



Α.Τ.Ε.Ι. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

ΤΟ E-BANKING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 2007-2012

ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ MILLENNIUM BANK



ΥΠΟ: ΧΑΤΖΗ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Γ.Β. ΠΑΠΑΔΙΟΔΩΡΟΥ

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2012

Η Οικονομία δεν έχει να κάνει με την εξοικονόμηση χρημάτων αλλά με το πώς να ξοδεύονται χρήματα με σοφό τρόπο.

Τόμας Χάξλεϋ (1825-1895 , Βρετανός βιολόγος)

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ(e-banking).....	8
1.1 Ορισμός της ηλεκτρονικής τραπεζικής.....	8
1.2 Ιστορική αναδρομή.....	9
1.3 Διακρίσεις και τύποι.....	11
1.3.1 Διακρίσεις.....	11
1.3.2 Τύποι.....	11
1.3.2.1 PC Banking.....	11
1.3.2.2 Internet ή Online Banking.....	12
1.3.2.3 Mobile Banking.....	12
1.3.2.4 Phone Banking.....	13
1.4 Εξέλιξη και Προοπτική.....	14
1.5 Υπεροχή Internet Banking έναντι Ταμείου και ΑΤΜ.....	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο:	
2.1 Προσφερόμενες Υπηρεσίες.....	18
2.1.1 Μεταφορές εντός τράπεζας.....	21
2.1.2 Πληρωμές Δανείων.....	22
2.1.3 Πληρωμές Πιστωτικών Καρτών.....	22
2.1.4 Πληρωμές Δημοσίου.....	22
2.1.5 ΦΠΑ.....	23
2.1.6 Πληρωμή ΟΤΕ.....	23
2.1.7 Πληροφορίες Λογαριασμών.....	24
2.1.8 Παροχή Κινήσεων Λογαριασμού.....	24

2.2 Στόχοι της ηλεκτρονικής τραπεζικής.....	25
2.2.1 Στόχοι της τράπεζας.....	25
2.2.2 Στόχοι των πελατών.....	26
2.3 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα... ..	27
2.3.1 Πλεονεκτήματα.....	27
2.3.2 Μειονεκτήματα.....	30

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο:

3.1 Κίνδυνοι.....	34
3.2 Ασφάλεια.....	37
3.2.1 Βοηθήματα Ασφάλειας.....	42
3.3 Νομοθεσία.....	44
3.3.1 Νομικό Πλαίσιο για το ελληνικό e-banking.....	45
3.3.2 Ευρωπαϊκή Νομοθεσία.....	46
3.3.3 Το πλαίσιο διοικητικού ελέγχου της ηλεκτρονικής τραπεζικής.....	47

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο:

4.1 Το e-banking στην Ελλάδα.....	50
4.2 Σύγκριση διείσδυσης του e-banking στην Ελλάδα με άλλες χώρες.....	58
4.2.1 Η Ηλεκτρονική Τραπεζική στην Ευρώπη.....	60
4.2.2 Καμπύλη Καινοτομίας.....	64

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο: MILLENNIUM BANK

5.1 Οφέλη από την χρήση του e-banking της Millennium Bank.....	72
5.2 Εγγραφή.....	73

5.3 Οι υπηρεσίες του e-banking.....	75
5.4 Κόστος τραπεζικών συναλλαγών.....	77
5.5 Όριο τραπεζικών συναλλαγών.....	78
5.6 Οι τεχνικές προδιαγραφές για την χρήση της υπηρεσίας του e-banking.....	79
5.7 Ασφάλεια της υπηρεσίας του e-banking.....	79
5.8 Κωδικοί ασφάλειας.....	80
5.9 Σύνδεση.....	81
5.10 Περιγραφή βασικών συναλλαγών ιδιωτών μέσω e-banking.....	84
5.10.1 Πληρωμή του ΦΠΑ/ΙΚΑ/ΟΑΕΕ/ΦΕΦΠ μέσω e-banking.....	84
5.10.2 Παλαιότερα αντίγραφα κινήσεων των λογαριασμών	85
5.10.3 Μέγιστος αριθμός παλαιότερων κινήσεων – συναλλαγών που μπορεί να δει ο πελάτης μέσω e-banking.....	85
5.10.4 Χρήση των ηλεκτρονικών αποδείξεων.....	85
5.10.5 Πραγματοποίηση συναλλαγών.....	86
5.10.6 Ακύρωση μιας μεταφοράς εκτός Millennium Bank.....	86
5.10.7 Ενημέρωση για το χαρτοφυλάκιο μέσω e-banking.....	86
5.10.8 Συναλλαγές μετοχών.....	86
5.10.9 Εμφάνιση των τιμών των μετοχών on-line και real-time.....	87
5.10.10 Συμμετοχή σε δημόσια εγγραφή μέσω e-banking.....	87
5.10.11 Κατάσταση μιας χρηματιστηριακής εντολής.....	88
5.10.12 Ακύρωση μιας εντολής που έχει δοθεί.....	88
5.10.13 Επενδύσεις.....	88
5.10.14 Ώρες πραγματοποίησης επενδυτικών συναλλαγών.....	89

5.10.15 Παρακολούθηση διαμόρφωσης του χαρτοφυλακίου μετά την
διαβίβαση χρηματιστηριακών εντολών.....89

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....90

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....91

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η καταλυτική παρουσία των νέων τεχνολογιών στην οικονομική ζωή έχει αντίκτυπο και στην τραπεζικό χώρο, με την μορφή της ηλεκτρονικής τραπεζικής, μια έννοια που δεν μπορεί να κατανοηθεί από τους καθημερινούς ανθρώπους αν είναι για τους ίδιους «αρωγός» ή «εχθρός».

Ηλεκτρονική μεταφορά κεφαλαίων, τηλεαγορές, κυβερνοχώρος είναι όροι με τους οποίους ο κάθε άνθρωπος βρίσκεται καθημερινά αντιμέτωπος, κατά την συναλλαγή των οικονομικών του εργασιών. Σκοπός αυτής της εργασίας είναι να παρουσιάσει με αντικειμενική ματιά το «περιβάλλον» της ηλεκτρονικής τραπεζικής και αφού αναλυθούν διεξοδικά τα υπέρ και τα κατά να εκβάλλει σε ένα συμπέρασμα φιλικό προς τον καταναλωτή αλλά και συμφέρον για τα πιστωτικά ιδρύματα.

Η εργασία αποτελείται από πέντε κεφάλαια. Το πρώτο κεφάλαιο προϋδεάζει τον αναγνώστη με την ακριβή έννοια της «ηλεκτρονικής τραπεζικής e-banking», για πιο ολοκληρωμένη εικόνα παρουσιάζεται το «ταξίδι» που έκανε το e-banking για να εξελιχθεί μέχρι και σήμερα, ακόμη προβάλλονται οι διακρίσεις και οι τύποι του.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύονται οι υπηρεσίες που μπορεί ο κάθε πελάτης να απολάβει από την ηλεκτρονική τραπεζική, αλλά και η εξέλιξη της και μπορεί ο αναγνώστης να «ρίξει» μια ματιά στο μέλλον και στις προοπτικές που ετοιμάζονται. Επιπροσθέτως, ξετυλίγονται τα μειονεκτήματα και τα πλεονεκτήματα και ξεκαθαρίζεται το e-banking σαν έννοια που ενυπάρχει στην ζωή του καταναλωτή.

Στο τρίτο κεφάλαιο αναπτύσσονται οι κίνδυνοι που προέρχονται από την χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, όμως παρουσιάζονται σαν βοήθημα και πολλές ευκαιρίες προστασίας και ασφάλειας ώστε να μην γίνει παγίδα για τον καταναλωτή. Σε αυτό το σημείο κρίθηκε σημαντικό να παρουσιαστεί η νομοθεσία γύρω από την ηλεκτρονική τραπεζική, όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά και γενικότερα στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Στο τέταρτο κεφάλαιο αναπτύσσονται οι συγκρίσεις του e-banking στην Ελλάδα με άλλες χώρες. Το συγκεκριμένο κεφάλαιο εκθέτει την αποδοχή του e-banking από τα ελληνικά και όχι μόνο νοικοκυριά. Παράλληλα, μπορεί ο αναγνώστης να δει ένα κατατοπιστικό σχεδιάγραμμα που δείχνει την διάδοση του e-banking ανά την Ευρώπη. Πέραν αυτού εκφράζονται οι λόγοι που δεν υπάρχει ευρεία εξάπλωση στην Ελλάδα.

Εν κατακλείδι, στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο παρουσιάζεται το e-banking της MillenniumBank, που είναι η μοναδική τράπεζα στην Ελλάδα που ξεκίνησε τη λειτουργία της παρέχοντας συγχρόνως τη δυνατότητα εκτέλεσης συναλλαγών μέσω διαδικτύου. Έχοντας την βάση της στην Πορτογαλία συνεχώς εξελίσσεται και προλαβαίνει τις επιθυμίες των πελατών της δημιουργώντας υγιή ανταγωνισμό.

Κεφάλαιο 1^ο

Ηλεκτρονική Τραπεζική (e-banking)

1.1 Ορισμός της ηλεκτρονικής τραπεζικής

Ο διεθνής όρος **Internet Banking** αποδίδεται στην ελληνική ως **διαδικτυακή Τράπεζα**, όμως συχνά χρησιμοποιείται ισοδύναμα ο όρος Ηλεκτρονική Τράπεζα ή e-Banking. Παρά το ότι δε γίνεται διάκριση μεταξύ των όρων Internet Banking και e-Banking, ο ένας αποτελεί ειδικότερη κατηγορία του άλλου. Πιο συγκεκριμένα με τον όρο Ηλεκτρονική Τράπεζα (e-Banking) εννοούμε όλες εκείνες τις υπηρεσίες που παρέχουν οι τράπεζες χωρίς να χρειάζεται να εμφανιστεί ο πελάτης στο υποκατάστημα τους (Λαζακίδου Α., Λαζακίδου Γ., 2004, σελ.183).

Σε παρόμοιο μοτίβο θα μπορούσαμε να ορίσουμε την ηλεκτρονική τράπεζα ως την αυτοματοποιημένη παροχή νέων και παραδοσιακών προϊόντων και υπηρεσιών χρηματοοικονομικής φύσης, απευθείας στους πελάτες μέσω ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας (Ramirez Carl, Electronic Banking, Diane Publishing Co., 1998).

Ειδικότερα, σύμφωνα με την Ένωση Ελληνικών Τραπεζών ως ηλεκτρονική τραπεζική θεωρείται «οποιαδήποτε εμπορική συναλλαγή που πραγματοποιείται μεταξύ της τράπεζας και των πελατών της διαμέσου ηλεκτρονικών υπηρεσιών και ενθαρρύνει στην πώληση τραπεζικών υπηρεσιών/προϊόντων» (Α.Σινανιώτη-Μαρούδη, Ι. Φαρσαρώτας, 2005, σελ.140).

Επιπροσθέτως, θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως η ικανότητα ενός συνδρομητή του Internet να έχει πλήρη πρόσβαση στο τραπεζικό σύστημα με αποτέλεσμα να διαλέγει και να χρησιμοποιεί προϊόντα και υπηρεσίες διαμέσου του Internet όπως θα έκανε εάν βρισκόταν σε κάποιο υποκατάστημα τράπεζας. Η ανάπτυξη υπηρεσιών e-banking από τις τράπεζες στοχεύει στην προσφορά ενός ακόμη τρόπου εξυπηρέτησης των πελατών χωρίς χρονικούς και χωροταξικούς περιορισμούς. (Αγγελής Β., 2005, σελ.25).

1.2. Ιστορική αναδρομή

Για να είναι κατανοητή η εξέλιξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι πρόπον να γίνει μια περίληψη της δημιουργίας του διαδικτύου.

Η έννοια του Internet ξεκίνησε στα τέλη της δεκαετίας του '60, όταν ο οργανισμός ARPA (Advanced Research Projects Agency) στις ΗΠΑ, προσανατολισμένος σε ερευνητικά προγράμματα, ξεκίνησε μια δραστηριότητα σχετική με τα δίκτυα, δημιουργώντας το ARPAnet το οποίο αποτέλεσε προοίμιο του Internet. Σταθμός στην ιστορία του διαδικτύου αποτελεί το έτος 1993 όπου και κατασκευάστηκε ο παγκόσμιος ιστός (World Wide Web) στο CERN της Ελβετίας. Ο παγκόσμιος ιστός συνέβαλε στη δημιουργία μιας ευρύτερης και πιο εύκολα προσβάσιμης υποδομής. Το 1994 ανακαλύφθηκε ο Netscape Navigator, ο πρώτος περιηγητής του διαδικτύου (browser), που εξασφάλιζε πλέον την περιήγηση στο Internet σε οποιονδήποτε διέθετε έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή και ένα modem. (<http://www2.uth.gr>, Η ιστορία του Internet).

Όσο αφορά το Internet Banking η ιστορία του ξεκινά στα τέλη της δεκαετίας του '80 όταν οι μεγαλύτερες τράπεζες των ΗΠΑ εισήγαγαν την έννοια του Home Banking. Με το Home Banking οι τράπεζες έδιναν τη δυνατότητα στους πελάτες τους να πραγματοποιούν τις βασικές τραπεζικές τους συναλλαγές από το σπίτι μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή χωρίς να χρειάζεται να παρευρεθούν στο τραπεζικό κατάστημα. Οι τράπεζες έχοντας αναπτύξει τα κατάλληλα δίκτυα και προσφέροντας στους πελάτες τους δωρεάν λογισμικό, στόχευαν να εξαπλωθεί η καινούργια αυτή υπηρεσία στους απαιτητικούς και εύπορους πελάτες. Ο κύκλος ζωής του Home Banking ήταν σύντομος καθώς στα μέσα της δεκαετίας του '90 επικράτησε το Internet Banking, του οποίου το πλεονέκτημα του σε σχέση με τον προκάτοχο του ήταν το γεγονός ότι οι τράπεζες δεν χρειαζόταν να συντηρούν ιδιωτικά δίκτυα τα οποία είχαν σαν αποτέλεσμα μεγάλο κόστος. Επιπλέον ούτε οι πελάτες χρειαζόταν να έχουν ιδιαίτερο λογισμικό ώστε να έχουν πρόσβαση στο σύστημα της τράπεζας.

Ωστόσο, η έλλειψη των χρηστών του Διαδικτύου, καθώς και οι δαπάνες που συνδέονται με τη χρήση online τραπεζικών συναλλαγών δημιουργεί καχεκτική ανάπτυξη. Η έκρηξη στο Διαδίκτυο στα τέλη της δεκαετίας του 1990 έκανε τους

ανθρώπους πιο άνετους με την πραγματοποίηση συναλλαγών μέσω του διαδικτύου. (<http://www.ehow.com>, The History of E-Banking, by Bob Batchelor).

Το 1995 η αμερικανική Wells Fargo ήταν η πρώτη τράπεζα η οποία έδωσε στους πελάτες της τη δυνατότητα on line πρόσβασης στους τραπεζικούς λογαριασμούς. Τον Οκτώβριο του 1995 ιδρύθηκε στις ΗΠΑ η πρώτη γνήσια διαδικτυακή τράπεζα, η Security First Network Bank. Μέχρι το 2000, το 80 τοις εκατό των αμερικανικών τραπεζών πλέον προσφέρει υπηρεσίες e-banking. Η χρήση από τους πελάτες αυξήθηκε αργά. Στην Bank of America, για παράδειγμα, χρειάστηκαν 10 χρόνια για να αποκτήσουν 2 εκατομμύρια πελάτες e banking. Τον Οκτώβριο του 2001, η Bank of America καταφέρνει το ρεκόρ των 3.100.000 ηλεκτρονικών λογαριασμών, συνολικού ύψους πάνω από 1 δισ. δολάρια. Το 2009, μια έκθεση από την Gartner Group(η κορυφαία ερευνητική και συμβουλευτική εταιρία παγκοσμίως) εκτιμά ότι το 47 τοις εκατό των ενηλίκων στις ΗΠΑ και το 30 τοις εκατό στο Ηνωμένο Βασίλειο χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Στην Μεγάλη Βρετανία η πρώτη τράπεζα που παρείχε υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής ήταν η NBS (Nottingham Building Society) το 1983. Ο χρήστης μπορούσε να δει κινήσεις τραπεζικών λογαριασμών, να μεταφέρει χρήματα μεταξύ τραπεζικών λογαριασμών στην ίδια ή σε άλλη τράπεζα και να πληρώσει λογαριασμούς. Η εκτέλεση δεν γινόταν όμως ούτε με αυτόματο τρόπο ούτε σε πραγματικό χρόνο.(<http://www.buzzle.com>, Brief History of Internet Banking).

Στην Ελλάδα η πρώτη εφαρμογή του Internet Banking παρουσιάστηκε το Φεβρουάριο του 1998. Την καινοτομία αυτή εισήγαγε η Εγνατία Τράπεζα παρουσιάζοντας την ολοκληρωμένη υπηρεσία Web Teller μέσω της οποίας οι καταναλωτές είχαν τη δυνατότητα να διεκπεραιώνουν τις τραπεζικές τους συναλλαγές μέσω του Internet. (Αγγέλης Β., 2005, σελ.53)

Οι online τραπεζικές υπηρεσίες γίνονται όλο και πιο διαδεδομένες, λόγω των πολύ ανεπτυγμένων συστημάτων. Αν και υπάρχουν πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των ηλεκτρονικών μετρητών, έχει γίνει μια επανάσταση που είναι η ενίσχυση του τραπεζικού τομέα.

Οι πελάτες που χρησιμοποιούν το e-banking τείνουν να είναι πιο αποδοτικοί, πιστοί και πρόθυμοι να παραπέμψουν στην τράπεζά τους φίλους και μέλη της οικογένειά τους.

1.3 Τύποι και διακρίσεις

1.3.1 Διακρίσεις

Η ηλεκτρονική τραπεζική διακρίνεται σε λιανική ηλεκτρονική τραπεζική και σε χονδρική ηλεκτρονική τραπεζική με βάση τις παρεχόμενες υπηρεσίες, οι οποίες αν απευθύνονται σε ιδιώτες μιλάμε για την πρώτη κατηγορία, ενώ αν απευθύνονται σε επιχειρήσεις αναφερόμαστε στην δεύτερη. (Α. Σινανιώτη-Μαρούδη, Ι. Φαρσαρώτας, 2005, σελ. 183).

Table 1: Common E-Banking Services

Retail Services	Wholesale Services
Account management	Account management
Bill payment and presentment	Cash management
New account opening	Small business loan applications, approvals, or advances
Consumer wire transfers	
Investment/Brokerage services	Commercial wire transfers
Loan application and approval	Business-to-business payments
Account aggregation	Employee benefits/pension administration

Πίνακας 1:Κυριότερες υπηρεσίες E-banking (Πηγή: IT Examination Booklet,Federal Financial Institutions Examination Council)

1.3.2. Τύποι

1.3.2.1. Το PC Banking

Το PC banking είναι μια μορφή ηλεκτρονικής τραπεζικής η οποία δίνει στους πελάτες τη δυνατότητα να εκτελούν τραπεζικές συναλλαγές από έναν υπολογιστή μέσω ενός modem. Στις περισσότερες περιπτώσεις, η τράπεζα προσφέρει στον πελάτη ένα

χρηματοοικονομικό πρόγραμμα λογισμικού το οποίο του επιτρέπει να ολοκληρώνει οικονομικές συναλλαγές από τον υπολογιστή του σπιτιού του.

1.3.2.2. Το Internet ή Online Banking

Το Internet banking, το οποίο συχνά ονομάζεται και online banking, χρησιμοποιεί το Internet ως μέσο διεξαγωγής τραπεζικών δραστηριοτήτων. Για να μπορέσει ένας χρήστης να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες e-banking πρέπει να διαθέτει ηλεκτρονικό υπολογιστή και να έχει σύνδεση στο διαδίκτυο. Ωστόσο σε ορισμένες περιπτώσεις απαιτούνται περισσότερες συσκευές ασφαλείας όπως εγκατάσταση ειδικού λογισμικού ασφαλείας ή ψηφιακό πιστοποιητικό.

Ο πελάτης μιας τράπεζας, μέσω του Internet banking, έχει τη δυνατότητα να εκτελεί, σχεδόν όλες τις τραπεζικές συναλλαγές και να λαμβάνει την πληροφόρηση που επιθυμεί. Μεγάλη επένδυση γίνεται και στο θέμα της ασφάλειας που είναι ιδιαίτερα κρίσιμο για την αξιοπιστία των ηλεκτρονικών τραπεζικών συστημάτων.

1.3.2.3. Το Mobile Banking

Ένας τομέας του e-banking που είναι σε καλό δρόμο και εξελίσσεται είναι αυτός του Mobile Banking, με τον οποίο είναι πλέον δυνατή η επικοινωνία μέσω κινητού τηλεφώνου με την μορφή γραπτών μηνυμάτων και τεχνολογίας WAP του φυσικού ή νομικού προσώπου με την τράπεζα. Παρέχονται με αυτόν τον τρόπο όλες οι προβλεπόμενες από την ηλεκτρονική τραπεζική υπηρεσίες.

Με την μέθοδο Micro-bank είναι δυνατή η οπτικοακουστική επικοινωνία με χρήση της τεχνολογίας Video-Conference.

Το Mobile banking παρά τα πλεονεκτήματα, τις ευκολίες και την ευχρηστία του, δεν έχει καταφέρει ακόμη να πείσει το ελληνικό καταναλωτικό κοινό και συνεπώς δεν έχει εδραιωθεί ακόμα σε σχέση με το internet και το phone banking. Αν λάβουμε υπόψη όμως την ανάπτυξη της κινητής τηλεφωνίας στην εγχώρια αγορά, τότε το Mobile banking έχει όλες τις δυνατότητες να αποτελέσει στο άμεσο μέλλον ένα ευρέως χρησιμοποιούμενο δίκτυο πραγματοποίησης ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Μεγάλη σημασία δίνεται επίσης σε ότι αφορά το Mobile banking στην ασφάλεια των συναλλαγών και στην πιστοποίηση του χρήστη.

1.3.2.4. Το phone banking

Ένα νέο στοιχείο στον χώρο της ηλεκτρονικής τραπεζικής τηλεξυπηρέτησης είναι η προσφορά των υπηρεσιών της τράπεζας μέσω τηλεφώνου. Οι τραπεζικές συναλλαγές μπορούν να γίνουν από όποιο μέρος βρίσκεται ο πελάτης, ακόμη και στο εξωτερικό με ένα μόνο τηλεφώνημα.

Επιπροσθέτως, υπάρχει ενημέρωση με τηλεομοιοτυπικό μήνυμα για τους τραπεζικούς λογαριασμούς, το χαρτοφυλάκιο των μετοχών, τους δείκτες και τις τιμές του χρηματιστηρίου, καθώς και για παραγγελία του καρνέ των επιταγών του πελάτη.

Η σύνδεση με την τράπεζα είναι εύκολη και γίνεται ακολουθώντας απλές οδηγίες μέσω του τηλεφώνου ή tone pad(συσκευή ηχητικών τόνων).

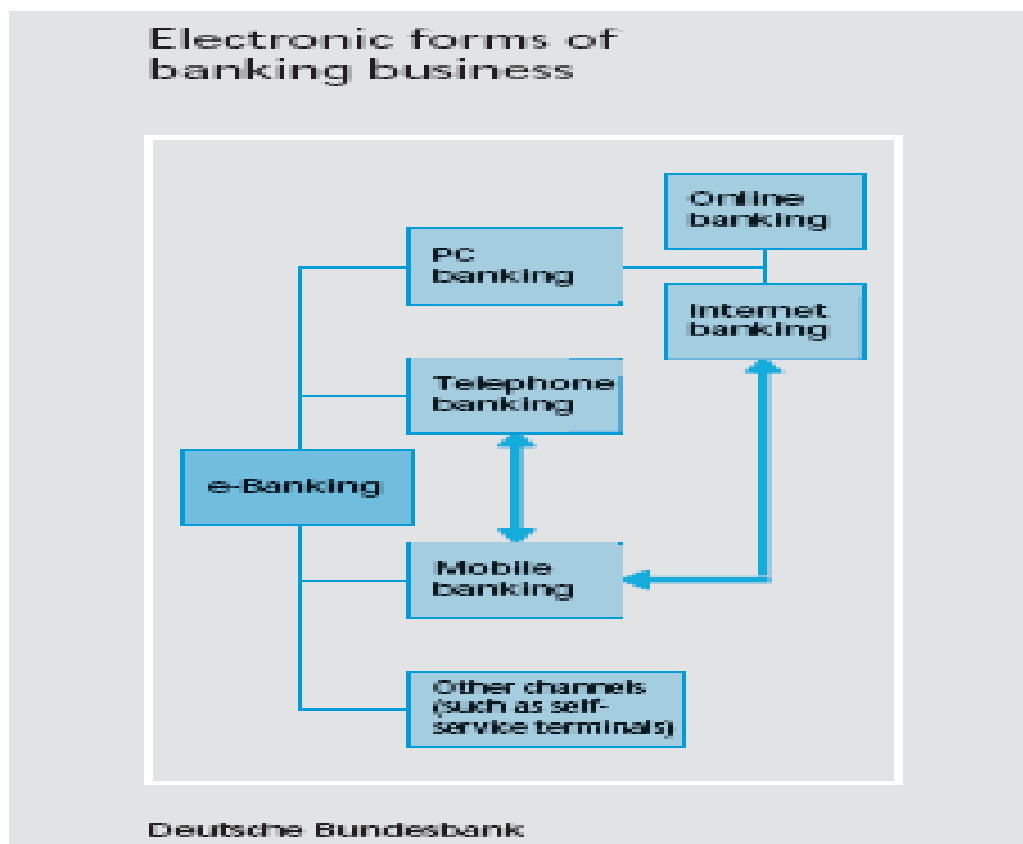
Οι υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω phone banking χωρίζονται σε δύο κατηγορίες:

- αυτές που διεκπεραιώνονται από πράκτορες (agents) τηλεφωνικού κέντρου και
- αυτές που διεκπεραιώνονται αυτόματα μέσω συστημάτων αναγνώρισης φωνής(IVR)

Το phone banking, δίνει τη δυνατότητα στον πελάτη μίας τράπεζας, να έχει στη διάθεση του, σχεδόν όλες τις συναλλαγές που έχει και μέσω Internet banking. (Α.Σινανιώτη-Μαρούδη, Ι. Φαρσαρώτας, 2005, σελ.144-146).

Παρακάτω παρατίθεται ο πίνακας.

Διάγραμμα 1: Μορφές E-Banking



(Πηγή : *Deutsche Bundesbank*, Monthly Report, December 2000, "Electronic banking from a prudential supervisory perspective").

1.4 Εξέλιξη και Προοπτική

Η εξέλιξη της τραπεζικής τα τελευταία σαράντα χρόνια, οφείλεται κατά κύριο λόγο στα μέσα διανομής των τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών και λιγότερο στα είδη των προϊόντων που προσφέρουν οι τράπεζες. Οι τράπεζες για να αντιμετωπίσουν αυτές τις εξελίξεις, υιοθέτησαν τη «διαδικτυακή τραπεζική» ως αναπόσπαστο κομμάτι της αναπτυξιακής τους στρατηγικής.

Οι προοπτικές του internet banking, της ηλεκτρονικής τραπεζικής, είναι αρκετά καλές και θα γίνουν ολοένα καλύτερες, καθώς η καταναλωτική συμπεριφορά, ο σύγχρονος τρόπος ζωής, αλλά και οι επιδιώξεις των τραπεζών για μείωση του λειτουργικού κόστους και παροχή καλύτερης εξυπηρέτησης στον πελάτη θα εντείνονται.

Ήδη οι ενδείξεις είναι θετικές, οι αλλαγές στην καταναλωτική συμπεριφορά πραγματοποιούνται προς αυτήν την κατεύθυνση, έστω και με μικρότερους ρυθμούς στην Ελλάδα, και οι τράπεζες έχουν επενδύσει και συνεχίζουν να επενδύουν στα ηλεκτρονικά κανάλια.

Για να γίνουν ακόμα θετικότερες και να υπάρξει πραγματικό αμοιβαίο όφελος και για τις δύο πλευρές, οι βασικές προϋποθέσεις είναι δύο:

1. Οι τράπεζες να κατανοήσουν, να αξιολογήσουν και να ελέγξουν το νέο πολυκαναλικό σύστημα διανομής, εντάσσοντάς το στη συνολική στρατηγική μάρκετινγκ, ώστε να κατανεμηθούν σωστά οι πόροι και να υπάρξει δέσμευση για το σκοπό αυτό.

Παράλληλα, να αξιοποιηθούν επιχειρηματικά τα σύγχρονα πληροφοριακά συστήματα διαχείρισης σχέσεων με τους πελάτες, ώστε να είναι εφικτός ο συνδυασμός υψηλού επιπέδου προσωποποιημένης εξυπηρέτησης και μέγιστου επιχειρηματικού οφέλους.

2. Η διάχυση των νέων τεχνολογιών να γίνει με γρηγορότερους ρυθμούς στην ελληνική αγορά και να δημιουργηθεί ένα κλίμα αξιοπιστίας και εμπιστοσύνης προς αυτά. (Κ. Γιαννακοπούλου-Ν. Κυρέζης «Εκτιμήσεις και προτάσεις για το μέλλον του Internet Banking», Γ' τρίμηνο 2003)

Το μέλλον του e-banking, αλλά και των εναλλακτικών καναλιών στο σύνολο τους, είναι η πλήρης ενσωμάτωση τους με την έννοια της τραπεζικής εξυπηρέτησης. Όπως ακριβώς η κάρτα ανάληψης θεωρείται σήμερα αναπόσπαστο κομμάτι της σχέσης τράπεζας-πελάτη, έτσι αναμένεται να συμβεί και με το e-banking. Μπορεί αυτή τη στιγμή κάθε κανάλι διανομής να εξυπηρετεί διαφορετικές ανάγκες, λειτουργώντας συμπληρωματικά, με την περαιτέρω εξέλιξη της τεχνολογίας όμως όλα αυτά τα διαφορετικά δίκτυα εξυπηρέτησης στη συνείδηση του καταναλωτή θα γίνουν ένα(μια ενιαία οντότητα).

Για να συμβεί αυτό πρέπει να συνεχίσουν να ωριμάζουν οι τεχνολογίες και να εξοικειώνεται το κοινό με τη χρήση τους. Όσο η διείσδυση του Internet θα αυξάνεται και οι τεχνολογίες των διαφορετικών μέσων συναλλαγών θα συγκλίνουν (κινητή

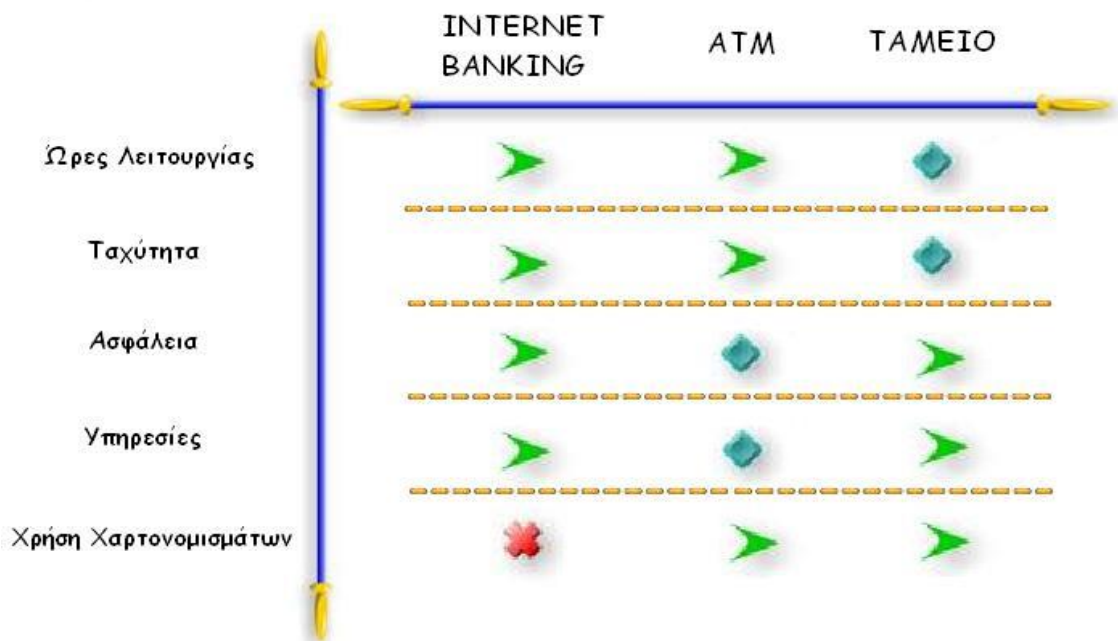
τηλεφωνία, Internet, PDA, ATM, τηλεόραση), τόσο οι έλληνες χρήστες θα εξοικειώνονται με τις εφαρμογές τους, μεταξύ των οποίων είναι και η υπηρεσία ηλεκτρονικής τραπεζικής. Η εμφάνιση των πρώτων κινητών τηλεφώνων που λειτουργούν σαν μικροί υπολογιστές, τα PDA που συνδέονται πλέον ασύρματα στο Internet και τα πρώτα ATM που χρησιμοποιούν περιβάλλον Internet, είναι η έμπρακτη απόδειξη της σύγκλισης των μέσων. Είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικό επίσης ότι η διείσδυση των νέων τεχνολογιών στην ελληνική αγορά, και δη του e-banking, ακολουθεί μια συνεχώς αυξανόμενη πορεία, γεγονός άμεσα συνυφασμένο με την ταχέως αυξητική πορεία χρήσης του Internet. Παρατηρώντας την εξέλιξη των e-banking χρηστών σε βάθος χρόνου, αποδεικνύεται πως το κανάλι κερδίζει σταδιακά την εμπιστοσύνη τους, κάνουν όλο και περισσότερες συναλλαγές μέσα από αυτό και αρχίζουν να το θεωρούν πλέον απαραίτητο μέρος της τραπεζικής σχέσης.(Δ. Μαυρογιάννης «Εκτιμήσεις και προτάσεις για το μέλλον του Internet Banking», Γ' τρίμηνο 2003)

Παρά το γενικότερο αρνητικό περιβάλλον, αναμένεται ότι η ηλεκτρονική τραπεζική θα συνεχίσει να αναπτύσσεται. Με την πάροδο του χρόνου θα γίνεται όλο και πιο σημαντική, όλο και πιο απαραίτητη. Και αυτό, διότι εκτός του ότι η εξυπηρέτηση στον πελάτη παρέχεται άμεσα, προσφέρει ευκολία, άνεση, και μείωση κόστους. Επίσης, είναι ασφαλής και βέβαια αποτελεσματική. Οι καθημερινές συναλλαγές του πελάτη μπορούν να γίνουν από το κινητό, από τον ηλεκτρονικό υπολογιστή στο γραφείο, μέσω τηλεφώνου από την άνεση του σπιτιού, από την Κύπρο ή το εξωτερικό, μέρα ή νύκτα κ.ο.κ. Θα πρέπει να αναμένουμε ότι η ηλεκτρονική τραπεζική θα συνεχίσει να παρουσιάζει νέες υπηρεσίες, να βελτιώνει τις υφιστάμενες, να προσφέρει εξειδικευμένα εργαλεία σε διάφορες πελατειακές ομάδες, όπως είναι οι μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις, κλπ. (συνέντευξη από τον Επικεφαλή Λιανικής Τραπεζικής κ. Σάββα Θαλασσινό. <http://www.piraeusbank.com.cy>)

1.5 Υπεροχή Internet Banking έναντι Ταμείου και ATM

Παρόλο που με το Internet Banking ο πελάτης μπορεί να προβεί σε οποιαδήποτε συναλλαγή εκτός από συναλλαγές που υπάρχουν στη μέση χαρτονομίσματα και νομίσματα, η δουλειά του ταμείου δεν μπορεί ακόμη να αντικατασταθεί πλήρως. Όπως υποστηρίζουν οι ειδικοί, τα ταμεία των τραπεζών θα συνεχίσουν να έχουν ακριβώς τον ίδιο χαρακτήρα για τουλάχιστον άλλα δέκα χρόνια.

Το Internet Banking είναι μια επέκταση των ATM, είναι ένα “οικιακό ATM”. Δουλεύει με πανομοιότυπο τρόπο αλλά προσφέρει ένα πιο φιλικό περιβάλλον στον χρήστη. Το μόνο σημείο που υστερεί είναι και πάλι η φυσική του αδυναμία, δηλαδή η μη χρήση πραγματικών λεφτών. (www.in.gr/ram, τεύχος 172, Σεπτέμβριος 2003)



Κεφάλαιο 2^ο

2.1 Προσφερόμενες υπηρεσίες

Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής αυξάνονται συνεχώς σε ποικιλία και ευελιξία. Στόχος όλων των τραπεζών που έχουν επενδύσει στο internet banking είναι να αποκτήσουν ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, προσφέροντας μακροχρόνια και αποτελεσματικά το σύνολο των προϊόντων και υπηρεσιών τους μέσω διαδικτύου συνυφασμένη με τη μέγιστη δυνατή ασφάλεια στο πελάτη-χρήστη(Δελτίο Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών, Γ΄ Τριμ. 2003).

Παράλληλα, ο παράγοντας που θα επηρεάσει ίσως στο μεγαλύτερο βαθμό την αφοσίωση των πελατών σε αυτές τις υπηρεσίες είναι η διαθεσιμότητα πληροφοριών και η ευκολία πρόσβασης σε ανταγωνιστικές υπηρεσίες άλλων παροχέων τραπεζικών υπηρεσιών, χωρίς τους περιορισμούς που θέτει η χωροδιάταξη. Αυτή η εξέλιξη δίνει αναμφίβολα την ευκαιρία στους πελάτες να επιλέγουν από που θα προμηθευτούν το κάθε τραπεζικό προϊόν που πρόκειται να χρησιμοποιήσουν, συγκρίνοντας διαφορετικές προσφορές. Περιορίζονται έτσι οι δεσμοί των πελατών με την κάθε τράπεζα και αυξάνεται ο ανταγωνισμός μεταξύ των τραπεζών. Οι τράπεζες δεν μπορούν, με κανένα τρόπο πια, να εφησυχάζουν και να θεωρούν δεδομένο ότι οι πελάτες θα διατηρήσουν το βασικό τραπεζικό τους λογαριασμό στην τράπεζα που συνεργάζονταν μέχρι τώρα. Το ενδιαφέρον που δείχνουν οι πελάτες στις υπηρεσίες Internet banking είναι αυξημένο. Ταυτόχρονα οι πελάτες δίνουν έμφαση στα θέματα της ασφάλειας, της προστασίας των ατομικών τους δεδομένων και στο να είναι οι προσφερόμενες υπηρεσίες σε πραγματικό χρόνο.

Το internet banking απευθύνεται τόσο στους ιδιώτες πελάτες των τραπεζών, όσο και στις επιχειρήσεις. Οι δυνατότητές του καλύπτουν όλο το φάσμα των τραπεζικών υπηρεσιών και εναπόκειται στην κρίση κάθε τράπεζας ποιες από αυτές θα διαθέσει στους πελάτες της μέσα από αυτό το κανάλι.

Οι υπηρεσίες που προσφέρονται με χρήση της ηλεκτρονικής σελίδας της τράπεζας στους πελάτες της χορηγούν τη δυνατότητα :

- ✓ Να δίνουν εντολές στην τράπεζα για εξόφληση λογαριασμών κοινής ωφελείας (ΟΤΕ, ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ), πιστωτικών καρτών, καρτών επιχειρήσεων και προσωπικών δανείων σε συγκεκριμένη ημερομηνία.
- ✓ Να δίνουν εντολές στην τράπεζα για μεταφορά χρημάτων από έναν λογαριασμό σε άλλον σε συγκεκριμένη ημερομηνία.
- ✓ Να πληροφορούνται για τα υπόλοιπα και τους τόκους των λογαριασμών τους σε Ευρώ ή σε συνάλλαγμα.
- ✓ Να πληροφορούνται για τις εντολές και πληρωμές λογαριασμών.
- ✓ Να αποθηκεύουν τις κινήσεις/υπόλοιπο των λογαριασμών και των καρτών τους σε ειδικά λογισμικά, ώστε να έχουν πλήρη έλεγχο των οικονομικών τους.
- ✓ Να πληροφορούνται για τις τιμές (αγορά-πώληση) συναλλάγματος και των ξένων χαρτονομισμάτων.
- ✓ Να πληροφορούνται για τις τιμές μετοχών επιλεγμένων εταιριών του ΧΑΑ καθώς και για τους δείκτες τιμών μετοχών του ΧΑΑ.
- ✓ Να ενημερώνονται για τις τιμές κλεισίματος των μετοχών του ΧΑΑ ανά κατηγορία μετοχών και ανά επιλεγμένη ημερομηνία.
- ✓ Να συμμετέχουν σε δημόσιες εγγραφές με δυνατότητα ακύρωσης της αίτησης τους.
- ✓ Να πραγματοποιούν Intraday συναλλαγές μετοχών.
- ✓ Να πληροφορούνται για την τρέχουσα ενδοσυνεδριακή θέση του χαρτοφυλακίου τους.
- ✓ Να πληροφορούνται για την κατάσταση των ημερήσιων εντολών τους.
- ✓ Να πληροφορούνται για τα νέα της αγοράς και τα νέα των εισηγμένων εταιριών με έγκυρες αναλύσεις.
- ✓ Να αποθηκεύουν τις τιμές κλεισίματος μετοχών, δεικτών, αμοιβαίων κεφαλαίων.
- ✓ Να δημιουργούν ιστορικά και ενδοσυνεδριακά γραφήματα δεικτών, μετοχών.

- ✓ Να πραγματοποιούν εξοφλήσεις λογαριασμών Δημοσίου(π.χ. ΦΠΑ, Φόρος Εισοδήματος Φυσικών και Νομικών Προσώπων).
- ✓ Να εμφανίζονται οι κινήσεις των λογαριασμών, που μπορούν να τυπώνουν ή να μεταφέρουν σε ειδικό λογισμικό.
- ✓ Να καθορίσουν από μέρους τους τη συχνότητα με την οποία θέλουν να επαναλαμβάνονται οι πληρωμές τους.
- ✓ Να εκδώσουν ηλεκτρονική απόδειξη των συναλλαγών τους.
- ✓ Να εκδώσουν τραπεζική επιταγή.
- ✓ Να παραγγείλουν μπλοκ επιταγών.
- ✓ Να προχωρήσουν σε ανάκληση επιταγής.
- ✓ Να αλλάξουν τον μυστικό κωδικό τους.
- ✓ Να κάνουν αίτηση για πιστωτική κάρτα και δάνεια (Α. Σινανιώτη-Μαρούδη, Ι. Φαρσαρώτας, 2005, σελ140-142).



(<http://www.planet-management.gr>)

Πιο διεξοδικά θα αναλυθούν μερικές από τις πιο διαδομένες υπηρεσίες:

2.1.1 Μεταφορές εντός τράπεζας

Οι μεταφορές κεφαλαίων εντός τράπεζας διακρίνονται σε μεταφορές σε λογαριασμό ιδίου και σε μεταφορές σε λογαριασμό τρίτου. Χωρίζονται σε:

1.Μεταφορές σε λογαριασμό ιδίου

Στις περισσότερες των περιπτώσεων οι μεταφορές εντός τράπεζας εκτελούνται online(άμεσα). Ο χρήστης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωσης και τον τραπεζικό λογαριασμό πίστωσης. Στις μεταφορές μεταξύ λογαριασμών ιδίου ο χρήστης δε χρειάζεται να πληκτρολογεί τους αριθμούς λογαριασμών. Πολλές τράπεζες πέραν των αριθμών λογαριασμών που εμφανίζουν στα σύνθετα πεδία εμφανίζουν και το τρέχον διαθέσιμο υπόλοιπο, διευκολύνοντας το χρήστη να γνωρίζει ανά πάσα στιγμή το υπόλοιπο αυτών.

Ακολουθώς πληκτρολογεί το ποσό που θέλει να μεταφέρει και την ημερομηνία που επιθυμεί να γίνει η πληρωμή. Όταν η ημερομηνία είναι η τρέχουσα η συναλλαγή εκτελείται άμεσα. Ο χρήστης έχει την πολυτέλεια και μεταχρονολογημένων μεταφορών, γεγονός που τον διευκολύνει να προγραμματίζει τις πληρωμές του. Οι forward εντολές είναι ένα σημαντικό πλεονέκτημα του e-banking. Το τελευταίο που καταχωρεί ο χρήστης είναι ένας κωδικός επιβεβαίωσης. Στη συνέχεια επιλέγει το button «ΕΚΤΕΛΕΣΗ». Στην οθόνη εμφανίζονται όλα τα στοιχεία που καταχώρησε ο πελάτης. Εφόσον ο πελάτης επιβεβαιώσει τα στοιχεία, εκτελείται η συναλλαγή. Μετά το πέρας της συναλλαγής, ο χρήστης μπορεί να εκτυπώσει την εντολή μεταφοράς, η οποία υπέχει θέση παραστατικού της συναλλαγής (Αγγελής, Β., 2005, σελ.93).

2.Μεταφορές σε λογαριασμό τρίτου

Υπάρχει η δυνατότητα και οι μεταφορές σε λογαριασμό τρίτου εντός τράπεζας να εκτελούνται online. Ο χρήστης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωσης. Στις μεταφορές από λογαριασμό του ο χρήστης δε χρειάζεται να πληκτρολογεί τον αριθμό πίστωσης(δικαιούχου). Οι τράπεζες προκειμένου να διασφαλίσουν όσο περισσότερο μπορούν τον πελάτη διενεργούν έλεγχο ψηφίου ελέγχου(check digit). Ο έλεγχος αυτός εξασφαλίζει ότι ο αριθμός λογαριασμού που πληκτρολογήθηκε είναι έγκυρος.

Ακολουθως, πληκτρολογεί το ποσό που θέλει να μεταφέρει και την ημερομηνία που επιθυμεί να γίνει η πληρωμή.

2.1.2 Πληρωμές Δανείων

Η πληρωμή δανείου είναι ουσιαστικά συναλλαγή μεταφοράς εντός τράπεζας και μπορεί να εκτελεστεί online. Ο χρήστης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωσης και το λογαριασμό δανείου. Ακολουθως, πληκτρολογεί το ποσό που θέλει να μεταφέρει και την ημερομηνία που θέλει να γίνει η πληρωμή. Το τελευταίο που καταχωρεί ο χρήστης είναι ένας κωδικός επιβεβαίωσης. (Αγγελής, Β., 2005, σελ.105).

2.1.3 Πληρωμές Πιστωτικών Καρτών

Οι πληρωμές πιστωτικών καρτών διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες

- Πληρωμή πιστωτικής κάρτας ιδίου
- Πληρωμή πιστωτικής κάρτας τρίτου
- Πληρωμή πιστωτικής κάρτας άλλης τράπεζας

Οι πληρωμές πιστωτικών καρτών ιδίου γίνονται αυθημερόν. Ο χρήστης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωσης και τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας που επιθυμεί να πληρώσει, σε αυτές ο χρήστης δε χρειάζεται να πληκτρολογεί τους αριθμούς λογαριασμών και καρτών. Ομοίως εκτελούνται και οι Πληρωμές πιστωτικής κάρτας τρίτου. Όσον αφορά την Πληρωμή πιστωτικής κάρτας άλλης τράπεζας αυτή διεκπεραιώνεται μέσω του διατραπεζικού συστήματος DIASTRANSFER. Η εκτέλεση της γίνεται παρόμοια με την Πληρωμή πιστωτικής κάρτας ιδίου με την διαφορά ότι ο χρήστης πρέπει να επιλέξει την τράπεζα δικαιούχου. (Αγγελής, Β., 2005, σελ.108-112).

2.1.4 Πληρωμές Δημοσίου

Πολλές υποχρεώσεις ενός πελάτη έναντι δημοσίου μπορούν να ολοκληρώνονται μέσω e-banking. Οι περισσότερες εξ αυτών διεκπεραιώνονται μέσω του

διατραπεζικού συστήματος DIASDEBIT. Οι πληρωμές δημοσίου έχουν συμπληρώσει το πακέτο των ηλεκτρονικών πληρωμών καθιστώντας το ελκυστικό για αρκετές ομάδες επαγγελματιών στη χώρα μας. (Αγγελής, Β., 2005, σελ.115).

2.1.5 ΦΠΑ

Η πληρωμή του Φόρου Προστιθέμενης Αξίας(ΦΠΑ) γίνεται αποκλειστικά μέσω τραπεζών. Ο υπόχρεος πρέπει πρώτα να έχει κάνει την περιοδική δήλωση ΦΠΑ μέσω του ιστοτόπου www.taxisnet.gr του υπουργείου Οικονομικών και στη συνέχεια να τελέσει την αντίστοιχη πληρωμή στην τράπεζα. Σε περίπτωση που δεν έχει γίνει δήλωση στο taxisnet η πληρωμή ΦΠΑ επιστρέφεται στον οφειλέτη. Για την πληρωμή ΦΠΑ ο χρήστης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωσης. Στη συνέχεια, πληκτρολογεί τον αριθμό του φορολογικού μητρώου (ΑΦΜ) του υπόχρεου. Έπειτα, ο πελάτης καλείται να πληκτρολογήσει την αιτιολογία της πληρωμής, για παράδειγμα «ΦΠΑ μηνός Ιανουαρίου». Ακολούθως, πληκτρολογεί το ποσό που θέλει να πληρώσει και την ημερομηνία που επιθυμεί να γίνει η πληρωμή. Το τελευταίο που καταχωρεί ο χρήστης είναι ένας κωδικός επιβεβαίωσης της συναλλαγής. (Αγγελής, Β., 2005, σελ.115).

2.1.6 Πληρωμή ΟΤΕ

Η πληρωμή ΟΤΕ εκτελείται πάντα την ημερομηνία που επιθυμεί ο χρήστης. Η εξόφληση λογαριασμών ΟΤΕ διεκπεραιώνεται μέσω του διατραπεζικού συστήματος DIASDEBIT. Για την πληρωμή ΟΤΕ ο χρήστης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωσης. Στη συνέχεια, πληκτρολογεί τον κωδικό λογαριασμού που αναγράφεται στο λογαριασμό τηλεπικοινωνιακών τελών που λαμβάνει από τον Οργανισμό. Ειδικά για τον ΟΤΕ υπάρχει και εντολή πληρωμής λογαριασμών μεγάλων πελατών. Η συγκεκριμένη συναλλαγή διατίθεται από λίγα e-banking sites. Η μόνη διαφορά έγκειται στο ότι η συναλλαγή απευθύνεται σε περιορισμένο αριθμό εταιρειών που έχουν χαρακτηριστεί ως μεγάλοι πελάτες από τον Οργανισμό τηλεπικοινωνιών και οι οποίες λαμβάνουν λογαριασμό τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών. (Αγγελής, Β., 2005, σελ.135).

2.1.7 Πληροφορίες Λογαριασμών

Ο χρήστης μπορεί να δει όλες τις πληροφορίες που σχετίζονται με τον τραπεζικό του λογαριασμό online. Στην πλειοψηφία των e-banking συστημάτων ο αριθμός λογαριασμού εμφανίζεται με τη διεθνή IBAN μορφή του. Ο χρήστης βλέπει την επωνυμία του δικαιούχου, το είδος του τραπεζικού λογαριασμού, το κατάστημα διαχείρισης, το επιτόκιο του και το νόμισμα του. Εμφανίζονται πληροφορίες για το υπόλοιπο του λογαριασμού σε όλες του τις μορφές. Ο χρήστης γνωρίζει το διαθέσιμο υπόλοιπο, το λογιστικό υπόλοιπο, το τοκίζόμενο υπόλοιπο και τυχόν δεσμεύσεις που υπάρχουν στον λογαριασμό του. Επίσης, μερικές τράπεζες εμφανίζουν την τελευταία πίστωση και τελευταία χρέωση του λογαριασμού του καθώς και τα στοιχεία των συνδικαιούχων αν υπάρχουν τέτοιοι στον λογαριασμό. (Αγγελής, Β., 2005, σελ.193).

2.1.8 Παροχή Κινήσεων Λογαριασμού

Τέλος, άλλη μια σημαντική υπηρεσία που αφορά πληροφορίες λογαριασμών είναι η παροχή των κινήσεων λογαριασμού. Ο χρήστης διαθέτει επιλογές όπως να δει κινήσεις ενός χρονικού διαστήματος, να δει τις τελευταίες κινήσεις του λογαριασμού ορίζοντας αυτός το πλήθος τους, να παρακολουθήσει mini statement του λογαριασμού του δηλαδή τις δέκα τελευταίες χρεοπιστώσεις. Αντίστοιχες είναι και οι πληροφορίες που το σύστημα του e-banking παρέχει για τις πιστωτικές κάρτες, τα δάνεια και τις επιταγές του πελάτη. (Αγγελής, Β., 2005, σελ.193).

Η πλέον συνηθισμένη συναλλαγή μέσω e-banking είναι η αποστολή εμβάσματος (55% των συναλλαγών πραγματοποιείται μέσω διαδικτύου), και ακολουθούν οι χρηματιστηριακές συναλλαγές (το 22% πραγματοποιείται μέσω διαδικτύου), οι πληρωμές ΦΠΑ, ΙΚΑ, ΤΕΒΕ (είναι χαρακτηριστικό ότι το 70% των συγκεκριμένων συναλλαγών πραγματοποιείται μέσω e-banking) καθώς και οι μεταφορές σε λογαριασμούς τρίτων (<http://start.cortera.com>, Pulse EFT Association, “Internet Payments, 2001”)

Μέσα από την εφαρμογή, ακόμη κι αν ο πελάτης δεν συνδεθεί στον τραπεζικό του λογαριασμό, μπορεί να πληροφορηθεί, για παράδειγμα, πού είναι το πλησιέστερο ATM. Είναι η πρώτη φορά που έχει μαζί του τον χάρτη όλων των υποκαταστημάτων

της Εθνικής σε εθνικό και διεθνές δίκτυο, αλλά και οδικό χάρτη που τον καθοδηγεί από το σημείο όπου βρίσκεται κυριολεκτικά στην πόρτα του πλησιέστερου καταστήματος. Ο χρήστης της εφαρμογής μπορεί να βρει άμεσα στοιχεία επικοινωνίας με το πλησιέστερο κατάστημα, είτε βρίσκεται σε αστικό κέντρο είτε ταξιδεύει και ξέμεινε από μετρητά ή θέλει να διεκπεραιώσει κάποια επείγουσα συναλλαγή (<http://www.tovima.gr/finance> από άρθρο του Ζώτου Μ. «Τραπεζικές συναλλαγές μέσω Διαδικτύου από «έξυπνα» κινητά»)

2.2 Στόχοι της ηλεκτρονικής τραπεζικής

2.2.1 Στόχοι της τράπεζας

- Διεύρυνση της σχέσης της με την πελατεία.
- Διατήρηση κερδοφόρων πελατών.
- Προσέλκυση νέων πελατών.
- Εξοικονόμηση κόστους.
- Μείωση συναλλακτικού συνωστισμού στα γκισέ.
- Βελτίωση της εικόνας της ως σύγχρονης τράπεζας.

Στόχος των τραπεζών θα πρέπει να είναι η μεγιστοποίηση των πλεονεκτημάτων και η μείωση των μειονεκτημάτων της ηλεκτρονικής τραπεζικής, έτσι ώστε η παροχή τραπεζικών υπηρεσιών ηλεκτρονικά να χρησιμοποιείται όσο το δυνατόν περισσότερο και καλύτερα από τους καταναλωτές/πελάτες και παράλληλα να είναι ιδιαίτερα αποδοτική για τις τράπεζες. Γι' αυτό οι τράπεζες θα πρέπει να εξαλείψουν τις αιτίες που μπορούν να προκαλέσουν ζημιά στη διεκπεραίωση συναλλαγών ηλεκτρονικά. Τέτοιες αιτίες είναι:

- Σφάλμα κατά τη διαβίβαση της εντολής το οποίο μπορεί να προκύψει όταν κάποια τράπεζα δεν ενεργεί σύμφωνα με τις οδηγίες που έχει λάβει
- Καθυστέρηση στην διεκπεραίωση μιας εντολής από την τράπεζα
- Απάτη ή πλαστογραφία

- Αδυναμία από μέρους της αποστέλλουσας τράπεζας να διακανονίσει τις εντολές που διαβίβασε
- Τεχνική αδυναμία του συστήματος, δηλαδή ανεπάρκεια των τεχνικών μέσων που χρησιμοποιούνται για την διεκπεραίωση των διαφόρων εντολών.

2.2.2 Στόχοι των πελατών

- Μεγιστοποίηση ευκολίας πρόσβασης στους λογαριασμούς τους(ελευθερία από τοπικούς και χρονικούς περιορισμούς)
- Εξοικονόμηση χρόνου από την αποφυγή επίσκεψης σε τραπεζικό κατάστημα.
- Αύξηση κέρδους- απόδοσης από την αμεσότερη (on line- real time) διαχείριση- αξιοποίηση των κεφαλαίων τους.
- Αύξηση κέρδους- απόδοσης από την καλύτερη διεύρυνση των τραπεζικών προσφορών στο Internet.

Οι πελάτες της τράπεζας χωρίζονται σε τέσσερις μεγάλες κατηγορίες, στις οποίες δίνεται διαφορετική βαρύτητα και προτεραιότητα στην προσέγγιση τους. Αυτές οι προτεραιότητες προσέλκυσης των τμημάτων πελατείας(target groups) διαμορφώνονται ως εξής:

- Μεγάλες επιχειρήσεις, μεγάλοι καταθέτες
- Μεσαίες επιχειρήσεις, μεσαίοι αποταμιευτές, φοιτητές-σπουδαστές, επιχειρήσεις εξωτερικού
- Μικρές επιχειρήσεις, πελάτες private banking, ομογενείς-ιδιώτες εξωτερικού
- Πολύ μικρές επιχειρήσεις, μικρό-αποταμιευτές (Λαζακίδου Α., Λαζακίδου Γ., 2004, σελ.184-185)

2.3 Πλεονεκτήματα - Μειονεκτήματα

2.3.1 Πλεονεκτήματα

Μεγάλη στροφή στη σύγχρονη τεχνολογία για την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών, προκειμένου να επιτύχουν διεύρυνση των μεριδίων αγοράς τους με χαμηλότερο κόστος πραγματοποιούν οι ελληνικές τράπεζες. Τα πλεονεκτήματα του internet banking σε σχέση με τους παραδοσιακούς τρόπους διενέργειας τραπεζικών συναλλαγών είναι σημαντικά, τόσο για τους πελάτες των τραπεζών όσο και για τις ίδιες.

2.3.α. Ευκολία χρήσης, διαθεσιμότητα υπηρεσιών σε 24ωρη βάση, 365ημέρες το χρόνο:

Με την εφαρμογή της ηλεκτρονικής τραπεζικής μια τράπεζα μπορεί να πετύχει διεύρυνση της παρουσίας της και να προσελκύσει νέους πελάτες, υποψήφιοι πελάτες της δεν είναι μόνον οι φυσικοί γείτονες του καταστήματος αλλά όλος ο κόσμος. Η λειτουργία του ηλεκτρονικού τραπεζικού καταστήματος και η δυνατότητα υλοποίησης συναλλαγών 24 ώρες το 24ωρο, επί επτά ημέρες την εβδομάδα και 365 ημέρες τον χρόνο είναι σημαντικός παράγοντας για την αύξηση του όγκου των συναλλαγών και τη ικανοποίηση των πελατών.

2.3.β. Δυνατότητα πρόσβασης στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες της τράπεζας, ανεξάρτητα από την τοποθεσία στην οποία βρίσκεται ο χρήστης, (από το σπίτι, το γραφείο, το εξωτερικό κλπ).:

Ο χρήστης δεν υποχρεούται να μεταβεί στην τράπεζα για να εκτελέσει τη συναλλαγή του. Χαρακτηριστικό που αποσυνδέει την τραπεζική συναλλαγή από τη φυσική παρουσία της τράπεζας. Ιδιαίτερα ευνοημένες από αυτό είναι οι μικρότερες σε μέγεθος τράπεζες που δε διαθέτουν ευρύ δίκτυο καταστημάτων σε όλη την επικράτεια, αφού αποκτούν την ευχέρεια να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους γεωγραφικά, χωρίς να αναλάβουν το υψηλό κόστος της ίδρυσης υποκαταστήματος. Η μόνη προϋπόθεση για τον πελάτη είναι η δυνατότητα πρόσβασης στο internet, η οποία σήμερα έχει ξεφύγει πλέον από τα στενά πλαίσια της σταθερής τηλεφωνικής σύνδεσης, με τη χρήση τεχνολογιών όπως αυτή των ασυρμάτων δικτύων ή της πρόσβασης με τη χρήση του κινητού τηλεφώνου. Επιπλέον, μια σημαντική προοπτική

που ανοίγεται για τις ελληνικές τράπεζες είναι αυτή της αξιοποίησης του απόδημου ελληνισμού.

2.3.γ. Μείωση του κόστους συναλλαγών:

Είναι ένας από τους σημαντικότερους λόγους αναζήτησης από τις τράπεζες εναλλακτικών καναλιών διανομής τραπεζικών υπηρεσιών. Η μεταφορά χρημάτων σε άλλη τράπεζα κοστίζει 0,30 ευρώ για ποσό έως 1.000 ευρώ, ενώ για ποσό έως 12.500 ευρώ η προμήθεια του e-banking είναι 0,50 ευρώ, τη στιγμή που στο γκισέ η συγκεκριμένη συναλλαγή κοστίζει 17 ευρώ. Η πληρωμή ΦΠΑ και ασφαλιστικών εισφορών κοστίζει 5 ευρώ στο γκισέ, ενώ ο πελάτης χρεώνεται όταν ξεπερνά έναν συγκεκριμένο αριθμό συναλλαγών το μήνα στα καταστήματα των τραπεζών. Την ίδια στιγμή, ο χρήστης της ηλεκτρονικής τραπεζικής μπορεί να κάνει όσες συναλλαγές θέλει εντελώς δωρεάν. Για τις επιχειρήσεις το όφελος είναι ακόμη μεγαλύτερο, καθώς περιορίζεται το κόστος λειτουργίας τους όσον αφορά λειτουργικά έξοδα, προμήθειες και κινδύνους απώλειας χρήματος, ενώ παράλληλα εξοικονομείται πολύτιμος χρόνος. Οικονομικό όφελος όμως έχουν και οι πελάτες, αφού τα τελευταία χρόνια οι ελληνικές τράπεζες έχουν καθιερώσει χρεώσεις για ορισμένες συναλλαγές όταν αυτές γίνονται στο κατάστημα (πχ. μεταφορά ποσών σε λογαριασμούς άλλων τραπεζών), ενώ παρατηρείται τάση ενίσχυσης αυτής της τακτικής από πλευράς των τραπεζών. Οι αντίστοιχες συναλλαγές μέσω του internet banking δεν χρεώνονται, αποτελώντας κίνητρο για τους πελάτες να το χρησιμοποιήσουν. Το αν αυτή η διάκριση συνεχιστεί και μετά την κατάκτηση ικανοποιητικού για τις τράπεζες ποσοστού διείσδυσης του internet banking, θα αποτελέσει αντικείμενο στρατηγικής εκ μέρους των τραπεζών. (<http://www.makthes.gr/news/economy> από άρθρο της Μπέττυς Κυριακίδου «E-BANKING Έκρηξη στις τραπεζικές συναλλαγές μέσω Ιντερνέτ»).

2.3.δ. Αποσυμφόρηση των τραπεζικών καταστημάτων:

Σε κέντρα πώλησης προϊόντων μετατρέπονται τα τραπεζικά καταστήματα καθώς στόχος των τραπεζιτών είναι να μεταφέρουν στα εναλλακτικά, ηλεκτρονικά δίκτυα όσο το δυνατόν μεγαλύτερο όγκο συναλλαγών. Ήδη σημαντικός όγκος πραγματοποιείται μακριά από τα τραπεζικά γκισέ, μέσω των Αυτόματων Ταμειολογιστικών Μηχανών (ATM), των τηλεφωνικών κέντρων (call centers) και

του Internet, εξοικονομώντας αξιόλογα ποσά για τις τράπεζες, οι οποίες ευελπιστούν ότι η περαιτέρω αναδιάρθρωση και ο εξορθολογισμός των δικτύων τους, όπως και η εξοικείωση του κοινού με την τεχνολογία, θα συμπίεσουν περαιτέρω το λειτουργικό κόστος τους και θα ενισχύσουν την κερδοφορία τους. Πάντως, η ιδέα να αναδειχθούν τα εναλλακτικά δίκτυα σε βασικό δίκτυο διανομής έχει πλέον εγκαταλειφθεί, καθώς τα δύο δίκτυα θεωρείται ότι μπορούν να λειτουργήσουν συμπληρωματικά μεγιστοποιώντας τα οφέλη για τις τράπεζες και τους πελάτες τους, οι οποίοι μπορούν να απολαμβάνουν υπηρεσίες υψηλότερου επιπέδου καθ' όλο το 24ωρο. (<http://www.tovima.gr/finance> από άρθρο του Παπαϊωάννου Γ. «Η ηλεκτρονική τραπεζική αποσυμφόρησε τα γκισέ»)

2.3.ε. Υψηλό επίπεδο ασφάλειας σε ότι αφορά στην τράπεζα

2.3.στ. Αποδοτικότερη διαχείριση των κάθε είδους συναλλαγών του χρήστη (πληροφοριακών, επενδυτικών, δανειακών, πληρωμών κλπ). Οι πελάτες των τραπεζών έχουν συνολική εικόνα των λογαριασμών και των συναλλαγών τους μέσω της οθόνης του υπολογιστή τους, καθώς επίσης και πρόσβαση σε ιστορικά στοιχεία που αφορούν προηγούμενες κινήσεις και συναλλαγές.

2.3.ζ. Πρόσβαση σε ένα ευρύ φάσμα πληροφοριών: Το οποίο καλύπτει τις ποικίλες ανάγκες των τραπεζικών πελατών, τόσο των ιδιωτών, όσο και των επιχειρήσεων ανεξαρτήτως μεγέθους και κλάδου της οικονομίας στον οποίο δραστηριοποιούνται. (Λαζακίδου Α, Λαζακίδου Γ, 2004, σελ.195)

Είναι άξιο να αναφερθούν κάποια συγκεκριμένα επιπρόσθετα πλεονεκτήματα που απολαμβάνουν οι τράπεζες:

Πρώτον, επέρχονται συνθήκες πλήρους ανταγωνισμού στην τραπεζική αγορά, με αποτέλεσμα να μειώνεται το πάγιο κόστος για τη δημιουργία μιας τράπεζας, μιας χρηματοπιστωτικής ή μιας ασφαλιστικής εταιρίας, ενώ παράλληλα αυξάνεται σημαντικά η σημασία του μεταβλητού κόστους για την παροχή online διευκολύνσεων.

Δεύτερον, το διαδίκτυο δημιουργεί στους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς νέες ευκαιρίες κερδοφορίας, καθώς ευνοεί την ανάπτυξη νέων προϊόντων και την υλοποίηση καινοτομιών στην παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας. Νέες σχέσεις με την πελατεία οικοδομούνται και καινοτομικές ιδέες marketing εφαρμόζονται με

στόχο την εμπέδωση μιας μοντέρνας και δυναμικής εταιρικής ταυτότητας.(Α. Σινανιώτη-Μαρούδη, Ι. Φαρσαρώτας, 2005, σελ.142).

2.3.2 Μειονεκτήματα

Ο ρόλος του τραπεζικού υποκαταστήματος στην εξυπηρέτηση των πελατών αρχίζει και φθίνει καθώς σε πολλές τράπεζες τα υποκαταστήματα τους δεν αποδίδουν τα αναμενόμενα αποτελέσματα δεδομένου ότι:

- 1) Τα λειτουργικά τους έξοδα είναι υψηλά,
- 2) Η παραγωγικότητα είναι αρκετά χαμηλή,
- 3) Η πλειοψηφία των συναλλαγών είναι αναλήψεις και καταθέσεις πράγμα που σημαίνει ότι οι πολλοί υπάλληλοι αφιερώνονται στις πωλήσεις και
- 4) Η σύγχρονη κοινωνία και οικονομία απαιτεί πλέον εξοικονόμηση χρόνου και χρήματος πράγμα που σημαίνει ότι απαιτούνται εναλλακτικοί τρόποι εξυπηρέτησης οι οποίοι έχουν μεγαλύτερη ωφέλεια από ότι κόστος για την τράπεζα. (Λαζακίδου Α, Λαζακίδου Γ, 2004, σελ.197)

Συγκεκριμένα τα μειονεκτήματα για τους πελάτες έχουν ως εξής:

- Χρονοβόρα εγγραφή πελατών: για να γραφτεί κάποιος στο online πρόγραμμα της τράπεζάς του, θα πρέπει να δώσει στοιχεία ταυτότητας και να υπογράψει ένα έντυπο στο τραπεζικό κατάστημα ή αν πρόκειται για μια αποκλειστικά ηλεκτρονική τράπεζα, τα έντυπα θα του αποσταλούν ταχυδρομικώς έτσι ώστε να συμπληρωθούν και να σταλούν ξανά στην τράπεζα.
- Δυσκολία στο χειρισμό: Οι τραπεζικοί δικτυακοί τόποι ίσως φανούν δύσχρηστοι σε κάποιον που δεν ξέρει να χειρίζεται καλά το Internet. Το άνοιγμα ενός online λογαριασμού ή η online λήψη ενός δανείου μπορεί να τρομάζει κάποιους λόγω ελλিপών γνώσεων πάνω στις νέες τεχνολογίες.
- Δυσπιστία του χρήστη: Πολλοί άνθρωποι δεν εμπιστεύονται την ηλεκτρονική τραπεζική. Θέλουν να βλέπουν αυτόν που θα επεξεργαστεί το λογαριασμό τους, ενώ η ηλεκτρονική μεταφορά χρημάτων τους προκαλεί αμφιβολίες.

- Πιθανοί κίνδυνοι παραβίασης του απορρήτου, λόγω λανθασμένων κινήσεων του πελάτη, μπορεί να παρουσιαστούν από τις ακόλουθες τακτικές:
 - Χρησιμοποίηση κάποιου δημόσιου ηλεκτρονικού υπολογιστή για την εκτέλεση πληρωμών.
 - Μη αποσύνδεση (logout) από την ηλεκτρονική υπηρεσία μετά το πέρας της συναλλαγής.
- Κοινοποίηση του PIN (Personal Identification Number) πρόσβασης σε τρίτους.
- Έλλειψη επαφής με κάποιο εξυπηρετικό υπάλληλο ή στέλεχος της τράπεζας, δηλαδή το E-Banking συμβάλλει στη μείωση των ανθρώπινων σχέσεων.
- Συνεχώς και γρήγορα αναπτυσσόμενη η επιστήμη του E-Banking. Αυτό απαιτεί από τους πελάτες να ενημερώνονται και να παρακολουθούν τις εξελίξεις.
- Ακριβή και/ή άβολη ακόμη πρόσβαση στο Internet για πολλούς πελάτες.

Στο ίδιο μοτίβο παρατίθενται και τα μειονεκτήματα των τραπεζών:

- Υψηλό αρχικό κόστος εγκατάστασης: όπως συμβαίνει με όλες τις νέες τεχνολογίες, το αρχικό κόστος εγκατάστασης είναι υψηλό. Η επένδυση που πρέπει να κάνει η τράπεζα για να αγοράσει τον απαιτούμενο εξοπλισμό αλλά και για να εκπαιδεύσει το προσωπικό της πάνω στις νέες τεχνολογίες είναι μεγάλη και πρέπει να γίνει με προσοχή και να είναι συμβατή με τη γενικότερη επιχειρηματική στρατηγική της τράπεζας.
- Σε μέσο-μακροπρόθεσμο διάστημα η ηλεκτρονική τραπεζική θα μετατραπεί από δευτερεύουσα επιχειρηματική ασχολία σε κύρια. Συνεπώς η αποτυχία έγκαιρης εισόδου μιας τράπεζας στον ψηφιακό κόσμο μπορεί να έχει σοβαρές επιπτώσεις στη μελλοντική της θέση στην αγορά.
- Ασφάλεια: Οι ηλεκτρονικές επιθέσεις και η μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση στα τραπεζικά ηλεκτρονικά συστήματα είναι συχνή. Η ασφάλεια λοιπόν των συναλλαγών και η προστασία των συναλλασσομένων είναι θέματα ύψιστης σημασίας για τις τράπεζες. Καθώς κανένα υπολογιστικό σύστημα δεν είναι 100% ασφαλές, οι τράπεζες πρέπει με κάποιο τρόπο να διασφαλίσουν τα περιουσιακά στοιχεία των

πελατών τους από επιθέσεις hacker και ηλεκτρονικές απάτες. Από έρευνες που πραγματοποιήθηκαν στις ΗΠΑ, έχει υπολογιστεί ότι κάθε χρόνο χάνονται περίπου 11δισ. δολάρια λόγω της ελλιπούς ασφάλειας. Για να καταστήσουν οι τράπεζες την ηλεκτρονική τραπεζική ασφαλή για τους πελάτες τους, πρέπει να επενδύσουν σε εξοπλισμό που περιλαμβάνει firewalls και συστήματα ενεργούς παρακολούθησης, καθώς και σε ανθρώπινο δυναμικό προσλαμβάνοντας ειδικούς συμβούλους σε θέματα ασφαλείας δικτύων. (Λαζακίδου Α., Λαζακίδου Γ., 2004, σελ.196)

- Επέρχονται συνθήκες πλήρους ανταγωνισμού στην τραπεζική αγορά, με αποτέλεσμα να μειώνεται το πάγιο κόστος για την δημιουργία μιας τράπεζας, μιας χρηματιστηριακής ή μιας ασφαλιστικής εταιρίας, ενώ παράλληλα αυξάνεται σημαντικά η σημασία του μεταβλητού κόστους για την παροχή on line διευκολύνσεων.(Α. Σινανιώτη-Μαρούδη, Ι. Φαρσαρώτας, 2005, σελ.143).

Πέρα από αυτά τα μειονεκτήματα υπάρχουν και ορισμένα ειδικά προβλήματα που προκύπτουν από το γεγονός ότι οι καταναλωτές δεν είναι απόλυτα εξοικειωμένοι με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές ή τα άλλα μοντέρνα μέσα που χρησιμοποιούν οι τράπεζες στα νέα δίκτυα διανομής και προώθησης των προϊόντων τους. Τέτοια προβλήματα είναι:

Η έλλειψη τυποποίησης στην χρήση, κάθε τράπεζα χρησιμοποιεί τις δικές της «φόρμες» επικοινωνίας με την πελατεία της, ακόμη και για κλασσικές διαδικασίες όπως η πληκτρολόγηση του μυστικού αριθμού, η σειρά των ενεργειών που πρέπει να εκτελέσει ο πελάτης για να κάνει ανάληψη μετρητών κλπ. Αυτό προβληματίζει τους καταναλωτές, τους αποθαρρύνει και τους οδηγεί σε λάθη.

Σχεδίαση φιλική προς τον πελάτη για να μπορούν να χρησιμοποιηθούν από όσο δυνατόν μεγαλύτερη μερίδα του πληθυσμού.

Διαχείριση τεχνολογικών σφαλμάτων στις εφαρμογές ηλεκτρονικής παροχής τραπεζικών υπηρεσιών. Θα πρέπει να υπάρχει πρόβλεψη και εκ τω προτέρων ενημέρωση του πελάτη για τις περιπτώσεις όπου υπάρχει μια βλάβη στο σύστημα την στιγμή της συναλλαγής.

Διαφάνεια ως προς τα προσφερόμενα τραπεζικά προϊόντα, δηλαδή να έχουν μια καλή περιγραφή γιατί ο πελάτης τα παρατηρεί μόνο ηλεκτρονικά και είναι σημαντικό να

γνωρίζει εκ των προτέρων τις συνθήκες και τους όρους πώλησης. (Λαζακίδου Α.,
Λαζακίδου Γ., 2004, σελ.198)

Κεφάλαιο 3^ο

3.1 ΚΙΝΔΥΝΟΙ

Στην Ελλάδα, ο κλάδος παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής, ο οποίος αφορά σε προσφορά προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς και σε διεκπεραίωση συναλλαγών μέσω ATM, Internet και σταθερού ή κινητού τηλεφώνου, αναπτύσσεται ταχύτατα, αν και υπάρχει ακόμη διστακτικότητα από τους καταναλωτές, κυρίως λόγω της ανεπαρκούς κατανόησης των συστημάτων αλλά και της έλλειψης απολύτους ασφάλειας των συναλλαγών, που διέπουν συγκεκριμένες συναλλαγές εξ αποστάσεως.

Η ανάπτυξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής αφενός εγείρει κινδύνους που συνδέονται με την τεχνολογία, αφετέρου εντείνει υφιστάμενους κινδύνους των τραπεζών, όπως ο λειτουργικός, ο οποίος μπορεί να αυξηθεί αν οι τράπεζες δεν αναβαθμίσουν συστήματα εσωτερικού ελέγχου. Επιπλέον δεν θα πρέπει να παραβλέπεται ο νομικός κίνδυνος, που πηγάζει από τις δυσχέρειες στον έλεγχο της ασφάλειας των συναλλαγών στον κυβερνοχώρο. (Α. Σινανιώτη-Μαρούδη, Ι. Φαρσαρώτας, 2005, σελ.144).

Είναι γεγονός ότι το internet banking παρόλο που αναμφισβήτητα παρουσιάζει πολλά πλεονεκτήματα τόσο για τους χρήστες του όσο και για την τράπεζα, έχει και αρκετά μειονεκτήματα.

Ένα κρίσιμο και πολυσυζητημένο μειονέκτημα που αποτελεί κίνδυνο είναι η έλλειψη απόδειξης και υπογραφής στην πραγματοποίηση των τραπεζικών συναλλαγών καθώς έτσι δεν υπάρχει μεγάλη ασφάλεια. Το θέμα της ασφάλειας είναι τεράστιο και αρκετοί πελάτες των τραπεζών εμφανίζονται ιδιαίτερα δύσπιστοι ως προς την εξασφάλιση της διαφάνειας και της ασφάλειας στην πραγματοποίηση των συναλλαγών τους μέσω διαδικτύου καθώς δεν αισθάνονται ιδιαίτερα προστατευμένοι.

Επιπλέον, κίνδυνο σε τεχνικό επίπεδο αποτελεί η αποτυχία διενέργειας συναλλαγών, λάθη κατά την εισαγωγή στοιχείων, ελλιπή νομικά έγγραφα, μη εγκεκριμένη πρόσβαση σε λογαριασμούς πελατών και σχετικές αντιδικίες με τους χρήστες.

Επιπροσθέτως, με το internet banking είναι μεγαλύτερη η εξάρτηση από παγκόσμια ολοκληρωμένα τεχνολογικά συστήματα και αυτό αποτελεί σημαντικό μειονέκτημα, επειδή συμβάλλει στην αύξηση του λειτουργικού κινδύνου των τραπεζών. Τέλος, η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου εσωκλείει κινδύνους για απάτη, επειδή η ασφάλεια που παρέχει το σύστημα δεν θεωρείται ακόμη πλήρως εξασφαλισμένη.

Αν και οι ηλεκτρονικές επιθέσεις δεν αποτελούν νέο φαινόμενο, η συχνότητά τους τα τελευταία χρόνια αυξάνεται, καθώς όλο και περισσότερες τράπεζες παρέχουν στους πελάτες τους on-line υπηρεσίες.

Στο σημείο αυτό κρίνεται σκόπιμο πριν αναφερθούν οι μέθοδοι που χρησιμοποιούν τα πιστωτικά ιδρύματα για την ασφάλεια των ιστοσελίδων τους, να αναφερθούν και ποιές είναι οι απειλές και ποιοι οι κίνδυνοι από τη χρήση του e banking.

⊗ *Sniffers*: Ένα sniffer είναι ένα πρόγραμμα ή μία συσκευή που παρακολουθεί κρυφά την κίνηση ενός δικτύου με σκοπό να αρπάξει πληροφορία που ταξιδεύει σε αυτό. Ουσιαστικά οι sniffers είναι τεχνολογία υποκλοπής δεδομένων. (<http://www.symantec.com>)

⊗ *Key Loggers*: Το key loggers (καταγραφή πληκτρολογήσεων) συμβαίνει όταν καταγράφονται οι πληκτρολογήσεις του χρήστη, χωρίς ο ίδιος να το ξέρει ή να το επιτρέπει.

Χρησιμοποιείται από επιτήδειους για την κλοπή στοιχείων πιστωτικής κάρτας, τραπεζικών συναλλαγών και προσωπικών κωδικών και αποτελεί σοβαρή απειλή για τη διαρροή προσωπικών αλλά και εταιρικών στοιχείων. Η καταγραφή και αποθήκευση των πληκτρολογήσεων γίνεται από ειδικό λογισμικό (hardware), το οποίο είναι εύκολο να εγκατασταθεί και ταυτόχρονα δύσκολο να εντοπισθεί.

⊗ *Δούρειοι Ίπποι*: Ένας δούρειος ίππος είναι ένα φαινομενικά χρήσιμο πρόγραμμα για τον υπολογιστή που περιέχει καμουφλαρισμένες εντολές, οι οποίες όταν εκτελεσθούν δημιουργούν αθέμιτες ή βλαπτικές δράσεις (πχ καταστροφή αρχείων). Διαδίδονται όταν οι χρήστες ανοίξουν ένα πρόγραμμα επειδή λανθασμένα καταλαβαίνουν ότι έρχεται από νόμιμη πηγή. Οι δούρειοι ίπποι δεν μπορούν να δημιουργήσουν πανομοιότυπα αντίγραφα αυτόματα. Η εγκατάσταση τους εξαρτάται από τους χρήστες, ή από εισβολείς που έχουν αποκτήσει μη εγκεκριμένη πρόσβαση στον υπολογιστή με κάποιο τρόπο. Οι δούρειοι ίπποι

μπορούν να κάνουν οτιδήποτε που μπορεί να κάνει ο χρήστης που τους εγκατέστησε. (<http://www.itsecurity.gr>)

☞ *Phishing*: Το Phishing είναι η αποστολή e-mail σε χρήστη, προσποιούμενο ότι προέρχεται από μια νόμιμη επιχείρηση, κυρίως τράπεζα ή τηλεπικοινωνιακό πάροχο, με σκοπό να εξαπατήσει τον χρήστη και να πάρει ιδιωτικές πληροφορίες που θα χρησιμοποιηθούν για κλοπή της ταυτότητάς τους. Το e-mail προτρέπει το χρήστη να επισκεφθεί ένα web site όπου του ζητούνται να ενημερώσει τις προσωπικές του πληροφορίες, όπως password και αριθμούς πιστωτικών καρτών, αριθμούς τραπεζικών λογαριασμών, όπου η εταιρία υποτίθεται έχει ήδη στην κατοχή της. Το web site ωστόσο είναι πλαστό και έχει δημιουργηθεί με μοναδικό σκοπό να κλέψει τη ζητούμενη πληροφορία.

Οι επιθέσεις phishing αυξάνονται ραγδαία και με έξυπνο τρόπο. Είναι εξαιρετικά αποτελεσματικό, γιατί σύμφωνα με τα αποτελέσματα της εταιρίας Infosury :

- Το 44% των χρηστών του e-banking χρησιμοποιούν τους ίδιους κωδικούς για όλες τις ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες που έχουν σε όλες τις τράπεζες.

- Το 37% των χρηστών του e-banking χρησιμοποιούν τους ίδιους κωδικούς και σε λιγότερο ασφαλή site πχ ηλεκτρονικές βιβλιοθήκες.

- Το 79% των χρηστών ελέγχουν αν υπάρχει η κλειδαριά ασφαλείας στο κάτω μέρος μιας ασφαλούς σελίδας, αλλά μόνο το 40% πατάει πάνω της για να δει τις λεπτομέρειες του πιστοποιητικού. Το εικονίδιο της κλειδαριάς μπορεί εύκολα να αντιγραφεί.

- Το 70% των χρηστών έχουν μικρές πιθανότητες να απαντήσουν σε ένα e-mail από την τράπεζά τους και περισσότεροι από τους μισούς έχουν να εγγραφούν ή να συνεχίσουν να χρησιμοποιούν τις on line υπηρεσίες εξαιτίας του phishing.

☞ *Pharming*: Καθώς οι χρήστες και οι οργανισμοί είναι πλέον περισσότερο προσεκτικοί στις επιθέσεις phishing, οι απατεώνες προχώρησαν ένα βήμα παραπάνω. Η νέα τάση στην ηλεκτρονική υποκλοπή κωδικών ονομάζεται pharming. Το Pharming είναι μια μορφή απάτης της ηλεκτρονικής διεύθυνσης (domain name) που έχει ως αποτέλεσμα να πιστεύουν οι χρήστες, ότι βρίσκονται

σε μια γνήσια ιστοσελίδα με το σωστό URL. Ωστόσο, στην πραγματικότητα έχουν παραπεμφθεί σε μια ψεύτικη.

Οι βασικές διαφορές του pharming από το phishing είναι δύο:

- Η επίθεση μπορεί να γίνει μαζικά σε πολλούς χρήστες και όχι μεμονωμένα σε κάθε χρήστη (μέσω e-mail).
- Η μετακίνηση σε pharming site γίνεται χωρίς την παρέμβαση του χρήστη (πχ επιλογή link από e-mail). (<http://www.crime-research.org>).

Προστασία των ηλεκτρονικών πληροφοριών και συναλλαγών τους.

Για την προστασία των πελατών τους θα πρέπει να υπάρχει:

- Υπηρεσία επικύρωσης (authentication), που επικυρώνει την ταυτότητα των συναλλασσόμενων μερών και εξασφαλίζει τη γνησιότητα και τη νομιμότητα του χρήστη.
- Υπηρεσία ελέγχου πρόσβασης (access control) που εξασφαλίζει το απόρρητο της πληροφορίας.
- Υπηρεσία εμπιστευτικότητας (trust) που εγγυάται ότι η πληροφορία δεν είναι διαθέσιμη ούτε αποκαλύπτεται σε μη εξουσιοδοτημένους χρήστες.
- Υπηρεσία ακεραιότητας (integrity) που εξασφαλίζει ότι η πληροφορία δεν έχει αλλαχτεί ή καταστραφεί από μη εξουσιοδοτημένο χρήστη.
- Υπηρεσία μη-αποποίησης (non-repudiation) για την αντιμετώπιση περιπτώσεων όπου κάποιο από τα συναλλασσόμενα μέρη αποποιείται τη συμμετοχή του στη συγκεκριμένη συναλλαγή.(Λαζακίδου Α., Λαζακίδου Γ., 2004, σελ.198).

3.2 ΑΣΦΑΛΕΙΑ

Το θέμα της ασφάλειας είναι τεράστιο και αρκετοί πελάτες των τραπεζών εμφανίζονται ιδιαίτερα δύσπιστοι καθώς δεν αισθάνονται ιδιαίτερα προστατευμένοι. Έχουν καταγραφεί κατά καιρούς διάφορα γεγονότα όπως χρέωση λογαριασμού

πελάτη από παραδρομή λόγω τεχνικού λάθους ή βλάβης, ακάλυπτες επιταγές, χρησιμοποίηση από μην εξουσιοδοτημένο πρόσωπο κάρτας που έχει κλαπεί κ.α.

Ένα άλλο είδος κλοπής που εμφανίστηκε με την ανάπτυξη της τεχνολογίας είναι η παρέμβαση στα τηλεπικοινωνιακά δίκτυα δεδομένων και η εκτροπή πιστώσεων από το λογαριασμό του νόμιμου δικαιούχου σε λογαριασμό της επιλογής του κακοποιού. Το πρόβλημα αντιμετωπίζεται συνήθως με την συχνή αλλαγή κωδικών αλλά δεν έχει λυθεί. (Α. Σινανιώτη-Μαρούδη, Ι. Φαρσαρώτας, 2005, σελ.146-147).

Ένα άλλο σοβαρό μείον της ηλεκτρονικής τραπεζικής, όσον αφορά την ασφάλεια, είναι η συγκέντρωση πληροφοριών από ένα τρίτο πρόσωπο γύρω από την οικονομική ιδιωτική ζωή των πολιτών. Τα προβλήματα ασφάλειας της πληρωμής και προστασίας του πολίτη οφείλονται κατά μεγάλο μέρος στον μη εκσυγχρονισμό της νομοθεσίας σε βαθμό ανάλογο με την ανάπτυξη της ηλεκτρονικής. Ενώ οι νέες τεχνολογίες επιτρέπουν στους καταναλωτές/πελάτες μεγαλύτερες επιλογές παράλληλα δημιουργούν και την ανάγκη να επιτευχθεί ένα νέο πλέγμα θεσμών και κανόνων που θα προστατεύουν τον πελάτη/καταναλωτή στο νέο περιβάλλον συναλλαγών. (Λαζακίδου Α., Λαζακίδου Γ., 2004, σελ.197)

Παράλληλα με την αύξηση της χρήσης των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων από τους έλληνες καταναλωτές, πολλαπλασιάζονται οι επίδοξοι ηλεκτρονικοί ληστές, οι οποίοι εκσυγχρονίζονται και ανακαλύπτουν συνεχώς νέες μεθόδους προκειμένου να παραπλανήσουν τα υποψήφια θύματά τους. Αν και τα συστήματα ασφαλείας των τραπεζών είναι εξελιγμένα, η άγνοια και η απροσεξία των πελατών δίνει τη δυνατότητα στους απατεώνες να κάνουν τελικώς με άνεση τη «δουλειά» τους. (<http://www.tovima.gr/finance>)

Στην ηλεκτρονική τραπεζική, επειδή απουσιάζει η φυσική επαφή με πρόσωπα εμπιστοσύνης, υπάρχει ανάγκη καθιέρωσης μηχανισμών που μέσω αυτών θα είναι δυνατόν να αποδεικνύεται ότι το πρόσωπο, με το οποίο πραγματοποιείται η συναλλαγή ηλεκτρονικά, είναι όντως το δηλούμενο στην συναλλαγή πρόσωπο. Σε κάθε περίπτωση απαιτείται η ύπαρξη ενός Οργανισμού Πιστοποίησης ή αλλιώς μιας Έμπιστης Τρίτης Οντότητας με σκοπό την επικύρωση της αυθεντικότητας της ταυτότητας του ατόμου ή της επιχείρησης και την τήρηση στοιχείων για την πραγματοποιηθείσα οικονομική πράξη. Ο μηχανισμός αυτός περιλαμβάνει ψηφιακά

πιστοποιητικά (digital certificates) και συστήματα μη άρνησης αποδοχής (non repudiation systems).

Οι ηλεκτρονικές επιθέσεις στα μηχανογραφικά συστήματα των τραπεζών και των επιχειρήσεων εγκυμονούν πολλούς κινδύνους, καταστροφές hardware, software, καθυστερήσεις, ματαιώσεις συναλλαγών, χρηματικά κόστη, διάψευση προσδοκιών, κακή φήμη. Ο μόνος τρόπος αντιμετώπισης των κινδύνων είναι η συνεχής εκπαίδευση των υπευθύνων ασφάλειας των συστημάτων των επιχειρήσεων και η συνεχής τεχνολογική βελτίωση των συστημάτων ασφαλείας. (Α. Σινανιώτη-Μαρούδη, Ι. Φαρσαρώτας, 2005, σελ149).

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

Με την πιστοποίηση ταυτότητας ή αυθεντικότητα εξασφαλίζεται ο υποψήφιος χρήστης ενός Web site ότι αυτό είναι το αυθεντικό site της τράπεζας με την οποία επιθυμεί να συνδιαλλαγεί ηλεκτρονικά. Αποκλείεται συνεπώς η περίπτωση αυτό να είναι ένα παρόμοιο με το αυθεντικό πλην όμως ψεύτικο site, που έχει στηθεί από κακοποιά στοιχεία με σκοπό να εξαπατήσει ανυποψίαστους και κυρίως μη ενημερωμένους για τις δυνατότητες της σύγχρονης τεχνολογίας χρήστες.

Η πιστοποίηση της ταυτότητας κάθε τράπεζας στο διαδίκτυο επιτυγχάνεται μέσω της συνεργασίας με κάποιον αναγνωρισμένο για αυτό το σκοπό παροχέα (Trusted Third Party) όπως για παράδειγμα η εταιρεία Verisign, η οποία κατέχει ηγετικό μερίδιο στην παγκόσμια αγορά πιστοποίησης ταυτότητας Web site. Στα περισσότερα site που πιστοποιούνται από την εν λόγω εταιρεία, ο χρήστης μπορεί να δει το χαρακτηριστικό εικονίδιο της, το οποίο «ανοίγοντάς» το, αποκαλύπτει περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το συγκεκριμένο site και την αυθεντικότητά του.

Οι συμβουλές της Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών (ΕΕΤ) για τους χρήστες των υπηρεσιών Internet banking και του Διαδικτύου είναι οι εξής:

- Μην αποκαλύπτετε ποτέ και σε κανέναν τους προσωπικούς σας κωδικούς. Σε περίπτωση που υποπτεύεστε διαρροή του κωδικού πρόσβασής σας, επικοινωνήστε άμεσα με την τράπεζά σας.

- Αγνοήστε και διαγράψτε αμέσως «ύποπτα» e-mail με τα οποία σας ζητούνται προσωπικά σας στοιχεία ή περιέχουν συνδέσμους (links) σε «άγνωστες» ιστοσελίδες. Οι τράπεζες δεν πρόκειται για κανένα λόγο να σας ζητήσουν τα προσωπικά σας στοιχεία μέσω e-mail ή τηλεφώνου. Για τον λόγο αυτόν να διαγράφετε τα e-mail αυτά ως πλαστά και να αγνοείτε αντίστοιχες πιθανές τηλεφωνικές κλήσεις.
- Βεβαιωθείτε ότι βρίσκεστε στη σωστή διεύθυνση της τράπεζάς σας. Μη συνδεθείτε ποτέ με την ιστοσελίδα της τράπεζάς σας μέσω εξωτερικού συνδέσμου (link) που σας παρέχει κάποιος τρίτος και ιδιαίτερα μέσω e-mail. Οι επίδοξοι απατεώνες συχνά καθοδηγούν τα υποψήφια θύματα σε ιστοσελίδες που μοιάζουν με τις επίσημες ιστοσελίδες των τραπεζών. Εκεί ζητούν προσωπικά στοιχεία ή κατεβάζουν στον υπολογιστή των επισκεπτών κακόβουλο λογισμικό.
- Ρυθμίστε το λειτουργικό σύστημα του υπολογιστή σας και το πρόγραμμα antivirus που χρησιμοποιείτε, ώστε να ενημερώνονται αυτόματα. Ενημερώνετε συχνά τα προγράμματα με τις τελευταίες εκδόσεις και κάνετε περιοδικούς ελέγχους του υπολογιστή σας για τυχόν κακόβουλο λογισμικό που έχει εγκατασταθεί εν αγνοία σας.

Για να μεταβείτε στο web site της τράπεζας πληκτρολογείτε την πλήρη διεύθυνση στη γραμμή διευθύνσεων του προγράμματος πλοήγησης που χρησιμοποιείτε. Αν δεν θέλετε να πληκτρολογείτε τη διεύθυνση, αποθηκεύστε τη σαν Σελιδοδείκτη στα Αγαπημένα. (<http://www.tovima.gr/finance> από το άρθρο «Η άγνοια και η απροσεξία κατά το e-banking δίνουν πόντους σε επίδοξους ηλεκτρονικούς ληστές»)

«4 ΧΡΥΣΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ» που φιλοξενεί η μεγάλη βρετανική τράπεζα HSBC στην ιστοσελίδα της.

1)Ο χρήστης να ενημερώνει τον υπολογιστή του με τις νεώτερες εκδόσεις τόσο του λειτουργικού συστήματός του, όσο και του browser που χρησιμοποιεί. Συχνά διαπιστώνονται αδυναμίες αυτών των προγραμμάτων, τις οποίες εκμεταλλεύονται οι hackers

και οι συγγραφείς ιών για να αποκτήσουν πρόσβαση σε υπολογιστές που δεν έχουν καλύψει τα τρωτά τους σημεία. Οι κατασκευαστές αυτών των προγραμμάτων (πχ. Microsoft) διανέμουν δωρεάν μέσω των ιστοσελίδων τους τις απαιτούμενες αναβαθμίσεις.

2) Να έχει εγκαταστήσει πρόγραμμα προστασίας από ιούς στον υπολογιστή του, και αν το έχει ήδη κάνει να φροντίζει για την αναβάθμισή του σε τακτά χρονικά διαστήματα, ώστε να διατηρείται ενήμερο για τις νέες εκδόσεις

3) Να έχει εγκαταστήσει στον υπολογιστή του έναν προσωπικό Firewall. Πρόκειται για πρόγραμμα το οποίο προστατεύει τον υπολογιστή και τα περιεχόμενά του, σταματώντας τη μη εξουσιοδοτημένη κυκλοφορία από και προς τον υπολογιστή όταν ο χρήστης είναι συνδεδεμένος στο internet

4) Να δίνει ιδιαίτερη προσοχή στη χρήση των κωδικών εισόδου (passwords). Οι κωδικοί εισόδου στο internet banking είναι αυστηρά προσωπικοί και σε καμία περίπτωση δεν πρέπει ο ιδιοκτήτης τους να τους μοιράζεται με κανέναν. Καλό θα ήταν κάθε χρήστης να αποστηθίζει τους κωδικούς του και να μην τους έχει σε γραπτή μορφή, καθώς υπάρχει ο κίνδυνος να κλαπούν, και να τους αλλάζει τακτικά.

Επίσης καλό είναι να μην χρησιμοποιούνται οι κωδικοί του internet banking για είσοδο και σε άλλα, μη ασφαλή sites.

Ιδιαίτερη προσοχή τέλος πρέπει να δίνεται σε περίπτωση που ο υπολογιστής που χρησιμοποιείται δεν ανήκει στο χρήστη (αεροδρόμια, internet cafe, κ.λπ.) κυρίως στο τι επιλέγει να αποθηκεύσει σε αυτόν. (<http://www.hsbc.com>)

ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

Ένα σύστημα υλοποίησης συναλλαγών θεωρείται ασφαλές όταν:

- Λειτουργεί απρόσκοπτα, δηλ εκτός προγραμματισμένων διακοπών λειτουργίας.
- Διασφαλίζει το ότι δεν έχει κάποιος τη δυνατότητα ανάγνωσης των αποσπελλόμενων στους συναλλασσόμενους μηνυμάτων(privacy).
- Παρέχει σε κάθε συναλλασσόμενο κάποιο μέσο εξακρίβωσης της ταυτότητας του προσώπου, με το οποίο συναλλάσσεται (authentication).
- Διασφαλίζει το αναλλοίωτο των μηνυμάτων των συναλλασσόμενων (integrity).

- Διασφαλίζει σε κάθε συναλλασσόμενο το ότι η οντότητα με την οποία συναλλάσσεται δεν θα αρνηθεί ότι έγινε μεταξύ τους συναλλαγή (non-repudiation).

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΣΩΣΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

- Να σχεδιάζεται σύμφωνα με την πραγματικότητα της καθημερινής λειτουργίας της επιχείρησης, καθώς επίσης και με τη γενικότερη κατεύθυνση της στρατηγικής της.
- Να είναι εύκολα κατανοητή και προσβάσιμη από τους υπάλληλους της επιχείρησης
- Να «διαφημίζεται» αρκετά μέσα στην επιχείρηση
- Να μην είναι πολύ μακροσκελής
- Να μην είναι εύκολα αναγνωρίσιμο από τους υπαλλήλους ποιο τμήμα τους αφορά
- Να είναι αρκετά συγκεκριμένη αντιμετωπίζοντας τις πραγματικές αιτίες και όχι τα συμπτώματα
- Να αναβαθμίζεται συχνά και να παρακολουθεί τις τεχνολογικές εξελίξεις.

3.2.1 Βοηθήματα Ασφάλειας

Τα κύρια εργαλεία ασφάλειας είναι τα ψηφιακά πιστοποιητικά, η ψηφιακή υπογραφή, η κρυπτογράφηση, τα SLL, οι κωδικοί πρόσβασης και οι smart cards.

ΨΗΦΙΑΚΑ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΑ

Κατά την πολιτική ασφάλειας ενός συστήματος συναλλαγών είναι απαραίτητη η εξακρίβωση της ταυτότητας του χρήστη. Τα ψηφιακά πιστοποιητικά είναι το ωριμότερο εργαλείο ταυτοποίησης των χρηστών ενός συστήματος συναλλαγών μέσω

διαδικτύου. Το ψηφιακό πιστοποιητικό περιέχει τα στοιχεία του κατόχου του (όνομα, επάγγελμα κλπ) και το δημόσιο κλειδί του.

Το δημόσιο και ιδιωτικό κλειδί είναι ένα συμπληρωματικό ζεύγος στοιχείων (μοναδικά για κάθε συνδυασμό χρήστη-υπολογιστή), στο οποίο στηρίζεται η διαδικασία της κρυπτογράφησης. Η διαδικασία έκδοσης ψηφιακών πιστοποιητικών πρέπει να επικυρώνεται από μια εκδίδουσα αρχή.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΥΠΟΓΡΑΦΗ

Είναι ο συνδυασμός ενός μηνύματος προκύπτοντος από την επεξεργασία του πιστοποιητικού με κάποιον αλγόριθμο και με ιδιωτικό κλειδί του υπολογιστή. Η ασφαλής ανταλλαγή δεδομένων μεταξύ δύο μερών (πχ πελάτη-τράπεζας) εξασφαλίζεται από την ύπαρξη ενός ιδιωτικού και ενός δημόσιου κλειδιού για κάθε μέρος.

ΚΡΥΠΤΟΓΡΑΦΗΣΗ ΚΑΙ SSL

Η εγγενής αδυναμία του πρωτοκόλλου TCP/IP, χρησιμοποιούμενου για τη μεταφορά δεδομένων, αντιμετωπίζεται με την κρυπτογράφηση της διακινούμενης πληροφορίας, ούτως ώστε και αν κάποιος την καταγράψει να μην έχει την δυνατότητα να την αποκρυπτογραφήσει ή να τη μεταβάλλει. Το πρωτόκολλο, που φροντίζει για τη μετάδοση κρυπτογραφημένης πληροφορίας, λέγεται SSL(Secure Socket Layer).

ΚΩΔΙΚΟΙ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ ΚΑΙ SMART CARDS

Με τη λεγόμενη «έξυπνη κάρτα» (smart card) η ηλεκτρονικά αποθηκευμένη στην κάρτα αξία αγοράζεται από τον χρήστη και μειώνεται μετά από κάθε χρήση της για την πραγματοποίηση πληρωμών. Πέρα από την έξυπνη κάρτα «μέσο αποθήκευσης» μπορεί να είναι και η μνήμη ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή. Πρόκειται για μορφές του λεγόμενου ηλεκτρονικού υπολογιστή. Εδώ υπάγονται και οι προπληρωμένες κάρτες πολλαπλών χρήσεων (e-purse-ηλεκτρονικό πορτοφόλι) και τα προπληρωμένα προϊόντα λογισμικού, εγκατεστημένα στη μνήμη ηλεκτρονικού υπολογιστή συνδεδεμένου με το διαδίκτυο (digital cash- ψηφιακά μετρητά).

Ο συνδυασμός κωδικών πρόσβασης και έξυπνης κάρτας κερδίζει έδαφος, καθώς οι περισσότεροι κατασκευαστές περιφερειακών (πληκτρολογίων κλπ) ενσωματώνουν αναγνώστες στα προϊόντα τους. Το ίδιο συμβαίνει και με τις συσκευές αναγνώρισης

αποτυπωμάτων, καθώς όσο ασφαλής και αν είναι η smart card σε σχέση με το ψηφιακό πιστοποιητικό εγκυμονεί τον κίνδυνο απώλειας ή κλοπής κάτι που δεν συμβαίνει με τα ανθρώπινα αποτυπώματα. Αλλά φυσικά χαρακτηριστικά που χρησιμοποιούνται για την ταυτοποίηση, εκτός των αποτυπωμάτων, είναι η ίριδα του ματιού, η φωνή κλπ.

Μακροχρόνια, η αίσθηση ασφάλειας του «εικονικού» κόσμου δεν θα έχει διαφορά από αυτή του φυσικού. Παρόλο που στην ηλεκτρονική τραπεζική απουσιάζει η φυσική επαφή με πρόσωπα εμπιστοσύνης, με τις νέες και επερχόμενες μεθόδους διασφάλισης των διενεργούμενων συναλλαγών, ο φόβος, που προκαλεί η έλλειψη ασφάλειας στις συναλλαγές, θα εξαλειφθεί. (Α.Σινανιώτη-Μαρούδη, Ι. Φαρσαρώτας, 2005, σελ147-151).

3.3 ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ

ΤΟ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ INTERNET BANKING

Κύριοι κλάδοι του δικαίου που διέπουν το internet banking είναι:

- ⊗ Η νομοθεσία για τη διεξαγωγή τραπεζικών και χρηματοοικονομικών συναλλαγών και την τραπεζική εποπτεία
- ⊗ Η νομοθεσία για τη προστασία του καταναλωτή και
- ⊗ Η νομοθεσία για την προστασία των προσωπικών δεδομένων.(Α. Σινανιώτη-Μαρούδη, Ι. Φαρσαρώτας, 2005, σελ.151).

Η ηλεκτρονική τραπεζική υπάγεται στην εποπτεία της Κεντρικής Τράπεζας και τις Οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τα πιστωτικά ιδρύματα. Εφαρμόζονται οι διατάξεις για τον περιορισμό του σκοπού και των ποσοστών συμμετοχής φυσικών ή νομικών προσώπων σε πιστωτικά ιδρύματα ή της συμμετοχής των πιστωτικών ιδρυμάτων σε άλλες επιχειρήσεις και οι διατάξεις για τη δημοσιοποίηση των οικονομικών αποτελεσμάτων. (Γιαννόπουλος, Internet Banking: Νομικά ζητήματα από την διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών στο διαδίκτυο, ΔΕΕΤ 2003).

Στην έννοια της εποπτείας περιλαμβάνονται ο ορισμός των ιδίων κεφαλαίων των πιστωτικών ιδρυμάτων (ΠΔ/ΤΕ 2053/1992), ο έλεγχος φερεγγυότητας (ΠΔ/ΤΕ

2054/1992), ρευστότητας, κεφαλαιακής επάρκειας (ΠΔ/ΤΕ 2397/1996), συγκέντρωσης κινδύνων (ΠΔ/ΤΕ 2246/1996) και συστήματος εξωτερικού ελέγχου (ΠΔ/ΤΕ 2438/1998) των πιστωτικών ιδρυμάτων.(Α. Σινανιώτη-Μαρούδη, Ι. Φαρσαρώτας, 2005, σελ.152).

3.3.1 Νομικό πλαίσιο για το ελληνικό e-Banking

Η ασφάλεια των συναλλαγών και των προσωπικών δεδομένων των χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω Διαδικτύου (Internet Banking), είναι μείζονος σημασίας. Εκτός από τα συστήματα ασφάλειας των τραπεζών και των μέτρων προστασίας από την πλευρά του χρήστη υπάρχει ένα συγκεκριμένο νομοθετικό πλαίσιο σε σχέση με την ηλεκτρονική τραπεζική, το οποίο κατοχυρώνει ακόμη περισσότερο τον καταναλωτή. Συγκεκριμένα, η πραγματοποίηση ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών στο διαδίκτυο, διέπεται από την ελληνική και την κοινοτική τραπεζική νομοθεσία.

Ελληνική νομοθεσία

Νομοθεσία σχετικά με τις ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω Διαδικτύου.

Όσον αφορά το νομικό πλαίσιο των ηλεκτρονικών πληρωμών στην ηλεκτρονική τραπεζική μέσω Διαδικτύου (Internet Banking), εφαρμόζεται ο νόμος 2789/2000, ο οποίος έχει ενσωματώσει την κοινοτική οδηγία 98/26.

Νομοθεσία για την προστασία του καταναλωτή

Για την προστασία των καταναλωτών στην παροχή τραπεζικών υπηρεσιών και από φυσικά αλλά και από εναλλακτικά δίκτυα (Internet Banking), εφαρμόζεται ο νόμος 2251/94. Ειδικά για τις προσφερόμενες υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω διαδικτύου (Internet Banking), κατευθυντήριες γραμμές δίνει το άρθρο 4 του προαναφερθέντος νόμου, το οποίο ενσωματώνει την κοινοτική οδηγία 97/7 σχετικά με τις εξ' αποστάσεως συμβάσεις (διαδικτυακές συναλλαγές).

Νομοθεσία για την προστασία των προσωπικών δεδομένων

Το νομικό πλαίσιο που θωρακίζει τα προσωπικά δεδομένα των καταναλωτών διέπεται από τον Ελληνικό νόμο 2472/1997 αλλά και από διάφορες διεθνείς συμβάσεις.

Ακόμη, οι οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης που ολοκληρώνουν το νομοθετικό πλαίσιο της προστασίας των προσωπικών δεδομένων του καταναλωτή είναι οι 95/46/ΕΚ, 97/66/ΕΚ και 2002/58/ΕΚ.

3.3.2 Ευρωπαϊκή νομοθεσία

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

1. Σε αυτήν την ενότητα εντάσσονται οι οδηγίες που αφορούν την ανάληψη και άσκηση δραστηριοτήτων ηλεκτρονικής τραπεζικής από τα κοινοτικά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Οι οδηγίες είναι οι: 2000/12/ΕΚ, 2000/28/ΕΚ και 2000/46/ΕΚ.
2. Σε αυτήν την ενότητα εντάσσονται οι οδηγίες που αφορούν την κοινωνία της πληροφορίας και την εξ' αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Οι οδηγίες είναι οι: 2000/31/ΕΚ, 2002/65/ΕΚ, 1999/93/ΕΚ και 98/48/ΕΚ.
3. Σε αυτήν την ενότητα εντάσσονται κοινοτικές πράξεις που αφορούν την διενέργεια πληρωμών στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Συγκεκριμένα είναι η σύσταση 97/489/ΕΚ και ο κανονισμός 2560/2001/ΕΚ.

Παρόλη τη νευραλγική σημασία του ιδιωτικού διεθνούς δικαίου όσον αφορά στην εύρεση του εφαρμοστέου δικαίου στις συναλλαγές e-banking, ο τεχνικός και συχνά πολύπλοκος χαρακτήρας των τραπεζικών συναλλαγών και η έντονη παρουσία εθνικών κανόνων αναγκαστικού δικαίου, σε συνδυασμό με τα ζητήματα που ανακύπτουν από την εφαρμογή του κοινοτικού δικαίου (2000/31/ΕΚ), καθιστούν ιδιαίτερα δύσκολο το συγκεκριμένο εγχείρημα. Άλλωστε, οι παραδοσιακοί κανόνες συνδέσεως, που εμπεριέχουν συνδέσμους γεωγραφικής μορφής, δύσκολα μπορούν να ανταπεξέλθουν στις ανάγκες και τις ιδιαιτερότητες της εικονικής πραγματικότητας του Κυβερνοχώρου. Για τους λόγους αυτούς, έχει υποστηριχθεί διεθνώς η δημιουργία ενός συστήματος ουσιαστικών κανόνων και είναι πρέπον να τηρείται. (Λαζακίδου Α., Λαζακίδου Γ., 2004, σελ.200)

3.3.3 Το πλαίσιο διοικητικού ελέγχου της ηλεκτρονικής τραπεζικής

⇒ Μέσα άσκησης προληπτικής εποπτείας:

Εισαγωγικές παρατηρήσεις

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. Εντούτοις 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.

Περιορισμός της έκθεσης σε χρηματοπιστωτικής φύσεως κινδύνους

Ο περιορισμός της έκθεσης των πιστωτικών ιδρυμάτων στον κίνδυνο συγκέντρωσης που προκύπτει από στοιχεία τόσο του επενδυτικού χαρτοφυλακίου όσο και του χαρτοφυλακίου συναλλαγών επιτυγχάνεται με τις διατάξεις των άρθρων 48-49 της Οδηγίας 2000/12/EK και το Παράρτημα VI της Οδηγίας 93/6/ΕΟΚ. Στα εν λόγω άρθρα προβλέπονται κανόνες αναφορικά με την υποχρέωση γνωστοποίησης στις εποπτικές αρχές των μεγάλων χρηματοδοτικών ανοιγμάτων, και την υποχρέωση διαφοροποίησης του χαρτοφυλακίου ως προς μεμονωμένους πελάτες ή ομάδες συνδεδεμένων πελατών.

Ειδικά στα ιδρύματα ηλεκτρονικού χρήματος ο περιορισμός της έκθεσης στον κίνδυνο πραγματοποιείται και με την επιβολή ποιοτικών και ποσοτικών περιορισμών της επενδυτικής πολιτικής τους.

⇒ Κατανομή αρμοδιοτήτων διοικητικού ελέγχου δραστηριοτήτων ηλεκτρονικής τραπεζικής

Προληπτική εποπτεία δραστηριοτήτων ηλεκτρονικής τραπεζικής των πιστωτικών ιδρυμάτων και των ιδρυμάτων ηλεκτρονικού χρήματος

Σύμφωνα με τις διατάξεις της Οδηγίας 2000/12/EK 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:

- ⊗ Την αποστολή περιοδικής έκθεσης με στατιστικά στοιχεία αναφορικά με τις πράξεις που πραγματοποιήθηκαν στο έδαφος τους. Η έκθεση μπορεί να περιλαμβάνει τις ίδιες πληροφορίες με εκείνες που απαιτούν γι' αυτό το σκοπό από τα εγχώρια πιστωτικά ιδρύματα,
- ⊗ Την παύση της αντικανονικής κατάστασης σε περίπτωση που το πιστωτικό ίδρυμα, ή ίδρυμα ηλεκτρονικού χρήματος το οποίο παρέχει υπηρεσίες στο έδαφος του, δεν τηρεί τις ισχύουσες διατάξεις αναφορικά με την εν λόγω αρμοδιότητα. Παράλληλα προβλέπεται ειδική διαδικασία σε περίπτωση που το ενεχόμενο πιστωτικό ίδρυμα δεν ανταποκριθεί θετικά.

Έλεγχος εφαρμογής των διατάξεων των Οδηγιών 2000/31/EK και 1999/93/EK

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

- ⊗ Να μεριμνά ώστε οι υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας που παρέχει ένας φορέας εγκατεστημένος στο έδαφος του να τηρούν τις ισχύουσες εθνικές διατάξεις του οι οποίες εμπίπτουν στο συντονισμένο τομέα,

- ⊗ Να διαθέτει τα απαιτούμενα μέσα ελέγχου και έρευνας για την αποτελεσματική εφαρμογή της Οδηγίας 2000/31/EK και να μεριμνά ώστε οι φορείς παροχής να του κοινοποιούν τις απαραίτητες πληροφορίες,
- ⊗ Να δημιουργεί 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 προκειμένου:
- 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, και
 - Να λαμβάνουν τα στοιχεία των αρχών, των οργανισμών ή των ενώσεων από τις οποίες οι αποδέκτες των υπηρεσιών μπορούν να λάβουν περισσότερες πληροφορίες ή πρακτική βοήθεια.

Στο σημείο αυτό πρέπει να τονισθεί 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.

3. Η Οδηγία 1999/93/EK καθιερώνει αναφορικά και με τους παρόχους υπηρεσιών πιστοποίησης την αρχή του ελέγχου από το κράτος μέλος καταγωγής. Προβλέπεται σχετικά ότι κάθε κράτος μέλος εξασφαλίζει την καθιέρωση κατάλληλου συστήματος που καθιστά δυνατή την επιτήρηση των εγκατεστημένων στο έδαφος τους παρόχων υπηρεσιών πιστοποίησης που εκδίδουν για το κοινό αναγνωρισμένα πιστοποιητικά. (Γκόρτσου Βλ. Χ., Τασάκου Γ. Κ. «Το Ευρωπαϊκό Κοινοτικό Δίκαιο για την Ηλεκτρονική Τραπεζική» Γ' τρίμηνο 2003)

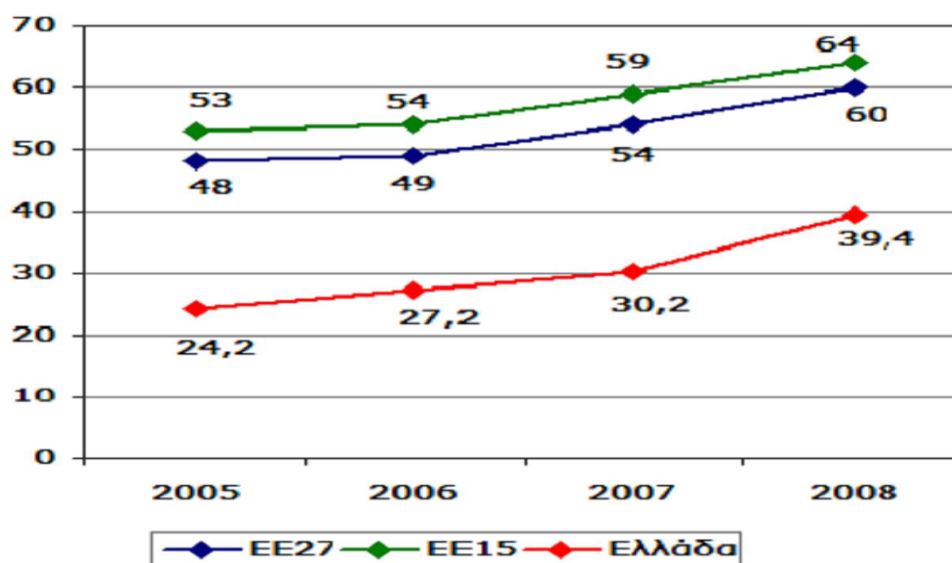
Κεφάλαιο 4^ο

4.1 Το e-banking στην Ελλάδα

Σε ήδη διαμορφωμένες τεχνολογικά αγορές η ανάπτυξη διαδικασιών μέσω του internet έχει ρόλο προοδευτικής και όχι ριζοσπαστικής καινοτομίας. Η ταχύτητα που εξελίσσεται ένα νέο σύστημα, όπως το e-banking, εξαρτάται από τη διάθεση των πελατών και τη δυσκολία στην διεκπεραίωση των τραπεζικών συναλλαγών μέσω των άλλων δικτύων διανομής χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Συνεπώς, όπως συμβαίνει με την εφαρμογή κάθε νέου συστήματος, μόνο οι τολμηροί το χρησιμοποιούν στην αρχή, λίγοι διακινδυνεύουν να δώσουν προσωπικά τους δεδομένα «στον αέρα» και ακόμη λιγότεροι στοιχεία των τραπεζικών τους λογαριασμών.

Στην Ελλάδα παρατηρείται σχετικά χαμηλή διείσδυση του e-banking σε σχέση με τις υπόλοιπες Ευρωπαϊκές χώρες. Το γεγονός αυτό οφείλεται στα γενικότερα χαμηλά ποσοστά εξοικείωσης του ελληνικού κοινού με τις νέες τεχνολογίες, το οποίο έχει ως αποτέλεσμα ο κόσμος να αντιμετωπίζει την ηλεκτρονική τραπεζική με σχετική δυσπιστία ακόμη και σήμερα. Εντούτοις, σύμφωνα με τραπεζικούς κύκλους, την τελευταία πενταετία ο αριθμός χρηστών τέτοιου είδους υπηρεσιών αυξάνεται με γρήγορους ρυθμούς. Πιο συγκεκριμένα, στα τέλη του 2006 οι χρήστες υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής ξεπέρασαν τους 500.000, γεγονός ιδιαίτερα αισιόδοξο για το μέλλον αν αναλογιστεί κανείς ότι το αντίστοιχο νούμερο το 2001 δεν ξεπερνούσε τους 150.000 χρήστες. Το Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας εκτιμά από την πλευρά του ότι οι χρήστες των online τραπεζικών υπηρεσιών στην Ελλάδα φτάνουν σήμερα στο 15% του συνόλου των χρηστών του Internet στη χώρα, ενώ ένα ποσοστό 7% χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο και για χρηματιστηριακές συναλλαγές.

Εκτιμάται επιπλέον ότι οι online υπηρεσίες των ελληνικών τραπεζών δεν υστερούν σε τίποτα από τις αντίστοιχες των τραπεζών του εξωτερικού, εξασφαλίζοντας αμεσότητα, ικανοποιητική εξυπηρέτηση και ασφάλεια στους χρήστες. Τα ποσοστά που προαναφέρθηκαν αναμένεται στο άμεσο μέλλον να αυξηθούν καθώς ο ανταγωνισμός μεταξύ των παροχών ευρυζωνικού Internet έχει ενταθεί, πράγμα που οδηγεί στην πτώση των τιμών και στη συνεχώς αυξανόμενη διείσδυση του Internet στα ελληνικά νοικοκυριά (Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, Έρευνα χρήσης τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας, 2007).



Ποσοστό (%) των νοικοκυριών με κατ' οίκων πρόσβαση στο Διαδίκτυο

Πηγή: Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας

Στον χώρο της ηλεκτρονικής τραπεζικής δραστηριοποιούνται με επιτυχία εδώ και αρκετά χρόνια οι περισσότερες ελληνικές και πολυεθνικές τράπεζες που λειτουργούν στην ελληνική επικράτεια. Τα πιστωτικά ιδρύματα στη χώρα μας ανέπτυξαν το e-banking με αργά βήματα και μακρύ διάστημα σε πιλοτικά συστήματα, αφού τα στελέχη της πληροφορικής κλήθηκαν να εκπονήσουν προγράμματα για το νέο σύστημα, χωρίς να υπάρχει προηγούμενη εμπειρία στον τομέα αυτό. Με το e-banking υπάρχει η ανάγκη υποστήριξης του χρήστη που να διευκολύνει τη διόρθωση τυχόν λαθών κατά τις συναλλαγές του μέσω internet. Για τη στελέχωση των ανωτέρω τμημάτων απαιτείται εξειδικευμένο προσωπικό. Οι τράπεζες χρειάστηκαν αρκετό διάστημα σε σχετικά πιλοτικά συστήματα για τη διερεύνηση του θέματος, πριν οριστικοποιήσουν το νέο τους οργανόγραμμα. Για να προσφέρουν την απαραίτητη βοήθεια στον πελάτη τα πιστωτικά ιδρύματα προέβησαν σε διοικητική αναδιοργάνωση και δημιουργήθηκαν νέες υπηρεσίες για την παρακολούθηση, υποστήριξη του χρήστη, έλεγχο και διαχείριση τόσο του συστήματος όσο και του κινδύνου που συνεπάγονται οι τραπεζικές συναλλαγές μέσω διαδικτύου. Οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί έπρεπε να αξιολογήσουν τις εναλλακτικές

δυνατότητες και κατόπιν να λάβουν αποφάσεις σχετικά με την πολιτική που θα ακολουθούσαν στο συγκεκριμένο θέμα. Τόσο στην περίπτωση εύρεσης προσωπικού μέσω νέων προσλήψεων όσο και με την εκπαίδευση του ήδη υπάρχοντος πέρασε αρκετό χρονικό διάστημα μέχρι να ολοκληρωθούν οι σχετικές διαδικασίες (Χατζηκωνσταντής Λ. «Τάσεις και προκλήσεις για την αγορά της ηλεκτρονικής τραπεζικής», e-banking forum, 2003).

Η ένταξη της Ελλάδας στην Οικονομική και Νομισματική Ένωση (ONE) έδωσε την ευκαιρία στις ελληνικές τράπεζες να εκσυγχρονιστούν και να εναρμονίσουν τη λειτουργία τους με βάση τα ευρωπαϊκά πρότυπα. Επίσης, η εισαγωγή του ευρώ σε φυσική μορφή έφερε σημαντικές μεταβολές στις χρηματοπιστωτικές δραστηριότητες του ελληνικού τραπεζικού συστήματος. Τα πιστωτικά ιδρύματα στο νέο περιβάλλον του κοινού νομίσματος για να διατηρήσουν την πελατεία τους και να αυξήσουν τα έσοδα τους πρέπει να προσφέρουν και νέα προϊόντα σε συνδυασμό με την παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών. Σε αυτό συμβάλλει το e-banking επειδή έχοντας παγκόσμια εμβέλεια, τους δίνει τη δυνατότητα να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητα και την παραγωγικότητά τους, να αυξήσουν το μερίδιό τους στη διεθνή αγορά, γεγονός ιδιαίτερα σημαντικό για τις Ελληνικές τράπεζες λόγω του μεγάλου αριθμού των Ελλήνων της διασποράς (Κεφαλάς Χ. «Η λειτουργία των ελληνικών τραπεζών στο περιβάλλον της ONE», EET, 2001).

Θέματα ασφάλειας αποτελούν ανασταλτικό παράγοντα στη διάδοση του e-banking όπου τα πιστωτικά ιδρύματα έχουν μεταβιβάσει στο χρήστη την ευθύνη αναγνώρισης του αυθεντικού web site τους. Παρότι αυτά φροντίζουν να δίνουν λεπτομερή στοιχεία για τη διευκόλυνση του ελέγχου από τους πελάτες, εν τούτοις αυτό δεν αποκλείει ένα web site μιας ψεύτικης διεύθυνσης υποτιθέμενης τράπεζας να τα αντιγράψει ή να δημιουργήσει κάποιες δικές της αντίστοιχες ενδείξεις και να παραπλανήσει τους χρήστες. Οι χρηματοοικονομικοί οργανισμοί διαβεβαιώνουν ότι εφαρμόζουν απαραβίαστα τεχνολογικά συστήματα, το κοινό όμως διατηρεί τις επιφυλάξεις του και οι αμφιβολίες του δεν έχουν αρθεί ακόμη πλήρως. Οι τεχνολογίες ασφάλειας στο internet που χρησιμοποιούν οι τράπεζες αναφέρονται στη βασική προστασία που παρέχεται με τη χρήση user ID, passwords, κρυπτογραφικές τεχνικές όπως Secure Socket Layer (SSL <http://>) ή SET και τα διάφορα Firewalls, που όμως δεν αποτελούν πανάκεια. Τα πιστωτικά ιδρύματα τονίζουν ότι έχουν υιοθετήσει τα πλέον εξελιγμένα και σύγχρονα συστήματα ασφάλειας με ένδειξη την κλειστή κλειδαριά στο κάτω

μέρος της ιστοσελίδας της τράπεζας. Όλα τα ανωτέρω προβληματίζουν ακόμη και τους έμπειρους χρήστες του internet με αποτέλεσμα να αποφεύγουν την εκτέλεση τραπεζικών συναλλαγών μέσω αυτού. Τέλος, πρόβλημα για τη διάδοση του e-banking είναι το θέμα προστασίας των προσωπικών δεδομένων. Δύο στους τρεις χρήστες δεν προτίθενται να διεκπεραιώσουν ηλεκτρονικές συναλλαγές στο internet εάν δεν τους εξηγηθεί καθαρά πώς θα χρησιμοποιηθούν τα προσωπικά τους στοιχεία. (Χατζηκωνσταντής Λ. «Τάσεις και προκλήσεις για την αγορά της ηλεκτρονικής τραπεζικής», e-banking forum, 2003).

Σημεία προσοχής των ελληνικών τραπεζών όσον αφορά το e-banking

Οι ελληνικές τράπεζες κατάφεραν να πετύχουν ένα ικανοποιητικό επίπεδο στην ηλεκτρονική τραπεζική, εστιάζοντας αρκετά στα παρακάτω σημεία:

Ενοποίηση Καναλιών (Καταστήματα, Τηλεφωνικό κέντρο, ATM, Η/Υ, Κινητά Τηλέφωνα, Δορυφορική Τηλεόραση). Η ενιαία διαχείριση της πληροφορίας μέσω των ηλεκτρονικών καναλιών έχει βοηθήσει τις τράπεζες να κατανοήσουν καλύτερα τις ανάγκες των πελατών τους και να τους προσφέρουν πλήρεις υπηρεσίες για τη σωστή διαχείριση των οικονομικών τους, οι διαφορετικές βάσεις δεδομένων, που συντηρούν πολλές τράπεζες για διαφορετικά προϊόντα, μειώνει τον βαθμό εξυπηρέτησης των πελατών. Η δημιουργία πελατοκεντρικών συστημάτων, τα οποία διατηρούν τις πληροφορίες αυτές σε βάση δεδομένων από την οποία εξυπηρετούνται όλα τα κανάλια σε πραγματικό χρόνο, είναι μονόδρομος, και θα πρέπει να πλέον να τον ακολουθήσουν όλες οι τράπεζες. Η διαδικασία αυτή συντελεί και στη διευκόλυνση των πελατών κατά την πραγματοποίηση μιας συναλλαγής, ή για να αποφασίσουν μια αγορά ενός προϊόντος («E-banking», EET, 2002).

Καλύτερη διαχείριση πληροφοριών. Οι τράπεζες θα επενδύσουν μελλοντικά σε ένα πλαίσιο κατά το οποίο οι συναλλαγές που εκτελούνται μέσω των ηλεκτρονικών καναλιών, ιδιαίτερα το Internet, θα παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την καταναλωτική συμπεριφορά των πελατών, οι οποίες, και πάλι, θα βοηθήσουν τις τράπεζες να κατανοήσουν τις ανάγκες των πελατών τους, ούτως ώστε να δημιουργήσουν εξειδικευμένα προϊόντα και υπηρεσίες προσαρμοσμένα στις ανάγκες του κάθε πελάτη (Αγγελής Β., 2005, σελ.53).

Αύξηση της λειτουργικότητας των εφαρμογών. Παράλληλα όσο οι πελάτες χρησιμοποιούν τα νέα κανάλια για την πραγματοποίηση των συναλλαγών τους, απαιτούνται περισσότερες και πιο εκλεπτυσμένες υπηρεσίες και προϊόντα προστιθέμενης αξίας. Οι τράπεζες πρέπει να προβλέπουν ποιο θα είναι αυτό που θα θελήσουν οι πελάτες, και πρέπει να είναι έτοιμες όταν αυτοί το απαιτήσουν. Όσο οι πελάτες ανακαλύπτουν τα προνόμια που τους προσφέρουν τα εναλλακτικά κανάλια, καθώς και τη δυνατότητα να πραγματοποιούν μόνοι τους τις συναλλαγές τους και να γίνονται καλύτεροι χρήστες, τόσο πιο γρήγορα θα στραφούν προς την χρήση αυτών («E-banking», EET, 2002).

Εύχρηστα και φιλικά sites. Οι ελληνικές τράπεζες θα πρέπει να δραστηριοποιηθούν περισσότερο προς την κατεύθυνση του σχεδιασμού εύχρηστων και φιλικών sites μέσω των οποίων θα προσφέρονται οι υπηρεσίες e-banking, λαμβάνοντας υπόψη τους τον χαμηλό βαθμό εξοικείωσης των καταναλωτών στην χώρα μας με το e-commerce και το e-banking. Αυτό σημαίνει ότι, πέρα από τις «αισθητικές» και «καλλιτεχνικές» επιδιώξεις, τα sites θα πρέπει πρωτίστως να διευκολύνουν τη διάδραση (interaction) με τον πελάτη και την πλοήγηση στις υπηρεσίες-προϊόντα που ενδιαφέρουν τον καταναλωτή. Προς την κατεύθυνση αυτή συνηγορεί και το γεγονός ότι οι μη χρήστες του e-banking θεωρούν ιδιαίτερα καθοριστικό παράγοντα της συχνής χρήσης ενός site την ύπαρξη μιας λιτής αλλά και λογικής δομής του site, την εύκολη πλοήγηση στο site και την ύπαρξη μηχανής αναζήτησης. Επιπροσθέτως, οι τράπεζες θα πρέπει να εξετάσουν το ενδεχόμενο να προσθέσουν, στους ήδη υπάρχοντες τρόπους εκμάθησης των τραπεζικών συναλλαγών μέσω Internet άλλους συμπληρωματικούς, όπως ενημερωτικά έντυπα.

Αναφορικά με τους χρήστες των υπηρεσιών e-Banking, στα τέλη του 2006 οι χρήστες ξεπέρασαν τους 500.000, γεγονός ιδιαίτερα αισιόδοξο για το μέλλον αν αναλογιστεί κανείς ότι το αντίστοιχο νούμερο το 2001 δεν ξεπερνούσε τους 150.000 χρήστες. Οι χρήστες των on-line τραπεζικών υπηρεσιών στην Ελλάδα ανέρχονται περίπου στο 20% του συνόλου των χρηστών του Internet στη χώρα και οι συναλλαγές μέσω του e-Banking αυξάνονται με ένα ρυθμό της τάξης του 25% ετησίως. Εκτιμάται επιπλέον ότι οι on-line υπηρεσίες των ελληνικών τραπεζών δεν υστερούν σε τίποτα από τις αντίστοιχες των τραπεζών του εξωτερικού, εξασφαλίζοντας αμεσότητα, ικανοποιητική εξυπηρέτηση και ασφάλεια στους χρήστες. Τα παραπάνω νούμερα και ποσοστά αναμένεται στο άμεσο μέλλον να αυξηθούν καθώς ο ανταγωνισμός τόσο

μεταξύ των παρόχων ευρυζωνικού Internet, όσο και μεταξύ των τραπεζών έχει ενταθεί, πράγμα που οδηγεί στην αυξανόμενη διείσδυση του Internet και των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής στα ελληνικά νοικοκυριά. (<http://ginorto.blogspot.gr> από το άρθρο E-banking: 500.000 Έλληνες εμπιστεύονται τις συναλλαγές μέσω Internet)

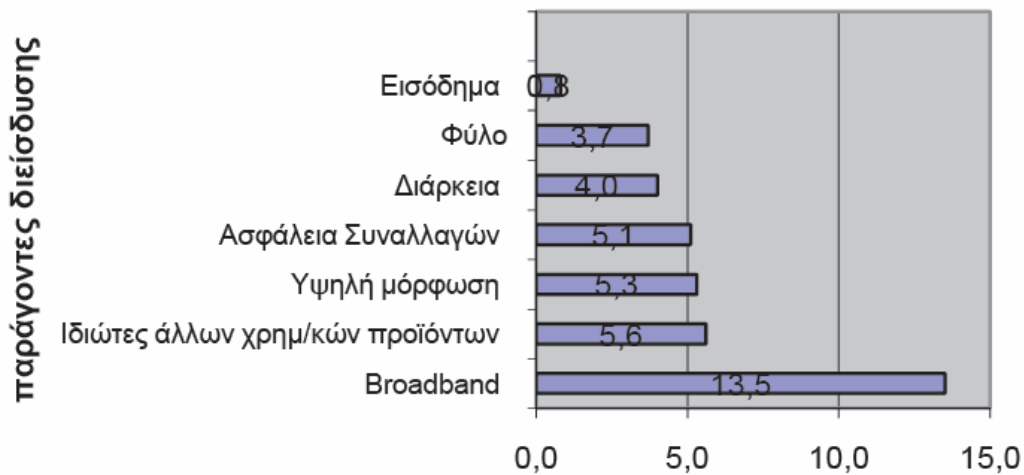
Βασική αιτία της μικρής εξοικείωσης των Ελλήνων με το e-Banking αποτελεί, σύμφωνα με τις τράπεζες, η καθυστερημένη σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη διείσδυση του Διαδικτύου και των νέων τεχνολογιών στη χώρα μας. Τα πιστωτικά ιδρύματα στην Ελλάδα που προσφέρουν τη δυνατότητα διενέργειας τραπεζικών συναλλαγών μέσα από το Internet υστερούν σε σχέση με τα αντίστοιχα στην Ευρώπη και τις ΗΠΑ καθώς τα τελευταία εφαρμόζουν πρακτικές διάδοσης του e-Banking με την παροχή κινήτρων, όπως τα φθηνότερα επιτόκια όταν τα προϊόντα διατίθενται μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής, ή ακόμη με την προώθηση προϊόντων μόνο μέσα από αυτό το κανάλι. Επιπλέον, οι Έλληνες αντιμετωπίζουν με σχετική επιφύλαξη τη νέα αυτή μορφή τραπεζικής λόγω της μεγάλης δυσπιστίας που επιδεικνύουν σε ότι αφορά την ασφάλεια των συναλλαγών. Στο γεγονός αυτό συμβάλουν αποφασιστικά και τα πολλά φαινόμενα ηλεκτρονικής απάτης που παρατηρούνται. Στις αρχές του 2006 περίπου 2.500 Έλληνες είχαν πέσει θύμα ηλεκτρονικής απάτης πληρώνοντας τέσσερα εκατομμύρια ευρώ το χρόνο, κυρίως μέσω κλοπής αριθμού και κωδικών πιστωτικών και χρεωστικών καρτών. (<http://portal.kathimerini.gr>, «Η τέχνη της Ηλεκτρονικής Απάτης και ο τζίρος της», 27/02/2006)

Ως αποτέλεσμα των παραπάνω, οι ελληνικές τράπεζες παρουσιάζονται διστακτικές και απρόθυμες να προβούν στη δημιουργία καινοτομικών προϊόντων που θα στηρίζονται σε σύγχρονα μέσα πληρωμών, δεδομένου ότι η αποδοχή τους αναμένεται να είναι περιορισμένη και να μην δικαιολογεί το ύψος της απαιτούμενης επένδυσης.

Για να ξεπεραστούν τα υφιστάμενα εμπόδια και να αποκτήσει η ηλεκτρονική Τραπεζική ακόμα μεγαλύτερη αποδοχή από το ελληνικό κοινό, ιδιαίτερα σημαντική θεωρείται η ενημέρωση εκ μέρους των τραπεζών τόσο σε θέματα ασφαλείας όσο και σε θέματα που αφορούν τις ίδιες τις παρεχόμενες από τις τράπεζες υπηρεσίες και των πλεονεκτημάτων που θα αποκομίσουν οι πελάτες από την ηλεκτρονική τραπεζική. Θα πρέπει με άλλα λόγια να υιοθετηθεί εκ μέρους των τραπεζών μια πελατοκεντρική αντίληψη η οποία θα στοχεύει στο να βοηθήσει τον πελάτη να στρέφεται στο κανάλι

που τον εξυπηρετεί καλύτερα και να αφαιρεί τυχόν ανασφάλειες όσον αφορά τη χρήση του καναλιού. Παράδειγμα εξάλλου αποτελούν και οι αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές (ATM) καθώς όταν τις εισήγαγαν οι τράπεζες τα πρώτα χρόνια χρησιμοποιούνταν από λίγους πελάτες (innovators, early adopters), ενώ σήμερα η χρήση τους αποτελεί καθημερινότητα για την μεγάλη πλειοψηφία των Ελλήνων. Ενδιαφέροντα αποτελέσματα αναφορικά με τους παράγοντες που συντελούν στην διάδοση του e-Banking προέκυψαν από έρευνα που διεξήχθη το 2006 στη Γερμανία. Σύμφωνα με την έρευνα, οι σημαντικότεροι παράγοντες για την υιοθέτηση του e-Banking είναι η ευρυζωνικότητα, η κατοχή εκ μέρους του πελάτη ενός χρηματοοικονομικού προϊόντος, η ανώτερη μόρφωση, η ασφάλεια των συναλλαγών, το χρονικό διάστημα χρήσης του Internet, το φύλο και το υψηλό εισόδημα. Κάποιος που έχει ευρυζωνική σύνδεση Internet έχει κατά 13,5% μεγαλύτερη πιθανότητα να πραγματοποιήσει on-line τραπεζικές συναλλαγές. Η πιθανότητα ο πελάτης μιας τράπεζας να χρησιμοποιήσει το e-Banking αυξάνεται κατά 5,6% όταν κατέχει κάποιο άλλο χρηματοοικονομικό προϊόν της τράπεζας, ενώ κατά 5,3% και κατά 5,1% αυξάνεται η πιθανότητα όταν ο πελάτης έχει ανώτερη μόρφωση ή όταν θεωρεί τις συναλλαγές ασφαλείς αντίστοιχα. Κάθε επιπλέον χρόνος χρήσης του Internet αυξάνει την πιθανότητα χρήσης του e-Banking κατά 4% ενώ όταν ο πελάτης είναι άντρας έχει κατά 3,7% μεγαλύτερη πιθανότητα να χρησιμοποιεί το e-Banking από ότι αν ήταν γυναίκα. Τέλος, το καθαρό εισόδημα επηρεάζει τη χρήση του e-Banking κατά μόλις 0,8%. (Deutsche Bank Research, e-Banking Snapshot 19, November 2006)

Τα στοιχεία της έρευνας συνοψίζονται στο διάγραμμα που ακολουθεί:



Παράγοντες διάδοσης του e-Banking

Πηγή: DB Research, 2006

Φρενήρεις ρυθμοί διείσδυσης

Στην Ελλάδα, οι υπεύθυνοι των αντίστοιχων τμημάτων στις τράπεζες εμφανίζονται εξαιρετικά αισιόδοξοι. Ο κ. *Μαυρογιάννης* της Eurobank αναφέρεται σε κατακόρυφη αύξηση τόσο των συνδρομητών του internet banking της τράπεζας όσο και του αριθμού των κινήσεων και συναλλαγών τους ημερησίως. Ο κ. *Βήχος* της Alpha Bank υποστηρίζει ότι οι συνδρομητές του web banking της τράπεζας διπλασιάζονται ετησίως, ενώ πάνω από το 50% των πελατών της ηλεκτρονικής Alpha Bank εκτελεί συναλλαγές μέσω του Διαδικτύου τουλάχιστον τέσσερις φορές τον μήνα. Αισιόδοξος εμφανίζεται και ο κ. **Σωτ. Συρμακέζης**, διευθυντής της WinBank, της ηλεκτρονικής διεύθυνσης της Τράπεζας Πειραιώς, η οποία διαθέτει 18.000 συνδρομητές στο web banking. «*Είναι τρελό να τρέχεις και να στήνεσαι στην ουρά μπροστά στο γκισέ, όταν μπορείς να κάνεις τη συναλλαγή από τον υπολογιστή σου*» λέει χαρακτηριστικά. Πάντως, οι χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα μπορεί να εκτιμηθούν μόνο εμπειρικά. Υπολογίζεται, μάλιστα, ότι δεν ξεπερνούν τις 50.000, αριθμός που αντιστοιχεί σε περίπου 5% των συνολικών χρηστών του Διαδικτύου στη χώρα μας. Πάντως, η εφαρμογή της ηλεκτρονικής υπογραφής, που θεσμοθετήθηκε στη χώρα μας στον Ιούνιο με σχετικό Προεδρικό Διάταγμα, αναμένεται να δώσει νέα ώθηση στη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. «*Κλειδί*» στην εξέλιξη αυτή θα αποτελέσει, σύμφωνα με τον κ. *Συρμακέζη*, η «*ενίσχυση της εμπιστοσύνης των ανθρώπων στο internet banking*», που θα προκαλέσει η δυνατότητα απόκτησης συγκεκριμένων «*ηλεκτρονικών ταυτοτήτων*». Κάθε πελάτης μιας τράπεζας θα αρχίσει να εμπιστεύεται

περισσότερο τα συστήματα internet banking και θα απευθύνεται με μεγαλύτερη ευκολία στα ηλεκτρονικά της γκισέ για να εξυπηρετηθεί. (<http://www.tovima.gr> από το άρθρο «Το ηλεκτρονικό μέλλον των τραπεζών» της Βασιλείου Μ.)

4.2 Σύγκριση διείσδυσης του e-banking στην Ελλάδα με άλλες χώρες

Ο αληθινός αριθμός των Ελλήνων που κάνουν χρήση του e-banking ξεπερνά σύμφωνα με τραπεζικούς κύκλους τις 500.000 άτομα. Αν και πρόκειται για ένα αρκετά χαμηλό ποσοστό, σε σχέση με τη διείσδυση της ηλεκτρονικής τραπεζικής σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, αυξάνεται με ραγδαίους ρυθμούς, καθώς το 2001 οι online πελάτες των τραπεζών δεν ξεπερνούσαν τους 150.000 (1,5% του πληθυσμού). (<http://ginorto.blogspot.gr> από το άρθρο E-banking: 500.000 Έλληνες εμπιστεύονται τις συναλλαγές μέσω Internet).

Χαμηλά ποσοστά διείσδυσης του internet banking στην Ελλάδα σε σύγκριση με Ευρωπαϊκές χώρες-Λόγοι που δημιουργούν επιφυλάξεις στους Έλληνες

Η διείσδυση του internet banking στην Ελλάδα δεν ήταν η αναμενόμενη και παραμένει χαμηλή σε σχέση με άλλες αναπτυγμένες χώρες, ενώ και οι ρυθμοί αύξησης των ενεργών χρηστών στους ιδιώτες παραμένουν σχετικά χαμηλοί. Οι «πραγματικά ενεργοί» χρήστες στην Ελλάδα δεν υπερβαίνουν το 5-10 % των πελατών κάθε Τράπεζας, όταν το ίδιο ποσοστό φτάνει το 40-55 % στις μεγάλες τράπεζες των ΗΠΑ και πάνω από 70 % στις σκανδιναβικές χώρες. Η χαμηλή αποδοχή οφείλεται κυρίως σε λόγους της αγοράς, με σημαντικότερη τη χαμηλή διείσδυση της χρήσης Η/Υ και internet. Επίσης, η πυκνότητα τραπεζικών σχέσεων στην Ελλάδα είναι αρκετά χαμηλότερη από τις ΗΠΑ και τη Βόρεια/Δυτική Ευρώπη με αποτέλεσμα να υπάρχει μειωμένη ανάγκη διαχείρισης τραπεζικών σχέσεων, ενώ παραμένουμε και μια κοινωνία μετρητών με πάνω από το 55 % των συναλλαγών που κάνουμε να γίνεται ακόμα με μετρητά. Η χρήση της υπηρεσίας, όμως, από συγκεκριμένες κατηγορίες πελατών είναι σημαντικά μεγαλύτερη. Σχεδόν όλες οι μεγάλες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν το internet banking για τις τραπεζικές συναλλαγές τους, ενώ περίπου το 40% των μικρομεσαίων εκτελούν και αυτές τις συναλλαγές τους ηλεκτρονικά. Ακόμα σημαντικότερο στοιχείο είναι το ποσοστό των χρηματικών συναλλαγών της Τράπεζας που γίνονται on-line. Σήμερα, μία στις τρεις

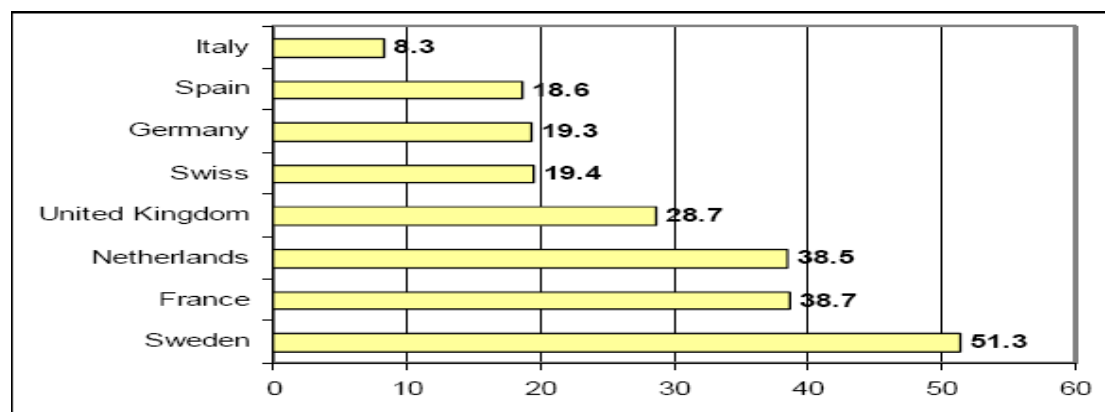
αντίστοιχες συναλλαγές που εκτελείται σε κάθε τράπεζα, γίνεται από το κανάλι του internet, ενώ πολύ μεγαλύτερη είναι η συνεισφορά του καναλιού σε συγκεκριμένα είδη συναλλαγών όπως οι πληρωμές, τα εμβάσματα, οι χρηματιστηριακές συναλλαγές. Το μέλλον προβλέπεται ακόμα πιο ευοίωνο, καθώς η δυναμική προέρχεται από τις νεότερες γενιές όπου η διείσδυση του internet είναι σημαντικά μεγαλύτερη. Το γρήγορο και φθινό internet θα δώσει μεγάλη ώθηση στη χρήση ηλεκτρονικών υπηρεσιών, ενώ σημαντική συμβολή έχουν και οι παρεμβάσεις από την Ε.Ε. αλλά και από την ελληνική Διοίκηση μέσω νέων υπηρεσιών e- government.

Εκτός των παραπάνω λόγων που επιβραδύνουν τη διείσδυση του internet banking στην Ελλάδα, έχει παρατηρηθεί και διστακτικότητα από το ευρύ κοινό ως προς τη χρήση ηλεκτρονικών υπηρεσιών. Αυτό οφείλεται κυρίως στην άγνοια, στη μη εξοικείωση με το μέσο. Επίσης, συχνά ο κόσμος συγχέει την αντίληψη που έχει για το internet ως μέσο με αυτήν συγκεκριμένων εφαρμογών internet οι οποίες προσφέρονται από αξιόπιστους οργανισμούς, όπως τράπεζες, αεροπορικές εταιρίες, κτλ. Ωστόσο δεν τίθεται θέμα δυσφήμισης σαν αίτιο της χαμηλής διείσδυσης. Στο παρελθόν είχαν παρερμηνευθεί κάποια μεμονωμένα περιστατικά προσπαθειών υποκλοπής στοιχείων από χρήστες internet banking, τα οποία ίσως να δημιούργησαν δυσπιστία σε μερίδα του κοινού ως προς την ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Θεωρείται όμως πως η παρερμηνεία αυτή έγινε από άγνοια. Οι τράπεζες δεν προέβαλαν σημαντικά στο παρελθόν τις ηλεκτρονικές τους υπηρεσίες. Τον τελευταίο καιρό βλέπουμε αυτή την πολιτική να αλλάζει και τον διαφημιστικό προϋπολογισμό που προσφέρουν για την προώθηση των σχετικών υπηρεσιών να αυξάνεται. (Δελτίο Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών, Γ' Τριμ. 2003)

4.2.1 Η Ηλεκτρονική Τραπεζική στην Ευρώπη

Παρατηρούνται πολύ μεγάλες αποκλίσεις όσον αφορά την χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στα διάφορα κράτη της Ευρώπης.

Στο Διάγραμμα 3.1 παρατηρούνται αυτές οι διαφορές.



Διάγραμμα 3.1 Η χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ευρώπη (σε ποσοστό χρηστών του διαδικτύου)

Τα περισσότερα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, αν όχι όλα πλέον, επιτρέπουν στους πελάτες τους, ιδιώτες και επιχειρήσεις, να έχουν πρόσβαση στα δεδομένα τους μέσω του διαδικτύου, αλλά και να συναλλάσσονται. Οι τράπεζες μπορούν να υιοθετήσουν πολλές στρατηγικές σχετικές με την τεχνολογική επανάσταση. Πιο συγκεκριμένα, επισημαίνονται τρεις σημαντικοί ρόλοι για την τεχνολογία. Η πρώτη θεωρεί την τεχνολογία ως μία εξωτερική δύναμη για την επιχείρηση-τράπεζα με καθοριστικές επιβολές πάνω της. Η δεύτερη θεωρεί την τεχνολογία μέσο επιρροής για την επιχείρηση και η υποχρέωση της είναι λιγότερο καθοριστική ενώ τέλος η τρίτη, θεωρεί πως η τεχνολογία είναι μία από τις πολλές επιρροές. Όλα αυτά οδηγούν στο διαχωρισμό σε τρεις τύπους τραπεζών:

- Οι Τεχνολογικοί Ηγέτες. Είναι τράπεζες που βασίζουν την στρατηγική τους στην τεχνολογία και θεωρούν το Διαδίκτυο ως ένα μέσο για να βελτιώσουν τις υπηρεσίες τους. Επίσης, σε αυτήν την κατηγορία ανήκουν οι πρόσφατα ιδρυθείσες τράπεζες που είναι εξειδικευμένες στην διαδικτυακή τραπεζική και οι

οποίες κατέχουν πλέον ένα σημαντικό μερίδιο της αγοράς, παρόλο που δεν προσφέρουν πολλά προϊόντα.

- Οι Ακόλουθοι. Είναι τράπεζες που στην αρχή θεωρούσαν το διαδίκτυο απειλή, αλλά καθώς η αγορά ωρίμαζε μετέτρεψαν την στρατηγική τους σε ανταγωνιστική.
- Μη Διαδικτυομένες Τράπεζες. Είναι τράπεζες που δεν επένδυσαν στο Διαδίκτυο, είτε λόγω του μικρού τους μεγέθους, είτε λόγω της στρατηγικής τους είτε για άλλους λόγους. Οι τράπεζες αυτές διατηρούν ένα πολύ μικρό μερίδιο αγοράς.

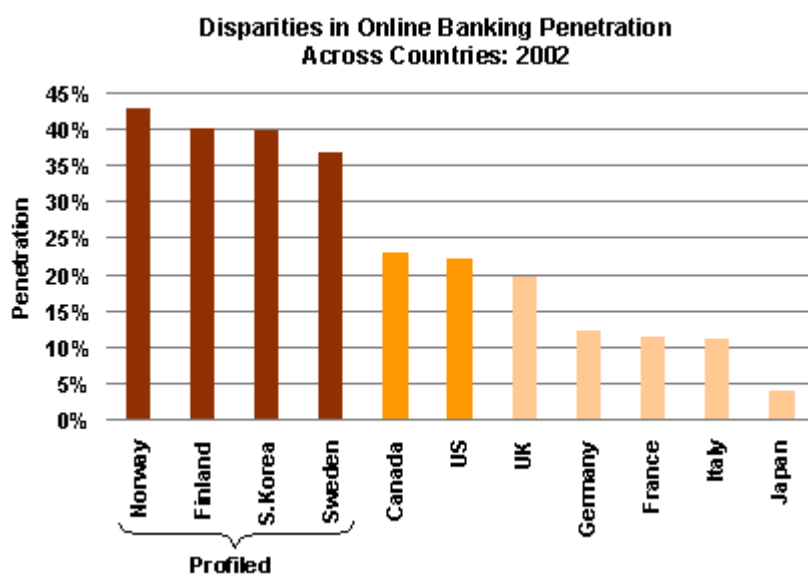
Οι δύο πρώτες ομάδες εφαρμόζουν επιθετικές στρατηγικές (κέρδος μεριδίου αγοράς), αμυντικές στρατηγικές (διατήρηση μεριδίου αγοράς), αλλά και συνδυασμένες στρατηγικές. Γενικώς, όσον αφορά τη στρατηγική e-banking της κάθε τράπεζας, αυτή θα πρέπει να εξάγεται λαμβάνοντας υπόψη την όλη στρατηγική της τράπεζας, την τιμολογιακή πολιτική, ακόμα και το μερίδιο αγοράς του κάθε ανταγωνιστή. Παρόλα αυτά, πλέον μπορούμε να ειπωθεί ότι ανεξάρτητα από τη στρατηγική που χρησιμοποιούσαν παλαιότερα οι τράπεζες, σχεδόν όλες έχουν e-banking, στο οποίο χρησιμοποιούν παρόμοιες μεθόδους και παρέχουν παρόμοιες υπηρεσίες αρκετές για έναν μέσο πελάτη. Όσον αφορά τα τραπεζικά συστήματα, εδώ και καιρό αυτά βασίζονται σε πληροφοριακά συστήματα (IT systems) και επομένως η εναλλαγή των πληροφοριών και οι μεταξύ τους συναλλαγές γίνονται αποκλειστικά και μόνο ηλεκτρονικά. Αυτό που κάνει τη διαφορά για τον πελάτη είναι οι υπηρεσίες που προσφέρονται, η ποιότητα, η επάρκεια και η ασφάλεια των συναλλαγών. (<http://orgsci.journal.informs.org>, Orlikowski, W., (1992) "The Duality of Technology: Rethinking the Concept of Technology in Organizations". *Organisation Science*, σελ. 398-427).

Οι Σκανδιναβοί οδηγούν την κούρσα

Στην Ευρώπη, σύμφωνα με τα στοιχεία της EFG Eurobank, οι Σκανδιναβοί στη Σουηδία σήμερα το 20%-40% των πελατών των μεγάλων τραπεζών χρησιμοποιούν το internet και οι Γερμανοί βρίσκονται ήδη μπροστά, ενώ οι Γάλλοι και οι Βρετανοί εντείνουν πρόσφατα τις προσπάθειές τους προκειμένου να καλύψουν το «χαμένο» έδαφος. Από τη σύντομη εμπειρία των ευρωπαϊκών χωρών, προκύπτει ότι η αρχή στη Γερμανία έγινε από τις on line χρηματιστηριακές συναλλαγές και μετά πέρασε στην ηλεκτρονική τραπεζική, ενώ αντίθετα στις σκανδιναβικές χώρες ξεκίνησε από τις τραπεζικές υπηρεσίες και επεκτάθηκε στις χρηματιστηριακές. Στη Φινλανδία,

σύμφωνα με τα ίδια στοιχεία, μέσω του internet γίνεται το 60% των χρηματιστηριακών συναλλαγών, το 30% των πληρωμών λογαριασμών, το 10% των επενδύσεων σε αμοιβαία κεφάλαια, το 9% των προθεσμιακών καταθέσεων και το 8% της καταναλωτικής πίστης. (<http://www.tovima.gr> από το άρθρο «Ελληνικές τράπεζες στο Internet» του Παπαϊωάννου Γ.)

Σύμφωνα με έρευνα που διεξήγαγε η εταιρία “Celent Communications” στα τέλη του 2002, παρατηρούνται μεγάλες διαφορές όσον αφορά τη διείσδυση των online τραπεζικών συναλλαγών από χώρα σε χώρα σε παγκόσμια κλίμακα. Ηγετική θέση στον κόσμο στην υιοθέτηση του e-banking το 2002 κατείχε η Νορβηγία με ποσοστό διείσδυσης 43% επί των χρηστών του Internet στη χώρα. Αντίστοιχη εικόνα παρουσίαζαν και οι άλλες Σκανδιναβικές χώρες όπου το Internet banking βρίσκει εξίσου μεγάλη αποδοχή. Πιο συγκεκριμένα τα ποσοστά ήταν 40% για την Φινλανδία και 36% για τη Σουηδία. Τη μεγαλύτερη αποδοχή στην Ασία βρίσκει η ηλεκτρονική τραπεζική στη Νότια Κορέα όπου το ποσοστό επί των συνολικών χρηστών του Διαδικτύου έφτασε το 40%. Ο Καναδάς και οι ΗΠΑ ακολουθούσαν με ποσοστά 23% και 22% αντίστοιχα. Η έρευνα έδειξε ότι στην Ευρώπη (με εξαίρεση τη Σκανδιναβία) η διείσδυση του e-banking το 2002 ήταν σχετικά χαμηλή. Από τις εκτός Σκανδιναβίας χώρες προηγείται η Αγγλία με ποσοστό 20%, ενώ ακολουθεί η Γερμανία με ποσοστό 13%. Παραθέτουμε και το αντίστοιχο ιστόγραμμα που αναπαριστά γραφικά τα παραπάνω συμπεράσματα. (<http://www.celent.com/>)

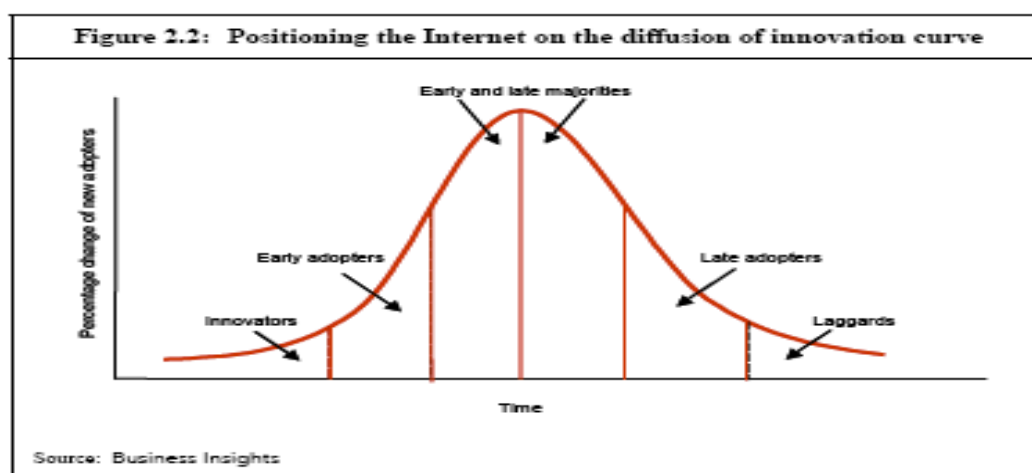


Μια άλλη έρευνα που διεξήχθη στα τέλη του 2004 για λογαριασμό της αμερικάνικης “Pew Internet & American Life” έδειξε ότι ένα ποσοστό της τάξης του 44% όσων είχαν σύνδεση Internet στις ΗΠΑ χρησιμοποιούσαν τις υπηρεσίες του online banking, δηλαδή περίπου 53.000.000 χρήστες. Αν αναλογιστούμε το ποσοστό της προηγούμενης έρευνας που για τις ΗΠΑ το 2002 έφτανε το 22%, μέσα σε διάστημα 2 ετών η διείσδυση διπλασιάστηκε. Από αυτή την έρευνα προκύπτουν και άλλα ενδιαφέροντα συμπεράσματα για το προφίλ των χρηστών του e-banking. Πιο συγκεκριμένα, η διείσδυση αγγίζει το 60% στις ηλικίες 28-39 ετών. Αναφορικά με το εισόδημα των χρηστών το 55% των Αμερικανών χρηστών Internet με ετήσιο εισόδημα μεγαλύτερο των \$75.000 χρησιμοποιεί υπηρεσίες e-banking, ποσοστό που μειώνεται στο 32% για εισοδήματα μικρότερα των \$30.000. Τέλος παρατηρείται μεγαλύτερη διείσδυση σε άτομα με ανώτατη μόρφωση, στους άνδρες και σε όσους έχουν ευρυζωνική σύνδεση Internet.(www.pewinternet.org Pew Internet & American Life Project “Online Banking Report 2005”)

ΑΡΙΘΜΟΣ ΧΡΗΣΤΩΝ INTERNET BANKING ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ					
ΠΕΡΙΟΧΗ	2000	2001	2002	2003	2004
ΔΥΤΙΚΗ ΕΥΡΩΠΗ	18,6	28	37,8	47,7	57,9
ΗΠΑ	9,9	14,7	17,1	20,4	22,8
ΙΑΠΩΝΙΑ	2,5	6,5	11,9	19,6	21,8
ΑΣΙΑ-ΕΙΡΗΝΙΚΟΣ	2,4	4,4	6,8	9,8	13,8
ΣΥΝΟΛΟ	34,4	55,3	76,7	102,6	122,3
ΠΗΓΗ: INTERNATIONAL DATA CORPORATION					

4.2.2 Καμπύλη Καινοτομίας

Όπως συμβαίνει με την εμφάνιση κάθε νέας τεχνολογίας έτσι και με το Διαδίκτυο και τη χρήση του για τη διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών, κάθε χρήστης έχει διαφορετική προσέγγιση ως προς το πότε θα υιοθετήσει την καινοτομία αυτή. Οι “innovators” (καινοτόμοι) και οι “early adopters” (αυτοί που υιοθετούν νωρίς) ήταν οι πρώτοι που χρησιμοποίησαν την ηλεκτρονική τραπεζική όταν αυτή εμφανίστηκε στις αρχές της δεκαετίας του 90. Αυτού του είδους οι χρήστες ακολουθούν αμέσως κάθε νέα τεχνολογία. Οι “early and late majorities” (μεγάλη μάζα) είναι οι χρήστες που ακολουθούν μια προσέγγιση “περιμένουμε να δούμε”. Με άλλα λόγια, περιμένουν τις αντιδράσεις των πρώτων δύο τύπων χρηστών και αν έχουν θετική αντίδραση (feedback), προχωρούν και αυτοί στην υιοθέτηση της τεχνολογίας. Οι χρήστες αυτοί χρησιμοποίησαν το e-banking όταν έμαθαν για τα πλεονεκτήματα σχετικά με το χρόνο και το κόστος των συναλλαγών. Οι “late adopters” και οι “laggards” είναι οι χρήστες που υιοθετούν τελευταίοι την τεχνολογία εφόσον παραμένουν διστακτικοί και την υιοθετούν μόνο μετά από πολύ καιρό επιτυχούς εφαρμογής της. Αμέσως παρακάτω ακολουθεί η ονομαζόμενη καμπύλη καινοτομίας που απεικονίζει τις διαφορετικές προσεγγίσεις των χρηστών όσον αφορά την υιοθέτηση της καινοτομίας, στην προκειμένη περίπτωση του ebanking.



Τις ίδιες κατηγορίες ατόμων συναντάμε και από την πλευρά των παρόχων των υπηρεσιών e-banking, δηλαδή των τραπεζών. Πιο συγκεκριμένα, οι “innovators” είναι οι τράπεζες που πρώτες επένδυσαν στην ηλεκτρονική τραπεζική προβλέποντας τις ανάγκες των πελατών, όμως διατρέχουν και το μεγαλύτερο κίνδυνο αποτυχίας.

Αντίθετα, οι “late adopters” είναι οι τράπεζες που αργούν πολύ να υιοθετήσουν το e-banking και περιμένουν να σιγουρευτούν για την απόδοση της επένδυσης. Αυτού του είδους οι τράπεζες αντιμετωπίζουν τον κίνδυνο να μη μπορέσουν τελικά να ικανοποιήσουν τις συνεχώς αυξανόμενες απαιτήσεις των πελατών. (Psychology and Marketing, Robertson, T.S. and Kennedy, J.N. (1968))

Το 2008 το Eurostat, η επίσημη στατιστική υπηρεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης παρουσίασε μια σειρά από στατιστικά στοιχεία σχετικά με το internet και την διάδοση του internet banking. Τα δεδομένα συλλέχθηκαν τις χρονιές 2006 και 2007 και φαίνονται στον πίνακα που ακολουθεί:

ΕΥΡΩΠΗ ΤΩΝ 27	ΧΡΗΣΤΕΣ INTERNET BANKING
	2007
ΒΕΛΓΙΟ	52
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	5
ΤΣΕΧΙΑ	24
ΔΑΝΙΑ	70
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	49
ΕΣΘΟΝΙΑ	83
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	42
ΕΛΛΑΔΑ	12
ΙΣΠΑΝΙΑ	31
ΓΑΛΛΙΑ	51
ΙΤΑΛΙΑ	31
ΚΥΠΡΟΣ	31
ΛΕΤΟΝΙΑ	50
ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ	43
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	58

ΟΥΓΓΑΡΙΑ	23
ΜΑΛΤΑ	48
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	77
ΑΥΣΤΡΙΑ	44
ΠΟΛΩΝΙΑ	29
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	29
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	7
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	36
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	27
ΦΙΛΑΝΔΙΑ	84
ΣΟΥΗΔΙΑ	71
ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	45

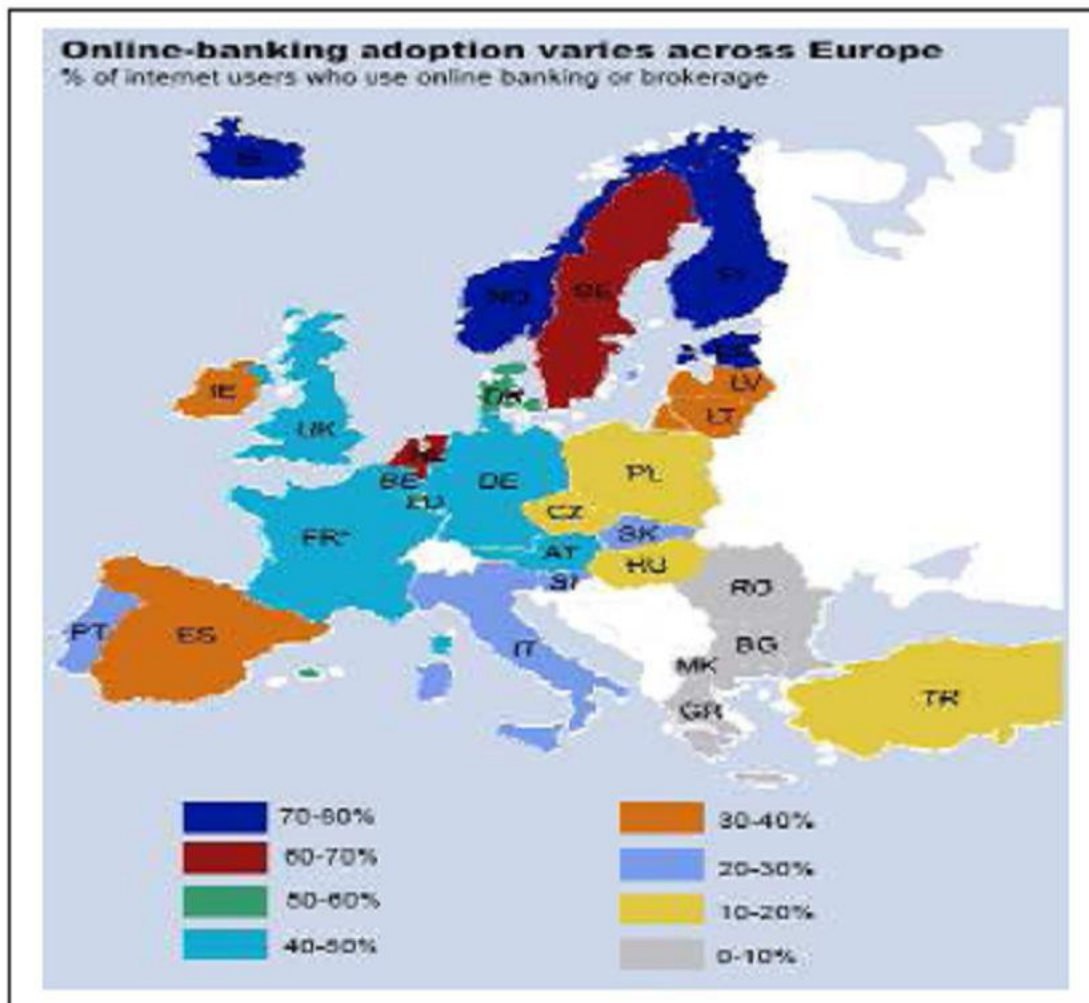
Είναι ευδιάκριτο ότι λίγο πριν το τέλος της κατάταξης βρίσκεται η Ελλάδα με 12%, το Ηνωμένο Βασίλειο βρίσκεται κάπου στην μέση με 45%. Σαν πρώτο αίτιο θα μπορούσε να αναφερθεί η χαμηλή εξοικείωση των Ελλήνων με την ευρυζωνικότητα γενικότερα και σαν δεύτερο και μεγαλύτερο τον φόβο χρήσης της πιστωτικής κάρτας και την αδυναμία ελέγχου των εφαρμογών(<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>, Eurostat–News Release 18/2008).

Στην Ευρώπη παρατηρούνται μεγάλες διαφορές στην υιοθέτηση και χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής από χώρα σε χώρα. Μεγαλύτερη διάδοση του e- Banking παρουσιάζουν, όπως είναι φυσικό, χώρες της Βόρειας Ευρώπης όπου εκτός του υψηλού βιοτικού επιπέδου, παρατηρείται επιπλέον και μεγάλη διάδοση τόσο του Διαδικτύου όσο και των νέων τεχνολογιών γενικότερα. Έτσι κατά το 2005 το ποσοστό των χρηστών του Διαδικτύου που είχαν υιοθετήσει την πραγματοποίηση τραπεζικών αλλά και χρηματιστηριακών συναλλαγών μέσω του Internet σε χώρες όπως η Φιλανδία, η Νορβηγία, η Ισλανδία και η Εσθονία ήταν μεταξύ 70 και 80%. Υψηλά ποσοστά διείσδυσης της τάξης του 60 με 70% μετρήθηκαν και σε Σουηδία και

Ολλανδία, χώρες που παραδοσιακά εμφάνιζαν μεγάλα ποσοστά διάδοσης της ευρυζωνικότητας και της καινοτομίας.(<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>, Eurostat)

Αντιθέτως χώρες της Νότιας και Ανατολικής Ευρώπης παρουσιάζουν χαμηλά ποσοστά διάδοσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Πιο συγκεκριμένα, Ελλάδα, Βουλγαρία, Ρουμανία, Τουρκία, Ουγγαρία, Τσεχία και Πολωνία παρουσιάζουν τα μικρότερα ποσοστά που φτάνουν μέχρι το 20% του συνόλου των χρηστών του Internet. Τέλος, μεταξύ των χωρών της Μεσογείου πρωτοπορία όσον αφορά το ποσοστό διάδοσης παρατηρείται στην Ισπανία όπου το 30-40% των χρηστών του Internet δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν ενεργά το e-Banking. (<http://www.dbresearch.com>, Deutsche Bank Research, E-Banking Snapshot 16, On-line Banking: What we learn from differences in Europe, February 2006)

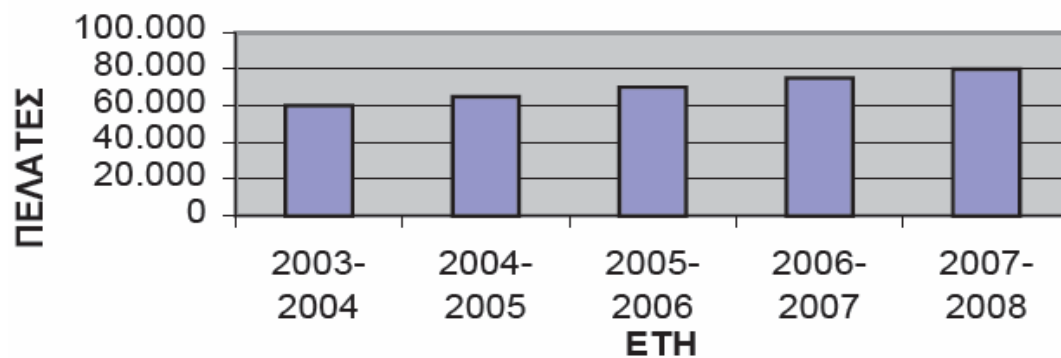
Στο παρακάτω διάγραμμα απεικονίζεται ο χάρτης της Ευρώπης με διαφορετικά χρώματα όσον αφορά τα ποσοστά των χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής επί του συνόλου των χρηστών του Διαδικτύου για το έτος 2005, αντικατοπτρίζοντας τις διαφορές που παρατηρούνται στις διάφορες περιοχές, τάση που παρατηρείται και σήμερα, με τις χώρες που υπολείπονται όμως σε ποσοστά να καλύπτουν σταδιακά το χάσμα, κάτι που ισχύει και για την Ελλάδα. Σύμφωνα με έρευνα της Datamonitor αναφορικά με την διαχρονική πορεία διάδοσης του e-Banking στην Ευρώπη, το 2003 οι πελάτες των τραπεζών που διεκπεραίωναν τις συναλλαγές τους μέσω του Internet ανέρχονταν σε 60 εκατομμύρια. Ο αριθμός αυτός, παρουσιάζοντας μια μέση ετήσια αύξηση της τάξης του 9,1%, προσέγγισε το 2008 τα 80 εκατομμύρια, όπως φαίνεται και στο διάγραμμα που ακολουθεί: (www.datamonitor.com)



Διάδοση e-Banking στην Ευρώπη

Πηγή: DB Research, Eurostat, Forrester, WDI, World Gazetteer, 2005

ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΕΛΑΤΩΝ E-BANKING ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ



Αριθμός πελατών e-Banking στην Ευρώπη

Πηγή: Datamonitor: e-Banking

strategies in Europe

Τέλος, μπορεί τα διαγράμματα να δείχνουν ότι η Ελλάδα είναι σε ρυθμό ανάπτυξης όσον αφορά το e-banking ο ελληνικός Τύπος επιμένει πως παραμένουν ακόμα «καχεκτικές» οι τραπεζικές συναλλαγές μέσω Διαδικτύου στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα ένας στους τρεις χρήστες του Διαδικτύου παγκοσμίως χρησιμοποιούν τις διαδικτυακές τραπεζικές υπηρεσίες τουλάχιστον δύο με τρεις φορές εβδομαδιαίως, ενώ σχεδόν οι μισοί επισκέπτονται κάποιο υποκατάστημα τράπεζας μόνο περιστασιακά ή καθόλου. Η Ελλάδα όμως παραμένει ακόμα πίσω στον τομέα των τραπεζικών συναλλαγών μέσω Διαδικτύου.

Καθώς οι καταναλωτές μεταπηδούν με αυξανόμενους ρυθμούς στις διαδικτυακές τραπεζικές συναλλαγές, η παρουσία των τραπεζών μετατοπίζεται από τα τοπικά υποκαταστήματα στο χώρο του Διαδικτύου, με 32% των χρηστών του Ιντερνέτ παγκοσμίως να χρησιμοποιούν 2 με 3 φορές την εβδομάδα το Διαδίκτυο για τις τραπεζικές τους εργασίες και με το 14% να ισχυρίζεται πως αυτό συμβαίνει καθημερινά, σύμφωνα με μελέτη που μόλις δημοσιεύθηκε από την The Nielsen Company.

Η Nielsen ρώτησε 25.408 χρήστες του Διαδικτύου σε 46 αγορές της Ευρώπης, της Ασίας, της Αμερικής και της Μέσης Ανατολής για το πόσο συχνά χρησιμοποιούν τις διάφορες τραπεζικές υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένων των διαδικτυακών και τηλεφωνικών υπηρεσιών, των μηχανημάτων αυτόματης ανάληψης (ATMs) και των τοπικών υποκαταστημάτων. Επιπλέον, η Nielsen ερεύνησε και πόσο πιστοί μένουν οι ερωτώμενοι στην κύρια τράπεζά τους.

Η έρευνα της Nielsen βρήκε πως σχεδόν το ένα τρίτο των Βραζιλιάνων και των Πορτογάλων (30%) χρησιμοποιούν τις διαδικτυακές τραπεζικές υπηρεσίες καθημερινά, μαζί με περίπου το ένα τέταρτο των Πολωνών (28%), Χιλιανών (27%), Ολλανδών και Εσθονών (25%). Ποσοστό ιδιαίτερα υψηλό, ειδικά όταν συγκριθεί με τον παγκόσμιο μέσο όρο που ανέρχεται στο 14% των ερωτηθέντων. Η Ελλάδα κατέχει μία από τις χαμηλότερες θέσεις στην έρευνα με ποσοστό που φτάνει μόλις το 4%.

Σύμφωνα με τα παγκόσμια στοιχεία, οι τραπεζικές συναλλαγές στο Διαδίκτυο φαίνεται να «απογειώνονται» στην Ευρώπη και τον Ειρηνικό, με την Ευρώπη να κατέχει τις 8 από τις 10 πρώτες αγορές στη λίστα με τη μεγαλύτερη συχνότητα

χρήσης του Διαδικτύου ως τραπεζικό μέσο, με 2 στους 3 καταναλωτές να κάνουν χρήση των διαδικτυακών υπηρεσιών τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα. Η Νέα Ζηλανδία και η Αυστραλία συμπληρώνουν την πρώτη δεκάδα με περίπου αντίστοιχα ποσοστά στη χρήση του Ιντερνέτ για την τραπεζική εξυπηρέτηση των καταναλωτών.

Από την άλλη μεριά, οι τηλεφωνικές τραπεζικές υπηρεσίες δεν φαίνεται να εξυπηρετούν την πλειοψηφία των καταναλωτών, ειδικά στην Ευρώπη όπου οι διαδικτυακές συναλλαγές φαίνεται να έχουν αντικαταστήσει κάθε ανάγκη του πελάτη να μιλήσει αυτοπροσώπως σε κάποιον εκπρόσωπο της τράπεζας. Παγκοσμίως, 62% κατά μέσο όρο ισχυρίζεται πως ποτέ δεν χρησιμοποίησε κάποια τηλεφωνική τραπεζική υπηρεσία, με την Ιαπωνία να βρίσκεται στην κορυφή της λίστας με ποσοστό 93%. Οι εννέα χώρες με τα αμέσως επόμενα υψηλότερα ποσοστά προέρχονται από την Ευρώπη, με την Ελλάδα να συμπληρώνει τη δεκάδα με ποσοστό 75%.

Όμως παρά την αυξανόμενη διείσδυση του Διαδικτύου, πάνω από τους μισούς ερωτώμενους (54%) εξακολουθούν να επισκέπτονται τουλάχιστον μία φορά το μήνα κάποιο υποκατάστημα τράπεζας. Στην κορυφή αυτής της λίστας βρίσκονται οι Μεξικανοί με 78%, οι Βραζιλιάνοι με 72% και οι Κινέζοι με 71%. Οι Έλληνες συμβαδίζουν με τον μέσο όρο της έρευνας και επισκέπτονται τουλάχιστον μία φορά το μήνα κάποιο τραπεζικό υποκατάστημα σε ποσοστό 55%.

Παγκοσμίως κατά μέσο όρο το 14% ισχυρίζεται πως ποτέ δεν επισκέπτεται κάποιο υποκατάστημα τράπεζας και το ένα τρίτο το επισκέπτεται λιγότερο από μία φορά το μήνα. Οι Σουηδοί είναι λιγότερο πιθανό από όλους τους υπόλοιπους να βρεθούν σε κάποια τράπεζα, καθώς 36% από αυτούς δηλώνουν πως δεν την επισκέπτονται ποτέ, ακολουθούμενοι από το 34% των Δανών και το 30% των Νορβηγών και των Ρώσων. Οι έξι από τις πρώτες δέκα χώρες σε αυτή τη λίστα προέρχονται από την Ευρώπη, περιλαμβάνονται όμως και το Βιετνάμ με 29%, η Αργεντινή με 26% και το Χονγκ Κονγκ με 20%. Το ποσοστό στην Ελλάδα αυτών που δεν επισκέπτονται ποτέ κάποιο υποκατάστημα αγγίζει το 10%.

Όσον αφορά την πίστη που δείχνουν οι καταναλωτές στις τράπεζές τους, το 68% των ερωτηθέντων ισχυρίζεται πως είναι πολύ ή μερικώς πιστό στην κύρια τράπεζά του. Ο Καναδάς ηγείται στη σχετική ερώτηση με 59% των ερωτηθέντων να δηλώνει πολύ

πιστό και ακολουθείται από την Τσεχία, τη Δανία και τη Γαλλία που έχουν αντίστοιχα ποσοστά, λίγο πάνω από το 50%. Οι λιγότερο πιστοί στις τράπεζές τους, και μάλιστα με διαφορά, είναι οι Ιάπωνες με το 29% να δηλώνει πως δεν παραμένει καθόλου πιστό στην τράπεζά του, ερχόμενο σε αντίθεση με τον παγκόσμιο μέσο όρο που είναι μόλις 6%. Οι Έλληνες δηλώνουν πολύ ή μερικώς πιστοί σε ποσοστό 61%, ενώ μόλις το 3% δηλώνει καθόλου πιστό στην κύρια τράπεζα που έχει επιλέξει. «Με το 46%, παγκοσμίως, των καταναλωτών να ισχυρίζεται πως επισκέπτεται το υποκατάστημα της τράπεζάς του μόνο περιστασιακά και αυτό μάλιστα λιγότερο από μία φορά το μήνα, οι τράπεζες χρειάζεται να βρουν τρόπους να κρατήσουν πιστούς τους καταναλωτές τους», αναφέρει η Ματίνα Μπάδα, διευθύνουσα σύμβουλος της Nielsen Ελλάδας. «Με μόλις 37% να δηλώνει πολύ πιστό στην τράπεζά του, είναι εμφανές πως οι καταναλωτές επεκτείνουν τις οικονομικές τους συναλλαγές σε ένα πλήθος διαφορετικών τραπεζικών οργανισμών. Γι' αυτό το λόγο οι τράπεζες χρειάζεται να μεγιστοποιήσουν την επιρροή και την αποτελεσματικότητα των διαδικτυακών τους υπηρεσιών όχι μόνο για να διατηρήσουν τους υπάρχοντες πελάτες τους, αλλά και για να διευρύνουν το μερίδιο αγοράς τους. Με την αυξανόμενη μεταπήδηση στις διαδικτυακές υπηρεσίες, η παρουσία και η ύπαρξη των τραπεζών μετατοπίζεται από τα τοπικά υποκαταστήματα στο χώρο του Διαδικτύου». Τέλος, η Ματίνα Μπάδα σχολιάζει πως «οι χρηματοοικονομικοί οργανισμοί πρέπει να παρακολουθούν τη διαδικτυακή καταναλωτική συμπεριφορά, για να διασφαλίσουν πως οι πελάτες τους παραμένουν πραγματικά δεμένοι με την τράπεζά τους». (<http://www.tovima.gr> από το άρθρο «Τραπεζικές συναλλαγές μέσω Διαδικτύου από «έξυπνα» κινητά» του Ζώτου Μ.)

Κεφάλαιο 5^ο

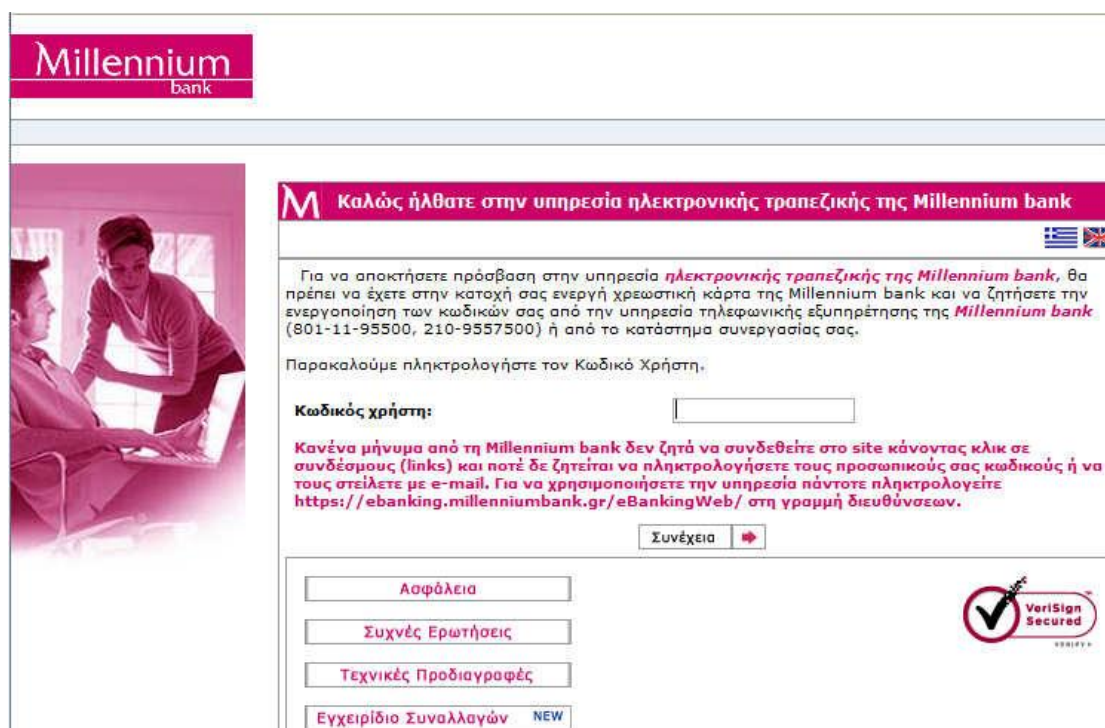
MILLENNIUM BANK

Η τράπεζα Millennium Bank ξεκίνησε τη λειτουργία της το Σεπτέμβριο του 2000(με την ονομασία NovaBank). Η NovaBank είχε δημιουργηθεί με τη συνεργασία δύο μεγάλων επιχειρηματικών ομίλων, της Interamerican και της Banco Commercial Portugues S.A (BCP). Είναι η μοναδική τράπεζα στην Ελλάδα που ξεκίνησε τη λειτουργία της παρέχοντας συγχρόνως τη δυνατότητα εκτέλεσης συναλλαγών μέσω διαδικτύου, το Σεπτέμβριο του 2000. Αυτή έχει δημιουργήσει το MILLENNIUM Web που παρέχει υπηρεσίες μέσω διαδικτύου με το MILLENNIUM Banker για τραπεζικές συναλλαγές και το MILLENNIUM Investor για χρηματιστηριακά προϊόντα. Στις 2 Νοεμβρίου 2006 η Τράπεζα ανακοίνωσε την εναρμόνιση της με την εταιρική επωνυμία, εικόνα και λογότυπο του Ομίλου Millennium, αρχής γενομένης από το Δεκέμβριο του 2006.

Το ολοκληρωμένο δίκτυο εξυπηρέτησης από το Internet της Millennium παρέχει πλήρη ενημέρωση για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της τράπεζας, καθώς και τη δυνατότητα για διενέργεια τραπεζικών και επενδυτικών συναλλαγών, στα ελληνικά ή στα αγγλικά. Από το δίκτυο ηλεκτρονικής τραπεζικής μπορούν να επωφεληθούν τόσο οι ιδιώτες πελάτες όσο και οι επιχειρήσεις.

Από το site της Millennium ο χρήστης μπορεί να συμπληρώσει αίτηση ανοίγματος λογαριασμού για οποιονδήποτε από τους λογαριασμούς καταθέσεων ή ακόμα και αίτηση για δάνειο ή πιστωτική κάρτα. Όσον αφορά το κόστος, οι συναλλαγές της υπηρεσίας MillenniumBanker προσφέρονται δωρεάν εκτός της περίπτωσης αποστολής εμβάσματος σε άλλη τράπεζα όπου καταβάλλεται ποσοστιαία προμήθεια με ελάχιστο ποσό τα 5 ευρώ. Επίσης, η αγοραπωλησία μετοχών μέσω του MillenniumInvestor επιβαρύνεται με έξοδα σύμφωνα με το τιμολόγιο της χρηματιστηριακής εταιρίας.

Η οθόνη εισαγωγής των κωδικών για την εισαγωγή στο σύστημα φαίνεται παρακάτω:



Millennium
bank

M Καλώς ήλθατε στην υπηρεσία ηλεκτρονικής τραπεζικής της Millennium bank

Για να αποκτήσετε πρόσβαση στην υπηρεσία **ηλεκτρονικής τραπεζικής της Millennium bank**, θα πρέπει να έχετε στην κατοχή σας ενεργή χρεωστική κάρτα της Millennium bank και να ζητήσετε την ενεργοποίηση των κωδικών σας από την υπηρεσία τηλεφωνικής εξυπηρέτησης της **Millennium bank** (801-11-95500, 210-9557500) ή από το κατάστημα συνεργασίας σας.

Παρακαλούμε πληκτρολογήστε τον Κωδικό Χρήστη.

Κωδικός χρήστη:

Κανένα μήνυμα από τη Millennium bank δεν ζητά να συνδεθείτε στο site κάνοντας κλικ σε συνδέσμους (links) και ποτέ δε ζητείται να πληκτρολογήσετε τους προσωπικούς σας κωδικούς ή να τους στείλετε με e-mail. Για να χρησιμοποιήσετε την υπηρεσία πάντοτε πληκτρολογείτε <https://ebanking.millenniumbank.gr/eBankingWeb/> στη γραμμή διευθύνσεων.

Συνέχεια 

Ασφάλεια

Συχνές Ερωτήσεις

Τεχνικές Προδιαγραφές

Εγχειρίδιο Συναλλαγών **NEW**



5.1 Οφέλη από την χρήση του e-banking της Millennium Bank

Με τη χρήση του Internet Banking ο κάθε πελάτης της Millennium Bank εξασφαλίζει:

- Πρόσβαση στην τράπεζα, 24 ώρες το 24ώρο 365 μέρες το χρόνο.
- Ευκολία και ταχύτητα στην πραγματοποίηση των καθημερινών τραπεζικών & επενδυτικών συναλλαγών από την άνεση του σπιτιού ή του γραφείου του.
- Του παρέχεται μεγαλύτερη ασφάλεια συναλλαγών καθώς αποφεύγει να μεταφέρει μετρητά.
- Αποτελεσματική, ποιοτική & προσωποποιημένη κάλυψη των αναγκών του πελάτη. Ο πελάτης βρίσκει την ίδια άριστη “προσωπική” και ποιοτική εξυπηρέτηση που έχει και σε ένα τραπεζικό κατάστημα.
- Δυνατότητα προνομιακής εξυπηρέτησης ομάδων πελατών με βάση προκαθορισμένα κριτήρια.
- 24ωρη πηγή γνώσης και ενημέρωσης για εξειδικευμένες υπηρεσίες.

- Χαμηλότερο κόστος (προμήθειες - έξοδα) στις ηλεκτρονικές συναλλαγές
- Από την άλλη πλευρά, η τράπεζα εξυπηρετεί με τη σειρά της αποτελεσματικότερα και ταχύτερα τους πελάτες της, κατορθώνοντας έτσι να αυξήσει την πιστότητά τους. Επίσης κατευθύνει και αυτή τους πόρους της σε πιο παραγωγικές δραστηριότητες.

5.2 Εγγραφή

Η εγγραφή στην υπηρεσία e-banking είναι εξαιρετικά εύκολη και απλή. Με μια μόνο επίσκεψη στο κατάστημα, μπορεί να αποκτηθεί πρόσβαση και να πραγματοποιηθούν οι συναλλαγές γρήγορα, απλά και με απόλυτη ασφάλεια.

Το μόνο που χρειάζεται είναι:

- να υπάρχει ένας καταθετικός λογαριασμός. Αν δεν υπάρχει ήδη, μπορεί να γίνει αίτηση για άνοιγμα λογαριασμού σε οποιοδήποτε κατάστημα της Millennium bank, μέσω της υπηρεσίας τηλεφωνικής εξυπηρέτησης ή μέσω Internet.
- να συμπληρωθεί μία αίτηση εγγραφής στα Εναλλακτικά Δίκτυα σε οποιοδήποτε κατάστημα της Millennium bank
- να γνωρίζει ο χρήστης τους 2 κωδικούς - τον κωδικό πελάτη (10ψήφιο CIF) τον οποίο παραλαμβάνει στο κατάστημα και τον 4ψήφιο κωδικό τηλεφωνικής εξυπηρέτησης (προσωπικός κωδικός PIN) τον οποίο ορίζει μόνος του στο κατάστημα.
- να έχει ενεργό κινητό τηλέφωνο ή κάποιο λογαριασμό e-mail

Σε περίπτωση που έχει ήδη λογαριασμό και κωδικούς το μόνο που χρειάζεται είναι να καλέσει στην υπηρεσία Τηλεφωνικής εξυπηρέτησης στα τηλέφωνα 801 11 95 500 (με αστική χρέωση για όλη την Ελλάδα) ή στο (+30) 210 9557500 (από κινητό τηλέφωνο ή από το εξωτερικό) και να ζητήσει την ενεργοποίησή του.

Μόλις παραλάβει τους κωδικούς αποκτά την ίδια στιγμή πρόσβαση στην υπηρεσία e-banking της Millennium bank.

5.3 Οι υπηρεσίες του e-banking

Υπηρεσίες Λογαριασμών	Ιδιώτες
Συνολική συγκεντρωτική εικόνα χαρτοφυλακίου πελάτη (καταθετικών και δανειακών λογαριασμών, πιστωτικών καρτών και επενδύσεων, σε ευρο και ξένα νομίσματα, επενδυτικά χαρτοφυλάκια)	✓
Αναλυτική παρουσίαση των καταθετικών και δανειακών λογαριασμών (π.χ. συνδικαιούχοι, υπόλοιπα, όρια υπερανάληψης)	✓
Αναλυτική κίνηση λογαριασμών	✓
Αναλυτική παρουσίαση και κινήσεις πιστωτικών καρτών και κινήσεις δανείων	✓
Εμφάνιση των εκκαθαρισμένων επιταγών	✓
Αίτηση για έκδοση μπλοκ επιταγών και αίτηση για έκδοση τραπεζικής επιταγής	✓
Ανάκληση επιταγής	✓
Μεταφορές / πληρωμές	
Online /real time μεταφορές μεταξύ λογαριασμών του ίδιου δικαιούχου	✓
Online /real time μεταφορές σε λογαριασμό άλλου πελάτη στη Millennium bank	✓
Μεταφορές μεταξύ ξένων νομισμάτων	✓
Μεταφορά κεφαλαίων σε άλλες τράπεζες στην Ελλάδα και στο εξωτερικό(έμβασμα εσωτερικού/εξωτερικού)	✓
Μεταφορά κεφαλαίων σε άλλες τράπεζες στο εξωτερικό (έμβασμα εξωτερικού)	✓

Πληρωμή πιστωτικής κάρτας Millennium bank	✓
Πληρωμή πιστωτικής κάρτας άλλης τράπεζας	✓
Πληρωμή Κτηματολογίου	✓
Πάγια εντολή πληρωμής ΔΕΚΟ (ΔΕΗ, ΟΤΕ ,ΕΥΔΑΠ)	✓
Απενεργοποίηση πάγιας εντολής πληρωμής ΔΕΚΟ (ΔΕΗ, ΟΤΕ, ΕΥΔΑΠ)	✓
Πληρωμή ΙΚΑ, ΦΠΑ, ΟΑΕΕ, ΟΤΕ	✓
Πληρωμή Φόρου Εισοδήματος Φυσικών Προσώπων	✓
Πληρωμή ΕΤΑΚ	✓
Πληρωμή ΕΥΔΑΠ	✓
Δημιουργία και διαχείριση μελλοντικών / επαναλαμβανόμενων μεταφορών- πληρωμών	✓
Υπηρεσίες πελάτη	
Αλλαγή κωδικού PIN	✓
Αλλαγή κωδικού χρήστη	✓
Διαχείριση Κωδικού Εγχρημάτων Συναλλαγών (Επιλογή Μέσου Αποστολής Κ.Ε.Σ)	✓
Μεταβολή διεύθυνσης e-mail	✓
Αίτηση αλλαγής τρόπου πληρωμής πιστωτικής κάρτας (όλο το ποσό / ελάχιστη καταβολή)	✓
Αίτηση αλλαγής ορίου πιστωτικής κάρτας	✓
Εντολή Διακοπής Αποστολής Statement με δυνατότητα ανάκλησης	✓
Διαχείριση ονομάτων λογαριασμών (nicknames)	✓

Δημιουργία αποδεκτών πληρωμών	✓
Αναλυτική εμφάνιση όλων των ενεργειών / συναλλαγών του χρήστη	✓
Επενδυτικές Υπηρεσίες	
Πλήρη αποτίμηση του χαρτοφυλακίου	✓
Αγορά και πώληση μετοχών	✓
Ακύρωση χρηματιστηριακής εντολής	✓
Διαβίβαση και άμεση επιβεβαίωση εκτέλεσης εντολών	✓
Ιστορικό των εντολών	✓
Online παρακολούθηση της συνεδρίασης στο ΧΑΑ	✓
Real time χαρτοφυλάκιο	✓
Συμμετοχή σε Δημόσιες Εγγραφές	✓
Άλλες υπηρεσίες	
Εμφάνιση στοιχείων πελάτη (ονοματεπώνυμο / επωνυμία επιχείρησης, διεύθυνση, ΑΦΜ)	✓
Ηλεκτρονικές αποδείξεις για όλες τις συναλλαγές	✓
Online εγχειρίδιο χρήσης της εφαρμογής	✓
Ενημέρωση για προϊόντα / υπηρεσίες της Τράπεζας	✓
Εμφάνιση τιμολογιακής πολιτικής / προμήθειες	✓

5.4 Κόστος τραπεζικών συναλλαγών

Οι τραπεζικές συναλλαγές μέσω του e-banking σας παρέχονται εντελώς δωρεάν. Το μόνο κόστος που αναπόφευκτα επιβαρύνεται ο κάθε πελάτης είναι αυτό της σύνδεσης με το Internet. Όπου υπάρχουν προμήθειες χρεώνονται σύμφωνα με την τιμολογιακή

πολιτική της τράπεζας και συνήθως είναι φθηνότερες από την τιμολόγηση που ισχύει στα τραπεζικά καταστήματα όπως:

- Δωρεάν πληρωμή οφειλών προς ΙΚΑ, ΦΠΑ, ΟΑΕΕ καθώς και Φόρο Εισοδήματος Φυσικών Προσώπων.
- Δωρεάν πάγιες εντολές για την μεταφορά χρημάτων μεταξύ λογαριασμών των ίδιων πελατών ή σε λογαριασμούς τρίτων στην Millennium bank.
- Δωρεάν αντίγραφο κινήσεων (statement) των τελευταίων μηνών.
- Έκπτωση 50% στα έξοδα αποστολής εμβασμάτων σε άλλες τράπεζες εσωτερικού και εξωτερικού.
- Έκπτωση 50% στις μεταφορές χρημάτων μεταξύ λογαριασμών των ίδιων πελατών ή σε λογαριασμούς τρίτων στην Millennium bank όταν πρόκειται για ξένο νόμισμα.

5.5 Όριο τραπεζικών συναλλαγών

<p>Τα ανώτατα ημερήσια όρια συναλλαγών, τα οποία υπολογίζονται αθροιστικά για κάθε μια ομάδα συναλλαγών, είναι τα ακόλουθα:</p>	
<p>Μεταφορές εντός Millennium bank</p>	
Μεταξύ λογαριασμών του ίδιου πελάτη	50.000 €
Σε τρίτο	
Πληρωμή πιστωτικής κάρτας	
<p>Μεταφορές εκτός Millennium bank</p>	
Ανάκληση επιταγής	12.500 €

Έμβασμα σε τράπεζα στην Ελλάδα	
Έμβασμα σε τράπεζα στο εξωτερικό	
Πληρωμή πιστωτικής κάρτας άλλης τράπεζας	

5.6 Οι τεχνικές προδιαγραφές για τη χρήση της υπηρεσίας e-banking

Για να χρησιμοποιήσει ένας πελάτης την υπηρεσία e-banking, θα πρέπει ο υπολογιστής του να πληροί τις ακόλουθες προϋποθέσεις:

- Λειτουργικό Σύστημα Windows Me ή XP ή Vista ή 7.
- Πρόγραμμα Πλοηγίσεως (browser) Microsoft Internet Explorer 6.0 με εγκατεστημένο το SP1 και άνω

5.7 Ασφάλεια της υπηρεσίας e-banking

Η Millennium bank τοποθετεί την ασφάλεια των συναλλαγών σε μέγιστη προτεραιότητα, χρησιμοποιώντας υπερσύγχρονα συστήματα ασφαλείας:

- ◆ Έχει πιστοποιηθεί από τη διεθνούς κύρους εταιρεία Verisign για χρήση 128 bit security στα συστήματα που χρησιμοποιεί για την εφαρμογή του e-banking.
- ◆ Για την πρόσβασή των πελατών σε συναλλαγές μέσω του e-banking απαιτείται Κωδικός Χρήστη και Προσωπικός Κωδικός (PIN), τους οποίους επιλέγει ο ίδιος ο πελάτης και μπορεί να αλλάζει όποτε εκείνος επιθυμεί.
- ◆ Για τη διενέργεια χρηματικών συναλλαγών απαιτείται Κωδικός Εγρημάτων Συναλλαγών (Κ.Ε.Σ.).
- ◆ Μετά από τρεις λανθασμένες προσπάθειες εισαγωγής στην υπηρεσία e-banking, δεν επιτρέπεται η πρόσβαση σε αυτό (μπλοκάρισμα κωδικού).

- ◆ Εάν δεν υπάρξει δραστηριότητα για 10 λεπτά (Idle Timeout) γίνεται αυτόματη αποσύνδεση από το σύστημα. Αυτό προστατεύει από ανεπιθύμητη πραγματοποίηση ηλεκτρονικών συναλλαγών από τρίτο, σε περίπτωση που απομακρυνθεί ο πελάτης από το χώρο εργασίας ή τον υπολογιστή για κάποιο χρονικό διάστημα.
- ◆ Επιπλέον παρέχεται η δυνατότητα, να απενεργοποιηθεί η πρόσβαση στο e-banking είτε για όσο χρονικό διάστημα ζητηθεί (π.χ. όταν απουσιάζει ο χρήστης σε διακοπές) είτε μόνιμα. Για να γίνει αυτό θα πρέπει να επικοινωνήσει με την Millennium bank τηλεφωνικά ή να επισκεφθεί το κατάστημα της συνεργασίας.
- ◆ Οι κωδικοί πρόσβασης στο e-banking δεν καταγράφονται με την πληκτρολόγησή τους στον Internet Explorer.

5.8 Κωδικοί ασφαλείας

☞ Ενεργοποίηση

Η ενεργοποίηση των κωδικών πρόσβασης στην υπηρεσία ηλεκτρονικών συναλλαγών είναι εξαιρετικά εύκολη και άμεση. Το μόνο που χρειάζεται να κάνει ο πελάτης είναι να επισκεφθεί ένα από τα καταστήματα της Millennium bank προκειμένου να ανοίξει έναν καταθετικό λογαριασμό. Επιλέγει τον προσωπικό κωδικό (PIN) για να έχει πρόσβαση στην τηλεφωνική εξυπηρέτηση και στο e-banking. Σε περίπτωση που έχει ήδη ανοίξει καταθετικό λογαριασμό αρκεί ένα τηλεφώνημα στην Τηλεφωνική Εξυπηρέτηση και η πρόσβαση του ενεργοποιείται άμεσα.

☞ Προστασία

Οι κωδικοί πρόσβασης που παρέχονται από την τράπεζα χρησιμεύουν για την αναγνώρισή του χρήστη ως πελάτη και τη σύνδεσή του με το e-banking. Για την δική του καλύτερη ασφάλεια θα πρέπει να τηρούνται τα παρακάτω:

- Ο προσωπικός κωδικός (PIN) και ο Κωδικός Εγχρήματων Συναλλαγών (Κ.Ε.Σ.) (αριθμητικός κωδικός που αποτελείται από 6 ψηφία και παραλαμβάνεται είτε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είτε μέσω μηνύματος, (SMS), στο κινητό τηλέφωνο. Ισχύει για μία μόνο συναλλαγή και κάθε φορά που επιθυμεί ο πελάτης να πραγματοποιήσει εγχρήματη συναλλαγή θα πρέπει να τον καταχωρήσει εντός λίγων λεπτών) είναι αυστηρά προσωπικοί και απόρρητοι. Συνιστάται να μην καταγράφονται οι κωδικούς. Στην περίπτωση που θεωρείται πως δεν υπάρχει

κάποια εναλλακτική λύση προκειμένου να θυμάται ο χρήστης τους κωδικούς να τους καταγράφει με τέτοιο τρόπο που να μην γίνονται κατανοητοί από τρίτους.

- Αποφυγή χρήσης των ίδιων κωδικών για διαφορετικά συστήματα - υπηρεσίες.
- Να μην χρησιμοποιούνται κωδικοί ασφαλείας που εύκολα μπορεί κάποιος να υποθέσει όπως π.χ. ημερομηνίες γέννησης, ονόματα, τηλέφωνα κ.λπ.

☞ Περίπτωση Μπλοκαρίσματος

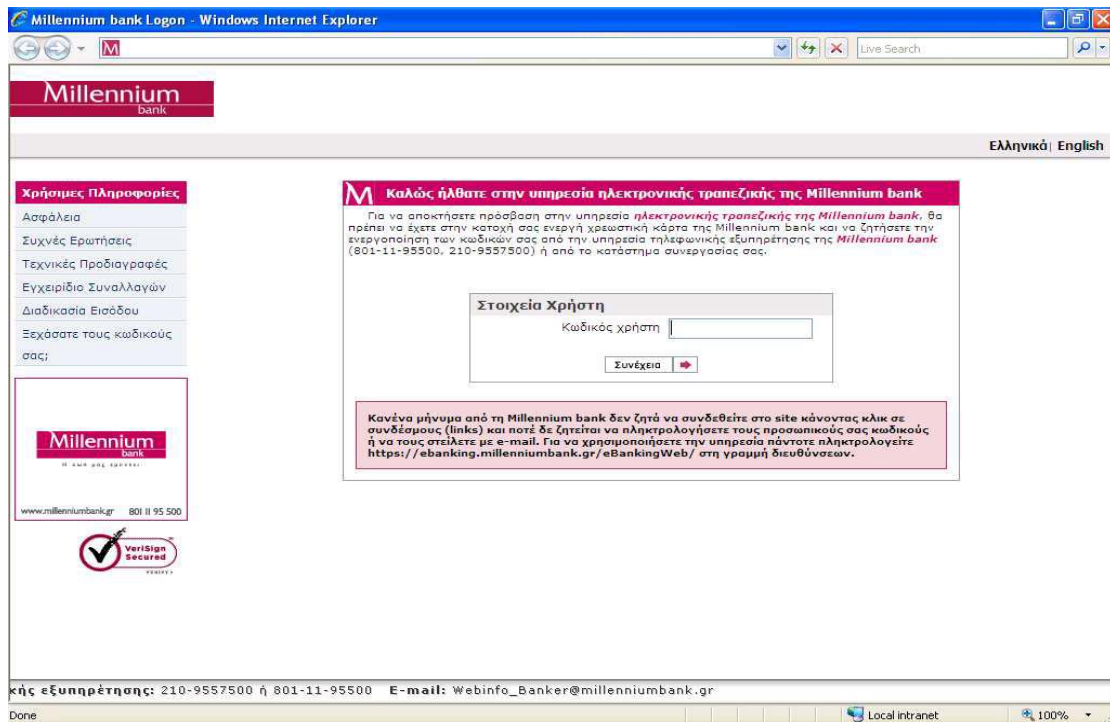
Ο προσωπικός κωδικός (PIN) και ο Κωδικός Εγγρήματων Συναλλαγών μπλοκάρονται αυτόματα μετά από τρεις λανθασμένες προσπάθειες εισαγωγής τους. Σε αυτή την περίπτωση θα πρέπει ο πελάτης να επικοινωνήσει με την υπηρεσία Τηλεφωνικής Εξυπηρέτησης προκειμένου κάποιος υπάλληλος να ξεμπλοκάρει τους κωδικούς.

☞ Λήξη Κωδικού

Ο προσωπικός κωδικός (PIN) λήγει για λόγους ασφαλείας κάθε 60 μέρες. Την ημέρα που λήγει ο κωδικός εμφανίζεται η οθόνη αλλαγής του προσωπικού κωδικού (PIN) και μπορεί να οριστεί νέος.

5.9 Σύνδεση

Για να συνδεθεί ο πελάτης στην υπηρεσία e-banking, θα πρέπει να επισκεφτεί την ιστοσελίδα **www.millenniumbank.gr**, και να επιλέξει το εικονίδιο **e-banking**.



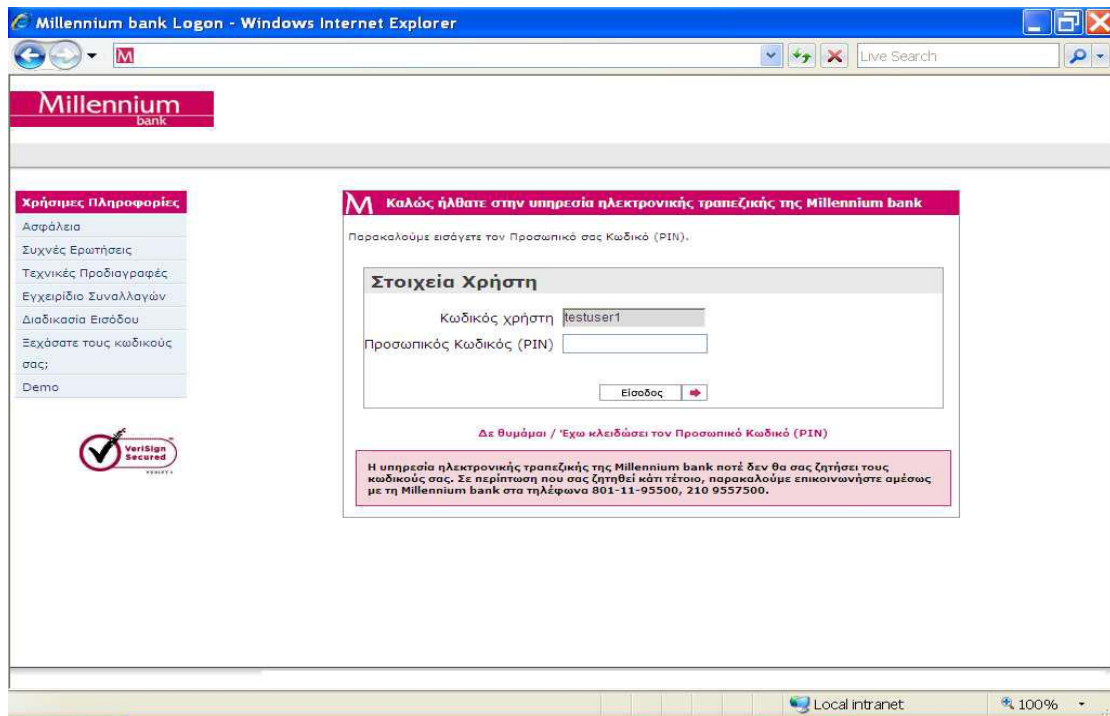
Για την είσοδό σας στην υπηρεσία Millennium bank απαιτούνται δύο κωδικοί ασφαλείας για την καταχώρηση των οποίων ακολουθούνται τα παρακάτω δύο βήματα:

Πρώτη Οθόνη

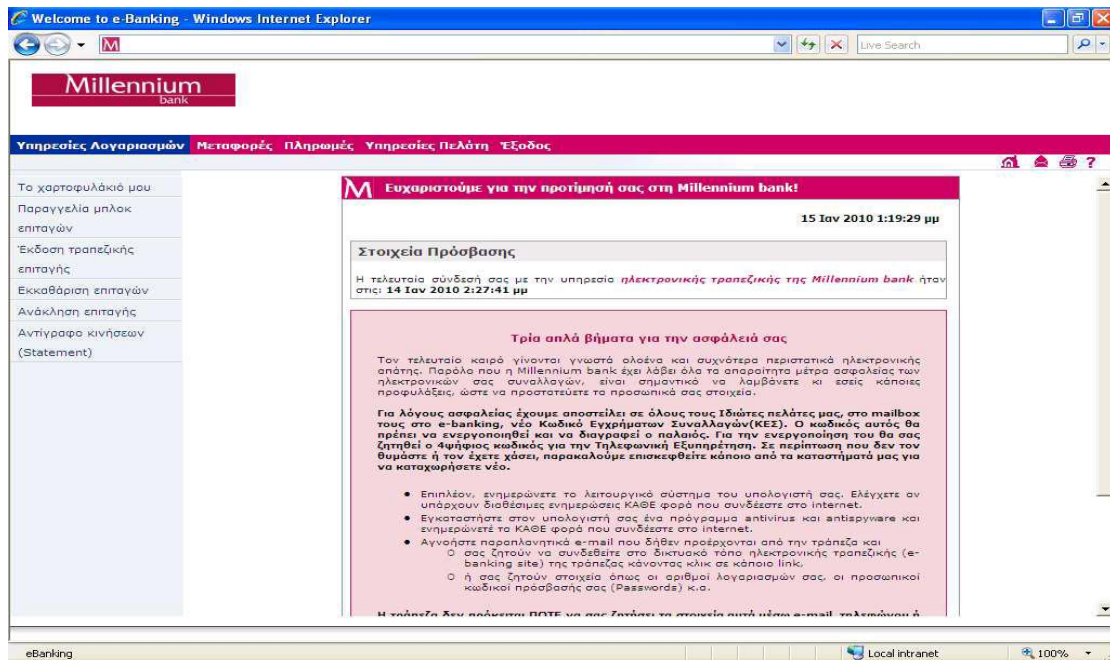
Κωδικός Χρήστη:

- Εάν χρησιμοποιείται για πρώτη φορά η υπηρεσία e-banking, στο πεδίο «Κωδικός Χρήστη» θα πληκτρολογηθεί ο 10ψηφιος Κωδικός Πελάτη (CIF). Με την είσοδό στο e-banking θα ζητηθεί από τον πελάτη να αντικαταστήσει τον 10ψήφιο «Κωδικό Πελάτη» με έναν της επιλογής του (8-12 αλφαριθμητικούς χαρακτήρες).
- Εάν έχει ήδη δημιουργηθεί ο Κωδικός Χρήστη θα τον πληκτρολογήσει στην πρώτη οθόνη και θα πατήσει «Συνέχεια».

Δεύτερη Οθόνη



Σε αυτή την οθόνη ο πελάτης συμπληρώνει τον προσωπικό του κωδικό (PIN) και αφού εισαχθούν όλοι οι κωδικοί σωστά η πρώτη οθόνη που θα εμφανιστεί (home page) είναι η ακόλουθη:



Στην οθόνη αυτή, θα αναγράφεται η τρέχουσα ημερομηνία και ώρα, την ημερομηνία και ώρα της τελευταίας σύνδεσής, σημαντικά ενημερωτικά μηνύματα και τυχόν ασφαλή μηνύματα που θα έχει αποστείλει η Millennium bank.

Στην οριζόντια μπάρα που βρίσκεται στο επάνω μέρος της σελίδας, αναγράφονται οι ακόλουθες επιλογές:

- μεταφορά στην αρχική σελίδα (home page) από οπουδήποτε και αν βρίσκεται ο πελάτης στην υπηρεσία ebanking
- οδηγός στο ασφαλές e-mail
- εκτύπωση οποιασδήποτε σελίδας της υπηρεσίας e-banking και
- μεταφορά στο online «Εγχειρίδιο υπηρεσίας e-banking».

5.10 Περιγραφή βασικών συναλλαγών ιδιωτών μέσω E-banking

5.10.1 Πληρωμή του ΦΠΑ/ΙΚΑ/ΟΑΕΕ/ΦΕΦΠ μέσω e-banking

Η διαδικασία πληρωμής ΦΠΑ μέσω της τράπεζας ισχύει ΜΟΝΟ για τις δηλώσεις ΦΠΑ που υποβάλλονται ηλεκτρονικά μέσω TAXISnet. Μπορεί ο χρήστης να ενημερωθεί από το web site του TAXISnet (www.taxisnet.gr) για τις απαραίτητες προϋποθέσεις, τις οποίες πρέπει να πληροί τόσο σε διαδικαστικό, όσο και σε τεχνικό επίπεδο για να πληρώσει το ΦΠΑ μέσω της τράπεζας. Η εντολή πληρωμής ΦΠΑ αποστέλλεται οποτεδήποτε εντός της περιόδου υποβολής.

Η διαδικασία πληρωμής ΙΚΑ μέσω της τράπεζας είναι δυνατή για τους εργοδότες που έχουν πάρει από το ΙΚΑ το νέο Αριθμό Μητρώου Εργοδότη (ΑΜΕ). Η εντολή πληρωμής ΙΚΑ αποστέλλεται οποτεδήποτε εντός της περιόδου υποβολής, με καταληκτική ημερομηνία την τελευταία εργάσιμη ημέρα του μήνα. Εάν η τελευταία εργάσιμη ημέρα του μήνα είναι αργία, τότε αυτή μετατίθεται στην προηγούμενη εργάσιμη.

Η διαδικασία πληρωμής ΟΑΕΕ μέσω της τράπεζας είναι δυνατή σε όσους είναι ασφαλισμένοι στο ΟΑΕΕ. Οι ασφαλισμένοι θα πρέπει να έχουν τον Κωδικό Εντολής Πληρωμής, δηλαδή το 13ψήφιο αριθμό που αναγράφεται στο αντίστοιχο πεδίο του ειδοποιητηρίου πληρωμής ασφαλιστικών εισφορών του ΟΑΕΕ. Η εντολή πληρωμής ΟΑΕΕ αποστέλλεται οποτεδήποτε εντός της περιόδου υποβολής, με καταληκτική ημερομηνία αυτήν που αναγράφεται στο ειδοποιητήριο πληρωμής του ΟΑΕΕ. Εάν η αναφερόμενη ημέρα είναι αργία, τότε αυτή μετατίθεται στην προηγούμενη εργάσιμη ημέρα.

Η διαδικασία πληρωμής Φόρου Εισοδήματος Φυσικών Προσώπων (ΦΕΦΠ) μέσω της τράπεζας είναι δυνατή εφόσον έχει παραλάβει ο πελάτης το εκκαθαριστικό του σημείωμα. Υπάρχει η δυνατότητα πληρωμής ολόκληρου του ποσού της οφειλής ή των δόσεων που έχουν οριστεί στο "Αποδεικτικό Είσπραξης Φ.Ε." του εκκαθαριστικού σημειώματος. Η εντολή πληρωμής Φόρου Εισοδήματος Φυσικών Προσώπων (ΦΕΦΠ) αποστέλλεται οποτεδήποτε εντός της περιόδου υποβολής, με καταληκτική ημερομηνία αυτήν που αναγράφεται στο εκκαθαριστικό σημείωμα. Εάν η αναφερόμενη ημέρα είναι αργία, τότε αυτή μετατίθεται στην προηγούμενη εργάσιμη ημέρα.

Οι παραπάνω συναλλαγές προσφέρονται εντελώς δωρεάν.

5.10.2 Παλαιότερα αντίγραφα κινήσεων των λογαριασμών

Επιλέγοντας από το μενού Υπηρεσίες Λογαριασμών - Αντίγραφο κινήσεων (statement) ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να δει, να αποθηκεύσει και να εκτυπώσει τα Statements που έχουν παραχθεί τους τελευταίους μήνες, έχοντας πλήρη και αναλυτική ενημέρωση για την κίνηση όλων των καταθετικών, προθεσμιακών και δανειακών λογαριασμών, των πιστωτικών καρτών και του επενδυτικού του χαρτοφυλακίου. Για να μπορεί να πραγματοποιήσει αυτή την συναλλαγή πρέπει να έχει εγκατεστημένο στον υπολογιστή του το πρόγραμμα "ACROBAT READER".

5.10.3 Ο μέγιστος αριθμός παλαιότερων κινήσεων – συναλλαγών που μπορεί να δει ο πελάτης μέσω e-banking

Η υπηρεσία e-banking δίνει στον πελάτη τη δυνατότητα να δει μέχρι και 3000 παλαιότερες κινήσεις του. Από την επιλογή «Κινήσεις Λογαριασμών» μπορεί να δείτε μέχρι και 15000 παλαιότερες κινήσεις σας.

5.10.4 Χρήση των ηλεκτρονικών αποδείξεων

Η Millennium bank παρέχει τη δυνατότητα στον πελάτη να αποθηκεύει στον υπολογιστή του ηλεκτρονικές αποδείξεις για κάθε συναλλαγή που πραγματοποίησε μέσω της υπηρεσίας e-banking (δημιουργώντας το δικό του αρχείο συναλλαγών).

5.10.5 Πραγματοποίηση συναλλαγών

Ο πελάτης μπορεί να ενημερωθεί για την ολοκλήρωση μιας συναλλαγής του επιλέγοντας από το μενού Υπηρεσίες Πελάτη / online δραστηριότητα. Αυτή η επιλογή του δίνει τη δυνατότητα να ανατρέξει σε προγενέστερες κινήσεις – συναλλαγές, να κάνει αναζήτηση με βάση την ημερομηνία ή/ και το είδος της συναλλαγής και να δει ποιες συναλλαγές έχουν ολοκληρωθεί και ποιες έχουν απορριφθεί. Επίσης, από τη συγκεκριμένη επιλογή μπορείτε να αναπαράγει τις ηλεκτρονικές αποδείξεις παλαιότερων συναλλαγών.

5.10.6 Ακύρωση μια μεταφοράς εκτός Millennium bank

Σε περίπτωση που επιθυμεί ο πελάτης ακύρωση του εμβάσματός του, κατά τη διάρκεια της ημέρας, επικοινωνεί με την υπηρεσία Τηλεφωνικής Εξυπηρέτησης και επιβαρύνεται με την προβλεπόμενη προμήθεια ακύρωσης εμβάσματος, εφόσον το έμβασμα έχει φύγει από τη Millennium bank.

Εάν η εντολή δοθεί από τη 13:00 μμ. έως τις 08:00 πμ. και επιθυμεί την ακύρωσή της, η ακύρωση πραγματοποιείται χωρίς χρέωση προμήθειας καλώντας την υπηρεσία Τηλεφωνικής Εξυπηρέτησης.

5.10.7 Ενημέρωση για το χαρτοφυλάκιο μέσω e-banking

Μέσω της υπηρεσίας e-banking, μπορεί ο πελάτης να ενημερώνεται πλήρως για το χαρτοφυλάκιο του, με αναλυτικές πληροφορίες που αφορούν τα προϊόντα που κατέχει (Αμοιβαία Κεφάλαια, Μετοχές, Ομόλογα, Repos), τις κινήσεις, τα κέρδη ή τις ζημιές του κ.α.

5.10.8 Συναλλαγές μετοχών

Στην ενότητα αυτή μπορούν να καταχωρηθούν χρηματιστηριακές εντολές. Από τη drop down list «Εντολή», μπορεί ο πελάτης να επιλέξει αγορά ή πώληση και μετά ορίζει τα χαρακτηριστικά της εντολής (είδος μετοχής, τιμή, τεμάχια κ.α.). Πιο αναλυτικά, αφού επιλέξει τη μετοχή, εμφανίζονται τα ακόλουθα στοιχεία:

- ο το πλήρες όνομα και σύμβολο της μετοχής

- ο η μονάδα διαπραγμάτευσης (τεμάχια)
- ο τα όρια (limit up & limit down) της τιμής της μετοχής
- ο η τιμή και τα τεμάχια των αγοραστών και πωλητών, και
- ο το ημερήσιο γράφημα της μετοχής.

Στη συνέχεια εισάγει την ποσότητα, τον τύπο (με όριο ή τιμή market ή τιμή κλεισίματος) και την τιμή (εάν επιλέξει τιμή με όριο) και αυτόματα υπολογίζεται το συνολικό ποσό της εντολής. Στην περίπτωση που επιλέξει τιμή market, σαν τιμή υπολογίζεται η μέγιστη επιτρεπόμενη σε περίπτωση αγοράς και η ελάχιστη επιτρεπόμενη σε περίπτωση πώλησης. Στην περίπτωση της αγοράς δεσμεύονται τα αντίστοιχα ποσά.

Αφού συμπληρωθούν όλα τα στοιχεία η εντολή μπορεί να διαβιβαστεί προς εκτέλεση. Κατά την αποστολή μιας εντολής προς εκτέλεση γίνονται οι παρακάτω έλεγχοι:

- ο σε περίπτωση αγοράς, αν το διαθέσιμο υπόλοιπο είναι επαρκές
- ο σε περίπτωση πώλησης, αν η διαθέσιμη ποσότητα είναι μεγαλύτερη από τον αριθμό των διαθέσιμων τεμαχίων.

Στη συνέχεια, ζητείται η επιβεβαίωση των στοιχείων. Εάν δεν επιλεγθεί το κουμπί "Διαβίβαση" στην οθόνη της επιβεβαίωσης, η εντολή δεν θα διαβιβαστεί.

Όταν η αγορά είναι κλειστή ισχύουν τα παραπάνω με την εξής διαφορά: Κατά την επιβεβαίωση της αποστολής της εντολής θα εμφανίζεται μήνυμα «Η εντολή θα διαβιβαστεί με ημερομηνία εκτέλεσης HH/MM/EE» με ημερομηνία την επόμενη εργάσιμη μέρα.

5.10.9 Εμφάνιση των τιμών των μετοχών on-line και real-time

Οι τιμές των μετοχών κατά τη διαβίβαση των χρηματιστηριακών εντολών και στην ενότητα «Realtime χαρτοφυλάκιο» εμφανίζονται σε πραγματικό χρόνο, δίνοντάς τη δυνατότητα στον πελάτη να διαβιβάζει τις εντολές του και να παρακολουθεί το επενδυτικό του χαρτοφυλάκιο ανά πάσα στιγμή με πραγματικά δεδομένα.

5.10.10 Συμμετοχή σε δημόσια εγγραφή μέσω e-banking

Παρέχεται η δυνατότητα συμμετοχής σε όλες τις δημόσιες εγγραφές και μέσω της υπηρεσίας e-banking, μειώνοντας τον απαιτούμενο χρόνο, αφού μπορεί ο πελάτης να καταχωρήσει την εντολή του ή να την ακυρώσει ολόκληρο τα 24ωρο, από όπου και

αν βρίσκεται. Επιπλέον, υπάρχουν διαθέσιμες για αυτόν όλες οι απαραίτητες πληροφορίες, που θα τον βοηθήσουν να κάνει τις επενδυτικές του επιλογές.

5.10.11 Κατάσταση μιας χρηματιστηριακής εντολής

Ο πελάτης επιλέγοντας την καρτέλα Συναλλαγές μετοχών / Εντολές - Ακυρώσεις, μπορεί να παρακολουθεί αν η εντολή του έχει εκτελεστεί (μερικώς ή ολικώς), απορριφθεί ή βρίσκεται σε κατάσταση αναμονής, καθώς και τις λεπτομέρειες της εντολής (π.χ. τιμή εκτέλεσης, ποσότητα κλπ). Ταυτόχρονα, μπορεί, εφόσον δεν έχει ακόμα εκτελεστεί η εντολή του, να την ακυρώσει.

5.10.12 Ακύρωση μιας εντολής που έχει δοθεί

Εφόσον ο χρήστης έχει καταχωρήσει μια εντολή και δεν έχει εκτελεστεί, μπορεί να την ακυρώσει από την επιλογή Συναλλαγές μετοχών / Εντολές - Ακυρώσεις. Σε περίπτωση που η εντολή του έχει εκτελεστεί μερικώς, τότε θα ακυρωθεί μόνο το μέρος της εντολής που δεν έχει εκτελεσθεί.

5.10.13 Επενδύσεις

Η επιλογή αυτή συνδέει τον κάθε πελάτη με το site www.millenniumbank.gr, το ολοκληρωμένο επενδυτικό εργαλείο της Millennium bank για όλα τα οικονομικά νέα με βάση τον ημερήσιο Τύπο.

Αναλυτικά οι υπηρεσίες που προσφέρονται εντελώς δωρεάν είναι:

- Πλήρης εικόνα & ανάλυση της αγοράς (ανά κλάδο & μετοχή)
- Σχόλιο της ημέρας για την οικονομία και το ΧΑΑ
- Σύνοψη του οικονομικού τύπου κάθε μέρας
- Νέα της αγοράς για τις εισηγμένες στο ΧΑΑ εταιρείες (ιστορικά 2 ετών)
- Εργαλείο online τεχνικής ανάλυσης μετοχών (MetaStock), με δυνατότητα σύγκρισης (15 δείκτες), Intraday ανάλυση, online help
- Ημερολόγιο για το ΧΑΑ (π.χ. εισαγωγή των εταιριών, δικαιώματα κ.α.)
- Εικόνα ξένων χρηματιστηρίων

- Ισοτιμίες ξένων νομισμάτων
- Δημιουργία εικονικών χαρτοφυλακίων
- Ημερήσια και ιστορικά γραφήματα
- Παρακολούθηση διαπραγμάτευσης πακέτων κ.α.

5.10.14 Ώρες πραγματοποίησης επενδυτικών συναλλαγών

Η καταχώρηση των επενδυτικών συναλλαγών, καθώς και γενικότερα η παρακολούθηση των επενδύσεων είναι δυνατή, οποιαδήποτε ημέρα και ώρα και από οπουδήποτε και αν βρίσκεται ο πελάτης και εκτελεί την ενέργεια.

5.10.15 Παρακολούθηση διαμόρφωσης το χαρτοφυλακίου μετά την διαβίβαση χρηματιστηριακών εντολών

Στην ενότητα Συναλλαγές μετοχών / Διαμορφωμένο χαρτοφυλάκιο εμφανίζεται το χαρτοφυλάκιο του χρήστη όπως διαμορφώνεται μετά την καταχώρηση χρηματιστηριακών εντολών. Εμφανίζονται δηλαδή τα διαθέσιμα τεμάχια μετοχών, καθώς και η αρχική θέση του πελάτη, τα τεμάχια των εντολών αγοράς και πώλησης που έχει ο ίδιος διαβιβάσει, καθώς και τα τεμάχια που έχουν πωληθεί ή αγοραστεί κατά τη διάρκεια της συνεδρίασης. (<http://www.millenniumbank.gr/>)

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Με βάση τις πληροφορίες που έχουν δοθεί παραπάνω μπορεί να βγει ανεμπόδιστα το συμπέρασμα ότι μέσω του ηλεκτρονικού υπολογιστή στο σπίτι ή στο γραφείο μπορεί ο καθένας εύκολα, ανέξοδα και ακούραστα να πραγματοποιεί τραπεζικές αλλά και χρηματιστηριακές συναλλαγές. Τα χαρακτηριστικά του προσωπικού υπολογιστή μπορούν να ικανοποιήσουν ιδιαίτερες ανάγκες ακόμη και του πιο επιλεκτικού πελάτη.

Οι προοπτικές το internet banking, της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι αισιόδοξες και θα γίνονται όλο και περισσότερο, καθώς η καταναλωτική συμπεριφορά, οι γρήγοροι ρυθμοί της ζωής, αλλά και η πρόθεση των τραπεζών για μείωση του λειτουργικού κόστους και παροχή καλύτερης εξυπηρέτησης στους πελάτες θα πολλαπλασιάζεται.

Αν και στην Ελλάδα τα δείγματα εξάπλωσης του e-banking δεν είναι αλματώδη οι διαστάσεις που παίρνει το όλο θέμα είναι ιδιαίτερα θετικές καθώς οι αλλαγές στην καταναλωτική συμπεριφορά, αλλά και οι επενδύσεις των τραπεζών στο ηλεκτρονικό περιβάλλον δημιουργούν ένα πρόσφορο έδαφος.

Μπορεί η ασφάλεια να είναι ένα μείζον θέμα αλλά τα πιστωτικά ιδρύματα παίρνουν πολλές προφυλάξεις ώστε να δημιουργήσουν ένα απρόσβλητο περιβάλλον που θα είναι στην διάθεση του πελάτη ανά πάσα στιγμή και θα εκτελεί οποιαδήποτε υπηρεσία εκείνος επιθυμεί. Όσο θα μεγαλώνουν οι απαιτήσεις του κάθε πελάτη τόσο περισσότερο θα πρέπει να εξελίσσουν τα συστήματά τους οι τράπεζες και αν και φαίνεται ότι οι υπάλληλοι μπορεί να εξαφανίζονται σαν «είδος» μπορούν κάλλιστα να μετατραπούν από διεκπεραιωτές εργασιών σε συμβούλους και βοηθούς των πελατών.

Η όλη προσπάθεια των τραπεζών καλείται να δημιουργήσει ένα περιβάλλον υγιούς ανταγωνισμού που θα αναγκάσει τα πιστωτικά ιδρύματα να βρίσκουν νέες ιδέες και υπηρεσίες, ώστε να εξιτάρουν τους πελάτες και να τους μαγνητίσουν στα προϊόντα τους, δημιουργώντας και με αυτόν τον τρόπο νέες θέσεις εργασίας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΒΙΒΛΙΑ

1. Αγγέλης Β. Γ. (2005). «Η βίβλος του e-banking», Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών ΕΠΕ
2. Λαζακίδου Α., Λαζακίδου-Καφετζή Γ.(2004). «Νέες Δυνατότητες και προοπτικές στην κοινωνία των πληροφοριών», Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος
3. Σινανιώτη-Μαρούδη Α., Φαρσαρώτας Ι. (2005) «Ηλεκτρονική Τραπεζική» Αθήνα-Κομοτηνή: Εκδόσεις Σάκουλας Αντ. Ν., Αθήνα-Κομοτηνή. 2005

ΑΡΘΡΑ

1. Βασιλείου Μ.(2001). Το Βήμα «Το ηλεκτρονικό μέλλον των τραπεζών»
2. Ζώτος Μ.(2010). Το Βήμα «Τραπεζικές συναλλαγές μέσω Διαδικτύου από 3. «έξυπνα» κινητά»
4. Καραγεώργου Έφ. (2011) Capital «Οι τράπεζες "ρίχνουν βάρος" στο e-banking»
5. Κυριακίδου Μπ. (2008) Μακεδονία «E-BANKING Έκρηξη στις τραπεζικές συναλλαγές μέσω Ιντερνέτ»
6. Παπαϊωάννου Γ.(2003). Το Βήμα «Η ηλεκτρονική τραπεζική αποσυμφόρησε τα γκισέ»
7. Παπαϊωάννου Γ.(2000). Το Βήμα «Ελληνικές τράπεζες στο Internet»

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

1. http://www.ehow.com/about_5109945_history-ebanking.html
2. <http://www.buzzle.com/articles/history-of-internet-banking.html>
3. <http://www2.uth.gr/main/help/help-desk/internet/internet3.html>

4. <http://www.4pi.gr/ram/ram172.htm>
5. <http://www.plant-management.gr/index.php?id=3682>
6. <http://start.cortera.com/company/research/k3s4kso4m/pulse-eft-association-inc/>
7. <http://www.tovima.gr/finance>
8. <http://www.makthes.gr/news/economy>
9. <http://www.crime-research.org/news/09.11.2005/1614/>
10. <http://www.itsecurity.gr/troyans.html>
11. <http://www.symantec.com/connect/articles/sniffers-what-they-are-and-how-protect-yourself>
12. <http://www.hsbc.com>
13. <http://www.hba.gr/5Ekdosis/DeltioDetails.asp?id=51>
14. <http://www.observatory.gr/page/default.asp?la=1&id=183>
15. <http://www.taxheaven.gr/news/news/view/id/1835>
16. http://portal.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_mc2_1_14/10/2012_146704
17. <http://ginorto.blogspot.gr>
18. http://orgsci.journal.informs.org/content/3/3/398?related_urls=yes&legid=orgsci;3/3/398
19. <http://www.celent.com/>
20. <http://www.pewinternet.org/Reports/2005/Online-Banking-2005.aspx>
21. <http://www.acrwebsite.org/search/view-conference-proceedings.aspx?Id=11972>
22. http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/publications/collections/news_releases
23. http://www.dbresearch.com/PROD/DBR_INTERNET_EN-PROD/PROD000000000196129.pdf

24. <http://www.millenniumbank.gr/MillenniumVB/el-gr/Default.aspx?ElementID=b7a87b27-a5f9-4cf1-acab-c343627660de>
25. <http://www.capital.gr/news.asp?id=1165781>
26. <http://www.dolceta.eu/greece/Mod7/%CE%97%CE%BB%CE%B5%CE%BA%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82.html>
27. <http://www.anysma.gr/portal/index.php?id=28,75,0,0,1,0>