

Τ.Ε.Ι ΠΑΤΡΑΣ

# ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ : ΛΑΛΙΩΤΗΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΑΣ

ΠΡΕΤΙΟΝΗ ΓΕΩΡΓΙΑ  
ΚΟΥΛΟΥΒΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ  
ΚΑΡΑΠΑΥΛΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ

## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ:**

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	ΣΕΛ 1
---------------	-------

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1**

1. ΕΞΕΛΙΞΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ.....	ΣΕΛ 4
1.1 ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΣΥΝΑΛΛΑΣΣΟΜΕΝΩΝ.....	ΣΕΛ 5
1.2 ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΚΗΣ ΒΑΣΗΣ.....	ΣΕΛ 6
1.3 ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΠΕΛΑΤΩΝ.....	ΣΕΛ 6
1.4 ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ.....	ΣΕΛ12
1.5 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ.....	ΣΕΛ15

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2**

2. ΑΤΜ.....	ΣΕΛ21
2.1 ALPHA BANK.....	ΣΕΛ22
2.2 ΑΓΡΟΤΙΚΗ.....	ΣΕΛ22
2.3 ASPIS BANK.....	ΣΕΛ23
2.4 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΑΤΜ.....	ΣΕΛ24
2.5 IP- ΑΤΜ.....	ΣΕΛ24
2.6 ΙΔΑΝΙΚΟ ΚΑΝΑΛΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ.....	ΣΕΛ25
2.7 ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ.....	ΣΕΛ25

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**

3. ΕFT/POS.....	ΣΕΛ26
3.1 ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΕFT/POS.....	ΣΕΛ26
3.2 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ.....	ΣΕΛ26
3.3 SET.....	ΣΕΛ28
3.4 ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ SET.....	ΣΕΛ28
3.5 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΡΙΝ/ΤΑΝ.....	ΣΕΛ31

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

4. INTERNET BANKING.....	ΣΕΛ34
--------------------------	-------

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5**

<b>5. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ-ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ.....</b>	<b>ΣΕΛ46</b>
<b>5.1 ΠΟΙΑ ΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ.....</b>	<b>ΣΕΛ48</b>
<b>5.2 ΠΩΣ ΓΙΝΟΝΤΑΙ ΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ         ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΣΤΟ INTERNET.....</b>	<b>ΣΕΛ48</b>
<b>5.3 ΠΩΣ ΑΛΛΙΩΣ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΓΙΝΟΥΝ         ΠΛΗΡΩΜΕΣ.....</b>	<b>ΣΕΛ51</b>
<b>5.4 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ.....</b>	<b>ΣΕΛ54</b>
<b>5.5 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΜΕ ΤΗΛ         ΚΑΙ ΚΙΝΗΤΟ ΤΗΛ.....</b>	<b>ΣΕΛ55</b>
<b>5.6 ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ.....</b>	<b>ΣΕΛ55</b>
<b>5.7 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ         ΜΕΣΩ INTERNET.....</b>	<b>ΣΕΛ57</b>
<b>5.8 INTERNET BANKING ΚΑΙ Η ΣΧΕΣΗ ΤΟΥ         ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ.....</b>	<b>ΣΕΛ58</b>
<b>5.8.1ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΠΛΗΡΩΜΩΝ             ΜΕΣΩ INTERNET BANKING.....</b>	<b>ΣΕΛ59</b>

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6**

<b>6. ΟΝ-LINE ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ.....</b>	<b>ΣΕΛ63</b>
<b>6.1 ΟΙ ΥΠΟΔΟΜΕΣ.....</b>	<b>ΣΕΛ66</b>
<b>6.2 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΜΕΣΩ         ΤΩΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΤΟΥΣ.....</b>	<b>ΣΕΛ67</b>
<b>6.3 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΟΓΡΑΦΕΣ.....</b>	<b>ΣΕΛ82</b>
<b>6.4 ΤΟ ΝΟΜΙΚΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΤΩΝ         ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΟΓΡΑΦΩΝ.....</b>	<b>ΣΕΛ88</b>
<b>6.5 ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΣΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ         ΤΟΜΕΑ.....</b>	<b>ΣΕΛ96</b>

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7**

<b>7. ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ     ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ.....</b>	<b>ΣΕΛ99</b>
<b>7.1 ΚΑΝΟΝΕΣ ΔΙΑΦΑΝΕΙΑΣ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ         ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ.....</b>	<b>ΣΕΛ100</b>
<b>7.2 ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΝΟΜΙΜΟΤΗΤΑΣ         ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ.....</b>	<b>ΣΕΛ101</b>
<b>7.3 ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ         ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΑΠΟ ΤΡΙΤΕΣ ΧΩΡΕΣ.....</b>	<b>ΣΕΛ103</b>
<b>7.4 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΙΣ ΑΡΧΕΣ ΤΡΙΤΩΝ ΧΩΡΩΝ.....</b>	<b>ΣΕΛ104</b>

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8**

<b>8. ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΦΟΡΕΑ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ.....</b>	<b>ΣΕΛ105</b>
<b>8.1 ΔΙΑΣΥΝΟΡΙΑΚΗ ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΥΠΟΓΡΑΦΗΣ.....</b>	<b>ΣΕΛ106</b>
<b>8.2 ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ.....</b>	<b>ΣΕΛ106</b>
<b>8.3 ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ.....</b>	<b>ΣΕΛ109</b>
<b>8.4 ΕΠΟΠΤΕΙΑ ΣΕ ΕΝΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΒΑΣΗ.....</b>	<b>ΣΕΛ111</b>

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9**

<b>9. ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΚΟΙΝΟΤΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ.....</b>	<b>ΣΕΛ114</b>
<b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ.....</b>	<b>ΣΕΛ118</b>
<b>ΠΗΓΕΣ ΕΥΡΩΠΑΙΚΟΥ ΚΟΙΝΟΤΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ.....</b>	<b>ΣΕΛ118</b>
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΑΠΑΤΕΣ-ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ.....</b>	<b>ΣΕΛ119</b>
<b>Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....</b>	<b>ΣΕΛ121</b>
<b>ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΡΟΣ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....</b>	<b>ΣΕΛ123</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>ΣΕΛ126</b>

## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Παραδοσιακά, η άσκηση των τραπεζικών δραστηριοτήτων γινόταν με την χρήση του χαρτιού, σε όλες τις δυνατές μορφές του (έντυπα, επιστολές, συμβάσεις, τίτλοι αξίας κλπ ). Μετά την εμφάνιση της μηχανογράφησης, η παραδοσιακή χρήση του «χαρτιού» ως βασικής παραμέτρου για την άσκηση των τραπεζικών δραστηριοτήτων περιορίζεται συνεχώς και τείνει να εξαφανιστεί.

Η διεξαγωγή των τραπεζικών εργασιών και δραστηριοτήτων, η οποία σήμερα στηρίζεται καθοριστικά στην πληροφορική τεχνολογία και την χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών, αναφέρεται με τον όρο **ηλεκτρονική τραπεζική**. Η ηλεκτρονική τραπεζική επεκτείνεται ταχύτατα στην λειτουργία των τραπεζών, με την αξιοποίηση των δυνατοτήτων που προσφέρονται από την ραγδαία εξελισσόμενη τεχνολογία της πληροφορικής.

Για παράδειγμα παραδοσιακά, η χορήγηση ενός τραπεζικού δανείου γινόταν με την διαβίβαση και επεξεργασία μιας σειράς συμπληρωμένων εντύπων. Στις συνθήκες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, η χορήγηση ενός τραπεζικού δανείου γίνεται με την ηλεκτρονική διαβίβαση και την μηχανογραφική επεξεργασία μιας σειράς στοιχείων και δεδομένων.

Η εξέλιξη της τραπεζικής πληροφορικής δημιουργεί συνεχώς νέες συνθήκες και δυνατότητες για την ανάπτυξη των τραπεζικών εργασιών, οι οποίες με την σειρά τους επηρεάζουν την ανάπτυξη της πληροφορικής τεχνολογίας. Αναπτύσσεται επομένως ένας κύκλος εξελίξεων που δεν φαίνεται ότι θα ανακοπεί στο μέλλον. Αντίθετα, αναμένεται η κατάργηση του «χαρτιού» στις τράπεζες και η άσκηση των περισσότερων τραπεζικών δραστηριοτήτων με τραπεζικά μέσα.

Από την καθιέρωση της πληροφορικής στον χώρο των τραπεζών, παρατηρείται διεθνώς μια σημαντική εξοικείωση της πελατείας στην χρήση των ηλεκτρονικών μέσων, γεγονός φυσικά που επηρεάζει τις συμπεριφορές της, καθοδηγεί την προσφορά νέων τραπεζικών προϊόντων και διαμορφώνει νέες συνθήκες στον ανταγωνισμό των τραπεζών.

Επομένως, η καθιέρωση της πληροφορικής στον χώρο των τραπεζών διαμορφώνει μια νέα επιχειρησιακή «κουλτούρα» και επηρεάζει πλέον καθοριστικά το κόστος της λειτουργίας τους (η «κακή» χρήση της πληροφορικής αυξάνει το κόστος, ενώ η ορθή το περιορίζει αισθητά) και την αποδοτικότητά τους.

Η αλματώδης εξέλιξη της πληροφορικής δεν επιφέρει μόνο επαναστατικές αλλαγές στην παραγωγικότητα και την αποδοτικότητα των τραπεζών, αλλά επηρεάζει το νομικό και θεσμικό πλαίσιο, που διέπει την λειτουργία τους. Το «έγγραφο», σε όλες τις μορφές του (επιστολή, έντυπο, βιβλίο κλπ) αποτελούσε

το κύριο μέσο επιβεβαίωσης των τραπεζικών πράξεων (απόψεων, αιτημάτων, υποχρεώσεων, γεγονότων κλπ) ενώ στις συνθήκες της ηλεκτρονικής τραπεζικής αρκεί μια απλή ηλεκτρονική καταγραφή καθώς και η επιβιβέωσή της με «ηλεκτρονική υπογραφή».

Από τα παραπάνω, προκύπτει ότι η διάδοση της ηλεκτρονικής τραπεζικής σηματοδοτεί μια αλλαγή στον τρόπο άσκησης των τραπεζικών δραστηριοτήτων και επομένως υπάρχει ανάγκη καθορισμού νέων κανόνων και πρακτικών, προκειμένου να προσδιοριστεί το πλαίσιο για την υλοποίησή τους στο μέλλον.

Η παροχή τραπεζικών υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου έχει λάβει κατά την διάρκεια των τελευταίων ετών σημαντικές διαστάσεις. Το e – banking, δηλαδή, η εξ' αποστάσεως διεξαγωγή παραδοσιακών και καινοτομικών τραπεζικών υπηρεσιών με την χρήση ηλεκτρονικών μέσων, προκάλεσε αναμφισβήτητη επανάσταση στην καθημερινότητα των συναλλασσόμενων με τους τραπεζικούς κολοσσούς. Η εξάπλωση του ηλεκτρονικού εμπορίου και το συνεχώς αυξανόμενο surfing στο internet, είναι το φαινόμενο της νέας εποχής, η οποία αλλάζει τις συναλλακτικές και επικοινωνιακές συνήθειες. Οι σύγχρονοι λεωφόροι των πληροφοριών σε εθνικό και διεθνές επίπεδο και συνακόλουθα η κοινωνία της πληροφορίας οδηγούν σε νέες κοινωνικές πολιτισμικές και οικονομικές προκλήσεις.

Η ιστορία της ηλεκτρονικής τραπεζικής συγκρινόμενη με τις υπόλοιπες εφαρμογές του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι σχετικά μεγάλη. Οι πρώτες μορφές της εμφανίστηκαν στη δεκαετία του '80, καλύπτοντας την διατραπεζική επικοινωνία με την χρήση του δικτύου swift, και των αντιστοίχων μηνυμάτων. Στις αρχές της δεκαετίας του '90 πραγματοποιήθηκαν οι πρώτες εφαρμογές **financial EDI**, που επιτρέπουν επικοινωνία αφενός ανάμεσα στα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και αφετέρου μεταξύ των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων και των επιχειρήσεων για την διευκόλυνση του εμπορίου. Στη συνέχεια οι ελληνικές τράπεζες σε επίπεδο ηλεκτρονικής τραπεζικής εξακολούθησαν να κάνουν ολοένα και περισσότερα βήματα και να προσφέρουν στους πελάτες τους πολλαπλές υπηρεσίες.

## 1<sup>η</sup> ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

Τον Οκτώβριο του 1995 εμφανίστηκε στην ΑΜΕΡΙΚΗ η πρώτη ηλεκτρονική τράπεζα, η security **FIRST NETWORK BANK** η οποία χωρίς να διαθέτει δίκτυο καταστημάτων εξυπηρετούσε την πελατεία της μόνο μέσα από το διαδίκτυο. Η νέα τράπεζα σχεδιάστηκε και αναπτύχθηκε από ένα σχετικά μικρό χρηματοοικονομικό οργανισμό την **cardinal Bancshares organization** που είχε έδρα στο Κεντάκι των ΗΠΑ και ο οποίος χρηματοδοτήθηκε με 2,4 \$ εκατομμύρια

από δύο αμερικάνικες τράπεζες την **Huntington Bancshares** και την **Wachovia corporation**.

Προς τα τέλη της προηγούμενης δεκαετίας καταγράφηκε σημαντική αύξηση στην ίδρυση και λειτουργία διαδικτυακών τραπεζών, ενώ αντίστοιχα ο αριθμός των παραδοσιακών τραπεζικών καταστημάτων παρουσίαζε μείωση.

Η τάση αυτή δεν συνεχίστηκε. Τα αναμφισβήτητα πλεονεκτήματα των νέων τραπεζών φάνηκε ότι είχαν υπερεκτιμηθεί. Ο εντυπωσιακός ρυθμός της αύξησης της πελατείας των νέων τραπεζών ,επισκιάστηκε από το γεγονός ότι οι πελάτες των ηλεκτρονικών τραπεζών έπρεπε τελικά να καταφύγουν και πάλι στις παραδοσιακές τράπεζες, στα καταστήματα, για να καλύψουν ανάγκες που απ τη φύση τους οι ηλεκτρονικές τράπεζες δεν μπορούσαν να εξυπηρετήσουν.

Παράλληλα οι παραδοσιακές τράπεζες, οι οποίες μέσα απ τα καταστήματα προωθούσαν προϊόντα και υπηρεσίες και εξυπηρετούσαν τις συναλλαγές των πελατών τους, ένιωσαν {απειλή}, καθώς διαπίστωναν ότι τμήματα πελατών τους άρχιζαν να στρέφονται προς τις τράπεζες νέας μορφής. Οι τράπεζες αυτές έπρεπε κάτι να κάνουν και έτσι με γρήγορα βήματα άρχισαν να αναπτύσσουν εναλλακτικά , ως προς τα καταστήματα, δίκτυα εξυπηρέτησης , στα πρότυπα των ηλεκτρονικών τραπεζών.

Σίγουρα δεν μένει αμέτοχο στην εξέλιξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής, καθώς φιλοξενεί όλο και περισσότερα ηλεκτρονικά δίκτυα, συνήθως σε κάποιο προθάλαμο αυτό-εξυπηρέτησης (self-service), με συσκευές όπως το ATM, η τηλεφωνική συσκευή για απευθείας σύνδεση με την Υπηρεσία Τηλεφωνικής Εξυπηρέτησης (call center), οι ειδικές μονάδες για πληρωμή λογαριασμών με μετρητά κ.λπ. Ακόμα, το προσωπικό του καταστήματος έχει προσανατολιστεί στο νέο του ρόλο, την πώληση προϊόντων και εξυπηρέτηση πελατείας, με την χρήση των νέων τεχνολογιών, τόσο κατά την διάρκεια της συνομιλίας με τον πελάτη, όσο και για τη διαχείριση εργασιών εντός του ίδιου του καταστήματος.

### ***Συμπερασματικά θα έλεγε κανείς ότι:***

Οι αμιγώς ηλεκτρονικές τράπεζες αποτέλεσαν μία αφετηρία που αποδείχθηκε στη πράξη και προορισμός, αφού η μετέπειτα πορεία τους και η περαιτέρω ανάπτυξή τους, περνά σχεδόν υποχρεωτικά από τη συνεργασία τους με ένα δίκτυο καταστημάτων.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## 1. ΕΞΕΛΙΞΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

Η ηλεκτρονική τραπεζική εξυπηρέτηση παραμένει ένας τελικός προορισμός και η ταχύτητα επίτευξης της εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το ρυθμό διείσδυσης των νέων τεχνολογιών στην καθημερινή ζωή. Παράλληλα όμως, αποτελεί και την αφετηρία για την βελτιστοποίηση των επιχειρησιακών λειτουργιών στις παραδοσιακές τράπεζες, οι οποίες αναγκαστικά πλέον προσδένονται στο άρμα της ηλεκτρονικής τραπεζικής και πρέπει να αποκτήσουν εσωτερική αποτελεσματικότητα. Αποτελεσματικότητα που να τους επιτρέπει να εκτελούν εσωτερικές εργασίες με ταχύτητα και αμεσότητα αντίστοιχη εκείνης, με την οποία ο πελάτης συνεργάζεται με την τράπεζα μέσα από τα ηλεκτρονικά δίκτυα. Καθώς ο ανταγωνισμός βρίσκεται τόσο μακριά όσο το πάτημα ενός κουμπιού στον υπολογιστή ή στην τηλεφωνική συσκευή, η σύγχρονη πρόκληση για της τράπεζες παραμένει η οργάνωση τους, έτσι ώστε να ανταποκρίνονται άμεσα στη δημιουργία νέων δικτύων, νέων προϊόντων και υπηρεσιών.

Η προώθηση των δικτύων ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι το μέγα θέμα και ταυτόχρονα η μεγάλη πρόκληση. Παρά το γεγονός ότι οι πελάτες έχουν αποδεχθεί (σχετική έρευνα του 1997) ότι η ηλεκτρονική τραπεζική παραπέμπει αφενός στην ευκολία ως μέθοδο εκτέλεσης συναλλαγών και αφετέρου στη δυνατότητα απλής, άμεσης, αυτόματης και αμφίδρομης επικοινωνίας με την τράπεζα, εντούτοις ανθίστανται σημαντικά στην αποδοχή της..

Οι κυριότερες αιτίες που δυσκολεύουν την προώθηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, στην Ελλάδα τουλάχιστον, είναι:

1) Οι συναλλασσόμενοι με τις τράπεζες σε μεγάλο ποσοστό δεν είναι εξοικειωμένοι με τη χρήση της τεχνολογίας.

2) Η διείσδυση του Internet είναι μικρή ( 14% του ενεργού πληθυσμού), αν και ρυθμός αύξησης- κυρίως λόγω των νέων- είναι σημαντικός, της τάξης του 10%. τραπεζικές συναλλαγές μέσω Internet πραγματοποιούν μόνο 2%-3% από τους χρήστες του Internet.

Οι συναλλασσόμενοι με τις τράπεζες ανησυχούν για την ασφάλεια των ηλεκτρονικών δικτύων. Αιτία για τη δημιουργία αυτής της αντίληψης είναι τα γνωστά προβλήματα που συχνά παρουσιάζονται μέσω των ΜΜΕ. Προβλήματα που στο σύνολο τους έχουν προκύψει από συναλλαγές ηλεκτρονικού εμπορίου, οι οποίες πραγματοποιούνται μέσα από συστήματα και εφαρμογές που δεν



περιλαμβάνουν, προφανώς λόγω κόστους, την ασφάλεια που διαθέτουν τα συστήματα και οι εφαρμογές της ηλεκτρονικής τραπεζικής,

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

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

## **1.1 ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΣΥΝΑΛΛΑΣΣΟΜΕΝΩΝ**

Η ενημέρωση των συναλλασσομένων, εκτός βέβαια από εκείνους που ασχολούνται οι ίδιοι με την ηλεκτρονική τραπεζική, γίνεται κυρίως από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης (ΜΜΕ) και φυσικά από το προσωπικό των τραπεζών.

Τα ΜΜΕ, με τη δύναμη που διαθέτουν στη μαζική πληροφόρηση, αποτελούν κεντρικό σημείο για την ενημέρωση των πολιτών. Η ενημέρωση όμως αυτή πρέπει να είναι σωστή και για να γίνει προϋποθέτει οι εκπρόσωποι των ΜΜΕ να έχουν αποκτήσει καλή γνώση του αντικειμένου. Η ένωση Ελληνικών Τραπεζών ήδη εξετάζει τους τρόπους για την παροχή ενημερωτικού υλικού και ακριβούς πληροφόρησης προς τους εκπροσώπους των μέσων μαζική ενημέρωσης, προκειμένου, με τη σειρά τους, να ενημερώνουν συχνότερα και έγκυρα το κοινό τους.

Για την ενημέρωση των πελατών από το προσωπικό των τραπεζών, υπάρχουν δύο προσεγγίσεις. Στην πρώτη προσέγγιση την ενημέρωση αναλαμβάνει εξειδικευμένο στέλεχος της ηλεκτρονικής τραπεζικής, που υπάγεται διοικητικά στην αντίστοιχη οργανωτική μονάδα. Στη δεύτερη προσέγγιση, η οποία είναι η πλέον συνηθισμένη και περισσότερο ρεαλιστική, την ενημέρωση αναλαμβάνουν στελέχη των καταστημάτων, που το αντικείμενο της εργασίας τους είναι η προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών στους πελάτες. Προϋπόθεση βέβαια είναι η εκπαίδευση στελεχών αυτών, η οποία για να έχει τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα πρέπει τα ίδια τα στελέχη να χρησιμοποιούν τα εναλλακτικά δίκτυα.

## **1.2 ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΚΗΣ ΒΑΣΗΣ**

Το δημόσιο και τα ασφαλιστικά ταμεία του ΙΚΑ και ΤΕΒΕ, σε μια προσπάθεια εκσυγχρονισμού και βελτίωσης των παρεχόμενων υπηρεσιών τους, καθιέρωσαν και, σε μερικές περιπτώσεις, επέβαλαν ηλεκτρονικές πληρωμές, οι οποίες επειδή είναι επαναλαμβανόμενες και απλές στη χρήση τους, έγιναν εύκολα αποδεκτές από μεγάλο μέρος των συναλλασσομένων.

Εάν η τάση αυτή συνεχιστεί και όλο και περισσότεροι οργανισμοί, υπουργεία, ασφαλιστικά ταμεία και επαγγελματικές ενώσεις χρησιμοποιήσουν τη δυνατότητα ηλεκτρονικών πληρωμών για ένα αυξανόμενο αριθμό υπηρεσιών, είναι βέβαιο ότι τότε θα έχει δημιουργηθεί το κατάλληλο περιβάλλον ώστε η ηλεκτρονική τραπεζική να κάνει άλματα. Οι συναλλαγές των πολιτών με το δημόσιο και τους οργανισμούς του ευρύτερου δημοσίου τομέα, μέσω των εναλλακτικών δικτύων των τραπεζών, φαίνεται ότι είναι το κυριότερο μέσο για την αποδοχή και χρήση ηλεκτρονικής τραπεζικής από περισσότερους πολίτες.

## **1.3 ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΠΕΛΑΤΩΝ**

Η υποστήριξη των πελατών που χρησιμοποιούν τα εναλλακτικά δίκτυα είναι κρίσιμος παράγοντας για τη διάδοσή τους. Συνηθίζοντας στην ταχύτητα εξυπηρέτησης μιας ηλεκτρονικής συναλλαγής, ο πελάτης απαιτεί το ίδιο επίπεδο ταχύτητας και αμεσότητας και στην επίλυση των θεμάτων και των προβλημάτων που προκύπτουν από τη χρήση των εναλλακτικών δικτύων.

Οι τράπεζες που ανταποκρίνονται σε αυτή την απαίτηση των πελατών τους και αμέσως επικοινωνούν μαζί τους, είτε με τη χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είτε με τη βοήθεια του call center που διαθέτουν είτε με οποιονδήποτε άλλο τρόπο, είναι βέβαιο ότι θα επιτύχουν υψηλά επίπεδα ικανοποίησης της πελατείας τους.

Τέλος, η τιμολόγηση των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής επηρεάζει την προώθηση των εναλλακτικών δικτύων. Η τιμολόγηση μπορεί να αφορά ετήσια συνδρομή των πελατών που χρησιμοποιούν τα δίκτυα ή/και τιμολόγηση των επιμέρους υπηρεσιών/συναλλαγών που τους προσφέρονται. Το δίλημμα για τις τράπεζες είναι αν η τιμολόγηση θα αρχίσει πριν αποκτηθεί η 'κρίσιμη μάζα' συνδρομητών εναλλακτικών δικτύων ή αφού καθιερωθεί η αποδοχή τους από μεγάλη μερίδα των πελατών.

Από την εδραίωση της πληροφορικής τεχνολογίας, η οποία δημιούργησε μια μεγάλη αλλαγή στα βασικά μέσα διεξαγωγής των τραπεζικών εργασιών και από την ταχύτατη εξέλιξη των τηλεπικοινωνιών που επηρεάζονται και επηρεάζουν την τεχνολογία της πληροφορικής, δημιουργήθηκε ένα πλαίσιο διεξαγωγής των τραπεζικών εργασιών και καθιερώθηκαν νέες συνθήκες και καταστάσεις όπως:

- Ø Έντονη αλλαγή στα τραπεζικά προϊόντα η οποία προκαλείται είτε από διεθνή τραπεζικό ανταγωνισμό, είτε από νέες απαιτήσεις της πελατείας και την οποία οι τράπεζες πρέπει να παρακολουθούν και να έχουν διαρκή ετοιμότητα για την άμεση προσαρμογή τους στα δεδομένα ενός συνεχώς μεταβαλλόμενου περιβάλλοντος.
- Ø Διεύρυνση του ανταγωνισμού των τραπεζών από συναφείς επιχειρήσεις και άλλους οικονομικούς κλάδους (ασφαλιστικές εταιρείες, βιομηχανίες, πολυκαταστήματα κλπ)
- Ø Μέγιστη ευελιξία και προσαρμοστικότητα των διοικητικών δομών των τραπεζών και των λειτουργικών μεταβολών, με στόχο την εκμετάλλευση των παρουσιαζόμενων επιχειρηματικών και τεχνολογικών ευκαιριών.
- Ø Ανάγκη προσδιορισμού των τραπεζικών κινδύνων με στόχο την ανάπτυξη και αξιοποίηση νέων συστημάτων λειτουργικών ελέγχων και διαχείρισης κινδύνων για προστασία τόσο από παραδοσιακές μορφές κινδύνων, όσο από τους νέους κινδύνους που συνεπάγεται η άσκηση των τραπεζικών δραστηριοτήτων με την αξιοποίηση της ηλεκτρονικής τεχνολογίας.

Επομένως σύμφωνα με τα παραπάνω προκύπτει ότι η διάδοση της ηλεκτρονικής τραπεζικής πραγματοποιείται μέσα σε μία νέα αγορά διεξαγωγής των τραπεζικών εργασιών και καθιερώνει νέες συνθήκες και καταστάσεις. Η πραγματικότητα αυτή σηματοδοτεί ασφαλώς το άνοιγμα νέων ευκαιριών για τις τράπεζες όπως η διεύρυνση του φάσματος των παρεχομένων προϊόντων, αλλά ταυτόχρονα διαμορφώνει και νέες απειλές πολύ πιο σοβαρές και καταστροφικές από εκείνες που αντιμετώπιζαν προηγούμενα. Υπάρχει επομένως ένα πολύ σημαντικό ζήτημα προσαρμογής των τραπεζών στις νέες συνθήκες και καταστάσεις που επέβαλε η καθιέρωση της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Η είσοδος των ηλεκτρονικών λύσεων, εφαρμογών και διευκολύνσεων στις τραπεζικές συναλλαγές δεν αποτελεί νέα υπόθεση. Το διαφορετικό σήμερα, βρίσκεται στις τεράστιες δυνατότητες που προσφέρει η τεχνολογία για την άμεση και συνεχόμενη διασύνδεση της τραπεζικής πελατείας με όλα τα προϊόντα και υπηρεσίες του τραπεζικού συστήματος. Αυτόματες ταμειακές μηχανές σε όλα τα τραπεζικά συστήματα, ηλεκτρονικές αγορές μέσω καρτών και τηλεφωνικές συναλλαγές προσφέρουν υπηρεσίες που εφαρμόζονται με μεγάλη επιτυχία. Ακόμα και η τραπεζική μέσω του διαδικτύου αναπτύσσεται με αξιοσημείωτους ρυθμούς.

Η σχέση των πελατών με την τράπεζα τους προσαρμόζεται πλέον στις ανάγκες της εποχής και στους ρυθμούς με τους οποίους εργάζεται η σύγχρονη και συνεχώς ανταγωνιστικότερη οικονομία. Όσο η οικονομία αλλάζει, τόσο θα αλλάζει και η τραπεζική εργασία. Η ηλεκτρονικές συναλλαγές και τα εναλλακτικά δίκτυα εξυπηρέτησης των πελατών ανοίγουν τον δρόμο στην «άμεση» τραπεζική. Κάθε επαφή του πελάτη με τον εκπρόσωπο της τράπεζας δίνει την δυνατότητα για την ανάπτυξη σχέσεων, την μεταφορά βαθύτερων γνώσεων και την προσφορά υπηρεσιών. Το παραδοσιακό κατάσταση μετατρέπεται σταδιακά σε χώρο παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών, προσανατολισμού και ενημέρωσης του πελάτη.

Το ηλεκτρονικό δίκτυο, όπως απεικονίζεται στη μορφή του διαδικτύου, προσφέρει πολλαπλές δυνατότητες εμπορικής ανάπτυξης των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Με το «ηλεκτρονικό χρήμα» να αποτελεί εδώ και πολύ καιρό μια καθημερινή συνήθεια, έχει ανοίξει ο δρόμος για μεγάλες αλλαγές. Υπάρχει όμως το θέμα της ασφάλειας των συναλλαγών. Χρειάζεται περισσότερη δουλειά για να πεισθούν όσοι δεν έχουν την εμπειρία των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Παράλληλα, η παρακολούθηση και η συνεχής εξέλιξη των ηλεκτρονικών συστημάτων υποστηρίζει την εδραίωση σχέσεων εμπιστοσύνης με τους πελάτες.

Η πρόοδος που έχει γίνει στον χώρο της τραπεζικής εξυπηρέτησης βρίσκεται σε άμεση συνάρτηση τόσο με τις επενδύσεις όσο και με τις σημαντικές πρωτοβουλίες που έχουν παρθεί στο χώρο των ηλεκτρονικών συναλλαγών του τραπεζικού διαδικτύου. Το τραπεζικό δίκτυο εξασφαλίζει καλύτερη εξυπηρέτηση στον πελάτη, του προσφέρει την δυνατότητα να συναλλάσσεται με την τράπεζα από όπου και αν βρίσκεται και σχεδόν χωρίς χρονικούς περιορισμούς. Με αυτόν τον τρόπο έχει σημειωθεί μια μεγάλη αναβάθμιση στην εξυπηρέτηση του πελάτη. Βέβαια οι εξελίξεις αυτές έγιναν αφορμή για να επαναπροσδιοριστεί ο ρόλος που κατέχει σήμερα το τραπεζικό σύστημα. Πλέον τα καταστήματα των τραπεζών στρέφονται πιο πολύ σε εργασίες, που χρειάζονται καλύτερη και περισσότερη διαπροσωπική επικοινωνία. Αυτό είναι κάτι πολύ σημαντικό για τον πελάτη όταν πρόκειται να αγοράσει σύνθετα τραπεζικά προϊόντα, όταν αναζητά συμβουλές και όταν χρειάζεται τις κατάλληλες πληροφορίες για να πάρει μια απόφαση.

Η ηλεκτρονική τραπεζική, η οποία στη χώρα μας εξελίσσεται δυναμικά τα τελευταία χρόνια, συνιστά προ πολλού πραγματικότητα σε διεθνές επίπεδο. Οι μεγάλες τράπεζες προτιμούν να ενσωματώνουν τις υπηρεσίες μέσω διαδικτύου στο υφιστάμενο σύστημα διανομής προϊόντων και υπηρεσιών όπως το δίκτυο καταστημάτων και στην ηλεκτρονική τραπεζική. Πολλά πάλι χρηματοπιστωτικά ιδρύματα δημιουργούν ξεχωριστές, ανεξάρτητες ηλεκτρονικές τράπεζες, που παρέχουν τις υπηρεσίες τους μόνο μέσω του διαδικτύου τις καλούμενες "internet – only banks". Ηλεκτρονικές τράπεζες ή **virtual banks**, δημιουργούνται και εκτός

του κλάδου των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών από εταιρείες πληροφορικής, ασφαλιστικές και άλλες.

Ένα ευρύτερο φάσμα ηλεκτρονικών υπηρεσιών περιλαμβάνει και το **virtual financial supermarket**, που αφορά την προσφορά προϊόντων και υπηρεσιών on – line, τα οποία εμπλουτίζονται από προϊόντα τρίτων. Με πρόθεση λοιπόν τη μεγιστοποίηση των κερδών και την ελαχιστοποίηση του κόστους των παρεχόμενων υπηρεσιών πολλές τράπεζες χρησιμοποιούν το internet, αφενός ως μέσο προώθησης των υπηρεσιών και αφετέρου για την άμεση πώληση των προϊόντων τους. Το διαδίκτυο εξάλλου παρέχει στις τράπεζες την δυνατότητα να παράγουν τμήμα της ποσότητας του μέσου πληρωμών που καλείται «**ηλεκτρονικό χρήμα**». Η χρήση από τις τράπεζες των εφαρμογών του παγκόσμιου ιστού τις έχει οδηγήσει στο να υποκαταστήσουν σταδιακά το internet, τόσο στους παραδοσιακούς δίαυλους επικοινωνίας με τους πελάτες όσο και στα παραδοσιακά δίκτυα διάθεσης των υπηρεσιών τους. Έτσι αναπτύσσουν την επιχειρηματικότητά τους σε δύο κύριους άξονες, αφενός τράπεζα προς τράπεζα και αφετέρου τράπεζα προς καταναλωτή. Βασική βέβαια προϋπόθεση της ανάπτυξης του e – banking είναι η εδραίωση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών στη χρήση νέων τεχνολογιών, εμπιστοσύνη που εξασφαλίζει κυρίως η θέσπιση ενός ολοκληρωμένου θεσμικού πλαισίου, το οποίο είναι προσαρμοσμένο στις ανάγκες και ιδιαιτερότητες των νέων τεχνολογιών.

Ηλεκτρονική τραπεζική χωρίς κεντρική τράπεζα δεν μπορεί να υπάρχει, η τράπεζα της Ελλάδος στη χώρα μας με τη βούληση της πολιτείας έχει ένα πολύ σημαντικό θεσμικό, ρυθμιστικό και λειτουργικό ρόλο στο σύστημα. Εξάλλου εποικοδομητικό ρόλο στην εξέλιξη των θεσμών, στην προστασία των συναλλασσόμενων και τη λειτουργία του συστήματος διαδραματίζει η ένωση ελληνικών τραπεζών.

Η εκρηκτική εξάπλωση του εμπορικού δικαίου τις τελευταίες δεκαετίες προκάλεσε ανάλογη θεωρητική ενασχόληση με συγγράμματα και μελέτες. Την ιδιαιτερότητα του τραπεζικού δικαίου και των τραπεζικών συναλλαγών τόσο από άποψη νομική όσο και από οικονομική ιδίως στην σημερινή εποχή της οικουμενοποίησης, επιτείνει συνεχώς η εξελισσόμενη τεχνολογία που βρίσκει στο τραπεζικό ιδίως δίκαιο το πλέον πρόσφορο έδαφος εφαρμοσμένου τεχνολογικού δικαίου.

Δύο σώματα δικαίου, το τραπεζικό και του ηλεκτρονικού εμπορίου, με τις ιδιορρυθμίες, διαστάσεις και κινδύνους συγχρόνως που έχει το καθένα για τους καταναλωτές έστω προσεκτικούς και πληροφορημένους, στην ένωσή τους και στον συνδυασμό τους δημιουργούν νομικά ζητήματα, προκαλούν προβληματισμούς και επιβάλλουν επαγρύπνηση ενός γνωστικού νομοθέτη για την λειτουργικότητα και αποτελεσματικότητα αυτού του συνδυασμού με ταυτόχρονη προστασία του πελάτη, του καταναλωτή από το δίκαιο της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Η είσοδος των ηλεκτρονικών λύσεων, εφαρμογών και διευκολύνσεων στις τραπεζικές συναλλαγές δεν είναι βεβαίως, κάποια νέα υπόθεση. Το διαφορετικό σήμερα βρίσκεται στις τεράστιες δυνατότητες που προσφέρει η τεχνολογία για την άμεση και συνεχόμενη διασύνδεση της τραπεζικής πελατείας με όλα τα προϊόντα και υπηρεσίες του τραπεζικού συστήματος.

Στην απλή της μορφή, η ηλεκτρονική συναλλαγή είναι πολύ γνωστή. Αυτόματες ταμειακές μηχανές σε όλα τα τραπεζικά καταστήματα, ηλεκτρονικές αγορές μέσω καρτών και τηλεφωνικές συναλλαγές προσφέρουν υπηρεσίες και που εφαρμόζονται ήδη με μεγάλη επιτυχία. Ακόμη και η τραπεζική μέσω διαδικτύου αναπτύσσεται με αξιοσημείωτους ρυθμούς.

Η σχέση των πελατών με την τράπεζα τους ενδύεται πλέον τις ανάγκες της εποχής και προσαρμόζεται στους ρυθμούς με τους οποίους εργάζεται η σύγχρονη, παγκοσμιοποιημένη και συνεχώς ανταγωνιστικότερη οικονομία. Συνεχής λειτουργία επί 24 ώρες και για τις 7 ημέρες της εβδομάδας, με παράλληλη εντυπωσιακή μείωση του χρόνου εκτέλεσης των εντολών. Και βεβαίως περιορισμό του κόστους. Όσο η οικονομία θα αλλάζει τόσο θα αλλάζει και η τραπεζική εργασία.

Οι ηλεκτρονικές συναλλαγές και τα εναλλακτικά δίκτυα εξυπηρέτησης των πελατών ανοίγουν το δρόμο στην άμεση τραπεζική. Η μεγάλη αλλαγή που συνοδεύει τις προηγούμενες αφορά τον ρόλο του καταστήματος, των τραπεζικών λειτουργιών και στελεχών.

Αξίζει να ειπωθεί ότι η σχέση πελάτη και τραπεζικού εκπροσώπου, παραδοσιακά μια σχέση εμπιστοσύνης, γίνεται ακόμα σπουδαιότερη. Ετσι, αντί να μειώνεται η σημασία της, σε όφελος κάποιου άορατου ηλεκτρονικού χεριού, αποκτά ρόλο καθοριστικό. Κάθε επαφή του πελάτη με τον εκπρόσωπο της τράπεζας δίνει τη δυνατότητα για την ανάπτυξη στενότερων σχέσεων, τη μεταφορά βαθύτερων γνώσεων και την προσφορά υπηρεσιών-εργαλείων. Το παραδοσιακό κατάστημα μετατρέπεται σταδιακά σε χώρο παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών, προσανατολισμού και ενημέρωσης του πελάτη.

Το ηλεκτρονικό δίκτυο, όπως εμφανίζεται στη φιλική μορφή του διαδικτύου προσφέρει πολλές δυνατότητες εμπορικής ανάπτυξης των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Με το ηλεκτρονικό χρήμα να αποτελεί εδώ και πολύ καιρό μια καθημερινή συνήθεια ο δρόμος για ριζοσπαστικές αλλαγές έχει ανοίξει.

Υπάρχει βεβαίως το κρίσιμο θέμα της ασφάλειας των συναλλαγών η πρόοδος είναι σημαντική και ραγδαία. Χρειάζεται όμως περισσότερη δουλειά για να πεισθούν όσοι δεν έχουν την εμπειρία των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Παράλληλα άλλωστε η καλύτερη παρακολούθηση και η συνεχής εξέλιξη των ηλεκτρονικών συστημάτων υποστηρίζει την εμπέδωση σχέσεων εμπιστοσύνης με τους πελάτες.

Η αισιοδοξία για την ανάπτυξη και διάδοση των νέων δυνατοτήτων είναι συγκρατημένη, ρεαλιστική αλλά καλά εμπεδωμένη στις μεγάλες δυνατότητες του ελληνικού τραπεζικού συστήματος. Η εκ παραλλήλου ανάπτυξη στη χώρα μας, στις επιχειρήσεις και στις ιδιωτικές κατοικίες ηλεκτρονικών δικτύων, μεγάλων και με χαμηλό κόστος καθώς και η εξοικείωση με το διαδίκτυο θα οδηγήσουν με ασφάλεια στην εγκατάσταση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στις καθημερινές μας συνήθειες.

Η πρόοδος που έχει συντελεστεί στο χώρο της τραπεζικής εξυπηρέτησης γενικά, βρίσκεται σε άμεση συνάρτηση τόσο με τις επενδύσεις όσο και με τις σημαντικές πρωτοβουλίες, που έχουν αναληφθεί στον ευρύτερο χώρο των ηλεκτρονικών συναλλαγών και του τραπεζικού δικτύου ειδικότερα.

Το τραπεζικό διαδίκτυο εξασφαλίζει πληρέστερη εξυπηρέτηση στον πελάτη, του προσφέρει τη δυνατότητα να συναλλάσσεται με την τράπεζα απ' όπου βρίσκεται σχεδόν χωρίς χρονικούς περιορισμούς. Πολλές φορές 24 ώρες επί 7 ημέρες της εβδομάδας. Με την έννοια αυτή έχει σημειωθεί ουσιαστική αναβάθμιση στην εξυπηρέτηση του πελάτη.

Βέβαια, οι εξελίξεις αυτές έγιναν αφορμή να επαναπροσδιοριστεί ο ρόλος που διαδραματίζει σήμερα το πρωτεύων δίκτυο διανομής τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών, δηλαδή το τραπεζικό κατάστημα. Ειδικότερα τα καταστήματα έχουν χάσει πλέον το διεκπαιρωτικό τους ρόλο. Στρέφονται τώρα πιο πολύ σε εργασίες, που χρειάζονται περισσότερη και καλύτερη διαπροσωπική επικοινωνία, μια επαφή πρόσωπο με πρόσωπο μεταξύ πελάτη και τραπεζικού εκπροσώπου. Κάτι εξαιρετικά αναγκαίο για τον πελάτη όταν πρόκειται να αγοράσει σύνθετα τραπεζικά προϊόντα.

Έτσι όταν τα ηλεκτρονικά κανάλια και γενικότερα τα εναλλακτικά δίκτυα αναλαμβάνουν τη συνήθη εξυπηρέτηση του πελάτη, τα δίκτυα καταστημάτων των τραπεζών επικεντρώνουν τις προσπάθειες τους στην προώθηση πωλήσεων και την παροχή συμβουλών.

## 1.4 ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

Τραπεζικές συναλλαγές σημαίνει **εξυπηρέτηση**. Εκτός όμως από την εξυπηρέτηση σημαίνει και πώληση προϊόντων και υπηρεσιών. Αυτά με δυο λόγια, προσφέρει η κλασική μορφή του τραπεζικού καταστήματος.

Από την άλλη πλευρά, η ηλεκτρονική τραπεζική μιλά για εξυπηρέτηση και μπορούμε σε αυτό το να συμπεριλάβουμε και το ηλεκτρονικό εμπόριο, τα θέματα συναλλαγών business to business και βεβαίως, για την πώληση πολύ τυποποιημένων πραγμάτων, όπως είναι να μπορεί ο πελάτης να βρίσκει προϊόντα και υπηρεσίες στο ράφι.

Άρα αν συμφωνήσουμε σε αυτούς τους δύο ορισμούς, η πρόοδος της ηλεκτρονικής τραπεζικής φαίνεται στο αποτέλεσμα. Επιτρέπει την έξοδο από το παραδοσιακό κατάστημα. Κάποτε για το σύνολο των συναλλαγών η έστω για ένα πολύ μεγάλο μέρος των συναλλαγών. Ωστε να μείνει στο κατάστημα εκείνο που είναι το σπουδαιότερο για ένα τραπεζικό κατάστημα, δηλαδή την πώληση των δυσκολότερων προϊόντων και, κυρίως, οι συμβουλές για τα δύσκολα προϊόντα και υπηρεσίες. Τελικά, το κατάστημα θα είναι ο χώρος όπου θα προωθούνται, θα φυλάγονται και θα εξυπηρετούνται οι πελάτες για σύνθετες υπηρεσίες και προϊόντα.

Επομένως είναι πράγματι σημαντικό να κατανοήσουμε κατά πόσο η καινούργια τεχνολογία βοήθησε στην ανάπτυξη ορισμένων προϊόντων και υπηρεσιών. Ο αιώνας που πέρασε σηματοδότησε ραγδαία εξέλιξη των τραπεζικών εργασιών που έγινε χέρι με χέρι μαζί με την τεχνολογία.

Η τεχνολογία που συνδέεται με τον τραπεζικό χώρο, αναπτύχθηκε ταυτόχρονα και βοήθησε ώστε να αποκτήσουμε καινούργια προϊόντα και υπηρεσίες. Αυτό στις μέρες μας, με τις αυξημένες απαιτήσεις να είναι δυσκολότερο να καλυφθούν, τον περιορισμένο χρόνο και τις διαφοροποιημένες ανάγκες δυνατότητες εξυπηρέτησης ενός πελάτη με τη χρήση εναλλακτικών τρόπων, αποτελεί ένα σοβαρό συμπλήρωμα των υπηρεσιών που οι τράπεζες προσφέρουν και παραδοσιακά περνούσαν απαραίτητα μέσα από το τραπεζικό κατάστημα.

Η εξέλιξη αυτή έχει δύο χαρακτηριστικά. Το ένα χαρακτηριστικό είναι το κόστος. Τις ίδιες υπηρεσίες άλλος τις αγοράζει από το ράφι, ενώ κάποιος άλλος δεν χρειάζεται ούτε να ταξιδεύει. Έτσι, δεν χρειάζεται να απασχοληθεί ο υπάλληλος της τράπεζας, κάτι που κατέστησε τις συναλλαγές πιο φθηνές και πιο προσίτες στη μάζα. Το δεύτερο είναι η ευκολία πρόσβασης και οι δυνατότητες να επιλέγει κάποιος συγκρίνοντας πολλά προϊόντα την ίδια στιγμή από διαφορετικές τράπεζες.



Όμως μια σημαντική ερώτηση που πρέπει να απαντήσουμε, είναι σε ποιους απευθύνονται τα νέα αυτά προϊόντα. Άρα όπως κατανοούμε ο σωστός τρόπος δεν είναι να μετατρέψουμε σε ηλεκτρονικό προϊόν τα πάντα. Κάτι τέτοιο θα οδηγούσε σε στρεβλώσεις. Χρειάζεται λοιπόν **segmentation** (χωρισμός σε τμήματα) και κατηγοριοποίηση του ευρύτερου τραπεζικού κοινού.

Όπως όλα δείχνουν λοιπόν η τραπεζική του μέλλοντος θα περιλαμβάνει τη διαφοροποίηση των μαζικών συναλλαγών. Εξάλλου για όλες τις μεγάλες τράπεζες ο στόχος της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι μια κρίσιμη μάζα πελατών. Εκείνος που θα πετύχει στο μέλλον θα είναι εκείνος που θα βρει τρόπο να κατηγοριοποίηση τη μεγάλη μάζα και θα καλύψει συγκεκριμένες ανάγκες, εντός των πλαισίων του προβληματισμού που υπάρχει σήμερα για τον προσδιορισμό των κατηγοριών και την εξυπηρέτηση που χρειάζονται.

Αυτό που λείπει λοιπόν σήμερα για να καταγράψουμε τα αποτελέσματα αυτά, είναι η γνώση της κρίσιμης μάζας στον αριθμό των χρηστών και στο βαθμό χρήσης από τους πελάτες, έτσι ώστε να δούμε στην πραγματικότητα τα εν λόγω οφέλη. Όταν έρθει η ώρα της κρίσιμης μάζας τότε θα μετρήσουμε στην πράξη όλα τα οφέλη. Αυτό που επίσης πρέπει να δούμε, είναι τα έμμεσα οφέλη. Έτσι, στο χώρο του internet διεκπεραιώνουμε πληρωμές με πιστωτική κάρτα. Γενικότερα δε, η ίδια υποδομή εξυπηρετεί πληρωμές με κάρτα όταν κάρτα και πελάτης δεν είναι παρόντες. Εκεί μπορούμε να διαπιστώσουμε πόσο το internet μπορεί να συντελέσει στην κατεύθυνση της δημιουργίας επιπλέον εσόδων.

Υπάρχουν λοιπόν έμμεσα οφέλη, που μπορούν να συντελέσουν κατευθείαν στη βελτίωση των αποτελεσμάτων της τράπεζας, με συγκεκριμένα έσοδα από προμήθειες και άλλες μορφές. Πράγματα που θα συντελέσουν ουσιαστικά στη αύξηση των αποτελεσμάτων.

Θα πρέπει λοιπόν να ειπωθεί ένας διαχωρισμός ως προς το ότι οι συναλλαγές και κυρίως αυτές που εκτελούνται στο κατάστημα, αντιπροσωπεύουν ένα κόστος για τις τράπεζες που γενικά δυσκολεύονται να το αξιοποιήσουν και να το θεωρήσουν προσφερόμενη υπηρεσία προς τον πελάτη.

Στη διάρκεια των τελευταίων χρόνων, οι τράπεζες έγιναν περισσότερο επιχειρήσεις επεξεργασίας πληροφοριών. Προικίζονται με συστήματα πληροφορικής, που γίνονται ολοένα και ισχυρότερα. Το πρόβλημα όμως για όλες τις τράπεζες, είναι να επιτύχουν μείωση του κόστους, ώστε να μπορέσουν να γίνουν πιο ανταγωνιστικές. Και φυσικά κάτι το οποίο έχουμε διαπιστώσει όλοι, είναι ότι αυτή η πληροφορία ακόμη και αν είναι μηχανογραφημένη, περνάει μέσα και πάντα από το κατάστημα, από ένα άτομο. Αυτό το άτομο το οποίο μέσα από τις εργασίες που έκανε στο παραδοσιακό καταστημα, πρόσθετε πολύ μικρή αξία στο προϊόν η την υπηρεσία.

Αργά ή γρήγορα, όλες οι συναλλαγές θα πραγματοποιούνται από τους ίδιους τους πελάτες. Αυτό αλλάζει βαθιά τη φύση της σχέσης που έχουμε με τους πελάτες μας, ακόμα και την ίδια οργάνωση του καταστήματος που θα πρέπει να υφίσταται, αλλά με διαφορετικό τρόπο. Γι αυτό και θεωρούμαι ότι το **e-banking** ανήκει στη μελλοντική πορεία των τραπεζών αλλά δυστυχώς σήμερα δεν έχουμε δει ακόμα τις συνέπειες σε ότι αφορά τις οργανωτικές διαστάσεις.

Ένα παράδειγμα για τους πρωτοπόρους σε θέματα λιανικής τραπεζικής, όπως η **CITIBANK**, είναι ότι την προηγούμενη δεκαετία θέλησαν να φτιάξουν μια τράπεζα που θα δουλεύει αποκλειστικά με το ηλεκτρονικό τρόπο και οδηγήθηκαν σε μια τράπεζα ηλεκτρονικής τραπεζικής. Όμως μετά από χρόνια συνειδητοποίησαν ότι πρόκειται μάλλον για άσκηση η οποία ποτέ δεν θα μπορούσε να γίνει κερδοφόρα. Ένα άλλο γεγονός που δεν πρέπει να ξεχνάμε είναι ότι ενώ τα προηγούμενα χρόνια ο αριθμός των καταστημάτων θα μειωνόταν, τώρα βλέπουμε στην ΑΜΕΡΙΚΗ και στην ΕΥΡΩΠΗ τράπεζες να αυξάνουν τον αριθμό των καταστημάτων τους.

Χρησιμοποιώντας λοιπόν μέχρι σήμερα την εμπειρία μας βλέπουμε ότι η ηλεκτρονική τραπεζική δεν μπορεί να σταθεί από μόνη της και από την πλευρά της κερδοφορίας σε σχέση με την κουλτούρα των πελατών μας, οι οποίοι πιστεύουν ότι μέσα από μια διαπροσωπική σχέση, θα έχουν την καθοδήγηση που χρειάζονται για να τους βοηθήσουμε να αποφασίσουν που θα τοποθετήσουν τα χρήματά τους. Η πραγματικότητα αυτή πρέπει να συγκριθεί με την αντιμετώπιση που έχει ο πελάτης όταν επικοινωνεί με το μηχάνημα, εννοούμενοι τον προβληματισμό που υπάρχει ώστε να προσεγγίσουμε τις ανάγκες του μεγάλου αριθμού των πελατών μας. Δυστυχώς δεν υπάρχει αισιοδοξία, ότι είμαστε κοντά στο στόχο της κρίσιμης μάζας για την ηλεκτρονική τραπεζική.

Το δεύτερο σημείο συνδέεται με τον προβληματισμό σχετικά με το κατά πόσον η ηλεκτρονική τραπεζική θα είναι ακόμα ένα κανάλι εξυπηρέτησης και θα απευθύνεται σε συγκεκριμένη κατηγορία πελατών. Όπως λέμε σήμερα στον πελάτη ότι υπάρχει το κατάστημα ΑΤΜ έξω από αυτό, έτσι μπορούμε να προσθέσουμε ένα εργαλείο για όποιον είναι εξοικειωμένος με τον υπολογιστή στο διαδίκτυο. Στον τελευταίο αυτόν προσφέρουμε μια ακόμη δυνατότητα να μπορεί δηλαδή μέσα από το PC να κάνει τις τραπεζικές του συναλλαγές.

Αυτή είναι μια λογική γραμμή. Η άλλη είναι ότι ένας πελάτης του internet banking μπορεί να κάνει τα πάντα με αυτό και, αν το χρειαστεί, μέσα από την κατάλληλη διόδευση μπορεί να υπάρξει και ακατάλληλος άνθρωπος για μια προσωπική συνομιλία.

Πολλοί τάσσονται υπέρ της πρώτης άποψης. Δηλαδή ότι μόνο συμπληρωματικά στα άλλα μέσα μπορεί να δουλέψει η ηλεκτρονική τραπεζική και κυρίως, σε εργασίες που μπορούν να γίνονται φθηνότερα και με ευκολία. Τόσο για την τράπεζα, από άποψη κόστους αλλά και από τον πελάτη, σε θέματα

πρόσβασης στο ηλεκτρονικό τραπεζικό δίκτυο. Το θέμα του κόστους και γενικότερα των οικονομικών δεδομένων της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι αρκετά σύνθετο. Το κόστος δημιουργίας και λειτουργίας ενός καναλιού σε λειτουργία, προϋποθέτει ένα ελάχιστο αριθμό πελατών που το χρησιμοποιεί τακτικά.

Σήμερα είναι αλήθεια,ότι ίσως σε κανένα κανάλι δεν έχει εξασφαλιστεί αυτός ο κρίσιμος αριθμός πελατών. Παραμένει επομένως για τις τράπεζες το ερώτημα πως θα εξασφαλίσουν την κρίσιμη μάζα πελατείας για τη λειτουργία των καναλιών ηλεκτρονικής τραπεζικής internet ή mobile που προσφέρουν. Είναι επίσης σαφές ότι οι τράπεζες στην προσπάθεια τους να μειώσουν τα κόστη λειτουργίας των καναλιών ηλεκτρονικής τραπεζικής και γενικότερα εναλλακτικών καναλιών, θα πρέπει να αναλύσουν προσεκτικά τις προτιμήσεις της πελατείας τους στη χρήση των καναλιών αυτών και να περιορίσουν την προσφορά τους σε εκείνους που τα θεωρούν ιδιαίτερα απαραίτητα. Με άλλα λόγια θα παύσουν να προσφέρουν σε όλους όλα,θα τμηματοποιήσουν την πελατεία τους και με βάση την προτίμηση σε κανάλια εξυπηρέτησης και θα σχεδιάσουν την προσφορά τους ανάλογα.

Λέμε ότι το κόστος ανά μονάδα,ενός εναλλακτικού καναλιού όπως το internet, είναι χαμηλό σε σχέση με την εξυπηρέτηση του πελάτη στο κατάστημα. Όμως το τελικό συνολικό κόστος ενδεχομένως υποεκτιμάται, στο βαθμό που δεν λαμβάνεται υπόψη η παράμετρος της ευκολίας με την οποία μπορεί κανείς να χρησιμοποιήσει τη δυνατότητα που του δίνει το εναλλακτικό κανάλι. Μπορεί δηλαδή να γίνουν πολύ περισσότερες δοσοληψίες από όσες θα γίνονταν αν δεν ήταν διαθέσιμο το ηλεκτρονικό κανάλι. Στη συμβατική τραπεζική θα το σκεφθεί κανείς να πάει στη τράπεζα πολλές φορές μέσα σε μια εβδομάδα για να μάθει το υπόλοιπο του λογαριασμού το. Στο internet αυτό είναι εξαιρετικά εύκολο. Το ίδιο το μέσο τον ενθαρρύνει.

Συμπερασματικά, τα συνολικά οικονομικά της ηλεκτρονικής τραπεζικής θα χρειαστεί να τα μελετήσουμε παραπάνω. Πιστεύεται ότι βρισκόμαστε σε μια φάση που δεν έχουμε εξασφαλίσει κρίσιμη μάζα για τη λειτουργία των διαφόρων καναλιών. Παρόλα αυτά θα δούμε τις τράπεζες να διαθέτουν τη χρήση των καναλιών τους επιλεκτικά σε συγκεκριμένους πελάτες αποφεύγοντας να προσφέρουν σε όλους όλα.

## 1.5 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Πολλοί ειδικοί αναλυτές πιστεύουν ότι τα μεγαλύτερα όρια της τεχνολογίας είναι καταρχήν η αποδοχή της από τους άνδρες και τις γυναίκες. Γι αυτό και πρέπει να λαμβάνουμε υπόψη μας αυτό που επιθυμεί ο πελάτης. Επίσης

χρειάζεται ένα δίκτυο καταστημάτων αλλά είναι σχεδόν σίγουρο ότι σε δέκα χρόνια όταν θα μπαίνουμε σε ένα τραπεζικό κατάστημα θα το επισκεπτόμαστε για τελείως διαφορετικούς λόγους από ότι σήμερα.

Το επάγγελμα μας αλλάζει, θα πρέπει να προσαρμοστούμε σε αυτήν την κατάσταση. Για παράδειγμα, σήμερα εδώ και 10 χρόνια στην **Credit Agricole**, στο Παρίσι και όχι μόνο υπάρχουν καταστήματα που δεν έχουν ταμεία. Όταν, δηλαδή ο πελάτης μπαίνει σε ένα κατάστημα για να κάνει κάποιες συναλλαγές, έχει τη δυνατότητα να κάνει τα πάντα μέσω των μηχανημάτων. Στην πραγματικότητα, το κατάστημα έγινε συμβουλευτική ζώνη. Επίσης παρατηρείται ότι όλο και περισσότερο οι πελάτες αυτών των καταστημάτων κάνουν χρήση όλων των υπηρεσιών εξ αποστάσεως. Εξ αυτού θεωρείται ότι αυτό αλλάζει θεμελιωδώς την πελατειακή σχέση και απλοποιεί ακόμα περισσότερο τις εργασίες μας.

Βέβαια στη Γαλλία ο βαθμός εξοικείωσης με τη διενέργεια εργασιών ηλεκτρονικά είναι εξαιρετικά υψηλός σε σχέση με αυτόν που συναντάμε στην Ελλάδα. Βλέπουμε όμως ήδη και στη χώρα μας, μικρά καταστήματα πλήρως αυτοματοποιημένα, εξοπλισμένα δηλαδή με τερματικά εξυπηρέτησης.

Το κλειδί βρίσκεται στις γενιές που έρχονται. Γιατί οι νέες γενιές με την εξοικείωση που έχουν στις νέες τεχνολογίες είναι βέβαιο ότι θα χρησιμοποιήσουν και επομένως θα προωθήσουν τα δίκτυα αυτά πολύ περισσότερο, πολύ ταχύτερα από ότι εμείς σήμερα.

Ο δεύτερος παράγων είναι η τεχνολογία. Η τεχνολογία που συνδέεται:

**1) με την ευκολία του πελάτη να χρησιμοποιεί και να βρίσκει τη συσκευή που του χρειάζεται για να πραγματοποιήσει ηλεκτρονικές συναλλαγές**

**2) με την ταχύτητα στις συναλλαγές γιατί ηλεκτρονικές συναλλαγές που δεν γίνονται γρήγορα θα απομακρύνουν τους πελάτες από την ηλεκτρονική τραπεζική**

**3) με την ασφάλεια και την αξιοπιστία που είναι ιδιαίτερα σημαντικοί παράγοντες για την πρόοδο της**

**4) με το κόστος των συστημάτων που απαιτούνται για να λειτουργήσει η ηλεκτρονική τραπεζική**

**5) με τη διαθεσιμότητα της υπηρεσίας 24x7=365 ημέρες οπουδήποτε**

Άλλοι παράγοντες είναι:

- το θεσμικό πλαίσιο. Οι νόμοι σήμερα δεν είναι και τόσο ξεκάθαροι η πλήρεις σε σχέση με τα εναλλακτικά δίκτυα και τη χρήση τους
- η σωστή ενημέρωση των πελατών. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης πρέπει να αποκτήσουν καλή γνώση της ηλεκτρονικής τραπεζικής για να μπορούν να ενημερώνουν σωστά το κοινό τους
- η καλλιέργεια θετικής στάσης του δημόσιου τομέα στη χρήση ηλεκτρονικών συναλλαγών για την εξυπηρέτηση των αναγκών των πολιτών.
- Η άμεση υποστήριξη των πελατών όταν έχει προβλήματα με τη χρήση ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ο πελάτης των εναλλακτικών δικτύων που πραγματοποιεί γρήγορα και απλά τις συναλλαγές του είναι φυσικό να απαιτεί το πρόβλημα του να λύνεται εδώ και τώρα.
- Η τιμολόγηση των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Το θέμα είναι κρίσιμο. Τιμολόγηση πρέπει να υπάρχει στο βαθμό όμως που δεν θα απομακρύνει τον πελάτη από την ηλεκτρονική τραπεζική.

Το ευρώ βοήθησε ώστε σταδιακά και το πλαστικό χρήμα να αντικαταστήσει ένα σημαντικό τμήμα των συναλλαγών. Όλα αυτά λοιπόν σταδιακά καταργούνται και αλλάζουν, Όπως είναι σίγουρο ότι ένα τμήμα των συναλλαγών, που θα μεγαλώνει καθώς οι νέες γενιές θα συμμετάσχουν στην τραπεζική,θα γίνεται ηλεκτρονικά. Παραμένει όμως να αιωρείται το ερώτημα για το χρόνο που θα πάρει και αν τελικά θα γίνουμε ηλεκτρονικοί τραπεζικοί.

Το θέμα της ασφάλειας είναι σχετικό με τους λόγους που αποθαρρύνουν το κοινό και απασχολεί όλους εμάς που εργαζόμαστε στο χώρο του **e-banking**. Είναι αλήθεια ότι υπάρχει πρόβλημα στην αντίληψη του χρήστη και στην κατανόηση που έχει για το θέμα της ασφάλειας. Το αποτέλεσμα είναι ότι ενώ έχουμε ένα δίκτυο,ένα κανάλι εξυπηρέτησης το οποίο είναι από πολλές απόψεις πιο ασφαλές απ'ότι είναι άλλα κανάλια που θεωρεί ο κόσμος ως πιο ασφαλή όπως το atm-η τελική αντίδραση του πελάτη-την οποία βλέπουμε και μέσα από ερωτηματολόγια που κάνουμε μέσω internet η μέσω έρευνας αγοράς, είναι ότι όντως έχει πρόβλημα στην χρήση αυτών των υπηρεσιών γιατί τα θεωρεί ότι δεν είναι ασφαλή.

Από την άλλη πλευρά, βέβαια, η αλήθεια είναι ότι, καθώς περνάει ο καιρός,υπάρχουν κρούσματα τέτοια τα οποία αρχίζουν και τεκμηριώνουν σιγά σιγά την αντίληψη αυτή που έχουν οι πελάτες. Δυστυχώς όμως το αίσθημα της ανασφάλειας είναι πολύ πιο σημαντικό από το αίσθημα της ασφάλειας.

Όσον αφορά τους υπόλοιπους παράγοντες ανάπτυξης της ηλεκτρονικής τραπεζικής και πως αυτοί μπορούν να συντελέσουν για να συνδεθεί με το προηγούμενο, στο μέλλον της, δύο πράγματα μπορούν να ειπωθούν.

Ξεκινώντας με το **right channeling**, πως θα κατευθύνεις δηλαδή τις σωστές συναλλαγές σε κάθε κανάλι και τους κατάλληλους χρήστες σε κάθε κανάλι και αυτό είναι κάτι που οι τράπεζες θα το κάνουν με αυτήν ακριβώς την έννοια: **1) κατεύθυνση και 2) καθοδήγηση**, θα πρέπει να δούμε ποία είναι η προστιθέμενη αξία που κάθε κανάλι μπορεί να δώσει και στον πελάτη και στη συναλλαγή.

Έτσι λοιπόν, κάποιοι συνδυασμοί υπηρεσιών τραπεζικών με υπηρεσίες μη τραπεζικές είναι αυτοί που πραγματικά θα δώσουν αξία και θα κάνουν τον κατάλληλο χρήστη να εκτιμήσει ακόμα περισσότερο αυτήν την υπηρεσία. Τέτοιο παράδειγμα είναι το instant messaging στο internet. Παράδειγμα άλλο είναι το να αγοράσεις air-time με το κινητό σου τηλέφωνο το οποίο χρησιμοποιείς ταυτόχρονα για να κάνεις τραπεζικές συναλλαγές. Όσο πιο πολύ συνυφαίνεται δηλαδή το μέσο το οποίο χρησιμοποιεί ο πελάτης με την πραγματική χρήση του μέσου και στη συνέχεια την τραπεζική χρήση του μέσου, τόσο περισσότερη αξία θα αρχίσει να βρίσκει και ο ίδιος ο πελάτης.

Σύμφωνα με το προηγούμενο θέμα, όταν λέμε για διαφορετικά κανάλια, εννοούμε την ηλεκτρονική τραπεζική που γίνεται μέσω του internet, του σταθερού τηλεφώνου η κινητού, των ATM και τα λοιπά. Τα δίκτυα αυτά λειτουργούν σαν μια ομπρέλα και ο πελάτης μπορεί να χρησιμοποιεί ανάλογα καθένα από αυτά. Εκείνο που κάνει τη διαφορά είναι οι υπηρεσίες. Άλλες ανάγκες έχει ο ιδιώτης, άλλες η μικρομεσαία επιχείρηση και άλλες η μεγάλη εταιρεία.

Εν κατακλείδι γι αυτό το λόγο θεωρείται ότι οι πελάτες θα χρησιμοποιούν για αρκετά ακόμα χρόνια την ηλεκτρονική τραπεζική για εργασίες που επαναλαμβάνονται. Απλή εργασία είναι η αίτηση για απόκτηση κάρτας αλλά και η αναζήτηση πληροφοριών για στεγαστικό δάνειο.

Πληροφορίες θα μπορεί να πάρει, αλλά επειδή η λήψη ενός στεγαστικού δανείου είναι μια σοβαρή απόφαση στη ζωή μιας οικογένειας, ο άνθρωπος δεν είναι ίσως έτοιμος ακόμη να πειστεί για την ορθότητα των επιλογών του από μια γενική ενημέρωση που βρίσκει μέσα στο internet αλλά αποζητά τη συμβουλή του εξειδικευμένου στελέχους, που θα απαντήσει πειστικά στα ερωτήματα και τις απορίες του. Το στεγαστικό δάνειο στηρίζεται σε κάτι άλλο που είναι πολύ σημαντικό, την απόκτηση ενός σπιτιού.

Όπως ένα άλλο παράδειγμα το δάνειο με το οποίο χρηματοδοτείται ένα αυτοκίνητο όπου όμως το σημαντικό είναι η απόκτηση του νέου αυτοκινήτου. Επομένως μέσα από το internet μπορούμε να φανταστούμε μια πάρα πολύ σημαντική ενσωμάτωση υπηρεσιών: την προσφορά του αυτοκινήτου μαζί με τη χρηματοδότηση της αγοράς του καθώς και την προσφορά της κατοικίας συν τη χρηματοδότηση της. Η προσέγγιση επανευρίσκεται κατά κάποιο τρόπο αλλά, το

γνωρίζουμε, η προσέγγιση είναι το κριτήριο επιλογής το πιο σημαντικό για την επιλογή μιας τράπεζας

Υπάρχει όμως και το ενδιαμέσο στάδιο, μπορεί η πώληση του στεγαστικού δανείου από την τράπεζα να διευκολυνθεί τα μέγιστα μέσα από την κατάλληλη πληροφόρηση και το ψηστήρι στον πελάτη, το οποίο θα του κάνει μέσω του internet. Άρα λοιπόν μπορεί ο πελάτης να πάει να το ψάξει, να το δει και να συγκρίνει ενδεχομένως, αν βέβαια φτάσουμε στο σημείο όπου οι τράπεζες θα έχουν το θάρρος να δείξουν και τα προϊόντα του ανταγωνισμού και να βοηθήσουν τον πελάτη με συμπληρωματικές πληροφορίες, να δείξουν ότι ξέρουν τη δουλειά τους, ότι έχουν καλά προϊόντα και ότι τον βοηθούν να πάρει πλήρη πληροφόρηση. Στη συνέχεια ο πελάτης θα αποφασίσει να πάρει το δάνειο από αυτήν την τράπεζα και φυσικά να πάει σε κατάσταση. Άρα λοιπόν αν είναι να κλείσει το 80% της δουλειάς στο internet και να έχει πειστεί από εκεί ο πελάτης, τότε φυσικά ας έρθει στο κατάστημα, ας κάνει οτιδήποτε άλλο θέλει. Εν κατακλείδι υπάρχουν και άπλα προϊόντα τα οποία μπορούν πολύ εύκολα να πουληθούν μέσω internet, όπως είναι λόγου χάρη η ασφάλιση ενός αυτοκινήτου η ακόμα και η ασφάλιση κάποιου άλλου τύπου, μια γενική ασφάλεια κλπ.

Φυσικά την πρόοδο θα πρέπει να τη δούμε και από την πλευρά των χρηστών, δηλαδή ποια η ωριμότητα του κοινού σήμερα στη χρήση των τεχνολογιών του διαδικτύου για τραπεζικές συναλλαγές αλλά και από τη πλευρά της προσφοράς, του τι έχουν κάνει οι τράπεζες. Όσον αφορά στον τομέα της ζήτησης είναι γνωστό ότι η διείσδυση των τεχνολογιών πληροφορικής γενικά, είναι στη χώρα μας πολύ χαμηλή σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Αισιοδοξούμε όμως ότι τα μηνύματα που έρχονται από τα αποτελέσματα της εθνικής μελέτης που έχει γίνει στο πλαίσιο του προγράμματος 'ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ' και δείχνουν ότι υπάρχει μια εξαιρετικά μεγάλη αύξηση από χρόνο σε χρόνο στη χρήση του internet.

Βέβαια το ποσοστό των χρηστών internet που κάνει τραπεζικές δουλειές εξακολουθεί να είναι πολύ μικρότερο του αντίστοιχου ευρωπαϊκού. Είναι άξιο όμως να σημειωθεί ότι η αύξηση που παρατηρείται είναι στους χρήστες του internet, όχι στη χρήση.

Από την πλευρά της προσφοράς τώρα, θεωρείται ότι οι τράπεζες έχουν δώσει ευρύτατο φάσμα συναλλαγών ηλεκτρονικής τραπεζικής και έχουν εξασφαλίσει υψηλό επίπεδο ασφάλειας. Το επίπεδο ασφάλειας που έχει εξασφαλιστεί σε πολλές περιπτώσεις είναι εξαιρετικό. Όμως η προσφορά δεν περιορίζεται σε υπηρεσίες μέσω διαδικτύου αλλά περιλαμβάνει και άλλα κανάλια όπως mobile banking ακόμη και διαδραστική τηλεόραση. Το πρόβλημα όπως είναι αντιληπτό, παραμένει η χαμηλή ζήτηση.

Μιλάμε για 500.000 χιλιάδες περίπου ανθρώπους στην ΕΛΛΑΔΑ, που μπορεί να κάνουν τραπεζική μέσω εναλλακτικών δικτύων, δηλαδή το 2-3% του πληθυσμού που έχει πρόσβαση στο internet. Οι συναλλαγές που γίνονται από αυτόν τον κόσμο είναι σημαντικές και αν κρίνουμε από την τράπεζα μας έχουμε αρκετά μεγάλο αριθμό συναλλαγών. Όμως ο αριθμός αυτών των συναλλαγών όπως και ο αριθμός των συνδρομητών σε σχέση με τις συναλλαγές στα καταστήματα και σε σχέση με τους πελάτες των τραπεζών είναι πάρα πολύ μικρός. Επομένως πρόοδος υπάρχει, όμως θέλουμε μεγάλη προσπάθεια για να φτάσουμε την κρίσιμη μάζα που θα μας επιτρέψει να καλύψουμε το κόστος των επενδύσεων.

Σχετικά με τις υπηρεσίες είναι σχεδόν βέβαιο ότι η ηλεκτρονική τραπεζική στο εξωτερικό προσφέρει περισσότερες υπηρεσίες από ότι δίνουμε εμείς, ειδικά στον ιδιώτη. Επομένως εκείνο που μας λείπει είναι η διείσδυση στην πελατεία. Κυριαρχεί η άποψη ότι έχουμε στις ίδιες υπηρεσίες e-banking, στις υπόλοιπες χώρες, αλλά νομίζω ότι οι ελληνικές τράπεζες δεν είναι παρά πολύ ενεργητικοί όσον αφορά τη πρόταση αυτών των υπηρεσιών προς τον πελάτη.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### 2. ATM

Η προώθηση των δικτύων της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι το κύριο θέμα και ταυτόχρονα η μεγάλη πρόκληση. Οι πελάτες έχουν αποδεχτεί ότι η ηλεκτρονική τραπεζική παραπέμπει αφενός στην ευκολία ως μέθοδο εκτέλεσης συναλλαγών και αφετέρου στην δυνατότητα απλής, άμεσης, αυτόματης και αμφίδρομης επικοινωνίας με την τράπεζα.

Κλασικό παράδειγμα είναι πλέον το διαδεδομένο σήμερα δίκτυο ηλεκτρονικής τραπεζικής, το δίκτυο ATM. Μεγάλη προσπάθεια και πολύς χρόνος χρειάστηκαν για την αποδοχή του. Παραμένει όμως στη συνείδηση του πελάτη η συσκευή για ανάληψη μετρητών.

Το ATM προέρχεται από τα αρχικά της αγγλικής ορολογίας «**Asynchronous Transfer Mode**» που στα Ελληνικά μεταφράζεται σαν «**Ασύγχρονος Τρόπος Μεταφοράς Δεδομένων**». Η τεχνολογία ATM είναι συνδεδασμένη. Αυτό σημαίνει ότι πριν αρχίσει η μετάδοση πληροφοριών, πρέπει να επιτευχθεί η σύνδεση μεταξύ των δύο σημείων του δικτύου. Η σύνδεση μεταξύ δύο σημείων στο δίκτυο προς το παρόν είναι μόνιμα νοητή.

Ο ανεφοδιασμός των ATM γίνεται καθημερινά ώστε να εξασφαλίζεται η απρόσωπη εξυπηρέτηση του κοινού, αυξάνοντας παράλληλα αισθητά το συνολικό όφελος λειτουργίας των ATM για τις τράπεζες. Η μεταφορά των κασετών με τα χρήματα γίνεται με ειδικά εκπαιδευμένο προσωπικό, ενώ η **G4S** Ελλάδος, η οποία αναλαμβάνει την τροφοδοσία και συντήρηση των μηχανημάτων ATM, αναλαμβάνει και την καθημερινή λογιστική συμφωνία με τα υπόλοιπα των ATM.

Η G4S Ελλάδος σήμερα εξυπηρετεί περισσότερα από 12000 ATM πανελλαδικά και αποκλειστικά για τις εξής τράπεζες: ΕΘΝΙΚΗ, EUROBANK, ALPHA BANK, CITIBANK, ΓΕΝΙΚΗ, ΕΓΝΑΤΙΑ, ΩΜΕΓΑ, ενώ διαθέτει σύγχρονα εκπαιδευτικά κέντρα πανελλαδικά για τη συνεχή εκπαίδευση και ενημέρωση του προσωπικού της.

**Στην κατηγορία εξυπηρέτησης των ATMs εντάσσονται συνοπτικά οι ακόλουθες υπηρεσίες:**

- 1) Μαζική παραλαβή αξιών από την τράπεζα και μεταφορά τους με χρηματοπιστολή στο υπηρεσιακό κέντρο της εταιρείας. Το ύψος και η συχνότητα καθορίζονται από την τράπεζα μετά από συμφωνία με την εταιρεία.

- 2) Φύλαξη των αξιών σε θησαυροφυλάκιο της εταιρείας με αυξημένες προδιαγραφές ασφάλειας και κάτω από 24ωρη ψηφιακή καταγραφή σε πραγματικό χρόνο.
- 3) Καταμέτρηση των αξιών από έμπειρο και εξειδικευμένο προσωπικό της εταιρείας, κάτω από 24ωρη ψηφιακή καταγραφή σε πραγματικό χρόνο
- 4) Πλήρωση των εφεδρικών κασετών των ATM από το εξειδικευμένο προσωπικό, σύμφωνα με τις εντολές της τράπεζας
- 5) Ασφαλή μεταφορά των έτοιμων κασετών στον χώρο του ATM.

### **Ενδεικτική παρουσίαση υπηρεσιών ATM από τρεις τράπεζες**

## **2.1 ALPHA BANK**

Η **Alpha Bank** έχει 750 ATM εγκατεστημένα σε όλα τα καταστήματά της καθώς και σε μεγάλα εμπορικά καταστήματα και επιχειρήσεις, αεροδρόμια, λιμάνια, σταθμούς υπεραστικών λεωφορείων, ανταλλακτήρια συναλλάγματος, ξενοδοχεία-καζίνο, νοσοκομεία, εκπαιδευτικά ιδρύματα, supermarket, δημόσιες υπηρεσίες, χώρους εκδηλώσεων και σημεία συχνής διελεύσεως με παροχή εξυπηρέτησης 24 ώρες το 24ωρο όλες τις ημέρες του έτους.

Μέσω των ATM μπορούν να πραγματοποιηθούν τα εξής:

- 1) Ανάλυση μετρητών από το λογαριασμό
- 2) Κατάθεση μετρητών ή επιταγών στον λογαριασμό
- 3) Μεταφορά χρημάτων από λογαριασμό σε άλλο λογαριασμό
- 4) Ενημέρωση για το υπόλοιπο του λογαριασμού στην οθόνη ή με εκτύπωση σε απόδειξη.
- 5) Πληρωμή καρτών της alpha bank
- 6) Πληρωμή δανείων από την alpha bank
- 7) Αλλαγή PIN

## **2.2 ΑΓΡΟΤΙΚΗ**

Η **Αγροτική** έχει 570 μηχανήματα αυτόματων συναλλαγών (ATMs) πανελλαδικά τα οποία προσφέρουν τα εξής:

- 1) Ανάλυση μετρητών από τον λογαριασμό.
- 2) Κατάθεση μετρητών ή επιταγών στον λογαριασμό.
- 3) Μεταφορά χρημάτων από λογαριασμό σε άλλο λογαριασμό.
- 4) Εκτύπωση MINI STATEMENT με τις 10 τελευταίες κινήσεις του κάθε λογαριασμού.
- 5) Πληρωμή οφειλών καρτών της ΑΤΕ κάρτα με τη χρήση της ΑΤΕ net.
- 6) Ενημέρωση για το υπόλοιπο των λογαριασμών στην οθόνη ή με εκτύπωση σε απόδειξη.
- 7) Πληρωμή οφειλών καρτών της ΑΤΕ κάρτα με μετρητά και χρήση πιστωτικής κάρτας.
- 8) Πληρωμή λογαριασμών ΔΕΗ, ΟΤΕ και φόρου εισοδήματος φυσικών προσώπων.
- 9) Πληρωμή οφειλών ανοιχτών δανείων με μετρητά και χρήση ΑΤΕ net.
- 10) Αλλαγή PIN.

## 2.3 ASPIS BANK

Στην **Aspis Bank** οι πελάτες μπορούν να κινούνται άνετα 24 ώρες το 24ωρο, 7 μέρες την εβδομάδα σε πάνω από 4500 σημεία συναλλαγών σε όλη την Ελλάδα, με την κάρτα «**aspis bank debit visa**» αλλά και με τις πιστωτικές κάρτες «**aspis bank visa**» αφού όμως προηγουμένως έχουν συνδεθεί με κάποιο καταθετικό λογαριασμό.

Μέσω των ATM της aspis bank μπορούν να γίνουν τα εξής:

- 1) Κατάθεση
  - a) μετρητών
  - b) επιταγών εκδόσεως aspis bank
  - c) επιταγών άλλων τραπεζών
- 2) Ανάλυση μετρητών
- 3) Μεταφορές ποσών (χρέωση-πίστωση).
- 4) Ερώτηση υπολοίπου
- 5) Πληρωμές δόσεων προσωπικών και καταναλωτικών δανείων
- 6) Εξόφληση δόσης / υπολοίπου πιστωτικής κάρτας με μεταφορά από τραπεζικό λογαριασμό
- 7) Αλλαγή προσωπικού αριθμού PIN.
- 8) Έκδοση αντιγράφου κίνησης λογαριασμού (MINI STATEMENT).

Μέσω των ATM του εξωτερικού, με χρήση της «aspis bank debit visa» και των καρτών «aspis visa» μπορούν να γίνουν τα εξής:

- 1) Ερώτηση υπολοίπου.
- 2) Ανάλυση μετρητών από καταθετικό λογαριασμό.

## 2.4 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ATM

Οι πελάτες των τραπεζών που χρησιμοποιούν μηχανήματα αυτόματων συναλλαγών (ATMs) θα πρέπει να προσέχουν τα εξής:

- ✓ Αν δοθεί τρεις φορές λανθασμένος κωδικός PIN σε ATM τράπεζας, η κάρτα απενεργοποιείται αυτόματα.
- ✓ Ηχητικά / οπτικά σήματα και οθόνες καθοδηγούν τους πελάτες στα βήματα της κάθε συναλλαγής προειδοποιώντας τους σε περίπτωση που ξεχάσουν την κάρτα ή τα χρήματα τους στο ATM.
- ✓ Αν η κάρτα ή τα χρήματα ξεχαστούν στο ATM, τότε σε λίγο χρονικό διάστημα, το μηχάνημα δεσμεύει στο εσωτερικό του την κάρτα ή τα χρήματα.

Επίσης:

- ✓ Μόλις ο πελάτης παραλάβει την κάρτα του, πρέπει να υπογράψει στην ταινία που βρίσκεται στο πίσω μέρος της.
- ✓ Ο κωδικός αριθμός PIN πρέπει να φυλάγεται ξεχωριστά από την κάρτα και να μην γνωστοποιείται σε κανέναν.
- ✓ Ο πελάτης πρέπει να σιγουρεύεται ότι μετά από κάθε συναλλαγή παρέλαβε την κάρτα του και την απόδειξή του.
- ✓ Ο κωδικός αριθμός PIN πρέπει να αλλάζει σε τακτά χρονικά διαστήματα και ειδικά αν πιστεύει ο πελάτης ότι έχει γίνει αντιληπτός από τρίτους.
- ✓ Ο πελάτης πρέπει να χρησιμοποιεί μόνο τα τηλέφωνα που αναγράφονται στην οθόνη του ATM, σε περίπτωση προβλήματος.

## 2.5 IP- ATM

Ένα τμήμα της συνολικής λύσης «κατάστημα του μέλλοντος» είναι η τεχνολογία **IP-ATM** που έχει αναπτύξει η εταιρία **Cisco**. Οι τράπεζες μπορούν πλέον να ενοποιήσουν τα ATM με άλλα κανάλια παροχής υπηρεσιών όπως το Internet, να επιτρέψουν την επικοινωνία με εταιρικές εφαρμογές όπως το CRM και να εξοπλιστούν με μία ολόκληρη γενιά νέων υπηρεσιών.

Το IP-ATM επιτυγχάνει όλα αυτά επιτρέποντας για πρώτη φορά στα ATMs να χρησιμοποιήσουν τα πλεονεκτήματα της IP δικτύωσης, όπως αναβαθμισμένο εύρος συχνότητας και σύγκλιση δεδομένων και video πάντα με την ποιότητα υπηρεσιών να ρυθμίζει τον ανταγωνισμό των απαιτήσεων. Στην προσπάθεια των τραπεζών να αναπτύξουν περισσότερες φθηνού κόστους και εκτός ταμείων καταστήματος, υπηρεσίες αυτοεξυπηρέτησης, όπως τα ATMs τους, έχουν πλέον την δυνατότητα βελτίωσης, με το IP-ATM να προσφέρει προωθητικές ενέργειες και υψηλής απόδοσης υπηρεσίες βασισμένες σε video.

## **2.6 ΙΔΑΝΙΚΟ ΚΑΝΑΛΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**

Με αυτές τις ικανότητες, τα ATM μετατρέπονται σε έναν μικρόκοσμο της ίδιας της τράπεζας αντί να λειτουργούν σαν ένα απλό εργαλείο συναλλαγών. Είναι πλέον δυνατή η παροχή πλούσιου περιεχομένου, όπως διαφημίσεις, τόσο στα ATM εντός όσο και εκτός καταστημάτων. Αυτές φυσικά θα αφορούν διαφημίσεις τόσο για τις υπηρεσίες της ίδιας της τράπεζας όσο και διαφημίσεις συνεργαζομένων εταιρειών ώστε να δημιουργείται πρόσθετη πηγή εσόδων.

## **2.7 ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΙ ΜΕΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ**

Το IP-ATM προσφέρει κέρδη και βελτιώνει τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Τα ATM είναι αποκομμένα από τις κύριες τραπεζικές λειτουργίες. Συνδεδεμένα με δικό τους δίκτυο και με το δικό τους λογισμικό, είναι δύσκολο να αναβαθμιστούν και να ενοποιηθούν με άλλα κανάλια. Αν όμως συνδεθούν σε ένα ιδιωτικό δίκτυο τα συστήματα παρέχουν ταχύτερη απόκριση λόγω των «πάντα διαθέσιμων» συνδέσεων. Η ίδια τεχνολογία επιτρέπει στα ATM να λειτουργούν αποδοτικότερα, για παράδειγμα μπορούν να ενημερώσουν το κατάστημα ή το μηχανογραφικό κέντρο ότι δεν έχουν υλικά λειτουργίας χωρίς να απαιτούν περισσότερο κόστος σύνδεσης. Η ενσωμάτωση των ATM στην IP υποδομή της τράπεζας, μειώνει το κόστος ανάπτυξης και συντήρησης του λογισμικού τους.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### 3.ΤΕΡΜΑΤΙΚΕΣ ΣΥΣΚΕΥΕΣ ΕΦΤ/ΡΟΣ

Οι τράπεζες, παρακολουθώντας τις τεχνολογικές εξελίξεις της αγοράς, ξεκίνησαν την τοποθέτηση των τερματικών συσκευών **POS** σε επιλεγμένες επιχειρήσεις με τζίρο και όγκο συναλλαγών. Οι συσκευές αυτές συνδέονται κατευθείαν με το ηλεκτρονικό κέντρο της τράπεζας, με αποτέλεσμα να επιτυγχάνεται λήψη έγκρισης και ολοκλήρωση της συναλλαγής, καθώς και λογιστική τακτοποίηση των συναλλαγών που γίνονται με κάρτες του συστήματος.

Οι ηλεκτρονικές συσκευές **POS** δίνουν στην επιχείρηση τη δυνατότητα να βρίσκεται σε διαρκή σύνδεση με τις τράπεζες μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή και να ελέγχει αυτόματα με τηλεφωνική επικοινωνία όλα τα αναγκαία στοιχεία της κάρτας για την πραγματοποίηση της συναλλαγής. Ταυτόχρονα ενημερώνονται οι τράπεζες και πραγματοποιούν αυτόματα την πίστωση της επιχείρησης με τα ποσά των συναλλαγών, απαλλάσσοντας την από γραφειοκρατικές διαδικασίες και καθυστερήσεις.

#### 3.1 ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΗ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗΣ ΡΟΣ

- 1) Το τερματικό διατίθεται δωρεάν στην επιχείρηση με απαραίτητη προϋπόθεση να παρουσιάζει ένα ικανοποιητικό αριθμό συναλλαγών ανά μήνα με κάρτες του συστήματός.
- 2) Ο αριθμός αυτός ορίζεται στις 50 συναλλαγές

#### 3.2 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΝ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

- § Αυτόματη λήψη έγκρισης μέσω της τερματικής συσκευής επί 24ώρου βάσεως, που λύνει προβλήματα επικοινωνίας.
- § Αυτόματη λογιστική τακτοποίηση των συναλλαγών, δηλαδή κατάργηση αποδείξεων, πίστωση λογαριασμού όψεως την επόμενη εργάσιμη μέρα, γεγονός που σήμερα απασχολεί σοβαρά κάθε μεγάλη επιχείρηση.

- § Εξασφάλιση συναλλαγής και ελαχιστοποίηση εσφαλμένων χρεώσεων στα πινάκια που προσκομίζουν στα γκισέ επιχείρησης.
- § Μείωση της λογιστικής εργασίας των υπαλλήλων της επιχείρησης.
- § Ταχύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη κατόχου κάρτας από την επιχείρηση και οικονομία χρόνου για τον υπάλληλο της επιχείρησης.

Συνοπτικά θα μπορούσαμε να πούμε ότι τα **EFT/POS (electronic fund transfer / point of sales)**, είναι τα ηλεκτρονικά μηχανήματα τα οποία φροντίζουν για την επικοινωνία της συμβεβλημένης επιχείρησης με την τράπεζα για την ολοκλήρωση μιας συναλλαγής με χρεωστική ή πιστωτική κάρτα.

#### **Ειδικότερα με τα EFT/POS αυτόματα:**

- 1) Η τράπεζα ενημερώνεται για την συναλλαγή και την εγκρίνει (ή όχι).
- 2) Παρακρατείται από την επιχείρηση η προμήθεια της τράπεζας.
- 3) Πιστώνεται ο λογαριασμός της επιχείρησης.
- 4) Χρεώνεται ο λογαριασμός του κατόχου.

Ευνόητο είναι ότι τα EFT/POS ελέγχουν την γνησιότητα της κάρτας και αν το υπόλοιπο του κατόχου της κάρτας επαρκεί για την συγκεκριμένη αγορά.

#### **Επομένως:**

- § Το τερματικό EFT/POS λειτουργεί με πρωτόκολλο σύγχρονης επικοινωνίας που έχει σαν αποτέλεσμα να επιτυγχάνεται η σύνδεση πολύ εύκολα και να ολοκληρώνεται η συναλλαγή σε ελάχιστο χρόνο.
- § Το συγκεκριμένο τερματικό υποστηρίζει όλους τους παραδοσιακούς τρόπους πληρωμών, υποστηρίζει ως και έξι φορές μεγαλύτερο όγκο δεδομένων σε σχέση με τα συμβατικά τερματικά και παρέχει την δυνατότητα απευθείας σύνδεσης με το διαδίκτυο για χρήση υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπόρου.
- § Στο τερματικό αυτό είναι δυνατή η πραγματοποίηση συναλλαγών για όλες τις κάρτες **VISA** και **MASTERCARD** ανεξαρτήτως τύπου (πχ. Classic, gold) και εκδότριας τράπεζας.
- § Κάθε μήνα αποστέλλονται ταχυδρομικά statements με τις μηνιαίες κινήσεις από το τερματικό, όπου θα εμφανίζονται τα συνολικά στοιχεία των συναλλαγών, ανά ημερομηνία, με τα ποσά που έχει παρακρατήσει η τράπεζα και τα αντίστοιχα ποσά που έχουν πιστωθεί στον λογαριασμό των πελατών.

Μετά την εγκατάσταση του τερματικού παρέχεται δυνατότητα τηλεφωνικής εξυπηρέτησης όλο το 24ωρο, κάθε μέρα του χρόνου, ακόμα και τις αργίες.

### 3.3 SET (SECURE ELECTRONIC TRANSACTIONS)

#### ΟΡΙΣΜΟΣ:

Το **SET** είναι ένα πρωτόκολλο εμπορικών συναλλαγών με την χρήση καρτών σε ανοικτά δίκτυα το οποίο αναπτύχθηκε σαν μια μέθοδος εξασφάλισης των συναλλαγών με την χρήση καρτών διαμέσου του internet. Η διαδικασία περιλαμβάνει έναν αριθμό ελέγχων ασφάλειας που πραγματοποιείται με την χρήση ψηφιακών πιστοποιητικών που χορηγούνται στους εμπλεκόμενους αγοραστές, εμπόρους και τράπεζες.

#### ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ:

Το **SET** έχει δημιουργηθεί βάση συγκεκριμένων προδιαγραφών που προήλθαν από τις απαιτήσεις των επιχειρήσεων και αφορούσαν τις συναλλαγές τους.

Αυτές οι προδιαγραφές είναι:

- 1) Παροχή προστασίας των οικονομικών δεδομένων ή και άλλων που διακινούνται μαζί τους από υποκλοπή.
- 2) Διασφάλιση της ακεραιότητας των δεδομένων.
- 3) Παροχή διαδικασιών πιστοποίησης ταυτότητας του κατόχου κάρτας.
- 4) Παροχή υπηρεσιών πιστοποίησης των εμπόρων που μπορούν να δεχθούν την πληρωμή με την χρήση τέτοιας μεθόδου, που προκύπτει από την σχέση τους με κάποιο οικονομικό ίδρυμα παροχής καρτών.
- 5) Διασφάλιση της χρήσης των καλύτερων τεχνικών ασφάλειας και σχεδίασης συστημάτων για την προστασία όλων των νόμιμα εμπλεκόμενων πλευρών.
- 6) Η δημιουργία ενός πρωτοκόλλου το οποίο να είναι ανεξάρτητο από τους μηχανισμούς ασφάλειας του επιπέδου μεταφοράς χωρίς όμως και να αποτρέπει την χρήση τους.

### 3.4 Συστατικά Στοιχεία του SET

Τα συστατικά στοιχεία του συστήματος SET είναι τέσσερα και είναι τα παρακάτω:

#### Cardholder Wallet

(Πορτοφόλι Χρήστη Κάρτας)



Είναι ένα προϊόν που χρησιμοποιεί ο καταναλωτής που βρίσκεται on-line και που επιτρέπει την πραγματοποίηση ασφαλών συναλλαγών σε ένα δίκτυο. Το Wallet πρέπει να δημιουργεί μηνύματα που τα αντιλαμβάνονται τα άλλα τρία προϊόντα που απαρτίζουν το SET (Merchant, Payment Gateway, Certificate Authority).

### **Merchant Server**

(Server - Έμπορος)

Είναι ένα προϊόν το οποίο τρέχει κάποιος on-line έμπορος για την επεξεργασία των στοιχείων των συναλλαγών και τη διεκπεραίωσή τους. Επικοινωνεί και αυτό με τα άλλα τρία μέρη του SET.

### **Payment Gateway**

(Πύλη Πληρωμών)

Είναι το προϊόν που τρέχει κάποιος τρίτος ο οποίος και επεξεργάζεται την πιστοποίηση των εμπόρων και των συναλλαγών (συμπεριλαμβανομένων οδηγιών πληρωμών από κατόχους καρτών). Επιπλέον αλληλεπιδρά και με ιδιωτικά εμπορικά δίκτυα.

### **Certificate Authority**

(Υπηρεσία Πιστοποιητικών)

Είναι το τελευταίο από τα συστατικά στοιχεία του SET το οποίο τρέχει μια αρμόδια υπηρεσία έκδοσης και πιστοποίησης ψηφιακών πιστοποιητικών για το σκοπό αυτό και όποτε ζητείται από τα Wallet, Merchant και Payment Gateway πάνω από δημόσια ή ιδιωτικά δίκτυα.

Το SET σαν πρωτόκολλο έχει ήδη υιοθετηθεί από τράπεζες και οικονομικούς οργανισμούς παγκοσμίως. Παρακάτω παρατίθενται σε μορφή πίνακα τα χαρακτηριστικά του και μια σύντομη αναφορά στο τι ακριβώς σημαίνουν.

Ανοικτές Προδιαγραφές	Το SET είναι πρωτόκολλο ανοικτών προδιαγραφών που έχει επιλεγεί παγκοσμίως από μεγάλα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα για συναλλαγές με πιστωτικές κάρτες στο Internet
Βιομηχανική Υποστήριξη	Το SET έχει την υποστήριξη των κυριότερων μελών της βιομηχανίας πιστωτικών καρτών όπως οι Visa, MasterCard, American Express και JCB
Ανεξαρτησία Πλατφόρμας	Το SET έχει σχεδιαστεί να είναι ανεξάρτητο από οποιαδήποτε συγκεκριμένη πλατφόρμα
Διαλειτουργικότητα	Το SET είναι το μόνο πρωτόκολλο ηλεκτρονικού εμπορίου που σχεδιάστηκε για συνεργασία με πολλαπλά προγράμματα που προέρχονται από διαφορετικούς κατασκευαστές
Επέκταση της Υπάρχουσας Υποδομής	Το SET επεκτείνει την υπάρχουσα υποδομή πιστωτικών καρτών στο Internet
Δυνατή Ασφάλεια	Το SET χρησιμοποιεί τεχνολογία κρυπτογράφησης για να προστατεύσει ευαίσθητες πληροφορίες από τα αδιάκριτα βλέμματα τρίτων
Πιστοποίηση	Η τεχνολογία SET πιστοποιεί όλα τα εμπλεκόμενα, σε μια συναλλαγή, μέρη κάνοντας χρήση ψηφιακών πιστοποιητικών
Περιβάλλον Εμπιστοσύνης	Το SET χρησιμοποιεί ένα ιεραρχικό σχήμα πέντε επιπέδων

	πιστοποίησης της εγκυρότητας, διασφαλίζοντας ένα περιβάλλον εμπιστοσύνης για το ηλεκτρονικό εμπόριο
Λύσεις End-to-End	Το SET πιστοποιεί και εγκρίνει όλα τα εμπλεκόμενα μέρη

### 3.5 ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ PIN/TAN

Η **διαχείριση PIN/TAN** είναι μια εφαρμογή που χρησιμοποιείται για πιστοποίηση των πελατών που συνδέονται μέσω εφαρμογών **internet banking**. Αυτό το πρόγραμμα παρέχει δυνατότητες ασφαλούς διαχείρισης του PIN του πελάτη από τον ίδιο τον πελάτη. Το **PIN** χρησιμοποιείται από τον πελάτη κατά τη σύνδεσή του στο σύστημα μέσω Internet.

Το πρόγραμμα παρέχει επίσης δυνατότητα διαχείρισης του **TAN (Transaction Authentication Number)**. Μια λίστα αριθμών δίνεται στον πελάτη με τυχαία σειρά. Η εφαρμογή ζητάει έναν από αυτούς τους αριθμούς κάθε φορά που αιτείται η μεταφορά κάποιου ποσού. Κάθε αριθμός μπορεί να χρησιμοποιηθεί μόνο μια φορά. Η εφαρμογή απαντά σε αυτό το αριθμό με τον αντίστοιχό του ο οποίος περιέχεται στην εφαρμογή και έτσι είναι γνωστός στον πελάτη. Μέσα από αυτή τη διαδικασία ο πελάτης επιβεβαιώνει τη σύνδεσή του με τη τράπεζα και αντίστροφα. Η χρήση του PIN σε συνδυασμό με τον TAN παρέχει μια πολύ δυνατή διαδικασία πιστοποίησης του πελάτη. Ο λόγος είναι ότι και να καταφέρει κάποιος να τους αλγόριθμους κρυπτογράφησης δεν θα είναι σε θέση να αναπαράγει τον επόμενο τυχαίο αριθμό για να τον χρησιμοποιήσει για παράνομη μεταφορά κεφαλαίου. Επιπρόσθετα, το σύστημα κλειδώνει το λογαριασμό μετά από κάποιο αποτυχημένο αριθμό προσπαθειών παροχής του σωστού TAN από το χρήστη.

Υπάρχουν επιπλέον μέθοδοι πιστοποίησης πελατών με τη χρήση έξυπνων καρτών και ψηφιακών πιστοποιητικών. Αυτό το πρόγραμμα απαιτεί τη χρήση

περιβάλλοντος **RDBMS Oracle** ή **Sybase** όπου η πληροφορία φυλάγεται σε ειδική (hash) μορφή

## ΚΡΥΠΤΟΓΡΑΦΗΣΗ

Το προϊόν που χρησιμοποιείται παρέχει επιπλέον κρυπτογράφηση από αυτήν που προσφέρουν οι Internet browser, για αυτό το λόγο είναι και προαιρετική. Αποτελείται από **Κλάσεις Ασφάλειας της Java** που παρέχουν κρυπτογράφηση 128-bit. Έτσι είναι δυνατό να σχεδιαστούν εφαρμογές ανοικτές σε ρυθμίσεις ώστε να καλύπτουν τις ανάγκες του κάθε ξεχωριστού πελάτη.

Αυτές οι Κλάσεις "κατεβαίνουν" στο PC του πελάτη κατά τη σύνδεσή στον server της τράπεζας. Ο πελάτης θα πρέπει να χρησιμοποιεί κάποια πρόσφατη έκδοση των πιο διαδεδομένων browser (Internet Explorer, Netscape Navigator). Δεν είναι απαραίτητη η εγκατάσταση κάποιου επιπλέον λογισμικού ή οποιουδήποτε είδους συσκευής. Οποιοσδήποτε αλλαγές στην τραπεζική εφαρμογή δεν επηρεάζουν με κανένα τρόπο τη λειτουργία του συστήματος αφού η εφαρμογή "κατεβαίνει" κάθε φορά στο PC του πελάτη.

Η κρυπτογράφηση 128-bit, την οποία διαθέτουν όλοι οι browsers στις Η. Π. Α. , είναι αντικείμενο περιορισμού εξαγωγής και έτσι δεν είναι διαθέσιμοι σε όλο το κόσμο. Πρόσφατα συγκεκριμένες εταιρίες εκτός Η. Π. Α. κατάφεραν να αναπαράγουν τον αυτόν τον αλγόριθμο και να τον διαθέσουν σε όλους.

Συστήματα που έχουν εγκατασταθεί στην Ελλάδα χρησιμοποιούν κρυπτογράφηση η οποία λειτουργεί επιπρόσθετα σε κάθε άλλη στο επίπεδο **SSL**. Με άλλα λόγια η τεχνολογία αυτή κρυπτογραφεί τα δεδομένα προτού και αφού δοθούν για μεταφορά Έτσι έχουμε μία 128-bit κρυπτογράφηση που "κάθεται" πάνω σε μια άλλη (**SSL - 128-bit**).

Επομένως πρέπει να κατανοηθεί ότι η κυριαρχία του internet είναι γεγονός και η επέκτασή του ραγδαία. Επιτρέποντας εύκολη και οικονομική επικοινωνία, έχει δημιουργήσει τεράστια παγκόσμια παρουσία, πιέζοντας έτσι όλους να προβούν σε μία σειρά επενδύσεων. Υπάρχουν ήδη διεθνείς επιχειρήσεις που βασίζονται στο internet και προσφέρουν πληθώρα προϊόντων και υπηρεσιών.

Το internet με την ιλιγγιώδη ανάπτυξή του, προβλέπεται ότι θα έχει άμεσες και σημαντικές επιπτώσεις στον τρόπο που θα λειτουργούν οι τράπεζες στο μέλλον. Ένας από τους τομείς που αναμένεται να έχει επιπτώσεις είναι ο τρόπος με τον οποίο οι πελάτες συναλλάσσονται με την τράπεζα δηλαδή το **internet banking**. Όπως αναλύσαμε και πιο πάνω το **internet banking** παρουσιάζει την δυνατότητα στον πελάτη να εξοφλεί τις αγορές που έκανε ηλεκτρονικά χρησιμοποιώντας πιστωτικές κάρτες, ηλεκτρονικές επιταγές κλπ.

Λαμβάνοντας υπόψη όλα αυτά, το **internet banking** προχωρεί στην δημιουργία ενός «ιδεατού» τραπεζικού συστήματος. Ο συνδρομητής του internet επισκεπτόμενος αυτό το νέο τραπεζικό σύστημα μπορεί να κάνει κάθε τραπεζική εργασία, που προσφέρει η τράπεζα, όπως για παράδειγμα, μεταφορές χρημάτων, έκδοση μιας εγγυητικής επιστολής, μιας εντολής για αγοραπωλησία συναλλάγματος, άνοιγμα ενός λογαριασμού, αίτηση για δάνειο κλπ.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### 4. INTERNET BANKING

Τα τελευταία χρόνια αρχίζει και αναπτύσσεται μια νέα οικονομία μέσω του διαδικτύου – Internet. Πρόκειται για ένα δίκτυο ενεργητικής επαφής ανάμεσα σε ανθρώπους, επιχειρήσεις και οργανισμούς, οι οποίοι διαθέτουν ένα ελάχιστο επίπεδο γνώσεων και ένα εξοπλισμό ιδιαίτερα μικρού κόστους. Ξεκίνησε ως ένα καθαρά επιστημονικό δίκτυο και σταδιακά μεταβάλλεται σε ένα παγκόσμιο ανοιχτό δίκτυο, όπου μεταξύ άλλων είναι δυνατό το ηλεκτρονικό εμπόριο μέσω του **World Wide Web**. Τη διαδικασία αυτή διευκολύνει η ανάπτυξη μεθόδων πληρωμής μέσω ηλεκτρονικού χρήματος και το γεγονός ότι μια σειρά από προϊόντα και υπηρεσίες που είναι εμπορεύσιμα στην αγορά είναι άυλα και δεν χρειάζονται φυσική μεταφορά (πχ πληροφορίες, προϊόντα ψυχαγωγικού & εκπαιδευτικού χαρακτήρα, software κλπ). Το “ταμειακό” μέρος κάθε εμπορικής πράξης μέσω του διαδικτύου είναι λογικό να διεκδικείται καταρχήν από τον τραπεζικό τομέα είτε αυτό αφορά πληρωμή μέσω τραπεζικού λογαριασμού, είτε πληρωμή μέσω τραπεζικής κάρτας.

Το δίκτυο internet τείνει τα τελευταία χρόνια να μετατραπεί σε μία νέα αγορά με μεγέθη που ξεπερνούν κάθε προσδοκία. Η ραγδαία αυτή ανάπτυξη της ηλεκτρονικής αγοράς αυξάνει το ενδιαφέρον των τραπεζικών ιδρυμάτων ως ενδιάμεσων μεταξύ του πωλητή και του αγοραστή.

Το Internet και το ηλεκτρονικό εμπόριο εκτιμάται ότι θα γνωρίσουν μεγάλη ανάπτυξη

**. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι :**

- Οι χρήστες του διαδικτύου από 180 εκατ. το τέλος του 2007, θα φτάσουν τους 220 εκατ. το τέλος του 2010.

Ορισμένοι αισιόδοξοι αναλυτές προβλέπουν ότι στα πρώτα χρόνια του 21<sup>ου</sup> αιώνα το 10% του παγκόσμιου εμπορίου διεξάγεται μέσω των ηλεκτρονικών δικτύων. Η ποιοτική διαφορά του ηλεκτρονικού εμπορίου από το παραδοσιακό έγκειται στο ότι :

**1)** Οι αγοραστές μπορούν θεωρητικά να γνωρίζουν καλύτερα τις τιμές (σε ορισμένα άυλα αγαθά και την ποιότητα), μέσω συγκεντρωμένων πληροφοριών στην οθόνη του υπολογιστή τους. Προσφέρεται δηλαδή άμεση συγκρισιμότητα τουλάχιστον των τιμών σε ομοειδή προϊόντα.

2) Η απόσταση της μίας αγοράς με την άλλη καταργείται, εφόσον όλες οι αγορές είναι προσπελάσιμες από ένα σημείο. Σε μεγάλο βαθμό τα ηλεκτρονικά δίκτυα εμπορίου & χρήματος "καταργούν την έννοια τόπος και συμπιέζουν την έννοια χρόνος".

3) Το απαιτούμενο κεφάλαιο για να παρουσιαστεί ένας επιχειρηματίας στην αγορά είναι σχετικά μικρό, σε σχέση με τα παραδοσιακά δίκτυα διανομής προϊόντων.

4) Η επιτυχία στην αγορά των διακινούμενων αγαθών μέσω Internet, στηρίζεται κυρίως στην ταχύτητα εισόδου στην αγορά, στην προσαρμοστικότητα, στις ικανότητες και τις γνώσεις, στη έγκαιρη διάγνωση των αναγκών των πελατών και όχι στην ύπαρξη υψηλών κεφαλαίων, μεγέθους, παγκόσμιας χρηματοδότησης δικτύων πωλήσεων και ανάληψη μεγάλων επιχειρηματικών ρίσκων στη διανομή που χαρακτηρίζει τις παραδοσιακές αγορές.

5) Στην παραδοσιακή αγορά μεταξύ του πελάτη και του παραγωγού μεσολαβεί συνήθως το χονδρικό εμπόριο και ο μεταπωλητής της λιανικής, οι οποίοι αυξάνουν το κόστος του προϊόντος και συχνά κατευθύνουν τις πωλήσεις, ενώ στην διαδικτυωμένη αγορά σταδιακά οι δύο αυτοί κρίκοι εξαφανίζονται και λειτουργεί μία άμεση σχέση εξυπηρέτησης των πελατών.

Το internet, πέρα από το πολύ χαμηλό λειτουργικό κόστος του, επιτρέπει στις τράπεζες να σχεδιάζουν οι ίδιες την επαφή με τους πελάτες τους σύμφωνα με την φυσιογνωμία τους, προωθώντας συγχρόνως τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Επιπλέον διευκολύνει τους τελικούς χρήστες με την έννοια ότι δεν χρειάζονται κάποιο ειδικό λογισμικό για την πρόσβαση τους στα συστήματα της τράπεζας. Αρκεί δηλαδή ένας ειδικός browser σαν αυτό που μπορεί να προμηθευτεί κάθε χρήστης του internet χωρίς κανένα κόστος.

Η εμφάνιση των υπηρεσιών του internet banking εισάγει νέα επιχειρηματικά μοντέλα στον τραπεζικό χώρο. Τρανταχτό παράδειγμα αποτελεί η τράπεζα **Security First Network Bank**. Μέσω της ηλεκτρονικής διεύθυνσης στο internet η τράπεζα επιτρέπει στους χρήστες του δικτύου να διεξάγουν μια σειρά από πράξεις όπως άνοιγμα νέου λογαριασμού, παρακολούθηση κινήσεων και πληρωμές.

Σταδιακά διαμορφώνεται μία «μάζα» χρήσης του διαδικτύου από τους πελάτες του χρηματοπιστωτικού τομέα, η οποία διαμορφώνει αντίστοιχα ήθη και πρότυπα καταναλωτικής συμπεριφοράς και επιτρέπει στις τράπεζες την επιχειρηματική εκμετάλλευσή του.

Οι βασικοί λόγοι που επιτρέπουν να θεωρείται το διαδίκτυο ως συμπληρωματικός μηχανισμός διανομής τραπεζικών προϊόντων και πληροφοριών είναι:

- 1) Η αμφίδρομη επικοινωνία που εξασφαλίζει με τον πελάτη
- 2) Η δυνατότητα μεταφοράς διαφορετικού τύπου πληροφοριών με ποικίλες μορφές.
- 3) Τα περιθώρια προσαρμοστικότητας της επικοινωνίας με τον πελάτη ανάλογα με τις ανάγκες και τις συνήθειές του.
- 4) Το ιδιαίτερα χαμηλό κόστος των συναλλαγών.

Σήμερα τα περισσότερα τραπεζικά σημεία στο internet προσφέρουν συνήθως πληροφόρηση για τα προϊόντα και τις διαδικασίες συναλλαγής με την τράπεζα, πληροφόρηση για τα υπόλοιπα των λογαριασμών και των επενδυτικών προϊόντων του πελάτη, αντίγραφα κίνησης (statements) μηχανισμούς υπολογισμού τόκων και αποδόσεων και άντληση μικροεφαρμογών για δάνεια και πιστωτικές κάρτες.

Σε ορισμένες ευρωπαϊκές χώρες, όπως η Γερμανία και η Γαλλία, η ύπαρξη εναλλακτικών δικτύων που ήδη χρησιμοποιούνται από τις τράπεζες (videotext, teletext) διευκολύνει την ανάπτυξη του **internet banking**. Για παράδειγμα στην Γερμανία 1,5 εκατομμύρια, είναι οι συνδρομητές στο δίκτυο on-line μέσω τηλεφώνου, τηλεόρασης και υπολογιστή. Οι τράπεζες στις χώρες αυτές έχουν ήδη οικοδομήσει τις συνδέσεις τους με την φιλοσοφία του **self service banking**, τα προσφερόμενα προϊόντα και τα αντίστοιχα συστήματά τους. Επομένως είναι ευκολότερο να προσφέρουν **internet banking**.

Έχει ιδιαίτερη σημασία να παρακολουθήσει η Ελληνική Τραπεζική αγορά τα τεκταινόμενα στην Ευρώπη, καθώς έχουμε κληθεί να λειτουργήσουμε σε καθεστώς Ενιαίας Αγοράς και μάλιστα με κοινό νόμισμα. Πολλοί ισχυρίζονται ότι τα πλεονεκτήματα των Ελληνικών τραπεζών σε καθεστώς ενιαίας ευρωπαϊκής αγοράς είναι το δίκτυο των καταστημάτων τους και οι δεσμοί που έχουν παραδοσιακά αναπτύξει με τη λιανική τους πελατεία. Πέρα από την στατικότητα του επιχειρήματος, αυτή είναι η μισή αλήθεια. Το μέλλον θα εξαρτηθεί και από τον βαθμό που οι καταναλωτές θ' ασκούν τις τυποποιημένες τραπεζικές τους συναλλαγές έξω από τα τραπεζικά καταστήματα και ιδιαίτερα τις πληρωμές τους. Σ' αυτή τη διαδικασία η επιλογή του μέσου συναλλαγής, μπορεί να καθορίζει και την επιλογή της τράπεζας δεδομένου ότι οι πληρωμές απαιτούν τουλάχιστον ένα τραπεζικό λογαριασμό ή μία πιστωτική κάρτα. Το Internet κάτω από αυτές τις προϋποθέσεις έχει τα περισσότερα πλεονεκτήματα από τα άλλα μέσα άσκησης self service banking (ATMs, POS)

Οι Ελληνικές τράπεζες μέχρι τώρα έχουν χρησιμοποιήσει το internet για παροχή απλών πληροφοριών για τα προϊόντα τους. Δεν έχουν εκμεταλλευτεί την πραγματική δυνατότητα του μέσου, την επαφή με τον πελάτη.



Τις περισσότερες από τις υπηρεσίες που προσφέρονται από τις ευρωπαϊκές τράπεζες, οι οποίες δρουν στο διαδίκτυο, είναι σε θέση να τις προσφέρουν σήμερα πολλές ελληνικές τράπεζες, αφού αυτές είναι ήδη διαθέσιμες και μέσω ATMs. Ένα μόνο «σερφάρισμα» στις διευθύνσεις των τραπεζών, αρκεί για να γεννήσει ιδέες και να πείσει και τον πιο δύσπιστο για τις δυνατότητες του internet banking.

Μέσω του **internet banking** παρέχονται οι ακόλουθες δυνατότητες:

- 1) Διαχείριση λογαριασμών.
- 2) Διαχείριση επιταγών.
- 3) Διαχείριση καρτών.
- 4) Πληρωμές-μεταφορές.
- 5) Διαχείριση δανείων.
- 6) Τήλε-ειδοποιήσεις.
- 7) Χρηματιστήριο.
- 8) Win bank for cards.
- 9) Ασφάλεια

## **1) ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ**

Οι πελάτες μπορούν να ενημερωθούν για την συνολική εικόνα του χαρτοφυλακίου τους στην τράπεζα με την τρέχουσα αξία του και να δουν αναλυτικές πληροφορίες των λογαριασμών τους, το υπόλοιπό τους και τις συναλλαγές τους.

- A) υπόλοιπα και κινήσεις λογαριασμών.
- B) αποστολή κινήσεων μέσω ταχυδρομείου και e-mail.
- Γ) ανάλυση υπολοίπου.
- Δ) αναλυτικά στοιχεία λογαριασμού.
- E) επιτόκια χορηγήσεων/καταθέσεων.
- ΣΤ) άμεση αλλαγή προσωπικών στοιχείων.

Επιπλέον οι πελάτες έχουν την δυνατότητα να παράσχουν πλήρη ή μερική πρόσβαση για την διαχείριση των λογαριασμών τους σε τρίτους ή φυσικά πρόσωπα που δεν είναι συνδικαιούχοι.

## **2) ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΠΙΤΑΓΩΝ**

Οι πελάτες μπορούν να διαχειριστούν τις επιταγές που εκδίδουν και να παρακολουθούν την πορεία τους από την έκδοση μέχρι και την εξόφλησή τους. Συγκεκριμένα τους παρέχονται τα ακόλουθα:

- A) παραγγελία βιβλιαρίου επιταγών με παράδοση από courier.

- Β) αναλυτικά στοιχεία και παρακολούθηση επιταγών, ώστε να προγραμματίζουν τις πληρωμές τους.
- Γ) καταχώρηση στοιχείων και επεξεργασία διαθέσιμων και ανεξόφλητων επιταγών.
- Δ) ενημέρωση της κατάστασης πχ: εξοφλημένες, ακυρωμένες, ανακλημένες κλπ.
- Ε) ανάκληση βιβλιαρίου επιταγών ή επιταγής.

### **3) ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΡΤΩΝ**

Οι πελάτες διαχειρίζονται τις προσωπικές τους κάρτες και παρακολουθούν τις κινήσεις και τα στοιχεία τους.

Συγκεκριμένα:

- Α) υπόλοιπα και κινήσεις πιστωτικών καρτών.
- Β) on-line εμφάνιση και εκτύπωση μηνιαίων λογαριασμών.
- Γ) αποστολή μηνιαίων λογαριασμών μέσω ταχυδρομείου και e-mail.
- Δ) αναλυτικά στοιχεία πιστωτικών καρτών.
- Ε) πληρωμή άμεσα ή σε μελλοντική ημερομηνία.

### **3) ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΔΑΝΕΙΩΝ**

Οι πελάτες μέσω του internet banking έχουν άμεσα διαθέσιμες όλες τις πληροφορίες σχετικά με τα δάνειά τους. Συγκεκριμένα:

- Α) συνολική απεικόνιση των δανείων τους.
- Β) αναλυτικά στοιχεία για κάθε δάνειο, όπως η κατάστασή του, το διαθέσιμο, ληξιπρόθεσμο και ανεξόφλητο ποσό, την ημέρα πληρωμής κλπ.
- Γ) πληρωμή δόσεων και ιστορικό.

### **4 ) ΠΛΗΡΩΜΕΣ-ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ**

Οι πελάτες μπορούν εύκολα και γρήγορα να καταχωρίσουν εντολές πληρωμών, εμβάσματα και μεταφορές ή ακόμα και να ζητήσουν την πάγια εξόφληση των οφειλών τους.

Συγκεκριμένα μπορούν να εκτελέσουν:

#### **ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ:**

- Α) σε λογαριασμό του ίδιου.
- Β) σε λογαριασμό τρίτων.
- Γ) μαζικές πληρωμές (μισθοδοσία, εμβάσματα).
- Δ) από κάρτα visa σε άλλη κάρτα e-mail.

### **ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΕΣ ΕΝΤΟΛΕΣ ΠΛΗΡΩΜΩΝ:**

- A) πιστωτικής κάρτας τράπεζας.
- B) ΔΕΚΟ (ΟΤΕ, ΔΕΗ).
- Γ) ασφαλιστικά ταμεία (ΙΚΑ, ΦΠΑ, ΤΕΒΕ).
- Δ) ασφαλιστικοί φορείς.
- Ε) εταιρείες σταθερής τηλεφωνίας (TELLAS, ΟΤΕ).
- ΣΤ) εταιρείες κινητής τηλεφωνίας (COSMOTE, VODAFONE).
- Ζ) φόρο εισοδήματος φυσικών προσώπων.

Για όλες τις προαναφερθέντες εντολές και μεταφορές μπορούν να:

- A) ζητήσουν την περιοδική εκτέλεσή τους με συχνότητα που αυτοί καθορίζουν.
- B) αποθηκεύσουν τις τακτικές πληρωμές για άμεση επανάληψη.
- Γ) καταχωρήσουν αιτιολογία πληρωμών προς ενημέρωση του αποδέκτη.

### **ΠΑΓΙΕΣ ΕΝΤΟΛΕΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ:**

- A) ΔΕΚΟ (ΔΕΗ, ΟΤΕ, ΕΥΔΑΠ).
- B) κινητής τηλεφωνίας.
- Γ) συνδρομητικής τηλεόρασης.
- Δ) ΤΕΒΕ.

Επιπλέον από το μενού διαχείρισης των παγίων οι πελάτες μπορούν να ζητήσουν:

- A) προσωρινή απενεργοποίηση και μεταβολή πάγιων εντολών.
- B) διακοπή πάγιων εντολών.
- Γ) εμφάνιση του ιστορικού πληρωμών μέσω οποιασδήποτε πάγιας εντολής του πελάτη.

### **ΕΝΤΟΛΕΣ ΕΜΒΑΣΜΑΤΩΝ:**

- A) αποστολή εμβασμάτων.
- B) μαζική αποστολή εμβασμάτων μέσω αρχείου.

Για όλα τα εμβάσματα οι πελάτες μπορούν να δουν:

- A) ανάλυση εξόδων και προμηθειών.
- B) αντίγραφο μηνύματος πληρωμής.
- Γ) ιστορικό όλων των πληρωμών και εμβασμάτων.

## 6) ΤΗΛΕ-ΕΙΔΟΠΟΙΗΣΕΙΣ:

Μέσω της υπηρεσίας τηλεειδοποιήσεων παρέχονται στους πελάτες πληροφορίες για τα τραπεζικά και χρηματιστηριακά θέματά τους όπου και αν βρίσκονται. Κάθε πελάτης που έχει ένα κινητό ή και σταθερό τηλέφωνο, καθώς και όσοι έχουν πρόσβαση σε e-mail μπορούν να την αξιοποιήσουν άμεσα και εύκολα. Απαραίτητη και μοναδική προϋπόθεση για την ενεργοποίηση της υπηρεσίας, είναι η ύπαρξη τουλάχιστον ενός καταθετικού λογαριασμού σε μία τράπεζα. Για παράδειγμα η **Τράπεζα Πειραιώς** παρέχει την δυνατότητα ενεργοποίησης της υπηρεσίας τηλεειδοποιήσεων σε όλους τους πελάτες της, ανεξαρτήτως αν είναι εγγεγραμμένοι χρήστες άλλων υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής.

## 7) ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ:

Οι πελάτες παρακολουθούν on-line τα ενδοσυνεδριακά δεδομένα του **Χ.Α.Α**, εισάγουν νέες εντολές αγοράς ή πώλησης μετοχών και ενημερώνονται για την τρέχουσα αξία του χαρτοφυλακίου τους.

### Δηλαδή:

- A) παρακολούθηση των τιμών των μετοχών του Χ.Α.Α.
- B) on-line αποτίμηση χαρτοφυλακίου.
- Γ) ημερήσιο και ιστορικό γράφημα τιμών-μετοχών.
- Δ) ενημέρωση για τις τιμές των δεικτών των ξένων αγορών.
- Ε) άμεση ενημέρωση για τα οικονομικά, επιχειρηματικά και χρηματιστηριακά νέα της ελληνικής και ξένης αγοράς.
- ΣΤ) ισοτιμίες των ξένων νομισμάτων.
- Z) τιμές αμοιβαίων κεφαλαίων της τράπεζας.
- Η) εντολές αγοράς μετοχών με χρέωση λογαριασμού.
- Θ) εντολές πώλησης μετοχών με πίστωση λογαριασμού.
- Ι) εντολές επαναπώλησης μετοχών που αγοράστηκαν μέσα στην ίδια μέρα.

## 8) WINBANK FOR CARDS:

Οι τράπεζες παρέχουν την δυνατότητα άμεσης, ελεύθερης και χωρίς χρέωση πρόσβασης στις πληροφορίες των καρτών μέσω internet. Μέσω της υπηρεσίας **win bank for cards**, οι πελάτες μπορούν οποιαδήποτε στιγμή της μέρας να «συνδεθούν» με τις κάρτες τους για να ενημερωθούν για όλα τα θέματα που τους ενδιαφέρουν.

Μέσω της υπηρεσίας win bank for cards μπορούν να δουν:

- A) συγκεντρωτικά όλες τις πιστωτικές τους κάρτες.

Β) τα αναλυτικά στοιχεία των καρτών τους.

Γ) όλες τις κινήσεις των καρτών τους μέχρι και την προηγούμενη μέρα.

Δ) τον μηνιαίο λογαριασμό τους, ακόμα και πριν αυτός τους παραδοθεί από το ταχυδρομείο καθώς και τους δώδεκα τελευταίους λογαριασμούς τους.

Ε) την ανάλυση του λογαριασμού τους: ημερομηνία έκδοσης τελευταίου λογαριασμού, ημερομηνία πληρωμής, ελάχιστη καταβολή, τρέχον υπόλοιπο, οφειλόμενο ποσό, τελευταία ημερομηνία εξόφλησης, διαθέσιμο ποσό αγορών.

Οι δυνατότητες της υπηρεσίας δεν σταματούν εδώ, καθώς μέσω της υπηρεσίας, μπορεί να γίνει μεταφορά υπολοίπου άλλης κάρτας σε άλλη κάρτα. Για την χρήση της υπηρεσίας win bank for cards δεν χρειάζεται εγγραφή, αρκεί οι πελάτες να είναι κάτοχοι μιας κάρτας της εκάστοτε τράπεζας. Για την πρόσβαση στην υπηρεσία win bank for cards οι πελάτες θα πρέπει να έχουν μπροστά τους την πιστωτική κάρτα για να αναγνωρισθούν.

## **9) ΑΣΦΑΛΕΙΑ:**

Για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές έχουν ληφθεί όλα τα απαραίτητα μέτρα, με τις πιο σύγχρονες και προηγμένες μεθόδους, ώστε να εξασφαλίζεται η μέγιστη δυνατή ασφάλεια.

### **ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΠΕΛΑΤΗ:**

Με την υπογραφή της σύμβασής τους, οι πελάτες, παραλαμβάνουν το κουτί τους, το οποίο εκτός από την επιστολή καλωσορίσματος, περιέχει τους κωδικούς τους. Οι κωδικοί που χρησιμοποιούνται για την αναγνώρισή τους είναι δύο: ο κωδικός εισόδου και ο προσωπικός κωδικός ασφαλείας (PIN), τους οποίους καταχωρούν κάθε φορά που χρησιμοποιούν την υπηρεσία win bank.

Την πρώτη φορά που θα χρησιμοποιήσουν την υπηρεσία το σύστημα υποχρεώνει τους πελάτες να μεταβάλλουν τον κωδικό εισόδου και τον προσωπικό κωδικό ασφαλείας PIN. Επίσης το σύστημα τους παραπέμπει σε υποχρεωτική αλλαγή του προσωπικού κωδικού ασφαλείας κάθε δύο μήνες ή κάθε φορά που ζητούν επανέκδοση.

Η πρόσβαση στα συστήματα της τράπεζας, ελέγχεται από firewall το οποίο επιτρέπει την χρήση συγκεκριμένων υπηρεσιών, απαγορεύοντας παράλληλα, την πρόσβαση σε συστήματα και βάσεις δεδομένων με απόρρητα στοιχεία και πληροφορίες της τράπεζας

### **ΚΛΕΙΔΩΜΑ ΚΩΔΙΚΩΝ:**

Σε περίπτωση που οι πελάτες εισάγουν τρεις φορές λάθος τον προσωπικό κωδικό ασφαλείας PIN, τότε το σύστημα για δική τους ασφάλεια κλειδώνει τους

κωδικούς τους και απαγορεύει την πρόσβασή τους στην υπηρεσία win bank internet.

## Χρηματο-Οικονομικές Λύσεις Στο Internet

Το Internet επιτρέπει εύκολες, φθηνές και μαζικές επικοινωνίες και αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο όλοι νιώθουν την ανάγκη να το εκμεταλλευτούν επενδύοντας σε αυτό.

Προς αυτή τη κατεύθυνση κινούνται και οι τράπεζες με τρόπο που θα επηρεάσει

- 1) Τον τρόπο που οι πελάτες συναλλάσσονται με τις τράπεζες.
- 2) Τον τρόπο με τον οποίο πελάτες και έμποροι κλείνουν και εκτελούν τις δουλειές τους και που είναι γνωστός σαν "**ELECTRONIC COMMERCE**".

Αυτά τα δύο αντικείμενα είναι απολύτως συσχετισμένα μεταξύ τους και πρέπει να αντιμετωπίζονται αναλόγως.

Ο όρος "**INTERNET BANKING**" αναφέρεται στην ικανότητα ενός συνδρομητή του Internet να έχει πλήρη πρόσβαση στο τραπεζικό σύστημα και σαν αποτέλεσμα αυτού να διαλέγει και να χρησιμοποιεί προϊόντα και υπηρεσίες διαμέσου του Internet όπως θα έκανε εάν βρισκόταν σε κάποιο υποκατάστημα τράπεζας.

Ο όρος "**ELECTRONIC COMMERCE**" αναφέρεται στην δυνατότητα που έχει ένας έμπορος να διαφημίζει τα προϊόντα του στο Internet και να δέχεται παραγγελίες και το αντίτιμό τους μέσω αυτού. Αναφέρεται επιπλέον στη δυνατότητα του καταναλωτή να ψάχνει και όταν βρίσκει να αγοράζει οποιοδήποτε προϊόν.

Η σχέση μεταξύ των δύο επιτρέπει στον καταναλωτή να αγοράζει προϊόντα πληρώνοντας με ηλεκτρονικό τρόπο. Αυτό μπορεί να γίνει με τη χρήση πιστωτικής κάρτας, μεταφοράς του ποσού στο λογαριασμό του προμηθευτή με τη μορφή ψηφιακής επιταγής ή τέλος ακόμα και με τη πληρωμή με "ηλεκτρονικό" ρευστό.

Τα χαρακτηριστικά του ραγδαία αναπτυσσόμενου τομέα του "**INTERNET BANKING**" είναι τα παρακάτω:

- Όσο επεκτείνεται η χρήση του Internet είναι λογικό αυτό να προτιμάται για τις συναλλαγές από το σπίτι ή το γραφείο. Για αυτό το λόγο όσες τράπεζες παρέχουν τέτοιες δυνατότητες πλεονεκτούν έναντι των υπόλοιπων.
- Οι τράπεζες που χρησιμοποιούν σωστά το Internet μπορούν να προσεγγίζουν τους πελάτες τους πιο εύκολα προσφέροντάς τους νέα προϊόντα και υπηρεσίες κερδίζοντας επιπλέον πόντους στη μάχη της ανταγωνιστικότητας.
- Η κλασική άποψη για την επέκταση μιας τράπεζας (νέα υποκαταστήματα) αναθεωρείται από τη στιγμή που αυτό απαιτεί πολλά έξοδα λειτουργίας και συντήρησης. Σήμερα υπάρχουν ήδη τράπεζες σε λειτουργία που λειτουργούν αποκλειστικά στο Διαδίκτυο, έχοντας έτσι πολύ μικρότερα λειτουργικά έξοδα και πρόσβαση σε μεγαλύτερη μερίδα του αγοραστικού κοινού σε παγκόσμια βάση. Επιπλέον μπορούν να προσφέρουν υπηρεσίες πολύ πιο εύκολα, γρήγορα και αποτελεσματικά από τη στιγμή που η όλη τους φιλοσοφία και υποδομή επιτρέπει κάτι τέτοιο σε αντίθεση με την αντίστοιχη των συμβατικών τραπεζών.
- Οι τράπεζες που μέχρι στιγμής δεν έχουν ασχοληθεί με το "**HOME BANKING**" μπορούν τώρα να επενδύσουν στο "**INTERNET BANKING**" για να την παροχή αυτής της δυνατότητας στους πελάτες τους χωρίς καμιά επιπλέον επένδυση.
- Στο κοντινό μέλλον οι μεγάλες, παλιότερες, τράπεζες θα ξοδέψουν εκατομμύρια δολάρια για να αλλάξουν τα συστήματα επεξεργασίας που διαθέτουν και που δεν θα είναι ικανά να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις της εποχής. (πολλαπλά νομίσματα, ελεύθερος ανταγωνισμός, πολλαπλότητα προϊόντων, το έτος 2000, το EURO κ. α. ). Εντωμεταξύ οι τράπεζες που είναι βασισμένες στο Internet προσφέρουν υπηρεσίες και προϊόντα τώρα, κάτι που οι συμβατικές τράπεζες θα αρχίσουν να κάνουν μετά από πολύ καιρό και πολλά έξοδα.
- Σε μεγάλο βαθμό το χρήμα ολοένα και θα από-υλοποιείται και θα προσεγγίζει την ηλεκτρονική μορφή. Όσο το η ηλεκτρονικό εμπόριο θα κερδίζει έδαφος τόσο θα επεκτείνεται και η χρήση του ηλεκτρονικού πορτοφολιού. Το τελευταίο βασίζεται σε έξυπνες κάρτες που μπορούν εύκολα να διαβαστούν από κάθε PC. Μέσα από το Internet οι πελάτες μπορούν να γεμίζουν τα "πορτοφόλια" τους με ηλεκτρονικά λεφτά και να προχωρήσουν σε πληρωμές με αυτά αντί να χρησιμοποιούν πιστωτικές κάρτες και επιταγές.
- Έχουν ήδη βγει σε παραγωγή τα προσωπικά ATM τα οποία είναι μικρές και φθηνές συσκευές που χρησιμοποιούνται για το γέμισμα των ηλεκτρονικών πορτοφολιών μέσω απλά μιας dial-up σύνδεσης.
- Η από-υλοποίηση του χρήματος δίνει πλεονεκτήματα στις τράπεζες που δεν έχουν επενδύσει στα ακριβά ATM.
- Τα POS (Points of Sales) που υπάρχουν ή θα υπάρχουν στα μεγάλα πολυκαταστήματα θα συνεργάζονται με τα ηλεκτρονικά πορτοφόλια και θα έχουν τη δυνατότητα γέμισματός των αποδεσμεύοντας το πελάτη της τράπεζας από το ATM και έτσι η λειτουργία των τελευταίων δεν θα είναι ανταποδοτική.

Όλα τα παραπάνω αποτελούν σίγουρα την εικόνα του παρόντος για πολλές οικονομίες αλλά και του κοντινού μέλλοντος για άλλες. Η μόνη κριτική που έχει μέχρι τώρα διατυπωθεί για το σύστημα αφορά την ασφάλειά του κατά τη διάρκεια της εκπομπής των πληροφοριών από τον πελάτη στη τράπεζα και αντίστροφα. Η ασφάλεια αυτών των δεδομένων διασφαλίζεται από τη χρήση ειδικών γλωσσών προγραμματισμού όπως η **Java**, ειδικών αλγορίθμων κρυπτογράφησης και αποκρυπτογράφησης και άλλων διαδικασιών

## **ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ INTERNET ΣΤΟΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΧΩΡΟ**

- 1) Όσο γενικεύεται η χρήση του internet, ο πελάτης είναι λογικό να προτιμάει να συναλλάσσεται μέσω internet, είτε από το σπίτι του είτε από το γραφείο του. Επομένως εκείνες οι τράπεζες που θα έχουν τέτοιες δυνατότητες, αποκτούν σαφές πλεονέκτημα.
- 2) Οι τράπεζες που θα κάνουν σωστή χρήση του internet, θα μπορούν να προσεγγίσουν ταχύτερα τον πελάτη, προσφέροντάς του νέα προϊόντα, αποκτώντας έτσι πρόσθετα πλεονεκτήματα.
- 3) Σήμερα αρχίζουν ήδη να λειτουργούν τράπεζες αποκλειστικά βασισμένες στο internet. Αυτές οι τράπεζες με πολύ μικρότερο κόστος έχουν πρόσβαση σε πολύ μεγαλύτερο κοινό και μάλιστα διεθνώς. Έχουν το πλεονέκτημα του ότι μπορούν και προσφέρουν αμεσότητα στον πελάτη για προϊόντα και υπηρεσίες τα οποία παραδοσιακές τράπεζες αδυνατούν να προσφέρουν, λόγω τρόπου οργάνωσης και μηχανογραφικής υποδομής.
- 4) Τράπεζες που υιοθετούν internet banking, αυτομάτως έχουν την δυνατότητα, να προσφέρουν home banking, λόγω της φύσεως της νέας αυτής τεχνολογίας.
- 5) Οι παλαιότερες μεγάλες τράπεζες θα δαπανήσουν δισεκατομμύρια για να αλλάξουν τα μηχανογραφικά τους συστήματα, τα οποία δεν μπορούν πλέον να ανταποκριθούν στο σύγχρονο τραπεζικό περιβάλλον (πολλαπλά νομίσματα, ελεύθερος ανταγωνισμός, ποικιλία σε προϊόντα κλπ. ). Νέες τράπεζες, χρησιμοποιώντας το internet banking, θα έχουν πρόσβαση, με πολύ λιγότερο κόστος σε πολύ μεγαλύτερη πελατεία προσφέροντας καινούρια προϊόντα και υπηρεσίες δημιουργώντας έτσι σημαντικό ανταγωνισμό στις παραδοσιακές τράπεζες.



- 6) Ήδη κυκλοφορούν τα προσωπικά ATMs, μικρές και φθηνές συσκευές, οι οποίες χρησιμοποιούνται για να γεμίζουν τα ηλεκτρονικά πορτοφόλια κάνοντας χρήση μιας κοινής σύνδεσης.
- 7) Οι αποϋλοποίηση του χρήματος δημιουργεί πλεονέκτημα στις τράπεζες που δεν έχουν επενδύσει σοβαρά σε ακριβά ATMs. Τράπεζες που έχουν κάνει ή θα πραγματοποιήσουν τέτοιες μεγάλες επενδύσεις στο μέλλον, θα βαρύνονται με μεγάλες αποσβέσεις και κόστος χρήματος για επενδύσεις που στο μέλλον θα απαξιωθούν τεχνολογικά.

Τα POS στα μεγάλα supermarket και σχετικά καταστήματα, θα αναγνωρίζουν τα ηλεκτρονικά πορτοφόλια ενώ θα είναι σε θέση να τα ανεφοδιάζουν με άυλο χρήμα, παρακάμπτοντας τα κλασικά ATMs.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### 5. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ - ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ

Καθημερινά διεκπεραιώνονται εκατομμύρια πληρωμές σε όλο τον κόσμο. Οι πληρωμές αυτές γίνονται μεταξύ μεμονωμένων ανθρώπων και νομικών προσώπων με όλους τους δυνατούς συνδυασμούς και δεν γνωρίζουν σύνορα. Είναι πολλοί οι φορείς που επιτρέπουν την αποστολή κεφαλαίων από χώρα σε χώρα και κάνουν δυνατή την χρέωση ενός μέσου πληρωμής σε μία χώρα και την πίστωση ενός μέσου είσπραξης σε μία άλλη.

Όσο άχαρη και αν δείχνει μια πληρωμή (όπως και κάθε χρηματοοικονομική συναλλαγή) και ανεξάρτητα από τη στάση ζωής κάθε ανθρώπου, η πληρωμή δεν παύει να είναι απαραίτητο στοιχείο για την ικανοποίηση των αναγκών μας, ήταν και θα είναι μια αναπόφευκτη διαδικασία στα πλαίσια της εκδήλωσης της κοινωνικότητάς μας.

Ο όρος ηλεκτρονική πληρωμή αφορά πληρωμές οι οποίες γίνονται:

- 1) από τον ίδιο τον πληρωτή (καταναλωτής ή επιχείρηση) χωρίς την παρέμβαση κάποιου άλλου φυσικού προσώπου.
- 2) εξ' αποστάσεως, δηλαδή χωρίς την φυσική παρουσία του πληρωτέου (καταναλωτής ή επιχείρηση).
- 3) χωρίς μετρητά.
- 4) με την αξιοποίηση ενός ηλεκτρονικού δικτύου (πχ. Internet) ή και μέσου (πχ. PC, κινητό τηλέφωνο).

Το βέβαιο λοιπόν είναι πως δεν θα μιλήσουμε για πληρωμές με μετρητά. Τα μετρητά ήταν και θα συνεχίσουν να είναι ο απόλυτα καθιερωμένος τρόπος διεκπαιρέωσης μιας πληρωμής. Είναι τόσο γνωστός που δεν υπάρχει κανένας λόγος να γίνει ιδιαίτερη αναφορά, εκτός και αν θέλαμε να ασχοληθούμε με την καθαρά οικονομική αντιμετώπισή τους.

Επίσης δεν θα ασχοληθούμε με τους τρόπους τους οποίους οι τράπεζες διεκπεραιώνουν τις πληρωμές, είτε μεταξύ τους, είτε για λογαριασμό των πελατών τους.

Θα ασχοληθούμε λοιπόν παρακάτω με τις περιπτώσεις όπου ο ίδιος ο καταναλωτής αξιοποιεί τεχνολογικά μέσα για την ολοκλήρωση της πληρωμής και ο ίδιος ο δικαιούχος αξιοποιεί παρόμοια τεχνολογικά μέσα για να βεβαιωθεί για την ολοκλήρωσή της και να την θεωρήσει ως είσπραξη.

## ΠΟΙΟΙ ΕΜΠΛΕΚΟΝΤΑΙ ΣΕ ΜΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΠΛΗΡΩΜΗ

Οι οντότητες που συμμετέχουν σε μια ηλεκτρονική πληρωμή είναι δύο:

- 1) ο πληρωτής
- 2) ο πληρωτέος

Καθεμιά από αυτές εμπίπτει σε μια από τις κατηγορίες «πρόσωπο» ή «καταναλωτής» και «επιχείρηση». Ειδικά η δεύτερη οντότητα περιλαμβάνει και την κατηγορία «πολιτεία» ή «κράτος».

### Αυτός είναι και ο λόγος που οι ηλεκτρονικές πληρωμές μεταξύ των παραπάνω οντοτήτων κωδικοποιούνται στις υποπεριπτώσεις:

- 1) person to person. Αφορά πληρωμές μεταξύ προσώπων κανένα από τα οποία δεν συμμετέχει με επιχειρηματικό ρόλο. Παράδειγμα είναι η πληρωμή προσωπικού χρέους.
- 2) Consumer to business και business to consumer. Έχει επικρατήσει το business to consumer, εκφράζοντας την πώληση από την επιχείρηση προς τον καταναλωτή η οποία ολοκληρώνεται με την πληρωμή της πρώτης από τον δεύτερο. Παράδειγμα είναι πώληση/αγορά αγαθών ή παροχή/λήψη υπηρεσιών.
- 3) Business to business. Πρόκειται για πληρωμές μεταξύ των επιχειρήσεων. Διαφέρουν από τις υπόλοιπες λόγω του πολύ μικρότερου πλήθους τους και των πολύ μεγαλύτερων ποσών που εμπεριέχουν. Παράδειγμα είναι η πληρωμή τιμολογίου.
- 4) Person to government και business to government. Πρόκειται για πληρωμές προς δημόσιες υπηρεσίες (υπουργεία, τοπική αυτοδιοίκηση κλπ.) και συνήθως αφορά οφειλές των πωλητών. Παράδειγμα είναι η πληρωμή Φ.Π.Α., πληρωμή τελών κυκλοφορίας.

Η αντίστροφη μορφή πληρωμών υφίσταται, αλλά προς το παρόν δεν υλοποιείται με την μορφή των μεμονωμένων πληρωμών. Παράδειγμα είναι η επιστροφή του φόρου μέσω των τραπεζών.

Οι οντότητες αυτές συμμετέχουν στα δύο άκρα μιας ηλεκτρονικής πληρωμής, ανεξάρτητα από το ηλεκτρονικό δίκτυο ή μέσα που αξιοποιούν και άσχετα από το χρηματοοικονομικό εργαλείο που καθεμιά χρησιμοποιεί.

## 5.1 ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ

Οι ηλεκτρονικές πληρωμές άρχισαν να αναφέρονται ως η κατάληξη κάθε συναλλαγής στο λεγόμενο «ηλεκτρονικό εμπόριο». Σε γενικές γραμμές είναι άμεσα συνυφασμένες με το internet και ακόμα πιο συγκεκριμένα με το web.

Στην πραγματικότητα όμως μία πληρωμή μπορεί να είναι ηλεκτρονική ακόμα κι όταν γίνεται τηλεφωνικά και οπωσδήποτε όταν γίνεται μέσω κινητού τηλεφώνου. Ακόμα μία πληρωμή είναι ηλεκτρονική όταν το χρήμα που διακινείται είναι σε ηλεκτρονική μορφή.

### ***TO INTERNET ΚΑΙ TO WORLD WIDE WEB***

Το κυριότερο δίκτυο διεκπεραίωσης ηλεκτρονικών πληρωμών είναι το **world wide web**. Στηριγμένο στο δίκτυο του internet, το web είναι παγκόσμιο και μπορεί να παρουσιάσει το περιεχόμενό του σε πολλές συσκευές. Όντας αλληλεπιδραστικά εκτός από παροχή πληροφόρησης, επιτρέπει την διενέργεια συναλλαγών και ως εκ τούτου, την διεκπεραίωση πληρωμών.

## 5.2 ΠΩΣ ΓΙΝΟΝΤΑΙ ΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΣΤΟ INTERNET

Το internet είναι ο χώρος που προσφέρεται περισσότερο από κάθε άλλον για την διεκπεραίωση ηλεκτρονικών πληρωμών και εισπράξεων. Ανάλογα με την φύση και τις ανάγκες του δικαιούχου, η διαδικασία πληρωμής/είσπραξης μπορεί να γίνει με έναν ή περισσότερους από τους παρακάτω τρόπους.

### **1) με το internet κάθε τράπεζας:**

Οι τράπεζες αποτελούν παραδοσιακά ένα σύνηθες σημείο όπου διεκπεραιώνονται πληρωμές. Είναι λοιπόν φυσικό να αποτελούν μία από τις πρώτες σκέψεις των καταναλωτών, όταν πρόκειται για πληρωμές μέσω internet. Στο internet οι τραπεζικές συναλλαγές, συνεπώς και οι πληρωμές, γίνονται μέσω του internet banking κάθε τράπεζας. Ο πληρωτής έχει στην διάθεσή του όλα τα προϊόντα που του προσφέρει η τράπεζά του μέσω συγκεκριμένου δικτύου. Μπορεί να χρεώσει όποιο προϊόν θέλει, υπό την

προϋπόθεση ότι αυτό μπορεί να δεχτεί την χρέωση. Τα κυριότερα προϊόντα για χρέωση είναι οι λογαριασμοί καταθέσεων (ταμειευτήριο και τρεχούμενος/όψεως).

2) ο απλούστερος τρόπος διεκπεραίωσης πληρωμής μέσω internet banking είναι η μεταφορά του ποσού από τον λογαριασμό του πληρωτή στον λογαριασμό του δικαιούχου.

Ο πληρωτής πρέπει απλά να περιγράψει ως «αιτιολογία» τα στοιχεία που χρειάζεται ο δικαιούχος για να αναγνωρίσει την πληρωμή. Είναι προφανές ότι, από την μια πλευρά ο συγκεκριμένος τρόπος δεν χρειάζεται ιδιαίτερη υλοποίηση, από την άλλη όμως υπάρχει ο κίνδυνος πολλών λαθών.

3) οι τράπεζες για να διευκολύνουν τους συμμετέχοντες και για να αποφεύγονται τα λάθη, δημιουργεί σελίδες πληρωμής για κάθε δικαιούχο. Στις σελίδες αυτές ο δικαιούχος ζητά από τον πληρωτή συγκεκριμένα στοιχεία.

Για να δημιουργήσουν τις παραπάνω σελίδες οι τράπεζες πρέπει να θεωρήσουν ότι οι συγκεκριμένες συναλλαγές θα έχουν αρκετή χρήση, τόσο ώστε να τεκμηριώνεται τουλάχιστον το κόστος υλοποίησης. Αυτός είναι και ο λόγος που οι περισσότερες πληρωμές αφορούν μεγάλους φορείς με αποτέλεσμα οι διαθέσιμες πληρωμές να είναι αρκετά περιορισμένες.

## ΠΩΣ ΓΙΝΕΤΑΙ Η ΠΛΗΡΩΜΗ ΜΕ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗ Η ΧΡΕΩΣΤΙΚΗ ΚΑΡΤΑ

1) στο internet ο πελάτης δεν μπορεί να πληρώσει με μετρητά, το προσφερόμενο μέσο πληρωμής είναι η κάρτα, χρεωστική ή πιστωτική. Η κάρτα είναι το καταλληλότερο μέσο για αυτές τις πληρωμές, λόγω της «παγκοσμιοότητας» που τις χαρακτηρίζει.

2) Κάθε εμπορικό κατάστημα μπορεί να συνεργαστεί με μία ή περισσότερες τράπεζες και αποκτά την δυνατότητα να κάνει τις εισπράξεις του χρεώνοντας οποιαδήποτε πιστωτική κάρτα φέρει το σήμα ενός από τους διεθνούς οργανισμούς καρτών (visa, MasterCard, American express) και ανεξάρτητα από την χώρα και την τράπεζα που έχει εκδώσει την κάρτα. Επίσης υπάρχει το τερματικό **EFT/POS** (όπως αναφέραμε και πιο πάνω) που ανήκει στην τράπεζα με την οποία συνεργάζεται το εμπορικό κατάστημα και η διαδικασία πληρωμής γίνεται ως εξής:

- Ø ο πελάτης δίνει στον ταμία την κάρτα του και αυτός την εισάγει στο POS και πληκτρολογεί το ποσό.
- Ø το POS δημιουργεί την συναλλαγή πληρωμής και την στέλνει στη τράπεζα.
- Ø η τράπεζα στέλνει την συναλλαγή στον οργανισμό, το σήμα του οποίου φέρει η κάρτα.
- Ø ο οργανισμός την προωθεί στην τράπεζα που έχει εκδώσει την συγκεκριμένη κάρτα. Η απάντηση έρχεται μέσω του οργανισμού και από εκεί πηγαίνει στο POS.
- Ø αν η συναλλαγή είναι επιτυχής ο πελάτης παραλαμβάνει τα αγαθά ή τις υπηρεσίες.

Στο internet υπάρχει ένα ιδεατό POS αντίστοιχο με αυτό του εμπορικού καταστήματος. Όταν ο πελάτης έχει ολοκληρώσει τις επιλογές του (προϊόντα ή υπηρεσίες) του παρουσιάζεται η σελίδα που υλοποιεί τον μηχανισμό του POS. Η διαδικασία είναι πανομοιότυπη με την προηγούμενη. Υπάρχουν όμως μερικές ουσιώδης διαφορές, οι κυριότερες από τις οποίες είναι οι εξής: α) ο πελάτης είναι απών, β) η φυσική κάρτα δεν είναι παρούσα, γ) η εισαγωγή των στοιχείων της κάρτας γίνεται από τον πελάτη.

#### **Η σελίδα που αντιστοιχεί στο POS μπορεί να ανήκει:**

- 1)** στο ίδιο το web site. Στην περίπτωση αυτή τα στοιχεία που εισάγει ο πελάτης συλλέγονται από το web site και μαζί με τα άλλα στοιχεία της συναλλαγής (ποσό, κωδικός εμπόρου κλπ) στέλνονται στην τράπεζα με την οποία συνεργάζεται το web site. Στη συνέχεια η τράπεζα δημιουργεί τη συναλλαγή χρέωσης της κάρτας και εφαρμόζει τα υπόλοιπα βήματα που περιγράφηκαν παραπάνω. Θεωρητικά και για λόγους ασφάλειας, το web site δεν πρέπει να αποθηκεύει τα στοιχεία των καρτών.
- 2)** στο web site της τράπεζας. Ο πελάτης «μεταφέρεται» στο web site της τράπεζας, όπου του παρουσιάζεται μια σελίδα εισαγωγής των στοιχείων της κάρτας. Το στοιχεία γίνονται γνωστά μόνο στην τράπεζα, η οποία εφαρμόζει τα υπόλοιπα βήματα της παραπάνω διαδικασίας.
- 3)** στο web site παροχής υπηρεσιών πληρωμής λόγω της ιδιαιτερότητας του internet, έχει εμφανιστεί το μοντέλο internet payment service provider (ISPN). Οι ISPN είναι εταιρείες που αναλαμβάνουν την διεκπεραίωση μιας πληρωμής συνεργαζόμενες με μία ή περισσότερες τράπεζες. Ο ISPN συγκεντρώνει όλα τα στοιχεία των συναλλαγών και προωθεί τις συναλλαγές σε μία από τις τράπεζες με τις οποίες συνεργάζεται.

## 5.3 ΠΩΣ ΑΛΛΙΩΣ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΓΙΝΟΥΝ ΠΛΗΡΩΜΕΣ

Τα προβλήματα ασφαλείας που διαπιστώνονται στις πληρωμές με πιστωτικές κάρτες έχουν οδηγήσει τους υποψήφιους πελάτες να αναζητούν εναλλακτικούς τρόπους, οι οποίοι θα εξασφαλίζουν την είσπραξη και αφετέρου θα ενθαρρύνουν τους πελάτες στις πληρωμές.

**Παρακάτω παρουσιάζονται μερικοί τέτοιοι τρόποι:**

### 1) με χρέωση του τραπεζικού λογαριασμού:

**A)** όταν ο πελάτης βρίσκεται στην σελίδα πληρωμής, επιλέγει τον συγκεκριμένο τρόπο πληρωμής και εμφανίζεται η σελίδα εισόδου στην υπηρεσία internet banking. Εκεί ο πελάτης δίνει τους κωδικούς του, επιλέγει τον λογαριασμό στον οποίο θα χρεώσει το ποσό και επιβεβαιώνει την πληρωμή.

**B)** η περίπτωση αυτή έχει περιορισμένη εμβέλεια, καθώς απαιτεί τόσο την συνεργασία του εμπόρου με τη συγκεκριμένη τράπεζα όσο και την εγγραφή του πελάτη στην υπηρεσία internet banking. Το πλεονέκτημα της δυνατότητας αυτής είναι ότι υπάρχει απόλυτη ασφάλεια, καθώς η εισαγωγή των σωστών κωδικών επιβεβαιώνει την ταυτότητα του πελάτη.

### 2) με χρήση προπληρωμένης κάρτας.

Εκτός από τις χρεωστικές ή πιστωτικές κάρτες, υπάρχουν και οι προπληρωμένες (pre paid cards).

Η προπληρωμένη κάρτα μπορεί να είναι ανώνυμη και μπορεί να φέρει το σήμα ενός οργανισμού, δηλαδή να εκδίδεται από συγκεκριμένο φορέα (πχ. μια τράπεζα).

Ο πελάτης που έχει μια προπληρωμένη κάρτα έχει ήδη καταβάλει το ποσό μέχρι του οποίου μπορεί να χρεώσει μια κάρτα. Κάθε φορά που τη χρεώνει, το ποσό αυτό αφαιρείται από το διαθέσιμο όριο της κάρτας. Όταν το ποσό εξαντληθεί, ο πελάτης προμηθεύεται νέα κάρτα.

Αν η κάρτα φέρει το σήμα ενός οργανισμού, η χρέωσή της γίνεται με βάση τη διαδικασία που περιγράφηκε παραπάνω, ενώ στην αντίθετη περίπτωση γίνεται με απευθείας επικοινωνία με τον φορέα που την έχει εκδώσει.

Τα βασικότερα πλεονεκτήματά της προπληρωμένης κάρτας είναι ότι μπορεί να είναι ανώνυμη και ότι στην περίπτωση που υποκλαπεί ο αριθμός της το ποσό της απάτης περιορίζεται στο σχετικά μικρό ποσό/όριο της κάρτας.

### 3) Διαπροσωπικές πληρωμές (person to person payments)

- όταν ο δικαιούχος πληρωμής δεν είναι επιχείρηση ή δεν είναι αρκετά μεγάλη επιχείρηση, παρέχεται η δυνατότητα των διαπροσωπικών πληρωμών. Η δυνατότητα τέτοιων πληρωμών ξεκίνησε να παρέχεται από τρίτους, ενώ στη συνέχεια και οι τράπεζες υλοποίησαν αντίστοιχες υπηρεσίες.
- η κυριότερη χρήση των υπηρεσιών P2P γίνεται από ιδιώτες ή πολύ μικρές επιχειρήσεις που δεν έχουν την δυνατότητα χρήσης POS. Οι υπηρεσίες P2P παρουσιάζουν μεγάλη επιτυχία στα web site δημοπρασιών, καθώς η πλειονότητα των συμμετεχόντων είναι ιδιώτες.
- Από εκεί και πέρα οι υπηρεσίες P2P μπορούν να χρησιμοποιηθούν και για απλές διαπροσωπικές πληρωμές, όπου ο αποστολέας πρέπει να στείλει χρήματα σε κάποιο συγγενικό του πρόσωπο ή θέλει να αποπληρώσει κάποιο προσωπικό του χρέος ή χρειάζεται να συμμετάσχει στον επιμερισμό του κόστους για μια κοινή αγορά.
- στην Ελλάδα δεν έχει παρουσιαστεί ακόμα η υπηρεσία P2P. Οι έλληνες καταναλωτές μπορούν να εγγραφούν σε μια από τις υφιστάμενες υπηρεσίες P2P του εξωτερικού.

## ΤΙ ΚΟΣΤΟΣ ΕΧΟΥΝ ΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΚΑΙ ΠΟΙΟΣ ΤΟ ΥΦΙΣΤΑΤΑΙ

Σε όλες τις περιπτώσεις το κόστος επιβαρύνει τον δικαιούχο της πληρωμής. Οι παράγοντες κόστους είναι οι εξής:

#### 1) προμήθεια επί του ποσού.

Η προμήθεια υπολογίζεται ως ποσοστό επί του ποσού κάθε συναλλαγής. Όταν η πληρωμή γίνεται με πιστωτική κάρτα, το εν λόγω ποσοστό μπορεί να ξεκινά από 1% - 1,5% και να φτάνει σε πολύ υψηλότερα ποσοστά όταν υπάρχει αυξημένη πιθανότητα αμφισβήτησης των συναλλαγών, που μπορεί να φτάνει και το 10%.

#### 2) σταθερή αμοιβή

Η κάθε πληρωμή υπολογίζεται με την χρέωση ενός σταθερού ποσού για την διεκπεραίωση της συναλλαγής. Αν υπάρχει, το ποσό κυμαίνεται μεταξύ 0,10€ και 1€



3) συνδρομή στην υπηρεσία.

Για την παροχή της δυνατότητας ηλεκτρονικών εισπράξεων ο δικαιούχος χρεώνεται με μηνιαία ή ετήσια συνδρομή. Συνήθως αυτή η χρέωση συμψηφίζεται με τις παραπάνω χρεώσεις και έχει νόημα μόνο όταν οι συναλλαγές είναι ελάχιστες και δεν αποφέρουν επαρκές έσοδο στην τράπεζα ή στην εταιρεία που εξυπηρετεί την πληρωμή.

4) συνδυασμός των παραπάνω με ελάχιστη και μέγιστη χρέωση.

5) επιπλέον χρέωση για διεκπεραίωση αμφισβητούμενης συναλλαγής.επειδή οι αμφισβητούμενες συναλλαγές δημιουργούν μεγάλο φόρτο στις τράπεζες, αυτές οδηγούνται στην επιβολή μιας ειδικής χρέωσης για κάθε τέτοια περίπτωση. Ανάλογα με την περίπτωση, οι χρεώσεις αυτές κυμαίνονται μεταξύ 5€ - 40€

6) χρέωση για παροχή ψηφιακού πιστοποιητικού.

Αυτή η χρέωση, όταν υπάρχει, ενσωματώνεται στη συνδρομή και αφορά την εξασφάλιση της τράπεζας ή της εταιρείας ότι σε κάθε συναλλαγή έχει να κάνει με τον συγκεκριμένο δικαιούχο και όχι με κάποιον που προσποιείται πως είναι δικαιούχος.

7) ημερομηνία αξίας.

Ο δικαιούχος μπορεί να πιστώνεται σε πραγματικό χρόνο, καθημερινά ή σε τακτά χρονικά διαστήματα. Ακόμα, δεδομένου ότι σε κάθε τέτοια πίστωση δημιουργεί επιπλέον κόστος, πολλές φορές ορίζεται ένα ελάχιστο ποσό (πχ. 50€) που πρέπει να έχει συγκεντρωθεί πριν γίνει κάποια πληρωμή.

Σε ορισμένες περιπτώσεις υπάρχει χρέωση και για τον πληρωτή. Αυτό συνήθως συμβαίνει όταν η υπηρεσία πληρωμής παρέχεται με προστιθέμενη αξία στον πληρωτή ή γίνεται με πρωτοβουλία του.

Τέλος, όταν οι συναλλαγές απαιτούν την εμπλοκή επιπλέον πόρων ενδέχεται να υπάρχει επιπλέον χρέωση την οποία υφίσταται είτε ο δικαιούχος, είτε ο πληρωτής, είτε και οι δύο. Η χρέωση αυτή έρχεται να καλύψει το επιπλέον κόστος διεκπεραίωσης της συναλλαγής.

## 5.4 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

Παρά το γεγονός ότι οι κάρτες είναι ο πλέον προφανής και εύκολος τρόπος για την διεκπεραίωση των πληρωμών, δεν είναι και ο ασφαλέστερος. Η μόνη διασφάλιση του δικαιούχου είναι ότι η κάρτα μπορεί να χρεωθεί, δηλαδή δεν είναι κλεμμένη ή χαμένη, έχει επαρκές όριο χρέωσης και η εκδότρια τράπεζα επιτρέπει στον κάτοχό της να τη χρησιμοποιεί.

**Οι κυριότεροι κίνδυνοι που υπάρχουν κατά τη χρήση πιστωτικών καρτών είναι οι εξής:**

1) κλοπή ταυτότητας.

Είναι πλέον συνηθισμένη απάτη στο internet και συνίσταται στην προσποίηση από τον χρήστη ότι πρόκειται για άλλο άτομο. Στην περίπτωση αυτή ο δικαιούχος της πληρωμής δείχνει «τυφλή» εμπιστοσύνη στον υποτιθέμενο κάτοχο της κάρτας καθώς δεν μπορεί να κάνει διαφορετικά και παρέχει την υπηρεσία ή αποστέλλει τα προϊόντα που πληρώθηκε από τον πελάτη. Αν όμως η κάρτα δεν ανήκει πράγματι στον πληρωτή, η συναλλαγή θα αμφισβητηθεί από τον πραγματικό κάτοχο της κάρτας και ο δικαιούχος θα αναγκαστεί να επιστρέφει το ποσό, προκειμένου αυτό να πιστωθεί στη κάρτα του πραγματικού κατόχου. Σαφές είναι ότι αυτός που αντιμετωπίζει το πρόβλημα δεν είναι ο κάτοχος/καταναλωτής της κάρτας αλλά ο δικαιούχος που κινδυνεύει να μην πληρωθεί ποτέ, ενώ έχει στείλει τα προϊόντα ή έχει παράσχει υπηρεσία.

### CARD SECURITY CODE

Ο μόνος τρόπος που έχουν όλες οι τράπεζες για να περιορίζουν το πρόβλημα είναι η χρήση του κωδικού ασφαλείας, που βρίσκεται στο πίσω μέρος της κάρτας. Ο μόνος τρόπος για να πέσει αυτός ο κωδικός στην αντίληψη τρίτου προσώπου είναι το πρόσωπο αυτό να απαιτήσει πρόσβαση στο πλαστικό και να τον συγκρατήσει και καταγράψει.

### SET

Παλιότερα οι οργανισμοί **Visa** και **MasterCard** είχαν επινοήσει και υλοποιήσει το πρότυπο **Set (secure electronic transaction)**. Με το Set, η τράπεζα που έχει εκδώσει την κάρτα έδινε στον πελάτη της ένα ψηφιακό πιστοποιητικό, καθώς και μια εφαρμογή, με τα οποία ο πελάτης μπορούσε να αποδείξει στην τράπεζά του ότι είναι ο πραγματικός κάτοχος της κάρτας.

Το πρότυπο Set απέτυχε, καθώς οι δυσκολίες στη χρήση του απέτρεψαν τους εμπόρους όσο και τους κατόχους καρτών από την αξιοποίησή του.

## **ΥΠΟΚΛΟΠΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΚΑΡΤΩΝ**

Αν το Web Site στο οποίο καταχωρούνται τα στοιχεία των πιστωτικών καρτών που τα αποθηκεύει, υπάρχει ο κίνδυνος υποκλοπής του συνόλου των στοιχείων. Αυτός είναι και ο λόγος που είτε δεν πρέπει να αποθηκεύονται τα εν λόγω στοιχεία είτε πρέπει να τηρούνται αυστηρότατα μέτρα για την ασφαλή διατήρησή τους. Αν η υποκλοπή γίνει γνωστή τότε οι οργανισμοί καρτών ενημερώνουν τις εκδότριες τράπεζες, ώστε αυτές, με τη σειρά τους, να ενημερώσουν τους κατόχους των καρτών, να ακυρώσουν τις κάρτες τους και να εκδώσουν νέες στη θέση τους.

## **5.5 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΜΕ ΤΗΛΕΦΩΝΟ ΚΑΙ ΚΙΝΗΤΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ**

### **ΣΤΑΘΕΡΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ**

Η υποδομή που ολοκληρώνει τις υποδομές στο internet είναι αυτή που αξιοποιείται και για τις πληρωμές μέσω τηλεφώνου. Στην περίπτωση που η επικοινωνία γίνεται με τηλεφωνικό αντιπρόσωπο, αυτός αξιοποιεί το Web Site, όπου καταχωρεί τα στοιχεία που του περιγράφει ο πληρωτής.

### **ΚΙΝΗΤΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ**

Όταν το κινητό τηλέφωνο είναι συνδεδεμένο στο internet ή όταν έχει συνδεθεί σε κάποιο Wap Site, η διαδικασία είναι ακριβώς η ίδια όπως και στο internet. Το κινητό τηλέφωνο μέσω των μηνυμάτων **sms** επιτρέπει την διεκπεραίωση απλών πληρωμών. Ο παραλήπτης ειδοποιείται με μήνυμα στο κινητό του τηλέφωνο.

Επίσης πολλές είναι οι προσπάθειες, ώστε το κινητό τηλέφωνο να αντικαταστήσει τις πιστωτικές ή χρεωστικές κάρτες για τις πληρωμές στον φυσικό κόσμο. Αυτές οι προσπάθειες συνίστανται στην άμεση επικοινωνία του κινητού τηλεφώνου στο τερματικό POS. Στη συνέχεια ο κάτοχος του τηλεφώνου επικοινωνεί απ' ευθείας με την τράπεζα και επιβεβαιώνει την συναλλαγή.

## **5.6 ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ**

Η αποδοχή των ηλεκτρονικών πληρωμών είναι θέμα χρόνου καθώς τα οφέλη είναι πολλά και συγκεκριμένα. Η φύση του internet δίνει την δυνατότητα

προσέγγισης μιας αγοράς που συνεχώς μεγαλώνει. Η επένδυση σε μηχανισμούς ηλεκτρονικών εισπραξιών έχει διαρκώς αυξανόμενα οικονομικά οφέλη. Η μείωση κόστους είναι εξαιρετικά σημαντική καθώς αποφεύγεται η αμοιβή ενδιάμεσων (πχ. Εισπράκτορες), ενώ το κόστος είσπραξης περιορίζεται σε αυτό των τραπεζών που ούτως ή άλλως υφίσταται και στις παραδοσιακές πληρωμές.

Παράλληλα προσφέρονται εναλλακτικές επιλογές στους πελάτες πληρωτές οι οποίες μάλιστα τους διευκολύνουν και σε πολλές περιπτώσεις μειώνουν και το δικό τους κόστος. Δεν χρειάζεται να μετακινηθούν και να στηθούν σε ουρές, δεν χάνουν χρόνο και έχουν απόλυτο έλεγχο των χρηματοροών τους. Επίσης ανάλογα με την αξιοποιούμενη τεχνολογία οι τράπεζες παρέχουν στους εμπόρους εγγύηση της πληρωμής τους και άμεση πίστωση των εισπραξιών τους

Οι ηλεκτρονικές πληρωμές έχουν ανοίξει νέο κεφάλαιο στις χρηματοοικονομικές συναλλαγές. Η αποδοχή και χρήση τους αυξάνεται με ραγδαίους ρυθμούς, μεγαλύτερους από τον ρυθμό αύξησης του ίδιου του internet. Παρ' όλα αυτά η χρήση του δεν έχει φτάσει ακόμα στα επίπεδα που μπορεί να κατακτήσει.

Η επίλυση των προβλημάτων της ασφάλειας και η αλλαγή αντίληψης των συμμετεχόντων σε αυτό το θέμα θα εκτινάξει τη χρήση των ηλεκτρονικών πληρωμών. Αντίστοιχα η βελτίωση του **user** των κινητών τηλεφώνων και η επακόλουθη παροχή δυνατοτήτων που θα καταλήγουν σε πληρωμή, θα δημιουργήσει μία επιπλέον αγορά στην οποία υπάρχει λανθάνουσα ζήτηση τέτοιων υπηρεσιών.

Ήδη οι ηλεκτρονικές πληρωμές αποτελούν πραγματικότητα στις χώρες που η διείσδυση του internet έχει φτάσει σε υψηλά επίπεδα. Αντίστοιχα μεγάλη είναι και η χρήση των ηλεκτρονικών πληρωμών. Η εξάπλωση του internet και στη χώρα μας και η σταδιακή μείωση των ανησυχιών έχουν αρχίσει ήδη να δείχνουν τα αποτελέσματά τους, καθώς χρόνο με τον χρόνο υπερδιπλασιάζονται τόσο ο αριθμός των πληρωμών, όσο και ο αριθμός των ανθρώπων και επιχειρήσεων που τις αξιοποιούν.

Οι τράπεζες έχουν να παίξουν καταλυτικό ρόλο σε αυτή την εξέλιξη. Υιοθετώντας μοντέρνες πρακτικές εξυπηρέτησης πελατών και σύγχρονες τεχνολογίες καθώς και με την υιοθέτηση βέλτιστων πρακτικών ασφαλείας θα μπορέσουν να κρατήσουν την αγορά των πληρωμών αλλά και να αυξήσουν το μέγεθός της, εξασφαλίζοντας ποιοτικά και ποσοτικά οφέλη τόσο για τις ίδιες, όσο και για τους πελάτες τους.

## 5.7 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕΣΩ INTERNET

Ως ηλεκτρονική τραπεζική νοείται οποιαδήποτε εμπορική συναλλαγή που διεξάγεται μεταξύ της τράπεζας και των πελατών της δια μέσου ηλεκτρονικών δικτύων και βοηθάει ή οδηγεί στην πώληση τραπεζικών υπηρεσιών και προϊόντων. Όταν οι εμπορικές συναλλαγές πραγματοποιούνται μέσω του internet τότε μιλάμε για διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών μέσω διαδικτύου (internet banking).

Η ανάγκη για επέκταση των δραστηριοτήτων των τραπεζών στο internet είναι πλέον αδιαμφισβήτητη, αφού ήδη οι περισσότερες τράπεζες παρέχουν στους πελάτες τους αυτή την δυνατότητα. Δεδομένης της παγκόσμιας εξάπλωσης του internet αντίστοιχη είναι και η εξάπλωση του internet banking. Με βάση στοιχεία προηγούμενων χρόνων η χρήστες παγκοσμίως υπολογίζονται σε περίπου 121.000.000, ενώ το 65% των εν λειτουργία τραπεζών δραστηριοποιείται μέσω internet banking.

Η δραστηριότητα μέσω internet πρέπει να διαχωριστεί από παρόμοιες μεθόδους διεξαγωγής τραπεζικών συναλλαγών, όπως phone banking, mobile banking, pc banking και TV banking.

**A) στην μέθοδο phone banking** ο χρήστης συνδέεται με απλή τηλεφωνική σύνδεση φωνητικής τηλεφωνίας με το ειδικό αυτοματοποιημένο σύστημα της τράπεζας.

**B) στην μέθοδο mobile banking** χρησιμοποιείται κινητό τηλέφωνο ή άλλη συσκευή η οποία διαθέτει δυνατότητα αμφίδρομης επικοινωνίας.

**Γ) στην μέθοδο pc banking** ο χρήστης συνδέεται με τον προσωπικό του υπολογιστή απευθείας με τα συστήματα της τράπεζας χωρίς την παρεμβολή άλλου δικτύου όπως το internet.

**Δ) στην μέθοδο TV banking** χρησιμοποιείται τηλεοπτική συσκευή με δυνατότητα αμφίδρομης επικοινωνίας, συνδεδεμένης συνήθως με συνδρομητικό τηλεοπτικό δίκτυο.

Κυρίως στόχος των τραπεζών είναι η στροφή της πελατείας προς το internet banking. Στα πλεονεκτήματα του internet banking συγκαταλέγονται οι συναλλαγές εκτός ωραρίου, η αποφυγή ουράς, η αποσυμφόρηση των ταμείων, η ευκολότερη προώθηση νέων προϊόντων, η εξοικονόμηση κόστους και η καλύτερη γνώση των πελατών. Στα μειονεκτήματα αναφέρονται τα επισφαλές των συναλλαγών και ειδικά όσον αφορά την Ελλάδα, η χαμηλή διείσδυση του internet. Επίσης από πλευράς διοικητικού σχεδιασμού των τραπεζών, η διεξαγωγή των συναλλαγών μέσω internet επιβάλλει ειδικές συνθήκες για την διαχείριση των κινδύνων και την πληροφόρηση της διοίκησης.

Πιθανώς μάλιστα να απαιτείται η δημιουργία ειδικού τμήματος ηλεκτρονικής τραπεζικής και διαχωρισμός αρμοδιοτήτων προκειμένου να τηρηθεί η νομοθεσία προστασίας προσωπικών δεδομένων. Περαιτέρω απαιτούνται ειδικά μέτρα ασφάλειας όπως η χρήση κρυπτογραφίας, ψηφιακών υπογραφών και συνθηματικών και η διαχείριση προγραμμάτων και μεθόδων προστασίας από ιούς και κακόβουλες επιθέσεις προς τα πληροφοριακά συστήματα. Η αρχική σκέψη ότι οι δραστηριότητες internet banking πρέπει να υπαχθούν, πέρα των γενικών ρυθμίσεων για την διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών και στις ειδικές ρυθμίσεις για τις ηλεκτρονικές πληρωμές, δεν οριοθετεί πλήρως το πρόβλημα. Η παγκόσμια διάσταση του internet επιβάλλει οποιαδήποτε εμπορική, επιχειρηματική δραστηριότητα σε αυτό να εξετάζεται υπό το πρίσμα της διεθνούς δραστηριότητας και επομένως στην περίπτωση του internet banking πρέπει να εξετάζεται το πλαίσιο της διασυνοριακής παροχής τραπεζικών και χρηματοοικονομικών υπηρεσιών.

## **5.8 INTERNET BANKING ΚΑΙ Η ΣΧΕΣΗ ΤΟΥ ΜΕ ΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ**

Όπως όλες οι τραπεζικές υπηρεσίες και το internet banking ως παροχή τραπεζικών υπηρεσιών ιδίως προς καταναλωτές, ελέγχεται από τις κεντρικές τράπεζες και τις οδηγίες της ευρωπαϊκής ένωσης για τα πιστωτικά ιδρύματα. Επομένως ισχύει η νομοθεσία για τα χρηματοδοτικά και πιστωτικά ιδρύματα, που κατά τα γνωστά συνοψίζονται:

- A) στην εποπτεία της κεντρικής τράπεζας.**
- B) στις διατάξεις για τον περιορισμό του σκοπού και των ποσοστών συμμετοχής φυσικών, νομικών προσώπων σε πιστωτικά ιδρύματα ή της συμμετοχής των πιστωτικών ιδρυμάτων σε άλλες επιχειρήσεις.**
- Γ) στις ειδικές διατάξεις για την δημοσιοποίηση των οικονομικών αποτελεσμάτων.**

Σημαντική διαφοροποίηση αποτελεί η τάση για στροφή προς την συνδυασμένη παροχή τραπεζικών και χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Σημειώνεται ότι για την παροχή αυτών των υπηρεσιών, τουλάχιστον στον χώρο της ευρωπαϊκής ένωσης, απαιτείται μία μοναδική άδεια σε ένα κράτος μέλος η οποία αναγνωρίζεται αμοιβαία σε όλα τα κράτη μέλη. Παράλληλα η ηλεκτρονικά παρεχόμενες υπηρεσίες διέπονται από την οδηγία 2000/31 (οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο) σύμφωνα με την οποία ο τόπος εγκατάστασης της εταιρείας που παρέχει υπηρεσίες μέσω διεύθυνσης internet δεν βρίσκεται εκεί που είναι η τεχνολογία που υποστηρίζει την εν λόγω διεύθυνση ούτε εκεί που

παρέχεται πρόσβαση στην εν λόγω διεύθυνση, αλλά εκεί που ασκεί την οικονομική της δραστηριότητα.

Επομένως και η διεξαγωγή internet banking, με βάση την παραπάνω αρχή υπάγεται και σε κανόνες του χρηματοοικονομικού τομέα που πιθανώς δεν είχαν αρχικά προβλεφθεί για την απλή διεξαγωγή τραπεζικών εργασιών. Οι υπεύθυνοι για το internet banking πρέπει σε αυτή την περίπτωση να δείξουν ιδιαίτερη προσοχή, επειδή η παράβαση των διατάξεων για την παροχή των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών στις περισσότερες περιπτώσεις συνιστά και ποινικό αδίκημα, είτε για παράνομη δραστηριότητα, είτε για παράνομη διατίμηση.

Συνεπώς, η διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών στο internet από τράπεζα εδρεύουσα στην Ελλάδα υπάγεται στην ελληνική κοινοτική τραπεζική και χρηματοπιστωτική νομοθεσία. Επομένως οι πράξεις του διοικητή της τράπεζας της Ελλάδος, εφαρμόζονται και στις δραστηριότητες internet banking. Στο περιβάλλον internet banking εφαρμόζονται οι κατ' εξουσιοδότηση εκδοθείσες ρυθμίσεις της τράπεζας της Ελλάδος, της Επιτροπής Κεφαλαιαγοράς ή άλλων αρμόδιων αρχών. Πρόσφατα ρυθμίστηκε και η εξ' αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές.

Σημειώνεται ότι στο πλαίσιο της γενικής τραπεζικής νομοθεσίας που διέπει και το internet banking η τράπεζα της Ελλάδος είναι αρμόδια για την εφαρμογή από τα πιστωτικά ιδρύματα, που αφορά την πρόληψη και καταστολή της νομιμοποίησης εσόδων από εγκληματικές δραστηριότητες.

### **5.8.1 ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΜΕΣΩ ΜΕΣΩ INTERNET BANKING**

***Οι συνηθέστερες μέθοδοι πληρωμής είναι:***

- 1) η πληρωμή μέσω πιστωτικών καρτών, κατά την οποία ο χρήστης πληκτρολογεί τα στοιχεία της κάρτας, η οποία και χρεώνεται. Στην περίπτωση αυτή χρησιμοποιούνται οι μέθοδοι ασφάλειας και τα πρότυπα που επιβάλλονται από τους διεθνείς οργανισμούς διαχείρισης πιστωτικών καρτών.
- 2) Η απευθείας πίστωση του λογαριασμού της επιχείρησης με μεταφορά από τον λογαριασμό του χρήστη.
- 3) Η απευθείας χρέωση του λογαριασμού του χρήστη με χρήση αριθμού λογαριασμού ή χρεωστικής κάρτας.
- 4) Η πληρωμή με χρήση προπληρωμένων καρτών.
- 5) Η πληρωμή μέσω ειδικών πυλών πληρωμών. Πρόκειται για ειδικές διευθύνσεις του internet , με την μεσολάβηση των οποίων διεξάγεται η οικονομική εκκαθάριση της συναλλαγής, χωρίς άμεση καταβολή στην επιχείρηση.

- 6) Η πληρωμή με συστήματα ηλεκτρονικού χρήματος, που βασίζονται είτε σε ειδικές «έξυπνες» κάρτες, είτε σε ειδικό λογισμικό.

Το θεσμικό πλαίσιο πληρωμών, που μπορεί να χρησιμοποιηθεί και στο internet banking έχει ήδη προσαρμοστεί στο ελληνικό δίκαιο. Για τις διασυνοριακές πληρωμές και τις μεταφορές πιστώσεων μέχρι 50.000 ευρώ ισχύουν τα παρακάτω:

- 1) Για την εκτέλεση της εντολής ευθύνεται η τράπεζα του εντολέα.
- 2) Θεσπίζεται η υποχρέωση για αναλυτική πληροφόρηση των πελατών πριν και μετά από την εκτέλεση της εντολής.
- 3) Η εντολή πρέπει να διεκπεραιωθεί εντός 5 εργάσιμων ημερών.
- 4) Προβλέπονται ειδικές δεσμεύσεις για τις προμήθειες και τα έξοδα.
- 5) Προβλέπεται ειδική αποζημίωση σε περίπτωση μη εκπλήρωσης

## **ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ – ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ**

### **ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ**

Ο νόμος για την προστασία του καταναλωτή εφαρμόζεται και στο **retail banking** το οποίο αποδίδεται στα ελληνικά ως παροχή τραπεζικών υπηρεσιών προς καταναλωτές. Επομένως δεδομένου ότι το internet banking αφορά κατά κύριο μέρος την παροχή υπηρεσιών retail banking, υπεύθυνοι για την δραστηριότητα internet banking πρέπει εξ' ορισμού να συμμορφώνονται προς την νομοθεσία της προστασίας του καταναλωτή.

Οι βασικές αρχές πρέπει να αναζητηθούν στον Ν 2251/94, ιδίως στις διατάξεις για τις καταχρηστικές ρήτρες συμβάσεων με καταναλωτές και τις διατάξεις για την παραπλανητική διαφήμιση. **Επιγραμματικά, η διάταξη θεσπίζει:**

- 1) Ακυρότητα υπέρ του καταναλωτή
- 2) Υποχρέωση για ανακοίνωση της ταυτότητας της επιχείρησης και για λεπτομερή περιγραφή των χαρακτηριστικών, της τιμής και του προσφερόμενου αγαθού.
- 3) Υποχρέωση περιγραφής του δικαιώματος υπαναχώρησης του καταναλωτή.
- 4) Υποχρέωση περιγραφής της διάρκειας τυχόν προσφορών και της διάρκειας της σύμβασης.

### **Προβλέπεται επίσης:**

- 1) Υποχρέωση παράδοσης των αγαθών εντός 30 ημερών.
- 2) Κάλυψη των πληρωμών μέσω πιστωτικών καρτών.
- 3) Απαγόρευση της ανεπιθύμητης επικοινωνίας.
- 4) Υποχρέωση για έγγραφη επιβεβαίωση της παραγγελίας σε εύλογο χρόνο.



5) Δικαίωμα αναιτιολόγητης υπαναχώρησης εντός 10 ημερών.

Για την παροχή όμως χρηματοοικονομικών υπηρεσιών ισχύει η οδηγία 2002/65 “**σχετικά με την εξ’ αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές**”, η οποία αποδίδει την ιδιότητα του καταναλωτή σε κάθε πρόσωπο το οποίο, στο πλαίσιο των συμβάσεων ενεργεί για σκοπούς εκτός του πεδίου της εμπορικής ή επαγγελματικής του δραστηριότητας.

#### **Η οδηγία προβλέπει:**

- 1) Υποχρέωση για λεπτομερή πληροφόρηση του καταναλωτή πριν και μετά από την κατάρτιση της σύμβασης.
- 2) Υποχρέωση για ανακοίνωση των συμβατικών όρων σε χαρτί ή άλλο μέσο.
- 3) Δικαίωμα υπαναχώρησης εντός 14 ημερών.

**ΕΚΤΟΣ:** α) τις υπηρεσίες με διακυμάνσεις τιμών πχ. συνάλλαγμα  
β) τις βραχυπρόθεσμες συμβάσεις πχ. ασφαλιστήρια για ταξίδια  
γ) τις συμβάσεις ασφαλίσεων ζωής για τις οποίες προβλέπεται δικαίωμα υπαναχώρησης εντός 30 ημερών.

- 4) δυνατότητα ακύρωσης των συναλλαγών με πιστωτική κάρτα.
- 5) πρόβλεψη μέτρων για τις μη αιτηθείσες υπηρεσίες και την αυτόκλητη επικοινωνία πχ. με ανεπιθύμητα ηλεκτρονικά μηνύματα.

Εξαιτίας των ανωτέρω οι εφαρμοστές internet banking πρέπει να περιλαμβάνουν τους όρους της σύμβασης είτε στην αρχική ιστοσελίδα είτε μέσω ειδικού συνδέσμου σε άλλη σελίδα.

#### **ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ**

Ιδιαίτερη σημασία για το internet banking αποκτά η απαγόρευση να διαβιβάζονται δεδομένα σε τρίτες χώρες εκτός ευρωπαϊκής ένωσης που δεν παρέχουν ικανοποιητικό επίπεδο προστασίας.

Η διαβίβαση προς χώρες εκτός Ε.Ε. επιτρέπεται μόνο έπειτα από άδεια της **ΑΡΧΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ**, η οποία χορηγείται μόνο αν η αρχή κρίνει ότι το παρεχόμενο επίπεδο προστασίας στη Τρίτη χώρα είναι ικανοποιητικό.

Στις περισσότερες περιπτώσεις η διαβίβαση δεδομένων κατά την διεξαγωγή internet banking μπορεί να πραγματοποιηθεί καλυπτόμενη από τις εξαιρέσεις κάποιων περιπτώσεων όπως:

- 1) Όταν η διαβίβαση είναι αναγκαία για τη εκτέλεση σύμβασης μεταξύ του πρόσωπου το οποίο αφορούν τα δεδομένα και του υπεύθυνου επεξεργασίας.
- 2) Όταν η διαβίβαση είναι αναγκαία για την συνολολόγηση σύμβασης μεταξύ των ίδιων προσώπων.

Σύμφωνα με αυτές τις εξαιρέσεις, η διαβίβαση μπορεί να πραγματοποιηθεί κατά παρέκκλιση προς Τρίτη χώρα που δεν εξασφαλίζει ικανοποιητικό επίπεδο προστασίας.

**Συμπερασματικά τρεις είναι οι βασικοί τομείς του δικαίου που πρέπει να καθοδηγούν τον εφαρμοστή του internet banking:**

- 1) Η νομοθεσία για την διεξαγωγή τραπεζικών και χρηματοοικονομικών συναλλαγών.**
- 2) Η νομοθεσία για την προστασία του καταναλωτή.**
- 3) Η νομοθεσία για την προστασία προσωπικών δεδομένων.**

Η διεξαγωγή συναλλαγών μέσω internet banking σημαίνει αυτομάτως ότι η τράπεζα απευθύνεται σε παγκόσμιο κοινό. Για τις ελληνικές τράπεζες, όσον αφορά την παροχή τραπεζικών υπηρεσιών προς καταναλωτές θα πρέπει να συμμορφώνονται προς τους τρεις παραπάνω τομείς και θα πρέπει να καταβάλουν προσπάθεια να συμμορφώνονται με τις απαιτήσεις του δικαίου των χωρών προς τις οποίες απευθύνονται για προώθηση τραπεζικών ή χρηματοοικονομικών προϊόντων.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

### 6. ON-LINE ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ

#### ΚΑΘΟΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΤΟΥ E- BANKING

Η ανάπτυξη του **e-banking** από τις τράπεζες στοχεύει στην προσφορά ενός μέσου εξυπηρέτησης των πελατών χωρίς χρονικούς και χωροταξικούς περιορισμούς. Δεν θα ήταν υπερβολή να πούμε ότι οι υπηρεσίες e-banking αποτελούν σήμερα ένα βασικό και σημαντικό κανάλι εξυπηρέτησης των πελατών, η ύπαρξη του οποίου θεωρείται δεδομένη τόσο από τις τράπεζες όσο και από τους πελάτες.

Στόχος των υπηρεσιών e-banking είναι η προσφορά προς τους πελάτες εύκολης πρόσβασης στην τράπεζα 24 ώρες την ημέρα, 7 ημέρες τη βδομάδα, με χαμηλότερο κόστος, μετακινώντας τις συναλλαγές «ρουτίνας» από τα παραδοσιακά καταστήματα στις on-line υπηρεσίες. Ο σημαντικότερος από τους παράγοντες επιτυχίας των υπηρεσιών e-banking είναι η αποτελεσματική και ποιοτική **on-line εξυπηρέτηση**.

Στο σημερινό εξαιρετικά ανταγωνιστικό επιχειρηματικό περιβάλλον έχει καθοριστική σημασία, όχι μόνο η προσέλκυση νέων πελατών αλλά και η διατήρηση των υπάρχοντων και μάλιστα η ενδυνάμωση των σχέσεων τους με την τράπεζά τους, δηλαδή η δημιουργία πιστών πελατών. Πιστός είναι ο πελάτης που θα πραγματοποιεί επαναλαμβανόμενες αγορές σε βάθος χρόνου και έτσι θα αναδειχθεί σε κερδοφόρο πελάτη.

Η εμπειρία αποκτά μια σημαντικά μεγαλύτερη δυναμική όταν παρέχεται on-line, μέσω υπηρεσιών e-banking, γιατί ο μόνος που εκκινεί και ελέγχει την όλη διαδικασία είναι ο πελάτης, επιλέγοντας το χώρο και την χρονική στιγμή που τον εξυπηρετεί.

#### **Ποια είναι τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν μια επιτυχημένη on-line εξυπηρέτηση?**

Η on-line εξυπηρέτηση είναι δυσκολότερη και πολυπλοκότερη σε σχέση με την εξυπηρέτηση «πρόσωπο με πρόσωπο». Η τράπεζα καλείται να συνδυάσει την αποδοτικότητα του e-banking με την αποτελεσματικότητα της ανθρώπινης επαφής.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα τελευταία χρόνια υπάρχει η τάση τα παραδοσιακά τραπεζικά καταστήματα να εξελιχθούν περισσότερο σε κέντρα

συμβουλευτικής πώλησης, παρά σε σημεία πραγματοποίησης συναλλαγών (εστιάζοντας στην προσφορά ολοκληρωμένων λύσεων με έμφαση στην προσωπική εξυπηρέτηση). Η παροχή ενημερωτικών και συμβουλευτικών υπηρεσιών, καθώς και η «προσωπική» εξυπηρέτηση αποτελούν τα συστατικά του e-banking. Είναι οι βασικοί άξονες, πάνω στους οποίους υλοποιείται η σύγχρονη ηλεκτρονική τραπεζική.

### **Βασικές αρχές που προάγουν την on-line εξυπηρέτηση.**

Παρόλο που το internet παρέχει ευκολία πρόσβασης, δεν θα πρέπει ο οργανισμός να μπαίνει στον «πειρασμό» να προσφέρει όλα σε όλους.

Η τράπεζα πρέπει να δώσει απαντήσεις σε δύο ερωτήσεις:

- 1) ποιος ο σκοπός της συγκεκριμένης παρουσίας στο web.**
- 2) ποια είναι η αγορά στόχος.**

Είναι απαραίτητη η δημιουργία μιας γνωστικής βάσης με ποιότητα και όχι μόνο με ποσοτικά χαρακτηριστικά, έτσι ώστε ο πελάτης να μην «χάνεται» κατά την πλοήγησή του στο web καθώς και να βρίσκει εύκολα την απάντηση στις ερωτήσεις και τις απορίες του.

### **Ευκολία στην πλοήγηση-χρηστικότητα.**

Η κοινή λογική που ισχύει στον φυσικό κόσμο έχει εφαρμογή και στο e-banking. Για παράδειγμα, αν η υποβολή μιας αίτησης απαιτεί σημαντικό χρόνο, τότε αυξάνονται οι πιθανότητες για παραλήψεις και λάθη, ενώ υπάρχει ο κίνδυνος να αποτραπεί ο πελάτης να κάνει το ίδιο στο μέλλον.

### **Αυτοματοποίηση της δημιουργίας και διαχείρισης του περιεχομένου.**

Το περιεχόμενο που αφορά τα τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες είναι απέραντο. Αν απαιτείται η σύμπραξη πολλών ανθρώπων και πολύς χρόνος για να εκδοθεί στο web τότε αυτό αποτελεί σίγουρα βήμα που θα οδηγήσει σε ανεπίκαιρη πληροφόρηση. Το κατάλληλο λογισμικό επιτρέπει στα διάφορα τμήματα της τράπεζας να δημοσιοποιούν το περιεχόμενο με τέτοιο τρόπο σαν να συναλλάσσονται απευθείας με τους πελάτες.

### **Διαχείριση των e-mails.**

Οι πελάτες θα πρέπει να ενθαρρύνονται στο να υποβάλουν ερωτήσεις μέσω e-mail. Το e-mail έχει εξελιχθεί σε αξιόλογο μέσο αμφίδρομης επικοινωνίας και μέσω αυτού μπορεί να γίνει διαχείριση ζητημάτων των πελατών ή υποβολή ερωτήσεων. Οι απαντήσεις πρέπει να χαρακτηρίζονται από σαφήνεια,

προσωποποίηση, προσφορά εναλλακτικών προτάσεων και να δίνονται μέσα σε ένα εύλογο χρονικό διάστημα. Ο πελάτης θα εμπιστευθεί τον οργανισμό που θα απαντήσει άμεσα και όχι όσους χρειάζονται εβδομάδες, ακόμα και μήνες για να δώσουν μια απάντηση. Η ανάλυση των περιεχομένων των e-mail με σκοπό την εύρεση λέξεων-κλειδιών, αναφορών σε προϊόντα κλπ. Είναι πολύτιμη πληροφορία που μπορεί να αξιοποιηθεί ανάλογα.

### **Ειδοποιήσεις – alerts**

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

### **Κόστη και τιμολόγηση**

Ένας καταναλωτής δεν θα πλήρωνε ποτέ τις τιμές ενός ακριβού εστιατορίου για ένα self service γεύμα, ανεξάρτητα από το πόσο καλό είναι το φαγητό. ατιστοιχία υπάρχει και στις on – line υπηρεσίες. Είναι ευρέως γνωστό ότι οι on – line συναλλαγές έχουν χαμηλότερο κόστος για την τράπεζα. Επιπρόσθετα στο διαδίκτυο είναι πολύ πιο εύκολη η σύγκριση τιμών μεταξύ των ανταγωνιστών, διευκολύνοντας τον πελάτη στις επιλογές του. Ένας καλός τρόπος ο οποίος ενισχύει την εμπιστοσύνη των πελατών απέναντι στις τράπεζες είναι η παροχή συμβουλών οι οποίες μπορεί να έχουν ως αποτέλεσμα το χαμηλότερο συνολικό κόστος στις συναλλαγές του.

### **Μέτρηση των απόψεων των πελατών**

Ο ευκολότερος τρόπος είναι οι on – line έρευνες. Τα αποτελέσματά τους βοηθούν στην βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών.

### **Ολοκλήρωση της ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης με όλα τα δίκτυα της τράπεζας**

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

## 6.1 ΟΙ ΥΠΟΔΟΜΕΣ

Η εφαρμογή όσων αναφέρθηκαν προϋποθέτει την υλοποίηση υποδομών, οι οποίες έχουν σαφή πελατοκεντρικά χαρακτηριστικά. Στο σημείο αυτό πρέπει να ξεκαθαριστεί και ο ρόλος της τεχνολογίας. Η τεχνολογία είναι το μέσο αλλά και η δύναμη που επιτρέπει σήμερα την υλοποίηση εξαιρετικών υπηρεσιών. Όμως και η τεχνολογία αλλάζει ρόλο για να μπορέσει να υποστηρίξει εφαρμογές στην «εποχή του πελάτη».

Η εφαρμογή ενός αποτελεσματικού και ευέλικτου πελατοκεντρικού συστήματος (**crm**) είναι αναγκαία. Η εφαρμογή ενός τέτοιου συστήματος είναι δύσκολη και πολύπλοκη, τόσο στην αρχική υλοποίηση όσο και στην καθημερινή συντήρηση και ενημέρωση. Είναι όμως το μέσο που μας βοηθά να δημιουργούμε πιστούς πελάτες έτσι ώστε να επηρεάζεται θετικά η κερδοφορία του οργανισμού.

Τίποτα ωστόσο δεν μπορεί να βελτιωθεί, αν δεν μπορεί να μετρηθεί. Καμιά στρατηγική δεν μπορεί να πετύχει αν δεν μπορούμε να μετρήσουμε τα αποτελέσματά της. Πρώτη προτεραιότητα είναι η μέτρηση της συνολικής αξίας που δημιουργείται από τον κάθε πελάτη για την τράπεζα, αυτό που ονομάζουμε **CVM**, δηλαδή **costumer value management**. Ο στόχος είναι να πετύχουμε την πιο κερδοφόρα προσέγγιση και εξυπηρέτηση του πελάτη, μέσα από το πιο αποδοτικό δίκτυο, μετρώντας και εκτιμώντας την οικονομική επίπτωση των ενεργειών αυτών. Το **CVM** μας επιτρέπει να μεγιστοποιούμε την απόδοση των επενδύσεών μας, προσδιορίζοντας εκείνες τις ενέργειες που πρέπει να πραγματοποιούμε (προσέγγιση, εξυπηρέτηση, δημιουργία προϊόντων, υπηρεσιών, δικτύων), οι οποίες συνεχώς προσθέτουν αξία στη σχέση πελάτη – τράπεζας καθ' όλη τη διάρκεια της σχέσης αυτής.

Δεν φτάνουν όμως μόνο αυτά. Χρειάζονται διαδικασίες που να διευκολύνουν της εφαρμογή των αρχών της on – line εξυπηρέτησης. Διαδικασίες που να προάγουν την εσωτερική επικοινωνία μεταξύ των μονάδων της τράπεζας. Διαδικασίες που να συνεπικουρούν την συνεργασία και αμεσότητα μεταξύ των φυσικών και ηλεκτρονικών δικτύων. Διαδικασίες που να έχουν ως επίκεντρο τον πελάτη.

## **6.2 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΤΩΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΤΟΥΣ**

### **ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΤΩΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΜΕΤΑΞΥ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΞΕΝΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ**

Οι ιστοσελίδες μιας τράπεζας στο διαδίκτυο, δεδομένης της συνεχούς αύξησης της διείσδυσης του internet στα νοικοκυριά και τις επιχειρήσεις, θα έχουν συνεχώς αυξανόμενη σπουδαιότητα ως κανάλι διανομής. Είναι επομένως σημαντικό οι ιστοσελίδες αυτές να αξιολογούνται και μάλιστα με τυποποιημένο τρόπο, ώστε να παρακολουθείται η εξέλιξη της εικόνας που έχουν οι επισκέπτες των ιστοσελίδων για τη συγκεκριμένη τράπεζα. Στην προσπάθεια να κατανοήσουμε πώς γίνονται αντιληπτές από τους Έλληνες επισκέπτες τους οι ιστοσελίδες ελληνικών τραπεζών σε σχέση με τις αντίστοιχες ξένων τραπεζών, πραγματοποιήθηκε έρευνα για το πώς αντιλαμβάνεται την ποιότητα των ιστοσελίδων αυτών ένας Έλληνας επισκέπτης.

Η έρευνα υλοποιήθηκε τον Απρίλιο του 2003 με την βοήθεια του εργαστηρίου πολυμέσων επικοινωνίας και μάρκετινγκ, του οικονομικού πανεπιστημίου Αθηνών, μέσω των οποίων εξασφαλίστηκε η συμμετοχή 150 φοιτητών του τμήματος μάρκετινγκ και επικοινωνίας ως αξιολογητών ιστοσελίδων. Ζητήθηκε από τους αξιολογητές αρχικά να επισκεφθούν τις ιστοσελίδες των τραπεζών που είχαν συμπεριληφθεί στο δείγμα και στη συνέχεια να συμπληρώσουν ένα ερωτηματολόγιο, αξιολογώντας τις ιστοσελίδες που επισκέφτηκαν. Στις τράπεζες των οποίων οι ιστοσελίδες αξιολογήθηκαν, συμπεριελήφθησαν όλες οι ελληνικές τράπεζες που διαθέτουν ιστοσελίδες και internet banking συναλλαγές, καθώς επίσης και οι μεγαλύτερες τράπεζες κυρίως της ευρωπαϊκής ένωσης.

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε για την αξιολόγηση των ιστοσελίδων, αποτελούσε μετάφραση και προσαρμογή στην ελληνική γλώσσα γνωστού επιστημονικού εργαλείου, του webqual, το οποίο θεωρείται το καταλληλότερο για την μέτρηση της αντίληψης που έχει, όσον αφορά την ποιότητα ενός συνόλου ιστοσελίδων. Ένας επισκέπτης της μέτρησης της αξιοπιστίας του συγκεκριμένου εργαλείου έδωσε εξαιρετικά αποτελέσματα επιβεβαιώνοντας την καταλληλότητά του για την συγκεκριμένη έρευνα.

Το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε 22 παραμέτρους αξιολόγησης, κάθε μία από τις οποίες αξιολογούνταν με την βοήθεια μιας πρωτοβάθμιας κλίμακας διαφωνίας – συμφωνίας.

**Οι μεταβλητές αυτές ήταν οι ακόλουθες:**

- 1) ευκολία μάθησης
- 2) αλληλεπίδραση
- 3) ευκολία πλοήγησης
- 4) ευκολία χρήσης
- 5) ελκυστική εμφάνιση
- 6) καταλληλότητα σχεδιασμού
- 7) επάρκεια
- 8) θετική εμπειρία
- 9) ακριβής πληροφόρηση
- 10) αξιόπιστη πληροφόρηση
- 11) επίκαιρη πληροφόρηση
- 12) σχετική πληροφόρηση
- 13) κατανοητή πληροφόρηση
- 14) επαρκής πληροφόρηση
- 15) σωστή παρουσίαση πληροφόρησης
- 16) καλή φήμη
- 17) ασφάλεια συναλλαγών
- 18) ασφάλεια ατομικών πληροφοριών
- 19) εξατομίκευση
- 20) αίσθηση συμμετοχής σε κοινότητα
- 21) διευκόλυνση επικοινωνίας
- 22) εκπλήρωση υποσχέσεων

## **ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

### **1) Η ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ**

Η κατάταξη των εξεταζόμενων χαρακτηριστικών – μεταβλητών σύμφωνα με την βαρύτητα που τους έδωσαν οι ερωτώμενοι και η οποία φανερώνει την σημασία που θα πρέπει να προσδώσουν οι τράπεζες στο μείγμα των χαρακτηριστικών κατά τον σχεδιασμό και την επανατοποθέτηση των ιστοσελίδων τους, έχει ως εξής:



ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΤΩΝ ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ			
1.	Ασφάλεια ατομικών πληροφοριών	12.	Επίκαιρη πληροφόρηση
2.	Ασφάλεια συναλλαγών	13.	Αλληλεπίδραση
3.	Ευκολία χρήσης	14.	Θετική εμπειρία
4.	Κατανοητή πληροφόρηση	15.	Σχετική πληροφόρηση
5.	Ευκολία εκμάθησης	16.	Επαρκής πληροφόρηση
6.	Εκπλήρωση υποσχέσεων	17.	Εξατομίκευση site
7.	Ακριβής πληροφόρηση	18.	Σωστή παρουσίαση πληροφόρησης
8.	Ευκολία πλοήγησης	19.	Ελευστική εμφάνιση
9.	Αξιόπιστη πληροφόρηση	20.	Καταλληλότητα σχεδιασμού
10.	Διευκόλυνση επικοινωνίας	21.	Καλή φήμη site
11.	Επάρκεια site	22.	Συμμετοχή σε κοινότητα

Από την παραπάνω κατάταξη φαίνεται ότι η ασφάλεια έχει τον πρώτο λόγο. Είναι δε χαρακτηριστικό ότι η ασφάλεια των ατομικών πληροφοριών βρίσκεται μπροστά και από την ίδια την ασφάλεια των συναλλαγών, μέσα από το internet. Η εύκολη χρήση είναι το αμέσως πιο σημαντικό για τους ερωτώμενους, ενώ η κατανοητή πληροφόρηση και η ευκολία εκμάθησης συμπληρώνουν την πρώτη κρίσιμη πεντάδα. Ουσιαστικά, δηλαδή, για να γίνει το νέο κανάλι διανομής τραπεζικών πληροφοριών και συναλλαγών περισσότερο μαζικό και αποδεκτό, πρώτες έρχονται η ασφάλεια και η ευκολία των πραγμάτων. Μετά από αυτά τα πρώτα βασικά στοιχεία που πρέπει να αναπτυχθούν και να περάσουν στο στοχευόμενο κοινό από το μάρκετινγκ των τραπεζών, αρχίζουν να επηρεάζουν ολοένα και πιο επιλεκτικά και εκλεκτικά στοιχεία του σύγχρονου μάρκετινγκ, όπως η αισθητική, ο σχεδιασμός, η επικοινωνία, η φήμη, το κοινωνικό στοιχείο και βεβαίως η προσαρμογή στις απαιτήσεις και προτιμήσεις των χρηστών.

## 2) Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΥΣΧΕΤΙΣΜΕΝΩΝ ΟΜΑΔΩΝ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ

Εντοπίστηκαν τέσσερις παράγοντες που διαμορφώνουν την αντιληπτική τοποθέτηση των ερωτώμενων – χρηστών απέναντι στην εικόνα των τραπεζών στο διαδίκτυο:

ΟΜΑΔΕΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ			
ΕΥΚΟΛΙΑ	ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ	ΑΣΦΑΛΕΙΑ	ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ
Ευκολία πλοήγησης	Ακριβής πληροφόρηση	Ασφάλεια ατομικών πληροφοριών	Συμμετοχή σε κοινότητα
Ευκολία εκμάθησης	Επίκαιρη πληροφόρηση	Ασφάλεια συναλλαγών	Εξατομίκευση site
Ευκολία χρήσης	Αξιόπιστη πληροφόρηση	Εκπλήρωση υποσχέσεων	Διευκόλυνση επικοινωνίας
Θετική εμπειρία	Σχετική πληροφόρηση		Καλή φήμη site
Αλληλεπίδραση			
Κατανοητή πληροφόρηση			
Καταλληλότητα σχεδιασμού			
Σωστή παρουσίαση πληροφόρησης			
Ελκυστική εμφάνιση			
Επάρκεια site			
Επαρκής πληροφόρηση			

Όπως φαίνεται από τις παραπάνω ομάδες παραγόντων, υπάρχει η πρώτη ομάδα (ευκολία), όπου οι ερωτώμενοι – χρήστες θεωρούν πολύ σημαντικούς και αλληλοσχετιζόμενους τους παράγοντες που έχουν να κάνουν κυρίως με την ευκολία (εκμάθηση πλοήγησης, χρήση), αλλά και την εμφάνιση και τον σχεδιασμό (ελκυστικότητα, καταλληλότητα, επάρκεια, αλληλεπίδραση), την πληροφόρηση (κατανοητή, επαρκείς, σωστή παρουσίαση) και αυτά είναι τα κυρίως στοιχεία που επηρεάζουν την εμπειρία τους από την επίσκεψή τους στην ιστοσελίδα.

Η δεύτερη ομάδα παραγόντων (πληροφόρηση), έχει να κάνει με το περιεχόμενο της πληροφόρησης, δηλαδή την ακρίβειά της, την επικαιρότητά της και το κατά πόσον είναι αξιόπιστη και σχετική με αυτά που ζητούν.

Η τρίτη ομάδα (ασφάλεια), διαμορφώνεται από τους παράγοντες της ασφάλειας σχετικά με τις συναλλαγές που πραγματοποιούν μέσω του διαδικτύου, αλλά και των ατομικών πληροφοριών που δίνουν μέσω αυτού. Μάλιστα, η εκπλήρωση των υποσχέσεων από την πλευρά των τραπεζών και όπως την αντιλαμβάνονται

οι χρήστες, προέρχεται κυρίως από το πώς αντιλαμβάνονται αυτούς τους παράγοντες ασφαλείας.

Τέλος η τέταρτη ομάδα παραγόντων (συμμετοχή), σχετίζεται κυρίως με προσωπικούς παράγοντες, όπως η αίσθηση συμμετοχής στην κοινότητα που τους εκφύσει η ιστοσελίδα, η εξατομίκευση και το κατά πόσο μπορούν εύκολα να επικοινωνήσουν με τα αρμόδια τμήματα και άτομα των τραπεζών για να εξυπηρετηθούν. Αυτά τα στοιχεία φαίνεται επίσης να επηρεάζουν σημαντικά και την φήμη της συγκεκριμένης ιστοσελίδας.

### **3) ΦΥΛΟ ΚΑΙ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ**

Σε σχέση με το φύλο, οι άνδρες φαίνεται να αντιλαμβάνονται θετικότερα απ' ότι οι γυναίκες, τις ιστοσελίδες των τραπεζών στα περισσότερα εξεταζόμενα χαρακτηριστικά – μεταβλητές (ευκολία εκμάθησης, αξιόπιστη πληροφόρηση, λεπτομερής πληροφόρηση, ασφαλείς συναλλαγές, ασφαλή προσωπικά δεδομένα), με μόνη αντίθετη προσέγγιση στο χαρακτηριστικό που αφορά τη διευκόλυνση επικοινωνίας.

Το γεγονός αυτό εξηγεί εν μέρει γιατί οι γυναίκες δεν χρησιμοποιούν πολύ το διαδίκτυο και δείχνει τον βαθμό δυσκολίας που υπάρχει στην Ελλάδα για να πειστούν οι γυναίκες να το χρησιμοποιήσουν για τις τραπεζικές τους πληροφορίες και συναλλαγές.

### **4) ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ INTERNET**

Σε σχέση με την εμπειρία και τον βαθμό χρήσης του internet, όσοι έχουν μεγαλύτερη εμπειρία και το χρησιμοποιούν πολύ, αντιλαμβάνονται θετικότερα τις ιστοσελίδες των τραπεζών στα περισσότερα εξεταζόμενα χαρακτηριστικά – μεταβλητές και ιδίως τις ασφαλείς συναλλαγές, τα ασφαλή προσωπικά δεδομένα και την εκπλήρωση υποσχέσεων, που ενδιαφέρουν περισσότερο τις τράπεζες.

Αυτό σημαίνει ότι η αύξηση της οικειότητας των χρηστών του internet οδηγεί, όχι μόνο στην μεγαλύτερη χρήση των ιστοσελίδων των τραπεζών για πληροφοριακούς σκοπούς, αλλά και στην διενέργεια τραπεζικών συναλλαγών και τελικά στην μεγάλη ικανοποίησή τους.

### **5) ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΞΕΝΩΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ**

Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει η συγκριτική ανάλυση των ελληνικών με τις ξένες τράπεζες. Οι ελληνικές τράπεζες για τους Έλληνες ερωτώμενους –

χρήστες, φαίνεται να υπερτερούν στην αντίληψή τους ως προς τα περισσότερα εξεταζόμενα χαρακτηριστικά των ιστοσελίδων τους.

ΣΗΜΕΙΑ ΥΠΕΡΟΧΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ	ΣΗΜΕΙΑ ΥΠΕΡΟΧΗΣ ΞΕΝΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ
Ευκολία εκμάθησης	Επίκαιρη πληροφόρηση
Ευκολία πλοήγησης	Εξατομίκευση site
Ευκολία χρήσης	Αίσθηση συμμετοχής στην κοινότητα
Ελκυστική εμφάνιση	
Θετική εμπειρία	
Αξιόπιστη πληροφόρηση	
Σχετική πληροφόρηση	
Κατανοητή πληροφόρηση	

Όπως φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα, η αντίληψη που είχαν οι ερωτώμενοι από την επίσκεψή τους στις εξεταζόμενες ιστοσελίδες των τραπεζών, ήταν θετικότερη για τις ελληνικές στα χαρακτηριστικά της ευκολίας (μάθησης, πλοήγησης, χρήσης), της εμφάνισης, της εμπειρίας που αποκόμισαν, καθώς και του μεγαλύτερου μέρους της πληροφόρησης (αξιόπιστη, σχετική, κατανοητή).

Βέβαια, πρέπει να λάβουμε υπ' όψιν στη προκειμένη περίπτωση το ουσιαστικό στοιχείο της γλώσσας, το οποίο αποτελεί σημαντικό παράγοντα, όταν αναζητεί κανείς πληροφορίες και θέλει να μάθει χειρισμούς και λεπτομέρειες. Από την άλλη όμως, αυτό το πλεονέκτημα μετατρέπεται σε μειονέκτημα, όταν ο χρήστης δεν είναι Έλληνας και για αυτό οι τράπεζες που θέλουν να αποκτήσουν περισσότερους ξένους πελάτες, καλό θα ήταν να εξετάζουν ξεχωριστά αυτή την ομάδα πελατείας στο σχεδιασμό και τα χαρακτηριστικά των ιστοσελίδων τους.

Όσον αφορά τα σημεία υπεροχής των ξένων τραπεζών έναντι των ελληνικών, αυτά έχουν να κάνουν με την επικαιρότητα της πληροφόρησης, την αίσθηση της εξατομίκευσης που μεταφέρει η ιστοσελίδα και την αίσθηση της συμμετοχής στην κοινότητα. Τα δύο τελευταία μάλιστα είδαμε παραπάνω ότι επηρεάζουν την φήμη της ιστοσελίδας και αποτελούν τα βασικά σημεία της τέταρτης ομάδας παραγόντων (συμμετοχή), που επηρεάζουν με την σειρά τους την αντίληψη των χρηστών για τις ιστοσελίδες των τραπεζών.

Και τα τρία αυτά χαρακτηριστικά αποτελούν σημαντικά στοιχεία διαφοροποίησης του σύγχρονου μάρκετινγκ. Επομένως οι ελληνικές τράπεζες οφείλουν να τα εντάξουν στον σχεδιασμό τους, ώστε να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στο πιο διεθνοποιημένο πεδίο μάχης, τη «μάχη της ιστοσελίδας».

Για τις υπόλοιπες μεταβλητές – χαρακτηριστικά, δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές, δηλαδή δεν υπάρχει διαφορά στις αντιλήψεις των ερωτώμενων – επισκεπτών των ιστοσελίδων μεταξύ των ελληνικών και ξένων τραπεζών.

## 6) ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ ΜΕ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΜΑΔΕΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ

Επιχειρώντας να εντοπιστούν αναλυτικότερα τα «λεπτά» σημεία της σύγκρισης ελληνικών και ξένων τραπεζών ως προς τις ιστοσελίδες τους και να συσχετιστούν με την σπουδαιότητα που αποδίδουν οι ερωτώμενοι σε κάθε χαρακτηριστικό – μεταβλητή παρατίθεται ο ακόλουθος πίνακας.

ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ	Μ.Ο. ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ	Μ.Ο. ΞΕΝΩΝ	ΔΙΑΦΟΡΑ Μ.Ο.	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ
Ευκολία εκμάθησης	3,9	3,6	0,3	Υψηλή	Ευκολία
Ευκολία πλοήγησης	3,7	3,5	0,2	Μέτρια	Ευκολία
Ευκολία χρήσης	3,7	3,5	0,2	Υψηλή	Ευκολία
Ελκυστική εμφάνιση	3,5	3,3	0,2	Χαμηλή	Ευκολία
Θετική εμπειρία	3,5	3,3	0,2	Μέτρια	Ευκολία
Αξιόπιστη πληροφόρηση	3,7	3,6	0,1	Μέτρια	Πληροφόρηση
Επίκαιρη πληροφόρηση	3,6	3,7	-0,1	Μέτρια	Πληροφόρηση
Σχετική πληροφόρηση	4,2	4,0	0,2	Μέτρια	Πληροφόρηση
Κατανοητή πληροφόρηση	3,9	3,6	0,3	Υψηλή	Ευκολία
Εξατομίκευση site	3,3	3,4	-0,1	Χαμηλή	Συμμετοχή
Συμμετοχή σε κοινότητα	2,9	3,1	-0,2	Χαμηλή	Συμμετοχή

*Σημείωση: Οι υπόλοιπες μεταβλητές δεν παρουσιάζουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ ελληνικών και ξένων τραπεζών.*

Από τα στοιχεία του παραπάνω πίνακα παρατηρείται ότι δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ ελληνικών και ξένων τραπεζών στις μεταβλητές που αποτελούν την ομάδα παραγόντων ασφάλεια (ατομικών πληροφοριών και συναλλαγών). Αυτό σημαίνει ότι οι ερωτώμενοι

αντιλαμβάνονται ότι δεν υπάρχουν διαφορές στην ασφάλεια μεταξύ ελληνικών και ξένων τραπεζών. Μάλιστα αντιλαμβάνονται θετικά την ασφάλεια και στις δύο κατηγορίες τραπεζών παρ' ότι την τοποθετούν ως πρώτιστης σημασίας και βαρύτητας στην αντίληψή τους. Ιδιαίτερα αυτό ισχύει για τους άντρες και για όσους έχουν υψηλή εμπειρία χρήσης του internet. Βέβαια υπάρχουν διαφορές και μάλιστα σημαντικές, μεταξύ των μεμονωμένων τραπεζών, αλλά αυτό δεν αποτελεί αντικείμενο της παρούσας έρευνας.

Σημαντικό εύρημα που παρατηρείται στον παραπάνω πίνακα είναι οι περισσότερες από τις μεταβλητές, στις οποίες υπερέχουν οι ελληνικές τράπεζες, έχουν υψηλή σημαντικότητα για τους ερωτώμενους. Αυτό σημαίνει ότι η υπεροχή των ελληνικών τραπεζών είναι και ουσιαστική, αφού ιδιαίτερα η ευκολία εκμάθησης, η κατανοητή πληροφόρηση και η ευκολία χρήσης, αποτελούν σημεία, τα οποία παρουσιάζουν και υψηλή σημαντικότητα αλλά και σημαντική διαφορά μεταξύ των μέσων όρων τους με τις ξένες. Επίσης όλες οι μεταβλητές που έχουν σχέση με τις ομάδες παραγόντων ευκολία και πληροφόρηση, εκτός από αυτής της επίκαιρης πληροφόρησης, γέρνουν θετικά, έστω και ελαφρώς, υπέρ των ελληνικών τραπεζών.

Εκεί που γέρνει η πλάστιγγα υπέρ των ξένων τραπεζών, είναι τα σημεία που αναφέρθηκαν στο προηγούμενο εύρημα (επίκαιρη πληροφόρηση, εξατομίκευση, συμμετοχή σε κοινότητα), τα οποία όμως αποτελούν σημεία με μέτρια έως χαμηλή σημαντικότητα στην αντίληψη των ερωτώμενων. Όπως προαναφέρθηκε, τα σημεία αυτά αποκτούν ιδιαίτερη σημασία από ένα επίπεδο και πάνω όταν έχουν καλυφθεί οι βασικές ανάγκες της ευκολίας και της πληροφόρησης και φυσικά της ασφάλειας, αφού αποτελούν τα στοιχεία μάρκετινγκ που διαφοροποιούν θετικά την αντίληψη των ερωτώμενων και προσθέτουν αξία στην ιστοσελίδα της τράπεζας αλλά και στην συνολική εικόνα της.

Γενικότερα, η αναμφισβήτητη υπεροχή των ιστοσελίδων των ελληνικών τραπεζών που εμφανίζουν τα στοιχεία ότι υπάρχει στην αντίληψη των ερωτώμενων, εκπορεύεται κυρίως από την χρήση της γλώσσας, της ευκολίας σε ένα πρώτο επίπεδο γνώσης, ώστε να μάθουν οι χρήστες την λειτουργία τους και την πληροφόρηση που είναι στα μέτρα των ελλήνων χρηστών. Όσο όμως το επίπεδο γνώσης και εμπειρίας των χρηστών θα γίνεται μεγαλύτερο, τόσο θα χρειάζονται οι ελληνικές τράπεζες να προσαρμόζουν την λειτουργία των ιστοσελίδων τους σε πιο εξελιγμένα πρότυπα, όπου τα σύγχρονα στοιχεία του μάρκετινγκ, όπως η προσωποποίηση και η αίσθηση συμμετοχής στην κοινότητα, θα έχουν ουσιαστικό ρόλο στη διαμόρφωση της αντίληψης.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα γενικότερα συμπεράσματα που μπορούν να εξαχθούν από αυτή την έρευνα αντιληπτικής τοποθέτησης των τραπεζών μέσω των ιστοσελίδων τους και τα οποία μπορούν επίσης να αποτελέσουν κατευθύνσεις για παραπέρα ατομικές και ομαδικές ενέργειες από τα στελέχη των τραπεζών, είναι τα εξής:

**1)** είναι γνωστό ότι όσο ασχολείται κάποιος με κάτι, ιδιαίτερα όταν αυτό τον ικανοποιεί, το μαθαίνει περισσότερο και το χρησιμοποιεί περισσότερο. Έτσι η ολοένα και μεγαλύτερη ενασχόληση με το διαδίκτυο αυξάνει την χρήση όχι μόνο του μέσου αυτού, αλλά και των επιθυμητών υπηρεσιών που προσφέρουν οι επιχειρήσεις που το χρησιμοποιούν ως κανάλι πληροφόρησης και συναλλαγών. Η εμπειρία και ο βαθμός χρήσης του διαδικτύου τόσο αυξάνεται και η οικειότητα με αυτό, γεγονός που κάνει τους χρήστες να αισθάνονται περισσότερο ασφαλείς και με μεγαλύτερη γνώση, έτσι ώστε να χρησιμοποιούν τελικά τις τραπεζικές συναλλαγές μέσω του διαδικτύου με μεγαλύτερη άνεση και μεγαλύτερη συχνότητα. Με αυτό τον τρόπο μπορεί να εξηγηθεί όχι μόνο η αύξηση του μέσου αριθμού συναλλαγών ανά χρήστη, αλλά και η αλλαγή συμπεριφοράς σε πολλούς χρήστες, οι οποίοι, ενώ ξεκινάνε την χρήση του internet banking με μη ενχρήματες συναλλαγές (κίνηση λογαριασμών, υπόλοιπα κλπ.), καταλήγουν να χρησιμοποιούν όλες τις ενχρήματες (πληρωμές ΔΕΗ, καρτών, Φ.Π.Α, Ι.Κ.Α) και μάλιστα με ολοένα και μεγαλύτερα ποσά.

**2)** οι γυναίκες είναι λιγότερο εξοικειωμένες από τους άντρες στην χρήση του διαδικτύου και επομένως δεν εμφανίζουν την ίδια ευνοϊκή αντίληψη για τις διαδικτυακές τραπεζικές συναλλαγές, καθώς δεν αισθάνονται τόσο ασφαλείς και ενημερωμένες, λόγω της μικρής ή καθόλου οικειότητάς τους με το διαδίκτυο. Η έλλειψη ενασχόλησης λοιπόν αντανακλάται έντονα στη μη δημιουργία της απαιτούμενης εμπιστοσύνης των γυναικών απέναντι σε τέτοιου είδους συναλλαγές και φαίνεται να προτιμούν πιο σίγουρα κανάλια. Είναι επομένως αναπόφευκτο το γεγονός ότι οι μελλοντικές κινήσεις του μάρκετινγκ των τραπεζών, καθώς και άλλων παροχών υπηρεσιών του διαδικτύου, θα στοχεύσουν στο ευαίσθητο αυτό κοινό.

**3)** η ασφάλεια των ατομικών πληροφοριών και η ασφάλεια των συναλλαγών, είναι και θα είναι καθώς φαίνεται, τα κυρίαρχα στοιχεία στην προσπάθεια αύξησης της διείσδυσης του internet banking, αλλά και όλων των ηλεκτρονικών καναλιών στον πληθυσμό.

Οι τράπεζες είναι επιχειρήσεις οι οποίες κατά κύριο λόγο βασίζονται στην ασφάλεια που εμπνέουν στους πελάτες τους. Το γεγονός αυτό δεν αλλάζει με το διαδίκτυο, αντίθετα ισχυροποιείται. Ο πελάτης όχι μόνο απαιτεί ασφάλεια στις συναλλαγές του, αλλά απαιτεί διασφάλιση και των προσωπικών του δεδομένων σε μεγαλύτερη έκταση απ' ότι στις καθημερινές του συναλλαγές. Αν για παράδειγμα, κατά την διάρκεια μιας συναλλαγής του ζητηθεί το ΑΦΜ σε κάποιο

τραπεζικό κατάστημα είναι μάλλον απίθανο να αρνηθεί να το δώσει ή έστω να δείξει κάποια ενόχληση.

Αντίθετα στο διαδίκτυο κάτι τέτοιο θα τον ενοχλήσει και πιθανόν να τον βάλει σε σκέψεις σχετικά με το πόσο ασφαλείς είναι οι πληροφορίες που δίνει, ποιοι έχουν πρόσβαση σε αυτές, ποιοι μπορούν να αποκτήσουν πρόσβαση κλπ.

Η εξακρίβωση του τι μπορεί ευρύτερα να σημαίνει ασφάλεια στην αντίληψη των χρηστών αποτελεί καθοριστικό σημείο για τη σωστή προσέγγιση του όρου στις ηλεκτρονικές συναλλαγές, αλλά και την προσέγγιση των ενεργειών που απαιτούνται εκ' μέρους των τραπεζών ώστε να ξεπεραστεί το εμπόδιο αυτό ως προς την αποδοχή των ηλεκτρονικών καναλιών και συναλλαγών.

**4)** η ευκολία εκμάθησης και χρήσης των ιστοσελίδων και η εύκολη πλοήγηση αποτελούν κρίσιμα σημεία ιδιαίτερα στην αρχική αυτή φάση εισαγωγής του διαδικτύου στις συνήθειες των καταναλωτών – χρηστών ώστε να τις αποδεχθούν, να τις υιοθετήσουν και να τις χρησιμοποιούν συχνά. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα και την μεγαλύτερη αποδοχή και χρήση του internet banking. Επομένως, η δομή και αρχιτεκτονική ολόκληρου του διαδικτυακού τόπου κάθε τράπεζας, αποτελεί κρίσιμο σημείο στην διευκόλυνση υιοθέτησης των διαδικτυακών τραπεζικών συναλλαγών. Ο αριθμός «κλικ» που θα χρειαστεί να πραγματοποιήσει ο χρήστης, ώστε να μάθει τις λεπτομέρειες και τους όρους του στεγαστικού δανείου που τον ενδιαφέρει ή να πραγματοποιήσει την πληρωμή της κάρτας και της ασφάλειάς του αποτελεί βασικό μέτρο της κρίσης του για τον αν ο δρόμος του διαδικτυακού «ταξιδιού του» θα είναι σύντομος και ευχάριστος ή μακρύς και δύσβατος.

**5)** τα παραπάνω χαρακτηριστικά της ευκολίας εκμάθησης, χρήσης και πλοήγησης, μαζί με το βασικό στοιχείο της γλώσσας είναι αυτά για τα οποία οι ιστοσελίδες των ελληνικών τραπεζών υπερτερούν από αυτές των εξεταζόμενων ξένων. Αυτό σημαίνει ότι οι χρήστες εμπιστεύονται τις ιστοσελίδες των ελληνικών τραπεζών και κατ' επέκταση τις ίδιες τις ελληνικές τράπεζες για την πραγματοποίηση των συναλλαγών τους, αλλά και τις πληροφορίες που προσφέρουν. Επομένως ο διαδικτυακός τόπος κάθε τράπεζας αποτελεί και μπορεί να αποτελέσει ακόμα περισσότερο σημείο προσέλκυσης και διατήρησης πελατών – χρηστών καθώς επίσης να τους οδηγήσει στην ολοένα και μεγαλύτερη χρήση των διαδικτυακών τραπεζικών συναλλαγών. Από την άλλη πλευρά, για να αποκτήσει μια ελληνική τράπεζα ξένους πελάτες – χρήστες ο δικτυακός τόπος θα πρέπει να διαμορφωθεί ανάλογα με τις συνήθειες και την ηλεκτρονική συμπεριφορά αυτών των πελατών.

**6) μάρκετινγκ.** Οι εξεταζόμενοι δικτυακοί τόποι των μεγάλων ξένων τραπεζών είναι περισσότερο προσανατολισμένοι στο σύγχρονο μάρκετινγκ, με εμφανή διαφορά στα στοιχεία της προσωποποίησης και της συμμετοχής στην κοινότητα. Αυτό δείχνει ότι οι τράπεζες αυτές έχουν ήδη προσαρμοστεί στις σύγχρονες απαιτήσεις του «ηλεκτρονικού μάρκετινγκ», οι οποίες αντανakλούν τις



προτιμήσεις και απαιτήσεις του κοινού τους. Με την εξέλιξη του ελληνικού κοινού σε κοινό με μεγαλύτερο επίπεδο γνώσης και εμπειρίας σχετικά με τις ηλεκτρονικές συναλλαγές καθώς και με την εξέλιξη των σύγχρονων εναλλακτικών ηλεκτρονικών καναλιών, θα απαιτηθεί να εφαρμοσθούν και τα σύγχρονα αυτά στοιχεία του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ.

Η δυνατότητα στον χρήστη να χειρίζεται όπως εκείνος θέλει τους λογαριασμούς του, τις μετοχές του, τις πληρωμές του, την ίδια την δομή της ιστοσελίδας της επιχείρησης με την οποία συναλλάσσεται, να παίρνει τις πληροφορίες και τις ειδοποιήσεις που εκείνος πραγματικά θέλει και χρειάζεται, είναι βασικά χαρακτηριστικά της προσωποποίησης που εφαρμόζει το μάρκετινγκ των ξένων τραπεζών περισσότερο από αυτό των ελληνικών. Επίσης η πραγματοποίηση ενεργειών δημοσίων σχέσεων και γενικότερα προβολής και προώθησης μέσω της ιστοσελίδας με τη συμμετοχή των χρηστών, όπως κοινωνικές εκδηλώσεις με φιλανθρωπικό χαρακτήρα και παγκόσμιο σκοπό και συμμετοχή, διαγωνισμοί και forum διαφόρου περιεχομένου, ανάλογα με το στοχευόμενο κοινό είναι παραδείγματα ενεργειών που όχι μόνο ανεβάζουν τον αριθμό των χρηστών και τους εμπλέκουν περισσότερο στα γράναζια μιας δικτυακής συμπεριφοράς, αλλά υψώνουν σημαντικά την φήμη και το κύρος των τραπεζών, προσδίδοντάς τους ταυτόχρονα και ένα σύγχρονο και αναβαθμισμένο προφίλ. Για αυτό τον λόγο οι ελληνικές τράπεζες πρέπει να είναι έτοιμες ώστε να προσαρμόζονται στις ανάγκες και προτιμήσεις του συνεχώς αυξανόμενου και μεταβαλλόμενου ηλεκτρονικού κοινού τους.

**7) εικόνα – ποιότητα – ικανοποίηση – πιστότητα.** Ολοκληρώνοντας τα συμπεράσματα της έρευνας θα αναφερθούμε στο σημαντικότερο ίσως συμπέρασμα και το οποίο πρέπει να εξεταστεί ως ξεχωριστή υπόθεση από μία νέα έρευνα για να έχει εγκυρότητα και αξιοπιστία. Η αντιληπτική τοποθέτηση των χρηστών για μια τράπεζα επηρεάζει και επηρεάζεται από την αντίληψη για την ιστοσελίδα της. Η ιστοσελίδα δηλαδή αποτελεί στοιχείο της εικόνας που διαμορφώνει κάποιος για μια τράπεζα και αντίθετα, η αντίληψη για την ιστοσελίδα της τράπεζας επηρεάζεται από την εικόνα που έχει διαμορφώσει ο χρήστης για ολόκληρη την τράπεζα.

Είναι γνωστό ότι οι αντιλήψεις των αγοραστών για την εικόνα μιας τράπεζας έχουν άμεση θετική επίδραση στις αντιλήψεις σχετικά με την ποιότητα της τράπεζας αυτής. Επίσης οι αντιλήψεις των αγοραστών για την ποιότητα μιας τράπεζας έχουν άμεση θετική επίδραση στις αντιλήψεις σχετικά με την ικανοποίηση που προσφέρει αυτή η τράπεζα και άμεση θετική επίδραση στο πόσο πιστοί είναι οι πελάτες στην τράπεζα αυτή. Τέλος η ικανοποίηση των αγοραστών από μία τράπεζα έχει άμεση θετική επίδραση στο να παραμένουν πιστοί στην τράπεζα αυτή. Τελικά, η εικόνα που διαμορφώνει κάποιος για μια τράπεζα επηρεάζει το πόσο πιστός πελάτης της είναι.

Αντίστοιχα η δημιουργία εικόνας υψηλής ποιότητας μιας τραπεζικής ιστοσελίδας, επιδρά θετικά τόσο στην ικανοποίηση των πελατών, όσο και στο

πόσο πιστοί είναι και συμβάλει στην συνολική φήμη και αξία της τράπεζας. Με απλά λόγια, η αντίληψη που έχουν οι χρήστες για τις ιστοσελίδες των τραπεζών, επηρεάζεται από την εικόνα που έχουν για την ίδια την τράπεζα, πέρα από την παρουσία της στο διαδίκτυο.

Αντίστροφα, η εικόνα που διαμορφώνεται στους χρήστες από την παρουσία της τράπεζας στο διαδίκτυο, επηρεάζει και την συνολική της εικόνα. Αν, για παράδειγμα, η τράπεζα εμφανίζει την εικόνα μιας νεωτεριστικής τράπεζας, αν δείχνει ότι δίνει μεγάλη σημασία στο θέμα της ασφάλειας των συναλλαγών και των ατομικών δεδομένων, πόσο γρήγορα και ολοκληρωμένα εξυπηρετεί τον πελάτη, αν πραγματικά βλέπει τον κάθε πελάτη ξεχωριστά, είναι μερικά από τα στοιχεία που διαμορφώνουν την εικόνα της τράπεζας, είτε μέσα από το διαδίκτυο, είτε μέσα από τα υπόλοιπα κανάλια. Αν η εικόνα αυτή είναι ομοιογενείς στα όλα τα κανάλια και ταυτόχρονα είναι η επιθυμητή για την πελάτη – στόχο, τότε αυτό οδηγεί στην ικανοποίηση και πιστότητα του πελάτη, επομένως και του χρήστη με τελικό αποτέλεσμα την αύξηση της φήμης και αξίας ολόκληρης της τράπεζας.

## **ΕΠΕΞΗΓΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

### **1) ευκολία εκμάθησης του site.**

Η ευκολία εκμάθησης μιας ιστοσελίδας εξαρτάται κυρίως από την ευκολία κατανόησης μέσω άμεσης παροχής βοήθειας όποτε είναι αναγκαία. Μεγάλη ευκολία εκμάθησης σημαίνει ότι η κατανόηση των βασικών στοιχείων του τρόπου λειτουργίας της ιστοσελίδας δεν απαιτείται για έναν μέτριας εμπειρίας χρήστη του διαδικτύου, χρόνο περισσότερο από δύο έως τρία λεπτά.

### **2) αλληλεπίδραση του χρήστη με το site.**

Η αλληλεπίδραση ενός επισκέπτη με την ιστοσελίδα εξαρτάται κυρίως από την κατανόηση αυτών των μηνυμάτων που θα λάβει ως απάντηση στις ενέργειές του. Ξεκάθαρη και κατανοητή αλληλεπίδραση σημαίνει οπτικές και ηχητικές ενδείξεις ότι οι εντολές του επισκέπτη δόθηκαν ενώ η απόκριση ήρθε σε σύντομο χρονικό διάστημα.

### **3) ευκολία πλοήγησης στο site.**

Η ευκολία πλοήγησης μιας ιστοσελίδας εξαρτάται από τον τύπο της δομής των δεδομένων σε menu και υπό-menu, με τρόπο που να επιτρέπει στον επισκέπτη την πρόσβαση στις σημαντικές πληροφορίες, μετακινούμενος το πολύ σε τρία επίπεδα. Μεγάλη ευκολία πλοήγησης σημαίνει ότι ο επισκέπτης δεν «χάνεται» μέσα στην ιστοσελίδα.

#### **4) ευκολία χρήσης του site.**

Η ευκολία χρήσης (ευχρηστία) μιας ιστοσελίδας εξαρτάται κυρίως από την υλοποίηση συμβάσεων χρηστικότητας (interfaces) κατανοητό από τον μέσο χρήστη, λόγω της προηγούμενης εμπειρίας του. Μεγάλη ευκολία χρήσης σημαίνει ότι ο τρόπος λειτουργίας της ιστοσελίδας είναι προβλέψιμος.

#### **5) ελκυστική εμφάνιση του site.**

Η ελκυστική εμφάνιση μιας ιστοσελίδας εξαρτάται κυρίως από την γραφιστική ολοκλήρωσή της (χρώματα, γραμματοσειρές, φωτογραφίες, γραφικά). Είναι αρκετά υποκειμενική παράμετρος, δεδομένου ότι συνοδεύεται από τις εικαστικές προτιμήσεις του επισκέπτη της ιστοσελίδας. Πολύ ελκυστική εμφάνιση σημαίνει ότι η ιστοσελίδα αρέσει οπτικά στον επισκέπτη.

#### **6) επάρκεια του site.**

Η επάρκεια μιας ιστοσελίδας εξαρτάται από την αποτελεσματική κάλυψη των απαιτήσεων των επισκεπτών της. Μεγάλη επάρκεια σημαίνει ότι η ιστοσελίδα δεν αφήνει στους επισκέπτες της «κενά» στις προσδοκίες που είχαν για αυτή.

#### **7) καταλληλότητα σχεδιασμού του site.**

Η καταλληλότητα σχεδιασμού μιας ιστοσελίδας εξαρτάται κυρίως από την άποψη του επισκέπτη για το ήθος που πρέπει να έχει μια ιστοσελίδα μιας τράπεζας (σοβαρό, μοντέρνο, χιουμοριστικό). Μεγάλη καταλληλότητα σχεδιασμού σημαίνει ότι το ύφος της ιστοσελίδας επιδοκιμάζεται από τον επισκέπτη της.

#### **8) θετική εμπειρία από το site.**

Η θετική εμπειρία εκφράζει την συνολική αίσθηση που αποκομίζει ο επισκέπτης από την ιστοσελίδα, εξαρτάται δε από τις προσδοκίες που έχει διαμορφώσει από την επίσκεψή του σε παρόμοιες ιστοσελίδες. Υψηλή θετική εμπειρία σημαίνει ότι ο επισκέπτης θεωρεί ότι η ιστοσελίδα ανταποκρίθηκε θετικά στις προσδοκίες του.

#### **9) ακριβής πληροφόρηση από το site.**

Η ακριβής πληροφόρηση εκφράζει την αίσθηση για την ακρίβεια (ορθότητα) της πληροφόρησης που αποκομίζει ο επισκέπτης από την ιστοσελίδα και εξαρτάται κυρίως από το περιεχόμενο της πληροφόρησης. Υψηλή βαθμολογία στην ακριβή πληροφόρηση μπορεί να σημαίνει ότι ο επισκέπτης θεωρεί ότι η πληροφόρηση είναι σωστή και εύστοχη.

#### **10) αξιόπιστη πληροφόρηση από το site.**

Η αξιόπιστη πληροφόρηση μιας ιστοσελίδας εξαρτάται κυρίως από το πόσο «πιστευτές» είναι οι πληροφορίες που αυτή παρέχει. Πληροφορίες που γίνονται αντιληπτές ως διαφημιστικές υπερβολές, μειώνουν την αξιοπιστία της ιστοσελίδας. Υψηλή τιμή στην αξιόπιστη πληροφόρηση σημαίνει ότι η ιστοσελίδα έχει την δυνατότητα να γίνεται πιστευτή από τους επισκέπτες της.

#### **11) επίκαιρη πληροφόρηση από το site.**

Η επίκαιρη πληροφόρηση μιας ιστοσελίδας εξαρτάται από την συχνότητα ανανέωσης των πληροφοριών που διαπιστώνει ο πελάτης της. Το μέσο είναι οι ημερομηνίες επικαιρότητας των πληροφοριών στο κάτω μέρος των σελίδων. Υψηλή βαθμολογία στην επίκαιρη πληροφόρηση σημαίνει ότι η ιστοσελίδα δίνει την αίσθηση ότι ενημερώνεται συχνά.

#### **12) σχετική πληροφόρηση από το site.**

Η σχετική πληροφόρηση μιας ιστοσελίδας εξαρτάται κυρίως από το περιεχόμενο των πληροφοριών της ειδικότερα δε από το αν ο επισκέπτης της τις θεωρεί σχετικές με την δραστηριότητα της συγκεκριμένης τράπεζας. Υψηλή τιμή στην σχετική πληροφόρηση σημαίνει ότι το περιεχόμενο είναι απολύτως σχετικό με την επιχείρηση.

#### **13) κατανοητή πληροφόρηση από το site.**

Η κατανοητή πληροφόρηση μιας ιστοσελίδας εξαρτάται κυρίως από την γλώσσα – έκφραση που χρησιμοποιείται. Χρήση επαγγελματικών εκφράσεων και ορολογίας μη διαδεδομένης στο ευρύ κοινό, μειώνουν πολλές φορές δραματικά το βαθμό κατανόησης της πληροφόρησης. Υψηλή κατανοητή πληροφόρηση σημαίνει ότι η γλώσσα και οι χρησιμοποιούμενες εκφράσεις είναι αποτελεσματικές.

#### **14) επαρκής πληροφόρηση από το site.**

Η επάρκεια πληροφόρησης μιας ιστοσελίδας εξαρτάται κυρίως από την ποσότητα των πληροφοριών της. Εάν είναι υπερβολική η ποσότητα, γίνεται δύσκολη η αναζήτηση. Εάν είναι λίγη η ποσότητα, μένουν κενά στην ενημέρωση. Υψηλή επάρκεια της πληροφόρησης σημαίνει ότι η ποσότητα των πληροφοριών είναι κατάλληλη.

#### **15) σωστή παρουσίαση πληροφόρησης από το site.**

Η σωστή παρουσίαση πληροφόρησης εξαρτάται κυρίως από την αποτελεσματική χρήση των μέσων που χρησιμοποιούνται για την παρουσίαση των πληροφοριών (κείμενο – φωτογραφίες, γραφικά, βίντεο, ήχοι, μουσική κλπ).

Υψηλή βαθμολογία εδώ σημαίνει ότι ο τρόπος χρήσης των μέσων είναι αποτελεσματικός σε σχέση με τον χρήστη.

#### **16) καλή φήμη του site.**

Η καλή φήμη μιας ιστοσελίδας εξαρτάται κυρίως από την αναγνωσιμότητα που αυτή διαθέτει. Η αναγνωσιμότητα επηρεάζεται από την διαφήμιση, κυρίως όμως από τις ενέργειες προβολής της ιστοσελίδας που έχουν αναπτυχθεί, είτε με επίκεντρο, είτε ως δευτερογενή στόχο το συγκεκριμένο επίπεδο.

#### **17) ασφάλεια συναλλαγών στο site.**

Η ασφάλεια συναλλαγών μιας ιστοσελίδας εξαρτάται κυρίως από τις παραμέτρους που συνθέτουν την αντίληψή της, για την ασφάλεια των συναλλαγών στα ηλεκτρονικά μέσα (όπως αξιοπιστία απόκρισης, χρόνος αναμονής, ευκολία σύνδεσης κλπ). Επίσης η αίσθηση της ασφάλειας των συναλλαγών συνδέεται στενά και με τη φήμη της συγκεκριμένης τράπεζας.

#### **18) ασφάλεια ατομικών πληροφοριών στο site.**

Η ασφάλεια ατομικών πληροφοριών μιας ιστοσελίδας εξαρτάται κυρίως από τα συστήματα κρυπτογράφησης πληροφοριών που χρησιμοποιεί η τράπεζα, καθώς επίσης και τους μηχανισμούς διασφάλισης από την κλοπή από τρίτους κατά την διάρκεια μεταφοράς των δεδομένων αυτών.

#### **19) εξατομίκευση του site.**

Η εξατομίκευση μιας ιστοσελίδας εξαρτάται κυρίως από την δυνατότητα που διαθέτει να προσαρμοστεί στις απαιτήσεις του επισκέπτη της. Για παράδειγμα, η δυνατότητα να ορίσει ο επισκέπτης χρώμα, μέγεθος γραμμάτων, κατηγορίες πληροφοριών που τον ενδιαφέρουν κλπ, θεωρούνται στοιχεία εξατομίκευσης της ιστοσελίδας.

#### **20) αίσθηση συμμετοχής σε κοινότητα.**

Η αίσθηση συμμετοχής σε κοινότητα σε μια ιστοσελίδα εξαρτάται από:

A) την παροχή διευκολύνσεων επικοινωνίας μεταξύ των επισκεπτών (πίνακας ανακοινώσεων, δωμάτια συζητήσεων κλπ).

B) την οργάνωσή τους σε ομάδες δραστηριοποίησης (κοινά χόμπι, μοίρασμα πληροφοριών κλπ).

Γ) την ανάπτυξη αισθήματος υπεροχής ή υπερηφάνειας από την συμμετοχή σε κάποια ομάδα.

## **21) διευκόλυνση επικοινωνίας με την επιχείρηση**

Η διευκόλυνση επικοινωνίας με την επιχείρηση μέσω μιας ιστοσελίδας εξαρτάται κυρίως από την παροχή λεπτομερών πληροφοριών σχετικά με τα τηλέφωνα και e-mail για την δυνατότητα επικοινωνίας ανά κατάσταση, ανά διεύθυνση και ανά δραστηριότητα. Χάρτες θέσης των καταστημάτων, καθώς και ονόματα υπεύθυνων βελτιώνουν την αίσθηση διευκόλυνσης της επικοινωνίας με την επιχείρηση.

## **22) εκπλήρωση υποσχέσεων από το site.**

Η εκπλήρωση υποσχέσεων μιας ιστοσελίδας εκφράζει την γενική αίσθηση που προσλαμβάνει ένας επισκέπτης σχετικά με την πραγματοποίηση των δηλώσεων της επιχείρησης στην ιστοσελίδα. Ιδιαίτερη προσοχή απαιτείται στη χρήση υπερβολικών διαφημιστικών υποσχέσεων, οι οποίες είναι πιθανόν να δημιουργήσουν αίσθηση ανέφικτου και επομένως αναξιόπιστου site.

## **6.3 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΟΓΡΑΦΕΣ**

### **ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΤΟΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΤΟΜΕΑ**

Η χρήση του internet για εμπορικούς σκοπούς, δημιούργησε σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης των ανοικτών ηλεκτρονικών συναλλαγών.καθώς μαζί με τις ευκαιρίες αυξήθηκε και ο προβληματισμός σχετικά με την δεσμευτικότητα των ανοικτών ηλεκτρονικών συναλλαγών, την ασφάλειά τους και την ταυτοποίηση των συναλλασσομένων, μια διέξοδο αποτελούν οι ηλεκτρονικές υπογραφές. Ο πρωταρχικός σκοπός της ηλεκτρονικής υπογραφής από τη σκοπιά του δικαίου είναι η μη αποκήρυξη μιας συναλλαγής ή μιας δήλωσης βούλησης.

Η ανάπτυξη ανοικτών δικτύων και η δυνατότητα εκτέλεσης ανοικτών συναλλαγών, διαμόρφωσε την ανάγκη για μεγαλύτερη βεβαιότητα σε σχέση με το ποιός και υπό ποιους όρους υπογράφει μια συναλλαγή, έτσι ώστε να μπορεί να γίνει γνωστή η πραγματική ταυτότητα του αντισυμβαλλόμενου σε ένα ανοικτό δίκτυο όπως το internet.

Από το 1996 έχει ξεκινήσει η δημιουργία ενός διεθνούς νομικού πλαισίου για την χρήση των ηλεκτρονικών υπογραφών και τη διασφάλιση των συναλλαγών. Το 1999 η οδηγία 1999/93/ΕΚ, έθεσε τις βάσεις του ρυθμιστικού πλαισίου των ηλεκτρονικών υπογραφών στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Η σχετική προτυποποίηση σε συνέχεια της οδηγίας έθεσε τις τεχνικές και διαδικαστικές πλευρές και

συνέβαλε στην εξειδίκευση του κανονιστικού πλαισίου. Το Προεδρικό Διάταγμα 150/2000 θέτει το κανονιστικό πλαίσιο και εναρμονίζει το ελληνικό με το ευρωπαϊκό δίκαιο στο ζήτημα των ηλεκτρονικών υπογραφών.

Στη παρούσα μελέτη παρατίθενται ορισμένα ζητήματα σχετικά με τις ηλεκτρονικές υπογραφές στο ευρωπαϊκό δίκαιο για την ενσωμάτωσή τους στο ελληνικό δίκαιο και αναφέρονται ορισμένες σχετικές τραπεζικές εφαρμογές.

Στο περιβάλλον της ιδιόχειρης υπογραφής, το έγγραφο ως συστατικό στοιχείο της δικαιοπραξίας πρέπει να φέρει την ιδιόχειρη υπογραφή του εκδότη του. Στηριζόμενος στις τεχνολογικές δυνατότητες της εποχής, ο νομοθέτης τόσο του ουσιαστικού, όσο και του δικονομικού δικαίου, έχει αποκλείσει τη χρήση μηχανικών μέσων ως υποκατάστατων της ιδιόχειρης υπογραφής, ώστε να πληρούνται οι προϋποθέσεις του νόμου. Σε αυτό το διαχωρισμό όμως δεν είχε περιληφθεί η νομοθεσία των ηλεκτρονικών εγγράφων και ηλεκτρονικών υπογραφών, μια τεχνολογική εξέλιξη που ο νομοθέτης δεν μπορούσε να προβλέψει. Η απάντηση στο ερώτημα αν οι ηλεκτρονικές υπογραφές μπορούν να ενταχθούν στο πλαίσιο των άρθρων 160 και 443, εξαρτάται από το αν με αυτό τον τρόπο εξασφαλίζεται η γνησιότητα του υπογραφόμενου εγγράφου.

Καθώς οι ηλεκτρονικές υπογραφές εξασφαλίζουν τη ταυτοποίηση του χρήστη, την ακεραιότητα του εγγράφου και τη μη αποκήρυξη της συναλλαγής, η απάντηση στο παραπάνω ερώτημα είναι καταρχήν καταφατική.

Στηριζόμενο σε ορισμένες γενικές λειτουργίες που τίθεται από την τεχνολογική λύση που επιλέγεται το δίκαιο θέτει ορισμένους βασικούς κανόνες για τη λειτουργία ενός συστήματος που χρησιμοποιεί ηλεκτρονικές υπογραφές και εξειδικεύει τις γενικές αρχές χρήσεως των υπογραφών στις συναλλαγές. Ένας αρχικός συστηματικός διαχωρισμός θα πρέπει να γίνει σχετικά με τους όρους ηλεκτρονική υπογραφή και ψηφιακή υπογραφή. Ως κατηγορία των ηλεκτρονικών υπογραφών θεωρούμε τις ψηφιακές υπογραφές οι οποίες κάνουν χρήση μιας συγκεκριμένης τεχνολογίας που βασίζεται στη χρήση της ασύμμετρης κρυπτογραφίας ή κρυπτογραφίας δημοσίου κλειδιού.

*Οι ηλεκτρονικές υπογραφές γενικά χρησιμοποιούν τεχνικές ασύμμετρης κρυπτογραφίας, που στηρίζονται κυρίως στη χρήση ενός ζεύγους κλειδιών.*

Μια μοναδική μαθηματική σχέση μεταξύ των δύο μερών του ζεύγους κλειδιών καθιστά δυνατή την επαλήθευση της χρήσης του ενός κλειδιού όταν είναι γνωστό το άλλο. Καθώς είναι μαθηματικά αδύνατο να συμπεράνει κάποιος το ένα κλειδί όταν γνωρίζει το άλλο, η επαλήθευση της χρήσης κλειδιού γίνεται με την αποστολή στον αντισυμβαλλόμενο η δημοσιοποίηση του άλλου κλειδιού, που ονομάζεται δημόσιο κλειδί και αποτελεί μέρος του ζεύγους κλειδιών της ηλεκτρονικής υπογραφής.

Η νομοθετική ρύθμιση των ηλεκτρονικών υπογραφών πηγάζει από την ανάγκη αναγνώρισης μιας ηλεκτρονικής μεθόδου ως νομικά έγκυρης και ισότιμης με τη

χειρόγραφη μέθοδο παραγωγής υπογραφής, ώστε να μπορεί να χρησιμοποιηθεί κατά την απόδειξη. Παρά το γεγονός ότι στις περισσότερες ιδιωτικές συναλλαγές οποιοδήποτε στοιχείο δηλωτικό της βούλησης του υπογράφοντος να δεσμευτεί, μπορεί να ερμηνευτεί ως υπογραφή, η εισαγωγή της τεχνολογίας στις συναλλαγές δημιουργεί την ανάγκη της ειδικής αναγνώρισης τόσο των ηλεκτρονικών υπογραφών, όσο και των ηλεκτρονικών εγγράφων επί των οποίων χρησιμοποιούνται. Επιπλέον είναι αναγκαίο να αναδειχθεί η δεσμευτική σύνδεση μεταξύ του υπογράφοντος συναλλασσόμενου και της σχετικής τεχνολογίας που χρησιμοποιεί, προκειμένου να μην είναι δυνατή η εκ των υστέρων αποκήρυξη της συναλλαγής.

Σχετικά με το ποια τεχνολογία είναι καταλληλότερη για τη δημιουργία και επαλήθευση ηλεκτρονικών υπογραφών, η διεθνής και ευρωπαϊκή νομοθετική θέση στη ρύθμιση των ηλεκτρονικών υπογραφών, υιοθετεί γενικά μια τεχνολογικά ουδέτερη στάση στο ερώτημα της καταλληλότητας και της ασφάλειας της τεχνολογίας που χρησιμοποιείται στις ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Η επιλογή της τεχνολογίας πρέπει να στηρίζεται στην αξιολόγηση του κινδύνου σε σχέση με την εφαρμογή για την οποία πρόκειται να χρησιμοποιηθεί η ηλεκτρονική υπογραφή. Ο κίνδυνος από τη χρήση των ηλεκτρονικών υπογραφών αφορά κυρίως τους τρίτους, που βασίζονται στην ηλεκτρονική υπογραφή προκειμένου να αξιολογήσουν τη δεσμευτικότητα της δήλωσης βούλησης του υπογράφοντος που βασίζεται στην επαλήθευση του δημόσιου κλειδιού του.

Μια λύση σε αυτά τα προβλήματα δίνουν οι «έμπιστες τρίτες οντότητες» ή «αρχές πιστοποίησης», που πιστοποιούν ότι το δημόσιο κλειδί του υπογράφοντος πράγματι του ανήκει και συνδέεται μονοσήμαντα με το ιδιωτικό του κλειδί που παραμένει μυστικό. Οι έμπιστες τρίτες οντότητες εκδίδουν λοιπόν ηλεκτρονικά πιστοποιητικά τα οποία είναι ηλεκτρονικά αρχεία που περιλαμβάνουν το δημόσιο κλειδί του υπογράφοντος, το οποίο χρησιμοποιείται για την επαλήθευση της υπογραφής του και στοιχείων που επιβεβαιώνουν την ταυτότητά του. Τα ηλεκτρονικά πιστοποιητικά αποτελούν μονομερείς δηλώσεις βούλησης της εκδίδουσας έμπιστης τρίτης οντότητας, οι οποίες πιστοποιούν στοιχεία απαραίτητα για την ηλεκτρονική υπογραφή και την επαλήθευσή της.

Παραδείγματα εφαρμογών τυπικών συμβάσεων ή δηλώσεων βούλησης που κάνουν χρήση ηλεκτρονικών υπογραφών είτε για την αποκήρυξη είτε για την πιστοποίηση της ταυτότητας του χρήστη με βάση το ευρωπαϊκό δίκαιο, περιλαμβάνουν ηλεκτρονικά τιμολόγια, ηλεκτρονικές δημόσιες προμήθειες κλπ.

Στην ηλεκτρονική τραπεζική, ηλεκτρονικές υπογραφές χρησιμοποιούνται τόσο στις υπογραφές με τους πελάτες, όσο και σε εσωτερικές διαδικασίες εκκαθάρισης κλπ, ενώ αναμένεται διεύρυνση των σχετικών εφαρμογών με τη χρήση τους και στο εμπόριο μέσω δικτύων κινητής τηλεφωνίας.



## ΠΗΓΕΣ

Ήδη από τα μέσα της δεκαετίας του 1990, διεθνείς και εθνικές πρωτοβουλίες άρχισαν να εστιάζουν στη ρύθμιση της χρήσης ηλεκτρονικών υπογραφών. Ο πρώτος ολοκληρωμένος νόμος για τις ηλεκτρονικές υπογραφές ψηφίστηκε στη πολιτεία της Γιούτα των ΗΠΑ και αναφέρεται στο νομικό αποτέλεσμα των ηλεκτρονικών υπογραφών και στη λεπτομερή ρύθμιση και αδειοδότηση της παροχής σχετικών υπηρεσιών ηλεκτρονικής υπογραφής.

Σημαντικό εμπόδιο στη νομοθετική ρύθμιση για πολλά χρόνια αποτέλεσε η πολιτική πολλών κυβερνήσεων στο τομέα της κρυπτογραφίας, έναν τομέα που τόσο η αμερικανική, όσο και οι ευρωπαϊκές κυβερνήσεις θεωρούσαν ως αποκλειστικά εθνική τους υπόθεση και συνεπώς αρνούνταν να προχωρήσουν σε συζητήσεις σε διεθνές επίπεδο. Το 1997 μια σύσταση του **Ο.Ο.Σ.Α** δήλωνε ότι η χρήση της κρυπτογραφίας για τη διαπίστωση της ταυτότητας του χρήστη και τη μη αποκρήρυξη των συναλλαγών είναι διαφορετική από τη χρήση με σκοπό την εμπιστευτικότητα των δεδομένων και την κρυπτογραφία, οι οποίες παρουσιάζουν διαφορετικά προβλήματα και αποτελούν τελικά ζήτημα εσωτερικής πολιτικής.

Η διαλειτουργικότητα των διατάξεων ηλεκτρονικών υπογραφών είναι αναγκαία έτσι ώστε διαφορετικά συστήματα να μπορούν να λειτουργήσουν αναγνωρίζοντας το ένα υπογραφές που δημιουργούνται σε ένα άλλο και να διασφαλίζεται η ελεύθερη κυκλοφορία προϊόντων μέσα στην ευρωπαϊκή ένωση, καθώς τα πρότυπα είναι αναγκαία για την εξασφάλιση της διαλειτουργικότητας, η ευρωπαϊκή συνεργασία έχει καταστήσει δυνατό τον καθορισμό τους και στο τομέα των ηλεκτρονικών υπογραφών, μέσω των ευρωπαϊκών οργανισμών προτυποποίησης.

Η απόφαση της 6<sup>ης</sup> Νοεμβρίου 2000 της επιτροπής ηλεκτρονικής υπογραφής για τα ελάχιστα κριτήρια που θα πρέπει να πληρούν οι αρμόδιοι φορείς για τη διαπίστωση της συμμόρφωσης των ασφαλών διατάξεων δημιουργίας υπογραφής αποτελεί μια επιπλέον πηγή.

Η εθνική επιτροπή επικοινωνιών και ταχυδρομείων, είναι επιφορτισμένη με την παρακολούθηση και τη ρύθμιση της αγοράς επικοινωνιών, μέρος της οποίας αποτελεί η αγορά ηλεκτρονικών υπογραφών. Η ανάπτυξη εφαρμογών ηλεκτρονικών υπογραφών στο δημόσιο τομέα, στηρίζεται στις ακόλουθες πηγές:

- το προεδρικό διάταγμα 342/2002. σχετικά με τη διακίνηση εγγράφων με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο μεταξύ των δημόσιων υπηρεσιών, νομικό πρόσωπο δημοσίου δικαίου ή μεταξύ αυτών και των φυσικών ή νομικών προσώπων ιδιωτικού δικαίου και ενώσεων φυσικών προσώπων.
- το άρθρο 14 με τίτλο «διακίνηση εγγράφων με ηλεκτρονικά μέσα».

- η εγκύκλιος του υπουργείου δημοσίας διοίκησης και αποκέντρωσης στις διατάξεις του άρθρου 14.

Η δυνατότητα μη αποκήρυξης μπορεί να χρησιμοποιηθεί στη περίπτωση κατά την οποία τα συμβαλλόμενα μέρη επιχειρήσουν να αποσυνδεθούν από μία συναλλαγή ή από τις συμβατικές ρήτρες που συνδέονται με αυτή τη συναλλαγή. Η οδηγία δεν διακρίνει κατά της ισχύος οποιαδήποτε κατηγορία υπογραφών συνεπώς οποιοσδήποτε τρόπος ενδεικτικός της πρόθεσης του υπογράφοντος να δεσμευθεί από τη σύμβαση και να έχει χρησιμοποιηθεί θα πρέπει να γίνει δεκτός. Στην ενδεχόμενη διαδικασία επίλυσης διαφορών, η οδηγία αποδίδει τεκμήριο αυξημένης αποδεικτικής αξίας στις αναγνωρισμένες υπογραφές. Στη περίπτωση που έχει χρησιμοποιηθεί κάποιος άλλος τύπος υπογραφών θα πρέπει να εξετασθεί αν πληρούν τις απαραίτητες προϋποθέσεις και ότι ο υπογράφων είχε την πρόθεση να δεσμευθεί.

Οι ηλεκτρονικές υπογραφές χρησιμοποιούνται με σκοπό τη μη αποκήρυξη, εφόσον είναι λογικά συνδεδεμένες με τα δεδομένα που έχουν υπογραφεί, μέσω μιας αναγνωρισμένης τεχνικής μεθόδου που μπορεί να ελεγχθεί έτσι με τις ηλεκτρονικές υπογραφές, καθίσταται ένα έγγραφο δεσμευτικό. Βασικός σκοπός της οδηγίας είναι η ρύθμιση θεμάτων σχετικών με τη νομική αναγνώριση της χρήσης της ηλεκτρονικής υπογραφής και τους όρους παροχής σχετικών υπηρεσιών. Η οδηγία κυρίως στοχεύει στη ρύθμιση των ηλεκτρονικών υπογραφών που χρησιμοποιούνται για τη μη αποκήρυξη των συναλλαγών.

Ως μη αποκήρυξη των συναλλαγών θεωρείται η προστασία εναντίον μιας πετυχημένης προσβολής σχετικά με τη προέλευση, αποστολή, παράδοση ή περιεχόμενο μιας επικοινωνίας. Η μη αποκήρυξη παρέχει υψηλό επίπεδο διαβεβαίωσης ότι μια πληροφορία είναι αυθεντική και δεν μπορεί να γίνει αντικείμενο αποκήρυξης από τον υπογράφο.

Οδηγία 1993/93/ΕΚ.

**Η βασικές βλέψεις της ΟΔΗΓΙΑΣ είναι:**

**1) να διευκολύνει τη χρήση ηλεκτρονικών υπογραφών και να συμβάλει στη νομική τους αναγνώριση.**

**2) να θέσει ένα νομικό πλαίσιο για τις ηλεκτρονικές υπογραφές για την παροχή υπηρεσιών πιστοποίησης.**

Η οδηγία επιδιώκει να συνεισφέρει στην εναρμόνιση της εσωτερικής αγοράς καθώς ήδη μέχρι το 1999 ορισμένα κράτη – μέλη όπως η Ιταλία και η Γερμανία,

είχαν αναλάβει νομοθετικές λειτουργίες με σκοπό τη ρύθμιση ηλεκτρονικής υπογραφής.

Στη Γερμανία κυρίαρχη τάση ήταν η αναζήτηση κανόνων για το πως οι ηλεκτρονικές υπογραφές μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως ασφαλή αντίστοιχα των χειρόγραφων υπογραφών.

Στην Ιταλία ακόμα από την άλλη πλευρά, αναπτύχθηκε η άποψη ότι αφού οι συμβαλλόμενοι ακολουθούν τους νομοθετημένους κανόνες, οι χρησιμοποιούμενες ηλεκτρονικές υπογραφές μπορούν να θεωρηθούν ως ισότιμες των χειρόγραφων υπογραφών παρά την εμφάνιση του ιταλικού νόμου σε διαδικασίες αντί της τεχνολογικής ασφάλειας που προϋπόθετε ο αντίστοιχος γερμανικός, η επιλογή των κριτηρίων αξιολόγησης των παροχών στηρίχθηκε αρχικά σε ένα οργανωτικό μοντέλο που δεν ήταν προσαρμοσμένο στις ανάγκες των παροχών ηλεκτρονικής υπογραφής. Θα πρέπει να γίνει δεκτό ότι ο επιδιωκόμενος νομικός σκοπός των ηλεκτρονικών υπογραφών είναι η διασφάλιση της νομικής βεβαιότητας της συναλλαγής.

Συνεπώς το επίπεδο αξιολόγησης της χρησιμοποιούμενης τεχνολογικής λύσης, θα πρέπει να βρίσκεται σε αναλογία με τον αντίστοιχο κάθε φορά ενδεχόμενο συναλλακτικό κίνδυνο ο οποίος και θα πρέπει να αξιολογείται σε κάθε περίπτωση συγκεκριμένα. Επιπλέον ένα γενικώς αποδεκτό επίπεδο ασφάλειας μπορεί να ισχύσει δεσμευτικά και έναντι τρίτων, στο βαθμό που η λειτουργία του διασφαλίζεται από το νόμο και τα γενικώς αναγνωρισμένα πρότυπα.

Το τελικό σχέδιο της οδηγίας είχε τρεις στόχους:

- 1) την τεχνολογική ουδετερότητα**
- 2) την αποφυγή ισοπέδωσης της εσωτερικής αγοράς**
- 3) τη νομική αναγνώριση των ηλεκτρονικών υπογραφών στο ευρωπαϊκό και εθνικό δίκαιο**

Η οδηγία στοχεύει επίσης στη ρύθμιση των ηλεκτρονικών υπογραφών που χρησιμοποιούνται σε δημόσια ανοικτά δίκτυα όπως το internet ενώ κλειστές ομάδες χρηστών που διαμορφώνουν τις σχέσεις τους στις βάσεις συμβάσεων μπορούν εξίσου να επωφεληθούν από της οδηγία στο βαθμό που το επιθυμούν και αφού ακολουθήσουν τις διατάξεις. Η αρχή της ελευθερίας των συμβαλλόμενων μερών αναγνωρίζεται στο βαθμό που κλειστές ομάδες χρηστών μπορούν να αποφασίζουν πια κατηγορία ηλεκτρονικών υπογραφών ανταποκρίνεται καλύτερα στις συναλλακτικές ανάγκες τους.

## ΤΕΧΝΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΚΑΙ Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΗΣ «ΣΥΝΡΥΘΜΙΣΗΣ»

Η οδηγία ακολουθεί μία τεχνολογικά ουδέτερη στάση ώστε να επιτρέψει σε νέες τεχνολογίες υπογραφής ενώ παράλληλα επιχειρεί να μεγιστοποιήσει τα οφέλη από την εφαρμογή της υπάρχουσας τεχνολογίας. Η συνολική διευθέτηση των ζητημάτων τεχνολογίας και διαδικασιών είναι θέμα που αντιμετωπίζεται μέσω της διαδικασίας προτυποποίησης, με σκοπό την εξειδίκευση των απαιτήσεων των παραρτημάτων της οδηγίας και την διευκρίνιση άλλων επιμέρους ζητημάτων.

Καθώς τα παραρτήματα απλώς θίγουν από τα ανακύπτοντα ζητήματα, ο καθορισμός των τεχνικών προτύπων εφαρμογής, λειτουργίας και ελέγχου των ηλεκτρονικών υπογραφών, αφέθηκε στη διαδικασία προτυποποίησης. Επειδή η οδηγία αφήνει ανοικτό ένα σημαντικό αριθμό ζητημάτων, θεωρήθηκε από τον ευρωπαϊκό νομοθέτη ότι αποτελεί συνέχεια της νομοθετικής διαδικασίας και πρόδρομο άλλων παρόμοιων ενεργειών σε τομείς σχετικούς με τη ρύθμιση της τεχνολογίας στο μέλλον. Η διαδικασία αυτή περιγράφεται με τον όρο «συνρύθμιση».

Στη περίπτωση των ηλεκτρονικών υπογραφών η «συνρύθμιση» επιβλήθηκε στη πράξη και στις αντίρροπες απόψεις μεταξύ κρατών – μελών για το τελικό περιεχόμενο της οδηγίας, πράγμα που γίνεται αντιληπτό από την ιδιαίτερη και ενδεχομένως ιδιοσυγκρασιακή αναφορά σε ζητήματα, όπως η προστασία δεδομένων για παράδειγμα, που απηχεί κεντροευρωπαϊκές απόψεις.

Αναγνωρίζοντας τη δυναμική των τεχνολογικών εξελίξεων, οι σχετικές ρυθμίσεις αφέθηκαν στην πρωτοβουλία που έγινε γνωστή ως **EUROPEAN ELECTRONIC STANDARDISATION INITIATIVE (EESSI)**, που σκοπό έχει το καθορισμό τεχνικών προτύπων και πολιτικών σχετικών με τις ηλεκτρονικές υπογραφές σε εξειδίκευση της οδηγίας.

## 6.4 ΤΟ ΝΟΜΙΚΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΟΓΡΑΦΩΝ

Οι σημαντικότερη συνεισφορά της οδηγίας συνιστάται στη νομική αναγνώριση των ηλεκτρονικών υπογραφών ως αντίστοιχων με τις ιδιόχειρες εκεί που ο νόμος τις απαιτεί. Στις τυπικές συναλλαγές η υπογραφή συχνά θεωρείται συστατικό στοιχείο της συναλλαγής.

Ως αναγνωρισμένες ηλεκτρονικές υπογραφές θεωρούνται αυτές που δημιουργούνται εντός μίας ασφαλούς διάταξης υπογραφών και υποστηρίζονται από ένα αναγνωρισμένο πιστοποιητικό. Το σχετικό άρθρο 5.1 δεν δημιουργεί υποχρέωση των κρατών – μελών να χρησιμοποιούν τα ίδια ή να ενθαρρύνουν την χρήση ηλεκτρονικών υπογραφών στις ηλεκτρονικές συναλλαγές, καθώς άλλες οδηγίες έχουν αναλάβει αυτή την υποχρέωση. Συνεπώς η οδηγία δεν επηρεάζει την ισχύ κανόνων που ήδη ισχύουν στις συναλλαγές. Τα κράτη – μέλη μπορούν όμως να εισάγουν επιπλέον όρους και προϋποθέσεις, που αφορούν τις αναγνωρισμένες υπογραφές.

Ο δεύτερος στόχος του άρθρου 5.1 επιτυγχάνεται μόνο ατελώς, καθώς η εισαγωγή των ηλεκτρονικών υπογραφών στην αποδεικτική διαδικασία από δυαδικούς επιτρέπεται στη βάση της χρήσης οποιουδήποτε μέσου, κατά την απόδειξη στα κράτη – μέλη. Η διαφοροποίηση εδώ αφορά τη βαρύτητα που το δικαστήριο θα κληθεί να αποδώσει σε κάθε τύπο αποδεικτικού μέσου που χρησιμοποιείται στην αποδεικτική διαδικασία.

Το άρθρο 5.2 αναφέρεται στη μη διάκριση προς τις μη αναγνωρισμένες ηλεκτρονικές υπογραφές ως προς τη σχέση τους με τις αναγνωρισμένες, επειδή μπορεί:

- 1) να βρίσκεται σε ηλεκτρονική μορφή
- 2) να μην στηρίζεται σε αναγνωρισμένο πιστοποιητικό
- 3) να μην στηρίζεται σε αναγνωρισμένο πιστοποιητικό που έχει εκδοθεί από διαπιστευμένη αρχή πιστοποίησης
- 4) να μην έχουν δημιουργηθεί εντός μίας ασφαλούς διάταξης

Η δυσχέρεια εφαρμογής της παραγράφου 5.2 έγκειται στη δυσκολία υιοθέτησης αντικειμενικών κριτηρίων για την απόρριψη μη αναγνωρισμένων ηλεκτρονικών συναλλαγών. Τα κριτήρια αυτά θα πρέπει να στηρίζονται ενδεχομένως στην αναξιπιστία της χρησιμοποιημένης τεχνικής μεθόδου. Είναι γενικά παραδεκτό ότι, επειδή ως υπογραφή μπορεί να χρησιμοποιηθεί οποιοδήποτε σημείο που μπορεί να ερμηνευτεί ως δηλωτικό της βούλησης του υπογράφοντος ώστε να δεσμευθεί από τη συναλλαγή η χρήση οποιασδήποτε τεχνικής μεθόδου για τη σύνταξη της ηλεκτρονικής υπογραφής θα πρέπει να γίνεται γενικά δεκτή. Ο υπογράφον παντός θα πρέπει να είναι σε θέση να αποδείξει την ακεραιότητα της επιλεγείσας μεθόδου ως κατάλληλης και ασφαλούς για τον επιδιωκόμενο σκοπό.

## **ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΕΥΘΥΝΗΣ**

Το άρθρο 6 της οδηγίας αναφέρεται στα ζητήματα ευθύνης από την παροχή υπηρεσιών αναγνωρισμένων πιστοποιητικών. Στο άρθρο 6 αναφέρονται ζητήματα μόνο σχετικά με τις υπηρεσίες που αφορούν την έκδοση και διαχείριση αναγνωρισμένων ηλεκτρονικών πιστοποιητικών. Ζητήματα ευθύνης που ενδεχομένως ανακύπτουν από τη χρήση προϊόντων ηλεκτρονικής υπογραφής δεν καλύπτονται από το παρόν άρθρο.

Καθώς το άρθρο 6 αποτελεί το ελάχιστο κοινό επίπεδο μεταξύ των κρατών – μελών, τα ίδια κράτη – μέλη μπορούν να εισαγάγουν επιπλέον στοιχεία ευθύνης ή να καλύψουν ζητήματα πέραν των αναγνωρισμένων πιστοποιητικών.

**Η αρχή πιστοποίησης όταν εκδίδεται στο κοινό ευθύνεται:**

- 1) για το περιεχόμενο των αναγνωρισμένων πιστοποιητικών**
- 2) τη κατοχή του ζεύγους κλειδιών από τον υπογράφοτα τη στιγμή της έκδοσης του αναγνωρισμένου πιστοποιητικού**
- 3) τη συμπληρωματική λειτουργία μεταξύ των μερών του ζεύγους ιδιωτικού και δημοσίου κλειδιού**

Η έννοια «κοινού» αφορά την αρχή πιστοποίησης προς τρίτους ή αποδέκτες των ηλεκτρονικών υπογραφών. Ο αποδέκτης μιας ηλεκτρονικής υπογραφής σε ένα ανοικτό περιβάλλον συναλλαγών δεν συνδέεται συμβατικά με την αρχή πιστοποίησης, ενώ αναμένεται να αποδεχθεί την υπογραφή και τους όρους υπό τους οποίους έχει εκδοθεί και χρησιμοποιείται. Οι όροι αυτοί συνήθως περιλαμβάνονται στη πολιτική πιστοποίηση του εκδότη, η οποία είναι υπό προϋποθέσεις δεσμευτική προς τον υπογράφοτα, καθώς συνδέεται άμεσα με υποχρέωση του παρόχου, όπως προκύπτει από τη σχετική νομοθεσία και απαιτήσεις της προτυποποίησης. Περιορισμοί στη δεσμευτικότητα της πολιτικής πιστοποίησης προκύπτουν από την εφαρμογή της νομοθεσίας προστασίας του καταναλωτή.

Η ευθύνη της αρχής πιστοποίησης προκύπτει για τα δεδομένα που καταγράφονται στο εκδιδόμενο αναγνωρισμένο πιστοποιητικό καθώς και για τη μη δημοσίευση της ανάκλησης ή της λήξης ισχύος του πιστοποιητικού, όταν αυτό απαιτείται. Η αρχή πιστοποίησης που εκδίδει το αναγνωρισμένο πιστοποιητικό είναι ο τελικός αποδέκτης της ευθύνης ακόμα και αν χρησιμοποιεί βοηθούς εκπλήρωσης ή άλλους τρίτους προκειμένου να εκπληρώσει τα καθήκοντά της.

Από το κείμενο της οδηγίας, προκύπτει ότι η ευθύνη της αρχής πιστοποίησης, ανακύπτει από το γεγονός και μόνο ότι εκδίδει το πιστοποιητικό ως «αναγνωρισμένο», χωρίς να σημαίνει ότι αυτό το πιστοποιητικό πρέπει και τεχνικά να λειτουργεί και ως τέτοιο. Η έκδοση του πιστοποιητικού πρέπει να γίνεται προς το «κοινό», το οποίο συνδυαζόμενο με την εισαγωγική παρατήρηση 16, σημαίνει ότι οι αρχές πιστοποίησης που λειτουργούν εντός κλειστών ομάδων

χρηστών, όπως σε μια τράπεζα πχ. Δεν δεσμεύονται απαραίτητως από το άρθρο 6. Το άρθρο 6 της οδηγίας προβλέπει ευθύνη του παρόχου έναντι οποιουδήποτε φορέα είτε φυσικού είτε νομικού προσώπου, για τη ζημιά που προκλήθηκε σε βάρος του, επειδή το πρόσωπο αυτό εύλογα βασίστηκε στο πιστοποιητικό που εκδόθηκε.

Καθώς το κριτήριο ευθύνης του παρόχου επιδέχεται ανταπόδειξη, είναι ενδιαφέρον να εξετάσει κανείς τη δυνατότητα χρήσης των κριτηρίων που οδηγούν σε περιορισμό της ευθύνης του παρόχου, όπως για παράδειγμα από τη μη επαρκώς εφαρμογή διαδικασιών που αναφέρονται στη πολιτική πιστοποίησης του εκδότη, που συνοδεύει κάθε εκδιδόμενο πιστοποιητικό και αποτελεί δεσμευτική μονομερή δήλωση βούλησης. Επιπλέον περιορισμοί είναι δυνατόν να εισαχθούν όπως χρηματικά όρια συναλλαγής για όλα τα αναγνωρισμένα πιστοποιητικά. Τέτοιοι περιορισμοί μπορούν να ενισχυθούν και από την εισαγωγή ασφαλιστικής κάλυψης του κινδύνου που ενδεχομένως προκύπτει για τον εκδότη.

Η οδηγία δεν προβλέπει την αντικειμενική ευθύνη του παρόχου από την έκδοση αναγνωρισμένων πιστοποιητικών, όπως ισχύει σε άλλους τομείς πχ, στην ευθύνη παραγωγού. Ο εκδότης, σύμφωνα με την οδηγία, αναμένεται να αποδείξει ότι δεν υπήρξε αμέλεια στην τεχνική και οργανωτική υποδομή έκδοσης των πιστοποιητικών. Κατά συνέπεια προκύπτει ότι ο εκδότης, προκειμένου να ανταποκριθεί σχετικά, πρέπει να είναι προετοιμασμένος και να διαθέτει επαρκώς ελεγχόμενες πολιτικές και διαδικασίες και να ανταποκρίνεται στις πρακτικές που ακολουθεί. Η διαδικασία αυτή, βασίζεται στην εισαγωγή αντικειμενικών κριτηρίων για την αξιολόγηση αυτών των πρακτικών και πολιτικών που εφαρμόζονται στις εσωτερικές διαδικασίες του παρόχου για την ασφαλή έκδοση του πιστοποιητικού.

Σχετικά με τον περιορισμό της ευθύνης ανακύπτουν δύο ανοικτά ακόμα ζητήματα και συγκεκριμένα πώς πληροφορείται και δεσμεύεται ο τρίτος αναφορικά με τους όρους και τις διαδικασίες που ισχύουν και πώς η αρχή πιστοποίησης επικοινωνεί την πολιτική πιστοποίησής της και την καθιστά δεσμευτική σε ένα ηλεκτρονικό περιβάλλον. Η σύνδεση της υποχρεωτικής μονομερούς δηλώσεως που είναι η πολιτική πιστοποίησης με μία σύμβαση συνδρομητή είναι αναγκαία προκειμένου να ενισχυθεί η δεσμευτικότητα ιδιαίτερα σε συμβάσεις καταναλωτών. Καθώς ο τρίτος αποδέκτης του πιστοποιητικού έχει την υποχρέωση να εξετάσει την ισχύ του πιστοποιητικού πρέπει να γίνει δεκτό ότι κανένας περιορισμός δε μπορεί να επιβληθεί στη πρόσβαση που του παρέχεται στους πόρους δημοσίευσης πιστοποιητικών που έχουν εκδοθεί, ανακληθεί ή εκπνεύσει. Η πολιτική πιστοποίησης μπορεί συνεπώς προκειμένου τρίτοι να λάβουν γνώση και να συμμορφωθούν προς τους συνιστώμενους κανόνες πρόσβασης σε τέτοιους κρίσιμους πόρους.

Ένα άλλο ζήτημα που ανακύπτει σχετικά με τον τρόπο επικοινωνίας της πολιτικής πιστοποίησης προς τρίτους συνδυάζεται με την αδυναμία ενσωμάτωσης των ίδιων των νομικών όρων, όπως της πολιτικής πιστοποίησης,

στο ίδιο το αναγνωρισμένο που έχει εκδοθεί. Γίνεται γενικά δεκτό και χρησιμοποιείται στη πράξη ότι η αρχή πιστοποίησης μπορεί να δημοσιεύσει την πολιτική πιστοποίησης στο δικτυακό της χώρο, ενώ οι τρίτοι μπορούν να την ανασύρουν από εκεί. Σε αυτή τη περίπτωση θα πρέπει να διασφαλίζεται η έκδοση και γνησιότητα της πολιτικής πιστοποίησης που μπορεί να διασφαλιστεί για παράδειγμα με τη διαπίστευση του παρόχου. Άλλος τρόπος διασφάλισης αφορά τη δημιουργία ενός φορέα δημοσίευσης τέτοιων πολιτικών και νομικών όρων που χρησιμοποιούνται στις συναλλαγές στο διαδίκτυο, κατά το μοντέλο του **ICC – ETERMS**.

## **ΤΟ ΠΡΟΕΔΡΙΚΟ ΔΙΑΤΑΓΜΑ 150/2000 ΚΑΙ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ**

Στον απόηχο της οδηγίας, το σχέδιο Προεδρικού Διατάγματος του 1999 με σκοπό τη ρύθμιση της ηλεκτρονικής υπογραφής και της χρήσης της κατ' αρχήν στον δημόσιο τομέα, δημιούργησε την εντύπωση απόκλισης του ελληνικού από το κοινοτικό δίκαιο. Η προσέγγιση αυτή άφηνε ανοικτό οι ηλεκτρονικές υπογραφές να μην αναγνωρίζονταν με τον ίδιο τρόπο στις συναλλαγές μεταξύ ιδιωτών όπως θα αναγνωρίζονταν στις συναλλαγές με τον δημόσιο τομέα με ενδεχόμενες ερμηνευτικές συνέπειες σχετικά με το άρθρο 444 παράγραφος 3.

Καθώς τα ηλεκτρονικά έγγραφα δεν αναφέρονται στο σχετικό άρθρο, άλλα αποδεικτικά μέσα μπορεί να αντιμετωπίζουν περιορισμούς χρησιμοποίησής τους στην αποδεικτική διαδικασία, που θα περιόριζε το ενδιαφέρον χρήσης των ηλεκτρονικών υπογραφών.

Σε συμμόρφωση με την οδηγία, το Προεδρικό Διάταγμα 150/2000, προσαρμόζει την ελληνική νομοθεσία προς τις διατάξεις της, ενώ αποτελεί πιστή μεταφορά του κειμένου της οδηγίας στο ελληνικό δίκαιο, μια πρακτική που όμως ακολούθησαν και άλλες χώρες στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Με το άρθρο 3,2 το Προεδρικό Διάταγμα αναγνωρίζει χωρίς περιορισμούς την ηλεκτρονική υπογραφή και αναφέρεται στις κατηγορίες ηλεκτρονικών υπογραφών που θέτει η οδηγία, οι οποίες περιλαμβάνουν τους παρακάτω τύπους:

**1)** τις απλές ηλεκτρονικές υπογραφές που μπορεί να περιλαμβάνουν κάθε τύπο ηλεκτρονικής υπογραφής, όπως για παράδειγμα ένα ψηφιακό αποτύπωμα μιας χειρόγραφης υπογραφής, ένα διακριτικό σημάδι, κλπ.

**2)** τις προηγμένες ηλεκτρονικές υπογραφές που πρέπει να πληρούν τις παρακάτω προϋποθέσεις:

- Ø** να συνδέονται μονοσήμαντα με τον υπογράφοντα, ώστε να μην υπάρχει σύγχυση σχετικά με τον δικαιούχο της ηλεκτρονικής υπογραφής.



- ∅ να είναι ικανές να καθορίσουν ειδικά και αποκλειστικά την ταυτότητα του υπογράφοντος, κατά τρόπο ώστε τα στοιχεία που είναι εγγεγραμμένα στο ηλεκτρονικό πιστοποιητικό να είναι ακριβή και το δημόσιο κλειδί που περιέχεται στο πιστοποιητικό να ανταποκρίνεται στο ιδιωτικό κλειδί που κατέχει ο δικαιούχος.
- ∅ να δημιουργούνται με μέσα τα οποία ο υπογράφον μπορεί να διατηρήσει υπό τον αποκλειστικό του έλεγχο, κατά τρόπο ώστε να χρησιμοποιούνται οι ασφαλείς διατάξεις του παραρτήματος 3 του Προεδρικού Διατάγματος για τη δημιουργία του ζεύγους κλειδιών και για την ασφαλή φύλαξη του ιδιωτικού κλειδιού.
- ∅ να συνδέονται με τα δεδομένα στο οποίο αναφέρεται κατά τρόπο ώστε να μπορεί να εντοπιστεί οποιαδήποτε μεταγενέστερη αλλοίωση των εν λόγω δεδομένων, πράγμα το οποίο επιτυγχάνεται μέσω της χρήσης αλγορίθμων κατατεμαχισμού κατά τη διαδικασία δημιουργίας και επαλήθευσης της ηλεκτρονικής υπογραφής.

3) τις προηγμένες ηλεκτρονικές υπογραφές που βασίζονται σε αναγνωρισμένο πιστοποιητικό και δημιουργούνται από ασφαλή διάταξη δημιουργίας υπογραφής. Αυτές οι υπογραφές συνήθως ονομάζονται αναγνωρισμένες υπογραφές.

Ένα επιπλέον ζήτημα που τίθεται με την οδηγία και αντανακλά το Προεδρικό Διάταγμα αφορά τον ορισμό του υπογράφοντος του άρθρου 2 της οδηγίας. Η ευρεία διατύπωση αυτού του άρθρου δεν διακρίνει μεταξύ φυσικών και νομικών προσώπων, όπως συμβαίνει υπό προϋποθέσεις στο κοινό δίκαιο στην Βρετανία και αφορά ειδικά αυτοματοποιημένες εφαρμογές.

## **ΑΠΟΦΑΣΗ 248/71 ΤΗΣ 15ς ΜΑΡΤΙΟΥ 2002**

Η απόφαση 248/71 της 15ς Μαρτίου 2002 με τίτλο «κανονισμός παροχής υπηρεσιών πιστοποίησης ηλεκτρονικών υπογραφών», διέπει την λειτουργία των παροχών ηλεκτρονικών υπογραφών που είναι εγκατεστημένοι στην Ελλάδα.

Ο σκοπός της απόφασης είναι η ρύθμιση θεμάτων σχετικών με :

- 1) την παροχή υπηρεσιών πιστοποίησης ηλεκτρονικών υπογραφών
- 2) ζητήματα αναγνωρισμένων πιστοποιητικών
- 3) την εποπτεία και έλεγχο παροχών υπηρεσιών πιστοποίησης με εγκατάσταση στην Ελλάδα που εκδίδουν αναγνωρισμένα ή μη πιστοποιητικά ή παρέχουν άλλες υπηρεσίες πιστοποίησης σχετικές με την ηλεκτρονική υπογραφή.

Η απόφαση αναγνωρίζει ότι η παροχή υπηρεσιών πιστοποίησης ηλεκτρονικών υπογραφών ή άλλων συναφών, δεν υπόκειται σε αδειοδότηση, η έκδοση αναγνωρισμένων πιστοποιητικών όμως απαιτεί την εφαρμογή των προσαρτημάτων 1 και 2 του Προεδρικού Διατάγματος, σχετικά με τους όρους που ισχύουν για αναγνωρισμένα πιστοποιητικά και για τους όρους που ισχύουν για παρόχους υπηρεσιών πιστοποίησης που εκδίδουν αναγνωρισμένα πιστοποιητικά διασφαλίζοντας την εσωτερική αγορά. Ο πάροχος πρέπει να είναι σε θέση να αποδείξει την συμμόρφωση του με τους σχετικούς κανόνες και αναγνωρισμένα πρότυπα που ισχύουν στην ευρωπαϊκή ένωση.

Σύμφωνα με το άρθρο 4, οι δικαιούχοι αναγνωρισμένων πιστοποιητικών (τελικοί χρήστες):

**A)** πρέπει να είναι μόνο φυσικά πρόσωπα τα οποία έχουν δικαιοπρακτική ικανότητα

**B)** πρέπει να κατέχουν τα δεδομένα δημιουργίας ηλεκτρονικής υπογραφής (ιδιωτικό κλειδί) που συνδέεται με το πιστοποιητικό

**Γ)** έχουν καθήκον επιμέλειας για την τήρηση των δεδομένων δημιουργίας της ηλεκτρονικής υπογραφής και του πιστοποιητικού (ώστε το ιδιωτικό κλειδί να παραμένει εντός της ασφαλούς διάταξης δημιουργίας της ηλεκτρονικής υπογραφής)

**Δ)** έχουν υποχρέωση ενημέρωσης του παρόχου σε περίπτωση απώλειας των δεδομένων δημιουργίας της ηλεκτρονικής υπογραφής ή στην περίπτωση που αυτά περιέλθουν στην κατοχή ή γνώση τρίτου.

Από την διατύπωση του άρθρου αυτού είναι δύσκολο να κατανοήσει κανείς το ζήτημα της επιμέλειας τήρησης του πιστοποιητικού, καθώς το περιεχόμενο του πιστοποιητικού συνήθως δεν είναι εμπιστευτικό και η χρήση του εξαρτάται επίσης από τις εφαρμογές τις οποίες χρησιμοποιείται. Οι πάροχοι εφαρμογών ηλεκτρονικής υπογραφής όμως δεν υπόκεινται σε έλεγχο σχετικά με την επεξεργασία που τυχόν υφίστανται τα πιστοποιητικά των τελικών χρηστών, εντός των εφαρμογών που διαθέτουν στον τελικό χρήστη, ζήτημα το οποίο εμπίπτει στον τομέα ευθύνης του παρόχου υπηρεσιών εφαρμογής. Επιπλέον αυτή η ρύθμιση ενδέχεται να δυσχεράνει την χρήση ηλεκτρονικών υπογραφών σε αυτοματοποιημένες συναλλαγές, καθώς ενδέχεται να απαιτηθεί αυξημένη συμβατική αντιμετώπιση του ζητήματος μεταξύ του οργανισμού που χρησιμοποιεί αυτοματοποιημένες συναλλαγές (πχ, τραπεζικές συναλλαγές, έκδοση ηλεκτρονικών τιμολογίων) και του υπογράφοντος εκπροσώπου του οργανισμού. Το άρθρο αυτό θα μπορούσε να βελτιωθεί με τη διευκρίνιση ότι πρέπει να γίνεται διάκριση μεταξύ του τελικού δικαιούχου και συνδρομητή της υπηρεσίας.

Η παράγραφος 9 του άρθρου 5 δημιουργεί επιπλέον ερωτηματικά και προβλέπει ότι η ενημέρωση του καταλόγου ανακληθέντων πιστοποιητικών μπορεί να γίνεται μια φορά ανά 24 ώρες τουλάχιστον, το οποίο αποτελεί χρονικό διάστημα που δεν διευκολύνει επαρκώς την χρήση πιστοποιητικών σε μεγάλη

κλίμακα ή σε συναλλαγές με έντονο χρονικό ενδιαφέρον, όπως στην κατάθεση χρηματιστηριακών εντολών και πράξεων, για παράδειγμα.

Σχετικά με την παύση εργασιών παροχών υπηρεσιών πιστοποίησης του άρθρου 6, η εφαρμογή του εδαφίου ΣΤ', εναπόκειται στη δημιουργία αντίστοιχης υποδομής της **ΕΕΤΤ** ως επιβλέπουσας αρχής, καθώς είναι δυνατό στην πράξη η παύση εργασιών του εκδότη αναγνωρισμένων πιστοποιητικών να μην συνοδεύεται από επιτυχή μεταβίβαση του αρχείου του σε άλλο αντίστοιχο και παρά την απειλή επιβολής κυρώσεων που προβλέπει η απόφαση. Ελέγχεται βεβαίως το κατά πόσο είναι εφικτή ή σκόπιμη η ανάπτυξη υποδομής δημοσίου κλειδιού από την ίδια την **ΕΕΤΤ**, δεδομένου και του περιορισμένου βαθμού ανταπόδοσης που ενδεχομένως να προκύψει στην ελληνική αγορά.

Καθώς οι τεχνικές προδιαγραφές για την τήρηση ηλεκτρονικών αρχείων σε βάθος χρόνου δεν έχουν ακόμα προσδιοριστεί με σαφήνεια είναι δύσκολο να διαπιστώσει κανείς πώς μπορεί να εφαρμοστεί στην πράξη η υποχρέωση τήρησης αρχείου αναγνωρισμένων πιστοποιητικών για χρονικό διάστημα τριάντα ετών. Η απαίτηση αυτή θα πρέπει ενδεχομένως να συνοδευτεί και από μέτρα προτυποποίησης προκειμένου να διασφαλιστεί η αξιοπιστία και εμπιστοσύνη στα στοιχεία του αρχείου.

Προβλέπεται επίσης η υποχρέωση του παρόχου να ενημερώνει τον δικαιούχο σχετικά με την πολιτική πιστοποίησης και την δήλωση πρακτικής πιστοποίησής του και οποιαδήποτε τυχόν τροποποίηση αυτού. Με σκοπό η ενημέρωση του δικαιούχου από τον πάροχο ενδεχομένως να μην κριθεί ανεπαρκής στην πράξη και άρα να μπορεί να προσβληθεί για ακυρότητα πρέπει:

**1) να συνοδεύεται από την αναμφισβήτητη έκδοση της πολιτικής που εφαρμόζεται στο συγκεκριμένο πιστοποιητικό**

**2) στο ίδιο το πιστοποιητικό να αναφέρεται ο δικτυακός τόπος από τον οποίο η πολιτική αυτή μπορεί να ανασυρθεί**

**3) ο δικαιούχος μπορεί να λάβει γνώση αυτής**

Το άρθρο 10 της απόφασης αναφέρεται στην τήρηση μητρώου από την ΕΕΤΤ των παροχών που είναι εγκατεστημένο στην Ελλάδα. Καθώς όμως η ΕΕΤΤ προς στιγμήν δεν διαθέτει δυνατότητα ελέγχου των παροχών και δεν διαχειρίζεται την δική της κυριαρχία δημοσίου κλειδιού, το μητρώο δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε αυτοματοποιημένες διαδικασίες. Επίσης η παρούσα μέθοδος δημοσίευσης του σχετικού μητρώου από την ΕΕΤΤ ενέχει στοιχειώδεις κινδύνους ασφάλειας για τους χρήστες του, καθώς είναι αδύνατη η χρήση ασφαλούς πρωτοκόλλου επικοινωνίας. Η παρούσα μέθοδος δημοσίευσης από την ΕΕΤΤ πάντως, είτε πρέπει να θεωρηθεί ότι έχει πληροφοριακό και άρα μη δεσμευτικό χαρακτήρα, είτε σε αντίθετη περίπτωση τυχόν ζημιά του συμβουλευόμενου τρίτου, ενδέχεται να δημιουργήσει ευθύνη της ΕΕΤΤ.

Η ΕΕΤΤ βρίσκεται στην διαδικασία κατάρτισης, σχεδίου, ελέγχου, και διαπίστευσης που αφορά τους παρόχους που βρίσκονται εγκατεστημένοι στην Ελλάδα και εξετάζει την δυνατότητα ανάπτυξης της δικής της υποδομής δημοσίου κλειδιού και ιεραρχίας. Βεβαίως η απαιτητική διαδικασία πιστοποίησης των ασφαλών διατάξεων ηλεκτρονικών υπογραφών που δεν εξαρτάται μόνο από την ΕΕΤΤ είναι πιθανόν να ανατεθεί στην αρμοδιότητα αναγνωρισμένων εργαστηρίων εγκατεστημένα σε άλλα κράτη – μέλη.

Σχετικά με την ανάπτυξη προτύπων πάντως η ελληνική εμπειρία έχει ακόμα λίγα να συνεισφέρει σε ευρωπαϊκό επίπεδο εκτός από την αυτούσια χρήση ευρωπαϊκών προτύπων. Η κριτική ενσωμάτωση αυτών των προτύπων στην ελληνική πραγματικότητα ενδεχομένως να πραγματοποιηθεί με τη θέση σε ισχύ ενός συστήματος διαπίστευσης των παροχών.

## 6.5 ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΣΤΟΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΤΟΜΕΑ

Στον τραπεζικό τομέα συγκεκριμένα δεν παρατηρείται έλλειψη εφαρμογών ηλεκτρονικών υπογραφών καθώς τόσο το τραπεζικό δίκτυο **SWIFT**, όσο και το **identrus**, αποτελούν σημαντικά παραδείγματα στον χώρο και της παροχής υπηρεσιών πιστοποίησης και της διαπίστευσης και της θέσπισης κανόνων διαλειτουργικότητας των παροχών. Πρέπει να παρατηρηθεί ότι τόσο το **SWIFT**, όσο και το **INDETRUS**, προσφέρουν υπηρεσίες που χρησιμοποιούνται αποκλειστικά, εντός του τραπεζικού χώρου, χωρίς απαραίτητα να τυγχάνουν αναγνώρισης, σε άλλους χώρους εφαρμογής καθώς και ότι βασίζονται σε συμβατικά πλαίσια και όχι σε κάποιους γενικούς κανόνες ή στο νομοθετικό πλαίσιο για τις ηλεκτρονικές υπογραφές.

Το δίκτυο **SWIFT** διαθέτει ένα περιβάλλον που χρησιμοποιείται από κοινού από τα μέλη του και διαθέτει υποδομή για την παροχή έμπιστων υπηρεσιών εταιρικούς πελάτες. Αυτή η υποδομή εμπιστοσύνης στοχεύει στο επίπεδο της εφαρμογής που οι τραπεζικοί οργανισμοί χρησιμοποιούν. Η υπηρεσία αυτή υποστηρίζει τόσο την ηλεκτρονική υπογραφή όσο και υπηρεσίες διαπίστωσης της αυθεντικότητας της ταυτότητας. Οι τραπεζικοί οργανισμοί χρησιμοποιούν αυτά τα δεδομένα σε περίπτωση ελέγχου και επίλυσης διαφορών.

Το **INDETRUS** έχει θέσει σε εφαρμογή ένα ρυθμιστικό πλαίσιο πολιτικών το οποίο αποτελεί ένα παγκόσμιο, de facto πρότυπο, για την παροχή υπηρεσιών ψηφιακής υπογραφής και διαπίστωσης ταυτότητας στον τραπεζικό χώρο. Το **INDETRUS** προσφέρει την νομική και τεχνική υποδομή σε τραπεζικούς οργανισμούς ώστε να διαχειριστούν αποτελεσματικά κινδύνους που συνδέονται με την ηλεκτρονική υπογραφή και τις ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Υπηρεσίες ηλεκτρονικής υπογραφής σε τραπεζικούς οργανισμούς προσφέρει ένας μεγάλος οργανισμός παρόχων υπηρεσιών ηλεκτρονικής υπογραφής. Αντίστοιχα ένας μεγάλος αριθμός παρόχων τραπεζικών υπηρεσιών διαθέτει την δυνατότητα να χρησιμοποιεί και να διαχειρίζεται ηλεκτρονικά πιστοποιητικά και ηλεκτρονική υπογραφή, διασφάλιση της ταυτότητας του χρήστη ή κρυπτογραφία για παράδειγμα με το πρότυπο **EMV**.

Εστιάζοντας στο κρίσιμο ζήτημα της διασύνδεσης και διαλειτουργικότητας των υποδομών των παρόχων, εκτός από τις εξελίξεις στον τραπεζικό χώρο, πρέπει να αναφερθεί και η πρωτοβουλία **bridge ca** στη Γερμανία. Στόχος του **bridge ca**, είναι να διασύνδεση τις υποδομές εμπιστοσύνης μεταξύ των διαφόρων υποδομών δημοσίου κλειδιού, αρχίζοντας από την Γερμανία, ώστε να διευκολυνθούν οι ασφαλείς επικοινωνίες και να δημιουργηθεί μια κοινή βάση για ηλεκτρονικές υπογραφές και σχετικές υπογραφές. Το μοντέλο εφαρμογής **bridge ca** στηρίζεται στην ανάπτυξη υποδομών επαλήθευσης της ισχύος ενός πιστοποιητικού στις οποίες να έχουν πρόσβαση όλοι οι συμμετοχοί. Η προσέγγιση αυτή θεωρείται εναλλακτική λύση προς την αμοιβαία πιστοποίηση ή στην ιεραρχική δομή των διάφορων υποδομών.

## **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Το ελληνικό δίκαιο εναρμονίζεται με το ευρωπαϊκό σχετικά με την ισχύ και χρήση ηλεκτρονικών υπογραφών καθώς και την παροχή υπηρεσιών πιστοποίησης. Μικρές διαφοροποιήσεις που παρουσιάζονται δεν αφορούν τον πυρήνα των διατάξεων που έχουν επιτυχώς μεταφερθεί στο ελληνικό δίκαιο όσο ορισμένες οργανωτικές και λειτουργικές πλευρές του περιβλήματος της κανονιστικής λειτουργίας της ΕΕΤΤ.

Με την απόφαση 248/71 της 15ς Μαρτίου 2002, η ΕΕΤΤ καλύπτει ορισμένες πτυχές της χρήσης και λειτουργίας ηλεκτρονικών υπογραφών και αφήνει άλλες, όπως για παράδειγμα την εφαρμογή των κανόνων διαπίστευσης παρόχων ηλεκτρονικής υπογραφής, λειτουργίας μιας εθνικής ιεραρχίας δημοσίου κλειδιού και κανόνες για την διαλειτουργικότητα και χρήση διαφορετικών τύπων πιστοποιητικών στις εφαρμογές. Επίσης πρόκληση αποτελεί η προσαρμογή του ελληνικού δικαίου σε διαδικασίες που επιτρέπουν την χρήση των ηλεκτρονικών υπογραφών και διαδικασιών.

Παρά τα απτά σημεία προσέγγισης, το ελληνικό νομικό και λειτουργικό πλαίσιο των ηλεκτρονικών υπογραφών, υπολείπεται εκείνου χωρών που έχουν από χρόνια ένα σαφές πλαίσιο λειτουργίας και μια εφαρμοσμένη δημόσια πολιτική στο ζήτημα των ηλεκτρονικών υπογραφών και των προϊόντων και υπηρεσιών σχετικά με αυτές.

Η διάδοση της χρήσης των ηλεκτρονικών υπογραφών στον δημόσιο τομέα και σε τραπεζικές εφαρμογές αναμένεται να ενισχύσει τις πιέσεις που ασκούνται για

την περαιτέρω εξειδίκευση του κανονιστικού πλαισίου στη χώρα μας και να οδηγήσει σε ενέργειες που να ενισχύουν τη διαλειτουργικότητα, τα πρότυπα και την προσαρμογή τους στις ανάγκες των ελληνικών φορέων, οργανισμών και υπηρεσιών. Είναι αναγκαίο όμως πέραν της δεδομένης ανάπτυξης ενγχόριων κανόνων δικαίου να αναπτυχθούν και τα πρότυπα κατά τρόπο που οι ενχώριοι φορείς να συνεισφέρουν στις ευρωπαϊκές και διεθνείς πρωτοβουλίες προτυποποίησης, δεδομένου επίσης και του κανονιστικού ενδιαφέροντος που έχουν απαιτήσει τα πρότυπα. Η δραστηριότητα του EESSI, σε ευρωπαϊκό επίπεδο αναμένεται να οδηγήσει σε νέες πρωτοβουλίες προτυποποίησης στον ευρύτερο χώρο της ασφάλειας των πληροφοριών, τις οποίες οι παράγοντες της αγοράς και η επιβλέπουσα αρχή θα έχουν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

### 7. ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Το ευρωπαϊκό κοινοτικό κανονιστικό πλαίσιο για την διενέργεια πληρωμών σε περιβάλλον ηλεκτρονικού εμπορίου περιλαμβάνει διατάξεις αναφορικά με:

1) την απαγόρευση των τιμολογιακών διακρίσεων μεταξύ εγχώριων και διασυνοριακών πληρωμών.

2) τον καθορισμό της ευθύνης και των διαδικασιών επιστροφής χρημάτων σε περίπτωση δόλιας χρήσης του μέσου ηλεκτρονικής πληρωμής κατά την διενέργεια πληρωμών.

3) την λήψη μέτρων για τον νομικό χαρακτηρισμό ως ποινικών αδικημάτων της απάτης και πλαστογραφίας των μέσων πληρωμής πλην των μετρητών.

A) τα έξοδα που δικαιούνται να επιβάλουν τα πιστωτικά ιδρύματα και τα ιδρύματα ηλεκτρονικού χρήματος σε διασυνοριακές πράξεις ηλεκτρονικής πληρωμής σε ευρώ μέχρι ποσού 12.500 πρέπει να είναι του ίδιου ύψους με τα επιβαλλόμενα σε αντίστοιχες πληρωμές στο εσωτερικό του κράτους μέλους που είναι εγκατεστημένα.

B) τα κράτη μέλη οφείλουν να προβούν στην λήψη των κατάλληλων μέτρων ώστε, αν χρησιμοποιηθούν δολίως μέσω ηλεκτρονικής πληρωμής να υφίστανται μηχανισμοί ακύρωσης της πληρωμής στα πλαίσια συμβάσεων εξ' αποστάσεως και να πιστώνεται ο καταναλωτής με τα ποσά που έχουν καταβληθεί ή να του επιστρέφονται τα ποσά αυτά. Ο κάτοχος του μέσου ηλεκτρονικής πληρωμής δεν ευθύνεται στην περίπτωση των συναλλαγών για τις οποίες η αναγνώριση ταυτότητας περιορίζεται στην χρησιμοποίηση εμπιστευτικού αριθμού PIN ή άλλης παρόμοιας απόδειξης χωρίς να απαιτείται η επίδειξη ή η ηλεκτρονική αναγνώριση του μέσου ηλεκτρονικής πληρωμής.

Γ) καθιερώθηκε η υποχρέωση των κρατών μελών να λάβουν τα κατάλληλα μέτρα προκειμένου να διασφαλίσουν ότι συνιστά ποινικό αδίκημα ή διενέργεια, άμεση ή έμμεση, μεταφοράς χρημάτων ή νομισματικής αξίας με την οποία επέρχεται σε άλλο πρόσωπο, χωρίς την συγκατάθεσή του, περιουσιακή απώλεια με πρόθεση την εξασφάλιση παράνομου οικονομικού οφέλους υπέρ του διαπράττοντος ή τρίτου προσώπου:

- 1) εισάγοντας, αλλοιώνοντας, διαγράφοντας χωρίς δικαίωμα δεδομένα Υπολογιστή ιδίως δεδομένα αναγνώρισης της ταυτότητας.
- 2) παρεμβαίνοντας χωρίς δικαίωμα στην λειτουργία προγράμματος ή συστήματος υπολογιστή.

## **7.1 ΚΑΝΟΝΕΣ ΔΙΑΦΑΝΕΙΑΣ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ**

Όλα τα κράτη μέλη υπέχουν την υποχρέωση κοινοποίησης προς μία επιτροπή των σχεδίων εθνικών κανονισμών που περιέχουν κανόνες σχετικά με την κοινωνία των πληροφοριών. Σε ένα τέτοιο σχέδιο πρέπει να πληρούνται οι προϋποθέσεις ορισμού της υπηρεσίας της κοινωνίας, της πληροφορίας και επί πλέον ο κανόνας να εφαρμόζεται στις υπηρεσίες, να φορά ειδικά τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας και να συνιστά «τεχνικό κανόνα».

Η διαδικασία που ακολουθείται στην περίπτωση των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, διαφοροποιείται σε τρία σημεία:

### **1) την χρονική περίοδο αναβολής έκδοσης του σχεδίου κανονισμού.**

Τα κράτη μέλη υποχρεούνται να αναβάλουν την έκδοση του κανονισμού για τέσσερις μήνες, εφόσον η επιτροπή ή κάποιο άλλο κράτος μέλος, από την ημερομηνία παραλαβής της κοινοποίησης από την επιτροπή, εκδώσουν αιτιολογημένη γνώμη σύμφωνα με την οποία το προτεινόμενο μέτρο παρουσιάζει πτυχές που φέρνουν εμπόδια στην ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών ή στην ελευθερία εγκατάστασης των φορέων παροχής υπηρεσιών στην εσωτερική αγορά.

### **2) τις εξουσίες της επιτροπής.**

Η επιτροπή δεν μπορεί να επιβάλει την αναβολή έγκρισης του σχεδίου γνωστοποιώντας την πρόθεσή της να προτείνει ή να εκδώσει συναφούς περιεχομένου νομοθετική πράξη, σε αντίθεση με την αντίστοιχη διαδικασία στην περίπτωση των εμπορευμάτων.

### **3) τις εξαιρέσεις από την υποχρέωση της κοινοποίησης.**

Επισημαίνεται ότι τα κράτη μέλη απαλλάσσονται από την υποχρέωση της κοινοποίησης σε έκτακτες περιπτώσεις που σχετίζονται με σοβαρή κατάσταση που αφορά την προστασία της ασφάλειας και της ακεραιότητας του χρηματοπιστωτικού συστήματος και την προστασία των καταθετών, των επενδυτών και των ασφαλισμένων.

Ιδιαίτερης αναφοράς χρίζει επίσης το έργο της ευρωπαϊκής επιτροπής τραπεζικών προτύπων στον τομέα της τυποποίησης και διαλειτουργικότητας των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής.



### Περιλαμβάνει τέσσερεις πρωτοβουλίες:

- 1) το ευρωπαϊκό πλαίσιο προτύπων ηλεκτρονικής τραπεζικής
- 2) τα λειτουργικά χαρακτηριστικά του τραπεζικού τομέα για το ηλεκτρονικό πορτοφόλι.
- 3) το ευρωπαϊκό τραπεζικό πρότυπο διαλειτουργικότητας του ηλεκτρονικού πορτοφολιού.
- 4) τις κατευθυντήριες γραμμές για την χρήση αλγορίθμων και την διαχείριση της κρυπτογράφησης.

## **7.2 ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΝΟΜΙΜΟΤΗΤΑΣ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ**

Οι εμπορικές επικοινωνίες που συνιστούν δραστηριότητες επικοινωνιακής και πληροφοριακής ηλεκτρονικής τραπεζικής ή αποτελούν μέρος της, πρέπει να πληρούν συγκεκριμένους όρους αναγνωσιμότητας αναφορικά με:

- 1) τον εμπορικό χαρακτήρα της επικοινωνίας.
- 2) την ταυτότητα του φυσικού ή νομικού προσώπου για λογαριασμό του οποίου γίνεται η εμπορική επικοινωνία.
- 3) τις προσφορές.
- 4) τους διαφημιστικούς διαγωνισμούς ή παιχνίδια.

Επίσης, όταν οι υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας αναφέρονται σε τιμές, αυτές πρέπει να αναγράφονται σαφώς και επακριβώς και ειδικότερα να αναφέρουν αν περιλαμβάνουν φόρο και έξοδα αποστολής.

Ειδικοί κανόνες καθιερώνονται αναφορικά με την περίπτωση αυτόκλητης εμπορικής επικοινωνίας μέσω e – mail και την παροχή μη αιτηθεισών υπηρεσιών. Αναφορικά με τις αυτόκλητες επικοινωνίες τα κράτη μέλη έχουν την ευχέρεια επιλογής ανάμεσα σε δύο διαφορετικά συστήματα:

- 1) σύμφωνα με το πρώτο απαιτείται η συγκατάθεση του καταναλωτή για την αποστολή μηνυμάτων εμπορικού χαρακτήρα.

**2) το δεύτερο σύστημα απαιτεί την εγγραφή του καταναλωτή σε σχετικά μητρώα προκειμένου να παύσει η αποστολή μηνυμάτων.**

Σε περίπτωση πάντως που η νομοθεσία των κρατών μελών επιτρέπει την αυτόκλητη εμπορική επικοινωνία (spamming), πρέπει να είναι σαφώς αναγνωρίσιμος ο εμπορικός χαρακτήρας των ηλεκτρονικών μηνυμάτων μόλις περιέλθουν στον παραλήπτη. Το πλαίσιο προστασίας του καταναλωτή ενισχύεται με την θεμελίωση της υποχρέωσης των κρατών μελών να λαμβάνουν τα κατάλληλα μέτρα προκειμένου:

**1) να απαγορευτεί η παροχή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών χωρίς προηγούμενη αίτηση του καταναλωτή.**

**2) να απαλλάσσεται ο καταναλωτής από κάθε υποχρέωση σε περίπτωση παροχής μη αιτηθείσας υπηρεσίας.**

### ***ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΠΡΙΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΝΑΨΗ ΣΥΜΒΑΣΗΣ ΕΞ' ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ***

Σύμφωνα με την σύμβαση εξ' αποστάσεως, καθιερώνεται η υποχρέωση του φορέα παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής να ανακοινώνει σε χαρτί ή σε άλλο σταθερό μέσο:

**1) τους συμβατικούς όρους.**

**2) πληροφορίες αναφορικά με τον προμηθευτή της χρηματοοικονομικής υπηρεσίας και της διαδικασίας προσφυγής.**

**3) πληροφορίες που προβλέπονται από άλλες διατάξεις της κοινοτικής νομοθεσίας για τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες.**

### ***ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΤΗ ΣΥΝΑΨΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΙΣΧΥΟΣ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΕΩΣ ΕΞ' ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ***

Η τελευταία μόλις αναφερθείσα υποχρέωση του προμηθευτή δίνεται να εκπληρωθεί μετά την σύναψη της σύμβασης στην περίπτωση που αυτή έχει συναφθεί μετά από αίτημα του καταναλωτή, με την χρησιμοποίηση μέσου επικοινωνίας εξ' αποστάσεως, το οποίο δεν επιτρέπει να ανακοινωθούν οι συμβατικοί όροι και οι πληροφορίες πριν από την συμβατική δέσμευση.

Επιπλέον κατά την διάρκεια της συμβατικής σχέσης ο καταναλωτής δικαιούται μετά από αίτημά του:

1) να λαμβάνει τους συμβατικούς όρους σε χαρτί.

2) να αλλάζει το χρησιμοποιούμενο μέσο εξ' αποστάσεως επικοινωνίας, εκτός αυτό αν είναι ασυμβίβαστο με την συναφθείσα σύμβαση εξ' αποστάσεως ή με την φύση της παρεχόμενης χρηματοοικονομικής υπηρεσίας.

### **ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΜΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ**

Τα πιστωτικά ιδρύματα υποχρεούνται να παρέχουν στους πελάτες με άμεση και κατανοητή μορφή είτε εγγράφως είτε βάση εθνικών κανόνων, σε ηλεκτρονική μορφή:

1) εκ των προτέρων πληροφορίες σχετικά με τα έξοδα διασυννοριακών ηλεκτρονικών πληρωμών.

2) πληροφορίες αναφορικά με τις μεταβολές στα επιβαλλόμενα έξοδα πριν από την ημερομηνία έναρξης της εφαρμογής τους.

Επιπλέον, σε περίπτωση που επιβάλλονται έξοδα για ανταλλαγή άλλων νομισμάτων σε ευρώ, τα πιστωτικά ιδρύματα ή τα ιδρύματα ηλεκτρονικού χρήματος, υποχρεούνται να παρέχουν στους πελάτες:

1) εκ των προτέρων πληροφορίες για κάθε προμήθεια συναλλάγματος που προτίθεται να εισπράξουν.

2) ειδικές πληροφορίες για τις διάφορες εισπραχθείσες προμήθειες συναλλάγματος.

### **7.3 ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΑΠΟ ΤΡΙΤΕΣ ΧΩΡΕΣ**

Η οδηγία 1999/93/ΕΚ, προβλέπει την υποχρέωση των κρατών μελών να διασφαλίσουν ότι τα αναγνωρισμένα πιστοποιητικά από πάροχο υπηρεσιών πιστοποίησης εγκατεστημένο σε Τρίτη χώρα, θεωρούνται νομικά ισοδύναμα με

πιστοποιητικά που εκδίδονται από πάροχο υπηρεσιών πιστοποίησης εγκατεστημένο στην κοινότητα υπό τις εξής προϋποθέσεις:

1) ο πάροχος υπηρεσιών πληρεί τις απαιτήσεις που καθορίζονται στην οδηγία 1999/93/EK και έχει διαπιστευτεί δύναμη μηχανισμού πιστοποίησης καθιερωμένου σε κράτος μέλος.

2) ο πάροχος υπηρεσιών πιστοποίησης εγκατεστημένου στην κοινότητα ο οποίος πληρεί τις απαιτήσεις όπου καθορίζονται στην παρούσα οδηγία εγγυάται για το πιστοποιητικό.

Επιπλέον η επιτροπή, προκειμένου να διευκολύνει τις διασυνοριακές υπηρεσίες πιστοποίησης με τρίτες χώρες και την αναγνώριση προηγμένων ηλεκτρονικών υπογραφών προερχόμενων από τρίτες χώρες έχει την εξουσία:

1) να διατυπώνει προτάσεις για την επίτευξη αποτελεσματικής εφαρμογής διεθνών προτύπων και συμφωνιών που ισχύουν για τις υπηρεσίες πιστοποίησης.

2) να υποβάλει προτάσεις προς κάποιο συμβούλιο για την έκδοση κατάλληλων εντολών διαπραγμάτευσης διμερών και πολυμερών συμφωνιών με τρίτες χώρες και διεθνής οργανισμούς.

Τέλος, να η επιτροπή πληροφορηθεί ότι οι κοινοτικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν τυχόν δυσκολίες όσον αφορά την πρόσβαση σε αγορές τρίτων χωρών, δύναται να υποβάλει στο συμβούλιο εφόσον παρίσταται ανάγκη προτάσεις για την εντολή διαπραγμάτευσης ανάλογων δικαιωμάτων των κοινοτικών επιχειρήσεων σε αυτές τις τρίτες χώρες.

## **7.4 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΙΣ ΑΡΧΕΣ ΤΡΙΤΩΝ ΧΩΡΩΝ**

Η φύση του ηλεκτρονικού εμπορίου επιτάσσει όσο ποτέ άλλοτε την διαμόρφωση ενός πλαισίου συνεργασίας σε διεθνές επίπεδο. Η ευρωπαϊκή ένωση έχει αναγνωρίσει την σχετική ανάγκη και συμβάλει μέσω της συμμετοχής των θεσμικών οργάνων της για την επίτευξη του εν λόγω στόχου.

**Διεθνείς οργανισμοί στους κόλπους των οποίων αναπτύσσεται η εν λόγω συνεργασία είναι:**

1) ο παγκόσμιος οργανισμός εμπορίου.

2) η επιτροπή της βασιλείας για την τραπεζική εποπτεία.

3) ο οργανισμός οικονομικής συνεργασίας και ανάπτυξης

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

### 8. ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΦΟΡΕΑ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

Στο ευρωπαϊκό κοινοτικό δίκαιο δεν υφίσταται ο ορισμός του φορέα παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ο εννοιολογικός προσδιορισμός που απαιτεί τον συγκερασμό των ορισμών του πιστωτικού ιδρύματος, του φορέα παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας και του φορέα παροχής υπηρεσιών πιστοποίησης.

A) στην ευρεία έννοια του πιστωτικού ιδρύματος εμπίπτουν οι ακόλουθες κατηγορίες επιχειρήσεων:

1. το πιστωτικό ίδρυμα **stricto sensu**, δηλαδή η επιχείρηση της οποίας η δραστηριότητα συνίσταται στην αποδοχή από το κοινό καταθέσεων ή άλλων επιστρεπτέων κεφαλαίων και στην χορήγηση πιστώσεων για ίδιο λογαριασμό.
2. το ίδρυμα ηλεκτρονικού χρήματος, δηλαδή η επιχείρηση ή άλλου τύπου νομικό πρόσωπο εκτός του πιστωτικού ιδρύματος, **stricto sensu**, η οποία εκδίδει μέσα πληρωμής υπό μορφή ηλεκτρονικού χρήματος.

B) η έννοια του φορέα παροχής υπηρεσιών περιλαμβάνει κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο ασκεί ουσιαστικός μια οικονομική δραστηριότητα μέσω μιας μόνιμης εγκατάστασης για αόριστη χρονική διάρκεια. Στην έννοια της υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας εμπίπτει κάθε υπηρεσία που παρέχεται συνήθως έναντι αμοιβής με χρήση ηλεκτρονικών μέσων εξ' αποστάσεως και κατόπιν προσωπικής επιλογής ενός αποδέκτη υπηρεσιών.

Γ) τέλος, ως πάροχος υπηρεσιών πιστοποίησης ορίζεται ο φορέας ή το φυσικό ή το νομικό πρόσωπο που εκδίδει πιστοποιητικά ή παρέχει άλλες υπηρεσίες συναφής με τις ηλεκτρονικές υπογραφές.

## **8.1 ΔΙΑΣΥΝΟΡΙΑΚΗ ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ**

*Προκειμένου να μην αποτελέσει το καθεστώς της ελεύθερης παροχής υπηρεσιών ένα κοινοτικό πιστωτικό ίδρυμα, διαθέτει τις εξής επιλογές:*

- 1) υποκίνηση του πελάτη να μεταβεί στο κράτος μέλος όπου είναι εγκατεστημένο το πιστωτικό ίδρυμα.
- 2) αμιγώς διασυνοριακή παροχή υπηρεσιών χωρίς να λαμβάνει χώρα καμιά μετακίνηση ούτε του πιστωτικού ιδρύματος ούτε του πελάτη.
- 3) προσωρινή μετακίνηση υπαλληλικού προσωπικού του πιστωτικού ιδρύματος στη χώρα του πελάτη.
- 4) χρησιμοποίηση ανεξάρτητων πιστωτικών φορέων.
- 5) χρησιμοποίηση υλικής υποδομής.

Ενώ οι δύο πρώτες περιπτώσεις δεν δημιουργούν ερμηνευτικά προβλήματα, αναφορικά με τις τρεις τελευταίες περιπτώσεις, θα πρέπει να εκτιμηθεί το ενδεχόμενο καταστράτηγησης των διατάξεων που ισχύουν για την εγκατάσταση.

## **8.2 ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ**

### **A) Η ΘΕΜΕΛΙΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑΣ**

Η ελευθερία παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής θεμελιώνεται σε τέσσερις κοινοτικές πράξεις:

- 1) την οδηγία 2000/12/ΕΚ και την οδηγία 2000/46/ΕΚ.
- 2) την οδηγία 2000/31/ΕΚ.
- 3) την οδηγία 1999/93/ΕΚ.

Σύμφωνα με την αρχή της αμοιβαίας αναγνώρισης τα πιστωτικά ιδρύματα, περιλαμβανομένων και των ιδρυμάτων ηλεκτρονικού χρήματος που έχουν λάβει άδεια λειτουργίας σε ένα κράτος μέλος μπορούν να παρέχουν διασυνοριακά τις

υπηρεσίες τους στην επικράτεια άλλων κρατών μελών χωρίς να απαιτείται άδεια των αρμόδιων αρχών του κράτους μέλους υποδοχής.

Όσον αφορά τα πιστωτικά ιδρύματα, η έκταση της εφαρμογής της αρχής της αμοιβαίας αναγνώρισης περιλαμβάνει τις υπηρεσίες που αφενός μεν καλύπτονται από την άδεια λειτουργίας των αρμόδιων αρχών του κράτους μέλους καταγωγής και αφετέρου περιέχονται στον κατάλογο των υπηρεσιών που απαριθμούνται στην οδηγία 2000/12/ΕΚ. Για τα ιδρύματα ηλεκτρονικού χρήματος η αρχή της αμοιβαίας αναγνώρισης εφαρμόζεται αποκλειστικά στην δραστηριότητα έκδοσης ηλεκτρονικού χρήματος.

Η αρχή της αμοιβαίας αναγνώρισης δεν εφαρμόζεται στις περιπτώσεις της παροχής υπηρεσιών από πιστωτικά ιδρύματα που δεν περιλαμβάνονται στον κατάλογο της οδηγίας και της παροχής επικουρικών υπηρεσιών από τα ιδρύματα ηλεκτρονικού χρήματος.

Αναφορικά με τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, τα κράτη μέλη δεν μπορούν για λόγους που αφορούν στο συντονισμένο τομέα να λάβουν μέτρα που παρακωλύουν ή καθιστούν λιγότερο ελκυστική την παροχή υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας από φορέα παροχής υπηρεσιών εγκατεστημένο σε άλλο κράτος μέλος.

Τέλος τα κράτη μέλη δεν μπορούν να περιορίζουν ούτε την παροχή υπηρεσιών πιστοποίησης από φορείς εγκατεστημένους σε άλλο κράτος μέλος στους τομείς που καλύπτονται από την οδηγία 1999/93/ΕΚ, ούτε την ελεύθερη κυκλοφορία των προϊόντων ηλεκτρονικής υπογραφής που συμμορφώνεται με τις διατάξεις της οδηγίας 1999/93/ΕΚ.

## **ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΣΚΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑΣ**

Τα κοινοτικά πιστωτικά ιδρύματα προκείμενου να ασκήσουν το δικαίωμα της ελευθερίας παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής υπέχουν τις εξής υποχρεώσεις :

**1) γνωστοποίηση στην αρμόδια εποπτική αρχή της έναρξης παροχής υπηρεσιών**

**2) παροχή πρόσβασης στους αποδέκτες του και στις αρμόδιες αρχές σε συγκεκριμένες πληροφορίες**

Στην περίπτωση των πιστωτικών ιδρυμάτων προϋπόθεση για την έναρξη διασυννοριακής παροχής υπηρεσιών σε άλλα κράτη μέλη αποτελεί η έγγραφη γνωστοποίηση στις αρμόδιες αρχές του κράτους μέλους καταγωγής των υπηρεσιών που πρόκειται να παρασχεθούν στο κράτος μέλος υποδοχής. Σε διάστημα ενός μηνός από την παραλαβή της γνωστοποίησης οι αρμόδιες αρχές

του κράτους μέλους καταγωγής προβαίνουν σε κοινοποίηση στις αρμόδιες αρχές του κράτους μέλους υποδοχής. Το πιστωτικό ίδρυμα αφότου προχωρήσει στη γνωστοποίηση, δύναται να ασκήσει το δικαίωμα διασυνοριακής παροχής υπηρεσιών.

Η υποχρέωση γνωστοποίησης σύμφωνα με την οδηγία 200/12/EK εφαρμόζεται μόνο στις δραστηριότητες που πράγματι θα ασκηθούν στο έδαφος άλλου κράτους μέλους. Βασικό κριτήριο αποτελεί ο προσδιορισμός του τόπου της χαρακτηριστικής παροχής (εκείνης για την οποία καταβάλλεται οικονομική αντιπαροχή).

Η παροχή τραπεζικών υπηρεσιών μέσω internet δεν θα πρέπει να υπόκειται κατ' αρχήν στην υποχρέωση προηγούμενης γνωστοποίησης, εφόσον το πιστωτικό ίδρυμα δεν θα ασκήσει τις δραστηριότητές του στην επικράτεια άλλου κράτους μέλους.

Ο φορέας παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής υποχρεούται να παρέχει πρόσβαση τόσο στους αποδέκτες του όσο και στις αρμόδιες αρχές, στις ακόλουθες πληροφορίες:

- επωνυμία του φορέα παροχής της υπηρεσίας.
- γεωγραφική διεύθυνση στην οποία ο φορέας είναι εγκατεστημένος.
- στοιχεία που να επιτρέπουν την ταχεία επαφή και την άμεση και ουσιαστική επικοινωνία με τον φορέα παροχής της υπηρεσίας, συμπεριλαμβανομένης της ηλεκτρονικής του διεύθυνσης.
- εφόσον ο φορέας είναι εγγεγραμμένος σε εμπορικό μητρώο ή παρόμοιο δημόσιο μητρώο, το οικείο μητρώο και τον αριθμό εγγραφής του σε αυτό ή σε ισοδύναμο τρόπο αναγνώρισης στο μητρώο αυτό
- εφόσον η δραστηριότητα υπόκειται σε καθεστώς έγκρισης, τα στοιχεία της αρμόδιας εποπτικής αρχής.

## **ΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑΣ**

**A)** στο πλαίσιο της οδηγίας 2000/12/EK, το κράτος μέλος υποδοχής μπορεί να επιβάλει στα κοινοτικά πιστωτικά ιδρύματα την τήρηση ειδικών διατάξεων που προβλέπονται από τις εθνικές, νομοθετικές και κανονιστικές ρυθμίσεις του, υπό την προϋπόθεση ότι οι διατάξεις αυτές είναι συμβατές με το ευρωπαϊκό κοινοτικό δίκαιο και έχουν θεσπιστεί για λόγους «γενικού συμφέροντος» και τα πιστωτικά



ιδρύματα ή αυτές οι δραστηριότητες δεν υπόκεινται σε ισοδύναμους κανόνες σύμφωνα με τις ρυθμίσεις του κράτους μέλους καταγωγής.

**B)** η οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο καθιερώνει επίσης δύο κατηγορίες παρεκκλίσεων από την αρχή της εσωτερικής αγοράς: 1) γενικές, 2) ειδικές.

Οι πρώτες παρέχουν στα κράτη μέλη την δυνατότητα να λαμβάνουν μέτρα σύμφωνα με το κοινοτικό δίκαιο έναντι υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας που προέρχονται από το εξωτερικό και παρέχονται μέσω ιστοσελίδων από φορείς εγκατεστημένους σε άλλα κράτη μέλη. Η ενεργοποίηση των παρεκκλίσεων της δεύτερης κατηγορίας υπόκειται σε ουσιαστικές και διαδικαστικές προϋποθέσεις.

Κατ' αρχήν πριν από την λήψη των μέτρων το κράτος μέλος που τα λαμβάνει οφείλει:

**να έχει ζητήσει από το κράτος μέλος που είναι εγκατεστημένος ο φορέας παροχής των υπηρεσιών την πρόθεσή του να λάβει τέτοια μέτρα.**

Τα μέτρα πρέπει να κρίνονται αναγκαία για την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων, να αποβλέπουν στην προστασία των καταναλωτών, περιλαμβανομένων και των επενδυτών να αφορούν σε συγκεκριμένη υπηρεσία που στρέφεται ή δύναται να στραφεί κατά των προαναφερθέντων στόχων.

### **8.3 ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ**

Η άσκηση δραστηριοτήτων ηλεκτρονικής τραπεζικής, ενέχει κινδύνους τόσο χρηματοπιστωτικής όσο και μη χρηματοπιστωτικής φύσης. Οι χρηματοπιστωτικοί κίνδυνοι δεν διαφοροποιούνται αισθητά από τους κινδύνους των συμβατικών τραπεζικών εργασιών. Εν τούτοις ο τρόπος εκδήλωσής τους, καθώς και η έκταση και η μορφή των συνεπειών τους αποτελούν ένα καινούργιο φαινόμενο τόσο για τις ίδιες τις τραπεζικές επιχειρήσεις όσο και για τις διοικητικές αρχές που είναι επιφορτισμένες με το έργο της εποπτείας τους. Ιδιαίτερη σημασία πρέπει πάντως να αποδίδεται και στους μη χρηματοπιστωτικής φύσης κινδύνους που συνεπάγεται η παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής.

#### **ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗ ΤΩΝ ΖΗΜΙΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΠΕΛΕΥΣΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΚΙΝΔΥΝΩΝ**

Το ευρωπαϊκό κοινοτικό πλαίσιο της κεφαλαιακής επάρκειας των πιστωτικών ιδρυμάτων αρθρώνεται γύρω από δύο οδηγίες:

**α)** την οδηγία 2000/12/ΕΚ, με την οποία καθορίζονται η εναρμονισμένη μεθοδολογία υπολογισμού της έκθεσης των κοινοτικών πιστωτικών ιδρυμάτων στον πιστωτικό κίνδυνο, καθώς επίσης και τα στοιχεία που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για ίδια κεφάλαια για την εκπλήρωση κεφαλαιακών απαιτήσεων.

**β)** την οδηγία 1993/6/ΕΚ, με την οποία καθιερώνονται κανόνες για τον υπολογισμό των κεφαλαιακών απαιτήσεων των πιστωτικών ιδρυμάτων για κάλυψή τους έναντι της έκθεσης στους κινδύνους της αγοράς.

Για τα ιδρύματα ηλεκτρονικού χρήματος έχει διαμορφωθεί, λόγω της διαφορετικής φύσης της διαμεσολάβησης που πραγματοποιούν και δεδομένου των περιορισμών στους οποίους υπόκεινται τόσο ως προς το εύρος των δραστηριοτήτων τους όσο και προς την επενδυτική πολιτική, ένα ειδικό πλαίσιο κεφαλαιακής επάρκειας. Κύρια χαρακτηριστικά αυτού του πλαισίου είναι η απουσία υποχρέωσης διακράτησης ίδιων κεφαλαίων για την κάλυψη έναντι των κινδύνων αγοράς και ο υπολογισμός του συντελεστή φερεγγυότητας αποκλειστικά βάσει στοιχείων του παθητικού.

Στο ευρωπαϊκό κοινοτικό δίκαιο δεν υφίστανται συγκεκριμένοι κανόνες για την διαχείριση των ιδιαίτερων κινδύνων που συνδέονται με την άσκηση δραστηριοτήτων ηλεκτρονικής τραπεζικής. Συναφείς υποχρεώσεις για τον περιορισμό της έκθεσης σε μη χρηματοπιστωτικής φύσης κινδύνους μπορούν να θεμελιωθούν μόνο στην πρόβλεψη διαμόρφωσης επαρκών μηχανισμών εσωτερικού ελέγχου. Επίσης η υποχρέωση δημοσιοποίησης στοιχείων αναφορικά με την επωνυμία, της δραστηριότητας, την εποπτεύουσα αρχή, συμβάλει αναμφίβολα στην άμβλυνση του νομικού κινδύνου και του κινδύνου φήμης.

Πρέπει πάντως να επισημανθεί ότι στην αναθεώρηση του πλαισίου για την κεφαλαιακή επάρκεια των πιστωτικών ιδρυμάτων και των επενδυτικών επιχειρήσεων περιλαμβάνεται για πρώτη φορά υποχρέωση διακράτησης ίδιων κεφαλαίων για την ενίσχυση της ικανότητας απορρόφησης ζημιών που οφείλονται στην εκδήλωση του λειτουργικού κινδύνου.

## **8.4 ΕΠΟΠΤΕΙΑ ΣΕ ΕΝΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΒΑΣΗ**

Η εποπτεία των κοινοτικών πιστωτικών ιδρυμάτων και των ιδρυμάτων ηλεκτρονικού χρήματος, πραγματοποιείται ως προς όλες τις πτυχές τις, όχι μόνο σε ατομική αλλά και σε ενοποιημένη βάση. Στην οδηγία 2000/12/ΕΚ, προσδιορίζονται ακριβώς οι τομείς τους οποίους καλύπτει η ενοποίηση, οι εποπτικές αρχές που είναι υπεύθυνες για την άσκηση της ενοποιημένης εποπτείας, η μορφή και η έκταση της ενοποίησης, οι προϋποθέσεις υπό τις οποίες είναι δυνατή η απαλλαγή ενός πιστωτικού ιδρύματος από την υπαγωγή του στην ενοποιημένη εποπτεία, το περιεχόμενο της απαιτούμενης διοικητικής συνδρομής ανάμεσα στις εποπτικές αρχές των κρατών μελών.

### ***ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΩΝ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ***

Σύμφωνα με τις διατάξεις της οδηγίας 2000/12/ΕΚ, η προληπτική εποπτεία επί των δραστηριοτήτων ηλεκτρονικής τραπεζικής των πιστωτικών ιδρυμάτων και των ιδρυμάτων ηλεκτρονικού χρήματος ασκείται από τις αρμόδιες αρχές του κράτους μέλους καταγωγής. Στην αρμοδιότητα εμπίπτουν ο έλεγχος της φερεγγυότητας, της διοικητικής και λογιστικής οργάνωσης και της επάρκειας των μηχανισμών εσωτερικού ελέγχου.

Τα κράτη μέλη υποδοχής διατηρούν πάντως αρμοδιότητα για τον έλεγχο της ρευστότητας. Κατά την άσκηση της εν λόγω αρμοδιότητας δικαιούνται να απαιτούν:

**1)** την αποστολή περιοδικής έκθεσης με στατιστικά στοιχεία αναφορικά με τις πράξεις που πραγματοποιήθηκαν στο έδαφός τους. Η έκθεση μπορεί να περιλαμβάνει τις ίδιες πληροφορίες με εκείνες που απαιτούν για αυτό τον σκοπό από τα εγχώρια πιστωτικά ιδρύματα.

**2)** την παύση της αντικανονικής κατάστασης σε περίπτωση που το πιστωτικό ίδρυμα ή ίδρυμα ηλεκτρονικού χρήματος το οποίο παρέχει υπηρεσίες στο έδαφός του, δεν τηρεί τις ισχύουσες διατάξεις αναφορικά με την εν λόγω δραστηριότητα. Παράλληλα προβλέπεται ειδική διαδικασία σε περίπτωση που το εισερχόμενο πιστωτικό ίδρυμα δεν ανταποκριθεί θετικά.

## **ΕΛΕΓΧΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΟΔΗΓΙΑΣ 2000/31/ΕΚ**

Σύμφωνα με την αρχή του ελέγχου των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας στην πηγή της δραστηριότητας το κράτος μέλος καταγωγής οφείλει:

1) να μεριμνά ώστε οι υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας που παρέχει ένας φορέας εγκατεστημένος στο έδαφός του, να τηρούν τις ισχύουσες εθνικές διατάξεις του, οι οποίες εμπίπτουν στον συντονισμένο τομέα.

2) να διαθέτει τα απαιτούμενα μέσα ελέγχου και έρευνας για την αποτελεσματική εφαρμογή της οδηγίας 2000/31/ΕΚ και να μεριμνά ώστε οι φορείς παροχής υπηρεσιών να του κοινοποιούν τις απαραίτητες πληροφορίες.

3) να δημιουργήσει σημεία επαφής στα οποία υπάρχει πρόσβαση με ηλεκτρονικά τουλάχιστον μέσα και στα οποία μπορούν να απευθυνθούν τόσο οι αποδέκτες όσο και οι φορείς παροχής υπηρεσιών:

- να λαμβάνουν γενικές πληροφορίες για τα συμβατικά τους δικαιώματα και υποχρεώσεις, καθώς και για τους υφιστάμενους μηχανισμούς υποβολής καταγγελιών και επανόρθωσης σε περίπτωση διαφορών, καθώς και για τις πρακτικές πλευρές της χρήσης των μηχανισμών αυτών.
- να λαμβάνουν τα στοιχεία των αρχών των οργανισμών ή των ενώσεων από τις οποίες οι αποδέκτες των υπηρεσιών μπορούν να λαμβάνουν περισσότερες πληροφορίες ή πρακτική βοήθεια.

Στο σημείο αυτό πρέπει να τονιστεί ότι ο τόπος εγκατάστασης του φορέα παροχής υπηρεσιών μέσω δικτυακής ιστοσελίδας, δεν είναι ο τόπος που βρίσκεται η τεχνολογία που υποστηρίζει την εν λόγω ιστοσελίδα αλλά εκεί που ασκεί οικονομική δραστηριότητα ή εκεί που έχει το κέντρο των δραστηριοτήτων του που σχετίζονται με την παρεχόμενη υπηρεσία.

## **ΕΛΕΓΧΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΟΔΗΓΙΑΣ 1999/93/ΕΚ**

Με την οδηγία 1999/93/ΕΚ, προβλέπεται ότι κάθε κράτος μέλος εξασφαλίζει την καθιέρωση κατάλληλου συστήματος που καθιστά δυνατή την επιτήρηση των εγκατεστημένων στο έδαφός τους παροχών υπηρεσιών πιστοποίησης που εκδίδουν για το κοινό αναγνωρισμένα πιστοποιητικά.

## **ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΜΕΤΑΞΥ ΕΘΝΙΚΩΝ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΑΡΧΩΝ**

Ιδιαίτερη σημασία λόγω της αυξημένης τεχνικής και κανονιστικής πολυπλοκότητας της ηλεκτρονικής τραπεζικής έχει το πλαίσιο συνεργασίας μεταξύ των ενεχόμενων διοικητικών αρχών.

### **A) οι οικείες εποπτικές αρχές των κρατών μελών καταγωγής και υποδοχής οφείλουν:**

- ∅ να συνεργάζονται στενά για την εποπτεία των πιστωτικών ιδρυμάτων
- ∅ να συνεργάζονται μεταξύ τους και να ορίζουν για τον σκοπό αυτό ένα ή περισσότερα σημεία επαφής των οποίων τα στοιχεία κοινοποιούν στα άλλα κράτη μέλη για την εφαρμογή των διατάξεων της οδηγίας 2000/31/ΕΚ.
- ∅ να συνεργάζονται για να προωθήσουν την ανάπτυξη και χρησιμοποίηση των διατάξεων επαλήθευσης της υπογραφής με βάση τις συστάσεις για την επαλήθευση της υπογραφής που προβλέπονται στην οδηγία 1999/93/ΕΚ.
- ∅ να παρέχουν την ευρύτερη δυνατή αμοιβαία συνδρομή και να διαβουλεύονται μεταξύ τους σε περίπτωση που περισσότερα κράτη μέλη έχουν δικαιοδοσία.

### **B) με το πλαίσιο ανταλλαγής πληροφοριών προβλέπεται η υποχρέωση των οικείων κρατών μελών:**

- ∅ να ανακοινώνουν η μία στην άλλη όλες τις πληροφορίες ιδίως όσον αφορά την φερεγγυότητα, την εγγύηση καταθέσεων, τον περιορισμό των μεγάλων χρηματοδοτικών ανοιγμάτων, την ρευστότητα, την διοικητική και λογιστική οργάνωση και την επάρκεια των μηχανισμών εσωτερικού ελέγχου.
- ∅ να παρέχουν το συντομότερο δυνατό και σύμφωνα με την εθνική νομοθεσία την συνδρομή και τις πληροφορίες αναφορικά με την εφαρμογή της οδηγίας 2000/31/ΕΚ, που ζητά άλλο κράτος μέλος μεταξύ άλλων και με τα κατάλληλα ηλεκτρονικά μέσα.
- ∅ να μεριμνούν ώστε να κοινοποιούνται όλες οι σημαντικές διοικητικές ή δικαστικές αποφάσεις που λαμβάνονται στο έδαφός τους για την επίλυση διαφορών στα πλαίσια των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας καθώς και σχετικά με τις πρακτικές τα συναλλακτικά ήθη και έθιμα που αφορούν το ηλεκτρονικό εμπόριο.
- ∅ να ορίζουν επιχειρησιακά σημεία επαφής για ανταλλαγή πληροφοριών.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

### 9. ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΚΟΙΝΟΤΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

#### ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

Η ήδη υπάρχουσα σύγκλιση στους τομείς των τηλεπικοινωνιών, των μέσων επικοινωνίας και των τεχνολογιών των πληροφοριών βρίσκεται στο επίκεντρο του φαινομένου της κοινωνίας της πληροφορίας. Η οικονομική διάσταση της κοινωνίας των πληροφοριών (ψηφιακή οικονομία), διακρίνεται, ανάλογα από το αν επιδρά στον πραγματικό ή τον χρηματοπιστωτικό τομέα της οικονομίας, σε δύο κατηγορίες: το ηλεκτρονικό εμπόριο και την ηλεκτρονική πιστωτική διαμεσολάβηση.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο συνίσταται στην ηλεκτρονική επεξεργασία και μεταβίβαση δεδομένων με σκοπό την διενέργεια συναλλαγών εμπορικού χαρακτήρα πλην των χρηματοπιστωτικών. Στην έννοια της ηλεκτρονικής χρηματοπιστωτικής διαμεσολάβησης, εμπίπτουν η ηλεκτρονική διαπραγμάτευση χρηματοπιστωτικών μέσων, η ηλεκτρονική παροχή ασφαλιστικών υπηρεσιών και η ηλεκτρονική τραπεζική.

Ο όρος ηλεκτρονική τραπεζική (εξ' αποστάσεως τραπεζική), αναφέρεται στην εξ' αποστάσεως διεξαγωγή παραδοσιακών και καινοτομικών τραπεζικών εργασιών με τη χρήση ηλεκτρονικών μέσων. Ανάλογα με το μέσο, διακρίνεται περαιτέρω σε τρεις κατηγορίες:

- 1) τραπεζική αυτοεξυπηρέτησης
- 2) τηλεφωνική τραπεζική
- 3) τραπεζική μέσω ηλεκτρονικών υπολογιστών

Η τελευταία αυτή κατηγορία ηλεκτρονικής τραπεζικής μπορεί να διεξάγεται σε κλειστά ή ανοιχτά δίκτυα. Η ηλεκτρονική τραπεζική σε ανοιχτά δίκτυα (δικτυακή τραπεζική, internet banking), η οποία αποτελεί το αντικείμενο της παρούσας μελέτης, διακρίνεται περαιτέρω με βάση το εύρος των δραστηριοτήτων σε πληροφοριακή, επικοινωνιακή και συναλλακτική.

Τα πιστωτικά ιδρύματα εντάσσονται στο πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου με δύο διαφορετικούς ρόλους συναλλακτικής δικτυακής τραπεζικής, είτε παρέχοντας τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες μέσω του διαδικτύου, είτε προσφέροντας στο κοινό τα μέσα πληρωμής που επιτρέπουν την διεξαγωγή άλλων συναλλαγών ηλεκτρονικού εμπορίου. Η παροχή υπηρεσιών πιστοποίησης μπορεί να αποτελεί τόσο αυτόνομη δραστηριότητα όσο και δραστηριότητα συνδεδεμένη με τους δύο βασικούς ρόλους συναλλακτικής δικτυακής τραπεζικής. Από αυτούς τους ρόλους διακρίνεται σαφώς η χρήση του διαδικτύου για λόγους προώθησης και διαφήμισης των προϊόντων και υπηρεσιών.

Η παρούσα μελέτη εστιάζει το ενδιαφέρον της στο παράγωγο κοινοτικό δίκαιο που ρυθμίζει:

1) την παροχή υπηρεσιών δικτυακής τραπεζικής

2) σε διασυνοριακή βάση από ένα πιστωτικό ίδρυμα, με έδρα βάση καταστατικού σε ένα κράτος μέλος της κοινότητας, σε κατοίκους άλλου κράτους μέλους, χωρίς εμπορική παρουσία στο κράτος μέλος υποδοχής.

## **ΘΕΩΡΗΣΗ ΣΤΟΧΩΝ ΚΑΙ ΠΗΓΩΝ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΙΚΟΥ ΚΟΙΝΟΤΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ**

Η διαμόρφωση του κατάλληλου ρυθμιστικού πλαισίου για την ανάπτυξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής αλλά και οι επιπτώσεις των νέων τεχνολογιών στο υφιστάμενο κανονιστικό πλαίσιο τραπεζικών δραστηριοτήτων απασχόλησε τα κοινοτικά όργανα ήδη από το 1997.

***Οι στόχοι του ευρωπαϊκού κοινοτικού πλαισίου που αφορά την άσκηση δραστηριοτήτων ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι δύο:***

1) η δημιουργία ενός συνεκτικού κανονιστικού πλαισίου που θα εξασφαλίζει την απρόσκοπτη παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής στην ενιαία αγορά, αποφεύγοντας την έγκριση εθνικών νομοθετικών αποκλίσεων.

2) η διασφάλιση της συνοχής αφ' ενός μεταξύ της νομοθεσίας περί χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και αφ' ετέρου μεταξύ της παροχής των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών on – line και των συμβατικών τρόπων παροχής τους.

Η διαμόρφωση ενός αυτοτελούς κανονιστικού πλαισίου άσκησης δραστηριοτήτων ηλεκτρονικής τραπεζικής δεν κρίθηκε αναγκαία. Η σχετικοί κανόνες είναι κατά συνέπεια διεσπαρμένοι σε πληθώρα κοινοτικών πράξεων και αρθρώνονται γύρω από τρεις θεματικούς κανόνες.

Στην πρώτη θεματική εντάσσονται οι Οδηγίες, οι διατάξεις των οποίων αφορούν στην ανάληψη και άσκηση δραστηριοτήτων ηλεκτρονικής τραπεζικής από κοινωνικά πιστωτικά ιδρύματα.

### **Πρόκειται για:**

1) την βασική τραπεζική οδηγία 2000/12/EK του ευρωπαϊκού κοινοβουλίου και του συμβουλίου σχετικά με την ανάληψη και την άσκηση δραστηριοτήτων πιστωτικών ιδρυμάτων.

2) την Οδηγία 2000/28/EK για την τροποποίηση της Οδηγίας 2000/12/EK.

3) την Οδηγία 2000/46/EK του ευρωπαϊκού κοινοβουλίου και συμβουλίου για την ανάληψη, την άσκηση και την προληπτική εποπτεία της δραστηριότητας ιδρύματος ηλεκτρονικού χρήματος.

Στην δεύτερη θεματική ενότητα εντάσσονται οι οδηγίες που περιέχονται διατάξεις συναφείς με την κοινωνία της πληροφορίας και την εξ' αποστάσεως εμπορίας χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και συγκεκριμένα:

1) η οδηγία πλαίσιο 2000/31/EK, του ευρωπαϊκού κοινοβουλίου και συμβουλίου για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου στην εσωτερική αγορά.

2) η οδηγία 1999/93/EK του ευρωπαϊκού κοινοβουλίου και του συμβουλίου, σχετικά με ένα κοινό πλαίσιο για τις ηλεκτρονικές υπογραφές.

3) η οδηγία 2002/65/EK του ευρωπαϊκού κοινοβουλίου και συμβουλίου σχετικά με την εξ' αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές.

Τέλος στην τρίτη ενότητα εντάσσονται οι κοινοτικές πράξεις που αφορούν στο κανονιστικό πλαίσιο σχετικά με την διενέργεια πληρωμών σε περιβάλλον ηλεκτρονικού εμπορίου το οποίο περιλαμβάνει:



**1)** τη σύσταση 97/489/ΕΚ, της επιτροπής σχετικά με τις συναλλαγές που γίνονται στα μέσα ηλεκτρονικής πληρωμής και ιδίως όσον αφορά τις σχέσεις μεταξύ εκδότη και κατόχου.

**2)** τον κανονισμό 2560/2001/ΕΚ, του ευρωπαϊκού κοινοβουλίου και συμβουλίου για τις διασυνοριακές πληρωμές σε ευρώ.

**3)** την απόφαση – πλαίσιο 2001/13 του συμβουλίου για την καταπολέμηση της απάτης και της πλαστογραφίας που αφορούν τα μέσα πληρωμής πλην των μετρητών.

## **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ**

Βασικά συμπεράσματα που εξάγονται από την προηγηθείσα επισκόπηση του παράγωγου ευρωπαϊκού κοινοτικού δικαίου της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι τα ακόλουθα:

- 1) η νομοθετική διάσπαση και η συνακόλουθη ανασφάλεια δικαίου.**
- 2) η απουσία ενός ολοκληρωμένου πλαισίου για την διαχείριση των μη χρηματοοικονομικής φύσης κινδύνων ηλεκτρονικής τραπεζικής.**
- 3) η ανεπάρκεια του πλαισίου για την παροχή τραπεζικών υπηρεσιών από μη πιστωτικά ιδρύματα ή την παροχή μη τραπεζικών υπηρεσιών από πιστωτικά ιδρύματα (πχ. Υπηρεσίες συγκεντρωτικής διαχείρισης τραπεζικών λογαριασμών ή καινοτομικά μέσα πληρωμών χαμηλής αξίας).**
- 4) ανυπαρξία ενός πλαισίου για την παροχή υπηρεσιών από και προς τρίτες χώρες.**

## **ΠΗΓΕΣ ΕΥΡΩΠΑΙΚΟΥ ΚΟΙΝΟΤΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ**

- 1) οδηγία 1999/93/ΕΚ του ευρωπαϊκού κοινοβουλίου και συμβουλίου σχετικά με ένα κοινό πλαίσιο για τις ηλεκτρονικές υπογραφές.**
- 2) οδηγία 2000/31/ΕΚ, του ευρωπαϊκού κοινοβουλίου και του συμβουλίου για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου στην εσωτερική αγορά.**
- 3) οδηγία 2000/46/ΕΚ, του ευρωπαϊκού κοινοβουλίου και του συμβουλίου, για την ανάληψη, την άσκηση και την προληπτική εποπτεία της δραστηριότητας ιδρύματος ηλεκτρονικού χρήματος.**
- 4) οδηγία 2000/28/ΕΚ, του ευρωπαϊκού κοινοβουλίου και του συμβουλίου σχετικά με την ανάληψη και την άσκηση δραστηριότητας πιστωτικών ιδρυμάτων.**
- 5) οδηγία 2000/12/ΕΚ, του ευρωπαϊκού κοινοβουλίου και του συμβουλίου σχετικά με την ανάληψη και την άσκηση δραστηριότητας πιστωτικών ιδρυμάτων.**
- 6) οδηγία 2002/65/ΕΚ, του ευρωπαϊκού κοινοβουλίου και του συμβουλίου σχετικά με την εξ' αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές.**

## **ΕΚΡΗΞΗ ΣΤΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΑΠΑΤΕΣ ΠΡΟΚΑΛΕΣΕ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ**

Μεγάλη αύξηση παρουσιάζει ο τζίρος της ηλεκτρονικής απάτης στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, εξαιτίας της οικονομικής κρίσης. Οι απολύσεις -κυρίως τραπεζικών στελεχών και στελεχών πληροφορικής- θεωρούνται από τις βασικότερες αιτίες της έξαρσης του φαινομένου, σύμφωνα με συνέδριο για το ηλεκτρονικό έγκλημα που πραγματοποιήθηκε στο Λονδίνο. Τα συστήματα των τραπεζών δέχονται καθημερινά «επιθέσεις», οι οποίες στην Ελλάδα είναι αυξημένες κατά 20% και στο εξωτερικό σχεδόν 100%, σε σύγκριση με τα επίπεδα πριν από την κρίση.

Κάθε χρόνο στην Ελλάδα πέφτουν θύματα ηλεκτρονικής απάτης περίπου 2.500 καταναλωτές με κόστος 4 εκατ. ευρώ. Φέτος τα θύματα αναμένεται να ξεπεράσουν τα 3.000 ευρώ και το κόστος να αγγίξει τα 5 δισ. ευρώ. Η έξαρση του φαινομένου άρχισε να παρατηρείται από το πρώτο εξάμηνο του 2008, όταν έπεσαν θύματα απάτης με πιστωτικές κάρτες 700 Έλληνες, έναντι 135 το αντίστοιχο εξάμηνο του 2007.

Τραπεζικά στελέχη που ασχολούνται με την ασφάλεια των συστημάτων επισημαίνουν ότι τον τελευταίο χρόνο έχουν αυξηθεί όλα τα είδη απάτης, που ξεκινούν από την κλοπή στοιχείων πιστωτικών καρτών και φτάνουν μέχρι τις ληστείες και την εξαπάτηση πελατών τραπεζών.

Η αύξηση του τζίρου της ηλεκτρονικής απάτης στην Ελλάδα οφείλεται και στην αντίστοιχη εκτίναξη των συναλλαγών μέσω καρτών και internet. Σύμφωνα με στοιχεία της **Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών** και της **ΔΙΑΣ** (Διατραπεζικά Συστήματα), ο ηλεκτρονικός τζίρος πέρυσι ανήλθε σε 290 δισ. ευρώ, όταν το 2007 ήταν στα 200 δισ. Και η τάση θα είναι αυξητική για τα επόμενα χρόνια, με ετήσιο ρυθμό που υπολογίζεται από τους ειδικούς σε 10 - 20%. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι οι συναλλαγές μέσω χρεωστικών και πιστωτικών καρτών ανήλθαν σε 11 δισ. ευρώ. Μόνο οι συναλλαγές στα ATM των τραπεζών έφτασαν τα 2,8 δισ. ευρώ και οι τραπεζικές συναλλαγές μέσω Internet τα 70 δισ. ευρώ. Το υπόλοιπο ποσό αφορά πάγιες εντολές πληρωμής, μαζικές πληρωμές μισθοδοσίας, συμψηφισμό επιταγών και πληρωμές στις εφορίες με πιστωτικές κάρτες. Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα εκτιμάται σε 1,6 με 3 δισ. ευρώ τον χρόνο. Στατιστικά, το 0,035% των συναλλαγών που γίνονται με κάρτες στην Ελλάδα αποτελεί προϊόν απάτης. Το ποσό αυτό υπολογίζεται σε 3,85 εκατ. ευρώ τον χρόνο. Εκτιμάται ότι το 0,1% όσων χρησιμοποιούν το internet για συναλλαγές έχει πέσει θύμα απάτης και ο αριθμός αυτός υπολογίζεται για την Ελλάδα γύρω στα 400 άτομα. Συνολικά θύματα κάθε είδους απάτης με ηλεκτρονικές συναλλαγές εκτιμάται ότι πέφτουν στην Ελλάδα περίπου 2.500 άτομα τον χρόνο.

Οι ελληνικές τράπεζες έχουν 1,3 εκατ. εγγεγραμμένους χρήστες στην ηλεκτρονική τραπεζική. Από αυτούς, συναλλαγές πραγματοποιούν οι 300.000 - 400.000 κάθε μήνα, ενώ κάθε χρόνο εισέρχονται στον τραπεζικό τους λογαριασμό μέσω Internet 50 εκατ. φορές.

Οι περιπτώσεις απάτης στην Ελλάδα περιορίζονται κυρίως σε συναλλαγές με πιστωτικές κάρτες ή σε ATM. Ευτυχώς μέχρι σήμερα δεν έχει υποκύψει κανένα ηλεκτρονικό σύστημα ελληνικής τράπεζας σε «επιθέσεις» και δεν έχουν υπάρξει χρηματικές απώλειες. Όπως εξηγούν τραπεζικά στελέχη, οι ελληνικές τράπεζες έχουν επενδύσει σημαντικά κεφάλαια –ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια– για την ασφάλεια όλων των συστημάτων. Ειδικά μέτρα ασφαλείας άρχισαν να λαμβάνονται εδώ και ενάμιση χρόνο, καθώς οι ειδικοί είχαν προβλέψει αύξηση των «επιθέσεων» λόγω της πιστωτικής κρίσης.

## Ηλεκτρονική Τραπεζική στην Ελλάδα

Αντιφατικά είναι τα σήματα που εκπέμπει η εγχώρια τραπεζική αγορά, όσον αφορά την υιοθέτηση του Διαδικτύου για τη διεκπεραίωση των τραπεζικών συναλλαγών. Από τη μία πλευρά ελληνικές τράπεζες κερδίζουν διακρίσεις για την υλοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (**e-banking**), και από την άλλη οι πελάτες δείχνουν να προτιμούν την υλική υπόσταση του χάρτινου χρήματος, από την άυλη του ψηφιακού.

Το «**Windows in Financial Services**» (Παράθυρα στις Οικονομικές Υπηρεσίες) είναι το περιοδικό της Microsoft για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της εταιρείας που απευθύνονται στον χρηματοπιστωτικό κλάδο. Ένα από τα πέντε βραβεία καινοτομίας που απένειμε για το 2008 σε έργα λογισμικού, ήταν στην Τράπεζα Πειραιώς για την πλατφόρμα διεθνούς ηλεκτρονικής τραπεζικής. Εξάλλου, πρόσφατη είναι η βράβευση της Euro bank από τα περιοδικά PCWorld, με το βραβείο «Άριστη Υπηρεσία», και PC Magazine, με τις διακρίσεις «Κορυφαία Επίδοση» και «Ηλεκτρονική Τράπεζα της Χρονιάς».

Παρά τις επενδύσεις των τραπεζών, του ιδιωτικού τομέα τουλάχιστον, οι πελάτες του δεν δείχνουν ανάλογη ανταπόκριση. Το Διαδίκτυο παραμένει φτωχός συγγενής των Αυτόματων Ταμειακών Μηχανών (ATM). Κι αυτό παρότι η χρήση των ATM ενέχει περισσότερους πιθανούς κινδύνους, όσον αφορά τη δυνατότητα υποκλοπής των κωδικών, και προσφέρει μικρότερη ευελιξία ως προς τη διαθεσιμότητα και το εύρος των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Μια συνοπτική εικόνα της κατάστασης της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα προκύπτει από τη συνέντευξη που έδωσε στον ειδικό ιστότοπο Capital.gr ο κ. Βασίλης Τραπεζάνογλου, σύμβουλος διοίκησης στην EFG Eurobank Ergasias, πρόεδρος της "Επιχειρηματικές Συναλλαγές" (Business Exchanges SA) και διευθύνων σύμβουλος της "η-λύσεις" (e-Solutions SA).

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρατίθενται, οι ενεργοί χρήστες των τραπεζικών εργασιών μέσω του Διαδικτύου αντιπροσωπεύουν μόλις το 5-8% των πελατών των τραπεζών. Ωστόσο, αν ληφθούν υπόψη μόνο οι συναλλαγές εκείνες που μπορούν να γίνουν τόσο από το κατάστημα όσο και από το Διαδίκτυο, προκύπτει πως το ένα τρίτο γίνεται ψηφιακά. Ο κ. Τραπεζάνογλου εντοπίζει τις αιτίες της υστέρησης που παρουσιάζει η ηλεκτρονική τραπεζική σε διαφορετικά επίπεδα. Η χαμηλή διείσδυση στο γενικό πληθυσμό των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών αντικατοπτρίζεται και στις επιχειρήσεις. Επιπλέον το μικρό, «οικογενειακό», προφίλ της άμεσης ελληνικής επιχείρησης κάνει την επένδυση στον τεχνολογικό εκσυγχρονισμό μία δύσκολη υπόθεση. Ιδιαίτερως όταν το πλήθος των τραπεζικών συναλλαγές δεν φτάνει στο κρίσιμο μέγεθος που καθιστά αναγκαίο το ποιοτικό άλμα.

Η κυριαρχία των μετρητών στα συναλλακτικά ήθη και η καθυστερημένη έναρξη της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης είναι επίσης παράγοντες που επηρέασαν αρνητικά. Αλλά μεγάλη σημασία αποδίδει το στέλεχος της Eurobank και στον τρόπο με τον οποίο οι τράπεζες προώθησαν τις νέες υπηρεσίες.

Η αποτυχία των τραπεζών να προσελκύσουν τους πελάτες τους στις ψηφιακές συναλλαγές αποδίδεται στην λανθασμένη μέθοδο πλασαρίσματος. Αντί να τονίσουν τα οφέλη από συγκεκριμένες χρήσεις και να στοχεύσουν στις πλέον ενδεδειγμένες ομάδες καταναλωτών, οι τράπεζες προέβαλαν γενικά το μέσο. Ακόμη, η προώθηση των νέων τεχνολογιών μέσα από «παραδοσιακούς» διάυλους δεν απέδωσε, καθώς οι υπάλληλοι των καταστημάτων είδαν «ανταγωνιστικά» τη νέα πλατφόρμα, ενώ δεν ήταν πάντα επαρκώς εκπαιδευμένοι.

Όσες φορές έγινε εστιασμένη προσέγγιση πελατών και τα καταστήματα είχαν εξοικειωθεί με την ηλεκτρονική τραπεζική, τα αποτελέσματα ήταν θετικά. Σημαντική είναι και η παροχή κινήτρων για τη μετάβαση στην ηλεκτρονική τραπεζική, όπου είναι προφανής η ωφέλεια από τη χρήση του Διαδικτύου (π.χ. αποστολή εμβασμάτων, μισθοδοσίες), η υπηρεσία χρησιμοποιείται εκτεταμένα. Ο κ. Τραπεζάνογλου εκτιμά πως η διάδοση της ηλεκτρονικής τραπεζικής θα επιταχυνθεί σημαντικά αν οι φορείς μαζικής εξυπηρέτησης των πολιτών (Δημόσιο, Δήμοι, Επιμελητήρια κλπ) υιοθετήσουν την ηλεκτρονική εξυπηρέτηση.

Η εξοικείωση των καταναλωτών με τις νέες τεχνολογίες θα είναι δραστικότερη μέσα από υπηρεσίες προσεκτικά σχεδιασμένες που θα υλοποιούν φιλική και αποτελεσματική διασύνδεση χρήστη (user interface).

Η εξέλιξη επιτάσσει οι τράπεζες να προσθέσουν στις ψηφιακές υπηρεσίες τους το στοιχείο της διαδραστικότητας. Μέσα από την αμφίδρομη επικοινωνία χρήστη-τράπεζας, ο πελάτης θα μπορεί να έχει βοήθεια ή πληροφορίες, τη στιγμή που το επιθυμεί, διαμέσου του κινητού τηλεφώνου ή του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

## **ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΡΟΣ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

### **A) προτάσεις που αφορούν το δίκτυο.**

1) συστηματική ενημέρωση και εκπαίδευση του προσωπικού των καταστημάτων για τα θέματα του e – banking, με στόχο την καλύτερη προώθηση των προσφερομένων υπηρεσιών και δυνατότητα απαντήσεων σε ερωτήσεις της πελατείας.

2) οι πελάτες που αξιοποιούν το e – banking απομακρύνονται από τον φυσικό χώρο του καταστήματος. Για να εξουδετερωθεί αυτό το μειονέκτημα θα πρέπει να υπάρξει ανάληψη σοβαρής δράσης από τα διευθυντικά στελέχη των τραπεζικών καταστημάτων για την διατήρηση των προσωπικών σχέσεων με την πελατεία τους, μεταφέροντάς την πλέον, όχι στην έδρα του καταστήματος, αλλά στην έδρα του πελάτη ή ακόμα και σε ουδέτερο χώρο, μέσω κάποιων δραστηριοτήτων δημοσίων σχέσεων. Επιπλέον θα ήταν χρήσιμη η δημιουργία πλαισίου κινήτρων από τις τράπεζες προς την κατεύθυνση αυτή.

3) ορισμός από κάθε τράπεζα, υπαλλήλου που θα εκπαιδεύει στελέχη της τράπεζας ειδικά σε θέματα ηλεκτρονικής τραπεζικής.

### **B) προτάσεις που αφορούν τις κεντρικές υπηρεσίες (διεύθυνση marketing, διεύθυνση ηλεκτρονικής τραπεζικής κλπ).**

#### **Κατανόηση των προβλημάτων των επιχειρηματιών**

1) μεγαλύτερη κατανόηση, καταγραφή και ερμηνεία των προβλημάτων που συναντούν οι επιχειρηματίες προκειμένου να συναλλαχθούν μέσω του internet banking.

2) καταγραφή, κατανόηση και ερμηνεία της εμπειρίας των επιχειρηματιών από τις μέχρι τώρα συναλλαγές τους μέσω internet banking.

3) ανάγκη εκτέλεσης εργασιών άμεσα, χωρίς να απαιτείται χρόνος υλοποίησης μιας ή και μισής μέρας.

4) επίλυση παρεξηγήσεων σχετικά με το internet banking κυρίως σε θέματα που αφορούν ασφάλεια περιβάλλοντος και συναλλαγών.

## **E – Banking sites**

- 1) συνεχής προστασία συναλλαγών από τους εκάστοτε hackers.
- 2) συνεχής ενημέρωση των πελατών για νέους κινδύνους και τρόπους προστασίας.
- 3) συνεχής παρακολούθηση και ανασχεδιασμός των ιστοσελίδων με πρίσμα των χρηστικότητα και την λειτουργικότητά τους για την όσο πιο φιλική επικοινωνία με τον χρήστη.

### **Τραπεζικές συναλλαγές**

- 1) δημιουργία “διατραπεζικού” internet banking με στόχο την πραγματοποίηση διατραπεζικών μεταφορών κεφαλαίων σε πραγματικό χρόνο.
- 2) ιδιαίτερη προσοχή στο κόστος μεταφοράς των χρημάτων.

### **Συνεργασία με λογιστές**

Ο ικανοποιημένος και ευχαριστημένος κλάδος των λογιστών από τις υπηρεσίες e-banking, είναι ένας από τους καλύτερους συμμάχους για την προώθηση του e-banking.

### **Υποδείξεις λογιστών**

- 1) παροχή δυνατότητας από όλες τις τράπεζες, για ταυτόχρονη υποβολή δηλώσεων περισσοτέρων του ενός πελάτη από τους λογιστές.
- 2) αποδοχή από τις υπηρεσίες του δημοσίου των αποδεικτικών στοιχείων που τυπώνονται από τον υπολογιστή για την εκπλήρωση μιας συναλλαγής ή και μιας πληρωμής.

Η νέα γενιά λύσεων ηλεκτρονικής τραπεζικής απαιτεί από τους τραπεζικούς οργανισμούς που θα ανταποκριθούν στην πρόκληση να τις υλοποιήσουν, να έχουν αποδεχθεί ότι σήμερα, βασική δεξιότητα (core competence) του κάθε οργανισμού ανεξάρτητα από κλάδο, πρέπει να αποτελεί η ικανότητα ολοκλήρωσης συστημάτων σε ένα περιβάλλον που έχει ως επίκεντρο τον πελάτη



και το πώς αυτός αντιλαμβάνεται τον κόσμο του. Ακόμη, είναι εξαιρετικά σημαντικό ν' αντιληφθούμε ότι στην εποχή του **face book** ο κάθε «**πολίτης του Διαδικτύου**» εκθέτει την προσωπική του εκδοχή για τον κόσμο σε όποιον είναι διατεθειμένος να την ακούσει. Οι τραπεζικοί οργανισμοί δεν έχουν την πολυτέλεια ν' αγνοήσουν αυτόν ή παρόμοιους τρόπους έκφρασης αλλά ούτε και να τους απαξιώσουν υπερβαίνοντας τα (ασαφή είναι η αλήθεια) όρια τους.

Το πραγματικό κέρδος από την υιοθέτηση της νέας γενιάς λύσεων ηλεκτρονικής τραπεζικής και, ως προαπαιτούμενο για την εταιρική επιβίωση και εξέλιξη, θεωρούμε ότι θα αποτελέσει βασική επιδίωξη των τραπεζικών οργανισμών που έχουν ανεπτυγμένο το ένστικτο της επιβίωσης και βασικό κίνητρο για τη νέα γενιά επενδύσεων στον χώρο της ηλεκτρονικής τραπεζικής, γιατί πλέον είναι ορατή η ενσωμάτωση του προσδιορισμού «ηλεκτρονική» στο ουσιαστικό «τραπεζική».

## **BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **ΜΕΣΩ INTERNET**

#### **ATM:**

<http://www.atm.cyta.com.cy/ero.htm>

<http://www.aspisbank.gr/article/greek/308/463/index.htm>

#### **EFT – POS**

[http://www.msmpart.aueb.gr/diss\\_seira\\_1/Podiwtis.ppt](http://www.msmpart.aueb.gr/diss_seira_1/Podiwtis.ppt)

<http://www.altius-it.gr/>

[http://www.dias.com.gr/dias/content/main.asp?ci\\_id=27&menu=2](http://www.dias.com.gr/dias/content/main.asp?ci_id=27&menu=2)

#### **INTERNET BANKING**

<https://ebanking.bankofcyprus.gr/ps/ps/?cmd=login&languageCd=GRK>

<http://www.knowhow.gr/?p=841>

[http://www.aboutconcept.net/karamanolis\\_giorgos](http://www.aboutconcept.net/karamanolis_giorgos)

<http://www.capital.gr/news.asp?Details=494962> Β. Τραπεζάνογλου

<http://dspace.lib.uom.gr/handle/2159/1415>

[http://tovima.dolnet.gr/print\\_article.php?e=B&f=13156&m=E05&aa=1](http://tovima.dolnet.gr/print_article.php?e=B&f=13156&m=E05&aa=1)

site Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

## **BIBΛΙΑ**

### **ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ – INTERNET BANKING**

[http://www.msmpart.aueb.gr/diss\\_seira\\_1/Podiwtis.ppt](http://www.msmpart.aueb.gr/diss_seira_1/Podiwtis.ppt)

Α.Τσάμη, Σ.Συρμακέζη, Δ.Γεωργοπούλου, Π.Καρέκλη

### **BIBΛΙΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ**

Αριστέα Συναγιώτη – Μαρούδη (καθηγήτρια εμπορικού δικαίου πανεπιστημίου Πειραιά) «**ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ**»

Ιωάννης Φαρσαρώτας (οικονομολόγος – νομικός)

Γιαννακόπουλος Διονύσιος –Πολλαλής Γιάννης “**ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ**”