διεύθυνσης κατοικίας τους.
- Να μη δανείζουν την πιστωτική τους κάρτα.
- Να μη δίνουν τον αριθμό της κάρτας από το τηλέφωνο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

(Για το κεφάλαιο αυτό χρησιμοποιήθηκαν στοιχεία κυρίως από τις πηγές [1],[11],[15],[16],[25],[26])

6.1 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Παρακάτω, αναλύονται τα πλεονεκτήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής, όσον αφορά, αφενός τον πελάτη (φυσικό ή νομικό πρόσωπο) και αφετέρου την τράπεζα.

6.1.1 Πλεονεκτήματα για τον πελάτη (φυσικό ή νομικό πρόσωπο)

Τα εναλλακτικά δίκτυα των τραπεζών, δηλαδή η ηλεκτρονική τραπεζική, προσφέρει μια σειρά από οφέλη στους χρήστες, είτε πρόκειται για ιδιώτες είτε για επιχειρήσεις. Ειδικότερα, τα πλεονεκτήματα από τη χρήση των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής όσον αφορά τον πελάτη (φυσικό ή νομικό) είναι τα εξής:

1. Εξοικονόμηση χρόνου

Με τη χρήση των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων και ιδιαίτερα μέσω του Διαδικτύου (Internet Banking), ο πελάτης εξυπηρετείται ταχύτατα, αποφεύγοντας τις ουρές στα ταμεία των τραπεζών. Εκτελεί εύκολα και άμεσα τις συναλλαγές του

(οικονομικές, πληροφοριακές κ.τ.λ.), χωρίς να απαιτείται η φυσική παρουσία του τελευταίου σε κάποιο υποκατάστημα.

2. Προσβασιμότητα-Ευκολία

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

3. Ποικιλία προσφερόμενων υπηρεσιών-φορητότητα

Όπως ήδη έχει αναφερθεί, οι υπηρεσίες που προσφέρει η ηλεκτρονική τραπεζική, έχουν μεγάλο εύρος και κυμαίνονται από πληροφοριακές συναλλαγές και αιτήσεις μέχρι οικονομικές συναλλαγές επενδυτικού χαρακτήρα. Συνοπτικά, ο πελάτης των εναλλακτικών δικτύων έχει τη δυνατότητα να παρακολουθεί άμεσα (online) όλα τα τραπεζικά του προϊόντα (λογαριασμούς, δάνεια, πιστωτικές κάρτες, επιταγές κ.τ.λ.), να πραγματοποιεί οικονομικές συναλλαγές (εντολές πληρωμών, μεταφοράς κεφαλαίων κ.τ.λ.) και να αποστέλλει ηλεκτρονικές αιτήσεις (π.χ έγκρισης δανείου).

Εκτός από τις καθαρά τραπεζικές εργασίες, οι πιο πολλές τράπεζες προσφέρουν από επενδυτικές συναλλαγές (αγοραπωλησία μετοχών, αμοιβαίων κεφαλαίων κ.λπ.) μέχρι ασφαλιστικά προγράμματα. Όλες αυτές οι υπηρεσίες που προσφέρει μια τράπεζα είναι διαθέσιμες οποιαδήποτε στιγμή σε οποιονδήποτε τόπο, εφόσον υπάρχει το κατάλληλο υλικό (hardware).

4. Μικρότερο κόστος

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

5. Επιπλέον οφέλη για τις επιχειρήσεις

Εκτός από τα παραπάνω οφέλη, οι επιχειρήσεις (τα νομικά πρόσωπα), απολαμβάνουν και μια σειρά από επιπλέον πλεονεκτήματα, μέσα από τη χρήση των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ειδικότερα οι εταιρείες που χρησιμοποιούν σε τακτική βάση τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής:

α) Αυτοματοποιούν τις διαδικασίες για την εκτέλεση των τραπεζικών τους συναλλαγών και απολαμβάνουν ολοκληρωμένες υπηρεσίες ηλεκτρονικών πληρωμών (ΦΠΑ, ΙΚΑ, κ.τ.λ.)

β) Βελτιστοποιούν τις διαδικασίες ελέγχου και λειτουργίας του λογιστηρίου τους, αφού υπάρχει άμεση ενημέρωση των μηχανογραφικών συστημάτων τους

γ) μειώνουν τα λειτουργικά τους έξοδα και κερδίζουν πολύτιμο χρόνο εφόσον δίνουν πάγιες εντολές μισθοδοσίας των υπαλλήλων τους ή διενεργούν μαζικές πληρωμές των προμηθευτών τους

δ) Έχουν τη δυνατότητα να αξιοποιήσουν το Διαδίκτυο και να δημιουργήσουν ένα εναλλακτικό κανάλι προώθησης των προϊόντων και των υπηρεσιών τους

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



6.1.2 Πλεονεκτήματα για την τράπεζα

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

1. Έχουν τη δυνατότητα να επεκτείνουν τα δίκτυα εξυπηρέτησης των πελατών τους, εφόσον παρέχουν επιπλέον κανάλια επικοινωνίας και πώλησης των προϊόντων και υπηρεσιών τους. Τα κανάλια αυτά μπορεί να είναι: τα μηχανήματα αυτομάτων συναλλαγών (ATM – Automatic Teller Machines), το Διαδίκτυο (υπηρεσίες Internet Banking), το σταθερό τηλέφωνο (υπηρεσίες Phone Banking), το κινητό τηλέφωνο (υπηρεσίες Mobile Banking) αλλά και η ψηφιακή τηλεόραση (ιδιαίτερα στο μέλλον).

Αποτελεί γεγονός ότι, τα δίκτυα διανομής για κάθε επιχείρηση είναι από τα πιο σημαντικά στοιχεία του μάρκετινγκ της, και άρα της κερδοφορίας της. Κατ'αυτόν τον τρόπο, είναι φανερές οι δυνατότητες που παρουσιάζονται για τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα που χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking) γενικότερα. Έτσι, με την δημιουργία φιλικών εναλλακτικών καναλιών προς τον χρήστη, με ολοκληρωμένα πακέτα προϊόντων και υπηρεσιών, προσελκύουν νέους πελάτες και κατά συνέπεια αυξάνουν την πελατειακή τους βάση.

2. Μειώνουν σημαντικά τα λειτουργικά τους κόστη, δηλαδή αυξάνουν την κερδοφορία τους, γεγονός που αποτελεί πρωταρχικό ζητούμενο όλων των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε μια ελεύθερη οικονομία.

Σύμφωνα με μια μελέτη της εταιρείας “McKinsey & Consultants” για την αμερικανική αγορά, το κόστος μιας τυπικής τραπεζικής συναλλαγής μέσω υποκαταστήματος (ταμείο), είναι κατά μέσο όρο 2,5 \$. Όταν ο πελάτης χρησιμοποιήσει τις τραπεζικές υπηρεσίες μέσω τηλεφώνου (Phone Banking και Mobile Banking), το κόστος για την τράπεζα μειώνεται στο 1 \$.

Εντούτοις, όταν χρησιμοποιήσει τα μηχανήματα αυτομάτων συναλλαγών (ATM), μειώνεται στο 0,24 \$. Εάν τώρα ο πελάτης της τράπεζας χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω του Διαδικτύου (Internet Banking), το κόστος για την τράπεζα καταλήγει να είναι μόλις 0,1 \$.

Είναι φανερό λοιπόν, ότι τα εναλλακτικά δίκτυα της ηλεκτρονικής τραπεζικής, εξοικονομούν μεγάλο μέρος των λειτουργικών εξόδων των τραπεζικών ιδρυμάτων και εντείνουν τον ανταγωνισμό μεταξύ τους. Επίσης, κάποιοι αναλυτές πιστεύουν,

πως η ανάπτυξη των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής “υποστηρίζει” τις τράπεζες χρηματιστηριακά, εφόσον γίνονται λιγότερο ευάλωτες σε περιόδους που χαρακτηρίζονται από αυξητικές τάσεις επιτοκίων.

3. Αυξάνουν την ποιότητα εξυπηρέτησης των πελατών τους, καθώς μέσα από την αυτοματοποίηση των τραπεζικών εργασιών, δίνουν τη δυνατότητα στους τελευταίους να πραγματοποιούν τις τραπεζικές τους συναλλαγές πιο εύκολα και πιο οικονομικά.

Γενικά, η ποιότητα εξυπηρέτησης των πελατών για μια επιχείρηση είναι πολύ σημαντική, για δύο λόγους. Ο πρώτος λόγος είναι ότι δημιουργούνται πιστοί πελάτες, καθώς είναι ευχαριστημένοι (ή ενθουσιασμένοι) και ξαναχρησιμοποιούν τις υπηρεσίες στο μέλλον. Ο δεύτερος λόγος είναι, ότι οι ευχαριστημένοι πελάτες θα μεταδώσουν τις θετικές τους εντυπώσεις για την επιχείρηση και σε άλλους, οπότε μελλοντικά θα αυξηθεί η πελατειακή βάση της επιχείρησης.

4. Διεύρυνση της πελατειακής βάσης. Από την άλλη μεριά, η παροχή online υπηρεσιών δεν περιορίζει γεωγραφικά την τράπεζα. Με τον τρόπο αυτό υπάρχει η δυνατότητα να προσελκύσει απομακρυσμένους πελάτες και να διευρύνει την πελατειακή της βάση. Υποψήφιοι πελάτες πλέον των τραπεζών δεν είναι όσοι μένουν κοντά σε κάποιο κατάστημα, αλλά ολόκληρος ο κόσμος.

5. Αυξάνουν το κύρος τους και αποκτούν καλή φήμη, καθώς και τα εναλλακτικά δίκτυα είναι σαν τα υποκαταστήματα, δηλαδή αποτελούν ένα είδος “βιτρίνας” για την τράπεζα. Ιστοσελίδες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, φιλικές και λειτουργικές για τον πελάτη, σε συνδυασμό με ασφαλή και αξιόπιστα συστήματα συναλλαγών, δημιουργούν τις κατάλληλες προϋποθέσεις για να αυξηθεί ευρύτερα η εικόνα της επιχείρησης στην κοινωνία. Ιδιαίτερα δε,

όταν οι τράπεζες εφευρίσκουν καινοτομικά προϊόντα και υπηρεσίες μέσω του Διαδικτύου, τότε αυτό θέτει τη βάση στο να δημιουργήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στον κλάδο τους.

6.2 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

*“It’s not cheap - it’s not easy – and
it’s not optional.”*

John Dickie, Insight Technology Group

Παρακάτω, αναλύονται τα μειονεκτήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής, όσον αφορά, αφενός τον πελάτη και αφετέρου την τράπεζα. Επιπλέον, γίνεται αναφορά και στις επιπτώσεις της ηλεκτρονικής τραπεζικής στο ανθρώπινο δυναμικό.

6.2.1 Μειονεκτήματα από την πλευρά των πελατών

Τα μειονεκτήματα από την πλευρά του πελάτη είναι τα παρακάτω:

- **Χρονοβόρα εγγραφή πελατών**

Για να γραφτεί κάποιος στο on line πρόγραμμα της τράπεζάς του, θα πρέπει να δώσει στοιχεία ταυτότητας και να υπογράψει ένα έντυπο στο τραπεζικό κατάστημα. Ακόμα και αν πρόκειται για μια αποκλειστικά ηλεκτρονική τράπεζα, τα έντυπα θα του αποσταλούν ταχυδρομικώς έτσι ώστε να συμπληρωθούν και να σταλούν ξανά στην τράπεζα.

• Δυσκολία στο χειρισμό

Οι τραπεζικοί δικτυακοί τόποι ίσως φανούν δύσχρηστοι σε κάποιον που δεν ξέρει να χειρίζεται καλά το Internet. Συγκεκριμένα, το άνοιγμα ενός online λογαριασμού ή η online λήψη ενός δανείου μπορεί να τρομάζει κάποιον, λόγω ελλιπών γνώσεων πάνω στις νέες τεχνολογίες.

Από την άλλη μεριά, η προτίμηση των ίδιων των πελατών και μάλιστα η πλειονότητά αυτών, φαίνεται να παραμένει αμείωτη για το τραπεζικό κατάστημα. Αυτό συμβαίνει, ειδικά σε ότι αφορά τα πιο σύνθετα χρηματοοικονομικά τους θέματα για τα οποία χρειάζονται την συμβολή ενός ειδικού.

Αρμόδια τραπεζικά στελέχη, επισημαίνουν ότι οι καταναλωτές επιμένουν και προτιμούν τις ουρές και την ταλαιπωρία, υπογραμμίζοντας την προσπάθεια που πρέπει να συνεχισθεί για την αλλαγή της κουλτούρας στον τομέα αυτό.

Σύμφωνα με έρευνα της J.D.Power and Associates, παρόλο που η ηλεκτρονική τραπεζική αποτελεί την νούμερο ένα επιλογή για την εκτέλεση τραπεζικών συναλλαγών, η προσωπική εμπειρία στο κατάστημα είναι πιο σημαντική σε ότι αφορά την συνολική



εντύπωση και σχέση που θα σχηματίσει ο πελάτης για την τράπεζα.

Είναι αξιοσημείωτο, όπως προκύπτει από άλλη έρευνα, ότι η εμπειρία από τις συναλλαγές λιανικής τραπεζικής συμβάλλει κατά 50% στη συνολική

ικανοποίηση του πελάτη.

Διεθνώς, το 30% περίπου των χρηστών Internet παγκοσμίως, χρησιμοποιούν 2 με 3 φορές την εβδομάδα το Διαδίκτυο για τις τραπεζικές τους εργασίες και το 15% περίπου από αυτούς, σε καθημερινή βάση. Ταυτόχρονα όμως, το 54% εξακολουθεί να επισκέπτεται έστω και μία φορά το μήνα το κατάστημα.

Συγκεκριμένα, στην Ελλάδα, έχει σημειωθεί μεγάλη πρόοδος, καθώς το 55% όλων των τραπεζικών συναλλαγών διενεργείται μέσω ATM με πάνω από 100 εκατομμύρια συναλλαγές ετησίως.

Τέλος, το 55% των αποστολών εμβασμάτων διενεργείται μέσω Internet, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό πληρωμών ΦΠΑ, ΙΚΑ, ΤΕΒΕ φτάνει το 70%.

6.2.2 Κίνδυνοι – Ανασταλτικοί παράγοντες από την πλευρά της τράπεζας

Η υιοθέτηση και η ανάπτυξη της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής από μια παραδοσιακή τράπεζα αποτελεί μια ιδιαίτερα σύνθετη διαδικασία, καθώς απαιτεί μεγάλη προσπάθεια και έρχεται αντιμέτωπη με μεγάλους κινδύνους και πολλούς ανασταλτικούς



παράγοντες. Γεγονός αποτελεί η φράση ότι, πάντα υπάρχει και η άλλη όψη του νομίσματος.

Σαφέστερα, η ηλεκτρονική τραπεζική, πέρα από τα οφέλη για τον πελάτη και την τράπεζα, δεν μπορεί παρά να διαθέτει κι αυτή την αντίθετη πλευρά. Παρακάτω αναφέρονται τα μειονεκτήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής από την πλευρά της τράπεζας:

1) ΚΟΣΤΟΣ

Οι αναγκαίες δομές, οργανωτικές και λειτουργικές, για την παροχή online συναλλαγών από τις τράπεζες έχουν μεγάλο κόστος. Δεδομένης της ταχύτητας που εξελίσσεται η τεχνολογία στις μέρες μας, οι τράπεζες διατρέχουν τον κίνδυνο να επενδύσουν στρατηγικά σε κάτι που μπορεί σύντομα να ξεπεραστεί. Η συνεχής αναβάθμιση των νέων συστημάτων είναι πολυδάπανη, αλλά ταυτόχρονα και αναγκαία για όποιον θέλει να ακολουθεί τις εξελίξεις.

Πολλές φορές έχει εμφανιστεί και το φαινόμενο, τράπεζες προκειμένου να προλάβουν τις εξελίξεις, να παρέχουν νέα προϊόντα και υπηρεσίες χωρίς να έχει προηγηθεί μελέτη της ζήτησής τους από το κοινό και του επιπέδου απόδοσής τους. Ένας από τους σημαντικούς λόγους που οι τράπεζες δεν προχωράνε με γοργούς ρυθμούς στην ανάπτυξη των online συναλλαγών είναι η μικρή έως και αρνητική βραχυπρόθεσμη απόδοση των επενδύσεων σε αυτόν τον τομέα. Συνεπώς, η τράπεζα αντιμετωπίζει τον κίνδυνο να επενδύσει σε μια νέα τεχνολογία και μέσα στο διάστημα το οποίο απαιτείται για να αρχίσει να αποδίδει αυτή η επένδυση, η τεχνολογία αυτή να έχει ξεπεραστεί.

Τέλος, αξίζει να αναφερθεί ότι, η συνεκτίμηση αυτών των κινδύνων δημιουργεί επιπλέον και την ανάγκη για επαναπροσδιορισμό και χάραξη νέας στρατηγικής.

2) NOMIKΟΣ ΚΙΝΔΥΝΟΣ

Οι νομικοί κίνδυνοι που αντιμετωπίζουν οι τράπεζες, σχετίζονται με την μη ύπαρξη αρκετών νόμων και κανόνων και την ασάφεια των ήδη υπαρχόντων σε σχέση με το Διαδίκτυο. Μερικά από τα βασικά ζητήματα που πρέπει να λυθούν είναι:

- η απουσία νομικού πλαισίου για τις τραπεζικές συναλλαγές από απόσταση
- η καταπολέμηση της ηλεκτρονικής απάτης
- η απουσία ενιαίων έγκυρων και αποδεκτών προτύπων για την επιβεβαίωση και ασφάλεια των συναλλαγών
- η προστασία των προσωπικών δεδομένων κ.α.

Η ανάγκη για την δημιουργία ενός κατάλληλου και ολοκληρωμένου νομικού πλαισίου για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές είναι μεγάλη.

3) ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΣ ΚΙΝΔΥΝΟΣ

Πολύ σημαντικός είναι επίσης ο λειτουργικός κίνδυνος που αντιμετωπίζουν οι τράπεζες. Αρχικά έχει να κάνει με την ασφαλή λειτουργία των ηλεκτρονικών τραπεζών. Οι τράπεζες αυτές αντιμετωπίζουν όχι μόνο από το εξωτερικό περιβάλλον τέτοιους κινδύνους, αλλά και από το εσωτερικό. Μερικοί μάλιστα ισχυρίζονται ότι οι επιθέσεις από μέσα είναι περισσότερο πιθανές, καθώς ένας υπάλληλος γνωρίζει τα συστήματα και την πρόσβαση καλύτερα από έναν εξωτερικό “εισβολέα”. Και για τις δύο περιπτώσεις, η τράπεζα απαιτείται να λάβει μέτρα. Σαφέστερα, να διατηρεί υψηλά συστήματα ασφάλειας και προστασίας των συναλλαγών. Για παράδειγμα, να εντείνει τον εσωτερικό έλεγχο με σκοπό να αποτρέψει και να ανακαλύψει τους επίδοξους απατεώνες.

Επιπρόσθετα, παρόμοιας μορφής κίνδυνος αποτελεί η περίπτωση στην οποία εξωτερικός “εισβολέας” υπερνικάει τα συστήματα ασφαλείας της τράπεζας και κλέβει πολύτιμες πληροφορίες για την τράπεζα ζητώντας στη συνέχεια χρήματα για να τις επιστρέψει. Φυσικά υπάρχει και η περίπτωση των γνωστών σε όλους ιών που μπορούν να τοποθετηθούν στο δίκτυο της

τράπεζας και να μην επιτρέπουν τη λειτουργία του ή και να προκαλέσουν μερική καταστροφή του. Σε τέτοιες περιπτώσεις βέβαια είναι περιττό να πούμε ότι πρόκειται για πολύ μεγάλη ζημιά για την τράπεζα. Όσο πιο μεγάλη είναι η τράπεζα και μεγαλύτερος είναι ο όγκος των συναλλαγών, τόσο μεγαλύτερη είναι και η ζημιά.

Σημειώνεται ότι, σύμφωνα με έρευνα σε 250 εταιρείες του Fortune 500, οι οποίες ασχολούνται με την ηλεκτρονική τραπεζική, μπορεί να χάσουν μέχρι και US\$7000 ανά λεπτό όταν η ιστοσελίδα τους βγεί εκτός λειτουργίας.

Επίσης, έχει αναφερθεί και το πρόβλημα που μπορεί να ανακύψει από τις εταιρείες που προμηθεύουν τις τράπεζες με το απαραίτητο λειτουργικό για την λειτουργία τους στο Διαδίκτυο. Κάποιες τράπεζες, κυρίως οι μικρότερες, δίνουν τη δημιουργία και τον χειρισμό των ηλεκτρονικών τους λειτουργιών (προφανώς εκτός του τραπεζικού κομματιού) σε εξωτερικούς συνεργάτες. Κατά αυτόν τον τρόπο, πολλές φορές η τράπεζα αναγκάζεται να εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από αυτούς. Στην περίπτωση αυτή που ο εσωτερικός έλεγχος δεν εκτείνεται στους εξωτερικούς συνεργάτες, αναγκάζει τις τράπεζες να προσθέτουν νέο έλεγχο αφού οι λειτουργίες αυτών των εξωτερικών συνεργατών είναι κρίσιμες.

4) ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΦΗΜΗΣ

Από την άλλη μεριά, οι τράπεζες αντιμετωπίζουν και το πρόβλημα της κακής ή λανθασμένης χρήσης των πελατών, πράγμα το οποίο συνεπάγεται επιπλέον λειτουργικό κίνδυνο. Κάθε πρόβλημα που έχει να κάνει με την ασφάλεια ή με νομικά θέματα έχει επίδραση με την φήμη μιας τράπεζας. Σε έναν χώρο όπως είναι ο τραπεζικός, η φήμη και το “καλό” όνομα της τράπεζας

παίζει κυρίαρχο ρόλο στην απόκτηση νέων πελατών και στη διατήρηση των υπαρχόντων. Συνεπώς, ο κίνδυνος φήμης που αντιμετωπίζουν οι ηλεκτρονικές τράπεζες, λόγω νομικών προβλημάτων και ασφάλειας, είναι ιδιαίτερα σημαντικός. Τέτοιοι κίνδυνοι, μπορεί να προκύψουν από την μη ικανοποίηση του πελάτη ή από απώλεια της εμπιστοσύνης του πελάτη προς την τράπεζα.

Αξίζει να σημειωθεί ότι, εκτός από τους προαναφερθέντες κινδύνους, οι οποίοι αφορούν τις τραπεζικές συναλλαγές από απόσταση, οι ηλεκτρονικές τράπεζες αντιμετωπίζουν παράλληλα και τους κινδύνους που αντιμετωπίζει μια παραδοσιακή τράπεζα.

Τέτοιοι κίνδυνοι που δύναται να αντιμετωπίσει και κάθε ηλεκτρονική τράπεζα, είναι οι εξής:

- α)Κίνδυνος επιτοκίου
- β)Πιστωτικός κίνδυνος
- γ)Κίνδυνος ρευστότητας.

Συμπερασματικά, η εκτεταμένη παρουσία του Internet, η σταθερή απειλή των επιτήδειων (hackers) αλλά και η μεταφορά ευαίσθητων πληροφοριών και μεγάλων χρηματικών ποσών, φέρνει αντιμέτωπους με τους παραπάνω κινδύνους, και τους πελάτες και τις ίδιες τις τράπεζες. Έτσι, κρίνεται αναγκαία η ανάπτυξη συστημάτων και μεθόδων διαχείρισης των κινδύνων. Οι τράπεζες πρέπει να βελτιώσουν και να προσαρμόσουν τα συστήματα και τις τεχνικές διαχείρισης κινδύνων της παραδοσιακής τραπεζικής στα νέα προβλήματα που προκύπτουν από την εφαρμογή των τραπεζικών συναλλαγών μέσω Διαδικτύου.

6.2.3 Επιπτώσεις στο Ανθρώπινο δυναμικό

Καταρτισμένο προσωπικό

Γεγονός αποτελεί ότι, με την μετάβαση στην ηλεκτρονική τράπεζα θα απαιτούνται όλο και περισσότερα άτομα με τεχνολογική κατάρτιση και γνώσεις στην πληροφορική. Γενικότερα, το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί μέρος μιας ευρύτερης τάσης που απαιτεί το ανθρώπινο δυναμικό να είναι όλο και καλύτερα καταρτισμένο και εκπαιδευμένο.

Οι ηλεκτρονικές συναλλαγές θα μεταβάλουν την σύνθεση και την κατανομή των εργαζομένων. Οι θέσεις εργασίας που ασχολούνται με την διανομή προϊόντων και την μετάδοση πληροφοριών θα απαιτούν πιο σύνθετες και εξελιγμένες διαδικασίες, καθώς ο πελάτης-καταναλωτής θα ζητάει όλο και περισσότερες συμβουλές και θα γίνεται ολοένα και πιο απαιτητικός. Έτσι, η εργασία ενός τραπεζικού υπαλλήλου πρώτης γραμμής, μεταβάλλεται, με στόχο την ικανοποίηση των αυξημένων και μεταβαλλόμενων αναγκών του πελάτη. Ο ταμίας (teller) μεταβάλλεται σε πωλητή (seller).

Παράλληλα αναμένεται να εμφανιστούν και άλλες αλλαγές. Συγκεκριμένα, αν ο υπάλληλος αποτελεί μια από τις βασικές δυνάμεις της τράπεζας, ο εκπαιδευόμενος υπάλληλος θα αποτελεί εγγύηση για την ανάπτυξη και την πρόοδο της τράπεζας.

Από την άλλη μεριά, θα εμφανιστεί και το πρόβλημα του αριθμού των υπαλλήλων, καθώς πολλές λειτουργίες που εκτελούνται τώρα χειρωνακτικά θα αυτοματοποιηθούν. Με άλλα λόγια, ο αριθμός των απασχολούμενων υπαλλήλων σε κάθε τραπεζικό κατάστημα δείχνει να περιορίζεται, πράγμα που μαρτυράει την ανάγκη μείωσης του προσωπικού που χειρίζεται τις

συναλλαγές. Ωστόσο, ο συνολικός αριθμός του απασχολούμενου προσωπικού αναμένεται συνολικά να μην μειωθεί σε μεγάλο βαθμό.

Τέλος, έχει τονιστεί η ανάγκη απορρόφησης περισσότερων στελεχών στα τμήματα marketing και πωλήσεων. Γενικά, το προφίλ του μέσου τραπεζοϋπαλλήλου αναμένεται να αναβαθμιστεί καθώς οι νέες θέσεις και το νέο περιβάλλον εργασίας θα απαιτούν περισσότερο και καλύτερα καταρτισμένα στελέχη.

Στο σημείο αυτό, αξίζει να σημειώσουμε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των πιστωτικών καρτών, διότι, όπως ήδη έχουμε αναφέρει, υπάρχουν ορισμένες τράπεζες που δεν αποδέχονται ότι, οι τελευταίες αποτελούν είδος ηλεκτρονικής τραπεζικής.

6.3 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ ΚΑΡΤΑΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΙΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕ ΜΕΤΡΗΤΑ

Τα κύρια πλεονεκτήματα είναι τα εξής:

1. Ανάλυση μετρητών

Η ανάληψη μετρητών γίνεται όλο το 24ωρο από τα ATM που έχουν το σήμα της VISA, Mastercard και ανάληψη μετρητών από ATM στο εξωτερικό. Ο κάτοχος της κάρτας δεν χρειάζεται να έχει μαζί του χρήματα για να κάνει τις αγορές του, πράγμα που του δίνει άνεση και ασφάλεια.

Επίσης, έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιεί αγορές όποτε επιθυμεί ακόμα και εάν τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή δεν έχει τα μετρητά στο λογαριασμό του (π.χ. πριν πληρωθεί ο μισθός του).

2. Άτοκες δόσεις

Με άλλα λόγια είναι η εξασφάλιση περιόδου χάριτος αρκετών ημερών (π.χ.25 ή 50 ημέρες) χωρίς τόκο, από την ημερομηνία έκδοσης του λογαριασμού έως την ημερομηνία πληρωμής. Ο κάτοχος επωφελείται από την άτοκη περίοδο, από την ημέρα συναλλαγής μέχρι την ημέρα πληρωμής, οπότε δύναται να αγοράζει τώρα και πληρώνει μετά από περίπου 50 ημέρες χωρίς επιβάρυνση.

3. Δωρεάν ασφαλιστικές καλύψεις

Παραδείγματα δωρεάν ασφαλιστικές καλύψεις είναι τα εξής:

- Δωρεάν ταξιδιωτική ασφάλιση (στο εσωτερικό και εξωτερικό) για ολική ή μερική ανικανότητα και θάνατο από ατύχημα του πελάτη.
- Δωρεάν ταξιδιωτική ασφάλιση για καθυστέρηση πτήσης και απώλειας αποσκευών (πέρα 24ώρου).
- Δωρεάν προστασία αγορών λόγω κλοπής, καταστροφής, ελαττώματος (μέχρι τριμήνου από την ημερομηνία αγοράς και για αξία άνω των 50 ευρώ).

Παρόλα αυτά, οι πιστωτικές κάρτες παρουσιάζουν και ορισμένα μειονεκτήματα τα οποία είναι:

1. Απάτες

Οι απάτες, καθώς συχνά καταγράφονται κρούσματα μη εξουσιοδοτημένης χρήσης πιστωτικών καρτών στο Διαδίκτυο, υπεξαίρεσης αριθμών, υποκλοπής κωδικών κ.λπ.

2. Περιορισμός απόκτησης

Οι περιορισμοί στην απόκτησή τους, καθώς ο κάτοχος θα πρέπει να έχει συμπληρώσει το 18^ο έτος της ηλικίας του και να διαθέτει τραπεζικό λογαριασμό με κάποιο σεβαστό ποσό και την οικονομική άνεση για να πληρώνει συνδρομές, προμήθειες κ.λπ.

3. Υπερκαταναλωτισμό

Οδηγούν σε υπερκαταναλωτισμό.

4. Σπατάλες

Ωθούν σε σπατάλες γιατί παρασύρουν τους χρήστες σε αγορές πέρα από τις ανάγκες και πάνω από τις πραγματικές τους δυνατότητες.

5. Οικονομικά αδιέξοδα

Είναι γεγονός ότι πολύ και πολλούς εξυπηρετούν, επίσης όμως είναι βέβαιο ότι σε πολλούς προκάλεσαν (και προκαλούν) οικονομικά αδιέξοδα.

Παρά τις ανωτέρω ενστάσεις, η πρωτοκαθεδρία των πιστωτικών καρτών στις δικτυακές συναλλαγές δεν μπορεί να αμφισβητηθεί. Ελάχιστα είναι τα ηλεκτρονικά καταστήματα που δεν τις δέχονται ως μέσο πληρωμής. Σχεδόν το σύνολο των e-shops παγκοσμίως κάνουν αποδεκτές όλες τις κάρτες τύπου Visa ή Mastercard, ενώ αρκετά ακόμη δέχονται και άλλα είδη καρτών (λ.χ. American Express).

Τέλος, οι πιστωτικές κάρτες μπορούν να εξυπηρετήσουν όλα τα είδη ηλεκτρονικών καταστημάτων και η ενσωμάτωσή τους στους τρόπους πληρωμής κρίνεται απαραίτητη.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Α. Έντυπο υλικό – Βιβλία

1. Αγγέλης, Γ. Βασίλης, "Η Βίβλος του e-banking", Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, 2005
2. Σινανιώτη - Μαρούδη, Φαρσαρώτας, "Ηλεκτρονική τραπεζική", Εκδόσεις Σάκκουλα, 2005
3. Χρυσάνθης Χ., "Η ηλεκτρονική εξυπηρέτηση των σύγχρονων τραπεζικών συναλλαγών", Εκδόσεις Σάκκουλα, 1997
4. Τσάμης Α. Αλέξανδρος, "Εξελίξεις, διαπιστώσεις και διλήμματα στη σύγχρονη ηλεκτρονική τραπεζική", 2003
5. Κατσουκάλος Γιάννης, Νέα Οικονομία, Διαδίκτυο και Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Εκδόσεις Κέρκυρα, Αθήνα, Νοέμβριος 2001
6. Δελούκα-Ιγγλέση Κορνηλία, Νομική και Κοινωνική Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Α. Σταμούλης, Πειραιάς 1992
7. Μπερνίτσας Π., «Σκέψεις και Προβληματισμός για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές», Δελτίο Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών, Αθήνα, Α' τρίμηνο 1985
8. Κ. Ταβλαρίδης «Η προστασία των καταναλωτών στην Ηλεκτρονική Τραπεζική», Δελτίο Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών, Αθήνα, Δεκέμβριος 1992
9. Μάρκελλος κ., Μαρκέλλου Π., Ρήγκου Μ., Συρμακέσης Σ., Τσακαλίδης Α., «e-Επιχειρηματικότητα», Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα 2005
10. Γιάννης Κ. Χολεβάς, «Τραπεζικές Εργασίες», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1995

B. Ηλεκτρονικό υλικό – Ιστοσελίδες

11. <http://www.go-online.gr/training/e-banking/index03.htm>
12. <http://www.go-online.gr/training/e-banking/index04.htm>
13. <http://www.go-online.gr/training/e-banking/index05.htm>
14. <http://www.go-online.gr/training/e-banking/index01.htm>
15. <http://www.go-online.gr/training/e-banking/index02.htm>
16. <http://www.emea.gr/default.asp?ElementId=23952>
17. http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=536
18. http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=741
19. http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=744
20. http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=743
21. http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=1223
22. http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=1045
23. <http://www.analyzeit.gr/eBanking.htm>
24. <http://www.e-tipos.com/economy>
25. http://kepka.org/index.php?option=com_content&task=view&id=25&Itemid=27
26. http://conta.uom.gr/conta/ekpaideysh/metaptyxiaka/strathgikes_diktywn/ergasies/2007/E-BANKING%20AS%20A%20COMPETITIVE%20ADVANTAGE%20IN%20MODERN%20NETWORK%20ECONOMY.pdf
27. http://www.economics.gr/article_Data/MX/2006/Poursanidou.htm