

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ
ΤΜΗΜΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΚΑΙ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΤΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ
ΑΝΑΛΥΣΗ ΓΙΑ ΣΤΕΛΕΧΗ**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΤΙΤΛΟΣ: Ε – BANKING – ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΦΟΙΤΗΤΗ: ΕΥΣΤΑΘΙΟΣ Κ. ΒΑΓΕΝΑΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΤΣΙΡΙΤΑΚΗΣ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2002

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	Σελ.3-4
1. Η ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΑΝΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΣΤΟΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΤΟΜΕΑ	Σελ. 5-9
1.1 E - banking	
1.2 Τραπεζικές συναλλαγές από απόσταση	
1.3 Δυνατότητες που προσφέρει το e – banking στην Τράπεζα και τον Πελάτη.	
2 ΔΙΕΙΣΔΥΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΞΑΠΛΩΣΗΣ	ΣΕΛ 9-25
2.1 Η διείσδυση του e – finance στην Ευρώπη.	
2.2 Internet και e – commerce	
2.3 Το χάσμα μεταξύ Ευρώπης και Αμερικής.	
2.4 Το όραμα της Ευρώπης.	
2.5 Πολιτική της Ευρώπης για πρωτοκαθεδρία σε πληροφορική και τηλεπικοινωνίες.	
2.6 Ανασταλτικοί παράγοντες.	
2.7 Προϋποθέσεις και παράγοντες ανάπτυξης.	
3 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΚΑΙ ΑΠΕΙΛΕΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ.	ΣΕΛ. 26-32
3.1 Ευκαιρίες	
3.2 Στοιχήματα που πρέπει να κερδηθούν.	
3.3 Αλλαγές στον τραπεζικό τομέα.	
3.4 Αφοσιωμένη πελατεία	
3.5 Οι κίνδυνοι	
4 Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΓΙΑ ΤΟ E – BANKING ΚΑΙ ΟΙ ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΤΟΥΣ	ΣΕΛ. 33-43
4.1 Η τεχνολογία και η στρατηγική των τραπεζών.	
4.2 Οργανωτικές αλλαγές στο εσωτερικό των τραπεζών.	
4.3 Συγχωνεύσεις, εξαγορές και στρατηγικές συμμαχίες.	
4.4 Νέες τεχνολογίες και επιδράσεις στην οργάνωση και απασχόληση στις τράπεζες.	
5 ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ	Σελ. 44-73
5.1 ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	
5.1.1 Στόχος η αύξηση νέων τεχνολογιών	
5.1.2 Οι νέες τεχνολογίες μέρος του ευρύτερου εκσυγχρονισμού	

5.2 ALPHA BANK

5.2.1 « Συνδυασμός ανθρώπινων τεχνολογικών πόρων και επιχειρηματικών συνεργειών »

5.2.2 « Διαρκής εκσυγχρονισμός του τεχνολογικού εξοπλισμού »

5.3 ΕΓΝΑΤΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ

5.3.1 « Στόχος η καθιέρωση, ως τεχνολογικής τράπεζας »

5.3.2 « Έμφαση στις τεχνολογίες αιχμής »

5.4 ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

5.4.1 « Προτεραιότητα η ανάπτυξη δραστηριοτήτων στο διαδίκτυο »

5.4.2 « Η αξιοποίηση της τεχνολογίας είναι συνεχής διαδικασία »

5.5 ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

5.5.1 « Συνδυασμός σύγχρονης και παραδοσιακής τραπεζικής »

5.5.2 « Χτίζοντας σήμερα το αύριο »

5.6 EFG EUROBANK

5.6.1 « Σε ανοιχτή γραμμή με τους πελάτες όλες τις ώρες της ημέρας »

5.6.2 « Η τεχνολογία στην υπηρεσία του πελάτη »

5.7 ΟΜΙΛΟΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

5.7.1 « Εξυπηρέτηση οπουδήποτε, οποτεδήποτε και με κάθε τρόπο »

5.7.2 « Financial portal, παροχή νέων ηλεκτρονικών υπηρεσιών »

5.8 ΤΡΑΠΕΖΑ ΑΤΤΙΚΗΣ

5.8.1 « Σε διαδικασία αναβάθμισης των πληροφοριακών συστημάτων »

5.8.2 « Στόχος η ανάπτυξη ενός πελατοκεντρικού συστήματος »

6. ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΧΑΡΤΗΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Σελ. 74

7. ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΟΤΗΤΑ: ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ Σελ.75-81

7.1 Συνεργασία και ανταγωνισμός

7.2 ISABEL: Διατραπεζική διασύνδεση

7.3 Η ελληνική άποψη

8. ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ Σελ. 82-86

8.1 Η εικόνα της Ελλάδος στην Ευρώπη

8.2 Οι ελληνικές Τράπεζες στο χώρο του διαδικτύου

9. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ Σελ. 87-89

10. Παράρτημα Α Σελ. 90-110

11. Παράρτημα Β Σελ.111-117

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ Σελ. 118-119

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

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

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

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

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

Όπως κάθε επιχειρηματικός κλάδος που εντάσσει στη δραστηριότητά του το ηλεκτρονικό εμπόριο, έτσι και οι τράπεζες εξελίσσουν την επιχειρηματικότητά τους σε δύο βασικούς άξονες: Επιχείρηση προς επιχείρηση και επιχείρηση προς καταναλωτές. Ταυτόχρονα οι τράπεζες στηριζόμενες στην τεχνογνωσία τους, αλλά και τη μακροχρόνια εμπιστοσύνη του κοινού, μπορούν να διαδραματίσουν πρωταγωνιστικό ρόλο στις ηλεκτρονικές συναλλαγές του κράτους με πολίτες και επιχειρήσεις, συμβάλλοντας τα μέγιστα στην ανάπτυξη και καθιέρωση πρωτοβουλιών ηλεκτρονικής διακυβέρνησης και επίτευξης διοικητικής σύγκλισης.

Κατά το πρότυπο των συναλλακτικών σχέσεων στο φυσικό κόσμο, έτσι και στο ηλεκτρονικό εμπόριο βασική προϋπόθεση ανάπτυξης του είναι η εξασφάλιση της εμπιστοσύνης των πολιτών στη χρήση των νέων μέσων. Η απαιτούμενη εμπιστοσύνη μπορεί να εξασφαλιστεί μέσω ενός ολοκληρωμένου θεσμικού πλαισίου, ειδικά προσαρμοσμένου στις ιδιαιτερότητες του ηλεκτρονικού

εμπορίου, το οποίο θα καλύπτει ολόκληρο το φάσμα μιας εμπορικής συναλλαγής πριν και μετά την ολοκλήρωσή της.

Η Ένωση Ελληνικών Τραπεζών(ΕΕΤ) ανέλαβε την πρωτοβουλία να διερευνηθούν οι εξελίξεις και οι προοπτικές της ηλεκτρονικής τραπεζικής σε διεθνές, ευρωπαϊκό και εγχώριο επίπεδο με τετραπλό στόχο:

- Την έκδοση μιας κατανοητής και εύχρηστης μελέτης, χρήσιμη για κάθε ενδιαφερόμενο αναγνώστη, τραπεζικό, φοιτητή και εργαζόμενο.
- Τη διερεύνηση των νέων επιχειρηματικών προοπτικών που διανοίγονται για τις τράπεζες.
- Τη διαμόρφωση θεσμικού πλαισίου της ηλεκτρονικής τραπεζικής σε Ευρώπη και Ελλάδα, καθώς και
- Την άμβλυνση μιας δεδομένης πλέον άποψης, πως η ηλεκτρονική τραπεζική μπορεί να εξυπηρετήσει το ίδιο αποτελεσματικά όλες τις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες και προϊόντα.

Η αναλυτική τεκμηρίωση και παρουσίαση των προσδιοριστικών παραγόντων της ηλεκτρονικής τραπεζικής, μεταφέρουν με ενάργεια και σαφήνεια στον αναγνώστη τον προβληματισμό για τις μελλοντικές προοπτικές της τραπεζικής αγοράς στον ηλεκτρονικό κόσμο, συμβάλλοντας ταυτόχρονα στην αποσαφήνιση των πολιτικών διαχείρισης και σωστής εκμετάλλευσης του νέου αυτού μέσου από τις ελληνικές τράπεζες.

Οι Τράπεζες της χώρας μας συλλαμβάνοντας τις επερχόμενες αλλαγές μετασχηματίζονται εσωτερικά και εξωτερικά για να επιβιώσουν στη νέα αυτή εποχή και με τη βοήθεια των δυνατοτήτων που τους προσφέρουν οι νέες τεχνολογίες, αναπτύσσουν νέα δίκτυα διανομής των προϊόντων τους, αλλά και νέα προϊόντα. Τα θεμέλια όμως του Τραπεζικού μας συστήματος βασίζονται όπως όλοι γνωρίζουμε πάνω στην πίστη και την ασφάλεια. Είναι λοιπόν εξαιρετικά σημαντικό για το Τραπεζικό μας σύστημα, να διασφαλίσει πλήρως με ένα σύστημα κανόνων και τεχνολογίας, την ασφάλεια, την ακεραιότητα, την αυθεντικότητα και την πίστη των οικονομικών συναλλαγών που πραγματοποιούνται μέσα από τα νέα δίκτυα διανομής.

Για το λόγο αυτό η Ένωση Ελληνικών Τραπεζών(ΕΕΤ) παρακολουθεί στενά τα θέματα της διασφάλισης των ηλεκτρονικών συναλλαγών με την βοήθεια των Ηλεκτρονικών Υπογραφών που κρυπτογραφούνται με τεχνικές βασισμένες στα δημόσια κλειδιά και ενημερώνει τα μέλη της για τις δραστηριότητες και τις τάσεις που υπάρχουν στα θέματα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στο διεθνή χώρο, ώστε οι επιχειρηματικές τους αποφάσεις και οι σχετικές επενδύσεις να έχουν τη μέγιστη δυνατή απόδοση. Επίσης πρωτοστατεί στην παρουσίαση των πρωτοβουλιών που έχουν αναληφθεί από τις τράπεζες της χώρας μας για την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής και τέλος στις προοπτικές που ανοίγονται από την υιοθέτηση των νέων αυτών δικτύων διανομής των παραδοσιακών και μη, χρηματοπιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών.

1. Η ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΑΝΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΣΤΟΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΤΟΜΕΑ

1.1 E – banking

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

Ορισμένοι αισιόδοξοι αναλυτές προβλέπουν ότι στα πρώτα χρόνια του 21^{ου} αιώνα το 10% του παγκόσμιου εμπορίου θα διεξάγεται μέσω των ηλεκτρονικών δικτύων. (Πηγή: Τραπεζικές υπηρεσίες και προϊόντα μέσω Internet, Παγκόσμια πλατφόρμα ενεργητικής επικοινωνίας και ηλεκτρονικού εμπορίου, Αντώνης Αρχοντάκης). Το «ταμειακό» μέρος κάθε εμπορικής πράξης μέσω του διαδικτύου είναι φυσικό να διεκδικείται σε πρώτη φάση από τις τράπεζες, είτε αυτό αφορά πληρωμή μέσω τραπεζικού λογαριασμού, είτε πληρωμή μέσω τραπεζικής κάρτας. Έτσι είναι φανερό ότι η πρόκληση είναι μεγάλη και ο τομέας αυτός αποτελεί στρατηγική επιλογή για τις χρηματοπιστωτικές επιχειρήσεις.

Οι τράπεζες άρχισαν να συνειδητοποιούν σταδιακά τις δυνατότητες επιχειρηματικής εκμετάλλευσης των δυνατοτήτων του διαδικτύου. Έχει ήδη εμφανιστεί και εφαρμόζεται η ηλεκτρονική τραπεζική (e – banking), δηλαδή η υλοποίηση τραπεζικών συναλλαγών από απόσταση με χρήση εναλλακτικών καναλιών επικοινωνίας μεταξύ τράπεζας και πελάτη, που βασίζονται στη σύγχρονη τεχνολογία. Έτσι σήμερα δημιουργείται διεθνώς μια «κρίσιμη μάζα» χρηστών χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών μέσω διαδικτύου. Αντίστοιχα διαμορφώνονται συναλλακτικά ήθη και πρότυπα καταναλωτικής συμπεριφοράς. Η ηλεκτρονική τραπεζική μοιάζει να είναι ο ταχύτερα αναπτυσσόμενος δίαυλος επικοινωνίας που έχουν γνωρίσει οι ελληνικές τράπεζες.

1.2 Τραπεζικές συναλλαγές από απόσταση

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

- Συναλλαγές από τις αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές, τα γνωστά ATM, που έχουν εγκαταστήσει οι τράπεζες. Σε μια εξελιγμένη τους μορφή τα ATM περιλαμβάνουν ένα αμφίδρομο σύστημα οθονών, μέσω των οποίων ένας υπάλληλος της τράπεζας δίνει – αν χρειαστεί – οδηγίες στο χρήστη – πελάτη.
- Συναλλαγές μέσω τηλεφώνου (telephone banking), όπου στην επικοινωνία πελάτη και υπαλλήλου παρεμβάλλεται, ως μέσο το τηλέφωνο.
- Συναλλαγές μέσω υπολογιστή (PC banking), όπου ο πελάτης χρησιμοποιεί, εκτός από τον προσωπικό του υπολογιστή και το modem, τα οποία άλλωστε αποτελούν το βασικό εξοπλισμό για κάθε on – line συναλλαγή και κάποιο κατάλληλο λογισμικό, το οποίο παρέχεται από την τράπεζα και φυσικά τον αντίστοιχο κωδικό πρόσβασης.
- Συναλλαγές μέσω Internet (Internet banking), όπου ο πελάτης χρησιμοποιεί προγράμματα λογισμικού που είναι διαθέσιμα στο διαδίκτυο. Για την πραγματοποίηση των συναλλαγών η τράπεζα παρέχει στο χρήστη μόνο κωδικό πρόσβασης. Στη συνέχεια και η τηλεόραση θα χρησιμεύει, ως πύλη πρόσβασης στο Internet και συνεπώς στο Internet banking.
- Η πιο πρόσφατα εμφανιζόμενη μορφή για τις εξ αποστάσεως συναλλαγές είναι μέσω κινητού τηλεφώνου (mobile banking). Οι πελάτες μπορούν να εκτελούν βασικές τραπεζικές εργασίες στην αρχή, όπως να ενημερώνονται για την κίνηση του λογαριασμού τους, να μεταφέρουν χρήματα από ένα λογαριασμό σε άλλο, την ώρα που βρίσκονται, για παράδειγμα στο αυτοκίνητό τους.

Η κυριότερη επίδραση του Internet στο τραπεζικό γίνεσθαι είναι η πρωτοφανής αύξηση των σημείων πρόσβασης. Σύμφωνα με την έρευνα της Warburg Dillon Read με τίτλο «European e – finance» (Απρίλιος 2000), σήμερα στην Ευρώπη καταμετρούνται περισσότερα από 160.000 καταστήματα τραπεζών και 400.000 ATM (Automatic Teller Machines). Η παροχή τραπεζικών εργασιών μέσω διαδικτύου προσθέτει 330 εκατομμύρια επιπλέον σημεία πρόσβασης μέσω των PC και των τηλεφώνων WAP. Βέβαια θα πρέπει να υπολογιστεί χωριστά η δυναμική που θα επιφέρει η εξάπλωση των συσκευών τηλεόρασης με δυνατότητα πρόσβασης στο Internet. Στον πίνακα 1 φαίνονται οι δυνατοί τρόποι πρόσβασης στις τραπεζικές υπηρεσίες, καθώς και ο αριθμός των σημείων πρόσβασης για κάθε κατηγορία, σε εκατομμύρια, για την Ευρώπη, όπως αυτά υπολογίζονται σύμφωνα με την ίδια έρευνα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

Πρόσβαση πελατών	Καταστήματα	ATM	PC	PDA	WAP	GSM	TV	Τηλέφωνο /Fax
Εκατ.	0,16	0,4	200	10	130	240	120	1.000

Πηγή: Warburg Dillon Read με τίτλο «European e – finance» (Απρίλιος 2000).

1.3 Δυνατότητες που προσφέρει το e – banking στην Τράπεζα και τον Πελάτη

Οφέλη για την Τράπεζα

Με την εφαρμογή της ηλεκτρονικής τραπεζικής μια τράπεζα μπορεί να πετύχει διεύρυνση της παρουσίας της και να προσελκύσει νέους πελάτες. Υποψήφιοι πελάτες της δεν είναι μόνο οι φυσικοί γείτονες του καταστήματος, αλλά όλος ο κόσμος! Η λειτουργία του ηλεκτρονικού τραπεζικού συστήματος και η δυνατότητα υλοποίησης τραπεζικών συναλλαγών 24 ώρες το εικοσιτετράωρο, επί 7 ημέρες την εβδομάδα και 365 ημέρες το χρόνο είναι σημαντικός παράγοντας για την αύξηση του όγκου των συναλλαγών και την ικανοποίηση των πελατών. Τα αιτήματα των πελατών ικανοποιούνται άμεσα και αποτελεσματικότερα. Οι δυνατότητες επικοινωνίας με πελάτες και συνεργάτες κάθε μορφής είναι αυξημένες.

Παράλληλα η τράπεζα αποκτάει τη δυνατότητα επέκτασης σε νέες αγορές. Οι ηλεκτρονικές τράπεζες, εκτός από τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής και on line χρηματιστηριακών πράξεων, προσφέρουν και θα προσφέρουν μέσω των site τους στο Internet υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου.

Έχει υπολογιστεί ότι μια τραπεζική συναλλαγή κοστίζει στις τράπεζες αρκετές φορές ακριβότερα όταν πραγματοποιείται μέσω του παραδοσιακού δικτύου απ' ό,τι μέσω Internet. Τα λειτουργικά έξοδα μιας ηλεκτρονικής τράπεζας περιορίζονται σε σχέση με τα αντίστοιχα μιας συμβατικής τράπεζας. Το γεγονός αυτό τους δίνει το περιθώριο να αποδίδουν υψηλότερο τόκο στις καταθέσεις και να χορηγούν δάνεια με χαμηλότερο επιτόκιο.

Η ηλεκτρονική τραπεζική διευκολύνει την πλήρη διαφάνεια των όρων των τραπεζικών συναλλαγών από πλευράς τιμής και κόστους. Με αυτό τον τρόπο βέβαια επιβάλλει και εντείνει τον ανοικτό ανταγωνισμό σε όλο το εύρος των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, όχι μόνο μέσα στα σύνορα μιας χώρας, αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο. Η αποτελεσματικότητα των πωλήσεων επηρεάζεται εξίσου θετικά. Έχει αποδειχθεί ότι το τηλεμάρκετινγκ, στελεχωμένο καλύτερα και επαρκέστερα από ό,τι ένα τραπεζικό κατάστημα και υποστηριζόμενο από τη συγκέντρωση και διαχείριση των πληροφοριών των πελατών, μπορεί να γίνει πολύ αποτελεσματικό. (The rises of brickless banking, Impact of remote channels, Booz Allen - Hamilton, Insights – Banking & Capital Markets).

Όλα τα ανωτέρω αποδεικνύουν ότι η εφαρμογή της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι ένα θέμα που δεν σηκώνει αναβολές. Βέβαια τα τραπεζικά καταστήματα δεν πρόκειται να εξαφανιστούν εντελώς. Ωστόσο οι τράπεζες που μπορούν να αναπτύξουν, κοστολογήσουν, λειτουργήσουν και διατηρήσουν τα κανάλια εξ αποστάσεως παροχής υπηρεσιών με τρόπο αποτελεσματικό για τον πελάτη και τους ίδιους θα είναι οι ηγέτες του αιώνα που μόλις ξεκίνησε.

Οφέλη για τον Πελάτη

Ο πελάτης αναδεικνύεται στον κατεξοχήν κερδισμένο από τη νέα αυτή κατάσταση. Σήμερα οι άνθρωποι έρχονται αντιμέτωποι με πολλές προκλήσεις και

η ζωή τους είναι απαιτητική. Ο χρόνος που διαθέτουν για να χειριστούν τις προσωπικές τους οικονομικές υποθέσεις είναι ιδιαίτερα περιορισμένος. Τόσο οι γυναίκες, όσο και οι άνδρες αφιερώνουν πολλές ώρες την ημέρα στην εργασία τους. Επιπλέον οι παραδοσιακές τράπεζες είναι ανοικτές για το κοινό τις ώρες που όλοι εργάζονται. Με την ηλεκτρονική τραπεζική, οι τραπεζικές υπηρεσίες προσφέρονται στον πελάτη όλες τις ώρες, ώστε να διαλέξει αυτός τον κατάλληλο χρόνο. Εξάλλου γιατί να περιμένει κανείς στην ουρά για να προσεγγίσει τον γκισέ της τράπεζας, αφού του παρέχεται η δυνατότητα να κάνει τις ίδιες συναλλαγές άνετα και ανέξοδα από το σπίτι του. Επιπλέον οι πελάτες της ηλεκτρονικής τραπεζικής μπορούν να έχουν καλύτερη και πληρέστερη ενημέρωση για προϊόντα και υπηρεσίες.

Βέβαια είναι συχνό το φαινόμενο των προσφορών μέσω του διαδικτύου και το γεγονός αυτό είναι από μόνο του αρκετό για να προσελκύσει μια μερίδα πελατών. Αυτό συμβαίνει γιατί, ως κανάλι διανομής είναι καινούριο και υπό ανάπτυξη και οι επιχειρήσεις κάθε μορφής προβαίνουν σε προσφορές, προκειμένου να προσελκύσουν νέους πελάτες.

Η ψηφιακή τεχνολογία, διαμορφώνοντας νέα μοντέλα προώθησης πωλήσεων και δημιουργίας νέων προϊόντων οδηγεί στην καλύτερη προσαρμογή των προϊόντων και υπηρεσιών στις ανάγκες της πελατείας, με αποτέλεσμα την προσφορά τους με καλύτερους όρους. Η ηλεκτρονική τραπεζική παρέχει στον πελάτη δυνατότητες, μέσω **spreadsheets(λογιστικών φύλλων)** και χρηματοοικονομικών προσομοιώσεων, για να αυξήσει το κέρδος του, να προβλέψει τα έσοδά του και να σχεδιάσει, πώς θα βελτιώσει τα οικονομικά του.

Μερικές από τις υπηρεσίες που σήμερα προσφέρονται **on – line** είναι η πληρωμή λογαριασμών, η μεταφορά χρημάτων μεταξύ λογαριασμών, η παρακολούθηση των αντιγράφων κίνησης λογαριασμών, η υποβολή αιτήσεων για δάνεια ή μπλοκ επιταγών, η παραγγελία πρόσθετων υπηρεσιών (π.χ ασφαλιστικών και άλλων), η πρόσβαση σε πληροφορίες για προϊόντα, λογαριασμούς, επιτόκια και προσφορές. Ταυτόχρονα παρέχονται πληροφορίες και συμβουλές για επενδύσεις, όπως τοποθετήσεις κεφαλαίων σε τραπεζικά προϊόντα, αμοιβαία κεφάλαια, ασφάλειες ζωής, πρόσθετα συνταξιοδοτικά προγράμματα και υπηρεσίες που έχουν σχέση με πιστωτικές κάρτες.

Στην Ευρώπη, όπου τα συστήματα πληρωμών είναι ήδη αναπτυγμένα και τυποποιημένα, ο προσανατολισμός των τραπεζών στρέφεται σταδιακά στην παροχή πρόσθετων υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις(**corporate sites**). Στο πεδίο αυτό η γκάμα των επιλογών σε προϊόντα είναι διευρυμένη. Συνήθεις υπηρεσίες που προσφέρονται για τις επιχειρήσεις είναι: Συνεχής λήψη των πληροφοριών για τα υπόλοιπα των λογαριασμών τους, πληροφόρηση για τις επιταγές που εκδίδουν, παροχή ηλεκτρονικού αντίγραφου κίνησης(**statement**) σε επίπεδο λογαριασμού ή συνολικά για τις τραπεζικές χρηματοροές της επιχείρησης(**cash flow**), μεταφορές κεφαλαίων μεταξύ λογαριασμών, πληρωμές προς τρίτους, μέσω τραπεζικών λογαριασμών, συναλλαγές θεματοφυλακής χρεογράφων και επενδυτικών προϊόντων (**custody**), εντολές αγοραπωλησίας χρεογράφων και εντολές αγοράς ή και μετατροπής συναλλάγματος.

Οποσδήποτε στο άμεσο μέλλον οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής θα γίνονται ολοένα και περισσότερο προσωποποιημένες, για να προσαρμόζονται στις ιδιαίτερες ανάγκες των πελατών. Επίσης οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες και τα προϊόντα θα παρουσιάζουν έντονη διαφοροποίηση από τράπεζα σε τράπεζα. Στις εξελιγμένες αγορές, όπου ο τραπεζικός τομέας περνάει από τη φάση της τραπεζοκεντρικότητας σε αυτή της διατραπεζικότητας, υπάρχει η δυνατότητα μεταφοράς χρημάτων μεταξύ λογαριασμών σε διαφορετικές τράπεζες.

2. ΔΙΕΙΣΔΥΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΞΑΠΛΩΣΗΣ

2.1 Η διείσδυση του e – finance στην Ευρώπη.

Σύμφωνα με έρευνα της **Booz Allen Hamilton**, τα επόμενα τρία χρόνια το 78% των ευρωπαϊκών τραπεζών σχεδιάζει να προσφέρει μέσω **Internet** ολοκληρωμένες υπηρεσίες για τη λιανική αγορά, ενώ το 36% σχεδιάζει την εξασφάλιση αμφίδρομης επικοινωνίας για παροχή συμβουλών και απαντήσεων σε ερωτήματα των πελατών. Αντίστοιχα η **forrester Research** εκτιμάει ότι το 2003 περίπου 9,7 εκατομμύρια των αμερικανικών νοικοκυριών θα διακινούν συνολικά περισσότερα από 3 τρισεκατομμύρια δολάρια, μέσω 20,4 εκατομμυρίων **on – line** λογαριασμών.

Το σίγουρο είναι ότι το **e – banking** πρόκειται να αλλάξει ριζικά τα οικονομικά των τραπεζών. Καθώς δεν υπάρχουν πλέον καταστήματα, το λειτουργικό κόστος παραμένει πολύ χαμηλότερο σε σχέση με αυτά των εγκατεστημένων τραπεζών. Για το λόγο αυτό η τεχνολογία θα πρέπει να ενθαρρύνει τις τράπεζες για προσφορά πιο ελκυστικών επιτοκίων και υπηρεσιών, όπως η άμεση μεταφορά κεφαλαίων. Οι τράπεζες που αρνούνται να μπουν στο παιχνίδι του **ηλεκτρονικού επιχειρείν**, επειδή φοβούνται « **περιορισμό**» των μεριδίων τους στην αγορά και της πελατειακής τους βάσης, θα πρέπει να αφήσουν κατά μέρος τέτοιου είδους ανησυχίες. Αν δεν φάνε οι ίδιοι την πίτα τους, είναι σίγουρο ότι κάποιος άλλος πρόκειται να το κάνει γι' αυτούς.

Σύμφωνα με νεότερη έρευνα « **Οι επιπτώσεις της τεχνολογίας στα ευρωπαϊκά τραπεζικά συστήματα** », που διεξήγαγε τον Ιούλιο του 1999 η Επιτροπή Τραπεζικής Εποπτείας (**Banking Supervision Committee**) του Ευρωπαϊκού Συστήματος Κεντρικών Τραπεζών (**European System of Central Banks, ESCB**), ο βαθμός αποδοχής και υιοθέτησης των νέων τρόπων συναλλαγών από τους πελάτες συσχετίζεται με το κοινωνικό – οικονομικό υπόβαθρό τους (με σειρά προτεραιότητας: φύλο, εισόδημα και ηλικία). Αυτό ωστόσο φαίνεται να εκλείπει, καθώς το δεδομένο της δυνατότητας πραγματοποίησης τραπεζικών συναλλαγών επί 24 ώρες το εικοσιτετράωρο και επτά ημέρες την εβδομάδα είναι ιδιαίτερα πειστικό επιχειρήμα που καταρρίπτει σχετικά εύκολα οποιεσδήποτε επιφυλάξεις.

Μέχρι τώρα η κύρια έμφαση είχε δοθεί στην ανάπτυξη του δικτύου των **ATM** και των τραπεζικών υπηρεσιών διαμέσου τηλεφώνου, ενώ το **Internet banking** έκανε σχετικά πρόσφατα την εμφάνισή του. Οι υπηρεσίες που αρχικά παρέχονταν με αυτό τον τρόπο ήταν πιο απλές και τυποποιημένες. Σήμερα οι τράπεζες εργάζονται στην κατεύθυνση της παροχής όλο και πιο εξελιγμένων «**ηλεκτρονικών**» υπηρεσιών. Βέβαια οι πιο σύνθετες υπηρεσίες συνεχίζουν να

παρέχονται, μέσω της κλασικής οδού, της άμεσης και προσωπικής επαφής πελάτη και υπαλλήλου.

Αν εστιάσει κανείς στις συναλλαγές μέσω **ATM**, θα παρατηρήσει ότι σε ευρωπαϊκό επίπεδο είναι αρκετά διαδεδομένες και παρουσιάζουν αυξητικούς ρυθμούς. Ωστόσο δεν είναι λίγες οι τράπεζες που δηλώνουν ότι δεν προτίθενται να επενδύσουν περαιτέρω σε αυτό τον τομέα, καθώς θεωρούν τη μέθοδο αυτή απλά, ως μεταβατικό στάδιο το **PC banking** ή ακόμα περισσότερο προς το **Internet banking**. Επιπλέον παρατηρείται αυξανόμενη χρήση ηλεκτρονικών μέσων πληρωμής μικρής αξίας, όπως για παράδειγμα η χρήση ηλεκτρονικού χρήματος και οι πληρωμές με χρεωστικές και πιστωτικές κάρτες, μέσω **EFTPOS**.

Σύμφωνα με την ίδια έρευνα, μέσω τηλεφώνου πραγματοποιούνται συναλλαγές από μεγάλη μερίδα της πελατείας και οι υπηρεσίες που παρέχονται συνήθως είναι όλες τυποποιημένες υπηρεσίες που απευθύνονται σε ιδιώτες πελάτες. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση οι τραπεζικές αρχές αναφέρουν ότι, στις χώρες που είναι περισσότερο διαδεδομένο το **telephone banking**, ένα ποσοστό της τάξης του 10% των ιδιωτών πελατών έχει υιοθετήσει αυτόν τον τρόπο συναλλαγών. Τα υψηλότερα ποσοστά καταγράφονται στο Ηνωμένο Βασίλειο και τη Γαλλία, όπου χρησιμοποιούνται τόσο τηλεφωνικά κέντρα στελεχωμένα με έμπειρους ανθρώπους έτοιμους να απαντήσουν και να εξυπηρετήσουν όσο και συστήματα που ενεργοποιούνται με τη φωνή ή τονικά. Παρότι τα αυτόματα συστήματα που παρέχουν και φωνητική αναγνώριση είναι φτηνότερα και επομένως η χρήση τους είναι πιο συμφέρουσα για τις τράπεζες απ' ό,τι η λειτουργία τηλεφωνικών κέντρων (**call centers**), οι πελάτες φαίνεται να προτιμούν ακόμη τη συνομιλία με ανθρώπους. Στον πίνακα 2 δίνεται ο βαθμός διείσδυσης του **telephone banking** σε κάποιες ευρωπαϊκές χώρες, κατά φθίνουσα σειρά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2

Βαθμός διείσδυσης του telephone banking σε μικρές ευρωπαϊκές χώρες	
Γαλλία	10%
Ηνωμένο Βασίλειο	10%
Γερμανία	6%
Ισπανία	6%
Βέλγιο	5%
Ιρλανδία	5%
Ολλανδία	5%
Σουηδία	4%
Ιταλία	3%
Φινλανδία	2%

Πηγή: Επιτροπή Τραπεζικής Εποπτείας (**Banking Supervision Committee**) της Ε.Ε. 1999.

Από την άλλη πλευρά, το **on – line PC banking** αριθμεί πολύ λιγότερους χρήστες απ' ό,τι οι προηγούμενες δύο εκφάνσεις των εξ αποστάσεως συναλλαγών. Οι

διαφορές μεταξύ των κρατών - μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι μεγάλες, ενώ αρκετές χώρες προσφέρουν τη δυνατότητα πραγματοποίησης τηλεφωνικών τραπεζικών συναλλαγών μόνο σε πελάτες – επιχειρήσεις.

Αναφορικά με το **Internet banking**, το 1999 η προαναφερθείσα έρευνα της Επιτροπής Τραπεζικής Εποπτείας κατέγραφε ότι η πλειονότητα των τραπεζών είχε δημιουργήσει **site** στο **Internet** για λόγους πληροφόρησης, αλλά δεν είχε τότε ακόμη φθάσει στο σημείο να παρέχει τη δυνατότητα αμφίδρομης επικοινωνίας που απαιτείται για την πραγματοποίηση συναλλαγών. Μερικοί πιστωτικοί οργανισμοί αντιμετώπιζαν τότε αυτή τη μέθοδο παροχής τραπεζικών υπηρεσιών, ως ανταγωνιστική του **on – line PC banking**. Η διαφορά τους έγκειται στο ότι το τελευταίο παρέχει στις τράπεζες το πλεονέκτημα να διαθέτουν ένα σύστημα, όπου δεν έχουν πρόσβαση οι ανταγωνιστές. Στο **Internet banking** οι ανταγωνιστές βρίσκονται μόνο ... ένα κλικ του ποντικιού μακριά! Αυτό συμβαίνει γιατί η τεχνολογία είναι διαθέσιμη σε όλους και το **Internet** δεν ανήκει σε κανέναν, ούτε ελέγχεται από κανένα. Ωστόσο το **Internet banking** θεωρείται ότι παρουσιάζει τη μεγαλύτερη δυναμική ανάπτυξης από όλες τις άλλες μορφές εξ αποστάσεως τραπεζικών συναλλαγών. Ήδη πολύ μεγάλος αριθμός τραπεζών ανά τον κόσμο προσφέρει σύνθετες υπηρεσίες, μ' έσω αυτού του καναλιού, το οποίο αναμένεται να εξαπλωθεί με γρήγορους ρυθμούς στο προσεχές μέλλον. Οι υπηρεσίες που προσφέρονται είναι κυρίως από την κατηγορία των επενδύσεων, καθώς οι χρηματοδοτήσεις προϋποθέτουν πάντα τον έλεγχο της πιστοληπτικής ικανότητας του πελάτη.

Στο μέλλον οι υπηρεσίες που προσφέρονται, μέσω **Internet banking** θα γίνονται προοδευτικά πολυδιάστατες, αλλά πάντα θα παραμένουν λιγότερο σύνθετες από αυτές που προσφέρονται με τον παραδοσιακό τρόπο της προσωπικής επαφής υπαλλήλου και πελάτη. Οι τράπεζες πιθανότατα θα προβαίνουν σε διαφοροποίηση των προϊόντων που παρέχουν και μέσω **remote banking**, προκειμένου να αποθαρρύνουν την «**κινητικότητα των πελατών**».

Στην πιο πρόσφατη έρευνα της **Arthur Andersen**, με τίτλο «**Ευδοκιμώντας στη νέα οικονομία**» (Ιανουάριος 2000), διαπιστώνεται ότι ο χώρος των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών θεωρείται και δείχνει να είναι από τους πρώτους που δραστηριοποιούνται ψηφιακά. Από την άλλη πλευρά, οι εταιρίες που δραστηριοποιούνται στον τομέα αυτό έχουν κάνει αρκετά βήματα, αλλά δεν έχουν συνειδητοποιήσει πλήρως τις νέες διαστάσεις και ανάγκες του παιχνιδιού, στο οποίο έχουν εισέλθει.

Σύμφωνα με την έρευνα αυτή, η δραματική αύξηση των συναλλαγών, μέσω Internet διεθνώς, αύξηση που ξεπερνάει το 300% από την προηγούμενη χρονιά, είναι μια πραγματικότητα που δεν χωράει αμφισβήτηση. Παρόλα αυτά αρκετές εταιρίες παροχής χρηματοοικονομικών υπηρεσιών δεν έχουν συνειδητοποιήσει την πραγματική σημασία της προοπτικής του «**ηλεκτρονικού επιχειρείν**» και τις επιπτώσεις του στις ίδιες. Το **e – επιχειρείν** δεν είναι απλά επαναδιατύπωση του τρόπου διάθεσης των οικονομικών υπηρεσιών, αλλά κάτι αρκετά πιο σύνθετο. Στην αρχή ξεκίνησε, ως καταλύτης στην παραδοσιακή επιχειρηματικότητα. Σήμερα επιφέρει μεταλλαγή στον τρόπο που οι εταιρίες προσεγγίζουν την αγορά τους, στον τρόπο που οι πελάτες αγοράζουν προϊόντα και υπηρεσίες και στον τρόπο που μια εταιρία μπορεί να κατακτήσει την επιτυχία. Μια μέτρηση της εξάπλωσης που έχει λάβει σήμερα το θέμα, δίνει ο αριθμός των συνολικών συναλλαγών μέσω διαδικτύου,

που από το μηδενικό επίπεδο, από το οποίο ξεκίνησαν πριν από έξι(6) χρόνια, εκτοξεύονται στο απρόσμενο ύψος των 400 δισεκατομμυρίων δολαρίων το 2000(**Arthur Andersen**). Ειδικά για τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες λέγεται ότι η εικονική τους φύση ταιριάζει καλύτερα στον ψηφιακό κόσμο, όπου αποκτάει μια άλλη φυσικότητα.

Από την άλλη πλευρά, ο βαθμός ετοιμότητας των χρηματοοικονομικών εταιριών για δραστηριοποίησή τους στον ψηφιακό κόσμο δεν επαληθεύει απόλυτα αυτή τη ρήση. Η έρευνα της **Arthur Andersen** πραγματοποιήθηκε σε 200 μεγάλες εταιρίες του χρηματοοικονομικού τομέα, προσπαθώντας να εστιάσει στον τρόπο, με τον οποίο οι εταιρίες αντιλαμβάνονται και κυρίως ανταποκρίνονται σε αυτή την επανάσταση. Τα αποτελέσματα της έρευνας ήταν κατά κάποιο τρόπο απρόσμενα, από τη σκοπιά της διάστασης που υπάρχει μεταξύ των απαιτήσεων που θέτει το «**ηλεκτρονικό επιχειρείν**» και το πώς τις αντιλαμβάνεται αυτές, ο τομέας της αγοράς. Τα στελέχη των χρηματοοικονομικών εταιριών θεωρούν γενικά το **e – επιχειρείν** εξαιρετικά σημαντικό, αλλά όχι τη στιγμή που πρέπει να δεσμευτούν για επενδύσεις, καθώς δεν βλέπουν το σημερινό αριθμό των δυνητικών πελατών, μέσω **Internet**, ως σημαντικό τμήμα του συνόλου της πελατειακής βάσης.

Ü Η πρώτη διαπίστωση είναι ότι πρόκειται για προσωπείο, καθώς η αίσθηση που επικρατεί στην αγορά είναι ότι το **Internet** είναι μια βιτρίνα καταστήματος και όχι ένα μεγάλο κατάστημα με πόρτες ανοιχτές στην αγορά. Λίγοι είναι αυτοί που έχουν αντιληφθεί τη δυναμική του «**ηλεκτρονικού επιχειρείν**», ως μια πλατφόρμα για να επεκτείνουν τη δράση τους σε μια παγκοσμιοποιημένη αγορά. Η «**διαδραστική**» φύση του επιχειρείν μέσω του διαδικτύου θα επηρεάσει ολόκληρη την επιχείρηση και θα σημάνει τη διαμόρφωση νέας στρατηγικής και τη σύναψη επιδέξιων συμμαχιών.

Ü Η δεύτερη διαπίστωση είναι ότι πρόκειται για μονόδρομη επικοινωνία. Πολλές εταιρίες πιστεύουν ότι το **Internet** είναι θαυμάσιο για να παρέχουν πληροφορίες στους πελάτες τους και όχι για να συλλέγουν οι ίδιες πληροφορίες ή ακόμη περισσότερο για να προβούν σε μια ζωντανή αμφίδρομη επικοινωνία με τον πελάτη. Ελάχιστες από τις εταιρίες της έρευνας εστιάζουν στη σημασία, του να προσεγγίσουν τον πελάτη, να συλλέξουν πληροφορίες από αυτόν και να δημιουργήσουν μαζί του μια σχέση προστιθέμενης αξίας. Νέες και πιο ολοκληρωμένες μορφές διαχείρισης εμφανίζονται. Το **relationship management** αποσκοπεί στη δημιουργία σχέσεων αμοιβαίου κέρδους, βασιζόμενο στα ιδιαίτερα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά του πελάτη και όχι απλά στα δημογραφικά του, όπως γινόταν μέχρι σήμερα. Η μετάβαση προς το «**ηλεκτρονικό επιχειρείν**» είναι κάτι πολύ περισσότερο από την απλή μετατροπή των παλιών προϊόντων και υπηρεσιών σε ηλεκτρονική μορφή.

Ü Το τρίτο εντυπωσιακό εύρημα της έρευνας είναι ότι οι εταιρίες πιστεύουν, πως η νέα αυτή επιχειρησιακή διάσταση δεν συνεπάγεται πολλές αλλαγές. Η αγορά πιστεύει ότι οι υπάρχουσες προσεγγίσεις και οργανωτικές δομές είναι επαρκείς για να αξιοποιήσουν τις επιχειρηματικές προκλήσεις του ηλεκτρονικού περιβάλλοντος. Η πραγματικότητα, ωστόσο είναι διαφορετική. Σχεδόν κανένα από τα υπάρχοντα επιχειρησιακά μοντέλα δεν μπορεί να επιβιώσει, χωρίς να επανεξεταστεί, να προσδιοριστεί σε νέα κατεύθυνση και να σχεδιαστούν νέα εργαλεία. Στο ίδιο πλαίσιο πρέπει να αντιμετωπίζονται με διαφορετικό τρόπο όλοι

οι πόροι, από το φυσικό κεφάλαιο μέχρι το διανοητικό. Οι κλασικές ιεραρχικές επιχειρηματικές δομές απλούστατα δεν ταιριάζουν με τους ανελέητους κανόνες που έχει θέσει το **internet**. Μια νέα μορφή επιχείρησης έχει ήδη εμφανιστεί και υιοθετηθεί, καθώς υπάρχουν εταιρίες, που δραστηριοποιούνται μόνο μέσω του **internet**.

- Û Τέταρτο σημείο, όπου εμφανίζεται διάσταση με την πραγματικότητα στην αντίληψη των εταιριών, είναι ότι δεν επέρχεται μεταβολή στη δομή της αγοράς. Πολλοί είναι ακόμη εκείνοι που πιστεύουν ότι η αγορά θα συνεχίσει να έχει την τμηματοποίηση που τη χαρακτηρίζει και σήμερα. Η αλήθεια είναι ότι για αυτούς που θέλουν να οδηγούν τις εξελίξεις και να κατέχουν κυρίαρχο ρόλο στο μέλλον, τα όρια μεταξύ τομέων της αγοράς ανήκουν στο παρελθόν. Οι χρηματοοικονομικές εταιρίες, για παράδειγμα, βλέπουν τον ανταγωνισμό να αυξάνει με στρατιές νέων « **παικτών** » που προσεγγίζουν την αγορά προερχόμενοι από άλλους τομείς της.
- Û Η έρευνα καταλήγει ότι κάποιες μεγάλες εταιρίες, όπως η **E – Trade** και η **Softbank**, πραγματικές **e – επιχειρήσεις**, κατέχουν την πρωτιά. Παρόλα αυτά η πλειονότητα των χρηματοοικονομικών επιχειρήσεων παραμένει αβέβαια, όσον αφορά τη στρατηγική της προς αυτή την κατεύθυνση και θεωρεί τη δραστηριοποίηση στο διαδίκτυο, ως συμπληρωματική. Η αβεβαιότητα αυτή δεν μπορεί να παραμείνει για πολύ, καθώς ο ρυθμός που εμφανίζονται οι αλλαγές είναι ραγδαίος. Η **Arthur Andersen** εκτιμά ότι η μείωση στο κόστος συναλλαγών, όταν αυτές γίνονται ηλεκτρονικά μπορεί να φθάσει μέχρι και το απίστευτο ποσοστό του 89%.
- Û Στο πνεύμα της εποχής, που χαρακτηρίζεται από ταχύτατες εξελίξεις και πριν προλάβουμε να συνειδητοποιήσουμε καλά - καλά τη μετάβαση στο **e – banking**, εμφανίζεται το **m – banking** παράλληλα με το **m – commerce**. Ανοίγεται έτσι μια απίστευτα μεγάλη ευκαιρία στην τραπεζική αγορά, με την εφαρμογή της δυνατότητας πραγματοποίησης τραπεζικών συναλλαγών, οποιαδήποτε ώρα και από οπουδήποτε. Τα πρώτα βήματα στην παροχή υπηρεσιών μέσω κινητών τηλεφώνων και **personal digital assistants (PDA** ή αλλιώς τα γνωστά μας **palmtops**) έκαναν οι χρηματιστηριακές εταιρίες. Στο άρθρο «**Mobile Banking? Hold de phone**» των **Rob Luke** και **Susan Skiles Luke**(www.elektronicbanker.com) αναφέρεται ότι η **Fidelity Investment** από τη Βοστώνη, για παράδειγμα, έχει ήδη εγγράψει είκοσι επτά χιλιάδες(27.000) πελάτες αποκλειστικά για ασύρματη εξυπηρέτηση μέσω του **InstantBroker** που λανσάρισε τον Ιανουάριο του 1999. Βέβαια υπάρχουν και μερικοί αναλυτές, οι οποίοι αμφιβάλουν σχετικά με το αν πρέπει οι τράπεζες να περιμένουν το ίδιο εντυπωσιακά αποτελέσματα. Ο λόγος είναι ότι στον κόσμο των χρηματιστηριακών επενδύσεων, όπου οι αλλαγές είναι ταχύτατες, οι συναλλαγές μέσω κινητού τηλεφώνου έχουν νόημα. Από την άλλη πλευρά οι συναλλαγές στον τραπεζικό χώρο είναι πιο στατικές. Το ερώτημα που πρέπει να απασχολεί τις τράπεζες είναι αν προβλέπεται να υπάρχει ζήτηση. Μερικές τράπεζες πιστεύουν ότι ήδη υπάρχει. Η **BofA**, ένας γίγαντας με τριάντα εκατομμύρια(30.000.000) πελάτες και περιουσιακά στοιχεία ύψους **632,6 δισεκατομμυρίων** δολαρίων, λανσάρισε για πρώτη φορά ασύρματες τραπεζικές υπηρεσίες τον Οκτώβριο του 1999, στοχεύοντας να γίνει η πρώτη αμερικανική τράπεζα που μπαίνει σ' αυτά τα πεδία. Στο ίδιο άρθρο αναφέρεται η πρόβλεψη της **Yankee Group**, σύμφωνα με

την οποία το 2003 σε παγκόσμιο επίπεδο θα υπάρχουν **1,25 δισεκατομμύρια** συσκευές με πρόσβαση στο **internet**. Σήμερα υπολογίζεται ότι σε ολόκληρο τον κόσμο λειτουργούν 500 έως 750 εκατομμύρια ασύρματες συσκευές με σύνδεση στο **internet**. Επίσης αρκετοί είναι αυτοί που πιστεύουν ότι μέσα σε πέντε(5) χρόνια η πρόσβαση στο **Internet** θα γίνεται σε μεγαλύτερο βαθμό μέσω ασύρματων συσκευών απ' ότι μέσω ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Με την κατάργηση των διαχωριστικών ορίων μεταξύ των αγορών και με τη δραστηριοποίηση των εταιριών σε νέους τομείς, οι διαφορές μεταξύ τραπεζών και χρηματιστηριακών εταιριών ολοένα και περισσότερο αμβλύνονται. Μικρή ή μεγάλη εταιρία, χρηματιστηριακή ή τραπεζική είναι διαφορές που δεν παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο από τη στιγμή που υπηρεσίες τους παρέχονται **on – line**. Άλλωστε αυτό το συμπέρασμα προκύπτει και ιστορικά. Λέγεται ότι οι πρώτες σιδηροδρομικές εταιρίες απέτυχαν γιατί δεν αναγνώρισαν ότι εργάζονταν στον τομέα των μεταφορών. Αντίστοιχα οι τράπεζες θα πρέπει να θυμούνται ότι υπηρετούν το χρηματοοικονομικό τομέα και να μην περιορίζονται απλά στο ότι είναι τράπεζες.

2.2 Internet και e – commerce

Η επιχειρηματική κίνηση γύρω από το ηλεκτρονικό εμπόριο εντάσσεται στο γενικότερο πλαίσιο της ηλεκτρονικής επανάστασης που έχει ήδη επηρεάσει ριζικά τη ζωή μας και που αναμένεται να την επηρεάσει ακόμη περισσότερο στο άμεσο μέλλον. Οι διαπρεπείς επιστήμονες και οραματιστές, όπως ο Νίκολας Νεγρεπόντε, Διευθυντής του εργαστηρίου **Media**, και ο Μιχάλης Δερτούζος, Επικεφαλής του Εργαστηρίου Ηλεκτρονικών Υπολογιστών στο Πανεπιστήμιο **M.I.T.**, προβλέπουν ότι το μέλλον του κόσμου είναι ψηφιακό. Οι υπολογιστές, σύμφωνα με αυτούς, όλο και θα μικραίνουν σε μέγεθος, θα αυξάνουν σε δυνατότητες και θα συνδέονται με οτιδήποτε λειτουργεί με ρεύμα ή μπαταρία. Φυσικά όλοι θα συνδέονται με το **Internet**. Στην αυριανή αγορά πληροφορικής θα διατίθενται μια σειρά από εργαλεία και εξαρτήματα που θα μας βοηθούν στην επικοινωνία μας με τους υπολογιστές και το αντίστροφο. Τα συστήματα θα αντιλαμβάνονται τις επιθυμίες μας, ερμηνεύοντας την πορεία του ματιού μας. Αυτές θα είναι οι μικρότερες από τις αλλαγές που θα έρθουν στη ζωή μας.

Η διεθνής φύση του ηλεκτρονικού εμπορίου εξαφανίζει τις δυσκολίες που προέρχονται από τις αποστάσεις ή το χρόνο και καλεί τις επιχειρήσεις να συμμετέχουν σε μια διεθνή αγορά που θα είναι προσβάσιμη 24 ώρες το εικοσιτετράωρο και επτά (7) ημέρες την εβδομάδα. Στο ηλεκτρονικό εμπόριο δεν υπάρχει περιφέρεια. Όλοι έχουν τις ίδιες ευκαιρίες, ανεξάρτητα από το αν βρίσκονται στην πρωτεύουσα, σε μια βιομηχανική πόλη ή σε μια απομακρυσμένη περιοχή.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η νέα πραγματικότητα που «εισβάλλει» σε όλες τις επιχειρήσεις ανεξαρτήτως κλάδου δραστηριότητας, μεγέθους και χρηματοοικονομικής κατάστασης. Κάθε είδους συναλλαγή, η οποία πραγματοποιείται στις εμπορικές αρτηρίες του διαδικτύου, εντάσσεται στην έννοια του ηλεκτρονικού εμπορίου. Οι ηλεκτρονικές πωλήσεις προϊόντων και υπηρεσιών απευθύνονται είτε σε απλούς καταναλωτές (**Business to Consumer**) είτε σε άλλες επιχειρήσεις (**Business to Business**).

Σύμφωνα με μελέτη της **Andersen Consulting**, στην Ευρώπη αναμένεται ότι οι χρήστες του διαδικτύου σχεδόν θα τετραπλασιαστούν μέχρι το 2003, δηλαδή θα φθάσουν τα 170 εκατομμύρια. Φυσικά άλλες εταιρίες έρευνας, όπως η **Forrester**, η **IDC**, η **Jupiter Communications** και η **KPMG** δίνουν διαφορετικά νούμερα. Το βάρος των προβλέψεων δεν θα πρέπει να δίνεται στην ακρίβεια ή μη των αριθμών, αλλά αντίθετα στην εκτίμηση των διαφορετικών στατιστικών στοιχείων σε σχέση με τις γενικές τάσεις ανάπτυξης που διέπουν το ηλεκτρονικό εμπόριο. Το σημαντικό είναι ότι η αύξηση των χρηστών στο διαδίκτυο θα είναι πολύ μεγάλη. Σύμφωνα με την **NOP Research Group**, το διαδίκτυο σταδιακά θα μεταλλαχθεί σε μαζικό μέσο κοινωνικών και εμπορικών δραστηριοτήτων, ιδιαίτερα σε ευρωπαϊκές χώρες που έχουν υιοθετήσει το μοντέλο « της χαμηλής χρέωσης » και χώρες που ακολουθούν το μοντέλο « της σταθερής χρέωσης στις τηλεπικοινωνίες για πρόσβαση στο διαδίκτυο » (**fixed fee**), όπως οι **Η.Π.Α.** Το Ηνωμένο Βασίλειο πρωτοτύπησε και είναι η πρώτη χώρα που χρησιμοποίησε το μοντέλο « πρόσβαση στο διαδίκτυο χωρίς χρέωση », με αποτέλεσμα να παρατηρηθεί σημαντική αύξηση στις πωλήσεις μέσω διαδικτύου.

Είναι βέβαιο ότι η περαιτέρω ανάπτυξη του διαδικτύου θα προσδώσει νέο «ηλεκτρονικό παλμό» στο εμπόριο και την ιδιωτική μας ζωή. Ο «ψηφιακός αιώνας» και οι «λεωφόροι των πληροφοριών» αναμένεται να συμβάλλουν σημαντικά στην αύξηση της κινητικότητας που παρατηρείται στις «εμπορικές αρτηρίες του internet». Στον πίνακα 3 απεικονίζεται η διεύθυνση της τεχνολογίας πληροφορικής και επικοινωνίας στις ευρωπαϊκές χώρες. Στη στήλη 1 δίνεται ο πληθυσμός των χωρών σε χιλιάδες. Στη στήλη 2, επίσης σε χιλιάδες, ο αριθμός των νοικοκυριών σε κάθε χώρα. Στη στήλη 3 αναγράφεται ο αριθμός των συνδέσεων σταθερών τηλεφώνων σε σχέση με τον αντίστοιχο πληθυσμό της κάθε χώρας. Στις στήλες 5 και 6 δίνεται ο αριθμός των ψηφιακών τηλεφωνικών γραμμών σε χιλιάδες και το ποσοστό τους σε σχέση με το σύνολο του πληθυσμού. Στις στήλες 7 και 8 ο αριθμός των συνδέσεων καλωδιακών τηλεοράσεων (σε χιλιάδες) και το ποσοστό που αντιπροσωπεύουν στον πληθυσμό. Τέλος στις στήλες 11 και 12 δίνεται ο αριθμός των χρηστών (σε χιλιάδες) και το ποσοστό τους στο σύνολο του πληθυσμού.

Η PricewaterhouseCoopers καταγράφει τις κυρίαρχες τάσεις και προβλέψεις για το άμεσο μέλλον, υποστηρίζοντας ότι, παρά τις σχετικές επιφυλάξεις, οι μεγάλες επιχειρήσεις προετοιμάζονται να επεκτείνουν τις επενδύσεις τους σε συστήματα. Ηλεκτρονικής επιχειρηματικής δράσης. Κατά τα προσεχή τρία(3) έτη αναμένει γοργή αύξηση του αριθμού των επιχειρήσεων που θα εφαρμόσουν το πρότυπο της ηλεκτρονικής επιχείρησης (**e – business**), προκειμένου να ελευθερώσουν τις λειτουργικές τους διαδικασίες και να βελτιώσουν την ποιότητα των συναλλαγών τους, τόσο με τους πελάτες, όσο και με τους προμηθευτές. Αποτέλεσμα όλων των παραπάνω είναι, ο διαχωρισμός μεταξύ των υποστηρικτικών λειτουργιών (όπως διανομή και λογιστήριο) και κύριων λειτουργιών (όπως παραγγελίες προϊόντων, υπηρεσίες και προμήθειες μέσω διαδικτύου) θα εξαλειφθεί σταδιακά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3

Διείσδυση τεχνολογίας πληροφορικής και επικοινωνίας στην Ευρώπη (1998)

Χώρα	Πληθυσμός (000)	Νοικοκυριά (000)	Σταθερά τηλέφωνα (000)	Σταθερά τηλέφωνα (%)	Ψηφιακές τηλεφωνικές (100)	Ψηφιακές τηλεφωνικές (%)	Καλωδιακή Τηλεόραση (000)	Καλωδιακή Τηλεόραση (%)	Κινητά τηλέφωνα (000)	Κινητά τηλέφωνα (%)	Internet χρήστες (000)	Internet χρήστες (%)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<i>Αυστρία</i>	8.080	3.112	4.057	50,2	3.679	90,7	1.132	14,0	2.270	28,1	589	7,3
<i>Βέλγιο</i>	10.200	4.140	4.842	47,5	4.136	85,4	3.670	36,0	1.759	17,2	602	5,9
<i>Γαλλία</i>	58.800	23.639	34.042	57,9	34.042	100,0	2.531	4,3	11.160	19,0	3.454	5,9
<i>Γερμανία</i>	82.086	37.413	46.848	57,1	46.848	100,0	19.200	23,4	13.928	17,0	8.033	9,8
<i>Δανία</i>	5.300	2.417	3.465	65,4	3.465	100,0	1.076	20,3	1.854	35,0	785	14,8
<i>Δημ. Τσεχίας</i>	10.300	4.042	3.750	36,4	2.446	65,2	940	9,1	958	9,3	284	2,8
<i>Δυτική</i>	453.106	169.192	224.018	49,4	215.018	96,1	45.886	10,1	95.558	21,1	30.640	6,8
<i>Ελβετία</i>	7.130	3.038	4.806	67,4	4.806	100,0	2.411	33,8	1.568	22,0	848	11,9
<i>Ελλάδα</i>	10.510	3.636	5.520	52,5	3.743	67,8	20	0,2	1.918	18,2	131	1,2
<i>Ην. Βασίλειο</i>	59.200	24.674	32.515	54,9	32.515	100,0	2.704	4,6	13.001	22,0	7.127	12,0
<i>Ιρλανδία</i>	3.555	1.216	1.655	46,6	1.468	88,7	630	17,7	781	22,0	214	6,0
<i>Ισπανία</i>	39.340	12.185	16.391	41,7	14.404	87,9	1.749	4,4	7.051	17,9	1.574	4,0
<i>Ιταλία</i>	57.500	20.544	26.227	45,6	26.227	100,0	160	0,3	20.300	35,3	1.749	3,0
<i>Λουξεμβούργο</i>	420	145	298	71,0	298	100,0	134	31,9	128	30,5	41	9,8
<i>Νορβηγία</i>	4.420	2.043	2.892	65,4	2.892	100,0	744	16,8	2.081	47,1	795	18,0
<i>Ολλανδία</i>	15.700	6.528	9.176	58,4	8.473	92,3	5.821	37,1	3.351	21,3	1.221	7,8
<i>Ουγγαρία</i>	10.13	3.995	3.658	36,1	2.800	76,5	1.340	13,2	1.060	10,5	225	2,2
<i>Πολωνία</i>	38.685	12.718	8.500	22,0	4.731	55,7	3.227	8,3	2.040	5,3	859	2,2
<i>Πορτογαλία</i>	9.960	3.305	4.104	41,2	4.008	97,6	468	4,7	3.075	30,9	255	2,6
<i>Ρωσία</i>	147.900	49.402	27.730	18,7	5.872	21,2	3.298	2,2	800	0,5	804	0,5
<i>Σουηδία</i>	8.860	4.115	6.170	69,6	6.170	100,0	1.960	22,1	4.527	51,1	1.713	19,3
<i>Τουρκία</i>	64.690	14.357	1 7.040	26,2	14.173	83,2	634	1,0	3.530	5,4	492	0,8
<i>Φινλανδία</i>	5.150	2.138	2.925	56,8	2.925	100,0	842	16,3	2.966	57,6	921	17,9
<i>Αν. Ευρώπη</i>	41 3.944	128.738	77.206	18,7	25.871	33,5	13.004	3,1	8.143	2,0	2.968	0,7
Συν.	867.050	297.931	301.224	34,7	241.119	80,0	58.890	6,8	103.701	12,0	33.607	3,9

Πηγή: Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο Πληροφορικής Τεχνολογίας

Τα πλεονεκτήματα που προσφέρει η διεξαγωγή των επιχειρηματικών λειτουργιών ηλεκτρονικά αναμένεται να προσελκύσουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον, καθώς οι επιχειρήσεις συνειδητοποιούν τη σημασία που έχει, όχι απλά να δουν το διαδίκτυο, ως ένα επιπλέον κανάλι διανομής με στόχο την καλύτερη λειτουργία, αλλά να επαναδιατυπώσουν τη στρατηγική, τα. Εργαλεία, τη φιλοσοφία και τους στόχους τους, ούτως ώστε να δημιουργήσουν τη δική τους ηλεκτρονική επιχείρηση. Σταδιακά οι κυρίαρχες επιχειρήσεις θα εστιάσουν τις δυνάμεις τους στο να μεταφέρουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο την επιχειρηματική του αξία στην αγορά, παρά στο να πετυχαίνουν απλά μεγαλύτερη παραγωγή με τη χρήση λιγότερων πόρων.

Ο πελάτης, όπως πλέον έχουν ή θα έπρεπε να έχουν συνειδητοποιήσει οι εταιρίες και στο φυσικό κόσμο, βρίσκεται στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος. Ο πελάτης θα έχει στο νέο ψηφιακό κόσμο τη δυνατότητα πρόσβασης σε προϊόντα και υπηρεσίες 24 ώρες το εικοσιτετράωρο, 7 ημέρες την εβδομάδα, 365 ημέρες το χρόνο, χωρίς να μετακινηθεί από το γραφείο ή το σπίτι του. Στην πλειονότητά τους οι επιχειρήσεις στοχεύουν σταδιακά προς τη βελτιστοποίηση των πελατειακών τους σχέσεων, δημιουργώντας πρωτίστως ένα κλίμα εμπιστοσύνης. Το κλίμα αυτό αποτελεί τη βάση για τη βελτίωση της κερδοφορίας της επιχείρησης και την ισχυροποίηση των ανταγωνιστικών της πλεονεκτημάτων.

Η τάση των επιχειρήσεων προς την παγκόσμια δράση, την παγκοσμιοποίησή τους, βασίζεται και διαπρέπει στο περιβάλλον του διαδικτύου, όπως τα γεωγραφικά σύνορα είναι ανύπαρκτα. Ειδικότερα στην Ευρώπη, ο συνδυασμός της απελευθέρωσης των τηλεπικοινωνιών, η δημιουργία του «Ευρωχώρου» και η πτώση των τιμών στα προϊόντα της τεχνολογίας αναμένεται να επιταχύνει τη διεθνή ενοποίηση και να δώσει σημαντική ώθηση στην ανάπτυξη του e – επιχειρείν.

Η πρόκληση είναι σημαντική, αφού, σύμφωνα με μελέτη της **Booz – Allen & Hamilton** (« **The competitiveness of Europe's ICT Markets/ The crisis amid the growth**», **Ministerial Conference, 9 – 10 Μαρτίου 2000, Noordwijk, The Netherlands**), ήδη το 60% του πληθυσμού των ΗΠΑ και το 14% του ευρωπαϊκού πληθυσμού έχει πρόσβαση στο Internet. Παράλληλα η Ευρωπαϊκή Ένωση προωθεί τη σημαντική πρωτοβουλία e – **Europe** για την ενίσχυση της περιφερειακής συνοχής, μέσω της Κοινωνίας της Πληροφορίας.

Η **PricewaterhouseCoopers** έδωσε στη δημοσιότητα τον Ιούλιο του 1999 αναλυτική έρευνα («**Τεχνολογικές προοπτικές του ηλεκτρονικού εμπορίου**») της πραγματικότητας του ηλεκτρονικού εμπορίου και των τάσεων που θα διαμορφώσουν τον κλάδο αυτό στις αρχές της νέας χιλιετηρίδας. Σύμφωνα με αυτή την έρευνα, η έγκαιρη εφαρμογή της τεχνολογίας του ηλεκτρονικού εμπορίου έχει αναδειχθεί πλέον σε σοβαρό στρατηγικό επιχειρηματικό πλεονέκτημα. Η αξία της τεχνολογίας όμως έγκειται και στο ότι βοηθά τη σύσφιξη και την αμεσότητα των επιχειρηματικών και πελατειακών σχέσεων. Γι' αυτό και το κύριο όραμα για το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ένα διαδίκτυο που θα

υποστηρίζει μια παγκόσμια αγορά πραγματικού χρόνου, βασισμένο σε τεχνολογία και επιχειρηματικές διαδικασίες που θα έχουν ως γνώμονα τον πελάτη και την ασφάλεια των συναλλαγών του. Οι παράγοντες που θα διαμορφώσουν τον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου στο άμεσο μέλλον, όπως εντοπίστηκαν από την έρευνα αυτή, συνοψίζονται, ως εξής:

ΤΟ ΡΕΥΣΤΟ ΧΡΗΜΑ ΔΕΝ ΘΑ ΓΙΝΕΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ

Οι πιστωτικές κάρτες θα παραμείνουν ο κύριος τρόπος πληρωμής ηλεκτρονικών συναλλαγών για τα επόμενα τρία(3) περίπου χρόνια, ενώ αναμένεται μικρή αύξηση στη χρήση της ηλεκτρονικής επιταγής. Όσον αφορά τις κάρτες αυτόματης εκταμίευσης χρημάτων(cash cards), η χρήση τους αναμένεται να επεκταθεί στις αγορές τροφίμων, αναψυχής, εκπαίδευσης και μεταφορών, όχι όμως και στις ηλεκτρονικές συναλλαγές.

ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ ΤΙΜΩΝ ΣΤΟ INTERNET

Καθώς ο αριθμός των ατόμων με πρόσβαση στο διαδίκτυο μεγαλώνει θα αυξηθεί και η χρήση μηχανισμών τιμολογιακής διαπραγμάτευσης. Η υπάρχουσα εξειδικευμένη τεχνολογία για διαπραγμάτευση τιμών και δημοπράτηση πρόκειται να ενσωματωθεί τα επόμενα χρόνια σε επιχειρηματικές ιστοσελίδες ειδικού ενδιαφέροντος.

ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΧΡΗΣΤΩΝ ΣΤΟ ERP

Αναμένεται αύξηση των χρηστών ηλεκτρονικού **ERP (Enterprise Resource Program)**, το οποίο ουσιαστικά συνδέει την προμηθευτική αλυσίδα της επιχείρησης με τον πελάτη. Η αύξηση θα προκληθεί από την ανάπτυξη εύχρηστων συσκευών, όπως είναι οι ηλεκτρονικοί προσωπικοί βοηθοί και το «έξυπνο τηλέφωνο».

ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΤΩΝ ΜΕΤΡΩΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΜΕ «ΑΡΧΕΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ»

Έμπιστες ανεξάρτητες υπηρεσίες πιστοποίησης, με την ονομασία «Αρχές Πιστοποίησης», πρόκειται να δημιουργηθούν σε όλο τον κόσμο. Σκοπός τους θα είναι να διασφαλίζουν την τήρηση των κανονισμών που διέπουν την έγκριση ηλεκτρονικών συναλλαγών. Οι « **Αρχές Πιστοποίησης** » είναι αποτέλεσμα της επένδυσης που πραγματοποιούν κυβερνήσεις και επιχειρήσεις για ασφαλέστερη υποδομή των συστημάτων πληρωμών.

Η ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΟΥ «ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΜΕΣΑΖΟΝΤΑ»

Μία από τις μεγαλύτερες επιπτώσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η κατάργηση ορισμένων μεσαζόντων στις εμπορικές συναλλαγές. Μέχρι πρόσφατα οι ανθρώπινοι μεσαζόντες, όπως οι ασφαλιστικοί και ταξιδιωτικοί πράκτορες, χρησιμοποιούνταν από ασφαλιστικές και αεροπορικές εταιρίες για την πώληση των προϊόντων ή των υπηρεσιών τους. Με τη δυνατότητα πρόσβασης σε οικονομικές υπηρεσίες και υλοποίησής τους μέσω του

διαδικτύου, οι πελάτες έχουν πλέον την ευκαιρία να ενημερωθούν και να αγοράσουν προϊόντα και υπηρεσίες χωρίς ανθρώπινη μεσολάβηση.

Όμως ένα νέο φαινόμενο παρατηρείται: Η εμφάνιση του « **Ηλεκτρονικού μεσάζοντα**». Με αυτό τον όρο ορίζεται κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που συλλέγει πληροφορίες για πελάτες – χρήστες του ηλεκτρονικού εμπορίου και συνθέτει τα πελατειακά προφίλ για λογαριασμό τρίτων. Η διαφορά ανάμεσα στους παλαιού τύπου και τους νέους «**ηλεκτρονικούς μεσάζοντες**» είναι ότι οι τελευταίοι προσδίδουν αξία στις συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και πελατών, καθώς επικεντρώνονται στην επεξεργασία και όχι μόνο στην απλή καταγραφή των πελατειακών πληροφοριών.

Η ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΜΕΤΑΦΕΡΕΤΑΙ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Αναμένεται περαιτέρω ανάπτυξη προγραμμάτων που θα συνδυάζουν την εικόνα video με τα τηλεφωνικά κέντρα των Τμημάτων Εξυπηρέτησης Πελατών. Η ανάπτυξη όμως θα είναι περιορισμένη, καθώς οι καταναλωτές χρησιμοποιούν μικρής εμβέλειας **bandwidth**. Μέσω των προγραμμάτων αυτών, οι πωλητές θα έχουν τη δυνατότητα να στέλνουν στο **browser** του κάθε πελάτη υλικό του ενδιαφέροντός του ή να τον οδηγούν σε μια επισκόπηση συγκεκριμένων ιστοσελίδων. Μελλοντικά οι πωλητές θα έχουν προσωπική επαφή με τους πελάτες, μέσω αμφίδρομου βίντεο (**interactive video**).

Η ΠΕΛΑΤΕΙΑΚΗ ΒΑΣΗ ΕΞΙΣΟΡΡΟΠΕΙ ΜΕ ΤΗΝ ΕΧΕΜΥΘΕΙΑ

Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στο μανάτζμεντ των πελατειακών σχέσεων και στη διατήρηση της υπάρχουσας πελατείας, καθώς θα πρέπει να τηρηθεί η δύσκολη ισορροπία μεταξύ της χρήσης πληροφοριών που αφορούν τους πελάτες, προκειμένου να εξυπηρετούνται καλύτερα και γρηγορότερα, και της τήρησης της εχεμύθειας. Οι πετυχημένες ηλεκτρονικές επιχειρήσεις θα συνεχίσουν να διαχειρίζονται στις πελατειακές πληροφορίες και γνώσεις, ώστε αυτές να αποτελούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Η ΚΟΙΝΗ ΓΛΩΣΣΑ ΘΑ ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΙΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΜΕΤΑΞΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Η τυποποίηση της γλώσσας περιγραφής δεδομένων (**extensible Markup Language XML**), η οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την ανταλλαγή δεδομένων μεταξύ διαφορετικών εφαρμογών, θα διαδραματίσει πρωταγωνιστικό ρόλο στην ανάπτυξη των εφαρμογών του ηλεκτρονικού εμπορίου τα επόμενα τρία(3) περίπου χρόνια. Απλουστεύοντας την ανταλλαγή δεδομένων, θα διευρυνθεί η επικοινωνία μεταξύ διαφορετικών εφαρμογών και μοντέλων δεδομένων, τυποποιώντας τις απαραίτητες διαδικασίες επικοινωνίας.

2.3 Το χάσμα μεταξύ Ευρώπης και Αμερικής

Η **Booz Allen Hamilton** πραγματοποίησε έρευνα με τίτλο « **Η ανταγωνιστικότητα των ευρωπαϊκών αγορών πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών** »(Μάρτιος 2000), σχετικά με την ανταγωνιστικότητα της Ευρώπης στην επιχειρηματική αξιοποίηση του **Internet** και το ηλεκτρονικό εμπόριο. Πρόθεσή της ήταν να ερευνήσει και να παρουσιάσει το ειδικό βάρος της Γηραιάς Ηπείρου στον τομέα του ηλεκτρονικού επιχειρείν. Στην εποχή της παγκοσμιοποίησης πολλοί είναι οι λόγοι που καθιστούν αναγκαία μια έρευνα που εστιάζει το ενδιαφέρον της στην ανταγωνιστικότητα μιας συγκεκριμένης περιοχής.

Οι ευρωπαϊκές κυβερνήσεις έχουν ανακοινώσει την πρόθεσή τους να ενθαρρύνουν τις δυναμικές εταιρίες πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών(εταιρίες **ICT**) του τόπου τους, ως μέσο για οικονομική ανάπτυξη, προώθηση της καινοτομίας και της απασχόλησης. Η ανάπτυξη της κοινωνίας της πληροφορίας, ή αλλιώς της οικονομίας με βάση τη γνώση (**Knowledge Economy**) είναι πολιτική προτεραιότητα για τα κράτη –μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η εμπορική αξιοποίηση του **Internet** αποτελεί πόρο για οικονομική ανάπτυξη και κοινωνική πρόοδο. Παράλληλα η βιομηχανία πληροφορικής και επικοινωνιών έχει αναδειχθεί για την Ευρώπη βασικός παράγοντας ανάπτυξης. Ωστόσο, παρά την ταχεία ανάπτυξη που έχει επιδείξει η Ευρώπη, ακόμη υστερεί σε σχέση με τα παγκόσμια δεδομένα στον τομέα αυτό. Στην ίδια έρευνα αναφέρεται ότι το ποσοστό του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος που αντιπροσωπεύει η βιομηχανία πληροφορικής και επικοινωνιών στην Αμερική είναι σχεδόν διπλάσιο του αντίστοιχου ευρωπαϊκού. Επιπλέον ο ρυθμός αύξησης του ποσοστού αυτού είναι επίσης διπλάσιος.

Οι αναλυτές της **Booz Allen Hamilton** παρατηρούν ότι οι ευρωπαϊκές εταιρίες εμφανίζουν μια βραδύτητα στην υιοθέτηση της σύγχρονης τεχνολογίας. Οι αμερικανικές κατασκευαστικές εταιρίες επενδύουν περίπου το 4% της προστιθέμενης αξίας τους σε τεχνολογίες πληροφορικής, ενώ οι ευρωπαϊκές το 3%. Η διαφορά αυτή γίνεται ακόμη μεγαλύτερη στον τομέα της λιανικής, όπου οι αμερικανικές εταιρίες επενδύουν δύο φορές περισσότερο από τις αντίστοιχες ευρωπαϊκές, και στον τομέα των μεταφορών, όπου επενδύουν τουλάχιστον τρεις φορές περισσότερο. Η Ευρώπη θα πρέπει να αξιοποιήσει πλήρως τις δυνατότητες της σύγχρονης τεχνολογίας, προκειμένου να αυξήσει την ανταγωνιστικότητά της στην παγκόσμια αγορά.

Η εμπειρία της κινητής τηλεφωνίας έχει αποδείξει ότι η Ευρώπη μπορεί να κατακτήσει ηγετικές θέσεις. Στο πεδίο αυτό η ύπαρξη, από την αρχή, ελεύθερου ανταγωνισμού και συστημάτων τυποποίησης (**GSM**), καθώς και άλλων παραγόντων, επέτρεψε στην Ευρώπη να αναδειχθεί, ως η μεγαλύτερη και ταχύτερα αναπτυσσόμενη αγορά. Στο **Internet** και το ηλεκτρονικό εμπόριο εμφανίζεται μια ανάλογη εικόνα ταχείας ανάπτυξης, αλλά με την Ευρώπη να έπεται των ΗΠΑ. Η Ευρώπη παρουσιάζει διείσδυση του **Internet** που φθάνει μόλις το ένα τέταρτο αυτού της Αμερικής και στην παγκόσμια αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου διεκδικεί ένα μικρό μερίδιο.

Βέβαια ακόμη πιο ανησυχητικό είναι το φαινόμενο των δύο ταχυτήτων στην Ευρώπη. Οι σκανδιναβικές χώρες εμφανίζουν διείσδυση και ανάπτυξη ισοδύναμες με αυτές των ΗΠΑ, ενώ οι χώρες της Νότιας Ευρώπης είναι πολύ λιγότερο αναπτυγμένες και αναπτύσσονται με βραδύτερους ρυθμούς. Η διαφορά αυτή γίνεται ολοένα εντονότερη. Ακόμη και σήμερα, μετά τις εντατικές προσπάθειες εξισορρόπησης και ενοποίησης, τα κράτη – μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης(Ε.Ε) εμφανίζουν αρκετές διαφορές μεταξύ τους, τόσο σε νομοθετικό και φορολογικό, όσο και σε τεχνολογικό επίπεδο.

Τα εμπόδια στην ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι κοινά παντού: Η μη ολοκλήρωση της απελευθέρωσης της αγοράς έχει ως συνέπεια υψηλά επίπεδα τιμών για την πρόσβαση στο διαδίκτυο. Παράλληλα η απουσία κανονιστικού πλαισίου κάνει τους πελάτες δύσπιστους, ως προς την πραγματοποίηση ηλεκτρονικών συναλλαγών. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει κάνει πολλή δουλειά προετοιμασίας για το συγκεκριμένο θέμα, τόσο με την απελευθέρωση των τηλεπικοινωνιακών αγορών, όσο και με την ενίσχυση και βελτίωση των προγραμμάτων έρευνας. Επίσης έχει προωθήσει το θέμα της θέσπισης κανόνων τυποποίησης με μια σειρά κατευθυντήριων οδηγιών.

Λιγότερη πρόοδος έχει επιτευχθεί στη δημιουργία ευνοϊκών συνθηκών για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, την εκπαίδευση ικανού αριθμού εξειδικευμένων επιστημόνων στον τομέα αυτό και τη δημιουργία επαρκούς επιπέδου εξοικείωσης του πληθυσμού με τις νέες τεχνολογίες.

Άποψη των μελετητών της **Booz Allen Hamilton** είναι ότι, παρά τους ταχείς ρυθμούς ανάπτυξης που εμφανίζονται, κερδίζουν το ενδιαφέρον των μέσων μαζικής ενημέρωσης και γοητεύουν, τόσο τους κυβερνήτες των κρατών, όσο και τους επιχειρηματίες, η συνολική θέση της Ευρώπης είναι κρίσιμη. Η ανταγωνιστικότητα της ευρωπαϊκής αγοράς πληροφορικής και επικοινωνιών θα καθορίσει και τη γενικότερη ανταγωνιστικότητα της ηπείρου στο μέλλον.

Στο ίδιο συμπέρασμα, της υστέρησης της Ευρώπης σε σχέση με την Αμερική στα θέματα που άπτονται της Κοινωνίας της Πληροφορίας, καταλήγει και η έρευνα της **warbung Dillon Read** («**European e- finance** », **Απρίλιος 2000**). Η έρευνα αυτή προσδιορίζει ότι η Ευρώπη έπεται κατά ένα χρονικό χάσμα από 3 έως και 5 χρόνια.

Στην Ευρώπη ο βαθμός πρόσβασης στο Internet σήμερα είναι στο επίπεδο που βρισκόταν η Αμερική πριν τρία χρόνια. Αναφορικά δε με την **ηλεκτρονική τραπεζική**, το χάσμα είναι ακόμη μεγαλύτερο και μεταφράζεται σε μια χρονική υστέρηση της τάξης των 5 ετών. Αναλυτές της **Warbung Dillon Read** υπολογίζουν ότι, αν και πιθανότατα οι δύο αυτές αγορές θα συνεχίσουν να παρουσιάζουν μια απόσταση μεταξύ τους, η Ευρώπη αναμένεται να επιταχύνει τους ρυθμούς επέκτασης στο **e-finance**.

Σύμφωνα με την ίδια έρευνα, το 1999 η αγορά ηλεκτρονικών οικονομικών υπηρεσιών των ΗΠΑ προσέγγιζε το 12% του πληθυσμού. Όσον αφορά τις ηλεκτρονικές χρηματιστηριακές – επενδυτικές υπηρεσίες (e – brokerage), την ίδια περίοδο, καταμετρήθηκαν περισσότεροι από 13 εκατομμύρια ενεργοί λογαριασμοί – που αντιστοιχούν στο 5% του πληθυσμού – ενώ στην Ευρώπη το αντίστοιχο ήταν 2,2 εκατομμύρια λογαριασμοί που ισοδυναμούν στο 0,4% του πληθυσμού. Η έρευνα της **Warbung Dillon Read** εκτιμά ότι η

διείσδυση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών στην Ευρώπη θα ανέλθει στο 15% τα επόμενα τέσσερα χρόνια και του **e-brokerage** στο 4%. **Στον πίνακα 4** αναλύεται η ευρωπαϊκή αγορά **e-brokerage**. Σύμφωνα πάντα με την ίδια έρευνα, αν και στις ΗΠΑ εμφανίζεται ίδιος αριθμός ηλεκτρονικών επενδυτικών λογαριασμών (**e-broking accounts**) και ηλεκτρονικών τραπεζικών λογαριασμών (**e-banking accounts**), στην Ευρώπη καταγράφονται μόλις 2,2 εκατομμύρια ηλεκτρονικοί επενδυτικοί λογαριασμοί (ποσοστό 0,6% του πληθυσμού και 2% των χρηστών **Internet**) σε σχέση με τα 6,6 εκατομμύρια «ηλεκτρονικών» τραπεζικών λογαριασμών των ΗΠΑ. Η **WDR** εκτιμά ότι οι ηλεκτρονικοί επενδυτικοί λογαριασμοί στην Ευρώπη το 2004 θα ανέλθουν σε 17 εκατομμύρια που θα αντιστοιχεί στο 4,5% του πληθυσμού και στο 7% των χρηστών **Internet**. Το προβάδισμα πάντως στη Γηραιά Ήπειρο στον τομέα του **e-brokerage** το έχει σήμερα η Γερμανία με μερίδιο αγοράς περίπου 40%.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4
Ευρωπαϊκή αγορά e-banking και e-brokerage

							Ποσοστό μεταβολής μεταξύ των αντίστοιχων ετών				
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2000/ 1999	2001/ 2000	2002/ 2001	2003/ 2002	2004/ 2003
Πληθυσμός Ευρώπης (σε εκατ.)(1)	385	385	385	385	385	385	0%	0%	0%	0%	0%
Αριθμός χρηστών Internet (σε εκατ.)(2)	81,4	119	155	188	215	240	46%	30%	21%	14%	12%
Ποσοστό (%) των χρηστών Internet στο σύνολο του πληθυσμού	21%	31%	40%	49%	56%	62%	46%	30%	21%	9%	7%
Αριθμός κινητών τηλεφώνων (σε εκατ.)(3)	129,6	158,8	185,4	207,8	227,2	244,1	23%	17%	12%	9%	7%
Διείσδυση κινητών τηλεφώνων	34%	41%	48%	54%	59%	63%	23%	17%	12%	9%	7%
Αριθμός τηλεφώνων με τεχνολογία WAP (σε εκατ.)(4)	0,0	3,2	26,1	49,3	73,4	122,1	---	703%	89%	49%	66%
Διείσδυση τηλεφώνων WAP	0%	1%	7%	13%	19%	32%	---	703%	89%	49%	66%
Αριθμός λογαριασμών ηλεκτρονικής τραπεζικής (σε εκατ.)(5)	6,6	13,3	22,4	32,1	42,0	58,1	104%	68%	43%	31%	38%
Ποσοστό (%) των λογαριασμών ηλεκτρονικής τραπεζικής στο σύνολο του πληθυσμού	2%	3%	6%	8%	11%	15%	104%	68%	43%	31%	38%
Ποσοστό (%) των λογαριασμών ηλεκτρονικής τραπεζικής στον πληθυσμό WEB	8%	11%	14%	17%	20%	24%	39%	29%	18%	14%	24%
Αριθμός επενδυτικών λογαριασμών χαμηλής χρέωσης (discount brokerage accounts) (σε εκατ.) (6)	2,0	4,7	8,3	11,3	13,8	16,9	114%	74%	37%	21%	23%
Ποσοστό (%) των discount brokerage accounts στο σύνολο του πληθυσμού	0,5%	1%	2%	3%	4%	4%	114%	74%	37%	21%	23%

Η WDR εκτιμά: (1) Παγκόσμια Τράπεζα Δεδομένων (1999) - εκ παραδοχής διατηρείται σταθερό στο μέλλον
(2) IDC; Χρήση του Internet και ηλεκτρονικό εμπόριο στη Δυτική Ευρώπη για την περίοδο 1998-2003, 2004 εκτίμηση της WDR
(3) Forrester και WDR
(4) Forrester και WDR
(5) Εκτίμηση της WDR
(6) Forrester και WDR: Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται οι επενδυτικοί λογαριασμοί μέσω Internet.

2.4 Το όραμα της Ευρώπης

Σύμφωνα με την **Booz Allen & Hamilton** το πρόβλημα της Ευρώπης δεν είναι ότι δεν προβαίνει σε ενέργειες και δράσεις – το αντίθετο ισχύει. Εκείνοι που λείπει είναι ίσως ένα συνολικό πλαίσιο ή όραμα που θα συνενώνει τις επιμέρους πρωτοβουλίες σε μια προσπάθεια να κερδηθεί η πρωτοκαθεδρία στους τομείς της Κοινωνίας της Πληροφορίας. Το όραμα της Ευρώπης θα μπορούσε και θα έπρεπε να είναι η ανάδειξή της σε παγκόσμιο κυρίαρχο στο **m-commerce(mobile commerce)**, γεγονός που είναι εφικτό, λόγω της ηγετικής θέσης που κατέχει ήδη στις κινητές επικοινωνίες.

Από όλα τα σημεία ισχύος της Ευρώπης, το **m – commerce** εμφανίζει τη μεγαλύτερη δυναμική και μπορεί εύκολα να της προσδώσει πραγματική και αξιοσημείωτη πρωτοκαθεδρία. Διαθέτει καλύτερη υποδομή απ' ό,τι άλλες περιοχές, ένα ανταγωνιστικό κανονιστικό πλαίσιο, ώριμους και απαιτητικούς πελάτες και ηγετικές εταιρίες κατασκευής εξοπλισμού.

2.5 Πολιτική της Ευρώπης για πρωτοκαθεδρία σε πληροφορική και τηλεπικοινωνίες

Για να επιτευχθεί η πρωτοκαθεδρία στον τομέα του **m – commerce** χρειάζεται να παρακινηθούν οι δυναμικοί και δραστήριοι προμηθευτές του χώρου, ώστε να αναπτύξουν ελκυστικές υπηρεσίες. Προϋπόθεση είναι η έγκαιρη παρακίνηση για επενδύσεις στη νέα τεχνολογία και η εξάλειψη κάθε μορφής δυσπιστίας. Επιπλέον καθοριστικής σημασίας είναι η ασφαλής μεταφορά δεδομένων και η προστασία των ατομικών στοιχείων.

Η υλοποίηση του οράματος της πρωτοκαθεδρίας στο **m – commerce** ισοδυναμεί με την επίτευξη έξι βασικών στόχων:

- Άμεση ολοκλήρωση της απελευθέρωσης των τηλεπικοινωνιακών αγορών
- Κανονισμοί και διατάξεις διαφανείς και προσανατολισμένοι στο παγκόσμιας εμβέλειας **e/ m – commerce**.
- Επιστήμονες εξειδικευμένοι στην τεχνολογία πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών, αλλά και πελάτες εξοικειωμένοι με αυτή
- Πλήρως εναρμονισμένες αγορές
- Ολοκληρωτική εξάλειψη των νομικών εμποδίων στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας
- Μείωση του χάσματος που χωρίζει την Ευρώπη από την Αμερική στους τομείς έρευνας και ανάπτυξης

2.6 Ανασταλτικοί παράγοντες

Η ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών είναι σίγουρα ο σημαντικότερος φραγμός στο ηλεκτρονικό επιχειρείν. Ωστόσο οι εταιρίες που αποφασίζουν να μην κάνουν τίποτα εξαιτίας αυτού αντιμετωπίζουν τον ουσιαστικότερο κίνδυνο να δουν τα μερίδιά τους στην αγορά να «ροκανίζονται» από επιθετικούς νέους ανταγωνιστές.

Η ραγδαία ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου μπορεί να γεννά μεγάλη αισιοδοξία στους επιχειρηματικούς κύκλους, αλλά ταυτόχρονα προκαλεί και

έντονη ανησυχία, η οποία σχετίζεται κυρίως με την ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Από το μείζον ζήτημα της ηλεκτρονικής υπογραφής εξαρτάται άμεσα η πορεία και η περαιτέρω ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου γενικότερα. Η ηλεκτρονική ή ψηφιακή υπογραφή έρχεται να υποκαταστήσει ή να γίνει ισοδύναμη με τη χειρόγραφη υπογραφή. Η υπογραφή έχει εφευρεθεί από τον άνθρωπο, στην ιστορία κυρίως του γραπτού λόγου, για να πιστοποιεί την αυθεντικότητα και την ακεραιότητα ενός κειμένου. Υπάρχει και μια τρίτη διάσταση που επιδιώκεται με τη χρήση της υπογραφής, η οποία είναι η εμπιστευτικότητα, που όμως ούτε η υπογραφή ούτε η ψηφιακή υπογραφή μπορούν να διασφαλίσουν. Ιδιαίτερα η ηλεκτρονική υπογραφή συνοδεύεται από μια σειρά τεχνικών κρυπτογράφησης, ώστε να διασφαλίζεται η εμπιστευτικότητα του κειμένου. Κρυπτογράφηση είναι η τεχνική αποστολής μηνυμάτων με ασφαλή, κωδικοποιημένο τρόπο, μέσω μη ασφαλών καναλιών.

Για την υπογραφή υπάρχει πάντα ο κίνδυνος πλαστογράφησης. Επιπλέον υπάρχει το κόστος επιβεβαίωσης της αυθεντικότητάς της, καθώς απαιτούνται ειδικοί γραφολόγοι για να διαπιστώσουν τη σχέση του υπογράφοντος με την υπογραφή. Στην περίπτωση της ψηφιακής υπογραφής αντίθετα, διασφαλίζεται πολύ καλύτερα το ότι δεν υποκλέπτεται η υπογραφή. Εδώ το ρόλο του γραφολόγου παίζει ο ίδιος ο υπολογιστής μας με το εξειδικευμένο λογισμικό του. Το ηλεκτρονικό εμπόριο εμφανίζεται, ως το πρώτο πεδίο εφαρμογής της ηλεκτρονικής υπογραφής.

Στον ψηφιακό κόσμο οι προϋποθέσεις ασφάλειας των χρηστών είναι η πιστοποίηση και η ακεραιότητα των μηνυμάτων, η πιστοποίηση του αποστολέα, η μη αποποίηση αποστολής και λήψης μηνύματος και η χρονοσήμανση αποστολής ή λήψης ενός μηνύματος. Οι διαδικασίες που καλύπτουν τις δύο πρώτες απ' αυτές πραγματοποιούνται με την υποβολή της ερώτησης. «**Ποιος είσαι και τί γνωρίζεις;**». Ο χρήστης καλείται να συμπληρώσει το όνομα του χρήστη (**user name**) και τον κωδικό εισόδου (**password**), τα οποία όμως απειλούνται εύκολα. Η έλλειψη αξιοπιστίας αυτών των μεθόδων οδήγησε στη δημιουργία των ψηφιακών πιστοποιητικών και υπογραφών. Ωστόσο, παρά την απήχηση του **Internet** και των ηλεκτρονικών συναλλαγών, υπολείπονται ακόμη αρκετά βήματα που πρέπει να επιλυθούν σε σχέση με τα ηλεκτρονικά πιστοποιητικά. Για παράδειγμα, η θέσπιση προτύπων και η δημιουργία του κατάλληλου νομοθετικού πλαισίου είναι θέματα που πρέπει να διευθετηθούν άμεσα, προτού εξαπλωθεί περαιτέρω η χρήση αυτών των μέσων. Οι εταιρίες θα πρέπει να είναι σίγουρες ότι θα αποφύγουν προσφυγές στα δικαστήρια, αν ακολουθήσουν συγκεκριμένους κανόνες και οδηγίες.

Άλλο σημείο όπου συναντούν δυσκολία ορισμένες επιχειρήσεις είναι ο υπολογισμός της απόδοσης ανά μετοχή (**return or equity**) των επενδύσεων που έχουν γίνει στην κατεύθυνση του **e – business**. Επίσης δυσχέρεια εντοπίζεται στην ανεύρεση του κατάλληλα εξειδικευμένου προσωπικού, που θα αναλάβει την ανάπτυξη του **e – business**. Η σειρά που συνήθως ακολουθείται είναι η μετάβαση από το φυσικό δίκτυο των καταστημάτων στην παροχή υπηρεσιών **Internet** και έπειτα στην παροχή ολοκληρωμένων και ανεξάρτητων ηλεκτρονικών υπηρεσιών. Ένα άλλο επίσης πρόβλημα των χρηματοοικονομικών εταιριών είναι το πώς θα τιμολογήσουν σωστά τα

προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, ώστε να διατηρήσουν και να επεκτείνουν την πελατειακή τους βάση.

2.7 Προϋποθέσεις και παράγοντες ανάπτυξης

Η Επιτροπή Τραπεζικής Εποπτείας (**Banking Supervision Committee**) του Ευρωπαϊκού Συστήματος Κεντρικών Τραπεζών (**European System of Central Banks, ESCB**) προσδιορίζει τις προϋποθέσεις και τους παράγοντες ανάπτυξης για την περαιτέρω εξάπλωση του ηλεκτρονικού χρήματος (**e – money**) και του ηλεκτρονικού εμπορίου (**e – commerce**). Η ανάπτυξη και η διάδοση του **Internet Banking** εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την εξέλιξη των τηλεπικοινωνιακών δικτύων και το βαθμό διείσδυσης των προσωπικών υπολογιστών στα νοικοκυριά. Σημαντική επίσης προϋπόθεση είναι η διάδοση του Internet. Από τα κράτη – μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης ο μεγαλύτερος αριθμός χρηστών **Internet** εμφανίζεται στη Φινλανδία, τη Σουηδία, τη Δανία και το Ηνωμένο Βασίλειο.

Θέματα που πρέπει να επιλυθούν άμεσα είναι η φορολογία εμπορικών πράξεων μέσω διαδικτύου, το νομικό πλαίσιο που θα πρέπει να διέπει όλο αυτό το ηλεκτρονικό επιχειρείν, καθώς και το ποιος θα είναι ο ρόλος της κυβέρνησης. Από την άλλη πλευρά, οι πρόσφατες εξελίξεις στον τομέα της κινητής τηλεφωνίας θα δώσουν ώθηση στις συναλλαγές, μέσω τηλεφώνου και διαδικτύου. Ακόμη και η ανάπτυξη της ψηφιακής τηλεόρασης αναμένεται να ενδυναμώσει τις ήδη αυξητικές τάσεις του **Internet banking**. Βασική προϋπόθεση είναι η ρύθμιση του ανάλογου νομοθετικού πλαισίου. Η ηλεκτρονική υπογραφή είναι το κύριο εμπόδιο και η επίλυσή του αναμένεται να δώσει άμεσα σημαντική ώθηση στις εξ αποστάσεως τραπεζικές συναλλαγές.

Όσο η τεχνολογία εξελίσσεται και η υποστηρικτική σε αυτή νομοθεσία ολοκληρώνεται, θα αναπτύσσεται διαρκώς μεγαλύτερος βαθμός εμπιστοσύνης και ολοένα και μεγαλύτερο ποσοστό του πληθυσμού θα υιοθετεί τις δυνατότητες που προσφέρονται.

3. ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΚΑΙ ΑΠΕΙΛΕΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ

3.1 Ευκαιρίες

Οι τράπεζες βασίζονται κατά πολύ μεγάλο βαθμό στην πληροφορία. Οι εξελίξεις στη συλλογή, αποθήκευση, επεξεργασία, μεταφορά και διανομή της πληροφορίας επηρεάζουν όλες τις πλευρές του τραπεζικού τομέα. Πρώτη βασική επίδραση είναι η μείωση του κόστους λειτουργίας και διαχείρισης των πληροφοριών και δεδομένων, με την αυτοματοποίηση των μεθόδων και διαδικασιών. Δεύτερη βασική αλλαγή είναι στους τρόπους, με τους οποίους οι πελάτες έχουν πρόσβαση στις τραπεζικές υπηρεσίες και προϊόντα. Οι πελάτες εξυπηρετούνται καλύτερα μέσω των νέων καναλιών πρόσβασης, χωρίς να έρχονται άμεσα σε επαφή με το προσωπικό των τραπεζών.

Σύμφωνα με την ανάλυση της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας (**The effects of technology on the EU banking systems, July 1999**), η εφαρμογή των σύγχρονων τεχνολογιών στις διαδικασίες ανάπτυξης και διάθεσης των τραπεζικών προϊόντων δημιουργεί νέες σημαντικές επιχειρηματικές ευκαιρίες:

- Το κόστος ανά συναλλαγή μπορεί να μειωθεί αισθητά: Εκτιμήσεις αναφέρουν **μείωση έως και 25%** σε σχέση με τις συναλλαγές που γίνονται με τον παλιό τρόπο. Παρόλα αυτά υπάρχει ένας σκεπτικισμός σχετικά με το αν συνολικά το κόστος λειτουργίας θα μειωθεί και η κερδοφορία θα αυξηθεί. Ο λόγος είναι ότι οι επενδύσεις σε σύγχρονους υπολογιστές και εξελιγμένο λογισμικό είναι υψηλές και επανεμφανίζονται κάθε φορά που απαιτείται αναβάθμιση των δικτύων. Επιπλέον το μέσο κόστος διαχείρισης προσωπικού μπορεί να αυξηθεί με την ανάγκη πρόσληψης όλο και πιο εξειδικευμένου προσωπικού και την διαρκή εκπαίδευση του υπάρχοντος.
- Η δυνητική αγορά που ανοίγεται σε κάθε τράπεζα είναι η παγκόσμια αγορά και νέες μέθοδοι **marketing** για την προσέγγισή της αναπτύσσονται.
- Νέα μέσα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την ευκολότερη διαχείριση μεγάλου όγκου πληροφοριών που σχετίζονται, για παράδειγμα, με τις ανάγκες και τις συνήθειες των πελατών. Αυτό επιτρέπει στις τράπεζες να δημιουργήσουν προϊόντα «κομμένα και ραμμένα» στα μέτρα των πελατών τους και να κερδίσουν την ικανοποίησή και αφοσίωσή τους.
- Τα όρια και οι φραγμοί μεταξύ των τομέων της αγοράς καταργούνται και κάθε εταιρία έχει πλέον τη δυνατότητα να διαφοροποιηθεί προς νέες επιχειρηματικές κατευθύνσεις(ηλεκτρονικό εμπόριο και μη χρηματοοικονομικές υπηρεσίες).

- Û Βελτιωμένα εργαλεία εισάγονται για την υλοποίηση της εσωτερικής διαχείρισης πληροφοριών και την πρόβλεψη και ρύθμιση των κινδύνων (**risk management**).

3.2 Στοιχήματα που πρέπει να κερδηθούν

Από την άλλη πλευρά, οι τράπεζες έρχονται αντιμέτωπες με μια σειρά στρατηγικών προκλήσεων και «στοιχημάτων» που θα πρέπει να κερδίσουν με τη χρήση των νέων τεχνολογιών:

- Û Σε μεσοπρόθεσμο διάστημα η ηλεκτρονική τραπεζική θα μετατραπεί από δευτερεύουσα επιχειρηματική ασχολία σε κύρια. Συνεπώς η αποτυχία έγκαιρης εισόδου μιας τράπεζας στον ψηφιακό κόσμο μπορεί να έχει σοβαρές επιπτώσεις στη μελλοντική της θέση στην αγορά.
- Û Η πίστη και η αφοσίωση των πελατών μπορεί να μειωθεί εξαιτίας της αυξημένης δυνατότητας πρόσβασης σε ανταγωνιστικές, χρηματοοικονομικές υπηρεσίες. Επίσης η ευκολία με την οποία μπορούν να συγκριθούν οι τιμές των τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρουν οι διάφοροι χρηματοπιστωτικοί και μη οργανισμοί, θα συμβάλλει στην κινητικότητα των πελατών.
- Û Ο ανταγωνισμός εντός του τραπεζικού τομέα, αλλά και από μη τραπεζικούς φορείς αναμένεται να αυξηθεί με την επέκταση του **e - banking**. Οι φραγμοί που μέχρι τώρα εμπόδιζαν, όσους επιθυμούσαν να ανταγωνιστούν την πελατεία των τραπεζών, έχουν εξαλειφθεί. Δεν απαιτείται πλέον ένα εκτεταμένο δίκτυο τραπεζικών καταστημάτων, για να εξασφαλιστεί ένας κρίσιμος αριθμός πελατών, ούτε οι αντίστοιχες υπέρογκες επενδύσεις. Ένα εγκατεστημένο και εκτεταμένο δίκτυο καταστημάτων δεν αποτελεί πλέον ικανή και αναγκαία συνθήκη για τη διατήρηση της θέσης, που έχει μια τράπεζα στην αγορά. Αυτό σημαίνει ότι οι μικρές τράπεζες εγκατεστημένες σε μικρές γωνιές της αγοράς (**niche markets**) μπορούν να ανταγωνιστούν τις μεγαλύτερες με ίσους όρους.

3.3 Αλλαγές στον τραπεζικό τομέα

Το **Internet** είχε τεράστια επίδραση στην τραπεζική λειτουργία και δομή, όπως και σε όλους τους τομείς της αγοράς. Τόσο οι καταναλωτές, όσο και οι επιχειρήσεις αναζητούν πιο αποτελεσματικά εργαλεία άμεσης επικοινωνίας και πληροφόρησης. Οι δυνατότητες που προσφέρει το **Internet** έχουν γίνει τόσο απαραίτητες στη λειτουργία των επιχειρήσεων και τραπεζών, όσο τα μηχανήματα fax και τα κινητά τηλέφωνα. Οι κοινοτικές τράπεζες θα πρέπει να αντλήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα από το **internet** και το **e - commerce** και να παραμείνουν ανταγωνιστικές. Σήμερα που η πληροφορία είναι διαθέσιμη στις άκρες των δακτύλων μας, η ευρωπαϊκή τραπεζική βιομηχανία πρέπει να μπει επιθετικά στις σύγχρονες τεχνολογίες. Εξάλλου η τραπεζική τεχνολογία ήταν πάντοτε η αιχμή της τεχνολογίας.

Η τεχνολογία και η τεχνική του **e – banking** έχει μεταβάλλει τον τρόπο που λειτουργεί η ευρωπαϊκή τραπεζική βιομηχανία. Οι πελάτες αναζητούν προϊόντα και υπηρεσίες που τους επιτρέπουν να πραγματοποιούν τις συναλλαγές τους με άνεση.

Στο κλασικό τραπεζικό κατάστημα παρέχονταν μέχρι τώρα όλες οι υπηρεσίες. Στο σημερινό χρηματοοικονομικό τομέα, τον έντονα ανταγωνιστικό, το μοντέλο αυτό θα εκλείπει σταδιακά. Οι τράπεζες που λειτουργούν σε απελευθερωμένες αγορές αντιμετωπίζουν αρκετές δυσκολίες στο να συνδυάσουν και να πετύχουν ταυτόχρονα ανάπτυξη και αύξηση της παραγωγικότητάς τους. Στο περιβάλλον αυτό και με την αξιοποίηση των σύγχρονων τεχνολογιών έχουν εμφανιστεί τράπεζες, χωρίς καταστήματα, προσφέροντας στους πελάτες αποκλειστικά τραπεζικές υπηρεσίες από απόσταση. Αυτές είναι οι λεγόμενες εικονικές (**virtual**) τράπεζες, οι οποίες παρέχουν υπηρεσίες μόνο μέσω των ηλεκτρονικών οδών.

Η επέκταση του δικτύου καταστημάτων μιας τράπεζας – τακτική υψηλού κόστους – παύει να είναι εξ ορισμού η αναγκαία συνθήκη για την ανάπτυξη των οικονομικών μεγεθών της. Η τάση της απομάκρυνσης από το παραδοσιακό μοντέλο της απλής εξάρτησης από τα τραπεζικά καταστήματα είναι σίγουρα χωρίς επιστροφή. Το **Internet** αποτελεί μια ευκαιρία για τις μικρότερες τράπεζες, καθώς και αυτές μπορούν να έχουν παρουσία στο **web** και να προσφέρουν στους πελάτες **on – line** πρόσβαση στους λογαριασμούς τους ή ηλεκτρονική πληρωμή λογαριασμών. Το **Internet** επεκτείνει την περιοχή δράσης μιας μικρής τράπεζας, χωρίς να απαιτείται επένδυση κεφαλαίων για νέα γραφεία. Όλο και περισσότερο σήμερα οι πελάτες χρησιμοποιούν τα κανάλια παροχής τραπεζικών υπηρεσιών από απόσταση για την υλοποίηση των συναλλαγών τους. Οι Τράπεζες που αρνούνται να εφαρμόσουν την ηλεκτρονική τραπεζική θα δουν σύντομα την πελατειακή τους βάση να συρρικνώνεται, αφού οι πελάτες θα μετακινούνται προς τις τράπεζες που τους προσφέρουν αυτή τη δυνατότητα.

Για την παροχή υπηρεσιών λιανικής τραπεζικής έχουν επενδυθεί περί τα 150 δισεκατομμύρια Ευρώ (51 τρισεκατομμύρια δραχμές), τα οποία αποδίδουν σήμερα κατά μέσο ευρωπαϊκό όρο 15 – 18%. (Στοιχεία της **Warburg Dillon Read, European e – finance, Απρίλιος 2000**). Αυτή η υψηλή κερδοφορία προσελκύει συνεχώς νέους «παίκτες», που κερδίζουν μερίδια της αγοράς. Στο «παιχνίδι» της παροχής οικονομικών υπηρεσιών εισέρχονται εταιρίες και οργανισμοί που δραστηριοποιούνται αποκλειστικά στην παροχή ηλεκτρονικών οικονομικών υπηρεσιών (**e – finance**) υψηλής προστιθέμενης αξίας.

Οι « **παραδοσιακοί παίκτες** » από τη μια έχουν το προνόμιο του γνωστού ονόματος και της εμπιστοσύνης που έχει δημιουργηθεί γύρω από αυτό. Επίσης έχουν δυναμική κερδών, λόγω της λιανικής τραπεζικής. Στις παραδοσιακές τράπεζες ένα 80% των κερδών λιανικής τραπεζικής προέρχεται από το 20% των πιο «καλών» πελατών τους. (Στοιχεία της **Warburg Dillon Read, European e – finance, Απρίλιος 2000**). Το προφίλ του πελάτη που χαρακτηρίζεται «καλός» πελάτης για μια παραδοσιακή τράπεζα έχει ως εξής: Είναι 45 – 50 χρονών, κάνει χρήση 4 έως 5 τραπεζικών προϊόντων, διαθέτει προσωπική περιουσία και έχει αναθέσει σε οικονομικό οργανισμό για να πετύχει καλύτερες αποδόσεις και τακτικό,

υψηλό εισόδημα. Από την άλλη, οι νέοι παίκτες κερδίζουν συνεχώς μερίδια αγοράς, ιδιαίτερα στις ηλικίες γύρω στα 35, με περιουσιακή κατάσταση και μορφωτικό επίπεδο άνω του μέσου όρου. Σε 10 περίπου χρόνια, αυτού του είδους οι πελάτες ενδέχεται να είναι πλούσιοι. Για αρκετά χρόνια οι τράπεζες αγωνίζονταν να είναι κοντά στον πελάτη, επεκτείνοντας το δίκτυο των καταστημάτων τους. Σήμερα, στον ψηφιακό κόσμο, όπου η πρόσβαση στις υπηρεσίες γίνεται οποιαδήποτε ώρα και από οποιοδήποτε σημείο, τα μερίδια αγοράς κερδίζονται ή χάνονται με πολύ ταχύτερους ρυθμούς από ότι παλαιότερα. Είναι ανάγκη να τονιστεί ότι η ηλεκτρονική διανομή μόλις που άρχισε να μεταβάλλει το επιχειρηματικό τοπίο.

Μέσα στο κλίμα των ταχύτατων αλλαγών και έντονων προκλήσεων είναι σίγουρο και πάρα πολύ θετικό, ότι θα ενταθούν οι συνεργασίες μεταξύ των τραπεζικών οργανισμών σε θέματα «παραγωγής» (ανάπτυξη γενικών αποδεκτών προτύπων, κοινές ενέργειες για τον περιορισμό του κόστους, διαδικασίες πληρωμών και «διανομής» (**συμβατά ATM, διεθνούς εφαρμογής χρεωστικές κάρτες κλπ**). Ενδέχεται επίσης να αυξηθούν οι στρατηγικές συμμαχίες και συνέργειες μεταξύ τραπεζικών οργανισμών και εταιριών πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών, προκειμένου να διασφαλίζεται ότι χρησιμοποιείται η πιο σύγχρονη τεχνολογία με βελτιστοποίηση του συνεπαγόμενου κόστους έρευνας, ανάπτυξης και εφαρμογής της.

Όλα τα παραπάνω αναμένεται να οδηγήσουν σε περαιτέρω ένταση του ανταγωνισμού εντός του τραπεζικού τομέα. Παράλληλα αναμένεται να εισέλθουν στο «παιχνίδι» και άλλοι οικονομικοί και μη τραπεζικοί οργανισμοί, καθώς οι φραγμοί που μέχρι πρότινος εμπόδιζαν έναν οργανισμό να εισέλθει στην αγορά καταργούνται. Σήμερα δεν απαιτείται πλέον δημιουργία εκτεταμένου δικτύου καταστημάτων για να προσεγγιστεί ικανοποιητικός αριθμός πελατών. Αυτό σημαίνει ότι ακόμη και μικρού μεγέθους τράπεζες μπορούν να γίνουν υπολογίσιμες, ανταγωνιστικές δυνάμεις.

Σύμφωνα με την **Booz Allen & Hamilton**, οι τράπεζες θα πρέπει να επιδιώκουν να είναι ανταγωνιστικές, όχι μόνο συνολικά, αλλά και στο επίπεδο του κάθε προϊόντος ξεχωριστά. Μερικές τράπεζες μπορεί να παραιτηθούν από την παραγωγή ορισμένων προϊόντων και να επικεντρωθούν στη διανομή. Επιπλέον η τεράστια υποδομή που έχουν αναπτύξει για την υποστήριξη της διανομής είναι ένα σημαντικό πλεονέκτημα για την εξυπηρέτηση των πελατών. Ήδη πολλές αμερικάνικες τράπεζες αναθέτουν σε εξωτερικούς προμηθευτές σημαντικά κομμάτια της οικονομικής αλυσίδας, όταν κρίνουν ότι δεν μπορούν να παραμείνουν ανταγωνιστικές.

Ξεχωριστή αλλά υπολογίσιμη είναι η περίπτωση των εικονικών τραπεζών. Ισχυρές και μη αναστρέψιμες δυνάμεις ζήτησης στην αγορά καθιστούν βέβαιο το γεγονός ότι αυτού του είδους οι τράπεζες θα συνεχίσουν να υπάρχουν και θα αναπτυχθούν περισσότερο. Είναι όμως βέβαιο ότι θα αναγκαστούν να κάνουν στρατηγικές επιλογές σχετικά με το ρόλο που επιθυμούν να παίξουν σε αυτή την ανάπτυξη.

3.4 Αφοσιωμένη πελατεία

Η τραπεζική των προσωπικών σχέσεων (**relationship banking**) στο ευρύτερο πλαίσιο των σύγχρονων μεθόδων του **relationship management** βρίσκει γόνιμο έδαφος στην εποχή της σύγχρονης τεχνολογίας. Πλήθος προσωπικών δεδομένων που αφορούν τη συμπεριφορά και τις ιδιαίτερες ανάγκες των πελατών είναι διαθέσιμα προς αξιοποίηση. Οι νέες τεχνολογίες επιτρέπουν στην τράπεζα να χειριστεί κεντρικά όλες τις διαθέσιμες πληροφορίες σχετικά με έναν πελάτη, συμπεριλαμβανομένων και των προτιμήσεών του μεταξύ των τραπεζικών προϊόντων.

Έτσι η κάθε τράπεζα έχει πλέον τη δυνατότητα να αναπτύξει υπηρεσίες προσαρμοσμένες στις ιδιαίτερες ανάγκες του κάθε πελάτη. Στόχος είναι πάντα η δημιουργία ικανοποιημένων και αφοσιωμένων πελατών. Η δημιουργία τέτοιων σχέσεων μπορεί να οδηγήσει τους πελάτες στη συγκέντρωση όλων ή μεγάλου μέρους των τραπεζικών και επενδυτικών πράξεών τους σε μια μόνο τράπεζα («**one – stop – banking**»). Στο εξής πληροφορίες που σχετίζονται με τις καταναλωτικές συνήθειες και τον τρόπο ζωής του πελάτη θα έχουν όλο και μεγαλύτερη αξία για τα τμήματα marketing των τραπεζών, όπως και των υπολοίπων επιχειρήσεων. Από τη άλλη πλευρά, η παροχή προσωποποιημένων υπηρεσιών προς τους πελάτες θα πρέπει να γίνεται με διαφύλαξη των προσωπικών τους δεδομένων.

Ο παράγοντας που θα επηρεάσει ίσως στο μεγαλύτερο βαθμό την αφοσίωση των πελατών είναι η διαθεσιμότητα πληροφοριών και η ευκολία πρόσβασης σε ανταγωνιστικές υπηρεσίες άλλων παροχέων χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, χωρίς τους περιορισμούς που θέτει η φυσική τοπογραφία. Αυτή η εξέλιξη δίνει αναμφίβολα την ευκαιρία στους πελάτες να επιλέγουν από πού θα προμηθευτούν το κάθε τραπεζικό προϊόν που πρόκειται να χρησιμοποιήσουν, συγκρίνοντας διαφορετικές προσφορές. Έτσι κατ' αυτό τον τρόπο περιορίζονται οι δεσμοί των πελατών με την κάθε τράπεζα και εντείνεται ο ανταγωνισμός μεταξύ τους. Ήδη μερικές εταιρίες, μη χρηματοοικονομικής χρήσης, έχουν υιοθετήσει το ρόλο του παροχέα πληροφοριών (**information brokers**), βοηθώντας τους πελάτες σ' αυτή την αναζήτησή τους. Οι τράπεζες δεν μπορούν με κανένα τρόπο πια να εφησυχάζουν και να θεωρούν δεδομένο ότι οι πελάτες θα διατηρήσουν το βασικό τραπεζικό τους λογαριασμό στην τράπεζα που συνεργάζονταν μέχρι τώρα. Το ενδιαφέρον που δείχνουν οι πελάτες στις υπηρεσίες **Internet banking** είναι αυξημένο. Ταυτόχρονα οι πελάτες δίνουν έμφαση στα θέματα της ασφάλειας, της προστασίας των ατομικών τους δεδομένων και στο να είναι οι προσφερόμενες υπηρεσίες σε πραγματικό χρόνο (**real time**). Φυσικά το επίπεδο ζήτησης και αποδοχής των νέων υπηρεσιών ποικίλει από χώρα σε χώρα, ανάλογα με το βαθμό διείσδυσης των προσωπικών υπολογιστών και της χρήσης του **Internet**.

Βέβαια οι ευρωπαϊκές εποπτεύουσες αρχές δεν διαπιστώνουν ακόμη κάποια ιδιαίτερη αύξηση στην κινητικότητα των πελατών, αλλά παρατηρείται ήδη έντονο ενδιαφέρον στην αναζήτηση πληροφοριών σχετικά με τις υπάρχουσες προσφορές. Δηλαδή, μολονότι υπάρχουν ήδη δείγματα πελατών που επωφελούνται, επιλέγοντας από κάθε τράπεζα τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες με τους καλύτερους όρους, δεν παρατηρείται ακόμη σημαντική τροποποίηση του τρόπου συμπεριφοράς τους. Με αυτά τα δεδομένα η

πρέπouσα σημασία πρέπει να δοθεί στο **management**, που βασίζεται στην ανάπτυξη ισχυρών δεσμών με τον πελάτη και στις περιπτώσεις που η συναλλαγή γίνεται εξ αποστάσεως. (**The effects of technology on the EU banking systems. European Central Bank, July 1999**).

3.5 Οι κίνδυνοι

Η εξέλιξη της τεχνολογίας επηρεάζει τους κινδύνους που απειλούν τις τράπεζες και τους μεταβάλλει. Κάποιοι κίνδυνοι που παλιότερα περιέβαλαν το τραπεζικό τοπίο τώρα εξαλείφονται και κάποιοι άλλοι μεγεθύνονται, ενώ παράλληλα εμφανίζονται νέοι. Σήμερα ένα πλήθος στρατηγικών, νομικών και λειτουργικών κινδύνων απαιτούν ιδιαίτερη προσοχή από πλευράς διοικήσεων των τραπεζών. (**The effects of technology on the EU banking systems. European Central Bank, July 1999**).

Οι τράπεζες αντιμετωπίζουν μια σειρά κινδύνων που απαιτούν επανατοποθέτησή τους από άποψη στρατηγικής. Οι κίνδυνοι αυτοί αποκαλούνται στρατηγικοί. Όπως έχει ήδη αναφερθεί, μικρές τράπεζες αλλά και μη τραπεζικοί οργανισμοί απειλούν με την εφαρμογή της ηλεκτρονικής τραπεζικής τις ήδη καθιερωμένες τράπεζες. Ένα άλλο σημείο που απαιτεί προσοχή είναι ότι η δυναμική των τραπεζών εμφανίζει πλεόνασμα, το οποίο τείνει να μεγαλώνει και οι υπάρχουσες δομές έχουν πολύ μεγάλο κόστος λειτουργίας. Δεδομένης της ταχύτητας, με την οποία εξελίσσεται η σύγχρονη τεχνολογία, οι τράπεζες διατρέχουν τον κίνδυνο να επενδύσουν στρατηγικά σε κάτι που θα ξεπεραστεί πολύ σύντομα. Ένα άλλο κρίσιμο σημείο που καταγράφεται μέχρι τώρα είναι το διάστημα που μεσολαβεί μέχρι οι επενδύσεις στη σύγχρονη τεχνολογία να αρχίσουν να αποδίδουν. Τέλος τα πράγματα γίνονται ακόμη δυσκολότερα για τις τράπεζες, που πρέπει να συνεκτιμήσουν όλες αυτές τις παραμέτρους κατά τη χάραξη της στρατηγικής τους από την κατά γενική ομολογία απουσία στελεχών **ειδικών στις νέες τεχνολογίες** από τα διοικητικά τους συμβούλια.

Οι νομικοί κίνδυνοι είναι αλληλένδετοι με την ασάφεια των εφαρμοζομένων νόμων και κανονισμών σε θέματα που σχετίζονται με την τεχνολογία. Η απουσία νομικού πλαισίου για τις εξ αποστάσεως τραπεζικές υπηρεσίες, η μη ύπαρξη έγκυρων και αποδεκτών προτύπων για την επιβεβαίωση και ασφάλεια των συναλλαγών και την προστασία προσωπικών δεδομένων, η νομική κατοχύρωση της ηλεκτρονικής υπογραφής, η διασφάλιση των συναλλαγών και η καταπολέμηση της ηλεκτρονικής απάτης είναι μερικά από τα θέματα που πρέπει να λυθούν. Ένα άλλο ερώτημα που αφορά τις συναλλαγές μέσω **Internet** από διαφορετικές χώρες, είναι ποια νομοθεσία θα είναι η επικρατέστερη. Το θέμα που απασχολεί σήμερα την παγκόσμια κοινότητα είναι η δημιουργία του κατάλληλου νομικού πλαισίου. Μια διεθνής πρωτοβουλία βρίσκεται σε εξέλιξη με τη συνεργασία μεγάλων πολυεθνικών τραπεζών, η οποία στοχεύει στη δημιουργία ενός παγκόσμιου αποδεκτού προτύπου για τα ψηφιακά πιστοποιητικά.

Τα συστήματα διαχείρισης της πληροφορίας (**MIS: Management Information Systems**) και ελέγχου κινδύνου (**Risk Control Systems**) των τραπεζών βελτιώνονται και εξελίσσονται διαρκώς. Αυτό καθιστά τις τράπεζες περισσότερο εξαρτημένες από αυτά και άρα περισσότερο εκτεθειμένες σε περίπτωση αστοχίας τους. Επιπλέον ανοικτά συστήματα,

όπως αυτά που συνδέονται με το **Internet**, παρουσιάζουν υψηλό βαθμό κινδύνου εισβολής από μη εξουσιοδοτημένους χρήστες. Όσο αυξάνουν οι κίνδυνοι και παράλληλα το κόστος από τη αστοχία, τόσο πρέπει να ενισχύονται και οι διαδικασίες τήρησης αντιγράφων ασφαλείας (**back up**). Οι λειτουργικοί κίνδυνοι που παραμονεύουν είναι πολλοί. Παράλληλα οι τράπεζες απειλούνται με υπερβολική εξάρτηση από τρίτα μέρη, όπως προμηθευτές λογισμικού και μηχανημάτων. Έτσι σήμερα η εικόνα και η φήμη μιας τράπεζας κινδυνεύει, εκτός των άλλων, να πληγεί και από περιπτώσεις κακής λειτουργίας μηχανημάτων και συστημάτων. Η θέσπιση καθολικά αποδεκτών προτύπων και η χρήση συμβατών τεχνολογιών και λογισμικού μπορεί να περιορίσει αυτούς τους κινδύνους. Παράλληλα απαιτείται ενημέρωση των υψηλόβαθμων στελεχών για τους κινδύνους και τις δυνατές λύσεις, καθώς και διαρκής αναβάθμιση των συστημάτων.

4. Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΓΙΑ ΤΟ E – BANKING ΚΑΙ ΟΙ ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΤΟΥΣ

4.1 Η τεχνολογία και η στρατηγική των τραπεζών

Σήμερα τραπεζικές συναλλαγές από απόσταση παρέχονται τόσο από τις μεγάλες ευρωπαϊκές τράπεζες, όσο και από πολλές μικρότερες που δραστηριοποιούνται σε κάποιο μέρος της αγοράς. Συχνά δε αντιμετωπίζονται, ως μέρος των υπηρεσιών λιανικής τραπεζικής (**retail banking**). Το σίγουρο πάντως είναι ότι η παροχή τους εντάσσεται πλέον στη γενική στρατηγική της κάθε τράπεζας.

Αρκετοί τραπεζικοί όμιλοι, διαβλέποντας το μέγεθος των δυνατοτήτων διαμεσολάβησης που δημιουργούν τα ηλεκτρονικά δίκτυα για τις τράπεζες, έχουν δημιουργήσει ξεχωριστό **brand – name**, με αντικείμενο την παροχή τραπεζικών συναλλαγών από απόσταση. Η σχολή αυτή επιχειρεί μετασχηματισμό του παραδοσιακού μοντέλου επιχειρηματικής ανάπτυξης, που όχι μόνο αξιοποιεί λειτουργικά τα νέα τεχνολογικά δεδομένα, αλλά διαμορφώνει νέα σχήματα και μορφές επιχειρηματικής έκφρασης.

Το μοντέλο της ηλεκτρονικής τραπεζικής κινείται από το φυσικό χώρο προς τον εικονικό χώρο. Οι εικονικές χρηματοοικονομικές εταιρίες πρέπει να αποκτήσουν πρόσβαση στο **web**, μέσω ισχυρών συνεργασιών με παροχείς υπηρεσιών **Internet (ISP)**, αλλά και να προσεγγίσουν τους καταναλωτές (**consumer brands**). Τα επιχειρηματικά μοντέλα που παραδοσιακά είχαν κτιστεί με επίκεντρο τη φιλοσοφία της συναλλαγής, τώρα μεταλλάσσονται, επιδιώκοντας τη δημιουργία αφοσιωμένων πελατών και με αυτό τον τρόπο την επίτευξη υψηλών κερδών. Οι εικονικές χρηματοοικονομικές εταιρίες, που επιδιώκουν να δημιουργήσουν γρήγορα υψηλή αναγνωρισιμότητα για την εταιρική τους φίρμα, επανεπενδύουν σε αυτή την κατεύθυνση ένα μεγάλο μέρος των εσόδων τους. Η στρατηγική που βασίζεται στο τρίγωνο ισχυρό εταιρικό όνομα, ποιοτική εξυπηρέτηση, υψηλή αξία φαίνεται να είναι η συνταγή της επιτυχίας. Ωστόσο το **e – banking** δεν πρέπει να αντιμετωπιστεί, ως ένα ακόμα κανάλι διανομής, αλλά ως μέσο που απαιτεί ανεξάρτητο επιχειρησιακό μοντέλο ανάπτυξης και δημιουργεί νέα προϊόντα και νέα σχέση τιμής – προϊόντος.

Με την υιοθέτηση και εφαρμογή της ηλεκτρονικής τραπεζικής σε ολοένα μεγαλύτερο βαθμό, ο τραπεζικός τομέας θα μεταλλάσσεται. Οι πιέσεις για μείωση και περιορισμό των τραπεζικών καταστημάτων θα αυξάνουν, προκειμένου να επιτευχθεί μια βιώσιμη ισορροπία μεταξύ των φυσικών και των ψηφιακών καναλιών διανομής των τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών. Το προσωπικό των τραπεζών θα είναι περισσότερο προσανατολισμένο στο **marketing**, θα γνωρίζει και θα είναι εξοικειωμένο με τις νέες τεχνολογίες και θα έχει εκπαιδευτεί για να προσφέρει υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας. Τόσο η εσωτερική οργάνωση, όσο και η στρατηγική μιας τράπεζας μεταβάλλονται με τα νέα αυτά δεδομένα, με συνέπεια την εμφάνιση νέων προϊόντων. Αναμένεται να ενταθεί περισσότερο η εξωτερική ανάθεση εργασιών (**outsourcing**), που έχουν ως επίκεντρο την τεχνολογία πληροφορικής. Σε πολλές χώρες η ανάθεση εργασιών εκτός οργανισμού έχει

φθάσει στο σημείο συνεργασίας σε εθνικό επίπεδο μεταξύ των εμπλεκόμενων σε όλες τις βαθμίδες των συστημάτων πληρωμών.

Η εξέλιξη και εφαρμογή των νέων τεχνολογιών έχει ήδη αρχίσει να επιδρά στα τραπεζικά δίκτυα καταστημάτων, αν και διαφέρει ο βαθμός επίδρασης σε κάθε ευρωπαϊκή χώρα. Το μεγάλο ερώτημα είναι πάντως, αν τελικά θα επέλθει επέκταση της πελατειακής βάσης των τραπεζών ή απλά μια ανακατανομή αυτής μεταξύ των παραδοσιακών τραπεζών και των νέων παικτών. Η απάντηση εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την παραγωγή και τη διάθεση νέων προϊόντων. Δυναμική στην προσέλκυση νέας ζήτησης εμφανίζουν οι υπηρεσίες πληροφοριών και οι ασφαλιστικές υπηρεσίες.

Στο άμεσο μέλλον τα δίκτυα των καταστημάτων θα παραμείνουν ο κεντρικός άξονας των τραπεζών. Η φυσική παρουσία εξακολουθεί να θεωρείται αναγκαία, καθώς τα εικονικά καταστήματα δεν αντιμετωπίζονται ακόμη, ως πλήρη υποκατάστατα καταστημάτων. Σε μερικές χώρες η ύπαρξη των τραπεζικών καταστημάτων είναι αναγκαία για λόγους νομικής φύσης.

Η νέα τεχνολογία αποτελεί παράγοντα που επηρεάζει και μετασχηματίζει όλους τους τομείς και τις παραμέτρους που διαμορφώνουν την τραπεζική στρατηγική και προσφέρει τεράστιες ευκαιρίες, μέσω επενδύσεων, στους ακόλουθους τομείς:

- Ένταξη τεχνολογίας πληροφορικής τελευταίας γενιάς στις εσωτερικές λειτουργίες και τα κανάλια διανομής της τράπεζας. Η κίνηση αυτή θα αποφέρει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και θα αυξήσει το μερίδιο της τράπεζας στην αγορά. Παράλληλα θα βελτιώσει την αποτελεσματικότητα και το σύστημα διαχείρισης των κινδύνων της.
- Σύναξη συνεργασιών με εταιρίες από το χώρο της τεχνολογίας και τηλεπικοινωνιακούς φορείς: Κρίνεται απαραίτητη για να δημιουργηθεί κοινή ενιαία αντιμετώπιση για την περαιτέρω ανάπτυξη αποτελεσματικών εφαρμογών πληροφορικής και τη βελτιστοποίηση της έρευνας και του κόστους εφαρμογής της.
- Δραστηριοποίηση σε νέους επιχειρηματικούς τομείς, όπως το ηλεκτρονικό εμπόριο και οι μη – χρηματοοικονομικές υπηρεσίες.

Η τεχνολογία είναι ένα σπουδαίο στρατηγικό εργαλείο για να προασπίσουν οι τράπεζες τη σημερινή τους θέση και να εξασφαλίσουν μακροχρόνια ανταγωνιστικότητα. Προσφέρει επίσης πολλά πλεονεκτήματα σε διαφορετικούς τομείς της τραπεζικής επιχείρησης. Παρέχει τη δυνατότητα χρήσης πρόσθετων εργαλείων **marketing** για πληρέστερη γνώση των αναγκών και των συνηθειών των πελατών.

Η επιτυχής εφαρμογή του **e –banking** φέρνει στο προσκήνιο μια ακόμη πρόκληση: Την παράλληλη διαχείριση πολλαπλών τμημάτων της αγοράς και πολλαπλών καναλιών. Από τη μια μεριά η ηλεκτρονική τραπεζική βρίσκει απήχηση σε συγκεκριμένους τύπους πελατών, οι οποίοι ίσως επιλέγουν αποκλειστικά να χρησιμοποιούν αυτή την οδό πρόσβασης στα τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες. Παράλληλα μεμονωμένες περιπτώσεις πολύ πλούσιων πελατών θα συνεχίσουν να συνεργάζονται

με τον προσωπικό τους τραπεζίτη. Πιο ηλικιωμένοι πελάτες θα απευθύνονται, όπως μέχρι τώρα, στα τραπεζικά καταστήματα. Επίσης διαφορετικές κατηγορίες πελατών θα χρησιμοποιούν πολλά διαφορετικά κανάλια ταυτόχρονα. Η εξυπηρέτηση όλων αυτών των κατηγοριών πελατών θα διαμορφώσει την ανάγκη για αναδόμηση και επανασχεδιασμό του δικτύου των τραπεζικών καταστημάτων, αλλά και του ρόλου του κάθε καταστήματος. Τα σχήματα για την υποστήριξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής θα πρέπει να τροποποιηθούν και να εξελιχθούν.

Οι μικρότερες τράπεζες θα πρέπει να επισπεύσουν, γιατί οι ίδιες δεν διαθέτουν τα χρήματα για να περιμένουν. Θα πρέπει να διαφημίσουν γρήγορα κάποιες υπηρεσίες **on - line**, τις οποίες θα χρησιμοποιήσουν, ως όπλο ενάντια στις μεγαλύτερες τράπεζες που μπορούν να δαπανήσουν πολύ μεγαλύτερα ποσά στο **marketing**. Αν και είναι πολύ μικρό το ποσοστό των πελατών τους που θα χρησιμοποιήσουν αυτές τις υπηρεσίες, ωστόσο πρόκειται για τους πιο καλούς και «κερδοφόρους» πελάτες. Πρόκειται για αυτή των πελατών που οι τράπεζες προσπαθούν σκληρά να διατηρήσουν. Υπηρεσίες, όπως η πραγματοποίηση τραπεζικών συναλλαγών από το σπίτι, αποτελούν θαυμάσια εργαλεία για την ικανοποίηση αυτών των πελατών και από τη στιγμή που μια τράπεζα επιτυγχάνει στενή και αποδοτική σχέση με έναν πελάτη, είναι πολύ δύσκολο να τον κερδίσει μια άλλη τράπεζα. Οι στενές σχέσεις είναι το κλειδί για την τραπεζική του μέλλοντος. Οι πιο πετυχημένες τράπεζες αντιμετωπίζουν τον πελάτη, ως συνεταίρο και στη συνέχεια και ο ίδιος ο πελάτης αντιμετωπίζει με αυτό τον τρόπο την τράπεζα που συνεργάζεται. Με την εκθετική ανάπτυξη που παρουσιάζει η τεχνολογία, ο αριθμός των ατόμων που διαθέτουν ηλεκτρονικό υπολογιστή και modem αυξάνει καθημερινά. Συνεπώς το **e- banking** είναι μια πραγματικότητα που πρέπει να αγκαλιάσουμε.

4.2 Οργανωτικές αλλαγές στο εσωτερικό των τραπεζών

Επίδραση στο ανθρώπινο δυναμικό

Με την μετάβαση προς την ηλεκτρονική τραπεζική, θα απαιτούνται όλο και περισσότερα άτομα με τεχνολογική κατάρτιση και γνώσεις πληροφορικής, καθώς και με γνωστικό αντικείμενο υψηλού επιπέδου. Γενικότερα το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι μέρος μιας ευρύτερης τάσης, που απαιτεί από το ανθρώπινο δυναμικό όλο και καλύτερη εκπαίδευση με έμφαση στους τομείς των θετικών επιστημών.

Οι ηλεκτρονικές συναλλαγές θα μεταβάλλουν τη σύνθεση του ενεργού πληθυσμού και την κατανομή του σε επαγγέλματα. Επαγγέλματα που σχετίζονται με τη διανομή προϊόντων και μετάδοση πληροφοριών θα δουν καθημερινές διαδικασίες να γίνονται πιο σύνθετες, καθώς οι καταναλωτές θα ζητούν όλο και περισσότερο συμβουλές, αντιμετωπίζοντας όλο και πιο πολύπλοκα ζητήματα, όπως η αποδοτική επένδυση μικρών κεφαλαίων. Έτσι η συνηθισμένη μέρα ενός τραπεζικού υπαλλήλου πρώτης γραμμής μεταβάλλεται, πάντα με στόχο την ικανοποίηση των μεταβαλλόμενων αναγκών των πελατών. Ο ταμίας (**teller**) μετατρέπεται σε πωλητή (**seller**). Παράλληλα αναμένεται να

εμφανιστούν και άλλες αλλαγές. Για παράδειγμα, μερικά εκατομμύρια άνθρωποι ανά τον κόσμο εργάζονται με τη βοήθεια ηλεκτρονικών υπολογιστών, modem και fax από εικονικά γραφεία, ενώ εκτιμάται ότι αυτή η σχέση εργασίας θα εξαπλωθεί ακόμη περισσότερο στο μέλλον. Οι εταιρίες που ήδη εφαρμόζουν **τηλε – εργασία** είναι σε θέση να επιβεβαιώσουν αύξηση της παραγωγικότητάς τους, ταχύτερη διεκπεραίωση θεμάτων, λιγότερες χαμένες ημέρες και ώρες σε μετακινήσεις και καλύτερη διαχείριση χρόνου. Αυτές οι εταιρίες επωφελούνται και από τη μείωση του απαραίτητου χώρου γραφείων και κάθε σχετικού κόστους, γεγονός που επιτρέπει σε αυτές να προσελκύσουν και να διατηρήσουν στελέχη υψηλότερου επιπέδου και να προσφέρουν καλύτερες ποιότητας υπηρεσίες στους πελάτες.

Με αυξανόμενη ταχύτητα μετασχηματίζεται το κλασικό εργασιακό πρότυπο των τραπεζικών υπαλλήλων. Σήμερα τα πιο περιζήτητα στελέχη είναι αυτά που διακρίνονται **από δημιουργική και αυτόνομη σκέψη, διαπραγματευτική ικανότητα, δυνατότητα λειτουργίας σε καταστάσεις έντασης, ικανότητα άμεσης επίλυσης προβλημάτων, υψηλό επίπεδο προσαρμοστικότητας και ομαδικό πνεύμα εργασίας.** Έτσι οι τυπικοί γραφειοκρατικοί υπάλληλοι αντικαθίστανται οριστικά από στελέχη εξειδικευμένα σε νέα τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες, αλλά και σε σύγχρονες μεθόδους πωλήσεων και **marketing**.

Η δια βίου εκπαίδευση, τόσο του προσωπικού, όσο και των πελατών, είναι ανεκτίμητης αξίας για την πετυχημένη εφαρμογή της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Η εκπαίδευση του προσωπικού είναι κάτι που συνήθως οι τράπεζες σκέφτονται να κάνουν, αλλά σπάνια πραγματοποιούν. Αν οι υπάλληλοι είναι η βασικότερη δύναμη μιας τράπεζας, οι εκπαιδευμένοι υπάλληλοι είναι η δύναμη που εξασφαλίζει ότι η τράπεζα θα αναπτυχθεί και θα προοδεύσει τεχνολογικά και λειτουργικά.

Από την άλλη πλευρά, το πλεόνασμα των τραπεζών σε προσωπικό θα αυξηθεί περαιτέρω, καθώς πολλές από τις διαδικασίες που πριν εκτελούνταν χειρωνακτικά, τώρα αυτοματοποιούνται. Ο αριθμός των απασχολούμενων σε κάθε τραπεζικό κατάστημα δείχνει να περιορίζεται, αντικατοπτρίζοντας την ανάγκη μείωσης του προσωπικού που χειρίζεται τις συναλλαγές. Ωστόσο ο συνολικός αριθμός του απασχολούμενου προσωπικού στις τράπεζες δεν αναμένεται να μειωθεί. Η μεταλλαγή που υπεισέρχεται στη δομή των τραπεζών θα απορροφήσει περισσότερα στελέχη στα τμήματα **marketing** και πωλήσεων. Επίσης θα χρειαστούν χειριστές τηλεφωνικών κέντρων, ιστοσελίδων και στελέχη παροχής τεχνικής υποστήριξης. Το προφίλ του μέσου τραπεζοϋπαλλήλου θα αναβαθμιστεί. Οι νέες θέσεις εργασίας και το καινούριο περιβάλλον θα απαιτεί περισσότερα και καλύτερα καταρτισμένα στελέχη. Στον **πίνακα 5** δίνεται ο μέσος όρος των απασχολούμενων ατόμων στις τράπεζες ανά κατάσταση, για κάθε ευρωπαϊκή χώρα, για τα έτη 1985, 1990 και 1995 – 1997, καθώς και οι μεταβολές μεταξύ των χρονολογιών αυτών. Στον **πίνακα 6** δίνεται ο μέσος αριθμός τραπεζικών υπαλλήλων ανά 1 δισεκατομμύριο **ECU** περιουσιακών στοιχείων της τράπεζας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5
ΜΕΣΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ ΑΤΟΜΩΝ ΣΤΙΣ
ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΑΝΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΓΙΑ ΚΑΘΕ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΧΩΡΑ

ΕΤΟΣ	1985	1990	1995	1996	1997	Μεταβολή 1985 -95	Μεταβολή 1995 -97	Μεταβολή 1996-97
ΧΩΡΑ								
<i>ΑΥΣΤΡΙΑ</i>	17	17	17	17	16	1%	-3%	-2%
<i>ΒΕΛΓΙΟ</i>	8	9	10	10	10	19%	5%	3%
<i>ΓΑΛΛΙΑ</i>	17	17	16	16	16	-3%	-1%	-1%
<i>ΓΕΡΜΑΝΙΑ</i>	15	18	16	16	16	8%	2%	2%
<i>ΔΑΝΙΑ</i>	14	18	21	20	19	50%	-7%	-2%
<i>ΕΛΛΑΔΑ</i>	26	24	22	22	22	-13%	-3%	-2%
<i>ΗΝΩΜ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ</i>	21	26	24	25	28	14%	17%	15%
<i>ΙΡΑΝΔΙΑ</i>	17	18	22	21	19	25%	-10%	-9%
<i>ΙΣΠΑΝΙΑ</i>	8	7	7	7	6	-15%	-5%	-2%
<i>ΙΤΑΛΙΑ</i>	24	19	15	14	14	-38%	-10%	-5%
<i>ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ</i>	37	53	52	54	61	40%	17%	12%
<i>ΟΛΛΑΝΔΙΑ</i>	13	15	16	16	16	28%	1%	0%
<i>ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ</i>	40	31	17	16	14	-56%	-16%	-9%
<i>ΣΟΥΗΔΙΑ</i>	12	14	17	17	17	40%	3%	-1%
<i>ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ</i>	11	17	16	16	16	53%	-1%	-1%
ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ ¹	19	20	19	19	20	4%	1%	2%

Πηγή: Η έκδοση της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας με τίτλο «Possible effects of EMU on the EU banking systems in the medium to long term» (February 1999).

¹ Απλός μέσος όρος.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6
ΜΕΣΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΑΝΑ 1 ΔΙΣ.
ECU1 ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

ΕΤΟΣ	1985	1990	1995	1996	1997	Μεταβολή 1985 -95	Μεταβολή 1995 -97	Μεταβολή 1996-97	
ΧΩΡΑ									
<i>ΑΥΣΤΡΙΑ</i>	344	271	193	185	175	-44%	-9%	-5%	
<i>ΒΕΛΓΙΟ</i>	267	196	131	124	122	-51 %	-6%	-1%	
<i>ΓΑΛΛΙΑ</i>	347	213	155	144	134	-55%	-14%	-7%	
<i>ΓΕΡΜΑΝΙΑ</i>	380	267	184	169	158	-52%	-14%	-6%	
<i>ΔΑΝΙΑ</i>	316	224	174	149	135	-45%	-22%	-9%	
<i>ΕΛΛΑΔΑ</i>	886	764	627	574	511	-29%	-19%	-11%	
<i>ΗΝΩΜ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ</i>	388	294	186	171	144	-52%	-23%	-16%	
<i>ΙΡΑΝΔΙΑ</i>	512	336	239	190	118	-53%	-51%	-38%	
<i>ΙΣΠΑΝΙΑ</i>	637	375	318	297	288	-50%	-10%	-3 %	
<i>ΙΤΑΛΙΑ</i>	491	292	287	240	219	-42%	-23%	-8%	
<i>ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ</i>	55	54	38	38	37	-30%	- 3%	-2%	
<i>ΟΛΛΑΝΔΙΑ</i>	456	275	186	176	155	-59%	-17%	-12%	
<i>ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ</i>	1393	913	426	372	316	-69%	-26%	-15%	
<i>ΣΟΥΗΔΙΑ</i>	205	117	137	114	102	-33%	-26%	-10%	
<i>ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ</i>	929	453	327	297	271	-65%	-17%	-9%	
ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ	2	507	336	241	216	192	-53%	-20%	-11%

Πηγή: Η έκδοση της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας με τίτλο «Possible effects of EMU on the EU banking systems in the medium to long term» (February 1999).

1 Στις 17 Ιουνίου 1997 έχει εκδοθεί ο Κανονισμός 1103/97 του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου, σύμφωνα με τον οποίο το ευρώ έχει αντικαταστήσει το ECU(με ισοδυναμία ένα προς ένα). Ο συγκεκριμένος πίνακας, αν και έχει εκδοθεί μεταγενέστερα του κανονισμού αυτού, χρησιμοποιεί ως μονάδα μέτρησης το ECU, πιθανότατα επειδή τα στοιχεία ήταν παλιότερα

2 Απλός μέσος όρος.

4.3 Συγχωνεύσεις, εξαγορές και στρατηγικές συμμαχίες

Οι περισσότεροι ερευνητές συμφωνούν στη διαπίστωση ότι η σύγχρονη τεχνολογία δεν συγκαταλέγεται στις βασικές κινητήριες δυνάμεις που υποκίνησαν την έντονη τάση για μεγέθυνση των σχημάτων στον τραπεζικό χώρο. Αντίθετα, σε ορισμένες περιπτώσεις, λειτούργησε ως ανασταλτικός παράγοντας, καθώς η συνένωση ασύμβατων συστημάτων μπορεί να αποδειχθεί βραχυπρόθεσμα ιδιαίτερα δαπανηρή. Μακροπρόθεσμα ωστόσο επιτυγχάνεται περιορισμός του κόστους χρησιμοποίησης και ανάπτυξης πιο αποτελεσματικών τεχνολογιών και οικονομιών κλίμακος.

Αν και τελευταία οι συγχωνεύσεις, εξαγορές και στρατηγικές συμμαχίες κυριάρχησαν στον τραπεζικό χώρο, σήμερα τον πρώτο λόγο έχουν οι συνεργασίες μεταξύ τραπεζών, εταιριών πληροφορικής και τηλεπικοινωνιακών οργανισμών. Από αυτές θα προκύψει η απρόσκοπτη εφαρμογή της πιο σύγχρονης τεχνολογίας, ενώ παράλληλα αναμένεται να επιτευχθεί βελτιστοποίηση της έρευνας και του κόστους ανάπτυξης και εφαρμογής της.

Οι ψηφιακές τράπεζες ακολουθούν το **business to consumer** μοντέλο επιχειρηματικής ανάπτυξης. Πρώτα δηλαδή προσδιορίζουν μια δυνητική αγορά, προσφέροντας μια λύση υψηλής προστιθέμενης αξίας στους καταναλωτές. Έπειτα προσπαθούν να αναπτυχθούν γρήγορα και να χτίσουν ένα ισχυρό **brand name**, επενδύοντας το 30% - 60% των εσόδων σε αυτό. Στη συνέχεια, στα εμπλουτισμένα προϊόντα τους ασκούν σύγχρονα μοντέλα προσωποποιημένου **marketing(CPM)**, προκειμένου να αυξήσουν τα έσοδα. Στόχος είναι να βελτιωθεί το **cross – selling** και να γίνει ταχεία απόσβεση του κόστους προσέλευσης πελατών. Σε αυτή τη φάση οι τράπεζες επιδιώκουν επίσης συνεργασίες και συμμαχίες, με απώτερο στόχο την παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών και τη διατήρηση των πελατών τους. Τέλος ακολουθεί η φάση της ωριμότητας, κατά την οποία απαιτείται αύξηση του περιεχομένου και της αξίας της τράπεζας, με ταυτόχρονη διατήρηση της διάρθρωσης του συνολικού κόστους σε επίπεδα χαμηλότερα από αυτά των ανταγωνιστών.

Όλα πάντως δείχνουν ότι σήμερα ζούμε σε ένα διαφορετικό κόσμο, όπου κυριαρχεί η ιδέα της νέας οικονομίας που βασίζεται στο **Internet** και οι πελάτες θέλουν όλο και περισσότερα, ποιοτικότερα και ταχύτερα. Η τεχνολογία δημιουργεί δουλειές που πριν δεν υπήρχαν και καθιστά άλλες ξεπερασμένες. Οι επιχειρήσεις που προσαρμόζονται στο μεταβαλλόμενο περιβάλλον πρόκειται να επιβιώσουν ή και να ευδοκιμήσουν, ενώ οι υπόλοιπες θα χαθούν. Αλλαγές που ούτε έχουμε φανταστεί, θα εμφανιστούν στο άμεσο μέλλον, υποχρεώνοντας τον κάθε επιχειρηματία και καταναλωτή/χρήστη να βλέπει από διαφορετική οπτική γωνία κάθε φορά την επιχείρησή του, αλλά οτιδήποτε συμβαίνει γύρω του. Ο τραπεζικός τομέας σε πέντε(5) χρόνια από σήμερα δεν θα μοιάζει πολύ με την εικόνα που έχει τώρα.

4.4 Νέες τεχνολογίες και επιδράσεις στην οργάνωση και απασχόληση στις τράπεζες.

Ο τραπεζικός κλάδος σε διεθνές επίπεδο είναι από εκείνους τους τομείς της αγοράς που έχουν επηρεαστεί περισσότερο από την υιοθέτηση τεχνολογικών καινοτομιών. Οι αλλαγές αυτές συνίστανται βασικά από το κεντρικό σύστημα μηχανογράφησης της τράπεζας, από διάφορα δίκτυα μεταφοράς πληροφοριών και από την πλατφόρμα λειτουργίας των καταστημάτων της τράπεζας. Εξαιτίας της σχετικά πρόσφατης διάδοσης των νέων τεχνολογιών, η ανάπτυξή τους παραμένει ραγδαία, ενώ τα περιθώρια εφαρμογών θεωρούνται ουσιαστικά απεριόριστα. Η επίδρασή τους στη λειτουργία, αποτελεσματικότητα και ανάπτυξη των τραπεζών μπορεί να χαρακτηριστεί, ως εντυπωσιακή.

Οι τεχνολογίες, που ακόμη δεν είναι πλήρως αναπτυγμένες και αξιοποιημένες, αποβλέπουν σε πολλούς σκοπούς, όπως:

- Ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων και πληροφοριών μεταξύ ηλεκτρονικών υπολογιστών για πολλά είδη συναλλαγών, τόσο εντός της χώρας, όσο και διεθνώς, με αποτέλεσμα την ενίσχυση της διεθνοποίησης.
- Αυτόματη εκτέλεση πολλών επαναλαμβανόμενων λειτουργιών, με αποτέλεσμα την αύξηση της παραγωγικότητας και την επέκταση του κλάδου.
- Νέες υπηρεσίες στους πελάτες, όπως πλαστικό χρήμα, αυτόματες συναλλαγές μέσω μηχανών, τηλε-τραπεζική και άλλα.
- Ανάπτυξη καινοτόμων υπηρεσιών, περισσότερο διαφοροποιημένων και προσαρμοσμένων στις απαιτήσεις των πελατών.

Πολλοί πελάτες πλέον εκτελούν συναλλαγές με τις τράπεζες, ιδιαίτερα για την απόκτηση ρευστού χρήματος, μέσω των Αυτόματων Ταμειολογιστικών Μηχανών (ATM). Η ανάπτυξη των κεντρικών συστημάτων μηχανογράφησης και των δικτύων έχει αλλάξει τη λειτουργία των λογιστηρίων των τραπεζών και έχει καταστήσει τις ηλεκτρονικές πληρωμές σημαντικά αποτελεσματικότερες. Η εφαρμογή μηχανογραφικών πακέτων παρακολούθησης των σχέσεων της τράπεζας με τον κάθε πελάτη της έχει διευκολύνει πολύ την αποτελεσματικότητα και τυποποίηση των τραπεζικών δανείων. Οι μηχανογραφικές βελτιώσεις στη διαδικασία μεταβίβασης των πληροφοριών έχουν οδηγήσει σε μια έκρηξη νέων προϊόντων, όπως δευτερογενείς αγορές τίτλων, χρηματιστηριακά παράγωγα, που οι τράπεζες προσφέρουν και διαχειρίζονται, τα οποία δεν θα μπορούσαν να αναπτυχθούν χωρίς τις νέες τεχνολογίες. Τέλος οι νέες τεχνολογίες, με την ανάπτυξη των τηλεπικοινωνιών, έχουν ανοίξει τον τραπεζικό κλάδο στο διεθνή ανταγωνισμό, μέσω γρήγορων και φθηνών μεταβιβάσεων πληροφοριών και κεφαλαίων σε διακρατικό επίπεδο.

Η υιοθέτηση μηχανογραφικών συστημάτων από τις τράπεζες του ελληνικού τραπεζικού συστήματος, κατά κανόνα καθυστέρησε σε σχέση με άλλες χώρες. Με πρωτοπόρες τις σχετικά μεγάλες τράπεζες άρχισε από τις αρχές του της δεκαετίας του 1980 η εφαρμογή των νέων τεχνολογιών, με σπουδαιότερη το **on-line / real time** σύστημα, το οποίο μαζί με την τότε

καθιερωθείσα ειδικότητα του **ταμία-λογιστή (teller)** αναβάθμισε τη λειτουργία των τραπεζών και τις παρεχόμενες στους πελάτες υπηρεσίες. Αργότερα ακολούθησαν και άλλες τράπεζες, ενώ οι καινούριες τράπεζες ξεκίνησαν με αυτοματοποιημένες τις περισσότερες εργασίες τους.

Οι πρωτοπόρες τράπεζες απέκτησαν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών. Το γεγονός αυτό, από ότι φαίνεται, απέδωσε οικονομικά μειώνοντας το λειτουργικό κόστος. Βασική δυσκολία με τις νέες τεχνολογίες είναι η δυσπιστία που παρατηρείται στη χρήση τους από τους πελάτες, αλλά και η μη επαρκής απορρόφηση και αξιοποίησή τους μερικές φορές από το προσωπικό των τραπεζών.

Οι προοπτικές είναι ότι οι εφαρμογές νέων τεχνολογιών θα συνεχιστούν στα επόμενα χρόνια. Η εφαρμογή και αξιοποίηση της μηχανογράφησης από το ελληνικό τραπεζικό σύστημα κατά κανόνα υστερεί σε σχέση με τις μεγάλες τράπεζες αναπτυγμένων ευρωπαϊκών χωρών. Πέρα από τις παραδοσιακές τραπεζικές εργασίες, υπάρχουν σημαντικά περιθώρια για μηχανογράφηση, τόσο σε επίπεδο κεντρικών δραστηριοτήτων των τραπεζών (όπως διαχείριση διαθεσίμων, μάρκετινγκ, αξιοποίηση πελατολογίου, διοίκηση προσωπικού), όσο και αποκεντρωμένων δραστηριοτήτων (όπως **electronic banking, home/office banking, smart cards, internet banking, εφαρμογή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου**). Η δραστηριοποίηση των τραπεζών στις διεθνοποιούμενες αγορές χρήματος διευκολύνεται από τις νέες τεχνολογίες ή ακριβέστερα οι τελευταίες συνήθως αποτελούν αναγκαία προϋπόθεση για να καταστούν τέτοιες επεκτάσεις επιτυχείς.

Έχει παρατηρηθεί ότι οι τεχνολογίες επιφέρουν μεσοπρόθεσμα σταδιακή αλλαγή της επαγγελματικής διάρθρωσης στο ανθρώπινο δυναμικό των τραπεζών προς αναβαθμισμένες και πιο απαιτητικές ειδικότητες. Οι δακτυλογράφοι και οι διατρήτριες, λόγω τεχνολογίας, έχουν ουσιαστικά πάψει να υπάρχουν από καιρό, ενώ τα τελευταία χρόνια μειώνονται για τον ίδιο λόγο δραστικά οι ταμίες, οι εργαζόμενοι στα λογιστήρια και στις **bank office** εργασίες. Από την άλλη πλευρά νέες ειδικότητες αναδύονται στον τραπεζικό κλάδο. Πέρα από τους ειδικούς στην ανάπτυξη, λειτουργία και συντήρηση των συστημάτων πληροφορικής, ειδικότητες, όπως οικονομικοί αναλυτές, μελετητές, ειδικοί στα χρηματοοικονομικά και χρηματιστηριακά προϊόντα, ειδικοί στη διαχείριση οικονομικών κινδύνων, πωλητές προϊόντων δικτύου, ασχολούμενοι με το **private banking, account officers**, εσωτερικοί ελεγκτές και άλλοι είναι οι νέες ειδικότητες που αποκτούν σταδιακά οι τράπεζες. Η στελέχωση των τραπεζών με αυτές γίνεται τόσο με μετακινήσεις, μετά από κατάρτιση, του υπηρετούντος προσωπικού, ιδιαίτερα στις μεγάλες τράπεζες, όσο και με νέες προσλήψεις από την αγορά εργασίας.

Αποτέλεσμα των τεχνολογικών αλλαγών, αλλά και της απελευθέρωσης των αγορών είναι ουσιαστικά η μετακίνηση του κέντρου βάρους από γραφειοκρατικά και διοικητικά καθήκοντα προς εμπορικές δραστηριότητες και εξυπηρέτηση και προσέλκυση πελατών. Όλο και μεγαλύτερη είναι πλέον η αναλογία του προσωπικού των τραπεζών που βρίσκεται στην πρώτη γραμμή, δηλαδή σε άμεση επαφή με τον πελάτη.

Μια άλλη διαρθρωτική αλλαγή, που ενισχύεται από τις εφαρμογές των νέων τεχνολογιών, είναι η αλλαγή στην κατανομή των αρμοδιοτήτων στα διάφορα επίπεδα στελεχών της τράπεζας (κεντρικά, περιφερειακά, καταστήματα). Παρατηρείται αφενός μια τάση αποκέντρωσης ορισμένων διαδικασιών, κυρίως εκτελεστικού χαρακτήρα προς χαμηλότερα επίπεδα, είτε σε επίπεδο καταστήματος, είτε σε περιφερειακές διευθύνσεις, αφετέρου ενισχύεται ο επιτελικός υποστηρικτικός ρόλος των κεντρικών υπηρεσιών. Αυτή η τάση συνδέεται με την τυποποίηση των τραπεζικών εργασιών σε διάφορες δραστηριότητες και επίπεδα, την οποία κατέστησαν δυνατή οι νέες τεχνολογίες. Οι κεντρικές υπηρεσίες, γνωρίζοντας άμεσα τη χρηματοοικονομική πορεία της τράπεζας, είναι πλέον εφοδιασμένες με την αναγκαία πληροφόρηση για την επιτελική διοίκηση της τράπεζας, τη χάραξη της στρατηγικής της, την υποστήριξη και τον έλεγχο του δικτύου.

Τα περιφερειακά στελέχη και στελέχη των καταστημάτων των τραπεζών είναι πλέον εφοδιασμένα με καλύτερα εργαλεία για να διοικήσουν, να αναλάβουν ευθύνες και αποφάσεις, χωρίς να χρειάζεται πάντοτε ανάλογη έγκριση από τα κεντρικά κλιμάκια. Η τάση για αποκέντρωση είναι διάχυτη στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα, διότι με τον τρόπο αυτό οι τράπεζες ανταποκρίνονται ευέλικτα στις απαιτήσεις της τοπικής αγοράς. Ωστόσο η έκταση αυτών των τάσεων εξαρτάται από το μέγεθος της τράπεζας (όπου μεγαλύτερο προβληματισμό έχουν οι σχετικά μεγάλες τράπεζες), αλλά και τη νοοτροπία ανάληψης ευθυνών.

Πέρα από αυτές τις οργανωτικές αλλαγές, οι νέες τεχνολογίες έχουν τελικά ατονήσει την παλιά διάκριση μεταξύ ειδικών στην πληροφορική και τελικών χρηστών, επειδή μέρος των εργασιών των ειδικών έχουν πλέον διαχυθεί σε πολύ περισσότερα στελέχη, ακόμη και στους πελάτες. Ήδη σε πολλές τράπεζες οι υπάλληλοι χρησιμοποιούν προσωπικό υπολογιστή ή τερματικά του δικτύου. Στα Καταστήματα, τα παλιά τμήματα λογιστηρίου έχουν εξαφανιστεί ή έστω ατονήσει, η δε οργάνωση της εργασίας τείνει να στηρίζεται περισσότερο στην ενότητα των καθηκόντων παρά στον αυστηρό διαχωρισμό αρμοδιοτήτων.

Είναι αξιοσημείωτο ότι μεσοπρόθεσμα η ευρεία διάδοση των τεχνολογιών είναι πιθανό να ανασχέσει την ανάγκη για εξειδικευμένο προσωπικό στις τράπεζες, επειδή πολλές τραπεζικές εργασίες ήδη απλοποιούνται και τυποποιούνται και θα μπορούν να εκτελεστούν από άτομα χωρίς ειδικές γνώσεις, αλλά κατά προτίμηση από καλούς πωλητές.

Η σχέση νέων τεχνολογιών και αριθμού απασχολούμενων σε επίπεδο επιχείρησης και κλάδου δεν είναι μονοσήμαντη. Οι νέες τεχνολογίες ασκούν, μέσω υποκατάστασης εργασίας, αρνητική επίδραση στην απασχόληση, αλλά ταυτόχρονα επειδή καθίσταται αναγκαία η αύξηση της παραγωγικότητας είναι πιθανό να επηρεάσουν τελικά θετικά την απασχόληση.

Το θέμα είναι πολυσύνθετο και έχει απασχολήσει τους οικονομολόγους από την εποχή του **David Ricardo**. Οι απαισιόδοξες προβλέψεις, που υποστηρίζουν ότι η νέα τεχνολογία δημιουργεί μαζική ανεργία δεν έχουν επιβεβαιωθεί ιστορικά. Αυτό που τελικά παρατηρείται για διάφορους λόγους είναι ότι επιχειρήσεις και χώρες που πρωτοπορούν τεχνολογικά εμφανίζουν

μεσοπρόθεσμα καλύτερη επίδοση σε όρους απασχόλησης, μισθών και γενικότερης ανάπτυξης.

Η εφαρμογή των νέων τεχνολογιών αποβλέπει στη μείωση του λειτουργικού κόστους και καταλήγει στην εξοικονόμηση εργασίας κατά την παραγωγική διαδικασία. Έτσι οι νέες τεχνολογίες αναμένεται να επηρεάσουν αρνητικά την απασχόληση, καθιστώντας περιττούς εργαζόμενους που εκτελούσαν αυτοματοποιούμενες εργασίες. Τέτοιες εργασίες εκτελούνται συνήθως από λιγότερο ειδικευμένο προσωπικό, το οποίο και αντιμετωπίζει μεγαλύτερες πιθανότητες να « **περισσεύει** ». Στο βαθμό όμως που οι νέες τεχνολογίες και ο ανταγωνισμός θα καταστήσουν τις τραπεζικές εργασίες φθηνότερες και θα αυξηθεί η ζήτησή τους, η αρνητική επίδραση των νέων τεχνολογιών στην απασχόληση θα μειωθεί ή μπορεί ακόμη και να αντιστραφεί.

Εάν οι νέες τεχνολογίες αποτελέσουν τον αιτιώδη παράγοντα για την αύξηση του όγκου τραπεζικών εργασιών, όπως πράγματι συμβαίνει με πολλά νέα τραπεζικά προϊόντα, και την αύξηση του μεριδίου στην αγορά, η επικαλούμενη αρνητική σχέση μπορεί να μην εμφανιστεί. Αντίθετα όπως έχει συμβεί στην πράξη, τεχνολογικά εκσυγχρονιζόμενες τράπεζες προσφέρουν νέα προϊόντα σε ανταγωνιστικούς όρους, αυξάνουν τις δραστηριότητές τους και τελικά τη συνολική τους απασχόληση.

Η θέση που επικρατεί στις περισσότερες τράπεζες είναι ότι οι νέες τεχνολογίες θα ασκήσουν αρνητική επίδραση στην απασχόλησή τους. Αυτή τη γνώμη στηρίζεται στο ότι θα καταργηθούν θέσεις εργασίας από την αυτοματοποίηση εργασιών. Τα νέα καταστήματα των εμπορικών τραπεζών εκτιμάται από πολλούς ότι θα είναι μικρού σχετικά μεγέθους και έντασης τεχνολογίας με αρνητικές μεσοπρόθεσμα επιπτώσεις στην απασχόληση. Κάποιοι παρομοιάζουν τις εξελίξεις στην οργάνωση του τραπεζικού κλάδου με τις αλλαγές στη βαριά βιομηχανία, οι οποίες κατέληξαν σε μείωση της βιομηχανικής απασχόλησης.

Άλλοι ωστόσο δεν είναι τόσο απαισιόδοξοι και υποστηρίζουν ότι τα τραπεζικά καταστήματα θα προσφέρουν όλο το φάσμα των διευρυνόμενων τραπεζικών υπηρεσιών, μερικοί κάνουν λόγο για τραπεζικά super markets και ότι ο ρόλος τους είναι απίθανο να υποβαθμιστεί στο ορατό μέλλον, λόγω των νέων τεχνολογιών.

Βεβαίως, όποιοι καθίστανται περιττοί από την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών δεν σημαίνει ότι αναγκαστικά απολύονται. Στο σημερινό θεσμικό και κοινωνικό πλαίσιο κάτι τέτοιο, λαμβάνοντας υπόψη και τις αντιδράσεις που θα δημιουργούσε, μπορεί να είναι τελικά ασύμφορο και για την τράπεζα. Αυτό που κατά κανόνα συμβαίνει και στις ιδιωτικές τράπεζες, είναι η μετακίνηση όσων οι εργασίες αυτοματοποιούνται, συνήθως μετά από σχετική επανακατάρτιση, σε άλλες θέσεις εργασίας.

5. ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

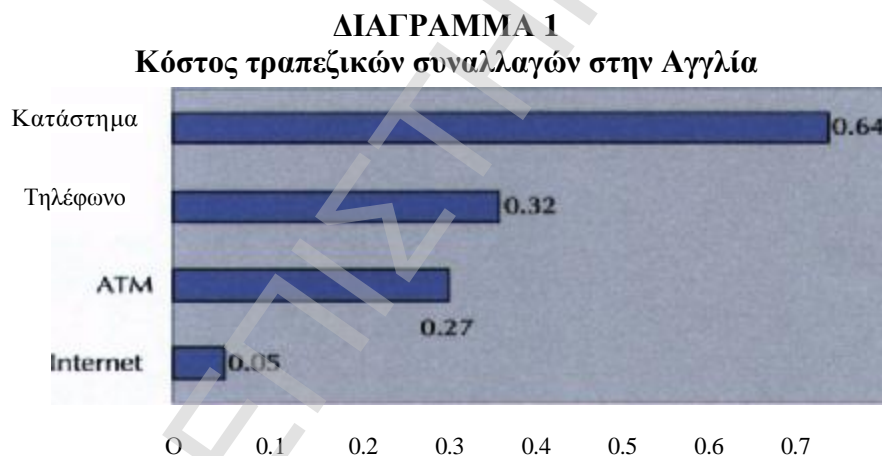
5.1 ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

(Ιούνιος 2000)

5.1.1 « Στόχος η αύξηση της χρήσης των νέων τεχνολογιών »

Το ενιαίο ευρωπαϊκό νόμισμα, ο περιορισμός παραδοσιακών τραπεζικών εργασιών, η στροφή των πελατών σε σύγχρονα τραπεζικά προϊόντα, η εξοικειώσή τους με τη νέα τεχνολογία, καθώς και η ανάγκη των τραπεζών να ελέγξουν αποτελεσματικά το λειτουργικό τους κόστος και να αντιμετωπίσουν του μη τραπεζικούς τους ανταγωνιστές αποτελούν συνηγόρους της αλλαγής στη λογική της υιοθέτησης του **e- banking**.

Σύμφωνα με τον κ. Παύλο Γρεβενίτη, Προϊστάμενο Υποδιεύθυνσης Στρατηγικού Σχεδιασμού της Αγροτικής Τράπεζας της Ελλάδος, τα οικονομικά των ηλεκτρονικών καναλιών διανομής και εξυπηρέτησης είναι εντυπωσιακά καλύτερα από αυτά των παραδοσιακών δικτύων. « Το κόστος μιας τραπεζικής συναλλαγής μέσω καταστήματος στην Αγγλία εκτιμήθηκε, όπως φαίνεται και στο **διάγραμμα 1**, ότι το 1995 διαμορφώθηκε στις 0,64 λίρες, μέσω τηλεφώνου στις 0,32 λίρες και μέσω Internet στις 0,05 λίρες. Στις Η.Π.Α η διαφορά είναι ακόμη μεγαλύτερη. Από 1,07 δολάρια το κόστος μιας τραπεζικής συναλλαγής μέσω καταστήματος μειώνεται στο μισό μέσω τηλεφώνου και σε 0,10 δολάρια μέσω Internet».



Πηγή: "Ernst & Young"

ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ ΣΤΙΣ ΗΔΗ ΥΙΟΘΕΤΗΜΕΝΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ

Για τους παραπάνω λόγους, η ΑΤΕ έχει συστήσει ειδική επιτροπή στελεχών της, η οποία διερευνά διεξοδικά το ζήτημα, παρακολουθώντας τις εξελίξεις, τόσο στο διεθνές, όσο και το ελληνικό τραπεζικό σύστημα. Σκοπός μας είναι η οριστικοποίηση των επιχειρηματικών αποφάσεων που αφορούν το εύρος και το βάθος της προσφοράς προϊόντων και υπηρεσιών του Ομίλου ΑΤΕ, μέσω ηλεκτρονικών καναλιών διανομής και η διαχρονική εισαγωγή και ανάπτυξη της απαιτούμενης υποδομής. Παράλληλα πρώτη προτεραιότητα της ΑΤΕ αποτελεί

η αύξηση της χρήσης των τεχνολογιών, που έχουν ήδη υιοθετηθεί από την Τράπεζα (π.χ Α.Τ.Μ).

ΣΥΝΕΚΤΙΜΗΣΗ ΠΟΛΛΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ

« Η επιλογή της συγκεκριμένης τακτικής, με την οποία θα υλοποιηθεί η στρατηγική απόφαση για ανάπτυξη των δραστηριοτήτων μιας τράπεζας στην ηλεκτρονική τραπεζική, εξαρτάται από μια σειρά παραγόντων. Οι στρατηγικοί της στόχοι, η εικόνα (**image**) της τράπεζας και η επιθυμητή τοποθέτησή της (**positioning**), τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία της, το μέγεθος του δικτύου των καταστημάτων, η πελατειακή της βάση, αλλά και η γεωγραφική κάλυψη της αγοράς στόχου είναι μερικοί από αυτούς. Η ΑΤΕ, λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, σχεδιάζει να εντάξει την ηλεκτρονική τραπεζική, ως συμπληρωματική στο υφιστάμενο πλέγμα καναλιών διανομής», δηλώνει ο κ Γρεβενίτης.

ΤΟ ΜΟΝΙΜΟ ΕΡΩΤΗΜΑ: ΕΥΚΑΙΡΙΑ Ή ΑΠΕΙΛΗ;

« Το μέγεθος μιας τράπεζας δεν μπορεί από μόνο του να θεωρηθεί, ως το αποκλειστικό κριτήριο για την αξιολόγηση του κατά πόσον η ηλεκτρονική τραπεζική θα αποτελέσει ευκαιρία ή απειλή. Γενικά όμως για μια μικρή τράπεζα η ηλεκτρονική τραπεζική μπορεί να αποτελέσει ταυτόχρονα και ευκαιρία και απειλή. Ευκαιρία γιατί με μικρότερη επένδυση, από ότι θα χρειαζόταν για να επεκτείνει το συμβατικό δίκτυο διανομής της, μπορεί να καλύψει μεγαλύτερες γεωγραφικές περιοχές και μάλιστα με χαμηλότερο κόστος συναλλαγών. Έτσι μπορεί να είναι πιο ανταγωνιστική, αφού θα έχει τη δυνατότητα να μετακυλύει μέρος του κέρδους της στους πελάτες, προσφέροντάς τους καλύτερες τιμές και αποδόσεις. Ίσως όμως αποδειχθεί και απειλή, γιατί οι μεγάλες τράπεζες θα έχουν τα κεφάλαια και την ικανότητα να επενδύσουν σε «καλύτερη τεχνολογία» και να προωθήσουν τα **e- προϊόντα τους** πιο αποτελεσματικά », υποστηρίζει ο κ. Γρεβενίτης.

ΜΙΑ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΓΕΜΑΤΗ ΑΝΤΙΦΑΣΕΙΣ

Η ωριμότητα του ελληνικού κοινού, ως προς την αποδοχή των σύγχρονων τεχνολογιών μπορεί ίσως να εκτιμηθεί προσεγγιστικά, μέσω της διείσδυσης των τεχνολογιών αυτών στην ελληνική αγορά.

« Σύμφωνα με δημοσιευμένες έρευνες, η Ελλάδα διαθέτει σε σχέση με τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες το χαμηλότερο αριθμό προσωπικών υπολογιστών ανά κατοικία, τη χαμηλότερη διείσδυση του **Internet** (περίπου 6%, ανεπαρκή τηλεπικοινωνιακή υποδομή, υψηλό κόστος χρήσης νέων τεχνολογιών(τηλεπικοινωνίες και **Internet**). Συνεπώς η χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής συνδέεται και με την άρση των περιορισμών που υπάρχουν για την ευρεία χρήση των ηλεκτρονικών μέσων από τους πελάτες των τραπεζών, κυρίως στα παραδοσιακά τραπεζικά προϊόντα. Θα πρέπει όμως να σημειωθεί ότι, στο πρόσφατο παρελθόν, στην περίπτωση των χρηματιστηριακών συναλλαγών που η ανάγκη για ταχύτητα ήταν μεγάλης σημασίας, τμήματα πελατών φάνηκαν πολύ πρόθυμα να χρησιμοποιήσουν τα ηλεκτρονικά κανάλια, προκειμένου να επιτύχουν το σκοπό τους», σχολιάζει ο κ. Γρεβενίτης.

ΕΠΩΦΕΛΕΙΣ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

« Το **Boston Consulting Group** εκτιμά ότι το 2001 περίπου 51 εκατομμύρια Ευρωπαίοι, δηλαδή ένας στους έξι, θα χρησιμοποιούν τις ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές. Αυτή ακριβώς η εξάπλωση των ηλεκτρονικών μέσων διεθνώς επιδιώκεται να προβληθεί στατιστικά και για την ελληνική αγορά, παρά τις ιδιομορφίες που αυτή παρουσιάζει. Θέτει μάλιστα, σε κάποιες περιπτώσεις, υπό αμφισβήτηση τη σημασία των τραπεζικών

καταστημάτων στο μέλλον. Πολλοί, ωστόσο υποστηρίζουν, ότι η χρήση των ηλεκτρονικών μέσων θα αυξηθεί σε τέτοιο βαθμό, που κάποτε θα υποκαταστήσουν τα καταστήματα ή στην καλύτερη περίπτωση θα αλλάξει την εικόνα τους και τη λειτουργία τους.

Βασικό στοιχείο που θα επηρεάσει τις εξελίξεις στον τομέα της ηλεκτρονικής τραπεζικής, εκτός από τη διαμόρφωση του απαιτούμενου θεσμικού πλαισίου, ιδιαίτερα σε θέματα ασφάλειας και εμπιστευτικότητας των συναλλαγών, θα αποτελέσει η συμπεριφορά του πελάτη. Όμως διαφαίνεται ότι η δημιουργία διαπροσωπικών σχέσεων μεταξύ πελατών και προσωπικού, που σήμερα θεωρείται εξαιρετικά σημαντική για την επιλογή μιας τράπεζας, δεν θα αλλάξει δραματικά τα αμέσως επόμενα χρόνια. Επομένως το κατάστημα αναμένεται ότι θα εξακολουθεί να παίζει σημαντικό ρόλο στην εξυπηρέτηση του μέσου πελάτη. Όμως η εξοικείωση με τη νέα τεχνολογία, η αυξανόμενη ευκολία και η ταχύτητα των συναλλαγών οδηγούν προς τη σταδιακή αλλαγή της συμπεριφοράς των πελατών.

Προς αυτή την κατεύθυνση θα συμβάλλει και η προώθηση που αναμένεται να πραγματοποιηθεί από πλευράς τραπεζών, καθώς αντιλαμβάνονται ότι τα πλεονεκτήματα που θα έχουν είναι σημαντικά. Η μείωση του λειτουργικού κόστους, οι δυνατότητες αύξησης της πελατειακής βάσης, η αύξηση της ποιότητας των υπηρεσιών, η μείωση των συναλλαγών ρουτίνας εντός του καταστήματος, η απελευθέρωση χρόνου του προσωπικού για συμβουλευτικές υπηρεσίες και πωλήσεις είναι παράγοντες που δεν μπορούν εύκολα να αγνοηθούν», περιγράφει ο κ. Γρεβενίτης.

5.1.2 Οι νέες τεχνολογίες μέρος του ευρύτερου εκσυγχρονισμού

Η Αγροτική Τράπεζα έχει ξεκινήσει τα τελευταία δύο χρόνια μια μεγάλη προσπάθεια εκσυγχρονισμού. Κύριοι άξονες αυτής της πρωτοβουλίας είναι ο επαναπροσδιορισμός της στρατηγικής της και των τμημάτων αγοράς που θα στοχεύσει, ο επανασχεδιασμός του οργανωτικού της σχήματος και η αναδιοργάνωση των λειτουργικών της διαδικασιών, η αναθεώρηση των συστημάτων διαχείρισης του ανθρώπινου δυναμικού της και τέλος ο εκσυγχρονισμός των πληροφοριακών της συστημάτων. « Η προσπάθεια αυτή βέβαια δεν θα μπορούσε να αγνοήσει το κλίμα (**e-business, e-commerce, e-banking**) που κυριαρχεί τελευταία στις επιχειρήσεις όλου του αναπτυσσόμενου κόσμου, χωρίς εξαίρεση φυσικά και του χρηματοοικονομικού τομέα », όπως εξηγεί ο κ. Αθανάσιος Δεδούσης, Υπεύθυνος Ανασυγκρότησης της Αγροτικής Τράπεζας της Ελλάδος.

Η **ΑΤΕ** έχει αναπτύξει από το 1997 ιστοσελίδα για την προβολή των προϊόντων και των υπηρεσιών της, ενώ παρακολουθεί στενά την εξέλιξη και την πορεία του διαδικτύου στον ελληνικό χώρο, σε συνδυασμό με τις νέες στρατηγικές αγορών που μελετά.

Οι εξ αποστάσεως υπηρεσίες που παρέχει η Τράπεζα στους πελάτες της, είναι μέσω των αυτόματων ταμειολογιστικών μηχανών και τηλεφωνικώς. Οι μηχανές αυτόματων συναλλαγών (**ΑΤΜ**) είναι ένα από τα παλαιότερα, ασφαλέστερα και πιο δοκιμασμένα ηλεκτρονικά κανάλια προώθησης τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών, που έχει εξελιχθεί σήμερα σε απαραίτητο «**εξάρτημα**» κάθε τράπεζας, συνυφασμένο με τη λειτουργία της. Η Αγροτική Τράπεζα εγκατέστησε τα πρώτα **ΑΤΜ** στο δίκτυό της το 1994. Σήμερα λειτουργούν 370, διασπαρμένα σε ολόκληρη τη χώρα και με προοπτική να αυξηθούν σε 650 μέσα στο 2000. « Οι πελάτες της **ΑΤΕ** τα αντιμετώπισαν αρχικά με επιφυλακτικότητα. Σήμερα όμως η **ΑΤΕnet** έχει κερδίσει την εμπιστοσύνη τους και οι ρυθμοί ζήτησης νέων καρτών, καθώς και οι όγκοι των συναλλαγών αυξάνουν με ταχύτατους ρυθμούς».

Η τηλεφωνική εξυπηρέτηση πελατών στον τραπεζικό χώρο έγινε αρχικά για την παροχή πληροφοριών και οδηγιών (**help desk**) και στη συνέχεια για τη λήψη εντολών και τη

διενέργεια απλών συναλλαγών. Αυτό βέβαια δεν ήταν κάτι νέο για τον ελληνικό χώρο. « Ωστόσο σήμερα η ΑΤΕ ήδη προσφέρει τηλεφωνική εξυπηρέτηση για τη λήψη εντολών χρηματιστηρίου και μελετά να την επεκτείνει και σε άλλα προϊόντα. Σε αυτό βοήθησε η βελτίωση των υπηρεσιών τηλεφωνίας, τόσο από πλευράς ΟΤΕ – ψηφιακή σταθερή τηλεφωνία – όσο και από τους παροχείς κινητής τηλεφωνίας που δραστηριοποιούνται πολύ δυναμικά τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα. Καθοριστικός παράγοντας ήταν επίσης τα συστήματα αυτοματοποίησης (τηλεφωνικά κέντρα, **call centers**, **IVR**, κ.λ.π) που έχουν αναπτυχθεί. Έτσι το τηλέφωνο προσφέρεται άριστα, ως ένα επιπλέον ηλεκτρονικό κανάλι διανομής τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών», υποστηρίζει ο κ. Δεδούσης.

ΕΠΙΦΥΛΑΚΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

« Η τηλεπικοινωνιακή υποδομή της χώρας, τουλάχιστον μέχρι πρόσφατα, και το κόστος των υπηρεσιών τηλεφωνίας και των **ISP (Internet Service Providers)** δεν ενθαρρύνουν ιδιαίτερα την ανάπτυξη του Internet μέχρι σήμερα. Η σημερινή βάση χρηστών του διαδικτύου στην Ελλάδα δεν έχει προς το παρόν την κρίσιμη μάζα και τη δημογραφική δομή που θα ενθάρρυνε ιδιαίτερα την Αγροτική Τράπεζα να θέσει, ως στόχο προτεραιότητας την ανάπτυξη των επόμενων βαθμίδων εξυπηρέτησης μέσω **Internet** για τους πελάτες της. Η έλλειψη τεχνικού προσωπικού στην ελληνική αγορά είναι αισθητή και αποτελεί επιβραδυντικό παράγοντα για την αποτελεσματική υποστήριξη των νέων τεχνολογιών. Ειδικότερα για την ΑΤΕ θα πρέπει να προστεθούν στα προβλήματα οι γραφειοκρατικές δυσκολίες για την πρόσληψη εξειδικευμένων τεχνικών και η αδυναμία θέσπισης κινήτρων προσέλκυσης τεχνικών με υψηλή εξειδίκευση», σημειώνει ο κ. Δεδούσης.

« Η εξοικείωση της ευρύτερης πελατειακής βάσης των τραπεζών με τη νέα τεχνολογία (αλλαγή κουλτούρας) είναι συνάρτηση δημογραφικών, οικονομικών μορφωτικών και κοινωνικών παραμέτρων και δεν αρκεί η προσπάθεια των τραπεζών και του ιδιωτικού τομέα για να γίνει. Το Δημόσιο και οι μεγάλοι οργανισμοί κοινής ωφέλειας (**ΔΕΗ, ΟΤΕ, ΕΥΔΑΠ**) πρέπει να καταβάλουν ανάλογες προσπάθειες. Είναι γνωστό ότι σήμερα μεγάλος αριθμός δημοσίων υπαλλήλων μισθοδοτείται ακόμα με μετρητά, ενώ ο μεγαλύτερος αριθμός λογαριασμών κοινής ωφέλειας εξοφλείται στα ταμεία. Το βάρος του κόστους προώθησης της χρήσης ηλεκτρονικών καναλιών συναλλαγής δεν πρέπει να το επωμιστεί μόνο η ιδιωτική πρωτοβουλία».

ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ

« Βλέποντας μπροστά, προς τις τεχνολογικές εξελίξεις που ήδη διαμορφώνονται, με αιχμή του δόρατος τις τηλεπικοινωνίες και την πληροφορική, μπορούμε να πούμε ότι τον αγώνα του ανταγωνισμού θα τον κερδίσουν εκείνες οι τράπεζες που θα κατορθώσουν να έχουν την ετοιμότητα να αξιοποιήσουν ταχύτερα την τεχνολογία των ηλεκτρονικών καναλιών διανομής προϊόντων και υπηρεσιών.

Προοπτική για μας είναι η εξάντληση των λειτουργικών δυνατοτήτων του δικτύου με την προσθήκη νέων υπηρεσιών. Επίσης στόχος προτεραιότητας με την εισαγωγή του Ευρώ είναι η βελτίωση της διαχείρισης του δικτύου, με την εισαγωγή νέων διαδικασιών και τη χρήση κατάλληλων εργαλείων διαχείρισης της λειτουργίας τους. Ο εκσυγχρονισμός του ιδιωτικού δικτύου επικοινωνιών της ΑΤΕ βρίσκεται σε εξέλιξη και θα έχει ολοκληρωθεί σε μικρό χρονικό διάστημα. Το γεγονός αυτό θα συμβάλλει αποφασιστικά στην προσπάθεια εκμετάλλευσης της τηλεφωνίας σε πανελλαδική κλίμακα και στη μείωση του κόστους επικοινωνίας και συναλλαγών, τόσο για τον όμιλο της ΑΤΕ, όσο και για τους πελάτες της. Επίσης η εκτός καταστημάτων (**off-site**) εγκατάσταση **ATM** για την εξυπηρέτηση της γεωγραφικά διασπαρμένης πελατείας της ΑΤΕ (γεωργικοί συνεταιρισμοί κλπ) είναι ένας

στόχος που έχει αρχίσει ήδη να υλοποιείται. Επιδίωξη είναι να διευκολυνθούν οι συναλλαγές(γεωργικές επιδοτήσεις κλπ) μεγάλης μερίδας πελατών μας», εξηγεί ο κ. Δεδούσης.

5.2 ALPHA BANK

(Ιούλιος 2000)

5.2.1 « Συνδυασμός ανθρώπινων τεχνολογικών πόρων και επιχειρηματικών συνεργιών »

Καθώς οι τεχνολογικές δυνατότητες αφομοιώνονται σταδιακά από τους πελάτες των τραπεζών, θα αυξάνεται τόσο ο όγκος των συναλλαγών, όσο και οι απαιτήσεις τραπεζικής εξυπηρέτησης από τα ηλεκτρονικά δίκτυα, με συνέπεια τη δημιουργία των προϋποθέσεων για μια επιτυχημένη εικονική τράπεζα (**virtual bank**). Επιπλέον παρατηρούνται συμμαχίες – συνέργιες ανάμεσα σε τραπεζικούς οργανισμούς και σε εταιρίες πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών. Ο Όμιλος της **Alpha Bank** έχει προ πολλού υιοθετήσει αυτή την επιχειρηματική φιλοσοφία. Στον όμιλο περιλαμβάνονται οι εταιρίες πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών **ΔΕΛΤΑ – Singular, UNISYSTEMS και SPACE Hellas**. Η περαιτέρω αξιοποίηση των σχετικών ανθρώπινων και τεχνολογικών πόρων σε επίπεδο Ομίλου, καθώς και υφιστάμενων επιχειρηματικών συνεργασιών αποτελεί μέρος των μελλοντικών σχεδίων του στην επιδίωξή του για τεχνολογική πρωτοπορία.

ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΧΩΡΙΣ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΥΣ

Στις αρχές της δεκαετίας του 1970, η τότε Τράπεζα Πίστωσης διέβλεψε την αναγκαιότητα εξυπηρέτησης της πελατείας της μέσω ηλεκτρονικών δικτύων, που δεν υπόκειται σε περιορισμούς χρόνου και χώρου. Έτσι ανέπτυξε τις υπηρεσίες **Alpha Phone** και **Alpha Line** που επιτρέπουν, με τρόπο εύκολο και φιλικό προς τον πελάτη, την εκτέλεση τραπεζικών εργασιών από απλό τηλέφωνο και από τον προσωπικό υπολογιστή, μέσω τηλεφωνικής σύνδεσης αντιστοίχως. Η ιστοσελίδα (**Web Site**) της Τράπεζας στο διαδίκτυο είχε περιεχόμενο πληροφοριακό και ενημερωτικό, ενώ από το 1998 προσφέρεται η δυνατότητα εκτέλεσης συναλλαγών, μέσω του διαδικτύου (**Internet**) και της υπηρεσίας **Alpha Web Banking**.

ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΑΥΤΟΝΟΜΙΑΣ

« Τα δίκτυα ηλεκτρονικής τραπεζικής θεωρούνται εναλλακτικά, ως προς το δίκτυο καταστημάτων, καθώς απευθύνονται στην υφιστάμενη πελατεία της Τράπεζας και προσφέρουν υπηρεσίες που διατίθενται και από το δίκτυο καταστημάτων. Επειδή αναμένεται με την αύξηση των συνδρομητών του διαδικτύου στην Ελλάδα να αναπτυχθούν πλήρως αυτόνομες ηλεκτρονικές Τράπεζες, όπως ήδη συμβαίνει στο εξωτερικό, οι υποδομές λειτουργίας των ηλεκτρονικών δικτύων αναπτύσσονται με το βλέμμα στραμμένο στη μελλοντική δυνατότητα αυτονομίας.

Η συμβολή των ηλεκτρονικών δικτύων στην κερδοφορία της τράπεζας είναι έμμεση και προέρχεται από δύο πηγές: Πρώτα απ' όλα από την αύξηση της ικανοποίησης του πελάτη για την παρεχόμενη διευκόλυνση, με αποτέλεσμα την πιστότητα του πελάτη (**customer Logalty**), και έπειτα από τη μείωση του λειτουργικού κόστους, επειδή το κόστος ανά συναλλαγή είναι αρκετά μεγαλύτερο στα καταστήματα απ' ό,τι στα ηλεκτρονικά δίκτυα», αναφέρει ο κ. Ιωάννης Παρλίτσης, Διευθυντής Σχεδιασμού και Ανάπτυξης Τεχνολογίας της **ALPHA BANK**.

ΣΥΓΚΛΙΣΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Τα μελλοντικά σχέδια της Τράπεζας και του Ομίλου, αναφορικά με την ηλεκτρονική τραπεζική, σχετίζονται τόσο με τη σταδιακή αύξηση των προσφερόμενων υπηρεσιών και προϊόντων, όσο και με την προσπάθεια προώθησής τους σε μεγαλύτερο αριθμό πελατών.

« Οι νέες τεχνολογίες που υποστηρίζουν τα δίκτυα ηλεκτρονικής τραπεζικής απαιτούν τεχνογνωσία και δεξιότητες που δεν είναι εφικτό να είναι πάντα εσωτερικά διαθέσιμες σε ένα τραπεζικό οργανισμό. Επιπλέον η ταχύτητα, με την οποία προσφέρονται πλέον οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες, δεν αφήνει πολλά περιθώρια για εσωτερική ανάπτυξη όλης της σχετικής τεχνολογίας. Κατά συνέπεια, παρατηρούνται συμμαχίες – συνέργιες ανάμεσα σε τραπεζικούς οργανισμούς και σε εταιρίες πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών. Ο Όμιλος της **Alpha Bank** έχει προ πολλού υιοθετήσει αυτή την επιχειρηματική φιλοσοφία. Στο Όμιλο περιλαμβάνονται οι εταιρίες πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών **ΔΕΛΤΑ – Singular, UNISYSTEMS ΚΑΙ SPACE Hellas**. Η περαιτέρω αξιοποίηση των σχετικών ανθρώπινων και τεχνολογικών πόρων σε επίπεδο Ομίλου, καθώς και υφιστάμενων επιχειρηματικών συνεργασιών αποτελεί μέρος των μελλοντικών σχεδίων του, στην επιδίωξή του για τεχνολογική πρωτοπορία. Οι κάθε είδους επιχειρηματικές συνεργασίες δεν είναι αυτοσκοπός, αλλά μέσο για την επίτευξη στόχων που συνήθως είναι η δημιουργία κοινών προϊόντων, οι διασταυρωμένες πωλήσεις και τελικά η αύξηση προστιθέμενης αξίας που προσφέρουν εκατέρωθεν οι επιχειρήσεις στους πελάτες τους», επισημαίνει ο κ. Παρλίτσης.

ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΕ ΚΑΘΕ ΒΑΘΜΙΑ

Ένας σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει τη διείσδυση των τεχνολογιών ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι η εμπιστοσύνη της πελατείας προς τα ηλεκτρονικά δίκτυα, η οποία εξαρτάται από την παρεχόμενη ασφάλεια. Ειδικότερα η ασφάλεια που παρέχεται στην υπηρεσία **Alpha Phone** βασίζεται στην πληκτρολόγηση ενός προσωπικού κωδικού και κωδικού – κλειδαριθμού ασφαλείας (**PIN**). Η εκτέλεση τραπεζικών συναλλαγών με **PC** και τηλεφωνική σύνδεση – **Alpha Line** – προστατεύεται από το συνδυασμό κωδικού συνδρομητή και κλειδαριθμού ασφαλείας (**user –id, password**) και από το γεγονός ότι ο συνδρομητής συνδέεται απευθείας με το τηλεπικοινωνιακό δίκτυο της Τράπεζας, για να συνδεθεί στα κεντρικά συστήματα. Τέλος, η φυσική πρόσβαση στο **PC** που είναι εγκατεστημένο το λογισμικό του συνδρομητή της υπηρεσίας **Alpha Line** μπορεί να είναι ελεγχόμενη, με ευθύνη του πελάτη φυσικά.

Στις συναλλαγές, μέσω διαδικτύου (**Alpha Web Banking**), τα τρία βασικά συστατικά του μηχανισμού ασφαλείας είναι η χρήση του **SSL 128-bit**, το ψηφιακό πιστοποιητικό στο **server** και το **user-id** και **password** συνδρομητή υπηρεσίας. Αναλυτικότερα η **Alpha Bank**, προκειμένου να προσφέρει τραπεζικές συναλλαγές μέσα από ένα ασφαλές περιβάλλον, έχει εξασφαλίσει τη μέγιστη δυνατή ασφάλεια που υπάρχει σήμερα στο δίκτυο **Internet(128bit encryption)**. Έτσι σε κάθε εκτελούμενη συναλλαγή γίνεται κρυπτογράφηση των μηνυμάτων που ανταλλάσσει ο πελάτης με το **Web Server** της Τράπεζας. Εκτός της κρυπτογράφησης, ο συνδρομητής χρησιμοποιεί προσωπικούς κωδικούς(κωδικό συνδρομητή, μυστικούς κωδικούς πρόσβασης) για να συνδεθεί στο σύστημα, ενώ η Τράπεζα χρησιμοποιεί επιπρόσθετα συστήματα ασφαλείας (**firewall**), τα οποία ελέγχουν και καταγράφουν την πρόσβαση κάθε χρήστη στα συστήματά της. Είναι ευθύνη του συνδρομητή η διαφύλαξη των προσωπικών κωδικών ασφαλείας και σε περίπτωση διαρροής αυτών, οφείλει να ειδοποιήσει αμέσως την Τράπεζα. Τέλος έχει εξασφαλιστεί ψηφιακή πιστοποίηση του server της Τράπεζας από τη **Verisign**.

Σε ό,τι αφορά τις ασφαλείς πληρωμές στο διαδίκτυο, η Τράπεζα προετοιμάζει την υποδομή της σύμφωνα με το διεθνούς κύρους πρωτόκολλο **SET (Secure Electronic Transaction)**, που δημιουργήθηκε αρχικά από τις εταιρίες **VISA** και **MASTERCARD** και υποστηρίζεται από την πλειονότητα των εταιριών πιστωτικών και χρεωστικών καρτών, αλλά και προμηθευτών τεχνολογιών πληροφορικής ανά τον κόσμο. Παρέχοντας μια τέτοια υποδομή, οι κάτοχοι πιστωτικών και χρεωστικών καρτών της **Alpha Bank** θα μπορούν να κάνουν ασφαλείς πληρωμές χρησιμοποιώντας το ηλεκτρονικό πορτοφόλι που θα τους παρέχει η Τράπεζα.

5.2.2 «Διαρκής εκσυγχρονισμός του τεχνολογικού εξοπλισμού»

Ήδη από το 1990, η τότε Τράπεζα Πίστεως προσέφερε το πρώτο εναλλακτικό μέσο εξυπηρέτησης της πελατείας, μέσω τηλεφώνου, με τα **Alphaline** και **Alphaphone**. Όσον αφορά τα **ATM**, τα εισήγαγε πρώτη το 1980. Το γεγονός ότι στην Ελλάδα η χρήση **Internet** είναι ακόμη περιορισμένη, δεν αποτελεί για την Τράπεζα σοβαρό ανασταλτικό παράγοντα. Η **e-generation**, η νέα «γενιά» πελατών που δημιουργήθηκε, δεν φοβάται την τεχνολογία, ενδιαφέρεται για την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση του χρόνου της, απαιτεί προσωποποιημένες υπηρεσίες και όχι απλά προϊόντα. «Συνοψίζοντας με μια φράση τις επιπτώσεις (θετικές και αρνητικές) της εξέλιξης της τεχνολογίας, μπορούμε να πούμε ότι «ακόμη δεν έχουμε δει τίποτα», υπογραμμίζει ο κ. Ευστάθιος Κακογιάννης, Διευθυντής Πληροφορικής της **ALPHA BANK**.

ΚΟΙΝΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

Ο Όμιλος της **Alpha Bank** παρακολουθεί στενά την εξέλιξη της τεχνολογίας με κοινή στρατηγική πληροφορικής και δίνει απόλυτη προτεραιότητα στην αναβάθμιση και το διαρκή εκσυγχρονισμό του εν γένει τεχνολογικού εξοπλισμού των εταιριών του. Στόχος είναι να συνεχίσει με επιτυχία να υποστηρίζει τις νέες μορφές προσφοράς χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και να ανταποκρίνεται στις νέες ανταγωνιστικές συνθήκες που δημιουργούνται διεθνώς.

Ήδη από το 1990, η τότε Τράπεζα Πίστεως προσέφερε το πρώτο εναλλακτικό μέσο εξυπηρέτησης της πελατείας(εκτός των **ATM** που πρώτη εισήγαγε το 1980), το **Alpha Phone** και κατόπιν τα **Alphaline** και **AlphaWeb Banking**. Συνεχώς ο Όμιλος επεξεργάζεται κατάλληλες λύσεις πληροφορικής, ώστε να μπορέσει να προσφέρει προϊόντα και υπηρεσίες μέσω **Internet** σε καταναλωτές με κινητά τηλέφωνα, επιπαλάμιες συσκευές, ψηφιακή τηλεόραση ή μέσω **call centers** και γενικά με την αξιοποίηση όλων των εναλλακτικών δικτύων που εμφανίζονται.

ΕΜΠΟΔΙΑ ΠΟΥ... ΞΕΘΩΡΙΑΖΟΥΝ

Η υλοποίηση και προσφορά των **e- υπηρεσιών**, δεδομένου μάλιστα ότι απευθύνεται και σε πελάτες πέραν των ορίων της χώρας, αντιμετωπίζει εμπόδια ,κυρίως, λόγω έλλειψης νομικού πλαισίου που να διέπει τις ηλεκτρονικές συναλλαγές και ειδικά την ασφάλειά τους.

« Η χαμηλή διείσδυση του **Internet** στην Ελλάδα(που αυξάνει όμως εκθετικά), δεν αποτελεί ιδιαίτερο πρόβλημα, διότι η πελατεία, όπου συνήθως απευθύνεται ένα **e-προϊόν** είναι ήδη χρήστης της νέας τεχνολογίας και δεν την αντιμετωπίζει με φόβο. Ας μη ξεχνάμε ότι οι κατοχυρωμένες πύλες δεν έχουν ανάγκη μεγάλου όγκου επισκεπτών, αλλά προσπαθούν να προσελκύσουν λίγους και καλούς, πιστούς πελάτες υψηλών προδιαγραφών. Επίσης ο ανασταλτικός παράγων της ασφάλειας των ηλεκτρονικών συναλλαγών σταδιακά «ξεθωριάζει», υποστηρίζει ο κ. Κακογιάννης.

Ο ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΤΕΡΟΣ ΘΑ ΕΠΙΒΙΩΣΕΙ

« Στις μέρες μας βλέπουμε μια αλλαγή του σκηνικού σε όλους τους τομείς και ιδιαίτερα στο χρηματοοικονομικό, όπου οι ιδιωτικοποιήσεις και οι συγχωνεύσεις μικρών και μεγάλων τραπεζών θα έχουν ως αποτέλεσμα την επιβίωση λίγων και μεγάλων χρηματοοικονομικών ομίλων με παρουσία και εκτός των ορίων μιας χώρας. Άλλωστε και στην Ελλάδα έχουν ήδη αρχίσει να κάνουν αισθητή την παρουσία τους όμιλοι από το εξωτερικό. Οι ελληνικές τράπεζες θα πρέπει να ελέγξουν το λειτουργικό τους κόστος, που είναι από τα μεγαλύτερα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε). Επίσης θα πρέπει να κατανοήσουν ότι ο ανταγωνισμός δεν είναι μόνο οι άλλες τράπεζες, αλλά και οι αλυσίδες καταστημάτων με πολλά σημεία πώλησης, οι τηλεπικοινωνιακοί οργανισμοί, καθώς και τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ).

Η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας και η διείσδυση του **Internet** σε όλους τους τομείς της καθημερινής ζωής έδωσαν την ευκαιρία στους ήδη υπάρχοντες ομίλους να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους, μέσω πολλών νέων δικτύων διανομής. Παράλληλα ευνόησε τη δημιουργία νέων ιδρυμάτων με προϊόντα αποκλειστικής διάθεσης, μέσω του **Internet**. Ταυτόχρονα δημιουργήθηκε μια νέα «γενιά» πελατών, η **e-generation**. Οι νέοι αυτοί πελάτες δεν φοβούνται την τεχνολογία, ενδιαφέρονται για την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση του χρόνου τους, απαιτούν προσωποποιημένες υπηρεσίες και όχι απλά προϊόντα. Άλλο χαρακτηριστικό τους είναι ότι δεν είναι ποτέ ικανοποιημένοι, αλλά συνεχώς ερευνούν για καλύτερες και πλέον συμφέρουσες υπηρεσίες. Τέλος δεν είναι καθόλου «πιστοί» πελάτες, αλλά οι τράπεζες και οι επιχειρήσεις που απευθύνονται σ' αυτούς πρέπει συνεχώς να τους κερδίζουν. Οι υπηρεσίες που προσφέρονται, είτε μέσω εταιρικών κόμβων, είτε μέσω καθετοποιημένων πυλών, εμπίπτουν κυρίως στις εξής κατηγορίες, χωρίς ο κατάλογος να εξαντλεί τις δυνατότητες: Τραπεζικές συναλλαγές, χρηματιστηριακές εργασίες, ηλεκτρονικό εμπόριο, πληροφόρηση, τρόπος ζωής και ηλεκτρονικό γραφείο», δηλώνει ο κ. Κακογιάννης.

5.3 ΕΓΝΑΤΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ (Ιούλιος 2000)

5.3.1 « Στόχος η καθιέρωση, ως τεχνολογικής τράπεζας »

Όπως τονίζει η κ. Ασήμω Κωνσταντινίδου, **Chief Operation Officer** της Εγνατίας Τράπεζας « η επένδυση σε νέες τεχνολογίες αποτελεί για την Εγνατία Τράπεζα αναπόσπαστο κομμάτι της στρατηγικής της. Ένας από τους στρατηγικούς στόχους της Τράπεζας είναι η καθιέρωση της στη συνείδηση όλων, ως η «τεχνολογική Τράπεζα», στην οποία η πρόσβαση και η διεκπεραίωση της συναλλαγής μπορούν να πραγματοποιηθούν εύκολα, γρήγορα, φιλικά και με όλα τα μέσα επικοινωνίας, όπως φυσική παρουσία, προσωπικός υπολογιστής κλπ»

ΙΣΧΥΡΗ ΠΕΠΟΙΘΗΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ INTERNET BANKING

Όταν ξεκινήσαμε να παρέχουμε υπηρεσίες **Internet Banking** το 1997, η αγορά του **Internet** στην Ελλάδα ήταν σε εμβρυακή κατάσταση και για το λόγο αυτό δεν αναμέναμε ιδιαίτερα μεγάλη ανταπόκριση. Είχαμε όμως από την αρχή την πεποίθηση ότι το **Internet Banking** μπορεί να προσφέρει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε μία τράπεζα και δεν διστάσαμε να επενδύσουμε σε αυτή την τεχνολογία, παρόλο που εκείνη την περίοδο δεν

γίνονταν ανάλογες κινήσεις στη χώρα μας. Εξάλλου ο αρχικός στόχος μας ήταν, και παραμένει, η συνέπεια απέναντι στη δέσμευσή μας προς τους πελάτες μας για νέες, πρωτοποριακές υπηρεσίες και γι' αυτό πήραμε το ρίσκο», τονίζει η κ. Κωνσταντινίδου.

Όλες οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες της **ΕΓΝΑΤΙΑΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ** εντάσσονται κάτω από την «**ομπρέλα**» του ονόματος της Τράπεζας, αλλά με χωριστά **brand name** για κάθε υπηρεσία. Τα ονόματα αυτών απορρέουν από το αντικείμενο της συγκεκριμένης υπηρεσίας (π.χ **Web Teller** για τραπεζικές συναλλαγές, **Web Trader** για χρηματιστηριακές συναλλαγές, **WebShop** για αγορές μέσω **Internet**). «Θεωρούμε τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες, ως εναλλακτικό δίκτυο προσέγγισης και εξυπηρέτησης των πελατών μας, το οποίο έρχεται να συμπληρώσει το φυσικό δίκτυο που διαθέτει και συνεχώς επεκτείνει, η Τράπεζά μας. Γι' αυτό και προτιμήσαμε να μην απομονώσουμε τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες από το όνομα της Τράπεζας, ενδυναμώνοντας έτσι και τον τεχνολογικό χαρακτήρα της ίδιας της Τράπεζας, αλλά και προσδίδοντας την αξιοπιστία της Τράπεζας στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες. Επιπλέον στην παρούσα φάση πιστεύουμε ότι το φυσικό δίκτυο, έστω και για ψυχολογικούς λόγους, θεωρείται από τους πελάτες μας απαραίτητο», συνεχίζει η κυρία Κωνσταντινίδου.

ΠΡΟΣΔΟΚΩΝΤΑΣ ΤΟ ΚΑΛΥΤΕΡΟ

«Από τότε που ξεκινήσαμε αυτή την προσπάθεια μέχρι σήμερα ο αριθμός των πελατών μας που χρησιμοποιούν τις ηλεκτρονικές συναλλαγές συνεχώς αυξάνει και μάλιστα με γοργούς ρυθμούς. Πιστεύουμε ότι όσο οι χρήστες του **Internet** αυξάνουν, τόσο θα μεγαλώσει και ο αριθμός των πελατών που επιλέγουν το **Internet** για τις τραπεζικές τους συναλλαγές. Και δεδομένου ότι οι συναλλαγές μέσω **Internet** έχουν πολύ χαμηλότερο κόστος και από τις συναλλαγές στο κατάστημα (κατά μέσο όρο 6 φορές χαμηλότερο), αλλά και από τις συναλλαγές στο **ATM** ή στο τηλέφωνο μέσω **phone banking**, τα θετικά αποτελέσματα στην κερδοφορία της Τράπεζας θα γίνονται εμφανέστερα».

ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΠΟΥ ΓΡΗΓΟΡΑ ΓΙΝΕΤΑΙ ΠΑΡΟΝ ΚΑΙ ΠΑΡΕΛΘΟΝ

«Η τρίχρονη εμπειρία μας στο χώρο του **Internet banking** μας έχει διδάξει ότι δεν πρέπει ποτέ να σταματάς, τόσο τη βελτίωση των υπηρεσιών που ήδη προσφέρεις στους πελάτες σου, όσο και την ανάπτυξη νέων για να καλύψεις ανάγκες που συνεχώς δημιουργούνται και που δεν είχες προβλέψει. Μέχρι σήμερα έχουμε αποκομίσει πολύτιμες πληροφορίες για το τι ζητούν περισσότερο οι πελάτες μας από τις ηλεκτρονικές τους συναλλαγές και προσπαθούμε να βελτιωνόμαστε διαρκώς». Για το λόγο αυτό, η Τράπεζα δεν μένει στάσιμη, αλλά συνεχώς αναπτύσσει νέες υπηρεσίες μέσω του **Internet**. Μετά το **WebTeller – Internet banking**, που ανέπτυξε το 1997, η Τράπεζα δημιούργησε το **WebShop – Internet shopping** το 1998. Σύντομα θα παρέχεται στο ευρύ κοινό (ήδη είναι σε πιλοτική λειτουργία) η νέα της ηλεκτρονική υπηρεσία για **on-line** χρηματιστηριακές συναλλαγές, με την ονομασία **WebTrader**. Η υπηρεσία αυτή είναι προϊόν της συνεργασίας της Τράπεζας με τη **ForthNet** και την **ΑΣΥΚ(Ανώνυμη Εταιρία Αυτοματοποιημένων Συναλλαγών Κεφαλαιαγοράς)** και θα προσφέρει **real-time** παρακολούθηση της συνεδρίασης στο **ΧΑΑ**, **on line** διεξαγωγή χρηματιστηριακών πράξεων και άμεση ενημέρωση του χαρτοφυλακίου του πελάτη μέσω **Internet**. Η καινοτομία της υπηρεσίας είναι ότι ο πελάτης θα μπορεί να χρησιμοποιεί αυτόματα, μέσω του **WebTeller** (του **Internet banking** της Τράπεζας) τον καταθετικό λογαριασμό που έχει στην Τράπεζα για να καλύπτει τις χρηματιστηριακές του συναλλαγές. Επίσης η νέα υπηρεσία θα προσφέρει ειδικές στήλες για την ενημέρωση των πελατών με άρθρα, αναλύσεις κλπ. Σύντομα από την ίδια υπηρεσία θα αρχίσει να παρέχεται η δυνατότητα **on-line** αγοραπωλησίας μεριδίων αμοιβαίων κεφαλαίων της **ΕΓΝΑΤΙΑΣ ΑΕΔΑΚ**.

« Παράλληλα επειδή πιστεύουμε στη δύναμη του **Internet**, ως μέσου επικοινωνίας με τους πελάτες μας, θα συνεχίσουμε να εμπλουτίζουμε τις υπηρεσίες που ήδη παρέχουμε, αλλά και να επεκτείνουμε τις συνεργασίες μας προς κάθε κατεύθυνση(ειδικότερα όσον αφορά στις επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται να δραστηριοποιηθούν στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου, μέσω της υπηρεσίας **Webshop**)», τονίζει η κυρία Κωνσταντινίδου.

ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

Σύμφωνα με έρευνες, στους πλέον σοβαρούς παράγοντες που δρουν ανασταλτικά στην ανάπτυξη των ηλεκτρονικών υπηρεσιών συγκαταλέγονται η μη εξοικείωση του κοινού με τις νέες τεχνολογίες γενικότερα και η φοβία σε σχέση με την ασφάλεια των συναλλαγών στο **Internet** ειδικότερα. Για το λόγο αυτό, από την αρχή η Τράπεζα έδωσε μεγαλύτερη έμφαση στην εκπαίδευση των πελατών της, μέσα από το δίκτυο των καταστημάτων της σε σχέση με τις δυνατότητες που τους παρέχονται μέσα από το **Internet** και λιγότερη στην παρουσία της Τράπεζας σε μέσα, όπως η τηλεόραση και οι εφημερίδες.

Επιπλέον για τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες που διαθέτει η Εγνατία Τράπεζα, παρέχονται μέσω του site της διάφορα ηλεκτρονικά εργαλεία(**demo**, βοήθεια κλπ), προκειμένου να διευκολυνθούν ακόμη περισσότερο οι χρήστες στις ηλεκτρονικές συναλλαγές τους.

Βέβαια όσο η γνώση και η χρήση του **Internet** αρχίζει να αυξάνεται, αρχίζει να επεκτείνεται και η διαφημιστική παρουσία αυτού του είδους των υπηρεσιών της Τράπεζας στα διάφορα μέσα, με βάση πάντα το συγκεκριμένο κοινό, στο οποίο στοχεύει η υπηρεσία. Ήδη το τελευταίο τρίμηνο έχουν ξεκινήσει καταχωρήσεις των ηλεκτρονικών υπηρεσιών της Τράπεζας στον ειδικό τύπο.

Η ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΤΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΔΥΣΚΟΛΗ ΥΠΟΘΕΣΗ

« Η ασφάλεια των συναλλαγών των πελατών μας έχει για εμάς πρωτεύουσα σημασία, γι' αυτό και έχουμε λάβει όλα τα μέτρα που προσφέρει σήμερα η τεχνολογία, προκειμένου να εξασφαλίσουμε το απόρρητο των συναλλαγών που διενεργούνται μέσω **Internet**», υπογραμμίζει η κ. Κωνσταντινίδου.

Πρώτα απ' όλα, για την είσοδο στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες απαιτείται η χρήση κωδικών ασφαλείας(κωδικό όνομα χρήστη και κωδικός αριθμός χρήστη). Το «**κωδικό όνομα χρήστη**»(**user – id**) επιλέγεται από τον ίδιο τον πελάτη στην αίτηση εγγραφής του, ενώ ο κωδικός ασφαλείας(**PIN**) δημιουργείται αυτόματα από το σύστημα και μπορεί να αλλαχθεί από τον πελάτη, όποτε το θελήσει. Οι κωδικοί αυτοί ενεργοποιούνται μόνο όταν μας ειδοποιήσει ο πελάτης ότι τους παρέλαβε και «κλειδώνονται», εάν γίνουν 3 συνεχόμενες αποτυχημένες προσπάθειες εισόδου. Εκτός από τους κωδικούς αυτούς, για να εκτελεσθεί οποιαδήποτε τραπεζική συναλλαγή στο **WebTeller** (π.χ μεταφορά χρημάτων μεταξύ λογαριασμών) απαιτείται η χρήση ενός από τους αριθμούς επικύρωσης συναλλαγής (**TAN**) που δίνεται στον πελάτη με τη μορφή λίστας. Χωρίς τον αριθμό αυτό, ο πελάτης μπορεί μόνο να βλέπει πληροφορίες για το λογαριασμό του(υπόλοιπα, κινήσεις κλπ), αλλά όχι να διενεργεί συναλλαγές.

Σε μηχανογραφικό επίπεδο, τα συστήματα της Τράπεζας είναι και αυτά δομημένα, ώστε να παρέχουν τη μεγαλύτερη δυνατή ασφάλεια. Οι ιστοσελίδες της Τράπεζας είναι εγκατεστημένες σε έναν **WebServer**, στον οποίο εγκαθίσταται Πιστοποιητικό Αυθεντικότητας που παρέχεται από την εξουσιοδοτημένη για το σκοπό αυτό εταιρία

Verisign. Έτσι εξασφαλίζεται στον πελάτη ότι κανείς άλλος δεν μπορεί να πιστοποιηθεί ότι είναι η Τράπεζα και με τον τρόπο αυτό να υποκλέψει πολύτιμες πληροφορίες. Επιπλέον στα συστήματα της Τράπεζας εφαρμόζονται και άλλα μέτρα, όπως ένα **FireWall** που φιλτράρει την πρόσβαση, τα **Java Applets** και ο Αλγόριθμος **IDEA 128 bits**. Τέλος αναφέρεται ο τερματισμός της λειτουργίας της εφαρμογής, αν αυτή δεν χρησιμοποιηθεί για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, για την προστασία των προσωπικών στοιχείων των πελατών.

Όσο για τα προσωπικά στοιχεία των πελατών που φυλάσσονται στα αρχεία της Τράπεζας, και αυτά είναι απόλυτα προστατευμένα, αφού πρόσβαση σε αυτά έχουν μόνο οι αρμόδιο υπάλληλοι(σύμφωνα με το νόμο«περί τήρησης αρχείου»).

5.3.2 « Έμφαση στις τεχνολογίες αιχμής »

Η Εγνατία Τράπεζα είναι σήμερα σε θέση να παρέχει πολλαπλές υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής. Στο μέλλον η Τράπεζα ενδιαφέρεται να επεκτείνει τις δραστηριότητές της και σε δίκτυα που δεν έχει εκμεταλλευτεί αυτή τη στιγμή, αλλά που κρίνει ότι θα εξυπηρετήσουν ακόμη καλύτερα τις ανάγκες των πελατών της.

ΕΣΤΙΑΣΗ ΣΤΙΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΑΙΧΜΗΣ

Η **Εγνατία Τράπεζα** ιδρύθηκε τον Ιούλιο του 1991, με έδρα τη Θεσσαλονίκη, από μια ομάδα διακεκριμένων Ελλήνων επιχειρηματιών. Οραμά των ιδρυτών της ήταν η δημιουργία ενός σύγχρονου και ευέλικτου χρηματοπιστωτικού οργανισμού, ο οποίος θα κάλυπτε συνολικά τις τραπεζικές ανάγκες των πελατών – συνεργατών του.

Πρώτη στην Ελλάδα, η **Εγνατία Τράπεζα** το 1997 επέλεξε το **Internet**, ως νέο μέσο για την επικοινωνία με τους πελάτες της και προχώρησε στη δημιουργία υπηρεσίας **Internet banking**, τη οποία ονόμασε **WebTeller**. «Αυτό ήταν αποτέλεσμα της γενικότερης έμφασης που έδωσε από το ξεκίνημά της στις τεχνολογίες αιχμής, αλλά και της στενής παρακολούθησης των κινήσεων των μεγάλων τραπεζών στο εξωτερικό», εξηγεί η κυρία Έλενα Ορφανίδου, Προϊσταμένη Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.

Μετά το **WebTeller**, το 1998, η **Εγνατία Τράπεζα** παρουσίασε στην ελληνική αγορά το **WebShop**, με το οποίο οι συνεργαζόμενες επιχειρήσεις μπορούν να δέχονται πιστωτικές κάρτες για πληρωμή προϊόντων μέσω του Internet. Σήμερα η Τράπεζα είναι έτοιμη να παρουσιάσει μία νέα **Internet** υπηρεσία, το **WebTrader**.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ

Στο site της Εγνατίας Τράπεζας οι επισκέπτες μπορούν να κάνουν αίτηση για να αποκτήσουν σε ελάχιστο χρόνο προϊόντα / υπηρεσίες της Τράπεζας, όπως δάνεια(προσωπικά, καταναλωτικά, στεγαστικά), κάρτες (πιστωτικές, κάρτα **ATM**), προϊόντα **bankassurance**(παιδικά, επενδυτικά), ακόμη και ν' ανοίξουν τραπεζικό λογαριασμό.

Μέσα από την υπηρεσία **on-line banking** της Τράπεζας, το **WebTeller**, οι πελάτες της έχουν τη δυνατότητα να διενεργούν τις καθημερινές τραπεζικές τους συναλλαγές, όποια ώρα της ημέρας θέλουν, με μόνη προϋπόθεση την ύπαρξη ενός **PC** και ενός **modem** ή γενικότερα σύνδεσης **Internet**. Αναλυτικότερα μπορούν να:

- Παρακολουθούν τα υπόλοιπα και τις κινήσεις των λογαριασμών τους
- Τυπώνουν **ministatement** με τις κινήσεις των λογαριασμών τους

- Û Μεταφέρουν ποσά από ένα λογαριασμό τους σε άλλον
- Û Πληρώνουν την κάρτα ή τη δόση του δανείου τους, αλλά και λογαριασμούς ΟΤΕ, ΔΕΗ, ενοίκιο κλπ.
- Û Στέλνουν μια εντολή πληρωμής (έμβασμα / επιταγή) σε οποιαδήποτε άλλη τράπεζα και να παρακολουθούν την πορεία της μέχρι να εκτελεστεί.
- Û Κάνουν αίτηση για προϊόντα της Τράπεζας, εκτός αυτών που υπάρχουν στο site της (βιβλιάριο επιταγών, εγγυητική επιστολή κ.λ.π).

Για την πρόσβαση στο WebTeller το μόνο που χρειάζεται είναι να συμπληρώσει ο πελάτης τη σχετική αίτηση που θα βρει και στο **site**, στη διεύθυνση www.egnatibank.gr . Σημειώνεται ότι δεν χρειάζεται να είναι ήδη πελάτης (να έχει δηλαδή τραπεζικό λογαριασμό), αφού και το άνοιγμα λογαριασμού μπορεί να γίνει μέσα από το ίδιο **site**.

Μέσα από την υπηρεσία του **WebShop**, οι συνεργαζόμενες με την Εγνατία Τράπεζα επιχειρήσεις προσφέρουν στους πελάτες τους τη δυνατότητα να κάνουν ασφαλείς αγορές, μέσω της πιστωτικής τους κάρτας, από τα site που διαθέτουν στο **Internet**. Έτσι οι επιχειρήσεις αποκτούν έναν εναλλακτικό τρόπο προβολής των προϊόντων τους και γενικότερα μπορούν να επικοινωνήσουν με ένα σαφώς ευρύτερο κοινό. Οι πελάτες της Τράπεζας μπορούν να έρθουν σε επαφή με τις επιχειρήσεις αυτές και μέσα από το site της, όπου υπάρχει ειδική σελίδα με τη μορφή «εμπορικού κέντρου» και παρουσιάζονται όλες οι συνεργαζόμενες επιχειρήσεις.

ΕΜΠΟΔΙΑ ΠΟΥ ΞΕΠΕΡΝΙΟΥΝΤΑΙ

« Στα κυριότερα εμπόδια μπορούμε να αναφέρουμε στη μη εξοικείωση του κοινού με τις νέες τεχνολογίες γενικότερα και τη φοβία σε σχέση με την ασφάλεια των συναλλαγών στο **Internet** ειδικότερα. Άλλα εμπόδια είναι το περιορισμένο εύρος συναλλαγών που μπορούν να διενεργηθούν εκτός τραπεζικού καταστήματος, αλλά και η μη ικανοποιητική τηλεπικοινωνιακή υποδομή, η έλλειψη πλήρους νομικού πλαισίου που ρυθμίζει τις ηλεκτρονικές συναλλαγές και τέλος η ανασφάλεια του πελάτη σε σχέση με τη διατήρηση του απορρήτου των προσωπικών του στοιχείων.

Εκτός από τους ανασταλτικούς παράγοντες που υπάρχουν διεθνώς, ειδικότερα για την πορεία του **e-banking** στη χώρα μας, μεγάλο ρόλο στην καθυστέρησή του έπαιξε η διείσδυση του **Internet** στη χώρα μας, η οποία παραμένει σε χαμηλά επίπεδα σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες, όπως άλλωστε και η χρήση προσωπικού υπολογιστή σε γενικότερο επίπεδο. Σε αυτό συντέλεσε κύρια το κόστος αγοράς του σχετικού εξοπλισμού και η μη εξοικείωση του κοινού με τις σύγχρονες τεχνολογίες. Τέλος δεν θα πρέπει να παραβλέψουμε και τον ψυχολογικό παράγοντα, δεδομένης της σημασίας που αποδίδουν αρκετοί πελάτες στην προσωπική σχέση με τον τραπεζικό υπάλληλο.

Οι παράγοντες αυτοί μπορούν να αντιμετωπιστούν με συντονισμένες κινήσεις, όπως εκπαίδευση προσωπικού, αλλά και πελατών, προκειμένου να εξοικειωθούν με τις νέες τεχνολογίες, και δημιουργία κινήτρων προς τους πελάτες για τη συστηματική χρήση των ηλεκτρονικών συναλλαγών (χαμηλότερες προμήθειες, επιπλέον χρεώσεις για συναλλαγές στα γκισέ κλπ). Στον τομέα της ασφάλειας των συναλλαγών, έμφαση θα πρέπει να δοθεί στη δημιουργία δικλίδων ασφαλείας σε σχέση με τα δεδομένα των συναλλαγών και στην πολιτική προστασίας των προσωπικών στοιχείων των πελατών, με θεσμοθέτηση κατάλληλου νομικού πλαισίου», επισημαίνει η κυρία Ορφανίδου.

ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

« Παρακολουθώντας στενά όλες τις τεχνολογικές εξελίξεις, η Εγνατία Τράπεζα ενδιαφέρεται να επεκτείνει στο μέλλον τις δραστηριότητές της και σε δίκτυα που δεν έχει εκμεταλλευτεί αυτή τη στιγμή, αλλά που κρίνει ότι θα εξυπηρετήσουν ακόμη καλύτερα τις ανάγκες των πελατών της. Τέτοια παραδείγματα είναι τα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας και τα εναλλακτικά δίκτυα με συνεργαζόμενες επιχειρήσεις (όπως η πρόσφατη συνεργασία με τα ανταλλακτήρια συναλλάγματος **Eurocambio** και την ασφαλιστική εταιρία Ατλαντική Ένωση). Παράλληλα επειδή πιστεύουμε στη δύναμη του Internet, ως μέσου επικοινωνίας με τους πελάτες μας, θα συνεχίσουμε να εμπλουτίζουμε τις υπηρεσίες, που παρέχουμε στο χώρο αυτό, αλλά και να επεκτείνουμε τις συνεργασίες μας προς κάθε κατεύθυνση ».

5.4 ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ (Ιούνιος 2000)

5.4.1 « Προτεραιότητα η ανάπτυξη δραστηριοτήτων στο διαδίκτυο »

Προτεραιότητα της επενδυτικής πολιτικής της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος αποτελεί η επέκταση των δραστηριοτήτων της στο διαδίκτυο, με την ανάπτυξη των υπηρεσιών **Internet banking** και τη δημιουργία της απαιτούμενης υποδομής για παροχή υπηρεσιών **e-commerce**. Παράλληλα σχεδιάζεται η διερεύνηση των υπηρεσιών του **mobile banking** και η ανάπτυξη των **smart cards**, χωρίς να παραμελούνται τα «**παραδοσιακά**» μέσα ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης.

« Η Εθνική Τράπεζα αντιλαμβάνεται τη σημασία των εξελίξεων στο χώρο της ηλεκτρονικής τραπεζικής και εφαρμόζει ευέλικτη διοικητική πολιτική. Στο πλαίσιο αυτό επενδύει σε αξιόλογα προγράμματα πληροφορικής και υποδομής νέου τεχνολογικού εξοπλισμού, προκειμένου να εξυπηρετήσει τις ανάγκες της πολυπληθούς πελατείας της, παρέχοντας ποιοτικά αναβαθμισμένα προϊόντα και υπηρεσίες», σημειώνει ο κ. Δημήτρης Παπαδόπουλος, Διευθυντής **Marketing** της Εθνικής τράπεζας της Ελλάδος.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΛΟΓΗ

Η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, επικεφαλής του ισχυρότερου ομίλου παροχής χρηματοοικονομικών υπηρεσιών της χώρας, εκμεταλλεύεται τις νέες ευκαιρίες που προσφέρει η σύγκλιση των τηλεπικοινωνιών, της τηλεόρασης και των ηλεκτρονικών υπολογιστών. Η διοίκηση της Τράπεζας λαμβάνει σοβαρά υπόψη 1) την αναμενόμενη επικράτηση των νέων ηλεκτρονικών μέσων συναλλαγών και επικοινωνίας στις προτιμήσεις των καταναλωτών, καθώς και 2) το έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον σε αυτούς τους τομείς. Έτσι εκσυγχρονίζει περαιτέρω τη λειτουργία της, αξιοποιώντας τα επιτεύγματα της σύγχρονης τεχνολογίας. Στόχοι της είναι η ριζική αναβάθμιση της επιχειρηματικής αποτελεσματικότητας της υποδομής της, η ενίσχυση της διάθεσης υπηρεσιών και προϊόντων του Ομίλου, η προσφορά αναβαθμισμένων ποιοτικά υπηρεσιών στην πελατεία της, η εξοικονόμηση δαπανών και η αύξηση της κερδοφορίας της.

Στις προτεραιότητες της επενδυτικής πολιτικής της η Εθνική Τράπεζα έχει εντάξει την επέκταση των δραστηριοτήτων της στο διαδίκτυο. Πιο συγκεκριμένα, προβλέπεται η ανάπτυξη των υπηρεσιών **Internet banking** και η δημιουργία της απαιτούμενης υποδομής για παροχή υπηρεσιών **e-commerce**. Παράλληλα σχεδιάζεται η διερεύνηση των υπηρεσιών του **mobile banking** και η ανάπτυξη των **smart cards**. Από την άλλη μεριά, η Τράπεζα δεν παραμελεί τα «**παραδοσιακά**» μέσα ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης. Κατά συνέπεια επενδύει

στη δημιουργία νέων προϊόντων που θα διευκολύνουν τις συναλλαγές των πελατών της και διευρύνει τις παρεχόμενες δυνατότητες το δικτύου των **ATM**.

Ειδικότερα η Εθνική Τράπεζα έχει επιλέξει να εντάξει το **e-banking** στις υφιστάμενες λειτουργικές δομές της, δημιουργώντας συμπληρωματικές υπηρεσίες και κανάλια διανομής – πωλήσεων. Με τον τρόπο αυτό η Τράπεζα θα είναι σε θέση να προχωρήσει σε συνεκμετάλλευση των πελατολογίων του Ομίλου της. Επιπλέον θα αξιοποιήσει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο το αίσθημα εμπιστοσύνης και σιγουριάς που εμπνέει στην πελατεία της.

ΧΤΙΖΟΝΤΑΣ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΜΕ ΙΣΧΥΡΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

Η Εθνική Τράπεζα αναλαμβάνει συνεχώς πρωτοβουλίες στον τομέα των τεχνολογιών, που θα σημάδουν μια νέα εποχή για το τραπεζικό σύστημα και θα κατοχυρώσουν παράλληλα το ηγετικό της ρόλο και στις νέες αγορές. Προκειμένου μάλιστα να εξασφαλίσει τις απαραίτητες συνέργιες στους τομείς των τηλεπικοινωνιών και της πληροφορικής, συνάπτει επιχειρηματικές συνεργασίες με εταιρίες του χρηματοοικονομικού τομέα ή του τομέα των τηλεπικοινωνιών.

« Η Τράπεζά μας υπήρξε πάντοτε πρωτοπόρος στον τομέα των ηλεκτρονικών συναλλαγών, αναπτύσσοντας ένα ευρύ δίκτυο, που διαθέτει σήμερα το 1/3 των εγκατεστημένων στην Ελλάδα **ATM**, καθώς και περισσότερες από 10.000 συσκευές **POS** και **EFTROS**. Σημειώνεται επιπρόσθετα ότι οι συναλλαγές μέσω των **ATM** εξελίχθηκαν πέραν και των πλέον αισιόδοξων προβλέψεων και διαμορφώνουν ένα πολύ σημαντικό ποσοστό του συνόλου των συναλλαγών που πραγματοποιούνται.

Η Εθνική Τράπεζα ξεκίνησε πρώτη την παροχή τραπεζικών υπηρεσιών, μέσω κινητού, το «**mobile banking**». Η προσφορά υπηρεσιών **Internet banking**, προωθεί ολοκληρωμένες λύσεις παροχής ηλεκτρονικών υπηρεσιών τραπεζικής, χρηματιστηριακής και χρηματοοικονομικής φύσης συναλλαγών, προωθώντας καινοτόμες ιδέες για την ελληνική αγορά.

Επίσης σχεδιάζει την επέκταση των παρεχόμενων, μέσω «**mobile banking**» εξυπηρετήσεων, αξιοποιώντας τη δυνατότητα σύνδεσης των κινητών τηλεφώνων με το **Internet**, μέσω του πρωτοκόλλου επικοινωνίας **WAP(Wireles Application Protocol)**. Για το λόγο αυτό διαθέτει ήδη έτοιμη πλατφόρμα και αρχιτεκτονική για την τεχνολογία **WAP**, ώστε να περάσει με επιτυχία στην εποχή, που ο πελάτης θα διαχειρίζεται πλήρως τους λογαριασμούς του από το κινητό του.

Στο ίδιο πλαίσιο κινείται η συνεργασία της με την **ALPHA Τράπεζα** και τον **OTE** για την έκδοση της **smartcard**. Επίσης αναφέρεται η συνεργασία της Εθνικής Τράπεζας με τους Οργανισμούς που προαναφέρθηκαν και το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο για τη σύσταση εταιρίας με αντικείμενο την έκδοση και διανομή ψηφιακών πιστοποιητικών. Ο σκοπός της εταιρίας αυτής είναι να αποτελέσει μια έμπιστη τρίτη οντότητα, η οποία, ως Πιστοποιούσα Αρχή, πιστοποιεί, ελέγχει, εκδίδει και διαχειρίζεται ψηφιακά πιστοποιητικά – υπογραμμένα ψηφιακά από την ίδια – για την πιστοποίηση της ταυτότητας/υπογραφής των πελατών της κατά τη συναλλαγή τους στο διαδίκτυο ή σε ιδιωτικά δίκτυα (**Intranet/Extranet**) σε ανοικτές ή και κλειστές ομάδες χρηστών (**Public or Private Groups**)», εξηγεί ο κ. Παπαδόπουλος.

ΠΟΛΛΑΠΛΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ

Η γνωστοποίηση των υπηρεσιών που παρέχει η Εθνική Τράπεζα, μέσω του **e-banking** θα γίνεται μέσω των **MME**, με έντυπο διαφημιστικό υλικό, μέσω των καταστημάτων της, αλλά και με **direkt mail** σε επιλεγμένη ιδιωτική και επιχειρηματική πελατεία. Η ένταξη στα πιο δημοφιλή **search engines**, η δημιουργία **banners** στα **sites** με μεγάλη επισκεψιμότητα (το οποίο είναι εφικτό στο πλαίσιο της συνεργασίας της Εθνικής Τράπεζας με αυτά) και τα αμοιβαία **links** με άλλα παρεμφερή **sites** χρηματοοικονομικού χαρακτήρα, θα συμβάλλουν στην πλήρη και αποτελεσματική ενημέρωση του κοινού για τις παρεχόμενες υπηρεσίες της Τράπεζας.

ΚΑΘΟΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ Η ΑΣΦΑΛΕΙΑ

« Οι Προβληματισμοί για την αξιοπιστία και την ασφάλεια των νέων εφαρμογών της τεχνολογίας είναι δυνατόν να εγείρουν επιφυλάξεις εκ μέρους της πελατείας. Με το σκεπτικό αυτό αναπτύσσουμε εφαρμογές που είναι φιλικές, λειτουργικές και πάνω απ' όλα ασφαλείς για το χρήστη, χάρη στα αυξημένα και διαρκώς ανανεούμενα μέτρα ασφαλείας και προστασίας που λαμβάνουμε. Το θέμα της ασφάλειας τίθεται τόσο στην αναγνώριση του πελάτη - χρήστη της εφαρμογής (κωδικός χρήστη και **password**), όσο και στη διακίνηση των δεδομένων κατά τη διενέργεια των συναλλαγών (με κρυπτογράφηση των στοιχείων του πελάτη και χρήση πρωτοκόλλων ασφαλείας σε όλα τα επίπεδα επικοινωνίας)», παρατηρεί ο κ. Παπαδόπουλος.

5.4.2 « Η αξιοποίηση της τεχνολογίας είναι συνεχής διαδικασία »

Για τα βήματα προετοιμασίας της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος μιλάει ο κ. Τάκης Κυπραίος, Υποδιευθυντής της Διεύθυνσης Πληροφορικής της Τράπεζας, ο οποίος δηλώνει: « Για την Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος η αξιοποίηση των εκάστοτε νέων τεχνολογιών είναι μια διαδικασία συνεχής. Η πορεία που ακολουθείται είναι μεθοδική, περνώντας από ένα πιλοτικό σύστημα **Internet banking** σε ένα ολοκληρωμένο σύστημα παροχής ηλεκτρονικών υπηρεσιών και από ένα σύστημα παροχής τραπεζικών υπηρεσιών, μέσω κινητής τηλεφωνίας στα συστήματα ηλεκτρονικού πορτοφολιού ».

ΣΤΑΔΙΑΚΗ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ

Στην κατεύθυνση της προσφοράς προς την πελατεία υπηρεσιών και δυνατότητας πραγματοποίησης τραπεζικών συναλλαγών μέσω του διαδικτύου, η Εθνική Τράπεζα δημιούργησε ένα πιλοτικό σύστημα **Internet banking** σε συνεργασία με ιδιωτικούς φορείς. Ακολούθως ανέπτυξε ολοκληρωμένο σύστημα παροχής ηλεκτρονικών υπηρεσιών, το οποίο θα δινόταν στη διάθεση των καταναλωτών πολύ σύντομα. Όπως σημειώνει ο κ. Κυπραίος: « Ιδιαίτερα σημαντικό είναι ότι, τόσο στο χώρο του **Internet banking**, όσο και στο χώρο του **mobile banking**, τα συστήματα που αναπτύχθηκαν εμπεριέχουν και την υποδομή για την επέκταση των παρεχόμενων υπηρεσιών και μέσω των νέων διαύλων διανομής, που η τεχνολογία θα είναι έτοιμη να υποστηρίξει στο άμεσο μέλλον».

ΕΡΓΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Με φθίνουσα σειρά, ο κ. Κυπραίος επισημαίνει, ως δυσκολίες για την εφαρμογή των ηλεκτρονικών συναλλαγών τη μικρή εξοικείωση του μέσου Έλληνα καταναλωτή με τις νέες μορφές ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών, τη χαμηλή διείσδυση του **Internet** στην Ελλάδα και τις ελλείψεις στο νομικό θεσμικό πλαίσιο σε ό,τι αφορά συναλλαγές, μέσω **Internet**. Στα βασικά εμπόδια κατατάσσει επίσης την έλλειψη συμφωνιών με ημικρατικούς

και κρατικούς κυρίως φορείς, για τη μέσω **Internet banking** εξυπηρέτηση των παγίων και εκτάκτων υποχρεώσεων των πελατών της Τράπεζας προς αυτούς. Τέλος ο κ. Κυπραίος κατονομάζει την ανάγκη δημιουργίας νέων δομών στο διοικητικό κορμό της Τράπεζας για την εξυπηρέτηση των συναλλαγών **Internet banking**.

ΠΑΡΑΛΛΗΛΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

Τα μελλοντικά σχέδια της Εθνικής Τράπεζας, όπως αυτά προκύπτουν από την υπάρχουσα εμπειρία της στο χώρο των τραπεζικών συναλλαγών, περιλαμβάνουν την επέκταση των υπηρεσιών που προσφέρει το **Internet banking** και το **mobile banking**. Προγραμματίζεται επίσης η διεύρυνση της Τράπεζας στις νέες μορφές συναλλαγών, με αιχμή το **Internet banking** και η παρουσία, με συναλλαγές οικονομικού περιεχομένου, τόσο στην κινητή τηλεφωνία (**WAP Technology**), όσο και στην τηλεόραση (**ψηφιακή – Interactive TV**). Οι παραπάνω εφαρμογές θα διατεθούν στους Έλληνες χρήστες, μόλις οι αντίστοιχες τεχνολογικές πλατφόρμες λειτουργήσουν στη χώρα μας. Επιπλέον στο άμεσο μέλλον η Εθνική Τράπεζα σχεδιάζει την επέκταση των υπηρεσιών που προσφέρονται από το δίκτυο των **ATM**, αλλά και τη δραστηριοποίησή της στην παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου. Δύο ακόμη στόχοι της είναι η εμπλοκή στο χώρο των ψηφιακών πιστοποιητικών, καθώς και η αξιοποίηση κάθε μέσου, που οι νέες τεχνολογίες προσφέρουν για την παροχή τραπεζικών υπηρεσιών προς την πελατεία της.

ΠΟΛΛΑΠΛΗ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ

Σχετικά με την ασφάλεια των «ηλεκτρονικών» τραπεζικών συναλλαγών, η Εθνική Τράπεζα διακρίνει δύο κατηγορίες: Στην πρώτη εντάσσονται τα θέματα προστασίας πρόσβασης από το **Internet**. Για το σκοπό αυτό χρησιμοποιούνται: Σύστημα **Firewalls**, σύστημα **Intrusion Detection**, πιστοποίηση **Web Server** από τη **VeriSign** και πιστοποίηση πελάτη με έκδοση ψηφιακού πιστοποιητικού. Στη δεύτερη κατηγορία εντάσσεται η προστασία των διακινούμενων πληροφοριών. Εδώ γίνεται κρυπτογράφηση δεδομένων **128-bit, one time password (PIN – TAN List)**, φραγή πρόσβασης, ύστερα από τρεις συνεχόμενες λανθασμένες προσπάθειες και τερματισμός ασφαλούς σύνδεσης έπειτα από 300'' μη χρήσης της εφαρμογής.

5.5 ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ (Ιούλιος 2000)

5.5.1 « Συνδυασμός σύγχρονης και παραδοσιακής τραπεζικής »

Η Εμπορική Τράπεζα και ο Όμιλός της θεωρούν το χώρο του Internet, ως ένα εν δυνάμει βασικό μέσο διανομής – πωλήσεων χρηματοπιστωτικών προϊόντων – υπηρεσιών στο μέλλον. Η Εμπορική Τράπεζα και ο Όμιλός της, κατέχοντας μια σημαντική θέση στην ελληνική αγορά, παρακολουθούν από κοντά τις εξελίξεις στο συγκεκριμένο χώρο και διαμορφώνει τη στρατηγική τους με στόχο την αξιοποίηση στον κατάλληλο χρόνο του αναπτυσσόμενου αυτού δικτύου διανομής, με απώτερο στόχο τη δημιουργία καινοτομιών για την ενίσχυση της παρουσίας της στην αγορά.

ΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΓΙΓΝΕΣΘΑΙ

« Οι λόγοι που οδήγησαν την Τράπεζα στη συγκεκριμένη προσέγγιση συνοψίζονται επιγραμματικά στα ακόλουθα: Ο τομέας του **Internet** αποτελεί έναν από τους θεμέλιους λίθους, πάνω στους οποίους οικοδομείται το μέλλον της επιχειρηματικής δραστηριότητας για

τις αρχές του 21^{ου} αιώνα. Ο τραπεζικός τομέας είναι ένας από αυτούς που επηρεάζονται καθοριστικά από τις εξελίξεις στο **Internet**, αφού οι τραπεζικές υπηρεσίες έρχονται τρίτες σε προτίμηση μεταξύ των διαφόρων συναλλαγών που προτιμούν οι καταναλωτές να πραγματοποιούν μέσω του διαδικτύου. Οι Τράπεζες μέσω του **Internet** διαθέτουν(πωλούν) τα προϊόντα και τις υπηρεσίες και παράλληλα διευκολύνουν τους πελάτες τους να πωλούν και να αγοράζουν προϊόντα – υπηρεσίες. Η χρήση του **Internet Banking** διευκολύνει τις συναλλαγές, καθώς ο συναλλασσόμενος έχει πρόσβαση σε τραπεζικές υπηρεσίες, οπουδήποτε και αν βρίσκεται, 24 ώρες το 24/ωρο, 365 μέρες το χρόνο.

Παράλληλα η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου αποτελεί ένα πεδίο δραστηριοποίησης, το οποίο αν δεν το καλύψουν οι τράπεζες με τα κατάλληλα προϊόντα, θα αναλάβουν να το κάνουν άλλοι, φυσικά για δικό τους λογαριασμό. Ο ανταγωνισμός που έχει αρχίσει και αναπτύσσεται στον τραπεζικό τομέα στο Internet γίνεται οξύς, όχι τόσο για τα άμεσα αποτελέσματα του σήμερα, αλλά για τη συμμετοχή στη μεγάλη αναπτυσσόμενη αγορά του αύριο. Οι στόχοι είναι α) η εκπαίδευση των πελατών – χρηστών, β) η ανάπτυξη νέων προϊόντων και νέων τρόπων πώλησης και γ) η μείωση του κόστους των συναλλαγών. Σταδιακά όλες οι τράπεζες συμπληρώνουν τη γκάμα των δικτύων διανομής που διαθέτουν και με το αντίστοιχο του **Internet**. Ορισμένες μάλιστα προχωρούν σε μεγάλη εξειδίκευση, δημιουργώντας θυγατρικές με αποκλειστική δραστηριότητα στο **Internet banking**.

Εξετάζοντας τις εξελίξεις στον τραπεζικό τομέα στο Internet είναι φανερή η τάση συνεργασιών μεταξύ των τραπεζών και εταιριών πληροφορικής με εξειδίκευση σε θέματα Internet, κύρια στο ηλεκτρονικό εμπόριο, αλλά και γενικότερα στην παροχή υπηρεσιών στο πλαίσιο του **Internet**.

Από αυτές τις διεθνείς τάσεις στον τομέα του Internet banking δεν ξεφεύγει φυσικά και η ελληνική αγορά. Ήδη τα πρώτα δείγματα δραστηριοποίησης και συνεργασιών στον τομέα αυτό είναι γνωστά στην αγορά», αναλύει ο κ. Χαράλαμπος Περράκης, Αναπληρωτής Γενικός Διευθυντής, Επικεφαλής Μονάδας Εργασιών και Πληροφορικής της Εμπορικής Τράπεζας της Ελλάδος.

ΑΙΤΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

« Από τις εξελίξεις αυτές δεν θα μπορούσε να λείπει ο Όμιλος της Εμπορικής Τράπεζας. Παρακολουθώντας τις εξελίξεις στις αγορές και χαράσσοντας τη δική του αυτόνομη στρατηγική, προετοιμάζεται με σταθερά βήματα, τόσο για το γενικότερο μηχανογραφικό – λειτουργικό εκσυγχρονισμό της Τράπεζας, όσο και για τους νέους τομείς που διαμορφώνονται με την ανάπτυξη του **Internet**, αλλά και ευρύτερα της ηλεκτρονικής και των τηλεπικοινωνιών. Στο πλαίσιο του **Internet**, του **Internet banking** και του ηλεκτρονικού εμπορίου, η Τράπεζα εξέτασε τις εξελίξεις και τις διαφαινόμενες τάσεις και προχώρησε στη στρατηγική συνεργασία με την **iPNG GROUP AE**, η οποία ως γνωστό, προσφέρει μέσω της υπηρεσίας **X-Treme** δωρεάν πρόσβαση στο **Internet**», υποστηρίζει ο κ. Περράκης.

Η Τράπεζα με τη στρατηγική της αντιμετωπίζει την πρόκληση Internet σφαιρικά συνολικά. Συγκεντρώνει όμως την προσοχή της, ανάλογα με την εξέλιξη των πραγμάτων και την ωριμότητα που διαμορφώνεται για το συγκεκριμένο κανάλι διανομής στην αγορά. Θέτει συγκεκριμένους στόχους, η επίτευξη των οποίων αποτελεί τη σταδιακή διαδικασία προώθησης της συνολικής της αντίληψης. Στο πλαίσιο αυτό ξεκίνησε τη συνεργασία της με την **iPNG** με πρώτους στόχους α) τη σταδιακή προβολή της Τράπεζας στο Internet, β) την ανάπτυξη εφαρμογής **e - banking**, γ) την ανάπτυξη εφαρμογής **e-Trade**(χρηματιστηριακές συναλλαγές), δ) τη δημιουργία της βασικής υποδομής για την πραγματοποίηση εμπορικών

συναλλαγών και ε) την ενημέρωση του κοινού και τη σταδιακή εξοικείωσή του για την αξιοποίηση των δυνατοτήτων που του προσφέρει το **e-business**.

« Ειδικότερα όσον αφορά το **e-banking**, η Τράπεζα το θεωρεί στην παρούσα περίοδο, ως μία συμπληρωματική μορφή παροχής υπηρεσιών στην πελατεία της, η οποία όμως έχει περιορισμένες δυνατότητες αποδοχής, λόγω κυρίως της χαμηλής διείσδυσης των σχετικών τεχνολογιών στην ελληνική κοινωνία. Στο πλαίσιο αυτό δεν πιστεύουμε ότι σε μεσοπρόθεσμο ορίζοντα μπορεί το **e-banking** να μεταβάλλει ουσιαστικά την κερδοφορία της Τράπεζας, λόγω επίσης του σημαντικού μεγέθους της και του ύψους των συναλλαγών, που πραγματοποιεί στην «παραδοσιακή» αγορά. Μεσοπρόθεσμα θα μπορούσαμε να πούμε ότι με τη χρήση του **e-banking** το σημαντικότερο που μπορεί να επιτευχθεί είναι η βελτίωση του κύρους και της εικόνας της Τράπεζας για τους ακόλουθους λόγους: α) Αποδεικνύει έμπρακτα ότι είναι σύγχρονη, ακολουθώντας επιτυχημένα την εξέλιξη της τεχνολογίας, β) παρέχει υπηρεσίες υψηλού επιπέδου σε μία κατηγορία πελατείας, η οποία μπορεί μεν να είναι μικρή στην αρχή, αλλά θα αυξάνεται σταδιακά, γ) η σταδιακή ανάπτυξη της πελατειακής βάσης του **e-banking** θα έχει ως συνέπεια την αντίστοιχη μείωση του φαινομένου της ουράς στα «γκισέ» των καταστημάτων, γεγονός το οποίο θα συμβάλει στην αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών σε αυτά», εξηγεί ο κ. Περράκης.

« Επιλογή της Εμπορικής Τράπεζας είναι να διατηρηθεί η υφιστάμενη «παραδοσιακή» δραστηριότητά της και συμπληρωματικά με αυτή να αναπτυχθεί, μέσα στον ίδιο οργανισμό, η ηλεκτρονική. Οι λόγοι που οδήγησαν σε αυτή την επιλογή συνοψίζονται στα ακόλουθα:

• Η εμπορική Τράπεζα και ο Όμιλός της διαθέτουν εκτεταμένο δίκτυο και σημαντική πελατεία. Συνεπώς σε πρώτη φάση πρέπει να αξιοποιήσουν την επικοινωνία τους με αυτή την πελατειακή βάση για να τη βοηθήσουν σταδιακά, ανάλογα με το βαθμό διείσδυσης των συγκεκριμένων τεχνολογιών στην ελληνική κοινωνία, στην αξιοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής δραστηριότητας που θα προσφέρει η Τράπεζα, αλλά και γενικότερα στην αξιοποίηση των δυνατοτήτων του e-business.

• Ο βαθμός διείσδυσης των τεχνολογιών που συνδέονται με το Internet είναι σημαντικά μικρός στην ελληνική κοινωνία και κατ' επέκταση στην αγορά. Συνεπώς στην παρούσα φάση και για το εγγύς μέλλον, κατά τη γνώμη μας, δεν απαιτείται πλήρης εξειδίκευση με τη δημιουργία ανεξάρτητου **brand name**.

« Συνοψίζοντας, οι συνέργιες που μπορεί να αναπτυχθούν από την παράλληλη λειτουργία παραδοσιακής και ηλεκτρονικής τραπεζικής δραστηριότητας κάτω από τον ίδιο οργανισμό, στη συγκεκριμένη περίπτωση την Εμπορική Τράπεζα, είναι σημαντικότερες από τα περιορισμένα οφέλη που μπορεί να φέρει στην παρούσα φάση η εξειδίκευση με τη δημιουργία χωριστού **brand name**», τονίζει ο κ. Περράκης.

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Η προστασία των συναλλαγών και κατ' επέκταση του καταναλωτή, αλλά και των μετόχων της Τράπεζας, πραγματοποιείται με την αξιοποίηση των νεότερων εξελίξεων της τεχνολογίας στο συγκεκριμένο θέμα και τη σωστή εκπαίδευση – πληροφόρηση των συναλλασσόμενων ηλεκτρονικά.

Η Τράπεζα μελετά με πολύ προσοχή τα θέματα ασφάλειας των συναλλαγών και έχει κάνει τη στρατηγική επιλογή να εφαρμόζει πάντοτε την πλέον ασφαλή μέθοδο, σύμφωνα με τα τεχνολογικά δεδομένα, ανεξάρτητα από το κόστος που συνεπάγεται η εφαρμογή της.

«Παράλληλα τα σημαντικά προβλήματα που υπάρχουν ακόμα και σήμερα στην ηλεκτρονική αγορά στον τομέα της ασφάλειας, μας υποχρεώνουν σε μια συντηρητική ανάπτυξη στον τομέα των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Η ανάπτυξη των εφαρμογών μας και η διάθεσή τους στο κοινό πρέπει να γίνεται παράλληλα με την εξασφάλιση αποτελεσματικών μεθόδων προστασίας, αλλά και τη διαδικασία εδραίωσης της εμπιστοσύνης του κοινού στην ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών, μέσω της Εμπορικής Τράπεζας και των συνεργαζόμενων με αυτή επιχειρήσεων.

Η εδραίωση της εμπιστοσύνης του κοινού στα συστήματα ασφάλειας που εφαρμόζουμε θα γίνει σταδιακά με την ενημέρωσή του από την Τράπεζα, αλλά και την **iPNG**, η οποία λόγω της θέσης της στην αγορά του **Internet** έχει να προσφέρει πολλά, τόσο σε τεχνογνωσία, όσο και σε μεθόδους – διαδικασίες ενημέρωσης – εκπαίδευσης του κοινού».

ΠΑΡΟΧΗ ΚΙΝΗΤΡΩΝ ΠΑΡΑΚΙΝΗΣΗΣ

Η Τράπεζα θα πραγματοποιήσει μια μεγάλη καμπάνια, σε συνεργασία με την **iPNG**, κατ' αρχάς για να «μπει» το κοινό στο **Internet** και στη συνέχεια για να χρησιμοποιήσει τις δυνατότητες του **e – baniking**. Στο πλαίσιο αυτό θα αξιοποιηθούν παραδοσιακές, αλλά και σύγχρονες μορφές για την ενημέρωση, αρχικά της σημερινής πελατείας της Τράπεζας, για τα πλεονεκτήματα πραγματοποίησης ηλεκτρονικών συναλλαγών. « Παράλληλα μελετούμε και μια σειρά από κίνητρα, που θα συνοδεύουν τη συγκεκριμένη ενημερωτική καμπάνια, προκειμένου να ωριμάσουν πιο γρήγορα ορισμένες ομάδες πελατών στη χρήση του **e-banking**, αλλά και του **e-business** γενικότερα», δηλώνει ο κ. Περράκης.

« Όπως ήδη αναφέραμε, η Τράπεζα προχώρησε σε μία στρατηγική συνεργασία με την **iPNG**, προκειμένου να αξιοποιήσει τις προοπτικές που δημιουργούνται στον τομέα της ηλεκτρονικής τραπεζικής, αλλά και του **e- business** ευρύτερα. Στην παρούσα φάση θεωρούμε ότι οι στρατηγικοί στόχοι της Τράπεζας και του Ομίλου της μπορούν με επάρκεια να πραγματοποιηθούν μέσα από αυτή τη συνεργασία, αλλά και την παράλληλη αυτόνομη δράση καθεμιάς από τις εταιρίες του Ομίλου. Το ζήτημα των συνεργασιών θα πρέπει να επανεξεταστεί, όταν θα αρχίσουν να διαμορφώνονται συνθήκες αλλαγών στην κατάσταση και τη δομή της αγοράς που αναπτύσσεται μέσω του **Internet**».

5.5.2. « Χτίζοντας σήμερα το αύριο »

« Η Εμπορική Τράπεζα βρίσκεται στο στάδιο ανάπτυξης των συγκεκριμένων εφαρμογών, με στόχο την ολοκλήρωση της πρώτης φάσης του έργου και την πιλοτική λειτουργία του συστήματος πριν από το τέλος του 2000», δηλώνει ο κ. Σταύρος Αντωνάκογλου, Διευθυντής Τομέα Μικροπληροφορικής. Οι δυνατότητες που συμπεριλαμβάνονται σε αυτή τη φάση είναι: Έλεγχος υπολοίπων λογαριασμών, μεταφορά χρημάτων, χρηματιστηριακές συναλλαγές, ενημέρωση για διεθνείς ισοτιμίες νομισμάτων, ενημέρωση για διαθέσιμο υπόλοιπο, πιστωτικό όριο και άλλα στοιχεία πιστωτικών καρτών, **on- line** αίτηση για έκδοση πιστωτικής κάρτας και δυνατότητα πληρωμής της. Σχετικά με τα δάνεια, θα δίνεται ενημέρωση και δυνατότητα ηλεκτρονικής υποβολής αίτησης. Επίσης θα δίνεται η δυνατότητα για **on-line** αίτηση για έκδοση πιστωτικής κάρτας και δυνατότητα πληρωμής της. Σχετικά με τα δάνεια, θα δίνεται ενημέρωση και δυνατότητα ηλεκτρονικής υποβολής αίτησης. Επίσης θα δίνεται η δυνατότητα για on-line αίτηση για μπλόκ επιταγών, καθώς και για άλλες επενδυτικές πράξεις. « Παράλληλα η Τράπεζα βρίσκεται στη φάση της αξιολόγησης συγκεκριμένων προτάσεων για την ανάπτυξη και άλλων υπηρεσιών. Η παροχή τραπεζικών πράξεων μέσω κινητών τηλεφώνων θα παρέχεται μέσω των τεχνολογιών **WAP**,

αλλά η ανάπτυξη του σχετικού συστήματος θα ξεκινήσει μετά το πέρας της πιλοτικής φάσης του **Internet banking**».

Σήμερα παρέχεται **on-line** ενημέρωση για θέματα, όπως οι διεθνείς ισοτιμίες νομισμάτων, τα επιτόκια χορηγήσεων και καταθέσεων κ.λ.π., μέσω των ιστοσελίδων του δικτυακού τόπου της Εμπορικής Τράπεζας (www.combank.gr). Η Τράπεζα διαθέτει επίσης σύστημα **Voice Response** και παρέχει τη δυνατότητα τέλεσης τραπεζικών πράξεων, μέσω του εκτεταμένου δικτύου των **ATM** που διαθέτει (**ATM banking**). Η αρμόδια διεύθυνση για την υλοποίηση των παραπάνω είναι η Διεύθυνση Πληροφορικής της Μονάδας Εργασιών και Πληροφορικής.

5.6 EFG EUROBANK (Αύγουστος 2000)

5.6.1. « Σε ανοιχτή γραμμή με τους πελάτες όλες τις ώρες της ημέρας »

Για την EFG Eurobank το διαδίκτυο παρουσιάζει σημαντικές ευκαιρίες για την προώθηση υπηρεσιών, μέσω νέων καναλιών επικοινωνίας, καθώς και για την άμεση εξυπηρέτηση των πελατών μας. Η δημιουργία και προώθηση του e-banking, ως ένα κομμάτι της Eurobank, σε αυτή την περίοδο ήρθε να «δέσει» με μία γενικότερη στρατηγική της Τράπεζας, η οποία θέλει να βρίσκεται σε ανοιχτή γραμμή με τους πελάτες της όλες τις ώρες της ημέρας. Επιπλέον η Τράπεζα έχει ήδη συνάψει συμφωνίες συνεργασίας με διάφορους οργανισμούς, ώστε να μπορέσει να ικανοποιήσει στο μέλλον τις ανάγκες των πελατών της, που γίνονται ολοένα και πιο απαιτητικοί.

« Οι τραπεζικές συναλλαγές μέσω του e-banking κοστίζουν λιγότερο από ό,τι στο κατάστημα. Για το λόγο αυτό, θα έχει άμεση επίπτωση η μορφή του καταστήματος, το οποίο δεν θα εκτελεί πλέον καθημερινές συναλλαγές, αλλά θα εστιάζει περισσότερο στην προώθηση προϊόντων και συμβουλευτικών υπηρεσιών προς τους πελάτες», σημειώνει ο κ. Νίκος Καραμούζης, Αναπληρωτής Διευθύνων Σύμβουλος της EFG Eurobank.

ΣΕ ΑΝΟΙΚΤΗ ΓΡΑΜΜΗ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ

Η ηλεκτρονική τραπεζική είναι αναμφισβήτητα ένα απαραίτητο βήμα για οποιαδήποτε τράπεζα που ευελπιστεί να επιβιώσει στον ανταγωνισμό, όπως αυτός διαμορφώνεται με την ανάπτυξη και αξιοποίηση νέων τεχνολογιών. Οι εξελίξεις στις εφαρμογές του διαδικτύου και στις τηλεπικοινωνίες έχουν άμεση επίπτωση στη διαμόρφωση των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Παρακολουθώντας τις εξελίξεις και στο διεθνή χρηματοπιστωτικό χώρο, η στρατηγική των μεγαλύτερων οργανισμών στην Ευρώπη και κυρίως στην Αμερική, περιλαμβάνει ανάπτυξη κάποιας εφαρμογής ηλεκτρονικής τραπεζικής. «Και για τη Eurobank το διαδίκτυο παρουσιάζει σημαντικές ευκαιρίες για την προώθηση υπηρεσιών, μέσω νέων καναλιών επικοινωνίας, καθώς και για την άμεση εξυπηρέτηση των πελατών μας. Η τεχνική υποδομή που έχει δημιουργηθεί μας έδωσε το προβάδισμα στα θέματα ασφάλειας των συναλλαγών, την άμεση παροχή υπηρεσιών, αφού προσφέρουμε τη δυνατότητα στους πελάτες μας να συναλλάσσονται μαζί μας 24 ώρες το 24ωρο, 365 μέρες το χρόνο. Το **e-banking** είχε πολύ θετική απήχηση στους πελάτες μας, αλλά και στην προσέλκυση νέων πελατών, αφού είναι η μοναδική υπηρεσία στην Ελλάδα που παρέχει τραπεζικές και χρηματιστηριακές συναλλαγές».

Η ανάπτυξη που παρατηρείται σε εφαρμογές **e-trading**, **e-banking** και **e-financial services** ανά τον κόσμο είναι πραγματικά θεαματική. Αυτές έχουν έρθει να καλύψουν την

ανάγκη πελατών να έχουν πρόσβαση από πολλαπλά κανάλια, κάτι που δίνει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις τράπεζες που ακολουθούν αυτό το μοντέλο.

Μιλώντας για την τακτική που μπορεί να εφαρμόσει μια τράπεζα για την επέκταση των δραστηριοτήτων του **e-banking**, ο κ. Καραμούζης τονίζει: « Η δημιουργία **Internet banking**, ως εναλλακτικού δικτύου επικοινωνίας των πελατών με την τράπεζα, είναι μια από τις στρατηγικές κινήσεις που μπορεί να κάνει μία τράπεζα για την επέκτασή της. Αυτό προϋποθέτει μικρή σχετικά επένδυση, καθώς και περιορισμένο εύρος των εν δυνάμει προσφερομένων υπηρεσιών. Με τον καιρό το βάρος των καθημερινών συναλλαγών θα φύγει από τα καταστήματα. Δεν είναι ξεκάθαρο εάν μια τέτοια στρατηγική είναι η ιδανική λύση για τον εκσυγχρονισμό και τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας μιας τράπεζας.

Η δημιουργία **Internet banking**, ως ξεχωριστού σήματος ή τράπεζας, είναι επίσης μια τακτική εξάπλωσης των τραπεζών από την «**παραδοσιακή**» δραστηριότητα στην ηλεκτρονική. Αυτή η στρατηγική ακολουθήθηκε από τράπεζες στο εξωτερικό, όπου δημιουργήθηκαν ξεχωριστά **brand names**, όπως η **Smile.co.uk** και η **egg.com**. Η επένδυση σε αυτή την περίπτωση είναι αρκετά υψηλή, δεδομένου ότι η δημιουργία της καινούριας τράπεζας προϋποθέτει την τεχνολογική υποδομή, καθώς και το κόστος προώθησης, τη δημιουργία **brand name**, την καθιέρωσή του και την εκπαίδευση του κοινού. Αυτή είναι συνήθως και μια στρατηγική που ακολουθούν πολύ παραδοσιακές τράπεζες, οι οποίες ευελπιστούν να προσελκύσουν ένα πιο δυναμικό κοινό.

Η δημιουργία και η προώθηση του **e-banking**, ως ένα τμήμα της Eurobank, σε αυτή την περίοδο ήρθε να «δέσει» με μία γενικότερη στρατηγική της Τράπεζας, που θέλει να βρίσκεται σε ανοιχτή γραμμή με τους πελάτες της όλες τις ώρες της ημέρας. Συγχρόνως αναλύουμε όλες τις εναλλακτικές, έχοντας πάντα ως στόχο την προσθήκη αξίας των μετόχων μας και των πελατών μας, διατηρώντας πάντα το προβάδισμα απέναντι στον ανταγωνισμό».

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ «SUPER MARKET »

Για τον κ. Καραμούζη οι στρατηγικές συμμαχίες αποτελούν κύριο κομμάτι της σωστής λειτουργίας της ηλεκτρονικής τραπεζικής: « Αφορά τη δημιουργία συμμαχιών μεταξύ τραπεζών, εταιριών τηλεπικοινωνιών, ΜΜΕ κ.λ.π που αποσκοπούν στη δημιουργία «best-of-breed» υπηρεσιών και προϊόντων. Ήδη έχουν δημιουργηθεί χρηματοοικονομικά «super markets», τα οποία διαθέτουν προϊόντα και υπηρεσίες από διαφορετικές τράπεζες και έτσι οι πελάτες έχουν τη δυνατότητα να επιλέγουν αυτό που ταιριάζει καλύτερα στις ανάγκες τους μέσα από συνεργασίες στην Αμερική. Εμείς έχουμε ήδη συνάψει συμφωνίες συνεργασίας με διάφορους οργανισμούς, ώστε να μπορέσουμε να ικανοποιήσουμε στο μέλλον τις ανάγκες των πελατών μας που γίνονται ολοένα και πιο απαιτητικοί».

ΚΑΤ' ΟΙΚΟΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ

« Το **e-banking** είναι μια υπηρεσία που εξελίσσεται με ραγδαίους ρυθμούς, καθώς προσφέρουμε στους πελάτες μας τη δυνατότητα να πραγματοποιούν όλο και περισσότερες συναλλαγές και νέες υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, όπως χρηματιστηριακές αναλύσεις. Επειδή ο Έλληνας χρήστης δεν είναι πολύ εξοικειωμένος με τη χρήση του Internet και των συναλλαγών μέσω αυτού, χρειάζεται σωστή καθοδήγηση και εκπαίδευση. Συνεπώς απαραίτητη προϋπόθεση είναι η δημιουργία ενός site, το οποίο να είναι εύχρηστο, ενημερωμένο και κατατοπιστικό. « Όσον αφορά την επικοινωνία από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, θα επιδιώξουμε να ενημερώσουμε τους πελάτες μας με συνεχείς **below the line** και **above the line** επικοινωνίες. Συγχρόνως εξετάζουμε τη δυνατότητα εκπαίδευσης του κοινού στα καταστήματά μας ή ακόμη και στο σπίτι τους», δηλώνει ο κ. Καραμούζης.

5.6.2. « Η τεχνολογία στην υπηρεσία του πελάτη »

Έχοντας αξιολογήσει την ελληνική αγορά και την εφαρμογή νέων τεχνολογιών στο εξωτερικό, η EFG Eurobank δεσμεύεται για την παροχή νέων πολλαπλών καναλιών επικοινωνίας, τα οποία θα φέρουν τους πελάτες σε άμεση επικοινωνία μαζί της. Επιπλέον προγραμματίζει να προσφέρει νέες υπηρεσίες που θα εκμεταλλεύονται τις ψηφιακές εφαρμογές για να προσελκύσει και νέους πελάτες που απαιτούν ταχύτερη εξυπηρέτηση. Η μεγαλύτερη ίσως πρόκληση που έπρεπε να αντιμετωπιστεί ήταν η δημιουργία μιας ομάδας ανθρώπων που προέρχονταν από διαφορετικούς χώρους, με εξειδίκευση σε τομείς, όπως η τεχνολογία, το **Marketing** κ.τ.λ. Η εξαγορά του 34,5% της **ComQuest** υποδηλώνει την πρόθεση της EFG Eurobank να συμβάλλει στην εξάπλωση του Internet στην Ελλάδα, προσφέροντας οικονομικές λύσεις πρόσβασης στο Internet, αλλά και δυνατότητες αγοράς εξοπλισμού σε προνομιακές τιμές.

Η ΑΡΧΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ Η ΜΕΤΕΠΕΙΤΑ ΕΞΕΛΙΞΗ

«Στην Eurobank παρακολουθούμε τις εξελίξεις στο διεθνή χρηματοπιστωτικό χώρο, καθώς και την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών στο χώρο αυτό. Ο στόχος μας είναι να αξιοποιήσουμε τις νέες τεχνολογίες, ώστε να δημιουργήσουμε νέα κανάλια επικοινωνίας με τους πελάτες μας και να τους προσφέρουμε τη δυνατότητα να συναλλάσσονται μαζί μας 24 ώρες το 24ωρο, 365 ημέρες το χρόνο. Η ιδέα αρχικά υλοποιήθηκε με την έναρξη του **Europhone Banking**, του μεγαλύτερου τηλεφωνικού κέντρου στην Ελλάδα, με 25.000 καθημερινές συνδιαλέξεις, το οποίο και υιοθετήθηκε από την πλειονότητα των πελατών μας σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα. Την ίδια θετική απήχηση είχε και το **e-banking**, μια ολοκληρωμένη υπηρεσία στην Ελλάδα, που παρέχει τραπεζικές και χρηματιστηριακές συναλλαγές», τονίζει ο κ. Δημήτρης Μαυρογιάννης, Διευθυντής **e-Banking** της EFG Eurobank.

ΟΡΙΖΟΝΤΙΩΣ ΚΑΙ ΚΑΘΕΤΩΣ

Το **e-banking** χωρίζεται σε τέσσερις βασικές κατηγορίες: Την κεντρική σελίδα και τις επιλογές « Οι λογαριασμοί μου», « Το χαρτοφυλάκιό μου» και το «ΧΑΑ». Στην κεντρική σελίδα υπάρχουν πληροφορίες και αιτήσεις για νέα προϊόντα, καθώς και γενικές πληροφορίες για το **e-banking**. Στην επιλογή « **Οι λογαριασμοί μου**» οι πελάτες μπορούν να:

- Û Βλέπουν το υπόλοιπο και την ανάλυση των λογαριασμών τους
- Û Μεταφέρουν χρήματα μεταξύ προσωπικών λογαριασμών
- Û Μεταφέρουν χρήματα σε λογαριασμούς τρίτων
- Û Πληρώνουν τις πιστωτικές κάρτες **Eurobank MasterCard & Eurobank VISA**
- Û Ενημερώνονται για τις ισοτιμίες ξένων χαρτονομισμάτων.

Στην επιλογή « Το χαρτοφυλάκιό μου» οι πελάτες μπορούν να:

- Û Αγοράζουν και να πουλάνε μετοχές **on-line**
- Û Πληροφορούνται για τη θέση του χαρτοφυλακίου τους
- Û Ενημερώνονται για την αποτίμηση των μετοχών και του χαρτοφυλακίου ζωντανά.
- Û Βλέπουν την εξέλιξη των εντολών αγοράς – πώλησης.

Η χρέωση ή η πίστωση του λογαριασμού του πελάτη είναι άμεση. Έτσι δίνεται η ευκαιρία για **intra-day trading**.

Τέλος στην επιλογή «ΧΑΑ» οι πελάτες μπορούν να:

- Δημιουργούν εικονικά χαρτοφυλάκια, όπου μπορούν να δοκιμάζουν εναλλακτικά σενάρια.
- Παρακολουθούν τις τιμές των μετοχών του ΧΑΑ ανά κλάδο.

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ, ΣΥΜΜΑΧΙΕΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ: ΤΟ ΤΡΙΠΤΥΧΟ ΤΗΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ

« Ξεκινώντας πάντα με στόχο την ικανοποίηση των αναγκών των πελατών μας, δημιουργήσαμε το **e-banking** τη στιγμή που η αγορά ήταν πραγματικά έτοιμη να δεχθεί μια τέτοια υπηρεσία, γι' αυτό και είχε μεγάλη απήχηση.

Η μεγαλύτερη ίσως πρόκληση που έπρεπε να αντιμετωπίσουμε ήταν η δημιουργία μιας ομάδας ανθρώπων που προέρχονταν από διαφορετικούς χώρους, με εξειδίκευση σε τομείς, όπως η τεχνολογία, το **Marketing** κ.τ.λ. Το ανθρώπινο δυναμικό με διαφορετική κατάρτιση μας εξασφάλισε μια εφαρμογή που χαίρει της τελειότερης τεχνολογίας, ενώ παράλληλα παραμένει απλή και κατανοητή προς το χρήστη.

Η εκπαίδευση είναι μια διαδικασία που βρίσκεται σε διαρκή εξέλιξη, ώστε τα στελέχη μας να γνωρίζουν τις τάσεις της εγχώριας και διεθνούς αγοράς. Η δυσκολία έγκειται στη σωστή επιλογή στελεχών με προϋπηρεσία σε ανάλογο χώρο, που δυστυχώς λόγω της χαμηλής διείσδυσης του **Internet** στην Ελλάδα και της έλλειψης ειδίκευσης σε πανεπιστημιακό επίπεδο, είναι πολύ περιορισμένη.

Η εξαγορά του 34,5% της **ComQuest** υποδηλώνει την πρόθεση της Eurobank να βοηθήσει στην εξάπλωση του **Internet** στην Ελλάδα και της έλλειψης ειδίκευσης σε πανεπιστημιακό επίπεδο, είναι πολύ περιορισμένη.

Η εξαγορά του 34,5% της **ComQuest** υποδηλώνει την πρόθεση της Eurobank να βοηθήσει στην εξάπλωση του **Internet** στην Ελλάδα, προσφέροντας οικονομικές λύσεις πρόσβασης στο **Internet**, αλλά και δυνατότητες αγοράς εξοπλισμού σε προνομιακές τιμές» αποφαίνεται ο κ. Μαυρογιάννης.

ΚΟΙΤΑΖΟΝΤΑΣ ΜΠΡΟΣΤΑ

Η EFG Eurobank από τα πρώτα βήματά της προσέφερε εναλλακτικά κανάλια διανομής και επικοινωνίας προς τους πελάτες, ώστε να αποφύγει το μοντέλο που επικρατεί στις πιο παραδοσιακές τράπεζες. Όπως αναφέρεται και πριν, η δημιουργία του **EuroPhone Banking**, που αποτελεί το μεγαλύτερο **call center** στην Ελλάδα, ήταν και το πρώτο που σήμανε την πρωτοποριακή κίνηση προς αυτή την κατεύθυνση. « Με τη δημιουργία του **e-banking** και του **e-trading**, αυτή η πορεία συνεχίζεται, καθώς αξιολογούμε τις εναλλακτικές τεχνολογίες που θα μας δώσουν τη δυνατότητα να προσφέρουμε προϊόντα και υπηρεσίες στους πελάτες μας μέσα από διαφορετικά κανάλια. Η τεχνολογία **WAP** θα προσφέρει και αυτή την ευκαιρία να επικοινωνήσουμε με τους πελάτες μας, αφού αντιμετωπιστούν τα προβλήματα που σχετίζονται με την ασφάλεια του πρωτοκόλλου. Όλα αυτά είναι συνδεδεμένα με την πιο σύγχρονη τεχνολογία και ένα πελατοκεντρικό σύστημα, που δίνει τη δυνατότητα ευελιξίας, ταχύτητας, αλλά και επέκτασης, χτίζοντας πάνω στην τεχνολογική υποδομή που η Τράπεζα έχει δημιουργήσει», σημειώνει ο κ. Μαυρογιάννης.

ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΕ ΤΡΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ

« Η Eurobank παρέχει τον υψηλότερο βαθμό ασφάλειας από κάθε άλλη τράπεζα στην Ελλάδα και εγγυάται όλες τις συναλλαγές», τονίζει ο Διευθυντής **e-banking** της EFG Eurobank. Παρέχει τρία επίπεδα ασφάλειας, έχοντας υιοθετήσει την τελειότερη τεχνολογία και έχοντας συμβουλευτεί εταιρίες, όπως η VeriSign και η Microsoft. Οι σελίδες που αφορούν το e-banking βρίσκονται σε ασφαλή server. « Η Eurobank είναι η μοναδική Τράπεζα στην Ελλάδα που προσφέρει τρία επίπεδα ασφαλείας. Σε επίπεδο δικτύου έχουμε υιοθετήσει το πρωτόκολλο **SSL 128 bit** που αποτελεί και την πιο εξελιγμένη μορφή ασφαλείας και τρία επίπεδα **firewall**. Το πρωτόκολλο αναλαμβάνει την κρυπτογράφηση των στοιχείων. Για το χρήστη αυτό σημαίνει ότι οι πιθανοί συνδυασμοί είναι **2128**, αλλά σε κάθε επίσκεψη του πελάτη στο **site** μόνο ένας ενεργοποιείται. Η πιστοποίηση της ταυτότητας του **server** γίνεται από τη διεθνώς αναγνωρισμένη στα συστήματα ασφαλείας **VeriSign**. Η Eurobank για ακόμα μεγαλύτερη ασφάλεια εκδίδει ένα ψηφιακό πιστοποιητικό (**digital certificate**) μοναδικό για κάθε χρήστη. Αυτό το πιστοποιητικό αναγνωρίζει στον υπολογιστή του κάθε χρήστη και επιτρέπει συναλλαγές και μεταφορές χρημάτων μεταξύ λογαριασμών μόνο από το συγκεκριμένο υπολογιστή. Τέλος η Τράπεζα εκδίδει προσωπικούς κωδικούς πρόσβασης για τον κάθε χρήστη, οι οποίοι σε συνδυασμό με τον αριθμό της κάρτας που χρησιμοποιείται για τις τραπεζικές συναλλαγές επιτρέπουν την είσοδο στο σύστημα», εξηγεί ο κ. Μαυρογιάννης.

5.7 ΟΜΙΛΟΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ (ΙΟΥΝΙΟΣ 2000)

5.7.1 « Εξυπηρέτηση οπουδήποτε, οποτεδήποτε και με κάθε τρόπο »

« Η στρατηγική του Ομίλου Τράπεζας Πειραιώς στο χώρο του **e-banking** συνοψίζεται στη φράση **‘τραπεζική εξυπηρέτηση του Πελάτη οπουδήποτε, οποτεδήποτε, με κάθε τρόπο’**. Κατά συνέπεια, παρέχουμε στους πελάτες μας όλα τα τεχνολογικά μέσα που είναι ανά πάσα στιγμή διαθέσιμα, προκειμένου αυτοί να είναι σε θέση να εκτελούν όλο και περισσότερες χρηματοοικονομικές συναλλαγές.

«Προκειμένου αυτή η στρατηγική να υλοποιηθεί επιτυχώς, όλες οι υπηρεσίες ‘στεγάζονται’ κάτω από μία νέα, αυτόνομη επιχειρησιακή μονάδα, τη **Διεύθυνση Ηλεκτρονικής Τραπεζικής**. Με αυτό τον τρόπο υπάρχει ενιαία προσέγγιση των αναγκών του πελάτη, ενώ ερευνώνται διεξοδικά οι νέες τεχνολογίες, προκειμένου να επιλεγούν αυτές που θα αξιοποιηθούν προς όφελος του πελάτη. Κάθε νέα υπηρεσία που αναπτύσσεται κεντρικά είναι άμεσα διαθέσιμη σε όλα τα μέσα επικοινωνίας και η λειτουργική υποστήριξη γίνεται οργανωμένα και με ενιαίο τρόπο», εξηγεί ο κ. Βασίλης Τραπεζάνογλου, Γενικός Διευθυντής της Τράπεζας Πειραιώς.

WIN – ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ

Η **Winbank**, ως **brand name**, αποτελεί την υλοποίηση της στρατηγικής του Ομίλου Τράπεζας Πειραιώς για « **ηλεκτρονική επέκταση**», η οποία προβλέπει τη λειτουργία ξεχωριστής, αυτόνομης επιχειρησιακής μονάδας. «Για τον ‘έξω κόσμο’, για τους πελάτες μας, η winbank είναι πρακτικά η Διεύθυνση Ηλεκτρονικής Τραπεζικής του Ομίλου Τράπεζας Πειραιώς, αλλά όπως είναι γνωστό, η **winbank** αποτελεί την πρώτη ολοκληρωμένη **‘ηλεκτρονική Τράπεζα’** στην Ελλάδα».

Η **Winbank** αποτελεί το brand name που περιλαμβάνει όλες τις υπηρεσίες **e-banking**. Η **win-internet** περιλαμβάνει τραπεζικές και χρηματιστηριακές συναλλαγές με ηλεκτρονικό υπολογιστή μέσω **Internet**. Η **win-phone** αφορά τραπεζικές και χρηματιστηριακές συναλλαγές και εξυπηρέτηση των πελατών, μέσω σταθερού ή κινητού τηλεφώνου και μέσω τραπεζικού αντιπροσώπου ή μέσω του συστήματος αυτόματης απόκρισης με προμαγνητοφωνημένα μηνύματα. Το **win-mobile** παρέχει τραπεζικές συναλλαγές και **τηλε-ειδοποιήσεις** για τραπεζικά και χρηματιστηριακά θέματα, μέσω οποιουδήποτε κινητού τηλεφώνου με γραπτά μηνύματα(SMS), αλλά και με **WAP**, μέσω κατάλληλου κινητού τηλεφώνου(με δυνατότητες **WAP**). Το **win-atm** καλύπτει τραπεζικές συναλλαγές μέσω **ATM**. Το **win-commerce** περιλαμβάνει εκκαθάριση πληρωμών με πιστωτικές κάρτες για αγορές προϊόντων και υπηρεσιών μέσω internet, με βάση το πρωτόκολλο **SET**.

« Η παροχή εξειδικευμένων χρηματοοικονομικών προϊόντων από τη **win bank** θα αποτελέσει το τελικό στάδιο ολοκλήρωσής της, πράγμα που θα της δώσει τη δυνατότητα να έχει πραγματικά «δικούς της» πελάτες και την ουσιαστική προοπτική να μετεξελιχθεί σε πραγματική ηλεκτρονική Τράπεζα(**virtual bank**)», επισημαίνει ο κ. Τραπεζάνογλου.

ΜΙΣΘΩΜΕΝΟΙ «HACKERS»

Η ασφάλεια των συναλλαγών μέσω του win-internet επιτυγχάνεται με την αξιοποίηση του αλγόριθμου **SSL**, όπου, η κρυπτογράφηση γίνεται με τη χρήση κλειδιού **128 bit** από τη **VeriSign**. Αυτονόητη είναι η χρήση κωδικού και password από τον πελάτη. Τέλος, εξαιρετικά σημαντική είναι η προγραμματισμένη «επίθεση» που δέχονται οι webserver από μισθωμένους «hackers» της **IBM**(Γερμανία).

Η ασφάλεια της υπηρεσίας win – commerce καλύπτεται από την εφαρμογή του πρωτοκόλλου **SET(Secure Electronic Transaction)**, που καθιέρωσαν οι μεγαλύτερες διεθνείς εταιρίες πιστωτικών καρτών(**Visa, Mastercard** κ.λ.π.). Τα ψηφιακά πιστοποιητικά που η Τράπεζα διανέμει στα ηλεκτρονικά καταστήματα και τους πελάτες τους εξασφαλίζουν την κρυπτογράφηση των στοιχείων κατά την κυκλοφορία τους στο διαδίκτυο, επιβάλλουν την πλήρη απόκρυψη των στοιχείων κατά την κυκλοφορία τους στο διαδίκτυο, επιβάλλουν την πλήρη απόκρυψη των στοιχείων των πιστωτικών καρτών και κυρίως διασφαλίζουν ότι ο πελάτης είναι πράγματι ο κάτοχος της κάρτας που χρησιμοποιείται.

Το απόρρητο των τηλεφωνικών συναλλαγών διασφαλίζεται με τη χρήση ειδικού κωδικού πελάτη και αντίστοιχου **PIN**, αλλά και με τη μαγνητοφώνηση των εντολών του πελάτη προς τον τραπεζικό αντιπρόσωπο.

ΜΟΝΟ ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

« Η κερδοφορία της Τράπεζας μόνο θετικά επηρεάζεται από τις νέες υπηρεσίες. Κάθε συναλλαγή που εκτελείται ‘ηλεκτρονικά’ κοστίζει πολύ λιγότερο από ό,τι αν αυτή είχε εκτελεστεί σε κατάστημα. Οι νέες υπηρεσίες αποτελούν έναν ακόμη λόγο για την ενίσχυση της πίστης των υφισταμένων πελατών και την προσέλκυση νέων πελατών που θέλουν να αξιοποιήσουν τη νέα δυνατότητα. Από την άλλη πλευρά, τα στελέχη των καταστημάτων έχουν περισσότερο χρόνο για να εξυπηρετήσουν πιο ουσιαστικά τον πελάτη, αλλά και για να του προωθήσουν περισσότερα προϊόντα της Τράπεζας.

Επιπλέον η **winbank** σκοπεύει να προβεί στην παροχή νέων εξειδικευμένων και προνομιακών χρηματοοικονομικών προϊόντων **e-banking** και **e-commerce**. Η εταιρία **e-vision** ανήκει στον Όμιλο και αποτελεί το μοχλό ανάπτυξης αυτών των συνεργιών. Αυτό επιτυγχάνεται με τη συμμετοχή της σε δυναμικές εταιρίες το χώρου των

τηλεπικοινωνιών, της πληροφορικής και του ηλεκτρονικού εμπορίου. Παράλληλα δημιουργεί νέες εταιρίες που παρέχουν – χρηματοοικονομικές κυρίως – υπηρεσίες, αξιοποιώντας τις νέες τεχνολογίες. Τέτοιες συνέργιες επιτρέπουν στη **winbank** να αξιοποιεί την εξειδίκευση των εν λόγω εταιριών, τόσο για να αναπτύξει περαιτέρω τις υπηρεσίες της, όσο και για να υποστηρίξει πιο αποδοτικά τους πελάτες της.

Ταυτόχρονα αναπτύσσονται στρατηγικές συνεργασίες που αναμένεται ότι θα επιτρέψουν τη μαζικότερη προώθηση των υπηρεσιών της **winbank**. Οι συνεργασίες αυτές γίνονται με μη χρηματοοικονομικούς οργανισμούς, που έχουν ως χαρακτηριστικά τους τη στενότερη επαφή με τις αξιοποιούμενες τεχνολογίες και ευρύ δίκτυο διανομής.

ΚΑΘΕΤΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Η διαφημιστική προβολή της **winbank** και των επιμέρους υπηρεσιών της είναι η εντονότερη που έχει γίνει μέχρι σήμερα στη χώρα μας, στο χώρο της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Στόχο έχει όχι μόνο να αυξήσει του συνδρομητές των υπηρεσιών, αλλά και να «**απομυθοποιήσει**» το **e-banking**, να βελτιώσει την εικόνα που έχει ο κόσμος για τις τραπεζικές συναλλαγές εξ αποστάσεως.

«Ωστόσο πέρα από τη γενικότερη προβολή της winbank, προχωρούμε και σε πιο **‘κάθετες ενέργειες’**, όπως παρουσίαση της winbank σε σχετικά συνέδρια, εκθέσεις και παρεμφερείς εκδηλώσεις, απευθείας επιστολές στους πελάτες του Ομίλου, απευθείας επιστολές ή και **e-mail** σε άλλες ομάδες ατόμων και επαγγελματιών και προβολή μέσα από άλλες σχετικές περιοχές του **Internet**», καταλήγει ο κ. Τραπεζάνογλου.

5.7.2 «Financial portal, παροχή νέων ηλεκτρονικών υπηρεσιών »

Ο Όμιλος Τράπεζας Πειραιώς, έχοντας ήδη προβεί στη δημιουργία της πρώτης ολοκληρωμένης «**ηλεκτρονικής Τράπεζας**» για την Ελλάδα, σχεδιάζει τις περαιτέρω κινήσεις στο χώρο της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Στα μελλοντικά σχέδια της Τράπεζας περιλαμβάνονται μεταξύ των άλλων η δημιουργία ενός **financial portal** και η παροχή νέων «**ηλεκτρονικών**» υπηρεσιών.

« Η Τράπεζα Πειραιώς δημιούργησε τη **winbank**, την πρώτη ολοκληρωμένη **‘ηλεκτρονική Τράπεζα’** στην Ελλάδα, προκειμένου να δώσει στους πελάτες της τη δυνατότητα να διεκπεραιώσουν συναλλαγές οπουδήποτε, οποτεδήποτε, με κάθε τρόπο», τονίζει ο Διευθυντής Δικτύων Ηλεκτρονικής Τραπεζικής της Τράπεζας Πειραιώς, κ. Σωτήρης Συρμακέζης. Για να υλοποιήσει αυτό το όραμα, έχει ήδη προχωρήσει σε ένα πλήθος επενδύσεων σε όλους τους αντίστοιχους τομείς νέων τεχνολογιών.

WIN – INTERNET

Η **υπηρεσία win-internet** επιτρέπει στους πελάτες της Τράπεζας να εκτελούν χρηματιστηριακές και τραπεζικές συναλλαγές μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή συνδεδεμένου στο **Internet**. Οι συναλλαγές αυτές είναι:

- Συνοπτική παρουσίαση των λογαριασμών
- Ανάλυση υπολοίπου των λογαριασμών
- Πληροφορίες για τις πρόσφατες κινήσεις των λογαριασμών
- Μεταφορές χρημάτων μεταξύ των λογαριασμών
- Αίτηση αποστολής εμβάσματος

- Û Αίτηση για έκδοση και αποστολή παλαιότερων κινήσεων των λογαριασμών (ταχυδρομικά και με **e-mail**)
- Û Παραγγελία μπλοκ επιταγών
- Û Ανάκληση επιταγής ή μπλοκ επιταγών
- Û Παρουσίαση του προσωπικού χαρτοφυλακίου
- Û **On-line** εντολές για αγορά – πώληση μετοχών στο **XAA**
- Û Ενημέρωση για την εκτέλεση εντολών(πινακίδια)
- Û Εκτύπωση των πινακιδίων
- Û Αυτοματοποιημένη και άμεση ενημέρωση του τραπεζικού λογαριασμού και του χαρτοφυλακίου μετοχών.

WIN –PHONE

Η υπηρεσία win – phone επιτρέπει στους πελάτες της Τράπεζας να εκτελούν χρηματιστηριακές και τραπεζικές συναλλαγές, μέσω οποιουδήποτε τηλεφώνου (σταθερού ή κινητού), όπου ο πελάτης επικοινωνεί, τόσο με τραπεζικό αντιπρόσωπο, όσο και με σύστημα αυτόματης φωνητικής απόκρισης με προ-μαγνητοφωνημένα μηνύματα (**Interactive Voice Responses System – IVR**). Οι συναλλαγές αυτές είναι:

- Û Πληροφορίες για τα υπόλοιπα λογαριασμών
- Û Μεταφορές χρημάτων μεταξύ λογαριασμών
- Û Πληροφορίες για τις πρόσφατες κινήσεις των λογαριασμών
- Û Πληροφορίες για τα αμοιβαία κεφάλαια
- Û Αίτηση για έκδοση και αποστολή παλαιότερων κινήσεων των λογαριασμών(ταχυδρομικά)
- Û Πληροφορίες για προϊόντα και υπηρεσίες
- Û Παραγγελία μπλοκ επιταγών
- Û Δήλωση απώλειας καρτών ή μπλοκ επιταγών
- Û Ενημέρωση για την εκτέλεση εντολών(πινακίδια)
- Û Εκτύπωση και αποστολή με **fax** των πινακιδίων
- Û Αυτοματοποιημένη και άμεση ενημέρωση του τραπεζικού λογαριασμού και του χαρτοφυλακίου μετοχών
- Û Χρηματιστηριακά νέα και τιμές νομισμάτων και επιτοκίων.

WIN – MOBILE

Η υπηρεσία **win-mobile** επιτρέπει στους πελάτες της Τράπεζας να εκτελούν τραπεζικές συναλλαγές μέσω οποιουδήποτε κινητού τηλεφώνου και να δέχονται αυτόματες τηλε-ειδοποιήσεις στο κινητό τους τηλέφωνο για τραπεζικά και χρηματιστηριακά «γεγονότα» που συνέβησαν στους λογαριασμούς τους. Επιπλέον παρέχεται η δυνατότητα διενέργειας των συναλλαγών και με πρωτόκολλο **WAP (Wireless Application Protocol)** για τους κατόχους των κατάλληλων κινητών τηλεφώνων.

Οι συναλλαγές είναι:

- Û Μεταφορά ποσών από λογαριασμό σε λογαριασμό του πελάτη.
- Û Πληροφορίες σχετικά με το υπόλοιπο των λογαριασμών
- Û Εμφάνιση των τελευταίων κινήσεων των λογαριασμών

Οι τηλε-ειδοποιήσεις είναι:

- Μείωση ή αύξηση του υπολοίπου οποιουδήποτε τραπεζικού λογαριασμού κάτω ή πάνω από το ποσό που έχει καθορίσει ο πελάτης
- Εκτέλεση εντολών για την αγορά ή πώληση μετοχών στο ΧΑΑ

WIN-COMMERCE

Η υπηρεσία **win-commerce** επιτρέπει στα ηλεκτρονικά καταστήματα να παρέχουν στους πελάτες τους τη δυνατότητα να χρεώνουν την πιστωτική τους κάρτα για τις αγορές τους. Η υπηρεσία win-commerce αξιοποιεί την τεχνολογία **SET (Secure Electronic Transaction)**, εξασφαλίζοντας το απόρρητο της συναλλαγής με τον πληρέστερο δυνατό τρόπο.

ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΣΤΟΝ ΕΝΤΟΠΙΣΜΟ ΚΑΙ ΠΡΟΣΛΗΨΗ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΩΝ ΣΤΕΛΕΧΩΝ

Η μικρή διείσδυση των Η/Υ και μάλιστα του Internet στην Ελλάδα, οι φόβοι για θέματα ασφάλειας συναλλαγών και η δυσκολία κατανόησης του τρόπου λειτουργίας είναι τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζονται στην προσέλκυση πελατών. Επίσης στην κατηγορία προβλημάτων που αφορούν την ανάπτυξη και υποστήριξη των υπηρεσιών εντάσσονται η δυσκολία στον εντοπισμό και πρόσληψη εξειδικευμένων στελεχών, η ταχύτατη εξέλιξη της τεχνολογίας – δυσκολία στην παρακολούθηση των εξελίξεων – καθώς και το κόστος εκπαίδευσης προσωπικού.

ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΒΗΜΑΤΑ

Όπως εξηγεί ο κ. Συρμακέζης, « η υφιστάμενη δικτυακή υποδομή της Τράπεζας είναι εξαιρετικά επαρκής για η χρήση των υπηρεσιών. Στα μελλοντικά σχέδια της winbank εντάσσεται ο εμπλουτισμός του site της, ώστε αυτό να αποκτήσει χαρακτήρα πραγματικού **financial portal**. Επίσης η πρόσθεση ακόμα μεγαλύτερης λειτουργικότητας στο **win-internet** (νέες τραπεζικές και χρηματιστηριακές συναλλαγές) αποτελεί στόχο για την Τράπεζα. Για την υπηρεσία **win-phone**, στα σχέδια εντάσσονται αφενός η προσθήκη ακόμη περισσότερων συναλλαγών και αφετέρου η αξιοποίηση του **call center** για παροχή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών σε τρίτους(λ.χ. ανανέωση χρόνου καρτο-κινητής τηλεφωνίας και για άλλους **providers**). Ακόμα η προσθήκη περισσότερων συναλλαγών, η λειτουργία τους σε περιβάλλον **SIM Toolkit** και η αποστολή όλο και περισσότερων τηλε-ειδοποιήσεων εντάσσονται στα μελλοντικά πλάνα της Τράπεζας Πειραιώς για το **win – mobile**».

5.8 ΤΡΑΠΕΖΑ ΑΤΤΙΚΗΣ (Ιούνιος 2000)

5.8.1 « Σε διαδικασία αναβάθμισης των πληροφοριακών συστημάτων »

Η Τράπεζα Αττικής, σε αυτή τη φάση προσαρμογής της μέσω του Internet, προσφέρει υπηρεσίες πληροφόρησης στους πελάτες της, καθώς και τη δυνατότητα αποστολής αιτήσεων για δάνεια καταναλωτικής πίστης, κάρτες, κ.λ.π . Ωστόσο σύντομα θα παρέχει δυνατότητα χρηματιστηριακών πράξεων μέσω του διαδικτύου. Εφόσον τα μεγέθη των υπηρεσιών που προσφέρει η Τράπεζα μέσω του **Internet** ανέλθουν σε ύψος που να δικαιολογούν τη δημιουργία ενός ανεξάρτητου ηλεκτρονικού δικτύου, τότε το θέμα θα εξεταστεί. « Όσον αφορά την καθολική χρήση ηλεκτρονικών υπηρεσιών από το ελληνικό κοινό, σημαντικότερο ρόλο παίζει το πόσοι χρήστες θα χρησιμοποιούν το κάθε τερματικό και όχι το πόσα

τερματικά θα είναι διαθέσιμα», σημειώνει ο Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου και Διευθύνων Σύμβουλος της Τράπεζας Αττικής, κ. Σούλης Αποστολόπουλος.

ΣΤΗ ΦΑΣΗ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ

Οι τράπεζες αποτελούν πάντα την πρωτοπορία στη χρήση νέων μεθόδων και τεχνολογιών και, όπως είναι γνωστό, το **Internet** συνδέει δυναμικά την τεχνολογία της πληροφορικής με τις ραγδαίες αλλαγές στον τομέα των τηλεπικοινωνιών. Οι συναλλαγές μέσω του **Internet** αποτελούν μια νέα πραγματικότητα, τόσο στο χώρο του εμπορίου, όσο και στο χώρο των χρηματοοικονομικών συναλλαγών. Η Τράπεζα Αττικής παρακολουθεί τις εξελίξεις αυτές και γι' αυτό μέρος του νέου ολοκληρωμένου πληροφοριακού της συστήματος αποτελούν οι τεχνολογίες e-banking και του **phone banking**. Οι υπηρεσίες που προσφέρει μέσω του **Internet** σε αυτή τη φάση προσαρμογής της είναι οι υπηρεσίες πληροφόρησης των πελατών της, καθώς και η δυνατότητα αποστολής αιτήσεων για δάνεια καταναλωτικής πίστης, κάρτες, κ.α., ενώ πολύ σύντομα θα υπάρξει δυνατότητα χρηματιστηριακών πράξεων μέσω του διαδικτύου.

ΟΙ ΜΙΚΡΟΙ ΕΥΝΟΟΥΝΤΑΙ

Για το αν το **e-banking** είναι ευκαιρία ή απειλή για τις μικρότερες τράπεζες ο κ. Αποστολόπουλος τονίζει: « Το **e-banking** είναι ένα παράλληλο δίκτυο παροχής υπηρεσιών. Αυτό σημαίνει ότι ευνοεί κυρίως τις μικρότερες τράπεζες, οι οποίες δεν διαθέτουν ευρύ δίκτυο φυσικής παρουσίας σε κάθε μέρος της Ελλάδος».

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΗ ΤΟ ΚΡΙΣΙΜΟ ΥΨΟΣ

Όπως προβλέπει ο κ. Αποστολόπουλος, «η εξέλιξη του **e-banking** στην Ελλάδα την επόμενη πενταετία θα είναι πολύ ραγδαία. Οποσδήποτε δεν μπορούν να γίνουν ακριβείς προβλέψεις, αλλά σίγουρα το ελληνικό κοινό και ιδιαίτερα τα άτομα μέχρι κάποια μέση ηλικία όλο και περισσότερο εξοικειώνονται και αναζητούν ηλεκτρονικές υπηρεσίες. Το μέτρο σύγκρισης δεν είναι πόσα τερματικά θα είναι διαθέσιμα, αλλά και πόσοι χρήστες θα χρησιμοποιούν το κάθε τερματικό».

Σε πρώτη φάση η ανάπτυξη του **e-banking** στην Τράπεζα Αττικής γίνεται στο πλαίσιο της αναβάθμισης των υφιστάμενων λειτουργικών και πληροφοριακών συστημάτων της. « Εφόσον τα μεγέθη των υπηρεσιών που προσφέρουμε μέσω του **Internet**, καθώς και άλλες παρεχόμενες ηλεκτρονικά υπηρεσίες, ανέλθουν σε ύψος που να δικαιολογούν τη δημιουργία ενός ανεξάρτητου ηλεκτρονικού δικτύου, τότε το θέμα θα εξεταστεί δεδομένου ότι θα υπάρχει ήδη η απαραίτητη τεχνογνωσία», δηλώνει ο κ. Αποστολόπουλος.

ΕΝΑ ΕΥΕΛΙΚΤΟ ΚΟΙΝΟ

Το ελληνικό κοινό έχει δείξει ότι προσαρμόζεται εύκολα στις νέες τεχνολογίες. Βέβαια και οι νέες αυτές τεχνολογίες, εκτός από το χαμηλότερο κόστος που προσφέρουν, πρέπει επίσης να διασφαλίζουν τις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Σήμερα το θεσμικό πλαίσιο χρήσης των υπηρεσιών e-banking δεν είναι ολοκληρωμένο, ώστε να παρέχει απόλυτη ασφάλεια για ορισμένες συναλλαγές.

5.8.2 « Στόχος η ανάπτυξη ενός πελατοκεντρικού συστήματος »

Η Τράπεζα Αττικής έχει σε εξέλιξη την υλοποίηση έργου για την εγκατάσταση ενός νέου ολοκληρωμένου πελατοκεντρικού πληροφοριακού συστήματος, μέρος του οποίου είναι και η πλήρης ανάπτυξη του **e-banking**. Σε τελική φάση επεξεργασίας βρίσκεται η εφαρμογή για

την παροχή δυνατότητας διεκπεραίωσης χρηματιστηριακών συναλλαγών μέσω e-mail. Σε επόμενο στάδιο θα δρομολογηθεί η παροχή υπηρεσιών, όπως μεταφορά κεφαλαίων, λήψη εντολών κ.ά.

ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΠΕΛΑΤΟΚΕΝΤΡΙΚΟ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

Η Τράπεζα Αττικής αντιμετωπίζει το Internet στο πλαίσιο της στρατηγικής της για οργανωτική ευελιξία, αποτελεσματικότερη προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών της και για πιο άμεση ενημέρωση και εξυπηρέτηση των πελατών της. Η Τράπεζα έχει σε εξέλιξη και βρίσκεται στο τελικό στάδιο της υλοποίησης έργου για την εγκατάσταση νέου ολοκληρωμένου πελατοκεντρικού πληροφοριακού συστήματος. Όπως σημειώνει ο κ. Χρήστος Καλαμπόκης, Διευθυντής Σχεδιασμού και Οργάνωσης της Τράπεζας Αττικής, « μέρος αυτού του πληροφοριακού – λειτουργικού συστήματος είναι η πλήρης ανάπτυξη του **e-banking**».

ΑΡΧΗ ΟΛΩΝ Ο ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Στο πρώτο στάδιο προετοιμασίας της η Τράπεζα έχει καταφέρει να υλοποιήσει μια σειρά υπηρεσιών. Η πρώτη φάση αφορούσε την κατασκευή του site της, το οποίο παρέχει πληροφορίες για τη λειτουργία, τα μεγέθη και τα προϊόντα της, στα ελληνικά και τα αγγλικά. Η ηλεκτρονική διεύθυνση της Τράπεζας είναι **www. Bankofattica.gr**.

Η προώθηση προϊόντων καταναλωτικής πίστης είναι ένα διαφορετικό κεφάλαιο. Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να συμπληρώσουν και να αποστείλουν, μέσω ηλεκτρονικής αλληλογραφίας, αίτηση για τη λήψη μιας από τις πιο κάτω αναφερόμενες μορφές δανείων ή πιστωτικών καρτών: Καταναλωτικό δάνειο, ελεύθερο δάνειο, δάνειο αγοράς αυτοκινήτου, στεγαστικό δάνειο, **Attica Card Visa, Attica Card Electron Visa, Technocard Visa**.

« Επίσης βρίσκεται σε τελικό στάδιο επεξεργασίας η εφαρμογή για την παροχή δυνατότητας στους πελάτες μας διεκπεραίωσης χρηματιστηριακών συναλλαγών μέσω e-mail, με τη θυγατρική μας **ΑΤΤΙΚΗΣ ΚΕΡΑΩΟΣ ΕΡΜΗΣ ΑΧΕΠΥ**. Σε δεύτερο στάδιο και αφού υπάρξει το κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο, θα υπάρξει παροχή υπηρεσιών, όπως μεταφορά κεφαλαίων, λήψη εντολών κ.ά.», τονίζει ο κ. Καλαμπόκης.

ΤΟ e -BANKING ΔΕΝ ΚΙΝΔΥΝΕΥΕΙ ΑΠΟ ΤΟΥΣ HACKERS

Για την επέκταση των ψηφιακών συναλλαγών όμως δύο βασικοί παράγοντες έρχονται να καθυστερήσουν την πρόοδο, υπογραμμίζει ο κ. Καλαμπόκης. « Ο πρώτος αφορά τη δυνατότητα ευρείας χρήσης του **e-banking**, ως καναλιού διάθεσης των τραπεζικών προϊόντων. Με βάση τα υφιστάμενα στοιχεία, μόλις το 1,5% του ελληνικού πληθυσμού έχει πρόσβαση στο **Internet**. Ο δεύτερος και ίσως βασικότερος είναι η ασφάλεια των συναλλαγών. Η ασφάλεια των συναλλαγών δεν είναι τεχνικό θέμα, δηλαδή το **e-banking** δεν κινδυνεύει από τους **hackers**. Απαιτείται η άμεση θεσμοθέτηση του απαραίτητου νομικού πλαισίου, το οποίο μεταξύ άλλων θα καθιερώνει και τις διαδικασίες πιστοποίησης των θεμάτων ασφαλείας».

7. ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΟΤΗΤΑ: ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

7.1 Συνεργασία και ανταγωνισμός

Σε αρκετές χώρες του εξωτερικού με εξελιγμένα τραπεζικά συστήματα γίνονται προσπάθειες μετάβασης από τη σημερινή δομή του τραπεζοκεντρικού συστήματος σε μια πιο εξελιγμένη μορφή που θα έχει ως βάση τη διατραπεζικότητα. Αυτό σημαίνει ότι ένας πελάτης που διατηρεί λογαριασμούς σε περισσότερες από μία τράπεζες (του εσωτερικού ή του εξωτερικού), θα μπορεί από την οθόνη του υπολογιστή του να «βλέπει» ταυτόχρονα όλους τους λογαριασμούς του, καθώς και τις υπόλοιπες τραπεζικές υπηρεσίες που χρησιμοποιεί (π.χ πιστωτικές κάρτες κλπ). Επίσης θα μπορεί να μεταφέρει χρήματα από το «X» λογαριασμό που διατηρεί στη μια τράπεζα στον «Y» λογαριασμό της άλλης. Κατά τα φαινόμενα αυτό αποτελεί και το μέλλον κάθε τραπεζικού συστήματος και βέβαια απαιτεί μια εντελώς διαφορετική φιλοσοφία, καθώς και διαφορετική θεώρηση της έννοιας του ανταγωνισμού.

Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση της **Edivan** και της **Isabel**, για παράδειγμα, είναι μια πρωτοβουλία που έχουν αναλάβει οι βελγικές τράπεζες, προκειμένου να καταργηθούν οι φραγμοί και να δημιουργηθούν νέες μορφές συνεργασίας και ανταγωνισμού. Οι παρεχόμενες υπηρεσίες, που θα διευκολύνουν ακόμη περισσότερο τους πελάτες, θα δημιουργήσουν περαιτέρω προστιθέμενη αξία για όλους τους εμπλεκόμενους, καθώς και σχέσεις αμοιβαίου κέρδους (**win-win**). Πρόκειται για μια εταιρία, την οποία έχουν συστήσει οι μεγαλύτεροι τραπεζικοί όμιλοι του Βελγίου και παρέχει στην ουσία μια ηλεκτρονική λεωφόρο διασύνδεσης μιας εταιρίας με τράπεζες, υπηρεσίες πληροφόρησης και πολλές άλλες επιχειρήσεις. Για το λόγο αυτό μπορεί να χαρακτηριστεί, ως πρωτοποριακός οργανισμός που ανατρέπει τη μέχρι τώρα κλασική λειτουργία των τραπεζών.

Η Edivan είναι η αντίστοιχη σλοβακική προσπάθεια, η οποία παρέχει τη δυνατότητα ηλεκτρονικών εμπορικών συναλλαγών και πληρωμών. Διαδραματίζει ρόλο μεσάζοντα ανάμεσα σε τράπεζες, πελάτες και εμπόρους. Παρέχει προϊόντα και υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου, χρησιμοποιώντας εξειδικευμένο λογισμικό. Για παράδειγμα, η εφαρμογή του συστήματος **e-Pay** είναι ένας ασφαλής τρόπος εμπορικών συναλλαγών μέσω **Internet**. Καθιστά διαφανή τη ροή των πληροφοριών σε μια συναλλαγή πληρωμής και επιταχύνει με αυτό τον τρόπο την υλοποίηση των συναλλαγών. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί από την ίδια την τράπεζα ή από ένα τρίτο ανεξάρτητο μέρος (εξωτερικό προμηθευτή υπηρεσιών).

Οι περιπτώσεις της **Isabel** και της **Edivan** είναι δύο χαρακτηριστικές περιπτώσεις, οι οποίες ωστόσο δεν αρκούν για να περιγράψουν το σύνολο του τραπεζικού συστήματος σε σχέση με την ανάπτυξη και εξάπλωση των ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών. Καθημερινά σχεδόν ανακοινώνονται νέες συνεργασίες, υπηρεσίες και τεχνολογίες. Η αγορά φαίνεται να διευρύνεται και απαιτούνται καλύτερες επιλογές, επενδύσεις και διαρκής ενημέρωση.

7.2 ISABEL: Διατραπεζική διασύνδεση

(www.isabel.be)

Στην εποχή του διαδικτύου και της παγκοσμιοποίησης καταργούνται διάφορων ειδών φραγμοί, ενώ οι πληροφορίες διακινούνται και ανταλλάσσονται διαρκώς. Το τραπεζικό σύστημα απαιτεί νέες μορφές συνεργασίας μεταξύ των τραπεζών για τη διευκόλυνση της ροής της πληροφορίας, αλλά και για καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών. Διατραπεζικά συστήματα δημιουργούνται, προκειμένου να γίνεται μεταφορά χρημάτων μεταξύ διαφορετικών τραπεζών. Η **Isabel** ή **Interbanking Standard Association Belgium** αποτελεί

μια πρωτοβουλία προς την κατεύθυνση αυτή, την οποία έχουν υλοποιήσει οι βελγικές τράπεζες.

Μόλις συνδεθεί κάποιος με την Isabel, μπορεί να έχει στη διάθεσή του τις πληροφορίες που αφορούν τους λογαριασμούς σε διαφορετικές τράπεζες σε μια συνολική θεώρηση. Ο συνδρομητής μπορεί ακόμη με μια τηλεφωνική σύνδεση και ένα μόνο περιβάλλον λογισμικού να μεταφέρει εντολές πληρωμής προς όλες τις συνεργαζόμενες τράπεζες και να κάνει μεταφορά χρημάτων μεταξύ λογαριασμών σε διαφορετικές τράπεζες. Όλα αυτά είναι η διατραπεζικότητα στην πράξη και με την πλήρη έννοια του όρου. Μέσω της **Isabel** παρέχεται η δυνατότητα διαρκούς επικοινωνίας με τράπεζες, πελάτες, προμηθευτές και ανταγωνιστές. Αυτό που χρειάζεται είναι ένας ηλεκτρονικός υπολογιστής, ένα modem και η σύνδεση στο δίκτυο της **Isabel**.

ΑΠΟ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΕΩΣ ΣΗΜΕΡΑ

Ο αρχικός λόγος, για τον οποίο ιδρύθηκε η **Isabel**, ήταν η διάχυση του κόστους που αφορούσε το χειρισμό του «προβλήματος 2000» και των θεμάτων που άπτονται του ευρώ. Η **Isabel** γρήγορα επέκτεινε τις δραστηριότητες που προσφέρει στους πελάτες της – τις βελγικές δηλαδή επιχειρήσεις – για να συμπεριλάβει υπηρεσίες Αρχής Πιστοποίησης, μια αξιόποινη υποδομή και ασφαλείς υπηρεσίες παροχής ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών. Σήμερα η **Isabel** είναι σε θέση να προσφέρει ακόμη ηλεκτρονική τιμολόγηση.

Η είσοδος της στο **e-commerce** έγινε για τους εξής στρατηγικούς λόγους:

- Û Για να «διοχετεύσει» το ηλεκτρονικό εμπόριο στο δίκτυό της.
- Û Για να αναπτυχθεί με τη συνεχή διαφοροποίησή της από άλλες λύσεις ηλεκτρονικής τραπεζικής.
- Û Για να αυξήσει τα κέρδη των μετόχων με τη δημιουργία νέων εισοδηματικών ροών
- Û Για να επεκτείνει τις δραστηριότητές της σε νέα πεδία.

ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΠΗΓΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

Μέσω της **Isabel** μπορεί κάποιος να βρει στοιχεία από τα διάφορα τραπεζικά αρχεία πληροφοριών. Αυτά είναι αρχεία που έχουν συλλέξει ειδικευμένες εταιρίες και περιέχουν σημαντικές πληροφορίες για χιλιάδες επιχειρήσεις. Περιλαμβάνονται στοιχεία για εκατοντάδες χιλιάδες εταιρίες της χώρας και του εξωτερικού. Παρέχεται επίσης ενημέρωση για τις οικονομικές συνθήκες που επικρατούν στον κόσμο. Έτσι κάθε ενδιαφερόμενος μπορεί να βρει ακριβώς την πληροφορία που θέλει.

ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Οι υπηρεσίες περιλαμβάνουν:

- Û Ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές με όλες τις Τράπεζες.
- Û Επικοινωνία με τους συνεργάτες.
- Û Μια τεράστια πηγή πληροφοριών/ χρήση υπηρεσιών ενημέρωσης
- Û Πρόσβαση στο **Internet**
- Û Ηλεκτρονική αλληλογραφία
- Û Ηλεκτρονικές αγοραπωλησίες

Οι δυνατότητες που παρέχει η **Isabel** είναι πραγματικά εντυπωσιακές για τις κοινωνίες που επικρατεί ακόμη η τραπεζοκεντρικότητα και δίνουν λύση σε διάφορα εμπόδια ή προβλήματα, τα οποία αντιμετωπίζουν όλοι στις συναλλαγές τους.

Στο μέλλον η Isabel, μαζί με άλλα συνεργαζόμενα μέρη, στοχεύει στην παροχή ακόμα περισσότερων ηλεκτρονικών χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, με τη σύναψη στρατηγικών συμμαχιών. Θα χρησιμοποιήσει, για παράδειγμα, την ηλεκτρονική τιμολογιακή πλατφόρμα για να υποστηρίξει την περαιτέρω ολοκλήρωση των υπηρεσιών. Αυτές θα περιλαμβάνουν το συνταίριασμα των αποδεικτικών παραλαβής με τα τιμολόγια αγοράς, τις τραπεζικές αναφορές κίνησης σε λογαριασμό με τα τιμολόγια αγοράς και την αυτόματη πληρωμή τιμολογίου.

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΜΕΤΟΧΟΙ

Η Isabel δημιουργήθηκε και διευθύνεται από τρεις εταιρίες. Η IsaServer S.A. έχει την ευθύνη χειρισμού του κεντρικού υπολογιστή και όλων των παρεχόμενων λειτουργιών. Η IsaNet S.A. διαχειρίζεται το τηλεπικοινωνιακό δίκτυο, ενώ η IsaSoftware S.A. αναπτύσσει και εφαρμόζει το αναγκαίο λογισμικό.

Μέτοχοι είναι οι επτά μεγαλύτερες βελγικές τράπεζες: BACOB Banque, Banque CERA, BBL, CGER-Banque, Credit Cimmunale de Belgique, Generale de Banque and Kredietbank/Credit General. Ωστόσο εκτός από τους μετόχους, πολλές ακόμη τράπεζες συνεργάζονται με την Isabel.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΕΛΑΤΗ

Τα πλεονεκτήματα που αποκομίζει ο χρήστης της **Isabel** είναι:

- Û Συνολική εμφάνιση των τραπεζικών λογαριασμών που μπορεί να διατηρεί κάποιος σε όλες τις Τράπεζες και εύκολος χειρισμός τους
- Û Γρηγορότερη πρόσβαση στις βασικές τραπεζικές συναλλαγές
- Û Μείωση της πιθανότητας ανθρώπινου λάθους, μια και όλες οι πληρωμές γίνονται αυτοματοποιημένα.
- Û Υλοποίηση συναλλαγών με άνεση, χωρίς μετακινήσεις και αναμονή σε ουρές
- Û Δυνατότητα υλοποίησης συναλλαγών οποιαδήποτε ώρα.

Η μεγάλη καινοτομία της **Isabel** είναι ότι ενσωματώνει όλες τις παραπάνω λειτουργίες σ' ένα ενιαίο πακέτο, μ' ένα πρωτόκολλο σύνδεσης και ένα σύστημα ασφαλείας. Αυτό πρακτικά σημαίνει πως κάποιος χρειάζεται να γνωρίζει το χειρισμό μόνο ενός περιβάλλοντος λογισμικού.

Για λόγους ασφαλείας, πρόσβαση στο **Isabel** έχουν μόνο εγγεγραμμένα μέλη με τη χρήση έξυπνης κάρτας που τοποθετείται στο **Smart Card reader**, το οποίο είναι συνδεδεμένο με τον υπολογιστή. Το παρεχόμενο σύστημα ασφαλείας εγγυάται απόλυτη προστασία των εντολών πληρωμής και των άλλων συναλλαγών.

Ένα άλλο βασικό στοιχείο των υπηρεσιών είναι η αξιοπιστία. Η **Isabel** εγγυάται ότι κάθε μήνυμα θα φτάσει ανέπαφο και στη σωστή διεύθυνση. Σύγχρονα διεθνή πρότυπα έχουν υιοθετηθεί κατά τη διάρκεια ανάπτυξης του δικτύου **Isabel**.

Επίσης με την υλοποίηση συναλλαγών μέσω **Isabel** μπορεί να μειωθεί το κόστος των τηλεφωνικών κλήσεων. Αυτό συμβαίνει γιατί ο χρήστης μπορεί να προετοιμάσει όλες τις

ενέργειες **off line**. Όταν όλες οι εντολές είναι έτοιμες και καταγραμμένες πραγματοποιεί μια μόνο κλήση και στέλνει μεμιάς όλες τις εντολές. Κατά την ίδια κλήση λαμβάνονται και όσα μηνύματα έχουν σταλεί προς το χρήστη. Η **Isabel** διαχωρίζει τις εντολές ανά τράπεζα, τοποθετεί τις εντολές μεταφοράς στους απαραίτητους ηλεκτρονικούς φακέλους και, αφού υπογραφούν, αποστέλλονται. Επιπλέον για τους συνδρομητές της **Isabel** που βρίσκονται στην επαρχία, δεν απαιτούνται υπεραστικές κλήσεις, καθώς υπάρχουν πολλά νούμερα πρόσβασης σε ολόκληρη τη χώρα.

7.3 Η ελληνική άποψη

ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

« ΑΣ ΑΝΑΛΑΒΕΙ Η ΔΙΑΣ »

« Η όποια ‘διατραπεζική’ προσπάθεια απαιτεί δύο τουλάχιστον τράπεζες **-partners**. Θα συμπλήρωνα ότι απαιτεί έναν ‘διατραπεζικό’ συντονιστή, ο οποίος εκτός από τη μείωση του συνολικού κόστους υλοποίησης, θα αναλάβει και την τυποποίηση της διαδικασίας, που είναι απολύτως απαραίτητη για την επιτυχία του εγχειρήματος. Έτσι κάτω απ’ αυτό το πρίσμα θεώρησης του θέματος, φρονώ ότι σε τέτοια θέματα πρέπει να αναλαμβάνει την πρωτοβουλία η ΔΙΑΣ. Η Αγροτική Τράπεζα βέβαια είναι πρόθυμη να συμμετάσχει και να συνεισφέρει γενικότερα στην προσπάθεια», σημειώνει ο κ. Αθανάσιος Δεδούσης, Υποδιευθυντής της Διεύθυνσης Ανασυγκρότησης της Αγροτικής Τράπεζας της Ελλάδος.

ALPHA BANK

« ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΘΑ ΕΠΙΚΡΑΤΗΣΕΙ Ο ΣΥΝΕΡΓΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ »

« Η ανάγκη για προσφορά ολοκληρωμένων λύσεων φέρνει στο ίδιο (εικονικό) τραπέζι τις επιχειρήσεις, τους προμηθευτές, τους εξειδικευμένους παραγωγούς, τους ηλεκτρονικούς διαμεσολαβητές, τους ανταγωνιστές και φυσικά τους πελάτες. Το βελγικό σύστημα **Isabel** πράγματι δείχνει το όχι μακρινό μέλλον του λεγόμενου συνεργανταγωνισμού (**coo-petition**) στον εξαιρετικά ανταγωνιστικό τραπεζικό κλάδο. Παράλληλα υποδεικνύει ένα από τα πιθανότερα σενάρια μετεξελίξεων των σημερινών χρηματοοικονομικών (και όχι μόνο) καθετοποιημένων πυλών σε ‘ουδέτερες’ ηλεκτρονικές αγορές (**neutral e-marketplaces**), παρέχοντας ωφέλεια σε όλους τους εμπλεκόμενους. Ο στρατηγικός προσανατολισμός της Alpha Bank περιλαμβάνει στοιχεία αξιολόγησης και αξιοποίησης της συγκεκριμένης εμπειρίας. Πρέπει να υπενθυμίσουμε ότι η Alpha Bank αποτέλεσε και αποτελεί έναν εκ των πλέον θερμών υποστηρικτών των διατραπεζικών συστημάτων της ΔΙΑΣ Α.Ε, ενώ δεν διστάζει να παίρνει πρωτοβουλίες συνεργασίας, όπως η πρόσφατη με την Εθνική Τράπεζα, τον ΟΤΕ και το ΕΒΕΑ για τα θέματα των **smart cards**», επισημαίνει ο κ. Ε. Κακογιάννης, Διευθυντής Πληροφορικής της ALPHA BANK.

ΕΓΝΑΤΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ

« ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΕΣ »

« Το θέμα της διατραπεζικότητας, δηλαδή της παροχής δυνατότητας στον πελάτη να παρακολουθεί από ένα μόνο σύστημα ταυτόχρονα όλους τους λογαριασμούς του ή να κάνει και συναλλαγές από τον ένα στον άλλο, ανεξάρτητα από την τράπεζα, όπου διατηρεί κάθε

λογαριασμό, πιστεύουμε ότι έχει αρχίσει ήδη να απασχολεί και θα απασχολεί ακόμη πιο έντονα όλες τις τράπεζες στο μέλλον.

Ένα βήμα προς αυτή την κατεύθυνση έγινε με το διατραπεζικό σύστημα **ΔΙΑΣ – ΔΙΑΣnet**, το οποίο παρέχει σε όλους όσους έχουν λογαριασμό καταθέσεων τη δυνατότητα ανάληψης μέχρι του ποσού των 200.000 δραχμών την ημέρα από όποιο τραπεζικό μηχάνημα φέρει το σήμα «**ΔΙΑΣ**», μέσω της **on-line** διασύνδεσης των **ΑΤΜ** όλων σχεδόν των τραπεζών, με τη χρήση του προσωπικού τους κωδικού(**PIN**) και της κάρτας αναλήψεως μετρητών.

Ανάλογες υπηρεσίες αναμένεται να παρέχονται σύντομα μέσω του συστήματος **ΔΙΑΣ – ΔΙΑΣDebit**, είτε για την πληρωμή λογαριασμών κοινής ωφελείας(**ΔΕΗ, ΟΤΕ** κ.λ.π.), είτε για την πληρωμή ασφαλιστρών, λογαριασμών κινητής τηλεφωνίας κ.λ.π.

Εξάλλου, μέσω του συστήματος «**ΔΙΑΣ Transfer**», δίνεται η δυνατότητα αυτόματης μεταφοράς κεφαλαίων από μία τράπεζα σε οποιαδήποτε άλλη, μέσα σε 24 ώρες και με ελάχιστο κόστος.

Θεωρούμε ότι υπηρεσίες αυτής της μορφής θα κάνουν την εμφάνισή τους όλο και περισσότερο, με στόχο πάντα την ακόμη μεγαλύτερη διευκόλυνση των συναλλασσομένων. Από την πλευρά της η Εγνατία Τράπεζα συμμετέχει σε τέτοιου είδους προσπάθειες, προκειμένου οι πελάτες της τράπεζας, αλλά και των υπόλοιπων τραπεζών να έχουν πρόσβαση στους λογαριασμούς τους και να διεκπεραιώνουν τις συναλλαγές τους εύκολα, γρήγορα, φιλικά», εξηγεί η κυρία Έλενα Ορφανίδου, Προϊσταμένη Ηλεκτρονικής Τραπεζικής της Εγνατίας Τράπεζας.

ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

« ΘΑ ΠΡΟΗΓΗΘΟΥΝ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ »

« Προς την κατεύθυνση της διατραπεζικής εξυπηρέτησης της πελατείας με ηλεκτρονικά μέσα, η Τράπεζα ήδη εξυπηρετεί συναλλαγές τέτοιου τύπου μέσω του δικτύου των **ΑΤΜ** και **POS**. Παράλληλα η **ΕΤΕ** προετοιμάζει την ανάπτυξη συστήματος διατραπεζικών συναλλαγών και παροχής διατραπεζικών υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου, ως επιπλέον δυνατοτήτων που θα παρέχονται από το σύστημα **Internet banking**. Προς την κατεύθυνση αυτή είναι προφανές ότι οι διοικητικές ενέργειες και αποφάσεις θα προηγηθούν των τεχνολογικών βημάτων και λύσεων», δηλώνει ο κ. Τάκης Κυπραίος, Υποδιευθυντής της Διεύθυνσης Πληροφορικής της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος.

ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

« ΕΙΝΑΙ ΝΩΡΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ »

« Το θέμα της εξέλιξης του διατραπεζικού συστήματος και εκτός των ελληνικών συνόρων, με τη δυνατότητα παροχής υπηρεσιών παρόμοιων του συστήματος **ISABEL**, θα έλεγα ότι είναι λίγο πρόωρο για την ελληνική πραγματικότητα. Θα πρέπει πρώτα να αποκτήσουν όλες οι ελληνικές τράπεζες ή και οι αλλοδαπές τράπεζες στην Ελλάδα τη δυνατότητα παροχής(έστω και των βασικών) τραπεζικών πράξεων, μέσω του διαδικτύου και κατόπιν να συμφωνήσουν σε ένα κοινό πλαίσιο συνεργασίας μέσω της **ΔΙΑΣ**, όπως γίνεται σήμερα για τα **ΑΤΜ**», τοποθετείται ο κ. Σταύρος Αντωνάκογλου, Διευθυντής Τομέα Μικροπληροφορικής της Εμπορικής Τράπεζας.

EFG EUROBANK

« Η ΕΛΛΕΙΨΗ ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ‘STANDARDS’ ΚΑΝΕΙ ΑΥΤΟΥ ΤΟΥ ΕΙΔΟΥΣ ΤΑ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΑ ΠΟΛΥ ΔΥΣΚΟΛΑ »

« Η ανάγκη της διατραπεζικότητας πηγάζει κυρίως από τις ανάγκες του πελάτη. Ο πελάτης έχει ολοένα και περισσότερες απαιτήσεις από τις τράπεζες και μία από τις ανάγκες που αρχίζει να αποκτά όλο και περισσότερο είναι μία διατραπεζική οικονομική εικόνα.

Από την άλλη μεριά, το γεγονός ότι πελάτες διατηρούν προϊόντα σε παραπάνω από μία τράπεζα ή χρηματοπιστωτικό ίδρυμα έχει να κάνει με τη δυνατότητα αυτού το οργανισμού να παρέχει ολοκληρωμένες υπηρεσίες στον πελάτη του. Ακριβώς για αυτό το λόγο στην EFG Eurobank Ergasias έχουμε επενδύσει και επενδύουμε συνέχεια σε τεχνολογία και πελατοκεντρικά συστήματα για να καλύψουμε αυτές ακριβώς τις ανάγκες και να προσφέρουμε ολοκληρωμένες λύσεις.

Επιπλέον επενδύουμε σε τεχνολογίες και αναπτύσσουμε πλατφόρμες ανοικτής αρχιτεκτονικής, ώστε να είμαστε έτοιμοι αν προκύψει ανάγκη των πελατών μας γι' αυτό που καλείται 'διατραπεζικότητα'.

Η έλλειψη πάντως διατραπεζικών '**standards**' και σε θεσμικό, αλλά και σε τεχνολογικό επίπεδο, κάνει αυτού του είδους τα εγχειρήματα πολύ δύσκολα, αφού δεν υπάρχει τρόπος σταθερής επικοινωνίας, ψηφιακής ταυτοποίησης και διασφάλισης του τραπεζικού απορρήτου», παρατηρεί ο κ. Δημήτρης Μαυρογιάννης, Διευθυντής **e-Banking της Eurobank**.

ΟΜΙΛΟΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

« ΣΚΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΑΝΑΛΗΨΗ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑΣ »

« Η ανάπτυξη διατραπεζικών συστημάτων αναμφισβήτητα αποτελεί το επόμενο βήμα στην ηλεκτρονική τραπεζική. Η δυνατότητα που παρέχεται στον πελάτη να έχει την πλήρη εικόνα της κατάστασης των λογαριασμών και των τραπεζικών συναλλαγών που εκτελεί, ολοκληρώνει την εξυπηρέτηση του πελάτη.

Ο Όμιλος Τράπεζας Πειραιώς και ειδικότερα η Ηλεκτρονική Τράπεζά του, η **Winbank**, με προσανατολισμό στην αξιοποίηση της σύγχρονης τεχνολογίας και τη προσφορά νέων καινοτομικών υπηρεσιών, εξετάζει με έντονο ενδιαφέρον την προοπτική αυτή.

Όταν η ελληνική τραπεζική αγορά θα είναι ώριμη, θα κινηθεί άμεσα προς αυτή την κατεύθυνση. Αναγνωρίζοντας τα απτά οφέλη που παρέχονται στον πελάτη, σκοπεύει να αναλάβει την πρωτοβουλία για τη συνεργασία με τους άλλους ενδιαφερόμενους οργανισμούς και την ανάπτυξη του αντίστοιχου συστήματος και στην Ελλάδα. Ο Όμιλος της Τράπεζας Πειραιώς δεν αντιμετωπίζει τον ανταγωνισμό με στεγανά και είναι ανοικτός σε οποιοδήποτε συνεργασίες αποβαίνουν σε όφελος του πελάτη», υποστηρίζει ο κ. Σωτήρης Συρμακέζης, Διευθυντής Δικτύων Ηλεκτρονικής Τραπεζικής της Τράπεζας Πειραιώς.

ΤΡΑΠΕΖΑ ΑΤΤΙΚΗΣ

« ΑΠΟ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΩΦΕΛΟΥΝΤΑΙ ΟΛΟΙ »

« Η τεχνολογία της πληροφορικής και οι σύγχρονες μέθοδοι τηλεπικοινωνίας δίνουν τη δυνατότητα συνεργασίας των τραπεζών σε παγκόσμια βάση. Βέβαια η τεχνολογία αυτή έχει υψηλό κόστος και απαιτεί σημαντικό μέγεθος συναλλαγών, ώστε να υπάρξουν οικονομίες κλίμακας. Ήδη στην Ελλάδα υφίσταται διατραπεζική συνεργασία στις συναλλαγές μέσω πιστωτικών καρτών και κυρίως **VISA**, συνεργασία από την οποία ωφελείται και ο οργανισμός που έχει τις εγκαταστάσεις πληροφορικής, αλλά και οι συνεργαζόμενες μικρότερες τράπεζες. Με αυτό τον τρόπο και οι τράπεζες δημιουργούν οικονομίες κλίμακας και ο πελάτης ωφελείται από την παροχή φθηνότερων τραπεζικών υπηρεσιών. Σημειώνουμε ότι το δίκτυο της Τράπεζας Αττικής είναι διασυνδεδεμένο με το δίκτυο της Εμπορικής Τράπεζας και οι πελάτες των δύο τραπεζών μπορούν να κάνουν συναλλαγές από οποιοδήποτε κατάστημά τους.

Οπωσδήποτε δεν αποκλείεται μια ευρύτερη διατραπεζική συνεργασία στο μέλλον, κυρίως μεταξύ ελληνικών και ξένων τραπεζών, για την αποτελεσματικότερη προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών», υπογραμμίζει ο κ. Χρήστος Καλαμπόκης, Διευθυντής Διεύθυνσης Σχεδιασμού και Οργάνωσης της Τράπεζας Αττικής.

8. ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

8.1 Η εικόνα της Ελλάδος στην Ευρώπη

Υπάρχουν σήμερα τράπεζες που έχουν τη δυνατότητα να φέρνουν στην οθόνη του υπολογιστή όλες τις σχετικές πληροφορίες για κάθε πελάτη τους. Αυτό τους επιτρέπει να είναι περισσότερο συγκεκριμένες στα προϊόντα και τους κατάλληλους τύπους καταθέσεων ή επενδύσεων που προσφέρουν στους καταναλωτές. Το internet επίσης αναδεικνύεται σε ζήτημα διανομής, ενημέρωσης και ευκολίας για τους καταναλωτές. Ωστόσο σύμφωνα με τον κ. κ. **B. Pollard**, Επικεφαλής του Τμήματος Αναδυομένων Ευρωπαϊκών Χρηματοοικονομικών Ιδρυμάτων της **Credit Suisse First Boston**, τα μερίδια της αγοράς στον τραπεζικό τομέα δεν θα αλλάξουν σημαντικά, λόγω του **Internet**, για τα επόμενα χρόνια.

ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΤΟΜΕΑ

Οι επιπτώσεις από τη ραγδαία ανάπτυξη του Internet γενικά είναι σοβαρές. Ο τραπεζικός τομέας δεν θα μπορούσε να αποτελέσει εξαίρεση και να μην επηρεαστεί από αυτή την επανάσταση που συντελείται. Οι δυνατότητες και οι προοπτικές που εμφανίζονται αλλάζουν το τοπίο. Σύμφωνα με τον κ. Pollard, οι τομείς στους οποίους είχε επίδραση η εφαρμογή της νέας τεχνολογίας και κυρίως η ανάπτυξη του **Internet** είναι πολλοί, δύο όμως είναι οι κυριότεροι:

« Ο ένας είναι η ικανότητα των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων να γνωρίζουν περισσότερα για τους πελάτες τους. Υπάρχουν, για παράδειγμα, τράπεζες που, όταν κάποιος πελάτης απευθυνθεί στο ταμείο, έχουν τη δυνατότητα να βλέπουν στην οθόνη του υπολογιστή κάθε πληροφορία σχετική με τον πελάτη και τις συναλλαγές του με την τράπεζα. Αυτό επιτρέπει στην τράπεζα να είναι περισσότερο συγκεκριμένη για τα προϊόντα και τους κατάλληλους τύπους καταθέσεων ή επενδύσεων που προσφέρει στους καταναλωτές.

Η άλλη σημαντική δυνατότητα που παρέχεται με το **Internet** είναι η δυνατότητα καλύτερης διανομής. Η ευκολότερη διανομή κατά συνέπεια επιτρέπει στις τράπεζες να έχουν περισσότερες επαφές με τους πελάτες σε μόνιμη βάση και πέρα από τις κλασικές ώρες. Επίσης η τράπεζα μπορεί να ενημερώνει τους πελάτες για τα παρεχόμενα προϊόντα. Το Internet λοιπόν αναδεικνύεται σε ζήτημα διανομής και ενημέρωσης, καθώς και ευκολίας για τους καταναλωτές».

ΚΑΝΕΙΣ ΔΕΝ ΕΧΑΣΕ ΛΕΦΤΑ ΣΤΟ INTERNET

Σύμφωνα με τον κ. **B. Pollard** δύο είναι τα βασικά στοιχεία που καθιστούν ένα τραπεζικό site πετυχημένο. Η ευκολία στη χρήση και η αίσθηση της ασφάλειας που εμπνέει στους πελάτες. « Οι άνθρωποι πρέπει να εκπαιδευτούν για να χρησιμοποιούν το **Internet**. Οι τράπεζες είναι εκ των πραγμάτων αναγκασμένες να εξασφαλίσουν τη μεγαλύτερη δυνατή ασφάλεια και αυτό γιατί σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να αποτύχουν. Παρά τη δικαιολογημένη ανασφάλεια που υπάρχει, ποτέ κανείς δεν έχασε λεφτά στο **Internet**».

ΤΟ INTERNET ΔΕΝ ΘΑ ΑΛΛΑΞΕΙ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Ένα άλλο ζήτημα, για το οποίο ζητήθηκε η άποψη του κ. **Pollard**, είναι οι δυνατότητες ανάπτυξης των μικρότερων τραπεζών με αφορμή τη νέα τεχνολογία. « Τελικά αυτό που μπορούμε να διαπιστώσουμε είναι πως το μερίδιο της αγοράς στον τραπεζικό τομέα δεν θα αλλάξει σημαντικά, λόγω του **Internet** για τα επόμενα χρόνια. Αυτό προκύπτει από το

γεγονός ότι οι πελάτες συνεχίζουν να εμπιστεύονται τις κατεξοχήν μεγάλες τράπεζες. Για παράδειγμα, σε πολλές χώρες, όπως και στην Ελλάδα, οι πελάτες εμπιστεύονται τα μεγάλα ονόματα στο χώρο, που διαθέτουν γόητρο, και σέβονται το όνομα αυτό. Οι άνθρωποι αυτοί θα συνεχίσουν να συνεργάζονται με τις τράπεζες αυτές, έστω και αν δεν έχουν αναπτύξει έντονη δραστηριότητα στο internet. Για τις μικρές τράπεζες είναι μια ευκαιρία, αλλά όχι πιο σημαντική από όλους τους άλλους υπάρχοντες τρόπους διεύρυνσης που μπορούν να χρησιμοποιήσουν(π.χ. βελτιωμένα προϊόντα, καλύτερο δίκτυο διανομής, ικανοποιητικός αριθμός καταστημάτων κ.τ.λ.) για την επέκτασή τους στην τραπεζική αγορά.

Σε ό,τι αφορά τις μελλοντικές προοπτικές επέκτασης της χρήσης του **Internet** για την πραγματοποίηση τραπεζικών συναλλαγών, ο **κ. B. Pollard** υπολογίζει ότι μέσα στα επόμενα 10 χρόνια σχεδόν όλοι(περισσότερο δηλαδή από το 50% του πληθυσμού) θα χρησιμοποιούν το **Internet** για κάποια μορφή οικονομικής συναλλαγής. Αυτό συμβαίνει ήδη σε μερικές χώρες, όπως η Σουηδία και γενικά οι σκανδιναβικές χώρες, όπου υπάρχει ήδη μεγάλη διείσδυση του **Internet**. Στην περίπτωση της Ελλάδος υπολογίζεται μια αύξηση της τάξης του 15 – 25%, μέσα στα επόμενα πέντε χρόνια, του ποσοστού εκείνων που χρησιμοποιούν το **Internet**, ως μέσο πραγματοποίησης τραπεζικών συναλλαγών.

Οι προβλέψεις τέλος του **κ. Pollard** για την Ελλάδα είναι θετικές παρά τα χαμηλά ακόμη ποσοστά της χώρας στη χρήση του Internet. Η διείσδυση της κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα είναι πολύ μεγάλη, σε αντίθεση με εκείνη του **internet**. Αυτό εξηγείται με τα εξής δεδομένα: Ένα μεγάλο μέρος του ελληνικού πληθυσμού στηρίζεται στη γεωργία και κατά συνέπεια δεν είναι εξοικειωμένο με το **Internet**. Επιπλέον δικαιολογείται και από το υψηλό κόστος πρόσβασης στο διαδίκτυο.

Σε ό,τι αφορά τη στρατηγική της **CSFB** και πιο συγκεκριμένα αν αυτή η στρατηγική είναι «επιθετική» (προσέλκυση νέων πελατών) ή «αμυντική» (διατήρηση των ήδη υπάρχοντων πελατών), ο **κ. B. Pollard** εξηγεί ότι αυτή περιλαμβάνει δύο βασικούς στόχους: Τη διατήρηση των υπάρχοντων πελατών από τη μια, αλλά και την προσέλκυση νέων από την άλλη. « Δεν μπορείς να κερδίσεις πελάτες μόνο από το γεγονός ότι έχεις ένα site. Πρέπει να σέβασαι το δίκτυό σου. Ένα άλλο σημαντικό θέμα που αναδύεται με την ανάπτυξη του **Internet** είναι η διάκριση των πελατών σε εκείνους που διαθέτουν υψηλές καταθέσεις και εκείνους με χαμηλότερες. Αν και παρατηρείται από ορισμένες τράπεζες μια επιλεκτική αντιμετώπιση των καταναλωτών, δεν προβλέπεται να αλλάξει η τακτική της ίσης αντιμετώπισης όλων των πελατών. Και αυτό γιατί το να προσπαθήσει κάποιος να κερδίσει μόνο τις υψηλές καταθέσεις είναι «αυτοκτονία», γιατί οι καταθέσεις αυτές μπορεί να «φύγουν», αν κάποιος προσφέρει καλύτερες υπηρεσίες **Internet**. Συνεπώς δεν πιστεύουμε πως το **Internet** θα οδηγήσει στην επιλεκτική αντιμετώπιση των πελατών. Και, αν αυτό συμβαίνει τώρα, είναι μια προσωρινή κατάσταση».

8.2 Οι ελληνικές Τράπεζες στο χώρο του διαδικτύου (ΔΗΜΗΤΡΗ ΣΠΑΝΟΔΗΜΟΥ, Αναλύτη Ελληνικής Κεφαλαιαγοράς της UBS Warburg)

Βασικά σημεία στο χώρο του διαδικτύου

Το διαδίκτυο και οι συνδεόμενες με αυτό νέες τεχνολογίες έχουν ως αποτέλεσμα ριζικές αλλαγές στον επιχειρησιακό μοντέλο των τραπεζών. Πιστεύουμε πως οι τράπεζες έχουν τη δυνατότητα να δημιουργήσουν αξία για τους μετόχους τους, αλλά μόνον εάν υιοθετήσουν και αναπτύξουν νέες στρατηγικές διάθεσης προϊόντων και υπηρεσιών σε ένα περιβάλλον που ευνοεί την εξειδίκευση. Σύμφωνα με την άποψή μας, εκείνοι που δεν θα κινηθούν γρήγορα στο νέο αυτό ηλεκτρονικό κόσμο απειλούνται με μείωση της πελατειακής τους βάσης.

Οι ευρωπαϊκές τράπεζες που έχουν αναπτύξει στρατηγική για το διαδίκτυο επωφελούνται από το χαμηλό κόστος προώθησης νέων υπηρεσιών, λόγω του καθιερωμένου εμπορικού ονόματός τους. Διαθέτουν επίσης ένα συγκριτικό πλεονέκτημα σε επίπεδο υποδομών και διαθεσιμότητας χρηματοοικονομικών πόρων για επενδύσεις σε υψηλή τεχνολογία. Βραχυπρόθεσμα πιστεύουμε ότι μερικές τράπεζες θα καθιερωθούν, ως σημαντικοί φορείς του διαδικτύου, παρέχοντας ολοκληρωμένες υπηρεσίες υψηλών προδιαγραφών.

Παρόλα αυτά πιστεύουμε ότι απαιτείται σημαντικός χρόνος(περίπου 2 χρόνια) για την αλλαγή της εταιρικής φιλοσοφίας που υπάρχει σήμερα και την ανάπτυξη διαδικτυακών μέσων παροχής υπηρεσιών. Η αλλαγή αυτή είναι τόσο σημαντική που ενδεχομένως να διευρύνει το χάσμα ανάμεσα στους πρωτοπόρους και εκείνους που τους ακολούθησαν.

Ο ανταγωνισμός αναμένεται να ενταθεί, μιας και οι νεοεισερχόμενοι στο χώρο(εντός και εκτός του τραπεζικού τομέα) είναι διατεθειμένοι να τιμολογήσουν τις νέες υπηρεσίες στα επίπεδα του οριακού κόστους, με στόχο να κερδίσουν σε σύντομο χρονικό διάστημα σημαντικό μερίδιο αγοράς. Παρόλο που η ελαστικότητα της ζήτησης τραπεζικών υπηρεσιών – ειδικά για τη λιανική τραπεζική – συχνά υπερεκτιμάται, λόγω του μικρού μέσου μεγέθους συναλλαγών, πιστεύουμε πως η πολιτική τιμών στον τραπεζικό τομέα θα είναι (αρχικά τουλάχιστον) αμυντική, με συνέπεια τη μείωση των περιθωρίων κέρδους σε επίπεδο προϊόντων.

Μία στρατηγική επιλογή των μεγάλων τραπεζικών ομίλων μπορεί να είναι η δημιουργία αυτόνομων δικτυακών τραπεζών με ανεξάρτητο εμπορικό όνομα, με στόχο την αντιμετώπιση του ανταγωνισμού από τους νεοεισερχόμενους «παίκτες» του διαδικτύου. Στη νέα αυτή εποχή υπάρχουν σημαντικές ευκαιρίες αύξησης των εσόδων και παροχής επιπλέον υπηρεσιών με τη χρήση σύγχρονων πληροφοριακών συστημάτων διαχείρισης της πελατειακής βάσης και την εστίαση στην κερδοφορία σε επίπεδο πελάτη αντί σε επίπεδο προϊόντος. Πιστεύουμε ότι οι πρωταθλητές στον τραπεζικό τομέα θα τείνουν προς τον κατακερματισμό του κάθετου επιχειρησιακού μοντέλου, διαχωρίζοντας τη διάθεση προϊόντων από την παραγωγή τραπεζικών υπηρεσιών σε «εργοστάσια προϊόντων». Η σύναψη συμμαχιών με άλλες τράπεζες και παροχείς τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών, κυρίως κινητής τηλεφωνίας, θα έχουν ως στόχο στην πρώτη περίπτωση τη μείωση της μονάδος κόστους παραγωγής με την επίτευξη οικονομιών κλίμακας και στη δεύτερη τη μείωση του κόστους προσέλκυσης νέων πελατών.

Οι τράπεζες πρέπει να μειώσουν το λειτουργικό κόστος παροχής υπηρεσιών, με την υιοθέτηση ενός δικτύου διάθεσης προϊόντων με μια πιθανή κατανομή ως εξής: 45% υποκαταστήματα, 33% διαδίκτυο, 15% τηλέφωνο και 7% άλλα μέσα διανομής. Πιστεύουμε ότι όλες οι τράπεζες έχουν τη δυνατότητα να προσαρμόσουν τις υπάρχουσες οργανωτικές τους δομές και να αποκτήσουν τα χαρακτηριστικά και τη νοοτροπία μιας «εμπορικής εταιρίας». Πολλές εμπορικές τράπεζες έχουν ήδη εγκαταλείψει «μονολιθικές» οργανωτικές δομές και ενεργοποιούνται σε περισσότερο ευέλικτες στρατηγικές επιχειρηματικές μονάδες, οι οποίες έχουν επαρκή ίδια κεφάλαια στη διάθεσή τους και λειτουργούν με συγκεκριμένους στόχους κερδοφορίας. Αυτό είναι πιστεύουμε, και το κλειδί της επιτυχίας στον ανταγωνισμό με τους νεοεισερχόμενους και ευέλικτους παίκτες. Με αυξημένη διαφάνεια, η επικέντρωση στην απόδοση των ιδίων κεφαλαίων(**RoE**), έπειτα από τη αφαίρεση του κόστους των ιδίων κεφαλαίων κάθε επιχειρηματικής μονάδας, αναμένεται να έχει ως αποτέλεσμα ένα καλύτερα κατανομημένο ισοζύγιο με καλύτερη κεφαλαιακή δομή και συνεπώς υψηλότερη αξία για τους μετόχους.

Βασικά σημεία σε σχέση με τις ελληνικές τράπεζες

Η ΝΕΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΑΝΑΜΕΝΕΤΑΙ ΝΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΕΙ ΕΝΤΟΝΟΤΕΡΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ

Το διαδίκτυο αλλάζει τον τρόπο λειτουργίας των χρηματοοικονομικών ιδρυμάτων, κυρίως διαμέσου της αύξησης των σημείων επαφής ανάμεσα στις τράπεζες και τους πελάτες, καθιστώντας την ύπαρξη υποκαταστημάτων σε πολλές περιπτώσεις μη αναγκαία. Το νέο απόφθεγμα είναι **«κάθε στιγμή, σε κάθε μέρος και με κάθε τρόπο»**. Το διαδίκτυο επιτρέπει στους νέους παίκτες να προσφέρουν ανταγωνιστικές τιμές σε βασικά προϊόντα, όπως τρεχούμενοι λογαριασμοί, στεγαστικά δάνεια, πιστωτικές κάρτες και αμοιβαία κεφάλαια. Επιτρέπει επίσης τη διαμόρφωση του προϊόντος σύμφωνα με τις ανάγκες του πελάτη και δίνει την ευκαιρία στους παροχείς να δώσουν μια νέα υπηρεσία επιλογής των καλύτερων προσφερομένων προϊόντων. Η ασυμμετρία στην πληροφόρηση δεν είναι πλέον ανταγωνιστικό πλεονέκτημα με απροσδιόριστο χρονικό ορίζοντα. Σε αυτό το πλαίσιο οι διεθνείς τράπεζες επανεξετάζουν τις αναπτυξιακές τους στρατηγικές. Οι ευρωπαϊκές τράπεζες βρίσκονται υπό την έντονη πίεση των μετόχων τους να ενσωματώσουν τις νέες τεχνολογίες και να υιοθετήσουν νέες στρατηγικές διανομής σε έναν κόσμο μεγαλύτερης εξειδίκευσης. Κάποιες ευρωπαϊκές τράπεζες έχουν ήδη ξεκαθαρίσει πως δεν έχουν απλώς μια στρατηγική για το διαδίκτυο, αλλά ότι το διαδίκτυο είναι η στρατηγική τους. Κατά την άποψή μας, το διαδίκτυο διευκολύνει την επέκταση των ευρωπαϊκών τραπεζών στην ελληνική αγορά. Πιστεύουμε πως αυτό θέτει μια σημαντική απειλή για την κερδοφορία των ελληνικών τραπεζών, μιας και αρκετές ευρωπαϊκές τράπεζες έχουν ενεργοποιηθεί στο διαδίκτυο με στόχο τη μελλοντική τους επέκταση σε ολόκληρη την Ευρώπη.

ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Μια ενδιαφέρουσα διάσταση του ελληνικού τραπεζικού τομέα είναι πως σχεδόν όλα τα κέρδη των ελληνικών τραπεζών προέρχονται από την εγχώρια αγορά. Παρόλο που οι κύριοι παίκτες σχεδιάζουν να επεκταθούν στην ευρύτερη νοτιοανατολική ευρωπαϊκή περιοχή, δεν προβλέπεται να μειωθεί η εξάρτησή τους από την εγχώρια αγορά μεσοπρόθεσμα. Αυτό έχει συνέπειες στη δημιουργία αξίας, καθώς, εάν οι ελληνικές τράπεζες υιοθετήσουν τις νέες τεχνολογίες, θα προσφέρουν απλά ένα νέο δίκτυο διανομής ή ένα διαφορετικό προϊόν στους ίδιους πελάτες. Δεν πιστεύουμε πως οι ελληνικές τράπεζες με αυτό τον τρόπο θα αποκομίσουν αξιοσημείωτες μεταβολές στην αποτίμησή τους. Αυτό το έχουμε ήδη δει να συμβαίνει στις σκανδιναβικές χώρες, όπου οι επενδυτές παραμένουν σκεπτικοί, όσον αφορά τις πρωτοποριακές τράπεζες που έχουν ενσωματώσει τις νέες τεχνολογίες. Ο κίνδυνος για τις ελληνικές τράπεζες είναι πως οι παγκόσμιοι παίκτες και οι ευρωπαϊκές τράπεζες έχουν μικρό μερίδιο αγοράς σε περιφερειακές αγορές, όπως η Ελλάδα. Η νέα τεχνολογία τους δίνει το περιθώριο να αυξήσουν το μερίδιο αγοράς τους σε αυτές τις χώρες πιο αποτελεσματικά, σε βάρος των εγχώριων τραπεζών.

Η ΣΥΝΑΨΗ ΣΥΜΜΑΧΙΩΝ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΠΑΝΤΟΤΕ ΕΥΚΟΛΗ

Μία άλλη ενδιαφέρουσα προοπτική, που συνδέεται με τη θέση των μεγάλων ελληνικών τραπεζών στο πλαίσιο της εμφάνισης των νέων τεχνολογιών, είναι ότι η επιλογή των πιθανών συμμάχων μπορεί να ενέχει δυσκολίες. Με την ταχεία μεταβολή του επιχειρησιακού μοντέλου παροχής χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, η επιλογή κάποιου συμμάχου μπορεί να στερήσει σημαντικές ευκαιρίες από την τράπεζα ή να επιβάλει περιορισμούς στη μελλοντική της στρατηγική με τη δημιουργία συγκρούσεων συμφερόντων. Μια άλλη σημαντική διάσταση είναι η απειλή πως η πρωτοβουλία μπορεί να έχει αρνητικές επιπτώσεις σε υπάρχοντα προϊόντα ή στην πελατειακή βάση. Για παράδειγμα, πιστεύουμε πως, αν μια

ευρωπαϊκή τράπεζα αναζητούσε σύμμαχο στην Ελλάδα, οι μεγαλύτερες τράπεζες θα ήταν πολύ πιο προσεκτικές από τις μικρότερες τράπεζες, όσον αφορά την αποφυγή αρνητικών επιπτώσεων στην πελατειακή τους βάση. Μια μικρότερη τράπεζα θα ήταν περισσότερο ανοικτή σε τέτοιες συμμαχίες, μια και θα αύξανε τις πιθανότητες απόκτησης μεγαλύτερου μεριδίου αγοράς σε βάρος άλλων τραπεζών. Πιστεύουμε πως για τις μεγάλες τράπεζες υπάρχει ακόμα ο κίνδυνος ότι μικρότεροι ανταγωνιστές, όπως οι μεγάλες ανεξάρτητες χρηματιστηριακές εταιρίες και εταιρίες που επεκτείνονται στον τομέα **TMT (τηλεπικοινωνίες, μέσα ενημέρωσης και τεχνολογία)**, προσπαθώντας να ενισχύσουν τη θέση τους, θα ενεργήσουν πιο επιθετικά, όσον αφορά την αναζήτηση συμμαχιών με διεθνείς τράπεζες.

ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΔΙΝΕΙ ΤΗ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΠΑΡΟΧΗΣ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΩΝ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Αυτό που διαφοροποιεί τις ευρωπαϊκές τράπεζες – συμπεριλαμβανομένων και των ελληνικών – από τις αμερικανικές τράπεζες σε ό,τι αφορά την πελατειακή σχέση και το εύρος των προϊόντων είναι το επίπεδο εξειδίκευσης των χρηματοοικονομικών σχέσεων. Οι ευρωπαϊκές τράπεζες επειδή δεν αντιμετώπισαν ρυθμιστικούς περιορισμούς (π.χ πώληση προϊόντων ασφάλισης, αμοιβαία κεφάλαια, χρηματιστηριακοί λογαριασμοί) είχαν πάντοτε υψηλό βαθμό διεξόδου προϊόντων με τους κύριους πελάτες τους.

Για το λόγο αυτό οι ευρωπαϊκές τράπεζες θα έρθουν αντιμέτωπες με νέους παίκτες, οι οποίοι μπορούν εύκολα να πάρουν μερίδιο αγοράς προσφέροντας υπηρεσίες υψηλότερης ποιότητας και χαμηλότερου κόστους στους πελάτες σε συγκεκριμένα προϊόντα. Πολλοί Αμερικανοί καταναλωτές έχουν ήδη διαχωρισμένες χρηματοοικονομικές σχέσεις και συχνά έχουν τρεις ή τέσσερις σχέσεις. Για παράδειγμα, μπορεί να έχουν τρεχούμενο λογαριασμό (**Citibank**), **αμοιβαία κεφάλαια (fidelity)**, **πιστωτική κάρτα (MBNA)**, **e-broking (E-Trade)** και **στεγαστικά δάνεια (Providian)**. Στην αμερικανική αγορά το μοντέλο των ηλεκτρονικών τραπεζών, που προσφέρουν ένα πλήρες φάσμα υπηρεσιών, δεν έχει αναπτυχθεί. Η Ελλάδα είναι παρεμφερής με την Ευρώπη, συνεπώς υπάρχουν ευκαιρίες για νέους παίκτες να επιλέξουν κερδοφόρους πελάτες, μέσω της παροχής εξειδικευμένων χρηματοοικονομικών υπηρεσιών.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

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

Η εργασία αυτή, μέσα από μια αποτύπωση και ανάλυση της σημερινής πραγματικότητας, προσπάθησε να δώσει μια περισσότερο ξεκάθαρη εικόνα για τον τραπεζικό χώρο σήμερα και την επίδραση που έχει η εφαρμογή των νέων τεχνολογιών στη λειτουργία του. Η μείωση του κόστους και η ταχύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη είναι δύο βασικά συνεπακόλουθα στοιχεία:

Η διαδικασία αυτοματοποίησης που ξεκίνησε εδώ και μερικά χρόνια με τη διάδοση των αυτόματων ταμειολογιστικών μηχανών (**ATM**), προχώρησε την τελευταία δεκαετία με τις τηλεφωνικές συναλλαγές και τα κλειστά, ιδιόκτητα συστήματα που στηρίζονται σε προσωπικούς ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Σήμερα αξιοποιούνται το διαδίκτυο, τα κινητά τηλέφωνα και σε λίγο καιρό και η αμφίδρομη τηλεόραση, καθώς και κάθε νέο μέσο που θα εμφανίζεται.

Παρά όμως τις μεγάλες δυνατότητες που το διαδίκτυο προσφέρει, η παροχή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, μέσου αυτού βρίσκεται σε αρχικό στάδιο. Με εξαίρεση ίσως κάποιες αγορές, όπως οι **ΗΠΑ** και οι σκανδιναβικές χώρες, η χρήση των ηλεκτρονικών συναλλαγών βρίσκεται σε πρώιμη φάση. Προς το παρόν οι περισσότερες εικονικές τράπεζες είναι ακόμη μικρού μεγέθους, ενώ για τις περισσότερες μεγάλες τράπεζες οι τραπεζικές on-line υπηρεσίες αποτελούν ακόμη ένα μικρό μέρος του κύκλου εργασιών τους. Είναι αλήθεια ότι και στην Αμερική και στην Ευρώπη εμφανίζονται συνεχώς νέες τράπεζες στο διαδίκτυο.

Μέχρι τη φετινή άνοιξη ο πυρετός του διαδικτύου είχε αρχίσει να εξαπλώνεται από τα χρηματιστήρια στα διοικητικά συμβούλια των τραπεζών. Στην Ευρώπη και την Αμερική, καθώς οι τράπεζες ανακοίνωσαν τα ετήσια αποτελέσματά τους – τα οποία για τον κλάδο τους, ως σύνολο ήταν εξαιρετικά – αποκάλυπταν επίσης τα νέα τους σχέδια για την κατάκτηση του κυβερνοχώρου.

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

Το πιο σημαντικό είναι ότι οι ίδιοι οι χρηματοοικονομικοί οργανισμοί, οι οποίοι στο παρελθόν συχνά αντιστάθηκαν στην αλλαγή, μπορεί τώρα να γίνουν οι πιο ένθερμοι υποστηρικτές της. Έχοντας επενδύσει πολλά στα δικά τους συστήματα, οι τράπεζες ήταν λογικό να διστάζουν να τα «ξεφορτωθούν» και να τα αντικαταστήσουν με συστήματα βασισμένα στο διαδίκτυο. Και η προσαρμογή των δικών τους διαδικασιών σε αυτό συχνά αποδείχθηκε δυσκίνητη και δύσκολη. Επιπλέον μέχρι πρόσφατα οι τράπεζες αντιμετώπιζαν πολύ μικρή πίεση από τους πελάτες τους να αλλάξουν τον τρόπο, με τον οποίο προσφέρουν τις υπηρεσίες τους. Όμως σύντομα οι πελάτες σε πολλές χώρες θα θεωρούν την **on-line** παροχή υπηρεσιών αυτονόητη. Ο **Μπιλ Γκέιτς** είπε πριν έξι χρόνια, ότι οι τραπεζικές

υπηρεσίες μπορεί να είναι χρήσιμες, όχι όμως και οι τράπεζες. Και πραγματικά οι εικονικές τράπεζες είναι πλέον πραγματικότητα.

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

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

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

Σημαντικό μέρος της έκδοσης αφιερώθηκε στις πρωτοβουλίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι οποίες συγκλίνουν προς την κατεύθυνση της αξιοποίησης των σύγχρονων τεχνολογιών για την παροχή ασφαλών τραπεζικών συναλλαγών. Η ασφάλεια είναι θεμελιώδης για τη σωστή λειτουργία του τραπεζικού συστήματος και τη δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης με τους πελάτες και όλους όσοι εμπλέκονται στο χώρο.

Όπως φαίνεται μέσα από τις έρευνες, η Ευρώπη υπολείπεται των **ΗΠΑ** σε ό,τι αφορά τη χρησιμοποίηση του διαδικτύου για χρηματοοικονομικές συναλλαγές. Η έρευνα της **Warburg Dillon** προσδιορίζει ότι η Ευρώπη έπεται κατά ένα χρονικό διάστημα 3 έως 5 ετών. Ακόμα πιο ανησυχητικό είναι το φαινόμενο των δύο ταχυτήτων στην Ευρώπη. Οι σκανδιναβικές χώρες παρουσιάζουν μεγάλη ανάπτυξη στον τομέα αυτό, ενώ οι χώρες της νότιας Ευρώπης προχωρούν με πιο αργούς ρυθμούς.

Διαπιστώνεται ωστόσο πως οι συντονισμένες προσπάθειες της ΕΕ αναμένεται να ανεβάσουν τον πήχη σε διεθνές επίπεδο, ιδιαίτερα στο m-commerce, καθώς ήδη διαθέτει το πλεονέκτημα της πρωτοφανούς ανάπτυξης της κινητής τηλεφωνίας. Σε πολλά σημεία επιχειρείται συνεργασία με τις **ΗΠΑ**. Για παράδειγμα, η συμφωνία «**safe harbour**» είναι ένα πολύ σημαντικό βήμα, το οποίο αποσκοπεί να διασφαλίσει τις ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Ειδικά για την ελληνική πραγματικότητα και το βαθμό ετοιμότητας της χώρας για την αξιοποίηση των προκλήσεων που ανοίγονται, διαπιστώνεται ότι η Ελλάδα σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες παρουσιάζει μια υστέρηση. Ωστόσο σε κρατικό επίπεδο αναλαμβάνονται αρκετές πρωτοβουλίες και ο ιδιωτικός τομέας ήδη εμφανίζει τα πρώτα αποτελέσματα. Αυτά δείχνουν ότι «**το νερό έχει μπει στο αυλάκι**» και από εδώ και πέρα οι εξελίξεις είναι μη αναστρέψιμες. Υπάρχει δηλαδή μία μόνο προοπτική, αυτή της αδιάκοπης εξέλιξης.

Σε ό,τι αφορά τις ελληνικές τράπεζες – και συνυπολογίζοντας τη χαμηλή ακόμη διείσδυση του **Internet** στη χώρα μας – φαίνεται ότι αυτές βρίσκονται σε καλό δρόμο. Έχουν αρχίσει να αξιοποιούν τα σύγχρονα εναλλακτικά δίκτυα διανομής προϊόντων και υπηρεσιών. Οι προοπτικές σήμερα διαφαίνονται καλές. Οι εταιρίες πληροφορικής, τηλεπικοινωνιών,

παροχής υπηρεσιών **Internet** και κινητής τηλεφωνίας σημειώνουν δυναμική πορεία και έχουν ισχυρή παρουσία. Η ένταξη της χώρας μας στην ευρωζώνη διευρύνει το πεδίο δράσης των ελληνικών τραπεζών και θέτει νέους στόχους και προκλήσεις. Ιδιαίτερη σημασία για την εποχή μας έχουν οι στρατηγικές συνεργασίες και συμμαχίες μεταξύ τραπεζικών ομίλων, καθώς και μεταξύ τραπεζών και εταιριών πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών. Όλα όμως δείχνουν την ανάγκη για σύνθετο **μάνατζμεντ** και οργανωτικές αλλαγές στο εσωτερικό των τραπεζών και κάθε λογής επιχειρήσεων. Έχει γίνει σαφές ότι η τεχνολογία δεν πρέπει να χαράζει τη στρατηγική της επιχείρησης, αλλά η επιχειρησιακή στρατηγική να χρησιμοποιεί και να στηρίζεται στην τεχνολογία.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑΣ

Παράρτημα Α'

I) Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για το ηλεκτρονικό εμπόριο Ιούνιος 2000 (2000/31/EK)

Η Ευρωπαϊκή Ένωση αποσκοπεί στη δημιουργία ολοένα στενότερων δεσμών μεταξύ των ευρωπαϊκών κρατών και λαών, καθώς και στην εξασφάλιση της οικονομικής και κοινωνικής προόδου. Η εσωτερική αγορά αποτελεί ένα χώρο χωρίς εσωτερικά σύνορα, μέσα στον οποίο διασφαλίζεται η ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων και των υπηρεσιών και η ελευθερία εγκατάστασης. Η ανάπτυξη των υπηρεσιών της Κοινωνίας της Πληροφορίας σ' ένα τέτοιο χώρο χωρίς εσωτερικά σύνορα είναι ζωτικής σημασίας για την κατάργηση των φραγμών που χωρίζουν τους ευρωπαϊκούς λαούς. Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στο πλαίσιο της Κοινωνίας της Πληροφορίας προσφέρει σημαντικές ευκαιρίες απασχόλησης στην Ένωση, ιδίως στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Παράλληλα θα διευκολύνει την ανάπτυξη των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων, καθώς και τις επενδύσεις στην τεχνολογική εξέλιξη, γεγονός που μπορεί να αυξήσει την ανταγωνιστικότητα της ευρωπαϊκής βιομηχανίας. Το κοινοτικό δίκαιο και τα χαρακτηριστικά της κοινοτικής έννομης τάξης αποτελούν στοιχείο ζωτικής σημασίας, που θα επιτρέψει στους Ευρωπαίους πολίτες και επιχειρηματίες να εκμεταλλευτούν πλήρως - ανεξάρτητα από σύνορα - τις ευκαιρίες που προσφέρει το ηλεκτρονικό εμπόριο. Η συγκεκριμένη Οδηγία έχει ως στόχο να εξασφαλίσει υψηλό επίπεδο νομοθετικής ενσωμάτωσης, προκειμένου να εγκαθιδρύσει έναν πραγματικό χώρο, χωρίς εσωτερικά σύνορα, για τις υπηρεσίες της Κοινωνίας της Πληροφορίας.

Η ανάπτυξη των υπηρεσιών της Κοινωνίας της Πληροφορίας παρακωλύεται από ορισμένα νομικά εμπόδια στην καλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς, τα οποία καθιστούν λιγότερο ελκυστική την άσκηση του προνομίου της ελεύθερης εγκατάστασης και παροχής υπηρεσιών. Τα εμπόδια αυτά απορρέουν από τις αποκλίσεις των νομοθεσιών και την έλλειψη ασφαλείας δικαίου ως προς το ποιοι εθνικοί κανόνες ισχύουν για τις υπηρεσίες αυτές. Τα συγκεκριμένα εμπόδια θα πρέπει να εξαλειφθούν με το συντονισμό ορισμένων εθνικών νομοθεσιών και την αποσαφήνιση επιμέρους νομικών κανόνων (κανόνες ιδιωτικού διεθνούς δικαίου, ενιαίο φορολογικό καθεστώς για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, κ.ά.) σε κοινοτικό επίπεδο, στο βαθμό που κάτι τέτοιο χρειάζεται για την ομαλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς. Το Δικαστήριο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (ΔΕΚ), μέσω της νομολογίας του, μπορεί να εγγυηθεί την απαιτούμενη ασφάλεια δικαίου και την ταχύτερη ολοκλήρωση της εσωτερικής αγοράς.

Η παρούσα Οδηγία καθορίζει ένα σαφές γενικό πλαίσιο που καλύπτει ορισμένες νομικές πτυχές του ηλεκτρονικού εμπορίου στην εσωτερική αγορά. Ο βασικός στόχος είναι η δημιουργία νομικού πλαισίου που θα εξασφαλίζει την ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών της Κοινωνίας της Πληροφορίας μεταξύ κρατών-μελών και όχι η εναρμόνιση του ίδιου του ποινικού δικαίου. Διευκρινίζεται ότι η εκτέλεση και εφαρμογή της Οδηγίας αυτής θα πρέπει να γίνεται τηρουμένων πλήρως των αρχών περί προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, ιδίως σε ό,τι αφορά τη μη ζητηθείσα εμπορική επικοινωνία και την ευθύνη μεσαζόντων.

Ο έλεγχος των υπηρεσιών της Κοινωνίας της Πληροφορίας πρέπει να ασκείται στην πηγή της δραστηριότητας για να προστατεύεται αποτελεσματικά το γενικό συμφέρον και, για αυτό το σκοπό, είναι απαραίτητο να δοθούν εγγυήσεις ότι η αρμόδια Αρχή θα εξασφαλίζει την προστασία του γενικού συμφέροντος, όχι μόνο για τους πολίτες της χώρας της, αλλά επίσης και για τους πολίτες

της Ένωσης. Για την ενίσχυση της αμοιβαίας εμπιστοσύνης μεταξύ των κρατών-μελών είναι απαραίτητο να προσδιοριστεί επακριβώς η ευθύνη του κράτους-μέλους απ' όπου προέρχονται οι υπηρεσίες. Για την αποτελεσματική εξασφάλιση της ελεύθερης κυκλοφορίας των υπηρεσιών και προκειμένου να υπάρχει ασφάλεια δικαίου για τους φορείς παροχής των υπηρεσιών και για τους αποδέκτες τους, οι εν λόγω υπηρεσίες της Κοινωνίας της Πληροφορίας θα πρέπει να υπόκεινται κατ' αρχήν στο νομικό καθεστώς του κράτους-μέλους, στο οποίο είναι εγκατεστημένος ο φορέας παροχής υπηρεσιών.

Η εν λόγω Οδηγία, μαζί με τη μελλοντική Οδηγία (τόρα πρόταση Οδηγίας) του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την εξ αποστάσεως εμπορία καταναλωτικών χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, συμβάλλουν στη δημιουργία νομικού πλαισίου για την εξ αποστάσεως παροχή χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών.

Οι εμπορικές επικοινωνίες είναι ουσιώδεις για τη χρηματοδότηση των υπηρεσιών της Κοινωνίας της Πληροφορίας και την ανάπτυξη μεγάλης ποικιλίας νέων υπηρεσιών που παρέχονται δωρεάν. Για το συμφέρον των καταναλωτών και τη διαφάνεια στις συναλλαγές, οι εμπορικές επικοινωνίες συμπεριλαμβανομένων των εκπτώσεων, των διαφημιστικών διαγωνισμών ή παιχνιδιών, οφείλουν να πληρούν ορισμένες απαιτήσεις διαφάνειας.

Η αποστολή μη ζητηθεισών εμπορικών επικοινωνιών μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ενδέχεται να είναι ανεπιθύμητη για τους καταναλωτές και τους φορείς παροχής υπηρεσιών της Κοινωνίας της Πληροφορίας και να διαταράσσει την ομαλή λειτουργία των διαδραστικών δικτύων. Στα κράτη-μέλη που επιτρέπουν τις μη ζητηθείσες εμπορικές επικοινωνίες μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, θα πρέπει να ενθαρρύνεται και να διευκολύνεται η ανάπτυξη κατάλληλων πρωτοβουλιών φιλτραρίσματος από τον αρμόδιο κλάδο. Επιπλέον είναι αναγκαίο σε κάθε περίπτωση οι μη ζητηθείσες εμπορικές επικοινωνίες να είναι σαφώς αναγνωρίσιμες, προκειμένου να ενισχυθεί η διαφάνεια και να διευκολυνθεί η λειτουργία των εν λόγω πρωτοβουλιών του αρμόδιου κλάδου.

Η Οδηγία 2000/31/ΕΚ συμπληρώνει την κοινοτική νομοθεσία και τις εθνικές νομοθεσίες σχετικά με τα νομοθετικώς κατοχυρωμένα επαγγέλματα, διατηρώντας ένα συνεκτικό σύνολο εφαρμοστέων κανόνων σε αυτό τον τομέα. Κάθε κράτος-μέλος οφείλει να προσαρμόσει τη νομοθεσία του, όταν περιέχει απαιτήσεις που παρεμποδίζουν τη χρησιμοποίηση συμβάσεων με ηλεκτρονικά μέσα.

Η παρούσα Οδηγία δεν εμποδίζει τα κράτη-μέλη να διατηρούν ή να θεσπίζουν γενικές ή ειδικές νομικές προϋποθέσεις για τη σύναψη συμβάσεων με ηλεκτρονικά μέσα, ιδίως προϋποθέσεις σχετικά με ασφαλείς ηλεκτρονικές υπογραφές.

Τα κράτη-μέλη μπορούν να διατηρούν περιορισμούς για τη χρήση συμβάσεων που συνάπτονται με ηλεκτρονικά μέσα όσον αφορά τις συμβάσεις, για τις οποίες απαιτείται δια νόμου η παρέμβαση δικαστηρίων, δημοσίων αρχών ή επαγγελματιών που ασκούν δημόσια εξουσία (π.χ. συμβολαιογράφοι).

Η υποχρέωση των κρατών-μελών να εξαλείψουν τα εμπόδια στη χρήση των συμβάσεων που συνάπτονται με ηλεκτρονικά μέσα αφορά μόνο νομικά εμπόδια και όχι πρακτικά εμπόδια που απορρέουν από το γεγονός ότι σε ορισμένες περιπτώσεις είναι αδύνατο να χρησιμοποιηθούν ηλεκτρονικά μέσα.

Οι διαφορές των υφιστάμενων ή νεοεμφανιζόμενων εθνικών κανονιστικών διατάξεων και νομολογιών όσον αφορά την ευθύνη των φορέων παροχής υπηρεσιών της Κοινωνίας της

Πληροφορίας, οι οποίοι δρουν με την ιδιότητα του μεσάζοντα, εμποδίζουν την καλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς, ιδίως αναστέλλοντας την ανάπτυξη των διασυνοριακών υπηρεσιών και δημιουργώντας στρεβλώσεις του ανταγωνισμού. Οι φορείς παροχής υπηρεσιών πρέπει ενίοτε να δράσουν, προκειμένου να αποφύγουν ή να σταματήσουν παράνομες δραστηριότητες. Οι διατάξεις της παρούσας Οδηγίας θα πρέπει να συνιστούν ικανή βάση για τη δημιουργία ταχέων και αξιόπιστων μηχανισμών, με τους οποίους να αποσύρονται οι παράνομες πληροφορίες και να καθίστανται απρόσιτες. Καλό θα ήταν οι μηχανισμοί αυτοί να δημιουργούνται βάσει εθελοντικών συμφωνιών μετά από διαπραγματεύσεις μεταξύ όλων των ενδιαφερόμενων μερών και να ενθαρρύνονται από τα κράτη-μέλη. Είναι προς το συμφέρον όλων των μερών που συμμετέχουν στην παροχή υπηρεσιών της Κοινωνίας της Πληροφορίας να υιοθετήσουν και να εφαρμόσουν τέτοιους μηχανισμούς.

Τα κράτη-μέλη και η Επιτροπή πρέπει να ενθαρρύνουν την κατάρτιση κωδίκων δεοντολογίας. Αυτό δεν πρέπει να αναιρεί τον εθελοντικό χαρακτήρα των κωδίκων αυτών ούτε τη δυνατότητα των ενδιαφερόμενων μερών να αποφασίζουν ελεύθερα εάν θα προσχωρήσουν στους εν λόγω κώδικες.

Παρά την παγκόσμια φύση των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, είναι αναγκαίος ο συντονισμός των εθνικών κανονιστικών μέτρων σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης για να αποφευχθεί η κατάπτωση της εσωτερικής αγοράς και να εγκαθιδρυθεί ένα κατάλληλο ευρωπαϊκό κανονιστικό πλαίσιο. Ο εν λόγω συντονισμός αυτός αναμένεται επίσης να συμβάλει στην καθιέρωση κοινής και ισχυρής διαπραγματευτικής θέσης στα διεθνή φόρα.

Η ανάπτυξη της Κοινωνίας της Πληροφορίας πρέπει να εξασφαλίζει, σε κάθε περίπτωση, την πρόσβαση των Ευρωπαίων πολιτών στην ευρωπαϊκή πολιτιστική κληρονομιά, η οποία θα προσφέρεται σε ψηφιακό περιβάλλον. Είναι γεγονός ότι η ηλεκτρονική επικοινωνία προσφέρει στα κράτη-μέλη ένα εξαιρετικό μέσο παροχής δημόσιων υπηρεσιών στον πολιτιστικό, εκπαιδευτικό και γλωσσικό τομέα.

ΠΕΔΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Στόχος της Οδηγίας αυτής είναι η ομαλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς, εξασφαλίζοντας την ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών της Κοινωνίας της Πληροφορίας μεταξύ των κρατών-μελών.

Η Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο συμπληρώνει το ισχύον κοινοτικό δίκαιο περί υπηρεσιών της Κοινωνίας της Πληροφορίας και δεν θίγει το επίπεδο προστασίας, ιδίως της δημόσιας υγείας και των συμφερόντων του καταναλωτή, όπως θεσπίζεται σε κοινοτικές πράξεις και στις εθνικές νομοθετικές πράξεις που εκδόθηκαν για την εφαρμογή τους, στο μέτρο που δεν περιορίζεται έτσι η ελευθερία παροχής υπηρεσιών της Κοινωνίας της Πληροφορίας.

ΟΡΙΣΜΟΙ

1) "Φορέας παροχής υπηρεσιών": Κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που παρέχει μια υπηρεσία της Κοινωνίας της Πληροφορίας.

2) "Εγκατεστημένος φορέας παροχής υπηρεσιών": Φορέας, ο οποίος ασκεί ουσιαστικά μια οικονομική δραστηριότητα μέσω μιας μόνιμης εγκατάστασης με αόριστη χρονική διάρκεια. Η παρουσία και η χρήση των τεχνικών μέσων και τεχνολογιών που απαιτούνται για την παροχή της υπηρεσίας δε συνιστούν εγκατάσταση φορέα.

3) "Αποδέκτης της υπηρεσίας": Κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο, το οποίο χρησιμοποιεί, επαγγελματικά ή άλλως, μια υπηρεσία της Κοινωνίας της Πληροφορίας, ιδίως για να αναζητήσει πληροφορίες ή για να προσφέρει πρόσβαση σε αυτές.

4) "Καταναλωτής": Κάθε φυσικό πρόσωπο που επιδιώκει στόχους μη εντασσόμενους στο πλαίσιο της εμπορικής ή επαγγελματικής του δραστηριότητας.

5) "Εμπορικές επικοινωνίες": Όλες οι μορφές επικοινωνίας που αποσκοπούν να προωθήσουν, άμεσα ή έμμεσα, αγαθά, υπηρεσίες ή την εικόνα μιας επιχείρησης, ενός οργανισμού ή ενός προσώπου που ασκεί εμπορική ή βιομηχανική ή βιοτεχνική δραστηριότητα ή νομοθετικά κατοχυρωμένο επάγγελμα. Δε συνιστούν καθεαυτό εμπορική επικοινωνία:

- Τα στοιχεία που επιτρέπουν την άμεση πρόσβαση στη δραστηριότητα της εν λόγω επιχείρησης, του οργανισμού ή του προσώπου, ιδίως το όνομα του τομέα ή η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

- Οι επικοινωνίες που αφορούν αγαθά, υπηρεσίες ή την εικόνα της εν λόγω επιχείρησης, του οργανισμού ή του προσώπου, οι οποίες πραγματοποιούνται κατά τρόπο ανεξάρτητο από τη θέληση τους, ιδίως χωρίς οικονομικό αντάλλαγμα.

6) "Συντονισμένος τομέας": Οι προϋποθέσεις που ισχύουν στα νομικά συστήματα των κρατών-μελών, προκειμένου για φορείς παροχής υπηρεσιών της Κοινωνίας της Πληροφορίας ή υπηρεσίες της Κοινωνίας της Πληροφορίας, ανεξαρτήτως εάν πρόκειται για γενικές διατάξεις ή για διατάξεις σχεδιασμένες ειδικά για τον τομέα αυτό.

ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Κάθε κράτος-μέλος μεριμνά, ώστε οι υπηρεσίες της Κοινωνίας της Πληροφορίας που παρέχει ένας φορέας εγκατεστημένος στο έδαφος του να τηρούν τις ισχύουσες εθνικές διατάξεις του, οι οποίες εμπίπτουν στο συντονισμένο τομέα.

Τα κράτη-μέλη δεν μπορούν, για λόγους που αφορούν το συντονισμένο τομέα, να περιορίσουν την ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών της Κοινωνίας της Πληροφορίας, οι οποίες παρέχονται από άλλο κράτος-μέλος.

ΑΡΧΕΣ

Εγκατάσταση και πληροφόρηση:

Ισχύει η αρχή της μη αναγκαίας προηγούμενης άδειας. Τα κράτη-μέλη εξασφαλίζουν ότι η ανάληψη και η άσκηση δραστηριότητας φορέα παροχής υπηρεσίας της Κοινωνίας της Πληροφορίας δεν μπορεί να υπαχθεί σε καθεστώς προηγούμενης παροχής άδειας ή σε οποιαδήποτε άλλη προϋπόθεση ισοδύναμου αποτελέσματος.

Με την Οδηγία αυτή προσδιορίζονται ακόμη οι πληροφορίες που θα πρέπει να παρέχονται πριν από τη σύναψη των συμβάσεων, το τι πρέπει να εφαρμόζεται για την προστασία του "αποδέκτη της υπηρεσίας" σε περιπτώσεις μη ζητηθείσας εμπορικής επικοινωνίας, καθώς και οι ευθύνες των μεσαζόντων παροχής υπηρεσιών. Επίσης αναφέρονται θέματα σχετικά με τους κώδικες δεοντολογίας, τον εξώδικο διακανονισμό διαφορών, τα μέσα έννομης προστασίας, τα θέματα συνεργασιών και κυρώσεων κ.ά.

Π) Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με το κοινοτικό πλαίσιο για τις ηλεκτρονικές υπογραφές

Οδηγία 7999/93/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 13ης Δεκεμβρίου 1999, σχετικά με το κοινοτικό πλαίσιο για τις ηλεκτρονικές υπογραφές.

Η εσωτερική αγορά εξασφαλίζει την ελεύθερη κυκλοφορία των προσώπων, η οποία έχει ως συνέπεια ότι οι πολίτες και οι κάτοικοι της Ευρωπαϊκής Ένωσης έρχονται όλο και συχνότερα αντιμέτωποι με αρχές κρατών-μελών, οι οποίες είναι διαφορετικές από αυτές που ισχύουν στο δικό τους κράτος. Η ηλεκτρονική επικοινωνία θα μπορούσε να αποδειχτεί εξαιρετικά χρήσιμη από αυτή την άποψη. Η ταχεία τεχνολογική ανάπτυξη και ο παγκόσμιος χαρακτήρας του Internet επιβάλλουν μια προσέγγιση που θα είναι ανοικτή σε διάφορες τεχνολογίες και υπηρεσίες ηλεκτρονικής αναγνώρισης της γνησιότητας δεδομένων.

Για τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες και το εμπόριο απαιτούνται "ηλεκτρονικές υπογραφές" και συναφείς υπηρεσίες που παρέχουν τη δυνατότητα απόδειξης της γνησιότητας των δεδομένων. Η ύπαρξη αποκλινόντων κανόνων, όσον αφορά τη νομική αναγνώριση των ψηφιακών υπογραφών και διαπίστευση "παροχών υπηρεσιών πιστοποίησης" στα κράτη-μέλη, ενδέχεται να αποτελέσει σημαντικό φραγμό για τη χρήση των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και του ηλεκτρονικού εμπορίου. Από την άλλη πλευρά, ένα σαφές κοινοτικό πλαίσιο σχετικά με τις προϋποθέσεις που θα εφαρμόζονται στις ηλεκτρονικές υπογραφές θα ενισχύσει την εμπιστοσύνη στις νέες τεχνολογίες και θα συμβάλει στη γενική αποδοχή τους. Οι νομοθεσίες στα κράτη-μέλη δεν θα πρέπει να εμποδίζουν την ελεύθερη κυκλοφορία αγαθών και υπηρεσιών στην εσωτερική αγορά.

Οι ηλεκτρονικές υπογραφές θα χρησιμοποιούνται σε πολλές διαφορετικές συνθήκες και εφαρμογές, έχοντας ως αποτέλεσμα ευρύ φάσμα νέων υπηρεσιών και προϊόντων. Ο ορισμός αυτών των προϊόντων και υπηρεσιών δεν θα πρέπει να περιοριστεί στην έκδοση και διαχείριση πιστοποιητικών, αλλά θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει όλες τις υπηρεσίες και τα προϊόντα που χρησιμοποιούν ή σχετίζονται με ηλεκτρονικές υπογραφές, όπως οι υπηρεσίες καταχώρησης, οι υπηρεσίες χρονοσήμανσης, οι υπηρεσίες καταλόγου, οι υπηρεσίες πληροφορικής ή οι υπηρεσίες μελετών σχετικά με τις ηλεκτρονικές υπογραφές.

Η εσωτερική αγορά επιτρέπει στους παροχείς υπηρεσιών πιστοποίησης την ανάπτυξη των διασυννοριακών δραστηριοτήτων τους. Με αυτό τον τρόπο επιδιώκεται η αύξηση της ανταγωνιστικότητας τους, γεγονός που θα οδηγήσει στην προσφορά προς τους καταναλωτές και τις επιχειρήσεις νέων ευκαιριών ασφαλούς ανταλλαγής πληροφοριών και ηλεκτρονικών συναλλαγών ανεξαρτήτως συνόρων. Για την τόνωση της παροχής υπηρεσιών πιστοποίησης μέσω ανοικτών δικτύων σε κοινοτική κλίμακα, θα πρέπει οι παροχείς υπηρεσιών πιστοποίησης να είναι ελεύθεροι να παρέχουν τις υπηρεσίες τους χωρίς προηγούμενη έγκριση (όπου ως προηγούμενη έγκριση νοείται, όχι μόνο κάθε άδεια για την οποία απαιτείται απόφαση των εθνικών αρχών προτού επιτραπεί στον ενδιαφερόμενο να παρέχει υπηρεσίες πιστοποίησης, αλλά και κάθε άλλο μετρό ισοδύναμου αποτελέσματος). Οι υπηρεσίες πιστοποίησης μπορούν να παρέχονται είτε από δημόσιο φορέα είτε από νομικό ή φυσικό πρόσωπο, εφόσον είναι σύμφωνο με το εθνικό δίκαιο. Τα κράτη-μέλη δεν θα πρέπει να απαγορεύουν στους παροχείς υπηρεσιών πιστοποίησης να λειτουργούν εκτός των εν λόγω μηχανισμών εθελοντικής διαπίστευσης, θα πρέπει δηλαδή να διασφαλίζεται ότι οι μηχανισμοί εθελοντικής διαπίστευσης δεν περιορίζουν τον ανταγωνισμό στις υπηρεσίες πιστοποίησης.

Τα κράτη-μέλη μπορούν να αποφασίζουν με ποιο τρόπο θα διασφαλίσουν τον έλεγχο της τήρησης των διατάξεων της παρούσας Οδηγίας, η οποία δεν αποκλείει τη θέσπιση συστημάτων ελέγχου, βασισμένων στον ιδιωτικό τομέα. Η Οδηγία δεν υποχρεώνει τους παροχείς υπηρεσιών πιστοποίησης να υπόκεινται σε έλεγχο, δυνάμει τυχόν μηχανισμών περί διαπίστευσης. Είναι σημαντικό να βρεθεί μία ισορροπία μεταξύ των αναγκών των καταναλωτών και των επιχειρήσεων.

Η Οδηγία συμβάλλει στη χρήση και νομική αναγνώριση των ηλεκτρονικών υπογραφών εντός της Κοινότητας. Δεν απαιτείται κανονιστικό πλαίσιο για ηλεκτρονικές υπογραφές που χρησιμοποιούνται αποκλειστικά μέσα σε συστήματα, τα οποία στηρίζονται σε εθελούσιες συμφωνίες ιδιωτικού δικαίου, μεταξύ συγκεκριμένου αριθμού συμμετεχόντων, θα πρέπει να γίνει σεβαστή η ελευθερία των μερών να συμφωνούν μεταξύ τους, τους όρους και τις προϋποθέσεις, βάσει των οποίων αποδέχονται ηλεκτρονικά υπογεγραμμένα δεδομένα. Στο βαθμό που τούτο επιτρέπεται από την εθνική νομοθεσία, θα πρέπει να αναγνωρίζεται η νομική ισχύς των ηλεκτρονικών υπογραφών που χρησιμοποιούνται σε αυτά τα διαστήματα, καθώς και η αποδοχή τους ως αποδεικτικών στοιχείων σε νομικές διαδικασίες.

Η Οδηγία δεν αποσκοπεί σε εναρμόνιση εθνικών κανόνων που αφορούν το ενοχικό δίκαιο, ιδίως την κατάρτιση και εκτέλεση των συμβάσεων ή άλλες διατυπώσεις μη συμβατικού χαρακτήρα σχετικά με τις υπογραφές. Επομένως οι διατάξεις που αφορούν τις έννομες συνέπειες των ηλεκτρονικών υπογραφών, θα πρέπει να ισχύουν με την επιφύλαξη των απαιτήσεων ως προς τον τύπο, δυνάμει της εθνικής νομοθεσίας σχετικά με τη σύναψη συμβάσεων ή τους κανόνες που καθορίζουν τον τόπο σύναψης μιας σύμβασης. Η αποθήκευση και η αντιγραφή δεδομένων δημιουργίας υπογραφής θα μπορούσε να αποτελέσει απειλή για τη νομική ισχύ των ηλεκτρονικών υπογραφών.

Οι ηλεκτρονικές υπογραφές θα χρησιμοποιούνται στο δημόσιο τομέα στο πλαίσιο εθνικών και κοινοτικών διοικητικών υπηρεσιών. Επίσης θα χρησιμοποιούνται στην επικοινωνία μεταξύ των δημόσιων υπηρεσιών και των πολιτών ή των επιχειρήσεων, όπως για παράδειγμα για τις δημόσιες συμβάσεις, τη φορολογία, την κοινωνική ασφάλιση, την υγεία και την απονομή δικαιοσύνης.

Η ύπαρξη εναρμονισμένων κριτηρίων, όσον αφορά τις έννομες συνέπειες των ηλεκτρονικών υπογραφών, θα διαφυλάξει ένα συνεκτικό νομικό πλαίσιο σε ολόκληρη την έκταση της Κοινότητας. Στις εθνικές νομοθεσίες προβλέπονται διαφορετικές απαιτήσεις για τη νομική ισχύ των ιδιόχειρων υπογραφών. Τα πιστοποιητικά μπορούν να χρησιμοποιούνται για την επιβεβαίωση της ταυτότητας προσώπου που υπογράφει ηλεκτρονικά. Οι προηγούμενες ηλεκτρονικές υπογραφές που βασίζονται σε αναγνωρισμένο πιστοποιητικό στοχεύουν σε υψηλότερο επίπεδο ασφάλειας. Οι προηγμένες ηλεκτρονικές υπογραφές που βασίζονται σε αναγνωρισμένο πιστοποιητικό και έχουν δημιουργηθεί από ασφαλή διάταξη δημιουργίας υπογραφής, μπορούν να θεωρηθούν ως νομικά ισοδύναμες προς ιδιόχειρες υπογραφές μόνον εφόσον πληρούνται οι εν λόγω προϋποθέσεις για ιδιόχειρες υπογραφές. Ως συμβολή στη γενική αποδοχή των ηλεκτρονικών μεθόδων απόδειξης γνησιότητας, πρέπει να διασφαλιστεί η δυνατότητα χρησιμοποίησης των ηλεκτρονικών υπογραφών, ως αποδεικτικού στοιχείου σε νομικές διαδικασίες σε όλα τα κράτη-μέλη. Η νομική αναγνώριση των ηλεκτρονικών υπογραφών θα πρέπει να βασίζεται σε αντικειμενικά κριτήρια και να μη συνδέεται με την εξουσιοδότηση του εμπλεκόμενου παροχέα υπηρεσιών πιστοποίησης. Ο καθορισμός των τομέων δικαίου, στους οποίους επιτρέπεται η χρήση ηλεκτρονικών εγγράφων και ηλεκτρονικών υπογραφών, διέπεται από το εθνικό δίκαιο στους εθνικούς κανόνες περί ευθύνης.

Για την ανάπτυξη του διεθνούς ηλεκτρονικού εμπορίου απαιτούνται διασυνοριακές ρυθμίσεις με συμμετοχή τρίτων χωρών. Προκειμένου να διασφαλιστεί η διαλει-τουργικότητα σε παγκόσμιο επίπεδο, θα μπορούσαν να αποβούν χρήσιμες συμφωνίες με τρίτες χώρες για πολυμερείς ρυθμίσεις όσον αφορά την αμοιβαία αναγνώριση υπηρεσιών πιστοποίησης. Για την τόνωση της εμπιστοσύνης

των χρηστών στην ηλεκτρονική επικοινωνία και στο ηλεκτρονικό εμπόριο μέσω της διασφάλισης της εμπιστοσύνης των χρηστών, οι παροχείς υπηρεσιών πιστοποίησης πρέπει να τηρούν τη νομοθεσία περί προστασίας των δεδομένων και της ιδιωτικής ζωής.

ΠΕΛΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Στόχος της παρούσας Οδηγίας είναι να διευκολύνει τη χρήση των ηλεκτρονικών υπογραφών και να συμβάλει στη νομική αναγνώριση τους. Θεσπίζει νομικό πλαίσιο για τις ηλεκτρονικές υπογραφές και ορισμένες υπηρεσίες πιστοποίησης, ώστε να εξασφαλίσει την ομαλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς.

Δεν καλύπτει πτυχές που αφορούν τη σύναψη και την ισχύ συμβάσεων ή άλλων νομικών υποχρεώσεων που διέπονται από απαιτήσεις ως προς τον τύπο, δυνάμει του εθνικού ή του κοινοτικού δικαίου και δεν θίγει κανόνες και περιορισμούς σχετικά με τη χρήση εγγράφων, οι οποίοι περιέχονται στο εθνικό ή κοινοτικό δίκαιο.

ΟΡΙΣΜΟΙ

1. "Ηλεκτρονική υπογραφή": Δεδομένα σε ηλεκτρονική μορφή, τα οποία είναι συνημμένα σε (ή λογικά συσχετιζόμενα με) άλλα ηλεκτρονικά δεδομένα και χρησιμεύουν ως μέθοδος απόδειξης της γνησιότητας.

2. "Προηγμένη ηλεκτρονική υπογραφή": Ηλεκτρονική υπογραφή που ανταποκρίνεται στις εξής απαιτήσεις: α) συνδέεται μονοσήμαντα με τον υπογράφο, β) είναι ικανή να ταυτοποιήσει τον υπογράφο, γ) δημιουργείται με μέσα, τα οποία ο υπογράφων μπορεί να διατηρήσει υπό τον αποκλειστικό του έλεγχο, και δ) συνδέεται με τα δεδομένα, στα οποία αναφέρεται, κατά τρόπο ώστε να μπορεί να εντοπιστεί οποιαδήποτε επακόλουθη αλλοίωση των εν λόγω δεδομένων.

3. "Υπογράφων": Φυσικό ή νομικό πρόσωπο που κατέχει διάταξη δημιουργίας υπογραφής και ενεργεί είτε για λογαριασμό του είτε εξ ονόματος φυσικού ή νομικού προσώπου ή φορέα που αντιπροσωπεύει.

4. "Δεδομένα δημιουργίας υπογραφής": Μονοσήμαντα δεδομένα, όπως κώδικες ή ιδιωτικά κλειδιά κρυπτογραφίας, που χρησιμοποιούνται από τον υπογράφο για τη δημιουργία ηλεκτρονικής υπογραφής.

5. "Διάταξη δημιουργίας υπογραφής": Διατεταγμένο υλικό ή λογισμικό που χρησιμοποιείται για την εφαρμογή των δεδομένων δημιουργίας της υπογραφής.

6. "Ασφαλής διάταξη δημιουργίας υπογραφής": Διάταξη δημιουργίας υπογραφής που πληροί τις απαιτήσεις για ασφαλείς διατάξεις δημιουργίας υπογραφής.

7. "Δεδομένα επαλήθευσης υπογραφής": Διατεταγμένο υλικό ή λογισμικό που χρησιμοποιείται για την εφαρμογή των δεδομένων επαλήθευσης υπογραφής.

8. "Πιστοποιητικό": Ηλεκτρονική βεβαίωση, η οποία συνδέει δεδομένα επαλήθευσης υπογραφής με ένα άτομο που επιβεβαιώνει την ταυτότητα του.

9. "Αναγνωρισμένο πιστοποιητικό": Πιστοποιητικό που εκδίδεται από παροχέα υπηρεσιών πιστοποίησης.

10. "Παροχέας υπηρεσιών πιστοποίησης": Φορέας ή φυσικό ή νομικό πρόσωπο που εκδίδει πιστοποιητικά ή παρέχει άλλες υπηρεσίες, συναφείς με τις ηλεκτρονικές υπογραφές

11. "Προϊόν ηλεκτρονικής υπογραφής": Υλικό ή λογισμικό ή συναφή συστατικά στοιχεία τους, που προορίζονται για χρήση από τον παροχέα υπηρεσιών πιστοποίησης για την παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικής υπογραφής ή προορίζονται να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία ή επαλήθευση ηλεκτρονικών υπογραφών.

12. "Εθελοντική διαπίστευση": Κάθε άδεια, στην οποία ορίζονται τα δικαιώματα και οι υποχρεώσεις που διέπουν την παροχή υπηρεσιών πιστοποίησης. Χορηγείται, κατόπιν αίτησης του ενδιαφερόμενου παροχέα υπηρεσιών πιστοποίησης, από το δημόσιο ή ιδιωτικό φορέα, ο οποίος είναι υπεύθυνος για τον καθορισμό αυτών των δικαιωμάτων και υποχρεώσεων, καθώς και για τον έλεγχο της τήρησης τους, όταν ο παροχέας των υπηρεσιών πιστοποίησης δεν δικαιούται να ασκεί τα δικαιώματα που απορρέουν από την άδεια, προτού λάβει την απόφαση του εν λόγω φορέα.

ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Τα κράτη-μέλη δεν εξαρτούν την παροχή υπηρεσιών πιστοποίησης από την εκ των προτέρων έγκριση και μπορούν να διατηρούν μηχανισμούς εθελοντικής διαπίστευσης, οι οποίοι αποσκοπούν στην επίτευξη βελτιωμένου επιπέδου παροχής υπηρεσιών πιστοποίησης. Όλες οι προϋποθέσεις που συνδέονται με τους εν λόγω μηχανισμούς πρέπει να είναι αντικειμενικές, διαφανείς, ισοδύναμες και να μην οδηγούν σε διακρίσεις. Τα κράτη-μέλη δεν μπορούν να περιορίζουν τον αριθμό των διαπιστευμένων παροχέων υπηρεσιών πιστοποίησης για λόγους που εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της παρούσας Οδηγίας.

Κάθε κράτος-μέλος διασφαλίζει την καθιέρωση κατάλληλου συστήματος που καθι-στά δυνατή την επιτήρηση των εγκατεστημένων στο έδαφος τους παροχέων υπηρεσιών πιστοποίησης, οι οποίοι εκδίδουν για το κοινό αναγνωρισμένα πιστοποιητικά.

Τα κράτη-μέλη και η Επιτροπή συνεργάζονται για να προωθήσουν την ανάπτυξη και χρησιμοποίηση των διατάξεων επαλήθευσης υπογραφής, με βάση τις συστάσεις για την ασφαλή επαλήθευση της που προβλέπονται στο παράρτημα IV και προς όφελος του καταναλωτή.

Τα κράτη-μέλη έχουν το δικαίωμα να εξαρτούν τη χρήση ηλεκτρονικών υπογραφών στο δημόσιο τομέα από ενδεχόμενες πρόσθετες απαιτήσεις. Οι απαιτήσεις αυτές δεν πρέπει να αποτελούν εμπόδιο στις διασυνοριακές υπηρεσίες για τους πολίτες.

ΑΡΧΕΣ ΤΗΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Κάθε κράτος-μέλος εφαρμόζει τις εθνικές διατάξεις, που θεσπίζει σε εφαρμογή της παρούσας Οδηγίας, για τους παροχείς υπηρεσιών πιστοποίησης που είναι εγκατεστημένοι στην επικράτεια του, καθώς και για τις υπηρεσίες που αυτοί παρέχουν. Τα κράτη-μέλη δεν μπορούν να περιορίσουν την παροχή υπηρεσιών πιστοποίησης που προέρχονται από άλλο κράτος-μέλος στους τομείς που καλύπτονται από την παρούσα Οδηγία.

Τα κράτη-μέλη διασφαλίζουν ότι τα προϊόντα ηλεκτρονικής υπογραφής που συμμορφώνονται προς την παρούσα Οδηγία, επιτρέπεται να κυκλοφορούν ελεύθερα στην εσωτερική αγορά.

ΕΝΝΟΜΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΟΓΡΑΦΩΝ

Τα κράτη-μέλη διασφαλίζουν ότι οι προηγμένες ηλεκτρονικές υπογραφές που βασίζονται σε αναγνωρισμένο πιστοποιητικό και οι οποίες δημιουργούνται από ασφαλή διάταξη δημιουργίας υπογραφής:

α) Ικανοποιούν τις νομικές απαιτήσεις υπογραφής σε σχέση με τα δεδομένα σε ηλεκτρονική μορφή κατά τον ίδιο τρόπο που μια ιδιόχειρη υπογραφή ικανοποιεί τις απαιτήσεις αυτές σε σχέση με τα δεδομένα που καταχωρούνται επί χάρτου, και

β) Γίνονται δεκτές ως αποδεικτικό στοιχείο σε νομικές διαδικασίες.

Τα κράτη-μέλη διασφαλίζουν ότι δεν απορρίπτεται η νομική ισχύς και η αποδοχή μιας ηλεκτρονικής υπογραφής ως αποδεικτικού στοιχείου σε νομικές διαδικασίες μόνο λόγω του γεγονότος ότι:

- Είναι υπό μορφή ηλεκτρονικών δεδομένων ή
- Δεν βασίζεται σε αναγνωρισμένο πιστοποιητικό ή
- Δεν βασίζεται σε αναγνωρισμένο πιστοποιητικό που εκδόθηκε από διαπιστευμένο παροχέα υπηρεσιών πιστοποίησης ή
- Δεν δημιουργείται από ασφαλή διάταξη δημιουργίας υπογραφής.

ΕΥΘΥΝΗ

Τα κράτη-μέλη διασφαλίζουν κατ' ελάχιστον ότι, με την έκδοση πιστοποιητικού αναγνωρισμένου στο κοινό ή με την εγγύηση τέτοιου πιστοποιητικού, ο παροχέας υπηρεσιών πιστοποίησης επέχει ευθύνη για την προκληθείσα ζημιά, έναντι οποιουδήποτε φορέα ή φυσικού ή νομικού προσώπου που ευλόγως βασίζεται στο πιστοποιητικό αυτό:

α) Όσον αφορά την ακρίβεια, κατά τη στιγμή έκδοσης του, όλων των πληροφοριών που περιέχονται στο αναγνωρισμένο πιστοποιητικό, καθώς και την ύπαρξη στο πιστοποιητικό όλων των στοιχείων, τα οποία απαιτούνται για ένα αναγνωρισμένο. β) Για τη διαβεβαίωση ότι, κατά το χρόνο έκδοσης του πιστοποιητικού, ο υπογράφων που ταυτοποιείται στο αναγνωρισμένο πιστοποιητικό ήταν κάτοχος των δεδομένων δημιουργίας υπογραφής που αντιστοιχούν στα δεδομένα επαλήθευσης υπογραφής, τα οποία αναφέρονται ή ταυτοποιούνται στο πιστοποιητικό, γ) Για τη διαβεβαίωση ότι τα δεδομένα δημιουργίας υπογραφής και τα δεδομένα επαλήθευσης υπογραφής μπορούν να χρησιμοποιηθούν συμπληρωματικά, στις περιπτώσεις που αμφότερα προέρχονται από τον παροχέα υπηρεσιών πιστοποίησης, εκτός εάν ο παροχέας υπηρεσιών πιστοποίησης αποδείξει ότι δεν ενήργησε αμελώς.

Τα κράτη-μέλη διασφαλίζουν κατ' ελάχιστον ότι ο παροχέας υπηρεσιών πιστοποίησης που εξέδωσε αναγνωρισμένο πιστοποιητικό στο κοινό επέχει ευθύνη για τη ζημιά που προξενείται σε οποιονδήποτε φορέα ή φυσικό πρόσωπο, που ευλόγως βασίζεται στο πιστοποιητικό αυτό, εκτός εάν ο παροχέας υπηρεσιών πιστοποίησης αποδείξει ότι δεν ενήργησε αμελώς.

Τα κράτη-μέλη διασφαλίζουν ότι ένας παροχέας υπηρεσιών πιστοποίησης δύναται να αναγράφει σε αναγνωρισμένο πιστοποιητικό περιορισμούς χρήσης αυτού του πιστοποιητικού, με την προϋπόθεση ότι οι περιορισμοί αυτοί είναι αναγνωρίσιμοι για τους τρίτους. Ο παροχέας υπηρεσιών πιστοποίησης δεν επέχει ευθύνη για βλάβες που προκύπτουν από χρήση ενός αναγνωρισμένου πιστοποιητικού που υπερβαίνει τους περιορισμούς, οι οποίοι αναγράφηκαν σε αυτό.

Τα κράτη-μέλη διασφαλίζουν ότι ένας παροχέας υπηρεσιών πιστοποίησης δύναται να αναγράφει στο αναγνωρισμένο πιστοποιητικό όρια στο ύψος των συναλλαγών, για τις οποίες το πιστοποιητικό μπορεί να χρησιμοποιηθεί, με την προϋπόθεση ότι τα όρια αυτά είναι αναγνωρίσιμα για τους τρίτους.

Ο παροχέας υπηρεσιών πιστοποίησης δεν ευθύνεται για ζημιές που απορρέουν από την υπέρβαση αυτών των ορίων.

ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΠΤΥΧΕΣ

Τα κράτη-μέλη διασφαλίζουν ότι τα πιστοποιητικά που εκδίδονται στο κοινό ως αναγνωρισμένα πιστοποιητικά από παροχέα υπηρεσιών πιστοποίησης, εγκατεστημένο σε τρίτη χώρα, θεωρούνται νομικώς ισοδύναμα με πιστοποιητικά που εκδίδονται από παροχέα υπηρεσιών πιστοποίησης εγκατεστημένο στην Κοινότητα.

Η Επιτροπή, για να διευκολύνει τις διασυνοριακές υπηρεσίες πιστοποίησης με τρίτες χώρες και την αναγνώριση προηγμένων ηλεκτρονικών υπογραφών προερχόμενων από τρίτες χώρες, διατυπώνει προτάσεις για την επίτευξη αποτελεσματικής εφαρμογής προτύπων και διεθνών συμφωνιών που ισχύουν για υπηρεσίες πιστοποίησης. Ειδικότερα, όπου κρίνει απαραίτητο, υποβάλλει προτάσεις προς το Συμβούλιο για την έκδοση κατάλληλων εντολών διαπραγμάτευσης διμερών και πολυμερών συμφωνιών με τρίτες χώρες και διεθνείς οργανισμούς. Το Συμβούλιο αποφασίζει με ειδική πλειοψηφία.

ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Τα κράτη-μέλη διασφαλίζουν ότι οι παροχείς υπηρεσιών πιστοποίησης και οι εθνικοί φορείς, αρμόδιοι για πιστοποίηση ή εποπτεία, συμμορφώνονται προς τις απαιτήσεις που καθορίζονται στην Οδηγία 95/46/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 24ης Οκτωβρίου 1995, για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών.

Τα κράτη-μέλη διασφαλίζουν ότι ένας παροχέας υπηρεσιών πιστοποίησης, που εκδίδει πιστοποιητικά στο κοινό, δύναται να συλλέγει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα μόνο απευθείας από το πρόσωπο το οποίο αφορούν ή με τη ρητή συγκατάθεση του, και μόνο στο βαθμό που είναι απαραίτητο για τους σκοπούς έκδοσης και διατήρησης του πιστοποιητικού. Δεν επιτρέπεται συλλογή ή επεξεργασία των δεδομένων για οποιουδήποτε άλλους σκοπούς, χωρίς τη ρητή συναίνεση του εν λόγω προσώπου.

Με την επιφύλαξη των εννόμων συνεπειών των ψευδωνύμων δυνάμει της εθνικής νομοθεσίας, τα κράτη-μέλη δεν εμποδίζουν τους παροχείς υπηρεσιών πιστοποίησης να αναφέρουν στο πιστοποιητικό ψευδώνυμο αντί του ονόματος του υπογράφοντος.

III) Πρόταση Οδηγίας σχετικά με την εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές

Πρόκειται για τροποποιημένη πρόταση Οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με την εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές και την τροποποίηση των Οδηγιών 97/7/EK και 98/27/EK.

Στις 19 Νοεμβρίου 1998 η Επιτροπή ενέκρινε πρόταση οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με την εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές και την τροποποίηση της Οδηγίας 90/619/ΕΟΚ του Συμβουλίου και των οδηγιών 97/7/EK και 98/27/EK. Η Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή ενέκρινε τη γνώμη της κατά την 363η ολομέλεια της. Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο ενέκρινε στις 5 Μαΐου 1999 ψήφισμα νομοθετικού περιεχομένου με τη γνώμη του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου.

Η τροποποιημένη πρόταση εκπονήθηκε λαμβάνοντας υπόψη τις τροπολογίες του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, αλλά και προβλέποντας ορισμένες τροποποιήσεις που προκύπτουν τόσο από τη συνολική εναρμόνιση της παρούσας πρότασης όσο και από την ανάγκη να γίνει σαφής σύνδεση με τα ήδη υπάρχοντα κείμενα. Η τροποποίηση εκπονήθηκε συνυπολογίζοντας τις εργασίες του Συμβουλίου και λαμβάνοντας υπόψη τις εργασίες της Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής.

Για τη σύνταξη αυτής της Οδηγίας συνεκτιμήθηκε το γεγονός ότι, τόσο για τους καταναλωτές όσο και για τους προμηθευτές χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, η εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών θα είναι ένα από τα κυριότερα απτά αποτελέσματα της ολοκλήρωσης της εσωτερικής αγοράς. Κρίνεται επίσης ότι είναι προς το συμφέρον των καταναλωτών να έχουν πρόσβαση χωρίς διακρίσεις στο ευρύτερο δυνατό φάσμα χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών που διατίθενται στην Κοινότητα, ώστε να μπορούν να επιλέξουν τις πλέον κατάλληλες για τις ανάγκες τους. Προκειμένου να εξασφαλίζεται η ελευθερία της επιλογής του καταναλωτή, η οποία αποτελεί ουσιώδες δικαίωμα του, είναι απαραίτητο να υπάρχει υψηλό επίπεδο προστασίας του καταναλωτή, ώστε να βελτιώνεται η εμπιστοσύνη του στο εξ αποστάσεως εμπόριο.

Είναι ουσιώδες για την ομαλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς, οι καταναλωτές να είναι σε θέση να διαπραγματεύονται και να συνάπτουν συμβάσεις με προμηθευτή εγκατεστημένο εκτός της χώρας τους, ανεξάρτητα από το αν ο προμηθευτής είναι εγκατεστημένος και στη χώρα συνήθους διαμονής του καταναλωτή.

Οι χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, λόγω του μη υλικού χαρακτήρα τους, προσφέρονται κατεξοχήν για την εξ αποστάσεως εμπορία. Συνεπώς η θέσπιση νομικού πλαισίου για τις εξ αποστάσεως συμβάσεις που αφορούν χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες πρέπει να αυξάνει την εμπιστοσύνη του καταναλωτή στη χρησιμοποίηση των νέων τεχνικών εξ αποστάσεως εμπορίας χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, όπως το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Η διαπραγμάτευση συμβάσεων εξ αποστάσεως συνεπάγεται χρησιμοποίηση τηλεπικοινωνιακών τεχνικών. Αυτές οι διαφορετικές τεχνικές χρησιμοποιούνται στο πλαίσιο ενός συστήματος εξ αποστάσεως πώλησης ή παροχής υπηρεσιών, χωρίς να υπάρχει ταυτόχρονη παρουσία του προμηθευτή και του καταναλωτή. Η διαρκής εξέλιξη των τεχνικών αυτών επιβάλλει την ανάγκη καθορισμού έγκυρων αρχών ακόμη και για τις τεχνικές που χρησιμοποιούνται προς το παρόν ελάχιστα. Επομένως οι συμβάσεις εξ αποστάσεως είναι εκείνες, των οποίων η προσφορά, η διαπραγμάτευση και η σύναψη πραγματοποιούνται εξ αποστάσεως.

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΟΔΗΓΙΑΣ

Το αντικείμενο της Οδηγίας είναι η προσέγγιση των νομοθετικών κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών-μελών σχετικά με την εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές.

ΠΕΛΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Οι συμβάσεις που αφορούν χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, οι οποίες περιλαμβάνουν διαδοχικές πράξεις ή σειρά χωριστών πράξεων που κλιμακώνονται. Οι διατάξεις της Οδηγίας εφαρμόζονται μόνο στην πρώτη πράξη, ανεξάρτητα από το εάν οι πράξεις αυτές είναι δυνατό να θεωρηθούν, με βάση την εθνική νομοθεσία, ως μέρη μιας μοναδικής σύμβασης ή διακριτών μεμονωμένων συμβάσεων.

ΟΡΙΣΜΟΙ

1. "Σύμβαση εξ αποστάσεως": Κάθε σύμβαση που αφορά χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες και συνάπτεται μεταξύ ενός προμηθευτή των υπηρεσιών αυτών και ενός καταναλωτή, στο πλαίσιο ενός συστήματος εξ αποστάσεως πώλησης ή παροχής υπηρεσιών οργανωμένου από τον προμηθευτή, ο οποίος χρησιμοποιεί αποκλειστικά μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως για τις επαφές του με τον καταναλωτή μέχρι και τη στιγμή σύναψης της σύμβασης.

2. "Χρηματοπιστωτική υπηρεσία": Κάθε τραπεζική, ασφαλιστική, επενδυτική υπηρεσία και υπηρεσία πληρωμών.

3. "Ενυπόθηκο δάνειο": Κάθε δάνειο ανεξάρτητα από την εγγύηση ή την ασφάλεια που συνδέεται με αυτό, το οποίο προορίζεται κυρίως για την απόκτηση ή τη διατήρηση δικαιωμάτων κυριότητας επί εδαφικής έκτασης ή κτιρίου κατασκευασμένου ή υπό κατασκευή, ή το οποίο προορίζεται για την ανακαίνιση ή τον καλλωπισμό ενός κτιρίου.

4. "Προμηθευτής": Κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο, το οποίο, ενεργώντας στο πλαίσιο της εμπορικής ή επαγγελματικής του ιδιότητας, παρέχει το ίδιο τις υπηρεσίες που αποτελούν αντικείμενο των συμβάσεων που καλύπτονται από την εν λόγω Οδηγία ή μεσολαβεί για την παροχή των υπηρεσιών αυτών ή για τη σύναψη εξ αποστάσεως σύμβασης μεταξύ των μερών αυτών.

5. "Καταναλωτής": Κάθε φυσικό πρόσωπο, το οποίο έχει τη συνήθη διαμονή του στο έδαφος της Κοινότητας και το οποίο, στο πλαίσιο των συμβάσεων που καλύπτονται από την Οδηγία, ενεργεί για σκοπούς, οι οποίοι είναι εκτός του πεδίου των εμπορικών, επιχειρηματικών ή επαγγελματικών του δραστηριοτήτων.

6. "Τηλεπικοινωνιακή τεχνική": Κάθε μέσο, το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί, χωρίς την αυτοπρόσωπη και ταυτόχρονη παρουσία του προμηθευτή και του καταναλωτή, για την εξ αποστάσεως αγοραπωλησία υπηρεσίας μεταξύ τους.

7. "Σταθερό μέσο": Κάθε μέσο που επιτρέπει στον καταναλωτή να διατηρεί πληροφορίες, οι οποίες αποστέλλονται προσωπικά και ειδικά σε αυτόν και οι οποίες περιέχονται κυρίως σε δισκέτες ηλεκτρονικών υπολογιστών, σε CD-ROM καθώς και σε σκληρό δίσκο ενός προσωπικού υπολογιστή, όπου αποθηκεύονται τα δεδομένα που διαβιβάζονται με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.

8. "Φορέας ή προμηθευτής μέσου τηλεπικοινωνίας": κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο, ιδιωτικού ή δημόσιου δικαίου, του οποίου η επαγγελματική δραστηριότητα συνίσταται στη διάθεση μιας ή περισσότερων τηλεπικοινωνιακών τεχνικών στους προμηθευτές.

Στην Οδηγία προσδιορίζεται ακόμη η πληροφόρηση που θα πρέπει να έχει ο καταναλωτής πριν από τη σύναψη της σύμβασης και προσδιορίζονται τα δικαιώματα υπαναχώρησης μετά τη σύμβαση. Επίσης προσδιορίζεται τι πρέπει να γίνεται σε περίπτωση που δεν θα είναι διαθέσιμη η υπηρεσία, καθώς και οι όροι που θα πρέπει να τηρούνται κατά τις πληρωμές με πιστωτικές κάρτες.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑΣ

IV) Πρόταση Κανονισμού του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την προστασία των ατόμων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από τα όργανα και τους οργανισμούς της Κοινότητας και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών

- (α) "Δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα": Κάθε πληροφορία που αναφέρεται σε φυσικό πρόσωπο, του οποίου η ταυτότητα είναι γνωστή ή μπορεί να εξακριβωθεί (στο εξής: "Το πρόσωπο, στο οποίο αναφέρονται τα δεδομένα"). Ως πρόσωπο, του οποίου η ταυτότητα μπορεί να εξακριβωθεί, λογίζεται το πρόσωπο εκείνο που μπορεί να προσδιοριστεί, άμεσα ή έμμεσα, ιδίως βάσει αριθμού ταυτότητας ή βάσει ενός ή περισσοτέρων συγκεκριμένων στοιχείων που χαρακτηρίζουν την υπόσταση του από σωματική άποψη, από άποψη φυσιολογίας ή από διανοητική, οικονομική, πολιτιστική ή κοινωνική άποψη.
- (β)
"Επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα" (στο εξής: "Επεξεργασία"): Κάθε εργασία ή σειρά εργασιών που πραγματοποιείται με ή χωρίς τη χρήση αυτοματοποιημένων διαδικασιών και εφαρμόζεται σε δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα, όπως η συλλογή, η καταχώρηση, η οργάνωση, η αποθήκευση, η προσαρμογή ή μεταβολή, η ανάκτηση, η αναζήτηση πληροφοριών, η χρήση, η γνωστοποίηση με διαβίβαση, η διάδοση και κάθε άλλη μορφή διάθεσης, η εναρμόνιση ή ο συνδυασμός, καθώς και το κλείδωμα, η διαγραφή ή η καταστροφή.
- (γ) "Αρχείο δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα" (στο εξής: "Αρχείο"): Κάθε διαμορφωμένο σύνολο δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, τα οποία είναι προσιτά υπό συγκεκριμένες προϋποθέσεις, χωρίς να έχει σημασία αν το σύνολο αυτό είναι συγκεντρωμένο, αποκεντρωμένο ή καταναμημένο σε λειτουργική ή γεωγραφική βάση.
- (δ) "Υπεύθυνος της επεξεργασίας δεδομένων": Το όργανο ή ο οργανισμός της Κοινότητας, η Γενική Διεύθυνση, η μονάδα και κάθε άλλη οργανική οντότητα που, αυτοτελώς ή από κοινού με άλλους, αποφασίζει για τους σκοπούς και τις μεθόδους της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα σε περίπτωση που οι σκοποί και οι μέθοδοι της επεξεργασίας καθορίζονται σε συγκεκριμένη κανονιστική πράξη της Κοινότητας. Η ίδια κανονιστική πράξη είναι δυνατό να προσδιορίζει τον υπεύθυνο της επεξεργασίας ή τις ειδικές προϋποθέσεις που ισχύουν για το διορισμό του.
- (ε) "Εκτελών την επεξεργασία": Το φυσικό ή νομικό πρόσωπο, η δημόσια αρχή, η υπηρεσία ή οποιοσδήποτε άλλος φορέας που επεξεργάζεται δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα για λογαριασμό του υπεύθυνου της επεξεργασίας.
- (στ) "Τρίτοι": Το φυσικό ή νομικό πρόσωπο, η δημόσια αρχή, η υπηρεσία ή οποιοσδήποτε άλλος φορέας, με εξαίρεση το πρόσωπο, στο οποίο αναφέρονται τα δεδομένα, τον υπεύθυνο της επεξεργασίας, τον εκτελούντα την επεξεργασία και τα πρόσωπα, τα οποία, υπό την άμεση εποπτεία του υπεύθυνου της επεξεργασίας ή του εκτελούντος την επεξεργασία, νομιμοποιούνται να επεξεργάζονται τα δεδομένα.

- (ζ) "Αποδέκτης", το φυσικό ή νομικό πρόσωπο: Η δημόσια αρχή, η υπηρεσία ή οποιοσδήποτε άλλος φορέας, στον οποίο γνωστοποιούνται τα δεδομένα, είτε πρόκειται για κάποιον τρίτο είτε όχι. Ωστόσο οι αρχές, στις οποίες ενδεχομένως περιέχονται δεδομένα στο πλαίσιο συγκεκριμένης έρευνας, δεν θεωρούνται αποδέκτες.
- (η) "Συγκατάθεση του προσώπου, στο οποίο αναφέρονται τα δεδομένα": Κάθε δήλωση βούλησης ελεύθερης, ρητής και με πλήρη επίγνωση, με την οποία το πρόσωπο, στο οποίο αναφέρονται τα δεδομένα, συγκατανεύει στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που το αφορούν. Η επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα επιτρέπεται μόνο εφόσον:
- (α) Είναι απαραίτητη για την εκπλήρωση καθήκοντος που εκτελείται προς χάρη του δημόσιου συμφέροντος βάσει νόμου ή στο πλαίσιο θεμιτής άσκησης δημόσιας εξουσίας που έχει ανατεθεί στο εκάστοτε όργανο ή στον εκάστοτε οργανισμό της Κοινότητας ή σε τρίτον, στον οποίον γνωστοποιούνται τα δεδομένα ή
- (β) Είναι απαραίτητη για την εκπλήρωση εκ του νόμου υποχρέωσης, την οποία επέχει ο υπεύθυνος της επεξεργασίας ή
- (γ) Είναι απαραίτητη για την εκτέλεση σύμβασης που έχει συνάψει το πρόσωπο, στο οποίο αναφέρονται τα δεδομένα, ή για ενέργειες που πραγματοποιούνται με αίτηση του προσώπου αυτού πριν από τη σύναψη συμβάσεως ή
- (δ) Το πρόσωπο, στο οποίο αναφέρονται τα δεδομένα έχει δώσει την αδιαμφισβήτητη συγκατάθεση του ή
- (ε) Είναι απαραίτητη για τη διαφύλαξη ζωτικού συμφέροντος του προσώπου, στο οποίο αναφέρονται τα δεδομένα.

ΑΣΦΑΛΕΙΑ

Τα όργανα και οι οργανισμοί της Κοινότητας λαμβάνουν τα ενδεδειγμένα τεχνικά και οργανωτικά μέτρα, με σκοπό την κατοχύρωση της ασφαλούς χρήσης των τηλεπικοινωνιακών δικτύων και του τερματικού εξοπλισμού, εν ανάγκη σε συνεννόηση με τους φορείς παροχής κοινόχρηστων τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών ή/και τους φορείς παροχής δημόσιων τηλεπικοινωνιακών δικτύων. Τα εν λόγω μέτρα πρέπει να κατοχυρώνουν ικανοποιητικό βαθμό ασφάλειας σε σχέση με το μέγεθος του κινδύνου, λαμβανομένης υπόψη της επιστημονικής προόδου και του κόστους εφαρμογής τους.

ΑΠΟΡΡΗΤΟ ΤΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ

Τα όργανα και οι οργανισμοί της Κοινότητας διασφαλίζουν το απόρρητο των επικοινωνιών μέσω τηλεπικοινωνιακών δικτύων και τερματικού εξοπλισμού. Απαγορεύεται η ακρόαση, λαθραία λήψη, αποθήκευση και κάθε άλλη μορφή παρεμβολής ή παρακολούθησης επικοινωνιών από άλλα πρόσωπα πλην των χρηστών και χωρίς τη συγκατάθεση των εκάστοτε χρηστών.

ΚΑΤΑΛΟΓΟΙ ΧΡΗΣΤΩΝ

Τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που περιλαμβάνονται σε έντυπους ή ηλεκτρονικούς καταλόγους χρηστών πρέπει να περιορίζονται σε ό,τι είναι αναγκαίο για τους ειδικούς σκοπούς του εκάστοτε καταλόγου.

Τα όργανα και οι οργανισμοί της Κοινότητας λαμβάνουν όλα τα αναγκαία μέτρα, προκειμένου τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που περιέχονται σε τέτοιους καταλόγους να μη χρησιμοποιούνται για άμεσο μάρκετινγκ, χωρίς να έχει σημασία αν τα δεδομένα αυτά είναι προσιτά στο κοινό ή όχι.

Ένδειξη της ταυτότητας και περιορισμός αναγνώρισης καλούσας και συνδεδεμένης γραμμής:

1. Όταν παρέχεται ένδειξη της ταυτότητας καλούσας γραμμής, ο καλών χρήστης πρέπει να έχει τη δυνατότητα, με απλά μέσα και ατελώς, να απαλείφει την ένδειξη της ταυτότητας της καλούσας γραμμής.

2. Όταν παρέχεται ένδειξη της ταυτότητας καλούσας γραμμής, ο καλούμενος χρήστης πρέπει να έχει τη δυνατότητα, με απλά μέσα και ατελώς, να εμποδίζει την ένδειξη της ταυτότητας της καλούσας γραμμής για τις εισερχόμενες κλήσεις.

3. Όταν παρέχεται ένδειξη της ταυτότητας της συνδεδεμένης γραμμής, ο καλούμενος χρήστης πρέπει να έχει τη δυνατότητα, με απλά μέσα και ατελώς, να απαλείφει την ένδειξη της ταυτότητας της συνδεδεμένης γραμμής στον καλούντα χρήστη.

Το πλαίσιο της ΕΕ για την καταπολέμηση της απάτης στα συστήματα ηλεκτρονικών πληρωμών

Παρά τη δίχως προηγούμενο δυναμική ανάπτυξης της ΕΕ, το οργανωμένο έγκλημα ολοένα και διογκώνεται σαν απειλή για την κοινωνία. Το οργανωμένο έγκλημα αναπτύσσεται χάρη στην ελεύθερη διακίνηση των αγαθών, κεφαλαίων, υπηρεσιών και προσώπων. Οι τεχνολογικές καινοτομίες, όπως το Internet και οι ηλεκτρονικές χρηματοοικονομικές συναλλαγές, αποτελούν ένα καλό όχημα για εγκληματικές πράξεις ή για τη μεταφορά των κερδών σε φαινομενικά νόμιμες δραστηριότητες.

Η διασφάλιση της ορθής σύνδεσης των οικονομικών και κοινωνικών δραστηριοτήτων προς όφελος των παραγωγών και των καταναλωτών, προϋποθέτει έναν ασφαλή μηχανισμό πληρωμών.

Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο του Δουβλίνου, (Δεκέμβριος 1996) υπογράμμισε την απόλυτη πεποίθηση του να καταπολεμηθεί το οργανωμένο έγκλημα, όπως και την ανάγκη για μια ενιαία και συντονισμένη προσέγγιση από την Ένωση. Μετατρέποντας τα σχέδια αυτά σε πραγματική δράση, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο του Άμστερνταμ, Ιούνιος 1997, υιοθέτησε ένα σχέδιο δράσης για την καταπολέμηση του Οργανωμένου Εγκλήματος όπου, μεταξύ όλων των άλλων, καλεί το Συμβούλιο και την Επιτροπή να εξετάσουν και να καταθέσουν, μέχρι το τέλος του 1998, προτάσεις για το οικονομικό έγκλημα και την πλαστογραφία, που συνδέονται με τα μέσα των εξ αποστάσεως πληρωμών.

Οι καθαρά εθνικές απάτες γίνονται διεθνείς. Μια παρανομία με πιστωτικές κάρτες, για παράδειγμα, μπορεί να διαπραχτεί οπουδήποτε είναι αποδεκτές οι κάρτες ως τρόπος πληρωμής. Οι εξ αποστάσεως συναλλαγές έχουν τεράστια σημασία στις διακρατικές σχέσεις και κατά συνέπεια οι μεγάλης κλίμακας απάτες περιλαμβάνουν ειδικευμένους "δράστες" και οργανωμένες ομάδες εγκληματιών. Η διεθνοποίηση της εγκληματικής συμπεριφοράς κάνει επιτακτική την ανάγκη συντονισμένης δράσης σε πανευρωπαϊκό επίπεδο. Η ανάγκη να προσδιοριστεί το πρόβλημα των

εγκληματικών δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τα συστήματα και τις συσκευές πληρωμών, οδηγεί σε περαιτέρω αλλαγές, υπό την προοπτική των θεσμικών, οικονομικών και τεχνολογικών αλλαγών:

- Η αλλαγή προς ένα ενιαίο νόμισμα διευκολύνεται από την ύπαρξη ενός διαφανούς και ασφαλούς τρόπου ηλεκτρονικών πληρωμών.
- Η υιοθέτηση και εφαρμογή της Κοινωνίας της Πληροφορίας και του ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως τονίζεται στην επικοινωνία για την "Ευρωπαϊκή Πρωτοβουλία για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο", προϋποθέτει επαρκείς διευκολύνσεις πληρωμών.

ΗΦΥΣΗ ΚΑΙ Η ΕΚΤΑΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ

Αν και οι πληρωμές δίχως μετρητά έχουν αναπτυχθεί και σε αριθμό και σε σύνθεση, τα μοναδικά στατιστικά στοιχεία που υπάρχουν για την οικονομική απάτη και πλαστογραφία τα βρίσκουμε από τους πιο παραδοσιακούς τρόπους συναλλαγών, όπως οι κάρτες και οι επιταγές. Ο συνολικός τζίρος πληρωμών με πιστωτικές κάρτες προσεγγίζει τα 2 τρισ. δολάρια το χρόνο. Από αυτά, τα 3 δισ. δολάρια ήτοι ποσοστό 0,15% χάνονται κάθε χρόνο ως αποτέλεσμα απάτης στις πιστωτικές κάρτες.

Τα μέτρα καταπολέμησης της απάτης λαμβάνονται κυρίως στα πλαίσια της κάθε χώρας, γεγονός που σε μερικές περιπτώσεις οδήγησε σε μια πρόσκαιρη μείωση της εγχώριας απάτης. Ωστόσο το έγκλημα προσαρμόζεται, παρουσιάζοντας διασυνοριακό χαρακτήρα και αυξάνοντας την παρουσία του διεθνώς. Μεγάλη σημασία αποκτά και το οικονομικό έγκλημα που συνδέεται με τα δίκτυα των ηλεκτρονικών υπολογιστών (hacking), το οποίο μπορεί να επηρεάσει τους τρόπους και τα συστήματα πληρωμών.

Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο σε ψήφισμα του στις 15 Μαΐου 1998, κατέληξε σε ένα σχέδιο κοινής δράσης, με στόχο την ανταλλαγή πληροφοριών ανάμεσα στις νομικές υπηρεσίες και τη βιομηχανία πιστωτικών καρτών.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή υπέβαλε την 1η Ιουλίου 1998 στο Ευρωπαϊκό Συμβούλιο ανακοίνωση με τον τίτλο "Πλαίσιο δράσης για την καταπολέμηση της απάτης και της πλαστογραφίας όσον αφορά τα μέσα πληρωμών πλην των μετρητών" (COM(98) 395 τελικό), το οποίο περιλαμβάνει πολιτική δράση της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η οποία καλύπτει τόσο προληπτικές όσο και κατασταλτικές πτυχές του προβλήματος. Το παράρτημα 1 της εν λόγω ανακοίνωσης περιέχει ένα σχέδιο κοινής δράσης για την καταπολέμηση της απάτης και της πλαστογραφίας όσον αφορά τα μέσα πληρωμών πλην των μετρητών.

Με την έναρξη ισχύος της συνθήκης του Άμστερνταμ δεν υφίστανται πλέον κοινές δράσεις. Ως νομικά μέσα υιοθετούνται οι αποφάσεις πλαίσια, ως νέα σχετικά μέσα στη διάθεση του Συμβουλίου. Το 1999 το Συμβούλιο (ΕΕ C 438) βάσει του άρθρου 34 της συνθήκης για την Ευρωπαϊκή Ένωση εξέδωσε ανακοίνωση με σκοπό να αντικαταστήσει το σχέδιο κοινής δράσης για την καταπολέμηση της απάτης και της πλαστογραφίας όσον αφορά τα μέσα πληρωμών πλην των μετρητών, με επαναδιατυπωμένη απόφαση πλαίσιο. Σκοπός της εν λόγω ανακοίνωσης είναι επίσης να περιληφθούν οι νομοθετικές εξελίξεις που πραγματοποιήθηκαν στο Συμβούλιο μετά την έγκριση της προηγούμενης ανακοίνωσης της Επιτροπής.

Σκοπός του αναθεωρημένου πλαισίου δράσης είναι να διασφαλιστεί ότι η απάτη σχετικά με όλες τις μορφές πληρωμών πλην των μετρητών αναγνωρίζεται ως ποινικό αδίκημα και τιμωρείται με

αποτελεσματικές, ανάλογες και αποτρεπτικές κυρώσεις σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ, και ότι εγκαθιδρύονται οι κατάλληλοι μηχανισμοί συνεργασίας ώστε να αντιμετωπισθούν αποτελεσματικά οι ενέργειες αυτές. Το γεγονός αυτό δεν θίγει τη δυνατότητα των κρατών μελών να θέσουν εκτός νόμου και πρόσθετα εγκλήματα πληροφορικής, όπως την πρόσβαση χωρίς άδεια σε συστήματα πληρωμών που βασίζονται στην τεχνολογία των πληροφοριών. Η απόφαση πλαίσιο αποφεύγει ηθελημένα τη χρήση αυστηρά καθορισμένων χαρακτηρισμών βάσει του υπάρχοντος ποινικού δικαίου γιατί ενδεχομένως οι χαρακτηρισμοί αυτοί δεν καλύπτουν τα ίδια στοιχεία σε όλες τις χώρες. Η προσέγγιση που επελέγη είναι η περιγραφή των διαφόρων συμπεριφορών που θα θεωρούνται ποινικά αδικήματα σε ολόκληρη την Ένωση κατά τρόπο που να μην περιορίζει την εφαρμογή της απόφασης πλαισίου σε συγκεκριμένα είδη μέσων πληρωμών πλην των μετρητών. Για το σκοπό αυτό, ο κατάλογος του άρθρου 2 της "απόφασης πλαίσιο" αναφορικά με την περιγραφή των αξιόποινων συμπεριφορών καταρτίζεται βάσει του άμεσου στόχου που επιδιώκει ο διαπράξας το αδίκημα: Δηλαδή αν η ενέργεια στρέφεται κατά του μέσου πληρωμών ή της κατασκευής του μέσου πληρωμών, ή αν στρέφεται κατά μιας ή περισσότερων πράξεων πληρωμών, ή κατά του ίδιου του συστήματος για την παραγγελία, τη συλλογή, την επεξεργασία, το συμψηφισμό και το διακανονισμό πράξεων πληρωμών.

Ταυτόχρονα με όλες αυτές τις δράσεις, σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Επιτροπής πραγματοποιούνται συναντήσεις με εκπροσώπους εθνικών αστυνομικών αρχών της Europol και Interpol, εκπροσώπους καταναλωτών και εμπόρων καθώς, και με εκπροσώπους χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων και της βιομηχανίας συστημάτων πληρωμών. Βασικός στόχος αυτών των συναντήσεων είναι η σφαιρική διατύπωση απόψεων για θέματα εκπαίδευσης και ανταλλαγής πληροφοριών μεταξύ όλων των εμπλεκόμενων φορέων, η ανάπτυξη της συνεργασίας με τους εμπόρους, η ενίσχυση προστασίας των καταναλωτών και η προστασία από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, σύμφωνα και με την ισχύουσα κοινοτική και εθνική νομοθεσία των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Η παγκόσμια επανάσταση της πληροφορικής, με πιο χαρακτηριστικά το Internet και το ηλεκτρονικό εμπόριο, μεταβάλλει τον τρόπο με τον οποίο επικοινωνούν οι άνθρωποι και τη μορφή της εργασίας.

Το θέμα είναι αν και σε ποιο βαθμό το οργανωμένο έγκλημα μπορεί να εκμεταλλευτεί την Κοινωνία της Πληροφορίας.

Στο πλαίσιο της εργασίας για την Κοινωνία της Πληροφορίας και το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, η Επιτροπή έχει υιοθετήσει ένα σημαντικό αριθμό πρωτοβουλιών, με στόχο τη δημιουργία ενός ξεκάθαρα πλαισίου για τη μελλοντική του ανάπτυξη, ώστε να αυξηθούν οι επενδύσεις στις ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες, με μελλοντικά οφέλη για την ΕΕ σε ό,τι αφορά την ανάπτυξη, την ανταγωνιστικότητα και την απασχόληση.

Υπό το φως των παραπάνω στοιχείων, η Επιτροπή υποστηρίζει πως η απάντηση στο πρόβλημα εξαρτάται από μια κοινή προσέγγιση, παρά από την απομόνωση και τις επιμέρους προσπάθειες.

Πρώτα απ' όλα τα εργαλεία, τα βασικά συστήματα και τα χαρακτηριστικά που απαιτούνται για την εφαρμογή τους πρέπει να ταιριάζουν τεχνικά. Αυτό είναι το απολύτως απαραίτητο στοιχείο για μια επαρκή αντίδραση στο έγκλημα. Πρέπει να είναι πρωταρχική ευθύνη ολόκληρης της βιομηχανίας προς κάποιες περισσότερο ασφαλείς μεθόδους πληρωμής, ώστε να είναι ξεκάθαρο

στους χρήστες ποια ασφάλεια παρέχεται σε κάθε επίπεδο συναλλαγών. Αυτή η ευθύνη πρέπει να συμπεριλάβει και τους παροχείς υπηρεσιών Internet, στους οποίους εναπόκειται η διασφάλιση της ασφαλούς ανταλλαγής χρηματοοικονομικών πληροφοριών.

Ωστόσο, δεν χωράει αμφιβολία πως η τεχνική ασφάλεια από μόνη της θα βοηθήσει να υψωθεί ένα προστατευτικό τείχος. Γι' αυτό δεν πρέπει να γίνεται αντιληπτή ως η τελική λύση. Όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς πρέπει να παίξουν το δικό τους ρόλο, ώστε να προωθηθεί και να εφαρμοστεί το κατάλληλο πλαίσιο, το οποίο θα οδηγήσει:

- Στην παροχή των κινήτρων για σύντομη ανίχνευση των μέτρων (παρεμπόδιση) και
- Την εφαρμογή ενός ασφαλούς δικτύου σχεδιασμένου να επιβάλλει κυρώσεις όταν γίνονται παραβάσεις (κυρώσεις).

Το έγκλημα δεν αποτελεί πια ένα γεωγραφικά προσδιορισμένο φαινόμενο κυρίως υπό τις συνθήκες που έχουν δημιουργηθεί με τη διάδοση των νέων τεχνολογιών. Για να ενδυναμωθεί η αποτελεσματικότητα κάθε δράσης, υπάρχει ανάγκη, όπου είναι δυνατό, να διασφαλιστεί η συνοχή στην προσέγγιση σε διεθνές επίπεδο.

Με στόχο να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις που δημιουργούν οι απειλές των εγκλημάτων με τη μορφή της απάτης και της πλαστογραφίας, που σχετίζονται με τις πληρωμές δίχως μετρητά, η Επιτροπή πρότεινε ένα Σχέδιο Ενιαίας Δράσης. Σκοπός του είναι να διασφαλίσει πως η απάτη που αφορά όλα τα μέσα πληρωμής δίχως μετρητά αναγνωρίζεται ως εγκληματική πράξη, στην οποία πρέπει να επιβληθούν κυρώσεις, και ότι όλα τα κράτη-μέλη θα έχουν τους κατάλληλους μηχανισμούς, ώστε να είναι σε θέση να τιμωρήσουν τις πράξεις αυτές. Αυτό είναι δίχως προκατάληψη για τα κράτη-μέλη η ικανότητα να ποινικοποιήσουν και άλλες μορφές του λεγόμενου εγκλήματος των ηλεκτρονικών υπολογιστών, όπως η ικανότητα πρόσβασης με τη χρησιμοποίηση της πληροφόρησης που στηρίζεται στην τεχνολογία του συστήματος πληρωμών.

Η κοινή δράση σκόπιμα αποφεύγει τη χρήση αυστηρά προσδιορισμένων κριτηρίων υπό το υπάρχον ποινικό δίκαιο, γιατί δεν καλύπτει τα ίδια στοιχεία παντού. Η μορφή της ενιαίας δράσης είναι προτιμότερη. Καθορίζει το αποτέλεσμα που πρέπει να επιτευχθεί, ενώ παράλληλα αφήνει το περιθώριο στις εθνικές αρχές να επιλέξουν τη μέθοδο, με την οποία θα πετύχουν το στόχο. Η προτεινόμενη Κοινή Δράση έχει βέβαια σχεδιαστεί με βάση τη Συνθήκη του Μάαστριχτ

Προστασία Δεδομένων: Η Επιτροπή επικυρώνει τη συμφωνία του "Ασφαλούς Λιμένα" με τις ΗΠΑ

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έδωσε στον επίτροπο εσωτερικής αγοράς Frits Bolkestein την έγκριση να αναζητήσει την υποστήριξη των κρατών-μελών της ΕΕ για να εγκριθεί η πρόταση των Ηνωμένων Πολιτειών για την εφαρμογή της συμφωνίας "ασφαλούς λιμένα", ως ικανοποιητικού μέσου προστασίας των προσωπικών δεδομένων που μεταφέρονται από την ΕΕ στους συμμετέχοντες στον "ασφαλή λιμένα". Υπό την Οδηγία της ΕΕ για την προστασία των προσωπικών δεδομένων, τα κράτη-μέλη πρέπει να διασφαλίζουν πως τα προσωπικά δεδομένα μεταβιβάζονται σε κράτη εκτός Ένωσης με επαρκή ασφάλεια. Η ίδια Οδηγία προβλέπει ότι η Επιτροπή προβαίνει σε θετικές διαπιστώσεις, όταν η προστασία που παρέχεται από ένα κράτος ικανοποιεί τις απαιτούμενες προϋποθέσεις. Έπειτα από δύο χρόνια συζητήσεων, οι ΗΠΑ είναι πλέον έτοιμες να εφαρμόσουν μια συμφωνία, για την οποία η Επιτροπή θεωρεί πως προσφέρει ικανοποιητική προστασία.

Ο Επίτροπος Εσωτερικής Αγοράς κ. Fr. Bolkenstein υπογραμμίζει: "Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Λισσαβόνας τόνισε πως οι κανόνες του ηλεκτρονικού εμπορίου πρέπει να είναι μια εργασία

προβλέψιμη και να χαιρεί της εμπιστοσύνης του πελάτη. Χρειαζόμαστε ένα προβλέψιμο σχέδιο για τις συναλλαγές δεδομένων με τους μεγαλύτερους εμπορικούς συνεργάτες μας. Ελπίζω να ολοκληρωθεί η διαδικασία επιτυχώς γιατί ο "ασφαλής λιμένας" θα μας βοηθήσει να αντλήσουμε μεγάλη δυναμική από την επανάσταση της πληροφορίας, παρέχοντας νομική κάλυψη για τους εμπλεκόμενους και επαρκή ασφάλεια για τους πελάτες.

Ο διάλογος ανάμεσα στις ΗΠΑ και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή ξεκίνησε πριν τεθεί σε ισχύ, τον Οκτώβριο 1998, η Οδηγία για την Προστασία των Προσωπικών Δεδομένων, με το διπλό στόχο της διασφάλισης υψηλής προστασίας και της διατήρησης της ελεύθερης ροής δεδομένων στην άλλη άκρη του Ατλαντικού. Οι ομιλίες αυτές επικεντρώθηκαν στη δημιουργία μιας γέφυρας επικοινωνίας ανάμεσα στη νομική προσέγγιση της ΕΕ για την προστασία των δεδομένων και την ευρεία αυτορρυθμιστική προσέγγιση που υιοθέτησαν οι ΗΠΑ. Οι ομιλίες οδήγησαν στον προσδιορισμό της λεγόμενης συμφωνίας "ασφαλούς λιμένα" (safe harbour arrangement)".

Σύμφωνα με τα παραπάνω, το Τμήμα Εμπορίου των ΗΠΑ θα ανακοινώσει μια λίστα εταιριών, οι οποίες θα περιλαμβάνονται στον "ασφαλής λιμένας". Αυτό πρακτικά σημαίνει πως οι ευρωπαίοι επιχειρηματίες θα γνωρίζουν σε ποιες αμερικανικές εταιρίες μπορούν να μεταβιβάσουν δεδομένα χωρίς να χρειάζεται περαιτέρω διασφάλιση, ενώ οι ευρωπαίοι πολίτες έχουν την εγγύηση πως τα δεδομένα τους προστατεύονται επαρκώς. Για να απολαμβάνουν των προνομίων του "ασφαλούς λιμένας", οι εταιρίες πρέπει να δεσμευτούν δημοσίως με τις αρχές του.

Η συμμόρφωση ελέγχεται, από την πρώτη κιόλας στιγμή, από ιδιωτικούς φορείς, αλλά η μη-συμμόρφωση αποτελεί αντικείμενο νομικών κυρώσεων. Η συμφωνία πρέπει να εγκριθεί με ειδική πλειοψηφία των κρατών-μελών.

Όταν η συμφωνία θα έχει επικυρωθεί, αυτό θα σημαίνει:

- Ενίσχυση της προστασίας των δεδομένων που φτάνουν στις ΗΠΑ
- Δημιουργία ενός ευέλικτου και λιγότερου επιβαρυντικού διοικητικά πλαισίου για διαχειριστές των δεδομένων της ΕΕ, οι οποίοι μεταφέρουν δεδομένα στις ΗΠΑ
- Παροχή καθοδήγησης στις εταιρίες και σε άλλους οργανισμούς στις ΗΠΑ, που επιθυμούν να γνωρίσουν το επίπεδο "ικανοποιητικής προστασίας"
- Παροχή της απαραίτητης νόμιμης κάλυψης για εκείνους που συμμετέχουν στη συμφωνία μη διακοπής της μεταφοράς των δεδομένων τους. Στις 5 Ιουνίου 2000 το αμερικανικό Τμήμα Εμπορίου διαπραγματεύτηκε τις βασικές αρχές του "ασφαλούς λιμένας". Μερικές από τις σημαντικές έννοιες που εισάγονται αφορούν:
 - Ειδοποίηση: Ένας οργανισμός πρέπει να ενημερώνει τα άτομα σχετικά με τους λόγους για τους οποίους συλλέγει και χρησιμοποιεί προσωπικά τους στοιχεία.
 - Επιλογή: Ένας οργανισμός πρέπει να προσφέρει στα άτομα τη δυνατότητα να επιλέξουν σε ποιες περιπτώσεις επιθυμούν να αποκαλύψουν προσωπικές πληροφορίες σε τρίτο μέρος ή να χρησιμοποιηθούν αυτές (οι πληροφορίες) για σκοπό διαφορετικό από εκείνον που είχε αρχικά προβλεφτεί. Στα άτομα πρέπει να προσφερθεί ένας ξεκάθαρος και συμβατός μηχανισμός που θα τους επιτρέψει να επιλέξουν. Για ευαίσθητα δεδομένα (π.χ. κατάσταση υγείας, φυλετική ή εθνική καταγωγή, πολιτικές απόψεις, θρησκευτικά ή φιλοσοφικά πιστεύω, καθώς και πληροφορίες που αφορούν την ερωτική ζωή του ατόμου), πρέπει να δώσουν θετική και σαφή συγκατάθεση για τη μεταβίβαση των πληροφοριών αυτών σε κάποιο τρίτο μέρος για λόγο που δεν είχε αρχικά

προβλεφτεί. Σε κάθε περίπτωση ένας οργανισμός πρέπει να αντιμετωπίζει κάθε δεδομένο που λαμβάνει από ένα τρίτο μέρος ως ευαίσθητο, αν το μέρος αυτό χαρακτηρίζει την πληροφορία αυτή ως τέτοια.

- Κατευθυνόμενη μεταφορά: Για την παροχή σε τρίτο μέρος μιας πληροφορίας, οι οργανισμοί πρέπει να εφαρμόσουν τις αρχές ειδοποίησης και επιλογής. Σε κάθε περίπτωση που κάποιος οργανισμός επιθυμεί να μεταφέρει δεδομένα σε τρίτο μέρος λειτουργεί σαν πρακτορείο, αν πρώτα όμως έχει εξακριβώσει πως το τρίτο μέρος ικανοποιεί τις αρχές που προβλέπονται.
- Ασφάλεια: Οι οργανισμοί που δημιουργούν, διατηρούν και χρησιμοποιούν προσωπικά δεδομένα οφείλουν να λαμβάνουν μέτρα προφύλαξης για να διαφυλάξουν την ύπαρξή τους, τη μη καταστροφή τους, καθώς και την ορθή χρήση τους.
- Ακεραιότητα των δεδομένων: Σύμφωνα με τις αρχές τα προσωπικά δεδομένα πρέπει να συνδέονται με τους σκοπούς, για τους οποίους χρησιμοποιούνται. Ένας οργανισμός πρέπει να χρησιμοποιήσει τις πληροφορίες αυτές με τρόπο που να συμβαδίζει με το σκοπό, για τον οποίο είχε αρχικά δημιουργηθεί από το άτομο. Στο βαθμό που χρειάζεται για τους σκοπούς αυτούς, ένας οργανισμός πρέπει να πραγματοποιήσει τα αναγκαία εκείνα βήματα για να διασφαλίσει πως τα δεδομένα είναι αξιόπιστα για τη μελλοντική τους χρήση, ακριβή, πλήρη και επίκαιρα.
- Πρόσβαση: Τα άτομα πρέπει να έχουν πρόσβαση στις προσωπικές πληροφορίες που τα αφορούν (και οι οποίες διατηρούνται από κάποιο οργανισμό) και να έχουν τη δυνατότητα να τις διορθώσουν, να τις τροποποιήσουν, ή και να διαγράψουν πληροφορίες που είναι ανακριβείς, εκτός από τις περιπτώσεις όπου η επιβάρυνση ή η έκταση της παρεχόμενης πρόσβασης είναι δυσανάλογη προς τους κινδύνους της ιδιωτικής ζωής του ατόμου.
 - Επιβολή: Η αποτελεσματική ιδιωτική προστασία πρέπει να περιλαμβάνει μηχανισμούς που διασφαλίζουν τη συμμόρφωση προς τις αρχές, διεξόδους για τα άτομα, των οποίων τα δεδομένα επηρεάζονται από μη ελαστικότητα με τις αρχές, και τις συνέπειες για τον οργανισμό όταν δεν ακολουθούνται οι αρχές. Τα ελάχιστα που πρέπει να περιλαμβάνουν οι μηχανισμοί αυτοί αφορούν:
 1. Μηχανισμούς προσφυγής εύκολα προσβάσιμους, τους οποίους τα άτομα θα μπορούν να χρησιμοποιούν για να αποκαταστήσουν τυχόν παραβιάσεις.
 2. Μηχανισμούς επίβλεψης, ώστε να επιβεβαιώνεται πως οι μαρτυρίες και οι ισχυρισμοί των επιχειρήσεων για τα πρακτικά που διαθέτουν είναι αληθινοί και χρησιμοποιούνται όπως παρουσιάζονται.
 3. Την υποχρέωση να επιλύονται τα προβλήματα που δημιουργούνται από τη μη συμμόρφωση των οργανισμών με τις αρχές. Οι κυρώσεις πρέπει να είναι τόσο αυστηρές, ώστε να εξασφαλίζεται η συμμόρφωση των οργανισμών.

Παράρτημα Β΄

Γλωσσάρι

Above the line	"Πάνω από τη γραμμή". Ο όρος, αφορά στις λογιστικές εγγραφές οι οποίες συμμετέχουν στον υπολογισμό ενός συνόλου. Συνήθως οι εγγραφές πάνω από τη γραμμή καλύπτουν μεγέθη και κατηγορίες, οι οποίες αναμένονται να μεταβληθούν κατά τη διάρκεια μιας λογιστικής περιόδου.
Back up	Ενεργές Σελίδες Υπηρεσιών Αυτόματη Ταμειολογιστική Μηχανή Προληπτική μεταφορά προγραμμάτων και αρχείων σε μαγνητικό μέσο, που μπορεί να αποθηκευτεί σε ασφαλές μέρος. Η ενέργεια αυτή εξασφαλίζει την ομαλή συνέχιση των εργασιών σε περίπτωση απώλειας στοιχείων και προγραμμάτων ή βλάβης στο μηχανικό μέρος του ηλεκτρονικού υπολογιστή.
Bandwidth	Εύρος ζώνης: Α) Μία περιοχή συχνοτήτων, που διατίθεται για εκπομπή σημάτων ή για μεταφορά πληροφοριών. Εκφράζεται σε Hertz. Β) Η πλήρης περιοχή συχνοτήτων με τις οποίες μπορεί να λειτουργήσει ένα ιδιαίτερο σύστημα πληροφοριών που προσδιορίζεται από τη μέγιστη συχνότητα που μπορεί να αποκωδικοποιηθεί.
Banking Supervision Committee Banner	Επιτροπή Τραπεζικής Εποπτείας Τίτλος ή σημαία. Εδώ αποτελεί είδος ψηφιακής διαφήμισης στο χώρο του διαδικτύου, όπου περιλαμβάνονται γραφικά, παρουσιάσεις, εικόνες εταιρικά σήματα κ.ά.
Below the line	Τα εξαιρετικά, μη προβλέψιμα κέρδη ή ζημιές που καταγράφονται στο λογαριασμό αποτελεσμάτων κάτω από τα καθαρά κέρδη (ή ζημιές) ύστερα από την πληρωμή φόρων.
Best-of-breed	Ξεχωριστός, άριστος, διακεκριμένος
Brand-name	Εταιρικό όνομα, εταιρική ταυτότητα
Browser	Διακομιστής σελίδων Internet (www) σε φιλικό περιβάλλον Windows
Business-to-business	Παροχή υπηρεσιών ή προϊόντων σε επιχειρηματικούς πελάτες μέσω του διαδικτύου
Business-to-consumer	Παροχή υπηρεσιών ή προϊόντων από τις επιχειρήσεις προς τους καταναλωτές μέσω διαδικτύου
CHAPS (Clearing House Automated Payment Systems)	Αυτοματοποιημένο Σύστημα Πληρωμών. Πρόκειται για το δίκτυο υπολο-γιστών, μέσω του οποίου διεκπεραιώνονται οι μεταφορές κεφαλαίων μεταξύ τραπεζών. (Μ. Βρετανία)
Client/server architecture	Δικτυακή δομή, στην οποία κάθε υπολογιστές ή διαδικασία στο Internet είναι είτε πελάτης (client) είτε παροχέας (server). Οι παροχείς είναι πανίσχυροι υπολογιστές ή διαδικασίες επικεντρωμένες στη διαχείριση των οδηγών δίσκων, εκτυπωτών ή της δικτυακής κίνησης. Οι πελάτες είναι ηλεκτρονικοί υπολογιστές ή σταθμοί εργασιών, στους οποίους οι χρήστες "τρέχουν" εφαρμογές. Οι πελάτες βασίζονται στους παροχείς για τις πηγές, όπως αρχεία, συσκευές και δυνατότητα προσέγγισης.
CRM · Customer Relationship Management	Νέα μορφή management που αποσκοπεί στη δημιουργία σχέσεων αμοιβαίου κέρδους με τον πελάτη. Βασίζεται και αξιοποιεί τα ιδιαίτερα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά του πελάτη και όχι απλά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του.

Cross-selling	Διασταυρούμενες πωλήσεις προϊόντων ή υπηρεσιών. Όταν δηλαδή οι πωλήσεις ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας προκαλούν αντίστοιχα πωλήσεις άλλου προϊόντος ή υπηρεσίας.
Custody	Θεματοφυλακή. Ονομάζεται η φύλαξη ή και διαχείριση των περιουσιακών στοιχείων για λογαριασμό του ιδιοκτήτη τους
Distance Learning DSL	Η εξ αποστάσεως εκπαίδευση Data Service Language
E-banking, Electronic banking	Ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking) είναι η υλοποίηση τραπεζικών συναλλαγών από απόσταση με χρήση εναλλακτικών καναλιών επικοινωνίας μεταξύ τράπεζας και πελάτη, τα οποία βασίζονται στη σύγχρονη τεχνολογία.
EBPP - Electronic Bill Presentment and Payment E-brokerage, Electronic brokerage	Ηλεκτρονική παρακολούθηση και πληρωμή λογαριασμών Παροχή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και προϊόντων μέσω διαδικτύου
E-commerce, Electronic commerce	Ηλεκτρονικό εμπόριο. Η διενέργεια εμπορικών πράξεων σε απευθείας σύνδεση (on-line). Περιλαμβάνει, για παράδειγμα, αγοραπωλησία προϊόντων με ψηφιακό χρήμα (Digital Cash) και μέσω EDI (Electronic Data Interchange - Ανταλλαγή Ηλεκτρονικών Δεδομένων).
E-finance, Electronic finance	A) Ηλεκτρονική χρηματοδότηση (δανεισμός, πίστωση με σκοπό την επένδυση κατά τον παραγωγικότερο τρόπο) και διαχείριση χρηματικών πόρων. B) Παροχή ηλεκτρονικών οικονομικών υπηρεσιών.
EFTPOS - Electronic Fund Transfer Point Of Sales Euroland Extranet	Ηλεκτρονική συσκευή μεταφοράς κεφαλαίων εγκατεστημένη σε σημείο πώλησης, για την πληρωμή μέσω ηλεκτρονικών πιστωτικών καρτών. Η Ευρώπη ως ένας ενιαίος χώρος οικονομικής συνεργασίας Αφορά ένα ολοκληρωμένο δίκτυο (Intranet), το οποίο είναι επιπλέον προσπελάσιμο από εξουσιοδοτημένους εξωτερικούς παράγοντες (π.χ. πελάτες). Αν και ένα ολοκληρωμένο δίκτυο (Intranet) περιέχει συστήματα ασφαλείας και μπορεί να προσπελαστεί μόνο από πρόσωπα που είναι μέλη της ίδιας εταιρίας ή οργανισμού, το extranet παρέχει ποικίλα επίπεδα πρόσβασης στα εκτός δικτύου άτομα. Μπορεί κάποιος να έχει πρόσβαση σ' ένα τέτοιο δίκτυο χρησιμοποιώντας ένα έγκυρο κωδικό όνομα (username), έναν κωδικό ασφαλείας (password) και μια ταυτότητα, η οποία καθορίζει ποια μέρη του δικτύου μπορεί να επισκεφτεί.
Firewall	Σύστημα Ασφαλείας. Χρησιμοποιείται όταν κάποιες δικτυακές τοποθεσίες απαιτούν μεγαλύτερο βαθμό προστασίας.
Fixed fee	Η σταθερή χρέωση για πρόσβαση στο διαδίκτυο.
GSM - Global System for Mobile Communications	Παγκόσμιο Σύστημα Κινητών Επικοινωνιών. Πρόκειται για ένα από τα κορυφαία ψηφιακά ασύρματα συστήματα, με το οποίο επιτρέπονται οχτώ ταυτόχρονα τηλεφωνήματα στην ίδια ραδιοφωνική εκπομπή.
Hacking	Ενέργεια, η οποία αφορά την αντιγραφή ή παραποίηση προγραμμάτων (software) χωρίς άδεια ή την παραβίαση μεγαλύτερων συστημάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών (τραπεζών, οργανισμών), είτε για προσωπική ικανοποίηση (χόμπι) είτε εσκεμμένα για πρόκληση ζημιών. Η λεγόμενη "πειρατεία".
Home banking	Τραπεζικές συναλλαγές εξ αποστάσεως από το σπίτι
ICT- Information & Communication Technologies Information broker	Τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών Παροχέας Πληροφοριών

Interactive TV	Αμφίδρομη, διαλογική, διαδραστική τηλεόραση. Σύστημα λειτουργίας, κατά το οποίο ο χρήστης βρίσκεται σε συνεχή, άμεση και αμφίδρομη επικοινωνία με το πρόγραμμα που παρακολουθεί μέσω ερωταποκρίσεων. Λειτουργία σε μορφή διαλόγου, κατά την οποία δίδονται και εκτελούνται εντολές τόσο από το χρήστη όσο και από το δέκτη της τηλεόρασης.
Integrated Services Digital Network	Ψηφιακό Δίκτυο Ολοκληρωμένων Υπηρεσιών. Το δίκτυο αυτό προσφέρει στους συνδρομητές του - χρήστες ηλεκτρονικού υπολογιστή - μια σειρά από τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες, ικανοποιώντας έτσι άμεσα και πρακτικά τις ανάγκες τους. Οι υπηρεσίες που παρέχει είναι: α) Από άποψη μετάδοσης κειμένων και εικόνων teletex, telefax, videotex, ηλεκτρονική παροχή πάσης φύσης πληροφοριών, τηλεειδοποίηση, μεταβίβαση εικόνων, σχεδίων και διαγραμμάτων, εικονοτηλέφωνο και δορυφορική τηλεόραση, β) Παράλληλα, υπηρεσίες τηλεματικής με οπτικές ίνες στο σύνολο σχεδόν των κατόχων ηλεκτρονικού υπολογιστή που είναι συνδεδεμένοι με το δίκτυο.
Interlinking System	Σύστημα Διασύνδεσης
Internet	Διαδίκτυο. Το παγκόσμιο δίκτυο που επιτρέπει σε εκατομμύρια υπολογιστές να επικοινωνούν μεταξύ τους. Κάθε υπολογιστής που είναι συνδεδεμένος στο διαδίκτυο είναι ανεξάρτητος. Επικρατεί δηλαδή κάποιου είδους αναρχία, η οποία όμως λειτουργεί πολύ καλά. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι πρόσβασης στο διαδίκτυο. Συνήθως λειτουργεί κάποιος παροχέας υπηρεσιών, μέσω του οποίου είναι δυνατή η πρόσβαση.
Internet banking Intra-day trading	Τραπεζικές συναλλαγές μέσω διαδικτύου Οι οικονομικές ή εμπορικές συναλλαγές που ολοκληρώνονται μέσα σε μια ημέρα.
Intranet	Ένα δίκτυο, το οποίο βασίζεται στα πρωτόκολλα TCP/IP και κατά κανόνα ανήκει σ' έναν οργανισμό, συνήθως εταιρία, προσπελάσιμο μόνο από τα μέλη του οργανισμού, τους υπαλλήλους και όσους έχουν την απαραίτητη εξουσιοδότηση.
ISP - Internet Service Provider	Ένα Intranet site μοιάζει με ένα κοινό site, αλλά το σύστημα ασφαλείας που περιβάλλει το Intranet δεν επιτρέπει την πρόσβαση σε μη εξουσιοδοτημένα πρόσωπα.
IVRS -Interactive Voice Response System	Εταιρία που έχει ως αντικείμενο την παροχή υπηρεσιών Internet Σύστημα Αμφίδρομης Φωνητικής Αναγνώρισης
Knowledge Economy	Οικονομία που βασίζεται στη γνώση. Πρόκειται για την οικονομία στην Κοινωνία της Πληροφορίας.
Large-Value Payment Systems	
Links	Συστήματα για πληρωμές μεγάλης αξίας. Συνδέσεις στο διαδίκτυο μεταξύ δικτυακών τόπων. Κανάλια συνδέσεων με πολλά συστήματα, κοινές γραμμές σύνδεσης. Το κομμάτι ενός υποπρογράμματος που αποτελεί το σύνδεσμο του με το κύριο πρόγραμμα. Μερικές φορές καλούνται hot links γιατί οδηγούν σε κάποιο άλλο πρόγραμμα αν πατήσει κάποιος πάνω τους "click". Στις επικοινωνίες είναι η γραμμή ή το κανάλι, μέσω του οποίου μεταφέρονται δεδομένα. Σε κάποια επιχειρησιακά λειτουργικά συστήματα (UNIX για παράδειγμα) είναι δείκτης για ένα αρχείο, φάκελο.
Marketing one to one	

MIS - Management Information System Mobile commerce - m-commerce	<p>Νέα σύγχρονη μορφή marketing που, εκτός από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά ομάδων πελατών (π.χ. άνδρες ηλικίας 20-30 ετών), λαμβάνει υπόψη και τα ιδιαίτερα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά του κάθε ατόμου.</p> <p>Σύστημα διαχείρισης των πληροφοριών με σκοπό την καλύτερη παρουσίαση τους στην διεύθυνση διαχείρισης μιας επιχείρησης.</p> <p>Κάθε συναλλαγή με χρηματική αξία, που διεξάγεται μέσω ενός δικτύου κινητής τηλεφωνίας. Αποτελεί εγκάρσια τομή στην πληροφορική, τις επικοινωνίες και το ηλεκτρονικό εμπόριο ταυτόχρονα.</p>
Niche market	<p>Στρατηγική marketing που μπορεί να ακολουθεί μια μικρή - κυρίως - επιχείρηση, η οποία εξειδικεύεται σε κάτι και δραστηριοποιείται αντίστοιχα σε ένα συγκεκριμένο τομέα αγοράς, τον οποίο δεν έχουν σκεφτεί (ή δεν μπορούν) να προσεγγίσουν οι μεγάλες εταιρίες του κλάδου.</p>
On-line On-line συναλλαγή	<p>Άμεση σύνδεση τερματικού με κεντρικό υπολογιστή</p> <p>Εκτέλεση συναλλαγής σε κατάσταση on-line</p>
Outsourcing	<p>Ανάθεση υλοποίησης εσωτερικών επιχειρηματικών ενεργειών σε εξειδικευμένες εταιρίες.</p>
PC - Personal Computer PC banking	<p>Προσωπικός υπολογιστής.</p> <p>Συναλλαγές μέσω προσωπικού υπολογιστή (PC banking), όπου το τηλεφωνικό δίκτυο χρησιμοποιείται για μεταφορά δεδομένων. Ο πελάτης χρησιμοποιεί, εκτός από τον προσωπικό του υπολογιστή (που άλλωστε αποτελεί" το βασικό εξοπλισμό για κάθε on-line συναλλαγή), ένα modem και κάποιο κατάλληλο λογισμικό που παρέχεται από την τράπεζα.</p>
PDA - Personal Digital Assistant PIN - Personal Identification Number Portal	<p>Φορητός υπολογιστής μεγέθους "παλάμης" (palmtop) Προσωπικός Αριθμός Ταυτοποίησης</p> <p>Διαδικτυακή πύλη. Κεντρική διεύθυνση στο Internet, όπου υπάρχουν συγκεντρωμένες πληροφορίες διαφόρων κατηγοριών και η οποία προσφέρει στον επισκέπτη τη δυνατότητα να πλοηγηθεί σε επιμέρους θέματα.</p>
RCS - Risk Control System Real time	<p>Σύστημα Ελέγχου των Επιχειρηματικών Κινδύνων</p> <p>Πραγματικός χρόνος.</p> <p>Αφορά την αμεσότητα με την οποία διοχετεύεται η πληροφόρηση, την πραγματική στιγμή, τη στιγμή που λαμβάνει χώρα ένα γεγονός</p>
Remote Banking Retail Banking	<p>Τραπεζικές συναλλαγές εξ αποστάσεως</p> <p>Λιανικές τραπεζικές συναλλαγές</p>
ROE - Return On Equity	<p>Χρηματοοικονομικός δείκτης, ο οποίος υπολογίζεται εάν διαιρεθεί το καθαρό εισόδημα μιας εταιρίας με το συνολικό αριθμό των μετοχών. Ο συγκεκριμένος δείκτης θεωρείται πολύ σημαντικός για τους επενδυτές, αφού είναι ένα μέτρο της απόδοσης των μετοχών της συγκεκριμένης εταιρίας.</p>
Search engine	<p>Μηχανή αναζήτησης</p> <p>Πρόκειται για προγράμματα λογισμικού, τα οποία επιτρέπουν στο χρήστη την αναζήτηση και εύρεση στοιχείων, πληροφοριών και διευθύνσεων στο διαδίκτυο, με βάση μία ή περισσότερες λέξεις "κλειδιά".</p>
SET-Secure Electronic Transaction Site,Website	<p>Ασφαλής ηλεκτρονική συναλλαγή.</p> <p>Ιστοσελίδα. Ηλεκτρονική διεύθυνση.</p> <p>Είναι μια ηλεκτρονική διεύθυνση στο παγκόσμιο δίκτυο (World Wide Web). Κάθε τοποθεσία περιλαμβάνει μια κύρια σελίδα (home page), η οποία είναι και το πρώτο στοιχείο που βλέπει κάποιος που επισκέπτεται τη συγκεκριμένη διεύθυνση. Μπορεί να περιλαμβάνει επιπλέον στοιχεία και πληροφορίες. Κάθε τέτοια τοποθεσία ανήκει και διευθύνεται είτε από κάποιο πρόσωπο είτε από μία εταιρία ή</p>

Small-Value Payment System Smart cards	<p>οργανισμό. Σύστημα πληρωμών μικρής αξίας Έξυπνες κάρτες. Χαρακτηρίζεται έτσι κάθε είδους κάρτα, συνήθως από πλαστικό, η οποία ενσωματώνει ηλεκτρονικό κύκλωμα (τσιπ) ή μαγνητική ταινία για την αποθήκευση πληροφοριών. Τέτοιου είδους κάρτες είναι οι πιστωτικές κάρτες, οι cash cards, οι τηλεκάρτες, οι κάρτες ασφαλείας που περιέχουν στοιχεία για τον κάτοχο τους και επιτρέπουν την πρόσβαση σε διάφορους χώρους με το άνοιγμα αυτόματων θυρών.</p>
SMS - Script Message Service Spreadsheet	<p>Υπηρεσία γραπτών μηνυμάτων Λογιστικό φύλλο, φύλλο εργασίας. Είναι ένα φύλλο χαρτιού κατάλληλα διαρρυθμισμένο με στήλες και σειρές για την καταχώρηση χρηματοοικονομικών, λογιστικών στοιχείων και την κατάστρωση λογιστικών καταστάσεων.</p>
SWIFT-Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunications	<p>Ο ίδιος τρόπος απεικόνισης και εισαγωγής στοιχείων (αλλά με αρκετές αυτοματοποιημένες λειτουργίες) και η ίδια ονομασία χρησιμοποιείται και σε προγράμματα υπολογιστών που χρησιμοποιούνται για αυτούς τους σκοπούς. Πρόκειται για μια παγκόσμια ένωση όλων των τραπεζών, με σκοπό την ασφαλή Ecu ταχύτατη ηλεκτρονική ανταλλαγή κωδικοποιημένων και κλειδαριθμημένων μηνυμάτων μεταφοράς κεφαλαίων από τράπεζα σε τράπεζα, τα οποία προκύπτουν από κάθε μορφή οικονομικής συναλλαγής.</p>
TAN - Transaction Authentication Number	Αριθμός Επικύρωσης Συναλλαγής
TARGET- Trans European Automated Real-time- Gross-settlement Express Transfer	<p>Σύστημα διασύνδεσης που επιτρέπει την επικοινωνία ανάμεσα στα συστήματα διακανονισμού των κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, θεσπίστηκε από την Ευρωπαϊκή Τράπεζα και τις εθνικές Κεντρικές Τράπεζες των κρατών αυτών.</p>
Telephone Banking VeriSign	<p>Τραπεζικές συναλλαγές μέσω τηλεφώνων Διεθνής οργανισμός που πιστοποιεί την ασφάλεια των συναλλαγών στο διαδίκτυο</p>
WAP - Wireless Application Protocol	<p>Σύστημα, το οποίο επεκτείνει τις παρεχόμενες υπηρεσίες των κινητών τηλεφώνων και επιτρέπει στους χρήστες να συνδεθούν με το διαδίκτυο</p>
Web portal Website (βλ. Site)	<p>Δικτυακή τοποθεσία που προσφέρει ευρεία παράθεση υπηρεσιών και πηγών, όπως e-mail, forums, μηχανές αναζήτησης και απ ευθείας αγοραστική ενημέρωση.</p>
Working Group on EU Payment Systems	Ομάδα εργασίας για τα συστήματα πληρωμών στην Ευρωπαϊκή Ένωση
WWW - World Wide Web	<p>Το παγκόσμιο δίκτυο επικοινωνίας μέσω Internet που επιτρέπει την επίσκεψη σε διάφορες ηλεκτρονικές διευθύνσεις</p>
XML - Extensible Markup Language Α.ΣΥ.Κ. Αποδέκτης	<p>Γλώσσα περιγραφής δεδομένων Ανώνυμη Εταιρία Αυτοματοποιημένων Συναλλαγών Κεφαλαιαγοράς Φυσικό ή νομικό πρόσωπο, δημόσια αρχή, υπηρεσία ή οποιοσδήποτε άλλος φορέας, στον οποίο γνωστοποιούνται τα δεδομένα.</p>
Αρχείο δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα	<p>Κάθε διαρθρωμένο σύνολο δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, το οποίο είναι προσιτό υπό συγκεκριμένες προϋποθέσεις, χωρίς να έχει σημασία, αν το σύνολο αυτό είναι συγκεντρωμένο, αποκεντρωμένο ή καταναμημένο σε λειτουργική ή γεωγραφική βάση.</p>

Αρχή της ανωνυμίας	Το δικαίωμα των χρηστών να αποκρύπτουν την ταυτότητα τους - εάν το επιθυμούν - κατά την ηλεκτρονική επικοινωνία τους με μια επιχείρηση ή τράπεζα.
ΓΓΕΤ	Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας
Δεδομένα Δημιουργίας Υπογραφής	Μονοσήμαντα δεδομένα, όπως κώδικες ή ιδιωτικά κλειδιά κρυπτογραφίας, που χρησιμοποιούνται από τον υπογράφοντα για τη δημιουργία ηλεκτρονικής υπογραφής.
Δεδομένα Επαλήθευσης Υπογραφής	Διατεταγμένο υλικό ή λογισμικό που χρησιμοποιείται για την εφαρμογή των δεδομένων επαλήθευσης υπογραφής.
Δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα	Κάθε πληροφορία που αναφέρεται σε φυσικό πρόσωπο, του οποίου η ταυτότητα είναι γνωστή ή μπορεί να εξακριβωθεί. Ως πρόσωπο, του οποίου η ταυτότητα μπορεί να εξακριβωθεί, λογίζεται το πρόσωπο εκείνο που μπορεί να προσδιοριστεί, άμεσα ή έμμεσα, ιδίως βάσει αριθμού
	ταυτότητας ή βάσει ενός ή περισσότερων συγκεκριμένων στοιχείων που χαρακτηρίζουν την υπόσταση του από σωματική άποψη, από άποψη φυσιολογίας ή από διανοητική, οικονομική, πολιτιστική ή κοινωνική άποψη.
ΔΕΗ	Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού
Διάταξη Δημιουργίας Υπογραφής	Διατεταγμένο υλικό ή λογισμικό που χρησιμοποιείται για την εφαρμογή των δεδομένων δημιουργίας της υπογραφής.
ΕΒΕΑ	Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών
ΕΕΗΕ	Εθνική Επιτροπή Ηλεκτρονικού Εμπορίου
Εθελοντική Διαπίστευση	Κάθε άδεια, στην οποία ορίζονται τα δικαιώματα και οι υποχρεώσεις που διέπουν την παροχή υπηρεσιών πιστοποίησης. Χορηγείται, κατόπιν αίτησης του ενδιαφερόμενου παροχέα υπηρεσιών πιστοποίησης, από τον αρμόδιο δημόσιο ή ιδιωτικό φορέα. Ο φορέας αυτός είναι υπεύθυνος για τον καθορισμό αυτών των δικαιωμάτων και υποχρεώσεων και για τον έλεγχο της τήρησής τους, όταν ο παροχέας των υπηρεσιών πιστοποίησης δεν δικαιούται να ασκεί τα δικαιώματα που απορρέουν από την άδεια προτού λάβει την απόφαση του εν λόγω φορέα.
ΕΚΒΑΝ	Ερευνητικές Κοινοπραξίες για τη Βελτίωση της Ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων
ΕΚΤ	Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα
Εκτελών την επεξεργασία	Φυσικό ή νομικό πρόσωπο, δημόσια αρχή, υπηρεσία ή οποιοσδήποτε άλλος φορέας που επεξεργάζεται δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα για λογαριασμό του υπεύθυνου της επεξεργασίας.
Επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα	Κάθε εργασία ή σειρά εργασιών που πραγματοποιείται με ή χωρίς τη χρήση αυτοματοποιημένων διαδικασιών και εφαρμόζεται σε δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα. Τέτοιες εργασίες είναι: Η συλλογή, καταχώρηση, οργάνωση, αποθήκευση, προσαρμογή, μεταβολή, ανάκτηση, αναζήτηση πληροφοριών, χρήση, γνωστοποίηση με διαβίβαση, διάδοση και κάθε άλλη μορφή διάθεσης, η εναρμόνιση ή ο συνδυασμός, καθώς και το κλείδωμα, η διαγραφή ή η καταστροφή.
ΕΠΕΤ	Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Έρευνας και Τεχνολογίας
ΕΣΣΕ	Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου
ΕΣΚΤ	Ευρωπαϊκό Σύστημα Κεντρικών Τραπεζών
Ηλεκτρονικές Υπογραφές	Δεδομένα σε ηλεκτρονική μορφή, τα οποία είναι συνημμένα (ή λογικά συσχετιζόμενα με) σε άλλα ηλεκτρονικά δεδομένα και χρησιμεύουν ως μέθοδος απόδειξης της γνησιότητας.
Η/Υ	Ηλεκτρονικός υπολογιστής
ΚΠΣ	Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης
ΟΟΣΑ	Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης
ΠΑΒΕ	Πρόγραμμα Ανάπτυξης Βιομηχανικής Έρευνας
Παροχέας υπηρεσιών πιστοποίησης	Φορέας ή φυσικό ή νομικό πρόσωπο που εκδίδει πιστοποιητικά ή παρέχει άλλες υπηρεσίες, συναφείς με τις ηλεκτρονικές υπογραφές.

ΠΕΠΕΡ	Πρόγραμμα Επιδεικτικών Έργων = Επιδεικτικά έργα προώθησης της ελληνικής συμμετοχής σε μεγάλα έργα μεταφοράς και προσαρμογής τεχνολογίας
Πιστοποιητικό	Ηλεκτρονική βεβαίωση, η οποία συνδέει δεδομένα επαλήθευσης υπογραφής με ένα άτομο που επιβεβαιώνει την ταυτότητα του.
Προηγμένη ηλεκτρονική υπογραφή	Ηλεκτρονική υπογραφή που ανταποκρίνεται στις εξής απαιτήσεις: α) Παραπέμπει μονοσήμαντα στον υπογράφο, β) Είναι ικανή να "ταυτοποιήσει" τον υπογράφο, γ) Δημιουργείται με μέσα, τα οποία ο υπογράφων μπορεί να διατηρήσει υπό τον αποκλειστικό του έλεγχο, δ) Συνδέεται με τα δεδομένα, στα οποία αναφέρεται, κατά τρόπο ώστε να μπορεί να εντοπιστεί οποιαδήποτε επακόλουθη αλλοίωση των εν λόγω δεδομένων.
Προϊόν ηλεκτρονικής υπογραφής	Υλικό ή λογισμικό ή σύναψη συστατικά στοιχεία τους, που προορίζονται για χρήση από τον παροχέα υπηρεσιών πιστοποίησης για την παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικής υπογραφής ή προορίζονται να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία ή επαλήθευση ηλεκτρονικών υπογραφών.
ΣΔΣΧ ΣΕΠΕ	Συστήματα Διακανονισμού σε Συνεχή Χρόνο Σύνδεσμος Εταιριών Πληροφορικής Ελλάδος.
Συγκατάθεση του προσώπου στο οποίο αναφέρονται τα δεδομένα	Κάθε δήλωση βούλησης, ελεύθερης, ρητής και με πλήρη επίγνωση, με την οποία το πρόσωπο, στο οποίο αναφέρονται τα δεδομένα, συγκαταναύει στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που το αφορούν.
Τρίτοι	Φυσικά ή νομικά πρόσωπα, δημόσια αρχή, υπηρεσία ή οποιοσδήποτε άλλος φορέας με εξαίρεση το πρόσωπο, στο οποίο αναφέρονται τα δεδομένα, τον υπεύθυνο της επεξεργασίας, τον εκτελούντα την επεξεργασία και τα πρόσωπα τα οποία υπό την άμεση εποπτεία του υπεύθυνου της επεξεργασίας ή του εκτελούντος την επεξεργασία νομιμοποιούνται να επεξεργάζονται τα δεδομένα.
ΦΠΑ	Φόρος προστιθέμενης αξίας

Βιβλιογραφία

Έντυπη βιβλιογραφία

1. Διαρθρωτικές Μεταβολές και Απασχόληση στις Τράπεζες. Των Κ. Κανελλόπουλου, Γ. Τσατήρη και θ. Μητράκου, ΕΕΤ-Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα 1998.

Πηγές

1. A framework for action on combating fraud and counterfeiting of non-cash means of payment. European Commission. Commission communication
2. Embracing E-business. Investment management perspectives. Pricewaterhouse Coopers. August 1999. Volume 2. Issue 1.
3. European e-finance. Global Equity Research. Warburg Dillon Read. April 2000
4. Inventory of approaches to authentication and certification in a global networked society. Working party on information security and privacy. OECD. October 1999. Σημειώνεται ότι το κείμενο είναι διαθέσιμο και στην ηλεκτρονική διεύθυνση: [http://www.oilis.oecd.org/olis/1999doc.nsf/linkto/dsti-iccp-reg\(99\)13-final](http://www.oilis.oecd.org/olis/1999doc.nsf/linkto/dsti-iccp-reg(99)13-final).
5. Possible effects of EMU on the EU banking systems in the medium to long term. European Central Bank. February 1999.
6. The competitiveness of Europe's ICT Markets. The crisis amid the growth. Ministerial Conference. Booz - Alien & Hamilton. March 9-10 2000. Noordwijk, The Netherlands.
7. The effects of technology on the EU banking systems. European Central Bank. July 1999
8. The rise of brideless banking. Impact of remote channels. Insights - Banking & Capital Markets. Booz Alien & Hamilton.
9. Thriving in the new economy. Arthur Andersen. 2 January 2000
10. Trade finance can be an attractive business for banks. Trade Finance. Booz Alien & Hamilton.
11. Στοιχεία από την εκδήλωση που διοργάνωσε το μηνιαίο επιχειρηματικό περιοδικό "Executive KNOW-HOW" με θέμα: "Mobile Internet: Νέα Διάσταση του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν" στο πλαίσιο του E-COMMERCE SHOW (14 Ιουνίου 2000, Στάδιο Ειρήνης & Φιλίας).

Έντυπη αρθρογραφία

1. 1,2 εκατ. οι Έλληνες χρήστες του Διαδικτύου. Του Σπ. Κτένα, Εφημερίδα ΤΟ ΒΗΜΑ 28 Μαΐου 2000
2. 648 δισ. αξίζουν οι ελληνικές πύλες στο διαδίκτυο. Του Χρήστου Μελά. εφημερίδα ΕΞΠΡΕΣ 6 Ιουνίου 2000
3. Business and the Internet. The economist, June 26th 1999
4. E-business press releases. PricewaterhouseCoopers.
5. On a wing and a prayer. A survey of international banking. The economist. April 7th 1999
6. The battle to be your online bill collector. Business Week. July 1999
7. Αλήθειες και μύθοι για τη χρήση του Internet. Της Ροής Χάικου. ΤΥΠΟΣ της ΚΥΡΙΑΚΗΣ. Κυριακή 28 Μαΐου 2000.
8. Έρχεται το "INTERNET2"! Εφημερίδα ΕΠΙΕΝΔΥΤΗΣ Σάββατο 3 - Κυριακή 4 Ιουνίου 2000
9. Μέσω internet το 2006 οι κρατικές προμήθειες. Εφημερίδα Χρηματιστήριο. 6 Ιουνίου 2000
10. Πανάκριβο το Ιντερνετ στην Ελλάδα, των Εύη Ελευθεριάδου, Δέσποινα Κουκλάκη και Αριστοτελία Πελώνη,
11. Εφημερίδα ΤΑ ΝΕΑ, Δευτέρα 3 Απριλίου 2000

11. Τηλεπικοινωνίες, κινητή τηλεφωνία, Internet, ηλεκτρονικό εμπόριο. Αφιέρωμα της εφημερίδας ΕΞΙΠΡΕΣ. Απρίλιος 2000.
12. Τηλεπικοινωνίες, κινητή τηλεφωνία. Αφιέρωμα της εφημερίδας ΕΞΙΠΡΕΣ Ιούνιος 2000.
13. Υπάρχει κρίση στην αγορά του Internet; Του Κ. Μαραβέλα. Εφημερίδα ΕΠΕΝΔΥΤΗΣ 3 Ιουνίου 2000

Ηλεκτρονική βιβλιογραφία

1. Adapt or perish! By Mary Beth Guard, <http://bankinfo.com/ecommm/perrish.html>
2. Applying technographics. Forrester. April 7999 <http://www.forrester.com/ER/PressForrFind>
3. Balancing customer needs in retail banking distribution. McKinsey. Current research. <http://mckinseyquarterly.com/electron/>
4. Bank or brokerage firm: Is it the difference on-line? By Jody Noerdlinger <http://www.bankinfo.com/ecommm/brokerage.html>
5. Banks step up security. <http://www.electronicbanker.com/btn/articles/btnaprOO-1.html>
6. Brick and mortar versus the Nebulous Web: What makes an online banking successful? By Jody Noerdlinger <http://www.bankinfo.com/ecommm/webversbrick.html>
7. Community banks go high tech. <http://www.electronicbanker.com/btn/articles/btnaprOO-2.html>
8. E-banking solutions / Introduction to electronic commerce / Equifax / <http://www.goldleaf-tech.com/newsroom/art2.html>
9. E-commerce και η στρατηγική ανάπτυξης του 21ου αιώνα. <http://www.allmedia.gr/articleData/9912Gatzias.htm>
10. Edivan a.s. ePay. <Http://edi3.edivan-as.sk/eng/prod.htm>
11. eEurope: An information society for all. Speech by Mr. Erkki Liikanen. http://www.europa.eu.int/comm/information_society/speeches/liikanen/athens01_en.html
12. Electronic bill payment and presentment. McKinsey. Current research. <http://mckinseyquarterly.com/electron/elbi98.asp>
13. Electronic commerce and the European Union. <http://www.ispo.cec.be/Ecommerce/programmes/euprogrammes.html>
14. From retailing to e-tailing. McKinsey. Current research, <http://mckinseyquarterly.com/>
15. <http://www.abnamro.com>
16. <http://www.aib.ie>
17. <http://www.bancsabadell.com>
18. <http://www.barclays.com>
19. <http://www.bnpgroup.com>
20. <http://www.hsbc.co.uk>
21. <http://www.isabel.be>
22. <http://www.meritanordbanken.com>
23. <http://www.migrosbank.ch>
24. <http://www.ml.com>
25. <http://www.msdc.com>
26. <http://www.natwestgroup.com>
27. <http://www1.lacaixa.es:8090>
28. Internet commerce. Forrester findings. <http://www.forrester.com/ER/PressforrFind>
29. Mobile banking? Hold the phone. By Rob Luke and Susan Luke <http://www.electronicbanker.com/btn/articles/btnmarOO-2.html>