



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

ΤΜΗΜΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ  
ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ

ΠΜΣ ΣΤΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

Τραπεζική Καινοτομία: Προοπτικές και Επιπτώσεις της Εξέλιξης των Ηλεκτρονικών Πληρωμών, του Crowdfunding και του Peer-to-Peer Lending στην Τραπεζική του Αύριο.

Όνομα φοιτητή: Αγγελίδης Παντελεήμων

Αριθμός Μητρώου: ΜΧΡΗ1301

Επιβλέπων Καθηγητής: Κουρογένης Νικόλαος

Επιτροπή Καθηγητών: Ατζουλάτος Άγγελος, Διακογιάννης Γεώργιος

Ιανουάριος 2015

## Γενικά

Η παρούσα εργασία μελετά τα καινοτόμα ηλεκτρονικά προϊόντα της τραπεζικής καθώς και την ηλεκτρονική τραπεζική. Θα μελετηθούν τα ηλεκτρονικά τραπεζικά προϊόντα από τη δημιουργία τους μέχρι τη σημερινή τους μορφή και το πώς έχουν επηρεάσει τις καθημερινές συναλλαγές των πελατών. Στο πλαίσιο της ελευθερίας των συναλλαγών, κατάφερε η πληροφορική να απελευθερώσει σε μεγαλύτερο βαθμό τον καταναλωτή εισάγοντας το ηλεκτρονικό πορτοφόλι ώστε όλες οι συναλλαγές να γίνονται με τη χρήση ενός κινητού τηλεφώνου. Η υπηρεσία αυτή θα εξαφανίσει στα επόμενα χρόνια το 'πλαστικό' χρήμα οδηγώντας τις τράπεζες σε μια προσαρμογή στα νέα δεδομένα.

Στη συνέχεια θα γίνει μια εισαγωγή στην έννοια του crowdfunding και θα μελετηθεί ο νέος τρόπος δανεισμού που προσφέρει το peer-to-peer lending καθώς και το πώς θα επηρεαστεί ο τραπεζικός τομέας τα επόμενα χρόνια από την εισαγωγή του.

Λέξεις κλειδιά: Ηλεκτρονική τραπεζική, ηλεκτρονικά τραπεζικά προϊόντα, ηλεκτρονικό πορτοφόλι, crowdfunding, peer-to-peer lending.

## Περιεχόμενα

Εισαγωγή.....	6
1.1 Electronic Wallet.....	6
1.2 Crowdfunding and peer-to-peer Lending.....	7
Ηλεκτρονική Τραπεζική	
2.Εισαγωγή.....	12
2.1 Υπηρεσίες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	13
2.1.1 Τραπεζική μέσω Τηλεφώνου (Phone Banking) .....	13
2.1.2 Διαδικτυακή Τραπεζική (Internet Banking).....	14
2.1.3 Τραπεζική μέσω Έξυπνων Τηλεφώνων (Smartphones).....	15
2.2 Η Εξέλιξη της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στην Ελλάδα.....	15
2.3 Οφέλη της Ανάπτυξης της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	17
2.4 Μειονεκτήματα-Προβλήματα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	18
2.5 Η Περίπτωση της Τράπεζας Πειραιώς.....	19
2.5.1 Τι προσφέρει;.....	19
2.5.2 Υπηρεσίες μέσω υπολογιστή.....	19
2.5.3 Μηχανήματα easyray .....	22
2.5.4 Τραπεζική μέσω τηλεφώνου.....	22
2.5.5 Τραπεζική μέσω σύντομων μηνυμάτων (SMS).....	22
2.5.6 Ασφάλεια συναλλαγών.....	23
2.6 Ψηφιακά Νομίσματα και Bitcoins.....	23
2.7 Συνοπτικά Συμπεράσματα.....	24
Ηλεκτρονικό Πορτοφόλι (E-Wallet)	
3. Εισαγωγή.....	25
3.1 Ιστορικό.....	25
3.2 Τι είναι;.....	26

3.3 Συναλλαγές.....	26
3.3.1 Διαδικτυακές .....	27
3.3.2 Συμβατικές .....	27
3.3.3 Μεταφορές Χρημάτων.....	28
3.4 Ασφάλεια Συναλλαγών.....	29
3.5 Πώς θα Στραφούν οι Καταναλωτές σε Αυτές τις Υπηρεσίες;.....	31
3.5.1 Οι Παράγοντες Επιτυχίας της Εφαρμογής των Starbucks.....	31
3.5.2 Γενικότερες Προτάσεις.....	32
3.6 Καθημερινές Συναλλαγές.....	33
3.7 Συνοπτικά Συμπεράσματα.....	34

## Crowdfunding

4. Ορισμός Crowdfunding.....	35
4.1.1 Ο Επιχειρηματίας.....	35
4.1.2 Το Κοινό.....	36
4.1.3 Πλατφόρμες Crowdfunding.....	36
4.2 Crowdfunding με Δωρεές.....	37
4.3 Crowdfunding με Ανταλλάγματα.....	37
4.4 Crowdfunding με την Απόκτηση Μετοχών.....	37
4.5 Crowdfunding με καταβολή επιτοκίου (peer-to-peer lending).....	38
4.6 Η Διαδικασία Εξασφάλισης της Χρηματοδότησης.....	38
4.6.1 Ανάρτηση στην Ιστοσελίδα.....	38
4.6.2 Συνεχής ενημέρωση.....	38
4.6.3 Τελική φάση της χρηματοδότησης.....	38
4.7 Συνοπτικά Συμπεράσματα.....	39

## Δανεισμός Peer-to-peer

5. Ορισμός Peer-to-peer Lending.....	40
5.1 Πως λειτουργεί;.....	40
5.1.1 Ο Δανειζόμενος.....	40

5.1.2 Οι Επενδυτές.....	41
5.1.3 Η Πλατφόρμα.....	41
5.2 Ιστορία.....	43
5.3 Κίνητρα.....	43
5.4 Επιτόκια.....	45
5.4.1 Υποθέσεις .....	45
5.4.2 Τιμές.....	46
5.5 Εξασφάλιση Έναντι Πιστωτικού Κινδύνου.....	48
5.5.1 Το Κεφάλαιο Ασφαλείας.....	48
5.5.2 Η Νομική Ενναλακτική.....	48
5.5.3 Η Συγκέντρωση Στοιχείων .....	48
5.5.4 Χρεοκοπία της Πλατφόρμας.....	49
5.6 Πλεονεκτήματα.....	49
5.7 Νομοθεσία που Διέπει τη Βιομηχανία του Peer-to-peer Lending.....	51
5.7.1 Η Διαδικασία Δανεισμού.....	51
5.7.2 Οι Νόμοι που Ρυθμίζουν το p2pL στις Ηνωμένες Πολιτείες.....	52
5.8 Τιτλοποιήσεις.....	54
5.8.1 Τα Επιπλέον Κεφάλαια.....	54
5.8.2 Δημιουργία Συμμαχιών.....	55
5.9 Η Πρώτη Εισαγωγή Εταιρίας Peer-to-peer Lending στο Χρηματιστήριο..	55
6. Γενικά Συμπεράσματα της Εργασίας.....	56
Βιβλιογραφία.....	58

## 1. Εισαγωγή

Η εργασία αποτελεί μια εμπειρική μελέτη των δεδομένων που υπάρχουν μέχρι και το Δεκέμβριο του 2014 για τα θέματα που μελετά. Η φύση των θεμάτων ωστόσο που μελετώνται, λόγω της δυναμικότητάς τους, τα κάνει να μεταβάλλονται καθημερινά.

Με αυτά τα δεδομένα, έγινε μελέτη της ακαδημαϊκής βιβλιογραφίας ώστε να βρεθούν οι ορισμοί και πολλές βασικές έννοιες και στη συνέχεια τα πιο ενδιαφέροντα αντικείμενα που αξίζει να περιληφθούν στην εργασία. Οι κατευθυντήριες γραμμές λοιπόν, καθώς και πολλά δεδομένα ελήφθησαν από την ακαδημαϊκή βιβλιογραφία. Καθοριστικό ρόλο είχαν και τα δεδομένα που λαμβάνονταν σε καθημερινή βάση καθ' όλη τη διάρκεια της μελέτης, από το διαδίκτυο είτε σε μορφές ενημερωτικών άρθρων, είτε από τις ιστοσελίδες των προϊόντων που μελετήθηκαν. Έτσι έγινε εφικτή η συνεχής ενημέρωση της εργασίας και των δεδομένων που προβάλλει, τα οποία έχουν μεταβληθεί σε σημαντικό βαθμό ακόμα και από την ημερομηνία δημοσίευσης του πιο πρόσφατου επιστημονικού άρθρου, δίνοντας μια καλύτερη εικόνα για την πορεία που θα ακολουθήσει το κάθε προϊόν και τους τρόπους με τους οποίους θα επηρεάσει τις τράπεζες και την τραπεζική γενικότερα.

Το ενδιαφέρον της μελέτης σε αυτή την εργασία χωρίζεται σε τρία σκέλη:

1. Ο αναγνώστης μαθαίνει και ενημερώνεται για τομείς της τραπεζικής που πιθανότατα να μη γνωρίζει.
2. Μαθαίνει πως διαμορφώνουν τη σημερινή τραπεζική πραγματικότητα τα ποικίλα καινοτόμα ηλεκτρονικά προϊόντα και τέλος
3. Διαβάζει μια τεκμηριωμένη εκτίμηση για την πορεία και την εξέλιξη τόσο των τραπεζικών προϊόντων όσο και τις αντιδράσεις που αναμένονται από τις τράπεζες σε αυτές τις εξελίξεις.

Παρακάτω θα παρουσιάσουμε συνοπτικά μέρος της βιβλιογραφίας που χρησιμοποιήθηκε και τις εμπλεκόμενες εταιρίες.

### 1.1 Electronic Wallet

Πολλά μοντέλα για τη δημιουργία ηλεκτρονικού πορτοφολιού έχουν προταθεί κατά καιρούς όπως των Stig Mjolsnes και Chunming Rong (2003). Η χρήση τεχνολογίας Bluetooth και GPRS σε κινητά τηλέφωνα, υποστηρίζουν ότι είναι ιδανική λύση για τη σύνδεση των κινητών με το εκάστοτε κατάστημα για να γίνει η πληρωμή. Ωστόσο πρέπει να ληφθούν υπόψιν οι νέοι κίνδυνοι που προκύπτουν σε αυτή τη διαδικασία πληρωμής. Το κύριο στοιχείο του μοντέλου που προτείνουν, είναι η αλλαγή της φύλαξης των προσωπικών δεδομένων του πορτοφολιού από τους κεντρικούς παρόχους, στο κινητό τηλέφωνο του κάθε χρήστη. Έτσι θα αποφευχθούν προβλήματα όπως η δημιουργία υπερφορτωμένων συστημάτων λόγω της συνεχούς μεταφοράς δεδομένων.

## Apple pay

Η Apple ([www.apple.com](http://www.apple.com)) συμβάλει σημαντικά στην εισαγωγή του ηλεκτρονικού πορτοφολιού στην καθημερινότητα με την υπηρεσία Apple Pay ([www.apple.com/iphone-6/apple-pay](http://www.apple.com/iphone-6/apple-pay)). Με τη βοήθεια του Apple Pay ο καταναλωτής μπορεί να ολοκληρώσει τις καθημερινές του συναλλαγές ακουμπώντας απλά την οθόνη του κινητού του.

Το σύστημα της Apple λειτουργεί με τον εξής τρόπο:

1. Αποθηκεύονται τα στοιχεία των λογαριασμών των πιστωτικών καρτών του χρήστη, με τους οποίους θα πραγματοποιεί τις συναλλαγές του.
2. Στη συνέχεια το κινητό δημιουργεί έναν κωδικό που θα χρησιμοποιηθεί μία και μόνο φορά για να πραγματοποιήσει την τρέχουσα συναλλαγή.
3. Τέλος, ο καταναλωτής επιβεβαιώνει τη συναλλαγή από το κινητό του.

Αυτός ο τρόπος συναλλαγών, όπως υποστηρίζει η Apple, προσφέρει επιπλέον ασφάλεια καθώς τα προσωπικά δεδομένα του καταναλωτή όπως ονοματεπώνυμο, αριθμός λογαριασμού και κάρτας αλλά και κωδικοί ασφαλείας δεν εμφανίζονται στον υπάλληλο που πραγματοποιεί τη συναλλαγή. Επίσης σε περίπτωση κλοπής του τηλεφώνου οι συναλλαγές μπορούν να 'παγώσουν' ώστε να αποφευχθούν χρεώσεις. Επιπλέον, η Apple έχει δεσμευτεί να μην κρατάει ιστορικό των συναλλαγών των πελατών της ώστε να προστατευθεί η ιδιωτικότητά τους.

Η Apple συνεργάζεται με τα μεγαλύτερα τραπεζικά ιδρύματα των Η.Π.Α που διαχειρίζονται πάνω από το 80% των συναλλαγών μέσω καρτών. Ωστόσο η εξάπλωση του Apple Pay γνωρίζει μεγάλη επιτυχία και εκτός Η.Π.Α, σε χώρες όπως ο Καναδάς όπου για παράδειγμα πάνω από το 20% των συναλλαγών της MasterCard πραγματοποιούνται με τη βοήθεια του ηλεκτρονικού πορτοφολιού.

Ταυτόχρονα η Google (<https://www.google.com/wallet/>) προσφέρει το δικό της ηλεκτρονικό πορτοφόλι με παρόμοιες παρεχόμενες υπηρεσίες με αυτές της Apple, δημιουργώντας έτσι ένα έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον με πλεονεκτήματα για τους χρήστες των υπηρεσιών.

Τα προτερήματα του ηλεκτρονικού πορτοφολιού αναφέρονται και από την Niina M. (2006), όπου αιτιολογείται στο άρθρο της το γιατί μέσω αυτής της υπηρεσίας ο καταναλωτής έχει μεγαλύτερη ανεξαρτησία, ευκολότερη πρόσβαση στους λογαριασμούς του και αισθητή μείωση στο χρόνο αναμονής στο ταμείο.

## 1.2 Crowdfunding and Peer-to-peer Lending

Το άρθρο των Yannis Pierakis και Liam Collins αποτελεί μια εισαγωγή στο crowdfunding αναφέροντας μεγέθη του κλάδου και την ανάπτυξή του τα τελευταία χρόνια με χρήση στοιχείων από το [crowdsourcing.org](http://crowdsourcing.org).

Το crowdfunding διαχωρίζεται σε Equity crowdfunding και peer-to-peer lending και μελετάται το προφίλ των εταιριών που επιλέγει τον κάθε τρόπο χρηματοδότησης. Για παράδειγμα οι νέες και πρωτοποριακές εταιρίες (startups) επιλέγουν το equity crowdfunding αφού δε γνωρίζουν τι χρηματοροές θα έχουν στο μέλλον ώστε να δεσμευτούν με την καταβολή δόσεων.

Ένα βασικό ερώτημα για το p2p lending είναι το πόσο επωφελής είναι μια επένδυση για έναν δανειστή στις πλατφόρμες αυτές. Σε αυτό, καθοριστικό ρόλο φαίνεται να έχει η αξιολόγηση του κάθε δανείου και η στρατηγική του κάθε επενδυτή (διαφοροποίηση, ικανότητα σωστής επιλογής ανάλογα με τα διαθέσιμα δεδομένα κλπ) σύμφωνα με τον Michael Klafft (2008). Τα θέματα που τίθενται επίσης από τον συγγραφέα είναι:

1. Η ασυμετρία πληροφόρησης που δημιουργείται σε περιβάλλοντα που γίνεται χρήση ψευδωνύμων (τόσο από τους δανειστές όσο και από τους δανειζόμενους)
2. Η απόδοση μιας επένδυσης από έναν επενδυτή χωρίς πείρα.
3. Το αν το peer-to-peer lending προσφέρει μια εναλλακτική σε όσους δεν έχουν πρόσβαση σε τραπεζικό δανεισμό, σε μια εποχή αποστροφής κινδύνου όπως η σημερινή.

Τα παραπάνω προβλήματα φαίνεται να έχουν εντοπιστεί και από τις πλατφόρμες δανεισμού καθώς προσφέρουν σεμινάρια μέσω διαδικτύου για τους νέους επενδυτές αλλά και προσπαθώντας να διασταυρώσουν τα στοιχεία των δανειζόμενων ώστε να εξασφαλίσουν τα δάνεια όσο γίνεται καλύτερα.

Με τη βοήθεια δεδομένων από την πλατφόρμα Prosper.com, το άρθρο των Seth Freedman και Ginger Zhe Jin (2008) προσπαθεί να απαντήσει σε ερωτήματα όπως:

1. Είναι η βαθμολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας από το Prosper.com επαρκής;
2. Έχει ισχυρές βάσεις το peer-to-peer lending για να στηρίξει την ανάπτυξη του στο μέλλον ή αποτελεί μια μόδα;
3. Και τέλος, κατά πόσο τα κοινωνικά δίκτυα βοηθούν τους επενδυτές να επιλέξουν σε ποιους θα δανείσουν;

Ο E.Berkovich επίσης μελέτησε με τη βοήθεια των στοιχείων από το Prosper.com αν το μοντέλο των Berkovich and Tayon (2009) ισχύει. Το μοντέλο αυτό προβλέπει ότι τα δάνεια με μεγάλη και μικρή τιμή (επιτόκια) θα έχουν μεγάλη διακύμανση ανάμεσα στην τιμή τους και την πραγματική τους αξία. Τα στοιχεία φαίνεται να υποστηρίζουν το μοντέλο μερικά, καθώς επιβεβαιώνεται μόνο για τα δάνεια με μικρή αξία και επίσης τα υπερτιμολογημένα δάνεια προσφέρουν μεγάλες αποδόσεις ακόμη και αν συνυπολογίσουμε τον πιστωτικό κίνδυνο. Επομένως, τα υπερτιμολογημένα δάνεια στην πραγματικότητα δεν είναι επαρκώς υπερτιμολογημένα στο Prosper.com, προσφέροντας επενδυτικές ευκαιρίες.

Τα αποτελέσματα της έρευνας που έκαναν οι Haewon Yum, Byungtae Lee και Myungsin Chae (2012) είναι θετικά για το αν η αγορά παίρνει σωστές



αποφάσεις για ένα δανεισμό μέσω του peer-to-peer (επιτόκιο, αξιοπιστία κλπ). Επίσης, έδειξαν ότι όσο περισσότερες πληροφορίες εμφανίζονται σταδιακά για ένα δανειζόμενο, ο κάθε δανειστής αρχίζει να διαφοροποιεί τις απόψεις του από το σύνολο. Τέλος, επιβεβαιώθηκε ότι οι δανειστές βασίζουν τις αποφάσεις τους στο ιστορικό που δημιουργείται από τις επαναλαμβανόμενες συναλλαγές περισσότερο από κάθε άλλο δεδομένο.

Οι Rajkamal Iyer, Asim Ijaz Khwaja, Erzo F.P. Luttmer, Kelly Shue (2009) μελέτησαν επίσης από το Prosper.com και έδειξαν ότι οι δανειστές καταφέρνουν τις περισσότερες φορές να λάβουν σωστές επενδυτικές αποφάσεις χρησιμοποιώντας και εναλλακτικά δεδομένα που δε θα χρησιμοποιούσαν οι τράπεζες. Με αυτό τον τρόπο χρηματοδοτούνται και κοινωνικές ομάδες που θα χρησιμοποιούσαν ακριβότερους τρόπους χρηματοδότησης. Η μελέτη των Michal Herzenstein, Rich L. Andrews, Utpal M. Dholakia, Evgeny Lyandres (2008) επιβεβαιώνει τα παραπάνω μελετώντας 5.370 συναλλαγές peer-to-peer lending και καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι ακόμα και ομάδες του πληθυσμού που δεν είναι εύκολο να επιτύχουν δανεισμό μέσω τράπεζας, από το peer-to-peer lending είχαν τα ίδια ποσοστά επιτυχίας με οποιοδήποτε άλλο.

Μεγάλο μέρος των δανειζόμενων από τις πλατφόρμες peer-to-peer lending αποτελούν οι μικρές επιχειρήσεις. Το θέμα αυτό μελέτησαν οι Traci M, Courtney C. και Cailin S. (2014). Η έρευνα εστιάζει περισσότερο στις αιτήσεις δανείων που επιτυγχάνουν τελικά χρηματοδότηση από τις πλατφόρμες. Τα στοιχεία που χρησιμοποιούνται είναι από το Lending Club. Από τη μελέτη προκύπτουν πολύ θετικά συμπεράσματα για τη δανειοδότηση μικρών επιχειρήσεων, καθώς αποτελούν τον τομέα που δανειοδοτείται ευκολότερα από τις πλατφόρμες p2p. Εξελίξεις όπως οι κανονισμοί SEC στην Αμερική οδηγούν στην περαιτέρω ανάπτυξη των δανείων αυτών, αλλά και ο επιχειρηματικός κλάδος φαίνεται να έχει ανιχνεύσει τις ευκαιρίες που υπάρχουν. Έτσι, πραγματοποιούνται συγχωνεύσεις εταιριών με κατεύθυνση την δανειοδότηση μικρών επιχειρήσεων (Funding circle και Lending Network), αλλά και επενδύσεις από άλλους κλάδους όπως η παροχή ρευστότητας από τη Google. Επιπλέον, η μικρή γραφειοκρατία που υπάρχει για την παροχή τέτοιων δανείων, τα καθιστά ακόμη πιο ελκυστικό για τις εταιρίες peer-to-peer lending.

Επίσης σημαντικό ερώτημα που τίθεται είναι το θέμα της σχέσης τραπεζικής χρηματοδότησης πρωτοποριακών ιδεών, της εποπτείας που απαιτούν οι τράπεζες ώστε να παρέχουν τα κεφάλαια και κατά πόσο χρηματοδοτούν πραγματικά νέες ιδέες. Η χρηματοδότηση πρωτοποριακών ιδεών πολλές φορές έρχεται σε σύγκρουση με την ανάληψη του ελάχιστου κινδύνου που επιθυμούν τα τραπεζικά ιδρύματα, με αποτέλεσμα να παρέχονται πόροι σε λιγότερο καινοτόμες ιδέες ώστε να υπάρχουν αποτελέσματα που μπορούν να προβλεφθούν το δυνατό καλύτερα σύμφωνα με τους Angel F και Jose M. Η εποπτεία που απαιτείται ωστόσο από τις τράπεζες φαίνεται να έχει θετικά αποτελέσματα στις εποπτευόμενες επιχειρήσεις, αρκεί να γίνεται με σωστό τρόπο (μικρό κόστος, έμπειροι επόπτες) και να μη δημιουργεί ηθικά ζητήματα.

Επειδή το peer-to-peer lending αποτελεί έναν νέο τομέα, οι κανονισμοί που το διέπουν δεν είναι ξεκάθαροι για όλους και συνεχώς προκύπτουν ερωτήματα για το τι ισχύει. Δικηγορικά γραφεία όπως το Chapman and Cutler LLP εκδίδουν οδηγούς που στόχο έχουν την ενημέρωση για το γενικό νομικό πλαίσιο και πώς αυτό εξελίσσεται. Συγκεκριμένα στο άρθρο που εκδώσανε το 2014 γίνεται μια αναφορά στο αμερικανικό νομικό πλαίσιο τόσο σε ομοσπονδιακό όσο και σε πολιτειακό επίπεδο. Τονίζεται η σημαντικότητα της σε βάθος γνώσης όλων των κανόνων που διέπουν αυτή τη βιομηχανία, καθώς το κόστος συμμόρφωσης με τη νομοθεσία αποτελεί από τα βασικότερα εμπόδια εισόδου νέων επιχειρήσεων. Επίσης, πολλές πλατφόρμες έχουν υποστεί ζημίες από την μη συμμόρφωσή τους με τους κανονισμούς είτε με αρνητική δημοσιότητα, είτε με την επιβολή ποινών αστικών ή ποινικών, ακόμα και με κλείσιμο της επιχείρησής τους.

Οι εταιρίες που μελετώνται στην εργασία και που αποτελούν τις μεγαλύτερες εταιρίες του τομέα είναι για το peer-to-peer lending:

1. Prosper
2. Lending Club
3. Funding Circle
4. Ratesetter
5. Zopa

Για το crowdfunding:

1. Kickstarter
2. gofundme
3. GiveForward

Το microfinance αποτελεί μια υπηρεσία για όσους δεν έχουν πρόσβαση σε τραπεζικές υπηρεσίες (λόγω γεωγραφικής θέσης, πολιτικών γεγονότων κλπ), αλλά επειδή είναι επιχειρηματίες, ελεύθεροι επαγγελματίες κ.α. χρειάζονται πρόσβαση σε τέτοιες υπηρεσίες. Οι Carolina L. και Michael H. (2003) ασχολήθηκαν με αυτό το θέμα και επικεντρώθηκαν στην περιγραφή των προϊόντων του micro-finance που προσφέρουν στοιχεία ευελιξίας και χρηματοοικονομικής πειθαρχίας. Αυτά τα προϊόντα είναι πολύ σημαντικά για τα φτωχότερα νοικοκυριά που δεν έχουν σταθερές και υψηλές χρηματικές εισροές. Τα προϊόντα που προσφέρονται από τα micro-finance ιδρύματα είναι μικρο-καταθέσεις (micro-savings), μικρο-πίστωση (micro-credit) και μικρο-ασφάλιση (micro-insurance).

Κύριος στόχος του άρθρου τους, είναι να διαπιστώσει την ισορροπία που δημιουργείται μεταξύ ευελιξίας και πειθαρχίας των δανειζόμενων και αναλύει 9 προϊόντα που ήδη προσφέρονται σε διάφορα μέρη του κόσμου. Επίσης, αναφέρονται μηχανισμοί που προωθούν την πειθαρχία, όπως η εβδομαδιαία καταβολή δόσης αποπληρωμής δανείου που προσφέρει πολλές και μικρές δόσεις και υπενθυμίζει ταυτόχρονα την υποχρέωση που υπάρχει. Επιπλέον, ως επιβράβευση ενός καλού πελάτη προτείνεται η παροχή διευκολύνσεων

όπως η δυνατότητα άντλησης ενός μικρού επιπλέον δανείου σε κάποια δύσκολη στιγμή. Το αρνητικό το οποίο διαπιστώσανε οι Carolina L. και Michael H. είναι το γεγονός της αύξησης του κόστους παροχής δανείων λόγω της ευελιξίας, αφού μια τέτοια υπηρεσία απαιτεί επιπλέον πληροφορίες για τον δανειζόμενο και επεξεργασία σε βάθος για τον δανειστή.

Συνοπτικά, τα ερωτήματα που απαντά η εργασία είναι:

1. Ποια είναι τα διαθέσιμα προϊόντα ηλεκτρονικής τραπεζικής σήμερα και πώς θα επηρεάσουν τις συναλλαγές μας τα επόμενα χρόνια;
2. Με ποιους τρόπους μπορούν οι τράπεζες να προωθήσουν τις νέες μορφές υπηρεσιών που προσφέρουν και πόσο μεγάλο είναι το κοινό που απευθύνονται μέχρι σήμερα;
3. Τι είναι και σε ποιούς απευθύνεται το crowdfunding και πώς θα αντιμετωπίσουν οι τράπεζες την απώλεια του μεριδίου αγοράς που διεκδικεί το διαρκώς αυξανόμενο peer-to-peer lending;

Επιπλέον, ως κύριο στόχο έχει να αποτελέσει έναν ενημερωμένο οδηγό για τα τραπεζικά στελέχη που επιθυμούν να ενημερωθούν για τις εξελίξεις και τις προοπτικές των θεμάτων τις καινοτόμου τραπεζικής.

# Ηλεκτρονική Τραπεζική

## 2. Εισαγωγή

Οι μεγάλες αλλαγές που έχουν συντελεστεί στον τομέα της πληροφορικής έχουν επηρεάσει σχεδόν όλες τις πτυχές της ζωής μας. Αρχικά με την ανάπτυξη του διαδικτύου όπου η διασύνδεση ολόκληρου του πλανήτη έγινε κάτι το αυτονόητο και δημιουργήθηκε ένα νέο περιβάλλον στο οποίο έπρεπε να προσαρμοστούν τόσο τα άτομα όσο και οι επιχειρήσεις αφού οι δυνατότητες που δημιουργούνταν δεν γινόταν να μείνουν ανεκμετάλλετες.

Το επόμενο μεγάλο άλμα ήταν η εξέλιξη των κινητών τηλεφώνων σε έξυπνες συσκευές (smartphones) τα οποία είναι ουσιαστικά υπολογιστές τσέπης με συνεχώς αναπτυσσόμενες δυνατότητες. Η εξέλιξη αυτή είναι καθοριστική, καθώς η πρόσβαση στο διαδίκτυο γίνεται πρακτικά από οποιοδήποτε μέρος βρεθεί ο χρήστης.

Οι τράπεζες με αυτά τα δεδομένα είχαν 2 τομείς στους οποίους έπρεπε να επεκταθούν για να ικανοποιήσουν τους πελάτες τους:

1. Να τους προσφέρουν τη δυνατότητα πληρωμών μέσω διαδικτύου ώστε να συναλλάσσονται χωρίς κινδύνους με ηλεκτρονικά καταστήματα και
2. Να εκμεταλλευτούν το χαμηλό κόστος διατήρησης δικών τους ηλεκτρονικών καταστημάτων, ώστε να αποσυμφορήσουν τα συμβατικά τους καταστήματα και να μειώσουν το κόστος διατήρησης ενός μεγάλου δικτύου καταστημάτων.

Η ανάπτυξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής (electronic banking ή e-banking) έχει ως προφανή πλεονεκτήματα για το κοινό, την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών και την ικανοποίηση των νέων αναγκών που προκύπταν μαζί με την ανάπτυξη του διαδικτύου. Για τις τράπεζες ωστόσο εμφανιζόταν μια νέα πρόκληση, η διατήρηση των πελατών τους που τους εμπιστεύονταν στον πραγματικό κόσμο και οι οποίοι αν ικανοποιούνταν από τραπεζικά προϊόντα διαδικτυακών εταιριών θα τις εγκατέλειπαν. Φαίνεται λοιπόν οι εξελίξεις στον ψηφιακό κόσμο να έχουν επιπτώσεις πολύ πέρα από τα σύνορά του.

Η ηλεκτρονική τραπεζική έχει ως στόχο την πλήρη εξυπηρέτηση του πελάτη μέσα από ένα σύνολο εργαλείων που προσφέρει (ATM, διαδικτυακές πλατφόρμες, έξυπνα μηχανήματα συναλλαγών κλπ). Μέχρι σήμερα αυτό έχει επιτευχθεί σε ικανοποιητικό βαθμό, αφού όπως θα παρουσιαστεί αργότερα σχεδόν το σύνολο των αναγκών ενός πελάτη μπορούν να ικανοποιηθούν χωρίς την φυσική του παρουσία σε κάποιο κατάστημα ή χωρίς την ανάγκη εξυπηρέτησης από υπάλληλο της τράπεζας.

Πρώιμες μορφές της ηλεκτρονικής τραπεζικής αποτελούν η ηλεκτρονική τραπεζική (phone banking), τα μηχανήματα αυτόματων συναλλαγών (ATM) και η τραπεζική από το σπίτι (home banking).

Η τραπεζική από το σπίτι προσφέρθηκε στο κοινό στις αρχές της δεκαετίας του 1990 από αμερικανικές τράπεζες. Η υπηρεσία παρεχόταν από τις τράπεζες μέσω ιδιωτικών δικτύων με υψηλό κόστος συντήρησης και φυσικά το εύρος των υπηρεσιών δε γίνεται να συγκριθεί με το σημερινό. Επίσης οι πελάτες έπρεπε να εφοδιαστούν με ειδικό λογισμικό και αφού το εγκαταστήσουν στον υπολογιστή τους χρειαζόταν εξοικείωση με αυτό.

Η ανάπτυξη και εξάπλωση του διαδικτύου τα επόμενα χρόνια έδωσε λύσεις σε όλα τα προβλήματα του home banking προσφέροντας ένα δωρεάν και κοινό δίκτυο που είναι συμβατό με όλα τα λογισμικά, δημιουργώντας έτσι το e-banking.

Στο κομμάτι αυτό θα αναλυθούν όλες οι διαδικτυακές υπηρεσίες των τραπεζών και θα μελετηθεί το ηλεκτρονικό κατάστημα μιας ελληνικής τράπεζας και συγκεκριμένα της Τράπεζας Πειραιώς που βραβεύτηκε από το διεθνούς κύρους περιοδικό 'Banking Technology' στην κατηγορία Best OnLine and Multi-channel Banking Team με ανταγωνιστές τράπεζες διεθνούς κύρους.

## 2.1 Υπηρεσίες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

### 2.1.1 Τραπεζική μέσω Τηλεφώνου (Phone Banking)

Είναι μια σχετικά απλή υπηρεσία και από τις πρώτες που προσφέρθηκαν στον τομέα της ηλεκτρονικής τραπεζικής με περιορισμένο όμως αριθμό διαθέσιμων υπηρεσιών. Αποτελεί καλή λύση για τα άτομα χωρίς εξοικείωση με τη χρήση ηλεκτρονικών υπηρεσιών και το διαδίκτυο.

Η χρήση της υπηρεσίας απαιτεί την ύπαρξη ή δημιουργία τραπεζικού λογαριασμού και την παροχή από την τράπεζα προσωπικών κωδικών μετά από αίτηση του πελάτη για να γίνεται εφικτή η εξακρίβωση της ταυτότητάς του.

Η τράπεζα μπορεί να προσφέρει την υπηρεσία της τηλεφωνικής τραπεζικής με τους εξής τρόπους:

- Να εξυπηρετηθεί ο πελάτης από υπάλληλο της υπηρεσίας. Αυτός ο τρόπος είναι ο απλούστερος, αφού η εξυπηρέτηση γίνεται όπως σε κανονικό κατάστημα και ο πελάτης μπορεί να εξηγήσει τις ανάγκες του. Από τη μεριά της τράπεζας όμως είναι αρκετά κοστοβόρος αφού πρέπει να απασχολεί μεγάλο αριθμό επιπλέον υπαλλήλων.
- Να χρησιμοποιηθούν συστήματα φωνητικής αναγνώρισης στα οποία ο πελάτης ακολουθεί μαγνητοφωνημένες οδηγίες και να επιλέξει προφορικά τη συναλλαγή που επιθυμεί να πραγματοποιήσει. Αυτού του είδους τα συστήματα (Voice Recognition) μπορεί να δυσκολέψουν τους χρήστες και απαιτούν την ύπαρξη τηλεφωνικού κέντρου εξυπηρέτησης για την περίπτωση αποτυχίας ολοκλήρωσης της συναλλαγής από πελάτη.

- Τέλος, η άλλη εναλλακτική είναι η χρήση συστήματος που λαμβάνει εντολές από τα πλήκτρα της συσκευή τηλεφώνου του χρήστη. Η λειτουργία του μοιάζει με αυτής της φωνητικής αναγνώρισης αφού ο πελάτης ακολουθεί μαγνητοφωνημένες οδηγίες, αλλά οι εντολές του πελάτη εισάγονται με διαφορετικό τρόπο στο σύστημα.

Η απόδειξη της συναλλαγής μπορεί να αποσταλεί με οποιοδήποτε τρόπο ανάλογα το τι προσφέρει η τράπεζα και τι θα επιλέξει ο πελάτης (e-mail, SMS, ταχυδρομείο κλπ).

### 2.1.2 Διαδικτυακή Τραπεζική (Internet Banking)

Η έναρξη της χρήσης της υπηρεσίας έχει περίπου τις ίδιες απαιτήσεις με όλες τις εξ' αποστάσεως υπηρεσίες τραπεζικής.

Αρχικά απαιτείται η δημιουργία λογαριασμού στη συνεργαζόμενη τράπεζα και ύστερα η εγγραφή στην υπηρεσία, που γίνεται από το κατάστημα ή μέσω διαδικτύου. Από τον πελάτη ζητείται υπογραφή για τη συμφωνία με τους 'Όρους Διενέργειας Συναλλαγών'. Τέλος, παρέχονται από την τράπεζα τυχόν απαραίτητα εργαλεία όπως το μηχάνημα για την ανάγνωση των στοιχείων τραπεζικής κάρτας και τα στοιχεία με τα οποία θα αποκτή πρόσβαση στο σύστημα (ταυτότητα χρήστη-User ID και κωδικό ασφαλείας-PIN).

Για την ασφάλεια των συναλλαγών δίδεται στο χρήστη μια λίστα Αριθμών Αυθεντικότητας Συναλλαγής (TAN) που αποτελούν υποκατάστατο της υπογραφής του χρήστη στις διαδικτυακές συναλλαγές του. Ο αντίστοιχος αριθμός TAN από τη μεριά της τράπεζας είναι ο Αριθμός Επιβεβαίωσης Συναλλαγής (check number). Με αυτόν βεβαιώνει η τράπεζα τον πελάτη ότι η συναλλαγή πραγματοποιήθηκε επιτυχώς εφόσον ο αριθμός συμπίπτει με έναν από τους αντίστοιχους αριθμούς που του έχει δώσει.

Οι δυνατότητες της διαδικτυακής τραπεζικής είναι εξελιγμένες και καλύπτουν μεγάλο μέρος των αναγκών των πελατών. Οι υπηρεσίες που προσφέρουν είναι:

1. Πληρωμές
2. Μεταφορές χρημάτων
3. Εμβάσματα
4. Διαχείριση τραπεζικών προϊόντων
5. Χρηματιστηριακές συναλλαγές
6. Αιτήσεις για νέα προϊόντα
7. Ενημερώσεις για υπάρχοντα τραπεζικά προϊόντα

### 2.1.3 Τραπεζική μέσω Έξυπνων Τηλεφώνων (Smartphones)

Αποτελεί υποκατηγορία ουσιαστικά της διαδικτυακής τραπεζικής και παρέχει μικρότερο αριθμό υπηρεσιών από αυτή. Σε κάθε περίπτωση αποτελεί πολύ χρήσιμο εργαλείο κυρίως για ιδιώτες και μικρές επιχειρήσεις που εκτελούν απλές και μικρές συναλλαγές.

Το κινητό τηλέφωνο από το οποίο γίνονται οι συναλλαγές, πρέπει να διαθέτει πρόγραμμα που να δίνει τη δυνατότητα πρόσβασης στο διαδίκτυο και ο χρήστης να βρίσκεται σε περιοχή με διαθέσιμα δίκτυα (Wi-Fi, 3G κλπ).

Η διαδικασία δημιουργίας λογαριασμού χρήστη δε διαφέρει από αυτή της διαδικτυακής τραπεζικής, αφού χρησιμοποιούνται οι ίδιες πλατφόρμες εξυπηρέτησης.

## 2.2 Η Εξέλιξη της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στην Ελλάδα

Η ηλεκτρονική τραπεζική στην Ελλάδα αν και έχει εξελιχθεί σε μεγάλο βαθμό τα τελευταία χρόνια, δεν έχει γνωρίσει την αποδοχή του κοινού όπως σε άλλες χώρες. Αυτό οφείλεται σε ένα αριθμό παραγόντων που θα αναλύσουμε και θα αναφέρουμε ορισμένες προτάσεις ανά περίπτωση, ώστε οι τράπεζες να προσφέρουν ένα τραπεζικό προϊόν ανώτερης ποιότητας.

- Οι προσφερόμενες ταχύτητες διαδικτύου. Σε αυτόν τον τομέα, που η χώρα μας υστερούσε για χρόνια, αρχίζουν πλέον να βελτιώνονται τα δεδομένα με την εγκατάσταση δικτύων VDSL που προσφέρουν υψηλές ταχύτητες. Αυτή η παράμετρος είναι σημαντική καθώς προσφέρει ευκολία στον χρήστη της υπηρεσίας και την καθιστά ελκυστική εναλλακτική από μια επίσκεψη στο κατάστημα της τράπεζας.
- Αντίστοιχα βελτιώνονται και οι ταχύτητες των μέσων πρόσβασης στο διαδίκτυο (υπολογιστές και κινητά τηλέφωνα) και αποκτούν λογισμικά που είναι πιο φιλικά στον χρήστη. Η εξυπηρέτηση λοιπόν γίνεται με μεγαλύτερη ευκολία χωρίς ταλαιπωρία του πελάτη.
- Οι τράπεζες αποκτούν εμπειρία από τις προηγούμενες γενιές ιστοσελίδων που προσέφεραν και επιλύουν τα προβλήματά τους.
- Το θεσμικό πλαίσιο με το οποίο λειτουργούν οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής πρέπει να ενημερώνεται και να εκσυγχρονίζεται ώστε να καλύπτονται οι ανάγκες της τράπεζας και του κοινού. Επίσης πρέπει να προβλέπεται ένα ελάχιστο επίπεδο ασφαλείας που θα εξασφαλίζεται για τους πελάτες των υπηρεσιών.
- Η υιοθέτηση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών και πληρωμών από τον δημόσιο τομέα είναι πολύ θετικές εξελίξεις αφού φέρνουν σε επαφή το κοινό με τέτοιες υπηρεσίες. Επίσης με τη χρήση και την εξοικείωση με αυτές τις υπηρεσίες το κοινό αποκτά αίσθημα ασφάλειας και είναι προθυμότερο να δοκιμάσει και άλλες παρόμοιές τους.
- Η ασφαλής διαχείριση και ολοκλήρωση των συναλλαγών καθώς και η διαφύλαξη ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων είναι ίσως από τα σημαντικότερα θέματα στον τομέα αυτό. Η συναλλαγή με μια τράπεζα

βασίζεται στην εμπιστοσύνη του πελάτη προς αυτόν τον οργανισμό. Αν διαταραχθεί αυτό το δεδομένο η σχέση πελάτη-τράπεζας μπορεί να διαρρηχθεί και στον ηλεκτρονικό αλλά και στον πραγματικό κόσμο. Για τον λόγο αυτό τα συστήματα ασφαλείας των ιστοσελίδων και οι κρυπτογραφήσεις των δραστηριοτήτων που πραγματοποιούνται μέσα από αυτά πρέπει πάντα να είναι σε υψηλό επίπεδο παρά το κόστος τους.

- Η συνεχής παροχή υπηρεσιών είναι από τα κύρια προτερήματα των ηλεκτρονικών υπηρεσιών, το οποίο πρέπει να μην παραμελείται και να παρέχεται συνεχής κάλυψη και υποστήριξη από τηλεφωνικά κέντρα.
- Η προώθηση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών από μέσα που απευθύνονται στις ίδιες πληθυσμιακές ομάδες με τις προσφερόμενες υπηρεσίες. Με την διαφήμιση η χρήση τέτοιων τεχνολογιών παύει να μοιάζει κάτι μακρινό και άγνωστο και επιπλέον ενημερώνει τον καταναλωτή ότι οι ανάγκες του μπορούν να ικανοποιηθούν με πολλούς τρόπους.
- Η τιμολόγηση των προσφερόμενων υπηρεσιών είναι μια εργασία που πρέπει να δίνει κίνητρα στον πελάτη να τις προτιμήσει έναντι όλων των εναλλακτικών. Εφόσον η ηλεκτρονική τραπεζική είναι μια φθηνότερη υπηρεσία για την τράπεζα ο πελάτης επιθυμεί να ωφελείται εξίσου από την χρήση της και να απολαμβάνει προϊόντα με χαμηλότερες τιμές. Η τιμολόγηση των προϊόντων της ηλεκτρονικής τραπεζικής θα έχει την δυνατότητα να προσφέρει συνεχώς μειούμενες τιμές προϊόντων, ειδικά στα προσεχή χρόνια που ο αριθμός των πελατών τέτοιου είδους υπηρεσιών θα αυξάνεται.
- Παρά την ύπαρξη μιας κοινής πλατφόρμας για τους χρήστες, η ανάπτυξη ενός προσωπικού προφίλ για τον κάθε ένα, είναι μια ενναλακτική που αναβαθμίζει την υπηρεσία σε μεγάλο βαθμό. Για παράδειγμα η κατάταξη ενός χρήστη σε διάφορες κατηγορίες (ηλικιακές, εργασιακές κ.α.) κάνει δυνατή την πρόταση από την πλατφόρμα των κατάλληλων υπηρεσιών για τις πιθανές ανάγκες που έχει. Επίσης, δείχνει το ενδιαφέρον της τράπεζας για τον πελάτη και ενισχύει τη μεταξύ τους σχέση.
- Αποτελεί έναν τρόπο εξυπηρέτησης για τα απομακρυσμένα μέρη. Η εγκατάσταση Μηχανημάτων Αυτόματης Ανάλυσης σε τέτοιες περιοχές μπορεί να είναι αρκετά κοστοβόρος διαδικασία όπως και η συντήρησή και λειτουργία τους, αλλά αποτελεί μια διαφήμιση για την τράπεζα και δείχνει τον κοινωνικό της χαρακτήρα με αποτέλεσμα το πραγματικό κόστος να μικραίνει. Με την χρήση των ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών, αναβαθμίζονται περισσότερο οι υπηρεσίες που απολαμβάνουν οι πελάτες των απομακρυσμένων περιοχών αφού μπορούν πλέον να εξυπηρετηθούν χωρίς να διανύσουν μεγάλες αποστάσεις.



## 2.3 Οφέλη της Ανάπτυξης της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

- Υψηλή ταχύτητα εξυπηρέτησης. Το προφανές όφελος από το γεγονός του ότι δε χρειάζεται να πάει κάποιος στο κατάστημα και να περιμένει στην ουρά για να εξυπηρετηθεί, συμπληρώνεται από την απλοποιημένη διαδικασία της συναλλαγής που του προσφέρεται. Έτσι ο χρόνος που χρειάζεται να διαθέσει κάποιος για να ολοκληρώσει τις συναλλαγές του είναι ασύγκριτα μικρότερος με τη βοήθεια των νέων τεχνολογιών.
- Ασφάλεια συναλλαγών. Το δεδομένο αυτό μπορεί να φαντάζει περίεργο για δύο λόγους. Την άγνοια των καταναλωτών για τα συστήματα ασφαλείας που υπάρχουν και την προβολή από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης των τρόπων και περιπτώσεων παραβίασης των συστημάτων αυτών. Το επίπεδο ασφαλείας ωστόσο και η μη συχνότητα τέτοιων αρνητικών φαινομένων, καθιστούν την ηλεκτρονική τραπεζική τον ασφαλέστερο ίσως τρόπο συναλλαγών.
- Εξυπηρέτηση σε όλα τα μέρη και όλες τις ώρες. Συνεχώς και για 365 μέρες το χρόνο οι διαδικτυακές κυρίως υπηρεσίες αλλά και υπηρεσίες όπως των μηχανημάτων αυτόματων συναλλαγών προσφέρουν τις υπηρεσίες τους. Οι ανάγκες των καταναλωτών καλύπτονται καλύτερα και πιο ολοκληρωμένα άσχετα από τις εργάσιμες ώρες και ημέρες.
- Μειωμένο κόστος συναλλαγών και για τα δύο συμβαλλόμενα μέρη. Το μειωμένο κόστος που προσφέρουν οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες και απολαμβάνουν οι πελάτες τους όταν τις χρησιμοποιούν, στο μέλλον είναι πιθανό να επηρεάσει την τιμολόγηση και των υπόλοιπων τραπεζικών προϊόντων. Αρκεί βέβαια να στραφεί μεγάλο μέρος των πελατών στις αναφερόμενες υπηρεσίες.
- Αποσυμφόρηση των καταστημάτων. Τα τεράστια δίκτυα που συντηρούν οι τράπεζες πολλές φορές δεν είναι αρκετά για να ικανοποιήσουν την ζήτηση των υπηρεσιών τους. Σε ημέρες υψηλής ζήτησης όπως η περίοδος καταβολής φόρων δημιουργούνται μεγάλες ουρές και πολύ ώρα αναμονής. Επίσης απασχολείται μεγάλος αριθμός εργαζομένων για συναλλαγές που πιθανότατα δεν θα έχουν κανένα οικονομικό αποτέλεσμα για την ίδια την τράπεζα. Αντίθετα με την ηλεκτρονική τραπεζική οι δυνατότητες του συστήματος είναι πολύ μεγάλες και η εξυπηρέτηση του κοινού δεν επηρεάζεται από την αυξημένη ζήτηση. Το προσωπικό που απελευθερώνεται από την εξυπηρέτηση του κοινού μπορεί να διατεθεί στην ικανοποίηση άλλων αναγκών της τράπεζας βοηθώντας την καλύτερη λειτουργία της.
- Δίνεται στον πελάτη μια συνολική εικόνα των προϊόντων που χρησιμοποιεί και αυτών που διατίθενται. Η παρουσίαση των προϊόντων που χρησιμοποιεί ο πελάτης αρχικά του παρέχει μια υπηρεσία ανώτερης ποιότητας και επιπλέον τον βοηθάει να τα διαχειριστεί καλύτερα. Αυτό

βοηθάει και την τράπεζα αφού δημιουργεί συνεπέστερους πελάτες και πιο ενημερωμένους όσον αφορά τις ανάγκες τους.

## 2.4 Μειονεκτήματα-Προβλήματα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

- Έλλειψη σημείων πρόσβασης ή υψηλό κόστος πρόσβασης. Το πρόβλημα αυτό δυστυχώς υπάρχει στις περιοχές όπου δεν υπάρχουν και αρκετά τραπεζικά καταστήματα. Ο λόγος γίνεται για τις απομακρυσμένες περιοχές όπου το δίκτυο των καταστημάτων δεν ικανοποιεί τις ανάγκες των κατοίκων. Δυστυχώς όμως αυτές οι περιοχές πολλές φορές δεν καλύπτονται από το διαδίκτυο με αποτέλεσμα η μόνη εναλλακτική να είναι η πρόσβαση στις υπηρεσίες μέσω έξυπνου τηλεφώνου ή απλού τηλεφώνου ανεβάζοντας το κόστος εξυπηρέτησης.
- Η έλλειψη εξοικείωσης μεγάλου μέρους του πληθυσμού με τις νέες τεχνολογίες καθυστερεί την ανάπτυξη των ηλεκτρονικών υπηρεσιών και τους αποστερεί την δυνατότητα εξυπηρέτησής τους. Με την πάροδο του χρόνου το πρόβλημα αυτό θα εξαφανιστεί αφού η εξοικείωση με την ηλεκτρονική τεχνολογία συμβαίνει σε όλους τους τομείς της σύγχρονης ζωής τόσο στο σπίτι όσο και στο σχολείο.
- Η υποκλοπή ευαίσθητων δεδομένων. Αυτό μπορεί να συμβεί κυρίως από λάθος του πελάτη καθώς τα πρωτόκολλα ασφαλείας των τραπεζών είναι πρακτικά αδύνατον να παραβιαστούν. Η παραβίαση μπορεί να γίνει από λάθος κινήσεις του πελάτη όπως η αποθήκευση κωδικών πρόσβασης και ασφαλείας όπως και ονόματος χρήστη σε υπολογιστή ή τηλέφωνο τα οποία δε διαθέτουν προγράμματα ασφαλείας. Επίσης, η γνωστοποίηση των προσωπικών στοιχείων σε τρίτους μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την διενέργεια μη εγκεκριμένων συναλλαγών. Τα προβλήματα αυτά μπορεί να συμβούν και σε συμβατικούς τρόπους συναλλαγών αλλά σε μικρότερο βαθμό καθώς σε περίπτωση συναλλαγών με το κατάστημα οι υπάλληλοι θα ζητήσουν κάποιο έγγραφο που να επιβεβαιώνει την ταυτότητα του συναλλασσόμενου.

## 2.5 Η Περίπτωση της Τράπεζας Πειραιώς

Η Τράπεζα Πειραιώς έχει δημιουργήσει ένα από τα καλύτερα ηλεκτρονικά καταστήματα με μακρά ιστορία. Η πρώτη παρουσίαση στο κοινό έγινε τον Ιούνιο του 2001 και παρότι βρισκόταν σε αρχικά στάδια παρείχε μεγάλο εύρος διαθέσιμων υπηρεσιών. Μετά από αρκετά στάδια εξέλιξης και με τη βοήθεια των προτάσεων των χρηστών της, το ηλεκτρονικό κατάστημα της Τράπεζας Πειραιώς με ο όνομα Winbank (<https://www.winbank.gr/el/Pages/Home.aspx>) είναι το πιο αναγνωρισμένο ηλεκτρονικό κατάστημα της Ελλάδας με διεθνείς διακρίσεις.

### 2.5.1 Τι προσφέρει;

Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες της τράπεζας προσφέρουν το σύνολο ουσιαστικά των συναλλαγών που μπορεί να πραγματοποιήσει ο πελάτης με τη χρήση τριών μέσων:

1. Τηλέφωνο ή έξυπνο τηλέφωνο (smartphone).
2. Τα μηχανήματα easypay των καταστημάτων της τράπεζας.
3. Τον υπολογιστή ή ταμπλέτα (tablet).

### 2.5.2 Υπηρεσίες μέσω υπολογιστή

Όπως αναφέρεται στην ιστοσελίδα της τράπεζας οι διαθέσιμες κατηγορίες συναλλαγών είναι:

- Διαχείριση τραπεζικών προϊόντων (αλλαγή ορίων, τροποποίηση χαρακτηριστικών κλπ)
- Μεταφορές
- Πληρωμές
- Εμβάσματα
- Χρηματοστηριακές συναλλαγές
- Winbank alerts!
- Αιτήσεις για νέα προϊόντα

Αναφέρονται και συμπληρωματικές κατηγορίες συναλλαγών που προσφέρονται αποκλειστικά από τα ηλεκτρονικά κανάλια της τράπεζας και είναι:

- Η έκδοση και πληρωμή ηλεκτρονικού παράβολου (e-παράβολο)
- Λεφτά στο λεπτό, που δίνει την δυνατότητα στους χρήστες του να αποστείλουν χρήματα σε άτομα που δε διαθέτουν ούτε κάρτα.
- Διαχείριση προπληρωμένης κάρτας WEBUY
- Μεγαλύτερο εύρος συναλλαγών εξόφλησης λογαριασμών

- Συναλλαγές σε ξένα χρηματιστήρια
- Ανανέωση χρόνου συνομιλίας καρτοκινητού
- Χρηματιστηριακές συναλλαγές
- E-statements
- Winbank for cards

Για την ενημέρωση των πελατών για τις υπηρεσίες υπάρχει υλικό σε έγγραφη μορφή στα καταστήματα της Πειραιώς αλλά και βίντεο στην ιστοσελίδα της με χρήσιμες πληροφορίες. Επίσης υπάρχει η δυνατότητα μέσω διαδραστικού demo να περιηγηθεί ο ενδιαφερόμενος για 10 λεπτά στην πλατφόρμα ώστε να κρίνει αν το επίπεδο των υπηρεσιών της τον καλύπτει ή για να εξασκηθεί στην ολοκλήρωση των συναλλαγών.

Αναλυτικά οι προσφερόμενες υπηρεσίες της Winbank είναι:

#### Λογαριασμοί

- Υπόλοιπο-κινήσεις
- Διαχείριση Alerts για λογαριασμούς
- Πληροφορίες-Στοιχεία Λογαριασμού
- Άνοιγμα νέου λογαριασμού

#### Προθεσμιακές καταθέσεις

- Υπόλοιπο-κινήσεις
- Διαχείριση Alerts
- Πληρωμή πιστωτικής κάρτας άλλης ελληνικής τράπεζας
- Ανάθεση/διαχείριση/ακύρωση πάγιας εντολής πληρωμής
- Μεταφορά υπολοίπου
- Έκδοση νέας κάρτας τράπεζας Πειραιώς
- Αλλαγή PIN ή επανέκδοσή του
- Ηλεκτρονικά αρχείο μηνιαίων λογαριασμών (e-statements)

#### Χρεωστικές κάρτες

- Μεταβολή ημερήσιου ορίου χρήσης
- Σύνδεση/αποσύνδεση λογαριασμού
- Αναλυτικά στοιχεία χρεωστικής
- Αίτηση αλλαγής κάρτας λόγω φθοράς
- Αλλαγή PIN ή επανέκδοσή του

#### Προπληρωμένες και επαναφορτιζόμενες κάρτες

- Έκδοση/επανέκδοση νέας κάρτας
- Φόρτιση κάρτας τρίτου
- Επαναφόρτιση κάρτας ή ανάληψη μετρητών
- Υπόλοιπο-κινήσεις
- Διαχείριση Alerts
- Μεταβολή ημερήσιου ορίου συναλλαγών

- Ακύρωση κάρτας

#### Δάνεια

- Αναλυτικά στοιχεία δανείου
- Πληρωμή δόσης δανείου
- Ανάθεση/διαχείριση/ακύρωση πάγιας εντολής πληρωμής του

#### Επιταγές

- Πληροφόρηση για επιταγές που έχω εκδώσει
- Αίτηση ανάκλησης/ ακύρωση επιταγής
- Αίτηση έκδοσης καρνέ
- Ιστορικό αρχείο επιταγών (συνολική απεικόνιση)

#### Χρηματιστήριο

- Ενημέρωση για την αποτίμηση του χαρτοφυλακίου μου
- Διαχείριση Alerts (εκτέλεσης αγοραπωλησίας μετοχών, καθημερινή αποτίμηση χαρτοφυλακίου)
- Αγορά/πώληση μετοχών
- Αίτηση συμμετοχής σε δημόσιες εγγραφές

#### Πληρωμές

- ΔΕΚΟ, δημόσιες υπηρεσίες, τηλεπικοινωνίες
- Ιστορικό πληρωμών

#### Μεταφορές χρημάτων

- Μεταφορά χρημάτων μεταξύ λογαριασμών μου στην Τράπεζα Πειραιώς
- Μεταφορά χρημάτων σε λογαριασμό τρίτου στην Τράπεζα Πειραιώς
- Μεταφορά χρημάτων σε λογαριασμό άλλης τράπεζας (έμβασμα)
- Ιστορικό συναλλαγών

#### Χρήματα στο λεπτό

- Αποστολή/καταχώρηση εντολής για παραλαβή μετρητών χωρίς κάρτα
- Λήψη μετρητών χωρίς τη χρήση κάρτας
- Ιστορικό συναλλαγών της εν λόγω υπηρεσίας

#### Άλλες υπηρεσίες

- Έκδοση και πληρωμή e-παράβολου
- Ανανέωση αερόχρονου για καρτοκινητή
- Winbank επαναφόρτιση e-pass Αττικής Οδού
- Έκδοση εργοσήμου
- Αγορά ασφάλειας οχήματος

Η λίστα των πληροφοριών είναι διαθέσιμη στην ιστοσελίδα της Winbank.

### 2.5.3 Μηχανήματα easyray

Τα μηχανήματα easyray της τράπεζας Πειραιώς είναι μηχανήματα αυτόματων συναλλαγών που βρίσκονται μέσα στο δίκτυο των καταστημάτων της καθώς και σε πολλά άλλα καταστήματα (πχ ΔΕΗ, Vodafone κ.α) και απευθύνονται σε όλο το κοινό ανεξάρτητα αν υπάρχει συνεργασία με την τράπεζα ή όχι. Οι συναλλαγές που πραγματοποιούνται γίνονται με την εισαγωγή μετρητών στο μηχανήμα και εντάσσονται στις εξής κατηγορίες:

- Πληρωμές και εξοφλήσεις
- Συναλλαγές για προϊόντα της τράπεζας Πειραιώς
- Αγορές και ειδικές συναλλαγές

### 2.5.4 Τραπεζική μέσω τηλεφώνου

Η τράπεζα Πειραιώς παρέχει εφαρμογή που μπορεί να την 'κατεβάσει' δωρεάν ο χρήστης και να πραγματοποιήσει ένα σύνολο συναλλαγών. Αυτές είναι:

- Υπόλοιπα και κινήσεις λογαριασμών, καρτών και δανείων
- Διαχείριση προπληρωμένης κάρτας Winbank WEBUY
- Μεταφορές
- Πληρωμές
- Έκδοση και πληρωμή ηλεκτρονικού παράβολου
- Εμβάσματα
- Χρηματιστηριακές συναλλαγές
- Ανανέωση χρόνου ομιλίας

Εναλλακτικά οι συναλλαγές μπορούν να γίνουν προφορικά τόσο από το κινητό όσο και το σταθερό τηλέφωνο του χρήστη αρκεί να το έχει δηλώσει στην τράπεζα και να έχει επιπλέον το κωδικό ασφαλείας του (PIN) της χρεωστικής του κάρτας.

Με τις προφορικές συναλλαγές ο χρήστης μπορεί εκτός των ανωτέρω να κάνει τις εξής συναλλαγές:

- Συναλλαγές σε ξένα χρηματιστήρια
- Αιτήσεις για νέα προϊόντα
- Winbank alerts
- e-statements
- Δυνατότητα διαχείρισης prepaid
- Μεγαλύτερο εύρος συναλλαγών εξόφλησης λογαριασμών
- Λεφτά στο λεπτό

### 2.5.5 Τραπεζική μέσω Σύντομων Μηνυμάτων (SMS)

- Είναι μια υπηρεσία, με περιορισμένες δυνατότητες, που έχει όμως ως πλεονέκτημα το ότι δεν απαιτεί τηλέφωνο νέας τεχνολογίας και

εξοικείωση με το διαδίκτυο. Από αυτή την υπηρεσία μπορούν να γίνουν οι εξής συναλλαγές:

- Ενημέρωση για το υπόλοιπο λογαριασμού
- Ενημέρωση για την κίνηση του λογαριασμού
- Μεταφορά χρημάτων ανάμεσα σε λογαριασμούς
- Ανανέωση του χρόνου ομιλίας καρτοκινητών

### 2.5.6 Ασφάλεια συναλλαγών

Οι βασικές αρχές ασφάλειας της πλατφόρμας ακολουθούν τους γενικούς κανόνες που αναφέρθηκαν. Με την υπογραφή της σύμβασης, ο χρήστης λαμβάνει από το κατάστημα ένα κουτί με εμπορική ονομασία winbox με τον κωδικό χρήστη και τον προσωπικό κωδικό ασφαλείας. Μετά από την πρώτη χρήση των κωδικών, ζητείται από το χρήστη να τους αλλάξει. Η αλλαγή των κωδικών μπορεί να πραγματοποιείται όσο συχνά επιθυμεί ο χρήστης και σε κάθε περίπτωση του ζητείται η αλλαγή τους σε τακτά χρονικά διαστήματα (δύο, τεσσάρων ή έξι μηνών).

Για την επιπλέον ασφάλεια σε ορισμένες κατηγορίες συναλλαγών είναι απαραίτητη η χρήση ενός επιπλέον κωδικού ασφαλείας που η Πειραιώς το ονομάζει extraPIN και αποστέλλεται στο κινητό τηλέφωνο του χρήστη με sms. Ο κωδικός αυτός ισχύει για ένα λεπτό από την στιγμή που θα παραλειφθεί και μετά από αίτηση του χρήστη μπορεί να τον χρησιμοποιεί ακόμα και για την πρόσβασή του στο σύστημα.

Για την ασφάλεια των δεδομένων που μεταφέρονται και εισάγονται στο σύστημα, το ηλεκτρονικό κατάστημα χρησιμοποιεί κρυπτογράφηση βάσει του πρωτοκόλλου SSL-128-bit (Secure Sockets Layer).

Τέλος, υπάρχει ελεγχόμενη πρόσβαση (firewall) που απαγορεύει σε τρίτους την πρόσβαση στη βάση δεδομένων και γενικότερα στο σύστημα της τράπεζας.

## 2.6 Ψηφιακά Νομίσματα και Bitcoins

Τα ψηφιακά χρήματα αποτελούν το αντίστοιχο των κανονικών χρημάτων, αλλά στον ψηφιακό κόσμο. Είναι νομίσματα που αποτελούν μέσα συναλλαγής, αλλά δεν έχουν καμία φυσική υπόσταση κάτι που τους δίνει και αρκετά πλεονεκτήματα.

Αρχικά η μετακίνηση χρημάτων και η πραγματοποίηση συναλλαγών γίνεται ασύγκριτα γρηγορότερα από ότι με κανονικό χρήμα καθώς το ψηφιακό μπορεί να μεταφερθεί με μια απλή επικόλληση σε ένα γράμμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Επίσης είναι ένα μέσο συναλλαγής κοινό για όλο τον κόσμο και τα κόστη συναλλαγών μειώνονται ή και μηδενίζονται.

Από την πρώτη εισαγωγή τέτοιων νομισμάτων το 1996 με το E-gold έχουν γίνει πολλές προσπάθειες καθιέρωσης τέτοιων μέσων συναλλαγής που έχουν αποτύχει. Το 2008 δημιουργήθηκε ένα νόμισμα που γνώρισε μεγάλη επιτυχία και έκανε ευρύτερα γνωστή την ιδέα του ψηφιακού νομίσματος καθώς απασχόλησε έντονα τόσο τους επενδυτές, όσο και τους νομοθέτες. Το νόμισμα

αυτό λέγεται Bitcoin και είναι ένα μέσο συναλλαγής μεταξύ χρηστών (peer-to-peer) χωρίς την ύπαρξη κεντρικής τράπεζας.

Τα νομίσματα παράγονται από οποιονδήποτε επιθυμεί να κάνει κάτι τέτοιο, με τη χρήση του υπολογιστή του και τη χρήση ενός ανοιχτού κώδικα και η διαδικασία παραγωγής τους λέγεται εξόρυξη (mining).

Ο στόχος αυτών των νομισμάτων είναι οι γρήγορες, φθηνές και μη ελεγχόμενες συναλλαγές. Είναι μια προσπάθεια λοιπόν για επιπλέον ελευθερία και εξάλειψη των εμποδίων των συναλλαγών που είναι τελείως αντίθετη με τη φύση του παγκόσμιου εμπορίου που έχει δημιουργήσει ο κόσμος του διαδικτύου. Η δημιουργία τέτοιων νομισμάτων είναι σίγουρο ότι θα επηρεάσουν την ηλεκτρονική τραπεζική και θα αλλάξουν τη σημερινή μορφή της.

## 2.7 Συνοπτικά Συμπεράσματα

Η εξέλιξη των τραπεζών σε επιχειρήσεις που επεξεργάζονται πληροφορίες, τις οδηγεί στη συνεχή αναβάθμιση των πληροφοριακών τους συστημάτων με στόχο την διατήρηση της ανταγωνιστικότητάς τους μέσω της καλύτερης εξυπηρέτησης των πελατών τους και τη μείωση του κόστους τους.

Όλα τα δεδομένα οδηγούν στο συμπέρασμα ότι ο κύριος όγκος συναλλαγών θα πραγματοποιείται μακροπρόθεσμα από τον ίδιο τον πελάτη από τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες που θα του προσφέρονται. Αυτό θα μεταβάλει τις σχέσεις τράπεζας-πελάτη και την οργάνωση του καταστήματος.

Η συνεχώς αυξανόμενη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής θα οδηγήσει στην μετεξέλιξη των καταστημάτων από κύριο σε ένα από τα πολλά κανάλια επικοινωνίας της τράπεζας με τον πελάτη. Τα Flagship branches και τα αυτοματοποιημένα καταστήματα είναι σημάδια αυτής της εξέλιξης που δείχνουν ότι η ηλεκτρονική τραπεζική θα εξυπηρετεί συνεχώς μεγαλύτερο μέρος των παρεχόμενων υπηρεσιών. Σε παγκόσμιο επίπεδο το e-banking αποτελεί πλέον ένα κύριο κανάλι εξυπηρέτησης, το οποίο μειώνει το κόστος λειτουργίας της τράπεζας.



# Ηλεκτρονικό Πορτοφόλι (E-Wallet)

## 3. Εισαγωγή

Η ψηφιοποίηση των συναλλαγών, δημιούργησε την ανάγκη της ψηφιοποίησης και των μέσων με τα οποία αυτές υλοποιούνται. Οι τραπεζικοί λογαριασμοί αποτελούν μια καλή βάση για τα νέα δεδομένα των συναλλαγών καθώς αποτελούν ένα σύστημα αποθήκευσης χρήματος με ψηφιακή δομή, που μπορούν να εξυπηρετήσουν τον πελάτη όλο το εικοσιτετράωρο, χωρίς την ανάγκη εξυπηρέτησης από κάποιον υπάλληλο. Παρά τις παρεχόμενες υπηρεσίες όμως, οι ανάγκες των καταναλωτών για ακόμη ταχύτερη και ασφαλέστερη εξυπηρέτηση οδήγησε στη δημιουργία νέων ψηφιακών προϊόντων που προσφέρουν πιο ολοκληρωμένες υπηρεσίες και λόγω της ευελιξίας και προσαρμοστικότητάς τους συγκεντρώνουν την προσοχή όλο και μεγαλύτερης μερίδας καταναλωτών.

Ο λόγος γίνεται για τα ηλεκτρονικά πορτοφόλια που αποτελούν τις νέες υπηρεσίες που παρέχονται από γίγαντες του κλάδου της πληροφορικής όπως η Apple και η Google αλλά και από μικρότερες εταιρίες που ελπίζουν να λάβουν μέρος σε μια αγορά η οποία φαίνεται ότι θα παίξει καθοριστικό ρόλο στις συναλλαγές του μέλλοντος.

### 3.1 Ιστορικό

Το ξεκίνημα της ηλεκτρονικής εποχής δημιούργησε την ιδέα της μεταφοράς της αξίας των χρημάτων στις πιστωτικές κάρτες οι οποίες περιείχαν ουσιαστικά δεδομένα λογαριασμών. Η κάρτα έδινε στον κάτοχό της τη δυνατότητα πληρωμών και γενικότερα πρόσβαση σε τραπεζικούς λογαριασμούς μέσα από παγκόσμια δίκτυα. Αλλά, παρά τα πλεονεκτήματά του, το σύστημα παρουσίαζε προβλήματα και δεν φάνηκε ικανό να ανταποκριθεί στις εξελίξεις που εμφανίζονταν. Έτσι το 'πλαστικό χρήμα' αποτελεί ένα μεταβατικό στάδιο από το συμβατικό στο ηλεκτρονικό πορτοφόλι. Η μετάβαση γίνεται μετά από εξάντληση των περιθωρίων βελτίωσης των πιστωτικών καρτών με επιπρόσθετα συστήματα ασφαλείας, με συνεργασίες τραπεζών-καταστημάτων για την επιβράβευση των πελατών τους κλπ.

Η εξάπλωση του διαδικτύου και του ηλεκτρονικού εμπορίου έφερε σαν φυσική εξέλιξη τη δημιουργία μιας υπηρεσίας που θα επέτρεπε στον πελάτη να συναλλάσσεται με ευκολία στο ψηφιακό κόσμο. Η Paypal έγινε η υπηρεσία με την ευρύτερη αποδοχή που ξεκίνησε το 1998 και μέχρι σήμερα ικανοποιεί τέτοιες ανάγκες.

Οι εξελίξεις που έγιναν στο διαδίκτυο αλλά και στο επίπεδο της τεχνολογίας γενικότερα δεν αρκούσαν στις λίγες παρεχόμενες πληροφορίες για τον χρήστη. Σε ένα γενικότερο πλαίσιο που η δημιουργία προφίλ χρήστη σε κάθε ιστοσελίδα είναι προϋπόθεση για τη χρήση της, η διαδικτυακή εποχή πέρασε στην επόμενη

φάση. Οι παρεχόμενες υπηρεσίες είναι ανώτερες από πριν καθώς ολόκληρη η ιστοσελίδα διαμορφώνεται με βάση τις ανάγκες του χρήστη. Η στροφή αυτή στη δημιουργία μια ηλεκτρονικής αναπαράστασης της προσωπικότητας και των δεδομένων του ατόμου χρησιμοποιήθηκε από μεγάλες εταιρίες πληροφορικής όπως η Google, προσφέροντας τη δυνατότητα δημιουργίας ενός προφίλ που μπορεί να δώσει πρόσβαση σε όλες τις ιστοσελίδες, παρακάμπτοντας έτσι την ανάγκη δημιουργίας πολλών παράλληλων προφίλ.

Στα όσα αναφέραμε βλέπουμε την ανάγκη ικανοποίησης δύο αναγκών:

1. Τη διενέργεια συναλλαγών
2. Την ταυτοποίηση του χρήστη ώστε να αποκτά πρόσβαση στις διαδικτυακές υπηρεσίες και να ολοκληρώνει με ασφάλεια τις συναλλαγές του.

Τέλος, αν προσθέσουμε το γεγονός ότι το σύνολο των νέων κινητών τηλεφώνων που διαθέτουν οι καταναλωτές είναι 'έξυπνα' και μεταφέρουν συνεχώς το ηλεκτρονικό τους προφίλ, ολοκληρώνεται η εικόνα για το ηλεκτρονικό πορτοφόλι και γιατί έχει οδηγηθεί στη σημερινή του μορφή.

### 3.2 Τι είναι;

Το ψηφιακό πορτοφόλι αποτελείται στην πραγματικότητα από δύο μέρη:

1. Την παρεχόμενη υπηρεσία που λειτουργεί με την βοήθεια μιας εφαρμογής και
2. Τη συσκευή μέσω της οποίας αποκτά πρόσβαση ο χρήστης στην υπηρεσία ώστε να ολοκληρώσει τη συναλλαγή. Η συσκευή μπορεί να είναι έξυπνο κινητό τηλέφωνο (smartphone) ή υπολογιστής.

Η υπηρεσία δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να αποθηκεύσει όλα τα δεδομένα τα οποία θα είχε κανονικά σε ένα συμβατικό πορτοφόλι. Αυτά μπορεί να περιλαμβάνουν τις κάρτες συναλλαγών του (πιστωτικές και χρεωστικές), χρήματα, δίπλωμα οδήγησης, εκπαιδευτικά κουπόνια κλπ. Επίσης ο χρήστης μπορεί να προσθέσει τα στοιχεία του τραπεζικού του λογαριασμού αποκτώντας άμεση πρόσβαση ώστε να μπορεί να χρησιμοποιεί τα μετρητά του σε κάθε συναλλαγή αλλά και τη δυνατότητα αποστολής χρημάτων σε άλλους χρήστες της υπηρεσίας.

Αφού εφοδιαστεί το πορτοφόλι με τις απαραίτητες πληροφορίες, ο χρήστης μπορεί να ολοκληρώσει έναν τεράστιο αριθμό συναλλαγών και να απολαύσει πολλές επιπλέον υπηρεσίες.

### 3.3 Συναλλαγές

Οι συναλλαγές που μπορούν να πραγματοποιηθούν με τη βοήθεια του ηλεκτρονικού πορτοφολιού χωρίζονται σε τρεις βασικές κατηγορίες:

1. Τις διαδικτυακές συναλλαγές
2. Τις συναλλαγές σε πραγματικά καταστήματα
3. Τις μεταφορές χρημάτων μεταξύ των χρηστών

### 3.3.1 Διαδικτυακές

Η αγοράς μέσω διαδικτύου είχαν ως βασικό πρόβλημα την χρονοβόρα συμπλήρωση στοιχείων ώστε να γίνει η συναλλαγή. Η δυσκολία αυτή ξεπερνιέται με τη χρήση του ηλεκτρονικού πορτοφολιού αφού ο χρήστης 'κυκλοφορεί' ουσιαστικά στον ψηφιακό κόσμο όπως θα έκανε στον πραγματικό κόσμο. Με την επιλογή του προϊόντος σε μια διαδικτυακή αγορά, ο χρήστης επιλέγει τη χρήση του ηλεκτρονικού πορτοφολιού του και μετά με ποιό μέσο επιθυμεί να πληρώσει και η συναλλαγή ολοκληρώνεται. Όλα τα απαραίτητα στοιχεία τα έχει αποθηκευμένα στο ηλεκτρονικό του πορτοφόλι και δεν υπάρχει η ανάγκη επιβεβαίωσης τους με αποτέλεσμα την γρήγορη ολοκλήρωση της συναλλαγής αλλά και την μεγαλύτερη ασφάλεια.

Η κάθε συναλλαγή που πραγματοποιείται, αποθηκεύεται αυτόματα ώστε να μπορεί ο χρήστης να ελέγχει τι κινήσεις έχει κάνει ή σε τι στάδιο ολοκλήρωσης βρίσκονται κάθε στιγμή. Έτσι μπορεί να παρακολουθεί ένα προϊόν που έχει παραγγείλει και να μάθει πότε θα του παραδοθεί ή το που έχει ξοδέψει τα χρήματά του και τι σχεδιασμό να κάνει για τις επόμενες μέρες.

### 3.3.2 Συμβατικές

Η πραγματικά πρωτοποριακή ιδέα ωστόσο των ηλεκτρονικών πορτοφολιών, είναι η πραγματοποίηση των απλών καθημερινών συναλλαγών στα συμβατικά καταστήματα. Στις συναλλαγές αυτές αρκεί ο χρήστης να έχει μαζί του το κινητό του τηλέφωνο στο οποίο έχει το ηλεκτρονικό του πορτοφόλι. Όταν ο πελάτης φτάσει στο ταμείο, ο υπάλληλος ακολουθεί την ίδια διαδικασία για τα αγαθά και ενημερώνει για το ποσό του λογαριασμού. Ο χρήστης αντί να πληρώσει με κάποιον συμβατικό τρόπο, πλησιάζει το κινητό του τηλέφωνο σε μία συσκευή που παρέχει ένα ασύρματο δίκτυο που ονομάζεται NFC (Near Field Communication και η συναλλαγή ολοκληρώνεται. Η διαδικασία με αυτού του τρόπου την πληρωμή λέγεται Tap and pay και όπου παρέχεται η υπηρεσία υπάρχει η εικόνα σήματος contactless..



Σήμα contactless που υπάρχει στα σημεία που προσφέρεται η υπηρεσία tap and pay.

Στο τελευταίο στάδιο μπορεί να του ζητηθεί ο κωδικός ασφαλείας (PIN) του ηλεκτρονικού του πορτοφολιού που πρέπει να θυμάται πάντα ο χρήστης

Η πραγματική όμως ελευθερία που προσπαθεί το ηλεκτρονικό πορτοφόλι να δώσει στον χρήστη του δεν γίνεται να επιτευχθεί με την μνημόνευση κωδικών όπως ο PIN, αφού αυτό προσπαθεί άλλωστε η υπηρεσία να αποφύγει. Την λύση έδωσε η Apple με την υπηρεσία Apple iD η οποία προσφέρεται από την 6η γενιά iPhones και πρόκειται για ένα σύστημα αναγνώρισης των δαχτυλικών

αποτυπωμάτων. Ο χρήστης λοιπόν αρκεί να ακουμπήσει το δάχτυλό του στη συσκευή του τηλεφώνου του για να επιβεβαιώσει μια συναλλαγή που επιθυμεί να κάνει. Την υπηρεσία αναγνώρισης δαχτυλικού αποτυπώματος την προσφέρουν και άλλες εταιρίες όπως η Samsung ([http://www.samsung.com/gr/consumer/mobile-phone/smartphone?gclid=Cj0KEQiA0aemBRC8p87zv\\_mc5qYBEiQAIiEEMQRsA38Ls-dlP\\_onbPMtoH9azSV2Y0QXMY8K\\_YztnWmoaAtEf8P8HAQ](http://www.samsung.com/gr/consumer/mobile-phone/smartphone?gclid=Cj0KEQiA0aemBRC8p87zv_mc5qYBEiQAIiEEMQRsA38Ls-dlP_onbPMtoH9azSV2Y0QXMY8K_YztnWmoaAtEf8P8HAQ) ).

Επιπλέον, στοιχεία όπως εκπτώτικα κουπόνια, συλλογή πόντων από χρήση πιστωτικών καρτών κλπ αποθηκεύονται στο ηλεκτρονικό πορτοφόλι και μπορούν να χρησιμοποιηθούν κανονικά στις συναλλαγές.

Για την πραγματοποίηση συναλλαγών, το ηλεκτρονικό πορτοφόλι της Google, το Google Wallet, παρέχει στους χρήστες του και μια κάρτα που μοιάζει με τις κάρτες πληρωμών που υπάρχουν ήδη. Με τη βοήθειά της μπορεί ο χρήστης να χρησιμοποιήσει το ηλεκτρονικό του πορτοφόλι ακόμα και σε μέρη που δεν διαθέτουν δίκτυα NFC. Έτσι μπορεί να πληρώσει λογαριασμούς ή να κάνει αναλήψεις μετρητών από μηχανήματα αυτόματων συναλλαγών κλπ.

Η κάρτα αυτή είναι απόλυτα ελεγχόμενη από το κινητό του χρήστη και μπορεί να ενεργοποιηθεί ή απενεργοποιηθεί από τον ίδιο με την αντίστοιχη επιλογή μέσω της συσκευής του άμεσα.

Επίσης, οι αγορές μπορούν να γίνουν ακόμα ευκολότερες και γρήγορες καθώς ο χρήστης μπορεί παραγγείλει το προϊόν από το ηλεκτρονικό κατάστημα και να το πληρώσει με το ηλεκτρονικό του πορτοφόλι. Στη συνέχεια πηγαίνει στο κατάστημα που έχει ορίσει από πριν και παραλαμβάνει την παραγγελία του χωρίς αναμονή στο ταμείο. Η συγκεκριμένη δυνατότητα είναι πολύ εξυπηρετική σε περιπτώσεις όπως τα εστιατόρια ή καφετέριες που προσφέρουν τα προϊόντα τους για κατανάλωση εκτός καταστήματος. Η υπηρεσία συμβάλει στην καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών καθώς δεν δημιουργούνται ουρές αναμονής ούτε τις ώρες αιχμής και δεν απασχολείται προσωπικό στην λήψη της παραγγελίας.

### 3.3.3 Μεταφορές Χρημάτων

Η τρίτη κατηγορία συναλλαγών που γίνονται από το ηλεκτρονικό πορτοφόλι είναι η μεταφορά χρημάτων μεταξύ χρηστών. Η δυνατότητα αυτή επιτρέπει στους χρήστες να ζητήσουν χρήματα από άλλους χρήστες και να γίνει άμεσα η μεταφορά ώστε να ικανοποιηθεί κάποια ανάγκη.

Ο χρήστης μπορεί να επιλέξει σε ποιόν επιθυμεί να δώσει χρήματα, το ακριβές ποσό που επιθυμεί να δώσει και από ποιό λογαριασμό του θα αφαιρεθούν. Έτσι όσοι διαθέτουν ηλεκτρονικό πορτοφόλι δεν χρειάζεται να ανησυχούν όχι μόνο για το αν έχουν το πορτοφόλι τους μαζί τους, αλλά ακόμα και για το αν έχει διαθέσιμα χρήματα.

Η Google δίνει τη δυνατότητα η μεταφορά χρημάτων να γίνει και με μια απλή επισύναψη σε ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Έτσι ο αποστολέας επιλέγει το εικονίδιο στο e-mail του που δίνει αυτή τη δυνατότητα και το αποστέλλει στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο του ατόμου που επιθυμεί. Τα

χρήματα μεταφέρονται αμέσως και γίνονται διαθέσιμα στο ηλεκτρονικό πορτοφόλι του λήπτη και ο ίδιος ενημερώνεται με μια ειδοποίηση ότι έλαβε το ποσό. Τα χρήματα αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν με όποιο τρόπο επιθυμεί ο λήπτης και η διαδικασία στη Google είναι δωρεάν.

### 3.4 Ασφάλεια Συναλλαγών

Η ασφάλεια στις ηλεκτρονικές συναλλαγές αποτελεί πάντα τη βασικότερη προϋπόθεση επιτυχίας τους καθώς οι χρήστες πάντα ανησυχούν για αυτή. Η ανάπτυξη των ηλεκτρονικών πορτοφολιών έγινε με αυτό το κριτήριο σε κεντρική θέση και μάλιστα μπορεί κανείς να ισχυριστεί ότι η υπηρεσία αποτελεί τον ασφαλέστερο τρόπο συναλλαγής. Το κάθε ηλεκτρονικό πορτοφόλι παρέχει διαφορετικά χαρακτηριστικά ασφαλείας που σε κάθε περίπτωση όμως παρέχουν ως σύνολο, ένα πολύ υψηλό επίπεδο προστασίας.

Αρχικά, όπως όλες οι συναλλαγές που γίνονται από ηλεκτρονικά μέσα, χρησιμοποιούν κρυπτογράφηση όλων των ευαίσθητων δεδομένων με τρόπο που καθιστά ουσιαστικά αδύνατη την διαρροή τους σε τρίτα μέρη. Αυτό το κομμάτι της ασφάλειας όμως, λόγω της τεχνικής φύσης του, δεν γίνεται αντιληπτό από το κοινό και δεν προκαλεί αίσθημα εμπιστοσύνης.

Η χρήση κωδικών ασφαλείας όπως το PIN παρέχει έναν επιπλέον βαθμό ασφαλείας ο οποίος αναγνωρίζεται από το κοινό αλλά έχει αρκετά μειονεκτήματα που μπορούν να ξεπεραστούν. Η ανάγκη αλλαγής του κωδικού σε τακτά χρονικά διαστήματα οδηγεί τον χρήστη στο να γράφει τον εκάστοτε κωδικό ώστε να είναι σίγουρος ότι θα τον έχει όταν τον χρειαστεί. Με τον τρόπο αυτό όμως καταργείται η ασφάλεια που παρέχει ο κωδικός καθώς σε περίπτωση κλοπής ο κωδικός μαζί με μια κάρτα ή το κινητό ισοδυναμεί με μετρητά.

Η εισαγωγή του Apple iD έδωσε λύση σε αυτό το πρόβλημα αλλά μόνο για τους κατόχους της 6<sup>ης</sup> γενιάς των iPhones. Η υπηρεσία διαβάζει το δακτυλικό αποτύπωμα του κατόχου του κινητού και το αποθηκεύει. Στη συνέχεια μπορεί να χρησιμοποιηθεί το αποτύπωμα ώστε να προστατευθούν όλες οι λειτουργίες του τηλεφώνου. Η επιβεβαίωση λοιπόν των συναλλαγών με τη βοήθεια του δακτυλικού αποτυπώματος είναι μια υπηρεσία που δεν παρέχεται σε κανέναν άλλο τρόπο συναλλαγής και δίνει πολύ υψηλό επίπεδο ασφαλείας.

Το επόμενο στοιχείο ασφαλείας έχει να κάνει με το γεγονός ότι τα δεδομένα των λογαριασμών και καρτών που χρησιμοποιούνται για τις συναλλαγές δεν γίνονται ορατά σε κανέναν και δεν μεταφέρονται ούτε στον πωλητή που αναμένει την πληρωμή του. Αντίθετα, όταν αποθηκεύεται στο ηλεκτρονικό πορτοφόλι μια πιστωτική κάρτα, δημιουργείται ένας αριθμός ο οποίος αποθηκεύεται στη συσκευή του τηλεφώνου. Επιπλέον σε κάθε απόπειρα συναλλαγής η υπηρεσία του ηλεκτρονικού πορτοφολιού αποστέλλει ένα δεύτερο κωδικό ασφαλείας που χρησιμοποιείται για μια και μόνο συναλλαγή. Στη συναλλαγή λοιπόν το σύστημα του πωλητή λαμβάνει τους δύο κωδικούς ασφαλείας και όχι τα στοιχεία των λογαριασμών του ατόμου που πληρώνει. Έτσι διασφαλίζεται ότι όλα τα δεδομένα παραμένουν ασφαλή.

Η κλοπή του τηλεφώνου ή η απώλειά του λόγω απροσεξίας του χρήστη είναι το επόμενο μεγάλο πρόβλημα που κλήθηκαν να ξεπεράσουν τα ηλεκτρονικά πορτοφόλια. Η προσέγγιση των δύο μεγαλύτερων παρόχων της υπηρεσίας είναι διαφορετική.

Η Google διαβεβαιώνει τους χρήστες του Google Wallet ότι είναι δεν θα επιβαρυνθούν με καμία επιβεβαιωμένα μη εγκεκριμένη συναλλαγή από τους ίδιους αρκεί να το δηλώσουν σε ένα διάστημα 120 ημερών στην υπηρεσία.

Με αυτόν τον τρόπο ο χρήστης εξασφαλίζεται σε δυο περιπτώσεις:

1. Αν κλαπεί το κινητό του και δεν προλάβει να απενεργοποιήσει το ηλεκτρονικό του πορτοφόλι πριν γίνει κάποια συναλλαγή με αυτό
2. Αν πραγματοποιηθεί κάποια συναλλαγή από τον λογαριασμό του ενώ το κινητό είναι στην κατοχή του.

Η Apple παρέχει μια διαφορετική υπηρεσία που προστατεύει το σύνολο των πληροφοριών που είναι αποθηκευμένες στη συσκευή του τηλεφώνου. Ο νόμιμος κάτοχος μόλις αντιληφθεί την απώλεια του κινητού του, ενεργοποιεί την υπηρεσία με το όνομα Find My iPhone που του επιτρέπει να εντοπίσει το κινητό του. Αν αποτύχει ο εντοπισμός, πρέπει να γίνει η ρύθμιση Lost Mode που κλειδώνει το κινητό και δεν επιτρέπεται σε κανέναν η χρήση τόσο του ηλεκτρονικού πορτοφολιού, όσο και το σύνολο των υπηρεσιών του τηλεφώνου. Τέλος, σε περίπτωση που ο νόμιμος κάτοχος θέλει να εξασφαλίσει τα δεδομένα του μπορεί να τα διαγράψει μέσα από αυτήν την υπηρεσία και το τηλέφωνο να μην περιέχει καμία πληροφορία του.

Πέρα από τα προηγμένα συστήματα ασφαλείας, το ηλεκτρονικό πορτοφόλι παρέχει και απλές διαδικασίες ασφαλείας όπως η ειδοποίηση του χρήστη ότι πραγματοποιεί κάποια συναλλαγή. Η ειδοποίηση που λαμβάνει ο χρήστης έχει τη μορφή μηνύματος στην οθόνη της συσκευής του ή δόνησης. Έτσι ενημερώνεται ότι έγινε η συναλλαγή επιτυχώς και αν δεν την εγκρίνει μπορεί να λάβει τα απαραίτητα μέτρα.

Τέλος, η διαφύλαξη των στοιχείων των συναλλαγών του χρήστη διασφαλίζεται με το να αποθηκεύονται μόνο στην συσκευή του και για μικρό χρονικό διάστημα. Η αποθήκευση αυτή γίνεται με στόχο την εξυπηρέτηση του και για τον έλεγχο των συναλλαγών του. Η Apple μάλιστα ισχυρίζεται ότι καθώς η ίδια δεν αποθηκεύει κανένα στοιχείο των συναλλαγών των πελατών της, είναι αδύνατη η σύνδεσή πελάτη-συναλλαγής με αποτέλεσμα τη διαφύλαξη της ιδιωτικότητάς τους. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με την απόκρυψη των στοιχείων του συναλλασσόμενου που δεν εμφανίζονται σε κανένα στάδιο της συναλλαγής, κάνουν τις αγορές του χρήστη παραμένουν μυστικές προφυλάσσοντάς τον.

### 3.5 Πώς θα Στραφούν οι Καταναλωτές σε Αυτές τις Υπηρεσίες;

Το βασικό ερώτημα που τίθεται για το ηλεκτρονικό πορτοφόλι είναι: Το γεγονός ότι προσφέρουν ευκολία και ασφάλεια είναι αρκετό για να το προτιμήσουν οι καταναλωτές;

Η απάντηση μπορεί να βρεθεί στις αποτυχημένες απόπειρες πολλών εταιριών να δημιουργήσουν το δικό τους ηλεκτρονικό πορτοφόλι. Στις προσπάθειες αυτές οι δημιουργοί τους αναλώθηκαν στη δημιουργία εφαρμογών που προσέφεραν μόνο τη βασική ιδέα του ηλεκτρονικού πορτοφολιού. Αυτό όπως αποδείχθηκε δεν είναι αρκετό, καθώς η υπηρεσία προσπαθεί να αλλάξει μια συνήθεια που έχει εδραιωθεί και παρουσιάζει μεγάλο βαθμό ικανοποίησης από το κοινό, παρουσιάζεται λοιπόν ένα πρόβλημα τριβής. Η χρήση μόνο του κινητού τηλεφώνου χωρίς την ανάγκη χρήσης της κάρτας ή μετρητών είναι μια υπηρεσία που σε βάθος χρόνου θα γίνει αποδεκτή και θα θεωρείται αυτονόητη η ανάγκη για τη χρήση της. Ωστόσο το στοίχημα των σημερινών εφαρμογών είναι να προσφέρουν μια ανώτερη υπηρεσία η οποία θα πείθει τον καταναλωτή να ξεκινήσει άμεσα την χρήση της. Αυτό το κατάφερε η εφαρμογή που προσέφερε μια εταιρία εκτός του κλάδου της πληροφορικής και συγκεκριμένα η αλυσίδα Starbucks.

#### 3.5.1 Οι Παράγοντες Επιτυχίας της Εφαρμογής των Starbucks

Η εταιρία αναγνώρισε στο ηλεκτρονικό πορτοφόλι την ευκαιρία της προώθησης των προϊόντων της και τη δημιουργία μιας στενής σχέσης με τον πελάτη ώστε να αποφύγει τη 'διαρροή' πελατείας προς τον ανταγωνισμό. Έτσι δημιούργησε μια εφαρμογή που θα εξυπηρετούσε τις ανάγκες της και ταυτόχρονα θα προσέφερε μια καλύτερη εμπειρία στον πελάτη μέσα και έξω από το κατάστημα. Τα κύρια χαρακτηριστικά της εφαρμογής που προσφέρει η συγκεκριμένη εφαρμογή είναι:

- Η χρήση του κινητού τηλεφώνου για την ολοκλήρωση της συναλλαγής.
- Ηλεκτρονική κάρτα πελάτη στην οποία προστίθενται πόντοι με κάθε αγορά (κάτι που υιοθέτησαν αργότερα και οι μεγαλύτερες εταιρίες που προσφέρουν την εφαρμογή του ηλεκτρονικού πορτοφολιού)
- Εκπτώσεις
- Δωρεάν Προϊόντα
- Ηλεκτρονικά κουπόνια
- Αναγνώριση των συχνών πελατών και εξασφάλιση σε αυτούς προνομίων όπως οι καλύτερες προσφορές. Οι πελάτες μάλιστα κατατάσσονται σε βαθμίδες ανάλογα με τη συχνότητα των αγορών τους
- Προσωπικό ηλεκτρονικό γραμματοκιβώτιο στο οποίο αποστέλλονται ενημερωτικά φυλλάδια και διαφημίσεις της εταιρίας. Με τον τρόπο αυτό γίνεται μια διαφήμιση της εταιρίας η οποία έχει χαμηλό κόστος. Για να



παρακινηθούν οι πελάτες να ελέγχουν συχνά το γραμματοκιβώτιό τους, τους αποστέλλονται ψηφιακά δώρα όπως τραγούδια, βιβλία και εφαρμογές.

Το ηλεκτρονικό πορτοφόλι των Starbucks έχει γνωρίσει τόσο μεγάλη επιτυχία που υπάρχουν συζητήσεις ώστε να υιοθετηθεί και από άλλες επιχειρήσεις με παρόμοια χαρακτηριστικά. Ταυτόχρονα η εταιρία θα προσφέρει μια νέα εφαρμογή με την οποία θα μπορεί ο χρήστης να δίνει την παραγγελία του πριν φτάσει στο κατάστημα και θα πληρώνει με το υπόλοιπο που έχει στο ήδη υπάρχον ηλεκτρονικό πορτοφόλι.

Το μοντέλο αυτό σίγουρα δεν θα γνωρίσει επιτυχία αν απλώς αντιγραφεί από τα μεγάλα ηλεκτρονικά πορτοφόλια και επίσης ίσως δεν είναι εφικτή η εφαρμογή του στην κλίμακα που επιχειρεί η υπηρεσία να επεκταθεί. Ο δρόμος όμως που ακολούθησε η εφαρμογή των Starbucks δείχνει την πορεία που πρέπει να ακολουθήσουν και οι υπόλοιπες εφαρμογές δηλαδή μια πιο ολοκληρωμένη υπηρεσία για τον πελάτη. Η ύπαρξη e-wallet με τη σημερινή μορφή που έχουν πολλά από αυτά, είναι φανερό ότι δεν είναι βιώσιμη και περισσότερο έχει την φύση πειραματισμού.

### 3.5.2 Γενικότερες Προτάσεις

Η παροχή διαφορετικών υπηρεσιών ανάλογα με την κατηγορία του καταστήματος, φαίνεται να είναι η πιο εφαρμόσιμη ιδέα για να βασιστεί η εξέλιξη του e-wallet στην επόμενη γενιά του. Μερικές ιδέες για επιπλέον υπηρεσίες ανάλογα με τον κλάδο, είναι:

1. Για τον κλάδο της εστίασης:
  - Οι εκπτώσεις
  - Η παραγγελία πριν την άφιξη στο κατάστημα
  - Η πρόταση νέων προϊόντων ανάλογα με το ιστορικό παραγγελιών του πελάτη
2. Για τα καταστήματα λιανικής:
  - Η ενημέρωση για προσφορές
  - Η ψηφιοποίηση των καρτών συγκέντρωσης πόντων ώστε να παρέχονται εκπτώσεις στους πιστούς πελάτες
  - Οι ενημερώσεις για παραλαβή νέων σειρών προϊόντων
  - Η ενημέρωση για την παραλαβή κάποιας παραγγελίας του πελάτη
3. Για τα ψηφιακά καταστήματα:
  - Χρήση της υπηρεσίας σαν ηλεκτρονική βιτρίνα του καταστήματος, δηλαδή ενημερώσεις για τις μεταβολές στα διαθέσιμα προϊόντα
  - Εξέλιξη κάποιας παραγγελίας και σε ποιο στάδιο βρίσκεται
  - Όλα όσα ισχύουν για τα καταστήματα λιανικής
4. Επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας:
  - Γενικές ενημερώσεις



- Εκπτώσεις εφάπαξ αφού δεν θα γίνεται χρήση των καταστημάτων τους και θα μειώνουν το κόστος λειτουργίας τους.

Σε κάθε κλάδο λοιπόν οι επιμέρους υπηρεσίες θα ενισχύουν την εμπειρία του καταναλωτή και θα τον οδηγούν στην προτίμηση του ηλεκτρονικού πορτοφολιού.

Η εφαρμογή των παραπάνω πρέπει να γίνει αναγκαστικά σε στάδια, για το λόγο ότι η καθιέρωσή τους σημαίνει επιπλέον κόστος τόσο για την ίδια την εφαρμογή που θα διαχειρίζεται συνεχώς αυξανόμενο όγκο δεδομένων, όσο και για τα καταστήματα που μέχρι να αποκομίσουν τα οφέλη της υπηρεσίας θα επιβαρύνονται οικονομικά.

### 3.6 Καθημερινές Συναλλαγές

Η στροφή στις ηλεκτρονικές πληρωμές και η χρήση των 'έξυπνων τηλεφώνων' για τις καθημερινές συναλλαγές εισάγεται και σε πολλές υπηρεσίες στη χώρα μας.

Το 'έξυπνο εισιτήριο' που θα εισαχθεί, σύμφωνα με την δημοσιογράφο την Καθημερινής, στα μέσα μαζικής μεταφοράς είναι μια από τις πρωτοποριακές υπηρεσίες που θα αλλάξουν τον τρόπο πρόσβασης σε αυτά. Συγκεκριμένα, το Δεκέμβριο του 2016 θα ολοκληρωθεί το έργο για το οποίο έχει υπογραφεί η σύμβαση που θα αντικαταστήσει τα γνωστά χάρτινα εισιτήρια με ηλεκτρονικές κάρτες που θα λειτουργούν μαζί με την παρούσα τεχνολογία mobile ticketing στην περιοχή της Αττικής. Παράλληλα θα εγκατασταθεί και ο εξοπλισμός για την έκδοση των νέων εισιτηρίων καθώς και για την επικύρωση και τον έλεγχό τους.

Οι νέες κάρτες, θα είναι δύο τύπων: ο πρώτος θα αντικαταστήσει τις κάρτες απεριόριστων διαδρομών και ο δεύτερος τα απλά εισιτήρια. Οι διαφορές τους θα έγκειται στην τεχνολογία που θα περιλαμβάνουν καθώς ο ένας τύπος κάρτας θα εφοδιάζεται με μικροεπεξεργαστή, ενώ ο δεύτερος με απλή κάρτα μνήμης. Για την επικύρωσή τους δε θα απαιτείται η εισαγωγή τους σε κάποιο μηχάνημα καθώς θα έχουν τεχνολογία Contactless Smart Card-SC. Η επαναφόρτιση των καρτών θα μπορεί να γίνει σε πολλά σημεία πώλησης και η φόρτιση θα είναι εφικτή με διάφορα προϊόντα. Τα προϊόντα αυτά θα περιλαμβάνουν χρηματικό ποσό ή αριθμό μετακινήσεων και για τις κάρτες απεριόριστων διαδρομών εβδομαδιαίο ή μηνιαίο εισιτήριο.

Η επικύρωση των εισιτηρίων θα γίνεται όπως και σήμερα στα ίδια σημεία, με διαφορετικά μόνο μηχανήματα.

Παράλληλα στην ακτοπλοΐα θα εφαρμοστεί η κράτηση και η έκδοση των εισιτηρίων μέσω 'έξυπνων τηλεφώνων' κάτι που εφαρμόζεται εδώ και χρόνια στην αεροπλοΐα. Με την κίνηση αυτή γίνεται προσπάθεια για απλοποίηση της διαδικασίας έκδοσης εισιτηρίων και του ελέγχου τους ώστε να εξυπηρετούνται καλύτερα οι επιβάτες.

Τέλος, η πληρωμή θέσεων ελεγχόμενης στάθμευσης μέσω κινητού έχει εφαρμοστεί εδώ και χρόνια στο κέντρο της Αθήνας και σε πολλές περιοχές

πανελλαδικά. Η χρέωση γίνεται στο λογαριασμό του κινητού τηλεφώνου μετά από αποστολή σύντομου μηνύματος (sms) από τον οδηγό με τον αριθμό πινακίδας του και τον αριθμό της θέσης στάθμευσης που έχει χρησιμοποιήσει. Έτσι δεν χρειάζεται να προμηθευτεί τα ειδικά δελτία για τη στάθμευση και μπορεί να εξυπηρετηθεί καλύτερα καθώς του προσφέρονται επιπλέον υπηρεσίες, με σημαντικότερη ίσως την δυνατότητα του οδηγού να ενημερωθεί για το ποιες θέσεις είναι κενές από το σύστημα και να μην αναζητά για ώρα θέση για το αυτοκίνητό του.

### 3.7 Συνοπτικά Συμπεράσματα

Η ψηφιοποίηση των συναλλαγών θα οδηγήσει στην αύξηση της χρήσης του ηλεκτρονικού πορτοφολιού. Ο αγώνας 'επιβίωσης' των σημερινών παρόχων της υπηρεσίας θα βασιστεί στο ποιος θα καταλάβει γρηγορότερα τις νέες ανάγκες των καταναλωτών ώστε να δώσει την καλύτερη λύση.

Τέλος, η εξοικείωση του καταναλωτή με τέτοιου είδους συναλλαγές θα έρθει σταδιακά από τις καθημερινές συναλλαγές που θα καλείται να πραγματοποιεί οδηγώντας τον στην αναζήτηση νέων και πιο σύνθετων προϊόντων.

# Crowdfunding

## 4. Ορισμός Crowdfunding

Είναι η συγκέντρωση κεφαλαίου από πολλούς επενδυτές με στόχο τη χρηματοδότηση, συνήθως μια καινούργιας επιχειρηματικής ιδέας.

Το crowdfunding υπάρχει ως ιδέα για πολλά χρόνια, καθώς από τον 17<sup>ο</sup> αιώνα αναφέρονται μορφές του σε βιβλία χρηματοοικονομικής, αλλά η πραγματική του άνθιση ήρθε με την ανάπτυξη του διαδικτύου. Η διάδοση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, επέτρεψε την ενημέρωση περισσότερων υποψήφιων επενδυτών και διευκόλυνε τις διαδικασίες που απαιτούνται.

Η ιδέα να στραφεί κάποιος σε πολλά άτομα τα οποία θα συμβάλουν με μικρά ποσά και όχι σε λίγα άτομα που θα επενδύσουν το σύνολο των απαιτούμενων κεφαλαίων, έχει πολλά πλεονεκτήματα.

Αρχικά η κάθε πρόταση που γίνεται από τους επιχειρηματίες προς το κοινό είτε χρηματοδοτείται, οπότε κατ' επέκταση επικροτείται από το κοινό, είτε δεν συγκεντρώνει τα απαραίτητα κεφάλαια και έτσι δεν υλοποιείται. Αυτή η μορφή δημοσκόπησης είναι ένα αρχικό δείγμα του αν η ιδέα είναι καλή ή όχι. Σε κάθε περίπτωση ο επιχειρηματίας έχει τη δυνατότητα να ακούσει τις προτάσεις και λύσεις του κοινού και να επανέλθει με βελτιωμένες προτάσεις.

Η ροή ιδεών μπορεί να συνεχιστεί και μετά την περίοδο χρηματοδότησης, αφού υπάρχει η περίπτωση οι χρηματοδότες να αποκτήσουν τη δυνατότητα συμμετοχής στη λήψη αποφάσεων για την επιχείρηση ή για την ιδέα που συμμετέχουν.

Επίσης το crowdfunding γνωστοποιεί το προϊόν από την βρεφική του ηλικία και αποτελεί μια διαφήμιση για αυτό. Επιπλέον αποκτά ένα αφοσιωμένο κοινό το οποίο το προωθεί 'από στόμα σε στόμα' και μέσα από κοινωνικά δίκτυα, αποκτώντας πιθανούς πελάτες που δε θα μπορούσε να προσεγγίσει σε άλλη περίπτωση τόσο νωρίς.

Στη διαδικασία του crowdfunding λαμβάνουν μέρος τρία μέρη:

1. Ο επιχειρηματίας με την ιδέα προς υλοποίηση.
2. Το κοινό που διαθέτει τα κεφάλαια.
3. Η πλατφόρμα που φέρνει τα δύο μέρη σε επαφή.

### 4.1.1 Ο Επιχειρηματίας

Ο επιχειρηματίας μπορεί να έχει μια ιδέα για μια επιχείρηση ή να έχει ήδη μια επιχείρηση και να θέλει να χρηματοδοτήσει την παραγωγή ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας. Για πολλούς λόγους μπορεί να μην στραφεί σε κάποιο παραδοσιακό κανάλι χρηματοδότησης. Αν θεωρεί ότι η ιδέα του θα ενδιαφέρει το κοινό, επειδή θα παράγει ένα προϊόν με μεγάλη ζήτηση ή που πιθανόν να δημιουργήσει μια μεγάλη μελλοντικά εταιρία, μπορεί να στραφεί στο crowdfunding.

Εδώ να αναφέρουμε ότι το crowdfunding μπορεί να χρησιμοποιηθεί και από μη επιχειρηματίες που θέλουν απλά να χρηματοδοτήσουν την χρηματοδότηση για την υλοποίηση κάποιου μη κερδοσκοπικού σκοπού.

#### 4.1.2 Το Κοινό

Το κοινό συμμετέχει με πολλούς τρόπους στη διαδικασία του crowdfunding σύμφωνα με τους Seth Freedman και Ginger Zhe Jin. Αρχικά με την επιλογή των ιδεών που το ενδιαφέρουν. Στη συνέχεια με την προώθηση των ιδεών/προϊόντων μέσω των κοινωνικών δικτύων και της καθημερινής κοινωνικής επαφής. Έτσι διευρύνεται ο κύκλος των πιθανών επενδυτών και των μελλοντικών καταναλωτών. Τρίτη συμβολή του κοινού είναι η προσφορά ιδεών για τη βελτίωση των αναπτυσσόμενων προϊόντων και ο καθορισμός του είδους των προϊόντων που επιθυμεί να αναπτυχθούν ώστε να καταναλώσει.

Οι λόγοι για τους οποίους συμμετέχει το κοινό στη διαδικασία του crowdfunding διαφέρουν. Το ενδιαφέρον για το προϊόν που χρηματοδοτούνταν συνήθιζε να είναι από τους βασικότερους λόγους ενασχόλησης. Με τη συμμετοχή στην ιδέα ο χρηματοδότης μπορεί να εξασφαλίσει για παράδειγμα την απόκτηση μιας από τις πρώτες παραγόμενες μονάδες κάτι που για αρκετούς (πχ συλλέκτες) είναι σημαντικό. Κίνητρο αποτελεί επίσης η βοήθεια στην επιχειρηματική ιδέα ενός φίλου ή συγγενή ο οποίος προσπαθεί να συγκεντρώσει κεφάλαια από τον κοινωνικό του κύκλο. Με την ανάπτυξη του μετοχικού crowdfunding δημιουργήθηκε και η προοπτική του κέρδους. Αυτή η εξέλιξη άλλαξε έντονα την αρχική ιδέα του crowdfunding που βασιζόταν στη δωρεά ποσών για μια ιδέα με κοινωνικό πολλές φορές χαρακτήρα.

Όλες οι εναλλακτικές που εμφανίστηκαν οδήγησαν στη δημιουργία διαφορετικών προσφερόμενων υπηρεσιών από τις πλατφόρμες ανάλογα με τις ανάγκες των επενδυτών και των χρηματοδοτών όπως θα αναλύσουμε αργότερα.

#### 4.1.3 Πλατφόρμες Crowdfunding

Οι πλατφόρμες του crowdfunding λειτουργούν στο διαδίκτυο και ο αριθμός όπως και το μέγεθός τους συνεχώς αυξάνονται.

Οι κανόνες λειτουργίας τους και οι διαδικασίες που ακολουθούν διαφέρουν και οι αιτίες για αυτό είναι πολλές. ο διαχωρισμός των στόχων που έχει ο κάθε επιχειρηματίας και οι τρόποι που θα τους πετύχει, δημιουργούν και διαφορετικές ανάγκες που πρέπει να ικανοποιήσουν οι πλατφόρμες. Έτσι δημιουργείται διαφοροποίηση των υπηρεσιών και η ανάγκη εύρεσης από τον επιχειρηματία της κατάλληλης πλατφόρμας. Επίσης, διαφοροποίηση στις πλατφόρμες δημιουργείται από το προφίλ του αιτούντος τη χρηματοδότηση. Υπάρχουν πλατφόρμες δηλαδή που συνήθως συγκεντρώνουν κεφάλαια για νέες και μικρές επιχειρήσεις, ενώ άλλες συγκεντρώνουν κεφάλαια ώστε π.χ. καλλιτέχνες να υλοποιήσουν μια ιδέα τους.

Ας αναλύσουμε τώρα τις τέσσερις βασικές μορφές που μπορεί να πάρει το crowdfunding.

## 4.2 Crowdfunding με Δωρεές

Μια από τις βασικότερες μορφές crowdfunding στο παρελθόν. Το κίνητρο του κοινού είναι το ενδιαφέρον για να δημιουργηθεί και να κυκλοφορήσει ένα προϊόν που ίσως να είναι υπερβολικά πρωτοποριακό ή διαφορετικό για να εξασφαλίσει χρηματοδότηση από άλλη πηγή. Το πλεονέκτημα με το crowdfunding είναι πως μια ιδέα μπορεί να γίνει πιο εύκολα κατανοητή από ανθρώπους που τους ενδιαφέρει το είδος του προϊόντος που αναζητούν να χρηματοδοτήσουν, παρά από έναν υπάλληλο που η δουλειά του είναι μέσα στην τράπεζα και πρέπει να κρίνει την χρηματοδότηση διαφορετικών ιδεών.

Γενικά πάντως, ο λόγος της χρηματοδότησης είναι ανιδιοτελής σε αυτό το είδος του crowdfunding, αφού ο χρηματοδότης δε λαμβάνει κανένα υλικό αντάλλαγμα για την κίνησή του παρά μόνο ηθική ικανοποίηση.

## 4.3 Crowdfunding με Ανταλλάγματα

Στη μορφή αυτή, ο δανειστής ουσιαστικά δωρίζει το ποσό με το οποίο χρηματοδοτεί την ιδέα, αλλά μετά την υλοποίηση της απολαμβάνει κάποια προνόμια. Τα προνόμια αυτά είναι η απόκτηση κάποιου αριθμού από τα παραγόμενα προϊόντα ή η έκπτωση σε αυτά. Επομένως τα κίνητρα που οδηγούν σε αυτή τη χρηματοδότηση, εκτός από την ηθική ικανοποίηση και το ενδιαφέρον για την υλοποίηση της ιδέας, που είναι τα σημαντικότερα, είναι και η απόκτηση του προϊόντος δωρεάν ή σε καλύτερη τιμή κ.α.

## 4.4 Crowdfunding με την Απόκτηση Μετοχών

Σε αυτή τη μορφή του crowdfunding στρεφόμαστε πλέον στο χώρο των επενδύσεων και όχι της υλοποίησης μιας κοινωφελούς ιδέας. Ένας καλός ορισμός για αυτή είναι ' η συγκέντρωση κεφαλαίου από μια ιδιωτική εταιρία με την προσφορά αξιογράφων μέσω μιας διαδικτυακής πλατφόρμας'.

Κύριες διαφορές αυτής της πρακτικής με την αρχική εισαγωγή στο χρηματιστήριο (IPO) είναι το μέγεθος της εταιρίας και πολλοί κανόνες που δεν απαιτούν οι πλατφόρμες crowdfunding από τους αιτούντες την χρηματοδότηση. Το γεγονός βέβαια ότι η προσφορά των μετοχών γίνεται χωρίς να εξασφαλιστούν τα κριτήρια και οι κανόνες που θέτει κανονικά το χρηματιστήριο, καθιστά αυτό το είδος της επένδυσης πολύ επικίνδυνο για τους επενδυτές και κυρίως τους μη εξειδικευμένους, που δεν διαθέτουν τις γνώσεις, την εμπειρία και το χρόνο να μελετήσουν την κάθε τους κίνηση.

## 4.5 Crowdfunding με Καταβολή Επιτοκίου (peer-to-peer lending)

Στη μορφή του αυτή το crowdfunding εξελίχθηκε σε μια πιο παραδοσιακή μορφή δανεισμού. Μετά από την έκδοση μετοχικού κεφαλαίου, έρχεται και ο δανεισμός με την καταβολή τόκων. Αυτός ο τρόπος δανεισμού έχει επικρατήσει

να αποκαλείται peer-to-peer lending δηλαδή δανεισμός μεταξύ ατόμων και τα τελευταία χρόνια έχει γνωρίσει ραγδαία ανάπτυξη. Επειδή το peer-to-peer lending θα μας απασχολήσει σε ξεχωριστό κεφάλαιο της εργασίας, δεν θα το αναπτύξουμε προς το παρόν.

## 4.6 Η Διαδικασία Εξασφάλισης της Χρηματοδότησης

Αρχικά ο επιχειρηματίας θα πρέπει να έχει καταλήξει ότι το crowdfunding με τις μετοχές είναι ο κατάλληλος τρόπος χρηματοδότησης για την επιχείρησή του. Στη συνέχεια επιλέγει την πλατφόρμα που προτιμά και κάνει την αίτησή του.

Το επόμενο στάδιο διαφέρει από τη μια πλατφόρμα στην άλλη καθώς είτε μελετάται η αξιοπιστία της εταιρίας, του επιχειρηματία και άλλοι παράγοντες και μετά αναρτάται η αίτηση στην ιστοσελίδα για χρηματοδότηση, είτε αναρτάται πρώτα στην ιστοσελίδα και αν δείξει ενδιαφέρον το κοινό για την ιδέα γίνεται η μελέτη της αξιοπιστίας.

### 4.6.1 Ανάρτηση στην Ιστοσελίδα

Με την ανάρτηση στην ιστοσελίδα, παρέχονται πληροφορίες στους επενδυτές για την επιχείρηση. Οι πληροφορίες είναι σε μορφή κειμένου και βίντεο και περιέχουν στοιχεία όπως ο στόχος της χρηματοδότησης, η ιστορία της εταιρίας και του επιχειρηματία και οποιοδήποτε στοιχείο μπορεί να χρειαστούν οι επενδυτές για να πιστέψουν στο εγχείρημα.

### 4.6.2 Συνεχής Ενημέρωση

Στο crowdfunding, η ενημέρωση είναι μέρος της διαδικασίας και περιλαμβάνει δύο μέρη:

1. την ενημέρωση των επενδυτών από τον επιχειρηματία και την κατάθεση απόψεων από τους επενδυτές προς αυτόν
2. την ενημέρωση από τους επενδυτές προς το περιβάλλον τους ώστε να βρεθούν νέοι επενδυτές ή απλά να δημιουργηθεί ένα εμπορικό όνομα για το νέο προϊόν.

Η επικοινωνία του επιχειρηματία και των επενδυτών γίνεται από κάθε πιθανό μέσο (υπολογιστής, τηλέφωνο κλπ) ακόμα και με κατ' ιδίαν συναντήσεις.

### 4.6.3 Τελική Φάση της Χρηματοδότησης

Η χρηματοδότηση της επιχείρησης υλοποιείται μόνο στην περίπτωση που το αιτούμενο ποσό συγκεντρωθεί ολόκληρο και μάλιστα μέσα στο προκαθορισμένο χρονικό διάστημα που έχει οριστεί. Το μοντέλο αυτό καλείται 'Όλα ή τίποτα' και ακολουθείται από όλες τις πλατφόρμες μέχρι σήμερα κάτι που ίσως στο μέλλον αλλάξει. Σε περίπτωση μη συγκέντρωσης του συνόλου του ποσού, τα συγκεντρωμένα κεφάλαια επιστρέφονται στους επενδυτές.

Τη στιγμή λοιπόν που θα συγκεντρωθεί το ζητούμενο ποσό, η διαδικασία σταματά ακόμα και αν επιθυμούν και άλλοι επενδυτές να συμμετάσχουν. Τα κεφάλαια καταβάλλονται στην εταιρία και τερματίζεται η διαδικασία.

Ορισμένες πλατφόρμες προσφέρουν μια επιπλέον διαδικασία σε αυτό το στάδιο. Αφού συγκεντρωθεί το ποσό που έχει τεθεί ως στόχος, η πλατφόρμα

καταμετρά τις επιπλέον προσφορές ώστε να ενημερώσει τον επενδυτή για την αναγνώριση που είχε η ιδέα του κάτι που μπορεί να χρησιμοποιηθεί στα στάδια της παραγωγής όπως η τιμολόγηση.

#### 4.7 Συνοπτικά Συμπεράσματα

Η εξέλιξη του crowdfunding και η συνέχισή του μέσα στο χρόνο αποδεικνύουν ότι ικανοποιεί αποτελεσματικά ένα σύνολο αναγκών. Η ανάπτυξή του παράλληλα με την ανάπτυξη του διαδικτύου δείχνει τις δυναμικές του δυνατότητες στην χρηματοδότηση ιδεών και επιχειρήσεων με εναλλακτικούς τρόπους. Ειδικά για το μοντέλο του peer-to-peer lending και του crowdfunding με παροχή μετοχών οι προοπτικές είναι ακόμα μεγαλύτερες αφού αποτελούν εναλλακτικές επενδύσεις με τεράστιες δυνατότητες προσέλκυσης κεφαλαίων.



# Δανεισμός Peer-to-peer

## 5. Ορισμός Peer-to-peer Lending

Ως peer-to-peer lending ορίζεται ο δανεισμός ενός ατόμου ή επιχείρησης από ένα σύνολο δανειστών χωρίς τη διαμεσολάβηση τράπεζας ή άλλου παραδοσιακού χρηματοοικονομικού ιδρύματος.

### 5.1 Πως λειτουργεί;

Η διαδικασία που ακολουθεί το peer-to-peer lending χωρίζεται σε τρία μέρη:

1. Του δανειζόμενου
2. Του επενδυτή
3. Και της πλατφόρμας

#### 5.1.1 Ο Δανειζόμενος

Ο δανειζόμενος επιλέγει την πλατφόρμα στην οποία θα κάνει την αίτησή του ανάλογα με τις ανάγκες του και το στόχο της χρηματοδότησής του. Αφού κάνει την αίτησή του, μελετώνται τα στοιχεία της από το προσωπικό της πλατφόρμας και επιβεβαιώνεται η αξιοπιστία του δανειζόμενου.

Στην αίτηση εκτός των προσωπικών στοιχείων καταγράφονται και:

- Το ακριβές χρηματικό ποσό που επιθυμεί ο δανειζόμενος
- Ο σκοπός της χρηματοδότησής του (στεγαστικό δάνειο, καταναλωτικό κλπ).

Η διαδικασία της εξακρίβωσης του αν πρόκειται για ειλικρινή δανειστή δεν επηρεάζει καθόλου το επόμενο στάδιο της διαδικασίας που είναι η βαθμολόγηση της πιστοληπτικής του ικανότητας. Σε αυτό το στάδιο ο δανειζόμενος βαθμολογείται ανάλογα με τα χρηματοοικονομικά του χαρακτηριστικά, όπως και σε μια τράπεζα, με ακριβή βαθμολογία και στη συνέχεια κατατάσσεται σε μια ευρύτερη ομάδα βαθμολογίας (A,B,C...).

Η βαθμολόγηση γίνεται από μία εξωτερική προς την πλατφόρμα υπηρεσία και στη συνέχεια λαμβάνεται και δεύτερη βαθμολόγηση από το προσωπικό της πλατφόρμας. Ο τελικός βαθμός θα είναι αποτέλεσμα των δύο βαθμολογιών καθώς και επιπλέον στοιχείων όπως η πιθανή λήψη δανείου από την πλατφόρμα στο παρελθόν. Αυτή η βαθμολογία του είναι που θα καθορίσει και το επιτόκιο με το οποίο θα λάβει το δάνειο. Εδώ να αναφέρουμε ότι έχουν δημιουργηθεί πολλές συζητήσεις για την ευρύτερη κατάταξη των βαθμολογιών, καθώς οι ομάδες που δημιουργούνται παρουσιάζουν πολύ διαφορετικά χαρακτηριστικά (λόγω του μεγάλου εύρους βαθμολογίας της ομάδας) με αποτέλεσμα να μην είναι σωστή η τελική βαθμολογία.

Στη συνέχεια το δάνειο αναρτάται στην ιστοσελίδα της πλατφόρμας και γίνεται διαθέσιμο στους επενδυτές προς χρηματοδότηση. Η διαδικασία της



συγκέντρωσης του ζητούμενου ποσού διαρκεί ένα προκαθορισμένο διάστημα που δεν ξεπερνά τους λίγους μήνες (περίπου τρεις).

Τέλος, όταν συγκεντρωθεί το ποσό, κλείνουν οι προσφορές και γίνονται διαθέσιμα τα χρήματα στο δανειζόμενο.

Μεγάλο πλεονέκτημα της υπηρεσίας, αποτελεί για τους δανειζόμενους η δυνατότητα της πρόωρης εξόφλησης του δανείου τους χωρίς επιβαρύνσεις. Σε περίπτωση δανεισμού από τραπεζικό ίδρυμα, οι χρεώσεις που θα συνεπαγόταν μια τέτοια ενέργεια πιθανόν θα απέτρεπαν τον δανειζόμενο να ολοκληρώσει την συναλλαγή.

### 5.1.2 Οι Επενδυτές

Οι επενδυτές ακολουθούν μια πολύ απλή διαδικασία δημιουργίας ενός λογαριασμού στην πλατφόρμα που επιθυμούν να επενδύσουν δίνοντας τα προσωπικά τους στοιχεία, όπως και ενός λογαριασμού ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Επιπλέον τους ζητούνται στοιχεία όπως ο Αριθμός Φορολογικού Μητρώου και ο αριθμός τραπεζικού λογαριασμού τον οποίο θα χρησιμοποιούν για τις συναλλαγές τους. Αφού συμπληρώσουν τα στοιχεία και δημιουργηθεί ο λογαριασμός, μπορούν να αρχίσουν τη δημιουργία του χαρτοφυλακίου.

Το χαρτοφυλάκιο μπορεί να δημιουργηθεί με τρεις τρόπους:

1. Με την επιλογή των επιθυμητών δανείων από τον ίδιο τον επενδυτή
2. Με την αγορά έτοιμων 'πακέτων' δανείων
3. Με τη δημιουργία 'πακέτου' δανείων σύμφωνα με κριτήρια που θα θέσει ο ίδιος ο επενδυτής.

Η δημιουργία ενός σωστά διαρθρωμένου χαρτοφυλακίου είναι , όπως και σε κάθε επένδυση, πολύ σημαντική ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι του επενδυτή. Στην περίπτωση όμως της επένδυσης σε πλατφόρμα peer-to-peer lending που δεν έρχεται ο επενδυτής σε επαφή με κάποιον χρηματοοικονομικό σύμβουλο, ο κίνδυνος λήψης κάποιας λάθος απόφασης μεγαλώνει. Για αυτό το λόγο πολλές πλατφόρμες προσφέρουν διαδικτυακά σεμινάρια (webinars) με τα οποία προσπαθούν να παρουσιάσουν βασικές επενδυτικές αρχές όπως αυτή της διαφοροποίησης του χαρτοφυλακίου και να κάνουν κατανοητή την ανάγκη δημιουργίας επενδυτικής στρατηγικής. Επίσης ενημερώνουν για τους κινδύνους που αναλαμβάνει ο επενδυτής και τις διαφορετικές μορφές ρίσκου ανάλογα με τα δάνεια που θα επιλέξει να χρηματοδοτήσει (πιστωτικό, πιθανόν νομισματικό κλπ).

### 5.1.3 Η Πλατφόρμα

Η πλατφόρμα φιλοξενεί τα συναλλασσόμενα μέρη και προσπαθεί να εξυπηρετήσει τις ανάγκες τους με τον πιο αποδοτικό τρόπο. Η εξέλιξη της πλατφόρμας στη σύγχρονη μορφή της είναι και ο λόγος που έχει αναπτυχθεί τόσο έντονα αυτή η μορφή δανεισμού.

Η διαδικτυακή μορφή της πλατφόρμας έφερε σε επαφή αρκετά μεγάλο αριθμό ατόμων ώστε να είναι πιο εύκολα εφαρμόσιμο αυτό το μοντέλο και κατ'επέκταση να γίνει ευρύτερα γνωστό και αποδεκτό. Σε παλιότερες εποχές ο

δανειζόμενος μπορούσε να απευθυνθεί κυρίως σε άτομα που γνώριζε και μάλιστα έπρεπε να διατηρεί τόσο στενή σχέση ώστε να του εμπιστευόντουσαν τα χρήματά τους. Αντίθετα, τώρα απευθύνεται στο σύνολο των ατόμων μιας χώρας ή σε ορισμένες πλατφόρμες που δίνεται η δυνατότητα της διεθνούς επιλογής δανείων, σε διεθνές επίπεδο. Εδώ έρχονται να συμβάλουν συμπληρωματικά και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που γνωστοποιούν την προσπάθεια του δανειζόμενου να συγκεντρώσει τα χρήματα του δανείου του ή από τη μεριά του επενδυτή που κρίνει ότι βρήκε έναν αξιόπιστο δανειζόμενο και αξίζει να προωθήσει το δάνειό του. Σε αυτή τη προώθηση συγκεκριμένων δανείων έχουν συμβάλει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στα οποία μπορούν οι χρήστες να γνωστοποιήσουν στα άτομα με τα οποία συνδέονται τα δάνεια που επιθυμούν.

Εκτός όμως από την βασική αρχή της επαφής των δύο μερών, οι πλατφόρμες άρχισαν να εξελίσσουν τις υπηρεσίες τους για να αποφεύγουν δυσάρεστες καταστάσεις όπως η προσπάθεια εξαπάτησης των πελατών τους. Για το λόγο αυτό, οι πλατφόρμες ζητούν έγγραφα από τους δανειζόμενους για την αυθεντικότητα των στοιχείων που τους έχουν δώσει και ενημερώνουν τους επενδυτές για το πόσα στοιχεία έχουν επιβεβαιωθεί. Όσο περισσότερα τα επιβεβαιωμένα στοιχεία του δανειολήπτη, τόσο υψηλότερη και η πιθανότητα της επιτυχίας της χρηματοδότησης του δανείου του, αφού οι επενδυτές νιώθουν πιο σίγουροι για αυτόν.

Η δημιουργία και προσφορά έτοιμων χαρτοφυλακίων, μέσω εφαρμογών, για τους επενδυτές αποτελεί από τα μεγαλύτερα βήματα της εξέλιξης της πλατφόρμας και του μοντέλου peer-to-peer lending γενικότερα. Τα χαρτοφυλάκια αυτά αποτελούν μια καλή λύση για τους χρήστες της υπηρεσίας οι οποίοι δεν έχουν γνώσεις χρηματοοικονομικής και θέλουν να απολαύσουν τα προτερήματα της υπηρεσίας. Επίσης υποκαθιστούν την υπηρεσία συμβούλων με μια δωρεάν υπηρεσία, μειώνοντας έτσι το κόστος της επένδυσης.

Η μείωση του πιστωτικού κινδύνου είναι άλλο ένα πρόβλημα που ορισμένες πλατφόρμες προσπάθησαν να επιλύσουν. Βασικό εργαλείο ενάντια στην χρεοκοπία του δανειζόμενου αποτελεί η διαφοροποίηση. Μερικές πλατφόρμες μάλιστα ισχυρίζονται ότι μπορούν με την χρήση των εφαρμογών τους που δημιουργούν διαφοροποιημένα χαρτοφυλάκια, να βοηθήσουν τον επενδυτή όχι μόνο να μη χάσει μέρος του κεφαλαίου του αλλά και να μην επηρεαστεί το ποσοστό της απόδοσής του σε σημαντικό βαθμό. Επίσης σημαντική εξέλιξη αποτελεί η δημιουργία ενός κεφαλαίου από μερικές πλατφόρμες, το οποίο διαθέτει μέρος των χρημάτων του για τη κάλυψη των απωλειών από χρεωκοπίες δανειοληπτών. Το 2010 το RateSetter υπήρξε η πρώτη πλατφόρμα που παρείχε αυτή τη υπηρεσία και δυο χρόνια αργότερα η πλατφόρμα Lending Works ήταν η πρώτη που παρείχε την εξασφάλιση έναντι του πιστωτικού κινδύνου με ασφάλιση του κεφαλαίου.

Η δημιουργία δευτερογενούς αγοράς προσφέρεται από μερικές πλατφόρμες με πρωτοπόρες να είναι το Prosper και το Lending Club, που σε συνεργασία με

την επενδυτική εταιρία FOLIOfn έκαναν εφικτή την αγοραπωλησία δανείων αφού είχαν χρηματοδοτηθεί. Η δυνατότητα αυτή προσέλκυσε περισσότερους επενδυτές καθώς δημιούργησε ρευστότητα στην αγορά των χρεογράφων που διαπραγματεύονταν και έδωσε τη δυνατότητα ρευστοποίησης των θέσεων τους.

## 5.2 Ιστορία

Το peer-to-peer lending (αλλιώς p2pL ) αποτελεί μέρος της γενικότερης έννοιας του crowdfunding. Η ιδέα του peer-to-peer lending υλοποιήθηκε σε μεγάλη κλίμακα το 2005 από την πλατφόρμα του Zopa στο Ηνωμένο Βασίλειο. Στόχος του δανεισμού αυτού ήταν η κάλυψη αναγκών των δανειζόμενων και ίσως η υλοποίηση κάποιας επένδυσης σε μικρή κλίμακα. Σε κάθε περίπτωση ωστόσο ο δανεισμός γινόταν σε άτομο και όχι σε επιχείρηση.

Το 2008 στη άλλη μεριά του Ατλαντικού, στις ΗΠΑ, το peer-to-peer lending έπρεπε να προσαρμοστεί σε μια εξέλιξη που βραχυπρόθεσμα αποτέλεσε πλήγμα για αυτό, την αναγνώριση των προϊόντων που προσέφερε ως αξιόγραφα. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα την επιβολή κανόνων αφού πλέον οι δραστηριότητές του εντάσσονταν στη νομοθεσία του Securities Act 1933.

Επόμενος μεγάλος σταθμός ήταν η επιτυχία του Prosper να δημιουργήσει μια δευτερογενή αγορά για τους επενδυτές του και στη συνέχεια να εξασφαλίσει δάνεια που είχαν χρηματοδοτηθεί από τράπεζες και πωλούνταν σε καταναλωτές μέσα από την πλατφόρμα του. Αυτό αύξησε τον τζίρο του αλλά και το κοινό στο οποίο απευθυνόταν, καθώς προσέφερε μεγάλη ρευστότητα πλέον στους επενδυτές του.

Το 2009 ήρθε η επόμενη καινοτομία στην υπηρεσία με την διεθνή πλέον χρηματοδότηση που προσέφερε η πλατφόρμα του Zidisha. Το πλεονέκτημα της ήταν ότι ο δανειζόμενος απευθυνόταν σε περισσότερους δανειστές και ο επενδυτής μπορούσε να διαφοροποιήσει καλύτερα το χαρτοφυλάκιό του. Σε αυτά προστέθηκε και το σταθερό κόστος, αφού επειδή δεν υπήρχαν υποκαταστήματα και αντιπρόσωποι σε κάθε χώρα που δραστηριοποιούνταν, δεν υπήρχε επιπλέον κόστος.

Το 2010 το Funding Circle στόχευσε στην αγορά των δανείων σε μικρές επιχειρήσεις, ανοίγοντας νέες δυνατότητες και προοπτικές στο peer-to-peer lending.

## 5.3 Κίνητρα

Τα κίνητρα που οδηγούν τα άτομα να επιλέξουν το peer-to-peer lending ως δανειζόμενοι και αντίστοιχα το peer-to-peer investing ως επενδυτές, παρουσιάζουν ενδιαφέρον και έχει γίνει αρκετή έρευνα, με στόχο την κατανόηση των αναγκών και κινήτρων και την εξέλιξη των υπηρεσιών από τις πλατφόρμες. Το ερώτημα που τίθεται για το μοντέλο peer-to-peer και τα κίνητρα που οδηγούν τα άτομα σε αυτό είναι περίπλοκα, γιατί κινείται ανάμεσα σε διαφορετικούς κόσμους.

Αρχικά το μοντέλο έχει τις ρίζες του στο crowdfunding που βασίζεται κυρίως στις δωρεές από το κοινό. Το μοντέλο peer-to-peer όμως ήρθε για να προσθέσει την έννοια του επιτοκίου και κατά συνέπεια να εξαλειφθεί η δωρεά. Οι εξασφαλίσεις άλλωστε που ζητάνε οι δανειστές επιβεβαιώνουν ότι η δωρεά δεν έχει σχέση με αυτό.

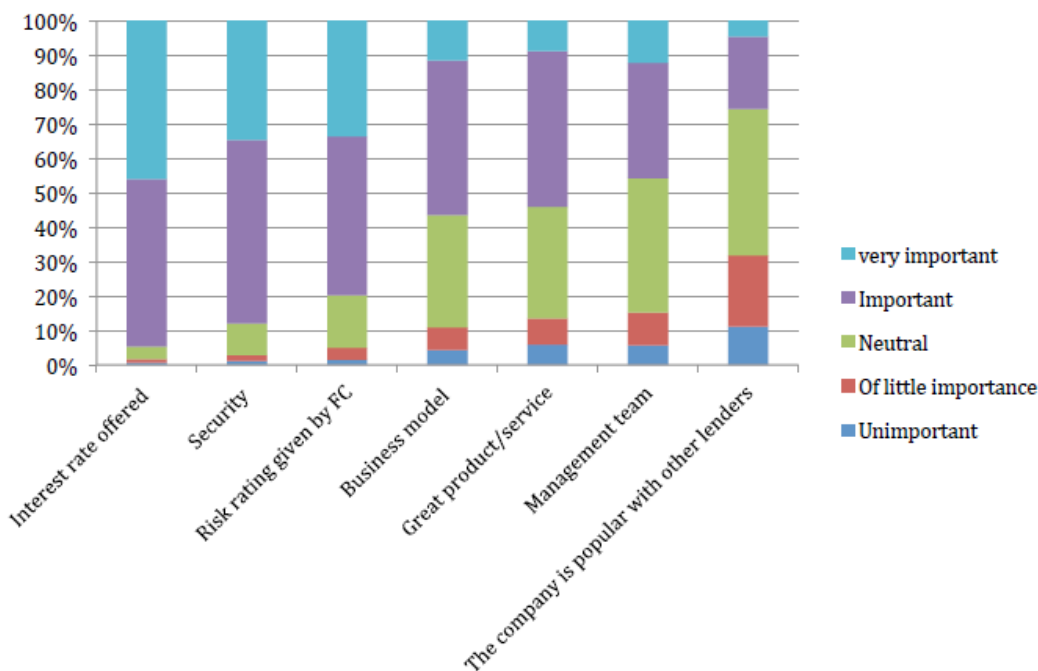
Επιπλέον, το μοντέλο προωθεί την ασφάλεια του δανειστή και προσπαθεί να του δημιουργήσει ένα περιβάλλον που να θυμίζει την τραπεζική κατάθεση, απολαμβάνοντας όμως υψηλά επιτόκια. Εδώ έρχεται να σημειώσει η νομοθεσία ότι τα προϊόντα που προσφέρουν οι πλατφόρμες είναι αξιόγραφα τα οποία έχουν τα χαρακτηριστικά επενδύσεων κάτι που συνεπάγεται κίνδυνο. Η φορολογική αντιμετώπιση πολλών κρατών έχει όμοιο προσανατολισμό, οδηγώντας τα κέρδη των δανειστών σε υψηλές κλίμακες φορολογίας.

Η χρηματοδότηση από την άλλη, μιας ιδέας η οποία ενδιαφέρει τον χρηματοδότη, έχει στοιχεία από το crowdfunding αλλά ή εικόνα αλλάζει με το γεγονός ότι και σε αυτή την περίπτωση γίνεται η χρέωση του επιτοκίου και μάλιστα με τα τυπικά κριτήρια της πιστοληπτικής ικανότητας του δανειζόμενου.

Φαίνεται λοιπόν ότι αυτό το μοντέλο δανεισμού/επένδυσης αποτελεί μια μοναδική περίπτωση και τα αντισυμβαλλόμενα μέρη δεν έχουν μια κοινή αντιμετώπιση από τις κυβερνήσεις και τους νομοθέτες σε παγκόσμιο επίπεδο. Ας δούμε τώρα το πώς αντιμετωπίζει κάθε συμβαλλόμενος το μοντέλο.

Στους **επενδυτές**, πληθώρα ερευνών έχει δείξει ότι το κύριο κίνητρο για την ενασχόληση τους με το peer-to-peer lending είναι το υψηλό προσφερόμενο επιτόκιο σε συνδυασμό με την ασφάλεια του αρχικού τους κεφαλαίου. Επομένως βλέπουμε μια καθαρά επενδυτική στάση, παρά μια διάθεση προσφοράς στο κοινωνικό σύνολο. Η χρηματοδότηση ιδεών που αρέσουν στον δανειστή έρχεται σε δεύτερη μοίρα και μάλλον έχει συμπληρωματικό ρόλο στην διαδικασία της επένδυσης και της επιλογής των δανείων που θα προστεθούν στο χαρτοφυλάκιό του.

Το παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζει την σημασία που δίνουν οι επενδυτές σε μερικούς παράγοντες που έθεσαν οι ερευνητές ως τους σημαντικότερους. Τα ποσοστά των δύο πρώτων στηλών φανερώνουν ότι ουσιαστικά το σύνολο των επενδυτών (~90%) επενδύει στο peer-to-peer lending λόγω του συνδυασμού υψηλού επιτοκίου-ασφάλειας που παρέχει.



Πηγή: Από το άρθρο των Yannis Pierrakis & Liam Collins, 'Crowdfunding: a new innovative model of providing funding to projects and businesses'.

Από την μεριά των **δανειζόμενων** η επιλογή του peer-to-peer lending φαίνεται να προτιμάται λόγω της ταχύτητας της διαδικασίας και της ευκολίας της. Επίσης η άρνηση των τραπεζών να παρέχουν δάνεια ή να ζητάνε πολλά κριτήρια προκειμένου να τα εγκρίνουν, φαίνεται να οδηγεί τους δανειολήπτες στο p2pL ακόμα και αν δεν τους έχει αρνηθεί η τράπεζα κάποιο δάνειο. Το χαμηλό επιτόκιο δεν είναι από τους βασικούς λόγους προτίμησης του μοντέλου, καθώς για τις κατώτερες βαθμίδες πιστοληπτικής ικανότητας δεν υπάρχει μεγάλη διαφορά. Τέλος, η διαφάνεια της διαδικασίας και η αποφυγή 'κρυφών χρεώσεων' είναι στοιχείο που αντιμετωπίζεται πολύ θετικά από τους δανειζόμενους.

## 5.4 ΕΠΙΤΟΚΙΑ

Τα επιτόκια αποτελούν μεγάλο πλεονέκτημα του μοντέλου peer-to-peer lending/investing καθώς ευνοούν και τους δανειστές και τους δανειζόμενους. Αυτό είναι εφικτό λόγω της μικρής χρέωσης των υπηρεσιών που παρέχει ο διαμεσολαβητής, δηλαδή η πλατφόρμα, που συνήθως κυμαίνεται στο 1% για τις μεγάλες πλατφόρμες.

Τα επιτόκια που υπόσχεται η κάθε πλατφόρμα διαφέρουν από τους ανταγωνιστές της από λίγα δεκαδικά ψηφία μέχρι και μερικές μονάδες επί τοις εκατό.

### 5.4.1 Υποθέσεις

Ο υπολογισμός γίνεται με την υπόθεση ότι τα έσοδα από την αποπληρωμή των δανείων επανεπενδύονται, αλλά η προσφερόμενες υπηρεσίες διαφέρουν, όπως και ο πιστωτικός κίνδυνος άλλωστε, αφού κάθε πλατφόρμα

επικεντρώνεται σε διαφορετικό είδος δανείου (μικρών επιχειρήσεων, ατόμων κλπ).

Επίσης, για να επιτευχθούν αυτά τα επιτόκια αρκεί ο δανειστής να ακολουθήσει μια απλή διαδικασία. Να συμφωνήσει με την πλατφόρμα να επενδύσει τα χρήματά του σε ένα χαρτοφυλάκιο αντιπροσωπευτικό της αγοράς, το οποίο θα απολαμβάνει το τρέχον επιτόκιο της αγοράς (με τον όρο αυτό εννοούμε το επιτόκιο που επιτυγχάνει η πλατφόρμα εσωτερικά, ανάλογα με τη ζήτηση και την προσφορά δανείων που έχει). Επιπλέον το εισόδημα από την αποπληρωμή του δανείου θα επανεπενδύεται με το τρέχον επιτόκιο και σε περίπτωση που ο πελάτης επιθυμεί υψηλότερο, η επανεπένδυση θα καθυστερήσει με αποτέλεσμα την πιθανή μείωση στο τελικό επιτόκιο.

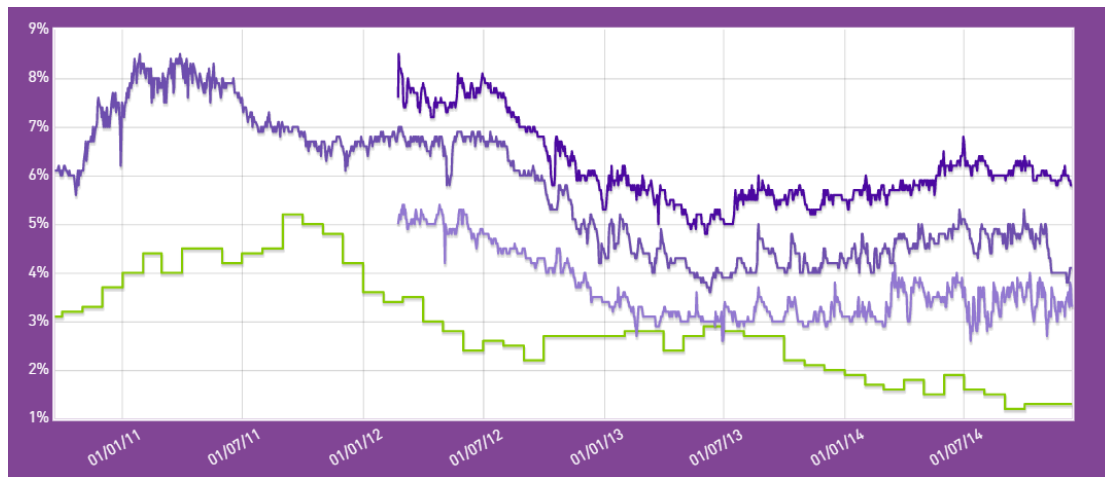
#### 5.4.2 Τιμές

Ενδεικτικά θα αναφέρουμε λοιπόν τα επιτόκια που υπόσχονται οι μεγαλύτερες πλατφόρμες peer-to-peer lending.

Το Funding Circle υπόσχεται 7,4% επιτόκιο υπολογίζοντας τις χρεοκοπίες και τη χρέωση από την πλατφόρμα όπως και όλα τα επιτόκια που θα αναφέρουμε. Αντίστοιχα το Ratesetter υπόσχεται από 2,6% ετησιοποιημένο για μικρής διάρκειας προγράμματα (το ονομάζουν 'μηνιαία πρόσβαση' για τα δάνεια λίγων μηνών) και 3,8% για το ετήσιο πρόγραμμα τους και φτάνουν μέχρι 5,8% για τα πενταετή προγράμματά τους. Το Lending Works προσφέρει 4% για το τριετές και 5,5% για το πενταετές πρόγραμμά του. Τα αντίστοιχα επιτόκια για το Zopa είναι 3,9% για το τριετές και 5% για το πενταετές πρόγραμμά του. Τέλος το Landbay υπόσχεται 4,4% επιτόκιο για τριετές πρόγραμμα.

Να σημειωθεί ότι σε αυτά τα επιτόκια ο επενδυτής πρέπει να υπολογίσει την φορολογική επιβάρυνση που θα υποστεί ανάλογα με την φορολογική κλίμακα στην οποία υπάγεται και την χώρα στην οποία θα φορολογηθούν τα έσοδά του.

Ενδεικτικά θα παρουσιαστεί ένα διάγραμμα από την ιστοσελίδα του RateSetter στο οποίο φαίνεται η πορεία των επιτοκίων τριών προϊόντων τους σε σχέση με τον Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (ΔΤΚ) στο Ηνωμένο Βασίλειο για την περίοδο από 01/2011 μέχρι το 12/2014.



Πορεία επιτοκίων δανεισμού σε σχέση με τον Δείκτη Τιμών Καταναλωτή.

Με το πράσινο χρώμα φαίνεται ο ΔΤΚ, η πρώτη γραμμή από πάνω με το ελαφρύ μωβ είναι το επιτόκιο για δανεισμό με βάθος χρόνου το ένα έτος, στη μέση είναι το αντίστοιχο προϊόν για τα τρία χρόνια και το υψηλότερο όλων είναι το επιτόκιο για την πενταετία με το σκούρο μωβ.

Πηγή: RateSetter, 08/08/2014

Ο προσδιορισμός του επιτοκίου που θα δοθεί στον κάθε αντισυμβαλλόμενο δεν μπορεί να προβλεφθεί με σιγουριά και ακρίβεια. Αυτό γιατί τα επιτόκια επηρεάζονται από πολλούς και απρόβλεπτους παράγοντες. Αυτοί είναι:

- Τα επιτόκια της αγοράς, που αποτελούν την εναλλακτική πηγή χρηματοδότησης από την υπηρεσία
- Η προσφορά και ζήτηση χρήματος μέσα στην πλατφόρμα. Αν και αυτός ο παράγοντας μπορεί να έχει περιορισμένη επίδραση, αφού οι πλατφόρμες αποτελούν στενά υποκατάστατα προϊόντα.

Να τονίσουμε ότι στο μοντέλο του peer-to-peer lending υπάρχουν δύο εναλλακτικές για το επιτόκιο που ζητείται από το δανειζόμενο.

1. Ο καθορισμός του επιτοκίου από την πλατφόρμα βάσει τα κριτήρια που έχουμε αναφέρει (πιστοληπτική ικανότητα, ιστορικό δανειοδότησης από παρόμοιες υπηρεσίες, προσφορά και ζήτηση κεφαλαίων κλπ).
2. Το μοντέλο της δημοπρασίας. Εδώ αποφασίζουν οι επενδυτές και σε κάθε αίτηση δανείου που είναι πρόθυμοι να επενδύσουν προσφέρουν το επιτόκιο που επιθυμούν. Η δημοπρασία που δημιουργείται έχει ως στόχο να βρεθούν οι επενδυτές που ζητάνε το ελάχιστο επιτόκιο ώστε να χρηματοδοτηθεί το δάνειο. Η κάθε προσφορά που δημιουργείται είναι δεσμευτική για όποιον την κάνει και μπορεί να ξαναγίνει προσφορά για το ίδιο δάνειο μόνο αν υπάρξει μικρότερη της δηλαδή ο επενδυτής να προσφέρει ακόμα μικρότερο επιτόκιο.

## 5.5 Εξασφάλιση Έναντι Πιστωτικού Κινδύνου

Ο φόβος των επενδυτών για αυτή τη μορφή του κινδύνου είναι αναμενόμενος ιδιαίτερα μετά την κρίση του 2008 που βασικό ρόλο διαδραμάτισαν οι δανειοδοτούμενοι που χρεοκοπούσαν σε πρωτόγνωρα επίπεδα. Επίσης, αυτή η μορφή επένδυσης αναπτύχθηκε με απλούς επενδυτές και όχι σε επενδυτές που κατανοούν πλήρως όλες τις μορφές κινδύνου. Κατά συνέπεια ο πιστωτικός κίνδυνος που είναι ο ευκολότερα κατανοητός κίνδυνος στην περίπτωση του δανεισμού, αποτελούσε πρόβλημα για τις πλατφόρμες καθώς για να επεκταθούν έπρεπε να απευθυνθούν σε όσο το δυνατόν ευρύτερο κοινό.

### 5.5.1 Το Κεφάλαιο Ασφαλείας

Η ασφάλιση των κεφαλαίων από αντίστοιχους οργανισμούς όπως ο FSCS (Financial Services Compensation Scheme) αποτελούν ακριβή εναλλακτική που δεν θεώρησε ο κλάδος ότι θα το άντεχε από άποψη κυρίως ανταγωνισμού με τον τραπεζικό τομέα. Έτσι η στρατηγική που υιοθετήθηκε από μερικές πλατφόρμες είναι η δημιουργία ενός 'κεφαλαίου ασφαλείας' ή 'provision fund'. Το κεφάλαιο αυτό συγκεντρώνεται από τις χρεώσεις που εφαρμόζει η πλατφόρμα στους δανειζόμενους και στην περίπτωση του RateSetter διαφημίζεται ότι καλύπτει το 180% των απαιτήσεων των πελατών της και ότι κανένας από τους 18.000 πελάτες της δεν έχει ζημιωθεί.

Το κεφάλαιο αυτό χρησιμοποιείται σε κάθε περίπτωση κήρυξης χρεοκοπίας από δανειζόμενο και αποζημιώνει τον επενδυτή. Ταυτόχρονα, το ποσό συγκεντρώνεται από τις χρεώσεις που γίνονται στους δανειολήπτες είναι αντίστοιχο του κινδύνου του καθενός. Δηλαδή η χαμηλή βαθμολογία στην πιστοληπτική ικανότητα κάποιου, σημαίνει ότι θα χρεωθεί και με μεγαλύτερο ποσοστό ώστε να συμβάλει στο κεφάλαιο ασφαλείας περισσότερο από κάποιον ασφαλέστερο δανειολήπτη.

### 5.5.2 Η Νομική Ενναλακτική

Αντίστοιχα το FundingCircle προσπαθεί να διαβεβαιώσει ότι η νομική κάλυψη που παρέχει είναι αρκετή για να ελαχιστοποιηθούν οι πιθανές απώλειες από τη χρεοκοπία των επιχειρήσεων τις οποίες χρηματοδοτούν οι πελάτες του.

Η κάλυψη που παρέχει είναι δυο επιπέδων. Το πρώτο είναι η προσπάθεια ανεύρεσης των κεφαλαίων που δεν αποδόθηκαν στους δανειστές από τον εγγυητή του δανείου και το δεύτερο είναι η απόκτηση του υποθηκευμένου αντικειμένου με στόχο την πώλησή του και την αποζημίωση των επενδυτών. Τέλος αν δεν υπάρχει ρήτρα εξασφάλισης το δικηγορικό τμήμα της πλατφόρμας θα κινηθεί μέσω της δικαστικής οδού με περιορισμένα ωστόσο αποτελέσματα.

### 5.5.3 Η Συγκέντρωση Στοιχείων

Η όλο και εκτενέστερη συγκέντρωση στοιχείων για τον λήπτη του δανείου, επιτρέπει την καλύτερη τιμολόγηση των υπηρεσιών με θετικά αποτελέσματα για όλους.

Επιτρέπει την καλύτερη ενημέρωση των επενδυτών, ώστε να επιλέξουν και να διαρθρώσουν ένα χαρτοφυλάκιο που να ταιριάζει στις ανάγκες τους. Αυτό μπορεί να γίνει επειδή θα γνωρίζουν αρκετά δεδομένα για κάθε



δανειοδοτούμενο ώστε να κρίνουν αν το προσφερόμενο επιτόκιο είναι αρκετό για την κάθε περίπτωση και να διακρίνουν κάποιο είδος κινδύνου που δεν είναι διατεθειμένοι να πάρουν.

Ύστερα οι πλατφόρμες μπορούν να δημιουργήσουν καλύτερες στρατηγικές που θα διασφαλίζουν τόσο τη λειτουργία τους όσο και τα κεφάλαια των πελατών τους.

Μια τέτοια στρατηγική είναι η αύξηση του κεφαλαίου ασφαλείας που διατηρούν μερικές πλατφόρμες, σε περιόδους που προβλέπεται αύξηση των χρεοκοπιών στα δάνειά τους. Έτσι διασφαλίζεται ότι το 'δίκτυο ασφαλείας' που έχουν δημιουργήσει, θα είναι αρκετό σε κάθε περίπτωση.

Άλλη στρατηγική που έχει δημιουργηθεί από πλατφόρμες είναι η παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών σε δανειολήπτες που δυσκολεύονται να πληρώσουν τις δόσεις τους. Έτσι γίνεται μια προσπάθεια να μειωθεί ο αριθμός των χρεοκοπιών και να μείνουν όλοι οι αντισυμβαλλόμενοι ικανοποιημένοι.

#### 5.5.4 Χρεοκοπία της Πλατφόρμας

Σε περίπτωση χρεοκοπίας της ίδιας της πλατφόρμας οι σχέσεις μεταξύ των δανειστών και των δανειζόμενων δεν επηρεάζονται. Οι δανειζόμενοι υποχρεούνται να καταβάλλουν τις δόσεις τους κανονικά και μέσα στις συμφωνημένες ημερομηνίες και οι δανειστές διατηρούν όλα τα νομικά τους δικαιώματα επάνω στα χρήματά τους.

Επιπλέον, οι πλατφόρμες που διατηρούν κεφάλαιο ασφαλείας δεν έχουν δικαίωμα χρήσης των χρημάτων του και πρέπει να το διατηρήσουν ώστε να συνεχιστεί η κάλυψη των δανειοδοτών. Η κάλυψη των διαδικασιών μετά τη χρεοκοπία της πλατφόρμας πρέπει να γίνει με χρήματα που διαθέτει ή της χρωστάνε οι πελάτες της.

Δυστυχώς οι επενδυτές της πλατφόρμας, σε περίπτωση χρεοκοπίας της, δεν έχουν την επιλογή της ρευστοποίησης των δανείων τους με αποτέλεσμα να έχουν 'κλειδωμένα' τα χρήματά τους μέχρι τη λήξη του δανείου.

## 5.6 Πλεονεκτήματα

- Χαμηλά Επιτόκια Δανεισμού

Αποτελεί τον κύριο λόγο ανάπτυξης του τομέα. Η παροχή τραπεζικών υπηρεσιών, χωρίς την ύπαρξη κάποιου τραπεζικού ιδρύματος, καθιστά εφικτό το 'φθηνό' δανεισμό καθώς εξαλείφονται τα υψηλά κόστη λειτουργίας των τραπεζών. Οι ιστοσελίδες p2p lending λειτουργούν με αυτοματοποιημένες διαδικασίες σε μεγαλύτερο βαθμό από τις τράπεζες και επίσης δεν υπάρχει η ανάγκη λειτουργίας και διατήρησης καταστημάτων, αφού όλες οι διαδικασίες γίνονται μέσω διαδικτύου.

- Παροχή Χρηματοδότησης στο Ευρύτερο Κοινό

Η συντηρητικότητα των τραπεζών μετά την χρηματοοικονομική κρίση του 2008, οδήγησε στην άρνηση παροχής δανείων σε ένα ευρύ μέρος του πληθυσμού με σημαντικές συνέπειες σε μακροοικονομικό επίπεδο.

Η συμπεριφορά αυτή των τραπεζών δημιούργησε πολλές συζητήσεις σε πολιτικό αλλά και ακαδημαϊκό επίπεδο και προέκυψαν προβληματισμοί για τη δυνατότητα παγκόσμιας ανάπτυξης με τόσο συντηρητικές τράπεζες.

Το κενό στη χρηματοδότηση ήρθε να συμπληρώσει σε μεγάλο βαθμό το p2p lending που στη περίπτωση της Αγγλίας εξασφάλισε χρηματοδότηση ακόμα και από τον κρατικό προϋπολογισμό προκειμένου να παρέχει δάνεια σε αξιόπιστους δανειζόμενους που δεν μπορούσαν να εξασφαλίσουν τραπεζικό δανεισμό.

- Εναλλακτική Επένδυση

Οι επενδυτές σε μια εποχή χαμηλών επιτοκίων μπόρεσαν να βρουν μια εναλλακτική χαμηλού κινδύνου, με ικανοποιητικό επιτόκιο.

- Διαφοροποίηση Χαρτοφυλακίου

Η πρόσθεση επενδύσεων του κλάδου του p2p lending σε ένα χαρτοφυλάκιο, μπορεί να μειώσει τον συνολικό του κίνδυνο, καθώς τα χαρακτηριστικά του είναι μοναδικά και δεν μπορούν να υποκατασταθούν από άλλες μορφές επενδύσεων.

- Οι Διαδικτυακές Συναλλαγές

Το θετικό εδώ είναι αφενός το χαμηλό κόστος λειτουργίας του διαμεσολαβητή με αποτέλεσμα να υπάρχουν μικρές χρεώσεις για τους αντισυμβαλλόμενους, αλλά, επίσης, οι χρήστες έχουν πρόσβαση στην υπηρεσία από όλα τα σημεία χωρίς κόπο.

- Προσφέρει Υψηλή Ρευστότητα στους Επενδυτές

Η ρευστότητα της αγοράς δανείων στο p2p lending είναι μεγάλη, καθώς υπάρχει ενδιαφέρον νέων επενδυτών για την αγορά παλιών δανείων με χαρακτηριστικά διαφορετικά από αυτά της τρέχουσας περιόδου. Έτσι επιτυγχάνουν καλύτερη διαφοροποίηση και δημιουργείται μια δευτερογενής αγορά δανείων.

- Οι Δανειστές Επιλέγουν τον Δανειζόμενο

Στη διαδικασία της επένδυσης στο p2p lending, οι επενδυτές μπορούν να διαβάσουν τα χαρακτηριστικά των δανειζόμενων και να επιλέξουν αυτούς με τα χαρακτηριστικά που επιθυμούν. Αυτό δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας ενός μοναδικού χαρτοφυλακίου και το αίσθημα ασφάλειας στον επενδυτή καθώς γνωρίζει ακριβώς από τι αποτελείται το χαρτοφυλάκιο που δημιούργησε.

## 5.7 Νομοθεσία που Διέπει τη Βιομηχανία του Peer-to-peer Lending

Η μελέτη της νομοθεσίας του peer-to-peer lending και το πώς εξελίσσεται αυτή είναι μια πολύ σημαντική διαδικασία που μπορεί να μας φανερώσει τη μελλοντική της πορεία και έγινε με τη βοήθεια του άρθρου της Charman and Cutler LLP(2014). Οι νόμοι και οι ρυθμίσεις που ψηφίζονται, δημιουργούνται με βάση την εξασφάλιση των επενδυτών αλλά και τα σχέδια των επιχειρήσεων που λειτουργούν τις πλατφόρμες. Έτσι για να γίνει κάθε βήμα στη βιομηχανία του p2pL πρέπει να δημιουργείται η ρύθμιση που θα ελέγχει τη λειτουργία του, αφού τα χρηματοοικονομικά προϊόντα που δημιουργούνται είναι τόσο νέα και πρωτοποριακά που συχνά δεν μπορούν να ενταχθούν σε υπάρχοντες νόμους. Συνήθως, δημιουργείται πρώτα μια υπηρεσία στο p2p lending και μετά γίνονται οι συζητήσεις σε ποιες ρυθμίσεις μπορεί να ενταχθεί.

Στο κομμάτι αυτό θα μελετηθεί η νομοθεσία των Η.Π.Α και οι ρυθμίσεις που έχουν δημιουργηθεί ή ήταν υπό συζήτηση κατά τη διάρκεια του 2014 και επηρεάζουν ή υποδεικνύουν την εξέλιξη που θα ακολουθήσει το p2p lending. Η νομοθεσία των Η.Π.Α είναι ίσως η πιο πρωτοποριακή στον κόσμο και η γρήγορη αντίδραση των αρχών σε όλες τις εξελίξεις του τομέα του p2p lending έχει συμβάλει στην ραγδαία ανάπτυξή του. Αξίζει να αναφερθεί εδώ, ότι στην Ελλάδα δεν υπάρχει νομοθεσία που να ρυθμίζει τη λειτουργία επιχείρησης peer-to-peer lending και κατά συνέπεια δεν υπάρχουν ανάλογες ελληνικές πλατφόρμες.

Η πρώτη μεγάλη εξέλιξη στην αμερικανική νομοθεσία σχετικά με το peer-to-peer lending ήρθε το 2008 όταν η επιτροπή κεφαλαιαγοράς απαίτησε τα δάνεια που χρηματοδοτούνταν να πωλούνται στους επενδυτές-χρηματοδότες ως αξιόγραφα. Το γεγονός αυτό οδήγησε τις δύο μεγάλες πλατφόρμες της Αμερικής σε παύση της παροχής νέων χρηματοδοτήσεων για μερικούς μήνες μέχρι να γίνουν οι απαραίτητες προσαρμογές.

Μετά τις προσαρμογές ωστόσο οι πλατφόρμες εκτός από το ότι λειτουργούσαν κάτω από συγκεκριμένους κανόνες, βελτίωσαν και τις τεχνικές διαχείρισης του ρίσκου με αποτέλεσμα να μειωθεί κατακόρυφα ο αριθμός των δανείων που δεν αποπληρώνονταν. Αυτή η εξέλιξη βοήθησε στο να δημιουργηθεί μια εμπιστοσύνη από το κοινό στον τομέα αυτό και να εισρεύσουν νέα κεφάλαια. Επίσης, επέτρεψε και στους θεσμικούς επενδυτές να λάβουν θέσεις δημιουργώντας μια τεράστια πηγή κεφαλαίων.

### 5.7.1 Η Διαδικασία Δανεισμού

Η τυπική διαδικασία που πρέπει να ακολουθεί μετά την υπαγωγή του peer-to-peer lending στη νομοθεσία είναι η εξής: ο διαχειριστής υποχρεούται να διατηρεί έναν τραπεζικό λογαριασμό όπου θα πιστώνονται τα κεφάλαια των δανειστών (έστω Λογαριασμός Καταθέσεων). Ο κάθε επενδυτής-δανειστής

υποχρεούται να καταβάλει σε αυτόν το λογαριασμό το ποσό που επιθυμεί να επενδύσει πριν προχωρήσει στη χρηματοδότηση του οποιουδήποτε δανείου. Το ποσό που διαθέτει για την χρηματοδότηση ενός δανείου, δεσμεύεται μέχρι να ολοκληρωθεί η χρηματοδότηση ή μέχρι να αποσυρθεί η αίτηση χρηματοδότησης (λόγω απουσίας ενδιαφέροντος από αρκετούς επενδυτές ώστε να συγκεντρωθεί το απαιτούμενο ποσό).

Η διαδικασία χρηματοδότησης γίνεται με τη βοήθεια μιας τράπεζας-χρηματοδότη η οποία διαθέτει τα απαιτούμενα κεφάλαια που αιτείται ο δανειζόμενος. Αν η αίτηση του δανείου συγκεντρώσει το απαραίτητο ενδιαφέρον από τους επενδυτές και χρηματοδοτηθεί το δάνειο, τότε η τράπεζα-χρηματοδότης παρέχει τα χρήματα στον δανειζόμενο και ο διαχειριστής (πλατφόρμα) αγοράζει το δάνειο από την τράπεζα με τα χρήματα των επενδυτών που έχουν καταθέσει στον τραπεζικό λογαριασμό. Τελικά οι επενδυτές λαμβάνουν από την πλατφόρμα ένα γραμμάτιο (ονομάζεται 'Platform Note') που δείχνει το δικαίωμά τους να λάβουν το κεφάλαιο και τους τόκους που τους αναλογούν. Η τράπεζα-δανειστής θα αφαιρέσει από τα κεφάλαια που δίνει στο δανειζόμενο το ποσό που θα λάβει ως ανταμοιβή, το οποίο είναι ανάλογο της πιστοληπτικής ικανότητας του δανειολήπτη.

Τα γραμμάτια (platform notes) δεν συνεπάγονται καμία υποχρέωση από την πλατφόρμα προς τους επενδυτές πέραν του να τους μεταβιβάζει τις δόσεις που λαμβάνει από τον δανειζόμενο και σε περίπτωση καθυστέρησης των δόσεων από δανειολήπτη, μπορεί να απευθυνθεί σε εισπρακτική εταιρία. Οι επενδυτές έχουν το σύνολο του πιστωτικού κινδύνου και σε περίπτωση χρεοκοπίας του δανειζόμενου δεν μπορούν να διεκδικήσουν από την πλατφόρμα το κεφάλαιο ή τους τόκους που δεν εισέπραξαν.

Τα εισπραττόμενα χρήματα (κεφάλαια και τόκοι), ο διαχειριστής τα διατηρεί σε τραπεζικό λογαριασμό (έστω Λογαριασμός Εισπράξεων). Από αυτά τα χρήματα ο διαχειριστής αφαιρεί την αμοιβή του πριν τα διαθέσει στους επενδυτές ως πληρωμές των γραμματίων τους.

Όπως είναι αναμενόμενο όλες οι διαδικασίες που αναφέρθηκαν πραγματοποιούνται ηλεκτρονικά και ακόμα και τα γραμμάτια των επενδυτών έχουν ηλεκτρονική μορφή (άυλα).

### 5.7.2 Οι Νόμοι που Ρυθμίζουν το p2pL στις Ηνωμένες Πολιτείες

#### Securities Act

Ο νόμος αναγκάζει τους εκδότες που προσφέρουν στο κοινό αξιόγραφα, να διαθέτουν φυλλάδια με πληροφορίες για την έκδοση και τον εκδότη. Στην περίπτωση του peer-to-peer lending πρέπει να παρέχονται πληροφορίες για τα γραμμάτια της πλατφόρμας, όπως οι κίνδυνοι που περιλαμβάνουν και την ίδια την πλατφόρμα, όπως η χρηματοοικονομική κατάστασή της και τα πιο πρόσφατα αποτελέσματά της.

Εδώ όμως τίθεται το ερώτημα αν τα γραμμάτια εμπίπτουν στην κατηγορία των αξιογράφων. Η απάντηση σε αυτό είναι αρνητική, ωστόσο το 2008 έγινε μια ρύθμιση που θεωρούσε τα γραμμάτια ( Platform Notes) που εκδίδονται από τις πλατφόρμες του peer-to-peer lending ως επενδυτικά συμβόλαια και επομένως αποτελούν αξιόγραφα.

Επίσης σημαντικός κανόνας υπό τον οποίο λειτουργεί το peer-to-peer lending στις ΗΠΑ είναι ο Κανόνας 415 του Securities Act. Ο κανόνας αυτός επιτρέπει την πώληση αξιογράφων με διαφορετικά χαρακτηριστικά (επιτόκιο, ωρίμανση) ως μια οντότητα, δηλαδή ο εκδότης-πωλητής ενημερώνει για την πώλησή τους την Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς με ένα έγγραφο για το σύνολο των αξιογράφων. Διαφορετικά θα έπρεπε ο εκδότης του αξιογράφου (η πλατφόρμα στην παρούσα περίπτωση), να ενημερώνει την Ε.Κ για την πώληση κάθε ξεχωριστού αξιογράφου με αποτέλεσμα να μην είναι εφικτή η λειτουργία τέτοιων επιχειρήσεων λόγω κόστους.

Ο επόμενος κανονισμός που επηρεάζει το p2p lending και έχει ενδιαφέρον για την εξαγωγή συμπερασμάτων είναι ο Κανονισμός AB που ρυθμίζει την προσφορά τιτλοποιημένων στοιχείων του ενεργητικού (Asset Backed Securities ή ABS). Τα μερίδια που πωλούν οι πλατφόρμες διαθέτουν πολλά χαρακτηριστικά αυτών των αξιογράφων καθώς είναι γραμμάτια τα οποία καλύπτονται από τις χρηματοροές ενός δανείου. Η νομοθεσία SEC ωστόσο δεν αντιμετωπίζει τα μερίδια που πωλούν οι πλατφόρμες ως ABS καθώς ο ακριβής νομικός ορισμός τους είναι: 'τα αξιόγραφα που εξυπηρετούνται κυρίως από τις χρηματοροές ενός ορισμένου **συνόλου** απαιτήσεων ή άλλων χρηματοοικονομικών στοιχείων του ενεργητικού'. Επειδή τα αξιόγραφα από τις πλατφόρμες αφορούν μεμονωμένα δάνεια, σωστά δεν αναγνωρίζονται ως ABS τουλάχιστον από τον κανονισμό AB, κάτι που δεν αποκλείει την αναγνώρισή τους ως τέτοια από κάποιον πολιτειακό νόμο.

#### Απαιτήσεις Διακράτησης Ρίσκου

Εδώ θα τεθεί το θέμα της φύσης των μεριδίων που διακινούν οι πλατφόρμες και αυτό γιατί το νομοσχέδιο Dodd-Frank απαιτεί από τα αρμόδια θεσμικά όργανα να δημιουργήσουν ρυθμίσεις με τις οποίες θα ρυθμίζουν το διαμοιρασμό του ρίσκου των τιτλοποιήσεων. Ενώ αναφέραμε ότι δεν θεωρούνται μέχρι σήμερα από ομοσπονδιακό νόμο τα μερίδια του p2p lending ως ABS, το ίδιο νομοσχέδιο (Dodd-Frank) τροποποίησε τον ορισμό του ABS διευρύνοντάς τον πλέον ώστε να περιλαμβάνει 'κάθε αξιόγραφο που παρέχει σταθερό εισόδημα το οποίο θα έχει ως εγγύηση ένα ρευστοποιήσιμο στοιχείο του ενεργητικού (περιλαμβάνοντας και τα δάνεια), που θα επιτρέπει στον κάτοχό του να λαμβάνει πληρωμές που βασίζονται κυρίως στις χρηματοροές του στοιχείου του ενεργητικού'. Εδώ βλέπουμε δυο κριτήρια που πρέπει να ισχύουν για να είναι το αξιόγραφο ABS τα οποία είναι:

1. Να έχει ως εγγύηση ένα δάνειο
2. Το δικαίωμα του κατόχου να λαμβάνει πληρωμές να εξαρτάται κυρίως από τις χρηματοροές του δανείου.

Τα κριτήρια αυτά φαίνεται να ισχύουν για τα γραμμάτια της πλατφόρμας και επομένως πιθανότατα να θεωρηθούν πλέον ABS. Αυτό όμως θα ήταν τεράστιο πλήγμα για την τράπεζα-χρηματοδότη καθώς αν αλλάξει η φύση των μεριδίων θα αναγκαστούν από το νόμο να διακρατούν κίνδυνο. Συγκεκριμένα προβλέπεται ότι οι εκδότες των ABS πρέπει να διακρατούν τουλάχιστον 5% του πιστωτικού κινδύνου των αξιογράφων και να μην χρησιμοποιούν τεχνικές αντιστάθμισης για αυτόν. Αν ισχύσει αυτό, τότε η τράπεζα-χρηματοδότης δε θα μπορεί να πωλήσει στον διαχειριστή της πλατφόρμας ολόκληρο το δάνειο και να ολοκληρωθεί η διαδικασία με την διάθεσή του στον επενδυτή. Για όλα τα ερωτήματα που τίθενται θα υπάρξουν συζητήσεις και πιθανόν νέες ρυθμίσεις για να αποφασιστεί τι θα ισχύσει για τον κλάδο.

Πρακτικά, αν ισχύσουν τα παραπάνω το εκάστοτε τραπεζικό ίδρυμα-χρηματοδότης θα πρέπει να συνυπολογίζει την επίδραση που θα έχει μια τέτοια δραστηριότητα στον ισολογισμό του.

## 5.8 Συμπεράσματα-Προτάσεις

Η τιποποίηση, δηλαδή η έκδοση τίτλων που παρέχουν ταμειακές ροές από τα στοιχεία του ενεργητικού μιας οικονομικής οντότητας, είναι πιθανότατα το δεδομένο που θα καθορίσει την εξέλιξη της 'βιομηχανίας' του peer-to-peer lending. Το γεγονός αυτό θα επηρεάσει τον κλάδο με πολλούς διαφορετικούς τρόπους και θα του επιτρέψει την περαιτέρω ανάπτυξη του τόσο στις αγορές που δραστηριοποιείται ήδη, όσο και σε αγορές που έχει συναντήσει εμπόδια και έχει αναβληθεί η λειτουργία του.

Τα 'Platform Notes' που πιθανώς να θεωρηθούν ABS από την Αμερικάνικη νομοθεσία ανοίγουν ένα νέο δρόμο για τις δυνατότητες του peer-to-peer lending. Από τη στιγμή που θα αντιμετωπίσει επιτυχώς ο τομέας τη νέα νομοθεσία, θα έχει τη δυνατότητα να διεκδικήσει σημαντικό κομμάτι των τραπεζικών υπηρεσιών και ταυτόχρονα να συνεργαστεί με τις τράπεζες.

### 5.8.1 Τα Επιπλέον Κεφάλαια

Το γεγονός ότι τα προϊόντα της πλατφόρμας του p2pL είναι ABS του δίνουν τη δυνατότητα να προσελκύσει και νέους απλούς επενδυτές που θα έχουν τη σιγουριά ότι το προϊόν στο οποίο επενδύουν έχει ένα ξεκάθαρο νομικό πλαίσιο, αλλά και σε θεσμικούς επενδυτές που έχουν τη δυνατότητα να επενδύσουν σε τέτοια προϊόντα.

Στους απλούς επενδυτές πρέπει να γίνει μια προώθηση των προϊόντων από τις πλατφόρμες, αλλά και τις τράπεζες που θα έχουν τη δυνατότητα να εμπλέκονται στην πώληση τους. Έτσι θα μπορούν οι επενδυτές να απολαύσουν τα οφέλη των νέων προϊόντων επωφελούμενοι και από τα πλεονεκτήματα του peer-to-peer lending.

Οι θεσμικοί επενδυτές θα έχουν το κίνητρο της επένδυσης στα ABS του peer-to-peer lending λόγω της καλής σχέσης απόδοσης/κινδύνου κάνοντας εφικτή την καλύτερευση των αποδόσεων τους και την βελτίωση των στοιχείων της

επένδυσης που προσφέρουν. Η εμπλοκή εξειδικευμένων επενδυτών θα έχει και επιπλέον οφέλη για τα συγκεκριμένα ABS. Οι εξειδικευμένες ανάγκες τους θα οδηγήσουν στη δημιουργία νέων πιο σύνθετων προϊόντων που θα μπορούν να εκμεταλλευτούν και οι απλοί επενδυτές αυξάνοντας ακόμη περισσότερο το κοινό που απευθύνεται.

### 5.8.2 Δημιουργία Συμμαχιών

Η πώληση ABS με πολλά διαφορετικά χαρακτηριστικά θα εμπλέξει και τις τράπεζες στον τομέα του peer-to-peer lending δημιουργώντας ένα καλύτερο και λιγότερο εχθρικό περιβάλλον για τις πλατφόρμες αφού θα δημιουργηθούν συνεργασίες με τους κυριότερους ανταγωνιστές τους.

Η συνεργασία των δυο τομέων της τραπεζικής θα έχει θετικά αποτελέσματα και για τις τράπεζες που αντί να προσπαθούν να ανταγωνιστούν έναν τομέα με μεγάλη δυναμική, θα μπορέσουν να ενσωματώσουν ένα μέρος του στη λειτουργία τους. Η παροχή τεχνογνωσίας άλλωστε θα είναι απαραίτητη καθώς όσο θα αναγκάζονται οι πλατφόρμες να παρέχουν δάνεια σε επισφαλέστερους δανειολήπτες, δε θα έχουν την εμπειρία και τα συστήματα ώστε να ανταποκριθούν. Αυτή η πρακτική αδυναμία τους έχει οδηγήσει και τις τράπεζες στη στάση αναμονής που διατηρούν μέχρι σήμερα σύμφωνα με τραπεζικά στελέχη.

## 5.9 Η Πρώτη Εισαγωγή Εταιρίας Peer-to-peer Lending στο Χρηματιστήριο

Στα μέσα Δεκεμβρίου 2014 πραγματοποιήθηκε η πρώτη εισαγωγή στο χρηματιστήριο (IPO) εταιρίας που δραστηριοποιείται στο δανεισμό peer-to-peer. Πρόκειται για την εταιρία Lending Club που εισήχθη στο χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης (NYSE). Η εισαγωγή είχε τεράστια επιτυχία καθώς υπήρχε μεγάλο ενδιαφέρον από το επενδυτικό κοινό και υπερκαλύφθηκε η προσφορά. Ενδεικτικά, σύμφωνα με το euro2day, την πρώτη ημέρα διαπραγμάτευσής της οι 58 εκατομμύρια μετοχές της ξεκίνησαν τη διαπραγμάτευση στα 15\$ ανά μετοχή και στο τέλος της ημέρας η τιμή τους έκλεισε στα 24,75\$. Με τα δεδομένα αυτά, η κεφαλαιοποίηση της εταιρίας από τις πρώτες ημέρες διαπραγμάτευσής της έφτανε τα 8,9δισ δολάρια. (<http://www.euro2day.gr/news/world/article/1284029/lending-club-ektinaxh-metohhs-sto-ntempoyto-toy.html> )

Η τεράστια αυτή επιτυχία επικυρώνει την αποδοχή της αγοράς για τον τομέα αυτό και αναδεικνύει όλες τις προοπτικές που αναμένεται να έχει. Έτσι η συνεργασία με τον τραπεζικό κλάδο φαίνεται ευκολότερη μέχρι και επιτακτική εφόσον οι επενδυτές παρουσιάζουν τέτοιο ενδιαφέρον για μια τέτοια εταιρία.



## Γενικά Συμπεράσματα της Εργασίας

### Ηλεκτρονική Τραπεζική

Τα βασικά πλεονεκτήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής που είναι το **μειωμένο κόστος** για την τράπεζα και επομένως η **φθηνότερη υπηρεσία** για τον καταναλωτή, η **γρηγορότερη εξυπηρέτηση** καθώς και η **ανάγκη για ηλεκτρονικές συναλλαγές**, οδηγούν στην συνεχή ανάπτυξη της συγκεκριμένης υπηρεσίας.

Η ευρεία αποδοχή και υιοθέτηση του e-banking σε παγκόσμιο επίπεδο, φανερώνει το ρόλο των τραπεζικών καταστημάτων του μέλλοντος που θα αποτελούν ένα απλό κανάλι επικοινωνίας με το κοινό και όχι το κυρίαρχο επηρεάζοντας έτσι τη δομή της τραπεζικής επιχείρησης.

Ακόμα και μέσα στα καταστήματα η εξυπηρέτηση του πελάτη από ηλεκτρονικά μηχανήματα γίνεται σε μεγάλο βαθμό κάτι που θα συνεχίσει να εξαπλώνεται και να υιοθετείται από περισσότερες τράπεζες.

### Ηλεκτρονικό Πορτοφόλι

Παρέχει ουσιαστικά μια πιο ολοκληρωμένη υπηρεσία από την ηλεκτρονική τραπεζική και έχει το μεγάλο πλεονέκτημα ότι παρέχεται από φορητό μέσο (το κινητό τηλέφωνο του χρήστη) και επομένως η εξυπηρέτηση είναι συνεχής. Έτσι υπάρχει η απόλυτη ελευθερία στις συναλλαγές του καταναλωτή που πραγματοποιούνται με μεγαλύτερη ασφάλεια από κάθε άλλο μέσο συναλλαγών. Η προστασία των προσωπικών δεδομένων είναι κύριος στόχος πολλών παρόχων της υπηρεσίας και οι εξασφαλίσεις που παρέχουν σε περιπτώσεις κλοπής ή εξαπάτησης κάνουν ακόμα ελκυστικότερη την υπηρεσία.

Τέλος, η προώθηση του ηλεκτρονικού πορτοφολιού απαιτεί τη στενή συνεργασία παρόχων της υπηρεσίας και των καταστημάτων αφού μόνο έτσι μπορεί να προσφερθεί στους καταναλωτές μια κατά πολύ ανώτερη υπηρεσία που θα τους οδηγήσει στην αλλαγή των συνηθειών τους. Οι παροχή προσφορών, ενημερώσεων για προϊόντα που έχει δείξει ενδιαφέρον ο κάθε καταναλωτής ξεχωριστά και η δυνατότητα παραγγελιών μέσω κινητού είναι οι υπηρεσίες που οδήγησαν την αλυσίδα Starbucks στη δημιουργία της ποιο επιτυχημένης υπηρεσίας σε αυτή την κατηγορία. Οι εταιρίες πληροφορικής θα πρέπει να ακολουθήσουν το παράδειγμά αυτό εμπλουτίζοντας τις υπηρεσίες που προσφέρουν ώστε να δημιουργήσουν ένα επιτυχημένο προϊόν.

### Crowdfunding

Η ύπαρξη διαφορετικών ειδών crowdfunding που εξυπηρετούν διαφορετικές ανάγκες χρηματοδότησης το καθιστά εξαιρετικά ενδιαφέρουσα ιδέα.



Η διάδοση του διαδικτύου συνέβαλε καθοριστικά στην εξάπλωσή του και έκανε εφικτή τη συγκέντρωση πολύ περισσότερων κεφαλαίων από ότι συνηθιζόταν στο παρελθόν.

Οι λόγοι που ένας χρηματοδότης θα επιλέξει το crowdfunding εξαρτάται από το είδος του crowdfunding καθώς η υπηρεσία παρέχει χρηματοδότηση με σκοπό το κέρδος, τη χρηματοδότηση πρωτοποριακών ιδεών ή για φιλανθρωπικούς λόγους. Το εύρος των λόγων της χρηματοδότησης επομένως είναι τόσο μεγάλο που δεν υπάρχει συγκεκριμένο προφίλ χρηματοδότη.

### Δανεισμός Peer-to-peer

Αποτελεί μέρος του crowdfunding και έχει ως στόχο το κέρδος από τη μεριά του δανειστή. Ο επενδυτής-δανειστής αποκομίζει μεγαλύτερο επιτόκιο από αυτό που μπορεί να του προσφέρει η αγορά καθώς το κόστος λειτουργίας και επομένως η χρέωση της πλατφόρμας που λειτουργεί ως μεσάζοντας, είναι ελάχιστο.

Η κρίση του 2008 είχε μεγάλη επίδραση στην ανάπτυξή του καθώς οι τράπεζες δεν κάλυπταν τις ανάγκες ρευστότητας της αγοράς και το κενό κάλυψε ο τομέας του peer-to-peer lending.

Οι τιτλοποιήσεις φαίνεται να είναι το μέλλον του τομέα αφού θα οδηγήσουν στην εμπλοκή των τραπεζών και θα δημιουργηθούν σχέσεις και συνεργασίες μεταξύ τους. Επίσης θα γίνει εισροή ακόμα περισσότερων κεφαλαίων λόγω της ξεκάθαρης και γνωστής στους επενδυτές νομοθεσίας. Η επιπλέον διαφοροποίηση που θα παρέχει στα επενδυτικά χαρτοφυλάκια άλλωστε δημιουργεί μια σταθερή ζήτηση για τέτοια τιτλοποιημένα προϊόντα.

Τέλος, η επιτυχημένη εισαγωγή στο χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης της πλατφόρμας LendingClub δείχνει την αποδοχή του επενδυτικού κοινού για τις εταιρίες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο.

## Βιβλιογραφία

Stig Mjolsnes and Chunming Rong (2003), 'Online E-Wallet System with Decentralized Credential Keepers', *Mobile networks and applications* 8,87-99,2003.

Yannis Pierakis and Liam Collins (2013), 'Crowdfunding a new innovative model of providing funding to projects and businesses' SSRN, [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2395226](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2395226)

Michael Klafft (2008), 'Online Peer-to-Peer Lending: A Lender's Perspective' SSRN, [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1352352](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1352352)

Seth Freedman and Ginger Zhe Jin (2008), 'Do Social Networks Solve Information Problems for Peer-to-Peer Lending? Evidence from Prosper.com' SSRN, [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1304138](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1304138)

Efraim Berkovich (2011), 'Search and herding effects in peer-to-peer lending: evidence from prosper.com', *Annals of Finance* Volume 7, Issue 3, pp 389-405

Peter Manbeck, Samuel Hu (2014), 'The regulation of Peer-to-Peer Lending'

Traci M, Courtney C. και Cailin S.(2014), ' Peer-to-Peer Lending to Small Businesses' Finance and Economics Discussion Series Divisions of Research & Statistics and Monetary Affairs Federal Reserve Board, Washington, D.C.

Angel de la Fuente, Jose Maria Marin (1996), 'Innovation, bank monitoring and endogenous financial development' Instituto de Analisis Economico (CSIC).

Shahidur R. Khandker (2003), 'Micro-finance and Poverty: Evidence Using Panel Data from Bangladesh', World Bank policy Research working paper 2945.

Carolina L. and Michael H. 'Innovative Flexible Products in Microfinance' *Savings and Development*, Vol. 35 (2011), No. 1, pp. 97-129.

Haewon Yum, Byungtae Lee, Myungsin Chae 'From the Wisdom of Crowds to my own Judgment in Microfinance through Online Peer-to-peer Lending Platforms', *Electronic Commerce Research and Applications* Volume 11, Issue 5, September–October 2012, Pages 469–483

Ana Gomez Lemmen Meyer (2013), 'Pricing Mechanisms in Peer-to-Peer Online Credit Markets', [http://web.stanford.edu/~anaglm/AnaGLM\\_JMP.pdf](http://web.stanford.edu/~anaglm/AnaGLM_JMP.pdf)

Niina Mallat (2006), 'Exploring Consumer Adoption of Mobile Payments- A Qualitative Study' Working Papers on Information Systems, ISSN 1535-6078.

Rajkamal Iyer, Asim Ijaz Khwaja, Erzo F.P. Luttmer, Kelly Shue (2009), 'Screening in New Credit Markets: Can individual Lenders Infer Borrower Creditworthiness In Peer-to-Peer Lending' Working Paper 15242

Michal Herzenstein, Rich L. Andrews, Utpal M. Dholakia, Evgeny Lyandres (2008), 'The Democratization of Personal Consumer Loans; Determinants of Success In Online Peer-to-Peer Lending Communities' SSRN.

## Αναφορές

Sital S. Patel, 'Why Apple Pay will change your spending habits forever', MarketWatch. [http://www.marketwatch.com/story/banks-credit-card-companies-see-apple-pay-as-boon-for-customers-2014-09-09?link=sfmw\\_fb](http://www.marketwatch.com/story/banks-credit-card-companies-see-apple-pay-as-boon-for-customers-2014-09-09?link=sfmw_fb)

Andrew Harrer, 'The global crowdfunding money machine' CNBC. <http://www.cnbc.com/id/101954948#>.

Tim Worstall (2012), 'Banks need to accept that they are really IT companies', Forbes. <http://www.forbes.com/sites/timworstall/2012/10/13/banks-need-to-accept-that-theyre-really-it-companies/>

Cadie Thompson (2014), 'Apple Pay competitor CurrentC says customer email addresses were hacked' CNBC. <http://www.cnbc.com/id/102132750>

Nick Duva (2014), 'Why 31% of consumers may dump their bank'. <http://www.cnbc.com/id/102178987>

Joanna Stern (2014), 'The best Apps to pay friends back: Comparing Venmo, Square Cash, Paypal and Google Wallet'. The Wall Street Journal.

Nav Athwal (2014), 'The disappearance of Peer-to-peer lending'. Forbes. <http://www.forbes.com/sites/groupthink/2014/10/14/the-disappearance-of-peer-to-peer-lending/>

Radoslav Albrecht (2014), 'Bitcoin p2p lending-a primer in eight steps'. P2P-BANKING. <http://www.wiseclerk.com/group-news/countries/germany-bitcoin-p2p-lending-%E2%80%93-a-primer-in-8-steps/#more-3515>

Αλεξάνδρα Κασσίμη (2014), 'Έξυπνο εισιτήριο σε δύο χρόνια'. Καθημερινή. <http://www.kathimerini.gr/797583/article/epikairothta/ellada/e3ypno-eisithrio-se-dyo-xronia>

Νίκος Ρουσάνογλου (2014), 'Ηλεκτρονικό εισιτήριο και στα πλοία'. Καθημερινή. <http://www.kathimerini.gr/799341/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/hlektroniko-eisithrio-kai-sta-ploia>

Rupert Jones (2014), 'The major peer-to-peer lenders'. The Guardian. <http://www.theguardian.com/money/2014/feb/15/major-peer-to-peer-lenders-profiled>

Isabelle de Clercq (2014), 'untangling peer-to-peer lending, crowdfunding and microlending'. BTCAM. <http://blog.btcjam.com/2014/07/24/untangling-peer-to-peer-lending-crowdfunding-and/>

Euro2day.gr(2014), 'Lending Club: Εκτίναξη Μετοχής στο Ντεμπούτο του NYSE'. <http://www.euro2day.gr/news/world/article/1284029/lending-club-ektinaxh-metohhs-sto-ntempoyto-toy.html>

Simon Cunningham (2014), 'P2P lending sites: an exhaustive review'. LendingMemo. <http://www.lendingmemo.com/p2p-lending-sites/>

FT (2014), 'Το iPhone μετατρέπεται σε πορτοφόλι'.

[http://www.euro2day.gr/ftcom\\_gr/article-ft-gr/1249452/apple-to-iphone-ginetai-kai-portofoli.html](http://www.euro2day.gr/ftcom_gr/article-ft-gr/1249452/apple-to-iphone-ginetai-kai-portofoli.html)

Η Καθημερινή (2014). 'Εκπτώτικα κουπόνια σουίπερ μάρκετ στο κινητό'.

Euro2day (2014). 'Lending Club: IPO \$800 εκατ. για τον πιστωτή P2P'

Currentc. App webpage. <http://currentc.com/>

SMS4Parking. [http://www.psc.rs/Documents/sms4parking\\_GRE\\_preview.pdf](http://www.psc.rs/Documents/sms4parking_GRE_preview.pdf)

Peer-to-peer lending sets pace in UK alternative finance sector.

<http://p2pfa.info/peer-to-peer-lending-sets-the-pace-in-uk-alternative-finance-sector>

Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, 2003.

[http://62.1.43.74/5Ekdosis/UpIPDFs//deltia/3\\_2003/3\\_2003.pdf](http://62.1.43.74/5Ekdosis/UpIPDFs//deltia/3_2003/3_2003.pdf)

Peer-to-peer Bitcoin lending-Banking is necessary, banks are not. Bitbond.

<https://www.bitbond.com/>

Steven Bertoni (2014), 'How to win the mobile wallet war? Be like Starbucks'. Forbes.

<http://www.forbes.com/sites/stevenbertoni/2014/02/21/how-do-you-win-the-mobile-wallet-war-be-like-starbucks/>

Τράπεζα Πειραιώς. <http://www.piraeusbank.gr/el/ldiwtes>

Ηλεκτρονικό Πορτοφόλι Google. <https://www.google.com/wallet/>

Ηλεκτρονικό Πορτοφόλι Apple Pay. <https://www.apple.com/apple-pay/>

LendingClub. <https://www.lendingclub.com/>

Prosper. <https://www.prosper.com/>

Funding Circle. <https://www.fundingcircle.com/>

RateSetter. <http://www.ratesetter.com/>

Zopa. <http://www.zopa.com/>





