

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ & ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

474

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΛΟΓΟΣ**

ΘΕΜΑ: ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ:
ΕΙΝΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ;

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΓΚΙΚΑΣ ΧΑΡΔΟΥΒΕΛΗΣ, ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

ΜΕΛΗ: ΣΠΥΡΟΣ ΜΑΚΡΥΔΑΚΗΣ, ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΜΑΝΩΛΗΣ ΤΣΙΡΙΤΑΚΗΣ, ΕΠΙΚ. ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ



00140262

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	
ΑΡ.ΕΙΣ.	40262
ΟΟΜΡ.	20733 η 22 556
ΤΑΞΗ.	332. 1 10
ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ	

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	3
----------------	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Ο ΡΟΛΟΣ ΚΑΙ ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

1.1	Εισαγωγικές έννοιες στην Τραπεζική του Διαδικτύου	4
1.2	Ανάλυση της διεθνούς και ελληνικής βιβλιογραφίας.....	7
1.3	Οι προοπτικές της Τραπεζικής του Διαδικτύου	8
1.4	Προσφερόμενες Υπηρεσίες μέσω του Διαδικτύου	14
1.5	Η τραπεζική του Διαδικτύου στην ελληνική αγορά	16
1.6	Η παρουσίαση των ελληνικών τραπεζών στο Διαδίκτυο	19

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΝΟΜΙΚΕΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

2.1	Νομισματική Πολιτική και Τραπεζική του Διαδικτύου	22
2.2	Το Νομικό Πλαίσιο της Τραπεζικής του Διαδικτύου	23
2.3	Κίνδυνοι εκ της Τραπεζικής του Διαδικτύου	25
2.4	Τραπεζική του Διαδικτύου και Ασφάλεια	28

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΣΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

3.1	Σκοπός της Έρευνας Αγοράς	30
3.2	Διαδικασία της Δειγματοληψίας.....	31
3.3	Καθορισμός Μεγέθους Δείγματος.....	33
3.4	Χαρακτηριστικά των χρηστών της τραπεζικής του Διαδικτύου.....	36
3.5	Συγκριτική Ανάλυση των Δεδομένων.....	38

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

4.1	Συμπεράσματα	40 ✓
4.2	Στρατηγική των Τραπεζών μέσω του Διαδικτύου.....	44 ✓
Παράρτημα		48
Βιβλιογραφία		49

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο κύριος σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να διερευνηθεί η τραπεζική του Διαδικτύου στην Ελλάδα και να αναλυθούν οι διεθνείς τάσεις της αγοράς.

Αποτελείται από τέσσερα κεφάλαια όπου αναπτύσσονται θέματα γύρω από τις προοπτικές της Τραπεζικής του Διαδικτύου, τις υπηρεσίες και τα προϊόντα που προσφέρονται στην αγορά αλλά και τις επιπτώσεις και τους κινδύνους που ενέχουν οι συναλλαγές μέσω της τραπεζικής του Διαδικτύου.

Για την καλύτερη κατανόηση της εικόνας που επικρατεί στην ελληνική αγορά, διενεργήθηκε έρευνα αγοράς με τη μέθοδο της προσωπικής συνέντευξης στο Ν. Αττικής, έτσι ώστε να καταγραφούν όλα τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των χρηστών της Τραπεζικής του Διαδικτύου, και να συγκριθούν με αντίστοιχες μελέτες που έχουν πραγματοποιηθεί στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

Στο τελευταίο κεφάλαιο γίνεται η παρουσίαση των συμπερασμάτων από την ανωτέρω μελέτη και γίνονται αναφορές σε θέματα στρατηγικών επιλογών των τραπεζών, σχετικά με τις δυνατότητες και τις περαιτέρω προοπτικές ανάπτυξης της τραπεζικής του Διαδικτύου στην ελληνική αγορά.

Η μελέτη αυτή εκπονήθηκε στα πλαίσια της Διπλωματικής Εργασίας του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών του Πανεπιστημίου Πειραιώς. Κλείνοντας θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή της διπλωματικής, κ. Γκίκα Χαρδούβελη για τις σημαντικές υποδείξεις και παρατηρήσεις του, τα μέλη της Επιτροπής για τη συμμετοχή τους και ιδιαίτερα τον καθηγητή κ. Σπύρο Μακρυδάκη για τη σημαντική συμβολή του μαθήματος του, Στρατηγική Πιστωτικών Ιδρυμάτων στο Πανεπιστήμιο Πειραιώς. Τέλος, επιθυμώ να ευχαριστήσω θερμά την Alpha Bank για τη συμπαράστασή της στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών μου.

Τα σφάλματα ή παραλείψεις που ενδέχεται να υπάρχουν στη συγκεκριμένη διπλωματική εργασία, βαρύνουν αποκλειστικά τον συγγραφέα.

Αθήνα, Νοέμβριος 2000

Παναγιώτης Γ. Λόγος

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Ο ΡΟΛΟΣ ΚΑΙ ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΣΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Από τις αρχές της προηγούμενης δεκαετίας έχει ξεκινήσει μία διαδικασία ευρύτατου μετασχηματισμού των χρηματοπιστωτικών οργανισμών με τη διεθνοποίηση των αγορών χρήματος και κεφαλαίου, και την ολοένα μεγαλύτερη αξιοποίηση από τις αγορές αυτές των τεχνολογιών της Πληροφορικής και του Διαδικτύου. Η δυναμική τάση που διαμορφώνεται τα επόμενα χρόνια είναι προς την κατεύθυνση της δημιουργίας μιας ενιαίας παγκόσμιας αγοράς χρήματος και κεφαλαίου με κυρίαρχο στοιχείο την περαιτέρω ένταση του ανταγωνισμού σε όλα τα επίπεδα, πράγμα που οδηγεί το χώρο σε σημαντικές διαρθρωτικές και στρατηγικές ανακατατάξεις.

Το ποιο ανησυχητικό, όμως, για τις εταιρείες όπου ασχολούνται με τη διεκπεραίωση χρηματοοικονομικών συναλλαγών είναι ότι το Διαδίκτυο θα μπορούσε, επίσης, να είχε σχεδιαστεί έτσι ώστε να τις καταστήσει περιττές. Οι τράπεζες και οι άλλες χρηματοοικονομικές εταιρείες είναι οργανισμοί που διαμεσολαβούν ανάμεσα σε αυτούς που δανείζουν και αυτούς που δανείζονται. Οι τράπεζες στις πλούσιες χώρες κατατρέχονται από τη σκέψη πως θα αντιμετωπίσουν την «αποδιαμεσολάβηση» δηλαδή απευθείας συναλλαγές ανάμεσα στους δανειστές και τους δανειολήπτες, χωρίς χρήση του ισολογισμού μιας τράπεζας, που προσθέτει άλλο ένα στρώμα κόστους.

Το Διαδίκτυο είναι, δυναμικά, η ισχυρότερη δύναμη αποδιαμεσολάβησης που οι τράπεζες χρειάστηκε ποτέ να αντιμετωπίσουν. Οι τράπεζες υφίστανται σήμερα την «τέταρτη αποδιαμεσολάβησή» τους. Η πρώτη αφορούσε τις αποταμιεύσεις και την ανάπτυξη των αμοιβαίων κεφαλαίων, των εξειδικευμένων ταμείων συντάξεων και των ασφαλιστηρίων ζωής, σε βάρος των τραπεζικών καταθέσεων.

Η δεύτερη είδε τις κεφαλαιαγορές να αποσπούν ένα μέρος από τον παραδοσιακό ρόλο των τραπεζών ως χορηγών πιστώσεων. Στην Τρίτη, οι πρόοδοι στην τεχνολογία επέτρεψαν τον εκσυγχρονισμό των καθημερινών γραφειοκρατικών διαδικασιών. Τέλος στο τέταρτο στάδιο αποδιαμεσολαβείται η διανομή των τραπεζικών προϊόντων.

Η διαδικασία ξεκίνησε εδώ και κάποια χρόνια, με τη διάδοση των αυτόματων ταμειολογιστικών μηχανών (ATM) και προχώρησε, την τελευταία δεκαετία, με τις τηλεφωνικές τραπεζικές συναλλαγές και τα κλειστά ιδιόκτητα συστήματα δικτύων που στηρίζονται σε προσωπικούς ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Σήμερα, όμως, το Διαδίκτυο διευρύνει κατά πολύ το φάσμα αυτών των διαδικασιών.

Αν εξαιρέσουμε τη δραστηριότητα της αγοροπωλησίας των μετοχών παγκοσμίως και τις Σκανδιναβικές χώρες γενικότερα, τότε η παροχή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών στο ευρύ κοινό μέσω του Διαδικτύου, βρίσκεται αν όχι στην παιδική της ηλικία τουλάχιστον στην εφηβεία. Από την άλλη, όμως υπάρχουν κάποια σημάδια ότι η αποδιαμεσολάβηση την οποία φοβάται ο τραπεζικός κόσμος μπορεί να έχει ήδη ξεκινήσει.

Οι τράπεζες του Διαδικτύου (ηλεκτρονικές τράπεζες), με το χαμηλό κόστος τους και τη χαρακτηριστική για την ηλεκτρονική οικονομία συνήθεια τους να δίνουν μεγαλύτερη προσοχή στην προσέλκυση πελατών παρά στην κερδοφορία, έχουν κατορθώσει να αποσπάσουν τεράστια ποσά καταθέσεων από εκείνες τις τράπεζες οι οποίες δεν δραστηριοποιούνται στο Διαδίκτυο.

Αλλά και στις κεφαλαιαγορές, οι εκδόσεις ομολόγων και οι προσφορές μετοχών έχουν πάρει μορφή κοινοπραξιών και διανέμονται μέσω του Διαδικτύου. Συνεπώς το Διαδίκτυο δεν μπορεί παρά να ενισχύσει την απήχηση της «άμεσης» άντλησης κεφαλαίων από την κεφαλαιαγορά.

Η ραγδαίες εξελίξεις που συντελούνται τα τελευταία χρόνια στους τομείς της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών είναι τόσο σημαντικές που αναμένεται να επηρεάσουν το παγκόσμιο οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον σε μεγάλο βαθμό τα επόμενα χρόνια.

Οι επιπτώσεις της τεχνολογικής αυτής επανάστασης θα είναι εμφανείς τόσο στις επιχειρήσεις, όσο και στους απλούς καταναλωτές, αφού ο παραδοσιακός τρόπος διανομής και προώθησης των προϊόντων τείνει να εξαλείφει.

Το πιο σημαντικό είναι ότι οι ίδιοι οι χρηματοοικονομικοί οργανισμοί, οι οποίοι στο παρελθόν συχνά αντιστάθηκαν στις τεχνολογικές αλλαγές των καιρών, γιατί είχαν επενδύσει τεράστια ποσά σε δικά τους συστήματα, μπορεί τώρα να γίνουν οι πιο ένθερμοι υποστηρικτές της νέας τεχνολογίας του Διαδικτύου.

Η εποχή της ψηφιακής επικοινωνίας θα αποτελέσει τον καθοριστικό παράγοντα για την μετάβαση της κοινωνίας σε μια άλλη δομή και οργάνωση, που χαρακτηρίζεται από σημαντικές ευκαιρίες και δυνατότητες για τους πολίτες όλου του κόσμου, και πολύ εύστοχα ονομάστηκε ως "Κοινωνία των Πληροφοριών", μιας και οι νέες δυνατότητες διαχείρισης πληροφοριών και γνώσεων είναι ίσως ο βασικότερος παράγοντας της νέας τάξης πραγμάτων.

Ένας κλάδος που αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια ταχέως και χρησιμοποιεί τις ανωτέρω τεχνολογίες είναι αυτός της Τραπεζικής του Διαδικτύου.

1.1.1 Ορισμοί

Η Τραπεζική του Διαδικτύου ή Ηλεκτρονική Τραπεζική αναφέρεται στην παροχή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών ή προϊόντων μέσω της τεχνολογίας του Διαδικτύου, αλλά και μέσω της σταθερής και της κινητής τηλεφωνίας.

Ως Διαδίκτυο (Internet) εννοούμε ένα διεθνές ηλεκτρονικό υπολογιστή "supernetwork", όπου περισσότερα από 15.000 δίκτυα ηλεκτρονικών υπολογιστών χρησιμοποιούνται από ιδιώτες, επιχειρήσεις, οργανισμούς και εκπαιδευτικά ιδρύματα παγκοσμίως.

Ως Τραπεζική εννοούμε τις τραπεζικές υπηρεσίες και τα προϊόντα που προωθεί ένα Κατάστημα, όπως καταθέσεις, χορηγήσεις, χρεόγραφα αλλά και την επενδυτική τραπεζική, όπως επενδυτικές συμβουλές, αγοραπωλησίες τίτλων, αναδοχές χρηματιστηριακών εκδόσεων κ.ο.κ.

1.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Η ηλεκτρονική τραπεζική ή αλλιώς τραπεζική του Διαδικτύου είναι σχετικά ένας κλάδος ο οποίος άρχισε να αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια, με αποτέλεσμα η πρώτη αμιγώς ηλεκτρονική τράπεζα να δημιουργηθεί το 1995.

Μέχρι τη δεκαετία του 80 όλες οι τραπεζικές εργασίες γίνονταν αποκλειστικά στα υποκαταστήματα των τραπεζών από μεγάλους κυρίως ηλεκτρονικούς υπολογιστές (mainframes). Από το 1980 και μετά, η πρόοδος της τεχνολογίας επέτρεψε τη χρήση των προσωπικών υπολογιστών, την ανάπτυξη των ATMs, αλλά και την δημιουργία ιδιωτικών δικτύων από τις τράπεζες για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών τους.

Στη δεκαετία του 90 η ανάπτυξη και διάδοση των τεχνολογιών του Internet έπαιξε καθοριστικό ρόλο έτσι ώστε σήμερα να μπορούμε να εκτελούμε σχεδόν οιαδήποτε τραπεζική συναλλαγή από οποιοδήποτε σημείο του πλανήτη.

Εκτεταμένη βιβλιογραφία για το συγκεκριμένο θέμα δεν υπάρχει, καθώς τα τελευταία μόλις τρία χρόνια άρχισαν να γίνονται μελέτες και έρευνες από τραπεζικούς οργανισμούς όπως τη Federal Reserve Bank of New York αλλά και την Τράπεζα Διεθνών Κανονισμών (BIS) το 1997, θέτοντας τα πρότυπα για τα συστήματα ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω του Διαδικτύου.

Συγχρόνως διάφορα Πανεπιστημιακά Ιδρύματα, αλλά και εταιρείες όπως η Forrester Research, άρχισαν να εκδίδουν τις μελέτες και τις έρευνες τους μέσω ειδικών εντύπων όπως το Journal of Internet Banking and Commerce, αλλά και παράλληλα να συλλέγουν στοιχεία μέσω δημοσκοπήσεων για τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των πελατών των ηλεκτρονικών τραπεζών

Στην Ελλάδα η βιβλιογραφία είναι πολύ περιορισμένη με εξαίρεση κάποια άρθρα σε τεχνικά κυρίως έντυπα αλλά και στην σημαντική προσπάθεια του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών μέσω ομάδας καθηγητών σε θέματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.

1.3 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Οι τραπεζικές εφαρμογές μέσω της τεχνολογικής επανάστασης αλλάζουν ριζικά τα κανάλια διανομής και το κόστος παροχής των χρηματοπιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών. Μετασχηματίζουν το ρόλο του καταστήματος και θέτουν ίσως υπό αμφισβήτηση τη μελλοντική αξία των δικτύων καταστημάτων των τραπεζών με τη σημερινή τους τουλάχιστον μορφή.

Οι τεχνολογικές αυτές επεκτάσεις υπονομεύουν το βασικό πλεονέκτημα των τραπεζών που στηρίζεται στη διαμόρφωση μιας μακροχρόνιας σχέσης με τους πελάτες (relationship banking) και διευκολύνουν τον ανταγωνισμό στις τιμές των προϊόντων με το να παρέχουν πληθώρα ολοκληρωμένων πληροφοριών με χαμηλό κόστος στους πελάτες. Συγχρόνως καθιστούν μη απαραίτητη τη φυσική παρουσία του πελάτη στα σημεία πώλησης και τελικά διευρύνουν σημαντικά τη δυνητικά διαθέσιμη αγορά στα τραπεζικά ιδρύματα ανεξαρτήτως γεωγραφικής τοποθεσίας.

Συνεπώς ο αντικειμενικός σκοπός των τεχνολογικών επεκτάσεων μέσω του Διαδικτύου είναι να μειώσουν το λειτουργικό τους κόστος, να αυξήσουν την κερδοφορία τους και να κατακτήσουν νέες αγορές ανεξαρτήτως συνόρων.

Σύμφωνα με άρθρο του Harvard Business Review, η ηλεκτρονική τραπεζική δεν πρόκειται να αλλάξει τις λειτουργίες των τραπεζών γιατί αυτές μένουν σταθερές διαχρονικά, αυτό που θα αλλάξει είναι η μορφή με την οποία θα εκτελούνται. Η συσσώρευση κεφαλαίων, οι μέθοδοι πληρωμών οι γεωγραφικές μεταφορές κεφαλαίων κ.α., είναι λειτουργίες που δεν έχουν αλλάξει ως προς το περιεχόμενο. Διαφοροποιούνται όμως συνεχώς και παρουσιάζουν μεγάλη ποικιλία οι μορφές με τις οποίες εκδηλώνονται ως προς τους πελάτες ως προϊόντα, δίκτυα διανομής, υπηρεσίες και το σημαντικότερο για ορισμένες από αυτές δεν είναι πλέον απαραίτητη η διαμεσολάβηση της τράπεζας. Οι μορφές αυτές ποικίλουν από χώρα σε χώρα, λόγω του ότι εξαρτώνται από παραδοσιακές πρακτικές και ρυθμίσεις, από το βαθμό αξιοποίησης της τεχνολογίας και άλλους ειδικούς παράγοντες.

Επειδή λοιπόν οι τραπεζικές λειτουργίες παραμένουν σταθερές, η έμφαση πλέον δίνεται:

- Στην ποικιλία μορφών που παίρνουν τα προϊόντα, τα δίκτυα διανομής και οι υπηρεσίες που προσφέρονται στους πελάτες.
- Στον τρόπο που συνδυάζονται, ώστε να εξυπηρετούνται αποτελεσματικά οι ανάγκες των πελατών και τέλος,
- Στην σωστή τιμολόγηση των προσφερόμενων τελικών υπηρεσιών.

Μία μελέτη της Cooper & Lybrand αναφέρει ότι μόνο ένα 10% των τραπεζικών συναλλαγών θα γίνεται στα καταστήματα το έτος 2005.

Χρειάστηκε σχεδόν μιάμιση δεκαετία μέχρι το 1996, για να φτάσει η διείσδυση του Internet ή Online Banking στο 1% των αμερικάνικων νοικοκυριών. Το ποσοστό αυτό ανέβηκε μόλις στο 4% μετά από 18 μήνες. (πηγή American Bunker Gallup). Αλλά αυτό το ποσοστό αλλάζει διαρκώς.



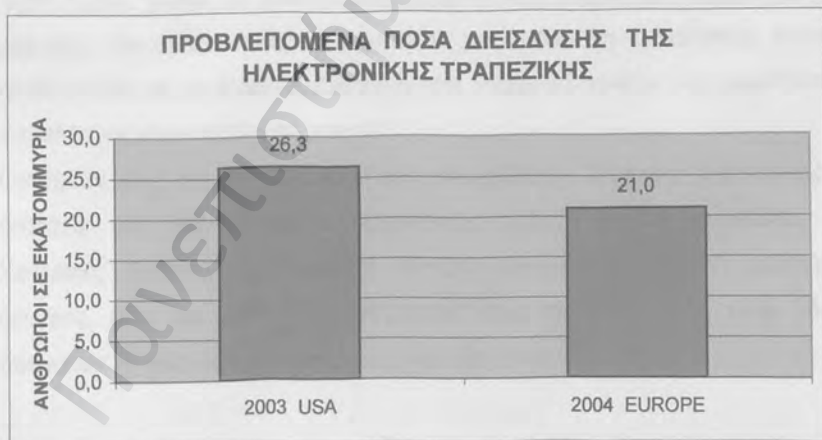
Source: American Bunker Gallup – TechWeb

Στις ΗΠΑ υπολογίζουν ότι αυτή τη στιγμή το web banking έχει 9.1 εκατ. πελάτες (με πάνω από 900 τραπεζικούς και συναφείς δικτυακούς τόπους), ενώ μέχρι το 2003 το 60% των ενήλικων πολιτών θα είναι πελάτες υπηρεσιών on-line.

Σύμφωνα με πρόσφατο άρθρο του TechWeb, στις Ηνωμένες Πολιτείες, μόνο το 5% των πελατών διεκπεραιώνει τις συναλλαγές του ηλεκτρονικά, παρ' ότι η διείσδυση των ηλεκτρονικών υπολογιστών στα νοικοκυριά φτάνει το 50%.

Οι προοπτικές όμως είναι ιδιαίτερα ευνοϊκές για τις ΗΠΑ, όπου σύμφωνα με εκτίμηση της Jupiter Communication για την ηλεκτρονική τραπεζική, αναφέρεται ότι 26,3 εκατ. νοικοκυριά στις ΗΠΑ, δηλαδή περίπου το ¼ των Αμερικανών, θα πραγματοποιούν το 2003 τραπεζικές συναλλαγές μέσω του Internet.

Στην Ευρώπη, σύμφωνα με εκτιμήσεις της Datamonitor Financial Services, το 2004 οι πελάτες των τραπεζών μέσω του Διαδικτύου θα αριθμούν 21 εκατ., με πρωταθλήτριες χώρες στη μεγέθυνση αυτή τη Μεγάλη Βρετανία και τη Γερμανία. Σύμφωνα με στοιχεία της τράπεζας UBS, ο ρυθμός αύξησης των νέων πελατών τους που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική έχει αυξηθεί σε 44% τον τελευταίο χρόνο και έχουν περίπου 2.000 νέους πελάτες εβδομαδιαίως.

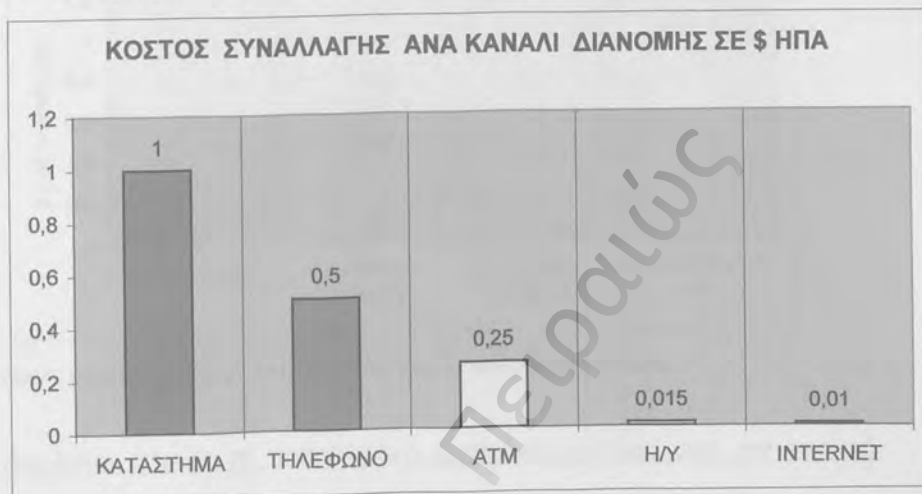


Source: Jupiter Communication – Datamonitor Financial Services

Οι βασικοί λόγοι της ραγδαίας αύξησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι:

- Η ευκολία που προσφέρουν στον πελάτη.
- Η αίσθηση αυτονομίας του πελάτη.
- Το μικρό κόστος συναλλαγών.

Έχει διαπιστωθεί από αρκετές τραπεζικές μελέτες, αλλά και από στοιχεία του ΟΟΣΑ, ότι στις ΗΠΑ το κόστος μιας συναλλαγής μέσω Καταστήματος τα τελευταία χρόνια είναι περίπου \$1, μέσω ATM είναι περίπου \$0.25 και μέσω του Internet έχει εκτιμηθεί ότι το κόστος μιας συναλλαγής είναι περίπου \$0,01.



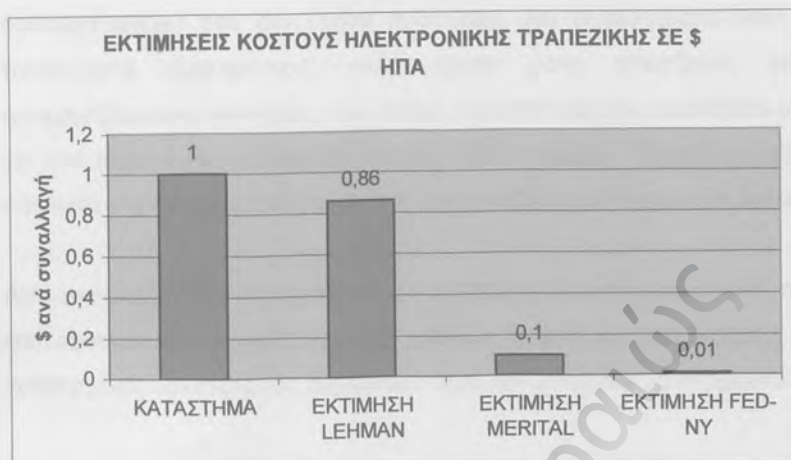
Source: Federal Reserve Bank of New York

Είναι όμως τελικά το κόστος μιας συναλλαγής μέσω του Διαδικτύου τόσο χαμηλό; Σίγουρα αν λάβουμε υπόψη μας μόνο τη μετακίνηση κάποιων ηλεκτρονίων σε μία Βάση Δεδομένων τότε το οριακό κόστος μιας ηλεκτρονικής συναλλαγής είναι πράγματι χαμηλό.

Όμως αν όλα τα στοιχεία κόστους επιμεριστούν πλήρως, δηλαδή οριακή δαπάνη για τεχνολογίες πληροφορικής, υποχρεωτικές καταθέσεις στις Κεντρικές Τράπεζες, πιστωτικός έλεγχος, λογιστικός έλεγχος, εσωτερικός έλεγχος, συν το κόστος προσέλκυσης νέων πελατών, τότε είναι μάλλον αδύνατον το κόστος ανά συναλλαγή να είναι μόνο ένα σέντς.

Η τράπεζα MeritalNordBanken (MNB) της Φινλανδίας δουλεύοντας κάτω από ένα πλήρως αυτοματοποιημένο τραπεζικό σύστημα, υπολογίζει το μέσο κόστος ανά συναλλαγή στο Διαδίκτυο στα 0,10 δολάρια.

Αντίστοιχα η Lehman Brothers αναφέρει μία εκτίμηση σύμφωνα με την οποία η εξυπηρέτηση ενός λογαριασμού στο Διαδίκτυο είναι μόλις 14% φθηνότερη από ότι εκτός Διαδικτύου.



Πηγή: Lehman Brothers – MeritalNordBanken – Federal Reserve Bank

Απειλείται τελικώς το παραδοσιακό τραπεζικό σύστημα από την εικονική τραπεζική:

Η πρώτη ηλεκτρονική τράπεζα που λειτούργησε στο Διαδίκτυο και στην οποία επετράπη να προσφέρει ομοσπονδιακά εγγυημένες καταθέσεις από το Οκτώβριο του 1995 ήταν η Security First Network Bank (SFNB) με έδρα την Ατλάντα. Στην συνέχεια ακολούθησαν η Virtual Bank και η Telebank όπου υπόκεινται στον έλεγχο του γραφείου Επίβλεψης Αποταμιευτικών Οργανισμών (Office of Thrift Supervision –OTS) και όχι του Ομοσπονδιακού Γραφείου Εποπτείας των Εθνικών Τραπεζών (Office of the Comptroller of the Currency – OCC), που είναι ο κύριος ελεγκτικός μηχανισμός των τραπεζών.

Η CompuBank, που άρχισε να λειτουργεί το 1998, ήταν η πρώτη τράπεζα “καθαρά” του Διαδικτύου που έλαβε επίσημη κρατική έγκριση για λειτουργία εθνικής τράπεζας.

Ο τρόπος προσέλκυσης των πελατών γίνεται με καθαρά ανταγωνιστικά κριτήρια: χαμηλότερες χρεώσεις στους λογαριασμούς και υψηλότερα επιτόκια σε τιμές κάτω του κόστους κάτι που δεν μπορεί να συνεχιστεί στο διηνεκές.

Ορισμένοι πελάτες των ανωτέρω τραπεζών φαίνονται να είναι δυσαρεστημένοι που δεν έχουν πρόσβαση στα καταστήματα όταν θέλουν προσωπική εξυπηρέτηση, αλλά έχουν μόνο πρόσβαση σε ATM συνεργαζόμενων τραπεζών, ενώ ακόμη και αναλυτές του Διαδικτύου αρχίζουν να ανησυχούν για το υψηλό κόστος προσέλκυσης πελατών έπειτα από καταγιστικές διαφημιστικές επιθέσεις εκατοντάδων εκατομμυρίων δολαρίων.

Από την άλλη όμως οι παραδοσιακές τράπεζες έχουν τέτοια μεγέθη πελατών και εργασιών και διαχειρίζονται καθημερινώς δισεκατομμύρια δολάρια, όπου οι νεοφερμένες τράπεζες του Διαδικτύου ούτε καν μπορούν να ονειρευτούν.

Σίγουρα η κόντρα μεταξύ παλαιάς και νέας οικονομίας θα συνεχιστεί και τα επόμενα χρόνια και η επιτυχία του νικητή δεν θα βασίζεται στο πόσο γρήγορα έχει μπει κάποιος στην αγορά, αλλά στο πόσο γρήγορα αντιλαμβάνεται τις εξελίξεις και προσαρμόζεται σε αυτές.

1.4 ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Η αύξηση των πελατών των χρηματοπιστωτικών οργανισμών σε συνάρτηση με την ανάγκη για τη δημιουργία πιο έξυπνων και ολοκληρωμένων προϊόντων, οδήγησε τις ανωτέρω επιχειρήσεις στην υιοθέτηση νέων εφαρμογών, οι οποίες παρέχουν στον υποψήφιο πελάτη πιο ολοκληρωμένες υπηρεσίες, χωρίς να καθιστούν απαραίτητη η φυσική παρουσία του.

Από τα κλασικά ΑΤΜ περάσαμε πλέον στις συναλλαγές μέσω τηλεφώνων (phone banking) και στις συναλλαγές μέσω Διαδικτύου (Internet banking).

Οι υπηρεσίες που προσφέρουν οι τράπεζες μέσω του Διαδικτύου μπορούν να χωριστούν σε τρεις κατηγορίες:

- Ως πηγή πληροφόρησης (information provider)
- Ως μέσω εκτέλεσης τραπεζικών συναλλαγών
- Ως εργαλείο για να βελτιώσει τις σχέσεις με τον πελάτη

Επίσης οι ανωτέρω κατηγορίες ανάλογα με τις δραστηριότητες που προσφέρουν στους πελάτες τους θα μπορούσαμε να τις χωρίσουμε σε τρία επίπεδα, το βασικό επίπεδο υπηρεσιών, το ενδιάμεσο και το προχωρημένο.

Στο βασικό επίπεδο οι τράπεζες λειτουργούν ως εργαλεία μάρκετινγκ, δίνοντας πληροφορίες σχετικά με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που διαθέτουν, τα σημεία πώλησης, καθώς επίσης αποστολή ενημερωτικών φυλλαδίων και ανταλλαγή μηνυμάτων μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Στο ενδιάμεσο επίπεδο οι τράπεζες παρέχουν τη δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας του χρήστη με την τράπεζα, δίνοντας του τη δυνατότητα να βλέπει τα υπόλοιπα των λογαριασμών του και να κάνει αιτήσεις για άνοιγμα λογαριασμών, πιστωτικών καρτών και δανείων καθώς επίσης του προσφέρουν μηχανές αναζήτησης και επενδυτικές συμβουλές.

Στο προχωρημένο και το πλέον σύνθετο επίπεδο, οι τράπεζες προσφέρουν τη δυνατότητα μεταφορές χρημάτων σε διαφορετικούς λογαριασμούς, πληρωμές λογαριασμών ΔΕΚΟ, online παρακολούθηση μετοχών, ενημέρωση χαρτοφυλακίου και τέλος παροχή προηγμένης τεχνολογίας ανά πελάτη όπως βιντεοσυσκέψεις.

	ΒΑΣΙΚΟ	ΕΝΔΙΑΜΕΣΟ	ΠΡΟΧΩΡΗΜΕΝΟ
ΠΑΡΟΧΕΑΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ	Προϊόντα τραπεζής Σημεία πώλησης Προσφορές	Μηχανές αναζήτησης Πρόσβαση σε άλλους οργανισμούς	Χρηματοημερίδια προϊόντα online, Τιμές συναλλάγματος
ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ	Αποστολή ενημερωτικών φυλλαδίων	Υπόλοιπα λογαριασμών Αιτήσεις πιστωτικών καρτών, δανείων	Άνοιγμα λογαριασμών Μεταφορά χρημάτων Πληρωμή λογ. ΔΕΚΟ
ΣΧΕΣΕΙΣ ΠΕΛΑΤΗ	Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο	Επενδυτικές συμβουλές	Βιντεοσυσκέψεις

1.5 Η ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Τα τελευταία χρόνια το Internet στην Ελλάδα γνωρίζει ραγδαία ανάπτυξη και αυτό φαίνεται άλλωστε τόσο από την πορεία των εταιρειών που δραστηριοποιούνται στο συγκεκριμένο χώρο, όσο και από την αλματώδη αύξηση του αριθμού των χρηστών.

Οι προοπτικές ανάπτυξης της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα είναι μεγάλες, και σε αυτό συμβάλλουν τρεις κυρίως παράγοντες:

- Ο συνεχώς αυξανόμενος αριθμός χρηστών του Internet, σήμερα ξεπερνούν τις 700.000 ποσοστό διείσδυσης 7% και μέχρι το 2001, έτος κατά το οποίο η απελευθέρωση των τηλεπικοινωνιών θα είναι γεγονός, υπολογίζεται ότι οι χρήστες Internet θα ξεπεράσουν το 1.000.000.
- Η ευρύτατη αποδοχή της κινητής τηλεφωνίας στη χώρα μας περίπου 5.000.000 συνδρομητές.
- Η δυναμική παρουσία εταιριών πληροφορικής, τηλεπικοινωνιών, παροχής υπηρεσιών Internet με τις οποίες οι τράπεζες αναπτύσσουν στενή και αρμονική συνεργασία.



ΠΗΓΗ: ICAP, Forthnet

Αν και η διείσδυση των κινητών τηλεφώνων είναι στο 50% περίπου και των πιστωτικών καρτών στο 32%, οι χρήστες του Internet στην Ελλάδα υπολείπονται αρκετά από τους αντίστοιχους στην Ευρώπη και στη Αμερική.

Παρόλο που οι ελληνικές τράπεζες βρίσκονται σε καλό δρόμο όσον αφορά τη δραστηριότητά τους σε όλα τα σύγχρονα εναλλακτικά δίκτυα διανομής προϊόντων και υπηρεσιών, η αποδοχή και η ανταπόκριση που βρίσκει η ηλεκτρονική τραπεζική από το καταναλωτικό κοινό βρίσκεται ακόμα σε χαμηλά επίπεδα. Η γνώση της τεχνικής αλλά και οι δυνατότητες που προσφέρει το e-banking δεν φαίνεται να έχουν περάσει ακόμα στον Έλληνα χρήστη. Αντίθετα στο εξωτερικό οι καταναλωτές παρουσιάζονται πιο εξοικειωμένοι και αποδέχονται πιο γρήγορα τις υπηρεσίες και τις δυνατότητες που προσφέρει η νέα τεχνολογία σήμερα στον τραπεζικό τομέα.

Πληθώρα νέων κοινών εταιρειών αναμένεται να ιδρύσουν μέσα στην επόμενη διετία οι τράπεζες σε συνεργασία με τις εταιρείες πληροφορικής, σύμφωνα με έρευνα που περιλαμβάνεται στον Ετήσιο Οδηγό "Greek ICT Market".

Η συμμετοχή των τραπεζικών οργανισμών στην αγορά των τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών θα είναι ιδιαίτερα έντονη, καθώς οι τράπεζες αποτελούν τους μεγαλύτερους χρήστες για τη μεταφορά και διαχείριση δεδομένων. Οι νέες εταιρείες που θα συσταθούν θα έχουν ως αντικείμενο τη διαχείριση τραπεζικών εργασιών, ενώ ταυτόχρονα θα υπάρξουν συνεργασίες των τραπεζών με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και τις μεγάλες εμπορικές αλυσίδες στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Ουσιαστικά οι τράπεζες καθίστανται πλέον ισχυροί παίκτες στην αγορά πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών λόγω της θέσης τους στη διακίνηση και διαχείριση των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Η στενότερη συνεργασία ανάμεσα στον τραπεζικό τομέα και στον τομέα πληροφορικής αντικατοπτρίζεται και στις πρόσφατες συνεργασίες που έχουν ανακοινωθεί το τελευταίο διάστημα όπως:

- Alpha Bank (Δέλτα Πληροφορική – Singular - Unisystems)
- EFG Eurobank (Όμιλος Quest / Hellas On Line, Computer Logic / DIS)
- Εθνική (Otenet)
- Τράπεζα Πειραιώς (ABC, e-Vision)

Οι τράπεζες σπεύδουν να εισβάλουν δυναμικά στην ελληνική αγορά πληροφορικής προκειμένου να συμμετάσχουν στα νέα έργα πληροφορικής που θα υλοποιηθούν από το Γ' ΚΠΣ αλλά και να υποστηρίξουν τα σχέδιά για την επέκτασή τους στην Ελλάδα, τα Βαλκάνια και την Ευρωπαϊκή Ένωση μέσω των συνδεδεμένων εταιρειών από το χώρο της πληροφορικής.

Στο πλαίσιο αυτό παρατηρείται τους τελευταίους μήνες έντονη δραστηριότητα στο επίπεδο της προσφοράς υπηρεσιών, που έχουν σχέση με χρηματοοικονομικά προϊόντα, όπως εκτέλεση τραπεζικών εργασιών ή και χρηματιστηριακών συναλλαγών μέσω του Internet, της σταθερής αλλά και της κινητής τηλεφωνίας.

Μέχρι στιγμής ενεργό παρουσίαση στην ηλεκτρονική τραπεζική στη χώρα μας έχουν τέσσερις από τους μεγαλύτερους τραπεζικούς ομίλους και δραστηριοποιούνται ήδη στο χώρο του Internet banking και του phone banking, ενώ επεκτάθηκαν ή σχεδιάζουν την είσοδό τους στο mobile banking. Παράλληλα αναβαθμίζουν τα ATM τους, που εξελίσσονται σε μικρές τραπεζικές μονάδες από τις οποίες μπορεί κανείς να πραγματοποιήσει πολλές από τις κλασικές τραπεζικές συναλλαγές, οι οποίες μέχρι σήμερα γίνονταν από τα γκισέ των καταστημάτων.

Συγκρίνοντας τόσο τις υπηρεσίες όσο και τον τρόπο υλοποίησης στην Ελλάδα και το εξωτερικό, μπορούμε να πούμε με βεβαιότητα ότι δεν διαφέρουν πολύ από τις «δικές» μας υλοποιήσεις.

Μερικές από τις ανωτέρω υπηρεσίες που προσφέρουν είναι οι εξής:

- Ενημέρωση για τα υπόλοιπα και τους τόκους των λογαριασμών.
- Μεταφορά χρημάτων μεταξύ λογαριασμών του πελάτη αλλά και τρίτων.
- Πληρωμή λογαριασμών ΔΕΚΟ όπως ΟΤΕ, ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ κλπ.
- Πληρωμή πιστωτικών/χρεωστικών καρτών.
- Αιτήσεις για δάνεια και έκδοση πιστωτικών καρτών.
- Ενημέρωση για τις τιμές συναλλάγματος.
- Ενημέρωση των βιβλιαρίων επιταγών.
- On line αγοραπωλησία μετοχών.

1.6 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

1.6.1 Όμιλος Εθνικής Τράπεζας

Η Εθνική ήταν η πρώτη τράπεζα που έφερε το mobile banking (τραπεζικές υπηρεσίες μέσω κινητού τηλεφώνου) στην Ελλάδα, μέσω της συνεργασίας της με την Telestet. Οι παρεχόμενες υπηρεσίες στον τομέα αυτό συνεχώς διευρύνονται και περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων αυτόματα ειδοποίηση στο κινητό τηλέφωνο του χρήστη, όταν ο τραπεζικός λογαριασμός του μειωθεί κάτω από ένα ποσό ή όταν κατατεθεί σε αυτόν χρηματικό ποσό κλπ.

Παράλληλα προσφέρει υπηρεσίες μέσω του Διαδικτύου σε ιδιώτες και σε Νομικά Πρόσωπα και σύντομα θα παρέχεται η δυνατότητα στους πελάτες της να συμμετέχουν σε δημόσιες εγγραφές του Χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών μέσω του Internet.

Συγκριτικό πλεονέκτημα της Εθνικής Τράπεζας θεωρείται το δίκτυο των ATM της, το οποίο στο τέλος του έτους θα αριθμεί 1.100 μονάδες και θα είναι το μεγαλύτερο στη χώρα μας.

1.6.2 Όμιλος Alpha Bank

Την καθιέρωση στην αγορά την έκανε η Alpha Bank, όπου δραστηριοποιείται στο Internet από τον Νοέμβριο του 1998 μέσω του Alpha Web Banking και για πολλούς η ηλεκτρονική τραπεζική στην Ελλάδα είναι συνδεδεμένη μαζί της.

Σήμερα αριθμεί περισσότερους από 12.000 συνδρομητές με τάση συνεχώς ανοδική, ενώ παράλληλα δραστηριοποιείτε στο mobile banking και προσφέρει επίσης χρηματιστηριακές συναλλαγές μέσω του Διαδικτύου.

Παράλληλα σχεδιάζει την είσοδό της στην ψηφιακή τηλεόραση αλλά και στο ηλεκτρονικό εμπόριο, όπου οι πελάτες της τράπεζας θα μπορούν πλέον να πραγματοποιούν συναλλαγές με τις επιχειρήσεις με τις οποίες προχωρεί σε συνεργασία η Alpha Bank.

Η Alpha Bank, μέσω της διεύθυνσης της στο Internet, δίνει μεγάλη έμφαση στην πληροφόρηση των πελατών της για το σύνολο των προϊόντων της τράπεζας, αλλά και των θυγατρικών της εταιρειών.

1.6.3 Όμιλος EFG Eurobank-Ergasias

Ο όμιλος της EFG Eurobank-Ergasias έχει παρουσία στον τομέα του Internet banking από την αρχή του χρόνου, ενώ έχει επεκταθεί στο phone banking και στο mobile banking. Οι εγγεγραμμένοι πελάτες της τράπεζας που πραγματοποιούν συναλλαγές μέσω του Διαδικτύου ξεπερνούν τους 8.000 και η ανταπόκριση εξακολουθεί να είναι μεγάλη.

Σημαντική ζήτηση έχουν, μεταξύ άλλων, οι υπηρεσίες αγοραπωλησίας μετοχών, η ενημέρωση και αποτίμηση του χαρτοφυλακίου σε πραγματικό χρόνο κλπ. Μεγάλη ανάπτυξη γνωρίζει επίσης και το phone banking της τράπεζας, μέσω του οποίου οι πελάτες μπορούν να πραγματοποιούν το σύνολο σχεδόν των τραπεζικών συναλλαγών σε 24ωρη βάση όλο το χρόνο.

Με την ολοκλήρωση της συγχώνευσης, ο αριθμός των πελατών της ηλεκτρονικής τραπεζικής αναμένεται να αυξηθεί σημαντικά, ενώ παράλληλα η τράπεζα σκοπεύει να δαπανήσει στην επόμενη τριετία το ποσό των 100 δισεκατομμυρίων δραχμών στις νέες τεχνολογίες.

Επίσης η τράπεζα, σε συνεργασία με την εταιρία Info Quest, προσφέρει στους πελάτες της και σύγχρονο τεχνολογικό εξοπλισμό (υπολογιστή, modem κλπ.) με ευνοϊκή χρηματοδότηση μέσω των καρτών του ομίλου.

1.6.4 Όμιλος Τράπεζας Πειραιώς

Η τράπεζα Πειραιώς ξεκίνησε τον Μάρτιο τη δραστηριοποίησή της στην ηλεκτρονική τραπεζική, με τη δημιουργία της winbank, η οποία σε πρώτη φάση αποτελεί ξεχωριστή επιχειρησιακή μονάδα του ομίλου, με προοπτική τη μετεξέλιξή της σε αυτόνομη ηλεκτρονική τράπεζα.

Οι πελάτες της winbank οι οποίοι έχουν τη δυνατότητα να χρησιμοποιούν όλα τα εναλλακτικά δίκτυα διανομής προϊόντων και υπηρεσιών, όπως internet banking, phone banking και mobile banking ξεπερνούν τους 2.500, ενώ εκτιμάται ότι θα αυξηθούν με ταχύς ρυθμούς.

1.6.5 Άλλες Τράπεζες

Η πρώτη τράπεζα στην Ελλάδα που ξεκίνησε να προσφέρει τραπεζικές υπηρεσίες μέσω του Διαδικτύου, από το 1997 είναι η Εγνατία Τράπεζα.

Αυτή τη στιγμή όλες σχεδόν οι τράπεζες, ανεξάρτητα από το μέγεθος τους, δραστηριοποιούνται ή σχεδιάζουν να ξεκινήσουν να προσφέρουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους μέσα από εναλλακτικά κανάλια διανομής.

Μία σημαντική καινοτομία για τα ελληνικά δεδομένα, είναι της Τράπεζας Κύπρου, με τη δημιουργία των Microbanks, όπου είναι εξελιγμένα ATM και συνδυάζουν εικόνα, βίντεο και ήχο για την πραγματοποίηση μεγάλης ποικιλίας τραπεζικών συναλλαγών όλο το 24ωρο. Σήμερα υπάρχουν πέντε τέτοιες μονάδες και μέχρι το τέλος του έτους αναμένεται να εξοπλιστούν αντίστοιχα όλα τα καταστήματά της.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΝΟΜΙΚΕΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

2.1 ΝΟΜΙΣΜΑΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Συνέπειες στη νομισματική πολιτική μπορεί να προέλθουν από την αυξανόμενη χρήση της τεχνολογίας και των υπηρεσιών μέσω του Διαδικτύου.

Εάν το Διαδίκτυο χρησιμοποιείται απλώς για τη διευκόλυνση των υφιστάμενων τραπεζικών εργασιών και συναλλαγών, όπως ηλεκτρονικές πληρωμές ή μεταφορά κεφαλαίων από τραπεζικούς λογαριασμούς, τότε ο συνδυασμός της τραπεζικής και του Διαδικτύου θα έχει πολύ μικρές επιπτώσεις στην νομισματική πολιτική μιας χώρας ή στην μέτρηση της προσφοράς χρήματος.

Εάν όμως η τραπεζική του Διαδικτύου φθάσει στο σημείο να εμφανισθούν ψηφιακά “νομίσματα” ή άλλες ηλεκτρονικές μορφές χρήματος και αρχίσουν να κυκλοφορούν όπως τα συνηθισμένα νομίσματα, τότε ενδεχομένως οι συνέπειες στη νομισματική πολιτική μιας χώρας θα είναι μεγαλύτερες.

Η αντικατάσταση των συμβατικών νομισμάτων από ηλεκτρονικά ισοδύναμα αυτών θα έχει επιπτώσεις και στις κυβερνήσεις. Η άδεια έκδοσης χρημάτων είναι μία πολύτιμη άδεια την οποία έχουν σε κάθε χώρα η κεντρική τράπεζα αποθεμάτων και το υπουργείο Οικονομικών. Κάθε χαρτονόμισμα που κόβεται αντιπροσωπεύει μία υποχρέωση του εκδότη, η οποία όμως δεν παρέχει κανένα τόκο. Από την άλλη μεριά, ο εκδότης αποκομίζει κανονικό τόκο από τα κεφάλαια. Η διαφορά αυτή που ονομάζεται *seigniorage*, είναι μία πηγή εσόδων για τις κυβερνήσεις. Αν υιοθετηθεί ένα ηλεκτρονικό σύστημα χρημάτων τότε τα έσοδα αυτά χάνονται για τις κυβερνήσεις και καταλήγουν στους εκδότες των ηλεκτρονικών χρημάτων. Η αντίδραση φυσικά σε αυτήν την κατάσταση από τις κυβερνήσεις θα είναι η επιβολή φόρου σε κάθε οικονομική συναλλαγή.

2.2 ΤΟ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Η διεκπεραίωση τραπεζικών συναλλαγών μέσω Διαδικτύου προϋποθέτει θέματα που δεν αφορούν μόνο την τεχνολογία αλλά και στη νομοθεσία. Όσον αφορά στην τεχνολογία, το πρωταρχικό θέμα είναι η ασφάλεια, τόσο των ψηφιακών δεδομένων κατά τη μεταφορά τους όσο και των ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Είναι γεγονός ότι το ψηφιακό ισοδύναμο του συμβατικού χρήματος έχει πολύ μικρή ιστορία και κατά συνέπεια δεν μπορούμε να μιλάμε για συγκεκριμένες ενέργειες που πρέπει να πραγματοποιηθούν έτσι ώστε να αντιμετωπίσουν τα διάφορα προβλήματα νομικής και κοινωνικής φύσης, αλλά περισσότερο για ανησυχίες οι οποίες θα αντιμετωπίσουν αρχικά αδυναμίες και θα εξασφαλίσουν ακολούθως την ομαλή αποδοχή του νέου συστήματος.

Η ψηφιακή “υπογραφή” είναι πλέον γεγονός στις ΗΠΑ, όπου με μια απλή νομοθετική πράξη έκαναν τις υπογραφές μέσω Διαδικτύου όχι απλώς νόμιμες, αλλά και νομικά ισοδύναμες με τις κανονικές.

Η κατοχύρωση της ηλεκτρονικής υπογραφής σημαίνει ότι θα είναι δυνατή η υπογραφή επίσημων εγγράφων μέσω Internet, όπως υποθηκών για δάνεια, εμπορικών συμφωνιών, ασφαλιστικά συμβόλαια κ.ο.κ.

Η ψηφιακή υπογραφή είναι κωδικοποιημένα δεδομένα, που αποστέλλονται με σκοπό την επικύρωση της ταυτότητας των συμμετεχόντων σε μια ηλεκτρονική συναλλαγή και με τέτοιο τρόπο που κάνει αδύνατη την άρνηση της συμμετοχής τους σε αυτή τη συναλλαγή.

Σύντομα πρόκειται να προωθηθεί Προεδρικό Διάταγμα στη χώρα μας για τις ηλεκτρονικές υπογραφές. Η εφαρμογή του μέτρου αναμένεται να έχει σημαντικές επιδράσεις στην ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, όσο και στην ανάπτυξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής, αφού θα ενισχύσει το κλίμα εμπιστοσύνης μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών, που χρησιμοποιούν το Internet για τις αγορές αγαθών και υπηρεσιών.

Μια ακόμα σημαντική εφαρμογή κρυπτογράφησης που χρησιμοποιείται για επικύρωση ταυτότητας είναι τα ψηφιακά πιστοποιητικά.

Τα ψηφιακά πιστοποιητικά εγγυώνται την ελεγχόμενη πρόσβαση σε εμπιστευτικές πληροφορίες και την παροχή προνομίων και εξουσιοδότησης στους χρήστες και διανέμονται από διάφορους φορείς.

Ήδη η σύμπραξη της Εθνικής Τράπεζας, της Alpha Bank, του ΟΤΕ και του Ε.Β.Ε.Α. με το να δημιουργήσουν την εταιρεία “Έμπιστη Τρίτη Οντότητα” (Third Trust Person) έχει σαν σκοπό την προώθηση των ηλεκτρονικών συναλλαγών με το να εκδίδει ψηφιακά πιστοποιητικά σε νομικά και φυσικά πρόσωπα, τα οποία θα αντικαθιστούν την υπογραφή των συναλλασσομένων σε οποιαδήποτε ηλεκτρονική συναλλαγή. Η εν λόγω εταιρεία θα αποτελεί έναν ουδέτερο οργανισμό, ο οποίος δεν θα μετέχει στις συναλλαγές και θα μπορεί να εμπνέει στους συναλλασσομένους επιχειρηματική εμπιστοσύνη.

Στην πράξη η Έμπιστη Τρίτη Οντότητα, εκτός από την έκδοση και πιστοποίηση των ψηφιακών υπογραφών, θα τηρεί αρχεία με τις ληγμένες ή ανακληθείσες υπογραφές, θα αποθηκεύει ηλεκτρονικά μηνύματα λειτουργώντας ως ηλεκτρονικός συμβολαιογράφος, ενώ θα διενεργεί και χρονοσήμανση για συγκεκριμένες πληροφορίες ή έγγραφα.

Συνεπώς οι ηλεκτρονικές πλέον υπογραφές θα έχουν την ίδια νομική αξία με τις χειρόγραφες υπογραφές, ενώ η παρουσία ενός φορέα που θα εγγυάται την ασφάλεια των συναλλαγών αναμφισβήτητα θα ενισχύσει την εμπιστοσύνη του κόσμου και θα δώσει την αναμενόμενη ώθηση στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

2.3 ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΕΚ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Οι κίνδυνοι που αναλαμβάνουν τα πιστωτικά ιδρύματα θα πρέπει πάντοτε να ισοσκελίζονται σε σχέση με τα οφέλη. Θα πρέπει να έχουν τη δυνατότητα να διαχειρίζονται και να ελέγχουν τους κινδύνους και να έχουν τη δυνατότητα να απορροφούν τις εκάστοτε ζημιές εάν προκύψουν. Οι κίνδυνοι στην ηλεκτρονική τραπεζική θα πρέπει να αξιολογούνται με τον ίδιο τρόπο που αξιολογεί η τράπεζα και τους υπόλοιπους κινδύνους.

Η απελευθέρωση των αγορών, η απομάκρυνση από παραδοσιακές εργασίες, ο έντονος ανταγωνισμός, και οι αυξημένοι πιστωτικοί κίνδυνοι δημιούργησαν νέες συνθήκες στις τραπεζικές εργασίες και άλλαξαν ριζικά τη φύση και τον σκοπό της τραπεζικής διαχείρισης από παθητική σε ενεργητική, με αποτέλεσμα οι τράπεζες να εκτίθενται σε αμοιβαίες διασυνδέσεις και διεθνείς διαπλοκές των θέσεών τους. Το διεθνές τραπεζικό σύστημα υπόκειται, κατά συνέπεια, σε νέους και αυξημένους κινδύνους αγοράς.

Η ανάπτυξη και η χρήση του ηλεκτρονικού χρήματος και της ηλεκτρονικής τραπεζικής βρίσκεται ακόμα στα πρώτα της στάδια. Λαμβάνοντας υπόψιν μας τον βαθμό της αβεβαιότητας σχετικά με τις μελλοντικές εξελίξεις στην τεχνολογία και στην ανάπτυξη της αγοράς στην ηλεκτρονική τραπεζική είναι σημαντικό να καταγράψουμε εκτός από τα οφέλη που θα προκύψουν και τον κίνδυνο που μεταφέρουν τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, καθώς αυτοί οι κίνδυνοι θα πρέπει να είναι ισοσκελισμένοι από τα προσδοκώμενα οφέλη.

Σε αυτό το πρώιμο στάδιο που βρίσκεται η ηλεκτρονική τραπεζική και οι δραστηριότητες του ηλεκτρονικού χρήματος πολλά θέματα που αφορούν τους κινδύνους αυτούς δεν είναι πλήρως διακριτά αλλά ούτε και μετρήσιμα.

Οι κυριότεροι από τους κινδύνους που αντιμετωπίζουν οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί είναι οι εξής:

2.3.1 Κίνδυνοι Λειτουργίας (Operational risk)

Η πτώχευση μιας τράπεζας μπορεί να έχει πολύ πιο σοβαρές συνέπειες στην οικονομία μιας χώρας, από ότι η πτώχευση μιας εταιρίας.

Κίνδυνοι από τη λειτουργία της τραπεζικής του διαδικτύου μπορούν να προκύψουν λόγω των ατελειών που παρουσιάζουν τα συστήματα όσον αφορά την αξιοπιστία και την ακεραιότητά τους. Η ασφάλεια των τραπεζικών συστημάτων είναι πολύ σημαντικό θέμα, καθώς είναι πιθανό να δεχθούν εξωτερικές ή εσωτερικές επιθέσεις στα συστήματά τους ή στα προϊόντα τους.

Οι λειτουργικοί κίνδυνοι, μπορούν να διογκωθούν στο βαθμό που οι τράπεζες δεν εκσυγχρονίζουν τα συστήματα εσωτερικού ελέγχου ώστε να συμβαδίζουν με το καινούργιο λειτουργικό περιβάλλον.

Κίνδυνοι από τη λειτουργία μπορούν να προκύψουν και από λάθος χρήση των πελατών, από ανεπαρκή σχεδιασμό ή υλοποίηση αντίστοιχων ηλεκτρονικών τραπεζικών εφαρμογών.

2.3.2 Κίνδυνοι φήμης (Reputational risk)

Κίνδυνοι από τη φήμη μπορούν να προκύψουν από αρνητική άποψη της κοινής γνώμης με αποτέλεσμα τη μεταφορά κεφαλαίων από την τράπεζα ή διαρροή πελατών. Τέτοιοι κίνδυνοι φήμης μπορεί να προέλθουν όταν τα συστήματα ή τα προϊόντα του χρηματοπιστωτικού ιδρύματος δεν δουλεύουν όπως αναμενόταν, γεγονός το οποίο μπορεί να δημιουργήσει αρνητική αντίδραση στην κοινή γνώμη.

Λάθη ή οικονομικές δολιότητες από τρίτους μπορεί επίσης να εκθέσουν την τράπεζα σε κινδύνους φήμης.

2.3.3 Νομικοί κίνδυνοι (Legal risk)

Ο νομικός κίνδυνος συνδέεται με την αβεβαιότητα που περιβάλλει τους νόμους και κανονισμούς που σχετίζονται με την τεχνολογία και τις εφαρμογές της (όπως νομική υπόσταση των τραπεζικών συναλλαγών που πραγματοποιούνται από απόσταση, εγκυρότητα και κατοχύρωση των συναλλαγών και σεβασμός στην ασφάλεια των στοιχείων του πελάτη κλπ).

Για τον περιορισμό τους απαιτείται επίλυση νομικών θεμάτων, όπως η ηλεκτρονική υπογραφή.

Νομικοί κίνδυνοι μπορεί να προκύψουν από παραβίαση νομικών διατάξεων, κανονισμών ή όταν τα νομικά δικαιώματα και οι υποχρεώσεις των αντισυμβαλλομένων δεν είναι πλήρως εδραιωμένα. Η ηλεκτρονική τραπεζική ίσως είναι πιο ελκυστική για ξέπλυμα χρήματος, εάν τα συστήματα προσφέρουν ελεύθερο όριο στις συναλλαγές και στα υπόλοιπα των λογαριασμών.

Τράπεζες οι οποίες έχουν υιοθετήσει την ηλεκτρονική τραπεζική μπορεί να έχουν νομικές συνέπειες λόγω ελλιπούς πληροφόρησης των πελατών τους για τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις τους, όταν χρησιμοποιούν τις συγκεκριμένες υπηρεσίες.

2.3.4 Άλλοι Κίνδυνοι

Ένας άλλος σοβαρός κίνδυνος που αντιμετωπίζει η ηλεκτρονική τραπεζική είναι οι διασυνοριακοί κίνδυνοι, καθώς δεν υπάρχουν φραγμοί ως προς την πελατειακή επικράτεια της τράπεζας και μπορεί να προκύψουν προβλήματα λόγω του διαφορετικού νομικού πλαισίου που διέπει την κάθε χώρα.

Ο πιστωτικός κίνδυνος σε τέτοιες περιπτώσεις είναι ακόμα πιο αυξημένος καθώς δεν είναι εύκολος ο έλεγχος της αξιοπιστίας του πελάτη αλλά και ο εντοπισμός του.

Τέλος δεν θα πρέπει να ξεχάσουμε και τους παραδοσιακούς κινδύνους όπως τον κίνδυνο ρευστότητας, τον κίνδυνο επιτοκίων και τον κίνδυνο της αγοράς, όπου μπορούν να δημιουργήσουν σοβαρά προβλήματα στους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς αν δεν λάβουν τα κατάλληλα μέτρα.

2.4 ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ

Μέσα στα νέα αυτά πλαίσια της παγκοσμιοποίησης της αγοράς, οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζει η ηλεκτρονική τραπεζική και γενικότερα το ηλεκτρονικό εμπόριο φαίνεται να είναι πολλοί, με πιο έντονο αυτόν της ασφάλειας των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Η υποδομή στην οποία στηρίζεται η ηλεκτρονική τραπεζική έχει αποδειχθεί ευάλωτη στην ηλεκτρονική απάτη και έχει προκαλέσει σε ένα μεγάλο αριθμό τραπεζών και επιχειρήσεων σωρεία προβλημάτων, λόγω κυρίως διακοπών στις παρεχόμενες υπηρεσίες τους.

Μόνο στις ΗΠΑ, υπολογίζεται ότι σχεδόν το 50% των επιχειρήσεων Ηλεκτρονικού Εμπορίου έχουν ήδη αντιμετωπίσει κάποια προβλήματα ασφάλειας της πληροφορίας που διακινούν ηλεκτρονικά, ενώ το ετήσιο κόστος από την απώλεια πληροφοριών αναμένεται να ανέλθει σε 10 εκατ. δολάρια.

Είναι λοιπόν ζωτικό για όλες αυτές τις επιχειρήσεις που διενεργούν συναλλαγές μέσω του Διαδικτύου, να αναπτύξουν μια στρατηγική ασφάλειας ικανή να αντιμετωπίσει και να διασφαλίσει τα ηλεκτρονικά δεδομένα τους.

Σε γενικές γραμμές η στρατηγική αυτή πρέπει να στοχεύει στα ακόλουθα:

- Να έχουν πρόσβαση στις πληροφορίες μόνο εξουσιοδοτημένοι χρήστες.
- Να απαγορεύεται η τροποποίηση και η επεξεργασία πληροφοριών από μη εξουσιοδοτημένους χρήστες.
- Να προστατεύονται όλα τα δεδομένα που βρίσκονται αποθηκευμένα στα υπολογιστικά συστήματα (intranet) ή διακινούνται μεταξύ υπολογιστών (intranet/internet) από ισχυρά συστήματα ασφάλειας.

Αντίστοιχα οι κυριότεροι κίνδυνοι είναι οι εξής:

- Μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση σε εμπιστευτικές πληροφορίες
- Αποποίηση συμμετοχής σε συναλλαγή
- Άρνηση παροχής υπηρεσίας
- Παραποίηση δεδομένων
- Παρακολούθηση των διακινούμενων πληροφοριών

Για την προστασία των ηλεκτρονικών πληροφοριών και συναλλαγών τους τα τραπεζικά ιδρύματα θα πρέπει να έχουν στη διάθεσή τους μια σειρά από υπηρεσίες ασφαλείας, οι βασικότερες των οποίων πρέπει να είναι οι εξής:

- Υπηρεσία επικύρωσης (authentication), που επικυρώνει την ταυτότητα των συναλλασσομένων μερών και έτσι εξασφαλίζει τη γνησιότητα της πληροφορίας, την νομιμότητα του χρήστη και την εγκυρότητα του Η/Υ.
- Υπηρεσία ελέγχου πρόσβασης (access control), που εξασφαλίζει το απόρρητο της πληροφορίας σε περίπτωση μη εξουσιοδοτημένης πρόσβασης.
- Υπηρεσία εμπιστευτικότητας (trust), που εγγυάται ότι η πληροφορία δεν είναι διαθέσιμη ούτε αποκαλύπτεται σε μη εξουσιοδοτημένους χρήστες.
- Υπηρεσία ακεραιότητας (integrity), που εξασφαλίζει ότι η πληροφορία δεν έχει αλλαχτεί ή καταστραφεί από μη εξουσιοδοτημένο χρήστη.
- Υπηρεσία μη-αποποίησης (non-repudiation), για την αντιμετώπιση περιπτώσεων όπου κάποιος από τα συναλλασσόμενα μέρη αποποιείται τη συμμετοχή του σε συγκεκριμένη συναλλαγή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΣΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

3.1 ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ

Οι ελληνικές τράπεζες τον τελευταίο χρόνο παρέχουν τραπεζικές υπηρεσίες μέσω του Διαδικτύου. Έχει διαπιστωθεί ότι παρά τις προσπάθειες που κάνουν, τα αποτελέσματα για προσέλκυση πελατείας δεν είναι τα αναμενόμενα και μάλλον οι ρυθμοί ανάπτυξης των προϊόντων αυτών είναι αρκετά χαμηλοί σε σχέση με τις τράπεζες του εξωτερικού.

Μέχρι στιγμής δεν είναι αρκετά ξεκάθαρο, αν δηλαδή το πρόβλημα εντοπίζεται από το μέρος της προσφοράς των υπηρεσιών (έλλειψη μάρκετινγκ) ή από το μέρος του καταναλωτή (έλλειψη παιδείας), αν και ο ρυθμός ανάπτυξης των χρηστών του Διαδικτύου στην Ελλάδα είναι αρκετά σημαντικός.

Για την καλύτερη κατανόηση της συμπεριφοράς των ατόμων που χρησιμοποιούν ή πρόκειται να χρησιμοποιήσουν στο εγγύς μέλλον το Διαδίκτυο ως εναλλακτικό μέσο στις τραπεζικές υπηρεσίες, διενεργήθηκε έρευνα αγοράς. Η έρευνα βασίστηκε σε πρωτογενή στοιχεία τα οποία συγκεντρώθηκαν με τη μέθοδο των προσωπικών συνεντεύξεων (συμπλήρωση ερωτηματολογίου) στο Λεκανοπέδιο Αττικής.

Το ερωτηματολόγιο (Παράρτημα Α) που χρησιμοποιήθηκε περιλαμβάνει 4 δημογραφικές ερωτήσεις και 9 ερωτήσεις σχετικές με το θέμα.

3.2 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΗΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ

Προκειμένου τα αποτελέσματα που θα εξαχθούν από την ανωτέρω έρευνα να είναι αξιόπιστα και στατιστικά σημαντικά, θα ορίσουμε πρώτα τον "πληθυσμό" για τον οποίο ενδιαφερόμαστε για την συγκεκριμένη έρευνα και στην συνέχεια θα βασιστούμε σε ένα "δείγμα" του πληθυσμού για να συγκεντρώσουμε τις απαραίτητες πληροφορίες.

Ως "πληθυσμό" εννοούμε το σύνολο των δυνατών μετρήσεων ενός καλά ορισμένου πλήθους τα οποία έχουν ένα ή περισσότερα χαρακτηριστικά. Στη συγκεκριμένη περίπτωση είναι το σύνολο των ατόμων που επισκέπτονται τις Τράπεζες για να πραγματοποιήσουν οιαδήποτε συναλλαγή.

Ως "δείγμα" εννοούμε ένα υποσύνολο του συνόλου των μονάδων που αποτελούν τον πληθυσμό και συνήθως αντιπροσωπεύει πολύ μικρό ποσοστό του αρχικού συνόλου.

Η διαδικασία της συλλογής των δεδομένων έγινε με τη μέθοδο της Στρωματοποιημένης Τυχαίας Δειγματοληψίας (Stratified Random Sampling), όπου χωρίσαμε τον "πληθυσμό" σε πλήρεις αμοιβαία αποκλειόμενες ομάδες (strata) και, στη συνέχεια επιλέξαμε από κάθε ομάδα (stratum) ένα απλό τυχαίο δείγμα. Με τον όρο πλήρεις και αμοιβαία αποκλειόμενες ομάδες εννοούμε ότι κάθε στοιχείο του πληθυσμού ανήκει σε κάποια ομάδα και ότι ένα στοιχείο του πληθυσμού δεν μπορεί να ανήκει σε περισσότερες από δύο ομάδες.

Τα κριτήρια όπου θα χρησιμοποιηθούν για τον χωρισμό του πληθυσμού σε ομάδες είναι επιλεγμένα έτσι ώστε να εξυπηρετούν κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο το σκοπό της μελέτης και είναι τα εξής δύο:

- επιλογή της κατάλληλης τράπεζας από το σύνολο των τραπεζών
- γεωγραφική θέση της κάθε Τράπεζας

Η επιλογή των τραπεζών έγινε σύμφωνα με τα οικονομικά μεγέθη τους, την παρουσία τους στην ελληνική αγορά αλλά και τις υπηρεσίες που προσφέρουν μέσω του διαδικτύου και είναι οι εξής τράπεζες:

- Alpha Bank
- EFG Eurobank Ergasias
- Εθνική Τράπεζα

Η δειγματοληψία των στοιχείων της έρευνας, έγινε μπροστά από τους χώρους των ATM των τραπεζών, έτσι ώστε το δείγμα μας να είναι αντιπροσωπευτικό σε σχέση με το σύνολο του πληθυσμού, από τις εξής τρεις γεωγραφικές περιοχές του Λεκανοπεδίου Αττικής:

- Βόρεια Προάστια
- Νότια Προάστια
- Δυτικά Προάστια

Η επεξεργασία των δεδομένων από τα ερωτηματολόγια έγινε μέσω Η/Υ με το Στατιστικό Πακέτο SPSS, όπου έγινε Ανάλυση Συχνοτήτων, Συνδυαστική Πινακοποίηση και συσχετισμός των μεταβλητών.

3.3 ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Για τον υπολογισμό του μεγέθους του δείγματος με βάση τις αρχές της στατιστικής επιστήμης, απαιτείται η θεώρηση τριών παραγόντων. Οι παράγοντες αυτοί είναι οι ακόλουθοι:

- Η μέση απόκλιση τετραγώνου του πληθυσμού (standard deviation of the population).
- καθορισμός του μεγέθους σφάλματος (error) που θα επιτραπεί.
- Ο καθορισμός του βαθμού της εμπιστοσύνης που επιθυμείται (confidence coefficient)

Ο τύπος για τον υπολογισμό του μεγέθους του δείγματος όταν είναι γνωστή η

διακύμανση σ^2 είναι ο ακόλουθος:
$$Z = \frac{e}{\frac{\sigma}{\sqrt{n}}} \quad (1)$$

όπου:

Z = το τυπικό σφάλμα (standard error), όπως προκύπτει από την κανονική κατανομή και το οποίο συσχετίζεται με το αντίστοιχο επίπεδο εμπιστοσύνης. Για 95% επίπεδο εμπιστοσύνης $Z = 1,96$.

e = μέγεθος επιτρεπτού σφάλματος από την αληθινή τιμή του μέσου.

σ = τυπική απόκλιση στον πληθυσμό

n = μέγεθος δείγματος.

Δηλαδή για ορισμένο λάθος (επιτρεπτό σφάλμα) και για συγκεκριμένο επίπεδο εμπιστοσύνης, το μέγεθος του δείγματος n εξαρτάται από την τιμή του σ .

Με άλλα λόγια, το απαιτούμενο μέγεθος του n για ορισμένο αποτέλεσμα είναι μεγαλύτερο όσο μεγαλύτερη είναι η διακύμανση του πληθυσμού.

Επειδή είναι δύσκολο να εκτιμήσουμε την τυπική απόκλιση του δείγματος θα χρησιμοποιήσουμε έναν αντίστοιχο τύπο χρησιμοποιώντας μια σχετικά γνωστή αναλογία ή ποσοστό (proportion) του πληθυσμού.

Σύμφωνα με στοιχεία του Υπουργείου Εθνικής Οικονομίας το ποσοστό των Ελλήνων που κάνουν χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή είναι μόλις 12%, έναντι 37% όπου είναι ο μέσος όρος στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Αν θεωρήσουμε ότι το ποσοστό ανθρώπων που χρησιμοποιούν ηλεκτρονικό υπολογιστή στο Λεκανοπέδιο Αττικής πλησιάζει τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο, δηλαδή βρίσκεται περίπου στο 25% τότε σύμφωνα με τον παρακάτω τύπο προκύπτουν τα εξής στοιχεία:

Στην περίπτωση αυτή ο τύπος είναι ο ακόλουθος:

$$Z = \frac{e}{\sqrt{\frac{p(1-p)}{n}}} \quad (2)$$

όπου:

Z = το τυπικό σφάλμα (standard error), όπως προηγουμένως

e = μέγεθος επιτρεπτού σφάλματος

p = αναλογία ή το ποσοστό στον πληθυσμό που έχει κάποιο συγκεκριμένο χαρακτηριστικό, αναλογία ανθρώπων που χρησιμοποιούν υπολογιστή

$1-p$ = αναλογία που δεν έχει το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό.

Θεωρούμε τα εξής στοιχεία για τον καθορισμό του μεγέθους δείγματος:

$Z = 1,96$ για 95% επίπεδο εμπιστοσύνης,

$e = \pm 0,05$ (επιθυμητό λάθος ανοχής 5 ποσοστιαίες μονάδες)

$p = 0,25$ (25% ανθρώπων χρησιμοποιούν ηλεκτρονικό υπολογιστή).

Η εξίσωση (2) παίρνει την εξής μορφή $n = \frac{Z^2 [p(1-p)]}{e^2}$

οπότε έχουμε: $n = \frac{(1,96)^2 [0,25(1-0,25)]}{(0,05)^2} \Rightarrow n = 288$

Επομένως, με βάση τους ανωτέρω προσδιορισμούς απαιτείται ένα δείγμα 288 ατόμων και επειδή το δείγμα μας θα είναι αναλογικό (proportionate stratified sample) απαιτείται δείγμα 96 ατόμων ανά τράπεζα εφόσον έχουμε τρεις τράπεζες, ή αλλιώς δείγμα 32 ατόμων ανά τράπεζα και ανά γεωγραφική περιοχή.

Θα πρέπει επίσης να τονιστούν τα εξής:

- α) Οι τύποι (1) και (2) έχουν προκύψει κάτω από την υπόθεση της κανονικότητας, η οποία συνεπάγεται και συμμετρικότητα.
- β) Και από τους δύο τύπους προκύπτει ότι το απαιτούμενο κάθε φορά μέγεθος δείγματος είναι ανεξάρτητο από το μέγεθος του πληθυσμού.

3.4 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Από τους 288 συνολικά ερωτηθέντες, 4 δήλωσαν ότι έχουν πρόσβαση σε τραπεζικούς λογαριασμούς μέσω Internet, δηλαδή ποσοστό 1,4%, ενώ οι υπόλοιποι 284, ποσοστό 98,6% δήλωσαν ότι δεν έχουν πρόσβαση.

Είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι επειδή τελικώς η συμμετοχή των ατόμων που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική ως εναλλακτικό μέσο στο δείγμα μας είναι μικρή, δηλαδή 4 άτομα από τα 288, δεν μπορούμε να βγάλουμε ακριβή στατιστικά συμπεράσματα.

Ηλικία: Το εύρος της ηλικίας όσων χρησιμοποιούν τραπεζικούς λογαριασμούς μέσω Internet κυμαίνεται από 26 ετών μέχρι 45, όπου 2 βρέθηκαν να ανήκουν στο εύρος από 26-35 και οι υπόλοιποι 2 από 36-45.

Γένος: Από το σύνολο των ερωτηθέντων το 60% ήταν άνδρες και από αυτούς που έχουν πρόσβαση σε τραπεζικούς λογαριασμούς μέσω Internet οι 3 από τους 4 ήταν άνδρες.

Εκπαίδευση: Από τα άτομα με πρόσβαση σε τραπεζικούς λογαριασμούς μέσω Internet οι 2 είναι πτυχιούχοι, ενώ οι άλλοι 2 έχουν και μεταπτυχιακό τίτλο. Από το σύνολο των ερωτηθέντων το 5,8% έχει τελειώσει τη βασική εκπαίδευση, 57% έχει τελειώσει το Λύκειο, το 33% έχει πτυχίο πανεπιστημίου και το 4,2% έχει και μεταπτυχιακό τίτλο.

Εισόδημα: Από τα άτομα με πρόσβαση σε τραπεζικούς λογαριασμούς μέσω Internet 1 άτομο βρέθηκε με μηνιαίο καθαρό εισόδημα μέχρι 250.000 δρχ., 1 με μηνιαίο καθαρό εισόδημα από 251.000 μέχρι 500.000 και οι υπόλοιποι 2 έχουν μηνιαίο καθαρό εισόδημα από 501.000 μέχρι 750.000.

Εμπειρία σε Η/Υ – Internet.

Εμπειρία σε Η/Υ: Από το σύνολο των ερωτηθέντων το 49% έχει εμπειρία σε ηλεκτρονικούς υπολογιστές και από αυτούς το 17% χρησιμοποιεί Η/Υ μόνο στο σπίτι, το 51% μόνο στο γραφείο και το 32% χρησιμοποιεί Η/Υ στο σπίτι και στο γραφείο.

Εμπειρία στο Internet: Από το σύνολο των ερωτηθέντων το 24,7% έχει κωδικό πρόσβασης στο Internet, όπου το 40% το χρησιμοποιεί στο σπίτι, το 35% στην εργασία και το 25% έχει διπλή κάλυψη. Από τα άτομα που έχουν πρόσβαση στο Internet το 76% ήταν άνδρες.

Εκ των ανωτέρω το 6,1% χρησιμοποιεί το Internet έως 6 μήνες, το 11,7% έχει εμπειρία από 6 έως 12 μήνες, το 5,1% έχει εμπειρία από 1 έως 3 χρόνια και το 1% έχει εμπειρία από 3 έως 5 χρόνια.

Εμπειρία στην Ηλεκτρονική Τραπεζική: Από το μέχρι στιγμής δείγμα όπου έχει πρόσβαση στην ηλεκτρονική τραπεζική μέσω του Internet, 1 άτομο βρέθηκε να χρησιμοποιεί τις ανωτέρω υπηρεσίες για διάστημα 3 μηνών, 2 άτομα για διάστημα 6 μηνών και τέλος 1 άτομο για ένα έτος.

Αγορές μέσω του Internet: Από το σύνολο των ατόμων που έχουν πρόσβαση στο Internet το 20% χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο ως εναλλακτικό κανάλι για αγορές προϊόντων όπως βιβλία, μουσικά CD, αγοραπωλησία μετοχών κ.λ.π., ενώ από το σύνολο των ατόμων που έχουν πρόσβαση σε τραπεζικούς λογαριασμούς μέσω Internet οι 3 από τους 4 χρησιμοποιούν εναλλακτικά το Διαδίκτυο για άλλες αγορές.

Λόγοι για τους οποίους δεν χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική: Από το σύνολο των ατόμων που έχουν πρόσβαση στο Internet ή που διατίθενται να αποκτήσουν στο μέλλον το 37% δεν χρησιμοποιεί την ηλεκτρονική τραπεζική για λόγους ασφάλειας, το 13% το θεωρεί ως μια πολύπλοκη διαδικασία, το 16% ως ένα συνδυασμό ασφάλειας και πολυπλοκότητας και τέλος το 34% δεν τη χρησιμοποιεί για διάφορους λόγους.

3.5 ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

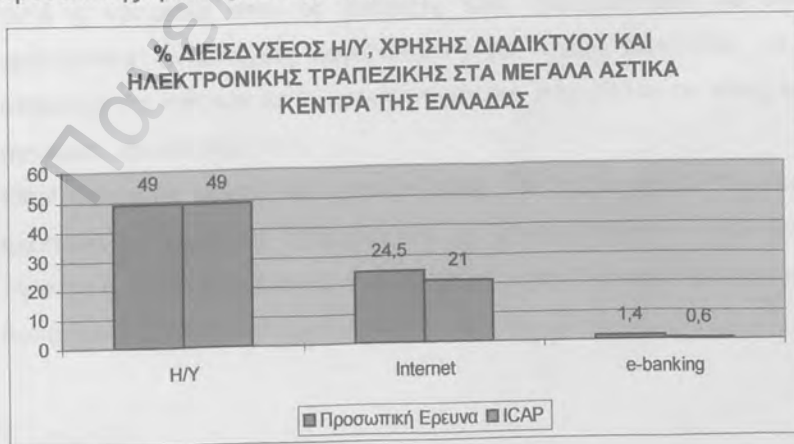
Πρόσφατα αντίστοιχη έρευνα για την Τραπεζική του Διαδικτύου, πραγματοποίησε και η ICAP για λογαριασμό της Alpha Bank με τη συμπλήρωση ερωτηματολογίου μέσω τηλεφωνικής συνέντευξης στα μεγάλα αστικά κέντρα της Ελλάδας, δηλαδή Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Ηράκλειο, Λάρισα, Γιάννενα και Καβάλα σε δείγμα 5.263 ατόμων, ηλικίας από 15-55 ετών και έδειξε τα εξής αποτελέσματα:

Από το σύνολο των ερωτηθέντων το 49% απάντησε ότι χρησιμοποιεί Η/Υ και από αυτούς το 56% χρησιμοποιεί Η/Υ στο σπίτι και το υπόλοιπο 42% στην εργασία. Αντίστοιχα το 21% των ερωτηθέντων έχει δυνατότητα πρόσβασης στο Internet στα μεγάλα αστικά κέντρα και από αυτούς το 24% χρησιμοποιεί το Internet σε καθημερινή βάση, όπου το 56% χρησιμοποιεί το Internet στο σπίτι και το 42% στην εργασία του.

Από το σύνολο των ερωτηθέντων το 20% έχει πρόθεση να αποκτήσει πρόσβαση το Internet και αναμένουν περίπου 400.000 νέους χρήστες στους επόμενους 6 μήνες.

Από το σύνολο των ατόμων που χρησιμοποιούν το Internet το 0,6% το χρησιμοποιεί για τραπεζικές συναλλαγές και το 18% για αγορές αγαθών.

Στη συνέχεια παραθέτουμε τα ποσοστά όπως προέκυψαν μέσω της προσωπικής έρευνας και της εταιρείας ICAP.



Αντίστοιχη έρευνα για την Τραπεζική του Διαδικτύου, όπου έγινε στις ΗΠΑ με τη συμπλήρωση ερωτηματολογίων μέσω του Διαδικτύου από το College of Computing, Georgia Institute of Technology, έδειξε τα εξής αποτελέσματα:

Σε σύνολο 1.172 ατόμων, 64 ανέφεραν (5,5%) ότι έχουν πρόσβαση σε τραπεζικούς λογαριασμούς μέσω internet.

Ηλικία: Το εύρος της ηλικίας όσων χρησιμοποιούν τραπεζικούς λογαριασμούς μέσω Διαδικτύου κυμαίνεται από 20 ετών μέχρι 69, όπου: 45,3% είναι ηλικίας από 20-29, 17,2% είναι ηλικίας από 30-39, 15,6% είναι ηλικίας από 40-49, 14,1% είναι ηλικίας από 50-59 και τέλος 7,8% είναι ηλικίας από 60-69.

Γένος: Από το σύνολο των ατόμων που έχουν πρόσβαση σε τραπεζικούς λογαριασμούς μέσω Internet το 72,1% ήταν άνδρες.

Εκπαίδευση: Από το σύνολο των ερωτηθέντων το 85,1% έχει πτυχίο κολεγίου, και από αυτούς που έχουν πρόσβαση σε τραπεζικούς λογαριασμούς μέσω Internet το 90,6% έχει πτυχίο κολεγίου.

Εισόδημα: Από το σύνολο των ατόμων που έχουν πρόσβαση σε τραπεζικούς λογαριασμούς μέσω Internet το 24,1% έχει ετήσιο εισόδημα μεγαλύτερο από \$75.000, το 39,7% έχει εισοδήματα που κυμαίνονται από \$40.000 έως \$75.000, το 24,1% έχει εισόδημα από \$20.000 έως \$40.000 και τέλος το 12% έχει εισόδημα μικρότερο από \$20.000.

Λόγοι για τους οποίους δεν χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική: Από το σύνολο των ερωτηθέντων το 44,7% απάντησε ότι δεν τους παρέχεται αυτή η υπηρεσία από τις τράπεζες που χρησιμοποιούν, το 39% δεν χρησιμοποιεί αντίστοιχους λογαριασμούς για λόγους ασφαλείας, το 25,8% απάντησε ότι πιθανόν να το χρησιμοποιήσουν στο μέλλον και τέλος το 9,7% αγνούσε την ύπαρξή τους.

Επισκέψεις σε τραπεζικά καταστήματα: Το 51,2% που χρησιμοποιεί την ηλεκτρονική τραπεζική επισκέπτεται με φυσικό τρόπο τα καταστήματα λιγότερο από μία φορά το μήνα σε αντίθεση με το 31,8 από εκείνους οι οποίοι δεν έχουν πρόσβαση μέσω του Διαδικτύου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

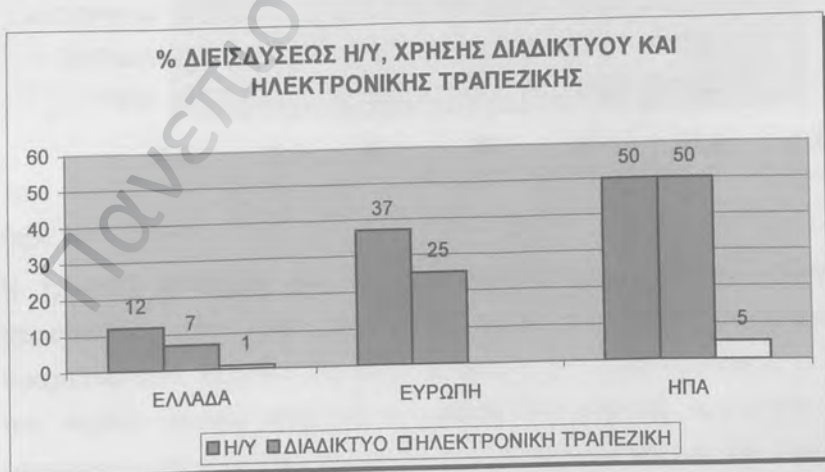
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

4.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η τραπεζική του Διαδικτύου είναι αναπόσπαστα συνδεδεμένη με την αγορά των ηλεκτρονικών υπολογιστών, γιατί αλλιώς είναι αδύνατη η πρόσβαση σε τραπεζικούς λογαριασμούς ή χρηματιστηριακά προϊόντα, αν και υπάρχουν και άλλα δίκτυα επικοινωνίας όπως το mobile banking ή η συνδρομητική τηλεόραση με περιορισμένες όμως δυνατότητες προς το παρών.

Συγκρίνοντας τα ποσοστά διεισδύσεως των Ηλεκτρονικών Υπολογιστών και των χρηστών του Διαδικτύου (αριθμός χρηστών ως ποσοστό του πληθυσμού) της Ελλάδος με τα αντίστοιχα της Ευρώπης και των ΗΠΑ παρατηρούμε ότι η ελληνική αγορά βρίσκεται σε αρκετά χαμηλά επίπεδα.

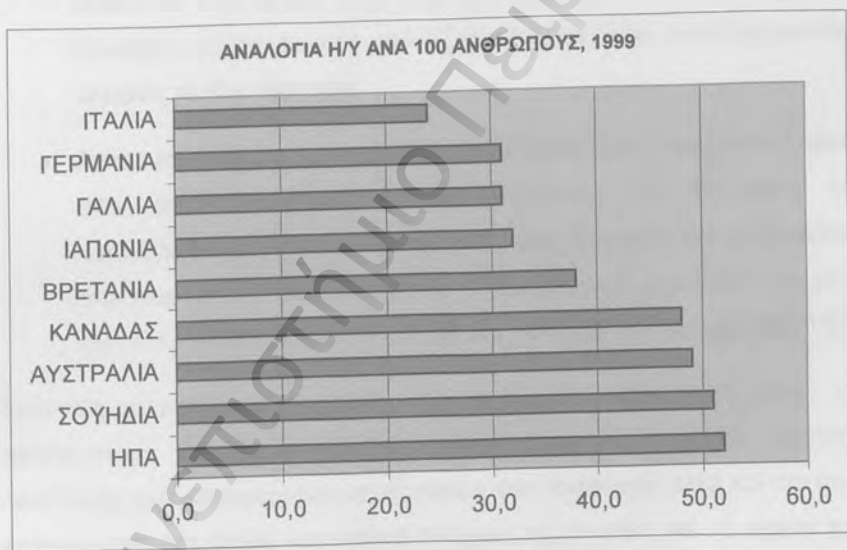
Αντίστοιχη εικόνα παρουσιάζουν επίσης τα ποσοστά διεισδύσεως της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, στην Ελλάδα σχεδόν 1% και στις ΗΠΑ 5%,



Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή, προσωπική έρευνα

Οι τράπεζες και γενικότερα οι επιχειρήσεις για να έχουν ωφέλειες από τις τεχνολογίες του Διαδικτύου, θα πρέπει να υπάρχει ένα τέτοιο ποσοστό διείσδυσης στην αγορά των ηλεκτρονικών υπολογιστών, έτσι ώστε να τους επιτρέψει να κινηθούν προς την κερδοφορία μέσω της αύξησης της παραγωγικότητας και της μείωσης του λειτουργικού τους κόστους.

Αρκετοί αναλυτές αναφέρουν ότι το ποσοστό αυτό θα πρέπει να είναι της τάξεως του 50%. Κατ' αυτόν τον τρόπο οι ανωτέρω επιχειρήσεις όχι μόνο θα αποσβέσουν τις επενδύσεις τους και θα έχουν σημαντική κερδοφορία, αλλά ταυτόχρονα η τεχνολογία θα λειτουργήσει και ως κινητήριος δύναμη στην αύξηση της παραγωγικότητας της οικονομίας.



Πηγή: IMD

Η τρομερή ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου σήμερα, οδηγείται περισσότερο από την τεχνολογία παρά από την επιχειρηματική πραγματικότητα. Εξάλλου σύμφωνα με μελέτη της εταιρείας Kantor, το 80% των κερδών δημιουργείται με τη μείωση του κόστους λειτουργίας των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν τις τεχνολογίες του Internet και μόλις στο 20% από τις πωλήσεις μέσω του Διαδικτύου.

Κοιτάζοντας το διεθνές περιβάλλον παρατηρούμε, ότι οι νέες τεχνολογίες διαμορφώνοντας το περιβάλλον της νέας ψηφιακής οικονομίας αλλάζουν το επιχειρηματικό περιβάλλον, στο οποίο αναγκαστικά προσαρμόζονται οι τράπεζες, οι οποίες με τη σειρά τους προσαρμόζουν τα προϊόντα τους έτσι ώστε να είναι συμβατά με τις νέες μεθόδους προώθησης και πώλησης.

Λαμβάνοντας υπόψη μας τα ανωτέρω σε συνδυασμό με τα αποτελέσματα της έρευνας αγοράς και τις παρεχόμενες υπηρεσίες των ελληνικών τραπεζών στο Διαδίκτυο καταλήγουμε στα εξής συμπεράσματα:

- Αν και η παρουσία των ελληνικών τραπεζών στο Διαδίκτυο, είναι πολύ σύντομη, εντούτοις η γκάμα των προϊόντων και υπηρεσιών που διαθέτουν στην αγορά είναι αρκετά μεγάλη και σίγουρα δεν έχουν να ζηλέψουν τίποτα από τις τράπεζες του εξωτερικού, αφού ακολουθούν ακριβώς τα ίδια πρότυπα.
- Αν και τα προϊόντα της τραπεζικής του Διαδικτύου παρέχονται δωρεάν στην αγορά, εντούτοις υπάρχει δυσπιστία από το μέρος των καταναλωτών σχετικά με την χρησιμότητά τους αλλά και την ασφάλεια που παρέχουν, πράγμα το οποίο είναι παγκόσμιο φαινόμενο, και μόνο ένα πολύ μικρό ποσοστό στην Ελλάδα τα χρησιμοποιεί, σχεδόν 1%.

Συνεπώς το πρόβλημα της ελληνικής αγοράς όσον αφορά τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής οφείλεται περισσότερο στο μικρό ποσοστό διείσδυσης των ηλεκτρονικών υπολογιστών στα νοικοκυριά αλλά και στο ότι οι καταναλωτές δεν έχουν κατανοήσει πλήρως τις ευκολίες και τα οφέλη που τους παρέχονται μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Η τραπεζική του Διαδικτύου σίγουρα αποτελεί πρόκληση για τις ελληνικές τράπεζες, γιατί μόνο μέσω των τεχνολογιών του Διαδικτύου θα καταφέρουν:

- να διατηρήσουν τα μεγέθη τους,
- να είναι ανταγωνιστικές,
- να προσφέρουν υπηρεσίες εφάμιλλες με αυτές του εξωτερικού.

Άλλο ένα στοιχείο το οποίο έρχεται να επιβεβαιώσει τη μεγάλη σημασία που ενέχουν οι νέες τεχνολογίες στο τραπεζικό σύστημα είναι ότι η αξιολόγηση πλέον των πιστωτικών ιδρυμάτων από τους Διεθνείς Επενδυτικούς Οίκους και συγκεκριμένα της Moody's θα γίνεται στο εξής με κριτήρια που θα βασίζονται περισσότερο στις online στρατηγικές κινήσεις των τραπεζών και λιγότερο στα θεμελιώδη μεγέθη τους.

Εξάλλου σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη της Merrill Lynch για τα πιστωτικά ιδρύματα της Νότιας Ευρώπης, αναφέρει ότι όσες τράπεζες δεν επεκτείνουν τις εργασίες τους στον τομέα της ηλεκτρονικής τραπεζικής θα απολέσουν το 50% της χρηματιστηριακής τους αξίας.

Ολοκληρώνοντας θα αναφέρουμε τους παράγοντες οι οποίοι θα συμβάλλουν σημαντικά στην διάδοση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα :

- Οι τράπεζες θα πρέπει να πριμοδοτήσουν την ηλεκτρονική τραπεζική και να δώσουν κίνητρα στους χρήστες του Διαδικτύου, εάν δεν θέλουν να δουν την κυριαρχία των ξένων τραπεζών στο Διαδίκτυο.
- Θα πρέπει να γίνει η όσο το δυνατόν μεγαλύτερη αξιοποίηση του τρίτου Κοινοτικού Πλαισίου Στηρίξεως, όπου ένα μεγάλο μέρος των πόρων του πακέτου έχει κατανεμηθεί στις τηλεπικοινωνίες και στις νέες τεχνολογίες.
- Περαιτέρω δραστηριοποίηση και επένδυση των τραπεζών στην παροχή προϊόντων και υπηρεσιών αξιοποιώντας το Διαδίκτυο ως το κύριο μέσο προωθήσεως των τραπεζικών προϊόντων.
- Διαμόρφωση ενός ολοκληρωμένου νομικού πλαισίου που να διέπει τις ηλεκτρονικές συναλλαγές και ειδικά την ασφάλεια των συναλλαγών.
- Οργάνωση του εκπαιδευτικού συστήματος προς την κατεύθυνση των νέων τεχνολογιών, έτσι ώστε η χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών να μην είναι προνόμιο μόνο των λίγων, αλλά να παρέχεται η δυνατότητα σε όλους να έχουν πρόσβαση στην λεγόμενη Κοινωνία των Πληροφοριών.

4.2 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας που συντελείται τα τελευταία χρόνια, σε συνδυασμό με την αλλαγή του θεσμικού πλαισίου (αποδιαμεσολάβηση) που διέπει τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, έχει αρχίσει να αλλάζει ριζικά τα κανάλια διανομής που υπήρχαν μέχρι σήμερα στην παραδοσιακή τραπεζική και να μεταβάλλει τους κινδύνους που περιβάλλουν τη λειτουργία των τραπεζών.

Η σύγχρονη τεχνολογία λειτουργεί ως ένα βασικό στρατηγικό εργαλείο ανάπτυξης, το οποίο αν χρησιμοποιηθεί σωστά διασφαλίζει μακροχρόνια ανταγωνιστικότητα, αποδοτικότητα και κερδοφορία. Παράλληλα όμως επιτρέπει στις τράπεζες να αποκτήσουν πρόσθετα εργαλεία μάρκετινγκ, καλύτερη γνώση των αναγκών και των συνηθειών των πελατών τους και αξιοσημείωτη μείωση του κόστους λειτουργίας τους.

Οφέλη όμως δεν θα έχουν μόνο οι τράπεζες από τη μείωση του λειτουργικού τους κόστους λόγω της τεχνολογικής ανάπτυξης του Διαδικτύου, αλλά και οι καταναλωτές, αφού για πρώτη φορά θα τους δοθεί η ευκαιρία να λειτουργήσουν σαν καρτέλ, με τη θετική βέβαια έννοια του όρου, και να καθορίζουν ουσιαστικά την τιμή στην οποία θα αγοράσουν ένα προϊόν, αφού θα τους δίνεται η δυνατότητα μέσω του Διαδικτύου να μπορούν να συγκρίνουν τις τιμές και τα προϊόντα των ανταγωνιστών.

Μακροχρόνια μετά την πάροδο μίας πενταετίας, με την ανάπτυξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής, καθώς και της πληρέστερης και άμεσης πληροφόρησης των πελατών, τα υπεράριθμα τραπεζικά καταστήματα θα προσφέρουν μικρό συγκριτικό πλεονέκτημα ενώ θα αυξάνουν σημαντικά το λειτουργικό κόστος των τραπεζικών προϊόντων σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Το μελλοντικό δίκτυο των τραπεζών θα πρέπει να χαρακτηρίζεται από:

- πρωτοποριακή τεχνογνωσία,
- υψηλή εξειδίκευση,
- υψηλή παραγωγικότητα,
- υψηλό βαθμό ευχέρειας σε ηλεκτρονικές τραπεζικές εργασίες.

Ταυτόχρονα θα δίνεται έμφαση στα εξής στοιχεία:

- χαμηλό λειτουργικό κόστος,
- εμπάθυνση της πελατειακής σχέσης,
- ποιότητα εξυπηρέτησης,
- παροχή ευέλικτων και σύγχρονων προϊόντων σε ανταγωνιστικές τιμές.

Οι ελληνικές τράπεζες, η κάθε μία για λογαριασμό της, οφείλουν να χαράξουν μια μακροχρόνια στρατηγική ανάπτυξης και ανάληψης νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών για να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις του ανταγωνισμού αφού δεν θα έχουν να ανταγωνιστούν μόνο τις ξένες τράπεζες αλλά και τους άλλους οργανισμούς που θα προσφέρουν αντίστοιχες χρηματοοικονομικές υπηρεσίες (near-banks).

Η ηλεκτρονική τραπεζική δεν θα πρέπει να περιορίζει τις δραστηριότητές της μόνο στις καθαρά αμιγείς τραπεζικές υπηρεσίες, αλλά θα πρέπει να επεκταθεί και σε εκείνα τα προϊόντα των οποίων ευνοούνται οι ηλεκτρονικές συναλλαγές μέσω της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Συνεπώς η κάθε τράπεζα θα πρέπει να προσδιορίσει το εύρος των προϊόντων και υπηρεσιών που θα προσφέρει, τα κανάλια διανομής και τις δραστηριότητες που θα αναπτύξει με γνώμονα την επίτευξη ικανοποιητικής κερδοφορίας σε συνδυασμό με την αύξηση του μεριδίου αγοράς τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό, μέσο των διασυνοριακών πωλήσεων.

Απαραίτητη όμως προϋπόθεση για τα ανωτέρω είναι αφενός μεν η δημιουργία ενός σύγχρονου νομικού πλαισίου το οποίο θα μεριμνά για τη

Στο μέλλον, οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί που θα κυριαρχήσουν δεν θα πρέπει να έχουν ισχυρή στρατηγική παρουσία μόνο στο Διαδίκτυο, αλλά θα πρέπει να έχουν και εκτός Διαδικτύου ισχυρά κανάλια διανομής των προϊόντων και των υπηρεσιών τους, δηλαδή ένα μίγμα από παραδοσιακές και σύγχρονες τραπεζικές λειτουργίες.

Οι παραδοσιακές τράπεζες οι οποίες υιοθετούν τις νέες τεχνολογίες στα επιχειρηματικά τους σχέδια σίγουρα έχουν αρκετά πλεονεκτήματα σε σχέση με αυτές που ξεκινάνε τώρα την ανάπτυξη τους μέσω του Διαδικτύου, όπως:

- την εμπιστοσύνη του κόσμου
- το υπάρχον πελατολόγιό τους
- το δίκτυο καταστημάτων

τα οποία παραμένουν σημαντικός παράγοντας προσέλκυση πελατείας.

Φαίνεται λοιπόν πως τελικά στο ανταγωνιστικό πεδίο του 21^{ου} αιώνα οι επιχειρήσεις που θα επιβιώσουν, είναι αυτές που στον παρόντα χρόνο κάνουν τις σωστές στρατηγικές επιλογές μέσω της ενσωμάτωσης των νέων τεχνολογιών.

Τράπεζα:

Κατάστημα:

1. Ηλικία: 18-25 26-35 36-45 46-άνω
2. Εκπαίδευση: Βασική Λύκειο Πανεπιστήμ. Μεταπτυχιακ.
3. Μην.Καθ. Εισόδημα: 0 - 250 251 - 500 501 - 750 751 -
4. Φύλο: Άρρεν Θήλυ
5. Χρησιμοποιείτε ηλεκτρονικό υπολογιστή; ΝΑΙ ΟΧΙ
- 5.1 Στο σπίτι ή στο γραφείο; Σπίτι Γραφείο
- 5.2 Σκοπεύετε να αγοράσετε; ΝΑΙ ΟΧΙ
6. Έχετε πρόσβαση στο Internet; ΝΑΙ ΟΧΙ
- 6.1 Στο σπίτι ή στο γραφείο Σπίτι Γραφείο
7. Πόσο καιρό χρησιμοποιείτε το Internet (μήνες ή έτη);μήνες έτη
8. Γνωρίζετε ότι έχετε τη δυνατότητα να εκτελείτε τραπεζικές συναλλαγές από το σπίτι σας ή το γραφείο; ΝΑΙ ΟΧΙ
- 8.1 Με ποιούς τρόπους;
.....
9. Γνωρίζετε ποιές τράπεζες προσφέρουν υπηρεσίες μέσω Internet;
.....
10. Χρησιμοποιείτε το Internet για τραπεζικές υπηρεσίες; ΝΑΙ ΟΧΙ
- 10.1 Για ποιούς λόγους δεν το χρησιμοποιείτε; Ασφάλεια Άλλοι λόγοι Πολύπλοκο
11. Πόσο καιρό χρησιμοποιείτε το Internet για τραπεζικές υπηρεσίες; (μήνες ή έτη) μήνες έτη
12. Χρησιμοποιείτε το Internet για άλλες αγορές, π.χ. αγορά βιβλίων, μετοχές ΝΑΙ ΟΧΙ
13. Για ποιά λόγο ερχόσαστε πιο συχνά στην τράπεζα; Καταθέσεις Αναλήψεις Χορηγήσεις Καταναλωτικά δάνεια Πληρωμή ΔΕΗ, ΟΤΕ Επιταγές Μετοχές Δημόσιες εγγραφές

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Internet Banking and Payment, Federal Reserve Bank of New York, Ernest T. Patrikis, January 22 -24 1997, Regulatory Issues
2. Retail Banking Evolution and Risks, Federal Reserve Bank of New York, Ernest T. Patrikis, October 1997
3. Risk Management for Electronic Banking and Electronic Activities Basle Committee on Banking Supervision, Basle March 1998
4. The effects of technology on the E.U. Banking System, European Central Bank, July 1999.
5. Journal of Internet Banking and Commerce
6. Banking and Finance on the Internet, Mary J. Cronin, John Willey, 1997
7. Σημειώσεις, εργασίες στα πλαίσια του μαθήματος Στρατηγική Πιστωτικών Ιδρυμάτων, Καθηγητής Σπύρος Μακρυδάκης, Οκτ. 1999 – Ιαν. 2000, Πανεπιστήμιο Πειραιώς.
8. Ηλεκτρονική Τραπεζική, Γ. Δουκίδης, Ι. Παππάς, Β. Περγιουδάκης
9. Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς, Σταθακόπουλος Βλάσης, Εκδόσεις Σταμούλης 1997.
10. Marketing Research, Alvin Burns, Ronald Buch, Prentice Hall
11. Οικονομικό Δελτίο, Alpha Bank, Ιούνιος 2000.
11. Άρθρα από τους Financial Times, The economist.
12. Ελληνική Εταιρεία Επιστημόνων Η/Υ και Πληροφορικής, τεύχος 81