



Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Διατμηματικό Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στην
Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΣ

ΦΩΛΑΣ ΜΙΧΑΗΛ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ Ν. ΓΕΩΡΓΟΠΟΥΛΟΣ

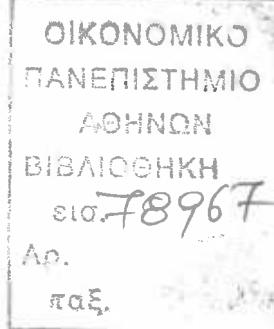


ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ



A standard linear barcode is positioned vertically. It consists of vertical black bars of varying widths on a white background. Below the barcode, the number "0 000000 559492" is printed.





ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ



ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
<i>Μεθοδολογία Έρευνας.....</i>	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 - Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΑΓΟΡΑ	8
1.1 ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ	8
<i>Η Τετραετία 2000-2004</i>	8
<i>Περιοχές εστίασης προσφάτων ετών</i>	9
<i>To Έτος 2004</i>	9
1.2 ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	12
<i>Εξέλιξη βασικών μεγεθών του ισολογισμού των τραπεζών.....</i>	16
<i>Επιτόκια των Νομισματικών Χρηματοπιστωτικών Ιδρυμάτων</i>	17
1.3 ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΜΕΛΛΟΝΤΟΣ – ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΚΑΙ ΑΠΕΙΛΕΣ ...	18
1.4 ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	23
<i>To οικονομικό περιβάλλον</i>	23
<i>Τραπεζικός Ανταγωνισμός</i>	24
<i>Νομικό και κοινωνικό περιβάλλον</i>	26
<i>Τεχνολογικό περιβάλλον.....</i>	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 – ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ	29
<i>Τραπεζικές συναλλαγές από απόσταση</i>	30
<i>Tι είναι το "e-" στο "e-banking";</i>	31
2.2 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ E-BANKING.....	34
<i>On – Line Banking</i>	34
<i>Home banking</i>	35
<i>Internet Banking</i>	36
<i>Oι τελευταίες εξελίξεις στο χώρο του Internet Banking</i>	37
<i>Mobile banking.....</i>	38
<i>Phone banking</i>	43
<i>ATM (Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές).....</i>	47
<i>Ηλεκτρονική Μεταφορά Πόρων στα Σημεία Πώλησης (EFT/POS)</i>	50
<i>Έξυπνες Κάρτες (Smart Cards).....</i>	51
<i>TV Banking.....</i>	52
2.3 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ	54
<i>Internet και δυνάμεις ανταγωνισμού</i>	55
<i>Internet και αλυσίδα αξίας επιχείρησης</i>	59
<i>Internet και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες - electronic finance</i>	62
2.4 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ - ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΙ ΟΦΕΛΗ ΧΡΗΣΗΣ	66
<i>Tα οφέλη για την τράπεζα</i>	67
<i>Tα οφέλη για τον πελάτη</i>	69
2.5 ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΤΟΥ E-BANKING	76
<i>Internet Banking</i>	76
<i>Πιστωτικές κάρτες και Internet</i>	79
<i>ATM</i>	80
2.6 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ.....	81
<i>Internet Banking</i>	81
<i>Ηλεκτρονικές Κάρτες</i>	85



Phone Banking	88
ATM	89
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 - ΕΡΕΥΝΑ	91
3.1 ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ	91
Διάρθρωση τμημάτων ηλεκτρονικής τραπεζικής	94
Προϊόντα/υπηρεσίες που προστέθηκαν το τρέχον έτος	98
Κατάργηση / Αντικατάσταση προϊόντων-υπηρεσιών	99
Διεύδυνση/χρήση εναλλακτικών δικτύων	99
3.2 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ	100
3.3 ΣΧΕΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ-ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΣΤΙΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ	105
Μέτρηση απόδοσης επενδύσεων	106
Επίδραση του Internet στην κερδοφορία	107
Αξιολόγηση επενδύσεων ηλεκτρονικής τραπεζικής	109
3.4 ΟΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ	109
Έξυπνες Κάρτες (Smart Cards)	110
Mobile Banking	110
Διατραπεζικές μεταφορές κεφαλαίων σε πραγματικό χρόνο	111
Πληρωμές μεταξύ επιχειρήσεων - <i>B2B payments</i>	113
Κίνδυνοι / απειλές σε σχέση με το e-banking	114
Ασφάλεια ηλεκτρονικών συναλλαγών	115
Μη τραπεζικός ανταγωνισμός	115
TV Banking	117
3.5 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	118
3.6 ΚΩΔΙΚΑΣ ΈΡΕΥΝΑΣ	121
3.7 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΈΡΕΥΝΑΣ	122
ΕΠΙΛΟΓΟΣ	1233
ΠΗΓΕΣ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	126



ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η "ψηφιακή οικονομία" και η πιο ορατή της έκφανση, το ηλεκτρονικό εμπόριο, έχουν επιφέρει τα τελευταία χρόνια εντυπωσιακές αλλαγές σε κάθε πτυχή της κοινωνικής ζωής. Στις μέρες μας η σύναψη και ολοκλήρωση εμπορικών συμφωνιών χωρίς την ταυτόχρονη φυσική παρουσία των μερών θεωρείται για ορισμένες τουλάχιστον κατηγορίες συναλλασσομένων αυτονόητη.

Οι αλματώδεις τεχνολογικές εξελίξεις και η κοινωνία της πληροφορίας δεν θα μπορούσαν να αφήσουν αδιάφορο το χρηματοπιστωτικό τομέα, έναν από τους πιο δραστήριους και δεκτικούς στην τεχνολογική καινοτομία χώρο.

Η ανάπτυξη του Διαδικτύου και του Παγκόσμιου Ιστού ως υποδομών παγκόσμιας επικοινωνίας και συναλλαγών εγείρουν μια σειρά από κρίσιμα ερωτήματα για την εξέλιξη του τρόπου διαχείρισης, προώθησης και διανομής χρηματοπιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών. Οι ταχύτατες αλλαγές του οικονομικού περιβάλλοντος υπαγορεύουν την ανάγκη κάλυψης νέων καταναλωτικών αναγκών και ενισχύουν τον εσωτερικό και διεθνή ανταγωνισμό, δίνοντας πραγματική υπόσταση στην παγκοσμιοποίηση των χρηματοπιστωτικών αγορών.

Όπως σε όλες τις χώρες με ανεπτυγμένο τραπεζικό σύστημα, έτσι και στην Ελλάδα τα πιστωτικά ιδρύματα χρησιμοποιούν το μοντέλο της ηλεκτρονικής τραπεζικής με διαφορετικούς τρόπους, ξεκινώντας από τη χρήση του διαδικτυακού τους τόπου για σκοπούς παρουσίασης και επικοινωνίας με τους πελάτες τους, μέχρι την παροχή χρηματοπιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών προσαρμοσμένων απόλυτα στα χαρακτηριστικά του νέου αυτού μέσου. Σήμερα η διεθνής τραπεζική πρακτική χρησιμοποιεί, στη συντριπτική της πλειοψηφία τις δυνατότητες του Διαδικτύου ως ένα ακόμη μέσο διανομής παραδοσιακών τραπεζικών προϊόντων. Βέβαια η εποχή της επικράτησης του "virtual banking" όπου ο πελάτης μιας τράπεζας θα ολοκληρώνει τη συναλλαγή του μέσα από τον υπολογιστή, το τηλέφωνο ή τη διαδραστική τηλεόραση, χωρίς καμία επιπλέον επικοινωνία με την τράπεζά του, αν και χρονικά δεν απέχει πολύ από το να πραγματοποιηθεί, σήμερα δεν αποτελεί σε καμία περίπτωση τον κανόνα.

Όπως κάθε επιχειρηματικός κλάδος που εντάσσει στη δραστηριότητά του το ηλεκτρονικό εμπόριο, έτσι και οι τράπεζες εξελίσσονται την επιχειρηματικότητά τους σε δύο



βασικούς άξονες: Επιχείρηση προς επιχείρηση (B2B) και επιχείρηση προς καταναλωτές (B2C). Ταυτόχρονα, οι τράπεζες στηριζόμενες στην τεχνογνωσία τους αλλά και τη μακροχρόνια εμπιστοσύνη του κοινού, μπορούν να διαδραματίσουν πρωταγωνιστικό ρόλο στις ηλεκτρονικές συναλλαγές του κράτους με πολίτες (G2C) και επιχειρήσεις (G2B), συμβάλλοντας τα μέγιστα στην ανάπτυξη και καθιέρωση πρωτοβουλιών ηλεκτρονικής διακυβέρνησης και επίτευξης διοικητικής σύγκλισης.

Κατά το πρότυπο των συναλλακτικών σχέσεων στο φυσικό κόσμο, έτσι και στο ηλεκτρονικό εμπόριο βασική προϋπόθεση ανάπτυξής του είναι η εξασφάλιση της εμπιστοσύνης των πολιτών στη χρήση των νέων μέσων. Η απαιτούμενη εμπιστοσύνη μπορεί να εξασφαλισθεί μέσω ενός ολοκληρωμένου θεσμικού πλαισίου, ειδικά προσαρμοσμένου στις ιδιαιτερότητες του ηλεκτρονικού εμπορίου, το οποίο θα καλύπτει ολόκληρο το φάσμα μιας εμπορικής συναλλαγής πριν και μετά την ολοκλήρωσή της. Σκόπος της παρούσης εργασίας είναι η αναλυτική τεκμηρίωση και η συστηματική εκτίμηση των προσδιοριστικών παραγόντων της ηλεκτρονικής τραπεζικής, μέσα από τη χρήση πλούσιων βιβλιογραφικών αναφορών και μελετών εξειδικευμένων διεθνών φορέων και οργανισμών, ώστε να μεταφερθεί με ενάργεια στον αναγνώστη ο προβληματισμός για τις μελλοντικές προοπτικές της τραπεζικής αγοράς στον ηλεκτρονικό κόσμο, συμβάλλοντας ταυτόχρονα στην αποσαφήνιση των πολιτικών διαχείρισης και σωστής εκμετάλλευσης του νέου αυτού μέσου από τις ελληνικές τράπεζες.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα εργασία αναφέρεται σε ένα θέμα επίκαιρο για τον ελληνικό τραπεζικό χώρο, που είναι οι εξελίξεις στη σύγχρονη ηλεκτρονική τραπεζική. Στα πλαίσια μιας όσο το δυνατόν πληρέστερης κάλυψης του θέματος αυτού, οριοθετήθηκαν δύο επιμέρους υποστόχου:

- Ο προσδιορισμός των χαρακτηριστικών της ελληνικής τραπεζικής αγοράς και του τρόπου λειτουργίας της.
- Η καταγραφή του βαθμού ανάπτυξης της ηλεκτρονικής τραπεζικής από τις ελληνικές τράπεζες και των μελλοντικών σχεδίων τους σχετικά με αυτό το ζήτημα.

Με οδηγό τους δύο αυτούς υποστόχους διερευνούμε μια σειρά από θέματα, που αφορούν το ελληνικό χρηματοπιστωτικό σύστημα. Αρχικά πραγματοποιούμε μια παρουσίαση της διάρθρωσης της ελληνικής τραπεζικής αγοράς, όπως αυτή έχει διαμορφωθεί μετά τις τελευταίες οικονομικές, πολιτικές και κοινωνικές εξελίξεις. Αναπτύσσουμε τη δομή της τραπεζικής αγοράς στην Ελλάδα και παρουσιάζουμε τις ευκαιρίες και απειλές που εμφανίζει ο κλάδος.

Στη συνέχεια παρουσιάζεται μια ανάλυση των στοιχείων εκείνων που συνθέτουν το ελληνικό τραπεζικό περιβάλλον και είναι :

- Οι οικονομικές συνθήκες
- Οι κοινωνικές συνθήκες
- Ο ανταγωνισμός
- Το νομικό πλαίσιο
- Η τεχνολογία

Αυτό που μας ενδιαφέρει πρωτίστως και το οποίο αναλύουμε είναι το είδος και το μέγεθος της επίδρασης των παραπάνω στοιχείων στον τραπεζικό χώρο.

Κατόπιν, το δεύτερο κομμάτι της εργασίας, είναι αφιερωμένο στην όσο το δυνατόν πληρέστερη κάλυψη της έννοιας της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Οι επιμέρους ενότητες που αναπτύσσονται αφορούν τα παρακάτω ζητήματα:

- Την παρουσίαση όλων των παρεχόμενων σήμερα από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα μορφών ηλεκτρονικής τραπεζικής
- Την ανάλυση του περιβάλλοντος της ηλεκτρονικής τραπεζικής (παρουσίαση δυνάμεων και αλυσίδας αξίας)
- Την καταγραφή των ωφελειών από τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής τόσο για τις τράπεζες, όσο και για τους πελάτες
- Την παρουσίαση των κινδύνων που προκύπτουν από τη χρήση των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής
- Την ανάλυση των ζητημάτων ασφαλείας και των μέτρων που έχουν ληφθεί για την ενίσχυση του αισθήματος ασφάλειας των καταναλωτών

Στο τρίτο και τελευταίο κομμάτι της εργασίας, όπου ενσωματώνονται και τα αποτελέσματα της έρευνας, δίνεται βάση στην αναλυτική παρουσίαση της κατάστασης της ηλεκτρονικής τραπεζικής στον ελλαδικό χώρο. Η έρευνα στοχεύει στην κάλυψη τεσσάρων επιμέρους ζητημάτων:

- **Καταγραφή της υπάρχουνσας κατάστασης.**- Ποιες υπηρεσίες παρέχονται σήμερα από τις τράπεζες στην Ελλάδα, πού δίνεται μεγαλύτερη έμφαση από τις διοικήσεις, και ποια η διείσδυση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην ελληνική αγορά.
- **Στρατηγική τοποθέτηση** όσον αφορά τα εναλλακτικά δίκτυα και πως αυτή υποστηρίζεται από την εκάστοτε τεχνολογική υποδομή
- **Μελέτη της σχέσης επένδυσης – απόδοσης** για τις τράπεζες όσον αφορά τις επενδύσεις στον τομέα ηλεκτρονικής τραπεζικής
- **Καταγραφή των μελλοντικών κινήσεων** και των πιθανών κινδύνων που αυτές εγκυμονούν

Μεθοδολογία Έρευνας

Στην έρευνα αυτή αναφερόμαστε στο κομμάτι εκείνο των τραπεζών που διαθέτουν κάποια μορφή του e-banking. Αρχικά προβήκαμε στη συλλογή και μελέτη μιας σειράς άρθρων, ερευνών και βιβλίων που αφορούν το ηλεκτρονικό εμπόριο και πιο συγκεκριμένα την ηλεκτρονική τραπεζική. Αυτά αποτέλεσαν και τα πρωτογενή στοιχεία που χρησιμοποιήθηκαν για τη συγγραφή της παρούσης διπλωματικής εργασίας.

Σύμφωνα με την Ένωση Τραπεζών Ελλάδος, ο αριθμός των μόνιμων (τακτικών) μελών της, είναι 23¹, και όλες παρέχουν στους πελάτες τους έστω και μία υπηρεσία ηλεκτρονικής τραπεζικής. Το δείγμα της έρευνάς μας περιορίστηκε σε 20 τράπεζες, αφού από την έρευνα εξαιρέθηκαν η **BNP paribas securities services**, η **FBB** και η **Bayerische Hypo und Vereinsbank a.g.** οι οποίες δεν απευθύνονται στο σύνολο του καταναλωτικού κοινού της Ελλάδας, αφού δεν διαθέτουν καν ελληνικό site, ενώ η δεύτερη απευθύνεται αποκλειστικά σε επιχειρήσεις και δεν διαθέτει retail banking, όπως άλλωστε και η **Marfin Bank**.

Στη συνέχεια και κατόπιν συνεννοήσεως με τους υπευθύνους των τμημάτων ηλεκτρονικής τραπεζικής των τραπεζών, χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της συνέντευξης σε 16 από τις 20 τράπεζες. Αυτές οι τράπεζες είναι οι εξής (Με βάση τη ημερομηνία διεξαγωγής κάθε συνέντευξης) : Τράπεζα Πειραιώς, Eurobank, Εμπορική, Ελληνική Τράπεζα, Aspis bank, Γενική, Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο, Αγροτική, Εγνατία, Εθνική, Τράπεζα Κύπρου, Λαϊκή Τράπεζα, Probank, HSBC, Τράπεζα Αττικής, Alpha bank. Επίσης στις υπόλοιπες τέσσερις τράπεζες που δεν κατέστη εφικτή η διενέργεια συνέντευξης, υπήρξε αποστολή μέσω e-mail του ερωτηματολογίου. Η διενέργεια των συνεντεύξεων έγινε κατά κύριο λόγο με ερωτήσεις ανοικτού τύπου.

Σε αυτό το σημείο θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους όσους συνέβαλλαν στη συγγραφή της παρούσης διπλωματικής εργασίας. Πρωτίστως, τον καθηγητή μου κ. N. Γεωργόπουλο για την εμπιστοσύνη που μου έδειξε με την ανάθεση της εργασίας, καθώς και για την πολύτιμη βοήθεια και συμπαράστασή του καθ'όλη τη διάρκεια της εκπόνησής της. Ακόμη, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον Κο Ρούλια, Γεν. Διευθυντή της ΕΕΔΕ, τον Κο Αναστασόπουλο, γενικό διευθυντή της ΕΑΣΕ, τον Κο Συρμακέζη (WinBank), τον Κο Σταθόπουλο (Eurobank), την Κα Κοτσικοπούλου (Εμπορική), τον Κο Στρατήκη (Ελληνική Τράπεζα), τον Κο Τσαβδαρίδη (Aspis Bank), την Κα Τραχανά (Γενική), τον Κο Δρακωτό (Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο), τον Κο Παπανικολάου (Αγροτική), τον Κο Κάτσικα (Εγνατία), τον Κο Πράσινο (Εθνική), τον Κο Αγγελόπουλο (Κύπρου), τον Κο Γεωργίου (Λαϊκή), τον Κο Φιορέτο (Probank), τον Κο Μπέση (HSBC), τον Κο Δόριζα (Τράπεζα Αττικής) και τον Κο Βήχο (Alpha Bank) για τη συμβολή τους στην εργασία μου.

¹ Βλ. Παράρτημα Πίνακας III

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 - Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Η ελληνική τραπεζική αγορά παρουσιάζει κάποιες ιδιομορφίες σε σχέση με την αντίστοιχη Ευρωπαϊκή. Αυτό οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στα χαρακτηριστικά της ελληνικής αγοράς, αλλά και στις ιδιαιτερότητες του τραπεζικού μας συστήματος. Παρακάτω θα παρουσιάσουμε τις προκλήσεις αλλά και τις απειλές που δημιουργεί αυτή η κατάσταση στις ελληνικές τράπεζες.

1.1 ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Η Τετραετία 2000-2004

Ο τραπεζικός κλάδος παρουσίασε τα τελευταία τέσσερα χρόνια σημαντική βελτίωση της κερδοφορίας του, γεγονός που οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην ανάληψη από την Ελλάδα των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Η δημιουργία των έργων υποδομής που πραγματοποιήθηκαν με βάση το μεγάλο αυτό αθλητικό-κοινωνικό γεγονός, καθώς και τα πακέτα στήριξης από την Ευρωπαϊκή Ένωση οδήγησαν σε ένταση την οικονομική δραστηριότητα στον ελλαδικό χώρο. Το ευνοϊκό οικονομικό κλίμα που δημιουργήθηκε παρέσυρε όπως αναμενόταν και τις τράπεζες και έτσι, παρουσιάστηκε αξιόλογη ενίσχυση της κεφαλαιακής επάρκειας των τραπεζών.

Εξάλλου, η ελληνική τραπεζική αγορά παρουσιάζει σύμφωνα με εκτιμήσεις τραπεζικών στελεχών σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης, ιδίως όσον αφορά τον τομέα της καταναλωτικής και στεγαστικής πίστης, γεγονός που οδήγησε τα τελευταία δύο έτη σε πλήρη κατάργηση των περιορισμών της καταναλωτικής πίστης. Οι αναπτυξιακές ευκαιρίες που παρουσιάζει αυτός ο χώρος είναι σημαντικές, και αυτός είναι ένας από τους σημαντικότερους λόγους που πολλές τράπεζες αυξάνουν το διαθέσιμο προσωπικό σε αυτό τον τομέα.

Ένα ακόμη χαρακτηριστικό του τραπεζικού κλάδου είναι η εξαιρετικά ενισχυμένη πιστωτική επέκταση στην τραπεζική ιδιωτών και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Επίσης, παρατηρείται μια προοδευτική ανάπτυξη των εταιρικών ομολόγων, ως εναλλακτικής μορφής χρηματοδότησης των επιχειρήσεων. Τέλος, παρατηρείται μια

σημαντική πρόοδος στη συγκράτηση ή ακόμη και τη μείωση του λειτουργικού κόστους των τραπεζών.

Περιοχές εστίασης προσφάτων ετών

Με βάση τις πρόσφατες εξελίξεις του ελληνικού τραπεζικού κλάδου, οι οποίες αναφέρθηκαν πιο πάνω, οι τράπεζες εστίασαν το ενδιαφέρον και κατά συνέπεια τη δραστηριότητά τους στην² :

- Σημαντική ανάπτυξη της λιανικής τραπεζικής προερχόμενη κυρίως από την επέκταση στα στεγαστικά και καταναλωτικά δάνεια καθώς και τον δανεισμό σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις.
- Αποκλειστική δραστηριοποίηση σε συγκεκριμένες και εξειδικευμένες αγορές (niche markets) όπως η καταναλωτική πίστη, το private banking και το investment banking.
- Έμφαση στην παροχή προσωποποιημένης εξυπηρέτησης πελατών.

To Έτος 2004

Οι ευνοϊκές εξελίξεις στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα συνεχίστηκαν και κατά το 2004. Η οργανική κερδοφορία των ελληνικών τραπεζών διαμορφώθηκε επί δεύτερο συνεχές έτος σε ικανοποιητικό επίπεδο, μετά τη σημαντική επιδείνωσή της το 2002. Ο κυριότερος παράγοντας που συνέβαλε σ' αυτή τη θετική εξέλιξη ήταν η συνεχιζόμενη ταχεία πιστωτική επέκταση, ιδίως στον τομέα της καταναλωτικής πίστης. Ωστόσο, τα αποτελέσματα ορισμένων τραπεζών επιβαρύνθηκαν σημαντικά το 2004 από έκτακτους παράγοντες, όπως η εφαρμογή προγραμμάτων εθελουσίας εξόδου του προσωπικού και η αύξηση των προβλέψεων για επισφαλείς απαιτήσεις, με επακόλουθο τον περιορισμό των καθαρών κερδών και, κατά συνέπεια, της αποδοτικότητας ενεργητικού και ιδίων κεφαλαίων αυτών των τραπεζών, αλλά και του τραπεζικού τομέα ως συνόλου.

Παρά την ένταση του ανταγωνισμού και τη μείωση του περιθωρίου επιτοκίων χορηγήσεων και καταθέσεων, η σχέση των καθαρών εσόδων από τόκους προς το μέσο ενεργητικό παρέμεινε ουσιαστικά αμετάβλητη το 2004. Στην εξέλιξη αυτή συνετέλεσε η

² Kantor Capital, Επισκόπηση Τραπεζικού Τομέα, Ιούλιος 2004

αύξηση της συμμετοχής των δανείων, ιδίως των καταναλωτικών δανείων, που παρουσιάζουν μεγαλύτερα περιθώρια κέρδους αλλά και υψηλότερο κίνδυνο, και η συνεχιζόμενη μείωση της συμμετοχής των ομολόγων του Δημοσίου στο χαρτοφυλάκιο των τραπεζών. Αναφορικά με την κεφαλαιακή επάρκεια των πιστωτικών ιδρυμάτων, αξιόλογη αύξηση παρατηρήθηκε στο συνολικό Δείκτη Κεφαλαιακής Επάρκειας, ο οποίος διαμορφώνεται σε σχετικώς υψηλά επίπεδα τόσο σε ατομική όσο και σε ενοποιημένη βάση.

Το ευρωπαϊκό και γενικότερα το διεθνές περιβάλλον, εντός του οποίου δραστηριοποιούνται και οι ελληνικές τράπεζες, χαρακτηρίζεται τα τελευταία έτη από την περαιτέρω ενοποίηση των χρηματοπιστωτικών αγορών, τις συνεχιζόμενες, αν και με βραδύτερο ρυθμό, εξαγορές και συγχωνεύσεις, τη διεύρυνση του φάσματος των προσφερόμενων υπηρεσιών, τη διεθνοποίηση των εργασιών και τη στροφή προς τη λιανική τραπέζική. Οι τάσεις αυτές παρατηρούνται υπό συνθήκες αυξανόμενου ανταγωνισμού και ιστορικά χαμηλών επιτοκίων. Κατά το πρώτο τρίμηνο του τρέχοντος έτους, το ευρωπαϊκό περιβάλλον χαρακτηρίστηκε από μικρά περιθώρια οικονομικής ανάπτυξης, τα οποία διαφοροποιούνται ανά γεωγραφική περιοχή. Η ενίσχυση της κερδοφορίας των ευρωπαϊκών τραπεζών κατά το 2004 –που οφειλόταν κυρίως στη μείωση των προβλέψεων και τα προγράμματα περιορισμού των λειτουργικών δαπανών – δεν είναι βέβαιο ότι θα συνεχιστεί και κατά το τρέχον έτος, λόγω της αυξημένης αβεβαιότητας όσον αφορά τις τιμές του πετρελαίου και την ενδεχόμενη επιβράδυνση της οικονομικής δραστηριότητας. Στην περιοχή της Βαλκανικής, όπου εμφανίζονται μεγαλύτερα περιθώρια οικονομικής ανάπτυξης, τα ελληνικά πιστωτικά ιδρύματα συνέχισαν την έντονη δραστηριοποίησή τους, ενώ ταυτόχρονα παρατηρήθηκε αύξηση των διασυνοριακών ανοιγμάτων τους. Όσον αφορά την εγχώρια αγορά, λόγω της θετικής συσχέτισης μεταξύ της οικονομικής δραστηριότητας και της πιστωτικής επέκτασης, τυχόν επιβράδυνση του υψηλού ρυθμού αύξησης της οικονομικής δραστηριότητας μπορεί να επηρεάσει όχι μόνο την πιστωτική επέκταση και την κερδοφορία των τραπεζών, αλλά και το ύψος των επισφαλών απαιτήσεων (τόσο έναντι των νοικοκυριών όσο και έναντι των επιχειρήσεων), οι οποίες υποεκτιμώνται στην ανοδική φάση του οικονομικού κύκλου. Ο παράγοντας αυτός συνεκτιμήθηκε κατά την πρόσφατη αύξηση των εποπτικών προβλέψεων από την κεντρική τράπεζα. Παράλληλα, η πολιτική της Τράπεζας της Ελλάδος που αποβλέπει στην ενδυνάμωση των συστημάτων εσωτερικού ελέγχου και αξιολόγησης των κινδύνων των τραπεζών, σε συνδυασμό με τη βαρύτητα

που και οι ίδιες δίνουν στους εν λόγω τομείς, όπως επίσης και η στενότερη συσχέτιση της τιμολογιακής πολιτικής τους με τους αναμενόμενους κινδύνους, είχαν ως αποτέλεσμα την περαιτέρω ενίσχυση της σταθερότητας του τραπεζικού συστήματος.

Προς την ίδια κατεύθυνση συντείνει και η έγκαιρη προετοιμασία των πιστωτικών ιδρυμάτων εν όψει των κανόνων του νέου Συμφώνου της Βασιλείας για την Κεφαλαιακή Επάρκεια («Βασιλεία II»). Επίσης, η εφαρμογή των Διεθνών Λογιστικών Προτύπων (ΔΛΠ), και ειδικότερα του ΔΛΠ 19, το οποίο αφορά τις ασφαλιστικές υποχρεώσεις των τραπεζών προς τους υπαλλήλους τους, εκτιμάται ότι θα επηρεάσει σημαντικά το δείκτη κεφαλαιακής επάρκειας μικρού αριθμού πιστωτικών ιδρυμάτων, τα οποία έχουν ήδη αποφασίσει αύξηση των κεφαλαίων τους, ενώ η αναπροσαρμογή στοιχείων ενεργητικού με βάση τα ΔΛΠ θα αντισταθμίσει – σε ορισμένες περιπτώσεις – τη μείωση των ιδίων κεφαλαίων.

Συνολικά πάντως, οι προοπτικές για το ελληνικό τραπεζικό σύστημα κατά το 2005 διαγράφονται ευνοϊκές εφόσον η πιστωτική επέκταση, ειδικότερα στον τομέα της καταναλωτικής πίστης, συνδυαστεί με επιτυχή ολοκλήρωση των προγραμμάτων αναδιάρθρωσης ορισμένων τραπεζικών ομίλων και ιδίως με τη συγκράτηση του κόστους, την περαιτέρω προσαρμογή, σε ορισμένες τουλάχιστον περιπτώσεις, της τιμολογιακής τους πολιτικής στους αναμενόμενους κινδύνους, την ανάπτυξη νέων εργασιών, όπως η διαχείριση κεφαλαίων, και την ενίσχυση των σταυροειδών πωλήσεων στην πελατειακή τους βάση (π.χ. τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων)

1.2 ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Ο αριθμός των πιστωτικών ιδρυμάτων της χώρας μας ανέρχεται σε 62. Τα 21 από αυτά είναι ελληνικές επιχειρήσεις και τα 23 είναι ξένες επιχειρήσεις, εκ των οποίων πολλές είναι γραφεία αντιπροσωπείας ξένων τραπεζών. Πολλές ευρωπαϊκές τράπεζες έχουν διεισδύσει στην ελληνική αγορά, είτε μέσω επενδύσεων σε ελληνικές τράπεζες είτε με τη δημιουργία δικτύου καταστημάτων για την προώθηση των προϊόντων τους και των υπηρεσιών τους, αλλά σε γενικές γραμμές η διείσδυση των ξένων ευρωπαϊκών τραπεζών σε εγχώριο επίπεδο δεν θεωρείται εκτεταμένη. Οι συνεταιριστικές τράπεζες ανέρχονται σε 16, ενώ υπάρχουν και δύο ειδικοί πιστωτικοί οργανισμοί. Στον Πίνακα I παρουσιάζεται αναλυτικά η κατάσταση που επικρατεί σήμερα στον ελληνικό τραπεζικό χώρο.

ΠΙΝΑΚΑΣ I

	Τράπεζες		Υποκαταστήματα	
	2003	2004	2003	2004
Ελλ. Εμπορικές Τράπεζες	22	21	2.876	2.953
Ξένες Τράπεζες	20	23	205	223
Συνεταιριστικές Τράπεζες	15	16	80	87
Ειδ. Πιστωτικοί Οργανισμοί	2	2	139	140
Σύνολο	59	62	3.300	3.403

Οι ΕΠΟ είναι το Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο και το Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων. Για λόγους συγκρισιμότητας, η Τράπεζα Επενδύσεων, η οποία στο τέλος του 2004 απορροφήθηκε από την Εμπορική Τράπεζα, περιλαμβάνεται το 2003 στις εμπορικές τράπεζες

Πηγή : Τράπεζα της Ελλάδος (στοιχεία λογιστικών καταστάσεων)

Το σύνολο των υποκαταστημάτων ανέρχεται σε 3.403³, αριθμός σχετικά μικρός σε σύγκριση με το μέγεθος της ελληνικής αγοράς, όπως επίσης μικρό είναι και το σύνολο των πιστωτικών ιδρυμάτων της χώρας σε σχέση με το μέγεθός της, αφού χώρες με παρόμοιο πληθυσμό όπως η Πορτογαλία και η Δανία διαθέτουν υπερτριπλάσιο αριθμό πιστωτικών ιδρυμάτων. Στο σημείο αυτό βέβαια, πρέπει να αναφέρουμε ένα πολύ σημαντικό στοιχείο: Στην Ελλάδα ο αριθμός των πιστωτικών

³ Πηγή : Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα

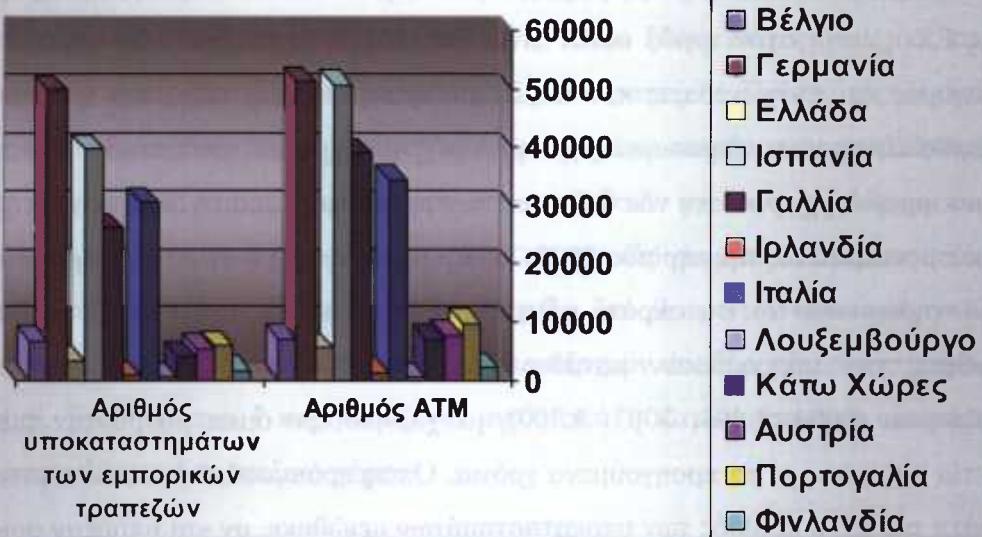
ιδρυμάτων αυξήθηκε το 2004, κυρίως λόγω της εγκατάστασης υποκαταστημάτων τραπεζών από χώρες της ΕΕ, και γενικότερα τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει ελαφρώς ανοδική τάση, με μικρές διακυμάνσεις. Αντίθετα, στις περισσότερες χώρες της ΕΕ η τάση στον τομέα αυτόν είναι πτωτική. Σ' αυτό έχουν συντελέσει και οι εξαγορές και συγχωνεύσεις που παρατηρήθηκαν διεθνώς, αλλά και η προσπάθεια εξορθολογισμού και προσαρμογής της δομής των χρηματοπιστωτικών συστημάτων των επιμέρους χωρών στα νέα δεδομένα που προέκυψαν από τη δημιουργία της ΟΝΕ. Πιο συγκεκριμένα, την περίοδο 2000-2003 ο αριθμός των πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στα κράτη-μέλη της ΕΕ μειώθηκε κατά 1.000 περίπου.⁴ Ο αριθμός των υπηρεσιακών μονάδων των τραπεζών στην Ελλάδα συνεχίζει να αυξάνεται (2004: 3.403, 2003: 3.300), με χαμηλότερο όμως ρυθμό την τελευταία διετία σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Όπως προαναφέρθηκε, στα περισσότερα κράτη της ΕΕ ο αριθμός των υποκαταστημάτων μειώθηκε, αν και υπήρξαν ορισμένες περιπτώσεις, κυρίως χωρών του Ευρωπαϊκού Νότου, όπου σημειώθηκε αύξηση. Η πυκνότητα του δικτύου των υποκαταστημάτων στην Ελλάδα είναι μικρότερη του ευρωπαϊκού μέσου όρου με βάση τον πληθυσμό. Συγκεκριμένα, για το 2003 ανά 100.000 κατοίκους στην Ελλάδα υπήρχαν 30 (2004: 31) τραπεζικά καταστήματα, έναντι 49 στην ΕΕ. Όμως, το ΑΕΠ ανά υποκατάστημα, το οποίο συνήθως αποτελεί καλύτερο δείκτη της ζήτησης τραπεζικών υπηρεσιών, δεν απέχει πολύ από το αντίστοιχο της ΕΕ (Ελλάδα: 46,5 εκατ. ευρώ, ΕΕ: 50 εκατ. ευρώ).⁵

Τα εναλλακτικά δίκτυα διανομής χρηματοπιστωτικών προϊόντων -Διαδίκτυο, τηλέφωνο, αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές (ATM)- συνεχίζουν να αναπτύσσονται στην Ελλάδα. Τα ATM, ειδικότερα, αυξήθηκαν κατά 5,83% το 2004. Στον ελληνικό χώρο έχουν εγκατασταθεί συνολικά 5.787 ATMs (Γράφημα I) εκ των οποίων 2.500 στην Αττική. Εδώ και δύο χρόνια έχει ξεκινήσει η σταδιακή μετατροπή των καταστημάτων με βάση τα σύγχρονα πρότυπα, όπου οι τραπεζικοί υπάλληλοι είναι “σύμβουλοι” και το κατάστημα είναι σημείο πώλησης προϊόντων. Οι συναλλαγές που διενεργούνται στα ATMs κατά μέσο όρο ανέρχονται στο 15-20% του συνόλου.

⁴ Σ.Σ. Πρέπει να επισημανθεί ότι η μείωση αυτή οφείλεται κατά το ήμισυ στη Γερμανία και αφορά ως επί το πλείστον συνεταιριστικές και αποταμιευτικές τράπεζες, τοπικού κυρίως χαρακτήρα.

⁵ Πηγή : Τράπεζα της Ελλάδος, «Ετήσια έκδοση του διοικητή για το έτος 2004», Απρίλιος 2005

ΓΡΑΦΗΜΑ Ι – ATM και υποκαταστήματα



Παρά το γεγονός ότι η Ελλάδα διαθέτει περιορισμένο αριθμό Τραπέζων, το μέγεθός τους δεν τους δίνει τη δυνατότητα να σταθούν σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, καθώς παραμένει συγκριτικά μικρό για τα διεθνή δεδομένα. Ειδικότερα, στις 150 μεγαλύτερες ευρωπαϊκές τράπεζες περιλαμβάνονται έξι ελληνικές, εκ των οποίων μόνο δύο στις πρώτες 100. Σε παγκόσμιο επίπεδο, στις 100 μεγαλύτερες τράπεζες δεν περιλαμβάνεται καμία ελληνική, ενώ στις 150 μόνο μία. Είναι χαρακτηριστικό ότι μέγεθος ισοδύναμο με μία και μόνο μεσαία ευρωπαϊκή τράπεζα αντιπροσωπεύουν, σε ευρωπαϊκό επίπεδο, και οι πέντε μεγαλύτερες ελληνικές τράπεζες σε όρους κεφαλαιοποίησης.⁶ Η θέση που καταλαμβάνουν οι ελληνικές τράπεζες στην ευρωπαϊκή και παγκόσμια κατάταξη θεωρείται αναμενόμενη, αν ληφθούν υπόψη το σχετικά μικρό μέγεθος της εγχώριας χρηματοπιστωτικής αγοράς και η περιορισμένη διεθνοποίηση των εργασιών τους. Σηματοδοτεί όμως τις μεσοπρόθεσμες δυνατότητες και επιδιώξεις τους, οι οποίες εστιάζονται στην ανάδειξή τους σε ισχυρές περιφερειακές τράπεζες στην περιοχή των Βαλκανίων με ταυτόχρονη παρουσία σε μεγάλα διεθνή χρηματοπιστωτικά κέντρα.

Το ελληνικό τραπεζικό σύστημα παρουσιάζει υψηλή συγκέντρωση, καθώς οι τρεις μεγαλύτερες τράπεζες με βάση το ενεργητικό κατείχαν το 55% της αγοράς και οι οκτώ μεγαλύτερες το 92% της αγοράς. Σε κάθε περίπτωση πάντως προκύπτει ότι

⁶ Alpha Bank, τριμηνιαίο οικονομικό δελτίο (Μάρτιος 2005)

η δύναμη ελέγχου της αγοράς από τις μεγάλες τράπεζες έχει μειωθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια παρά τον υψηλό βαθμό συγκέντρωσης που επιδεικνύουν. Αυτό οφείλεται στην απορύθμιση, στην αποδιαμεσολάβηση και στην ενοποίηση της ευρωπαϊκής τραπεζικής αγοράς, που σε συνδυασμό με τις τεχνολογικές εξελίξεις αύξησαν τον ανταγωνισμό στις τοπικές αγορές και τις κατέστησαν πιο ευάλωτες. Ο βαθμός συγκέντρωσης του ελληνικού τραπεζικού συστήματος, με βάση το μερίδιο αγοράς των πέντε μεγαλύτερων τραπεζών, παρουσίασε το 2004 επί δεύτερο συνεχόμενο έτος οριακή άνοδο όσον αφορά τις χορηγήσεις και μικρή πτώση όσον αφορά το ενεργητικό και τις καταθέσεις. Συγκεκριμένα, με βάση τις χορηγήσεις, το μερίδιο αγοράς των πέντε μεγαλύτερων τραπεζών αυξήθηκε σε 66,3% το 2004, από 66,1% το 2003. Κατά δύο περίπου εκατοστιαίες μονάδες μειώθηκε το ποσοστό συγκέντρωσης ως προς το ενεργητικό (2004: 65,0%, 2003: 66,9%) και κατά μία ως προς τις καταθέσεις (2004: 66,5%, 2003: 67,6%).

Προκειμένου να είναι συγκρίσιμα τα αριθμητικά μεγέθη, αναφέρουμε ότι ο βαθμός συγκέντρωσης των τραπεζικών συστημάτων στην Ευρώπη, μετά τη σημαντική άνοδο που παρουσίασε στα τέλη της προηγούμενης δεκαετίας, σημείωσε μικρή περαιτέρω αύξηση στις αρχές της τρέχουσας δεκαετίας. Συγκεκριμένα, την περίοδο 2000-2003 ο μέσος όρος του δείκτη συγκέντρωσης στην ΕΕ, με βάση το ενεργητικό των πέντε μεγαλύτερων ανά χώρα τραπεζών, αυξήθηκε κατά 2 εκατοστιαίες μονάδες (2000: 51 %, 2003: 53%)⁷. Η αύξηση αφορά όλες τις χώρες, με εξαίρεση την Ισπανία και τη Σουηδία, στις οποίες παρατηρήθηκε μικρή κάμψη του βαθμού συγκέντρωσης. Στην Ελλάδα, ενώ η αυξητική τάση που παρατηρήθηκε μέχρι και το 2002 φαίνεται να έχει αντιστραφεί, ο βαθμός συγκέντρωσης παραμένει σχετικά υψηλός, αλλά υπολείπεται σημαντικά από αυτόν που καταγράφεται σε ορισμένες άλλες χώρες (Φινλανδία, Βέλγιο και Ολλανδία), όπου υπερβαίνει το 80%. Παρόμοιες εκτιμήσεις για τη συγκέντρωση του ελληνικού πιστωτικού συστήματος σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες, αλλά και σε σχέση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο, προκύπτουν και όταν χρησιμοποιηθεί ο δείκτης Herfindahl, ο οποίος λαμβάνει υπόψη του τα μερίδια αγοράς όλων των τραπεζών.⁸

⁷ 1 EKT: "Review of structural developments in the EU banking sector, Year 2003", Νοέμβριος 2004.

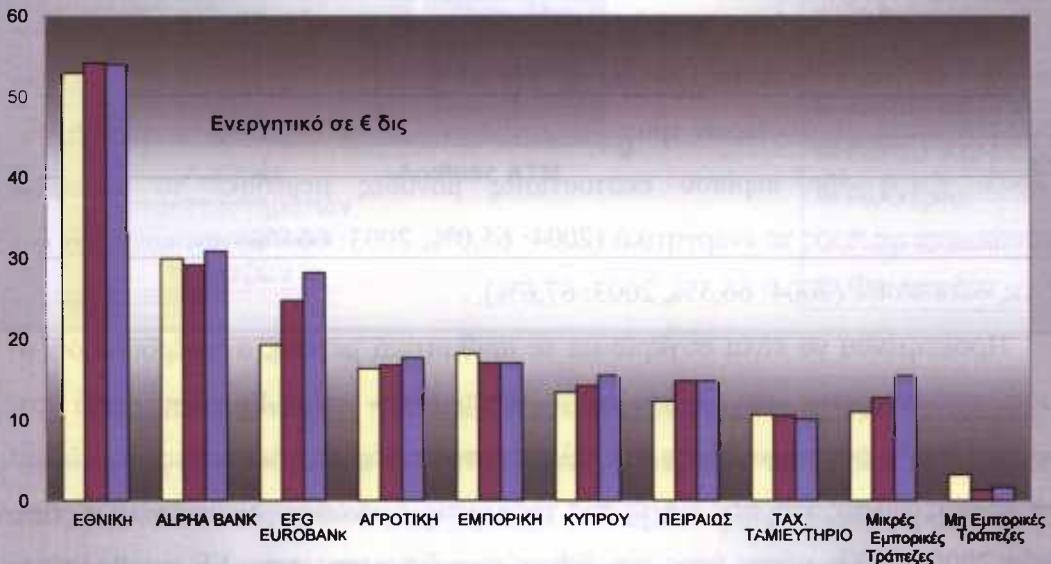
⁸ Ο δείκτης Herfindahl υπολογίζεται ως το άθροισμα των τετραγώνων των μεριδίων αγοράς όλων των τραπεζών που δραστηριοποιούνται σε μια χώρα. Το 2003 ο δείκτης αυτός ήταν 1.130 για την Ελλάδα, έναντι 540 για την ΕΕ.

ΓΡΑΦΗΜΑ II

Εξέλιξη Ενεργητικού Ελληνικών Τραπεζών την τριετία 2000-2003

Εξέλιξη ενεργητικού

□ 2001 ■ 2002 ▨ 2003



Εξέλιξη βασικών μεγεθών του ισολογισμού των τραπεζών

Το ενεργητικό του συνόλου των πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην ελληνική τραπεζική αγορά αυξήθηκε κατά 9,4% το 2004 (Διάγραμμα II) και στο τέλος του έτους αντιστοιχούσε στο 139,5% του ΑΕΠ, έναντι 137,4% το 2003. Τα εκτός ισολογισμού στοιχεία σημείωσαν αισθητά μεγαλύτερη άνοδο (25,5%), με αποτέλεσμα το σύνολο των εντός και εκτός ισολογισμού στοιχείων να ανέλθει στο 402,3% του ΑΕΠ το 2004 από 362,9% το προηγούμενο έτος. Το 2004, όπως και το 2003, οι χορηγήσεις του συνόλου των τραπεζών αυξήθηκαν με υψηλό ρυθμό (17,0%), ο οποίος υπερέβαινε κατά πολύ το ρυθμό ανόδου του ενεργητικού τους. Οι ελληνικές εμπορικές τράπεζες εμφάνισαν επίσης υψηλό ρυθμό αύξησης (2004: 17,9%, 2003: 14,9%), με συνέπεια το υπόλοιπο των χορηγήσεών τους να ανέλθει στο 62,7% του ενεργητικού τους το 2004, από 57,1%

το 2003⁹. Ως κύριοι παράγοντες αυτής της εξέλιξης θεωρούνται ο ταχύς ρυθμός ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας, η αναδιάρθρωση του χαρτοφυλακίου των τραπεζών και η έντονη στροφή τους προς τη χρηματοδότηση των νοικοκυριών, η οποία ευνοήθηκε από την απελευθέρωση της καταναλωτικής πίστης και την πτώση των επιτοκίων. Οι καταθέσεις στο σύνολο του πιστωτικού συστήματος αυξήθηκαν κατά 14,0% το 2004, έναντι 9,6% το 2003. Αν όμως στις καταθέσεις προστεθούν και οι συμφωνίες επαναγοράς (repos), που ουσιαστικά δεν διαφέρουν από τις καταθέσεις, η άνοδος περιορίζεται στο 10,5%. Οι ελληνικές εμπορικές τράπεζες εμφάνισαν αύξηση των καταθέσεών τους κατά 12%, ή 8% αν συνυπολογιστούν και τα repos.

ΠΙΝΑΚΑΣ II

ΒΑΣΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

(Εκατοστιαία μεταβολή έναντι του προηγούμενου έτους)

	Σύνολο Τραπεζών		Ελληνικές Εμπορικές Τράπεζες	
	2003	2004	2003	2004
Χορηγήσεις	14,2	17,0	14,9	17,9
Ίδια Κεφάλαια	7,6	4,7	9,4	4,3
Καταθέσεις	9,6	14,0	9,5	12,0
Καταθέσεις + repos	3,9	10,5	2,9	8,0
Σύνολο Ενεργητικού	6,3	9,4	5,8	7,3
Εκτός Ισολογισμού στοιχεία	20,4	25,5	19,0	22,9

Πηγές: Ισολογισμοί τραπεζών και Τράπεζα της Ελλάδος

Επιτόκια των Νομισματικών Χρηματοπιστωτικών Ιδρυμάτων

Τα Τραπεζικά επιτόκια καταθέσεων και χορηγήσεων κινήθηκαν σε χαμηλά επίπεδα για το 2004. Για μεν τα επιτόκια καταθέσεων, η εξέλιξη αυτή αντανακλά τη σχετική σταθερότητα των επιτοκίων της αγοράς χρήματος, για δε τα επιτόκια

⁹ Πηγή : Τράπεζα της Ελλάδος, «Επίσια έκδοση του διοικητή για το έτος 2004», Απρίλιος 2005

χορηγήσεων ήταν συνέπεια και της μείωσης των πιστωτικών κινδύνων στις περισσότερες κατηγορίες δανείων.¹⁰ Όσον αφορά τα πιο μακροπρόθεσμα τραπεζικά επιτόκια, αυτά μειώθηκαν λιγότερο από τις αποδόσεις τίτλων της ίδιας διάρκειας στην αγορά κεφαλαίων, καθώς προσαρμόστηκαν, με τις συνήθεις χρονικές υστερήσεις, στα πιο ευμετάβλητα επιτόκια της αγοράς.¹¹ Ειδικότερα, στις περισσότερες κατηγορίες καταθέσεων από τα νοικοκυριά τα επιτόκια παρουσίασαν μικρές διακυμάνσεις κατά τη διάρκεια του έτους και τον Ιανουάριο του 2005 βρίσκονταν σε χαμηλότερο επίπεδο από ό,τι τον ίδιο μήνα του 2004. Αντίθετα, μεγαλύτερες διακυμάνσεις σημειώθηκαν στα επιτόκια καταθέσεων των επιχειρήσεων που δεν ανήκουν στο χρηματοπιστωτικό τομέα, τα οποία συνολικά εμφανίζονται αυξημένα τον Ιανουάριο του 2005 σε σχέση με τον Ιανουάριο του 2004.

Τα επιτόκια των νέων δανείων, τόσο προς τα νοικοκυριά όσο και προς τις επιχειρήσεις που δεν ανήκουν στο χρηματοπιστωτικό τομέα, κατέγραψαν συνολικά μείωση κατά το 2004 σε όλες τις κατηγορίες. Η μείωση ήταν πιο έντονη στα επιτόκια των νέων δανείων προς τα νοικοκυριά και κυρίως για δάνεια με μεγαλύτερες αρχικές περιόδους σταθερού επιτοκίου (άνω των 5 ετών).

1.3 ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΜΕΛΛΟΝΤΟΣ – ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΚΑΙ ΑΠΕΙΛΕΣ

Επιχειρώντας μια καταγραφή της κατάστασης που επικρατεί στον τραπεζικό χώρο στην Ελλάδα σήμερα, θα λέγαμε ότι η ελληνική τραπεζική αγορά χαρακτηρίζεται ως μια τοπική, μικρή σε μέγεθος αγορά με υψηλή σχετικά κερδοφορία, η οποία επιταχύνεται κάτω από συνθήκες διαρκώς εντεινόμενου ανταγωνισμού. Ενδεικτικά αναφέρθηκε ήδη πως το σύνολο του ενεργητικού του τραπεζικού συστήματος ως ποσοστό του ΑΕΠ παρουσιάζει σημαντική αύξηση και το 2004 διαμορφώθηκε στο 139,5%.

Παρά το γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια παρατηρείται στον ελληνικό τραπεζικό χώρο μια έντονη κινητικότητα όσον αφορά τις εξαγορές και συγχωνεύσεις, εντούτοις οι προσπάθειες συγχώνευσης δεν ήταν τόσο έντονες όσο προέβλεπαν οι οικονομικοί αναλυτές, ειδικά όσον αφορά τις μεγάλες τραπεζικές συγχωνεύσεις. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η αποτυχημένη προσπάθεια της Εθνικής και της Alpha Bank. Αυτό πιθανότατα δείχνει ότι η ελληνική αγορά δεν είναι ακόμα

¹⁰ "Έρευνα του Ευρωσυστήματος για τον τραπεζικό δανεισμό", Ιανουάριος 2005

¹¹ Έκθεση του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος, 2004

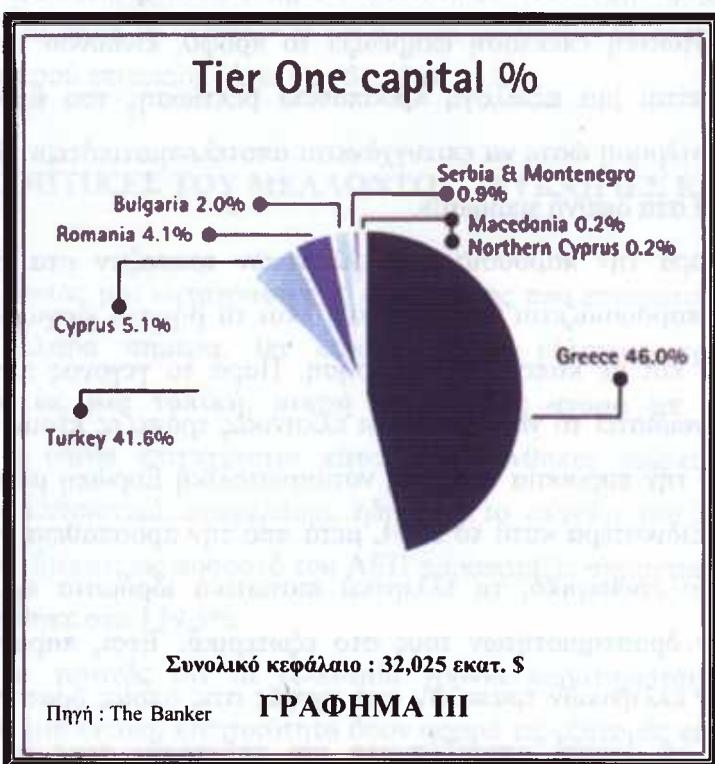
ώριμη για μεγάλες αλλαγές. Επιπλέον, ο ανταγωνισμός για απόσπαση μεριδίου αγοράς είναι ιδιαίτερα έντονος και αυτό εγκυμονεί κινδύνους. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η συνεχής πτώση των επιτοκίων για στεγαστικά δάνεια, ενώ η ένταση του ανταγωνισμού επέφερε μείωση στη διαφορά μεταξύ του μέσου επιτοκίου χορηγήσεων και καταθέσεων, και συγκεκριμένα στο 4,9% το 2003, έναντι 6,5% στο τέλος του 2000.

Στις θετικές εξελίξεις στον τραπεζικό κλάδο πρέπει φυσικά να λογίσουμε την αύξηση της κερδοφορίας των τραπεζών λόγω αύξησης του περιθωρίου αλλά και της σχετικής συγκράτησης των εξόδων. Παρουσιάζεται ακόμη μια αύξηση των καθαρών περιθωρίων επιτοκίων σχεδόν σε όλες τις Τράπεζες υποστηριζόμενη από καλύτερη διαχείριση του δανειακού χαρτοφυλακίου (βελτίωση της σύνθεσης των δανείων - lending mix). Ένα ακόμη χαρακτηριστικό του τραπεζικού κλάδου στην Ελλάδα είναι η βελτίωση της ποιότητας του ενεργητικού (asset quality) και η ενίσχυση των συστημάτων διαχείρισης κινδύνου, αν και στο σημείο αυτό πρέπει να αναφερθεί ότι η συνεχιζόμενη πιστωτική επέκταση επηρεάζει το προφίλ κινδύνου των Τραπεζών. Επίσης, παρατηρείται μια αξιόλογη προσπάθεια βελτίωσης του καθορισμού των δανείων σε καθυστέρηση ώστε να επιτυγχάνεται αποτελεσματικότερη διαχείριση και να είναι πιο κοντά στα διεθνή standards.

Όσον αφορά την παρουσία των ελληνικών τραπεζών στα Βαλκάνια, θα λέγαμε ότι αυτή παρουσιάζεται “συντηρητική” και τα βήματα εισχώρησης γίνονται πολύ προσεκτικά και με κάποια καθυστέρηση. Παρά το γεγονός αυτό όμως, δεν μπορεί να παραγνωριστεί το γεγονός ότι οι ελληνικές τράπεζες έχουν επεκτείνει σε σημαντικό βαθμό την παρουσία τους στη νοτιοανατολική Ευρώπη μέσω συμμαχιών και εξαγορών.¹² Ειδικότερα κατά το 2004, μετά από την προσπάθεια συμπίεσης του κόστους τους στο εσωτερικό, τα ελληνικά πιστωτικά ιδρύματα προχώρησαν σε επανεξέταση των δραστηριοτήτων τους στο εξωτερικό. Έτσι, παρατηρείται τάση αναδίπλωσης των ελληνικών τραπεζών από αγορές στις οποίες δραστηριοποιούνται επί σειρά ετών με οριακά αποτελέσματα και επέκτασής τους σε αγορές που προσφέρουν υψηλότερες αποδόσεις και χαρακτηρίζονται από καλύτερες προοπτικές ανάπτυξης. Στο πλαίσιο αυτό, κατά τη διάρκεια του 2004 και στις αρχές του 2005 ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στην επέκταση των ελληνικών τραπεζών στη Βαλκανική, είτε με νέες εξαγορές (Σερβία, Βουλγαρία) και αύξηση των ειδικών συμμετοχών σε

¹² The Banker, 5/4/2004 “Growing ambitions”

θυγατρικές τους είτε με την περαιτέρω ανάπτυξη των δικτύων τους. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν η εξαγορά τον τελευταίο χρόνο της Βουλγαρικής BPB από τη Eurobank, της Σερβικής AtlasBank και της Βουλγαρικής Eurobank από την τράπεζα Πειραιώς, της Ρουμανικής Banca Romaneasca από την Εθνική Τράπεζα. Πολλές ελληνικές τράπεζες έχουν αυξήσει σημαντικά τα κεφάλαια τους για να υποστηρίξουν μελλοντική εξάπλωση στην νοτιοανατολική Ευρώπη, και αυτό αντανακλάται από την έντονη παρουσία ελληνικών τραπεζών μεταξύ των 50 μεγαλυτέρων τραπεζών της περιοχής των Βαλκανίων, ενώ είναι χαρακτηριστικό ότι 10 ελληνικές τράπεζες κατέχουν το 46% ομολόγων στη συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή¹³(Γράφημα III). Διαφαίνεται επομένως ότι η περιοχή των Βαλκανίων και της Ανατολικής Ευρώπης γενικότερα θα αποτελέσει και στο μέλλον το βασικό πεδίο επέκτασης της δραστηριότητας των ελληνικών τραπεζών στο εξωτερικό.



Όσον αφορά το άμεσο μέλλον, οι προσπάθειες των τραπεζών επικεντρώνονται στα παρακάτω ζητήματα:¹⁴

¹³ The Banker, 5/4/2004 "Top 50 South East European Banks"

¹⁴ Kantor Capital, Επισκόπηση Τραπεζικού Τομέα, Ιούλιος 2004

- Την περαιτέρω βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών των τραπεζών ώστε να ανταγωνίζονται αποτελεσματικά στη ζώνη του Ευρώ.
- Τη συνεχή προσπάθεια συγκράτηση των δαπανών.
- Την ενίσχυση των κατηγοριών δανείων με μεγάλα περιθώρια κέρδους παρά την ανάγκη αυξημένων προβλέψεων. Εκτιμάται ότι θα διατηρηθεί η επέκταση των τραπεζών στην λιανική τραπεζική και στο δανεισμό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.
- Την ενίσχυση της αποδοτικότητας.
- Την ενίσχυση της χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής (ATM, mobile Banking, Phone Banking) με ταυτόχρονη όμως διατήρηση ορθά ανεπτυγμένου δικτύου καταστημάτων.
- Την επέκταση των δραστηριοτήτων, όπου εκτιμάται ότι οι περισσότερες εκ των μεγάλων τραπεζών διαθέτουν κεφάλαια επαρκή για να υποστηρίζουν. Επιπλέον, η πιθανή τιτλοποίηση μέρους των δανειακών χαρτοφυλακίων των τραπεζών θα βελτιώσει ακόμα περισσότερο τη ρευστότητα και την κεφαλαιακή επάρκεια.
- Την ανάγκη για αυξημένες προβλέψεις σε βάρος των αποτελεσμάτων τους με την υιοθέτηση των ΔΔΠ. Αυτό ίσως μειώσει την κερδοφορία και περιορίσει την πιστωτική επέκταση. Ενδέχεται να γίνουν κινήσεις αξιοποίησης της ακίνητης περιουσίας και πρωτοβουλίες για την ενίσχυση της καθαρής τους θέσης.
- Την επίλυση του ασφαλιστικού προβλήματος των ελληνικών τραπεζών, η οποία αποτελεί προϋπόθεση για τους ξένους επενδυτές που ενδιαφέρονται να συμμετάσχουν σε ελληνικά τραπεζικά ιδρύματα.

Προκειμένου βέβαια οι τράπεζες να επιτύχουν τους στόχους τους οποίους έχουν θέσει και αναφέραμε παραπάνω, πρέπει να δώσουν ιδιαίτερη βάση σε μια σειρά από κρίσιμα ζητήματα τα οποία έχουν ανακύψει προσφάτως, και αυτά είναι :

- Οι νέοι κανονισμοί της Επιτροπής της Βασιλείας II οι οποίοι προβλέπουν την εισαγωγή επιπρόσθετων αρχών εποπτείας και τρόπου υπολογισμού των ελάχιστων κεφαλαίων των τραπεζών θα οδηγήσουν αναπόφευκτα σε αυξημένες κεφαλαιακές απαιτήσεις και έξοδα για παρακολούθηση και έλεγχο.

- Η τεχνολογία, που θα αποβεί καθοριστικής σημασίας στην αξιοποίηση των σχέσεων με πελάτες με την τμηματοποίηση των αγορών, την άμεση εξατομικευμένη προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς και την πρόβλεψη της πορείας νέων προϊόντων.
- Σημαντικό ρόλο στη μετεξέλιξη των τραπεζών θα παίξει η οργανωτική εκλογίκευση και η απαλοιφή δομών και διαδικασιών που δεν παράγουν πλέον αξία για τους πελάτες αλλά και για τους μετόχους των τραπεζών.
- Η εισαγωγή των ΔΛΠ θα οδηγήσει σε αυξημένες προβλέψεις, οι οποίες με την σειρά τους θα επηρεάσουν αρνητικά τα αποτελέσματα και θα περιορίσουν την ταχύτητα πιστωτικής επέκτασης.
- Η τραπεζική αγορά είναι ακόμη πολυπληθής και οι αποδόσεις κεφαλαίου είναι χαμηλές για αρκετές τράπεζες. Αναμένεται ότι θα υπάρξουν κινήσεις συγκέντρωσης της αγοράς κυρίως γύρω από τους υφιστάμενους σημαντικούς παίκτες.

1.4 ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Παρακάτω παρατίθεται μια ανάλυση όλων των παραμέτρων που επηρεάζουν και διαμορφώνουν το ελληνικό τραπεζικό περιβάλλον και είναι το οικονομικό περιβάλλον, ο ανταγωνισμός, το νομικό, κοινωνικό και τεχνολογικό περιβάλλον

To οικονομικό περιβάλλον

Στη σύγχρονη συλλογική πραγματικότητα, είναι κοινώς αποδεκτή η επίδραση που ασκεί το περιβάλλον σε όλες τις επιχειρηματικές μονάδες. Έτσι και τα πιστωτικά ιδρύματα, βρίσκονται σε συνεχή αλληλεπίδραση τόσο με το εσωτερικό, όσο και με το εξωτερικό περιβάλλον. Επιχειρώντας μια ανάλυση του ελληνικού τραπεζικού περιβάλλοντος, θα αναφερθούμε κυρίως στις δυνάμεις του εξωτερικού περιβάλλοντος των τραπεζών.

Στον τραπεζικό κλάδο, η επίδραση με το εξωτερικό περιβάλλον συνδέεται σε μεγάλο βαθμό με την πορεία των οικονομικών μεγεθών της εκάστοτε χώρας. Η γενική κατάσταση της οικονομίας, οι τόκοι, οι δείκτες ανεργίας, αποτελούν σημαντικές δυνάμεις της οικονομίας που εξετάζει η επιχείρηση προκειμένου να προβεί στο σωστό επιχειρηματικό σχεδιασμό. Επίσης, υπάρχουν και κάποιες σημαντικές οικονομικές εξελίξεις οι οποίες επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τη λειτουργία της επιχείρησης, όπως είναι η παροχή πακέτων οικονομικής βοηθείας και η συμμετοχή της χώρας σε διεθνείς οικονομικές συμφωνίες και οργανώσεις.

Εκτός από την πορεία της εθνικής οικονομίας ως συνόλου, υπάρχει ένα πλήθος από οικονομικά στοιχεία που ασκούν σημαντική επίδραση. Αποφασιστικό ρόλο στη ζήτηση τραπεζικών υπηρεσιών και προϊόντων παίζει το τραπεζικό εισόδημα, και πιο συγκεκριμένα το καθαρό εισόδημα.¹⁵ Άλλωστε έχει αποδειχθεί ότι η δυνατότητα αποταμίευσης επενδύσεων και αποπληρωμής δανείων εξαρτάται από το καθαρό εισόδημα των ατόμων. Όλα τα παραπάνω όμως αποτελούν αντικείμενο δραστηριότητας των τραπεζικών ιδρυμάτων. Πολύ σημαντικό στοιχείο στη ζήτηση τραπεζικών υπηρεσιών και προϊόντων παίζει και ο προσωπικός πλούτος, ο οποίος αποτελείται από το μέρος του προσωπικού εισοδήματος που δεν δαπανάται και από την αύξηση της καθαρής περιουσίας του ατόμου. Τμήμα των χρημάτων που δεν δαπανάται μπορεί να κατευθυνθεί σε αγορά χρηματοοικονομικών υπηρεσιών.

¹⁵ Tina Harrison, 'Financial Services Marketing', Pearson Education, 2000



Επιπρόσθετα, η ανοδική πορεία του προσωπικού πλούτου των ατόμων, τα ωθεί σε αύξηση της κατανάλωσης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η ανοδική πορεία των ακινήτων τα τελευταία χρόνια, η οποία σε συνδυασμό με την αύξηση της αξίας των μετοχών μέχρι το έτος 1999 είχε θετικά αποτελέσματα στον προσωπικό πλούτο των ατόμων. Οι προμήθειες από τις ολοένα αυξανόμενες χρηματιστηριακές συναλλαγές ήταν μια σημαντική πηγή εσόδων για τις τράπεζες. Κατά το ίδιο σκεπτικό, η χρηματιστηριακή κρίση που ακολούθησε είχε σοβαρές επιπτώσεις στα οικονομικά αποτελέσματα των τραπεζών.

Τραπεζικός Ανταγωνισμός

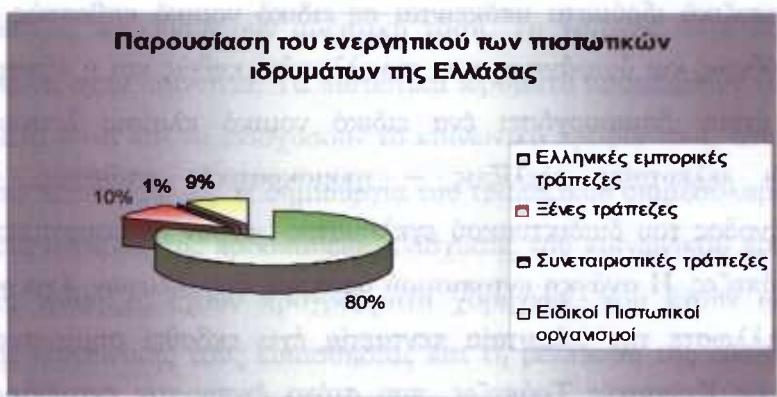
Στο πλαίσιο της ενοποιημένης Ευρωπαϊκής αγοράς, το ελληνικό χρηματοπιστωτικό σύστημα ήταν αναμενόμενο να δεχτεί έντονες πιέσεις. Η ουσιαστική κατάργηση των συνόρων μεταξύ των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης – αλλά και η πρόσφατη διεύρυνση αυτής- έκαναν τη διείσδυση ξένων τραπεζών αρκετά ευκολότερη. Βέβαια σε ότι αφορά το ζήτημα του ανταγωνισμού από το εξωτερικό οι επιδράσεις ήταν ανεπαίσθητες. Ένας περιορισμένος αριθμός ξένων τραπεζών έκανε την είσοδό του στην ελληνική αγορά, χωρίς όμως θεαματικά αποτελέσματα. Επίσης, ένας αριθμός ξένων τραπεζών έκανε την είσοδό του στην ελληνική αγορά μέσα από τη σύναψη στρατηγικής συμμαχίας με ελληνικές τράπεζες. Πιο σημαντική εξωτερική παρέμβαση χαρακτηρίζεται η ιδιωτικοποίηση της Γενικής Τράπεζας μέσω της εξαγοράς της από τη Societe Generale, η οποία είναι πιθανό να κινηθεί επιθετικά με νέα πιθανή εξαγορά ώστε να αποκτήσει κρίσιμη μάζα.¹⁶

Από την εξέταση της διάρθρωσης του ελληνικού πιστωτικού συστήματος (Γράφημα IV) προκύπτει ότι, σε σύγκριση με το 2003, το 2004 οι ελληνικές εμπορικές τράπεζες εμφάνισαν μικρή μείωση του μεριδίου αγοράς που κατείχαν με βάση το ενεργητικό (2004: 80,9%, 2003: 82,1%) και τις καταθέσεις (2004: 81,8%, 2003: 82,6%) και ελαφρά άνοδο με βάση τις χορηγήσεις (2004: 85,1%, 2003: 84,5%). Αντίθετα, οι ξένες τράπεζες παρουσίασαν το 2004 αύξηση του μεριδίου τους με βάση το ενεργητικό (2004: 10,0%, 2003: 9,3%) και τις καταθέσεις (2004: 8,2%. 2003: 7,3%) και μείωση με βάση τις χορηγήσεις (2004: 8,8%, 2003: 9,4%). Οι συνεταιριστικές τράπεζες αύξησαν και κατά το 2004 ελαφρά τα μερίδιά τους, τα οποία πάντως παραμένουν μικρά, αφού δεν υπερβαίνουν το 1 %. Με βάση το ενεργη-

¹⁶ Kantor Capital, Επισκόπηση Τραπεζικού Τομέα, Ιούλιος 2004

τικό, το μερίδιο των συνεταιριστικών τραπεζών το 2004 έφθασε το 0,7%, έναντι 0,6% το 2003. Στις χορηγήσεις και τις καταθέσεις, οι συνεταιριστικές τράπεζες αύξησαν τα μερίδιά τους το 2004 σε 1 % και 0,8% αντίστοιχα, από 0,9% και 0,7% το 2003. Οι ΕΠΟ εμφάνισαν μικρή αύξηση των μεριδίων αγοράς τους με βάση το ενεργητικό (2004: 8,4%, 2003: 8,0%) και ελαφρά μείωση με βάση τις χορηγήσεις (2004: 5,1 %, 2003: 5,2%) και τις καταθέσεις (2004: 9,2%, 2003: 9,4%).

Το Γράφημα IV δείχνει τη δύναμη των ελληνικών πιστωτικών ιδρυμάτων έναντι των ξένων τραπεζών. Η κατάσταση στις καταθέσεις και τις χορηγήσεις είναι παρόμοια.



Γράφημα IV- Ενεργητικό των πιστωτικών ιδρυμάτων της Ελλάδας

Μπορεί η ελληνική αγορά να μην αντιμετωπίζει πρόβλημα ανταγωνισμού από τις ξένες τράπεζες, όμως ο εσωτερικός ανταγωνισμός συνεχώς εντείνεται. Άλλωστε η συρρίκνωση του μεριδίου αγοράς της Εθνικής και η αντίστοιχη διεύρυνση των μεριδίων αγοράς των άλλων μεγάλων τραπεζών (Alpha, Eurobank, Εμπορική και Πειραιώς) είναι αποτέλεσμα του έντονου ανταγωνισμού που επικράτησε στην ελληνική αγορά μετά το 1995.¹⁷ Η εμφάνιση εταιριών παροχής υπηρεσιών που έκαναν την είσοδό τους στον τραπεζικό χώρο, εντείνει ακόμη περισσότερο τον ήδη αυξημένο ανταγωνισμό, καθώς οι επιχειρήσεις αυτές εκμεταλλεύονται το όνομά τους και τους υπάρχοντες πελάτες τους προκειμένου να πουλήσουν τραπεζικά προϊόντα. Ταυτόχρονα, ο μεγάλος αριθμός πιστωτικών ιδρυμάτων, όσο και αν παραμένει μικρός συγκριτικά με τον αντίστοιχο αριθμό άλλων χωρών-μελών της ΕΕ, αυξάνει ακόμη περισσότερο τις προσπάθειες απόκτησης πελατών. Επισημαίνεται πάντως πως επειδή η οξυνση του ανταγωνισμού απαιτεί μεγαλύτερα μεγέθη τραπεζικών ιδρυμάτων, οι τράπεζες επιδίδονται σε έναν αγώνα αύξησης των μεριδίων αγοράς επιστρατεύοντας

¹⁷ Alpha Bank, τριμηνιαίο οικονομικό δελτίο (Μάρτιος 2005)

και την τιμολογιακή τους πολιτική, με ευνοϊκά αποτελέσματα για τον καταναλωτή. Η καταναλωτική και η στεγαστική πίστη είναι οι τομείς που ενδιαφέρουν περισσότερο από όλους τις τράπεζες.

Νομικό και κοινωνικό περιβάλλον

Είναι γενικώς αποδεκτό ότι το νομικό περιβάλλον έχει μεγάλο αντίκτυπο τόσο στη διομή όσο και στη φύση του ανταγωνισμού που αναπτύσσεται μεταξύ των επιχειρήσεων. Αυτός είναι άλλωστε ο βασικότερος λόγος για τον οποίο όλες οι τράπεζες διαθέτουν ειδικό νομικό τμήμα.

Τα τραπεζικά ιδρύματα υπόκεινται σε ειδικό νομικό καθεστώς. Η ανάγκη ύπαρξης εχεμύθειας και διαφάνειας των συναλλαγών, καθώς και η εξασφάλιση των καταθέσεων, έχουν δημιουργήσει ένα ειδικό νομικό πλαίσιο λειτουργίας των τραπεζών. Οι τελευταίες εξελίξεις — τρομοκρατικές επιθέσεις, κοινωνικές αναταραχές, άνοδος του διαδικτυακού εγκλήματος—, έχουν δημιουργήσει πρόσθετο βάρος στις τράπεζες. Η ανάγκη εντοπισμού ύποπτων συναλλαγών, έχει γίνει ακόμη εντονότερη. Άλλωστε την τελευταία πενταετία έχει εκδοθεί σημαντικός αριθμός οδηγιών από τις Κεντρικές Τράπεζες, που στόχο έχουν τον εντοπισμό ύποπτων συναλλαγών.¹⁸

Την τελευταία πενταετία, ο τραπεζικός κλάδος αντιμετώπισε μια κρίση, τα βαθύτερα αίτια της οποίας οφειλόταν σε μια σειρά νομικών παραβάσεων. Το πρόβλημα ξεκίνησε με τα πανωτόκια, τα οποία κρίθηκαν παράνομα και οι τράπεζες κλήθηκαν να αποζημιώσουν δανειολήπτες που κατέφυγαν στα δικαστήρια. Η συνέχεια δόθηκε όταν τα δικαστήρια έκριναν ως παράνομους, μια σειρά από άλλους όρους δανειοδοτήσεων. Οι παραπάνω δικαστικές αποφάσεις αποτέλεσαν την αφορμή για τη διεκδίκηση αποζημιώσεων από πλήθος δανειοληπτών. Τελικά το ζήτημα των πανωτοκίων διευθετήθηκε με νομοθετική ρύθμιση με την οποία δόθηκε μια συμβιβαστική λύση, όμως τα γεγονότα που προηγήθηκαν κατέδειξαν με τον πλέον εμφατικό τρόπο την επίδραση που νομικού περιβάλλοντος στην ομαλή λειτουργία των πιστωτικών ιδρυμάτων.

Στις θετικές εξελίξεις από νομικής απόψεως, εκτός από τη διευθέτηση του ζητήματος των πανωτοκίων μπορούμε να αναφέρουμε και την απελευθέρωση της αγοράς των καταναλωτικών δανείων. Οι τράπεζες προχώρησαν σε αύξηση του ορίου

¹⁸ Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, ετήσια έκθεση 2004

δανεισμού των πελατών τους με συνέπεια τη βελτίωση των οικονομικών τους αποτελεσμάτων.

Τα παραπάνω παραδείγματα καταδεικνύουν την ανάγκη προσαρμογής του χρηματοπιστωτικού συστήματος στο εκάστοτε νομικό καθεστώς. Τυχόν αδυναμία των τραπεζών σε νομικά θέματα, μπορεί να θέσει σε αμφισβήτηση τόσο την αξιοπιστία τους στην αγορά, όσο και τα οικονομικά τους αποτελέσματα. Το θέμα αυτό σχετίζεται άμεσα και με την κοινωνική ευθύνη που έχουν όλες οι επιχειρήσεις, ανεξάρτητα από το αντικείμενο δραστηριοποίησής τους. Κατά την τελευταία δεκαετία τα παράπονα των πολιτών σχετικά με τις πρακτικές που χρησιμοποιούνται από τις τράπεζες, παρουσιάζουν αυξητική τάση. Το γεγονός αυτό δημιουργεί μια αρνητική εικόνα στην κοινωνία. Τα πιστωτικά ιδρύματα προσπαθούν να ξεπεράσουν τα προβλήματα αυτά και να ενισχύσουν το κοινωνικό προφίλ τους, αναλαμβάνοντας μια σειρά από πρωτοβουλίες. Η δημιουργία του τραπεζικού διαμεσολαβητή έγινε στα πλαίσια αυτής ακριβώς της προσπάθειας ενίσχυσης του κοινωνικού προφίλ. Επίσης, οι ελληνικές τράπεζες έχουν προγράμματα χορηγιών, που έχουν ως στόχο την απόδειξη της κοινωνικής τους ευαισθησίας και τη βελτίωση της εικόνας τους στην αγορά. Σε γενικές γραμμές οι νομικές και κοινωνικές προκλήσεις για το ελληνικό τραπεζικό σύστημα είναι αρκετά σοβαρές και πρέπει να υπάρξει έγκαιρη αντιμετώπισή τους.

Τεχνολογικό περιβάλλον

Βασικό άξονα της πολιτικής των τραπεζικών ιδρυμάτων αποτελεί η αξιοποίηση της τεχνολογίας. Η μετάβαση από το χειρόγραφο στο μηχανογραφημένο σύστημα έδωσε άλλη διάσταση στις τραπεζικές εργασίες, ενώ είναι χαρακτηριστικό ότι πολλές τράπεζες έχουν σαν στόχο τους την τεχνολογική πρωτοπορία. Ένα από τα βασικά οφέλη της τεχνολογίας αποτέλεσε η επιτάχυνση των διαδικασιών. Η μείωση του χρόνου διεκπεραίωσης των συναλλαγών δημιούργησε ικανοποίηση στους πελάτες, ενώ και οι τράπεζες από την πλευρά τους παρουσίασαν αύξηση της αποδοτικότητάς τους.

Σε κάθε περίπτωση, η πρόοδος της τεχνολογίας είχε σημαντική συμβολή και στις ενέργειες του μάρκετινγκ, με την παροχή των νέων βάσεων δεδομένων. Αρχικά οι τράπεζες επικέντρωναν το ενδιαφέρον τους στη διαχείριση των τραπεζικών λογαριασμών και των προϊόντων τους. Η υιοθέτηση μιας πιο πελατοκεντρικής

προσέγγισης άλλαξε τα δεδομένα στο χώρο του τραπεζικού Μάρκετινγκ.¹⁹ Τα περισσότερα τραπεζικά ιδρύματα δεν είχαν ολοκληρωμένη εικόνα των πελατών τους και των αγορών που έκαναν αυτοί σε τραπεζικά προϊόντα. Η δημιουργία σύγχρονων βάσεων δεδομένων έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην επίλυση του προβλήματος αυτού. Οι τράπεζες πλέον γνωρίζουν σε ποιο κομμάτι της αγοράς πρέπει να απευθυνθούν για την πώληση συγκεκριμένων κατηγοριών προϊόντων. Οι βάσεις δεδομένων βέβαια έχουν ένα συμπληρωματικό-βοηθητικό ρόλο στην επίτευξη των πωλήσεων και δεν αποτελούν το βασικό συστατικό της επιτυχίας. Προκειμένου να έχουν την ανάλογη αποδοχή πρέπει να συνοδεύονται από το κατάλληλο μίγμα μάρκετινγκ.

Στις ημέρες μας η δημιουργία όσο το δυνατόν πιο ολοκληρωμένων βάσεων δεδομένων αποτελεί βασικό στόχο για πολλές ελληνικές τράπεζες. Οι προσπάθειες επικεντρώνονται στην άντληση όσο το δυνατόν περισσότερων στοιχείων για τον πελάτη από την πρώτη επαφή μαζί του. Πλέον, το άνοιγμα ενός λογαριασμού απαιτεί την παροχή μιας σειράς πληροφοριών στην τράπεζα, πολλά από τα οποία μπορεί να βοηθήσουν στην διαδικασία πώλησης. Βέβαια στην περίπτωση αυτή μεγάλο πρόβλημα είναι οι κανόνες προστασίας των προσωπικών δεδομένων, καθώς πολλά από τα στοιχεία αυτά δεν αναγράφονται στις νέες ταυτότητες.

Μια ακόμη σημαντική επίδραση της τεχνολογίας στη λειτουργία των τραπεζών, έχει να κάνει με την εμφάνιση νέων καναλιών διανομής, τα οποία αύξησαν τον αριθμό των ωρών που μπορούν να εξυπηρετηθούν οι πελάτες. Η δυνατότητα 24ωρης εξυπηρέτησης αποτέλεσε μια επανάσταση στον τραπεζικό χώρο. Οι τρόποι πρόσβασης στις τραπεζικές υπηρεσίες εμπλουτίστηκαν, παρέχοντας πλήθος εναλλακτικών μεθόδων διεκπεραίωσης συναλλαγών στους πελάτες. Σε κάθε περίπτωση πάντως θα πρέπει να επισημανθεί ότι οι τράπεζες στην Ελλάδα παρουσίασαν σημαντική καθυστέρηση στην ανάπτυξη τόσο των βάσεων δεδομένων όσο και των ηλεκτρονικών καναλιών διανομής.

¹⁹ Βλ. ΕΕΔΕ 9^o Banking Forum , Εισήγηση ΗΠ “Η πρόκληση είναι στην Υλοποίηση»

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 – ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

Σύμφωνα με την Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, ως ηλεκτρονική τραπεζική νοείται «οποιαδήποτε εμπορική συναλλαγή που διεξάγεται μεταξύ της τράπεζας και των πελατών της διαμέσου ηλεκτρονικών δικτύων και βοηθάει ή οδηγεί στην πώληση τραπεζικών υπηρεσιών ή προϊόντων».

Το Διαδίκτυο, παρέχοντας τη δυνατότητα αμφίδρομης επαφής μεταξύ ανθρώπων, επιχειρήσεων και οργανισμών, έχει γίνει ήδη μέρος της ζωής εκατομμυρίων πολιτών του πλανήτη μας και επηρεάζει ποικιλόμορφα πολλές από τις ανθρώπινες δραστηριότητες. Αν και ξεκίνησε ως καθαρά επιστημονικό εργαλείο, σήμερα έχει μεταβληθεί σε παγκόσμιο ανοιχτό δίαυλο επικοινωνίας που διαμορφώνει μια νέα οικονομία. Τα χαρακτηριστικά αυτής της αλλαγής, που πηγάζει κυρίως από τις τεχνολογίες των τηλεπικοινωνιών και της πληροφορικής, είναι ότι εξαπλώνεται με πολύ μεγάλη ταχύτητα, δεν γνωρίζει σύνορα, θρησκείες, ή έθνη και γίνεται εύκολα και ευχάριστα αποδεκτή από τις νέες ηλικίες. Οι καταναλωτικές, επενδυτικές και αποταμιευτικές συνήθειες των ανθρώπων αλλάζουν.

Ορισμένοι αισιόδοξοι αναλυτές προβλέπουν ότι στα πρώτα χρόνια του 21ου αιώνα το 10% του παγκόσμιου εμπορίου θα διεξάγεται μέσω των ηλεκτρονικών δικτύων.²⁰ Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί ένα από τους πιο σημαντικούς τρόπους χρήσης του Διαδικτύου, που δημιούργησε επανάσταση στον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων. Είναι χαρακτηριστικά άλλωστε τα νούμερα για την αμερικανική αγορά, που προηγείται της Ευρωπαϊκής όσον αφορά την αποδοχή και χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου : Το 2010, οι πωλήσεις μέσω Διαδικτύου θα αγγίξουν τα \$331 δις. Ο συνεχώς αυξανόμενος αριθμός των νοικοκυριών που πραγματοποιούν αγορές μέσω Διαδικτύου σε συνδυασμό με τις βελτιώσεις στις ιστοσελίδες και τις νέες παροχές μέσω λιανικής πώλησης, θα οδηγήσει το ηλεκτρονικό εμπόριο στο να αποτελεί το μέσον για το 13% των συνολικών πωλήσεων λιανικής το 2010, έναντι 7% που ήταν το 2004.²¹ Μεταξύ 2004 και 2010, οι online πωλήσεις θα αυξάνουν με σταθερό ρυθμό της τάξης του 15% ετησίως.

Το "ταμειακό" μέρος κάθε εμπορικής πράξης μέσω του Διαδικτύου είναι

²⁰ Πηγή: «Τραπεζικές υπηρεσίες και προϊόντα μέσω Internet, Πλαγκόσμια πλατφόρμα ενεργητικής επικοινωνίας και ηλεκτρονικού εμπορίου», Αντώνης Αρχοντάκης

²¹ Forrester Research “US eCommerce Overview: 2004 To 2010: A Six-Year Forecast Of US Retail Sales,” August 2, 2004, Carrie A. Johnson

λογικό να διεκδικείται σε πρώτη φάση από τον τραπεζικό τομέα, είτε αυτό αφορά πληρωμή μέσω τραπεζικού λογαριασμού είτε πληρωμή μέσω τραπεζικής κάρτας. Η πρόκληση είναι μεγάλη και ο χώρος αυτός αποτελεί στρατηγική επιλογή για τις χρηματοπιστωτικές επιχειρήσεις.

Οι τράπεζες συνειδητοποιούν σταδιακά τις δυνατότητες επιχειρηματικής εκμετάλλευσης του μέσου. Έχει ήδη εμφανιστεί και εφαρμόζεται η ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking), δηλαδή η υλοποίηση τραπεζικών συναλλαγών από απόσταση με χρήση εναλλακτικών καναλιών επικοινωνίας μεταξύ τράπεζας και πελάτη, που βασίζονται στη σύγχρονη τεχνολογία. Έτσι σήμερα δημιουργείται διεθνώς μια "κρίσιμη μάζα" χρηστών χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών μέσω Διαδικτύου. Αντίστοιχα διαμορφώνονται συναλλακτικά ήθη και πρότυπα καταναλωτικής συμπεριφοράς. Η ηλεκτρονική τραπεζική μοιάζει να είναι το ταχύτερα αναπτυσσόμενο κανάλι που έχουν γνωρίσει οι ευρωπαϊκές τράπεζες.

Τραπεζικές συναλλαγές από απόσταση

Η υλοποίηση των τραπεζικών συναλλαγών διαμέσου Διαδικτύου αποτελεί υποσύνολο των τραπεζικών συναλλαγών από απόσταση (remote banking). Στην έννοια αυτή περιλαμβάνονται όλες οι συναλλαγές που διεξάγονται χωρίς την άμεση επαφή του πελάτη με το προσωπικό της τράπεζας, αλλά με την παρεμβολή ενός μέσου. Το κύριο χαρακτηριστικό των συναλλαγών αυτών είναι ότι μέχρι σήμερα λειτουργούν συμπληρωματικά ή και ως υποκατάστata των υπηρεσιών που παραδοσιακά παρέχονται από τα τραπεζικά καταστήματα. Οι συναλλαγές που συμπεριλαμβάνονται σε αυτό τον ορισμό είναι:

- Συναλλαγές από τις αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές, τα γνωστά ATM, που έχουν εγκαταστήσει οι τράπεζες. Σε μια εξελιγμένη τους μορφή τα ATM περιλαμβάνουν ένα αμφίδρομο σύστημα οθονών, μέσω των οποίων ένας υπάλληλος της τράπεζας δίνει - αν χρειαστεί - οδηγίες στο χρήστη-πελάτη.
- Συναλλαγές μέσω τηλεφώνου (telephone banking), όπου στην επικοινωνία πελάτη και υπαλλήλου παρεμβάλλεται ως μέσο το τηλέφωνο.
- Συναλλαγές μέσω υπολογιστή (PC banking), όπου ο πελάτης χρησιμοποιεί, εκτός από τον προσωπικό του υπολογιστή και το modem - που άλλωστε αποτελούν το βασικό εξοπλισμό για κάθε on-line συναλλαγή - και κάποιο κατάλληλο λογισμικό, που παρέχεται από την τράπεζα, και φυσικά



αντίστοιχο κωδικό πρόσβασης.

- Συναλλαγές μέσω Internet (Internet banking), όπου ο πελάτης χρησιμοποιεί προγράμματα λογισμικού που είναι διαθέσιμα στο Διαδίκτυο. Για την πραγματοποίηση των συναλλαγών η τράπεζα παρέχει στο χρήστη μόνο κωδικό πρόσβασης. Στο εξής και η τηλεόραση θα χρησιμεύει ως πύλη πρόσβασης στο Internet και συνεπώς στο Internet banking.
- Η πιο πρόσφατα εμφανιζόμενη μορφή για εξ αποστάσεως συναλλαγές είναι μέσω κινητού τηλεφώνου (mobile banking). Οι πελάτες μπορούν να εκτελούν βασικές τραπεζικές εργασίες στην αρχή, όπως να ενημερώνονται για την κίνηση του λογαριασμού τους, να μεταφέρουν χρήματα από ένα λογαριασμό σε άλλον κλπ, την ώρα που βρίσκονται, για παράδειγμα, στο αυτοκίνητό τους.

Η κυριότερη επίδραση του Internet στον τραπεζικό τομέα είναι η πρωτοφανής αύξηση των σημείων πρόσβασης²², καθώς εκτιμάται ότι η παροχή τραπεζικών υπηρεσιών μέσω Διαδικτύου προσθέτει 330 εκατομμύρια επιπλέον σημεία πρόσβασης.

Tι είναι το "e-" στο "e-banking";

Αν και για πολλούς είναι αυτονόητο, το 'e-' προέρχεται από το 'electronic'. Η διάκριση που επιχειρείται είναι σε σχέση με το 'banking in-person'. Στα ελληνικά, θα λέγαμε η «ηλεκτρονική τραπεζική» σε σχέση με την «τραπεζική δια ζώσης».

Η επιλογή του χαρακτηρισμού 'electronic' δεν είναι τυχαία. παρά το γεγονός ότι ο όρος χρησιμοποιείται πριν ακόμη εμφανιστεί το Internet και τα άλλα δίκτυα. Το e-banking αναφέρεται σε όλους τους τρόπους εκτέλεσης συναλλαγών κατά τους οποίους ο ανθρώπινος παράγοντας υποκαθίσταται από το ηλεκτρονικό μέσο, τη συσκευή, το δίκτυο. Γι' αυτό και είναι σκόπιμο στο e-banking να συμπεριλαμβάνουμε τόσο το PC-banking και το Internet banking όσο και το phone banking, το mobile banking αλλά και το atm banking.

Στην εξέλιξη του e-banking, οι Τράπεζες κινούνται κυρίως σε τρεις άξονες:

²² Warburg Oíllon Read "European e-finance" (Απρίλιος 2004)

1. Προσθέτουν νέα μέσα, νέες συσκευές και νέα δίκτυα στη γκάμα των επιλογών που οι πελάτες της έχουν για να εκτελούν τις συναλλαγές τους.

Ξεκινώντας από τις «ιδιωτικές» συνδέσεις (VPH) - με τις οποίες κάθε πελάτης συνδέεται απευθείας στην Τράπεζα - συνέχισαν με τις «δημόσιες» συνδέσεις (Internet) - με τις οποίες όλοι οι πελάτες συνδέονται πρώτα στο Internet και, μέσω αυτού στις τράπεζές τους.

- Ξεκινώντας από το PC που η ίδια η Τράπεζα τους έδινε, προχώρησαν στην παροχή της δυνατότητας μέσω του PC του ίδιου του πελάτη - και μάλιστα χωρίς να απαιτείται η παραμικρή εγκατάσταση τραπεζικού software στο PC.
- Γνωρίζοντας ότι το τηλεφωνικό δίκτυο περνάει μέσα από κάθε σπίτι και γραφείο, έδωσαν τη δυνατότητα συναλλαγών μέσω συμβατικού τηλεφώνου.
- Και όταν εμφανίστηκαν τα κινητά τηλέφωνα, πολύ σύντομα παρουσίασαν τρόπους συναλλαγών με μηνύματα SMS.
- Σήμερα που τα κινητά τηλέφωνα συνδέονται στο Internet, μερικές Τράπεζες έκαναν κι αυτό το βήμα δίνοντας στους πελάτες τους πλήρες Internet banking μέσω κινητού τηλεφώνου.

2. Προσθέτουν επιπλέον τραπεζικά προϊόντα ώστε οι πελάτες τους να μπορούν να διαχειριστούν όλες τις σχέσεις τους με τις τράπεζές τους:

- Αρχικά προσέφεραν πρόσβαση στους λογαριασμούς καταθέσεων καθώς αυτοί αποτελούν τη βασικότερη σχέση ενώ, παράλληλα, παρουσιάζουν σημαντική συναλλακτική κίνηση.
- Στη συνέχεια, συμπεριέλαβαν τις πιστωτικές κάρτες καθώς η ανάγκη παρακολούθησης των πολλών κινήσεών τους είναι σημαντική για τους πελάτες
- Σταδιακά, εντάσσουν και άλλα προϊόντα όπως τα προσωπικά και καταναλωτικά δάνεια, τα στεγαστικά δάνεια, τα επενδυτικά προϊόντα, τα ασφαλιστικά προγράμματα κ.ο.κ.

3. Προσθέτουν επιπλέον συναλλαγές και δυνατότητες για κάθε τραπεζικό προϊόν:

- Στο ξεκίνημα, η δυνατότητα παρακολούθησης των υπολοίπων και των κινήσεων (συναλλαγών) ήταν το κύριο μέλημα. Οι κυριότερες χρηματικές

συναλλαγές ήταν οι μεταφορές μεταξύ λογαριασμών.

- Σύντομα φάνηκε ότι οι πελάτες είχαν ανάγκη από πολλές δυνατότητες πληρωμών. Ξεκινώντας από τα εμβάσματα σε άλλες ελληνικές και διεθνείς Τράπεζες και τις πάγιες εντολές εξόφλησης λογαριασμών, οι τράπεζες προχώρησαν σε ποικιλία πληρωμών για υποχρεώσεις προς την Πολιτεία (ΦΠΑ, ΙΚΑ, ΤΕΒΕ κλπ.), για λογαριασμούς τηλεφωνίας (ΟΤΕ και εναλλακτικοί), κινητής τηλεφωνίας, πιστωτικών καρτών, δανείων, ασφαλίστρων, ΔΕΗ, ύδρευσης, αποχέτευσης κλπ.
- Προσπαθώντας να ικανοποιήσουν ακόμη περισσότερο τους πελάτες τους, οι τράπεζες έχουν αρχίσει να προσφέρουν εξειδικευμένες υπηρεσίες όπως οι αυτοματοποιημένες τηλεειδοποιήσεις μέσω γραπτών μηνυμάτων SMS και email, η δυνατότητα καθορισμού μεταχρονολογημένων ή/και περιοδικών πληρωμών κ.ο.κ.

Κάθε νέο μέσο, κάθε νέο προϊόν, και κάθε νέα δυνατότητα προσθέτει αξία στη συνολική σχέση του Πελάτη με την τράπεζά του. Κάθε τράπεζα που έχει γνήσια πελατοκεντρική φιλοσοφία το γνωρίζει αυτό, και η τράπεζα που παρέχει τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες της με το βέλτιστο δυνατό τρόπο, έχει τους κατά το δυνατόν περισσότερους e-customers, και ως εκ τούτου, το μεγαλύτερο δυνατό μερίδιο της αγοράς ηλεκτρονικής τραπεζικής.

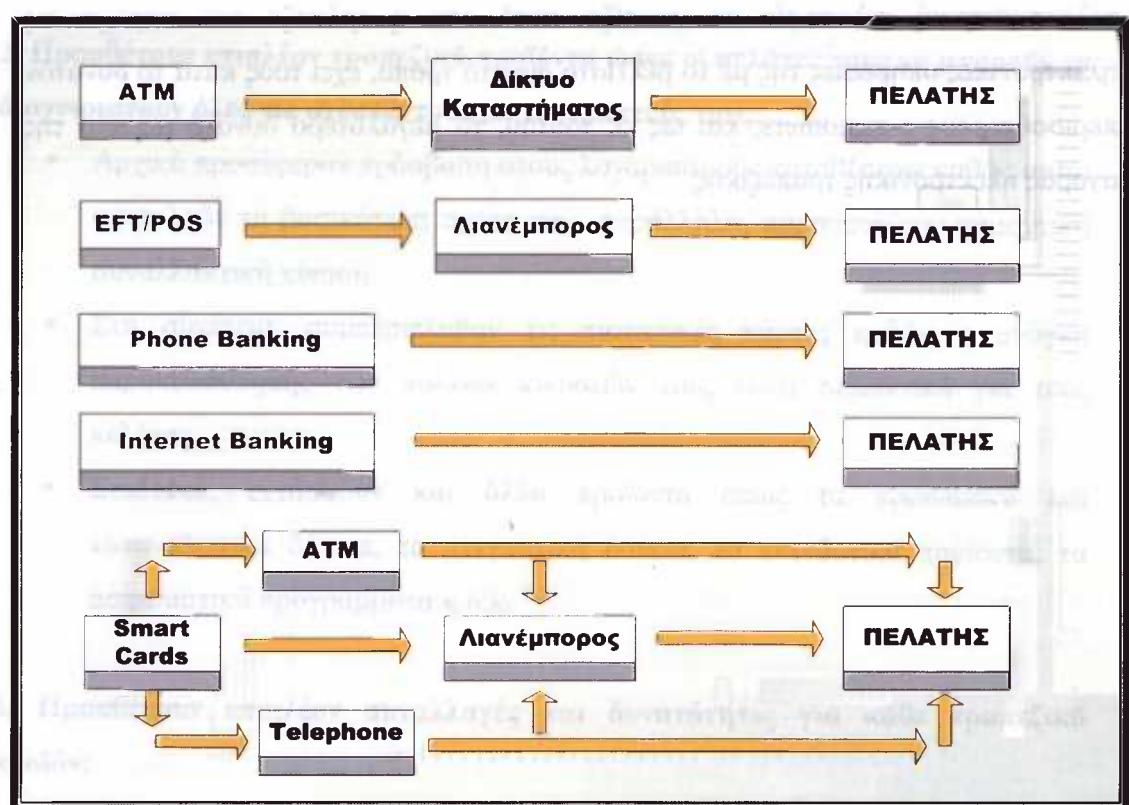


2.2 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ E-BANKING

Παρακάτω ακολουθεί μια λεπτομερής παρουσίαση των παρεχόμενων σήμερα υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα στην Ελλάδα.

On – Line Banking

Είναι γεγονός αδιαμφισβήτητο ότι η συνεχής ανάπτυξη της τεχνολογίας έχει οδηγήσει στην πραγματοποίηση ριζικών αλλαγών στον τρόπο λειτουργίας των τραπεζικών ιδρυμάτων. Αρχικά η τεχνολογία χρησιμοποιήθηκε μέσα στα καταστήματα, με σκοπό τη μείωση του κόστους βασικών καθημερινών δραστηριοτήτων. Η ραγδαία όμως τεχνολογική εξέλιξη, την κατέστησε αναγκαία για τη διανομή τραπεζικών προϊόντων/ υπηρεσιών, καθώς και για την επικοινωνία με τους πελάτες. Στο σχήμα I παρουσιάζονται όλα τα νέα τεχνολογικά μέσα, που χρησιμοποιούν οι τράπεζες.



Τα νέα αυτά κανάλια διανομής βασίζονται στις τηλεπικοινωνίες και στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Λυτό που τα κάνει ξεχωριστά, είναι η μεγάλη ακτίνα εξυπηρέτησης πελατών.

Το on line banking παρέχει στους πελάτες της τράπεζας τη δυνατότητα διεκπεραίωσης τραπεζικών συναλλαγών μέσω του προσωπικού τους υπολογιστή. Αυτό συνιστά μια μεγάλη διευκόλυνση, καθώς ο πελάτης δεν χρειάζεται να επισκεφτεί το κατάστημα της τράπεζας, ενώ η συναλλαγή μπορεί να γίνει από οποιοδήποτε σημείο.

Οι προσεγγίσεις του on line banking είναι δύο σε αριθμό. Η πρώτη αφορά τις υπηρεσίες home ή PC banking, όπως αυτές ονομάζονται. Η άλλη μέθοδος και συνηθέστερη στην τραπεζική αγορά είναι το Internet banking. Σε αυτή την περίπτωση ο χρήστης συνδέεται πρώτα με το Internet (με τη χρήση ενός Internet browser), και στη συνέχεια μέσω αυτού αποκτά πρόσβαση στις τραπεζικές υπηρεσίες. Οι συναλλαγές μέσω Internet banking μπορεί να γίνουν μέσα από οποιοδήποτε υπολογιστή, καθώς δεν απαιτείται ειδικό λογισμικό. Τα τελευταία έτη έχουν αναπτυχθεί κάποιες ενδιάμεσες λύσεις. Μερικές τράπεζες προσφέρουν τη δυνατότητα να καλέσει κάποιος την τράπεζα με τη χρήση όμως web browser, όπως γίνεται και στο Internet banking. Αυτό γίνεται με σκοπό τη βελτίωση της ασφάλειας των παρεχόμενων συναλλαγών μέσω Διαδικτύου.

Home banking

Το home ή office banking παρέχει ένα μεγάλο τμήμα των τραπεζικών συναλλαγών που γίνονται στο κατάστημα, ενώ συνεχώς εμπλουτίζεται με νέες υπηρεσίες. Πολλές φορές δίνεται η δυνατότητα στον πελάτη, να αποθηκεύσει πληροφορίες στον προσωπικό του υπολογιστή, ώστε να μην είναι συνεχώς συνδεδεμένος με τα συστήματα της τράπεζας. Ταυτόχρονα πολλά τραπεζικά ιδρύματα παρέχουν στους πελάτες λογισμικό που συνδέεται με τη διαχείριση χρημάτων.

Η εισαγωγή της νέας αυτής τεχνολογίας στην αγορά έχει γίνει πάνω από μια εικοσαετία. Κατά τα πρώτα χρόνια της εισαγωγής της όμως η διείσδυση των ηλεκτρονικών υπολογιστών στα νοικοκυριά ήταν αρκετά περιορισμένη, οπότε η αποδοχή τους από το κοινό ήταν φυσιολογικό να είναι μειωμένη. Η διείσδυση της

νέας τεχνολογίας στα σπίτια και στον εργασιακό χώρο δημιουργήσε ευνοϊκότερες προϋποθέσεις για το εν λόγω κανάλι διανομής. Αρχικά το κόστος πρόσβασης ήταν αρκετά υψηλό: Οι τράπεζες χρέωναν την πρόσβαση των πελατών τους σε αυτό, καθώς υπήρχε το κόστος του παρεχόμενου λογισμικού. Επίσης το κόστος του απαιτούμενου εξοπλισμού σε περίπτωση που ο πελάτης δεν τον διέθετε ήταν αυξημένο. Αυτά όμως ανήκουν πλέον στο παρελθόν και πολλά τραπεζικά ιδρύματα έχουν μηδενική η πολύ μικρή επιβάρυνση στο home banking. Παρ'όλα αυτά, η ευρεία εξάπλωση του Internet Banking έχει οδηγήσει τα τελευταία χρόνια στην ουσιαστική εγκατάλειψη από τις τράπεζες του συγκεκριμένου καναλιού.

Internet Banking

Τα τελευταία χρόνια οι χρήστες του Internet παρουσίασαν μια θεαματική αύξηση. Αυτό οδήγησε τις τράπεζες στην εκμετάλλευση του εν λόγω μέσου για την παροχή των υπηρεσιών τους.

Το Internet banking είναι αρκετά πιο διαδεδομένο σε σχέση με το home banking. Ο πελάτης αποκτά πρόσβαση στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες μέσω του Internet. Αυτό που χρειάζεται είναι η υποβολή της αντίστοιχης αίτησης (για Internet banking) στο πιστωτικό ίδρυμα της αρέσκειάς του, η οποία συμπληρώνεται μάλιστα ηλεκτρονικά, χωρίς να απαιτείται η φυσική παρουσία του χρήστη σε κάποιο κατάστημα. Στην συνέχεια παρέχονται στον πελάτη ένα όνομα χρήστη (name user) και ένας προσωπικός κωδικός (pin), με τα οποία αποκτάει πρόσβαση στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες. Το Διαδίκτυο έχει δημιουργήσει αρκετές αλλαγές στον τρόπο διεκπεραίωσης των τραπεζικών συναλλαγών, αλλά παρουσιάζει και ορισμένους κινδύνους στους οποίους αναφερόμαστε παρακάτω.

Το αρχικό πρόβλημα στην υιοθέτηση της νέας αυτής τεχνολογίας ήταν η έλλειψη εξοικείωσης με αυτήν, καθώς το Internet δεν ήταν ευρέως διαδεδομένο και αποδεκτό από όλες τις ηλικιακές μάζες. Στη συνέχεια βασικό πρόβλημα αποτέλεσε η ασφάλεια των συναλλαγών. Οι συναλλαγές μέσω του Internet παρουσίαζαν ένα αυξημένο κίνδυνο ασφάλειας σε σχέση με τα υπόλοιπα ηλεκτρονικά μέσα. Το θέμα της ασφάλειας αποτέλεσε τροχοπέδη στην ανάπτυξη των on - line συναλλαγών²³. Ιδιαίτερα οι τράπεζες λόγω του αντικειμένου των εργασιών τους, αποτελούν έναν

²³ Journal of Internet Banking and commerce, 'Internet Banking and commerce: security', David Murray, January 1996

συνήθη στόχο των hackers. Τα θέματα ασφάλειας είναι πολλά και ξεκινούν από την παραβίαση της ασφάλειας του H/Y του πελάτη και φτάνουν μέχρι την παραβίαση της ασφάλειας του συστήματος πληρωμών. Αρκετές φορές έχουν καταγραφεί παραβιάσεις σε συστήματα τραπεζών, με σκοπό την αλλοίωση στοιχειών και όχι την αποκόμιση κέρδους από πλευρά του παραβάτη. Η επαναφορά του συστήματος στην αρχική του κατάσταση, έχει ένα μεγάλο οικονομικό κόστος για την επιχείρηση.

Επίσης σημαντική είναι η ζημιά που μπορεί να υπάρξει από ιούς, που προσβάλλουν τους υπολογιστές των πελατών. Ακόμη όμως πιο σημαντικές είναι οι παραβιάσεις, που έχουν ως σκοπό την υποκλοπή στοιχειών των πελατών μιας ηλεκτρονικής τράπεζας. Αυτό μπορεί να σημάνει την δημιουργία ενός μεγάλου οικονομικού κόστους, για τον πελάτη και την τράπεζα, καθώς οι συνήθεις υποκλοπές αφορούν τους αριθμούς των πιστωτικών καρτών.

Το θέμα της ασφάλειας απασχολεί τα τραπεζικά στελέχη και τους πελάτες των τραπεζών. Σήμερα η αντιμετώπιση του προβλήματος αυτού γίνεται με τους εξής τρόπους :

- Ο πελάτης και η τράπεζα πρέπει να αναγνωρίσουν ο ένας τον άλλο πριν τη διεξαγωγή μιας συναλλαγής με τη χρήση ειδικών κωδικών.
- Όλα τα προσωπικά δεδομένα πρέπει να κρυπτογραφούνται. Η χρήση αλγορίθμων είναι πολύ διαδεδομένη και έχει ως σκοπό τη διασφάλιση των συναλλαγών.

Σε περίπτωση που πρέπει να γίνει η υπογραφή νομικών συμβολαίων, τότε πρέπει να υπάρχει μια ηλεκτρονική υπογραφή. Γενικά πρέπει να υπάρχει κάποια εγγύηση της ακεραιότητας του υπογεγραμμένου κειμένου και των προθέσεων των μελών. Η ασφάλεια είναι ένα μείζον θέμα για όλες τις τράπεζες και μια σειρά από λογισμικά και ειδικούς υπολογιστές έχουν αναπτυχθεί με σκοπό την αντιμετώπισή του.

Oι τελευταίες εξελίξεις στο χώρο του Internet Banking

Τα τελευταία έτη οι παρεχόμενες υπηρεσίες μέσω του Διαδικτύου παρουσιάζουν αυξητική τάση. Πολλές από τις νέες αυτές υπηρεσίες δεν σχετίζονται με το τραπεζικό αντικείμενο, αλλά συνδέονται με τον χώρο της ψυχαγωγίας. Η δυνατότητα αγοράς εισιτηρίων για θέατρο, κινηματογράφο και άλλα παρόμοια

θεάματα αποτελεί μια από τις νέες τάσεις. Επίσης σε κάποιες χώρες του εξωτερικού δίνεται η δυνατότητα στον πελάτη (μέσω ιστοσελίδων συγκεκριμένων εταιρειών) να παρακολουθεί τους τραπεζικούς του λογαριασμούς, ανεξάρτητα από την τράπεζα στην οποία αυτοί έχουν ανοιχτεί. Στην Ελλάδα δεν έχει αναπτυχθεί ακόμη κάποια αντίστοιχη υπηρεσία.

Mobile banking

Η έννοια του mobile banking

Η κινητή τηλεφωνία έχει παρουσιάσει την τελευταία δεκαετία μια ραγδαία εξάπλωση σε παγκόσμιο επίπεδο. Αυτό οδήγησε στην υπόθεση ότι η συγκεκριμένη υπηρεσία θα γίνει αποδεκτή με ενθουσιασμό από το καταναλωτικό κοινό. Αυτός είναι και ο λόγος που παρουσίασε μια εντυπωσιακή τεχνολογική εξέλιξη.

Πρόσφατη έρευνα²⁴ έδειξε ότι το 2004 οι χρήστες κινητών τηλεφώνων μόνο στην Δυτική Ευρώπη ανέρχονταν στα 190 εκατομμύρια. Η πορεία αυτή οφείλεται σε δυο κυρίους παράγοντες. Ο πρώτος σχετίζεται με το γεγονός ότι τα κινητά τηλέφωνα είναι ιδιαίτερα φιλικά και εύχρηστα. Η εξοικείωση με τις συσκευές και τις υπηρεσίες της σταθερής τηλεφωνίας ήταν ο δεύτερος παράγοντας, που συνέβαλλε στην εξάπλωση της υπηρεσίας αυτής. Οι τηλεφωνικές υπηρεσίες είναι γνωστές στο ευρύ κοινό εδώ πολλά χρόνια και απλά άλλαξαν μορφή με την είσοδο της κινητής τηλεφωνίας.

Παρ’όλη όμως την ευρεία αποδοχή της κινητής τηλεφωνίας, το mobile banking παρουσίασε σημαντικές καθυστερήσεις στην εισαγωγή του. Το ευρωπαϊκό τραπεζικό σύστημα καθυστέρησε σημαντικά στην παροχή τραπεζικών υπηρεσιών μέσω κινητού τηλεφώνου. Οι έρευνες της Forrester²⁵ δείχνουν ότι το συγκεκριμένο μέσο συνεχίζει να παραμένει ανεκμετάλλευτο στον Ευρωπαϊκό χώρο. Ακόμη θεωρεί ότι τα επόμενα έτη οι κατασκευαστές των κινητών τηλεφώνων και οι εταιρίες παροχής δικτύων, θα παίξουν καθοριστικό ρόλο στον τομέα αυτόν. Όλα αυτά σημαίνει ότι θα υπάρξουν σημαντικές συμμαχίες ανάπτυξης αυτής της νέας μορφής του e-banking. Ο στόχος θα είναι το χτίσιμο σχέσεων με πελάτες και η τεχνολογική

²⁴ Consulting group Logica Research “Mobile phone users in Western Europe countries”, 2004

²⁵ Forrester Research “Mobile Devices Under Attack”, Research Documents, September 14, 2004
Bernt Ostergaard, Carl Zetie



ανάπτυξη, με σκοπό τη διεύρυνση της γκάμας των παρεχόμενων τραπεζικών υπηρεσιών. Όλα αυτά όμως προϋποθέτουν την ύπαρξη μιας σταθερής και ρεαλιστικής στρατηγικής σε αυτό τον τομέα.

Η τραπεζική βιομηχανία έχει ήδη παρουσιάσει μια αύξηση των δαπανών της σε αυτό το θέμα. Οι λογαριασμοί mobile banking ή αυτοί που ο κάτοχος τους μπορεί να έχει πρόσβαση σε αυτούς με κινητό είναι το 14% των συνολικών on line και e-banking accounts της Δυτικής Ευρώπης. Ο συνολικός ρυθμός ανάπτυξης του mobile banking μεταξύ 1999-2003 ανήλθε στο 129%.²⁶ Όλα αυτά δείχνουν ότι ο κλάδος έχει μια ισχυρή δυναμική που πρέπει να αξιοποιηθεί από τα πιστωτικά ιδρύματα.

WAP (Wireless Access Protocol)

Το WAP συνδυάζει ένα κινητό τηλέφωνο και πρόσβαση σε e-mail και Web. Μία WAP συσκευή μπορεί να είναι ένα κινητό τηλέφωνο, ένα PDA ή ένας φορητός υπολογιστής χωρίς καν δυνατότητα φωνής. Η ιδέα πίσω από το WAP είναι η χρήση της ήδη υπάρχουσας ψηφιακής ασύρματης υποδομής. Οι χρήστες μπορεί να καλέσουν μία WAP πύλη (gateway) μέσω της ασύρματης ζεύξης και να της στείλουν αιτήσεις για ιστοσελίδες. Η πύλη ψάχνει να δει αν έχει αποθηκευμένη την σελίδα (στην cache μνήμη της) και αν δεν έχει την αποκτά μέσω του ενσύρματου δικτύου.

Η χρήση των WAP υπηρεσιών είναι αργή λόγω της χρήσης δικτύου μεταγωγής κυκλώματος. Η αρχική σύνδεση παίρνει ένα μεγάλο χρονικό διάστημα για να ολοκληρωθεί και για τη χρήση της υπηρεσίας υπάρχει χρέωση αντίστοιχη με τη χρέωση για κλήσεις φωνής. Τα παραπάνω έχουν ως συνέπεια η χρήση των WAP υπηρεσιών να είναι αρκετά ακριβή, σε σχέση με τις υπηρεσίες που προσφέρουν τα νέα δίκτυα μεταγωγής κυκλώματος, όπως είναι το GPRS για την κινητή τηλεφωνία.

i-mode (information mode)

Το i-mode είναι μία ανταγωνιστική τεχνολογία του WAP. Πρωτοεμφανίστηκε στην Ιαπωνία το 1999 από την NTT DoCoMo και αμέσως απέκτησε μεγάλη

²⁶ Forrester Research "Which New Payment Systems Do Europeans Use?" March 22, 2005 by Benjamin Ensor, Elena Giovannini

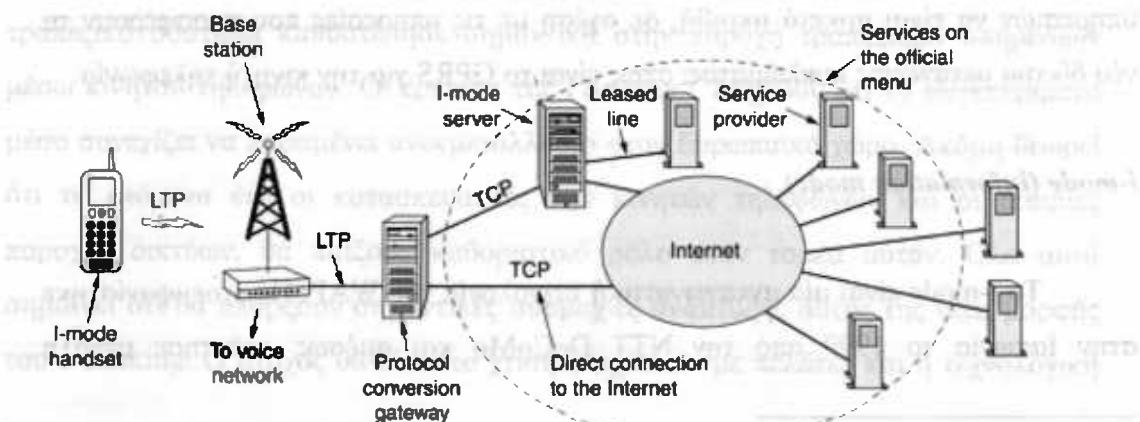
δημοτικότητα. Αφού περιγραφεί σύντομα η αρχιτεκτονική του i-mode, θα περιγραφούν οι λόγοι για την υψηλή δημοτικότητά του.

Το i-mode σύστημα έχει τρία κύρια συστατικά: νέο σύστημα μετάδοσης, νέο handset και νέα γλώσσα για σχεδιασμό Ιστοσελίδων. Το σύστημα μετάδοσης αποτελείται από δύο διακριτά δίκτυα: το υπάρχον κινητό δίκτυο με χρήση κυκλωμάτων και ένα νέο δίκτυο με χρήση πακέτων δημιουργημένο αποκλειστικά για την i-mode υπηρεσία. Η φωνή χρησιμοποιεί το δίκτυο κυκλωμάτων και η χρέωση γίνεται ανάλογα με το χρόνο. Το i-mode χρησιμοποιεί το δίκτυο πακέτων που δεν έχει χρέωση ανάλογα με το χρόνο σύνδεσης, αλλά ανάλογα με τα αποσταλμένα πακέτα.

User interaction module		
Plug-ins	cHTML interpreter	Java
	Simple window manager	
	Network communication	
	Real-time operating system	

Σχήμα II-Δομή του i-mode λογισμικού

Τα handsets μοιάζουν με κινητά τηλέφωνα, με μόνο επιπλέον μία μικρή οθόνη. Δηλαδή, από την πλευρά του χρήστη μοιάζει με με ένα απλό κινητό τηλέφωνο με επιπλέον υπηρεσίες. Οι υπηρεσίες αυτές στην ουσία είναι i-mode σελίδες, οι οποίες είναι οργανωμένες σε μία ιεραρχική δομή από κατηγορίες. Ο χρήστης μπορεί εύκολα να επιλέξει μία κατηγορία με ένα απλό κλικ, χωρίς την ανάγκη να γράψει κάποιο URL.



Σχήμα III-Δομή του i-mode δικτύου δεδομένων

Τα πακέτα χρέωσης του i-mode παρέχουν διάφορες εκπτώσεις. Ένας χρήστης μπορεί να επιλέξει τη βασική i-mode υπηρεσία και να χρεώνεται για όλο τον όγκο κίνησης, ενώ κάποιος άλλος μπορεί να επιλέξει να εγγραφεί σε πακέτο που του προσφέρει δωρεάν κάποιο σταθερό όγκο κίνησης, με αντίτιμο βέβαια κάποια επιπλέον πάγια χρέωση.

Προβλήματα στην ανάπτυξη του mobile banking



Όλες οι νέες μορφές τεχνολογίας παρουσιάζουν σημαντικά προβλήματα στα πρώτα βήματα ανάπτυξής τους. Το mobile banking δεν αποτελεί εξαίρεση στον παραπάνω κανόνα. Τα βασικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι τράπεζες στην προσπάθεια ανάπτυξης της μορφής αυτής του e-banking είναι τα δύο παρακάτω²⁷:

- Η ασφάλεια των παρεχόμενων υπηρεσιών μέσω mobile banking.
- Τα προβλήματα αποδοχής του wap ως μέσου παροχής των υπηρεσιών mobile banking.

Ένα από τα βασικά μελήματα των τραπεζικών ιδρυμάτων είναι η ασφάλεια του mobile banking και οι ενέργειες που γίνονται σε αυτό τον τομέα ολοένα πληθαίνουν. Τον Ιούνιο του 2001 μετά από συζητήσεις μεταξύ τραπεζών, έγινε πρόταση για την ύπαρξη ενός σταθερού προτύπου στις πληρωμές κινητής τηλεφωνίας. Οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις υποστηρίζουν δύο συγκεκριμένα chip στα mobile handsets. Το ένα είναι το SIM chip και το άλλο είναι ένα chip για την μεταφορά χρηματικών κεφαλαίων. Ταυτόχρονα η Visa έχει κάνει ενέργειες για τη διασφάλιση των συναλλαγών μέσω κινητού τηλεφώνου σε συνεργασία με 15 άλλες επιχειρήσεις αυτού του χώρου.

Το δεύτερο πρόβλημα αφορά την τεχνολογία WAP που χρησιμοποιείται για τις τραπεζικές υπηρεσίες. Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφέρουμε ότι το wap είναι προϊόν συνεργασίας, μιας σειράς επιχειρήσεων κινητής τηλεφωνίας (Ericsson - Nokia - Motorola- unwired Planet). Η νέα αυτή τεχνολογία κατάφερε να ανοίξει τις πύλες του Διαδικτύου για τους χρήστες των κινητών τηλεφώνων. Το γεγονός όμως ότι το mobile banking βασίζεται σε αυτή την τεχνολογία, μπορεί να συνιστά τροχοπέδη

²⁷ Mobile money, πηγή: Reuters/AP/www.finextra.com



στην ανάπτυξή του. Η τεχνολογία αυτή δεν έχει γίνει ιδιαίτερα αποδεκτή από το ευρύ κοινό. Λαμβάνοντας υπόψη την παγκόσμια χρησιμοποίηση της Internet banking στην παγκόσμια κλίμακα, μπορούμε να διαλέξουμε την περιοχή της Ελλάδας ως παραδείγμα για την ανάπτυξη της mobile banking. Η χαμηλή ταχύτητα και η μη εύχρηστη οθόνη είναι τα βασικά μειονεκτήματα της μεθόδου αυτής, η οποία φαίνεται ότι οδεύει προς οριστική κατάργηση.

Προκειμένου να υπερβούν τα προβλήματα αυτά μερικές τράπεζες αποφάσισαν να χρησιμοποιήσουν κάποιες άλλες τεχνολογίες. Στο πλαίσιο αυτών των προσπαθειών πολλές έκαναν στροφή προς τα SMS (short messaging service), που αποτελεί μια «παλιά» χρήση των κινητών τηλεφώνων. Το γεγονός ότι τα SMS είναι πιο εύχρηστα, γρήγορα και φθηνότερα σε σύγκριση με τις εφαρμογές wap, τα οποία φέρουν την ίδια την ιδέα της mobile banking, αλλά με λιγότερη απλότητα και αποτελεσματικότητα. Ένα ακόμη πλεονέκτημα αυτών, είναι η αυξημένη εξοικείωση των καταναλωτών με αυτά. Σε μηνιαία βάση τα κείμενα SMS υπερβαίνουν το ένα δισεκατομμύριο στην Ευρωπαϊκή αγορά. Πολλές τράπεζες συνεχίζουν να εκμεταλλεύονται τα SMS, για την παροχή τραπεζικών υπηρεσιών. Το μειονέκτημα τους είναι η καθυστέρηση λήψης τους και η δυσκολία παροχής πολλών υπηρεσιών μέσω αυτών.

Οι τελευταίες εξελίξεις στο χώρο του mobile banking

Γενικά οι τράπεζες δεν επιθυμούν να υιοθετήσουν τη τακτική της αναμονής, για να διαπιστώσουν τι πρέπει να κάνουν με το mobile banking. Ήδη εξαιτίας της παραπάνω πολιτικής υπήρξε μεγάλη καθυστέρηση στην υιοθέτηση του Internet banking από τις ίδιες τις τράπεζες²⁸. Τα ευρωπαϊκά τραπεζικά ιδρύματα δεν είναι διατεθειμένα να απολέσουν μερίδιο αγοράς, λόγω της εισόδου νέων παικτών στο mobile banking. Αυτός είναι και ο λόγος για τον οποίο η πολιτική τους στο ζήτημα αυτό είναι αρκετά επιθετική. Οι παραπάνω προσπάθειες επικεντρώνονται ανάμεσα στα άλλα και στη βελτίωση της τεχνολογίας WAP. Ο στόχος είναι να γίνει πιο εύκολη η είσοδος στο Internet μέσω των κινητών τηλεφώνων και σε αυτό οι τράπεζες έχουν συμμάχους και τις κατασκευάστριες εταιρείες κινητών τηλεφώνων.

Μια άλλη τεχνολογία που αναπτύχθηκε και φαίνεται ότι μπορεί να αποτελέσει το αντίπαλο δέος των WAP ονομάζεται Bluetooth. Είναι ασύρματη τεχνολογία με την οποία μπορεί να μεταβιβάζονται δεδομένα σε κοντινές

²⁸ Journal of Internet Banking and commerce, "Factors affecting the adoption of mobile Banking Services", Minna Mattila

αποστάσεις. Το Bluetooth έχει ως αρχικό στόχο τη διασύνδεση υπολογιστικών και επικοινωνιακών συσκευών και περιφερειακών χρησιμοποιώντας φτηνή, χαμηλής ισχύος και μικρής εμβέλειας ασύρματη επικοινωνία. Η ιδέα αξιοποίησης αυτής της τεχνολογίας στο mobile banking προέρχεται κυρίως από Σκανδιναβικές τράπεζες. Η Eurocard στη Σουηδία και η Ericsson συνεργάζονται στη χρήση και περαιτέρω αξιοποίηση της συγκεκριμένης τεχνολογίας. Αυτή η προσπάθεια ξεκίνησε με την παροχή σε περιορισμένο αριθμό πελατών της Eurocard ενός τηλεφώνου με ενσωματωμένη τη συγκεκριμένη τεχνολογία. Ο σκοπός είναι η δημιουργία μιας εικονικής Eurocard, καθώς θα δίνεται η ευκαιρία στον πελάτη να πληρώσει τον λογαριασμό του μέσω του κινητού τηλεφώνου. Αυτό γίνεται με τη μετάδοση δεδομένων από τον χρήστη του κινητού με την εικονική κάρτα στον υπεύθυνο μετρητών του σουηδικού καταστήματος λιανικής. Κάτι τέτοιο σημαίνει ότι έχει δημιουργηθεί μια νέα πλατφόρμα πληρωμών με τη χρήση αυτής της τεχνολογίας.

Τέλος πρέπει να αναφέρουμε ότι ο ευρωπαϊκός τραπεζικός χώρος έχει ως σκοπό τη χάραξη μιας ρεαλιστικής και σταθερής στρατηγικής στο χώρο του mobile banking με τη συνεργασία όλων των ενδιαφερόμενων μερών. Είναι αναμενόμενο αυτή η τάση να επηρεάζει και τον ελληνικό χώρο, που όμως βρίσκεται ακόμη αρκετά πίσω στο mobile banking.

Phone banking

H έννοια του phone banking

Όπως συνέβη περίπου και με την περίπτωση του mobile banking, έτσι και η ανάπτυξη του phone banking και των call centers παρουσίασε και αυτή με τη σειρά της σημαντική καθυστέρηση, όχι τόσο ως προς τη δημιουργία της απαραίτητης τεχνολογικής υποδομής, όσο ως προς το επιθετικό λανσάρισμά της στην αγορά. Η χρήση των τηλεπικοινωνιών για την εξυπηρέτηση πελατών υπάρχει αρκετά χρόνια στον τραπεζικό χώρο. Αυτή όμως περιορίζόταν κυρίως στη δήλωση απώλειας καρτών και στην παροχή πληροφοριών. Τα τελευταία χρόνια όμως οι τράπεζες έχουν αναπτύξει το phone banking, που σκοπό έχει την παροχή ολοκληρωμένων τραπεζικών υπηρεσιών στον πελάτη. Η παροχή ειδικού κωδικού στον πελάτη και η καταγραφή των συνομιλιών είναι οι βασικοί τρόποι διασφάλισης των συναλλαγών.

κινητικότητα των τραπεζών είναι μεγάλη, αλλά όχι τόσο έντονη όσο στην περίπτωση του Internet banking. Η τράπεζα απευθύνεται μέσω αυτού του καναλιού στο τμήμα των πελατών, που προτιμούν να κάνουν τις δουλειές τους μέσω τηλεφώνου και χρησιμοποιούν το συγκεκριμένο μέσο για διατύπωση παραγγελιών αγοράς. Τα άτομα αυτά σύμφωνα με τραπεζικά στελέχη, παρουσιάζουν αυξημένες πιθανότητες να κάνουν χρήση του τηλεφώνου, για τις τραπεζικές συναλλαγές τους.

Η Citibank ήταν πρωτοπόρος στην υιοθέτηση νέων τεχνολογιών, εισάγοντας πρώτη στις ΗΠΑ τα ATM και το ίδιο έκανε με το phone banking. Η εισαγωγή του νέου αυτού καναλιού διανομής έχει γίνει πάνω από είκοσι χρόνια. Αυτή όμως η μορφή διανομής υιοθετήθηκε στη συνέχεια και από πλήθος άλλων εταιρειών εκτός των πιστωτικών ιδρυμάτων. Η χρήση του phone banking συμβάλλει στη μείωση του αριθμού των τηλεφωνημάτων προς τα καταστήματα. Οι πελάτες προτιμούν να τηλεφωνούν στη συγκεκριμένη υπηρεσία, λόγω των έξειδικευμένων πληροφοριών που αυτή παρέχει. Οι εργαζόμενοι αυτοί δεν έρχονται σε προσωπική επαφή με τους πελάτες της τράπεζας, οπότε η τράπεζα μπορεί να στεγάζει τους υπαλλήλους της συγκεκριμένης υπηρεσίας σε περιοχές εκτός κέντρου με χαμηλά ενοίκια. Η επιλογή της τοποθεσίας γίνεται με βάση τα εξής κριτήρια:

- Η διαθεσιμότητα κατάλληλα εκπαιδευμένου προσωπικού
- Η ύπαρξη ειδικών στις τηλεπικοινωνίες.
- Το τοπικό επιχειρηματικό δίκτυο.
- Η ύπαρξη κατάλληλων υποδομών.
- Τα οικονομικά κίνητρα που μπορεί να δίνει η τοπική διοίκηση.
- Η παρουσία άλλων επιτυχημένων τηλεφωνικών κέντρων στην περιοχή.

Επίσης η τράπεζα μπορεί να αναθέσει τη συγκεκριμένη μορφή διεκπεραίωσης τραπεζικών συναλλαγών σε εταιρεία εκτός του ομίλου, γεγονός που προκαλεί δραστική μείωση του κόστους. Με τη χρήση του phone banking είναι επομένως αναμενόμενο να έχει η τράπεζα μικρότερο κόστος ανά συναλλαγή απ' ότι με τη συναλλαγή στο κατάστημα.

Σε ότι αφορά τον τρόπο λειτουργίας των τηλεφωνικών συστημάτων των τραπεζών αυτός βασίζεται σε δύο μεθόδους. Οι μέθοδοι αυτές παρουσιάζουν κάποιες διαφοροποιήσεις κυρίως σε θέματα τεχνολογικής φύσεως. Η πρώτη μέθοδος αναφέρεται σε προσωπική επικοινωνία με υπάλληλο της τράπεζας. Αυτή

η επικοινωνία γίνεται με την χρήση τηλεφώνου και είναι η πρώτη μέθοδος που ακολουθήθηκε από τα πιστωτικά ιδρύματα. Τα πλεονεκτήματα αυτής της μεθόδου είναι κυρίως ορατά στον πελάτη. Ο πελάτης μπορεί να ζητήσει λεπτομερείς πληροφορίες ή και επεξηγήσεις για συγκεκριμένα ζητήματα.

Ένα βασικό μειονέκτημα είναι ότι οι τραπεζικοί υπάλληλοι πρέπει να διαθέτουν ιδιαίτερες ικανότητες επικοινωνίας, για να απαντήσουν στις ερωτήσεις των πελατών. Ένας αγενής τραπεζικός εργαζόμενος μπορεί να δημιουργήσει αρνητική εικόνα για την τράπεζα. Αυτό σημαίνει ότι οι τράπεζες πρέπει να επιλέξουν με ιδιαίτερη προσοχή τους εργαζόμενους σε αυτή την υπηρεσία και να τους εκπαιδεύσουν κατάλληλα. Επίσης ένα άλλο πρόβλημα είναι ότι οι πελάτες μπορεί να απασχολήσουν για μεγάλο χρονικό διάστημα έναν υπάλληλο, για ασήμαντα θέματα. Αυτό σημαίνει αυξημένο κόστος για την τράπεζα. Γενικά το πιο σημαντικό πρόβλημα αυτής της μεθόδου είναι η υψηλή επιβάρυνση των πιστωτικών ιδρυμάτων, λόγω κυρίως της απασχόλησης ανθρώπινου δυναμικού.

Το σύστημα αυτό αρχικά λειτουργούσε περιορισμένες ώρες σε καθημερινή βάση. Σταδιακά όμως είχαμε την επέκταση του σε 24ωρη βάση, για την επίτευξη καλύτερης εξυπηρέτησης των πελατών. Βέβαια το βράδυ μειώνεται αισθητά ο αριθμός του προσωπικού, καθώς οι ώρες αιχμής είναι το πρωί μέχρι τις πρώτες απογευματινές ώρες.

Η μείωση του κόστους σε αυτό τον τομέα κατέστη εφικτή με την τοποθέτηση αυτοματοποιημένων συστημάτων για κάποιες συναλλαγές ρουτίνας. Ένα μεγάλο πλήθος των τηλεφωνικών υπηρεσιών βασίζεται στην τονική ή φωνητική επικοινωνία. Εδώ έχουμε να κάνουμε με δύο παραλλαγές στην εξυπηρέτηση του πελάτη. Στην πρώτη περίπτωση ο πελάτης έχει μια σειρά επιλογών, στις οποίες αποκτάει πρόσβαση με το πάτημα ενός κουμπιού του τηλεφώνου. Η μέθοδος είναι απλή και ο πελάτης μπορεί να εξυπηρετηθεί γρήγορα και με μικρό κόστος. Μετά το τέλος της πρώτης συναλλαγής ερωτάται αν επιθυμεί να αποκτήσει πρόσβαση και σε κάποια άλλη υπηρεσία. Η δεύτερη παραλλαγή βασίζεται στη φωνητική αναγνώριση. Ο πελάτης διατυπώνει το αίτημά του μιλώντας καθαρά και αργά. Η διαδικασία της απάντησης είναι καθαρά αυτοματοποιημένη, καθώς οι απαντήσεις δίνονται από ένα αυτόματο τηλεφωνητή.

Η μέθοδος αυτή βασίζεται στα νέα αυτοματοποιημένα συστήματα που έχουν αναπτυχθεί. Το βασικό της πλεονέκτημα είναι η μείωση του κόστους από πλευράς της τράπεζας. Η χρήση της όμως περιορίζεται σε καθημερινές

συναλλαγές ρουτίνας. Αντίθετα οι συναλλαγές που βασίζονται σε ανοικτές ερωτήσεις, δεν είναι δυνατόν να διεκπεραιωθούν μέσω των παραπάνω συστημάτων. Πολλές τράπεζες προσφέρουν στους πελάτες τους, την επιλογή να απαντηθεί το αίτημά τους είτε από αυτόματο τηλεφωνητή είτε από εκπρόσωπο του πιστωτικού ιδρύματος. Σε αυτή την περίπτωση έχουμε ένα συνδυασμό των παραπάνω μεθόδων.

Ένα σημαντικό πρόβλημα που αποτέλεσε αρχικά τροχοπέδη στην ευρεία εξάπλωση του phone banking είναι το ζήτημα της ασφάλειας των συναλλαγών λόγω της δυσκολίας επαλήθευσης της ταυτότητας του συναλλασσόμενου. Στις ημέρες μας βέβαια το πρόβλημα αυτό φαίνεται να έχει ξεπεραστεί με την καθιέρωση ενός κωδικού επιβεβαίωσης ταυτότητας χρήστη.

Ένα άλλο βασικό θέμα εκτός του κόστους που απασχολεί τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, είναι ότι οι υπηρεσίες τηλεφωνικής τραπεζικής είναι απρόσωπες. Ο πελάτης δεν έρχεται σε άμεση επαφή με τον υπάλληλο ώστε να τον γνωρίζει. Επιπρόσθετα η εξυπηρέτηση ενός πελάτη δεν γίνεται κάθε φορά από τον ίδιο υπάλληλο, ώστε να γνωρίζει ο εργαζόμενος τις συνήθεις συναλλαγές του πελάτη. Η ανωνυμία αυτή έρχεται σε αντίθεση με την εικόνα που επικρατεί στο τραπεζικό κατάστημα. Πολλοί πελάτες είναι αναμενόμενο να προτιμούν τα καταστήματα για αυτόν ακριβώς το λόγο.

Oι τελευταίες εξελίξεις στο χώρο του phone banking

Η αυτοματοποίηση του τρόπου λειτουργίας του phone banking αποτέλεσε μια σημαντική πρόοδο στον τομέα αυτό, αλλά όχι τη μοναδική. Τα τελευταία χρόνια οι τράπεζες έχουν χρησιμοποιήσει όλα τα τεχνολογικά μέσα, ώστε να καταστήσουν το phone banking πιο φιλικό και ελκυστικό, για τον πελάτη. Οι εργαζόμενοι σε πολλές τράπεζες έχουν τη δυνατότητα να βλέπουν το προφίλ του πελάτη και σε αρκετές περιπτώσεις και την τελευταία συναλλαγή που έχει διεκπεραιώσει αυτός. Όλα αυτά τα νέα συστήματα εντάσσονται στις γενικότερες προσπάθειες της τράπεζας, για ανάπτυξη της επικοινωνιακής τους πολιτικής.

Τα συστήματα βασισμένα σε οθόνες είναι μια νέα μέθοδος επικοινωνίας μεταξύ της τηλεόρασης του πελάτη ή το videotext σύστημα και το σύστημα υπολογιστών της τράπεζας. Αυτό το κομμάτι των τραπεζικών συναλλαγών απαιτεί modem και τηλεφωνική γραμμή, αλλά βασίζεται κυρίως σε υπολογιστές, οπότε

συγκαταλέγεται στην κατηγορία του PC ή home banking, που εξετάσαμε παραπάνω.

Γενικά τα κέντρα τηλεφωνικής εξυπηρέτησης πελατών, παρουσιάζουν μια αύξηση τα τελευταία έτη και το ίδιο συμβαίνει και με το προσωπικό που απασχολείται σε αυτά. Ο τρόπος με τον οποίο όμως αναπτύσσουν οι τράπεζες τα συγκεκριμένα κανάλια διανομής και οι υπηρεσίες που παρέχουν μέσω αυτών διαφοροποιούνται. Αρκετές τράπεζες έχουν προβεί στη χρήση διαφορετικών συστημάτων για κάθε τμήμα της αγοράς. Η βασική διάκριση αφορά δυο τμήματα: αυτό που παρέχει πληροφορίες και αυτό που παρέχει τη δυνατότητα συναλλαγών. Επίσης μπορεί να υπάρξει ένα τμήμα για τους απλούς πελάτες και ένα για τις επιχειρήσεις. Ο αριθμός των πελατών παίζει καθοριστικό ρόλο σε αυτό το διαχωρισμό. Η ύπαρξη μικρού αριθμού πελατών, καθιστά περιττή την ύπαρξη τέτοιου διαχωρισμού. Τέλος η διάκριση αυτή μπορεί να βασιστεί στις κατηγορίες προϊόντων που διαθέτει μια τράπεζα.

ATM (Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές)

H έννοια των ATM

Τα ATM (automatic teller machines) αποτέλεσαν τα πρώτα ηλεκτρονικά κανάλια διανομής, τα οποία έχουν μια μακροχρόνια παρουσία άνω των τριάντα ετών. Τα πλεονεκτήματα της χρήσης των ATM είναι το μειωμένο κόστος για τις τράπεζες και η διευκόλυνση από πλευράς των πελατών στις συναλλαγές τους. Ο αρχικός ρόλος των ATM ήταν αρκετά περιορισμένος και αφορούσε τη δυνατότητα αναλήψεως από το εν λόγω μηχάνημα. Η τοποθέτηση τους από τράπεζες της Αγγλίας, είχε ως βασικό στόχο τη μείωση της ουράς αναμονής στα καταστήματα, τη μείωση της χειρόγραφης εργασίας, καθώς και τη μείωση της εργασίας καταμέτρησης χρημάτων. Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα γρήγορα αντιλήφθησαν ότι τα ATM συνιστούν μια φθηνή εναλλακτική στην εξυπηρέτηση πελατών, συγκριτικά με το κόστος πληρωμής προσωπικού, για την διεκπεραίωση συναλλαγών.

Με την πάροδο του χρόνου ο ρόλος των ATM αναβαθμίστηκε, καθώς ο αριθμός των παρεχόμενων υπηρεσιών παρουσίασε και συνεχίζει να παρουσιάζει μια θεαματική αύξηση. Από ένα μηχάνημα μιας λειτουργίας, τα ATM έχουν

εξελιχτεί σε πολυλειτουργικά μηχανήματα. Η δυνατότητα πληρωμής λογαριασμών, η εξόφληση του Φ.Π.Λ και η ανανέωση του χρόνου ομιλίας στα κινητά τηλέφωνα, είναι μερικές από τις πιο πρόσφατες υπηρεσίες που παρέχουν οι Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές.

Προβλήματα στη λειτουργία των ATM

Αρχικά δημιουργήθηκαν κάποια προβλήματα από τη λειτουργία των αναβαθμισμένων ATM. Το πρώτο από αυτά ήταν η δημιουργία ουράς αναμονής. Αυτό ξεπεράστηκε με την τοποθέτηση και απλών ATM που έδιναν τη δυνατότητα ανάληψης. Το πρόβλημα αυτό στη χώρα μας ήταν ορατό σε μεγάλες τράπεζες, οι οποίες αποφάσισαν την τοποθέτηση και δεύτερου ATM σε καταστήματα με μεγάλη συναλλακτική κίνηση.

Ένα όμως πιο σοβαρό ζήτημα ήταν ότι η διεξαγωγή των συναλλαγών γινόταν εκτός των καταστημάτων. Οι τραπεζικοί υπάλληλοι έχασαν τη δυνατότητα επικοινωνίας με ένα μεγάλο τμήμα πελατών, στους οποίους δεν είχαν τη δυνατότητα προώθησης των προϊόντων. Τότε ήταν η εποχή που τα πιστωτικά ιδρύματα αποφάσισαν την τοποθέτηση των ATM μέσα στο χώρο του καταστήματος. Με τη νέα αυτή πρακτική έχουμε την έκθεση των πελατών σε μια ποικιλία τραπεζικών προϊόντων / υπηρεσιών. Ταυτόχρονα δημιουργούμε ένα πιο ασφαλές περιβάλλον για τους πελάτες. Η διεκπεραίωση συναλλαγών στον δρόμο σε ώρες μη αιχμής θεωρείται από πολλούς ως μια επίφοβη ενέργεια. Η δυνατότητα όμως εισόδου στο κατάστημα μειώνει τον κίνδυνο και τον φόβο των πελατών.

Τα ATM έχουν σημειώσει ιδιαίτερα επιτυχία στη διεκπεραίωση συναλλαγών ανάληψης, αλλά όχι και στις καταθέσεις. Οι άνθρωποι δεν είναι το ίδιο διατεθειμένοι να κάνουν κατάθεση στα μηχανήματα. Ο βασικός λόγος είναι η έλλειψη άμεσης επιβεβαίωσης του ποσού της κατάθεσης. Μερικές μόνο χώρες όπως η Γαλλία και η Αγγλία φαίνεται να έχουν καλά ποσοστά στις καταθετικές συναλλαγές.

Οι νέες εξελίξεις στον χώρο των ATM

Τα ATM συνεχώς εξελίσσονται με βασικό σκοπό τη βελτίωση και αύξηση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Σε πολλές χώρες, όπως η πρωτοπόρος Αγγλία, το



δίκτυο των ATM θεωρείται ήδη αρκετά μεγάλο, οπότε οι επενδύσεις στρέφονται στην τεχνολογική αναβάθμιση του υπάρχοντος δικτύου.

Η πρώτη εξέλιξη αφορά τη δημιουργία των on line (στο θέμα της κατάθεσης) ATM. Οι συγκεκριμένες ταμειολογιστικές μηχανές κάνουν άμεση καταμέτρηση χρημάτων, οπότε μειώνουν και τους φόβους των πελατών στο θέμα αυτό. Πολλοί όμως θεωρούν ότι η τεχνολογία των ATM, θα φέρει σύντομα ακόμη μια νέα επανάσταση. Αυτή θα αφορά τις σχέσεις του τραπεζικού ιδρύματος με τους πελάτες. Μια σειρά νέων τεχνολογικών εφαρμογών και λογισμικού καθιστούν εφικτή την παροχή προσωποποιημένων υπηρεσιών. Οι τράπεζες είναι αυτές που θα πρέπει να προσδιορίσουν τα οφέλη της νέας αυτής τεχνολογίας και το χρονοδιάγραμμα της υιοθέτησης της. Ο βασικός σκοπός θα είναι να μη αποτελεί το ATM μόνο ένα κέντρο κόστους αλλά και ένα κέντρο κέρδους καθώς θα προσελκύει νέους πελάτες. Με τη χρήση της νέας τεχνολογίας θα υπάρξει μια αλληλοεπικοινωνία. Το ATM θα αναγνωρίζει κάθε φορά τον πελάτη που διεκπεραιώνει συναλλαγές και θα προβάλλει στην οθόνη του, μηνύματα που τον ενδιαφέρουν (με βάση τα τραπεζικά προϊόντα που έχει αγοράσει)²⁹. Τα μηνύματα επομένως που θα προβάλλονται μέσα από το ATM, θα στοχεύουν σε συγκεκριμένη ομάδα πελατών. Αυτό σημαίνει μια ραγδαία ανάπτυξη του επιπέδου της διαφήμισης, που θα γίνεται μέσω του ηλεκτρονικού αυτού μέσου.

Οι νέες αυτές μέθοδοι παρουσιάζουν κάποιες ιδιαίτερες καινοτομίες οι οποίες είναι οι εξής:

- Οι πελάτες θα σχεδιάζουν την προσωπική τους αλληλεπίδραση με το ATM μέσω του προσωπικού τους υπολογιστή που θα συνδέεται με το web site της συγκεκριμένης τράπεζας. Ο σκοπός είναι το ATM να είναι πιο κοντά στον άνθρωπο και στις απαιτήσεις του.
- Επίσης θα υπάρχουν και άλλες εφαρμογές με υπηρεσίες βασισμένες σε προσωπικές προτιμήσεις των πελατών.
- Ακόμη το Marketing θα έχει ένα συγκεκριμένο στόχο και δεν θα περιλαμβάνει όλους τους χρήστες ATM. Τα διαφημιστικά μηνύματα που παρουσιάζονται στην εικόνα του ATM θα συνδέονται με την αγοραστική ιστορία του πελάτη και με τις συναλλαγές του με την τράπεζα.

²⁹ ‘Communications at the ATM’ 14 January 2004, John McGill.



- Ήα υπάρχουν υψηλής ανάλυσης μηνύματα, που θα περιλαμβάνουν νέα, ψυχαγωγία και διαφήμιση.

Σημείο κλειδί σε όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά, θα είναι η αποτελεσματικότητα της προσωποποιημένης επικοινωνίας, που χτίζει την πελατειακή πίστη. Η πραγματοποίηση όλων των παραπάνω θα σημάνει την τροποποίηση του ρόλου των ATM. Η ανάληψη μετρητών θα παραμείνει η βασική του λειτουργία. Ταυτόχρονα όμως θα συνεχιστεί ο εμπλουτισμός της χρήσης τους και με μια σειρά από άλλες λειτουργίες. Αυτό θα φέρει τα ATM πιο κοντά στις ανάγκες κάθε πελάτη της τράπεζας με την παροχή προσωποποιημένων υπηρεσιών.

Οι αλλαγές όμως δεν παρατηρούνται μόνο στον τρόπο λειτουργίας των ATM, αλλά και στην πολιτική των τραπεζών. Τα τελευταία χρόνια υπάρχει μια έντονη τάση τοποθέτησης των ATM σε περιοχές που απέχουν αρκετά από το τραπεζικό κατάστημα. Οι κυριότερες τοποθεσίες είναι τα καταστήματα, τα αεροδρόμια και οι σταθμοί τραίνων. Με αυτό τον τρόπο οι τράπεζες προσπαθούν να μεταφερθούν όσο το δυνατόν πιο κοντά στους πελάτες τους, εγκαταλείποντας την παθητική συμπεριφορά των καταστημάτων.

Ηλεκτρονική Μεταφορά Πόρων στα Σημεία Πώλησης (EFT/POS)

Οι ανάγκες της αγοράς ώθησαν τις τράπεζες στην ανάπτυξη των EFT/POS. Η νέα αυτή μέθοδος ηλεκτρονικής τραπεζικής έχει μια περιορισμένη εφαρμογή στον τομέα του λιανεμπορίου. Πρωτοόρο όπως και σε πολλά άλλα ηλεκτρονικά μέσα αποτέλεσε η Αγγλία. Οι πρώτες ενδείξεις ως προς την αποδοχή τους συγκεκριμένου μέσου ήταν ιδιαίτερα αποθαρρυντικές και δεν προμήνυαν τη μελλοντική του πορεία.

Ο λιανέμπορος πρέπει να είναι εφοδιασμένος κάθε φορά με την κατάλληλη συσκευή, ώστε να γίνεται αποδεκτή η πιστωτική κάρτα του πελάτη. Στην αρχή η χρήση των συγκεκριμένων μηχανημάτων ήταν περιορισμένη, αλλά τώρα πλέον αποτελούν μια παγκόσμια πραγματικότητα. Το γεγονός ότι οι τράπεζες είχαν όλες τις αρμοδιότητες που αφορούσαν τα συγκεκριμένα μέσα ήταν το βασικό αρχικό πρόβλημα, καθώς πολλές από τις εργασίες που απαιτούνταν ήταν εκτός του τραπεζικού κλάδου. Το παραπάνω πρόβλημα σε συνδυασμό με τους αρχικούς φόβους των πελατών, είχε αρνητικά αποτελέσματα στην αποδοχή της νέας τεχνολογίας.

Σήμερα στο Ηνωμένο Βασίλειο τα 2/3 του πληθυσμού κάνει χρήση των

πιστωτικών καρτών και κατά επέκταση των συγκεκριμένων συσκευών. Από πλευράς των πελατών η δυνατότητα να πληρώνουν με αυτό τον τρόπο αποτελεί μια διευκόλυνση. Το γεγονός ότι δεν χρειάζεται να μεταφέρουν μεγάλα ποσά μαζί τους, σε συνδυασμό με τη δυνατότητα αναβολής των πληρωμών τους, καθιστά το εν λόγω μέσο ελκυστικό. Από την άλλη πλευρά τα πιστωτικά ιδρύματα λαμβάνουν προμήθεια επί των συναλλαγών. Παρόλη τη μείωση του περιθωρίου κέρδους οι καταστηματάρχες θεωρούν ότι η συμβολή του νέου αυτού μέσου στην αύξηση της συναλλακτικής δραστηριότητας είναι θετική. Σε ότι αφορά την Ελλάδα τα συγκεκριμένα ηλεκτρονικά μέσα επεκτείνονται, αλλά σύμφωνα με τραπεζικά στελέχη η χρήση τους απέχει αρκετά από τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο.

Έξυπνες Κάρτες (Smart Cards)

Οι έξυπνες κάρτες αποτελούν μια από τις τελευταίες καινοτομίες στον χώρο του ηλεκτρονικού χρήματος. Η κάρτα αυτή είναι ευρέως γνωστή για τη δυνατότητα αντικατάστασης του πραγματικού χρήματος, αλλά διαθέτει και μια σειρά άλλων δυνατοτήτων. Η λειτουργία της βασίζεται στα μικροτσίπ που αντικαθιστούν τη μαγνητική κάρτα των πιστωτικών καρτών.

Μερικές από τις εφαρμογές που υποστηρίζει είναι η αναγνώριση του κατόχου, η χρήση της ως κάρτα πιστών πελατών (ενός λιανέμπορου) και τέλος η λειτουργία της ως χρήματος. Η συγκεκριμένη κάρτα έχει αρκετά πλεονεκτήματα σε σχέση με τις συμβατικές³⁰, που βασίζονται στην τεχνολογία των μικροτσίπ.

- Το πρώτο αφορά τη δυνατότητα αποθήκευσης 100 φορές περισσότερων δεδομένων από μια συμβατική κάρτα.
- Επιπλέον υπάρχει η δυνατότητα επεξεργασίας των δεδομένων από απόσταση όπως και σε όλα τα on line μέσα πληρωμής.
- Το τρίτο θετικό τους στοιχείο είναι ότι είναι αρκετά πιο ασφαλείς από τις συμβατικές κάρτες, λόγω της χρήσης μικροτσίπ αντί για τη μαγνητική ταινία. Η δυνατότητα πρόσβασης στα δεδομένα ενός μικροτσίπ απαιτεί τεχνολογία που δεν είναι διαθέσιμη σε όλους. Πολλοί επομένως θεωρούν ότι οι smart cards μπορεί να μειώσουν τις απάτες που

³⁰ The Banker “How debit cards can make money”, 4 Oct 2004
<http://www.thebanker.com>

γίνονται στον τομέα των καρτών.

Τα παραπάνω όμως πλεονεκτήματα φαίνεται να μην είναι αρκετά, ώστε να υπάρξει ευρεία χρήση των καρτών αυτών, καθώς υπάρχουν κάποιες δυσκολίες που δυσχεραίνουν την ευρεία διάδοσή τους.. Οι συσκευές διαβάσματος των συγκεκριμένων καρτών και η υποδομή που απαιτείται για την υποδοχή του νέου αυτού μέσου, είναι ιδιαίτερα ακριβά. Αυτοί είναι αποτρεπτικοί παράγοντες στην χρήση των smart cards. Σε ότι αφορά την υποδομή πρέπει να αναφέρουμε ότι απαιτείται η ανάπτυξη τμήματος στα πιστωτικά ιδρύματα, η ύπαρξη κατάλληλης υποδομής σε εταιρείες παροχής τεχνολογικών μέσων, η ύπαρξη συσκευών σε καταστήματα λιανικής και η συμμετοχή των πελατών³¹. Όλα αυτά απαιτούν την εκπαίδευση των συμβαλλόμενων μερών, ώστε να εξοικειωθούν με τη χρήση της νέας τεχνολογίας. Επίσης πρέπει να υπάρξει συμφωνία ως προς το ποια πλευρά ή πλευρές θα επωμισθούν το κόστος υιοθέτησης των έξυπνων καρτών.

Γενικά πρέπει να αναφέρουμε ότι η χρήση των smart cards στην Ευρώπη είναι ακόμη σχετικά περιορισμένη συνολικά, αν και είναι έντονα διαδεδομένη στην Αγγλία (όπου έχουν εκδοθεί ήδη 80 εκατομμύρια κάρτες), την Ολλανδία και τη Γαλλία, υπάρχει όμως μια έντονη αυξητική τάση.³² Στην Ελλάδα οι κάρτες αυτές δεν έχουν εισαχθεί ακόμη³³, αλλά οι τράπεζες αντιμετωπίζουν ιδιαιτέρως θετικά τις προοπτικές που αυτές προσφέρουν και αρκετοί είναι οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί που διαθέτουν την κατάλληλη υποδομή και είναι έτοιμοι να λανσάρουν το προϊόν στην αγορά από το τρέχον μάλιστα έτος.

TV Banking

Η συγκεκριμένη μορφή τηλεόρασης συνδυάζει τριών ειδών τεχνολογίες (καλωδιακή τηλεόραση, δορυφορικές υπηρεσίες και υπηρεσίες Internet) με σκοπό τη βελτίωση της εξυπηρέτησης των πελατών. Όσο και αν ακούγεται σαν μια πολύ πρωτοποριακή πρόταση, η εν λόγω ιδέα υπάρχει πάνω από είκοσι έτη στην αγορά.

Η εφαρμογή της έγινε από το British Sky Broadcasting σε συνεργασία με την British Telecom, την Midland bank και την Matsushita Electric. Όλοι αυτοί οι

³¹ The Banker : 'Moscow tests multi-service smart card for added value' , 05 January, 2004

³² The Banker : 'How debit cards can make money', 04 October, 2004

³³ Ένωση τραπεζών Ελλάδας "Development of the electronic purse in Europe and its possible introduction in the Hellenic banking system"

μεγάλοι κολοσσοί συμμετείχαν σε ένα φιλόδοξο επενδυτικό πρόγραμμα. Το 1998 το κανάλι BSB παρείχε τις πρώτες υπηρεσίες αυτού του είδους στους πελάτες του. Οι υπηρεσίες που παρείχε ήταν οι εξής: παραγγελίες αγοράς, διεκπεραιώσεις τραπεζικών συναλλαγών, κλείσιμο διακοπών, πρόσβαση στο Διαδίκτυο και η δυνατότητα να παίξει κάποιος παιχνίδια. Το κομμάτι αυτό των τραπεζικών συναλλαγών πρέπει να αναφέρουμε ότι δεν έχει αναπτυχθεί ιδιαίτερα ούτε στο εξωτερικό ούτε όμως μέσα στον ελληνικό χώρο. Αντιθέτως μάλιστα θα μπορούσαμε να πούμε ότι η μορφή αυτή ηλεκτρονικής τραπεζικής φθίνει συνεχώς. Μία παρόμοια μορφή τεχνολογίας που βρίσκεται υπό ανάπτυξη είναι η δημιουργία ενός μικροτσίπ που προσαρμόζεται στην κάρτα της τηλεόρασης και μετατρέπει την οθόνη της ουσιαστικά σε οθόνη υπολογιστή, με τη δυνατότητα σύνδεσης στο Internet. Στην περίπτωση αυτή βέβαια δεν μιλάμε για TV Banking, αλλά περισσότερο για μια υβριδική μορφή τηλεόρασης-υπολογιστή που βρίσκεται υπό δημιουργία. Φυσικά η δημιουργία μιας τέτοιας πλατφόρμας δεν είναι ιδιαίτερα δύσκολη. Αυτό που δυσχεραίνει εξαιρετικά το λανσάρισμα στην αγορά και την καθιέρωση ενός τέτοιου συστήματος είναι η καθιέρωση μιας ορισμένης πατέντας, αποδεκτής και συμβατής με όλες τις υπάρχουσες μορφές τηλεόρασης.

2.3 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

Έχουν κατά καιρούς γίνει πολλές αναφορές και συζητήσεις για τις επιπτώσεις της νέας τεχνολογίας του Internet στον τρόπο με τον οποίο λειτουργούν παραδοσιακά οι επιχειρήσεις και έχει επανειλημμένα διατυπωθεί η άποψη ότι το Internet αλλάζει τα πάντα, καθιστώντας τους παραδοσιακούς τρόπους του επιχειρείν και του ανταγωνισμού αναχρονιστικούς. Έχει επίσης διατυπωθεί η άποψη ότι το νέο μέσο διάθεσης προϊόντων και υπηρεσιών αποτελεί απειλή για τα παραδοσιακά δίκτυα διανομής των επιχειρήσεων, ενώ παράλληλα εκφράζονται επιφυλάξεις για τα λειτουργικά και επιχειρησιακά οφέλη που μπορούν να προκύψουν από τη χρήση και αξιοποίηση των δυνατοτήτων και υπηρεσιών που παρέχει η νέα τεχνολογία.

Σε κάθε περίπτωση το ερώτημα που τίθεται για τις επιχειρήσεις δεν είναι αν θα εφαρμόσουν και αξιοποιήσουν την τεχνολογία του Internet- δεν έχουν άλλη επιλογή αν θέλουν να παραμείνουν ανταγωνιστικές στον κλάδο που δραστηριοποιούνται - αλλά πώς θα τις αξιοποιήσουν. Το βέβαιο είναι ότι η τεχνολογία του Internet και κυρίως οι χρήσεις-υπηρεσίες που δημιουργούνται από την εφαρμογή της, παρέχουν σημαντικές ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις, ώστε να αναπτύξουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και να τοποθετηθούν στρατηγικότερα στο χώρο στον οποίο δραστηριοποιούνται.

Το Internet από μόνο του αν και έχει συντελέσει στη δημιουργία νέων κλάδων δραστηριοποίησης επιχειρήσεων (on-line ψηφιακές αγορές-marketPlaces, on-line δημοπρασίες κ.λπ.) σπανίως αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Η πρακτική των επιτυχημένων επιχειρήσεων, οι οποίες βασίζουν την επιτυχία τους στην επίτευξη μιας διατηρήσιμης κερδοφορίας αποδεικνύει ότι η χρήση της τεχνολογίας του Internet και η αξιοποίηση των υπηρεσιών που παρέχει, σε συνδυασμό με τις παραδοσιακές πρακτικές και μεθόδους του ανταγωνισμού αποτελούν συνταγή για βιώσιμη ανάπτυξη και διατηρήσιμη κερδοφορία.

Η θεωρητική εξήγηση του γεγονότος αυτού είναι ιδιαίτερα απλή, αν λάβουμε υπόψη μας ότι η σημαντικότερη επίπτωση της τεχνολογίας του Internet³⁴ είναι η αναδιοργάνωση της δομής των διάφορων κλάδων (industries) της οικονομίας, εντός των οποίων δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις και η δυνατότητα που παρέχει για επανασχεδιασμό του τρόπου λειτουργίας των επιχειρήσεων, με στόχο τη μείωση του

³⁴ Π.Καρεκλή «Οι επιπτώσεις του Internet στη λειτουργία και κερδοφορία των επιχειρήσεων, Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, ειδική έκδοση για το E-Banking, Σεπτ.2003

κόστους συλλογής της απαιτούμενης πληροφορίας, τη μείωση του κόστους ανταλλαγής της πληροφορίας και της επικοινωνίας γενικότερα, και συνεπώς τη μείωση του κόστους των πάσης φύσεως συναλλαγών.

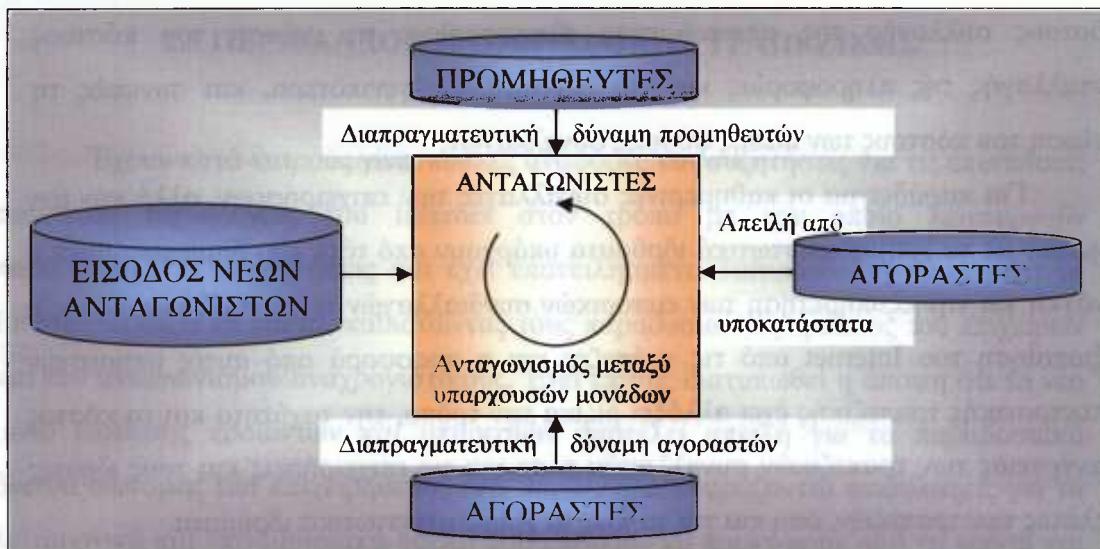
Για παράδειγμα οι καθημερινές συναλλαγές των επιχειρήσεων, αλλά και των ιδιωτών με τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα υπάρχουν από τότε που δημιουργήθηκε η ανάγκη για την εξυπηρέτηση των εμπορικών συνδιαλλαγών των ανθρώπων. Όμως η αξιοποίηση του Internet από τις τράπεζες και η προσφορά από αυτές υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής έχει αλλάξει ριζικά τον τρόπο, την ταχύτητα και το κόστος διενέργειας των τραπεζικών συναλλαγών τόσο για τις επιχειρήσεις και τους ιδιώτες πελάτες των τραπεζών, όσο και για τα ίδια τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα.

Internet και δυνάμεις ανταγωνισμού

Ανεξάρτητα από το αν ένας κλάδος της οικονομίας είναι νέος ή παλαιός, η δομή του και η ελκυστικότητα που παρουσιάζει για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο προσδιορίζονται από ένα μοντέλο πέντε βασικών συνιστωσών δυνάμεων, οι οποίες καθορίζουν και επηρεάζουν τις συνθήκες του ανταγωνισμού που υφίστανται μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου. Με βάση το μοντέλο αυτό (M. Porter, 1985), ο ανταγωνισμός σε κάθε κλάδο της οικονομίας καθορίζεται από³⁵:

- τη διαπραγματευτική ισχύ των αγοραστών,
- τη διαπραγματευτική ισχύ των προμηθευτών του κλάδου,
- τα εμπόδια εισόδου νέων ανταγωνιστών στον κλάδο,
- την απειλή εμφάνισης υποκατάστατων προϊόντων ή/και υπηρεσιών,
- την ένταση του ανταγωνισμού μεταξύ των υφιστάμενων ανταγωνιζόμενων επιχειρήσεων στον κλάδο.

³⁵ Porter M. "Competitive Strategy", NY The Free Press, 1980



Σχήμα IV – Δομική Ανάλυση Ανταγωνισμού

Οι δυνάμεις αυτές προσδιορίζουν τις συνθήκες ανταγωνισμού που επικρατούν στον κλάδο και κατ' επέκταση πώς η οικονομική αξία, η οποία δημιουργείται από κάθε παραγόμενο προϊόν, υπηρεσία ή από οποιαδήποτε δραστηριότητα του παραγωγικού μηχανισμού κάθε επιχείρησης του κλάδου, καταμερίζεται μεταξύ αφενός των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο και αφετέρου των αγοραστών, προμηθευτών, δικτύων διανομής τρίτων, υποκατάστατων προϊόντων και δυνητικών νέων ανταγωνιστών που εισέρχονται στον κλάδο.³⁶

Αξίζει να γίνει μία συνοπτική αναφορά των επιπτώσεων της τεχνολογίας του Internet στην ένταση, με την οποία οι πέντε αυτές δυνάμεις του ανταγωνισμού επηρεάζουν τον τρόπο λειτουργίας κάθε κλάδου της οικονομίας. Ευνόητο είναι ότι κάθε κλάδος επηρεάζεται σε διαφορετικό βαθμό, αφού διαφορετική είναι η ισχύς καθεμιάς από τις πέντε δυνάμεις του ανταγωνισμού σε κάθε κλάδο της οικονομίας. Εντούτοις σε γενικές γραμμές και για εκείνους τους κλάδους στους οποίους το Internet διαδραματίζει βαρύνοντα ρόλο (βλέπε για παράδειγμα όλους τους κλάδους παροχής υπηρεσιών), αποδεικνύεται στην πράξη ότι η χρήση της τεχνολογίας του Internet ασκεί δράση, η οποία ενισχύει τις πέντε δυνάμεις του ανταγωνισμού με τέτοιον τρόπο, ώστε προκαλείται μεταβολή στις παραδοσιακές "συνταγές" του επιχειρείν και απειλείται η επίτευξη διατηρήσιμης κερδοφορίας για τις επιχειρήσεις.

³⁶ Β. Παπαδάκης «Στρατηγική των Επιχειρήσεων», Εκδόσεις Μπένου 2002 σελ 67-68

Ειδικότερα:

η διαπραγματευτική ισχύς των αγοραστών

Η αξιοποίηση της τεχνολογίας του Internet παρέχει στους αγοραστές ταχύτερη, πληρέστερη και ευκολότερη πρόσβαση σε πληροφορίες για προϊόντα, τιμές και προμηθευτές, αυξάνοντας με τον τρόπο αυτό τη διαπραγματευτική ισχύ τους και την ευχέρεια να αλλάζουν εύκολα παροχείς των υπηρεσιών τους.

η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών

Ταυτόχρονα το Internet αποτελεί για τους προμηθευτές ένα χαμηλού κόστους κανάλι διανομής των προϊόντων και υπηρεσιών τους, μέσω του οποίου μπορεί να προσεγγισθεί μεγαλύτερος αριθμός πελατών-αγοραστών, ενώ ταυτόχρονα μπορούν να τροποποιηθούν και να αυτοματοποιηθούν οι διαδικασίες παραγγελιοληψίας. Η χρήση του Internet αυξάνει τη διαπραγματευτική ισχύ των προμηθευτών έναντι των επιχειρήσεων, οι οποίες προσπαθώντας να μειώσουν τα κόστη τους, στρέφονται προς τους προμηθευτές εκείνους που παρέχουν δυνατότητες αυτοματοποίησης της εφοδιαστικής διαδικασίας (βλέπε on-line παραγγελιοληψία, on-line τιμολόγηση, on-line πληρωμές κ.λπ.).

Κίνδυνος εισόδου νέων ανταγωνιστών

Το Internet διευκολύνει την είσοδο νέων ανταγωνιστών στην αγορά, αφού μειώνει τα εμπόδια εισόδου για τη δραστηριοποίηση νέων επιχειρήσεων στον κλάδο. Πράγματι οι νέοι δυνητικοί ανταγωνιστές κάθε κλάδου, εκμεταλλευόμενοι τα οφέλη της τεχνολογίας χρησιμοποιούν το Internet ως εναλλακτικό κανάλι διανομής και εξοικονομούν κεφάλαια τα οποία θα ήταν απαραίτητα για την ανάπτυξη φυσικής παρουσίας σε σημεία πώλησης και προσωπικού πωλήσεων.

Κίνδυνος υποκατάστατων προϊόντων

Η χρήση του Internet διευρύνει τη γεωγραφική έκταση μιας αγοράς, αυξάνοντας με τον τρόπο αυτό τον αριθμό των ανταγωνιστών και συνεπώς τον αριθμό των Προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών. Το γεγονός αυτό,

συνδυασμό με τη δημιουργία νέων τρόπων προσέγγισης και ικανοποίησης των αναγκών των πελατών (λόγω χρήσης του Internet), αυξάνει τον κίνδυνο για περισσότερα υποκατάστata προϊόnta και υπηρεσίες.

Αντιπαλότητa μεταξύ υφιστάμενων επιχειρήσεων

Αποτέλεσμα των ως άνω επιπτώσεων είναι η περαιτέρω όξυνση του ανταγωνισμού και η μεταφορά της ανταγωνιστικής τακτικής, όχι στο επίπεδο της διαφοροποίησης του προϊόntoς και της υπηρεσίας σε σχέση με τα χαρακτηριστικά του και την παρεχόμενη ποιότηta, αλλά στο επίπεδο της τελικής tιμής πώλησης. Είνai προφανές ότι σε μία αγορά στην οποία o ανταγωνισμός βασίζεται στις τελικές tιμές των προσφερόμενων προϊόntων και υπηρεσιών, υπονομεύεται σοβαρά η διατηρησιμότηta της κερδοφορίας των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούntai στη συγκεκριμένη αγορά.

Ο τραπεζικός κλάδος αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα των επιπτώσεων του Internet στις δυνάμεις του ανταγωνισμού που συνοπτικά αναλύθηκαν προηγουμένως. Οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής που παρέχοntai μέσω Internet αυξάνουν τη διαπραγματευτική ισχύ των αγοραστών, αφού πλέon o τραπεζικός πελάτης έχei na επιλέξei προϊόnta και υπηρεσίeis μe βάσi έna ευρύ φάσma πληροφoriών, tιmών και συναλλagών πou πaρέχontai apό tηn áneσi tou spitiou ή tou γraφeiou tou. O τrαpeziκός peλátηs mpoρei eukolóterā na alláxei 'trapeziκo ppoimηθeuτi' tωn υpηreσiώn tou, aφou πlēon η ppoosbasi σe tīmēs, plηroφoríes, χaρaktēristiκa κai poiόteta πroioónτowN κai υpηreσiώn eίnai ámeσi, pařeχetai σe 24ωrē báσi κai tō kurióterō eίnai ežaiρetiká χamiloú kóstouς gia tōn agoraσtή. Ta empođia eisodou nēow antaγawniσtōwN ston klapo meiawonontai κai suvewpawos o antaγawniσmōs auξánetai, aφou mη trapeziiko fofreis epawfeloumenvoi apό ta plēonvektēmatat tēs nēas teχnoloγiās ppoσfēroun plēon υpηreσiés pou pparadosiakā apoteleoušan drastheriōtētes tōw trapezōw (blépe dāneia, plηrōmēs, ekdoſiη hlektroñiķi χrjmatōs). Nēa υpokatástata πroioónta kānouν tēn emfāniσtou mēsow tōu Δiađiktūou (plηrōmēs mē χrjstη hlektroñiķi tachydrōmēiou, hlektroñiķi parouisiās tēp lηrōmē lōgariasmōw, hlektroñiķi χrjma apō idrūmata ekdoſtēs hlektroñiķi χrjmatōs, ta opoia dēn eīnai kat' anāgkē trāpezez). Epiprōshtetai oι υpηreσiés hlektroñiķi trapeziiko pparéchontai plēon κai mēsow tōw websites trapezōw, oι opoies evā dēn ēxouн фuσikή parousiā κai ádeia leitourgiās se al̄les.

χώρες πλην της χώρας προέλευσής τους, εντούτοις παρέχουν τις υπηρεσίες τους στους πελάτες άλλων χωρών, αυξάνοντας με τον τρόπο αυτό τον ανταγωνισμό και την αντιπαλότητα μεταξύ των τραπεζών.

Internet και αλυσίδα αξίας επιχείρησης

Η εφαρμογή και εκμετάλλευση της τεχνολογίας του Internet από όλο και μεγαλύτερο αριθμό επιχειρήσεων, τείνει να δημιουργεί μεγαλύτερες επιπτώσεις στις συνιστώσες δυνάμεις του ανταγωνισμού, με αποτέλεσμα την πιθανή άσκηση περαιτέρω πιέσεων σιην κερδοφορία του μέσου ανταγωνιστή της αγοράς.³⁷ Καθώς οι τελικοί χρήστες-πελάτες θα αποκτούν όλο και μεγαλύτερη εξοικείωση με τις υπηρεσίες και τα οφέλη που προσφέρει το Internet, θα αποκτούν ταυτόχρονα και μεγαλύτερη διαπραγματευτική ισχύ, αφού θα μπορούν εύκολα να αγοράζουν on-line προϊόντα και υπηρεσίες, αλλάζοντας με ευκολία και με χαμηλό κόστος προμηθευτές, προκειμένου να ικανοποιήσουν τις αγοραστικές τους ανάγκες και συνήθειες. Η ένταση του ανταγωνισμού θα επικεντρώνεται όλο και περισσότερο σε θέματα μείωσης του κόστους και αύξησης της ποιότητας των τελικών προϊόντων και υπηρεσιών, με στόχο τη βελτίωση των οικονομικών αποτελεσμάτων.

Συνεπώς το ερώτημα που τίθεται για κάθε επιχείρηση, ανεξαρτήτως μεγέθους, είναι αν θα εκμεταλλευθεί επαρκώς τις υπηρεσίες και τα οφέλη που παρέχει σήμερα η τεχνολογία του Internet, προκειμένου να αυξήσει την αποτελεσματικότητα του παραγωγικού μηχανισμού της, δηλαδή της αλυσίδας αξίας της. Με τον τρόπο αυτό θα μειώσει τα κόστη της, θα επιτύχει ποιοτικότερο παραγόμενο τελικό προϊόν και ως αποτέλεσμα θα μπορέσει να λειτουργήσει περισσότερο ανταγωνιστικά στον κλάδο που δραστηριοποιείται. Η αλυσίδα αξίας δεν είναι τίποτα άλλο παρά η αλληλουχία των ενεργειών και των δραστηριοτήτων που απαιτούνται για την παραγωγή ενός τελικού προϊόντος ή μιας υπηρεσίας και την πώλησή τους στον τελικό πελάτη.

Η αλυσίδα αξίας αποτελεί το πλαίσιο, με βάση το οποίο μπορούν να αναγνωρισθούν και να ταυτοποιηθούν όλες οι δραστηριότητες - ενέργειες - που λαμβάνουν χώρα στη λειτουργία της κάθε επιχείρησης και να αναλυθεί η επίδρασή τους τόσο στο κόστος της επιχείρησης, όσο και στην αξία, η οποία παράγεται για λογαριασμό του τελικού αγοραστή. Χρησιμοποιείται δε ως βασικό εργαλείο,

³⁷ Π.Καρεκλή «Οι επιπτώσεις του Internet στη λειτουργία και κερδοφορία των επιχειρήσεων, Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, ειδική έκδοση για το E-Banking, Σεπτ.2003



προκειμένου να γίνει αντιληπτή η επίδραση της τεχνολογίας και του Internet στον παραγωγικό μηχανισμό των επιχειρήσεων³⁸:



Επειδή η κάθε δραστηριότητα σχετίζεται με τη δημιουργία, επεξεργασία και επικοινωνία δεδομένων και πληροφοριών, είναι εμφανής η σημαντική επίδραση της τεχνολογίας στην αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα της αλυσίδας αξίας. Η ουσιαστική συνεισφορά του Internet και το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που προσφέρει στις επιχειρήσεις που υιοθετούν τη χρήση του, είναι η ικανότητα να συνδέει κάθε δραστηριότητα της αλυσίδας αξίας με άλλες και να καθιστά τα δεδομένα και τις πληροφορίες που παράγονται από κάθε δραστηριότητα ευρέως διαθέσιμα, τόσο εντός της ίδιας της επιχείρησης, όσο και στο εξωτερικό της περιβάλλον και συγκεκριμένα στους προμηθευτές της, τους πελάτες της και τα κανάλια -δίκτυα- διανομής της. Για να γίνει πιο κατανοητό το αποτέλεσμα της αξιοποίησης του Internet, στο σχήμα VI περιγράφονται ορισμένες αντιπροσωπευτικές εφαρμογές του, που χρησιμοποιούνται στις δευτερεύουσες και κύριες δραστηριότητες της αλυσίδας αξίας.

³⁸ Β. Παπαδάκης «Στρατηγική των Επιχειρήσεων», Εκδόσεις Μπένου 2002 σελ 110

Υποδομή επιχείρησης

- Web-based συστήματα διαχείρισης οικονομικού κυκλώματος, ηλεκτρονικές πληρωμές
 - Web-based συστήματα διαχείρισης επιχειρησιακών πόρων
 - Web-based διαχείριση σχέσεων με μετόχους, ηλεκτρονική πληρωμή μερισμάτων

Διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού

- Web-based διαχείριση και εκπαίδευση προσωπικού
 - Web-based διάχυση εταιρικών πληροφοριών, intranets
 - Web-based συστήματα διαχείρισης αδειών, εξόδων, αναφορών προσωπικού

Τεχνολογία-Πληροφοριακά συστήματα

- Web-based συστήματα διαχείρισης γνώσης
 - Web-based συστήματα συνεργατικής ανάπτυξης προϊόντων
 - Web-based εξόρυξη διοικητικής πληροφόρησης

Προμήθειες

- Web-based συστήματα προγραμματισμού προμηθειών
 - Web-based συστήματα αποστολής παραγγελιών, τιμολογίων, ηλεκτρονική πληρωμή τους
 - Ηλεκτρονικές δημοπρασίες



Operations	Logistics	Marketing και πωλήσεις	Εξυπηρέτηση πελάτη
<ul style="list-style-type: none"> • Web-based διαχείριση ροής εργασίας • Web-based συνεργατική σχεδίαση και ανάπτυξη προϊόντων 	<ul style="list-style-type: none"> • Αυτοματοποίηση εφοδιαστικής αλυσίδας επιχείρησης • Internet-based επικοινωνία με προμηθευτές • Web-based επικοινωνία αποθήκης-προμηθειών • Web-based διασύνδεση παραγγελιών • Real-time επεξεργασία παραγγελιών • Web-based διαχείριση καναλιών διανομής 	<ul style="list-style-type: none"> • Νέα κανάλια πώλησης μέσω web/ηλεκτρονικών αγορών • On-line διαβίβαση παραγγελίας • Πρόσβαση σε real-time πληροφόρηση • On-line υποβολή προσφορών • Real-time πρόσβαση σε τιμές, καταλόγους προϊόντων, διαθεσιμότητα 	<ul style="list-style-type: none"> • On-line self service εξυπηρέτηση • On-line υποστήριξη προσωπικού • On-line πρόσβαση σε πληροφοριακά στοιχεία πελάτη • On-line πρόσβαση σε στοιχεία που αφορούν τη συναλλακτική σχέση πελάτη-επιχείρησης • Τηλεφωνική εξυπηρέτηση μέσω Internet, Video streaming

Σχήμα VI – Εφαρμογές του Internet στην αλυσίδα αξίας

Οι εφαρμογές της τεχνολογίας του Internet που περιγράφονται στο σχεδιάγραμμα VI και επιδρούν πολλαπλασιαστικά θετικά στην αλυσίδα αξίας της επιχείρησης, αποτελούν ένα αντιπροσωπευτικό παράδειγμα των χρήσεων του Internet στις επιχειρήσεις κάθε κλάδου της οικονομίας. Με το πέρασμα του χρόνου οι εφαρμογές αυτές, καθώς και οι νέες εφαρμογές που δημιουργούνται από την καθημερινή εξέλιξη της τεχνολογίας, θα υιοθετούνται από μεγαλύτερο αριθμό επιχειρήσεων, προκειμένου να μειωθούν τα κόστη λειτουργίας τους, να αυξηθεί η παραγωγικότητα, να λαμβάνονται καλύτερες και εγκαιρότερες αποφάσεις και να προσφέρεται η καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση στον τελικό πελάτη.

Είναι αυτονόητο ότι οι εταιρείες που θα καθυστερήσουν να αξιοποιήσουν τα πλεονεκτήματα του Internet θα βρεθούν σε δυσμενέστερη ανταγωνιστικά θέση.

Όμως θα πρέπει να τονιστεί ότι το Internet δεν αποτελεί πανάκεια. Η χρήση και αξιοποίησή του, σε συνδυασμό με την αξιοποίηση των παραδοσιακών επιχειρησιακών πόρων της επιχείρησης, παράγει το επιθυμητό αποτέλεσμα.

Internet και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες - electronic finance

Από τα μέσα της δεκαετίας του '90 το Internet και οι εφαρμογές του επέδρασαν σημαντικά σε όλο το φάσμα παροχής των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Η επίδραση αυτή έγινε ακόμα εντονότερη από το γεγονός ότι οι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες είναι κατά βάση εντάσεως πληροφορίας (information intensive) και δεν απαιτούν απαραίτητα διαδικασίες φυσικής διανομής. Στον ευρύτερο χώρο των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών υπάρχουν τομείς, στους οποίους η τεχνολογία του Internet ασκεί ή και επιβάλλει ριζικές μεταμορφώσεις στον τρόπο λειτουργίας τους και χαρακτηριστικότερο παράδειγμα στην περίπτωση αυτή αποτελεί ο τομέας της διαμεσολάβησης για διενέργεια χρηματιστηριακών συναλλαγών. Σε άλλους τομείς ασκεί επιδράσεις που οδηγούν στη δημιουργία νέων επιχειρησιακών μοντέλων λειτουργίας και ανταγωνιστικής πρακτικής, με χαρακτηριστικότερο παράδειγμα στην περίπτωση αυτή τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής. Υπάρχουν φυσικά και τομείς οι οποίοι διαφαίνεται να επηρεάζονται τουλάχιστον με βάση τα σημερινά δεδομένα - σε μικρότερο βαθμό από την τεχνολογία του Internet, όπως για παράδειγμα οι υπηρεσίες συμβουλευτικού ρόλου των τραπεζών προς τις επιχειρήσεις για θέματα χρηματοδοτήσεων.

Το βέβαιο είναι ότι η αξιοποίηση της τεχνολογίας του Internet έχει αλλάξει τελείως το τοπίο στον ευρύτερο χώρο των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και σήμερα οι εφαρμογές του electronic finance (e-finance) καλύπτουν ένα πολύ μεγάλο εύρος υπηρεσιών, οι οποίες παρέχονται κυρίως από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, χωρίς να αποκλείεται τρίτοι φορείς να εμπλέκονται στη διαδικασία παροχής ορισμένων από τις ηλεκτρονικές αυτές υπηρεσίες³⁹. Στην ομπρέλα εφαρμογών των ηλεκτρονικών χρηματοοικονομικών υπηρεσιών που παρέχονται μέσω Internet αντιπροσωπευτικότερες είναι οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής (electronic banking ή e-banking) και οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής αγοραπωλησίας αξιών (electronic trading ή e-trading ή e-investment). Οι υπηρεσίες αυτές είναι ευρύτατα

³⁹ Π.Καρεκλή «Οι επιπτώσεις του Internet στη λειτουργία και κερδοφορία των επιχειρήσεων, Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, ειδική έκδοση για το E-Banking, Σεπτ.2003

διαδεδομένες και έχουν συμβάλει στη σημαντική μείωση του κόστους των συναλλαγών, δίνοντας τη δυνατότητα στους χρήστες τους να έχουν πρόσβαση σε πληθώρα πληροφοριών με πολύ χαμηλό κόστος. Η πλήρης αυτοματοποίηση των συναλλαγών e-trading και e-banking με μηχανισμούς STP (Straight Through Processing) έχει ως αποτέλεσμα την on-line, σε πραγματικό χρόνο επεξεργασία των εντολών του χρήστη και την ολοκλήρωση της συναλλαγής του με μεγάλη ταχύτητα, με απόλυτη ασφάλεια, χωρίς καμιά διαμεσολάβηση ανθρώπινου παράγοντα.

Νέα μοντέλα άσκησης επιχειρηματικής δράσης, που έγιναν πραγματικότητα με την αξιοποίηση της τεχνολογίας του Internet, επιτρέπουν πλέον την πραγματοποίηση συναλλαγών με χρήση ηλεκτρονικού χρήματος (electronic money ή e-money ή e-cash). Το ηλεκτρονικό χρήμα αποτελεί τη μετεξέλιξη του πλαστικού χρήματος (πιστωτικές-χρεωστικές κάρτες) και μπορεί να εκδίδεται από ένα χρηματοπιστωτικό ίδρυμα, όπως συμβαίνει με την έκδοση του πλαστικού χρήματος. Η διαφορά έγκειται στο γεγονός ότι το ηλεκτρονικό χρήμα αποθηκεύεται σε ειδικά προγράμματα λογισμικού (software based e-money) ή/και σε μικροεπεξεργαστές (hardware based e-money) σαν αυτές που χρησιμοποιούνται στις έξυπνες κάρτες (smart cards). Η απελευθέρωση όμως που προωθείται στο χώρο των ηλεκτρονικών συναλλαγών και των εφαρμογών του e-finance μέσα από κοινοτικές οδηγίες, δημιουργούν νέα δεδομένα. Η εμφάνιση και δραστηριοποίηση επιχειρήσεων ηλεκτρονικού χρήματος που δεν θα είναι αποκλειστικά τράπεζες είναι πλέον μια νέα πραγματικότητα.

Η παροχή ασφαλιστικών υπηρεσιών μέσω του Διαδικτύου από τις τράπεζες, αποτελεί ένα άλλο παράδειγμα που αποδεικνύει ότι η αξιοποίηση της τεχνολογίας και η εφαρμογή της στην αλυσίδα αξίας μπορεί να παράξει θετικά αποτελέσματα. Οι τράπεζες μέσω Internet κατάφεραν να μεταμορφώσουν τις ασφαλιστικές υπηρεσίες από προϊόν με αμφισβητούμενα economics για τον ισολογισμό τους, σε υπηρεσίες χαμηλού κόστους και ουσιαστικής προσφερόμενης αξίας στο πελατειακό τους κοινό. Για να παραχθεί αυτό το αποτέλεσμα αρκετές ευρωπαϊκές τράπεζες ανασχεδίασαν την αλυσίδα αξίας τους και κατάφεραν να ενσωματώσουν στην τελική πρόταση προς τους πελάτες τους ολοκληρωμένες υπηρεσίες τραπεζικού, επενδυτικού, και ασφαλιστικού περιεχομένου.

Η χρήση των ψηφιακών υπογραφών (electronic signatures ή digital certificates), οι οποίες εξόμοιώνουν πλέον με βάση συγκεκριμένες κοινοτικές οδηγίες υποχρεωτικής εφαρμογή σε όλα τα κράτη μέλη την ιδιόχειρη υπογραφή,

προβλέπεται να συνεισφέρει στην ουσιαστικότερη αξιοποίηση των ηλεκτρονικών χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Η ευρεία εφαρμογή και χρήση προηγμένων μηχανισμών ασφαλείας για τη διενέργεια των συναλλαγών, όπως για παράδειγμα είναι οι μικρές συσκευές (electronic tokens) παραγωγής κωδικών ασφαλείας μιας χρήσης (one-time passwords), software-based ηλεκτρονικών υπογραφών και smart card-based ψηφιακών πιστοποιητικών, αναμένεται να συμβάλει στη σημαντική αύξηση του επιπέδου ασφάλειας των πραγματοποιούμενων συναλλαγών, τόσο με τις τράπεζες, όσο και με τους φορείς του ευρύτερου δημόσιου τομέα, να αυξήσει την ταχύτητα διεκπεραίωσης. πάσης φύσεως συναλλαγών στις οποίες απαιτείται η υπογραφή του συμβαλλόμενου, να μειώσει δραματικά τα κόστη των συναλλαγών και φυσικά τη διακίνηση ανθρώπινου χαρτιού.

Είναι δύσκολο να γίνει επί του παρόντος πρόβλεψη για τους ρυθμούς ανάπτυξης του e-finance και για το μέγεθος της συμβολής των υπολογιστών, των κινητών τηλεφώνων ή της αμφίδρομης ψηφιακής τηλεόρασης στην περαιτέρω ανάπτυξή του. Η κουλτούρα και η συναλλακτική συμπεριφορά κάθε κοινωνικού συνόλου, έχει συνήθως επιδράσεις στο ρυθμό ανάπτυξης των ηλεκτρονικών χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Για παράδειγμα η μεγάλη διείσδυση των υπολογιστών και της κινητής τηλεφωνίας στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες και ιδιαίτερα στις σκανδιναβικές, σε συνδυασμό με την ανάπτυξη του λογιστικού χρήματος, έδωσαν ώθηση στις υπηρεσίες του e-finance με έμφαση στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής. Αντίθετα στις Ηνωμένες Πολιτείες ο προσανατολισμός των νοικοκυριών σε επενδύσεις μετοχικών αξιών έδωσε μεγάλη ώθηση στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής αγοραπωλησίας μετοχών και αμοιβαίων κεφαλαίων και συγκριτικά μικρότερη ώθηση στις λοιπές υπηρεσίες του e-finance. Στην ανάπτυξη των υπηρεσιών του e-finance σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν – εκτός από το ποσοστό διείσδυσης των υπολογιστών, της κινητής τηλεφωνίας και του Internet, στο κοινωνικό σύνολο κάθε χώρας - και οι υποδομές που η χώρα διαθέτει, κυρίως σε παροχή υπηρεσιών που σχετίζονται με την ανάπτυξη και χρήση του λογιστικού χρήματος. Για παράδειγμα τα διατραπεζικά συστήματα πληρωμών που έχουν αναπτυχθεί και βρίσκονται σε λειτουργία, ο βαθμός της τεχνολογικής τους εξέλιξης, η έκταση της χρήσης των διατραπεζικών και λοιπών ηλεκτρονικών συστημάτων πληρωμών, τόσο από τις τράπεζες, τους οργανισμούς κοινής ωφελείας, το δημόσιο τομέα, αλλά και από τις επιχειρήσεις των διάφορων κλάδων της οικονομίας, το υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο, το οποίο καθορίζει τους κανόνες λειτουργίας και

χρήσης των ηλεκτρονικών χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, ο βαθμός τεχνολογικού εκσυγχρονισμού των υπηρεσιών του δημόσιου τομέα, είναι βασικοί παράγοντες που μεταξύ άλλων επηρεάζουν το ρυθμό ανάπτυξης και το ποσοστό διείσδυσης του e-finance στον ενεργό πληθυσμό.

2.4 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ - ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΙ ΟΦΕΛΗ ΧΡΗΣΗΣ

Οι τράπεζες ήταν εδώ και αρκετά χρόνια από τους πρώτους οργανισμούς που χρησιμοποίησαν ηλεκτρονικά κανάλια για την επικοινωνία και τις συναλλαγές εγχώριων και διασυνοριακών πελατών τους. Με την ανάπτυξη του Internet και του περιεχομένου του παγκόσμιου ιστού (WWW - World Wide Web) κατά το δεύτερο ήμισυ της δεκαετίας του '90, οι τράπεζες αξιοποίησαν τις δυνατότητες της τεχνολογίας και άρχισαν να προσφέρουν αρκετά από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους μέσω του Διαδικτύου. Ο τρόπος αυτός παροχής των τραπεζικών υπηρεσιών είναι γνωστός με την ονομασία ηλεκτρονική τραπεζική (electronic banking, e-banking ή Internet banking) και περιλαμβάνει την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών λιανικής τραπεζικής (retail banking), τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών σε μεγάλους πελάτες και επιχειρήσεις (wholesale banking), καθώς και υπηρεσίες ηλεκτρονικών πληρωμών με τη χρήση ηλεκτρονικών καναλιών διανομής.

Η ηλεκτρονική τραπεζική, ανεξάρτητα από το αν απευθύνεται σε εγχώριους ή διασυνοριακούς πελάτες, μπορεί να κατηγοριοποιηθεί σε τρία βασικά επίπεδα παροχής υπηρεσιών⁴⁰: (i) Δικτυακοί τόποι (web sites) βασικού πληροφοριακού περιεχομένου, οι οποίοι απλώς παρέχουν πληροφορίες που αφορούν τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες διαθέσιμα στους πελάτες και το ευρύ κοινό. (ii) Web sites απλών συναλλαγών, τα οποία επιτρέπουν στους πελάτες των τραπεζών να αποστέλλουν μέσω Διαδικτύου αιτήματα για διάφορες υπηρεσίες, να πραγματοποιούν ερωτήσεις για το υπόλοιπο των τραπεζικών τους λογαριασμών και να αποστέλλουν οδηγίες προς τις τράπεζες, χωρίς να έχουν τη δυνατότητα πραγματοποίησης συναλλαγών μεταφοράς κεφαλαίων. (iii) Web sites προηγμένων συναλλαγών, τα οποία επιτρέπουν τη διενέργεια ηλεκτρονικής μεταφοράς κεφαλαίων, πληρωμής λογαριασμών και on-line πραγματοποίησης πρόσθετων προηγμένων υπηρεσιών που σχετίζονται με αρκετές από τις εφαρμογές του e-finance.

Τα web sites των περισσότερων τραπεζών μετέβησαν τα τρία αυτά στάδια - επίπεδα παροχής υπηρεσιών κατά τη διάρκεια της εξελικτικής τους πορείας και πολλές τράπεζες προσφέρουν σήμερα μέσω των δικτυακών τους τόπων μία ευρεία επιλογή από προϊόντα και υπηρεσίες, τόσο προς τις επιχειρήσεις, όσο και προς τους

⁴⁰ Π.Καρεκλή «Οι επιπτώσεις του Internet στη λειτουργία και κερδοφορία των επιχειρήσεων, Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, ειδική έκδοση για το E-Banking, Σεπτ.2003



ιδιώτες και ελεύθερους επαγγελματίες.

Λρκετές τράπεζες με διεθνείς δραστηριότητες παρέχουν επίσης προϊόντα και υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής σε διάφορες χώρες μέσω των web sites των θυγατρικών τους, οι οποίες έχουν την άδεια να δραστηριοποιούνται στην κάθε χώρα. Οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής που παρέχονται με τον τρόπο αυτό είναι απλά μία επέκταση των διεθνών δραστηριοτήτων των τραπεζών, αλλά υπόκεινται στους κανονισμούς του τραπεζικού περιβάλλοντος της κάθε χώρας. Σχετικά πρόσφατα έχουν αναπτυχθεί μοντέλα διασυνοριακής ηλεκτρονικής τραπεζικής, τα οποία καθιστούν δυνατή την εξ' αποστάσεως παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής από τραπεζικά ιδρύματα που είναι εγκατεστημένα σε μία χώρα, σε πελάτες άλλων χωρών, στις οποίες δεν διαθέτουν άδεια λειτουργίας και κατά συνέπεια δεν έχουν φυσική παρουσία.

Στα σχεδιαγράμματα που ακολουθούν περιγράφονται συνοπτικά οι περισσότερο χρησιμοποιούμενες σήμερα ηλεκτρονικές χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, που σχετίζονται με τραπεζικές, επενδυτικές και αφαλιστικές συναλλαγές. Ορισμένες από αυτές εντάσσονται στο γενικότερο πλαίσιο του e-finance, αλλά για τους σκοπούς της παρουσίασης και με βάση την πρακτική των ελληνικών τραπεζών, τις κατατάσσουμε στις ευρύτερες υπηρεσίες του electronic banking.

Τα οφέλη του E-banking αφορούν και τα δυο εμπλεκόμενα μέλη των τραπεζικών συναλλαγών, δηλαδή και τις τράπεζες και τους χρήστες αυτών των υπηρεσιών.

Τα οφέλη για την τράπεζα

Τα οφέλη για την τράπεζα είναι ποικίλα και ιδιαίτερα σημαντικά, οπότε είναι δύσκολο να αγνοηθούν. Αυτά σχετίζονται με οικονομικά ζητήματα αλλά και με τις σχέσεις που αναπτύσσει η τράπεζα με τους πελάτες της. Παρακάτω παρουσιάζουμε τα βασικά πλεονεκτήματα των εναλλακτικών καναλιών διανομής⁴¹:

- **Πρόσβαση σε νέες αγορές**

Το πρώτο από αυτά τα πλεονεκτήματα είναι η δυνατότητα πρόσβασης σε νέες

⁴¹ Νάτση Χ. «Η διαμόρφωση και λειτουργία των ηλεκτρονικών καναλιών διανομής», Σεπτ. 2003

αγορές. Το Internet είναι ένα παγκόσμιο δίκτυο με χρήστες σε όλο τον κόσμο. Τα χαρακτηριστικά του αυτά, το κάνουν ιδιαίτερα ελκυστικό για όλες τις επιχειρήσεις και φυσικά για τα τραπεζικά ιδρύματα. Η διαμόρφωση ενός καλά σχεδιασμένου site, μπορεί να δώσει στην τράπεζα την δυνατότητα μιας παγκόσμιας παρουσίας. Τα πιστωτικά ιδρύματα μπορεί να αποκτήσουν πελάτες εκτός και εντός των συνόρων της χώρα που δραστηριοποιούνται, στηριζόμενα αποκλειστικά στο εικονικό τους κατάστημα. Αυτό σημαίνει ότι δεν είναι αναγκαία η φυσική τους παρουσία, για να αποκτήσουν πελάτες σε μια τοποθεσία.

- **Δυνατότητα βελτίωσης της παρεχόμενης εξυπηρέτησης προς τους πελάτες.**

Η δυνατότητα απόκτησης νέων πελατών δίνεται όμως και μέσα από τις άλλες μορφές του remote banking. Ο πελάτης έχει την δυνατότητα να κάνει συναλλαγές μέσα από το τηλέφωνο ή μέσω ταμειολογιστικών μηχανών, χωρίς να είναι αναγκασμένος να απευθυνθεί σε κατάστημα. Αυτές όμως οι μορφές του remote banking συμβάλλουν κυρίως στην ανάπτυξη της τράπεζας σε τοπικό επίπεδο (μέσα στη χώρα). Οι πελάτες εκτός της χώρας αποκτούν πρόσβαση κυρίως μέσω του δικτύου. Όλες πάντως οι μορφές του remote banking έχουν ευεργετική επίδραση στην προσπάθεια της τράπεζας να αυξήσει τον αριθμό των πελατών της. Αυτό βέβαια προϋποθέτει την ύπαρξη ενός ικανοποιητικού επιπέδου ανάπτυξης των παραπάνω μορφών διεκπεραίωσης τραπεζικών συναλλαγών.

- **Μείωση κόστους συναλλαγών και συνεπώς οικονομικότερη ολοκλήρωση των συναλλακτικών δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων και ιδιωτών πελατών με τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα.**

Μία αναλυτικότερη εξέταση των επιμέρους υπηρεσιών, οι οποίες προσφέρονται στα πλαίσια του e-banking, του e-investment και του e-insurance δείχνει ότι η χρήση τους συμβάλλει στη μείωση του κόστους των εργασιών που σχετίζονται με τις δευτερεύουσες και υποστηρικτικές διαδικασίες της κάθε επιχείρησης, ανεξαρτήτως μεγέθους. Η μείωση του κόστους καθίσταται εφικτή, λόγω της δυνατότητας που παρέχουν οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής για κεντροποίηση και αυτοματοποίηση διάφορων εργασιών, γεγονός που οδηγεί στην τυποποίησή τους.

στον αποτελεσματικότερο έλεγχο ολοκλήρωσής τους, στην ταχύτερη εκτέλεσή τους και στην ταυτόχρονη κατάργηση χρονοβόρων και κοστοβόρων ενεργειών, οι οποίες συνήθως απασχολούν ανθρώπινους αλλά και υλικούς πόρους. Με τον τρόπο αυτό είναι δυνατός ο επαναπροσδιορισμός του αριθμού του προσωπικού που είναι απαραίτητος για την ολοκλήρωση των εργασιών αυτών, καθώς και η εξοικονόμηση υλικών πόρων. Οι έρευνες που έχουν γίνει, αποτελούν έρεισμα των υποστηρικτών της συνεχούς βελτίωσης των ηλεκτρονικών υπηρεσιών. Ειδικότερα στο Ηνωμένο Βασίλειο οι έρευνες δείχνουν ότι το κόστος μιας συναλλαγής στο κατάστημα είναι 0,64 αγγλικές λίρες, από το τηλέφωνο είναι 0,32, το κόστος συναλλαγής στο ATM είναι 0,27 και τέλος στο Internet περιορίζεται στα 0,05. Οι αντίστοιχες έρευνες στις ΗΠΑ έχουν δείξει ότι το κόστος συναλλαγής στο γκισέ είναι 1,07, στο τηλέφωνο 0,535 και στο Internet μόνο 0,10⁴².

Το ίδιο ακριβώς ισχύει και για πολλές από τις δραστηριότητες των ιδιωτών και ελεύθερων επαγγελματιών που έχουν σχέση με τις τραπεζικές, επενδυτικές και ασφαλιστικές τους συναλλαγές, αλλά και με τις υποχρεώσεις τους για πληρωμές τρίτων.

Επιπλέον άλλες μελέτες έχουν δείξει ότι οι χρήστες αυτών των νέων υπηρεσιών έχουν κάποια κοινά χαρακτηριστικά. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για αυτούς που διεκπεραιώνουν τις συναλλαγές τους μέσω Internet. Το υψηλό μορφωτικό επίπεδο είναι ένα βασικό χαρακτηριστικό. Στα παραπάνω πρέπει να προσθέσουμε το γεγονός ότι τα νέα αυτά μέσα έχουν απήχηση στις νέες ηλικίες. Η γενιά που έχει μεγαλώσει με τα ηλεκτρονικά μέσα τα εμπιστεύεται και τα χρησιμοποιεί περισσότερο. Αυτοί όμως θα αποτελέσουν στο προσεχές μέλλον μια από τις σημαντικότερες ομάδες πελατών της τράπεζας.

Τα οφέλη για τον πελάτη

Οι πελάτες της τράπεζας είναι ιδιαίτερα ευνοημένοι από την ανάπτυξη του e-banking. Η ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών τους παρέχει ένα πλήθος πλεονεκτημάτων σε σύγκριση με τα παραδοσιακά καταστήματα. Τα βασικά οφέλη των πελατών από την ανάπτυξη των νέων καναλιών διανομής είναι τα παρακάτω:

⁴² Ernst & Young, May 2003

- **Ταχύτητα στη διενέργεια και ολοκλήρωση των συναλλαγών σε σχέση με τους παραδοσιακούς τρόπους (τραπεζικές συναλλαγές μέσω δικτύου καταστημάτων)**

Το πρώτο από τα οφέλη είναι ότι οι πελάτες έχουν την δυνατότητα να διεκπεραιώσουν μόνοι τους τις τραπεζικές εργασίες. Αυτό σημαίνει ότι δεν χρειάζεται να αναμένουν την σειρά τους για να εξυπηρετηθούν από το ταμεία. Οι εναλλακτικές που τους παρέχονται είναι πολλές. Έχουν την δυνατότητα να κάνουν τις συναλλαγές τους μέσω του ATM ή μέσω Internet από το σπίτι ή την εργασία τους. Ένα επομένως πλεονέκτημα που τους προσφέρει η τεχνολογική πρόοδος είναι η εξοικονόμηση χρόνου. Ο χρόνος είναι ένα από τα σημαντικότερα άνλα αγαθά κάθε ανθρώπου. Ο σημερινός εργαζόμενος έχει ιδιαίτερα περιορισμένο το συγκεκριμένο αγαθό. Οπότε αυτό αποτελεί ένα ισχυρό κίνητρο χρήσης των νέων καναλιών διανομής. Όσον δε αφορά το Internet Banking, αυτό πλεονεκτεί και σε σχέση με τα υπόλοιπα εναλλακτικά κανάλια διανομής των υπηρεσιών (συναλλαγές μέσω τηλεφώνου - phone banking, συναλλαγές μέσω αυτόματων ταμειολογιστικών μηχανών - ATM κ.λπ.).

- **Ευκολία χρήσης και διαθεσιμότητα των υπηρεσιών σε 24ωρη βάση, 7 ημέρες την εβδομάδα, 365 ημέρες το χρόνο.**
- **Δυνατότητα πρόσβασης στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες της τράπεζας, ανεξάρτητη από την τοποθεσία στην οποία βρίσκεται ο χρήστης (από το σπίτι, το γραφείο, το εξωτερικό), εν γένει από οποιοδήποτε σημείο υπάρχει σταθερή πρόσβαση στο Internet, ακόμα και στην περίπτωση που ο χρήστης βρίσκεται εν κινήσει και χρησιμοποιεί το κινητό του για να έχει πρόσβαση.**

Ο πελάτης έχει την δυνατότητα επιλογής στον τρόπο διεκπεραίωσης των συναλλαγών. Επίσης μπορεί να τις διεξάγει σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή επιθυμεί και από οποιαδήποτε τοποθεσία, οπότε αποκτάει μεγαλύτερη ευελιξία. Η δυνατότητα 24ωρης εξυπηρέτησης και η αποτελεσματική και ποιοτική κάλυψη των αναγκών του πελάτη είναι σημαντικά για όλους τους ανθρώπους. Η αναβάθμιση της επικοινωνίας με την τράπεζα, είναι το τελικό αποτέλεσμα όλων των παραπάνω.

- Ειδικά το Internet Banking παρέχει υψηλό επίπεδο ασφάλειας συναλλαγών, καλύτερο από οποιοδήποτε επίπεδο ασφάλειας παρέχουν σήμερα οι παραδοσιακοί και εναλλακτικοί τρόποι διενέργειας συναλλαγών (βλέπε κατάστημα, τηλέφωνο, ATM κ.λ.π.).
- Αποδοτικότερη διαχείριση των πάσης φύσεως συναλλαγών του χρήστη (πληροφοριακών, επενδυτικών, δανειακών, πληρωμών κ.λπ.).

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.

- Πρόσβαση σε ένα ευρύ φάσμα πληροφοριών, το οποίο καλύπτει τις ποικίλες ανάγκες των τραπεζικών πελατών, τόσο των ιδιωτών, όσο και των ελεύθερων επαγγελματιών και των επιχειρήσεων ανεξαρτήτως μεγέθους και κλάδου της οικονομίας, στον οποίο δραστηριοποιούνται.
- Ποιοτική βελτίωση υπηρεσιών

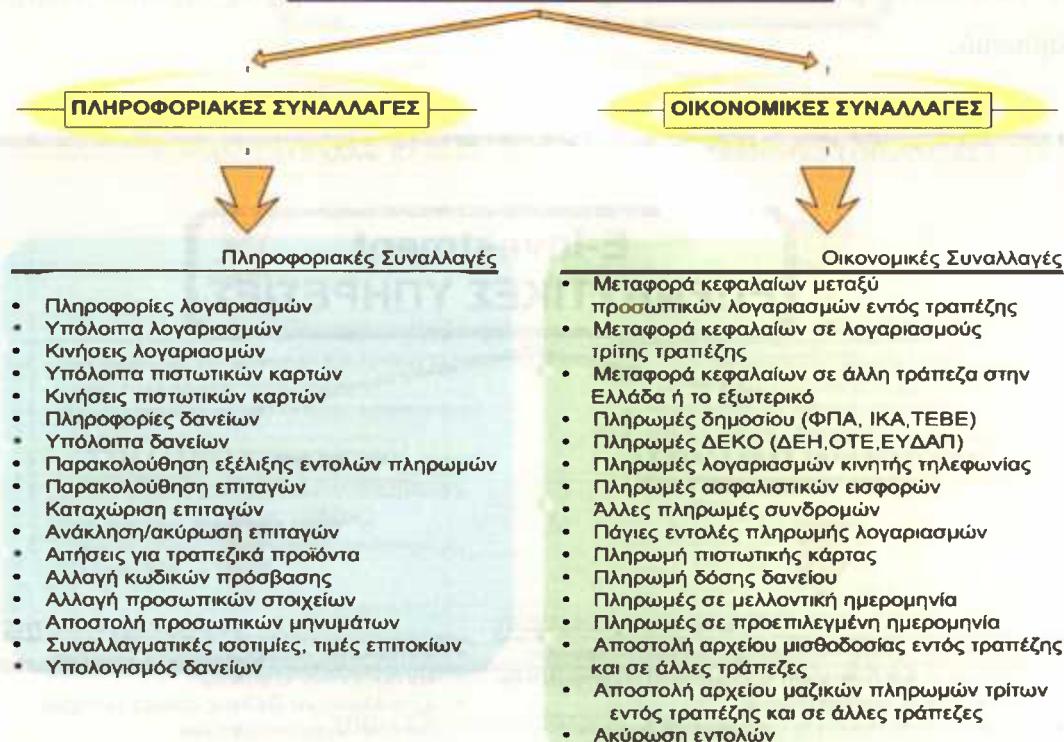
Τα τελευταία χρόνια ο πελάτης παρακολουθεί μια συνεχή βελτίωση των τραπεζικών υπηρεσιών προς όφελός του. Ο ανταγωνισμός μεταξύ των τραπεζικών ιδρυμάτων είναι έντονος. Η παροχή μας ολοκληρωμένης εικόνας των τραπεζικών καταθέσεων του πελάτη και των κινήσεων που γίνονται σε αυτές, είναι βασική προτεραιότητα των τραπεζικών ιδρυμάτων. Στην Ευρώπη γίνονται προσπάθειες να γίνουν οι παραπάνω υπηρεσίες πιο προσωποποιημένες. Επίσης γίνεται προσπάθεια για παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών προς επιχειρήσεις. Αυτό γίνεται κυρίως με τον εμπλουτισμό των υπηρεσιών που προσφέρουν, ώστε να περιλαμβάνονται και κάποιες που είναι ιδιαίτερα σημαντικές για τις εταιρίες, όπως είναι η αναλυτική κίνηση σχετικά με τις επιταγές τους.

Όλα δείχνουν μια συνεχή προσπάθεια των τραπεζικών ιδρυμάτων να προσαρμόσουν τις παρεχόμενες ηλεκτρονικές υπηρεσίες στις ανάγκες του πελάτη. Αυτή την τάση ακολουθεί και η ελληνική τραπεζική αγορά. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι υπηρεσίες που προσφέρονται μέσα από το ATM. Τα

τελευταία έτη οι διαδικασίες που μπορούν να γίνουν μέσω ATM έχουν παρουσιάσει μια αυξητική τάση. Όλα αυτά στα οποία αναφερθήκαμε παραπάνω δείχνουν την επικέντρωση της προσοχής των τραπεζών στις ανάγκες των πελατών τους και στην όσο το δυνατόν καλύτερη εξυπηρέτησή τους.

Για να γίνουν περισσότερο κατανοητά τα πιο πάνω οφέλη παραθέτονται σχηματικά στη συνέχεια αντιπροσωπευτικές, μέσω Internet, υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής και οι χρήσεις-εφαρμογές τους σε υποστηρικτικές δραστηριότητες της αλυσίδας αξίας (βλέπε οικονομικές υπηρεσίες/λογιστήριο, διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού, διοικητικές υπηρεσίες, υπηρεσίες προμηθειών κ.λπ.):

E-Banking ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

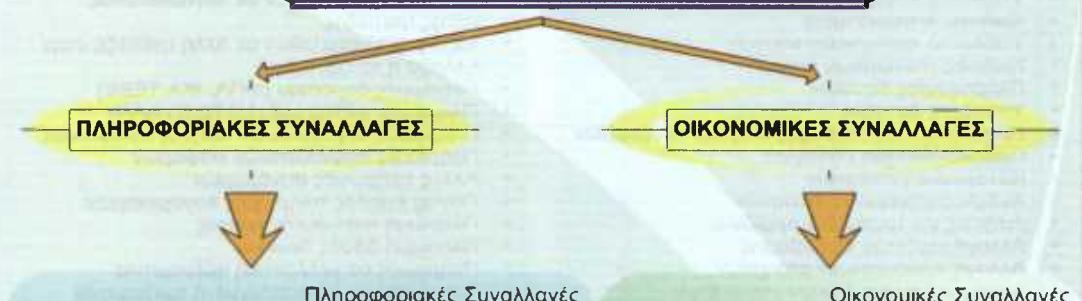


Σχήμα VII- Τραπεζικές υπηρεσίες e-banking

Μια απλή παρατήρηση όλων των υπηρεσιών που παρέχονται σήμερα από τις τράπεζες μέσω Internet και των δυνατοτήτων που προσφέρουν για ταχύτερες, ασφαλέστερες, ποιοτικότερες και οικονομικότερες συναλλαγές, οδηγούν στο ασφαλές συμπέρασμα, ότι η χρήση του Internet και των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι απαραίτητη για κάθε επιχείρηση, ελεύθερο επαγγελματία αλλά και σύγχρονο πολίτη της σημερινής κοινωνίας. Οι ρυθμοί αύξησης της χρήσης των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής τα τελευταία χρόνια, συνηγορούν προς την

κατεύθυνση αυτή. Δεδομένων των διάφορων έργων που βρίσκονται σε εξέλιξη στα πλαίσια της Κοινωνίας της Πληροφορίας και τα οποία αφορούν τις μέσω Internet συναλλαγές του πολίτη με τη δημόσια διοίκηση, προβλέπεται περαιτέρω διείσδυση του νέου αυτού μέσου και των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής στον ενεργό πληθυσμό.

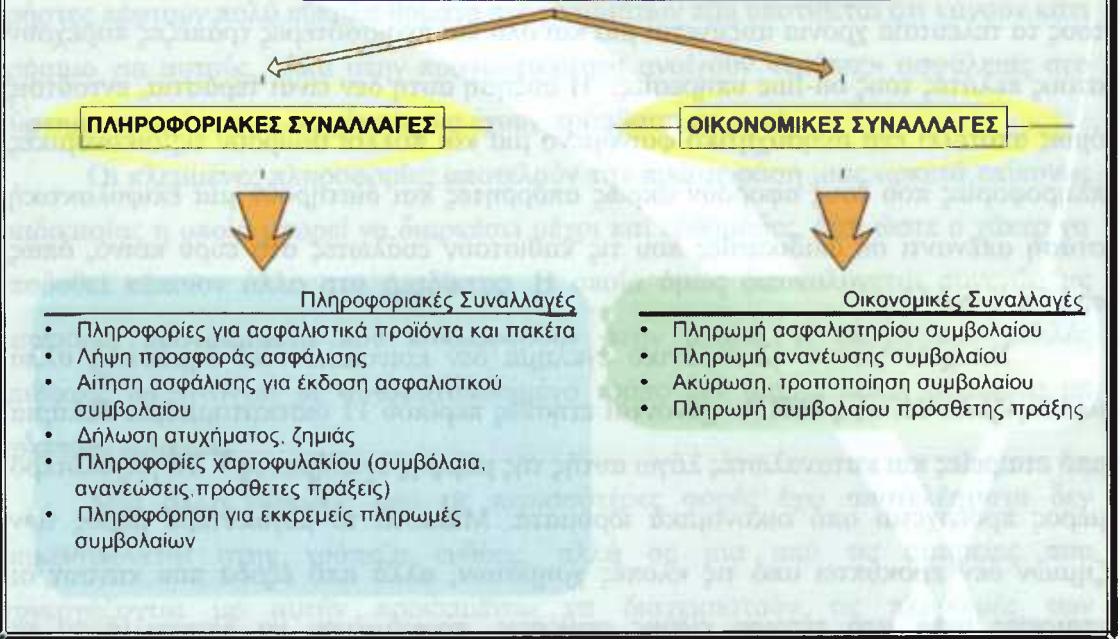
E-Investment ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ



- Οικονομικές αναλύσεις εταιριών, αναλύσεις αγορών
- Δημιουργία και διαχείριση προσωπικού χαρτοφυλακίου και εικονικών χαρτοφυλακίων
- On-line παρακολούθηση συνεδρίασης αγορών
- Δυναμικά αναλυτικά στατιστικά στοιχεία συνεδρίασης αγορών
- Δυναμικά αναλυτικά στοιχεία μετοχών, παραγώγων, αρμοιβαίων κεφαλαίων
- Ημερήσιο δελτίο τιμών ομολόγων ελληνικού Δημοσίου
- Δελτίο τιμών εμπορευμάτων
- Διεθνείς δείκτες
- Ημερήσιο και ιστορικό γράφημα μετοχών και δεικτών
- Συγκριτικά γραφήματα επενδυτικών προϊόντων
- Δυναμική διαμόρφωση θέσης / αποτίμησης προσωπικού χαρτοφυλακίου
- Παρακολούθηση εξέλιξης εντολών αγοράς/πώλησης αξιών
- Αίτηση συμμετοχής σε δημόσιες εγγραφές
- Αναζήτηση και εκτύπωση πινακιδών εντολών
- Ιστορικές κινήσεις συναλλαγών
- Παρακολούθηση χρηματικής θέσης, λογαριασμών μετρητών, παραγώγων, margin
- Alerts- μηνύματα ειδοποίησης

- Συναλλαγές αγοράς/πώλησης μετοχών και αρμοιβαίων κεφαλαίων
- Συναλλαγές σε διεθνείς αγορές μετοχών ομολόγων, εμπορευμάτων
- Συναλλαγές σε διεθνείς αγορές συμβολαίων μελλοντικής εκπλήρωσης
- Συναλλαγές σε διεθνείς αγορές παραγώγων
- Συναλλαγές σε διεθνείς αγορές κεφαλαίων
- Συμμετοχή σε δημόσιες εγγραφές
- Δημιουργία διαθεσίμων για αγορές αξιών
- Τροποποίηση, ακύρωση εντολών

E-Insurance ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ



Σχήμα ΙΧ-Ασφαλιστικές Υπηρεσίες

Internet Banking

Αν και οι ηλεκτρονικές επιθέσεις δεν αποτελούν νέο φαινόμενο, η συχνότητά τους τα τελευταία χρόνια αυξάνεται μια και όλο και περισσότερες τράπεζες παρέχουν στους πελάτες τους on-line υπηρεσίες. Η αύξηση αυτή δεν είναι τεράστια, εντούτοις όμως αποτελεί ένα ανησυχητικό φαινόμενο μια και πολλοί θεωρούν τις οικονομικές πληροφορίες που τους αφορούν άκρως απόρρητες και διατηρούν μια επιφυλακτική στάση απέναντι σε διαδικασίες που τις καθιστούν ευάλωτες στο ευρύ κοινό, όπως είναι το e-banking.

Στοιχεία για το ηλεκτρονικό έγκλημα δεν κοινοποιούνται δημοσίως, αλλά υπολογίζεται ότι στις Η.Π.Α. χάνονται ετησίως περίπου 11 δισεκατομμύρια δολάρια από εταιρείες και καταναλωτές λόγω αυτής της μορφής εγκλήματος.⁴³ Το μεγαλύτερο μέρος προέρχεται από οικονομικά ιδρύματα. Μάλιστα το μεγαλύτερο μέρος των ζημιών δεν προκύπτει από τις κλοπές χρημάτων, αλλά από έξοδα που κάνουν οι εταιρείες μετά από τέτοιου είδους επιθέσεις, προκειμένου να διασφαλίσουν τα συστήματά τους ώστε να μην ξανασυμβούν. Ειδικοί σε θέματα ασφάλειας έχουν υπολογίσει ότι μια τράπεζα μπορεί να ξοδέψει μέχρι και 1 εκατομμύριο δολάρια σε εξοπλισμό και συμβούλους ασφάλειας προκειμένου να διορθώσει τις ατέλειες και να κλείσει τις «τρύπες» στο σύστημά της.

Το πρόβλημα πάντως δεν προβάλλεται στις πλήρεις του διαστάσεις για ευνόητους λόγους. Οι μεγαλύτερες και εντυπωσιακότερες επιθέσεις είναι αυτές που θα δοθούν στη δημοσιότητα, οι υπόλοιπες και περισσότερες, κρατούνται κρυφές. Οι επίδοξοι εισβολείς έχουν πολλούς τρόπους πάντως να επιτύχουν τους σκοπούς τους. Παρά τις οποιεσδήποτε τεχνικές αδυναμίες των συστημάτων για online banking, οι μεγαλύτεροι κίνδυνοι προέρχονται από τον ανθρώπινο παράγοντα. Έρευνες που έχουν γίνει από ειδικούς σε θέματα ασφάλειας αποδεικνύουν ότι στις περισσότερες περιπτώσεις επιθέσεων, οι εισβολείς είχαν την εκούσια ή ακούσια βοήθεια και κάποιου που εργαζόταν στην τράπεζα.

Και χωρίς τη βοήθεια εκ των έσω, πάντως, οι εισβολείς μπορούν να εκμεταλλευτούν την πρόσβαση που έχουν οι πελάτες της τράπεζας από το σπίτι τους,

⁴³ «Η-επιχειρείν: Κίνδυνοι του e-banking», 7 Μαρτίου 2005
<http://go-online.gr>



οι περισσότεροι από τους οποίους δεν χρησιμοποιούν λογισμικό για ασφάλεια. Οι άνθρωποι αυτοί αποτελούν τους πιο προκλητικούς στόχους, μια και δεν έχουν συνείδηση του μεγέθους της ζημιάς που μπορούν να κάνουν ανοίγοντας απλά μια επισύναψη στο ηλεκτρονικό τους ταχυδρομείο ή ακολουθώντας ένα link. Οι απλοί χρήστες πέφτουν πολύ εύκολα θύματα προγραμμάτων που υποτίθεται ότι κάνουν κάτι χρήσιμο για αυτούς, αλλά στην πραγματικότητα ανοίγουν «τρύπες» ασφάλειας στο σύστημα επιτρέποντας σε χάκερς, να έχουν πρόσβαση σε αυτό.

Οι κλεμμένες πληροφορίες αποτελούν την πρώτη φάση μιας αρκετά επίπονης διαδικασίας η οποία μπορεί να διαρκέσει μέχρι και εβδομάδες, έτσι ώστε ο χάκερ να υποδυθεί κάποιον άλλο στο Διαδίκτυο. Η οποία όμως διευκολύνεται συνεχώς με καινούρια προγράμματα που κυκλοφορούν στην αγορά. Η εποχή που πολλές επιθέσεις θα γίνονται με αυτοματοποιημένο τρόπο δεν απέχει πολύ, σύμφωνα με αρκετούς ειδικούς.

Μια άλλη μέθοδος που τις περισσότερες φορές έχει αποτελέσματα δεν επικεντρώνεται στην τράπεζα ευθέως, αλλά σε μια από τις εταιρείες που συνεργάζονται με αυτήν προκειμένου να διαχειριστούν τις πληρωμές των λογαριασμών και τις συναλλαγές με τους πελάτες της. Σε πολλές περιπτώσεις οι τράπεζες επιτρέπουν στις εταιρείες αυτές να διαχειρίζονται ολόκληρο το δίκτυο τους. Σε αυτήν την περίπτωση, ο εισβολέας θα πρέπει να μελετήσει τον τρόπο με τον οποίο οι εταιρείες επεξεργάζονται τις πληρωμές και μεταφέρουν τα χρήματα. Μόλις βρεθεί μια αδυναμία κάνουν την κίνησή τους. Να σημειωθεί, πάντως, πως η πρακτική αυτή, η διαχείριση δηλαδή τραπεζικού δικτύου από εταιρικό πελάτη, δεν συνηθίζεται στην Ελλάδα.

Ένας άλλος τρόπος είναι να χτυπήσουν τις μικρές, τοπικές τράπεζες οι οποίες μπήκαν στον τομέα του e-banking εσπευσμένα προκειμένου να διατηρήσουν τον ανταγωνισμό με τις μεγαλύτερες τράπεζες. Δυστυχώς όμως λόγω αυτής της βιασύνης, οι τράπεζες αφήνουν πολλές «τρύπες» στα συστήματά τους, κάτι που οι επίδοξοι εισβολείς εκμεταλλεύονται πολύ εύκολα. Οι ειδικοί μας πληροφορούν ότι κλοπές ποσών από 5 μέχρι 10 χιλιάδες δολαρίων μπορούν να πραγματοποιηθούν σε χρονικό διάστημα μερικών εβδομάδων. Για ποσά μέχρι και 1 εκατομμυρίου δολαρίων χρειάζονται 4 μέχρι και 6 μήνες.⁴⁴

⁴⁴ «E-banking και διαδικτυακό έγκλημα»
<http://go-online.gr>

Παρά τις εξελιγμένες μεθόδους για τη διασφάλιση των τραπεζικών συναλλαγών, η συχνότητα των ηλεκτρονικών επιθέσεων αυξάνεται τα τελευταία χρόνια. Η αύξηση αυτή προκαλεί ανησυχία στους ειδικούς, καθώς διακυβεύονται τεράστια ποσά, ειδικά στις περιπτώσεις κατά τις οποίες θύματα απάτης γίνονται επιχειρήσεις. Το θετικό βέβαια για την ελληνική αγορά είναι ότι μέχρι σήμερα δεν έχουν δει το φως της δημοσιότητας περιπτώσεις απάτης στον τομέα του ελληνικού e-banking. Αυτό όμως δεν σημαίνει ότι πρέπει η υπεύθυνοι του χώρου να εφησυχάζουν, καθώς απαιτείται συνεχής προσοχή και επαγρύπνηση.

Περιπτώσεις ηλεκτρονικών επιθέσεων σε τράπεζες

ΤΡΑΠΕΖΑ	ΠΕΡΙΣΤΑΤΙΚΟ
Citibank 1994 	Ο Ρώσος χάκερ Βλαντιμίρ Λέβιν απέσπασε πόσο από λογαριασμούς της Citibank που υπολογίστηκε ότι ανερχόταν στα 10 εκ. \$. Απέκτησε πρόσβαση στα δίκτυα της τράπεζας από την Αγία Πετρούπολη στη Ρωσία. Χρησιμοποίησε κλεμμένους κωδικούς και passwords από πελάτες της τράπεζας και μετέφερε ποσά στο λογαριασμό του. Η τράπεζα ανέκτησε όλο το ποσό εκτός από 400.000 \$
Barclays Bank 2000	Ένα ελάττωμα στο λογισμικό του συστήματος της τράπεζας επέτρεπε στους πελάτες της να βλέπουν τις λεπτομέρειες των λογαριασμών των υπόλοιπων πελατών. Η τράπεζα έκλεισε το σύστημα μόλις ανακάλυψε το πρόβλημα.
ABN AMRO 2000 	Ένα ολλανδικό τηλεοπτικό πρόγραμμα αποκάλυψε πως χάκερς, έκλεβαν σημαντικές πληροφορίες των πελατών της τράπεζας. Οι χάκερς έστελναν στους πελάτες της τράπεζας μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που υποτίθεται ότι προέρχονταν από την τράπεζα. Τα mails αυτά εγκαθιστούσαν στους υπολογιστές των πελατών προγράμματα τα οποία επέτρεπαν στους χάκερς να έχουν πρόσβαση σε κρίσιμες πληροφορίες των λογαριασμών τους και με αυτόν τον τρόπο να μεταφέρουν χρήματα από αυτούς. Η τράπεζα διένειμε καινούριες εκδόσεις του λογισμικού της.
Nara Bank, Western Union, Central National Bank, Waco (Texas) κ.α. 2001	Αμερικανοί εισαγγελείς κατηγόρησαν δύο Ρώσους για ηλεκτρονικά εγκλήματα που σχετίζονταν με μια σειρά επιθέσεων σε δίκτυα τραπεζών και άλλων εταιρειών. Οι δύο χάκερς, εισέβαλαν στα συστήματα των εταιρειών, έκλεψαν πολύτιμες πληροφορίες και κατόπιν εμφανίζονταν στις εταιρείες ως σύμβουλοι ασφάλειας και προσέφεραν τις υπηρεσίες τους για να διορθωθούν τα σφάλματα.

Πίνακας III - ηλεκτρονικές επιθέσεις

Πηγή: <http://www.go-online.gr>



Πιστωτικές κάρτες και Internet

Παρά το γεγονός ότι οι κάρτες είναι ο πλέον προφανής και εύκολος τρόπος για τη διεκπεραίωση των πληρωμών, δεν είναι και ο ασφαλέστερος -κάθε άλλο. Η μόνη διασφάλιση του δικαιούχου είναι ότι η κάρτα μπορεί να χρεωθεί, δηλαδή δεν είναι κλεμμένη ή χαμένη, έχει επαρκές όριο χρέωσης και η εκδότρια τράπεζα επιτρέπει στον κάτοχό της να τη χρησιμοποιεί. Οι κυριότεροι κίνδυνοι που υπάρχουν κατά τη χρήση πιστωτικών καρτών είναι οι εξής⁴⁵:

Κλοπή ταυτότητας (*identity theft*)

Είναι η πλέον συνηθισμένη απάτη στο Internet και συνίσταται στην προσποίηση από το χρήστη ότι πρόκειται για άλλο άτομο. Στην περίπτωση αυτή ο δικαιούχος της πληρωμής δείχνει "τυφλή" εμπιστοσύνη στον υποτιθέμενο κάτοχο της κάρτας - καθώς δεν μπορεί να κάνει διαφορετικά και παρέχει την υπηρεσία ή αποστέλλει τα προϊόντα. Προσωρινά πιστώνεται με το ποσό που πληρώθηκε από τον πελάτη. Αν όμως η κάρτα δεν ανήκε πράγματι στον πληρωτή, η συναλλαγή θα αμφισβητηθεί από τον πραγματικό κάτοχο της κάρτας και ο δικαιούχος θα αναγκαστεί να επιστρέψει το ποσό, προκειμένου αυτό να πιστωθεί στην κάρτα του πραγματικού κατόχου.

Είναι σαφές ότι αυτός που αντιμετωπίζει το πρόβλημα δεν είναι ο καταναλωτής/κάτοχος της κάρτας αλλά ο δικαιούχος που κινδυνεύει να μην πληρωθεί ποτέ, ενώ στο μεταξύ έχει στείλει τα προϊόντα ή, το συνηθέστερο, έχει ήδη παράσχει την υπηρεσία.

"Υποπτα" web sites

Προκειμένου να υποκλέψουν στοιχεία καρτών, πολλά sites ευαγγελίζονται εξαιρετικά δελεαστικές παροχές μόνο και μόνο για να εξωθήσουν τους επισκέπτες να καταχωρίσουν τα στοιχεία των καρτών τους. Στη συνέχεια χρησιμοποιούντα στοιχεία αυτά για να χρεώσουν τις κάρτες των ανυποψίαστων κατόχων σε άλλα web sites.

Ο μόνος τρόπος για να αποφευχθεί αυτό το πρόβλημα είναι η δέουσα προσοχή εκ μέρους των κατόχων καρτών, οι οποίοι πρέπει να αντιμετωπίζουν τα web sites με τον ίδιο τρόπο που αντιμετωπίζουν και τα φυσικά καταστήματα.

⁴⁵ Σ. Συρμακέζη «Όλα όσα θα θέλατε να μάθετε για τις ηλεκτρονικές πληρωμές» Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, ειδική έκδοση για το e-banking, Σεπτ. 2003



Μαζική υποκλοπή στοιχείων καρτών

Αν το web site στο οποίο καταχωρίζονται τα στοιχεία των πιστωτικών καρτών τα αποθηκεύει, υπάρχει ο κίνδυνος υποκλοπής του συνόλου των στοιχείων. Αυτός είναι και ο λόγος που, είτε δεν πρέπει να αποθηκεύονται τα εν λόγω στοιχεία είτε πρέπει να τηρούνται αυστηρά τα μέτρα για την ασφαλή διατήρησή τους.

Αν η υποκλοπή γίνει γνωστή, τότε οι οργανισμοί καρτών ενημερώνουν τις εκδότριες τράπεζες, ώστε αυτές, με τη σειρά τους, να ενημερώσουν τους κατόχους καρτών, να ακυρώσουν τις κάρτες τους και να εκδώσουν νέες στη θέση τους.

ATM

Με αφορμή την αύξηση των κρουσμάτων απάτης σε μηχανήματα ATM⁴⁶, πραγματοποιήθηκε συνάντηση στις 11 Σεπτεμβρίου 2003 με τη συμμετοχή αρμόδιων στελεχών των τραπεζών και αντικείμενο τη διερεύνηση ζητημάτων για την ασφάλεια των συναλλαγών στα ATM και τη λήψη αποφάσεων για την αντιμετώπιση του προβλήματος. Μετά από σχετική απόφαση εκδόθηκε δελτίο τύπου συγκεκριμένες οδηγίες, τις οποίες οφείλουν να ακολουθούν οι συναλλασσόμενοι για την ασφάλεια των συναλλαγών στα ATM. Οι μορφές απάτης στα ATM είναι πολλές και συνεχώς εμφανίζονται νέοι τρόποι εξαπάτησης του κοινού, θέτοντας σε κίνδυνο την επιτυχημένη έως τώρα λειτουργία των συγκεκριμένων μηχανημάτων.

Είδη απάτης στα ATM

Οι απάτες στα ATM είναι ένα φαινόμενο που παρουσιάζει έξαρση τα τελευταία χρόνια παγκοσμίως, καθώς έχουν καταγραφεί πολυάριθμα περιστατικά διαφορετικών ως προς τη μεθοδολογία παραβιάσεων της ασφάλειας των μηχανημάτων, οι κυριότεροι από τους οποίους είναι:⁴⁶

- **Lebanese Loop / Fishing**
- **Μικροκάμερα & Skimming Device**
- **Μηχανισμός φραγής εξόδου χρημάτων**
- **Fake Keyboard / Access Control / ATM**
- **Κλοπή μονάδας ATM**

^{46,46} 9th E-banking forum 6-7 May 2004 “ATM Fraud”

2.6 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

Internet Banking

Η διασφάλιση του απορρήτου των ηλεκτρονικών συναλλαγών αποτελεί πρωταρχικό στόχο για κάθε τράπεζα και οι επενδύσεις σε αυτόν τον τομέα υπήρξαν και συνεχίζουν να είναι πολύ σημαντικές. Παράλληλα παρατηρείται μια διστακτικότητα από πλευράς κοινής γνώμης στη χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών, με κύρια αιτία την άγνοια σε θέματα ασφαλείας. Το σίγουρο είναι πως, για να επιτευχθεί ο στόχος και να αντιμετωπιστούν οποιεσδήποτε πιθανές απειλές, η συνεργασία τραπεζών και χρηστών είναι απαραίτητη.

Οι τράπεζες επικεντρώνουν τις προσπάθειές τους στη διασφάλιση της συναλλαγής με τον τελικό χρήστη, σε όλα τα στάδια που περιλαμβάνονται μέχρι την επιτυχή ολοκλήρωσή της. Απαραίτητη είναι η ταυτοποίηση της ίδιας της τράπεζας, του τελικού χρήστη, αλλά και η διασφάλιση του απόρρητου της «συνομιλίας» τους. Επίσης υπάρχουν και κάποιες επιπρόσθετες δικλείδες ασφαλείας, που ενισχύουν περαιτέρω τις προσπάθειες των τραπεζών στην αντιμετώπιση εξωτερικών απειλών.

I. Ταυτοποίηση τράπεζας

Κάθε τράπεζα επιλέγει έναν αναγνωρισμένο παροχέα (Third Trusted Party), ο οποίος να είναι σε θέση να πιστοποιήσει την ταυτότητά της στο Διαδίκτυο. Ένα παράδειγμα παροχέα τέτοιου είδους πιστοποίησης, ιδιαίτερα γνωστό στο ευρύ κοινό, είναι η εταιρεία VeriSign⁴⁷. Για τον τελικό χρήστη αυτό μπορεί εύκολα να αναγνωριστεί από την εμφάνιση ενός μικρού εικονιδίου με μορφή λουκέτου συνήθως στο κάτω μέρος των συγκεκριμένων ιστοσελίδων, μέσω του οποίου ο χρήστης μπορεί να επιβεβαιώσει ότι βρίσκεται στο σωστό προορισμό.

II Ταυτοποίηση χρήστη

Όπως ακριβώς το ATM επιτρέπει μια συναλλαγή μέσω της κάρτας και ενός κωδικού, έτσι και το e-banking απαιτεί την ταυτοποίηση του χρήστη, πριν του

⁴⁷ Δ. Μαυρογιάννη «Ασφάλεια Ηλεκτρονικών Συναλλαγών»
Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, ειδική έκδοση για το e-banking, Σεπτ 2003

επιτρέψει την πρόσβαση στους λογαριασμούς του. Για την ταυτοποίηση των χρηστών e-banking, οι τράπεζες ακολουθούν μια κοινή πρακτική, χρησιμοποιώντας τον προσωπικό κωδικό χρήστη (username) σε συνδυασμό με ένα επίσης προσωπικό μυστικό κωδικό (password). Ο χρήστης πρέπει να παραλαμβάνει τους δύο προσωπικούς του κωδικούς ξεχωριστά. Κοινή πρακτική αποτελεί επίσης οι προσωπικοί κωδικοί να μπλοκάρονται μετά από κάποιες λανθασμένες προσπάθειες εισαγωγής του χρήστη, καθώς οι συνεχείς λανθασμένες προσπάθειες θεωρούνται ύποπτες.

Για την περαιτέρω διασφάλιση των χρηστών, ορισμένες τράπεζες έχουν προχωρήσει σε ένα επιπλέον επίπεδο ασφάλειας, με πρόσθετους κωδικούς, αριθμούς εξουσιοδότησης συναλλαγής (TAN) και ψηφιακά πιστοποιητικά. Οι αριθμοί TAN (Transaction Authorization Number) είναι αριθμοί που απαιτούνται για την πραγματοποίηση μιας συναλλαγής, δημιουργούνται από την τράπεζα, δένονται με τον κωδικό του χρήστη και εισάγονται κατά τη διαδικασία της συναλλαγής⁴⁸. Το ψηφιακό πιστοποιητικό (digital certificate) αποτελεί το μέσο που παρέχει τη δυνατότητα στον κάτοχό του να υπογράφει ψηφιακά όλες τις ηλεκτρονικές συναλλαγές που εκτελεί μέσα από το e-banking. Το πιστοποιητικό, όταν εγκατασταθεί σε κάποιον υπολογιστή, προσφέρει τη δυνατότητα ταυτοποίησης του χρήστη και επιτρέπει συναλλαγές και μεταφορές χρημάτων μεταξύ λογαριασμών μόνο από το συγκεκριμένο χρήστη. Τα επιπλέον επίπεδα ασφάλειας απαιτούνται συνήθως σε συναλλαγές που περιλαμβάνουν μεταφορές χρηματικών ποσών και όχι για συναλλαγές ενημερωτικού χαρακτήρα. Η φιλοσοφία είναι παρόμοια με αυτήν που ακολουθείται στα γκισέ των τραπεζών, όπου ο υπάλληλος απαιτεί από τον πελάτη την επίδειξη της ταυτότητάς του, όταν αυτός ζητήσει τη μεταφορά χρημάτων.

III. Εξασφάλιση της μεταφοράς δεδομένων

Μια επιπρόσθετη δικλείδα ασφαλείας, με την οποία εξασφαλίζεται το απόρρητο κατά τη μεταφορά των δεδομένων, είναι η κρυπτογράφησή τους. Το πρωτόκολλο επικοινωνίας SSL (Secure Sockets Layer) μαζί με την κρυπτογράφηση στα 128bit εξασφαλίζει την ασφάλεια των συναλλαγών μέσω Διαδικτύου. Η

⁴⁸ Δ. Μαυρογιάννη «Ασφάλεια Ηλεκτρονικών Συναλλαγών»
Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, ειδική έκδοση για το e-banking, Σεπτ 2003

κρυπτογράφηση με 128bit σημαίνει ότι υπάρχουν 2128 πιθανά κλειδιά που χρησιμοποιούνται για την κρυπτογράφηση των μηνυμάτων από τον Internet Explorer στον server της τράπεζας. Για αυτόν το λόγο η κρυπτογράφηση στα 128bit θεωρείται πρακτικά αδύνατο να παραβιαστεί.⁴⁹ Ο χρήστης μπορεί να αναγνωρίσει εάν η σελίδα στην οποία βρίσκεται είναι ασφαλής, καθώς το πρωτόκολλο που εμφανίζεται με τη διεύθυνση της τράπεζας μετατρέπεται από "http" σε "https" και εμφανίζεται παράλληλα και το χαρακτηριστικό εικονίδιο με το λουκέτο στο κάτω μέρος της σελίδας.

IV. Ελεγχόμενη πρόσβαση στα συστήματα της τράπεζας



Η πρόσβαση στα συστήματα των περισσότερων τραπεζών (servers) προστατεύεται από τελευταία τεχνολογία Firewall και IDS (Intrusion Detection Systems), η οποία επιτρέπει τη χρήση συγκεκριμένων υπηρεσιών, απαγορεύοντας παράλληλα την πρόσβαση σε συστήματα και βάσεις δεδομένων με απόρρητα στοιχεία και πληροφορίες της τράπεζας σε μη αναγνωρισμένους χρήστες.

V. Επιπλέον δικλείδες ασφαλείας

Εκτός από τα προαναφερθέντα μέτρα ασφαλείας όμως, υπάρχει και ένας σημαντικός αριθμός επιπλέον δικλείδων ασφαλείας:

- *Εισαγωγή στοιχείων εισόδου:* Καθώς παρατηρήθηκε η εμφάνιση ιών, οι οποίοι είχαν τη δυνατότητα να καταγράφουν πληκτρολογήσεις χρηστών, ορισμένες τράπεζες υιοθέτησαν τη χρήση εικονικού πληκτρολογίου για την καταχώριση των στοιχείων χρήστη ή επιλεκτικά την καταχώριση ορισμένων από τα στοιχεία αυτά (π.χ. το 1ο και το 3ο γράμμα του κωδικού). Έτσι, ακόμα κι αν μπορούσε να υποκλαπεί ο ένας από τους δύο κωδικούς ταυτοποίησης, δεν θα είχε καμία ισχύ η αποκλειστική του χρήση και ο χρήστης θα παρέμενε ασφαλής.
- *Αυτόματη αποσύνδεση χρήστη:* Στις περισσότερες εφαρμογές e-banking, η ολοκλήρωση μιας συναλλαγής επιτρέπεται μέσα σε ένα συγκεκριμένο χρονικό όριο (συνήθως πέντε έως δεκαπέντε λεπτά), μετά τη λήξη του οποίου

⁴⁹ Δ. Πατσός «Οι ασφάλειες στις υπηρεσίες e-banking»
Online magazine, May 2004



το σύστημα αποσυνδέει το χρήστη αυτόματα.

- **Υποχρεωτική αλλαγή κωδικών:** Η πλειονότητα των τραπεζών υποχρεώνει τους χρήστες e-banking στην άμεση αλλαγή των προσωπικών τους κωδικών με κάποιους της επιλογής τους, οι οποίοι να αποτυπώνονται και πιο εύκολα στη μνήμη. Συνήθης πρακτική αποτελεί επίσης η αυτόματη απενεργοποίηση των κωδικών μετά από ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, στο οποίο ο χρήστης δεν έχει προχωρήσει σε κάποια συναλλαγή.

VI. Διαδικασίες

Παράλληλα με την απαραίτητη τεχνολογική υποδομή, η διασφάλιση των ηλεκτρονικών συναλλαγών απαιτεί και την υιοθέτηση αυστηρών διαδικασιών από την τράπεζα, όσον αφορά την ανάπτυξη, διαχείριση και προσφορά της υπηρεσίας e-banking. Είναι κοινή τραπεζική πρακτική, που ακολουθείται και στις υπηρεσίες e-banking, να προστατεύονται τα προγράμματα και τα συστήματα από διαδικασίες που απαιτούν συνδυασμένες ενέργειες δύο ή περισσότερων ανθρώπων από διαφορετικά τμήματα. Παράλληλα όλες οι νέες εφαρμογές σχεδιάζονται και υλοποιούνται κάτω από ιδιαίτερα αυστηρές διαδικασίες ελέγχου προτού παραδοθούν. Τέλος, πολλές τράπεζες επιλέγουν τη συνεργασία με ανεξάρτητους εξωτερικούς φορείς για τον έλεγχο της λειτουργίας των διαδικασιών που ακολουθούν.

Ο ρόλος του χρήστη

Οι τράπεζες από μόνες τους δεν είναι σε θέση να εξασφαλίσουν απόλυτα την ασφάλεια των συναλλαγών, είτε ηλεκτρονικών είτε φυσικών. Η προσοχή και η ανάληψη προληπτικών μέτρων από τη μεριά του χρήστη σε συνδυασμό με τις απαραίτητες παροχές από την τράπεζα, μπορούν να εξασφαλίσουν την επιτυχία της συναλλαγής.⁵⁰ Συγκεκριμένα, κάθε χρήστης υπηρεσιών e-banking θα πρέπει να έχει υπόψη του πως:

- Οι κωδικοί εισόδου στο e-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

⁵⁰ PC World magazine «Αξιολόγηση υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής», Μαΐος 2005

- τους έχει σε γραπτή μορφή, καθώς υπάρχει ο κίνδυνος να κλαπούν, και να τους αλλάζει τακτικά. Επίσης καλό είναι να μην χρησιμοποιούνται οι κωδικοί που έχουν επιλεχθεί για είσοδο στο e-banking και σε άλλα, μη ασφαλή sites.
- Είναι απαραίτητος ο έλεγχος της διεύθυνσης της ιστοσελίδας, στην οποία θα εισάγει τα στοιχεία του, καθώς μπορεί να αποτελεί αντιγραφή κάποιου τραπεζικού site, με σκοπό την παραπλάνηση και την απόκτηση των προσωπικών του στοιχείων. Στην περίπτωση που η ηλεκτρονική διεύθυνση δεν είναι εμφανής, ένας ακόμη τρόπος επιβεβαίωσης της ταυτότητας της ιστοσελίδας είναι μέσω του εικονιδίου (λουκέτο), το οποίο εμφανίζεται στις ασφαλείς τραπεζικές σελίδες.
 - Είναι απαραίτητη η εγκατάσταση στον υπολογιστή προγράμματος που να τον προστατεύει από την απειλή ιών. Καθώς παρατηρείται συνεχώς η εμφάνιση καινούριας μορφής ιών, η συχνή ανανέωση των σχετικών προγραμμάτων είναι επίσης απαραίτητη.
 - Ιδιαίτερη προσοχή 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.

Ηλεκτρονικές Κάρτες

Προκειμένου να αυξήσουν όσο το δυνατόν περισσότερο την ασφάλεια των συναλλαγών που πραγματοποιούνται με χρήση πιστωτικών καρτών, οι τράπεζες έχουν προβεί σε μια σειρά από ενέργειες και ρυθμίσεις, υλοποιώντας κατά καιρούς διάφορα πρότυπα και κωδικούς ασφαλείας, τα κυριότερα από τα οποία αναφέρονται παρακάτω:

Card Security Code

Όσον αφορά την κλοπή ταυτότητας, ο μόνος τρόπος που έχουν όλες οι τράπεζες για να περιορίσουν το πρόβλημα είναι η χρήση του κωδικού ασφαλείας (Card Security Code), που βρίσκεται στο πίσω μέρος της κάρτας.⁵¹ Ο μόνος τρόπος για να πέσει αυτός ο κωδικός στην αντίληψη τρίτου προσώπου είναι το πρόσωπο αυτό να αποκτήσει πρόσβαση στο πλαστικό και να τον συγκρατήσει/καταγράψει.

⁵¹ Δ. Μαυρογιάννη «Ασφάλεια Ηλεκτρονικών Συναλλαγών»
Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, ειδική έκδοση για το e-banking, Σεπτ 2003

Address Verification Service

Στις ΗΠΑ εφαρμόζεται η μέθοδος AVS. Η διεύθυνση αποστολής των προϊόντων και εν γένει η ταχυδρομική διεύθυνση που δηλώνει ο χρήστης πρέπει να είναι ακριβώς ίδια με αυτή που ο κάτοχος της κάρτας έχει δηλώσει στην τράπεζα που την έχει εκδώσει.

SET

Παλιότερα οι οργανισμοί Visa και MasterCard είχαν επινοήσει και υλοποιήσει το πρότυπο SET (Secure Electronic Transaction), που στηριζόταν στην τεχνολογία PKI (Public Key Infrastructure).⁵² Με το SET, η τράπεζα που έχει εκδώσει την κάρτα έδινε στον πελάτη της ένα ψηφιακό πιστοποιητικό, καθώς και μια ειδική εφαρμογή, με τα οποία ο πελάτης μπορούσε να αποδείξει στην τράπεζά του ότι είναι ο πραγματικός κάτοχος της κάρτας. Το πρότυπο SET απέτυχε, καθώς οι δυσκολίες στη χρήση του απέτρεψαν τόσο τους εμπόρους όσο και τους κατόχους καρτών από την αξιοποίησή του.

3D-Secure

Πρόσφατα οι οργανισμοί Visa και MasterCard (και αναμένεται να ακολουθήσουν και οι υπόλοιποι) σχεδίασαν και υιοθέτησαν το νέο πρότυπο 3D-Secure. Η υλοποίηση της visa ονομάζεται Verified by visa (VbV) και η αντίστοιχη της MasterCard λέγεται SecureCode.⁵³

- Με το 3D-Secure, κατά τη διάρκεια της πληρωμής και αμέσως μόλις ο χρήστης συμπληρώσει τα στοιχεία της κάρτας του, η τράπεζα/acquirer (εφόσον έχει υλοποιήσει το πρότυπο) προσπαθεί να ζητήσει από την τράπεζα/issuer να πιστοποιήσει την ταυτότητα του κατόχου της κάρτας.
- Αν η τράπεζα/issuer έχει κι αυτή υλοποιήσει το 3D-Secure, ζητά από τον κάτοχο της κάρτας να εισάγει τον προσωπικό κωδικό που έχει επιλέξει για το σκοπό αυτό. Αυτό γίνεται σε ένα νέο παράθυρο της εφαρμογής πλοήγησης στο Internet (pop-up window στον browser), το οποίο παρουσιάζεται στον κάτοχο της κάρτας.
- Η τράπεζα/issuer πιστοποιεί την ταυτότητα του κατόχου της κάρτας και

⁵² Δ. Μαυρογιάννη «Ασφάλεια Ηλεκτρονικών Συναλλαγών»

Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, ειδική έκδοση για το e-banking, Σεπτ 2003

⁵³ Σ. Συρμακέζη «Όλα όσα θα θέλατε να μάθετε για τις ηλεκτρονικές πληρωμές»

Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, ειδική έκδοση για το e-banking, Σεπτ. 2003



απαντά αντίστοιχα στην τράπεζα/acquiíer. Εννοείται ότι όλη επικοινωνία γίνεται μέσω του αντίστοιχου οργανισμού (Visa/MasterCard) και με τη χρήση ειδικής τεχνολογίας που υλοποιεί το πρότυπο.

- Αν η τράπεζα/issuer δεν έχει υλοποιήσει το 3D-Secure, η διαδικασία πιστοποίησης δεν προχωρά.
- Μετά την πιστοποίηση της ταυτότητας του κατόχου της κάρτας, η διαδικασία συνεχίζεται με τη λήψη έγκρισης για τη χρέωση της κάρτας, σύμφωνα με τον κλασικό τρόπο που περιγράφηκε παραπάνω.

Το σημαντικό στοιχείο του 3D-Secure είναι ότι, είτε η τράπεζα/issuer έχει υλοποιήσει το πρότυπο (οπότε μπορεί να πιστοποιήσει τον κάτοχο) είτε όχι, αν η τράπεζα/acquiíer προσπαθήσει να εφαρμόσει το πρότυπο, τότε η ευθύνη σε περίπτωση αμφισβήτησης της συναλλαγής (λόγω πλαστοπροσωπίας) μετατίθεται στην τράπεζα/issuer. Αυτή η τακτική (liability shift) αναμένεται να λειτουργήσει ως κίνητρο για την εφαρμογή του προτύπου, τόσο από τους acquirers (που απαλλάσσονται από αυτή την κατηγορία αμφισβήτησεων που είναι η συχνότερη), όσο και από τους issuers (που θα προσπαθήσουν να αποφύγουν την "τυφλή" ανάληψη της ευθύνης).

Παράλληλα οι συναλλαγές με 3D-Secure δημιουργούν μικρότερη οικονομική επιβάρυνση στους acquirers, πράγμα που λειτουργεί ως επιπλέον κίνητρο για την εφαρμογή του προτύπου. Το 3D-Secure έχει ήδη εφαρμοστεί σε πολλούς acquirers της Ευρώπης, καθώς και σε λιγότερους issuers, ενώ αναμένεται να εφαρμοστεί και στις ΗΠΑ.

Επιβεβαίωση με ειδικό κωδικό

Την ώρα της συναλλαγής και αφού ο πελάτης έχει δώσει τα στοιχεία της πληρωμής, εισάγει και τον αριθμό του κινητού του. Ο διαδικτυακός τόπος του αποστέλλει έναν κωδικό μιας χρήστης, τον οποίο ο πελάτης πρέπει να εισαγάγει στην ιστοσελίδα, προκειμένου να πιστοποιηθεί. Η περίπτωση αυτή βρίσκει εφαρμογή σε χρήστες/κατόχους κινητών τηλεφώνων που έχουν προηγουμένως εγγραφεί στην τράπεζά τους προκειμένου να έχουν αυτή τη δυνατότητα.

Phone Banking

Σταθερό τηλέφωνο

Στην πραγματικότητα η υφιστάμενη υποδομή που ολοκληρώνει τις πληρωμές στο Internet είναι αυτή που αξιοποιείται και για τις πληρωμές μέσω τηλεφώνου. Στην περίπτωση που η επικοινωνία γίνεται με τηλεφωνικό αντιπρόσωπο, αυτός αξιοποιεί την ιστοσελίδα, όπου καταχωρεί τα στοιχεία που του περιγράφει ο πελάτης.

Στην περίπτωση του Interactive Voice Response, καθώς και στην περίπτωση του Voice Recognition, με την καθοδήγηση του πελάτη από τα εν λόγω συστήματα (IVR και VR)⁵⁴, συλλέγονται τα στοιχεία της συναλλαγής/πληρωμής και οδηγούνται στο ίδιο σημείο όπου τα οδηγεί και το web site. Στη συνέχεια η συναλλαγή δρομολογείται, όπως και στην περίπτωση του Internet και ο πληρωτής ενημερώνεται τηλεφωνικά, είτε από τον τηλεφωνικό αντιπρόσωπο είτε από προηχογραφημένο μήνυμα ή με συνθετική φωνή.

Κινητό τηλέφωνο

Όταν το κινητό τηλέφωνο είναι συνδεμένο στο Internet (μέσω του ενσωματωμένου browser) ή όταν έχει συνδεθεί σε κάποιο wap site, η διαδικασία είναι ακριβώς η ίδια όπως και στο Internet.

Το κινητό τηλέφωνο, μέσω των μηνυμάτων SMS, επιτρέπει τη διεκπεραίωση απλών πληρωμών. Μερικές από τις υπηρεσίες peer-to-peer (P2P) που περιγράφηκαν παραπάνω, επιτρέπουν την αποστολή ποσών με χρήση του αριθμού του κινητού τηλεφώνου στη θέση της διεύθυνσης e-mail. Ο παραλήπτης ειδοποιείται με μήνυμα στο κινητό του τηλέφωνο και στη συνέχεια επισκέπτεται το web site για να ολοκληρώσει την είσπραξη.

Επίσης πολλές είναι οι -πειραματικές προς το παρόν- προσπάθειες, ώστε το κινητό τηλέφωνο να υποκαταστήσει την πιστωτική χρεωστική κάρτα για τις πληρωμές στο φυσικό κόσμο. Αυτές οι προσπάθειες συνίστανται στην άμεση επικοινωνία του κινητού τηλεφώνου με το τερματικό POS (π.χ. μέσω υπέρυθρων ακτίνων ή με το πρωτόκολλο Bluetooth). Στη συνέχεια ο κάτοχος του τηλεφώνου επικοινωνεί απευθείας με την τράπεζά του και επιβεβαιώνει τη συναλλαγή. Η επικοινωνία γίνεται είτε με φωνή (ο πελάτης δέχεται κλήση στο κινητό του από το

⁵⁴ Νάτση Χ. «Η διαμόρφωση και λειτουργία των ηλεκτρονικών καναλιών διανομής», Σεπτ. 2003

τηλεφωνικό κέντρο της τράπεζας και εισάγει τον κωδικό του στο σύστημα IVR) είτε με γραπτό μήνυμα (ο πελάτης στέλνει τον κωδικό του στο κέντρο SMS της τράπεζας).

ATM

Προκειμένου οι τράπεζες να αντιμετωπίσουν τα αυξανόμενα κρούσματα απάτης στα μηχανήματα ATM, προβαίνουν σε μια σειρά από ενέργειες που σκοπό έχουν την αύξηση του δείκτη ασφαλείας στη χρήση τους. Οι ίδιες οι Τράπεζες έχουν δρομολογήσει μέτρα τα οποία πιστεύουν ότι θα βοηθήσουν στη μείωση, αν όχι στην εξάλειψη, του φαινομένου. Πιο συγκεκριμένα:

- Το σύνολο των Τραπέζων συνεργάζεται στενά τόσο με τους κατασκευαστές ATM όσο και με εταιρίες παραγωγής software ώστε να αναβαθμίσουν το παρεχόμενο επίπεδο ασφάλειας
- Οι τράπεζες είναι σε επικοινωνία με τρίτες εταιρίες που διαθέτουν την κατάλληλη τεχνογνωσία με σκοπό την λήψη επιπρόσθετων μέτρων για αποτροπή της απάτης σε ATM, όπως: Σύστημα Jammer, σύστημα με χρήση ακτινών Laser
- Γενικά οι Τράπεζες έχουν προχωρήσει σε⁵⁵:
 - Αναβάθμιση Card Reader (Jitter)
 - Αντικατάσταση παλαιών με νέας τεχνολογίας
 - Αναβάθμιση λογισμικού διαχείρισης ATM
 - Προσπάθεια για κοινές περιπολίες
 - Monitoring Tool & σενάρια κινήσεων
 - Μελέτη περιστατικών και συμπεράσματα

Έτσι και στην Ελλάδα οι τραπεζικοί οργανισμοί δεν αδρανούν και έχουν λάβει μια σειρά από μέτρα εξασφάλισης του καταναλωτή:

- Από το 2002 έχει συσταθεί Ομάδα σχετικά με Απάτες σε ATM από την Ένωση Ελληνικών Τραπέζων
- Υπάρχει συνεργασία τόσο με τη Διεύθυνση Οικονομικού Εγκλήματος της Ελληνικής Αστυνομίας όσο και με το Σώμα Δίωξης Οικονομικού Εγκλήματος (ΣΔΟΕ) του Υπουργείου Οικονομικών

⁵⁵ 9th Banking Forum , "ATM FRAUD" May 2004

- Σε περίπτωση συμβάντος απάτης σε ATM λειτουργεί μηχανισμός άμεσης ενημέρωσης όλων των αρμοδίων σε όλες τις Τράπεζες (email, κινητά), οι οποίοι προβαίνουν σε όλες τις απαραίτητες κινήσεις ώστε να διασφαλιστούν τόσο οι καρτούχοι όσο και οι ίδιες οι Τράπεζες
- Όλες οι Τράπεζες αποζημιώνουν τους καρτούχους τους άμεσα από τη στιγμή που αποδειχτεί η απάτη
- Εγκαθιστούν Monitoring Tools (24ώρη παρατήρηση, εκπόνηση σεναρίων).
- Προβαίνουν σε καινούργιες προμήθειες με εγκατεστημένα νέα χαρακτηριστικά ασφαλείας.
- Εκπαιδεύουν / ενημερώνουν όλο το προσωπικό αλλά και τους διευθυντές των καταστημάτων με την παροχή προσφάτων στοιχείων.
- Ενημερώνουν και συμβουλεύουν τους πελάτες τόσο κατά τη φάση παραλαβής της κάρτας όσο και στη συνέχεια με αποστολή statements και παροχή συμβουλών μέσω call centers και του ίδιου του ATM

Όλες αυτές οι ενέργειες φυσικά αυξάνουν κατά πολύ το συνολικό κόστος, γι' αυτό είναι σημαντικό να τηρηθεί ο βασικός κανόνας που αφορά την ανάπτυξη μιας πολιτικής ασφάλειας, και έχει να κάνει με την τήρηση μιας ισορροπίας μεταξύ κινδύνου και κόστους.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 - ΕΡΕΥΝΑ

3.1 ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

Ο όρος «ηλεκτρονική τραπεζική» περιλαμβάνει κάθε χρηματοπιστωτική υπηρεσία ή προϊόν το οποίο μπορεί να παρασχεθεί μέσω ενός τηλεπικοινωνιακού ή ηλεκτρονικού δικτύου με χρήση σύγχρονης τεχνολογίας⁵⁶. Η παροχή τραπεζικών υπηρεσιών μέσω ηλεκτρονικών δικτύων διανομής λαμβάνει χώρα αρκετές δεκαετίες τώρα. Η ηλεκτρονική μεταφορά κεφαλαίων (Electronic Funds Transfer- EFT) καθώς και οι συναλλαγές μέσω Αυτόματων Ταμειολογιστικών Μηχανών (ATM) αποτελούν παγκόσμιες τραπεζικές πρακτικές τουλάχιστον τις τρεις τελευταίες δεκαετίες.⁵⁷

Ωστόσο, η ηλεκτρονική τραπεζική εμφανίστηκε ως διακριτός όρος μόλις την τελευταία πενταετία και αυτό πρέπει να αποδοθεί κυρίως στην ανάπτυξη του Διαδικτύου, που πρόσφερε νέες δυνατότητες σε όλες τις επιχειρήσεις και ιδιαίτερα σε αυτές του Διαδικτύου.

Η έννοια ηλεκτρονική τραπεζική, επομένως, περικλείει εκείνη την υποδομή που διασφαλίζει την πρόσβαση των πελατών τόσο στους λογαριασμούς τους όσο και στις γενικής φύσεως πληροφορίες που προσφέρουν οι τράπεζες με αποτέλεσμα να είναι εφικτές πολλαπλές ταξινομήσεις του φαινομένου.

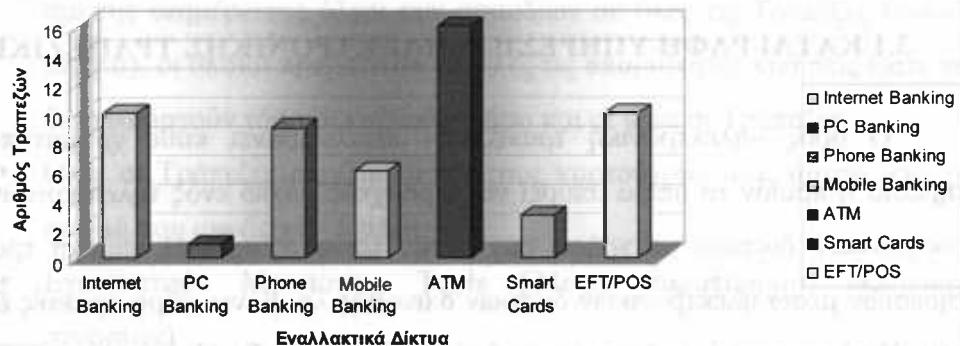
Με γνώμονα τα παραπάνω, τα εναλλακτικά δίκτυα μέσω των οποίων παρέχονται από τις τράπεζες στην Ελλάδα υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι τα κάτωθι:

- Internet Banking
- PC Banking
- Phone Banking
- Mobile Banking
- ATM
- Smart Cards
- EFT/POS

⁵⁶ Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, E-banking, ειδική έκδοση 2000

⁵⁷ Νάνσυ Πουλούδη, «Καινοτόμες Εφαρμογές e-business στην Ελλάδα», Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Σεπτέμβριος 2002

ΓΡΑΦΗΜΑ 1 : Η νιοθέτηση των ηλεκτρονικών καναλιών διανομής



Όσον αφορά το Internet Banking, οι τράπεζες στην Ελλάδα παρέχουν το μέσο αυτό ηλεκτρονικής τραπεζικής σε ποσοστό 62.5%. Ιδιαίτερα σημαντικό είναι το γεγονός ότι από τις δέκα τράπεζες που διαθέτουν Internet banking, μόνο η Ελληνική Τράπεζα νιοθέτησε το συγκεκριμένο κανάλι διανομής μετά το 2003, γεγονός που καταδυκνύει μια καθυστέρηση στη διείσδυσή του. Από τις έξι τράπεζες που δεν προσφέρουν υπηρεσίες Internet banking στους πελάτες τους, οι τέσσερις (ATE, Αττικής, Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο, Γενική) θα τις παρέχουν –σύμφωνα με το σχεδιασμό- μέσα στο έτος 2006. Η HSBC διαθέτει ήδη μια παραλλαγή του Internet banking μόνο προς τους corporate πελάτες της και μέσα στο 2006 το συγκεκριμένο κανάλι θα πάρει την οριστική του μορφή, παρόμοια με αυτή που έχουν τα κανάλια των τραπεζών που ήδη χρησιμοποιούν Internet banking. Η Probank είναι η μοναδική τράπεζα η οποία δεν σκοπεύει άμεσα να παράσχει κάποια μορφή Internet banking στους πελάτες της, όμως είναι χαρακτηριστικό ότι τα στελέχη της δήλωναν το 2003⁵⁸ ότι κάτι τέτοιο ήταν στα άμεσα πλάνα της διοίκησης για το 2004, γεγονός που φανερώνει αλλαγή στρατηγικής. Το PC Banking αποτελεί ένα εναλλακτικό δίκτυο που στην Ελλάδα ουσιαστικά δεν χρησιμοποιείται πλέον, παρά μόνο από την Alpha Bank, η οποία απευθύνεται μέσω αυτού κατ' αποκλειστικότητα σε επιχειρήσεις.

Το Phone Banking παρουσιάζει αξιόλογη διείσδυση στην ελληνική τραπεζική αγορά, αφού παρέχεται από το 56.25% των τραπεζών του δείγματος (εννέα τράπεζες). Από αυτές η Εμπορική τράπεζα βρίσκεται αυτή τη στιγμή σε ένα μεταβατικό στάδιο όσον αφορά το phone banking, καθώς βαδίζει προς τη δημιουργία

⁵⁸ Νάτση Χριστίνα, «Η διαμόρφωση και λειτουργία των ηλεκτρονικών καναλιών διανομής», Σεπτέμβριος 2003

ενός εξελιγμένου contact center, ενώ η Εθνική τράπεζα διαθέτει προς το παρόν μόνο call center. Όσον αφορά τους τραπεζικούς οργανισμούς που δεν διαθέτουν phone banking, φαίνεται πως η ένταξή του δεν αποτελεί προτεραιότητα. Το Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο –μέσω ενός εξελιγμένου contact center-, η ATE, η Γενική και η HSBC θα λειτουργήσουν το συγκεκριμένο κανάλι μέσα στο 2007. Η Probank, η Ελληνική Τράπεζα και η τράπεζα Αττικής δεν έχουν προβεί ακόμη σε σύνταξη συγκεκριμένου χρονοδιαγράμματος.

Το mobile banking, παρόλο που αρχικά αντιμετωπίστηκε με ιδιαίτερη αισιοδοξία, δεν απέδωσε τα αναμενόμενα, κυρίως λόγω των μη επιτυχημένων τεχνολογιών που έχουν μέχρι σήμερα αναπτυχθεί (WAP και i-mode)⁵⁹. Αυτό έχει κάνει σχετικά δύσπιστες τις τράπεζες ως προς την υιοθέτηση ή και περαιτέρω επένδυση πάνω στο συγκεκριμένο κανάλι. Σήμερα υπηρεσίες mobile banking παρέχουν επτά τράπεζες (43.75% του συνόλου του δείγματος), είτε μέσω του WAP είτε μέσω της συμμετοχής στο i-mode. Η τεχνολογία του WAP βεβαίως απέτυχε και ήδη η Τράπεζα Πειραιώς και η Κύπρου απέσυραν τις υπηρεσίες του, ενώ και οι τράπεζες που το διατηρούν το κάνουν για λόγους πληρότητας και χαμηλού κόστους συντήρησης. Η τράπεζα Αττικής θα συμμετάσχει στο i-mode από το Νοέμβριο του 2006, ενώ οι υπόλοιπες οκτώ τράπεζες τηρούν προς το παρόν στάση αναμονής.

Τα ATM αποτελούν το παλαιότερο εναλλακτικό δίκτυο που χρησιμοποιείται στον ελλαδικό χώρο και οι καταναλωτές είναι πλέον σε μεγάλο βαθμό εξοικειωμένοι με τη χρήση τους. Το γεγονός αυτό έχει οδηγήσει τις διοικήσεις όλων των τραπεζών στην εγκατάστασή τους τόσο στους χώρους όπου βρίσκονται υποκαταστήματα, όσο και σε όσο το δυνατόν περισσότερες ανεξάρτητες τοποθεσίες (off-site ATMs). Η τάση αυτή αποτυπώνεται και στην παρούσα έρευνα, όπου προκύπτει ότι και οι 16 τράπεζες του δείγματος διαθέτουν ATM, ο αριθμός των οποίων αυξάνεται σημαντικά ετησίως.

Όσον αφορά τις έξυπνες κάρτες, παρά το γεγονός ότι στο εξωτερικό παρουσιάζουν εξαιρετική διείσδυση, στην Ελλάδα η εισαγωγή τους βρίσκεται σε πρώιμο στάδιο. Μόνο τρεις τράπεζες (Εμπορική, Eurobank, Πειραιώς) παρέχουν –ή θα παράσχουν κατά το τρέχον έτος- στους πελάτες τους τη δυνατότητα απόκτησης έξυπνης κάρτας (ποσοστό διείσδυσης 18.75%), ενώ η Alpha bank κυκλοφόρησε μια μορφή προπληρωμένης κάρτας στη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων. Παρά το

⁵⁹ Α.Δ.Α.Ε. «ΓΕΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΕΘΝΙΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΟ ΑΠΟΡΡΗΤΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΔΙΚΤΥΩΝ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ», 11 Απριλίου 2005

γεγονός αυτό δύμως, η ύπαρξη κανονιστικών οδηγιών (εναρμονισμός με απαιτήσεις νέας VISA), καθώς επίσης και η επιτυχημένη καθιέρωσή τους σε χώρες του εξωτερικού, οδηγούν την πλειοψηφία των τραπεζικών ιδρυμάτων (56,25%) στην εισαγωγή τους στην αγορά μέσα στο 2006. Αξίζει σε κάθε περίπτωση να σημειωθεί ότι οι έξυπνες κάρτες θα υπόκεινται στο τμήμα καρτών, γεγονός που τις κάνει να διαφέρουν σημαντικά από τα υπόλοιπα μέσα παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής. Μόνο η Λαϊκή και η Aspis bank δεν θα πλασάρουν άμεσα στην αγορά έξυπνες κάρτες.

Τέλος, όσον αφορά τη χρήση των EFT/POS, οι τράπεζες στην Ελλάδα τα χρησιμοποιούν σε ποσοστό 62.5%. Η Τράπεζα Κύπρου μόλις κατάργησε μια παρόμοια υπηρεσία ως μη οικονομικά συμφέρουσα, το Ταχυδρομικό ταμιευτήριο θα εγκαταστήσει ορισμένα στο επόμενο έτος για την εξυπηρέτηση μεγάλων πελατών, ενώ η Γενική, η HSBC, η Probank, δεν τα περιλαμβάνουν στα πλάνα τους.

Πρέπει να αναφερθεί ότι το σύνολο των στελεχών που μετείχαν στην έρευνα απεφάνθη πως αναγνωρίζει ως δίκτυα ηλεκτρονικής τραπεζικής το Internet banking, το phone banking, το mobile banking καθώς επίσης και τα ATM, που όμως λόγω της πολυετούς χρήσης τους από τα ελληνικά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα τους και του ιδιότυπου της λειτουργίας τους, λογίζονται συχνά ως ανεξάρτητη κατηγορία εναλλακτικών δικτύων. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τα ζητήματα που αφορούν τη λειτουργία και ανάπτυξη των ATM να εξετάζονται συχνά από ειδικές υποδιευθύνσεις τραπεζών και όχι από το τμήμα ηλεκτρονικής τραπεζικής.

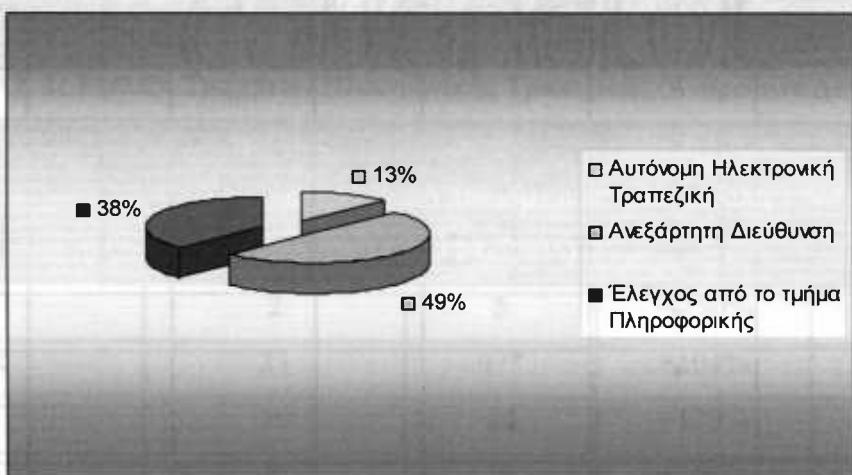
Διάρθρωση τμημάτων ηλεκτρονικής τραπεζικής

Οσον αφορά τη δομή και διάρθρωση των τμημάτων ηλεκτρονικής τραπεζικής, το μεταβατικό στάδιο στο οποίο βρίσκεται σημαντικός αριθμός ελληνικών τραπεζών αντικατοπτρίζεται στη μη ύπαρξη αντίστοιχων διευθύνσεων. Από τις 16 τράπεζες του δείγματος, οι οκτώ διαθέτουν διεύθυνση ή υπηρεσία ηλεκτρονικής τραπεζικής (Aspis bank, Κύπρου, Λαϊκή, Εθνική, Αγροτική, Alpha Bank, Εμπορική, Εγνατία), οι δύο έχουν δημιουργήσει εντελώς αυτόνομα τμήματα e-banking (Πειραιώς / Winbank, Eurobank / e-solutions), ενώ πέντε (Αττικής, Probank, Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο, Ελληνική Τράπεζα, Γενική, HSBC⁶⁰) δεν διαθέτουν καν διεύθυνση ηλεκτρονικής τραπεζικής και διαχειρίζονται τα ζητήματά της μέσα από τη διεύθυνση

⁶⁰ Στην HSBC η ηλεκτρονική τραπεζική συλλειτουργεί με το τμήμα πληρωμών

πληροφορικής. Από τις πέντε πάντως τράπεζες που δεν διαθέτουν ανεξάρτητη διεύθυνση ηλεκτρονικής τραπεζικής, η Γενική και το Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο θα τη δημιουργήσουν μέχρι το τέλος του 2006.

Αν επιχειρήσουμε να κατατάξουμε τις τράπεζες σύμφωνα με τα εναλλακτικά δίκτυα στην ανάπτυξη των οποίων δίνουν μεγαλύτερη έμφαση, θα πρέπει αρχικά να



ΓΡΑΦΗΜΑ 2: Βαθμός Ανεξαρτησίας του τμήματος Ηλεκτρονικής τραπεζικής

κάνουμε μια διάκριση ανάμεσα σε αυτούς τους τραπεζικούς οργανισμούς που διαθέτουν ήδη υπηρεσίες e-banking μέσω του συνόλου των εναλλακτικών δικτύων, και αυτούς που ετοιμάζονται να δραστηριοποιηθούν στο χώρο. Πιο συγκεκριμένα, από τις επτά τράπεζες που τώρα αναπτύσσουν υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής (HSBC, ATE, Ταχ. Ταμιευτήριο, Αττικής, Γενική, Ελληνική Τράπεζα, Probank), οι έξι πρώτες δίνουν μεγαλύτερη έμφαση τόσο από πλευράς απορρόφησης επενδύσεων, όσο και από πλευράς απασχόλησης ανθρωπίνου δυναμικού στην οργάνωση του Internet banking, το οποίο θεωρούν ως το σημαντικότερο εναλλακτικό κανάλι. Η ATE θεωρεί μεγάλης σημασίας και την ανάπτυξη του call center της και κατά προσέγγιση του phone banking, το Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο και η Ελληνική Τράπεζα που είναι σε φάση ανάπτυξης δίνουν μεγάλη βαρύτητα στην αύξηση των ATM, ενώ η Probank στηρίζεται πολύ στην ανάπτυξη των Smart cards.

Από τις εννέα τράπεζες που έχουν δραστηριοποιηθεί στην ηλεκτρονική τραπεζική περισσότερα χρόνια (Alpha, Eurobank, Πειραιώς, Εγνατία, Εθνική, Εμπορική, Λαϊκή, Κύπρου, Aspis bank), οι έξι πρώτες δηλώνουν ότι αντιμετωπίζουν σφαιρικά όλα τα εναλλακτικά δίκτυα και τα θεωρούν ίσης σημαντικότητας. Οι τρεις

τελευταίες αξιολογούν την ανάπτυξη του Internet banking ως πρώτης σημασίας. Η Alpha δίνει μεγάλη βαρύτητα και στο PC banking αφού είναι μάλιστα η μοναδική τράπεζα που χρησιμοποιεί το εν λόγω κανάλι, ενώ η Εμπορική δίνει στρατηγική έμφαση και στην διάδοση των smart cards.

	Σφαιρική Ανάπτυξη	Internet Banking	ATM	Phone Banking	PC Banking	Smart cards
Εθνική	✓					
Eurobank	✓					
Winbank	✓					
Alpha	✓				✓	
Εγνατία	✓					
Εμπορική	✓					✓
Κύπρου		✓				
Λαϊκή		✓				
Aspis bank		✓				
ATE		✓		✓		
Ταχ. Ταμιευτήριο		✓	✓			
Αττικής		✓				
Ελληνική		✓	✓			
Γενική		✓				
Probank			✓			✓
HSBC		✓				
Σύνολο	6	9	3	1	1	2

ΠΙΝΑΚΑΣ 1: Έμφαση στη Στρατηγική Ανάπτυξης Εναλλακτικών Δικτύων

Η φάση ανάπτυξης στην οποία βρίσκονται σήμερα τα τμήματα ηλεκτρονικής τραπεζικής αντικατοπτρίζεται και από την αύξηση που παρουσιάζεται στα άτομα που απασχολεί η αντίστοιχη διεύθυνση κάθε χρηματοπιστωτικού οργανισμού. Η αύξηση αυτή μάλιστα θα μπορούσε αν μελετηθεί σε βάση ποσοστού να χαρακτηριστεί εντυπωσιακή σε ορισμένες περιπτώσεις. Κάτι τέτοιο βέβαια δεν ισχύει γιατί αριθμός των ατόμων που απασχολούνται είναι τόσο μικρός, που πολλές φορές η



προσθήκη δύο ή τριών υπαλλήλων οδηγεί σε διπλασιασμό του απασχολούμενου υπαλληλικού προσωπικού. Ο μικρός άλλωστε αριθμός των απασχολούμενων υπαλλήλων υποδηλώνει και τη χαμηλή διείσδυση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην ελληνική αγορά. Σε κάθε περίπτωση πάντως ο σταθερά αυξανόμενος αριθμός υπαλλήλων υποδηλώνει ότι σε όλες τις τράπεζες το τμήμα ηλεκτρονικής τραπεζικής βρίσκεται σε φάση ανάπτυξης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2: Εξέλιξη Τμημάτων Ηλεκτρονικής Τραπεζικής (Ανθρώπινο Δυναμικό)

	Αριθμός Υπαλλήλων (Ετος Ιδρυσης)	Αριθμός Υπαλλήλων (15/6/2005)	Ποσοστιαία Μεταβολή
Εθνική	2	5	+ 150%
Eurobank	23	47*	+104%
Winbank	10	22	+120%
Alpha	5	15	+200%
Εγνατία			
Εμπορική	5	12	+140%
Κύπρου	10	32*	+220%
Λαϊκή	2 (30)	4 (20)**	+100%
Aspis bank	2	7	+250%
ATE			
Ταχ. Ταμιευτήριο			
Αττικής***	8	35	+337.5%
Ελληνική	2	4	+100%
Γενική			
Probank			
HSBC	2	2****	+100%
Σύνολο			

* Συμπεριλαμβάνονται οι υπάλληλοι του call center

** Οι αριθμοί στις παρενθέσεις αφορούν τους υπαλλήλους του call center

*** Τμήμα πληροφορικής

**** Επίκειται πρόσληψη 2 ακόμη υπαλλήλων άμεσα



Προϊόντα/υπηρεσίες που προστέθηκαν το τρέχον έτος

Με βάση το γεγονός ότι οι επενδύσεις στην ηλεκτρονική τραπεζική παρουσιάζουν ιδιαίτερα αυξημένο κόστος, οι τράπεζες εμφανίζονται αρκετά διστακτικές στο λανσάρισμα νέων προϊόντων και υπηρεσιών. Για τις τράπεζες που μόλις δραστηριοποιήθηκαν στον τομέα αυτό, καθώς επίσης και για αυτές που σκοπεύουν να το πράξουν στο άμεσο μέλλον, πρώτη προτεραιότητα είναι η παροχή των απαραίτητων όσο και δοκιμασμένων υπηρεσιών. Αυτές είναι κατά σειρά προτεραιότητας:

- Υπόλοιπα λογαριασμών και κινήσεις
- Μεταφορά χρημάτων
- Ενέργειες για πιστωτικές κάρτες (αιτήσεις, υπόλοιπα, πληρωμές)
- Πληρωμές ΔΕΚΟ
- Εμβάσματα
- Επενδυτικές/χρηματοοικονομικές πράξεις
- Δάνεια

Για ορισμένες τράπεζες άμεση προτεραιότητα δεν είναι τόσο η ανάπτυξη νέων υπηρεσιών όσο η ενοποίηση των ήδη υπαρχόντων διαδικασιών (Κύπρου, Alpha). Για την ATE, την Τράπεζα Αττικής και το Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο πρώτη προτεραιότητα είναι επίσης η δημιουργία ενός core system που θα συντελεί στην ενοποίηση των υπό δημιουργία διαδικασιών.

Ακόμη και οι τράπεζες που δραστηριοποιούνται περισσότερα χρόνια στο e-banking, δε δίνουν τόση έμφαση στην εισαγωγή νέων υπηρεσιών όσο στην κατά το δυνατό βελτίωση των πληροφοριακών τους συστημάτων και την τεχνολογική τους αναβάθμιση. Αυτό οφείλεται σε δύο κυρίως λόγους:

1. Η ελληνική αγορά δεν είναι ακόμη αρκετά ώριμη ώστε να υιοθετήσει μαζικά τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Κατά συνέπεια η παροχή από κάποιο χρηματοπιστωτικό ίδρυμα εξεζητημένων -ή προσαρμοσμένων στις απαιτήσεις συγκεκριμένων πελατών- υπηρεσιών δεν του προσδίδει κάποιο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.
2. Οι μεγάλες επενδύσεις -με βάση το κόστος- που γίνονται στο συγκεκριμένο τομέα δεν αφορούν τόσο την ανάπτυξη νέων προϊόντων/υπηρεσιών, όσο τη δημιουργία της απαραίτητης τεχνολογικής υποδομής. Έτσι οι τράπεζες στην Ελλάδα προτιμούν την εφαρμογή δοκιμασμένων –είτε εγχώρια είτε

εξωτερικό- λύσεων και αφιερώνουν χρόνο και κεφάλαια σε επενδύσεις που αφορούν ζητήματα υποδομών.

Κατάργηση / Αντικατάσταση προϊόντων-υπηρεσιών

Από τις δέκα τράπεζες που έχουν υιοθετήσει ένα τουλάχιστον ηλεκτρονικό κανάλι διανομής μεταξύ του Internet banking, του phone banking και του mobile banking, μόνο η Τράπεζα Πειραιώς έχει αποσύρει κάποια υπηρεσία ηλεκτρονικής τραπεζικής (WAP) λόγω μηδενικής ουσιαστικά χρήσης, ενώ και η Eurobank απέσυρε την Interactive TV για τον ίδιο λόγο. Οι λόγοι για τους οποίους σπάνια παρατηρείται αντικατάσταση προϊόντων ή υπηρεσιών είναι κυρίως δύο:

1. Οι τράπεζες είναι ιδιαίτερα προσεκτικές πριν από την εισαγωγή μιας νέας υπηρεσίας και σπάνια προβαίνουν σε επενδύσεις υψηλού ρίσκου. Οι επενδύσεις στην ηλεκτρονική τραπεζική είναι υψηλές και το μεγαλύτερο μέρος των τραπεζών προτιμά να ακολουθεί τους ηγέτες της αγοράς και να επενδύει σε δοκιμασμένες λύσεις, ενώ και οι λεγόμενοι πρωτοπόροι ακολουθούν τις ενέργειες αντίστοιχων οργανισμών του εξωτερικού.
2. Η αρχική επένδυση παρουσιάζει σημαντικά υψηλότερο κόστος από το κόστος συντήρησης. Τόσο όσον αφορά τις υπηρεσίες Internet banking, όσο και phone και mobile banking, η συντήρηση των παρεχόμενων υπηρεσιών είναι ιδιαίτερα οικονομική. Έτσι, ακόμα και αν κάποιες από αυτές δεν αποδώσουν τα αναμενόμενα, οι τράπεζες συνεχίζουν να τις παρέχουν τόσο για λόγους πρεστίζ όσο και για λόγους ικανοποίησης των πελατών που τις χρησιμοποιούν.

Διείσδυση/χρήση εναλλακτικών δικτύων

Είναι γεγονός ότι η εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων όσον αφορά τη διείσδυση των εναλλακτικών δικτύων και τη χρήση τους από τους πελάτες των τραπεζών είναι μια εξαιρετικά δύσκολη διαδικασία. Αυτό οφείλεται κατά κύριο λόγο σε δύο παράγοντες:

Κατ' αρχάς, στο μικρό -σε σχέση με το σύνολο- ποσοστό των κινήσεων που διεκπεραιώνονται μέσω των εναλλακτικών δικτύων (με εξαίρεση τα ATM), ακόμα και μικρές αριθμητικά μεταβολές έχουν σαν αποτέλεσμα την εμφάνιση εξαιρετικά μεγάλων μεταβολών ποσοστικά. Για παράδειγμα, μια αύξηση των κινήσεων μέσω

mobile banking από 10.000 σε 29.000 αποτελεί ποσοστική αύξηση 190% που φαινομενικά είναι εντυπωσιακή, αλλά σε σχέση με το συνολικό αριθμό κινήσεων είναι ασήμαντη.

Επίσης, είναι αδύνατη η εξαγωγή συνολικών συμπερασμάτων για την εξέλιξη της διείσδυσης των εναλλακτικών καναλιών αφού υπάρχει σημαντική χρονική υστέρηση μεταξύ των πρωτοπόρων τραπεζών και των υπολοίπων στην παροχή προϊόντων και υπηρεσιών μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής. Έτσι θα ήταν παραπλανητικό να καταγραφεί ένα ενιαίο ποσοστό αύξησης του ποσοστού των κινήσεων μέσω εναλλακτικών δικτύων, αφού οι τράπεζες που δραστηριοποιούνται στο χώρο περισσότερα χρόνια είναι φυσιολογικό να μην παρουσιάζουν πλέον ετήσια αλματώδη ανάπτυξη.

Παρά τις αντικειμενικές δυσκολίες πάντως, καταγράφεται μια σημαντική τάση σύμφωνα με την οποία στο σύνολο των τραπεζών⁶¹ παρουσιάστηκε αύξηση των ποσοστών που σχετίζονται με τη συμμετοχή της ηλεκτρονικής τραπεζικής στις δραστηριότητες τις τράπεζας. Οι μεταβολές αυτές φαίνονται στον Πίνακα \$%%

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: Διείσδυση Υπηρεσιών E-banking

Μετρήσιμη Παράμετρος	Μεταβολή 2003-2004 (Εύρος)
Ενεργοί Χρήστες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής	+ 8% ~ 207%
Πλήθος Κινήσεων Internet Banking	+ 66% ~ 300%
Πληρωμές ΔΕΚΟ	+ 20% ~ 70%
Μεταφορές Χρημάτων	+ 30% ~ 35%
Χρηματιστηριακές Συναλλαγές	+ 20% ~ 35%
Πλήθος Κινήσεων mobile banking	+ 20% ~ 190%

3.2 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

Το Διαδίκτυο αποτελεί αναμφισβήτητα τον τρόπο επικοινωνίας, συναλλαγής με το κράτος και επιχειρηματικότητας του κοντινού μέλλοντος. Οι δυνατότητες των νέων τεχνολογιών για γρήγορη και άμεση πρόσβαση σε υπηρεσίες και προϊόντα,

⁶¹ Στοιχεία και αριθμητικά μεγέθη κατέθεσαν εννέα Τράπεζες

μπορούν να αποβούν σωτήριες για μεγάλες οιμάδες πληθυσμού που αντιμετωπίζουν προβλήματα πρόσβασης. Παρόλα αυτά, τα αποτελέσματα πρόσφατων ερευνών για τις Νέες Τεχνολογίες και την Κοινωνία της Πληροφορίας δεν επιτρέπουν μεγάλη αισιοδοξία για το κοντινό μέλλον.

Το 2004 η Ελλάδα παραμένει πολύ πίσω στην κατοχή ηλεκτρονικών υπολογιστών και στη χρήση του Internet σε σχέση με το μέσο ευρωπαϊκό όρο, και δεν υπάρχουν ενδείξεις σημαντικής βελτίωσης των ποσοστών (1,3% αύξηση χρηστών Η/Υ για το 2004).⁶² Μάλιστα όσον αφορά τη χρήση του Διαδικτύου, πρόσφατη έρευνα εμφανίζει οριακή αύξηση της χρήσης για τις αστικές περιοχές και οριακή μείωση για την επαρχία.⁶³ Σε γενικές γραμμές παρατηρούνται σταθεροποιητικές τάσεις στους βασικούς δείκτες χρήσης Νέων Τεχνολογιών, που αφορούν στους Έλληνες. Πτωτική τάση παρουσιάζουν τόσο η πρόθεση αγοράς Η/Υ, όσο και η πρόθεση συνδρομής Ίντερνετ στο νοικοκυριό. Αντιθέτως, η κατοχή κινητού τηλεφώνου παρουσιάζει αυξητική τάση.

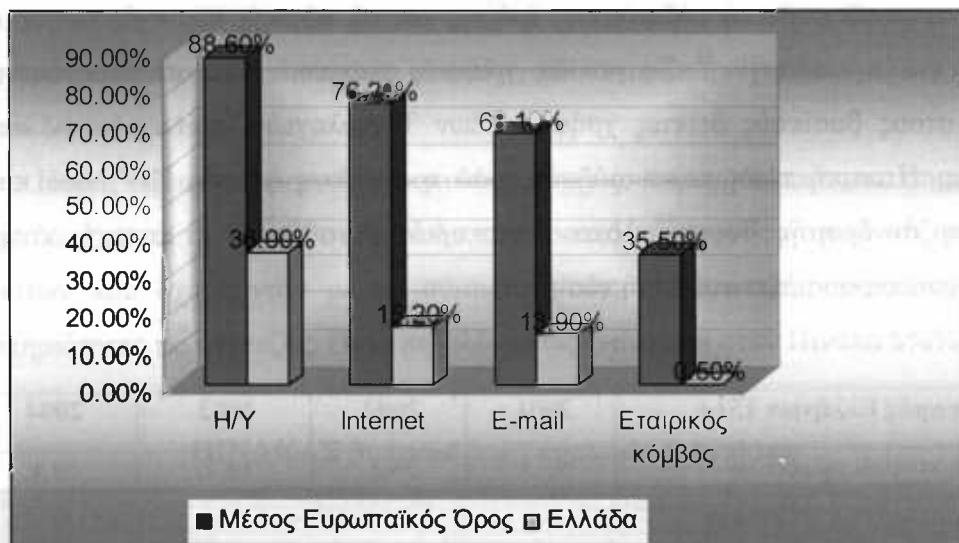
Πληθυσμός Ελλήνων 15++	2001	2002	2003	2004
Κατοχή κινητού τηλεφώνου	49,5	58,5	64,7	69,4
Κατοχή Η/Υ	23,3	27,2	30,5	29,9
Πρόθεση αγοράς Η/Υ	6,0	7,5	8,3	4,9
Χρήση Η/Υ	20,8	25,8	27,1	25,9
Χρήση Διαδικτύου	10,6	17,2	19,9	19,7
Κατοχή προσωπικού κωδικού ηλεκτρονικού ταχυδρομείου	6,5	11,1	12,4	12,5
Κατοχή προσωπικής συνδρομής στο Διαδίκτυο	5,7	7,8	9,1	9,5
Κατοχή συνδρομής στο Διαδίκτυο νοικοκυριού		12,4	15,2	17,1
Πρόθεση συνδρομής στο Διαδίκτυο	1,1	7,6	8,6	4,3
Χρήστες υπηρεσιών war	0,8	1,2	2,3	2,9

⁶² Έρευνα για τις Νέες Τεχνολογίες και την Κοινωνία της Πληροφορίας, V-PRC, 2004

⁶³ «Δεν αυξάνονται πλέον οι χρήστες του Internet στην Ελλάδα», Έρευνα Gfk Market Analysis, Τελ Νέα, 14/09/2005

Παρόμοια είναι και η κατάσταση όσον αφορά τις επιχειρήσεις, όπου φαίνεται ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις βρίσκονται πολύ μακριά από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο όσον αφορά τη χρήση των νέων τεχνολογιών (Γράφημα 3).

Λειτουργώντας μέσα σε ένα τέτοιο περιβάλλον, και υπό καθεστώς έντονου ανταγωνισμού, οι τράπεζες στην Ελλάδα καλούνται να διαμορφώσουν τη στρατηγική τους με βάση τις τελευταίες εξελίξεις στον τομέα της ηλεκτρονικής τραπεζικής καθώς



Γράφημα 3: χρήση των νέων τεχνολογιών

και τον όλο και σημαντικότερο ρόλο που διαδραματίζει η τεχνολογία στον κλάδο της τραπεζικής. Η στροφή προς την υιοθέτηση των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής αποτελεί μονόδρομο, αλλά και στρατηγική επιλογή ταυτόχρονα.

Η συντριπτική πλειοψηφία (93,75%) των στελεχών της ηλεκτρονικής τραπεζικής δηλώνει πως τα εναλλακτικά δίκτυα αποτελούν άμεση προτεραιότητα για την τράπεζά τους, και απαιτείται η επένδυση σε αυτά ακόμα και αν η διείσδυσή τους στους πελάτες δεν είναι προς το παρόν η επιθυμητή. Σαν σημαντικότεροι λόγοι για την πραγματοποίηση μιας τέτοιας σειράς ενεργειών αναφέρονται:

- Η καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη. Ακόμα και αν οι υπηρεσίες του Internet, phone και mobile banking χρησιμοποιούνται προς το παρόν από πελάτες συγκεκριμένου κοινωνικού, οικονομικού και μορφωτικού επιπέδου, οι τράπεζες οφείλουν να παράσχουν τις υπηρεσίες που έστω και μικρή προς το παρόν μερίδα πελατών επιζητεί.

- Η εξοικονόμιση κόστους. Παρά το γεγονός ότι οι επενδύσεις σε εναλλακτικά δίκτυα χαρακτηρίζονται υψηλές, οδηγούν αποδεδειγμένα σε μείωση του λειτουργικού κόστους και όταν η χρήση των δικτύων αυτών υιοθετηθεί από μεγαλύτερο αριθμό πελατών, τα οικονομικά οφέλη θα είναι άμεσα.
- Η δημιουργία σύγχρονου προφίλ. Ορισμένες τράπεζες παραδέχονται πως για λόγους πληρότητας και δημιουργίας προφίλ τεχνολογικά εξελιγμένου οργανισμού, αναπτύσσουν, συντηρούν και προωθούν υπηρεσίες που υπό άλλες συνθήκες θα καταργούσαν.
- Η μείωση του απαιτούμενου ποσού της αρχικής επένδυσης, Για πολλές από τις μικρές τράπεζες, το αρχικό ποσό της επένδυσης ήταν υπέρογκο και αυτό καθιστούσε αδύνατη την ανάπτυξη των εναλλακτικών δικτύων. Οι τεχνολογικές εξελίξεις όμως τρέχουν και στον τομέα της πληροφορικής –που αποτελεί βάση της ανάπτυξης εναλλακτικών καναλιών διανομής- τα κόστη συνεχώς μειώνονται. Έτσι είναι πλέον περισσότερο εφικτό για ορισμένες τράπεζες να προβούν σε επενδύσεις λιγότερο κοστοβόρες και μικρότερου επιχειρηματικού ρίσκου, ακολουθώντας το παράδειγμα των πρωτοπόρων του κλάδου.
- Η εναρμόνιση με ευρωπαϊκούς κανονισμούς. Ήδη πολλές τράπεζες προετοιμάζουν την εισαγωγή στην αγορά των smart cards αναγκασμένες να τις προσαρμόσουν στα διεθνή πρότυπα που καθορίζει η VISA.
- Η εξασφάλιση πλεονεκτήματος έναντι του ανταγωνισμού. Ειδικά για τις τράπεζες που έχουν αναπτύξει εδώ και κάποια χρόνια τα εναλλακτικά τους δίκτυα, κρίνεται απαραίτητη η συνεχής παρακολούθηση των εξελίξεων και η παροχή πρωτοποριακών προϊόντων και υπηρεσιών, ώστε να διατηρήσουν την πελατειακή τους βάση και το πλεονέκτημα που απέκτησαν σαν πρωτοπόροι.

Παρά το γεγονός ότι πολλές από τις τράπεζες θα ήθελαν για κάποιο από τους λόγους που αναφέρθηκαν παραπάνω να προβούν σε υιοθέτηση εναλλακτικών καναλιών νωρίτερα, ή να ασκήσουν μια πιο επιθετική πολιτική, αντιμετώπισαν στην επίτευξη των επιδιώξεών τους δυσκολίες που τις καθυστέρησαν σημαντικά. Ποσοστό 75% των τραπεζών θα ήθελαν να επενδύσουν νωρίτερα και ταχύτερα στα εναλλακτικά δίκτυα. Οι κυριότεροι λόγοι καθυστέρησης στην εισαγωγή και καθιέρωση των εναλλακτικών δικτύων που αναφέρθηκαν εμφανίζονται στον πίνακα 5.

Είναι γεγονός ότι η υιοθέτηση των εναλλακτικών δικτύων από τις τράπεζες επιφέρει σημαντικές αλλαγές και στο φυσικό τους δίκτυο, που δεν είναι άλλο από το σύνολο των υποκαταστημάτων. Ήδη ορισμένες από τις τράπεζες του δείγματος έχουν προβεί σε δημιουργία ολιγοδύναμων, ευέλικτων υποκαταστημάτων, ενώ τουλάχιστον δύο ακόμα προσανατολίζονται προς αυτή την κατεύθυνση σε πιλοτικό στάδιο. Σε κάθε περίπτωση το σύνολο των στελεχών δηλώνει ότι το υποκατάστημα του άμεσου μέλλοντος θα αποτελείται κατά κύριο λόγο από τραπεζικούς υπαλλήλους-συμβούλους που θα έχουν ως αποστολή την πώληση τραπεζικών προϊόντων

ΠΙΝΑΚΑΣ 5: Λόγοι καθυστέρησης στην εισαγωγή των εναλλακτικών δικτύων

ΠΡΟΒΛΗΜΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗΣ
Έλλειψη τεχνολογικής υποδομής	25%
Γραφειοκρατικοί λόγοι/εξάρτηση από άλλους οργανισμούς	25%
Οικονομική αδυναμία	18,75%
Έμφαση από τη διοίκηση σε κατάκτηση άλλων στόχων	18,75%
Έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού	18,75%
Έλλειψη στήριξης και δυσκολία στην επικοινωνία με τη διοίκηση του οργανισμού.	12,5%
Μη ύπαρξη της κατάλληλης πελατειακής βάσης	12,5%

διαμορφωμένων στα μέτρα των απαιτήσεων του πελάτη. Ο αριθμός των ταμειακών υπαλλήλων-tellers θα μειωθεί, καθώς στόχος είναι οι συναλλαγές ρουτίνας να φύγουν από το φυσικό δίκτυο.

Παρά το γεγονός ότι οι τράπεζες επιδιώκουν την διεκπεραίωση των συναλλαγών ρουτίνας από τα εναλλακτικά δίκτυα, η παρουσία του πελάτη στο υποκατάστημα εξακολουθεί να αποτελεί προτεραιότητα. Ειδικά για τις μικρότερες σε μέγεθος τράπεζες που δεν αντιμετωπίζουν πρόβλημα συνωστισμού στα ταμεία, θεωρείται μεγάλο προτέρημα η δυνατότητα που έχουν να αναπτύξουν διαπροσωπική επαφή με τον πελάτη και να έρθουν σε άμεση επαφή μαζί του. Ποσοστό 25% των τραπεζών του δείγματος θεωρεί πως το μικρό μέγεθος ενός τραπεζικού οργανισμού μπορεί να οδηγήσει σε ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα μέσω των καλύτερων και πιο κοντινών επαφών με τους πελάτες, ενώ ποσοστό 18,75% δηλώνει πως ήδη κινείται προς αυτή την κατεύθυνση με την ειδική εκπαίδευση των υπαλλήλων του, δίνοντας έμφαση στη δύναμη της διαπροσωπικής επαφής. Όλα ανεξαιρέτως τα στελέχη του e-banking θεωρούν ότι σε κάθε περίπτωση οδηγός για τις επιχειρηματικές αποφάσεις πρέπει να είναι το customer relationship management (CRM).

Όσον αφορά την τεχνολογική υποδομή, το σύνολο του δείγματος θεωρεί ότι το κόστος επένδυσης έχει πλέον μειωθεί σημαντικά και το 87,5% πιστεύει ότι η τεχνολογική υποδομή μπορεί να υποστηρίξει στην παρούσα φάση τους στόχους του οργανισμού.

3.3 ΣΧΕΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ-ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΣΤΙΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

Είναι γνωστό ότι οι επενδύσεις για την ανάπτυξη υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι κεφαλαιακές, αναπτυξιακές, και απαιτούν νέα λειτουργικά έξοδα. Ένα business case όμως χρειάζεται και εκτοπισμό υφισταμένων εξόδων, δημιουργία νέων εσόδων και αποδεκτό ROI σε ορίζοντα 3-5 ετών. Στην περίπτωση της ηλεκτρονικής τραπεζικής όμως δεν είναι καθόλου εύκολη υπόθεση η μέτρηση της απόδοσης επένδυσης, και αυτό γιατί στο συνολικό υπολογισμό της απόδοσης υπεισέρχεται ένα σύνολο από παραμέτρους οι οποίες δεν είναι δυνατόν να ποσοτικοποιηθούν και μετρηθούν.

Αν θελήσουμε να κάνουμε μια καταγραφή του πως διαμορφώνεται ο προϋπολογισμός που διαχειρίζονται τα τελευταία χρόνια τα τμήματα ηλεκτρονικής τραπεζικής των χρηματοπιστωτικών οργανισμών στην Ελλάδα, θα πρέπει αρχικά να διαχωρίσουμε τις τράπεζες σε αυτές που διαθέτουν υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής και σε αυτές που τώρα τις αναπτύσσουν. Αυτό φυσικά συμβαίγει γιατί

από τις τράπεζες που βρίσκονται σε φάση πρώιμης ανάπτυξης απαιτούνται πολύ μεγαλύτερες επενδύσεις, οι οποίες μάλιστα μεγαλώνουν σταδιακά μέχρι το οριστικό λανσάρισμα του προϊόντος/υπηρεσίας στην αγορά.⁶⁴ Έξι στις επτά (ποσοστό 86%) από τις ελληνικές τράπεζες που ανήκουν στην κατηγορία αυτή παρουσιάζουν σταθερή αύξηση του προϋπολογισμού που απορροφάται από τα αντίστοιχα τμήματα ηλεκτρονικής τραπεζικής, ενώ στο σύνολό τους χαρακτηρίζουν την πολιτική τους στον τομέα αυτό ως «έντασης επενδύσεων». Αντιθέτως, οι επτά από τις εννέα τράπεζες που διαθέτουν ολοκληρωμένες υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής παρουσιάζουν σταθερότητα όσον αφορά τον προϋπολογισμό της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Αυξητικό προϋπολογισμό παρουσιάζουν οι μικρότερες σε μέγεθος τράπεζες, όπου το μέγεθος των επενδύσεων είναι και σημαντικά μικρότερο.

Μέτρηση απόδοσης επενδύσεων

Ιδιαίτερα σημαντικό στοιχείο και χαρακτηριστικό της δυσκολίας που παρουσιάζει η μέτρηση των επενδύσεων στην ηλεκτρονική τραπεζική είναι το ότι μόνο το 31,25% του δείγματος δηλώνει σαφώς ότι γίνεται συστηματική προσπάθεια μέτρησης της απόδοσης των επενδύσεων. Επίσης ένα 25% δηλώνει ότι προσπαθεί να αναπτύξει εσωτερικά κάποια μοντέλα υπολογισμού της απόδοσης, χωρίς αυτά να έχουν πάρει ακόμα τελική μορφή, αν και θεωρείται ότι παρόμοιες προσπάθειες έστω και αν αποτυγχάνουν χρησιμεύουν στο να διατηρείται η πειθαρχία και η προσήλωση στους στόχους. Σε καμία πάντως περίπτωση δεν καταγράφηκαν καθαρά κέρδη στην ηλεκτρονική τραπεζική. Ακόμα και οι τράπεζες που δραστηριοποιούνται περισσότερα έτη στο χώρο δυσκολεύονται σημαντικά στην απόσβεση των επενδύσεών τους. Είναι χαρακτηριστικό ότι καμία από τις τράπεζες-πρωτοπόρους στον τομέα της ηλεκτρονικής τραπεζικής δεν θεωρεί ότι έχει κάνει απόσβεση των επενδύσεών της. Αντιθέτως η απόσβεση μοιάζει να είναι ευκολότερη για τις μικρές τράπεζες, και αυτό συμβαίνει για δύο κυρίως λόγους:

1. Τα ποσά τα οποία επενδύονται είναι σημαντικά μικρότερα λόγω του μεγέθους των οργανισμών.

⁶⁴ G. Jones “Organizational Theory, Design and Change”, ch 11-“Organizational transformations” Prentice Hall, 2004

2. Η καθυστέρηση που παρουσίασαν στην ανάπτυξη των εναλλακτικών καναλιών (late entrants) είχε σαν αποτέλεσμα να δαπανήσουν σημαντικά μικρότερα ποσά στην αρχική επένδυση.
3. Οι μικρές τράπεζες δεν έχουν τη δυνατότητα να ακολουθούν τους οραματιστές (visioners) ούτε αυτούς που ρισκάρουν (challengers), αλλά τους πρωτοπόρους (leaders). Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να αποφεύγουν τις επενδύσεις ρίσκου και να ακολουθούν δοκιμασμένες και πετυχημένες λύσεις.

Εκ πρώτης όψεως θα μπορούσε κανείς να πει ότι οι επενδύσεις στην ηλεκτρονική τραπεζική δεν αποδίδουν τα αναμενόμενα, στην ουσία όμως αυτό δεν ισχύει, γιατί τα παράπλευρα οφέλη –αν και δύσκολα μετρήσιμα– είναι πολύ μεγάλης σημασίας. Τα οφέλη αυτά συνοψίζονται ως εξής:

- Μείωση του λειτουργικού κόστους, που αντικατοπτρίζεται στις χρεώσεις των υπηρεσιών προς τους πελάτες
- Μείωση του κόστους ανάπτυξης νέων εφαρμογών
- Αξιοποίηση των ιδιωτικών δικτύων (private networks)
- Αύξηση των διασταυρούμενων πωλήσεων (cross-selling)
- Ενίσχυση της εικόνας του οργανισμού που αποτυπώνεται και στην χρηματιστηριακή του αξία
- Βελτίωση της παρεχόμενης εξυπηρέτησης προς τον πελάτη

Ακόμη και αν από το σύνολο των στελεχών του δείγματος κατατέθηκε η άποψη ότι προς το παρόν μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί δεν προσελκύουν νέους πελάτες, ή ακόμη και αν τα άμεσα καθαρά κέρδη των υπηρεσιών εναλλακτικών δικτύων είναι πενιχρά, τα κέρδη μέσα από την εξοικονόμηση κόστους είναι πολύ σημαντικά.

Επίδραση του Internet στην κερδοφορία

Η επίδραση του Internet στην κερδοφορία των τραπεζών είναι ένα ζήτημα που απασχολεί σήμερα έντονα τους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς, και παρόλο που στο σύνολό τους δηλώνουν ότι η διαδικασία υπολογισμού αυτής της επίδρασης είναι εξαιρετικά δύσκολη και ασαφής, το 50% του δείγματος δηλώνει ότι αναπτύσσεται εφαρμογές και μοντέλα αποτίμησης της επίδρασης αυτής.

Πρωταρχικός στόχος των τραπεζών μέσα από τις επενδύσεις στα εναλλακτικά δίκτυα είναι η βελτίωση στην παροχή των υπηρεσιών τους και συνεπώς η καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη. Οι επενδύσεις αυτές είναι ιδιαίτερα σημαντικές και δε μεταφράζονται μόνο σε υποδομή αλλά και σε ανθρώπινο δυναμικό και διαδικασίες, όλα απαραίτητα συστατικά για την άρτια λειτουργία μιας τράπεζας στο Internet ή σε οποιοδήποτε άλλο εναλλακτικό κανάλι. Για τη διασφάλιση των ηλεκτρονικών συναλλαγών απαιτούνται ιδιαίτερα υψηλά κεφάλαια από την πρώτη στιγμή, τα οποία σε μια χώρα όπου η διείσδυση του Internet βρίσκονταν ακόμα σε πρώιμα στάδια έδειχναν εξωπραγματικά.

Το κόστος που απαιτείται για να φτιάξει κανείς μια ολοκληρωμένη ηλεκτρονική υπηρεσία που να παρέχει τα κατάλληλα επίπεδα ασφαλείας, με τους ελέγχους που απαιτούνται και την τεχνολογία που χρειάζεται, είναι το ίδιο είτε πρόκειται για την εξυπηρέτηση δέκα πελατών είτε εκατοντάδων χιλιάδων. Οι οικονομίες κλίμακας στο Internet αρχίζουν να λειτουργούν πάνω σε ένα αριθμό πελατών ιδιαίτερα υψηλό για τα ελληνικά δεδομένα. Άρα, με τα μεγέθη της εγχώριας αγοράς η επένδυση είναι πράγματι πολυδάπανη, καθιστώντας εξαιρετικά δύσκολο να πετύχει κανείς ικανοποιητικό ROI στην περίπτωση που αυτή η επένδυση γίνεται αποκλειστικά για το Internet banking.

Είναι λοιπόν κοινή διαπίστωση και πεποίθηση των όσων ασχολούνται με τον τομέα αυτό της τραπεζικής ότι δεν πρέπει να αντιμετωπίζεται η επένδυση ως κάτι που γίνεται αποκλειστικά για να εξυπηρετήσει το Internet banking, αφού τα παράπλευρα κέρδη είναι πολύ σημαντικά. Πολλές από τις ηλεκτρονικές εφαρμογές υψηλής τεχνολογίας που αναπτύσσονται για εναλλακτικά δίκτυα διανομής αποτελούν τη βάση τεχνολογικά για άλλα τραπεζικά προϊόντα, για την αυτοματοποίηση των διαδικασιών εσωτερικά, για τη βελτίωση λειτουργιών. Πρόκειται συνεπώς για τεχνογνωσία η οποία έχει ως αρχικό σκοπό την εξυπηρέτηση ενός εναλλακτικού καναλιού, στη συνέχεια όμως αξιοποιείται και σε ποικίλες λειτουργίες μέσα στον οργανισμό συνεισφέροντας σημαντικά στην απόσβεση του κόστους της επένδυσης.

Τέλος, σε πολλές περιπτώσεις, η ίδια τεχνολογία που χρησιμοποιείται εσωτερικά, προσφέρεται και σε πελάτες εκτός του οργανισμού. Ο συνδυασμός λοιπόν εσωτερικής χρήσης της τεχνογνωσίας σε όλο τον οργανισμό και η παροχή της σε τρίτους, όχι μόνο βοηθάει στην επίτευξη της ζητούμενης επιστροφής της επένδυσης αλλά ενισχύει σημαντικά και την ανταγωνιστικότητα της τράπεζας που πραγματοποιεί.

Αξιολόγηση επενδύσεων ηλεκτρονικής τραπεζικής

Η μέτρηση της απόδοσης των επενδύσεων στην ηλεκτρονική τραπεζική είναι μια εξαιρετικά δύσκολη αποστολή που καλούνται να φέρουν σε πέρας οι τράπεζες σήμερα. Κατά τον ίδιο τρόπο, ιδιαίτερα δύσκολη και κοστοβόρα είναι και η αξιολόγηση των επενδύσεων στον τομέα του e-banking. Αυτός είναι και ο λόγος που οι τράπεζες στην Ελλάδα σε ποσοστό 50% δεν διαθέτουν κάποια αποκρυσταλλωμένη και αυστηρά καθορισμένη μέθοδο αξιολόγησης των επενδύσεών τους στον τομέα αυτό. Από αυτές το 50% δηλώνει ότι αναπτύσσει εφαρμογές προς αυτή την κατεύθυνση και προς το παρόν στηρίζεται είτε σε ετήσιες μετρήσεις χρήσης υπηρεσιών και ικανοποίησης πελατών είτε σε περιστασιακά προγράμματα στοχευόμενων πωλήσεων.

Από την έρευνα προκύπτει -με σειρά προτεραιότητας- ότι η αξιολόγηση-επιλογή μεταξύ των προτεινόμενων επενδύσεων/έργων θα πρέπει:

1. Να βασίζεται σε αντικειμενική εκτίμηση της προστιθέμενης αξίας στον Οργανισμό
2. Να οδηγεί σε αντικειμενική απόδοση των προτεραιοτήτων στα εγκεκριμένα έργα, έτσι ώστε να βελτιστοποιείται η αξιοποίηση των διαθέσιμων χρηματικών και ανθρώπινων πόρων του Οργανισμού
3. Να γίνεται με ενιαίο και συστηματικό τρόπο σε ολόκληρο τον Οργανισμό
4. Να διασφαλίζει τη συμβατότητα των επιλογών με την αρχιτεκτονική του Οργανισμού
5. Να συντείνει σε καλύτερη συνολική ευθυγράμμιση μεταξύ IT και επιχειρηματικής στρατηγικής

3.4 ΟΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

Όσον αφορά τις μελλοντικές εξελίξεις και τους στόχους τους οποίους οι τράπεζες θέτουν σχετικά με τα ζητήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής, τα συμπεράσματα που προέκυψαν από την έρευνα εμφανίζονται παρακάτω:



Έξυπνες Κάρτες (Smart Cards)

Οι Έξυπνες Κάρτες και η καθυστερημένη εισαγωγή τους στην ελληνική αγορά από τις τράπεζες καταδεικνύει σε μεγάλο βαθμό ότι η ηλεκτρονική τραπεζική στην Ελλάδα βρίσκεται ακόμη σε ένα πρώιμο στάδιο ανάπτυξης και αυτό γιατί το συγκεκριμένο προϊόν έχει δοκιμαστεί εδώ και αρκετό καιρό⁶⁵ στην ευρωπαϊκή αγορά με απόλυτη επιτυχία.⁶⁶

Παρόλα αυτά, στην Ελλάδα η εισαγωγή του καθυστερεί σημαντικά, και η πλειοψηφία των τραπεζών (56,25%) σχεδιάζει την εισαγωγή του λόγω της ύπαρξης της κανονιστικής οδηγίας από τη Visa (EMV πρότυπα). Η συγκεκριμένη μάλιστα οδηγία θα ισχύσει από το 2007 και όχι από το 2006 όπως αρχικά προβλεπόταν, γεγονός που πιθανόν να καθυστερήσει ακόμα περισσότερο τις εξελίξεις στην ελληνική τραπεζική αγορά. Ποσοστό 25% του δείγματος δηλώνει ότι η ένταξη των έξυπνων καρτών στα παρεχόμενα προϊόντα δεν αποτελεί προτεραιότητα. Οι τράπεζες αυτές είναι μικρές τράπεζες οι οποίες επιλέγουν στάση αναμονής και αργή είσοδο στην αγορά (late entrants) προτιμώντας να εξετάσουν αρχικά τα ζητήματα της ανταποδοτικότητας και παρακολουθώντας τον ανταγωνισμό.

Mobile Banking

Οι υπηρεσίες του mobile banking αρχικά αντιμετωπίστηκαν στην Ελλάδα με ιδιαίτερη αισιοδοξία λόγω και της υψηλότατης διείσδυσης της κινητής τηλεφωνίας στη χώρα μας, που αγγίζει το 69,4% το 2004 και παρουσιάζει σταθερή αύξηση τα τελευταία χρόνια (ρυθμός μεταβολής +4,7% το 2003-2004).

Πληθυσμός Ελλήνων 15++	Ρυθμός μεταβολής 2002-2001	Ρυθμός μεταβολής 2003 -2002	Ρυθμός μεταβολής 2004 -2003
Κατοχή κινητού τηλεφονού	9	6.2	4.7
Πληθυσμός Ελλήνων 15++	2001	2002	2003
Κατοχή κινητού τηλεφονού	49.5	58.5	64.7
	2004		
	69.4		

⁶⁵Forrester Research "New Payment Systems' Survival Guide" Benjamin Ensor with Dr. Therese Torris, Marie Fagerström, Noelia Martínez ,July 1, 2003

⁶⁶ Forrester Research "Which New Payment Systems Do Europeans Use?" Benjamin Ensor, Elena Giovannini March 22, 2005

Παρά τις αισιόδοξες προβλέψεις όμως, το mobile banking δεν έτυχε της αναμενόμενης αναγνώρισης από τους τραπεζικούς πελάτες στην Ελλάδα, με αποτέλεσμα αυτή τη στιγμή οι χρήστες του να είναι ελάχιστοι και οι τράπεζες να το διατηρούν μόνο για λόγους πληρότητας και επειδή η συντήρησή του δεν είναι δαπανηρή. Ως βασικοί λόγοι αποτυχίας του εντοπίζονται:

- Η αυξημένη δυσχρηστία του περιβάλλοντος που έχει προς το παρόν αναπτυχθεί.
- Η μη διάδοση των PDAs και κινητών τρίτης γενιάς (3G) λόγω του αυξημένου -προς το παρόν- κόστους
- Η έλλειψη εμπιστοσύνης για θέματα ασφαλείας
- Η χρήση του από ανθρώπους πολύ συγκεκριμένου προφίλ (περιορισμένη διάδοση)

Η μη επιτυχημένη εισαγωγή του mobile banking στην ελληνική αλλά και ευρωπαϊκή αγορά⁶⁷ έχει κάνει πολύ διστακτικές τις τράπεζες που δεν έχουν ακόμα υιοθετήσει το συγκεκριμένο εναλλακτικό κανάλι. Ποσοστό 50% του δείγματος τηρεί στάση αναμονής και πιστεύει πως το mobile banking σήμερα απλά συνεισφέρει –σε περιορισμένο μάλιστα βαθμό- στην τεχνολογική εικόνα της τράπεζας που το παρέχει, ενώ ποσοστό 31,25% θεωρεί πως η ουσιαστική διείσδυση του mobile banking θα πραγματοποιηθεί μετά το 2009 και μόνο 18,75% μετά το 2007. Ένα ποσοστό 25% θεωρεί ως πιο πιθανή αποδεκτή υπηρεσία του άμεσου μέλλοντος τα SMS alerts και τις ερωτήσεις λογαριασμών, ενώ σύμφωνα με το 93,75% το κινητό τηλέφωνο δεν αναμένεται να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στις τραπεζικές πληρωμές τα επόμενα τρία έτη. Άλλωστε ακόμα και σήμερα η αναλογία ερωτήσεων προς πληρωμές μέσω κινητού είναι 26 προς 1, όπως προκύπτει από την έρευνα.

Διατραπεζικές μεταφορές κεφαλαίων σε πραγματικό χρόνο

Οι διατραπεζικές πληρωμές στη χώρα μας παρουσιάζουν αξιοσημείωτες ιδιαιτερότητες. Από τη μια πλευρά υπάρχει το δίκτυο DIASnet ATM Switching, στο οποίο επιτρέπονται οι διατραπεζικές αναλήψεις μετρητών. Στην πραγματικότητα οι

⁶⁷Forrester Research “Mobile Payments in Europe: Too Much Technology, Too Little Consumer Interest” Martha Bennett, September 25, 2003



αναλήψεις είναι πληρωμές: η τράπεζα A (issuer) χρεώνει τον πελάτη της και πιστώνει ("πληρώνει") την τράπεζα B (acquirer) και η τράπεζα B παρέχει στον πελάτη της την υπηρεσία ανάληψη μετρητών -για την οποία υπηρεσία εισπράττει και τη σχετική προμήθεια. Όλα αυτά γίνονται σε πραγματικό χρόνο, όπως και στο Internet.

Από την άλλη πλευρά υπάρχει το σύστημα DIA Transfer. Όταν ένας πελάτης θέλει να στείλει χρήματα σε λογαριασμό πελάτη άλλης τράπεζας (δηλ. να κάνει μια πληρωμή), εισάγει την εντολή του (στο τραπεζικό κατάστημα και στο Internet banking και, σε ορισμένες περιπτώσεις, μέσω phone banking και στο ATM) και αυτή δεν εκτελείται σε πραγματικό χρόνο. Αντ' αυτού εισάγεται σε ένα αρχείο, το οποίο κάποια στιγμή θα φτάσει στον κεντρικό διανεμητή (ΔΙΑΣ), ο οποίος θα στείλει σε κάθε τράπεζα τις συναλλαγές που την αφορούν ώστε να γίνουν οι πιστώσεις. Αυτό γίνεται δύο φορές την ημέρα και είναι δυνατό να γίνει και περισσότερες.

Αξιοποιούνται λοιπόν δύο διαφορετικές τεχνολογίες -και οι δύο είναι πολύ παλιές- και δύο διαφορετικές μέθοδοι. Το αποτέλεσμα είναι ότι δεν υπάρχει κανένα μέσο που να επιτρέπει real-time payments. Όλα αυτά, τη στιγμή που είναι γνωστό ότι οι πελάτες κάνουν δεκάδες χιλιάδες μεταφορές προς λογαριασμούς της τράπεζάς τους και πως θα έκαναν άλλες τόσες ή και περισσότερες, αν είχαν την ίδια δυνατότητα και για λογαριασμούς άλλων τραπεζών. Επιπλέον, δεν είναι μόνο οι μεταφορές που θα μπορούσαν να επιτευχθούν. Η χρέωση θα μπορούσε να έχει ζητηθεί από έναν τρίτο φορέα και να εξουσιοδοτηθεί από τον πελάτη του φορέα. Η εξουσιοδότηση αυτή μπορεί να γίνει μέσω του μηχανισμού Internet banking κάθε τράπεζας.

Μιλάμε λοιπόν για ένα "διατραπεζικό Internet banking". Η ΔΙΑΣ παρουσιάζει στον πελάτη κάθε τράπεζας μια σελίδα, στην οποία ο πελάτης καλείται να εισαγάγει τους κωδικούς που του έχει δώσει η τράπεζά του -κατά κάποιον τρόπο, υπογράφει τη συναλλαγή- και να επιλέξει το λογαριασμό που θα χρεώσει. Οι κωδικοί μεταφέρονται κρυπτογραφημένοι (όπως γίνεται σήμερα στις συναλλαγές ATM) από τη ΔΙΑΣ στην τράπεζα του πελάτη, η οποία κάνει τη χρέωση του επιλεγμένου λογαριασμού και στέλνει την έγκριση στη ΔΙΑΣ και αυτή στο φορέα που ζήτησε την πληρωμή.

Η ευκολία και η άνεση για τους πελάτες των τραπεζών θα είναι η μέγιστη δυνατή. Το ίδιο ισχύει και για όσους θέλουν να κάνουν τις εισπράξεις τους μέσω εναλλακτικών δικτύων. Ο αριθμός των ηλεκτρονικών πληρωμών θα αυξηθεί

κατακόρυφα, ενώ η εν λόγω δυνατότητα θα επιτρέψει στις τράπεζες όχι μόνο να κρατήσουν την πλειονότητα των πληρωμών αλλά και να τη μεγιστοποιήσουν.

Η προοπτική της διατραπεζικής μεταφοράς κεφαλαίων σε πραγματικό χρόνο απασχολεί έντονα σημαντικό αριθμό τραπεζών του δείγματος (50%). Ήδη στην ευρωπαϊκή ζώνη είναι υπό δημιουργία η ενιαία κοινή πλατφόρμα του Target2⁶⁸ που βασίζεται στην αρχή της συνέχειας των συναλλαγών με την πιο σύγχρονη έννοια του όρου. Η δημιουργία ενός διατραπεζικού Internet banking, με αναβάθμιση των συστημάτων ΔΙΑΣ και ΕΡΜΗΣ αποτελεί μία πολύ πιθανή προοπτική και ήδη οι τράπεζες κινούνται προς αυτή την κατεύθυνση.

Πληρωμές μεταξύ επιχειρήσεων - *B2B payments*



Η Ελλάδα είναι μία από τις πολύ λίγες χώρες του πλανήτη όπου οι πληρωμές μεταξύ επιχειρήσεων γίνονται με μεταχρονολογημένες επιταγές.⁶⁹ Συνήθως απαιτείται ένα πλήθος από υπογραφές και η παρεμβολή μεγάλου αριθμού φυσικών προσώπων μέχρι να "ωριμάσει" η επιταγή. Οι μόνες πληρωμές "same day" είναι όσες γίνονται προς το κράτος και τις υπηρεσίες του (φόροι., ασφάλιστρα, λογαριασμοί κ.λ.π.). Αντιθέτως στο εξωτερικό οι περισσότερες πληρωμές γίνονται άμεσα⁷⁰ και έχει ενισχυθεί σημαντικά ο ρόλος εταιρειών παροχής υπηρεσιών ταυτοποίησης συναλλασσόμενων επιχειρήσεων (όπως η Identrus) στην πιστοποίηση των εμπλεκόμενων μερών. Οι εμπορικές συναλλαγές ολοκληρώνονται ταχύτατα στα e-marketplace με το ένα μέρος να πληρώνει το άλλο, χωρίς χρονοβόρες και κοστοβόρες γραφειοκρατικές διαδικασίες.

Με δεδομένη αυτή την κατάσταση, δεν είναι καθόλου παράξενο που πρακτικά δεν υπάρχουν ηλεκτρονικές πληρωμές μεταξύ επιχειρήσεων, αφού δεν είναι δυνατόν να γίνει η "οπισθογράφηση" μιας ηλεκτρονικής πληρωμής, ούτε φυσικά να παραδοθεί μια ηλεκτρονική πληρωμή στον προμηθευτή. Από την άλλη πλευρά, οι κυριότεροι χρήστες του Internet banking είναι οι επιχειρήσεις., ενώ η αξία των συναλλαγών των επιχειρήσεων είναι αντιστρόφως ανάλογη του πλήθους τους. Οι συναλλαγές που δεν υπάρχει λόγος να γίνονται με επιταγές (λ.χ. πληρωμή ΦΠΑ)

⁶⁸ Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, «Ετήσια Έκδοση 2004», 2005

⁶⁹ Δελτίο Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών: «Αφίέρωμα στο Internet Banking», Σεπτέμβριος 2003

⁷⁰ GartnerGroup Research : "Advantages of B2B payments", November 2003



γίνονται ηλεκτρονικά, μετρούνται σε δεκάδες χιλιάδες, και σε ορισμένες τράπεζες, έχουν ήδη ξεπεράσει σε αριθμό αυτές που γίνονται στα καταστήματα.

Είναι λοιπόν προφανές πως οι ηλεκτρονικές πληρωμές μεταξύ επιχειρήσεων θα ήταν πολύ περισσότερες, αν δεν υπήρχε η μεταχρονολογημένη επιταγή. Και, πέρα από την κατάργησή της, υπάρχουν κι άλλες λύσεις. Αν οι τράπεζες συνεργαστούν, θα μπορέσουν αρχικά να υποκαταστήσουν τη φυσική επιταγή με μια ηλεκτρονική επιταγή την οποία θα επιτρέψουν να είναι μεταχρονολογημένη. Η ηλεκτρονική επιταγή θα έχει αξία για αυτόν που θα την παραλάβει, καθώς θα μπορεί με τη σειρά του να τη μεταβιβάσει ηλεκτρονικά σε δικό του προμηθευτή κ.ο.κ. Όποιος παραλήπτης επιταγής το θελήσει, θα μπορέσει να την προεξοφλήσει και όποιος θέλει να τη χρησιμοποιήσει ως ενέχυρο για κεφάλαιο κίνησης, θα μπορεί να το κάνει. Και όλα αυτά θα μπορέσουν πολύ πιο γρήγορα να οδηγήσουν στη σταδιακή κατάργηση της μεταχρονολόγησης, αφήνοντας πίσω μόνο την "ηλεκτρονικοποίηση" της επιταγής - που τότε δεν θα πρόκειται για κάτι περισσότερο από μια απλή, ηλεκτρονική πληρωμή.

Μια τέτοια πρόταση φαίνεται πως έχει γίνει δεκτή με ιδιαίτερα θετικό πνεύμα από τις τράπεζες, καθώς σε ποσοστό 62,5% δηλώνουν ότι εργάζονται προς αυτή την κατεύθυνση και ενδιαφέρονται έντονα για τη δημιουργία μιας ενιαίας πλατφόρμας επικοινωνίας και διεκπεραίωσης πληρωμών.

Κίνδυνοι / απειλές σε σχέση με το e-banking

Όσον αφορά την ανάπτυξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής και τις συνέπειες στις οποίες αυτή οδηγεί, δύο είναι τα κυριότερα προβλήματα που αναγνωρίζουν οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί στην Ελλάδα: Ο ένας έχει να κάνει με τα ζητήματα ασφαλείας και ο δεύτερος με τη μεταβολή του τραπεζικού ανταγωνισμού, και πιο συγκεκριμένα με την εμφάνιση του «μη τραπεζικού» ανταγωνισμού. Σαν σημαντικά προβλήματα αναφέρονται πάντως τόσο η άγνοια της κοινής γνώμης ως προς τη χρήση των νέων μορφών υπηρεσιών όσο και οι πιθανοί λειτουργικοί κίνδυνοι (օργάνωση πληροφοριακής λειτουργίας) και η πιθανή αδυναμία του υπάρχοντος προσωπικού να αντεπεξέλθει στις νέες απαιτήσεις.(Πίνακας 6)

ΠΙΝΑΚΑΣ 6 – Κίνδυνοι σε σχέση με το e-banking

ΚΙΝΔΥΝΟΙ/ΑΠΕΙΛΕΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗΣ
Ασφάλεια	56,25%
Μη τραπεζικός ανταγωνισμός	43,75%
Άγνοια πελατών	25%
Λειτουργικοί κίνδυνοι	12,5%
Έλλειψη ικανού προσωπικού	6,25%

Ασφάλεια ηλεκτρονικών συναλλαγών

Η ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών είναι σίγουρα ο σημαντικότερος φραγμός στο ηλεκτρονικό επιχειρείν. Ωστόσο τίθεται το ερώτημα του αν οι εταιρίες που αποφασίζουν να μην κάνουν τίποτα εξαιτίας αυτού αντιμετωπίζουν τον ουσιαστικότερο κίνδυνο να δουν τα μερίδια τους στην αγορά να "ροκανίζονται" από επιθετικούς νέους ανταγωνιστές.

Η ραγδαία ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου μπορεί να γεννά μεγάλη αισιοδοξία στους επιχειρηματικούς κύκλους, αλλά ταυτόχρονα προκαλεί και έντονη ανησυχία, η οποία σχετίζεται κυρίως με την ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Η ανησυχία αυτή αντικατοπτρίζεται και στις απόψεις των στελεχών των τραπεζών, αφού σε ποσοστό 56,25% θεωρούν το ζήτημα ασφάλειας ως το μείζον ζήτημα που έχουν να αντιμετωπίσουν οι τράπεζες σε σχέση με το e-banking.

Παρόλο που το σύνολο του δείγματος θεωρεί πως αυτή τη στιγμή οι τράπεζες έχουν λάβει τα απαραίτητα μέτρα για να προστατέψουν τους πελάτες τους, ένα σημαντικό ποσοστό 43,75% δεν αποκλείει το να πέσει η τράπεζά του θύμα κάποιας μορφής ηλεκτρονικής απάτης. Σε κάθε περίπτωση πάντως οι ηλεκτρονικές συναλλαγές θεωρούνται ασφαλέστερες από τις συναλλαγές στο φυσικό δίκτυο. Καθώς όμως η αγορά της ηλεκτρονικής τραπεζικής βρίσκεται σε πρώιμο στάδιο ανάπτυξης, οποιοδήποτε κρούσμα ένδειξης ανασφάλειας θα βλάψει σημαντικά το σύνολο των τραπεζών ως προς τις υπηρεσίες των εναλλακτικών δικτύων.

Μη τραπεζικός ανταγωνισμός

Ο ανταγωνισμός από μη τραπεζικούς οργανισμούς δεν είναι ακόμη ιδιαίτερα έντονος στην Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά προβλέπεται να αποτελεί όλο και πιο σοβαρή πρόκληση για τις τράπεζες⁷¹. Μέχρι στιγμής, σύμφωνα με τα στελέχη e-banking των

⁷¹ McKinsey Research “The threat from non-traditional banks”

τραπεζών του δείγματος οι τράπεζες στην Ελλάδα διατηρούν ακόμη προβάδισμα σε δύο βασικά σημεία:

- έχουν κερδίσει την εμπιστοσύνη του κόσμου
- λειτουργούν ως το μόνο μέσο απόθεσης των οικονομιών του.

Οι δυνητικοί ανταγωνιστές των τραπεζών, όπως ασφαλιστικές εταιρίες και εταιρίες παροχής χρηματοοικονομικών προϊόντων, εταιρίες πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών και αλυσίδες super-market, φιλοδοξούν να διαδραματίσουν ρόλο στο χρηματοοικονομικό τομέα. Οι ασφαλιστικές και επενδυτικές εργασίες, όπως τα αμοιβαία κεφάλαια, οι επενδυτικοί λογαριασμοί και άλλες διαδικασίες που σχετίζονται με μεταφορά χρημάτων και συμβουλευτικές υπηρεσίες είναι οι κατηγορίες που θα υποστούν πιο έντονα τον μη τραπεζικό ανταγωνισμό. Εξωτερικός ανταγωνισμός πρέπει να αναμένεται από εταιρίες λογισμικού που έχουν στην αρμοδιότητά τους τα ηλεκτρονικά συστήματα πληρωμών άλλων εταιριών, κομιστές τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών, εταιρίες πιστωτικών καρτών και δίκτυα super-market. Ήδη ένας μεγάλος αριθμός από μη παραδοσιακές τράπεζες έχει εισέλθει σε πολλούς τομείς της λιανικής ευρωπαϊκής τραπεζικής αγοράς⁷². Επίσης ολοένα και περισσότεροι καινοτομικοί επιχειρηματικοί θεσμοί "στήνονται" με βάση το Internet, παρέχοντας ακόμη και τραπεζικές υπηρεσίες.

Οι τράπεζες στην Ελλάδα αισθάνονται διασφαλισμένες από το μη τραπεζικό ανταγωνισμό σε ποσοστό 56,25%. Σαν παράγοντες εξασφάλισης έναντι του ανταγωνισμού αυτού εντοπίστηκαν με σειρά προτεραιότητας:

- Η αυξημένη εμπιστοσύνη των πελατών απέναντι στις τράπεζες (loyalty)
- Η συνεργασία μεταξύ των τραπεζών απέναντι στον ανταγωνισμό
- Η δυνατότητα που έχουν οι τράπεζες να «δέσουν» τον πελάτη μέσω προσφορών, παροχών, κλπ
- Η κρατική στήριξη
- Η μη ύπαρξη στην Ελλάδα δυνητικών ανταγωνιστών

Αντιθέτως, ένα ποσοστό 43,75% των τραπεζών αισθάνεται ότι απειλείται από δυνητικούς ανταγωνιστές, και θεωρεί ότι ο τραπεζικός κλάδος μπορεί στο άμεσο μέλλον να απειληθεί από μη τραπεζικούς ανταγωνιστές (Πίνακας 7), με πιθανότερο αντίπαλο τις εταιρείες τηλεπικοινωνιών.

⁷² McKinsey Research "The threat from non-traditional banks"
<http://mckinseyquarterly.com/electron/thno95.asp>

ΠΙΝΑΚΑΣ 7: Δυνητικοί ανταγωνιστές

ΔΥΝΗΤΙΚΟΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗΣ
Εταιρείες Τηλεπικοινωνιών	85%
Αλυσίδες Super Markets	57%
Ασφαλιστικές Εταιρείες	28%
Χρηματοοικονομικές Εταιρείες	28%
Εταιρείες Πληροφορικής	14%

TV Banking

Το TV banking, αν και αποτελεί ένα πολύ συγκεντρωμένο εναλλακτικό κανάλι και οι υπηρεσίες του δεν είναι προς το παρόν ιδιαίτερα διαδεδομένες στην Ευρώπη, φαίνεται ότι αποτελεί μια ακόμη επιλογή του μέλλοντος για τις τράπεζες στην Ελλάδα. Ήδη μια τράπεζα πρόκειται να εντάξει υπηρεσίες TV Banking μέσα στο 2005, ενώ μια ακόμα μελετά την περίπτωση να εισέλθει στο χώρο σταεπόμενα δύο χρόνια.



3.5 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Κάνοντας μια επισκόπηση των όσων καταγράφηκαν μέχρι τώρα, μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι οι τράπεζες βρίσκονται σε μια φάση μετασχηματισμού και επαναπροσδιορισμού του μοντέλου λειτουργίας τους. Βασικά χαρακτηριστικά του νέου μοντέλου είναι η τμηματοποίηση της αγοράς που απευθύνεται η τράπεζα και η προσφορά ολοκληρωμένων λύσεων για κάθε τμήμα της αγοράς, η σταδιακή μετατροπή του τραπεζικού καταστήματος από κέντρο συναλλαγών σε συμβουλευτικό κέντρο, η ενθάρρυνση των πελατών στη χρήση του φθηνότερου καναλιού για τις συναλλαγές τους και η αύξηση της κερδοφορίας με ταυτόχρονη εξαιρετική μείωση των λειτουργικών δαπανών. Η ποιότητα στην εξυπηρέτηση και ο προσδιορισμός του κατάλληλου καναλιού εξυπηρέτησης για τον κατάλληλο πελάτη θα έχουν καθοριστικό ρόλο. Το e-banking αποτελεί σήμερα ένα δεδομένο δίκτυο διανομής και εξυπηρέτησης για όλες τις τράπεζες. Το e-banking θα συμβάλει και θα βοηθήσει στην επιτάχυνση αυτού του μετασχηματισμού. Οι βασικοί λόγοι είναι ευκολία στην πρόσβαση και τη χρήση του, καθώς και το μειωμένο κόστος ανά συναλλαγή.

Οι προοπτικές του e-banking, της ηλεκτρονικής τραπεζικής, είναι αρκετά καλές και θα γίνονται 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 αυτή την κατεύθυνση, έστω 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:

- 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 (CRM), ώστε να είναι εφικτός ο συνδυασμός υψηλού επιπέδου προσωποποιημένης εξυπηρέτησης και μέγιστου επιχειρηματικού οφέλους.

- Η διάχυση των νέων τεχνολογιών να γίνει με γρηγορότερους ρυθμούς στην ελληνική αγορά και να δημιουργηθεί ένα κλίμα αξιοπιστίας και εμπιστοσύνης προς αυτά.

Η μεγαλύτερη απειλή για μία επιχείρηση έγκειται στην ενδεχόμενη αποτυχία της να αξιοποιήσει αποτελεσματικά το Internet. Καθώς όλο και μεγαλύτερος αριθμός επιχειρήσεων θα υιοθετεί τις υπηρεσίες που παρέχει το Internet, η τεχνολογία αυτή καθαυτή θα πάψει να αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Οι περισσότερες υπηρεσίες και εφαρμογές του Internet θα αποτελούν καθημερινή αναγκαιότητα για τη λειτουργία ενός οργανισμού, είτε πρόκειται για μία μεγάλη ανώνυμη εταιρεία είτε για μία ατομική επιχείρηση. Κατά συνέπεια κάθε επιχείρηση χρειάζεται να προβεί σε προγραμματισμένες ενέργειες για την εφαρμογή της τεχνολογίας του Internet κατά μήκος της αλυσίδας αξίας της.

Η αξιοποίηση των εφαρμογών, τις οποίες προσφέρει η νέα τεχνολογία θα ενδυναμώσει τα παραδοσιακά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της επιχείρησης και θα προσδώσει εναλλακτικούς τρόπους και οφέλη ανταγωνιστικής τακτικής. Το κλειδί για διατηρήσιμη κερδοφορία δεν είναι η αντιγραφή της πρακτικής που ακολουθεί ο ανταγωνισμός, αλλά η αποτελεσματική προσαρμογή των υπηρεσιών που παρέχει το Internet στης δραστηριότητες της αλυσίδας αξίας, καθώς και στη στρατηγική της επιχείρησης. Το παράδειγμα των τραπεζών θα πρέπει να γίνει παράδειγμα για τις επιχειρήσεις όλων των κλάδων της οικονομίας. Οι τράπεζες με την αξιοποίηση της τεχνολογίας του Internet και τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής που προσφέρουν, όχι μόνο ενδυνάμωσαν και κατέστησαν πιο αποτελεσματικές τις υφιστάμενες εδώ και πολλά χρόνια παραδοσιακές διαδικασίες προσφοράς των υπηρεσιών τους, αλλά επινόησαν και εφάρμοσαν νέους τρόπους παροχής των υπηρεσιών, που συνδυάζουν με τον πιο αποτελεσματικό, ασφαλή και απλό τρόπο τις παραδοσιακές δραστηριότητες με τα νέα ηλεκτρονικά κανάλια διανομής των υπηρεσιών.

Η ανάπτυξη των υπηρεσιών του e-finance και ειδικότερα των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής θα συνεχιστεί με έντονους ρυθμούς, οι οποίοι θα εντείνονται όσο η νέα γενιά, που είναι και ο κατ' εξοχήν χρήστης της νέας τεχνολογίας, θα εντάσσεται στον παραγωγικό μηχανισμό. Σημαντικό ρόλο θα διαδραματίσουν εκτός από το ποσοστό διείσδυσης των υπολογιστών, της κινητής τηλεφωνίας και του Internet στο κοινωνικό σύνολο της χώρας και οι υποδομές που η χώρα διαθέτει, κυρίως σε παροχή υπηρεσιών που σχετίζονται με την ανάπτυξη και

χρήση του λογιστικού χρήματος. Η έκταση της χρήσης των διατραπεζικών και λοιπών ηλεκτρονικών συστημάτων πληρωμών τόσο από τις τράπεζες, τους οργανισμούς κοινής ωφέλειας, το δημόσιο τομέα, αλλά και από τις επιχειρήσεις των διάφορων κλάδων της οικονομίας, το θεσμικό πλαίσιο που θα καθορίζει τους κανόνες λειτουργίας και χρήσης των ηλεκτρονικών χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, ο βαθμός τεχνολογικού εκσυγχρονισμού των υπηρεσιών του δημόσιου τομέα, η μεταβαλλόμενη συναλλακτική συμπεριφορά και νοοτροπία του πληθυσμού, είναι βασικοί παράγοντες που μεταξύ άλλων θα επηρεάσουν το ρυθμό ανάπτυξης και το ποσοστό διείσδυσης του e-finance στον ενεργό πληθυσμό.

Ανάπτυξη αναμένεται να έχει στο άμεσο μέλλον και η διασυνοριακή παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής (cross-border electronic banking) για δύο βασικούς λόγους: πρώτον, καθώς θα συνεχίσει να αυξάνεται η αποδοχή των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής σε πολλές χώρες, οι πελάτες των τραπεζών θα χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο το Internet για να έχουν πρόσβαση σε προϊόντα και υπηρεσίες, τα οποία θα ικανοποιούν τις απαιτήσεις τους, χωρίς να λαμβάνουν ιδιαίτερα υπόψη τη χώρα προέλευσης των υπηρεσιών. Δεύτερον, η συνεχής ανάπτυξη της τεχνολογίας θα διευκολύνει την ικανότητα των τραπεζών να χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο ηλεκτρονικά κανάλια για τη διανομή των υπηρεσιών τους, με στόχο τη διεύρυνση της πελατειακής τους βάσης σε υφιστάμενες αλλά και νέες αγορές, χωρίς να απαιτείται κατ' ανάγκη φυσική παρουσία των τραπεζών στις νέες αγορές και κατ' επέκταση χωρίς να απαιτούνται σημαντικές από μέρους τους επενδύσεις.

Είναι μάλλον βέβαιο ότι η γενική αποδοχή της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι θέμα χρόνου, καθώς οι πελάτες των τραπεζών συνηθίζουν όλο και περισσότερο τη χρήση του Διαδικτύου, αντιλαμβάνονται τα οφέλη από τη χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών που παρέχουν οι τράπεζες και η εξέλιξη της τεχνολογίας αμβλύνει τις ανησυχίες τους σχετικά με θέματα ασφάλειας παροχής των υπηρεσιών.



3.6 ΚΩΔΙΚΑΣ ΈΡΕΥΝΑΣ

Στην παρούσα έρευνα ακολουθήθηκε μια σειρά κανόνων με στόχο να εξασφαλιστεί στο μέγιστο δυνατό βαθμό ότι αυτή θα είναι τίμια, αμερόληπτη και αντικειμενική. Πιο συγκεκριμένα:

- Κατά τη διεξαγωγή της έρευνας σε δευτερογενές επίπεδο ο ερευνητής προσπάθησε να αντλήσει πληροφορίες από αξιόπιστες και αναγνωρισμένες πηγές πληροφορίας
- Μέσα στα πλαίσια του σχεδιασμού της έρευνας, ακολουθήθηκε επακριβώς η διεθνής πρακτική, σύμφωνα με την οποία η συλλογή των δεδομένων σε παρόμοιες έρευνες πραγματοποιείται βάσει δομημένων ή ημιδομημένων συνεντεύξεων. Ήπαρα το δυσπρόσιτο των Ανωτάτων στελεχών στις Ελληνικές επιχειρήσεις γενικότερα, και τις τράπεζες ειδικότερα, η διεξαγωγή συνεντεύξεων επέτρεψε τη διεύρυνση του αριθμού των υπό εξέταση θεμάτων, καθώς και τη συλλογή μεγαλύτερου αριθμού δεδομένων
- Για να αποκτήσουμε την εμπιστοσύνη των ερωτώμενων, υποσχεθήκαμε εχεμύθεια απαντήσεων η οποία και τηρήθηκε απόλυτα. Το μόνο στοιχείο που δηλώσαμε στους ερωτώμενους ότι θα αποκαλυφθεί, είναι το ονοματεπώνυμό και η θέση τους στην επιχείρηση. Τα υπόλοιπα προσωπικά στοιχεία, καθώς και οι μεμονωμένες απαντήσεις τους θεωρήθηκαν εντελώς απόρρητα και γι' αυτό δεν αποκαλύφτηκαν σε κανένα απολύτως πρόσωπο, ούτε χρησιμοποιήθηκαν για οποιοδήποτε άλλο σκοπό πέραν εκείνου για τον οποίο δόθηκαν
- Καταβλήθηκε κάθε δυνατή προσπάθεια, ώστε να γίνει η επαφή με τους ερωτώμενους όσο το δυνατό πιο ευχάριστη για αυτούς
- Στην επαφή που προηγείτο της τελικής συνέντευξης καθοριζόταν σαφώς ο χρόνος και ο σκοπός της έρευνας ενώ δόθηκαν επιπλέον πληροφορίες σε όσους ερωτώμενους ζήτησαν περισσότερα στοιχεία για την εν λόγω έρευνα
- Ο ερευνητής φρόντισε, ώστε να είναι όσο το δυνατόν πιο φιλικός και ευγενικός με τους ερωτώμενους και πιστοποιούσε εξ αρχής την εχεμύθεια της συνέντευξης. Επιπλέον, αντιμετωπίστηκαν όλοι οι ερωτηθέντες με ήθος, ευγένεια και απόλυτη σοβαρότητα

Τα παραπάνω συνετέλεσαν στο να διεξαχθεί μια αντικειμενική, επιστημονική και ανοικτή σε κάθε κατεύθυνση έρευνα.



3.7 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΈΡΕΥΝΑΣ

Κάνοντας μια ανασκόπηση της προσπάθειας που έγινε με στόχο την καταγραφή του επιπέδου διείσδυσης των καναλιών και υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής στα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα στην Ελλάδα, καταλήγουμε σε ορισμένες αδυναμίες οι οποίες οφείλουν να απασχολήσουν τον ερευνητή κατά τη διεξαγωγή παρόμοιας έρευνας στο μέλλον. Οι αδυναμίες που εντοπίστηκαν αναφορικά με την έρευνα, είναι οι εξής:

- Η συζήτηση που διεξήχθη μέσα στα πλαίσια της προσωπικής επαφής με τους ερωτώμενους, δεν κατέστη δυνατό να πραγματοποιηθεί με τα στελέχη όλων των υπό εξέταση τραπεζών. Συνεπώς, τα στοιχεία που αποκομίσθηκαν αντιπροσωπεύουν ένα –μεγάλο μεν- μέρος του δείγματός μας, αλλά όχι το σύνολό του, γεγονός που ενδέχεται να εμπεριέχει το στοιχείο της μεροληψίας.
- Παρά το γεγονός ότι σε γενικές γραμμές παρουσιάστηκε από τους συνεντευξιαζόμενους προθυμία να απαντήσουν κάθε ερώτηση του ερευνητή, παρατηρήθηκαν σε ορισμένες περιπτώσεις και φαινόμενα υπεκφυγών, ενώ πάντοτε οι απαντήσεις ελέγχονται ως προς την αποκάλυψη της πραγματικής εικόνας που περιγράφουν
- Παρά το γεγονός ότι κατά την καταγραφή των συνεντεύξεων ο ερευνητής προσπάθησε να περιορίσει στο ελάχιστο τα σφάλματα απογραφής, είναι αποδεδειγμένο ότι λόγω μη προκαθορισμένης μορφής απαντήσεων κάποιες θέσεις μπορεί να παρεμμηνεύτηκαν ή παρεξηγήθηκαν, γεγονός που πιθανόν να οφείλεται και στην έλλειξη εμπειρίας από την πλευρά του ερευνητή-αποραφέα

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Σε μια εποχή που οι τεχνολογικές εξελίξεις είναι ραγδαίες και οι αλλαγές καθημερινές, είναι πολύ δύσκολο να προβλέψει κανείς τι επιφυλάσσει το μέλλον. Οι τράπεζες, αλλά και ευρύτερα οι χρηματοοικονομικοί οργανισμοί, επενδύουν τεράστια κεφάλαια στο e-banking, κάτι που άλλωστε αποτελεί και πρωταρχική επιθυμία των μετόχων τους. Είναι πια εξαιρετικά δύσκολο να αντισταθεί κανείς στις πιέσεις για αλλαγή.

Η εργασία αυτή, μέσα από μια αποτύπωση και ανάλυση της σημερινής πραγματικότητας, προσπάθησε να δώσει μια περισσότερο ξεκάθαρη εικόνα για τον τραπεζικό χώρο σήμερα και την επίδραση που έχει η εφαρμογή των νέων τεχνολογιών στη λειτουργία του. Η μείωση του κόστους και η ταχύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη είναι δύο βασικά συνεπακόλουθα στοιχεία. Η διαδικασία αυτοματοποίησης που ξεκίνησε εδώ και μερικά χρόνια με τη διάδοση των αυτόματων ταμειολογιστικών μηχανών (ATM), προχώρησε την τελευταία δεκαετία με τις τηλεφωνικές συναλλαγές και τα κλειστά, ιδιόκτητα συστήματα που στηρίζονται σε προσωπικούς ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Σήμερα αξιοποιούνται το Διαδίκτυο, τα κινητά τηλέφωνα και σε λίγο καιρό και η αμφίδρομη τηλεόραση, καθώς και κάθε νέο μέσο που θα εμφανίζεται. Παρά όμως τις μεγάλες δυνατότητες που το Διαδίκτυο προσφέρει, η παροχή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών μέσω αυτού βρίσκεται σε αρχικό στάδιο. Προς το παρόν για τις περισσότερες μεγάλες τράπεζες οι τραπεζικές on-line υπηρεσίες αποτελούν ακόμη ένα μικρό μέρος του κύκλου εργασιών τους.

Υπάρχουν πολλοί λόγοι, για τους οποίους πολλές χρηματοοικονομικές υπηρεσίες άμεσης σύνδεσης (on-line) δεν έχουν πετύχει ακόμη τόσο γρήγορους ρυθμούς, αλλά στο εξής όλα δείχνουν ότι οι ρυθμοί θα επιταχνθούν. Οι ανησυχίες για την ασφάλεια των συναλλαγών στο Διαδίκτυο, θέμα ιδιαίτερα σημαντικό για την παροχή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, σταδιακά ξεπερνιούνται. Η τεχνολογική πρόοδος απελευθερώνει επίσης το Διαδίκτυο από τους περιορισμούς των δυνατοτήτων των προσωπικών ηλεκτρονικών υπολογιστών που μέχρι τώρα υπήρχαν.

Το πιο σημαντικό είναι ότι οι ίδιοι οι χρηματοοικονομικοί οργανισμοί, οι οποίοι στο παρελθόν συχνά αντιστάθηκαν στην αλλαγή, μπορεί τώρα να γίνουν οι πιο ένθερμοι υποστηρικτές της. Έχοντας επενδύσει πολλά στα δικά τους συστήματα, οι τράπεζες ήταν λογικό να διστάζουν να τα εγκαταλείψουν και

αντικαταστήσουν με συστήματα βασισμένα στο διαδίκτυο. Και η προσαρμογή των δικών τους διαδικασιών σε αυτό συχνά αποδείχτηκε δυσκίνητη και δύσκολη. Επιπλέον μέχρι πρόσφατα οι τράπεζες αντιμετώπιζαν πολύ μικρή πίεση από τους πελάτες τους να αλλάξουν τον τρόπο, με τον οποίο προσφέρουν τις υπηρεσίες τους. Όμως σύντομα οι πελάτες σε πολλές χώρες –αργά ή γρήγορα και στην Ελλάδα- θα θεωρούν την on-line παροχή υπηρεσιών αυτονόητη.

Το Διαδίκτυο προσφέρει στις καθιερωμένες εταιρίες πολύ μεγάλες ευκαιρίες, αλλά και απειλές. Δύο σημαντικά πλεονεκτήματα είναι ότι προσφέρει τρόπους μείωσης του κόστους και δυνατότητες για άσκηση πολύ πιο αποδοτικού μάρκετινγκ για προϊόντα και υπηρεσίες. Άλλο πλεονέκτημα είναι η επίτευξη "διασταυρούμενων πωλήσεων", όπως η πώληση ασφαλιστικών συμβολαίων σε κατόχους τραπεζικών λογαριασμών.

Στη μετάβαση προς τη νέα ψηφιακή πραγματικότητα εμφανίζονται και αρκετές δυσκολίες, οι οποίες κυρίως έχουν να κάνουν με το γεγονός ότι οι νέες τεχνολογίες κρύβουν, παράλληλα με τις μεγάλες δυνατότητες, σοβαρούς κινδύνους. Το κρίσιμο ερώτημα είναι ποια είναι τα όρια που πρέπει να μπουν και σε ποιο σημείο αυτά θα είναι συμβατά με την προστασία των ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων.

Καθώς οι φραγμοί που μέχρι πρότινος εμπόδιζαν έναν οργανισμό να εισέλθει στην αγορά καταργούνται, αναμένεται να μπουν στο "παιχνίδι" και άλλοι οικονομικοί και μη τραπεζικοί οργανισμοί. Σήμερα δεν απαιτείται πλέον από τους χρηματοπιστωτικούς ή μη οργανισμούς, η δημιουργία εκτεταμένου δικτύου καταστημάτων για να έρθουν πιο κοντά στον πελάτη. Μολονότι το Διαδίκτυο επιτρέπει πετυχημένες, επικεντρωμένες πωλήσεις, αυτό δεν αντισταθμίζει την αβεβαιότητα των σχέσεων με τους πελάτες άμεσης σύνδεσης.

Ειδικά για την ελληνική πραγματικότητα και το βαθμό ετοιμότητας της χώρας για την αξιοποίηση των προκλήσεων που ανοίγονται, διαπιστώνεται ότι η Ελλάδα σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες παρουσιάζει μια υστέρηση. Ωστόσο τον τελευταίο καιρό φαίνεται ότι αναλαμβάνονται αρκετές πρωτοβουλίες και ο τραπεζικός τομέας ήδη εμφανίζει τα πρώτα αποτελέσματα. Αυτά δείχνουν ότι η αρχή έχει πια γίνει και από εκεί και πέρα οι εξελίξεις είναι μη αναστρέψιμες. Υπάρχει δηλαδή μία μόνο προοπτική, αυτή της αδιάκοπης εξέλιξης.

Σε ό,τι αφορά τις ελληνικές τράπεζες -και συνυπολογίζοντας τη χαμηλή ακόμη διείσδυση του Internet στη χώρα μας- φαίνεται ότι αυτές βρίσκονται σε καλό

δρόμο. Έχουν αρχίσει να αξιοποιούν τα σύγχρονα εναλλακτικά δίκτυα διανομής προϊόντων και υπηρεσιών. Οι προοπτικές σήμερα διαφαίνονται καλές, αρκεί οι κινήσεις από εδώ και πέρα να γίνουν περισσότερο τολμηρές και αποφασιστικές. Ιδιαίτερη σημασία για την εποχή μας έχουν οι στρατηγικές συνεργασίες και συμμαχίες μεταξύ τραπεζικών ομίλων, καθώς και μεταξύ τραπεζών και εταιριών πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών. Όλα όμως δείχνουν την ανάγκη για σύνθετο μάνατζμεντ και οργανωτικές αλλαγές στο εσωτερικό των τραπεζών και κάθε λογής επιχειρήσεων. Έχει γίνει πλέον σαφές ότι η τεχνολογία δεν πρέπει να χαράζει τη στρατηγική της επιχείρησης, αλλά η επιχειρησιακή στρατηγική να χρησιμοποιεί και να στηρίζεται στην τεχνολογία.



ΠΗΓΕΣ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Αλογογιάννη Κ., Δ.Μαυρογιάννης «Η ηλεκτρονική τραπεζική σε φάση ωρίμανσης», www.boussias.com/SpecialReports/Print.asp
2. Αρσένης Σπύρος, “Ο δρόμος προς την κοινωνία της πληροφορίας”, On-line magazine, Οκτώβριος 2004
3. Βασιλοπούλου Π., Κορομάντζου Ευφ., Σκριβάνου Αλ. «Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Ανταγωνισμός», Αθήνα 2003
4. Γαμβρουλάς Σ., «Αξιολόγηση επενδύσεων στην πληροφορική», 9^ο e-banking forum, Μάϊος 2004
5. Γεωργόπουλος Δ. “Internet Banking - Εκτιμήσεις και προτάσεις για το μέλλον του”, Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, ειδική έκδοση για το e-banking, 2003
6. Καρεκλής Π. «Επιπτώσεις του Internet στη λειτουργία και κερδοφορία των τραπεζών», Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, ειδική έκδοση για το e-banking, 2003
7. Κάτσικα Α.“The Impact of Internet Banking of Business Customers’ Loyalty: a Study in Greek Banking Sector”, Αύγουστος 2004
8. Κοντογιάννης Δ. “Greece profile-statistics”, The Economist Intelligence Unit Limited 2002
9. Κορέλλης Α.“Adding value to your IT investment” , 9^ο e-banking forum, Μάϊος 2004
10. Κυρλόγλου Ν., «Το ασφαλές ηλεκτρονικό εμπόριο από την πλευρά των επιχειρήσεων» Forum ΑΔΑΕ «Γενικες Αρχες Εθνικης Στρατηγικης Για Το Απορρητο Και Την Ασφαλεια Δικτυων Και Πληροφοριων», 11 Απριλίου 2005
11. Μανδραβέλη Β. «Χαμηλή ταχύτητα της Ελλάδας στο Internet», Εφ. «Το Κέρδος», 15 Μαΐου 2005
12. Μαρκέτος Α., «Η σύγχρονη μορφή των παραδοσιακών μορφών καταθέσεων», 9^ο e-banking forum, Μάϊος 2004
13. Μαυρογιάννης Δ. «Ασφάλεια Ηλεκτρονικών Συναλλαγών», Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, ειδική έκδοση για το e-banking, 2003
14. Μπογιατζής Δημήτρης, “Το παράδοξο του e-commerce”, On-line magazine (Επίσημο περιοδικό Πανελλήνιου Συλλόγου Διπλωματούχων Μηχανικών Η/Υ & Πληροφορικής), Οκτώβριος 2004

15. Νάτση Χριστίνα «Η διαμόρφωση και λειτουργία των ηλεκτρονικών τραπεζικών καναλιών διανομής, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, **ΒΙΒΛΙΟΘΕΚΗ** Σεπτέμβριος 2003
16. Παπαδάκης Βασίλης, "Στρατηγική των Επιχειρήσεων" Τόμος Α', Εκδόσεις Μπένου, Αθήνα 2002
17. Λ. Παπαδήμος "The Greek Bank of the future", <http://acci.gr/trade/No20/28-30.pdf>
18. Παπαδήμος Λ. "Greek Banks and the Internet", <http://acci.gr/trade/No19/36-38.pdf>
19. Πατσός Δημήτρης, "Η ασφάλεια στις υπηρεσίες e-banking" , On-line magazine, Ιούλιος 2004
20. Πετράκης Β. «Αποσύρεται το Micro_banking», Εφ. «Καθημερινή» 22 Μαΐου 2005
21. Πεφάνης Δ. "Electronic Retail in Greece" , <http://acci.gr/trade/>
22. Πουλούδη Ν., «Καινοτόμες εφαρμογές e-business στην Ελλάδα», Ο.Π.Α., Σεπτέμβριος 2002
23. Πραματάρη Κ., Α.Βρεχόπουλος «Έρευνα Internet καταναλωτών», Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών – Eltron, Φεβρουάριος 2001
24. Πρασοπούλου Ε., Α. Νίκας, «Περίληψη τελικού πορίσματος – Ηλεκτρονικές πληρωμές: Προβλήματα και προοπτικές», ebusinessforum, Ιανουάριος 2004
25. Προδρομίδης Α., «Έμπειρα συστήματα ανίχνευσης απάτης», 10^ο e-banking forum «Πληροφορική και τράπεζες: Συμβολή στην επιχειρηματική εξέλιξη» 1-2 Μαΐου 2005
26. Συρμακέζης Σ. «Όλα όσα θέλατε να μάθετε για τις ηλεκτρονικές πληρωμές», Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, ειδική έκδοση για το e-banking, 2003
27. Συρμακέζης Σωτήρης "Τί είναι το e-banking;" , On-line magazine, Ιούλιος 2004
28. Ταβλαρίδης Κ., «Συστήματα Πληρωμών και Ηλεκτρονικής Τραπεζικής», Forum ΑΔΑΕ «Γενικες Αρχες Εθνικης Στρατηγικης Για Το Απορρητο Και Την Ασφαλεια Δικτυων Και Πληροφοριων», 11 Απριλίου 2005
29. Τζώρτζη Ευγ. «Στεγαστικά Δάνεια μακριά από το γκισέ», Εφ. «Καθημερινή» 5 Ιουνίου 2005-06-15



30. Τσάμης Α.«Εξελίξεις, διαπιστώσεις και Διλήμματα στη σύγχρονη Ηλεκτρονική Τραπεζική», Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, ειδική έκδοση για το e-banking, 2003
31. Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, “Ετήσια Έκθεση 2004”, 2005
32. Τράπεζα της Ελλάδος “Έκθεση του διοικητή για το έτος 2004, 25 Απρ. 2005-
33. Bennett Martha “Mobile Payments in Europe: Too Much Technology, Too Little Consumer Interest”, Business View and IT View Planning Assumption, September 25, 2003
34. Choo D., A. Chou “A guide to the Internet revolution in Banking”, Information Systems, Management, April 2000
35. Ensor Benjamin, Elena Giovannini “Which New Payment Systems Do Europeans Use?” Business View Research Documents, March 22, 2005
36. Fuhrman A., “Your E-banking Future”, Strategic Finance, April 2002
37. Laudon C. Kenneth, Laudon P. Jane “Management Information Systems”, International Edition, Prentice Hall 2004
38. Remus Brett, “The Business Case for Right-Channeling” Forrester TechStrategy Research, Ιούνιος 2003
39. G.R. Jones “Organizational, Theory, Design & Change”, Prentice Hall, 2004
40. Kotler Philip, “Marketing management”, Prentice Hall International, 2000
41. Lustsik O., “Can E-banking Services be profitable?”, Tartu, 2004
42. Lymberopoulos K., I. Chaniotakis “Differences in Perceptions towards implications of electronic banking in Greece”, Journal of Financial Services Marketing, vol 8, 2003
43. Waltham Mass “Web banking seen boosting satisfaction”, American Banker, 22/5/2001
44. Nath, Ravi Paul Shrirk, Monic Perzinger “Bankers’ Perspectives of Internet Banking”, 2003
45. Porter M., “Strategy and the Internet”, Harvard Business Review, March 2002
46. C.S. Pyun, L. Scruggs “Internet Banking in the US., Japan and Europe”, multinational Business Review, Oct 2002, voll 10, issue2
47. Rafik S., D Bouroudzoglou, D.Esfahani “INTERNATIONAL BANKING & FINANCE forum”, CompuCo Consulting, Geneva, 2002
48. Reinartz Werner, V. Kumar “The MISmanagement of Customer Loyalty”, Harvard Business Review, Jul 2002, vol 80, Issue7



49. "Internet Banking is set to double in the next five years", Financial Technology Bulletin, 4/3/2001
50. "Technology-driven delivery channels", Financial Marketing, p 151-171

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

1. www.hba.gr
2. www.forester.com
3. www.thebanker.com
4. www.go-online.gr
5. www.ebusinessforum.gr
6. www.ebusiness-watch.org
7. www.vprc.gr
8. www.gartner.com
9. www.boussias.com
10. www.e-gov.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΠΙΝΑΚΑΣ Ι - Μέσα Παροχής Υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

	Internet Banking	Phone Banking	Mobile banking	ATM	Smart Cards	EFT POS	PC Banking
Εθνική	✓	✓	✓	✓		✓	
Eurobank	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Winbank	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓*
Alpha	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Εγνατία	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Εμπορική	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Κύπρου	✓	✓	✓	✓	✓		
Λαϊκή	✓	✓		✓		✓	
Aspis bank	✓	✓		✓		✓	
ATE	✓	✓		✓	✓	✓	
Ταχ. Ταμ/ριο	✓			✓			
Αττικής	✓		✓	✓		✓	
Ελληνική	✓			✓			
Γενική	✓			✓	✓		
Probank				✓	✓		
HSBC	**	**		✓	✓		
Σύνολο	10	9	7	16	1	10	1

✓ Υπηρεσίες παρέχονται ήδη στους πελάτες

☒ Υπηρεσίες θα παρέχονται μέσα στο έτος 2006

* TV Banking

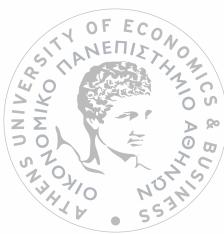
** Μόνο για μεγάλες επιχειρήσεις

45. Porter M., Strategy and the Internet , Harvard Business Review, May, 2001

46. C. S. Puri, L. Serradell "Internet Banking in the US, Japan and Europe", International Business Review, Oct 2002, vol 11, no 4

47. Ratić S., D. Boškovićević, D. Šešepanović "INTERNET BANKING U SLOVENIJI", Radnik, 2002, članak 10, str. 10-12.

48. Komarz W., V. Kumar "The Influence of the Internet on Customer Loyalty", Marketing Practice, 10, 2002, vol 10, issue 2



ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΆΛΛΕΣ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ E-BANKING

ALPHA BANK	<p>Αποθήκευση πληροφοριών σε αρχείο excel με δυνατότητα περαιτέρω αξιοποίησης των στοιχείων</p> <p>Δυνατότητα ονομασίας λογαριασμών</p> <p>Ένταξη λογαριασμών, καρτών, χαρτοφυλακίων στο προφίλ</p> <p>Επιλογή γλώσσας (Ελληνικά/ Αγγλικά)</p> <p>Καθορισμός επιπέδων χρηστών</p> <p>Καθορισμός ημερησίου ορίου χρηματικών μεταφορών και πληρωμών προς τρίτους</p> <p>Συναλλαγματικές ισοτιμίες</p> <p>Υπηρεσία ειδοποίησεων (SMS, e-mail) για εντολές που δεν εκτελέστηκαν</p>
ASPIS BANK	-
CITIBANK	Μεταφορά χρηματικών ποσών σε λογαριασμούς Citibank ανά τον κόσμο
ΕΓΝΑΤΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ	<p>Αίτηση για παραγγελία συναλλάγματος, έκδοση εγγυητικής επιστολής, ενέγγυο πίστωση, κάρτες</p> <p>Ανέβασμα αρχείου μαζικών χρεώσεων</p> <p>Ανέβασμα αρχείου τελών κυκλοφορίας</p> <p>Αποθήκευση πληροφοριών σε αρχείο excel ή MS Money με δυνατότητα περαιτέρω αξιοποίησης των στοιχείων</p> <p>Αυτόματη εξεύρεση του αριθμού BIC εγχωρίων και ξένων τραπεζών</p> <p>Δημιουργία, Διαχείριση & Αποτίμηση Εικ. Χαρτοφυλακίων Μετοχών & Α/Κ</p> <p>Διαχείριση προσθαφαίρεσης λογαριασμών και καρτών</p> <p>Δυνατότητα έγκρισης συναλλαγών ανά δεύτερο εταιρικό χρήστη</p> <p>Εντολές μεταφοράς με συνθήκη</p> <p>Επιλογή χρέωσης εξόδων σε μεταφορές κεφαλαίων</p> <p>Καθορισμός Administrator εταιρείας και άλλων εκπροσώπων επιχείρησης</p> <p>Καθορισμός διαφορετικών δικαιωμάτων πρόσβασης ανά εταιρικό χρήστη</p> <p>Καθορισμός διαφορετικών επιπέδων εταιρικών χρηστών</p> <p>Καθορισμός συγκεκριμένων επιλογών μενού ανά εταιρικό χρήστη</p> <p>Online αγορά προϊόντων & υπηρεσιών</p> <p>Online πληρωμή & κράτηση εισιτηρίων</p> <p>Περιοδικές εντολές μεταφορών και πληρωμής πιστωτικών καρτών</p> <p>Προπληρωμένη κάρτα αγορών internet</p> <p>Πρόσθετη ασφάλεια συναλλαγών με τη χρήση κωδικών μίας χρήσης –one time passwords (security tokens)</p> <p>Συμμετοχή σε δημόσιες εγγραφές</p> <p>Συναλλαγματικές ισοτιμίες</p> <p>Υπηρεσία ειδοποίησεων (SMS, e-mail) για εντολές που εκτελέστηκαν ή δεν εκτελέστηκαν</p> <p>Υπόλοιπο συγκεκριμένης παρελθούσας ημερομηνίας</p>
ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ	<p>Αγγλική έκδοση υπηρεσιών e-Banking</p> <p>Αλλαγή /δέσμευση password</p> <p>Αποθήκευση κινήσεων συναλλαγών σε αρχείο csv ώστε να υπάρχει η δυνατότητα περαιτέρω αξιοποίησης των στοιχείων</p>



	<p>Δημιουργία, Διαχείριση & Αποτίμηση Εικονικών Χαρτοφυλακίων Μετοχών & A/K Ενημέρωση για επενδυτές Ημερολόγιο χρήστη για τις συναλλαγές που έχει εκτελέσει, μέχρι τρεις μήνες Ιστορικό παγίων εντολών Καθορισμός επιπέδων χρηστών νομικών προσώπων και διαφορετικών δικαιωμάτων πρόσβασης Πάγιες εντολές πίστωσης λογαριασμών ETE Παραγγελία μπλοκ επιταγών και ιστορικό παραγγελιών</p>
EMPORIKI BANK	<p>Αγγλική έκδοση υπηρεσίας e.Banking Αγοραπωλησία παραγώγων (παρέχεται μέσω Emporiki Investment Bank) Αποστολή προσωπικών μηνυμάτων Διαδραστική επίδειξη εφαρμογής (demo) Διαθεσιμότητα ανεξάρτητα λειτουργικού συστήματος και/ η browser Διαχείριση ημερήσιου ορίου χρηματικών μεταφορών και συναλλαγών Διαχείριση παγίων εντολών (εισαγωγή νέας, μεταβολή, ανάκληση) Διαχείριση προσθαφαίρεσης λογαριασμών Δήλωση απώλειας – κλοπής κάρτας Δήλωση καρτών έκδοσης Emporiki Bank στους οργανισμούς Visa & MasterCard για ασφαλείς αγορές από το Internet (Υπηρεσία Emporiki Bank Secure) Δυνατότητα αλλαγής προσωπικών στοιχείων και κωδικού πρόσβασης Δυνατότητα αποθήκευσης κινήσεων λογαριασμών σε αρχείο Δυνατότητα καθορισμού διαφορετικών δικαιωμάτων πρόσβασης ανά εκπρόσωπο επιχείρησης Δυνατότητα καθορισμού πολλαπλών εκπροσώπων επιχείρησης Δυνατότητα παραγγελίας μπλοκ επιταγών Δυνατότητα παρακολούθησης προθεσμιακών καταθέσεων και άϋλων τίτλων Δυνατότητα πληροφόρησης για το Διεθνές Εμπόριο (μέσω της υπηρεσίας Interex) Εμφάνιση «συνολικής θέσης» του πελάτη με την Τράπεζα Εταιρικά νέα Κατάσταση αγοραπωλησίας μετοχών Παραλαβή κωδικού πρόσβασης από ATM Πληροφορίες για την ασφάλεια συναλλαγών Πολυγλωσσική εκτύπωση αποδεικτικού συναλλαγής Συναλλαγματικές ισοτιμίες</p>
EFG EUROBANK ERGASIAS	<p>Αποστολή προσωπικών μηνυμάτων Δελτίο τιμών εμπορευμάτων Δημιουργία, Διαχείριση & Αποτίμηση Εικ. Χαρτοφυλακίων Μετοχών & A/K Διεθνείς δείκτες Διενέργεια Δωρεάς σε κοινωφελείς οργανισμούς Δυνατότητα αποθήκευσης και εκτύπωσης στοιχείων (κινήσεις, παραστατικά, αποδεικτικά κ.λπ.) Δυνατότητα ορισμού απεριόριστου αριθμού χρηστών με διαφορετικά δικαιώματα και εγκριτικά επίπεδα Εισαγωγή και διαχείριση αρ. λογαριασμών και αρ. πιστωτικών καρτών μέσω προσωπικών ευρετηρίων Έκδοση ψηφιακών πιστοποιητικών για κάθε χρήστη της υπηρεσίας Εμφάνιση «συνολικής θέσης» πελάτη Επίδειξη εφαρμογής e-Banking (demo)</p>

	<p>Εταιρικά νέα Εταιρικές Πράξεις Ισολογισμοί & αριθμοδείκτες εισηγμένων εταιρειών Παρουσίαση online χρηματοοικονομικών νέων της αγοράς Συγκριτικά γραφήματα επενδυτικών προϊόντων Συμμετοχή σε δημόσιες εγγραφές Συναλλαγματικές ισοτιμίες Τηλεειδοποίησεις μέσω SMS για μεταβολές μετοχών</p>
HYPOVEREINSBANK GREECE	<p>Αποθήκευση πληροφοριών κίνησης λογαριασμού σε αρχείο excel με δυνατότητα περαιτέρω αξιοποίηση των στοιχείων Επίδειξη εφαρμογής (demo) Πληροφορίες συναλλαγών (FX, MM, Loans)</p>
ΛΑΪΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ	<p>Αποθήκευση πληροφοριών σε αρχείο excel ή κειμένου με δυνατότητα περαιτέρω αξιοποίηση των στοιχείων Αποστολή προσωπικών μηνυμάτων Επιλογή γλώσσας (Αγγλικά/ Ελληνικά) και υποστήριξη των όλων λειτουργιών της και στις 2 γλώσσες</p>
NOVABANK	<p>Αίτηση αλλαγής πιστωτικού ορίου κάρτας Άλλαγή τρόπου πληρωμής πιστωτικής κάρτας Αποθήκευση κινήσεων σε αρχείο excel ή Microsoft Monet με δυνατότητα περαιτέρω αξιοποίησης και επεξεργασίας των στοιχείων Δημιουργία, Διαχείριση & Αποτίμηση Εικ. Χαρτοφυλακίων Μετοχών Δημόσιες Εγγραφές Δυνατότητα ονομασίας λογαριασμών Διαχείριση αποδεκτών για πληρωμές και μεταφορές Δυνατότητα επιλογής εταιρειών για χρήση της υπηρεσίας σαν μονής ή διπλής Υπογραφής Εμφάνιση & εκτύπωση, μέσω internet, μηνιαίου statement, στο οποίο εμφανίζεται όλη η κίνηση του πελάτη αναφορικά με όλα τα προϊόντα που έχει στη τράπεζα. Εμφάνιση της online δραστηριότητας, δηλ. κινήσεις του χρήστη στο internet banking με ιστορικό 6 μηνών Μισθοδοσία με δημιουργία ομάδας αποδεκτών Πλήρης διαχείριση των χρηστών εταιρείας από τον ειδικό εκπρόσωπο (δημιουργία ανάθεση λογαριασμών και συναλλαγών, ξεκλείδωμα, αλλαγή κωδικών) Secure e-mail και διαχείρισή τους Συναλλαγματικές ισοτιμίες</p>
ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ	<p>Ανταλλαγή μηνυμάτων μέσω Internet Banking με την Τράπεζα Αποθήκευση κινήσεων σε αρχείο excel με δυνατότητα αξιοποίησης των στοιχείων Αποστολή κινήσεων λογαριασμών μέσω e-mail, φαξ ή ταχυδρομείου Αυτόματη ένταξη λογαριασμών και καρτών στο προφίλ εξουσιοδοτημένου χρήστη που διενεργεί συναλλαγές για λογαριασμό του Δυνατότητα customization οθονών ιστορικού εντολών Δυνατότητα Supervisor (δηλ. δυνατότητα εξουσιοδοτημένου χρήστη να παρακολουθεί τις κινήσεις και των υπολοίπων εξουσιοδοτημένων χρηστών μίας συγκεκριμένης εξουσιοδότησης Δυνατότητα χρήστη να ενεργεί (βάσει εξουσιοδότησης) με ένα μοναδικό στεκ</p>

	<p>Επιλογή ονομασίας λογαριασμών</p> <p>Επιπλέον κωδικός ασφαλείας για συναλλαγές άνω συγκεκριμένου ορίου, που ορίζεται από τον εκάστοτε πελάτη σε επίπεδο εξουσιοδότησης (ύπαρξη default ορίου Τράπεζας)</p> <p>Κοινοί κωδικοί για υπηρεσίες Internet και Phone Banking (σύντομα και Mobile)</p> <p>Ορισμός προκαθορισμένων δικαιούχων εμβασμάτων</p> <p>Ορισμός προεπιλεγμένων οικονών</p> <p>Παροχή δυνατότητας σε φυσικό ή νομικό πρόσωπο να εξουσιοδοτεί έναν ή περισσότερους χρήστες με εξατομικευμένα στοιχεία πρόσβασης (ως προς προσβάσιμους λογαριασμούς, δυνατές συναλλαγές και όρια ανά συναλλαγή)</p>
ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	<p>Αιτήσεις για προσωπικό καταναλωτικό δάνειο, πιστωτική κάρτα, μεταφορά υπολοίπου, University Visa, καταθετικό λογαριασμό</p> <p>Αποστολή κινήσεων λογαριασμών μέσω e-mail ή μέσω ταχυδρομείου</p> <p>Αυτόματη αναπαραγωγή του Διεθνή Αριθμού Λογαριασμού (IBAN) για τραπεζικούς λογαριασμούς της τράπεζας Πειραιώς</p> <p>Αυτόματη εξεύρεση του αριθμού BIC των εγκατεστημένων στην Ελλάδα τραπεζών</p> <p>Διαδραστική επίδειξη εφαρμογής (online demo)</p> <p>Διαχείριση αιτήσεων</p> <p>Δυνατότητα αλλαγής προσωπικών στοιχείων</p> <p>Δυνατότητα εικαστικής παρέμβασης του πελάτη σύμφωνα με τις προτιμήσεις του (π.χ. αλλαγή χρώματος, γραμματοσειράς κ.λπ.)</p> <p>Δυνατότητα διαφορετικών δικαιωμάτων συναλλαγών με διαφορετικά χρηματικά όρια μεταξύ των χρηστών</p> <p>Δυνατότητα πολλαπλών επιπέδων πρόσβασης</p> <p>Δυνατότητα καθορισμού πολλαπλών χρηστών</p> <p>Δυνατότητα καθορισμού διπλών υπογραφών ανά συναλλαγή</p> <p>Δυνατότητα καθορισμού «διαχειριστή» που παρακολουθεί όλες τις κινήσεις που διενεργούνται μέσω της υπηρεσίας, και των υπολοίπων χρηστών</p> <p>Επιλογή γλώσσας (Ελληνικά/ Αγγλικά)</p> <p>Ιστορικό ενεργειών για τους τελευταίους 6 μήνες</p> <p>Πληρωμή τιμολογίου μέσω CLA (⁷³)</p> <p>Πληροφορίες για την ασφάλεια και τις τεχνικές προδιαγραφές</p> <p>Προκαθορισμός αποδεκτών</p> <p>Προσφορές σε μη κυβερνητικές οργανώσεις με χρέωση τραπεζικού λογαριασμού</p> <p>Προσφορές υπηρεσιών και αγαθών σε προνομιακές τιμές</p> <p>Ρυθμίσεις ασφαλείας</p> <p>Συμμετοχή σε δημόσιες εγγραφές (underwriting)</p> <p>Συναλλαγές προς έγκριση</p> <p>Υπηρεσία τηλε-ειδοποιήσεων winbank alert για πληρωμές, τραπεζικές & χρηματιστηριακές συναλλαγές μέσω sms, e-mail, τηλεφωνήματος από τραπεζικό εκπρόσωπο.</p>

⁷³ Αν είστε εισαγωγέας με υποχρεώσεις στο εξωτερικό πληρώστε τις υποχρεώσεις σας με μεταφορά στον ειδικό λογαριασμό Collection Account

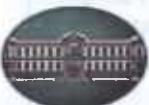
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

Υπόλοιπα λογαριασμών, τόκους, επιτόκια και άλλες πληροφορίες επί των λογαριασμών

- Καταστάσεις λογαριασμών με συναλλαγές πάνω από 5 χρόνια- Εκτύπωση των καταστάσεων λογαριασμών- Συναλλαγές εντός και εκτός Ελλάδας
- Δημιουργία και συντήρηση παγίων εντολών
- Ανασκόπηση των επιτοκίων των τελευταίων 5 χρόνων
- Ασφαλές τραπεζικό ταχυδρομείο
- Δημιουργία ειδοποίησεων
- Παραγγελία βιβλιαρίων επιταγών
- Παρακολούθηση των επιταγών που έχουν παρουσιαστεί στην Τράπεζα για πληρωμή
- Βοήθεια σε πραγματικό χρόνο
- Τραπεζικές Λειτουργίες

Επισκόπηση και εκτέλεση οικονομικών συναλλαγών όπως Υπόλοιπα και Καταστάσεις Λογαριασμών, Μεταφορές Κεφαλαίων και Πληρωμές, συντήρηση και δημιουργία παγίων εντολών καθώς και αιτήσεις για υπηρεσίες όπως παραγγελία βιβλιαρίων επιταγών ή επισκόπηση των καθημερινών συναλλαγματικών ισοτιμιών.

Καν ΠΙΝΑΚΑΣ III: ΤΑΚΤΙΚΑ ΜΕΛΗ ΕΕΤ



ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ
ΤΗΣ ΕΛΛΑΣΟΣ

ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.

<http://www.ethniki.gr/>



ALPHA BANK

ALPHA BANK

<http://www.alpha.gr/>



Eurobank

ΤΡΑΠΕΖΑ EFG EUROBANK ERGASIAS A.Ε.

<http://www.eurobank.gr/>

ΑΓΡΟΤΙΚΗ



ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.

<http://www.ate.gr/>



Emporiki Bank

ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.

<http://www.emporiki.gr/>



ΤΡΑΠΕΖΑ
ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ Α.Ε.

<http://www.piraeusbank.gr/>



TAXYDROMIKO
TAMIEUTHRIKO

ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΟ ΤΑΜΙΕΥΤΗΡΙΟ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Τ.Ε.

<http://www.taxtam.gr/>

Τράπεζα Κύπρου



ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΛΙΜΙΤΕΔ

<http://www.bankofcyprus.gr/>





CITIBANK INTERNATIONAL plc
<http://www.citibank.gr/>



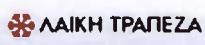
ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.
<http://www.geniki.gr/>



ΕΓΝΑΤΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ Α.Ε.
<http://www.egnatiabank.gr/>



ΤΡΑΠΕΖΑ ΑΤΤΙΚΗΣ Α.Ε.
<http://www.bankofattica.gr/>



ΛΑΪΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ (ΕΛΛΑΣ) Α.Ε.
<http://www.laiki.gr/>



ASPIS BANK ΑΝΩΝΥΜΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ
<http://www.aspisbank.gr/>



HSBC BANK plc
<http://www.hsbc.gr/>



NOVABANK A.E
<http://www.novabank.gr/>



BAYERISCHE HYPO UND VEREINSBANK A.G.
<http://www.hypovereinsbank.gr/>





ΤΡΑΠΕΖΑ PROBANK A.E.

<http://www.probank.gr/>



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

<http://www.hellenicbank.gr/>



ΩΜΕΓΑ BANK ΤΡΑΠΕΖΑ A.E.

<http://www.omegabank.gr/>



FBB - ΠΡΩΤΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ A.E.

<http://www.fbb.gr/>



ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ

<http://www.panelliniabank.gr/>



BNP PARIBAS SECURITIES SERVICES

<http://securities.bnpparibas.com/>



ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΣΟΣ A.E.

<http://www.bnpparibas.com>



ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ A.E.

<http://www.bnpparibas.com>



ΙΟΒΑΝΙΚΑ Α.Ε.

<http://www.bnpparibas.com>

<http://www.bnpparibas.com>



ΒΑΥΕΡΙΣΧΕ ΗΥΔΡΟ ΟΙΛ ΑΡΕΙΝΓΒΑΗ Α.Ε.

<http://www.bnpparibas.com>

<http://www.bnpparibas.com>





Δαρεί

