



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΘΕΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΙΑΤΡΙΚΗ

Η ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΩΣ ΒΑΣΗ ΘΕΜΕΛΙΩΣΗΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΟΣ -
ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΤΗΣ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ
ΔΙΚΤΥΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΣΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΤΟΥ ΑΥΡΙΟ -
ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

ΚΥΡΟΔΗΜΟΥ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
Επιβλέπων
ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

Λαμία, 2020



UNIVERSITY OF THESSALY

SCHOOL OF SCIENCE

INFORMATICS AND COMPUTATIONAL BIOMEDICINE

***Banking innovation as a foundation for competitive advantage -
Prospects and Impacts of the Development of Electronic
Banking and Alternative Payment Networks
on Tomorrow's Banking -
The example of the National Bank of Greece***

KYRODIMOU AIKATERINI

Master thesis

STAMOULIS GEORGIOS

Lamia, 2020



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΘΕΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΙΑΤΡΙΚΗ
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ**

**«ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΜΕ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΣΤΗΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑ, ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ
ΜΕΓΑΛΟΥ ΟΓΚΟΥ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΣΟΜΟΙΩΣΗ»**

***Η ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΩΣ ΒΑΣΗ ΘΕΜΕΛΙΩΣΗΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΟΣ -
ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΤΗΣ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ
ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΣΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΤΟΥ ΑΥΡΙΟ -
ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ***

ΚΥΡΟΔΗΜΟΥ ΔΙΚΑΤΕΡΙΝΗ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Επιβλέπων
ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ**

Λαμία, 2020

«Υπεύθυνη Δήλωση μη λογοκλοπής και ανάληψης προσωπικής ευθύνης»

Με πλήρη επίγνωση των συνεπειών του νόμου περί πνευματικών δικαιωμάτων, και γνωρίζοντας τις συνέπειες της λογοκλοπής, δηλώνω υπεύθυνα και ενυπογράφως ότι η παρούσα εργασία με τίτλο [«τίτλος εργασίας»] αποτελεί προϊόν αυστηρά προσωπικής εργασίας και όλες οι πηγές από τις οποίες χρησιμοποίησα δεδομένα, ιδέες, φράσεις, προτάσεις ή λέξεις, είτε επακριβώς (όπως υπάρχουν στο πρωτότυπο ή μεταφρασμένες) είτε με παράφραση, έχουν δηλωθεί κατάλληλα και ευδιάκριτα στο κείμενο με την κατάλληλη παραπομπή και η σχετική αναφορά περιλαμβάνεται στο τμήμα των βιβλιογραφικών αναφορών με πλήρη περιγραφή. Αναλαμβάνω πλήρως, ατομικά και προσωπικά, όλες τις νομικές και διοικητικές συνέπειες που δύναται να προκύψουν στην περίπτωση κατά την οποία αποδειχθεί, διαχρονικά, ότι η εργασία αυτή ή τμήμα της δεν μου ανήκει διότι είναι προϊόν λογοκλοπής.

Ο/Η ΔΗΛΩΝ/-ΟΥΣΑ

Ημερομηνία

Υπογραφή

**Η ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΩΣ ΒΑΣΗ ΘΕΜΕΛΙΩΣΗΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΟΣ -
ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΤΗΣ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ**

ΚΥΡΟΔΗΜΟΥ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ

Τριμελής Επιτροπή:

Όνοματεπώνυμο, ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ (επιβλέπων)

Όνοματεπώνυμο, ΚΟΖΥΡΗ ΜΑΡΙΑ

Όνοματεπώνυμο, ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

Επιστημονικός Σύμβουλος:

Όνοματεπώνυμο, ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΘΕΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ



ΤΜΗΜΑ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

Η ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

ΩΣ ΒΑΣΗ ΘΕΜΕΛΙΩΣΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΟΣ

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ

ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΣΤΗΝ

ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΤΟΥ ΑΥΡΙΟ

ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

**Banking innovation as a foundation for competitive advantage -
Prospects and Impacts of the Development of Electronic Banking
and Alternative Payment Networks on Tomorrow's Banking -
The example of the National Bank of Greece**

ΚΥΡΟΔΗΜΟΥ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ

Γενικά

Η εργασία θα ασχοληθεί με την καινοτομία και την εξέλιξη στην ηλεκτρονική τραπεζική. Θα μελετηθούν τα εναλλακτικά δίκτυα τραπεζικών συναλλαγών από τότε που δημιουργήθηκαν μέχρι σήμερα και το αντίκτυπο που έχουν στην καθημερινή τραπεζική πρακτική. Στο γενικότερο κλίμα της απελευθέρωσης των συναλλαγών, όλες οι τραπεζικές συναλλαγές πραγματοποιούνται με τη χρήση ενός κινητού τηλεφώνου, δηλαδή ενός «ηλεκτρονικού πορτοφολιού». Το «πλαστικό χρήμα» τα επόμενα χρόνια θα εξαφανιστεί και οι τράπεζες θα προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα.

Οι καταναλωτές φαίνεται πως ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για τις νέες τεχνολογίες.

Οι νέοι τρόποι πληρωμών φαίνεται ότι μονοπωλούν το ενδιαφέρον στα smartphones και τους φορητούς υπολογιστές σε όλο τον κόσμο, σύμφωνα με την ετήσια έρευνα της Mastercard, Digital Payments. Παράλληλα, οι καταναλωτές φαίνεται πως ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για τις νέες τεχνολογίες που στόχο έχουν να κάνουν τις αγορές τους πιο γρήγορες, πιο εύκολες και πιο ασφαλείς.

Στην 5η ετήσια έρευνα της Mastercard, η οποία πραγματοποιήθηκε σε συνεργασία με την PRIME Research και την Synthesio, αναλύθηκαν τουλάχιστον 3,5 εκατομμύρια συζητήσεις παγκοσμίως σε διάφορες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, όπως τα Facebook, Twitter, Instagram και Weibo.

«Η φετινή έρευνα αποκαλύπτει μια αλλαγή στο επίπεδο του ενδιαφέροντος για νέους τρόπους αγορών και πληρωμών, που μέχρι και μερικά χρόνια πριν θα φάνταζαν εκτός πραγματικότητας», δήλωσε η VP Digital Communications της Mastercard, Μάρσι Κόεν.

Μεγάλο θέμα συζήτησης στα social media αποτέλεσε επίσης η αυξημένη αποδοχή των ψηφιακών πορτοφολιών στα φυσικά καταστήματα, το Διαδίκτυο και σε αγορές εντός εφαρμογών, ενώ η ενεργοποίηση νέων τεχνολογιών, όπως η τεχνητή νοημοσύνη, ήταν το δεύτερο δημοφιλέστερο θέμα μέσα στο 2016, αναφέρεται στην έρευνα. Επιπλέον, οι καταναλωτές στις συζητήσεις τους υπογράμμισαν διαρκώς ότι η επιτυχία των νέων τεχνολογιών και των νέων τρόπων πληρωμών θα κριθεί από το επίπεδο ασφάλειας που προσφέρεται μέσω αυτών.

Πηγή: www.protothema.gr

Περιεχόμενα

Κεφάλαιο 1:

Εισαγωγή.....	9
1.1. Η ηλεκτρονική τραπεζική και η καινοτομία στον τραπεζικό κλάδο	10

Κεφάλαιο 2: ΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

2.1. Έννοια του χρηματοπιστωτικού συστήματος.....	11
2.2. Απελευθέρωση του ελληνικού τραπεζικού συστήματος.....	12
2.3. Τεχνολογικός εκσυγχρονισμός ελληνικών τραπεζών.....	12
2.4. Συγχωνεύσεις και εξαγορές.....	13
2.5. Προβλέψεις και τάσεις του ελληνικού τραπεζικού συστήματος.....	14

Κεφάλαιο 3: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ

3.1. Τι είναι στρατηγική.....	16
3.1.1. Στρατηγικός Σχεδιασμός.....	16
3.2. Τραπεζική στρατηγική.....	17
3.3. Στρατηγικές Λιανικής Τραπεζικής.....	18
3.4. Επιχειρηματικές Στρατηγικές της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	18
3.5. Στρατηγική εφαρμογής Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	19
3.5.1. Αγορά ή μίσθωση μηχανημάτων – λογισμικού.....	19
3.5.2. Εξωτερική ανάθεση (outsourcing).....	19
3.6. Αντιπαράθεση / Στάθμιση κόστους – οφέλους της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	20
3.7. Ηλεκτρονική Τραπεζική και αντιμετώπιση κινδύνων.....	20
3.7.1. Συναλλακτικός κίνδυνος.....	21
3.7.2. Πιστωτικός κίνδυνος.....	21
3.7.3. Επιχειρηματικός κίνδυνος.....	21
3.7.4. Κίνδυνος ρευστότητας.....	21
3.7.5. Κίνδυνος φήμης.....	22

Κεφάλαιο 4: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

4.1. Η Ηλεκτρονική Τραπεζική γενικά.....	24
4.2. Πώς ορίζεται η Ηλεκτρονική Τραπεζική.....	24
4.3. Ιστορική ανασκόπηση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	25
4.4. Ποιοι συμμετέχουν στην Ηλεκτρονική Τραπεζική.....	26
4.4.1. Πελάτες.....	27
4.4.2. Τράπεζες.....	27
4.4.3. Πάροχοι διαδικτυακών υπηρεσιών.....	27
4.5. Υπηρεσίες – Είδη Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	28
4.5.1. Διαδικτυακή Τραπεζική (Internet Banking).....	28
4.5.2. Τραπεζική μέσω τηλεφώνου (Phone Banking).....	29
4.5.3. Τραπεζική μέσω κινητού τηλεφώνου (Mobile Banking).....	31

Κεφάλαιο 5: Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

5.1. Ιστορική ανασκόπηση ανάπτυξης της Διαδικτυακής Τραπεζικής.....	34
---	----

Κεφάλαιο 6: ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

6.1. Ποιες υπηρεσίες προσφέρει η Ηλεκτρονική Τραπεζική.....	37
6.1.1. Συναλλαγές οικονομικού χαρακτήρα.....	37
6.1.1.α. Μεταφορές χρηματικών ποσών / κεφαλαίων.....	38
6.1.1.β. Εξυπηρέτηση δανείων.....	38
6.1.1.γ. Εξυπηρέτηση πιστωτικών καρτών.....	38

6.1.1.δ. Πληρωμές Δημοσίου.....	39
6.1.1.ε. Πληρωμές Μισθοδοσίας.....	39
6.1.2. Ηλεκτρονική πληροφόρηση.....	39
6.1.2.α. Πληροφόρηση σχετικά με την κίνηση λογαριασμών.....	39
6.1.2.β. Ενημέρωση σχετικά με τις κάρτες.....	40
6.1.2.γ. Ενημέρωση σχετικά με τα δάνεια / χορηγήσεις.....	40
6.1.2.δ. Πληροφορίες επιταγών.....	40
6.1.3. Αιτήσεις.....	40
6.1.4. Βοηθητικές υπηρεσίες.....	40
6.1.4.α. Ενημέρωση IBAN τραπεζικού λογαριασμού.....	41
6.1.4.β. Χρήση συναλλαγματικών ισοτιμιών.....	41
6.1.4.γ. Υπολογιστής δόσεων δανείου.....	41
6.2. Πρόσθετες υπηρεσίες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	41
6.2.1. Επενδύσεις μέσω ηλεκτρονικών δικτύων (e-investment).....	41
6.2.2. Ηλεκτρονικό Εμπόριο (e-commerce).....	42
6.2.2.α. Προπληρωμένες κάρτες.....	43
6.2.2.β. Ηλεκτρονικό εισιτήριο.....	43
6.2.2.γ. Ηλεκτρονικό κατάστημα.....	43
6.2.2.δ. Ηλεκτρονικές μεταφορές κεφαλαίων ανάμεσα σε ιδιώτες.....	44
6.2.3. Προώθηση και διάθεση ασφαλιστικών προϊόντων.....	45
6.2.4. Ηλεκτρονικές εισαγωγές – εξαγωγές.....	45
6.2.5. Υπηρεσίες μεταφοράς χρημάτων μέσω καρτών πληρωμών.....	45

Κεφάλαιο 7: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟΥ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΟΣ

7.1. Τι είναι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.....	47
7.1.1. Τι είναι το όραμα.....	48
7.1.2. Τι είναι η αποστολή.....	48
7.2. Μηχανισμοί δημιουργίας συγκριτικού πλεονεκτήματος.....	48
7.2.1. Οι πέντε δυνάμεις ανταγωνισμού του Porter.....	49
7.2.1.α. Υφιστάμενος ανταγωνισμός.....	50
7.2.1.β. Απειλές από νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις.....	51
7.2.1.γ. Ισχύς διαπραγμάτευσης των πελατών.....	51
7.2.1.δ. Ισχύς διαπραγμάτευσης προμηθευτών.....	52
7.2.1.ε. Απειλή από τα υποκατάστατα.....	52
7.3. Οι πέντε δυνάμεις ανταγωνισμού του Porter στον τραπεζικό τομέα.....	52
7.3.1. Ο υπάρχων τραπεζικός ανταγωνισμός.....	53
7.3.2. Νεοεισερχόμενοι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί.....	53
7.3.3. Διαπραγματευτική ισχύς των πελατών των τραπεζικών ιδρυμάτων.....	53
7.3.4. Ισχύς διαπραγμάτευσης των προμηθευτών των τραπεζικών ιδρυμάτων.....	53
7.3.5. Απειλή από υποκατάστατα τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες.....	54
7.4. Διαδίκτυο και δυνάμεις ανταγωνισμού.....	54
7.4.1. Ο ανταγωνισμός που υπάρχει στον τομέα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	54
7.4.2. Δύναμη διαπραγμάτευσης που έχουν οι πελάτες της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	54
7.4.3. Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	55
7.4.4. Κίνδυνος από νεοεισερχόμενους στον κλάδο της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	55
7.4.5. Απειλή από υποκατάστατες υπηρεσίες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	55
7.5. Analysis SWOT.....	55
7.5.1. SWOT ανάλυση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής – Το παράδειγμα της Κίνας.....	56
7.5.1.α. Ανάλυση των δυνατών σημείων (Strengths).....	56
7.5.1.β. Τα αδύναμα σημεία (Weaknesses).....	57
7.5.1.γ. Ευκαιρίες (Opportunities).....	58
7.5.1.δ. Απειλές (Threats).....	58

7.6. PEST Ανάλυση.....	59
7.6.1. PEST ανάλυση στον τομέα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	59

Κεφάλαιο 8: ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

8.1. Οφέλη χρήσης της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής για τους πελάτες – καταναλωτές (φυσικά και νομικά πρόσωπα).....	63
8.2. Οφέλη για τις τράπεζες.....	64
8.3. Προβλήματα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής για τους πελάτες.....	64
8.4. Προβλήματα εφαρμογής της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής για τις τράπεζες.....	65
8.5. Ανθρώπινο Κεφάλαιο και Ηλεκτρονική Τραπεζική.....	65

Κεφάλαιο 9: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΠΑΤΗ

9.1. Ηλεκτρονικοί κίνδυνοι.....	69
9.1.1. Sniffing.....	69
9.1.2. Key Logging.....	70
9.1.3. Trojan horse.....	70
9.1.4. Phishing (Απατηλά μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου).....	70
9.1.5. Pharming.....	71
9.1.6. Κοινωνική Μηχανική (Social Engineering).....	71
9.1.7. Απάτη του CEO (Απάτη με εταιρικό e-mail).....	71
9.1.8. Απάτες σχετιζόμενες με επενδύσεις.....	72
9.1.9. Απάτη μέσω τιμολογίων και λοιπών παραστατικών.....	72
9.1.10. Απάτες σε αγορές μέσω διαδικτύου.....	72
9.1.11. Απάτη μέσω διαδικτυακών ραντεβού.....	73
9.1.12. Απατηλά μηνύματα SMS (SMISHING).....	73
9.1.13. Απατηλές ιστοσελίδες τραπεζών.....	73
9.1.14. Απατηλές τηλεφωνικές κλήσεις (Vishing).....	74
9.2. Κατοχύρωση ασφάλειας ηλεκτρονικών συναλλαγών.....	74
9.2.1. Κρυπτογράφηση.....	74
9.2.1.α. Συμμετρικά κρυπτοσυστήματα.....	75
9.2.1.β. Ασύμμετρα κρυπτοσυστήματα.....	75
9.2.2. Ψηφιακή υπογραφή.....	75
9.2.3. Δημόσιο κλειδί (PKI).....	75
9.2.4. Κλειδιά Δημόσια και Ιδιωτικά.....	75
9.2.5. Έξυπνες κάρτες.....	76

Κεφάλαιο 10: ΘΕΩΡΗΣΗ ΤΟΥ ΜΕΛΛΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

10.1. Γενική Θεώρηση.....	78
10.2. Μελλοντικές προσδοκίες.....	79

Κεφάλαιο 11: ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ

11.1. Big Data – Δεδομένα.....	82
11.1.1. Χαρακτηριστικά.....	82
11.1.2. Γιατί είναι τα big data σημαντικά;.....	82
11.2. Blockchain.....	82
11.3. Bitcoin.....	84
11.3.1. Η αξία του Bitcoin.....	84
11.3.2. Εξόρυξη (mining).....	85
11.4. Τεχνολογία Cloud.....	85
11.4.1. Παραδείγματα.....	85
11.4.2. Οφέλη – Μειονεκτήματα.....	86
11.5. Internet of Things (Διαδίκτυο των Πραγμάτων).....	86

11.6. Κωδικός QR.....	87
11.7. Τεχνητή Νοημοσύνη.....	88
11.7.1. Μηχανική Μάθηση.....	88
11.7.2. Τεχνητή νοημοσύνη και μηχανική μάθηση.....	88
11.7.3. Παράδειγμα AI (Artificial Intelligence).....	88
11.7.4. Ψηφιακοί προσωπικοί βοηθοί.....	89
11.7.5. Ρυθμός ανάπτυξης ψηφιακών βοηθών.....	89
11.8. Εικονική Πραγματικότητα.....	90
11.8.1. Πώς λειτουργεί.....	90
11.8.2. Εφαρμογές εικονικής πραγματικότητας.....	90
11.8.3. Επαυξημένη πραγματικότητα.....	91
11.9. Βιομετρικά Χαρακτηριστικά.....	91
11.9.1. Προοπτικές χρήσης βιομετρίας.....	92

Κεφάλαιο 12: ΝΕΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ

12.1. Πληρωμές P2P.....	93
12.2. Ψηφιακά πορτοφόλια.....	94
12.3. E-Commerce λύσεις.....	95
12.4. Payment gateways.....	95

Κεφάλαιο 13: FINTECH ΚΑΙ ΤΡΑΠΕΖΕΣ

13.1. Smartphones και FinTech.....	97
13.2. Τομείς εφαρμογής FinTech.....	98
13.3. Fintech και τράπεζες: Ευκαιρία ή απειλή;.....	98
13.4. Ο κλάδος του Fintech στην Ελλάδα.....	99
13.5. Ευρωπαϊκή οδηγία PSD2.....	100

Κεφάλαιο 14: FINTECH – ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

14.1. Be innovative.....	101
14.1.1. Διεύθυνση Ψηφιακών Καναλιών.....	101
14.1.2. Τι είναι το Be Innovative.....	101
14.1.3. Crowdhackathon.....	102
14.2. Διάθεση API για συναλλαγές.....	102
14.2.1. Developers' Portal.....	102

Κεφάλαιο 15: Mobile Banking στην ΕΘΝΙΚΗ

15.1. SMS i-code.....	103
15.2. i-bank Alert.....	103
15.3. i-bank Pay.....	104
15.3.1. Μεταφορά σε φίλους.....	106
15.4. My Bank.....	107
15.4.1. Τρόπος λειτουργίας.....	107
15.4.2. Ποιοι συμμετέχουν.....	108

Κεφάλαιο 16: ΕΞΑΠΛΩΣΗ ΧΡΗΣΗΣ SMARTPHONES

16.1. Εξέλιξη των smartphones.....	109
16.2. Νέες δυνατότητες αξιοποίησης smartphones.....	110
16.3. Αύξηση χρήσης smartphones.....	110
16.4. Τρόποι αξιοποίησης.....	112
16.5. Πρόκληση για τις τράπεζες.....	113

Κεφάλαιο 17: ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ

17.1. Facebook.....	114
17.2. Twitter.....	114
17.3. YouTube.....	115
17.4. LinkedIn.....	115

Κεφάλαιο 18: I-BANK GENIUS

18.1. Ομάδες πληρωμών και ηλεκτρονικά κανάλια εξυπηρέτησης.....	117
18.2. Κανάλια ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης.....	117
18.2.1. ATM.....	117
18.2.2. APS.....	118
18.2.3. Internet Banking.....	118
18.2.4. Mobile Banking.....	118
18.2.5. Phone Banking.....	119
18.2.6. i-bank Pay / i-bank Pay 4business.....	119
18.2.7. POS / mPOS.....	120
18.2.8. e-Commerce.....	123
18.3. Πληρωμή λογαριασμών – Ενδεικτικές Συναλλαγές.....	123
18.3.1. Εναλλακτικοί τρόποι πληρωμής λογαριασμών (π.χ. ΔΕΗ).....	124
18.4. Πληρωμή υποχρεώσεων προς τρίτους – Ενδεικτικές Συναλλαγές.....	124
18.4.1. Εναλλακτικοί τρόποι πληρωμής υποχρεώσεων προς τρίτους (π.χ. Δίδακτρα).....	125
18.5. Πληρωμή υποχρεώσεων προς το Δημόσιο – Ενδεικτικές Συναλλαγές.....	125
18.5.1. Εναλλακτικοί τρόποι πληρωμής υποχρεώσεων προς το Δημόσιο (π.χ. ΕΝΦΙΑ).....	126
18.6. Μικρο-οφειλές προς τρίτους – Ενδεικτικές Συναλλαγές.....	126
18.6.1. Εναλλακτικοί τρόποι πληρωμής μικροοφειλών σε τρίτους (π.χ. πληρωμή σε συνάδελφο).....	127
18.7. Αγορές αγαθών και υπηρεσιών – Ενδεικτικές Συναλλαγές.....	127
18.7.1. Αγορές χωρίς μετρητά – Εναλλακτικοί τρόποι πληρωμής.....	127
18.8. Οφέλη και πλεονεκτήματα.....	128

Κεφάλαιο 19: Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

19.1. Ηλεκτρονική Τραπεζική.....	129
19.1.1. Η ανάπτυξη του διαδικτύου & η Τράπεζα – Εισαγωγή.....	129
19.1.2. Ορισμός – δυνατότητες και είδη της ηλεκτρονικής τραπεζικής.....	129
19.2. Internet Banking.....	130
19.2.1. Πρόσβαση – Είσοδος στο Internet Banking.....	130
19.2.2. Υπηρεσίες και συναλλαγές.....	131
19.2.3. Internet Banking για επιχειρήσεις.....	131
19.2.4. Το περιβάλλον του Internet Banking.....	132
19.2.5. Ο ηλεκτρονικός κλειδάριθμος (i-code).....	132
19.3. i-Bank Mobile Banking.....	134
19.3.1. Δυνατότητες – Ενεργοποίηση – Εισαγωγή στο i-Bank mobile banking.....	134
19.3.2. Μενού τραπεζικών συναλλαγών.....	135
19.3.3. Το νέο Mobile Banking της Εθνικής – πώς βοηθά στην απόκτηση καλύτερου ελέγχου των οικονομικών των πελατών.....	135
19.4. Phone Banking.....	136
19.5. Νέες Τάσεις Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	137
19.5.1. Ηλεκτρονικές πληρωμές & smartphones – Συσκευές EFT – POS.....	137
19.5.2. Τι είναι η NFC;.....	138
19.5.3. Εφαρμογές της NFC.....	138
19.6. Καινοτομία i-bank store.....	139
19.6.1. Ηλεκτρονικές υπηρεσίες στο i-bank store.....	139
19.6.2. Σεμινάρια & εκδηλώσεις στο i-bank store.....	139

19.6.3. Διακρίσεις.....	140
19.7. i-bank pass.....	140
19.7.1. Υπηρεσία i-bank pass plus – δημιουργία ηλεκτρονικού ραντεβού για όλες τις υπηρεσίες καταστήματος εκτός ταμείου.....	142
19.8. i-bank Pay B2B.....	143
19.9. ΕΘΝΟFiles.....	144
19.10. Διεθνείς διακρίσεις για τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες και το trade finance της Εθνικής Τράπεζας.....	145
19.11. Μαραθώνιος Καινοτομίας της Εθνικής Τράπεζας #fintech 3.0 Crowdhackathon.....	146
19.12. Μηχανογραφική εφαρμογή ALMA.....	147

Κεφάλαιο 20: CROWDFUNDING

20.1. Πρόγραμμα Act4Greece από την Εθνική Τράπεζα (www.act4Greece.gr).....	149
20.1.1. Άξονες και δράσεις του προγράμματος Act4Greece.....	149
20.1.2. Διαδικασία συμμετοχής στις δράσεις του προγράμματος Act4Greece.....	149
20.1.3. Φορολογικά θέματα / Απόδειξη Δωρεάς.....	150
20.1.4. Act4Greece – Crowdfunding Platform – BITE Awards 2016, Silver βραβείο στην κατηγορία Υποστήριξη CSR Στρατηγικής.....	151

Κεφάλαιο 21: ΕΡΕΥΝΑ – ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ – ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΗ – Η ΓΝΩΜΗ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.....

Συνολική βιβλιογραφία.....	162
Ηλεκτρονική – Αναφορές.....	165

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Εισαγωγή

Οι ραγδαίες εξελίξεις στην τεχνολογία και την πληροφορική καθορίζουν σχεδόν όλη την καθημερινότητά μας. Η εξάπλωση και η ευρεία χρήση του διαδικτύου είχε ως αποτέλεσμα τη διασύνδεση ολόκληρου του πλανήτη και τη δημιουργία ενός νέου πρωτόγνωρου περιβάλλοντος το οποίο προσέφερε δυνατότητες και ευκαιρίες, οι οποίες ήταν αδύνατο να μείνουν ανεκμετάλλευτες. Συνεπώς, η ανάγκη προσαρμογής τόσο των ατόμων όσο και των επιχειρήσεων σε αυτό ήταν άμεση και επιτακτική.

Οι τράπεζες λοιπόν καλούνται να ανταποκριθούν στις εξελίξεις και να επιδιώξουν να ικανοποιήσουν τις αυξανόμενες και διαφοροποιημένες ανάγκες των πελατών τους. Συγκεκριμένα,

- ✚ Να τους δώσουν τη δυνατότητα διεκπεραίωσης διαδικτυακών συναλλαγών, παρέχοντάς τους ταυτόχρονα ασφάλεια, διαφάνεια και ταχύτητα.
- ✚ Εκμεταλλευόμενοι το χαμηλό κόστος των ηλεκτρονικών πληρωμών και της συντήρησης των ηλεκτρονικών καταστημάτων, να αποσυμφορήσουν, να «μειώσουν τις ουρές» στα φυσικά καταστήματα και να μειώσουν τις λειτουργικές δαπάνες ενός ογκώδους δικτύου καταστημάτων.

Η ηλεκτρονική τραπεζική (electronic banking ή e-banking) συμβάλλει στη βελτίωση της εξυπηρέτησης και στην προσαρμογή στις νέες ανάγκες που προκύπτουν από την ευρεία διάδοση και χρήση του διαδικτύου. Οι ραγδαίες εξελίξεις, ωστόσο, στον ψηφιακό κόσμο ήταν μία μεγάλη πρόκληση για τον τραπεζικό κλάδο: Πώς οι τράπεζες θα κρατήσουν τους πελάτες των οποίων την εμπιστοσύνη είχαν κερδίσει στον πραγματικό κόσμο, με δεδομένη πλέον την ύπαρξη και την ευρεία κυκλοφορία τραπεζικών προϊόντων διαδικτυακών εταιρειών, καθώς και την εύκολη πρόσβαση σε αυτά.

Βασικός στόχος της ηλεκτρονικής τραπεζικής, ο οποίος έχει επιτευχθεί σε σημαντικό βαθμό μέχρι σήμερα, είναι η εξυπηρέτηση του πελάτη σε όλο το φάσμα των τραπεζικών εργασιών μέσω των εναλλακτικών δικτύων (ATM, διαδικτυακές πλατφόρμες, έξυπνα μηχανήματα αυτόματων συναλλαγών κλπ.). Έτσι, παρέχεται η δυνατότητα στον πελάτη να καλύψει το σύνολο σχεδόν των τραπεζικών του αναγκών χωρίς να είναι απαραίτητο να επισκεφθεί κάποιο κατάστημα ή να απασχολήσει υπάλληλο της τράπεζας.

Η παροχή τραπεζικών υπηρεσιών μέσω τηλεφώνου, τα μηχανήματα αυτόματων συναλλαγών (ATMs) και η διενέργεια τραπεζικών εργασιών από το σπίτι συνιστούν πρώιμες μορφές της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Οι αμερικανικές τράπεζες πρώτες στις αρχές της δεκαετίας του 1990 παρείχαν στο κοινό τις υπηρεσίες της τραπεζικής από το σπίτι. Η παροχή της συγκεκριμένης υπηρεσίας απαιτούσε την ύπαρξη ακριβών ιδιωτικών δικτύων με μεγάλες δαπάνες για συντήρηση, ενώ οι παρεχόμενες υπηρεσίες είχαν πολύ περιορισμένο εύρος σε σύγκριση με το σημερινό. Επίσης, απαραίτητη ήταν από τη μεριά των πελατών η εγκατάσταση ειδικού λογισμικού στον υπολογιστή καθώς και η εξοικείωση με αυτό.

Στα προβλήματα αυτά του home banking λύση δόθηκε με τη ραγδαία ανάπτυξη και εξάπλωση του διαδικτύου, που είχε ως αποτέλεσμα τη δωρεάν παροχή ενός κοινού δικτύου με ευρεία συμβατότητα με το σύνολο των λογισμικών. Αυτό σηματοδότησε τη δημιουργία του e-banking.

Στην εργασία μας θα προσπαθήσουμε να αναλύσουμε τα εναλλακτικά δίκτυα των τραπεζών και θα μελετήσουμε το σύστημα ηλεκτρονικών συναλλαγών της Εθνικής Τράπεζας.

1.1. Η ηλεκτρονική τραπεζική και η καινοτομία στον τραπεζικό κλάδο

Η καινοτομία, ο τεχνολογικός μετασχηματισμός η συνεργατικότητα και η κερδοφορία είναι τα κύρια χαρακτηριστικά, που διαμορφώνουν το ανατρεπτικό και συνάμα προσοδοφόρο πλαίσιο λειτουργίας του χρηματοπιστωτικού κλάδου. Η σύγχρονη οικονομική πραγματικότητα, που βασίζεται στην ευρέως διαδεδομένη χρήση άυλου χρήματος, στο διαδικτυακό εμπόριο, στην παγκοσμιοποίηση της χρηματοοικονομικής και επιχειρηματικής δραστηριότητας, στη μεγάλη ταχύτητα και τη διαφάνεια των συναλλαγών, καθιστά επιτακτική την ανάγκη ανάπτυξης της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής. Με την αξιοποίηση των πληροφοριακών συστημάτων οι τράπεζες πρωτοπορούν και μετασχηματίζονται ριζικά. Οι ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές στο σύγχρονο χρηματοοικονομικό περιβάλλον αποτελούν το ζητούμενο για τους πελάτες, φυσικά πρόσωπα και επιχειρήσεις. Η τράπεζα έχει μεταφερθεί στην οθόνη του υπολογιστή και του κινητού τηλεφώνου. Τα πλεονεκτήματα του νέου τρόπου διακίνησης χρήματος και διεκπεραίωσης συναλλαγών είναι σαφώς πολλά και αδιαμφισβήτητα. Ωστόσο, ελλοχεύουν κίνδυνοι, για τους οποίους πρέπει να βρεθούν αποτελεσματικοί τρόποι αντιμετώπισης. Η διατήρηση της ανταγωνιστικότητας των τραπεζών προϋποθέτει την υιοθέτηση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής ως στρατηγικού στόχου. Αυτό συνεπάγεται την επένδυση σημαντικών κεφαλαίων στην ποιότητα και την καινοτομία και την υιοθέτηση πρωτοποριακών πρακτικών για την ασφάλεια και τη διαφάνεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Οι τράπεζες σήμερα, γνωρίζοντας τόσο τις ευκαιρίες όσο και τις απειλές, χαράσσουν μία σαφή ηλεκτρονική στρατηγική, στα πλαίσια υλοποίησης των σχετικών επενδύσεων. Η παροχή των τραπεζικών υπηρεσιών σε πραγματικό χρόνο είναι ένας εναλλακτικός, ευκολότερος και φθηνότερος τρόπος υλοποίησης συναλλαγών. Οι πελάτες έχουν τον έλεγχο, συναλλάσσονται γρήγορα και με ασφάλεια, απολαμβάνουν υπηρεσίες υψηλότερης ποιότητας και επωφελούνται από την ευχέρεια επιλογής εξατομικευμένων προϊόντων και υπηρεσιών, προσαρμοσμένων στις διαφοροποιημένες ανάγκες τους.

Η ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών ιδεών και στρατηγικών μέσων βρίσκεται στη βάση του ηλεκτρονικού επιχειρείν. Το διαδίκτυο και οι τηλεπικοινωνίες αποτελούν το βασικό έρεισμα της σύγχρονης, ραγδαία εξελισσόμενης επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Είναι αναμφισβήτητο ότι το Διαδίκτυο συνιστά την κινητήρια δύναμη για την οικονομία σήμερα και δημιουργεί μοναδικές ευκαιρίες σε εθνικό αλλά και παγκόσμιο επίπεδο στο χρηματοοικονομικό αλλά και τον ευρύτερο επιχειρηματικό τομέα. Ο στρατηγικός ρόλος που διαδραματίζει το διαδίκτυο αναγνωρίζεται από τα διευθυντικά στελέχη (CEOs) σε όλο τον κόσμο, καθώς η χρήση του συνιστά αναγκαία συνθήκη για τη βιωσιμότητα και την εξέλιξη των επιχειρήσεών τους. Η ανταγωνιστικότητα μιας επιχείρησης εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την αξιοποίηση της δύναμης του διαδικτύου. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν ενσωματώνει την τεχνολογική δομή που δημιουργεί αξία για τον πελάτη και κατ' επέκταση, η υιοθέτησή του κατοχυρώνει ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Εμφαση, λοιπόν, στην Ηλεκτρονική Τραπεζική δίνουν ολοένα και περισσότερο οι τράπεζες, ενώ ταυτόχρονα παρέχουν καινοτόμες υπηρεσίες και προϊόντα προσαρμοσμένα στα νέα τεχνολογικά δεδομένα, αποσκοπώντας στη μείωση του όγκου των συναλλαγών που διενεργούνται στα καταστήματα, αλλά και στη γρήγορη, ασφαλή και ποιοτική εξυπηρέτηση της πελατείας. Η καθημερινή πρακτική δικαιώνει το μετασχηματισμό αυτό των τραπεζών, καθώς είναι εμφανής η στροφή των πελατών στη χρήση των εναλλακτικών δικτύων, παρά τις όποιες «απειλές» και τους τυχόν ενδοιασμούς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

Εισαγωγή

Οι αλλαγές στο παγκόσμιο χρηματοπιστωτικό στερέωμα τα τελευταία χρόνια έχουν επηρεάσει σε σημαντικό βαθμό τόσο τις χρηματαγορές όσο και τις κεφαλαιαγορές. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, οι τράπεζες έρχονται αντιμέτωπες με μία σειρά από προκλήσεις και ανακατατάξεις, που προκύπτουν με τις νέες συνθήκες της Ο.Ν.Ε. και του ΕΥΡΩ. Οι εν λόγω αλλαγές εντείνουν τον ανταγωνισμό. Οι πρωτόγνωρες αυτές οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες οδηγούν τις τράπεζες στην υποχρεωτική επιχειρηματική και λειτουργική αναδιάρθρωση και στον επανακαθορισμό των στόχων και της στρατηγικής τους, ώστε να αξιοποιηθούν οι οικονομίες κλίμακας και φάσματος και να μειωθεί το λειτουργικό κόστος. Οι εξαγορές και συγχωνεύσεις για τη δημιουργία μεγάλων χρηματοοικονομικών ομίλων, έτοιμων να ανταγωνισθούν αποτελεσματικά σε διεθνές επίπεδο, κυριαρχούν στο οικονομικό στερέωμα και έχουν ως βασικούς στόχους την απόκτηση ισχυρής κεφαλαιακής διάρθρωσης, την ανάπτυξη μεγάλων δικτύων, τη δυνατότητα προσφοράς διαφοροποιημένων προϊόντων και υπηρεσιών σε προνομιακές τιμές. Οι μικρές, σύγχρονες και ευέλικτες τράπεζες, που εξειδικεύονται στην παραγωγή συγκεκριμένου πεδίου καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών, υποστηριζόμενες από μεγαλύτερους χρηματοοικονομικούς οργανισμούς και διατραπεζικά δίκτυα, κερδίζουν συνεχώς έδαφος. Η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών συνεπάγεται την ανεξάρτητη επεξεργασία των πληροφοριών και τη βελτιστοποίηση της χρησιμότητας του πελάτη, καθώς επίσης ευελιξία και δυνατότητα προσαρμογής της συναλλακτικής συμπεριφοράς.

2.1 Έννοια του χρηματοπιστωτικού συστήματος

Ως χρηματοοικονομικό σύστημα ορίζεται το περιβάλλον εκείνο στο οποίο δραστηριοποιούνται οικονομικές οντότητες με αντίθετα συμφέροντα. Σύμφωνα με τους Howells & Bain (1990) αποτελεί ένα σύνθετο σύμπλεγμα που περιλαμβάνει τόσο τις αγορές χρηματοοικονομικών προϊόντων όσο και όλους τους εμπλεκόμενους (άτομα και οργανισμούς) που δραστηριοποιούνται σε αυτές τις αγορές.

Οι καταναλωτές επιδιώκουν τη μεγιστοποίηση της χρησιμότητάς τους με βάση το διαθέσιμο εισόδημα, ενώ στόχος των επιχειρήσεων είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους. Για να επιτευχθεί η ισορροπία ανάμεσα στα δύο μέρη, το χρηματοοικονομικό σύστημα αναλαμβάνει να προσαρμόσει το επίπεδο ζήτησης των καταναλωτών με το επίπεδο προσφοράς των επιχειρήσεων.

Δεν μπορεί κανείς πλέον να αμφισβητήσει τη χρησιμότητα του τραπεζικού συστήματος στη σύγχρονη οικονομική και κοινωνική δραστηριότητα, αλλά και τη συμβολή της σταθερότητάς του στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και στην οικονομική ευρωστία και εξέλιξη. Στη διεθνή αλλά και την εγχώρια χρηματοοικονομική αγορά, παρατηρούνται έντονες πιέσεις για την πλήρη ανεξαρτητοποίηση του τραπεζικού συστήματος και την καθιέρωση του πλήρους ανταγωνισμού στον τραπεζικό κλάδο. Στα πλαίσια του ανταγωνισμού, με σκοπό την αύξηση των περιθωρίων κέρδους, δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στη Λιανική Τραπεζική. Ο τραπεζικός κλάδος καλείται να ανταπεξέλθει στα διαρκώς μεταβαλλόμενα δεδομένα. Οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί, προκειμένου να εξασφαλίσουν τη βιωσιμότητα και την ανταγωνιστική υπεροχή τους, οφείλουν να προπορεύονται των αναγκών, των απαιτήσεων και των προσδοκιών των πελατών, όσον αφορά στην ποιότητα αλλά και την ποσότητα των προσφερόμενων διαδικασιών και προϊόντων. Στην προσπάθεια προσαρμογής στο απαιτητικό αυτό περιβάλλον, το ελληνικό τραπεζικό σύστημα πρέπει να

υπερπηδήσει πολλά εμπόδια. Εξάλλου, παρά το συγκριτικά μικρό μέγεθός του, επηρεάζει την οικονομία ως σύνολο, αφού έχει ενεργή συμμετοχή σε διαρθρωτικές αλλαγές.

2.2 Απελευθέρωση του ελληνικού τραπεζικού συστήματος

Ο «εκσυγχρονισμός» σαν έννοια περιλαμβάνει από τη μία τα εναλλακτικά δίκτυα, που με την επιστημονική πρόοδο αξιοποιήθηκαν από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και από την άλλη καινοτόμες οργανωτικές μορφές και τρόπους διεκπεραίωσης των εργασιών, αλλά και μεθόδους υποκίνησης και αξιοποίησης του ανθρώπινου δυναμικού. Ο συνδυασμός των παραπάνω συμβάλλει στην αύξηση της παραγωγικότητας και της αποτελεσματικότητας των τραπεζών.

Δεδομένων των συνθηκών και των τάσεων που επικρατούν διεθνώς, καθώς και της επιτακτικής ανάγκης εφαρμογής του θεσμικού πλαισίου στην ισχύουσα ευρωπαϊκή χρηματοοικονομική πρακτική, η προσαρμογή του ελληνικού χρηματοοικονομικού συστήματος, ως πολυδιάστατη συμπόρευση τεχνολογικών, οργανωτικών, κοινωνικών και εργασιακών αλλαγών, κρίνεται αναπόφευκτη. Ο χρηματοοικονομικός κλάδος πρέπει να «ανοίξει τις πόρτες του» στον ανταγωνισμό, την καινοτομία και τις διεθνείς εξελίξεις.

Ειδικότερα, η αύξηση του ανταγωνισμού στον ελληνικό χρηματοπιστωτικό χώρο επηρεάζεται κυρίως από τους εξής παράγοντες:

- **Απορρύθμιση (deregulation process)**, που σηματοδοτεί την αποδυνάμωση των κρατικών κανονιστικών ρυθμίσεων, την ελεύθερη κίνηση κεφαλαίων, τη σταδιακή ανεξαρτητοποίηση της καταναλωτικής πίστης κλπ.
- **Αποδιαμεσολάβηση (disintermediation process)**, που σημαίνει την παράκαμψη των τραπεζικών ιδρυμάτων από την αγορά κεφαλαίου.

Στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα, ο ανταγωνισμός αναπτύσσεται ως:

- Ανταγωνισμός μεταξύ εμπορικών τραπεζών
- Ανταγωνισμός μεταξύ εμπορικών τραπεζών και εξειδικευμένων πιστωτικών ιδρυμάτων
- Ανταγωνισμός μεταξύ πιστωτικών ιδρυμάτων (εμπορικών και εξειδικευμένων) και άλλων μη τραπεζικών επιχειρήσεων, που δραστηριοποιούνται στο χώρο της προσφοράς χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών

Οι ελληνικές τράπεζες οδηγούνται στη χάραξη νέων στρατηγικών διαφοροποίησης των προϊόντων και των υπηρεσιών τους, αποσκοπώντας όχι απλά στην επιβίωση αλλά στην απόκτηση συγκριτικού ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Η κατάλληλη εκπαίδευση και η υποκίνηση ενός πολυδύναμου ανθρώπινου δυναμικού θεωρούνται πρωταρχικής σημασίας στα πλαίσια υλοποίησης των στρατηγικών αυτών.

2.3 Τεχνολογικός εκσυγχρονισμός ελληνικών τραπεζών

Η μετάβαση της παγκόσμιας οικονομίας από την εποχή της βιομηχανίας στην εποχή της πληροφορίας είναι αδιαμφισβήτητη. Η πληροφορία και η ταχύτητα διακίνησής της συνιστούν πλέον τον κινητήριο μοχλό της οικονομίας. Η αναδιάρθρωση των επιχειρήσεων είναι πραγματικότητα. Οι αλλαγές είναι τεράστιες και συνεχείς. Η ραγδαία εξάπλωση της τεχνολογίας της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών έχουν καθορίσει την παγκόσμια οικονομία. Οι αποστάσεις έχουν εξαλειφθεί και έννοιες όπως το «ηλεκτρονικό εμπόριο» και η «ηλεκτρονική τραπεζική» επιτρέπουν την παγκόσμια πρόσβαση σε αγαθά και υπηρεσίες όλου του κόσμου. Η ανάπτυξη και η διάθεση τραπεζικών υπηρεσιών στον τομέα της λιανικής τραπεζικής (retail banking) βασίζεται στις ευκολίες και τις δυνατότητες που προσφέρει η τεχνολογία, ενώ παράλληλα η ευρεία διάδοση και χρήση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής για τη διεκπεραίωση των συναλλαγών των πελατών είναι δεδομένη όσο και αναπόφευκτη.

Η ευρεία διάδοση και χρήση της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών έχει σπουδαία οφέλη στον χρηματοπιστωτικό τομέα, όπως:

- ✓ Διευκόλυνση προσβασιμότητας σε δίκτυα διανομής χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών
- ✓ Μείωση κόστους συναλλαγών
- ✓ Απελευθέρωση διεθνών συναλλαγών
- ✓ Κατάργηση παραδοσιακών τραπεζικών καταστημάτων και δημιουργία νέων ηλεκτρονικών καταστημάτων
- ✓ Βελτίωση ποιότητας παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών
- ✓ Αποτελεσματικότητα εσωτερικών λειτουργιών
- ✓ Βελτίωση αποδοτικότητας εργαζομένων
- ✓ Βελτίωση επικοινωνίας με τους πελάτες
- ✓ Ακριβέστερη πρόβλεψη και ορθότερη εκτίμηση των κινδύνων
- ✓ Ανταγωνισμός

2.4 Συγχωνεύσεις και εξαγορές

Η τεχνολογική εξέλιξη και η παγκοσμιοποίηση της χρηματοπιστωτικής αγοράς έχουν οδηγήσει τα τελευταία 35 χρόνια σε μαζικές συγχωνεύσεις και εξαγορές, με στόχο τα οφέλη που προκύπτουν από τις συνεπαγόμενες οικονομίες κλίμακας, το χαμηλότερο λειτουργικό κόστος, τη βελτιωμένη διοίκηση, τη μεγέθυνση της πελατειακής βάσης, τη διαφοροποίηση του χαρτοφυλακίου, τη μεγιστοποίηση της κερδοφορίας, καθώς και τη διεύρυνση του μεριδίου της αγοράς. Οι τράπεζες έχουν στραφεί στην προώθηση νέων καινοτόμων προϊόντων, έχοντας σκοπό την απόκτηση νέων εισοδημάτων. Συνδυάζουν τόσο τις παραδοσιακές όσο και νέες καινοτόμες ηλεκτρονικές υπηρεσίες, προκειμένου να πετύχουν διαφοροποίηση του χαρτοφυλακίου τους, ελαχιστοποίηση των κινδύνων και εκτόξευση στην τιμή της μετοχής τους.

Κύριο χαρακτηριστικό της αλλαγής του τραπεζικού χάρτη στην Ελλάδα την τελευταία 25ετία είναι η δημιουργία νέων τραπεζών, είτε διατηρώντας την αυτονομία τους, είτε ως προϊόν συγχωνεύσεων – εξαγορών. Επιπρόσθετα, ο παραδοσιακός ρόλος που διαδραμάτιζαν οι τράπεζες έχει αντικατασταθεί από έναν πιο σύγχρονο και ανταγωνιστικό, που παρέχει καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες. Οι εξελίξεις και οι προκλήσεις σε ευρωπαϊκό αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο υποχρέωσαν τις ελληνικές τράπεζες να αναπροσαρμόσουν τις στρατηγικές τους και να προχωρήσουν σε συγχωνεύσεις, εξαγορές ή στρατηγικές συμμαχίες με άλλες τράπεζες, με σκοπό την κατοχύρωση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στον εγχώριο τραπεζικό κλάδο, τη διεύρυνση της πελατείας τους και φυσικά τη διασφάλιση της κερδοφορίας τους.

Προϋποθέσεις μιας υγιούς και προσοδοφόρας συμφωνίας συγχώνευσης δύο ή παραπάνω ελληνικών τραπεζών είναι:

- ✓ Η εξασφάλιση προστιθέμενης αξίας για τους μετόχους της νέας τράπεζας που θα προκύψει μετά τη συγχώνευση
- ✓ Η κατοχύρωση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για το νέο χρηματοπιστωτικό ίδρυμα ως προς το μέγεθός του
- ✓ Η ενδυνάμωση του ελληνικού τραπεζικού κλάδου ως προς την επάρκεια των κεφαλαίων
- ✓ Η συμβολή στη διαδικασία εκσυγχρονισμού και ανάπτυξης της οικονομίας

Οι εξαγορές και συγχωνεύσεις τραπεζών έχουν οδηγήσει σε ριζικές αλλαγές του τραπεζικού τομέα στη χώρα, αναδεικνύοντας σημαντικά πλεονεκτήματα και ευκαιρίες για τις τέσσερις συστημικές τράπεζες, οι οποίες απορρόφησαν συνολικά τις έντεκα υπόλοιπες. Η Τράπεζα Πειραιώς φαίνεται να προπορεύεται σε ό,τι αφορά στα μερίδια της αγοράς σε δανειακά χαρτοφυλάκια και καταθέσεις. Η Εθνική Τράπεζα, από την άλλη, διακρίνεται για τις μικρότερες επισφάλειες και τον καλύτερο δείκτη δανείων προς καταθέσεις. Η Alpha Bank χαρακτηρίζεται από τη μεγαλύτερη ρευστότητα και τη μικρότερη εξάρτηση από το ευρωσύστημα, ενώ η

Eurobank εμφανίζει υψηλότερη κατάταξη με βάση το συνδυασμό των στοιχείων της ρευστότητας, των επισφαλειών και του δείκτη δανείων προς καταθέσεις.

Συνοπτικά, τα ενοποιημένα στοιχεία των τεσσάρων συστημικών τραπεζικών ομίλων μετά τις συγχωνεύσεις πιστοποιούν την υψηλή συγκέντρωση του ελληνικού τραπεζικού συστήματος, που ελέγχει το 91% των δανείων, έναντι του 60% που ελέγχουν οι τέσσερις μεγαλύτερες τράπεζες στην Πορτογαλία, το 53% στην Τουρκία, το 51% στην Ιταλία, το 42% στη Γερμανία, το 41% στην Ισπανία και το 41% στην Πολωνία. Μέσα από το κύμα των εξαγορών (ATE bank, Millenium, Geniki και των τριών κυπριακών) η Τράπεζα Πειραιώς υπερδιπλασίασε το χαρτοφυλάκιο των δανείων της, ενώ η Alpha Bank προσέθεσε ένα 27% επιπλέον στο δανειακό της χαρτοφυλάκιο με την εξαγορά της Emporiki Bank. Η ενσωμάτωση του νέου Ταχυδρομικού Ταμιευτηρίου και της νέας Proton Bank στη Eurobank αύξησε το δανειακό χαρτοφυλάκιο της τελευταίας κατά 15%, ενώ η Εθνική Τράπεζα προσέθεσε μόλις ένα ποσοστό της τάξεως του 5%, καθώς ήταν η μόνη που δεν προχώρησε σε εξαγορές μεγάλων τραπεζών (Ενωση Ελληνικών Τραπεζών, 2013).

2.5 Προβλέψεις και τάσεις του ελληνικού τραπεζικού συστήματος

Οι τραπεζικοί οργανισμοί σήμερα παρέχουν ένα ευρύ πεδίο υπηρεσιών και προϊόντων στην παγκόσμια αγορά χρήματος και κεφαλαίου και έχουν υπό τον έλεγχό τους πολλά δισεκατομμύρια ευρώ. Επιδιώκουν να εκμεταλλευτούν την τεχνολογική εξέλιξη προκειμένου να εξασφαλίσουν επιχειρηματικές διεξόδους και υψηλή κερδοφορία. Μέσα στα πλαίσια της παγκοσμιοποίησης, της ενοποίησης των αγορών και του μετασχηματισμού των χρηματοπιστωτικών οργανισμών, ο τραπεζικός τομέας θα γίνει ακόμα πιο σύνθετος και θα δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην ανάπτυξη και προώθηση εξατομικευμένων προϊόντων και υπηρεσιών, ενώ οι τραπεζικές στρατηγικές θα βασίζονται σε τεχνολογικές καινοτομίες.

Η επένδυση κεφαλαίων στον τραπεζικό κλάδο αφορά κυρίως:

- ✓ **Εμπορική Τραπεζική:** καλύπτει υπηρεσίες: διαχειριστικές, ταμειακές (εμβάσματα, μισθοδοσία, χρηματικές συναλλαγές), πιστωτικές υπηρεσίες δανείων (χρηματοδότηση βάσει ενεργητικού, κεφάλαιο κίνησης, εμπορικά προσωπικά - καταναλωτικά δάνεια ή δάνεια ακινήτων - στεγαστικά, ευχέρεια υπερανάλληψης), υπηρεσίες λογαριασμών καταθέσεων (λογαριασμοί ταμιευτηρίου / τρεχούμενοι / όψεως / επαγγελματικοί) και υπηρεσίες συναλλάγματος.
- ✓ **Επενδυτική Τραπεζική:** καλύπτει μία σειρά υπηρεσιών από την τιτλοποίηση των περιουσιακών στοιχείων / απαιτήσεων, διαδικασίες συγχωνεύσεων / εξαγορών, αναδιάρθρωση των επιχειρήσεων με αναδοχή των κινητών αξιών και των ιδίων κεφαλαίων, έως την τοποθέτηση σε χρεόγραφα που αφορά σε θεσμικούς επενδυτές.

Βιβλιογραφία 2^ο Κεφαλαίου

1. Alesina A., Ardagna S., (2009), Large Changes in Fiscal Policy: Taxes vs Spending, Tax Policy and the Economy, Vol.24, pp.35-68
2. Altman E. I., (2005), An Emerging Market Credit Scoring Model for Corporate Bonds, Journal of Finance 23, No 4, pp.589-609
3. Bain K., Howells P., (2007), Financial Markets and Institutions, Prentice Hall – Financial Time, Longman imprint, 5th Edition, pp.1-15
4. Biddle L. R., Smith B. W., (2005), Is the Bank Merger Regulatory Review Process Ripe for Change, Bank Accounting and Finance, Institutional Investor Inc., Vol.18, No 3, pp.9-14
5. Bini S. L., (2011), Eurozone, European crisis and policy responses, Speech at the Goldman Sachs Global Macro Conference, pp.5-6
6. De Vries C., Hartmann P., Straetmann S., (2005), Banking System Stability – A cross Atlantic perspective, Working Paper Series, No 527, pp.34-41
7. Kapopoulos P., Lazaretou S., (2011), International Banking and sovereign risk calculus: The experience of the Greek Banks in SEE, Special conference paper, Bank of Greece, Athens
8. Kyriazopoulos G., Petropoulos D., (2010), What are the advantages and disadvantages that lead banks into mergers and acquisitions? Evidence from the Greek banking system, International Conference On Applied Economics, pp.447-456
9. Orphanides A., (2011), New Paradigms in Central Banking, Working Papers 2011-6, Central Bank of Cyprus
10. Provopoulos G. A., (2013), The Greek economy and banking system – recent developments and the way forward, The crisis in the euro area conference, Bank of Greece, Athens

Ηλεκτρονική

1. www.bankofgreece.gr/Pages/default.aspx
2. www.bigskyassociates.com/blog/the-benefits-and-dangers-of-bank-mergers-and-acquisitions
3. www.iisd.org/business/banking/sus_trends.aspx

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ

Ο ερχομός της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής επιτάσσει τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων και την ανάληψη επιχειρηματικών κινδύνων. Η υιοθέτηση της εν λόγω τραπεζικής πρακτικής μπορεί να έχει σημαντικά πλεονεκτήματα, αλλά εξίσου μεγάλοι είναι και οι επιχειρηματικοί κίνδυνοι που ελλοχεύουν. Η απαιτούμενη επένδυση είναι μεγάλη και ριψοκίνδυνη και τα αποτελέσματα, τουλάχιστον σε βραχυπρόθεσμο ορίζοντα, ενδεχομένως να είναι αμφίβολα.

3.1 Τι είναι στρατηγική

Στρατηγική είναι ο καθορισμός των βασικών μακροπρόθεσμων στόχων μίας επιχείρησης, η επιλογή των τρόπων δράσης και η κατανομή των πόρων που χρειάζονται για να επιτευχθούν οι στόχοι αυτοί (Chandler, 1972).

Στρατηγική είναι η μακροπρόθεσμη κατεύθυνση ενός οργανισμού (Johnson & Scholes, 1999).

Στρατηγική είναι η κατεύθυνση και ο στόχος ενός οργανισμού μακροπρόθεσμα, μέσω του οποίου επιτυγχάνει πλεονέκτημα με τη διαμόρφωση των διαθέσιμων πόρων σε ένα μεταβαλλόμενο περιβάλλον, με στόχο την ανταπόκριση στις ανάγκες της αγοράς και την εκπλήρωση των προσδοκιών των ενδιαφερόμενων μερών (Johnson & Scholes, 1999).

Ο όρος στρατηγική αναφέρεται στην κατεύθυνση που πρέπει να ακολουθήσει μία επιχείρηση, βάσει προκαθορισμένου σχεδίου, το οποίο συνδυάζει τους στόχους, τον προϋπολογισμό και τις πολιτικές της. Η στρατηγική αναφέρεται τόσο στους διαθέσιμους πόρους όσο και στα αναγκαία μέσα για την επίτευξη των στρατηγικών στόχων των επιχειρήσεων και την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

3.1.1 Στρατηγικός Σχεδιασμός

Η στρατηγική διαχείριση είναι η διαδικασία καθορισμού και υλοποίησης της στρατηγικής ενός οργανισμού. Με άλλα λόγια, καθορίζει την κατεύθυνση και τη λήψη αποφάσεων σχετικά με την κατανομή των διαθέσιμων πόρων, συμπεριλαμβανομένου του κεφαλαίου και των ανθρώπων, με απώτερο στόχο την πραγματοποίηση του οράματος (vision).

Κάθε οργανισμός, για να μπορέσει να καθορίσει πού πηγαίνει, θα πρέπει να γνωρίζει ακριβώς το πού βρίσκεται. Τότε μόνο μπορεί να προσδιορίσει με σαφήνεια το πού θέλει να πάει αλλά και πώς θα φτάσει μέχρι εκεί. Αυτό ονομάζεται «στρατηγικό σχέδιο».

Ο στρατηγικός σχεδιασμός μπορεί να αποτυπώσει αποτελεσματικά τη μακροπρόθεσμη κατεύθυνση μίας εταιρείας. Ωστόσο, δεν μπορεί να αποτελέσει αξιόπιστη πρόβλεψη ούτε για την εξέλιξη της αγοράς ούτε για άλλα σημαντικά ζητήματα στο άμεσο μέλλον. Έτσι, η ύπαρξη στρατηγικού σχεδιασμού βασισμένου στην καινοτομία αποτελεί το βασικό έρεισμα για έναν οργανισμό, ο οποίος προσπαθεί να εξασφαλίσει τη βιωσιμότητά του. Η στρατηγική διαχείριση είναι ο κύριος μοχλός της μελλοντικής πορείας και ανάπτυξης ενός οργανισμού και ασχολείται με μία τουλάχιστον από τις τρεις βασικές ερωτήσεις:

1. «Τι θα κάνουμε;»
2. «Για ποιον το κάνουμε;»
3. «Πώς μπορούμε να υπερέχουμε;»

Το τρίτο ερώτημα μπορεί να διατυπωθεί και ως εξής: «*Πώς μπορούμε να νικήσουμε ή να αποφύγουμε τον ανταγωνισμό;*» (Duncan, 2005). Σύμφωνα με αυτή τη θεώρηση, όμως, η επιχείρηση έχει ως βασικό στόχο να νικήσει και να υπερκεράσει τους ανταγωνιστές παρά να αριστεύσει και να προοδεύσει η ίδια.

Ο στρατηγικός σχεδιασμός θεωρείται ως μία διαδικασία που καθορίζει την πορεία ενός οργανισμού σε χρονικό ορίζοντα μεγαλύτερο του έτους – συνηθέστερα – για τρία έως πέντε χρόνια (μακροπρόθεσμα), ενώ μερικές εταιρείες επεκτείνουν το όραμά τους ακόμα και στην εικοσαετία.

Το management (στρατηγική διαχείριση) έχει σκοπό τον καθορισμό και την υλοποίηση των στόχων καθώς και την ανάληψη των απαιτούμενων πρωτοβουλιών από τη διοίκηση μίας εταιρείας για λογαριασμό των ιδιοκτητών της. Γι' αυτό, πρέπει να βασίζεται στον ορθό έλεγχο των διαθέσιμων πόρων και στον προσδιορισμό του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος δραστηριοποίησης της επιχείρησης.

Ο στρατηγικός σχεδιασμός, λοιπόν, δίνει μία γενική κατευθυντήρια γραμμή και αναφέρεται στην ορθή και αποτελεσματική διάθεση των πόρων για την πραγματοποίηση των σχεδίων, αλλά και στην ανάπτυξη πολιτικών και προγραμμάτων για την επίτευξη των στόχων.

Οι τρεις αρχές που διέπουν τη στρατηγική (Porter 1980) συνοψίζονται στα εξής:

- ✓ Δημιουργία μίας «μοναδικής και πολύτιμης θέσης» στην αγορά
- ✓ Συμβιβασμός για το «τι δεν πρέπει να κάνουμε»
- ✓ «Ταίριασμα» και ευθυγράμμιση των δραστηριοτήτων της εταιρείας για την υποστήριξη της επιλεγείσας στρατηγικής

3.2 Τραπεζική στρατηγική

Η επιχειρηματική στρατηγική διαμορφώνει τη φυσιογνωμία και εκφράζει τη δυναμική μίας επιχείρησης και ως εκ τούτου, συνιστά θεμελιώδη παράγοντα επιτυχίας και προόδου. Ειδικότερα στον τραπεζικό κλάδο, κύριο χαρακτηριστικό του οποίου είναι ο έντονος ανταγωνισμός, ο καθορισμός μίας ευέλικτης επιχειρηματικής στρατηγικής και η δυνατότητα της συνεχούς προσαρμογής στις διαρκώς μεταβαλλόμενες απαιτήσεις και συνθήκες της αγοράς συντελούν στην επιχειρηματική εξέλιξη και επιτυχία.

Η επιχειρηματική στρατηγική μπορεί να εξασφαλίσει την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για μία τράπεζα, αναλύοντας τις εξής συνιστώσες:

- τον ανταγωνισμό μεταξύ των υφιστάμενων τραπεζών
- τον κίνδυνο εισόδου νέων ανταγωνιστών στον κλάδο
- τη διαπραγματευτική δύναμη των πελατών
- τον κίνδυνο παροχής τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών από άλλους μη τραπεζικούς οργανισμούς

Οι στρατηγικοί στόχοι μίας τράπεζας, που αποφασίζει να επενδύσει στην ηλεκτρονική τραπεζική, σκόπιμο θα ήταν να είναι σαφώς καθορισμένοι, μετρήσιμοι και εφικτοί. Η ηλεκτρονική τραπεζική αποτελεί μία επιχειρηματική ευκαιρία. Ωστόσο, υπάρχουν σημαντικά στοιχεία που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη:

- Η εξασφάλιση του αναγκαίου τεχνολογικού εξοπλισμού έγκαιρα και σε λογικό κόστος
- Η ύπαρξη των κεφαλαίων που απαιτούνται για την υλοποίηση της επένδυσης
- Η εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού στα πλαίσια ενός εύλογου κόστους

Απαιτείται, δηλαδή, μία μελέτη σκοπιμότητας, πριν η τράπεζα προχωρήσει σε στρατηγική εκμετάλλευση των ευκαιριών που παρέχει η ηλεκτρονική τραπεζική.

Στα πλαίσια της διεθνούς κρίσης και των ευκαιριών που αναδύονται από την ηλεκτρονική τραπεζική, αλλά και των απειλών που ελλοχεύουν, οι ανάγκες των τραπεζιτών, συμπεριλαμβανομένων και των μελών των διοικητικών συμβουλίων των τραπεζικών ιδρυμάτων, επιτάσσουν την επαναξιολόγηση του μέλλοντος του τραπεζικού κλάδου. Κατ' επέκταση, ο στρατηγικός σχεδιασμός επιλέγει την κατάλληλη στρατηγική δραστηριοποίησης, αποφασίζει για την ευρεία χρήση ψηφιακών δεδομένων και για την ποιότητα των υπηρεσιών της λιανικής τραπεζικής, ενώ παράλληλα έχει την ευθύνη για ζητήματα που αφορούν στη διαχείριση του ενεργητικού – παθητικού και ακολούθως στην επίτευξη κερδών για την τράπεζα.

3.3 Στρατηγικές Λιανικής Τραπεζικής

Οι στρατηγικές της Λιανικής Τραπεζικής, που έχουν εισάγει νέες δυνατότητες πέραν των παραδοσιακών λειτουργιών τα τελευταία πέντε περίπου χρόνια, επικεντρώνονται στα παρακάτω (Ενωση Ελληνικών Τραπεζών, 2014)

- ✓ Ψηφιοποίηση στη διανομή, την εμπορία και τη χρήση τραπεζικών υπηρεσιών
- ✓ Εξάλειψη παραδοσιακών πληρωμών με την είσοδο νέων τεχνολογιών και σύγχρονων εφαρμογών
- ✓ Αύξηση του ανταγωνισμού με την ανάπτυξη νέων – καινοτόμων τραπεζικών προϊόντων
- ✓ Βελτίωση των υποκαταστημάτων λιανικής τραπεζικής. Μείωση του αριθμού των φυσικών τραπεζικών καταστημάτων και παράλληλη αύξηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών
- ✓ Έμφαση στον πελάτη μέσω προσφοράς εξατομικευμένων προϊόντων και υπηρεσιών
- ✓ Απλούστευση της δέσμευσης και διευκόλυνση της επικοινωνίας με τους πελάτες
- ✓ Εισαγωγή συστήματος ανάδρασης για τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών

3.4 Επιχειρηματικές Στρατηγικές της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα έχουν επηρεαστεί από το νέο περιβάλλον που έχει δημιουργήσει το διαδίκτυο. Το μέγεθος και η θέση που κατέχει κάθε τράπεζα στην αγορά καθορίζει την επιλογή και το είδος της στρατηγικής Ηλεκτρονικής Τραπεζικής που θα υιοθετήσει. Ενδεικτικά αναφέρουμε τις πιο διαδεδομένες στρατηγικές:

- **Αμυντική στρατηγική**, η οποία ενσωματώνει την Ηλεκτρονική Τραπεζική στο υπάρχον σύστημα προώθησης τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών και επικεντρώνεται στη διατήρηση του μεριδίου αγοράς. Αυτή τη στρατηγική ακολουθούν συνήθως μεγάλοι μεγέθους τράπεζες με σταθερή και εδραιωμένη πελατειακή βάση. Βασικό μειονέκτημά της είναι το υψηλό κόστος διατήρησης ενός συστήματος πολλαπλών δικτύων διανομής βραχυχρόνια, ενώ πλεονέκτημά της λογίζεται η ευκολία πραγματοποίησής της. Παραδείγματα ελληνικών τραπεζών που ακολούθησαν την αμυντική στρατηγική είναι η Win bank του ομίλου Πειραιώς και η Alpha Bank.
- **Επιθετική στρατηγική**: ο σχηματισμός ανεξάρτητων και αυτόνομων ηλεκτρονικών τραπεζών (Standalone Internet Bank) με στόχο την κατάκτηση μεριδίου αγοράς και την προσέλκυση πελατείας των ανταγωνιστών του κλάδου. Τη στρατηγική αυτή προτιμούν τράπεζες μικρού και μεσαίου μεγέθους. Βασικό πλεονέκτημά της είναι το χαμηλό κόστος λειτουργίας. Εντούτοις, οι μεγάλες δαπάνες για την προώθηση των προϊόντων και οι πολυέξοδες διαφημίσεις για την προσέλκυση των πελατών των ανταγωνιστών αποτελούν σημαντικά μειονεκτήματα. Πολλές τράπεζες που ακολουθούν τη συγκεκριμένη στρατηγική, επεκτείνουν τη δραστηριοποίησή τους πέραν των εγχώριων συνόρων, εξαιτίας του χαμηλού επενδυτικού κόστους και των μειωμένων επίσης λειτουργικών δαπανών.
- **Ιδιαίτερα επιθετική στρατηγική**: η δημιουργία ηλεκτρονικών τραπεζών από άλλες εταιρείες εκτός του χρηματοπιστωτικού κλάδου (virtual bank). Εταιρείες πληροφορικής και ασφαλιστικοί οργανισμοί επιδιώκουν, υιοθετώντας αυτό το είδος στρατηγικής, να εισέλθουν σε έναν κλάδο ξένο που δε συνάδει με

τη συνήθη δραστηριότητά τους. Βασικός στόχος των Virtual Banks είναι η προσέλκυση της πελατείας των ανταγωνιστριών τραπεζών μέσω της προσφοράς χαμηλότερων τιμών. Ωστόσο, στην αρχή της λειτουργίας τους οι επιχειρήσεις αυτές δύσκολα παρουσιάζουν κερδοφορία. Την πολύ επιθετική στρατηγική ακολουθούν συνήθως μεγάλοι χρηματοοικονομικοί όμιλοι που προσφέρουν online προϊόντα και υπηρεσίες τρίτων, ασφάλειες, leasing, factoring και συμβουλευτικές εταιρείες αγοραπωλησίας ακινήτων.

3.5 Στρατηγική εφαρμογής Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Οι τράπεζες οφείλουν να στρέφονται σε στρατηγικές που αφορούν στην παροχή ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών, αφού προηγουμένως λάβουν υπόψη τους πελάτες και τις ανάγκες τους και βασιζόμενα σε μία εκτίμηση / πρόβλεψη των κινδύνων και των απειλών που ελλοχεύουν. Η απόφαση του διοικητικού συμβουλίου του ιδρύματος σχετικά με την υιοθέτηση της στρατηγικής Ηλεκτρονικής Τραπεζικής καλό θα ήταν να στηρίζεται σε παράγοντες, όπως είναι η ζήτηση των πελατών, ο ανταγωνισμός, η τεχνογνωσία, τα έξοδα υλοποίησης, οι δαπάνες συντήρησης και κεφαλαιακής επάρκειας. Κομβικής σημασίας απόφαση για τη διοίκηση της τράπεζας είναι αν θα παρέχει αυτόνομα ηλεκτρονικές υπηρεσίες, μέσω της δημιουργίας, της αγοράς ή της ενοικίασης του συστήματος, ή αν θα προβεί σε εξωτερική ανάθεση (outsourcing) των υπηρεσιών σε τρίτο πάροχο (TSP). Ένας πάροχος τεχνολογικών υπηρεσιών (TSP) αυξάνει την ταχύτητα εφαρμογής του συστήματος από την τράπεζα, μειώνει την αρχική δαπάνη της επένδυσης και συντελεί στην αποφυγή άλλων ειδών κόστους, όπως είναι για παράδειγμα το κόστος που απαιτείται για την τεχνική κατάρτιση και εκπαίδευση του προσωπικού. Εντούτοις, στα πλαίσια της συνεργασίας με εξωτερικό πάροχο, ελλοχεύει ο κίνδυνος δημιουργίας σημαντικών αλληλεξαρτήσεων μεταξύ της τράπεζας και της εταιρείας που αναλαμβάνει την εξωτερική ανάθεση (outsourcer).

3.5.1. Αγορά ή μίσθωση μηχανημάτων και λογισμικού

Η τράπεζα έχει τη δυνατότητα να δημιουργήσει μόνη της το απαιτούμενο λογισμικό και τα μηχανήματα για την υποστήριξη των υπηρεσιών της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής ή να αγοράσει ή να προβεί σε μίσθωση των απαιτούμενων υποδομών από μία εταιρεία πληροφοριακών συστημάτων, σύμφωνα πάντα με τους όρους και τις προδιαγραφές που θέτει η τράπεζα. Στις περιπτώσεις της μίσθωσης, ο σχεδιασμός και η ανάπτυξη του λογισμικού γίνεται με τέτοιο τρόπο, ώστε να ανταποκρίνεται ακριβώς στις απαιτήσεις του τραπεζικού ομίλου, ενώ προσφέρει πρωτοποριακά προϊόντα και υπηρεσίες και ταυτόχρονα εκτιμά και προβλέπει τους κινδύνους και τις απειλές. Ωστόσο, το υψηλό κόστος ανάπτυξης και συντήρησης του συστήματος, στο οποίο έρχεται να προστεθεί και η ανάγκη για υψηλού επιπέδου τεχνική κατάρτιση που πρέπει να διαθέτει το προσωπικό, μπορεί να αποτελέσουν ανασταλτικούς παράγοντες όσον αφορά στην επιλογή της ανωτέρω στρατηγικής.

3.5.2. Εξωτερική ανάθεση (outsourcing)

Απαιτεί ελάχιστη τεχνική κατάρτιση και εξειδίκευση του προσωπικού του χρηματοπιστωτικού οργανισμού, ενώ συνεπάγεται χαμηλότερο κόστος πρώτης εγκατάστασης και λειτουργίας. Εντούτοις, ο τραπεζικός οργανισμός δεν έχει την ιδιοκτησία του συστήματος και περιορίζεται ως προς τη δυνατότητα προσφοράς εξατομικευμένων προϊόντων και υπηρεσιών. Τέλος, βασική προϋπόθεση είναι η ύπαρξη ενός μηχανισμού ελέγχου των κινδύνων.

3.6 Αντιπαράθεση / Στάθμιση κόστους – οφέλους της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα θα πρέπει να σταθμίζουν τη σχέση κόστους – οφέλους, όταν πρόκειται για αποφάσεις σχετικές με την εφαρμογή των εναλλακτικών δικτύων. Η υιοθέτηση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής συνεπάγεται:

- ✓ Μικρότερες λειτουργικές δαπάνες
- ✓ Ευρύτερη γεωγραφική διαφοροποίηση
- ✓ Καλύτερη ανταγωνιστική θέση
- ✓ Αύξηση της ζήτησης των πελατών
- ✓ Νέες ευκαιρίες εσόδων

Η διεξαγωγή μίας ανάλυσης κόστους – οφέλους προϋποθέτει την πλήρη κατανόηση των κινδύνων που εγκυμονεί η υιοθέτηση και προώθηση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών. Δεν πρέπει να παραμερίζονται παράγοντες, όπως ο χρόνος και οι πόροι που χρειάζονται για την επιτυχή καθιέρωση των ηλεκτρονικών δικτύων και την εξασφάλιση του αναγκαίου επιπέδου τεχνολογικής εμπειρογνομosύνης. Εκτός από τα προφανή κόστη για το ανθρώπινο δυναμικό, τα υλικά, το λογισμικό και τις επικοινωνίες, θα πρέπει επίσης να εξεταστούν:

- Μεταβολές στην πολιτική, τις διαδικασίες και την πρακτική του ιδρύματος
- Η κατάλληλη αρχιτεκτονική των δικτυακών εγκαταστάσεων, η τεχνογνωσία και η ασφάλεια του λογισμικού
- Τα εργαλεία για τη διατήρηση και προστασία του συστήματος
- Η αναγκαιότητα για έμπειρο και κατάλληλα εκπαιδευμένο προσωπικό για τη στήριξη και την προώθηση των εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών
- Η επαρκής τεχνογνωσία και τα πληροφοριακά συστήματα διοίκησης (management information systems) για την επίβλεψη των προμηθευτών ηλεκτρονικών υπηρεσιών
- Ο καθορισμός νομικού και κανονιστικού πλαισίου
- Η σύνταξη και εξειδίκευση των ελεγκτικών διαδικασιών που είναι απαραίτητες για την υποστήριξη της τεχνολογίας
- Βελτιωμένα Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης (Management Information Systems) για την παρακολούθηση και την κατοχύρωση της ασφάλειας στα πλαίσια λειτουργίας της ηλεκτρονικής τραπεζικής
- Η χρήση λογισμικού για τη μέτρηση της κερδοφορίας και του βαθμού επιτυχίας της στρατηγικής που εφαρμόζει το τραπεζικό ίδρυμα
- Οι δαπάνες της ασφαλιστικής κάλυψης για ηλεκτρονικές εργασίες
- Πιθανά έσοδα ή κέρδη με βάση διαφορετικούς τρόπους τιμολόγησης
- Η εμφάνιση έκτακτων ζημιών
- Το εναλλακτικό κόστος που σχετίζεται με την προσπάθεια διανομής των κεφαλαίων στα πλαίσια της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

3.7 Ηλεκτρονική Τραπεζική και αντιμετώπιση κινδύνων

Η τεχνολογική εξέλιξη και ο ισχυρός ανταγωνισμός που χαρακτηρίζει τον τραπεζικό κλάδο οδηγούν τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα στην προώθηση ενός πλήθους ηλεκτρονικών προϊόντων και υπηρεσιών. Στην προσπάθειά τους, όμως, αυτή οι τράπεζες μπορεί να έρθουν αντιμέτωπες με κάποιους σοβαρούς κινδύνους. Παραδείγματα τέτοιων κινδύνων είναι ο στρατηγικός κίνδυνος, ο συναλλακτικός κίνδυνος, ο κίνδυνος συμμόρφωσης, ο κίνδυνος φήμης, ο κίνδυνος ασφάλειας των πληροφοριών, ο πιστωτικός κίνδυνος, ο κίνδυνος επιτοκίου, ο κίνδυνος ρευστότητας, ο κίνδυνος τιμών και ο συναλλαγματικός κίνδυνος. Οι κίνδυνοι αυτοί θα

πρέπει να είναι γνωστοί και μετρήσιμοι, ώστε να μπορούν να ελεγχθούν και κατ' επέκταση, να αποφευχθούν ή έστω να περιοριστούν.

3.7.1. Συναλλακτικός κίνδυνος

Ο συναλλακτικός / λειτουργικός κίνδυνος μπορεί να οφείλεται σε απάτη, σε λάθη του συστήματος επεξεργασίας, σε διαταραχές ή άλλα απρόβλεπτα γεγονότα και συνεπάγεται την αδυναμία της τράπεζας να διαθέσει τα σωστά προϊόντα και υπηρεσίες. Το μέγεθος του συναλλακτικού κινδύνου εξαρτάται από τη διάρθρωση του τραπεζικού περιβάλλοντος, το είδος των παρεχόμενων υπηρεσιών, την πολυπλοκότητα των διαδικασιών και την τεχνολογική υποστήριξη. Η παροχή στους πελάτες καινοτόμων ηλεκτρονικών υπηρεσιών καθιστά πιο πολύπλοκες τις εργασίες του χρηματοπιστωτικού οργανισμού, ενώ συγχρόνως αυξάνει και τον όγκο των συναλλαγών. Τα τραπεζικά ιδρύματα πρέπει να υποστηρίζονται από τις κατάλληλες υποδομές, προκειμένου να εξασφαλιστεί η αξιοπιστία και η συνέχεια όσον αφορά στη διάθεση των προϊόντων ηλεκτρονικής τραπεζικής, λαμβανομένου υπόψη ότι οι πελάτες περιμένουν οι υπηρεσίες αυτές να μπορούν να χρησιμοποιηθούν 24 ώρες την ημέρα και 7 ημέρες την εβδομάδα.

Βασικό εργαλείο για τον περιορισμό του συναλλακτικού κινδύνου είναι η εφαρμογή αποτελεσματικής πολιτικής και διαδικασιών εσωτερικού ελέγχου, που αφορούν στο διαχωρισμό των καθηκόντων, σε ελέγχους ασφάλειας των πληροφοριών, καθώς και σε ερευνητικές δοκιμές.

3.7.2. Πιστωτικός κίνδυνος

Οι ακόλουθες συνιστώσες της έγκρισης και εκταμίευσης σε πραγματικό χρόνο ενός δανείου δυσχεραίνουν τη διαχείριση του ανωτέρω είδους κινδύνου:

- Ταυτοποίηση της ταυτότητας του πελάτη στην ηλεκτρονική αίτηση χορήγησης δανείου και στην υπογραφή της σύμβασης
- Παρακολούθηση και έλεγχος της εξέλιξης, της τιμολόγησης και της ομαλής εξυπηρέτησης των δανείων που έχουν χορηγηθεί μέσω ηλεκτρονικών καναλιών
- Εποπτεία των τρίτων μερών που λειτουργούν ως πράκτορες ή για λογαριασμό του τραπεζικού οργανισμού
- Συγκέντρωση των πιστώσεων από τα άτομα εκτός της ευρύτερης γεωγραφικής περιοχής
- Έλεγχος οποιασδήποτε αύξησης του αριθμού των δανείων

3.7.3. Επιχειρηματικός κίνδυνος

Ένα βασικό ερώτημα που προκύπτει, λόγω του καινοτόμου χαρακτήρα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, είναι το κατά πόσο οι χρήστες της θα διαφοροποιούνται από τους «παραδοσιακούς» τραπεζικούς πελάτες. Οι τράπεζες καλούνται να αξιολογήσουν την πιστοληπτική ικανότητα των πελατών από απόσταση, εξίσου αποτελεσματικά όπως υποχρεούνται να το κάνουν στις πρόσωπο με πρόσωπο συναλλαγές. Η έλλειψη φυσικής παρουσίας του πελάτη δυσχεραίνει σαφώς την εκτίμηση της φύσης και της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών. Επιπρόσθετα, η δυσκολία στην πρόβλεψη του όγκου των πωλήσεων και του ύψους των ηλεκτρονικών καταθέσεων και συναλλαγών γενικότερα συνιστά τροχοπέδη στον καθορισμό και τον έλεγχο της ρευστότητας.

3.7.4. Κίνδυνος ρευστότητας

Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, μέσω της εξάπλωσης και κοινής χρήσης του διαδικτύου, μπορούν να διαθέτουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους σε διεθνές επίπεδο. Με τη βοήθεια της διαφήμισης μπορούν να προσελκύσουν πελάτες με δυνητικά υψηλές αποδόσεις επενδύσεων και καταθέσεων. Εντούτοις, κλειδί στην αντιμετώπιση ενδεχόμενων προβλημάτων χρηματοδότησης, που αναδύονται κατά την εφαρμογή της ηλεκτρονικής τραπεζικής, είναι η ικανότητα τροποποίησης της πολιτικής και προσαρμογής των τραπεζικών

ιδρυμάτων, ώστε να συμβαδίζουν με τα νέα δεδομένα. Παραδείγματα πιθανών προβλημάτων που μπορεί να προκύψουν είναι:

- Περισσότερα κεφάλαια υψηλού επιτοκίου
- Εξαγορά κεφαλαίων (μετοχών) από αγορές και επιχειρήσεις που δε διαθέτουν άδεια συμμετοχής στο χρηματοπιστωτικό κλάδο
- Αρνητικές επιπτώσεις των δανείων / χρηματοδοτήσεων και των καταθέσεων στον καθορισμό του ύψους του επιτοκίου στην αγορά της διαδικτυακής τραπεζικής
- Μεγάλη μεταβλητότητα κεφαλαίων
- Θέματα έλλειψης ασφαλείας και αξιοπιστίας στα εναλλακτικά δίκτυα, που δημιουργούν ρήγματα στη σχέση εμπιστοσύνης με τους πελάτες και αμαυρώνουν το προφίλ της τράπεζας

3.7.5. Κίνδυνος φήμης

Το διαδίκτυο επιτρέπει την εύκολη πρόσβαση στην πληροφορία και τη γρήγορη και ευρεία διάδοσή της, γεγονός που συνεπάγεται ότι κάθε συμβάν, καλό ή κακό, κοινοποιείται άμεσα. Η διάδοση μίας αρνητικής πληροφορίας, που μπορεί για παράδειγμα να αφορά σε θέματα ασφάλειας της διαδικτυακής τραπεζικής, ενδέχεται να κλονίσει τη φήμη τόσο των ίδιων των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, όσο και των επιχειρήσεων εκείνων που επιλέγουν να συνεργαστούν με τα τελευταία. Επιπλέον, μία άσχημη συναλλακτική εμπειρία με μία τράπεζα ενδέχεται να οδηγήσει στο λανθασμένο συμπέρασμα της ασυνέπειας όλων των τραπεζών που εφαρμόζουν την Ηλεκτρονική Τραπεζική. Αυτό το είδος συστημικού κινδύνου, που προβληματίζει και ανησυχεί όλους τους παρόχους ηλεκτρονικής τραπεζικής, μπορεί να χαρακτηριστεί και ως «κίνδυνος υπόληψης».

Βιβλιογραφία 3^ο Κεφαλαίου

1. Al – Mudimigh A. S., (2007), E – business strategy in Online Banking services: A case study, Journal of Internet Banking and Commerce, Vol.12, No 1
2. Buse S., Herstaff C., Tiwari R., (2006), Mobile Banking as business strategy: Impact of mobile technologies on customer behavior and its implications for banks, Technology and Innovation Management, Working Paper No 37, Institute of Technology and Innovation Management, Hamburg University of Technology, Germany
3. De Young R., (2006), The limits of information technology: how much will the banking industry change?, Technology driven efficiencies in financial markets, Heikkinen P., Korhonen K. (eds), pp.35-46
4. European Commission, (2005), Towards a European Research Area. Science, Technology and Innovation. Key Figures 2005, Directorate General for Research
5. Gondat L. C., Nier E., (2004), The economics of retail banking – an empirical analysis of the UK market for personal current accounts, Bank of England Quarterly Bulletin, pp.153-159
6. Nicoletti G., Scarpetta S., Boylaud O., (2000), Summary indicators of product market regulation with an extension to employment protection legislation, OECD Economics Department Working Papers, No 226

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

Εισαγωγή

Τα εναλλακτικά δίκτυα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής δεν αποτελούν απλά μία ρηξικέλευθη επανάσταση των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, που συναντάμε στο διεθνές οικονομικό στερέωμα, αλλά προσφέρουν σε κάθε χρήστη – επιχείρηση ή ιδιώτη – την πολυτέλεια της πρόσβασης στον τραπεζικό του λογαριασμό, τόσο για ενημέρωση όσο και για τη διενέργεια ενός μεγάλου μέρους των τραπεζικών του συναλλαγών γρήγορα, άμεσα, με ευκολία και με χαμηλότερο κόστος. Μεγάλο ποσοστό των πελατών έχει στραφεί στα ηλεκτρονικά κανάλια εξυπηρέτησης και κάνει σχεδόν καθημερινή χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών. Δεδομένης της εξάπλωσης του διαδικτύου, η αποτελεσματική, ασφαλής και άμεση πρόσβαση στα καινοτόμα ηλεκτρονικά δίκτυα, τα οποία συναντώνται στη σύγχρονη χρηματοοικονομική πρακτική, έχει ως άμεσο επακόλουθο την αύξηση του αριθμού των διαδικτυακών τραπεζικών χρηστών, καθώς και την επέκταση των δυνατοτήτων που παρέχονται σε αυτούς.

4.1. Η Ηλεκτρονική Τραπεζική γενικά

Η τεχνολογική εξέλιξη έχει «μεταμορφώσει» το χρηματοπιστωτικό τομέα. Η Ηλεκτρονική Τραπεζική έχει αντικαταστήσει τα φυσικά καταστήματα και τους υπαλλήλους των τραπεζών με την οθόνη του υπολογιστή, έχει μειώσει δραστικά τα έξοδα τόσο για τους πελάτες όσο και για την τράπεζα και υπόσχεται την επανάσταση στη συναλλακτική σχέση των πελατών με τις τράπεζες. Η επένδυση στην ποιοτική ηλεκτρονική εξυπηρέτηση των πελατών προσφέρει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην τράπεζα που εντάσσει την ηλεκτρονική τραπεζική στους στρατηγικούς της στόχους. Για να μπορέσει η τράπεζα να εξασφαλίσει τη βιωσιμότητα και την ανάπτυξή της, πρέπει να εφαρμόσει καινοτομίες και βέλτιστες πρακτικές, με έμφαση στην ασφάλεια, τη χρηστικότητα και την αποδοτικότητα των ηλεκτρονικών συστημάτων. Έτσι δημιουργούνται οι ηγέτες / πρωτοπόροι. Η Ηλεκτρονική Τραπεζική μπορεί να οριστεί σαν ένας τρόπος αυτοματοποιημένης παράδοσης των τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών απευθείας στους πελάτες, με τη χρήση ηλεκτρονικών – διαδραστικών καναλιών επικοινωνίας. Αποτελείται από εκείνους τους μηχανισμούς που επιτρέπουν σε οργανισμούς και πελάτες, ιδιώτες ή επιχειρήσεις, να έχουν πρόσβαση σε τραπεζικούς λογαριασμούς, να συναλλάσσονται και να διακινούν πληροφορίες για χρηματοοικονομικά προϊόντα και υπηρεσίες. Το νέο αυτό εναλλακτικό τραπεζικό κανάλι εξυπηρέτησης πρωτοεμφανίστηκε στην Ελλάδα το 1997 από την «ΕΓΝΑΤΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ» και στη συνέχεια ακολούθησαν και οι υπόλοιπες τράπεζες. Η Ηλεκτρονική Τραπεζική στη χώρα μας διανύει ακόμα την παιδική της ηλικία. Εντούτοις, η πρόοδος που παρατηρείται είναι αξιοσημείωτη. Και αυτό αποδεικνύεται περίτρανα από το γεγονός ότι πολλοί εγχώριοι τραπεζικοί διαδικτυακοί τόποι, συγκρινόμενοι με άλλους του εξωτερικού, δεν έχουν να ζηλέψουν τίποτα, ούτε ως προς τον όγκο ή την ποιότητα των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, ούτε ως προς το κατανοητό για το χρήστη περιβάλλον εργασίας, την ασφάλεια και το βαθμό ευκολίας.

4.2. Πώς ορίζεται η Ηλεκτρονική Τραπεζική

Η Ηλεκτρονική Τραπεζική περιλαμβάνει όλες τις τραπεζικές συναλλαγές που δύνανται να ολοκληρωθούν με τη χρήση ηλεκτρονικών μέσων, κυρίως μέσω διαδικτύου, αλλά και μέσω «VPN's», «Intranet», «Extranet», σταθερού και κινητού τηλεφώνου, χωρίς να είναι αναγκαία η φυσική παρουσία του πελάτη σε υποκατάστημα της τράπεζας. Στα πλαίσια εφαρμογής της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής διατίθενται υπηρεσίες που αφορούν στην πληροφόρηση αναφορικά με λογαριασμούς, κίνηση λογαριασμών, ενημέρωση για υπόλοιπα και κίνηση

πιστωτικών και προπληρωμένων καρτών, οφειλές δανείων και πληρωμές δόσεων, εξόφληση λοιπών λογαριασμών και πάγιων εντολών προς ΔΕΚΟ και τρίτους οργανισμούς, καθώς και πιο εξειδικευμένες υπηρεσίες, όπως χρηματιστηριακές συναλλαγές και παρακολούθηση του χαρτοφυλακίου των μετοχών του πελάτη. Επιπρόσθετα, παρέχονται και προσωπικές υπηρεσίες στον πελάτη, όπως προσωπικά μηνύματα που αφορούν στη συναλλακτική του σχέση και συνεργασία με την τράπεζα, δυνατότητα εκτύπωσης παραστατικών των συναλλαγών και εξατομικευμένες προτάσεις ανάλογα με τη φερεγγυότητα, την πιστοληπτική του ικανότητα και το οικονομικό του προφίλ. Τέλος, αξίζει να αναφερθούν και οι υπηρεσίες που αφορούν σε φόρμες εκδήλωσης ενδιαφέροντος για κάθε είδους χρηματοδότηση.

Στη συνείδηση των πελατών η ηλεκτρονική τραπεζική έχει ταυτιστεί με τις τραπεζικές υπηρεσίες που παρέχονται μέσω διαδικτύου (Internet Banking). Οι εφαρμογές, όμως, της ηλεκτρονικής τραπεζικής δεν περιορίζονται μόνο στις υπηρεσίες αυτές, αλλά επεκτείνονται και σε άλλους τομείς, όπως είναι για παράδειγμα το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) ή οι ηλεκτρονικές επενδύσεις (e-Investment). Τέλος, διαδικτυακές συναλλαγές διενεργούνται και μέσω εναλλακτικών καναλιών, μέσω π.χ. σταθερής γραμμής τηλεφώνου (Phone Banking) ή μέσω κινητού τηλεφώνου (Mobile Banking).

4.3. Ιστορική ανασκόπηση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Οι αρχικές προσπάθειες δημιουργίας διαδικτύου εμφανίζονται στις ΗΠΑ κατά την περίοδο του ψυχρού πολέμου. Οι Αμερικανοί, στην προσπάθειά τους να καλυφθούν και να λάβουν μέτρα ενάντια στην πιθανότητα πυρηνικής επίθεσης των Ρώσων, συστήνουν μία εξειδικευμένη ομάδα που ασχολείται με την προηγμένη αμυντική έρευνα. Με τον τρόπο αυτό δημιουργείται η πρώτη μορφή διαδικτύου, γνωστή ως «ARPANET», που εγκαθίσταται και λειτουργεί το 1969. Το 1984 εφαρμόζεται για πρώτη φορά το DNS (Domain Name System). Στο σύστημα αυτό οι υπολογιστές του διαδικτύου αναγνωρίζονται πλέον από διευθύνσεις κωδικοποιημένων αριθμών, ενώ καταγράφονται 1000 κεντρικοί κόμβοι.

Ωστόσο, η υλοποίηση της υπηρεσίας του παγκόσμιου ιστότοπου (world wide web) στο ερευνητικό ίδρυμα CERN της Ελβετίας το 1989 αποτέλεσε την αφετηρία για την ευρεία διάδοση και χρήση του διαδικτύου. Η ανακάλυψη του «WWW», σε συνδυασμό με την ευκολία απόκτησης πρόσβασης στο διαδίκτυο, είχε ως άμεσο επακόλουθο την προσέλκυση ενός μεγάλου αριθμού νέων χρηστών, που οδήγησε με τη σειρά της στη μεγάλη άνθιση ή με άλλα λόγια την «έκρηξη» του Internet.

Η παγκόσμια καθιέρωση του διαδικτύου σηματοδοτεί και το ξεκίνημα της ιστορίας της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής. Τα μεγαλύτερα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα στις ΗΠΑ εισάγουν την έννοια της τραπεζικής από το σπίτι (home banking) στα τέλη της δεκαετίας του 1980. Με το Home Banking δίνεται στους πελάτες η δυνατότητα να διενεργούν βασικές τραπεζικές συναλλαγές από το σπίτι μέσω του ηλεκτρονικού υπολογιστή, χωρίς να είναι αναγκαία η φυσική τους παρουσία σε κάποιο υποκατάστημα. Βασικός στόχος των τραπεζών ήταν η εξάπλωση της νέας αυτής υπηρεσίας και η εξοικείωση των πελατών τους με το home banking. Για το λόγο αυτό ανέπτυξαν τα κατάλληλα δίκτυα και προσέφεραν στους πελάτες τους δωρεάν λογισμικό. Εντούτοις, η τραπεζική από το σπίτι είχε σχετικά μικρή διάρκεια ζωής. Στα μέσα της δεκαετίας του 1990 κυριαρχεί πλέον η Ηλεκτρονική Τραπεζική. Για την υλοποίηση των εφαρμογών της τελευταίας, οι οργανισμοί δεν υποχρεούνται να διαθέτουν δίκτυα ιδιωτικής χρήσης, που σαφώς συνεπάγονται τεράστιες δαπάνες εγκατάστασης και συντήρησης. Αυτή, άλλωστε, ήταν και η ειδοποιός διαφορά που έδινε στην Ηλεκτρονική Τραπεζική συγκριτικό πλεονέκτημα και σαφές προβάδισμα έναντι της προκατόχου της τραπεζικής από το σπίτι. Έτσι, οι πελάτες μπορούσαν να αποκτήσουν πρόσβαση στο σύστημα της τράπεζας, χωρίς να είναι απαραίτητη η εγκατάσταση κάποιου συγκεκριμένου ιδιαίτερου λογισμικού. Παρ' όλα αυτά, η ανάπτυξη που παρατηρήθηκε μπορεί να χαρακτηριστεί καχεκτική. Και αυτό οφειλόταν κυρίως στο μικρό αριθμό πελατών – χρηστών του διαδικτύου, καθώς επίσης στις δαπάνες και τα κόστη που προκύπταν από τη διενέργεια ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών. Η ραγδαία εξάπλωση της χρήσης του διαδικτύου στα τέλη της δεκαετίας του 1990 έδωσε ώθηση

στην Ηλεκτρονική Τραπεζική και συνέβαλε στην εξοικείωση των πελατών των τραπεζών με τη διενέργεια των συναλλαγών τους διαδικτυακά (www.ehow.com, The History of E-Banking, by Bob Batchelor). Η πρώτη τράπεζα που παρείχε στους πελάτες της τη δυνατότητα της ηλεκτρονικής πρόσβασης στους τραπεζικούς λογαριασμούς ήταν η αμερικανική Wells Fargo, το 1995. Η πρώτη αμιγώς διαδικτυακή τράπεζα ιδρύθηκε στις ΗΠΑ τον Οκτώβριο του 1995. Πρόκειται για την «Security First Network Bank». Μέχρι και το 2000, το ποσοστό των τραπεζών στην Αμερική που παρέχουν διαδικτυακές υπηρεσίες φτάνει το **80%**. Ωστόσο, ο αριθμός των πελατών που χρησιμοποιούν τις εν λόγω υπηρεσίες αυξάνεται σταδιακά και με αργό ρυθμό. Χαρακτηριστικό παράδειγμα η Bank of America, στην οποία χρειάστηκαν δέκα χρόνια, προκειμένου να προσελκύσει στον αναδυόμενο τομέα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής μόλις δύο εκατομμύρια πελάτες. Το ρεκόρ των 3.100.000 ηλεκτρονικών συναλλαγών συνολικού ύψους πάνω από ένα δισ. δολάρια επιτυγχάνεται τον Οκτώβριο του 2001 από την Bank of America. Το 2009, η Gartner Group – σπουδαία ερευνητική και συμβουλευτική εταιρεία διεθνώς – υπολογίζει ότι ποσοστό ύψους 47% των ενηλίκων στις ΗΠΑ και 30% στο Ηνωμένο Βασίλειο κάνει χρήση των υπηρεσιών της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής. Η NBS (Nottingham Building Society) υπήρξε η πρώτη τράπεζα που παρείχε υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής στη Μεγάλη Βρετανία το 1983. Ο χρήστης είχε πρόσβαση στην ενημέρωση των κινήσεων των τραπεζικών του λογαριασμών, στη μεταφορά χρημάτων σε λογαριασμούς ίδιας ή άλλης τράπεζας, καθώς και στην πληρωμή λογαριασμών. Η διεκπεραίωση, ωστόσο, των συναλλαγών δεν ήταν εφικτή με αυτοματοποιημένο τρόπο και δε συντελείται σε πραγματικό / άμεσο χρόνο (www.buzzle.com, Brief History of Internet Banking). Η Ηλεκτρονική Τραπεζική εμφανίστηκε πρώτη φορά στην Ελλάδα το Φεβρουάριο του 1998. Πρωτοπόρος υπήρξε η Εγνατία Τράπεζα, η οποία εισήγαγε την άρτια υπηρεσία «Web Teller», που έδινε στους πελάτες τη διακριτική ευχέρεια να διενεργούν τις τραπεζικές τους συναλλαγές διαδικτυακά (Αγγέλης Β., 2005, σελ.53).

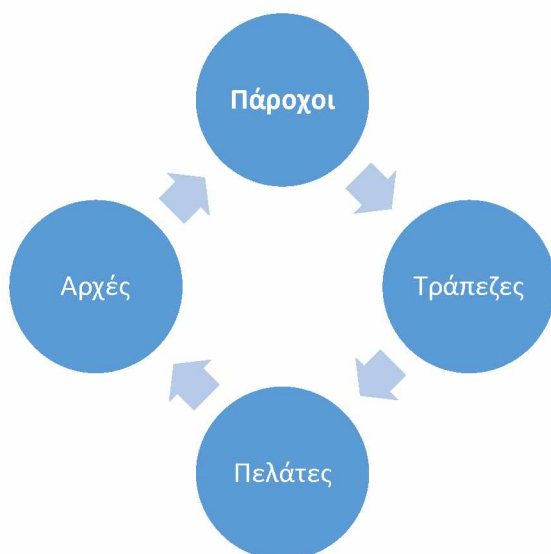
4.4 Ποιοι συμμετέχουν στην Ηλεκτρονική Τραπεζική

Στο γενικότερο πλαίσιο λειτουργίας της Διαδικτυακής Τραπεζικής δραστηριοποιούνται:

- ❖ Το χρηματοπιστωτικό ίδρυμα (τράπεζα) και
- ❖ Ο πελάτης – οποιοδήποτε φυσικό ή νομικό πρόσωπο

Εκτενέστερα, ωστόσο, σε αυτό το μοντέλο τραπεζικής θα μπορούσαμε να συμπεριλάβουμε δύο ακόμα:

- ❖ Τους παρόχους διαδικτυακών υπηρεσιών (Internet Service Providers)
- ❖ Τις αρχές που καθορίζουν το ρυθμιστικό / κανονιστικό πλαίσιο σε εθνικό και διεθνές επίπεδο



4.4.1. Οι πελάτες

Οι πελάτες είναι αυτοί που κάνουν χρήση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής και ενδέχεται να είναι φυσικά ή νομικά πρόσωπα. Οι τράπεζες καλούνται να ανακαλύψουν τις συγκεκριμένες ανάγκες κάθε πελάτη και να παρέχουν εξειδικευμένα προϊόντα και υπηρεσίες, προκειμένου να τις ικανοποιήσουν με το βέλτιστο τρόπο, παρέχοντας στον πελάτη τη μέγιστη δυνατή χρησιμότητα. Σκοπός της προσπάθειας αυτής των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων είναι η διατήρηση της υφιστάμενης αλλά και η προσέλκυση νέας πελατείας και κατ' επέκταση, η εξασφάλιση της βιωσιμότητάς τους και η απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

4.4.2. Οι Τράπεζες

Τα τραπεζικά ιδρύματα είναι οι πάροχοι των προϊόντων της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής και πρωταγωνιστούν στην εξέλιξη και τη διάδοση των εναλλακτικών δικτύων. Κύριο μέλημά τους είναι η παρακολούθηση και ο έλεγχος της ζήτησης των υπηρεσιών αυτών. Και τούτο γιατί, χωρίς την αναμενόμενη ζήτηση, δεν υπάρχει κερδοφορία.

4.4.3. Πάροχοι διαδικτυακών υπηρεσιών

Η σύνδεση στο διαδίκτυο είναι απαραίτητη για τη διενέργεια τραπεζικών κινήσεων ηλεκτρονικά. Η εξασφάλιση των κατάλληλων υποδομών για την παροχή ηλεκτρονικών υπηρεσιών συνιστά αδιαμφισβήτητο προνόμιο και συνάμα υποχρέωση του κυβερνητικού μηχανισμού. Οι συνδέσεις κακής ποιότητας, που οφείλονται σε υποανάπτυκτες υποδομές, αποτελούν τροχοπέδη και υπονομεύουν τη ζήτηση των υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, καθώς αποτρέπουν και δυσχεραίνουν την περιήγηση των χρηστών. Τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες παρέχει μία εξειδικευμένη ομάδα επιχειρήσεων, η ISPs.

Το επίπεδο ανάπτυξης της ηλεκτρονικής τραπεζικής καθορίζεται από τους ακόλουθους παράγοντες:

❖ Δυνατότητα πρόσβασης στο διαδίκτυο

Το διαδίκτυο συνιστά το μοναδικό τρόπο σύνδεσης των πελατών με τις εφαρμογές της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Άρα, η ύπαρξη εμποδίων και περιορισμών στα κανάλια πρόσβασης στο διαδίκτυο σημαίνει και περιορισμό στο πλήθος των χρηστών.

❖ Ποιότητα ηλεκτρονικών υπηρεσιών

Μία σύνδεση που καθυστερεί στο Internet ενδέχεται να επηρεάσει αρνητικά την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.

❖ Κόστος υπηρεσιών διαδικτύου

Το κόστος των ηλεκτρονικών υπηρεσιών μπορεί να αποτελέσει βασικό ανασταλτικό στοιχείο. Για παράδειγμα, ένα ακριβό Internet αποθαρρύνει τους χρήστες από το να στραφούν στη χρήση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.

❖ Κανονιστικές / Ρυθμιστικές αρχές – Σχετική Νομοθεσία

Σε κάθε χώρα η Κεντρική Τράπεζα έχει την ευθύνη εφαρμογής της νομισματικής πολιτικής και δύναται να παίξει το ρόλο του δανειστή σαν έσχατη λύση σε περίπτωση κρίσης. Έχει τον έλεγχο της διάθεσης του χρήματος, της έκδοσης νομίσματος και της διαχείρισης της ρευστότητας. Το ρόλο αυτό σε εθνικό επίπεδο παίζουν η Τράπεζα της Ελλάδος και η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα. Οι ρυθμιστικές αρχές οφείλουν, δημιουργώντας το κατάλληλο νομοθετικό – κανονιστικό πλαίσιο, να διασφαλίσουν την προστασία των πελατών – χρηστών και να κατοχυρώσουν την κοινωνικοοικονομική σταθερότητα.

❖ Προστασία του πελάτη

Οι ασφαλείς, με ακρίβεια και χωρίς σφάλματα οικονομικές συναλλαγές συνιστούν σημαντική και αδιαπραγμάτευτη απαίτηση των πελατών. Πιο συγκεκριμένα, στην περίπτωση της διενέργειας χρηματικών συναλλαγών μέσω διαδικτύου οι πελάτες δεν αρκούνται μόνο στις υψηλές ταχύτητες διαβίβασης, αλλά απαιτούν φυσικά και την ορθή εκτέλεση της εντολής τους ως προς τον επιθυμητό προορισμό.

❖ **Κοινωνική και οικονομική σταθερότητα**

Η παραδοχή και η αντιμετώπιση όλων των προβλημάτων και των κινδύνων που εγκυμονεί μία οικονομική ηλεκτρονική συναλλαγή είναι πρωταρχική ευθύνη και βασική αρμοδιότητα των νομισματικών αρχών. Στην περίπτωση που οι εν λόγω κίνδυνοι δεν προβλεφθούν και δεν αντιμετωπιστούν έγκαιρα και αποτελεσματικά, τότε θα επηρεαστούν αρνητικά οι τιμές των επιτοκίων, η ρευστότητα, οι τιμές του συναλλάγματος και γενικότερα η συναλλακτική κίνηση. Τέλος, θα πλήξει τους στρατηγικούς στόχους και τη φήμη κάθε τράπεζας και θα αποτελέσει τροχοπέδη στην πραγματοποίηση κερδών.

4.5. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ - ΕΙΔΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

Έχοντας ως κριτήριο το μέσο πραγματοποίησης των τραπεζικών συναλλαγών, θα μπορούσαμε να διαχωρίσουμε τις υπηρεσίες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στις τρεις ακόλουθες κατηγορίες:

1. Τραπεζική μέσω Διαδικτύου (**Internet Banking**)
2. Τραπεζική μέσω τηλεφώνου (**Phone Banking**)
3. Τραπεζική μέσω κινητού (**Mobile Banking**)

4.5.1. Διαδικτυακή Τραπεζική (Internet Banking)

Οι τραπεζικές συναλλαγές που διενεργούνται ηλεκτρονικά συνιστούν έναν ηλεκτρονικό μηχανισμό πληρωμών που δίνει τη δυνατότητα στους πελάτες μίας τράπεζας να πραγματοποιούν οικονομικής φύσεως συναλλαγές στα πλαίσια ενός ασφαλούς δικτυακού τόπου, η διαχείριση του οποίου ανήκει στην τράπεζα. Αυτό είναι το γνωστό σε όλους Internet Banking.

Για να ξεκινήσει κάποιος να κάνει χρήση των εν λόγω υπηρεσιών χρειάζονται τα ίδια στοιχεία με όλες σχεδόν τις υπηρεσίες τραπεζικής που παρέχονται εξ αποστάσεως.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την εξασφάλιση της απευθείας πρόσβασης στο διακομιστή ενός χρηματοπιστωτικού ιδρύματος είναι τόσο η πρόσβαση του πελάτη στο Internet όσο και το άνοιγμα λογαριασμού στην τράπεζα συνεργασίας και η ταυτόχρονη εγγραφή του στο σύστημα παροχής εναλλακτικών – ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών του ιδρύματος, μέσω της χορήγησης user ID (ταυτότητα - όνομα χρήστη) και της δημιουργίας μυστικού κωδικού ασφαλείας (password). Ο πελάτης φυσικά υπογράφει και τη σύμβαση με τους όρους παροχής και διενέργειας τραπεζικών συναλλαγών μέσω εναλλακτικών – ηλεκτρονικών δικτύων.

Ο πελάτης μιας τράπεζας, φυσικό ή νομικό πρόσωπο, με τη βοήθεια της ηλεκτρονικής τραπεζικής, μπορεί να διεκπεραιώνει χωρίς προμήθεια σχεδόν όλες τις χρηματοοικονομικές του συναλλαγές και να έχει την επιθυμητή πληροφόρηση σχετικά με τα τραπεζικά προϊόντα χωρίς χρονικούς περιορισμούς, από το σπίτι ή το γραφείο του.

Για την ασφάλεια κάθε συναλλαγής αποστέλλεται στο χρήστη (μέσω μηνύματος sms ή mail) ένας μοναδικός κωδικός i-code με περιορισμένη χρονική ισχύ, ο οποίος υποκαθιστά τη φυσική υπογραφή του χρήστη στις διαδικτυακές του συναλλαγές. Αντίστοιχα εκδίδεται από την τράπεζα μοναδικός κωδικός ελέγχου (υπογραφής) της συναλλαγής (check number), με τον οποίο η τράπεζα πιστοποιεί και δεσμεύεται για την επιτυχή διενέργεια – ολοκλήρωση της συναλλαγής. Σκόπιμο θα ήταν να αναφερθεί ότι μέσω Internet Banking παρέχεται και η δυνατότητα ακύρωσης των συναλλαγών, με κάποιους ωστόσο χρονικούς περιορισμούς.

Οι δυνατότητες και οι ευκαιρίες που παρέχει η διαδικτυακή τραπεζική εξελίσσονται διαρκώς και καλύπτουν επαρκώς μεγάλο όγκο των αναγκών των πελατών στον τομέα της διενέργειας τραπεζικών συναλλαγών με ασφάλεια, ταχύτητα και χαμηλό κόστος, καθώς και στον τομέα της άμεσης πληροφόρησης. Παραδείγματα υπηρεσιών που προσφέρονται είναι:

- ✚ Μεταφορά χρηματικών ποσών / κεφαλαίων
- ✚ Πληρωμές προς το Δημόσιο
- ✚ Πληρωμές σε τρίτους οργανισμούς / ΔΕΚΟ
- ✚ Πληρωμές ενήμερων και ληξιπρόθεσμων οφειλών από πιστωτικές κάρτες και δάνεια
- ✚ Εμβάσματα εσωτερικού – εξωτερικού
- ✚ Δημιουργία, εκτέλεση και ακύρωση πάγιων εντολών
- ✚ Ενημέρωση και διενέργεια κινήσεων λογαριασμών και πιστωτικών καρτών
- ✚ Εμφάνιση και δυνατότητα εκτύπωσης ή αποθήκευσης καταστάσεων λογαριασμών
- ✚ Εμφάνιση και δυνατότητα εκτύπωσης ή αποθήκευσης καταστάσεων πιστωτικών καρτών
- ✚ Παρακολούθηση συνολικού χαρτοφυλακίου
- ✚ Χρηματιστηριακές συναλλαγές
- ✚ Διαχείριση τραπεζικών προϊόντων
- ✚ Αιτήσεις για νέα προϊόντα
- ✚ Αιτήσεις για υπαγωγή σε ρύθμιση
- ✚ Ενημέρωση για υπάρχοντα τραπεζικά προϊόντα

Οι τράπεζες διαθέτουν πλέον την τεχνογνωσία που απαιτείται προκειμένου να αναγνωρίζουν τις εξειδικευμένες ανάγκες των πελατών τους, να τους κατηγοριοποιούν και να εξατομικεύουν τις ηλεκτρονικές τους υπηρεσίες ανάλογα με το προφίλ του κάθε χρήστη.

4.5.2. Τραπεζική μέσω τηλεφώνου (Phone Banking)

Πρόκειται για μία υπηρεσία με σχετικά απλούς όρους χρήσης, με βασικό μειονέκτημα τον περιορισμό στον αριθμό παρεχόμενων προϊόντων υπηρεσιών. Συνιστά εντούτοις τη βέλτιστη πρακτική για τους πελάτες που δεν είναι εξοικειωμένοι με τη χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών και του διαδικτύου.

Πιο συγκεκριμένα το χρηματοπιστωτικό ίδρυμα παρέχει τη δυνατότητα στους πελάτες να διενεργούν οικονομικές – τραπεζικές συναλλαγές μέσω τηλεφώνου, χωρίς να απαιτείται η επίσκεψη ή η φυσική παρουσία σε κάποιο φυσικό υποκατάστημα ή σε κάποιο μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών. Οι συγκεκριμένες υπηρεσίες δεν περιορίζονται στο ωράριο λειτουργίας και εξυπηρέτησης ενός φυσικού – συμβατού τραπεζικού καταστήματος, αλλά επεκτείνονται σε συνεχή λειτουργία σε εικοσιτετράωρη βάση. Σκόπιμο είναι να επισημανθεί ότι ο τρόπος αυτός εξυπηρέτησης μειώνει σε σημαντικό βαθμό την προσέλευση των πελατών στα υποκαταστήματα της τράπεζας, συμβάλλοντας με τον τρόπο αυτό ουσιαστικά στη συρρίκνωση του συνολικού κόστους διεκπεραίωσης των τραπεζικών συναλλαγών.

Η λειτουργικότητα της υπηρεσίας προϋποθέτει την ύπαρξη / δημιουργία τραπεζικού λογαριασμού και την παροχή από την τράπεζα προσωπικών μοναδικών κωδικών, προκειμένου να διασφαλιστεί τηλεφωνικά η εξακρίβωση της ταυτότητας του πελάτη και η ασφαλής, άμεση και απρόσκοπτη διενέργεια των συναλλαγών του.

Οι υπηρεσίες Τηλεφωνικής Τραπεζικής μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής:

- ✚ **Αυτές που διεκπεραιώνονται από πράκτορες (agents) τηλεφωνικού κέντρου (call center).** Στην περίπτωση αυτή ο πελάτης εξυπηρετείται από υπάλληλο. Κατ' επέκταση, η εξυπηρέτηση είναι αντίστοιχη

με αυτή που συντελείται σε φυσικό υποκατάστημα, ενώ ο πελάτης έχει την ευχέρεια να εκθέσει και να παρουσιάσει στον υπάλληλο τις ανάγκες του.

Το μόνο που απαιτείται από τη μεριά του χρήστη είναι μια απλή τηλεφωνική συσκευή. Ο τελευταίος συνδέεται μέσω τηλεφώνου με τον εκπρόσωπο της τράπεζας και του εκθέτει το αίτημά του. Ακολούθως, ο πράκτορας, αφού ακολουθήσει τις προβλεπόμενες διαδικασίες για την ταυτοποίηση των στοιχείων του πελάτη και αφού εξασφαλίσει την ακεραιότητα και την εμπιστευτικότητα των αιτημάτων του, διενεργεί τις συναλλαγές που του ανατίθενται.

Από τη μεριά της τράπεζας ο τρόπος αυτός κοστίζει, καθώς απαιτεί την απασχόληση μεγάλου αριθμού επιπλέον υπαλλήλων.

✚ **Αυτές που διεκπεραιώνονται αυτόματα μέσω συστημάτων αναγνώρισης φωνής (IVRs).** Ο πελάτης διεκπεραιώνει τις συναλλαγές του χωρίς την παρεμβολή πράκτορα. Χρησιμοποιούνται μηχανισμοί αναγνώρισης της φωνής. Υπάρχουν μαγνητοφωνημένες οδηγίες και ο πελάτης επιλέγει δια λόγου τη συναλλαγή που θέλει να διενεργήσει. Ακολουθείται αυτοματοποιημένη διαδικασία και ο πελάτης συνεννοείται μέσω φωνητικών μηνυμάτων που ακούγονται στο τηλέφωνο. Και τα συστήματα IVR (Interactive Voice Response) υπακούν σε διαδικασίες ταυτοπροσωπίας των στοιχείων του χρήστη, που συνάδουν με το τραπεζικό απόρρητο και διασφαλίζουν την ακεραιότητα και την ασφαλή διενέργεια των τραπεζικών συναλλαγών.

Ωστόσο, υπάρχει πιθανότητα τα συστήματα αυτά (Voice Recognition) να παρουσιάσουν δυσχέρειες στη χρήση για το μέσο πελάτη. Για το λόγο υπάρχει η δυνατότητα σύνδεσης με τηλεφωνικό κέντρο εξυπηρέτησης, εάν ο πελάτης δυσκολευτεί ή αποτύχει να πραγματοποιήσει την επιθυμητή συναλλαγή.

✚ **Αυτές που διεκπεραιώνονται με μηχανισμό που παίρνει οδηγίες / εντολές από τα πλήκτρα της συσκευής του τηλεφώνου.** Η εναλλακτική αυτή προσομοιάζει με αυτή της αναγνώρισης φωνής, δεδομένου ότι ο χρήστης ακολουθεί και στην περίπτωση αυτή μαγνητοφωνημένες οδηγίες. Η βασική διαφορά έγκειται στον τρόπο εισαγωγής των εντολών στο σύστημα.

Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, στην πλειονότητά τους, έχουν θέσει αυστηρούς περιορισμούς ως προς την προσβασιμότητα των πελατών σε λογαριασμούς μέσω του Phone Banking. Ο πελάτης υποχρεούται να καλεί το συγκεκριμένο αριθμό τηλεφώνου που του έχει συστήσει η τράπεζα και προκειμένου να του επιτραπεί η είσοδος στο σύστημα, πληκτρολογεί ή λέει προφορικά τον ατομικό κωδικό πρόσβασης. Σε ορισμένες περιπτώσεις χρησιμοποιούνται πρόσθετα μέτρα ασφαλείας, όπως για παράδειγμα ειδικά ρυθμισμένος τηλεφωνητής που μπορεί να κάνει ταυτοποίηση της φωνής. Για ακόμα μεγαλύτερη επιβεβαίωση, ο χρήστης διενεργεί ταυτοπροσωπία λέγοντας έναν αριθμητικό ή λεκτικό κωδικό πρόσβασης ή απαντώντας σε ερωτήσεις ασφαλείας από αντιπρόσωπο.

Μέσω της Τηλεφωνικής Τραπεζικής ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει τις ακόλουθες τραπεζικές συναλλαγές:

- ✚ Ενημέρωση των υπολοίπων των λογαριασμών του
- ✚ Ενημέρωση τελευταίων συναλλαγών
- ✚ Ηλεκτρονικές πληρωμές δημοσίου
- ✚ Ηλεκτρονικές πληρωμές λογαριασμών προς ΔΕΚΟ ή τρίτους οργανισμούς
- ✚ Μεταφορές κεφαλαίων
- ✚ Εμβάσματα

Η τηλεφωνική τραπεζική δεν υποστηρίζει τις υπηρεσίες ανάληψης και κατάθεσης μετρητών, καθώς η διενέργεια των εν λόγω συναλλαγών απαιτεί είτε την επίσκεψη του πελάτη σε ένα μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών (ATM) είτε τη φυσική παρουσία του σε κάποιο υποκατάστημα.

Τέλος, όσον αφορά στην τηλεφωνική τραπεζική, αξίζει να αναφερθεί ότι ο χρήστης έχει την ευχέρεια επιλογής του τρόπου αποστολής του παραστατικού της συναλλαγής με e-mail, sms, ταχυδρομείο κλπ. είτε ακόμα και να αρκестεί στην τηλεφωνική προφορική επικύρωση που του παρέχεται.

4.5.3. Τραπεζική μέσω κινητού τηλεφώνου (Mobile Banking)

Επιτρέπει στους πελάτες ενός χρηματοπιστωτικού ιδρύματος να διενεργούν τραπεζικές συναλλαγές μέσω μίας κινητής συσκευής, όπως ένα κινητό τηλέφωνο ή ένα tablet. Αποτελεί υποκατηγορία της διαδικτυακής τραπεζικής. Στη συσκευή από την οποία διενεργούνται οι συναλλαγές πρέπει να υπάρχει εγκατεστημένο πρόγραμμα που να παρέχει την ευχέρεια πρόσβασης στο διαδίκτυο και ο χρήστης να βρίσκεται σε τοποθεσία με διαθέσιμα δίκτυα (Wi-Fi, 3G, 4G, κλπ.). Ο τρόπος για τη δημιουργία λογαριασμού είναι παρόμοιος με αυτόν της τραπεζικής μέσω διαδικτύου, αφού βασίζονται στις ίδιες πλατφόρμες / συστήματα λειτουργίας και εξυπηρέτησης. Στη χρήση φορητής συσκευής για την πραγματοποίηση των συναλλαγών έγκειται και η θεμελιώδης διαφορά της από την Τηλεφωνική Τραπεζική.

Οι πρώτες υπηρεσίες της Τραπεζικής μέσω κινητού παρέχονταν με γραπτά μηνύματα (SMS), το λεγόμενο «SMS Banking». Το 1999, με την εμφάνιση στην αγορά των έξυπνων τηλεφώνων (smartphones) που υποστήριζαν την εφαρμογή WAP, η οποία συνδέει το κινητό με το διαδίκτυο, οι τράπεζες στην Ευρώπη ξεκίνησαν να αναπτύσσουν την Τραπεζική μέσω κινητού τηλεφώνου. Οι εξελίξεις που ακολούθησαν, όπως η HTML5, CSS3 και η JavaScript, οδήγησαν ολοένα και πιο πολλά τραπεζικά ιδρύματα στην υιοθέτηση και την προώθηση του Mobile Banking ως βασικής παρεχόμενης υπηρεσίας.

Το Mobile Banking εμπεριέχει:

- Υπηρεσίες Λογιστικής (Mobile Accounting)
- Υπηρεσίες Μεσιτείας (Mobile Brokerage)
- Υπηρεσίες χρηματοοικονομικής πληροφόρησης (Mobile financial information services)

Η πλειονότητα των λογιστικών και χρηματιστηριακών υπηρεσιών είναι ενημερωτικού χαρακτήρα. Έτσι, οι εν λόγω υπηρεσίες προσφέρονται παράλληλα με τις υπηρεσίες πληροφοριών. Από την άλλη, οι τελευταίες μπορούν να σταθούν και σαν ανεξάρτητη οντότητα.

Τυπικά παραδείγματα υπηρεσιών που παρέχονται μέσω Mobile Banking είναι:

Διαχείριση Πληροφοριών

- ❖ Έλεγχος λογαριασμών
- ❖ Ενημερώσεις για την κίνηση των τραπεζικών λογαριασμών
- ❖ Στοιχεία προθεσμιακών καταθέσεων
- ❖ Πληροφόρηση για προσωπικά δάνεια
- ❖ Πληροφόρηση για πιστωτικές κάρτες
- ❖ Πρόσβαση σε στοιχεία σχετικά με την κατάσταση Αμοιβαίων Κεφαλαίων / Ιδίων Κεφαλαίων
- ❖ Ενέργειες για την ασφάλιση των συναλλαγών

Διεκπεραίωση Συναλλαγών

- ❖ Μεταφορές κεφαλαίων μεταξύ λογαριασμών
- ❖ Πληρωμές λογαριασμών Δημοσίου / ΔΕΚΟ
- ❖ Πληρωμές προς τρίτους / μεταφορές χρηματικών ποσών σε λογαριασμούς τρίτων (FAST-PAY)
- ❖ Παρακολούθηση προθεσμιακών καταθέσεων

Επενδυτικές Υπηρεσίες

- ❖ Διαχείριση χαρτοφυλακίου
- ❖ Παρακολούθηση εξέλιξης τιμών μετοχών σε πραγματικό χρόνο
- ❖ Εξειδικευμένη και εμπειριστατωμένη πληροφόρηση σχετικά με το βαθμό ασφαλείας

Υποστηρικτικές Υπηρεσίες

- ❖ Ενημέρωση αναφορικά με την κατάσταση των αιτήσεων για πιστωτικές κάρτες, προσωπικά και στεγαστικά δάνεια
- ❖ Πληροφορίες που αφορούν στην ασφαλιστική κάλυψη
- ❖ Παραγγελίες μπλοκ και παρακολούθηση κυκλοφορίας επιταγών
- ❖ Τοποθεσίες μηχανημάτων αυτόματης ανάληψης (ATMs)

Γενική Πληροφόρηση

- ❖ Μετεωρολογία
- ❖ Ειδησιογραφία
- ❖ Διαχείριση ομολόγων / Αμοιβαίων Κεφαλαίων

Αξίζει να σημειωθεί ότι η συντριπτική πλειοψηφία των πελατών δείχνουν ενδιαφέρον για τις βασικές υπηρεσίες, όπως είναι η ενημέρωση του υπολοίπου του λογαριασμού τους αλλά και η πληρωμή λογαριασμών.

Βιβλιογραφία 4^ο Κεφαλαίου

1. Alabdullah F. S., Alnaqeib R., Alshammari F. H., Jalab H.A., Zaidan A. A., Zaidan B. B., (2010), Analytical study on Internet Banking system, Journal of Computing, Volume 2, Issue 6, pp.140-146
2. Harris L., Spence L. J., (2002), The ethics of E-banking, Journal of Electronic Commerce Research, Vol.3, No 2
3. Vyas S., (2009), Impact of E-banking on traditional banking services, School of Computer Science and Information Technology, Singhania University, Rajasthan, India

Ηλεκτρονική

1. www.buzzle.com
2. www.ehow.com
3. www.westpac.com.au/personal-banking/westpac-online/terms-conditions/ib-terms-conditions/

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Τα ελληνικά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα αξιοποιούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο την εξέλιξη της τεχνολογίας και αναπτύσσουν υπηρεσίες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής που συναγωνίζονται τις αντίστοιχες των τραπεζών του εξωτερικού. Έτσι, παρέχουν πρόσβαση στις χρηματοοικονομικές συναλλαγές όλο το εικοσιτετράωρο, 365 μέρες το χρόνο. Η εξέλιξη της τραπεζικής τείνει να περιορίσει ή ακόμα και να εξαλείψει τις αργές γραφειοκρατικές διεργασίες της παραδοσιακής τραπεζικής και προωθεί τη γρήγορη, εύκολη και αποτελεσματική διεκπεραίωση των συναλλαγών, παρέχοντας παράλληλα τη μέγιστη δυνατή ασφάλεια.

5.1. Ιστορική ανασκόπηση ανάπτυξης της Διαδικτυακής Τραπεζικής

Η τράπεζα που πρώτη δραστηριοποιήθηκε στον τομέα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στην Ελλάδα ήταν η ΕΓΝΑΤΙΑ Τράπεζα το 1997. Η διάθεση ηλεκτρονικών υπηρεσιών στην αρχική της αυτή μορφή αφορούσε μόνο σε πληροφοριακές συναλλαγές, όπως ερώτηση υπολοίπου, καταστάσεις – πληροφορίες λογαριασμών και μεταφορές κεφαλαίων που περιορίζονταν εντός της ίδιας τράπεζας. Το 2000 η Τράπεζα Πειραιώς εισήγαγε την πρώτη ολοκληρωμένη πλατφόρμα ηλεκτρονικών υπηρεσιών στην ελληνική τραπεζική αγορά, με την επωνυμία «WINBANK». Το παράδειγμα της Τράπεζας Πειραιώς ακολούθησαν σχεδόν όλοι οι εγχώριοι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί, οι οποίοι δημιούργησαν πλατφόρμες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, προκειμένου να ανταποκριθούν και να ικανοποιήσουν τις διαφοροποιημένες πλέον ανάγκες των πελατών τους και να προσαρμοστούν στα σύγχρονα δεδομένα, προσφέροντας ευχέρειες και πλεονεκτήματα στην εξυπηρέτηση.

Το 2007 σημειώνεται σημαντική διεύρυνση του όγκου των συναλλαγών που διενεργούνται μέσω της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής σε ποσοστό που φτάνει το **25%**. Αυτό οφείλεται κυρίως στις προμήθειες που επιβαρύνουν τις συναλλαγές που γίνονται στα γκισέ των τραπεζικών καταστημάτων, καθώς και στην ταχύτερη εξυπηρέτηση που επιτυγχάνεται μέσω των ηλεκτρονικών υπηρεσιών. Το φάσμα των υπηρεσιών της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής έχει διευρυνθεί και καλύπτει πλέον όλες σχεδόν τις υπηρεσίες που παρέχονται στα φυσικά υποκαταστήματα. Στα τέλη του ίδιου έτους τα προσφερόμενα τραπεζικά προϊόντα επεκτείνονται και στο χώρο της κινητής τηλεφωνίας. Η αλματώδης τεχνολογική αναβάθμιση των κινητών τηλεφώνων και η επακόλουθη αύξηση του αριθμού των χρηστών τους είναι αδιαμφισβήτητες και δεδομένες. Χαρακτηριστικό είναι ότι το 2010 χρησιμοποιούνται τέσσερα δισεκατομμύρια κινητά τηλέφωνα, αριθμός που είναι τέσσερις φορές μεγαλύτερος από τους υφιστάμενους τραπεζικούς λογαριασμούς. Οι τράπεζες, προκειμένου να προστατέψουν τους πελάτες τους – χρήστες των εναλλακτικών αυτών δικτύων τραπεζικών συναλλαγών, υιοθετούν κάποιες δικλείδες ασφαλείας. Σύμφωνα με τη Στατιστική Υπηρεσία, μόλις στο **4,8%** των τραπεζικών συναλλαγών εντοπίζονται προβλήματα ασφαλείας, ποσοστό ιδιαίτερα χαμηλό σε σχέση με τους κινδύνους που διατρέχει ένα τέτοιο σύστημα (Γιάνναρου, 2007). Στις αρχές του 2008 οι ελληνικές τράπεζες στο σύνολό τους δέχονται πάνω από 1.000 αιτήσεις εκδήλωσης ενδιαφέροντος για δημιουργία ηλεκτρονικών λογαριασμών σε καθημερινή βάση. Εκτιμάται ότι μέχρι το τέλος της ίδιας χρονιάς οι ενεργοί χρήστες θα έφταναν το 1.500.000 σε σύγκριση με το 2007 που ανέρχονταν περίπου στους 700.000 και σε σχέση με το 2004 που ανέρχονταν στους 500.000 (Πεφάνης Δ. 2008).

Ωστόσο, η διαρκής επέκταση της χρήσης των εναλλακτικών δικτύων έχει αποτελέσει πόλο έλξης και για αρκετούς επίδοξους επιτήδειους, οι οποίοι αποσκοπούν στο να παραπλανήσουν και να εξαπατήσουν τους χρήστες και να υποκλέψουν κωδικούς και κατ' επέκταση λογαριασμούς. Το φαινόμενο της εξαπάτησης (phishing) έχει πάρει διαστάσεις μάστιγας. Υπολογίζεται ότι ποσοστό ύψους 0,2 – 0,5% των πελατών των

τραπεζών πέφτει θύμα εκμετάλλευσης (Τζώρτζη, 2008). Το 2009 μπορεί να χαρακτηριστεί ως ένα έτος ταχείας τεχνολογικής προόδου για τις τράπεζες όσον αφορά στην Ηλεκτρονική Τραπεζική και τα εναλλακτικά δίκτυα. Η Εμπορική Τράπεζα πρωτοπορεί, δίνοντας τη δυνατότητα παρακολούθησης καταθέσεων και χορηγήσεων σε πραγματικό χρόνο. Υιοθετεί, επίσης, μία προσαρμοστική συμπεριφορά όσον αφορά στις προσφερόμενες υπηρεσίες, ώστε να παρέχεται σε κάθε πελάτη η δυνατότητα ευελιξίας σύμφωνα με τις δικές του επιθυμίες (Η Καθημερινή, 2009). Το 2009 παρατηρείται ραγδαία ανάπτυξη των εναλλακτικών δικτύων και στην Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος. Παρ' όλα αυτά, η πλειοψηφία των πελατών της εξακολουθεί να παραμένει πιστή στην παραδοσιακή τραπεζική και να εξυπηρετείται εντός του καταστήματος. Και τούτο γιατί η Εθνική Τράπεζα αποτελούσε μία παραδοσιακή τράπεζα με πληθώρα φυσικών καταστημάτων. Σε μία προσπάθεια προσαρμογής στα νέα κοινωνικοοικονομικά δεδομένα, προωθεί την Ηλεκτρονική Τραπεζική, με την ονομασία «i-bank», μέσα από δύο μορφές, που αφορούν τόσο στην τραπεζική μέσω διαδικτύου, όσο και στην τραπεζική μέσω κινητής τηλεφωνικής σύνδεσης. Η προσπάθεια αυτή κατατάσσει την Εθνική Τράπεζα πρωτοπόρο στον τομέα των εναλλακτικών δικτύων παροχής τραπεζικών υπηρεσιών. Το οικονομικό περιοδικό «The Banker» ανέδειξε την Εθνική Τράπεζα ως τράπεζα της χρονιάς για το 2009, μία βράβευση που στηρίχτηκε στην υπεροχή της στον τομέα της ανάπτυξης των εναλλακτικών δικτύων σε σχέση με το σύνολο των τραπεζών που δραστηριοποιούνται στον ελλαδικό χώρο (Η Καθημερινή, 2009). Σύμφωνα με στοιχεία της Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών, το 2009 συνολικά 400.000 ιδιώτες χρήστες της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής πραγματοποίησαν 13,5 εκατομμύρια συναλλαγές συνολικής αξίας τεσσάρων δισεκατομμυρίων ευρώ, ενώ 71.000 νομικά πρόσωπα πραγματοποίησαν δέκα εκατομμύρια ηλεκτρονικές συναλλαγές (Το Βήμα, 2011). Το φαινόμενο της ταχείας αύξησης και της ραγδαίας εξάπλωσης των φυσικών – παραδοσιακών καταστημάτων, το οποίο ήταν ιδιαίτερα έντονο, συρρικνώνεται το 2010. Η παγκόσμια κρίση ωθεί τους τραπεζικούς οργανισμούς σε μία αναθεώρηση του όλου συστήματος λειτουργίας και ανάπτυξής τους και στρέφει τον προσανατολισμό τους σε εναλλακτικά δίκτυα προώθησης των προϊόντων τους. Η αύξηση του αριθμού των φυσικών καταστημάτων την περίοδο 1999 – 2009 έφτανε σε ποσοστό 64%, το οποίο μπορεί να χαρακτηριστεί ιδιαίτερα υψηλό. Τα καταστήματα αυξήθηκαν από 2.500 το 1999 στα 4.100 το 2009, ενώ το 2010 δεν αναμενόταν άνοιγμα καινούργιων καταστημάτων εκτός αν εμφανιζόταν ανάγκη (Λιδωρίκης, 2010). Τα περιθώρια των τραπεζών για περαιτέρω αύξηση του αριθμού των καταστημάτων τους στενεύουν και ως κύριος στόχος τους τίθεται η εξοικείωση των πελατών τους με τα εναλλακτικά δίκτυα, προκειμένου να επιτύχουν περιορισμό των λειτουργικών δαπανών και του κόστους εξυπηρέτησης, αύξηση των κερδών και να κατοχυρώσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Λιδωρίκης, 2010). Το 2011 τα εναλλακτικά δίκτυα παροχής τραπεζικών προϊόντων έχουν εξελιχθεί και στις τέσσερις μορφές τους, μηχανήματα αυτόματων συναλλαγών (ATM), διαδικτυακή τραπεζική (Internet Banking), τηλεφωνική τραπεζική (Phone Banking) και κινητή τραπεζική (Mobile Banking). Οι πελάτες των τραπεζών μπορούν πλέον να εξυπηρετούνται επί 24ώρου βάσεως μέσα από όλα τα εναλλακτικά δίκτυα. Οι χρήστες της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής ξεπερνούν τα δύο εκατομμύρια στην Ελλάδα. Η τεχνολογική πρόοδος και η εξάπλωση του διαδικτύου κινητοποίησαν τις τράπεζες να βελτιώσουν και να ανεβάσουν το επίπεδο και την ποιότητα στις πλατφόρμες που διαθέτουν στο ευρύ κοινό, γεγονός που με τη σειρά του αποτέλεσε κινητήριο μοχλό για την ευρεία χρήση και διάδοση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής (Το Βήμα, 2011). Η εξοικονόμηση χρόνου και η μείωση του συναλλακτικού κόστους είναι βασικό ζητούμενο για τους πελάτες των τραπεζών και δη τους Έλληνες και οι ηλεκτρονικές συναλλαγές τους προσφέρουν αυτή τη δυνατότητα. Αξιοσημείωτη είναι και η ανάπτυξη που παρατηρείται από το 2011 στην τραπεζική μέσω κινητών τηλεφώνων, που έχει κερδίσει τεράστιο μερίδιο, εξαιτίας της ευρείας εξάπλωσης των έξυπνων συσκευών – smartphones (Το Βήμα, 2011). Παρ' όλα αυτά, το ποσοστό των ενεργών χρηστών της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στην Ελλάδα υπολείπεται έναντι του αντίστοιχου ευρωπαϊκού, πράγμα που σημαίνει ότι υπάρχουν ακόμα μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης, αναζήτησης νέων ευκαιριών και καινοτόμων εφαρμογών, καθώς και τεράστιες προοπτικές εξέλιξης.

Βιβλιογραφία 5^ο Κεφαλαίου

1. Αγγέλης Β., (2005), Η Βίβλος του E-banking, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα
2. Αγγέλης Β., (2000), Μεθοδολογία Ανάπτυξης Εφαρμογών, Εκδόσεις Ίων, Αθήνα
3. Γιαννακοπούλου Κ., Κυρέζης Ν., (2003), Έρευνα για την αξιολόγηση των τραπεζών μέσω των ιστοσελίδων τους. Σύγκριση των ιστοσελίδων μεταξύ ελληνικών και ξένων τραπεζών, Δελτίο ΕΕΤ Γ' Τριμηνία
4. Γιαννόπουλος Γ., (2003), Internet Banking – Νομικά ζητήματα από τη διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών στο διαδίκτυο, Δελτίο ΕΕΤ Γ' Τριμηνία
5. Γκρίτζαλης Δ., Κάτσικας Σ., (2004), Ασφάλεια Πληροφοριακών Συστημάτων, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα
6. Δημητριάδης Α., (2004), Διοίκηση – Διαχείριση Έργου, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα
7. Καρέκλης Π., (2003), Οφέλη από τη χρήση υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής, Δελτίο Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών, Γ' Τριμηνία

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

6.1. Ποιες υπηρεσίες προσφέρει η Ηλεκτρονική Τραπεζική

Κύριο μέλημα των τραπεζών που έχουν επενδύσει στον τομέα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής είναι η δημιουργία και η εξασφάλιση ενός σημαντικού ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, με την προοπτική της προσφοράς σε μακροχρόνιο ορίζοντα του συνόλου των προϊόντων και των υπηρεσιών τους μέσω του διαδικτύου και προσφέροντας ευκολία, διαφάνεια, ακεραιότητα των συναλλαγών και ασφάλεια στον πελάτη – χρήστη. Και καθοριστικός παράγοντας που θα επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό τη στροφή των πελατών από την παραδοσιακή στην ηλεκτρονική τραπεζική, καθώς και την αφοσίωσή τους στα εναλλακτικά δίκτυα παροχής υπηρεσιών, είναι ο βαθμός διαθεσιμότητας της πληροφόρησης και η προσβασιμότητα σε υπηρεσίες του ανταγωνισμού άλλων παρόχων χρηματοοικονομικών προϊόντων, απαλλαγμένων από τις δεσμεύσεις που οφείλονται στη φυσική υπόσταση. Παρέχεται στους πελάτες η ευχέρεια επιλογής μέσα από την απρόσκοπτη σύγκριση πολλών εναλλακτικών και ποικίλων προσφορών από πληθώρα προμηθευτών. Χαλαρώνουν έτσι οι σχέσεις των πελατών με την κάθε τράπεζα, οι δεσμοί τους είναι καθαρά συμφεροντολογικοί, γεγονός που τροφοδοτεί τον ανταγωνισμό μεταξύ των τραπεζών. Οι τράπεζες δεν έχουν πλέον το περιθώριο να εφησυχάζουν και να θεωρούν δεδομένη τη συνέχιση της συνεργασίας με τους υπάρχοντες πελάτες τους. Και τούτο γιατί οι πελάτες, αποσκοπώντας στη μεγιστοποίηση της χρησιμότητάς τους και στην καλύτερη δυνατή ικανοποίηση των διαφοροποιημένων αναγκών τους, θα πειραματιστούν και θα δοκιμάσουν να εμπιστευτούν συναλλαγές, που δε θα είναι ούτε λίγες ούτε λιγότερο σοβαρές, σε άλλες τράπεζες. Το Internet Banking έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον τόσο των ιδιωτών πελατών των τραπεζών όσο και των επιχειρήσεων, αφού παρέχει υπηρεσίες που καλύπτουν ένα ευρύ πεδίο των αναγκών και των απαιτήσεών τους. Εντούτοις, μείζονος σημασίας για την εύρυθμη και αποτελεσματική λειτουργία της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής είναι το θέμα της ασφάλειας, της προστασίας και διαχείρισης των προσωπικών δεδομένων και της προσφοράς των υπηρεσιών σε πραγματικό χρόνο (real time). Οι δυνατότητες του Internet Banking ανταποκρίνονται σε όλο σχεδόν το φάσμα των τραπεζικών εργασιών και απευθύνονται σε όλες τις κατηγορίες πελατών. Εναπόκειται, λοιπόν, στην κρίση και στην πολιτική κάθε τράπεζας για το ποιες υπηρεσίες θα διοχετεύσει και θα διαθέσει στους πελάτες μέσα από το εναλλακτικό αυτό κανάλι. Η ποικιλία και η ευελιξία των προϊόντων και των υπηρεσιών της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής αυξάνονται συνεχώς, προκειμένου να συγχρονίζονται και να ανταποκρίνονται στις συνεχώς αυξανόμενες και πολύπλοκες, αρκετές φορές, ανάγκες των πελατών, οι οποίοι απαιτούν πλέον να έχουν τη δυνατότητα λήψης πληροφόρησης και διεκπεραίωσης σε πραγματικό χρόνο όλων των τραπεζικών συναλλαγών ηλεκτρονικά, δίνοντας παράλληλα ιδιαίτερη έμφαση στην ασφάλεια. Μπορούμε να διακρίνουμε τέσσερις βασικές κατηγορίες υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής:

- ❖ Συναλλαγές οικονομικού χαρακτήρα
- ❖ Συναλλαγές πληροφοριακού χαρακτήρα
- ❖ Αιτήσεις
- ❖ Διάφορες υπηρεσίες

6.1.1. Συναλλαγές οικονομικού χαρακτήρα

Οι εν λόγω συναλλαγές περιλαμβάνουν ολόκληρο το εύρος των συναλλαγών που δύναται να διενεργήσει ο πελάτης και στο γκισέ ενός φυσικού τραπεζικού καταστήματος. Οι εν λόγω συναλλαγές αναφέρονται σε ενδοτραπεζικές εργασίες, όπως για παράδειγμα μεταφορές κεφαλαίων, πληρωμές καρτών και δανείων, συναλλαγές που προκύπτουν ύστερα από διμερείς συμφωνίες του χρηματοπιστωτικού ιδρύματος με τρίτο οργανισμό, πληρωμές λογαριασμών εταιρειών σταθερής και κινητής τηλεφωνίας καθώς και παροχής

ηλεκτρικής ενέργειας και γενικότερα συναλλαγές που εντάσσονται στα πλαίσια διατραπεζικών συστημάτων (ΔΙΑΣ Α.Ε.).

6.1.1.α. Μεταφορές χρηματικών ποσών / κεφαλαίων

Αφορούν στη μεταφορά χρημάτων του χρήστη ηλεκτρονικά από τον υπολογιστή ή το κινητό του και κατηγοριοποιούνται σε:

- Μεταφορές κεφαλαίων εντός της ίδιας τράπεζας μεταξύ λογαριασμών του ιδίου, όπου ο χρήστης μπορεί να μεταφέρει χρήματα από έναν λογαριασμό του σε κάποιον άλλον
- Μεταφορές κεφαλαίων εντός τράπεζας σε λογαριασμούς τρίτων
- Μεταφορές κεφαλαίων εκτός τράπεζας (εμβάσματα). Ο πελάτης στις περιπτώσεις αυτές θα πρέπει να γνωρίζει τον αριθμό IBAN του λογαριασμού του δικαιούχου και να επιβεβαιώσει το SWIFT της τράπεζας στην οποία στέλνει τα χρήματα

6.1.1.β. Εξυπηρέτηση δανείων

Η εξυπηρέτηση των δόσεων δανείου διενεργείται σε πραγματικό χρόνο. Ο πελάτης καθορίζει τον καταθετικό λογαριασμό που επιθυμεί να χρεώσει και το λογαριασμό του δανείου που θέλει να πληρώσει. Εκτός από τους αριθμούς των λογαριασμών που εμφανίζονται, υπάρχουν και πεδία που δείχνουν το τρέχον διαθέσιμο υπόλοιπο του καταθετικού λογαριασμού από τη μία και το υπόλοιπο της οφειλής του δανείου (ενήμερο και ληξιπρόθεσμο) από την άλλη, διευκολύνοντας έτσι το χρήστη και δίνοντάς του ανά πάσα στιγμή πλήρη εικόνα τόσο των καταθέσεων όσο και των δανειακών του υποχρεώσεων. Στη συνέχεια ο πελάτης προσδιορίζει το επιθυμητό ποσό για την εξυπηρέτηση της δόσης του δανείου και σε ορισμένες περιπτώσεις καθορίζει και τη χρονική στιγμή ή ακόμα και τη χρονική διάρκεια της αποπληρωμής (π.χ. ενεργοποίηση πάγιας εντολής για περιοδική μεταφορά ποσού σε συγκεκριμένη ημερομηνία κάθε μήνα). Όταν η ημερομηνία συμπίπτει με την τρέχουσα, τότε η ολοκλήρωση της συναλλαγής πραγματοποιείται άμεσα. Παρέχεται, ωστόσο, και η δυνατότητα διευκόλυνσης και προσωπικού προγραμματισμού των υποχρεώσεων και των πληρωμών κάθε χρήστη, μέσω της διενέργειας μεταχρονολογημένων πληρωμών ληξιπρόθεσμων οφειλών.

6.1.1.γ. Εξυπηρέτηση πιστωτικών καρτών

Για την εξυπηρέτηση των πιστωτικών καρτών του ιδίου πελάτη, ο τελευταίος μπορεί να ορίσει τον καταθετικό λογαριασμό που θα χρεώσει και τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας που θέλει να πληρώσει και να καθορίζει το ποσό που θέλει και τη χρονική στιγμή ή περίοδο πραγματοποίησης της πληρωμής. Παρέχεται και εδώ η δυνατότητα διευκόλυνσης και προσωπικού προγραμματισμού των υποχρεώσεων και των πληρωμών κάθε χρήστη, μέσω της διενέργειας μεταχρονολογημένων πληρωμών ληξιπρόθεσμων οφειλών.

Για την εξυπηρέτηση πιστωτικής κάρτας που δεν ανήκει στον ίδιο το χρήστη, ο τελευταίος επιλέγει τον καταθετικό λογαριασμό χρέωσης και στη συνέχεια πληκτρολογεί τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας του τρίτου προσώπου που επιθυμεί να πληρώσει. Επίσης, συμπληρώνει στο κατάλληλο πεδίο το ποσό που θέλει να μεταφέρει για την πληρωμή της πιστωτικής κάρτας, καθώς και την επιθυμητή ημερομηνία εκτέλεσης της συναλλαγής.

Όσον αφορά στην πληρωμή πιστωτικών καρτών άλλης τράπεζας, η συναλλαγή διενεργείται μέσω του διατραπεζικού συστήματος Dias Transfer. Ο πελάτης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωσης και ακολούθως σημειώνει την τράπεζα του δικαιούχου – κατόχου της κάρτας, μέσα από ένα πεδίο στο οποίο συμπεριλαμβάνονται όλες οι τράπεζες εσωτερικού. Τέλος, ο πελάτης – χρήστης πληκτρολογεί τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας, το ποσό που θέλει να μεταφέρει και την επιθυμητή ημερομηνία πληρωμής.

6.1.1.δ. Πληρωμές Δημοσίου

Οι περισσότερες πληρωμές προς το Δημόσιο και τις ΔΕΚΟ μπορούν πλέον να διεκπεραιώνονται μέσω της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής. Οι εν λόγω συναλλαγές διενεργούνται μέσω του διατραπεζικού συστήματος Dias Debit. Παραδείγματα τέτοιων πληρωμών είναι:

- Εξυπηρέτηση Φ.Π.Α.
- Εξυπηρέτηση εργοδοτικών εισφορών Ι.Κ.Α.
- Εξυπηρέτηση ασφαλιστικών εισφορών Τ.Ε.Β.Ε. / Ο.Α.Ε.Ε. / ΕΦΚΑ
- Εξυπηρέτηση φόρου εισοδήματος
- Εξυπηρέτηση Τελών Κυκλοφορίας
- Εξυπηρέτηση λογαριασμών ΔΕΚΟ (ΟΤΕ, ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ)
- Εξυπηρέτηση λογαριασμών σταθερής και κινητής τηλεφωνίας
- Εξυπηρέτηση λογαριασμών εταιρειών παροχής ηλεκτρικής ενέργειας
- Πληρωμές Ασφαλειών / Ασφαλιστικών Εταιρειών

6.1.1.ε. Πληρωμές Μισθοδοσίας

Μία πολύ χρήσιμη και ενδιαφέρουσα υπηρεσία της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής αναφέρεται στην πληρωμή μισθοδοσίας ή την εκτέλεση μαζικών πληρωμών μέσω σχετικής εφαρμογής. Το σύστημα που χρησιμοποιείται βασίζεται στα εξής:

- Μυστικός κωδικός εταιρείας
- Ημερομηνία παραγωγής αρχείου
- Αύξων αριθμός αρχείου
- Συνολικό πλήθος εγγραφών
- Συνολικό ποσό πληρωμής
- Αριθμός τραπεζικού λογαριασμού
- Ονοματεπώνυμο δικαιούχου
- Ποσό πίστωσης
- Αιτιολογία

6.1.2. Ηλεκτρονική πληροφόρηση

Πρωταρχικής σημασίας και ιδιαίτερα ενδιαφέρουσες είναι οι πληροφοριακές συναλλαγές που υπάγονται στην Ηλεκτρονική Τραπεζική, μέσω των οποίων ο πελάτης δύναται να αντλήσει ενημέρωση αναφορικά με όλο το φάσμα των προς διάθεση τραπεζικών προϊόντων. Μπορούμε να διακρίνουμε τις πληροφοριακές συναλλαγές στις εξής υποκατηγορίες:

- ❖ Λογαριασμών
- ❖ Πιστωτικών καρτών
- ❖ Δανείων / Χορηγήσεων
- ❖ Διαχείρισης επιταγών

6.1.2.α. Πληροφόρηση σχετικά με την κίνηση των λογαριασμών

Σε κάθε συναλλακτική κίνηση που διενεργείται μέσω εναλλακτικών ηλεκτρονικών δικτύων, ο πελάτης έχει πρόσβαση στην ενημέρωση που αφορά τόσο στην επωνυμία του κατόχου όσο και στη μορφή του λογαριασμού (Ταμειυτηρίου, Τρεχούμενος, Όψεως, Επαγγελματικός), στο κατάστημα εξυπηρέτησης, το επιτόκιο και το νόμισμα.

Παρέχεται, επίσης, ενημέρωση σχετική με το υπόλοιπο του λογαριασμού, διαθέσιμο, λογιστικό υπόλοιπο, τις δεσμεύσεις, τους τόκους, αλλά και τη συναλλακτική κίνηση του λογαριασμού.

6.1.2.β. Ενημέρωση σχετικά με τις κάρτες

Ο πελάτης μπορεί να έχει στη διάθεσή του μία αναλυτική απεικόνιση της κατάστασης των πιστωτικών καρτών του, των αγορών του, των δόσεων που εκκρεμούν, του οφειλόμενου ποσού, της ημερομηνίας έκδοσης τίτλων, κ.ά.

Πιο συγκεκριμένα, ο χρήστης μπορεί να δει, μέσω της ηλεκτρονικής εφαρμογής, τον αριθμό και το serial number της πιστωτικής του κάρτας, την επωνυμία του κατόχου, τον τύπο της κάρτας (χρεωστική / πιστωτική / προπληρωμένη), το επιτόκιο της, το πιστωτικό της όριο και το νόμισμά της. Ακόμη, παρέχεται ενημέρωση αναφορικά με το επιτόκιο υπερημερίας, το ύψος της μηνιαίας ή ετήσιας συνδρομής, το οφειλόμενο ποσό (ενήμερο και ληξιπρόθεσμο), το ύψος των συναλλαγών που δεν έχουν εκκαθαριστεί, την ελάχιστη απαιτούμενη μηνιαία καταβολή, καθώς και τη λήξη της προθεσμίας καταβολής.

6.1.2.γ. Ενημέρωση σχετικά με τα δάνεια / χορηγήσεις

Ο δανειολήπτης κάθε είδους έχει πρόσβαση στην ενημέρωση για το υπόλοιπό του (ενήμερη και ληξιπρόθεσμη οφειλή), το τρέχον επιτόκιο αλλά και το επιτόκιο υπερημερίας, τις δόσεις και τις ημερομηνίες πληρωμών, καθώς και για τις μελλοντικές δόσεις.

6.1.2.δ. Πληροφορίες επιταγών

Μέσω του εναλλακτικού αυτού ηλεκτρονικού καναλιού εξυπηρέτησης οι επιχειρήσεις και οι επαγγελματίες κυρίως μπορούν να ενημερωθούν για το ποιες επιταγές τους εξυπηρετήθηκαν ομαλά, τότε, καθώς και για τη διαθεσιμότητα των φύλλων του καρνέ των επιταγών τους.

6.1.3. Αιτήσεις

Οι τράπεζες, προκειμένου να ανταποκριθούν στις ανάγκες και τις απαιτήσεις των πελατών τους, έχουν ενσωματώσει ηλεκτρονικές αιτήσεις στο ευρύτερο πλαίσιο των διαδικτυακών τους υπηρεσιών. Χαρακτηριστικά παραδείγματα τέτοιων αιτήσεων είναι:

- ✓ Αίτηση για δημιουργία καταθετικού λογαριασμού
- ✓ Αίτηση για έγκριση δανείου
- ✓ Αίτηση για χορήγηση πιστωτικής κάρτας
- ✓ Αίτηση για έκδοση μπλοκ επιταγών

Ωστόσο, σε ορισμένες περιπτώσεις, οι παραπάνω υπηρεσίες περιορίζονται στην αίτηση εκδήλωσης ενδιαφέροντος για τη σχετική εργασία, καθώς για την πραγματοποίηση και την ολοκλήρωση της σχετικής εργασίας είναι αναγκαία η φυσική παρουσία του πελάτη στο κατάστημα, η προσκόμιση σε φυσική μορφή των απαιτούμενων δικαιολογητικών και η φυσική υπογραφή της αίτησης / σύμβασης. Και τούτο γιατί δεν έχουν αναπτυχθεί ακόμη τα πληροφοριακά συστήματα που απαιτούνται για να υποστηρίξουν εξολοκλήρου τέτοιου είδους ηλεκτρονικές εργασίες.

6.1.4. Βοηθητικές υπηρεσίες

Για τη μεγαλύτερη διευκόλυνση των πελατών τους, οι τράπεζες προσφέρουν και βοηθητικά εργαλεία μέσω Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, όπως είναι:

- ✓ Ενημέρωση για το IBAN
- ✓ Εργαλείο μετατροπής νομισμάτων / υπολογισμού συναλλαγματικής ισοτιμίας
- ✓ Εργαλείο υπολογισμού δόσεων δανείου και δείκτη συνολικής δανειακής επιβάρυνσης

6.1.4.α. Ενημέρωση IBAN τραπεζικού λογαριασμού

Για μεγαλύτερη ασφάλεια κατά τη διενέργεια των διατραπεζικών ηλεκτρονικών συναλλαγών, οι περισσότερες τράπεζες ζητούν τους λογαριασμούς σε μορφή IBAN. Οπότε ο πελάτης θέλει να έχει άμεση πρόσβαση στην αποτύπωση της διεθνούς μορφής του λογαριασμού του.

6.1.4.β. Χρήση συναλλαγματικών ισοτιμιών

Ο μετατροπέας συναλλάγματος, βασιζόμενος στην τρέχουσα συναλλαγματική ισοτιμία των νομισμάτων, μετατρέπει σε πραγματικό χρόνο και με απόλυτη ακρίβεια ένα καταγεγραμμένο από το χρήστη ποσό ενός νομίσματος Α στο ανάλογο ποσό του νομίσματος Β.

6.1.4.γ. Υπολογιστής δόσεων δανείου

Οι πελάτες έχουν πρόσβαση σε εργαλεία υπολογισμού δόσεων δανείου σε πραγματικό χρόνο, όπως θα έκανε ο αρμόδιος υπάλληλος στον οποίο θα απευθύνονταν προκειμένου να πάρουν μία σχετική προσφορά για το επιθυμητό είδος δανειοδότησης. Ο χρήστης επιλέγει τον τύπο και την κατηγορία του δανείου που τον ενδιαφέρει, μεταξύ των προσφερόμενων, και στη συνέχεια πληκτρολογεί το ποσό που θέλει να λάβει καθώς και τον επιθυμητό αριθμό δόσεων. Και με το πάτημα ενός κουμπιού λαμβάνει πλήρη και σαφή ενημέρωση για τα ακριβή ποσά των δόσεων (ανάλυση τοκοχρεολυσίου) που καλείται να πληρώσει στην τράπεζα, για τυχόν πρόσθετες επιβαρύνσεις και έξοδα, αλλά και για τη συνολική δανειακή του επιβάρυνση, με βάση το τρέχον προσφερόμενο επιτόκιο.

6.2. Πρόσθετες υπηρεσίες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Η Ηλεκτρονική Τραπεζική έχει επεκταθεί και σε υπηρεσίες που συμπληρώνουν, υποστηρίζουν και εξελίσσουν τις ήδη υπάρχουσες. Παραδείγματα τέτοιων καινοτόμων υπηρεσιών, που συνεχώς αναπτύσσονται και προσελκύουν ολοένα και περισσότερους χρήστες, είναι:

- ✓ Ηλεκτρονικές επενδυτικές υπηρεσίες
- ✓ Ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce)
- ✓ Ηλεκτρονικές πληρωμές (π.χ. i-bank pay Εθνικής Τράπεζας)
- ✓ Ηλεκτρονικές ειδοποιήσεις / υπενθυμίσεις (alert)
- ✓ Ηλεκτρονική πώληση τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων
- ✓ Εισαγωγές – Εξαγωγές

Οι προαναφερόμενες και πολλές ακόμα είναι πρόσθετες υπηρεσίες που δημιουργήθηκαν και εφαρμόστηκαν, προκειμένου να επιτευχθεί η ικανοποίηση των συνεχώς αυξανόμενων και διαφοροποιημένων αναγκών των πελατών των τραπεζών. Με άλλα λόγια, τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα σήμερα καλούνται να προσαρμοστούν στις τεχνολογικές εξελίξεις και στα σύγχρονα διεθνή κοινωνικοοικονομικά δεδομένα, με κύριο γνώμονα την εξασφάλιση της βιωσιμότητας και της κερδοφορίας τους, αλλά και την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

6.2.1. Επενδύσεις μέσω ηλεκτρονικών δικτύων (e-investment)

Οι εν λόγω επενδύσεις (e-investment) αναφέρονται κυρίως σε χρηματιστηριακές συναλλαγές, συμπεριλαμβανομένων και των συναλλαγών Αμοιβαίων Κεφαλαίων. Απαραίτητος όρος για τη διενέργεια

ηλεκτρονικών χρηματιστηριακών συναλλαγών είναι ο πελάτης της τράπεζας να υφίσταται ταυτόχρονα και ως πελάτης στη χρηματιστηριακή εταιρεία (ΑΧΕΠΕΥ) με την οποία η εν λόγω τράπεζα έχει συνεργασία. Οι ηλεκτρονικές τράπεζες επενδύσεων δίνουν σε εταιρείες την ευχέρεια διάθεσης των μετοχών τους με μία ηλεκτρονική διαδικασία πλειστηριασμού. Έχει αποδειχτεί ότι η κερδοφορία στην αρχική δημόσια προσφορά χρεογράφων (IPOs – δημόσια χρεόγραφα) είναι πολύ μεγάλος. Παράλληλα, την ηλεκτρονική αγορά χαρακτηρίζει η έντονη διαφοροποίηση και η ευελιξία των δημοσίων χρεογράφων στις εξατομικευμένες ιδιαιτερότητες και απαιτήσεις των πελατών. Οι εξελίξεις που διαδραματίζονται και οι τεράστιες αναδιαρθρώσεις που λαμβάνουν χώρα στην πληροφορική έχουν δραματική επίδραση στη μορφή των χρηματοοικονομικών αγορών. Η εξάπλωση των ηλεκτρονικών αγορών, στα πλαίσια των οποίων δημόσιοι και ιδιωτικοί οργανισμοί πωλούν εταιρικά χρεόγραφα σε επενδυτές, είναι πλέον δεδομένη. Σύμφωνα με την κλασική δημόσια προσφορά τίτλων και χρεογράφων, η επενδυτική τράπεζα έπαιζε το ρόλο του διαμεσολαβητή μεταξύ των πωλητών και των υποψήφιων αγοραστών. Η εκδότρια εταιρεία έπαιζε το ρόλο του πωλητή και οι μεγάλοι επενδυτές το ρόλο των αγοραστών. Η τράπεζα επενδύσεων τιμολογούσε τα αποθέματα και είχε την ευθύνη της παρακολούθησης της ορθής και αμερόληπτης διάθεσης των χρεογράφων. Έπρεπε να εκτιμήσει τα μεγέθη των αποθεμάτων και να μεριμνήσει για προκαταβολές. Για όλες τις παραπάνω εργασίες, η επενδυτική τράπεζα συνήθιζε να χρεώνει ένα ποσοστό προμήθειας ανάλογα με το ποσό των κεφαλαίων που συγκεντρωνόταν.

6.2.2. Ηλεκτρονικό Εμπόριο (e-commerce)

Αυτού του είδους το εμπόριο είναι μία καινοτόμος μέθοδος διαφήμισης και διάθεσης των προϊόντων και των υπηρεσιών με ευρεία εξάπλωση και πολλούς φανατικούς υποστηρικτές. Έτσι, εταιρείες – καταστήματα όπως το Amazon και το eBay, έχουν πλέον εδραιωθεί στη συνείδηση των καταναλωτών – χρηστών, αλλά και πολλές ατομικές, οικογενειακές και μεγαλύτερες επιχειρήσεις (π.χ. αλυσίδες, πολυεθνικές, εταιρείες franchising κ.ά.) έχουν στραφεί στο ηλεκτρονικό εμπόριο και το έχουν εντάξει στο ευρύτερο πλαίσιο των δραστηριοτήτων τους. Βασικοί παράγοντες που κατατάσσουν την εναλλακτική αυτή μορφή εμπορίου τόσο ψηλά στις προτιμήσεις των χρηστών του διαδικτύου είναι το πόσο γρήγορα και εύκολα διεκπεραιώνεται η αγοραπωλησία, αλλά και το χαμηλότερο κόστος που συνεπάγεται σε αρκετές περιπτώσεις η συγκεκριμένη διαδικασία σε σύγκριση με την παραδοσιακή μορφή αγοραπωλησίας (π.χ. προσφορές, εκπτώσεις τιμών στις ηλεκτρονικές παραγγελίες μέσω Internet). Τα κυριότερα είδη του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι τα ακόλουθα (Karonen, 2006):

- Συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων (B2B)
- Συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών (B2C)
- Συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και κυβέρνησης (B2G)
- Συναλλαγές μεταξύ καταναλωτών (C2C)
- Συναλλαγές μεταξύ καταναλωτών και κυβέρνησης (C2G)

Μπορεί να αναφερθεί σαν ένας μηχανισμός διεκπεραίωσης συναλλαγών εμπορικής φύσεως μέσω διαδικτύου. Το ηλεκτρονικό εμπόριο περιλαμβάνει διάφορες επιμέρους τεχνολογικές εφαρμογές: το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), τη διαχείριση εταιρικών δεδομένων, το σύστημα μετάδοσης προσωπικών μηνυμάτων, το σύστημα παρακολούθησης παραλαβής των προϊόντων, τις διαδικτυακές τραπεζικές συναλλαγές, τα διεθνή ή εθνικά ηλεκτρονικά πρότυπα συναλλαγών, το «ηλεκτρονικό καρότσι», τα ηλεκτρονικά εισιτήρια κ.ά.

Οι τράπεζες, στην προσπάθειά τους να προσαρμοστούν και να συμβαδίσουν με τα νέα δεδομένα στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου, έχουν εισάγει και άλλες νέες, ρηζικέλευθες, καινοτόμες και πιο εξειδικευμένες υπηρεσίες, πέραν των ηλεκτρονικών πληρωμών, με σκοπό την ευκολότερη διενέργεια αγοραπωλησιών διαδικτυακά. Επίσης, αξίζει να σημειωθεί ότι παρατηρείται αυξημένη ζήτηση και κινητικότητα σε ορισμένους

χώρους, όπως είναι τα εισιτήρια για ψυχαγωγία, οι ταξιδιωτικές προσφορές, αεροπορικά εισιτήρια, ξενοδοχεία, κλπ.

Ορισμένα χαρακτηριστικά παραδείγματα εξειδικευμένων υπηρεσιών περιγράφονται παρακάτω.

6.2.2.α. Προπληρωμένες κάρτες

Μία προπληρωμένη κάρτα (prepaid) χορηγείται από την τράπεζα και μοιάζει με ένα «άδειο πορτοφόλι». Οι πελάτες, αντί να αγοράζουν κάτι μέσω πιστωτικής κάρτας, χρησιμοποιώντας δηλαδή δανειακά κεφάλαια, προβαίνουν στις αγορές που επιθυμούν με δικά τους κεφάλαια που έχουν ήδη καταβάλει και με τα οποία, πιο συγκεκριμένα, έχουν φορτίσει την προπληρωμένη κάρτα. Η αίτηση για την απόκτηση μίας προπληρωμένης κάρτας μπορεί να γίνει είτε σε ένα τραπεζικό κατάστημα με τη φυσική παρουσία του πελάτη – ενδιαφερόμενου, είτε μέσω διαδικτύου (π.χ. virtual prepaid), είτε μέσω αντιπροσώπων στους οποίους η τράπεζα έχει αναθέσει τη συγκεκριμένη ενέργεια, προωθώντας έτσι και τα δικά της προϊόντα. Τα πλεονεκτήματα που προκύπτουν από τη χρήση των προπληρωμένων καρτών κατά την πραγματοποίηση των αγορών είναι:

- ❖ Ο χρήστης δε χρειάζεται να είναι πελάτης της τράπεζας που εκδίδει την προπληρωμένη κάρτα.
- ❖ Προσφέρει αυξημένο αίσθημα ασφαλείας στο χρήστη, αφού το ποσό με το οποίο φορτίζει συνήθως την κάρτα του είναι μικρό. Έτσι, ακόμη και σε περίπτωση υποκλοπής των μυστικών κωδικών του κατόχου, η ζημία είναι περιορισμένη.
- ❖ Κάτοχος μπορεί να είναι και ανήλικος (υπό προϋποθέσεις, σε συγκεκριμένες περιπτώσεις και για ορισμένο χρονικό διάστημα).
- ❖ Ο χρήστης, οποτεδήποτε επιθυμεί, μπορεί να αιτηθεί επιστροφή του υπολοίπου μέσω εκφόρτισης της κάρτας του με μία πολύ μικρή προμήθεια.

6.2.2.β. Ηλεκτρονικό εισιτήριο

Το εν λόγω είδος εισιτηρίου είναι ένας τρόπος αγοράς – κράτησης, που συνεπάγεται ευκολία και μειωμένο κόστος, ενώ εξαλείφει το χρόνο αναμονής στις ουρές. Σε διάσταση με το εισιτήριο σε φυσική μορφή, αποστέλλεται ψηφιακά στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail) του χρήστη, ενώ ο τελευταίος δεν είναι υποχρεωμένος να το εκτυπώσει.

Ορισμένα από τα πλεονεκτήματα των ηλεκτρονικών εισιτηρίων σε σύγκριση με τα παραδοσιακά έντυπα εισιτήρια είναι τα εξής:

- ✓ Δυνατότητα αγοράς εισιτηρίων από οποιονδήποτε ενδιαφερόμενο με πιστωτική, χρεωστική ή προπληρωμένη κάρτα
- ✓ Δυνατότητα αγοράς του εισιτηρίου αρκετές ημέρες πριν το προγραμματισμένο ταξίδι / θέαμα, με μειωμένο πολλές φορές κόστος (π.χ. χαμηλότερες τιμές, προσφορές κλπ.)
- ✓ Αποφυγή της ουράς αναμονής κατά την έκδοση των εισιτηρίων

6.2.2.γ. Ηλεκτρονικό κατάστημα

Εντυπωσιακή είναι η αποκλειστική παρουσία πολλών νεοσύστατων εταιρειών στο διαδίκτυο. Οι εταιρείες αυτές ξεπερνούν την ιδέα των φυσικών υποκαταστημάτων, δημιουργώντας μία άρτια δομημένη ιστοσελίδα, όπου εμπεριέχεται λεπτομερής ενημέρωση και ανάλυση για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Εξαιτίας της εξάπλωσης του ηλεκτρονικού εμπορίου, η δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop) από μία εταιρεία θεωρείται σήμερα ως κάτι απλό και μάλλον αναπόφευκτο. Και τούτο γιατί υπάρχει μεγάλη γκάμα τρόπων στησίματος ενός e-shop, η διάθεση των οποίων είναι τις περισσότερες φορές δωρεάν, δεδομένου ότι βασίζονται σε ελεύθερο λογισμικό.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ των επιχειρήσεων, Business – to – Business commerce ή εν συντομία B2B, αναφέρεται στο σύνολο των συναλλαγών που γίνονται με ηλεκτρονικό τρόπο μεταξύ των επιχειρήσεων και των προμηθευτών ή άλλων επιχειρήσεων. Η ηλεκτρονική B2B οικονομία και συναλλακτική δραστηριότητα βασίζεται είτε – πιο σπάνια - στη χρήση ιδιωτικών δικτύων είτε – συνηθέστερα – στην ευρέως πλέον διαδεδομένη και κοινά αποδεκτή εξάπλωση και χρησιμοποίηση του διαδικτύου.

Μία εξελιγμένη μορφή του ηλεκτρονικού B2B εμπορίου είναι τα εταιρικά πληροφοριακά συστήματα ERP (Enterprise Resources Planning), ώστε να επιτυγχάνεται η άμεση και αυτόματη διεκπεραίωση ορισμένων αναγκαίων για την λειτουργία της επιχείρησης διαδικασιών, απασχολώντας λιγότερους υπαλλήλους.

Τα στοιχεία που θα καθορίσουν την πορεία του B2B e-commerce είναι:

- ❖ Η δημιουργία και ανάπτυξη ενός περισσότερο προσιτού πλαισίου για το χρήστη, που να διευκολύνει τη διενέργεια των συναλλαγών – μία απαίτηση προφανής στον τομέα των λιανικών πωλήσεων μέσω διαδικτύου.
- ❖ Η πλήρης ενσωμάτωση και ένταξη των δυνατοτήτων και των ευχερειών που παρέχονται με την εξάπλωση των smartphones και των tablets.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο ανάμεσα στις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές διακρίνεται σε δύο είδη:

- ✓ Συναλλαγές δίχως την παρεμβολή μεσάζοντα. Εδώ ο καταναλωτής κάνει την παραγγελία που επιθυμεί διαμέσου της ιστοσελίδας της εταιρείας, δίχως τη μεσολάβηση κάποιου ενδιάμεσου. Χαρακτηριστικό παράδειγμα τέτοιας επιχείρησης είναι το Amazon.
- ✓ Συναλλαγές με τη διαμεσολάβηση μεσάζοντων. Εδώ ο καταναλωτής έρχεται σε επαφή με τον πάροχο του προϊόντος με τη βοήθεια κάποιου μεσάζοντα, ο οποίος στις περισσότερες περιπτώσεις είναι η εταιρεία που διατηρεί την ιστοσελίδα. Ο μεσάζοντας συνδράμει στην προώθηση των προϊόντων του πωλητή, βοηθώντας τον έτσι να βρει αγοραστές, ενώ για τη διαμεσολάβηση αυτή καρπώνεται ένα χρηματικό ποσό προμήθειας, βάσει συμφωνίας με την επιχείρηση. Παράδειγμα μεσάζοντα ηλεκτρονικού εμπορίου αποτελεί το eBay.

6.2.2.δ. Ηλεκτρονικές μεταφορές κεφαλαίων ανάμεσα σε ιδιώτες

Οι λεγόμενες P2P πληρωμές πραγματοποιούνται μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή ή κινητού τηλεφώνου. Οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα, οποτεδήποτε θελήσουν, να στέλνουν χρήματα σε μέλη της οικογένειάς τους, να τακτοποιούν οφειλές ή να στέλνουν χρήματα σε φίλους και γενικότερα σε τρίτα πρόσωπα και να αγοράζουν προϊόντα από online δημοπρασίες.

Οι υπηρεσίες P2P πληρωμών πρωτοεμφανίστηκαν το 1999 και η πιο γνωστή εταιρεία που δραστηριοποιείται στον τομέα αυτό είναι η PayPal.

Τα βασικά χαρακτηριστικά του εναλλακτικού μοντέλου πληρωμών P2P είναι τα ακόλουθα:

- ❖ **Οι μεγάλες ταχύτητες.** Οι καταναλωτές έχουν την απαίτηση οι P2P πληρωμές να διενεργούνται άμεσα / σε πραγματικό χρόνο.
- ❖ **Η απευθείας χρέωση υπάρχοντος λογαριασμού.** Οι καταναλωτές διευκολύνονται να αντλούν κεφάλαια άμεσα από το λογαριασμό τους, χωρίς να παρεμβάλλονται ενδιάμεσοι λογαριασμοί.
- ❖ **Το κοινά αποδεκτό.** Οι P2P εταιρείες, στη συντριπτική πλειοψηφία τους, θέτουν ως αναγκαία προϋπόθεση για τη διεκπεραίωση των συναλλαγών οι συμμετέχοντες να είναι δηλωμένοι στην υπηρεσία τους.
- ❖ **Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.** Με σκοπό την προσέλκυση χρηστών και κατ' επέκταση τη διεύρυνση της πελατειακής τους βάσης, οι εταιρείες παροχής υπηρεσιών P2P, με πρωτοπόρο την PayPal, έχουν καθιερώσει τη δωρεάν παροχή των υπηρεσιών τους.
- ❖ **Η εξατομίκευση και διαφοροποίηση των παρεχόμενων υπηρεσιών.** Οι εταιρείες, που δραστηριοποιούνται στο χώρο με αξιώσεις, δημιουργούν και εφαρμόζουν υπηρεσίες προσαρμοσμένες στις ιδιαίτερες και συνεχώς αυξανόμενες επιθυμίες των χρηστών τους.

6.2.3. Προώθηση και διάθεση ασφαλιστικών προϊόντων

Η προώθηση και πώληση τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων μέσω της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής (e-banking) είναι ένας τομέας που παρουσιάζει μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης και εξέλιξης, ιδιαίτερα στην Ελλάδα. Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, σε συνεργασία με ασφαλιστικές εταιρείες, προωθούν και πωλούν στους πελάτες τους ασφαλιστικά προϊόντα και υπηρεσίες, όπως για παράδειγμα ασφάλειες αυτοκινήτου, πυρός και σεισμού, ζωής, υγείας, καρτών, ταξιδιωτικές, κ.ά. Οι τράπεζες, μέσω της επέκτασης των δραστηριοτήτων τους στον ευρύτερο ασφαλιστικό κλάδο, επιδιώκουν να αποκομίσουν οφέλη, όπως προσέλκυση νέου αλλά και διατήρηση του ήδη υφιστάμενου πελατολογίου μέσω των συνδυαστικών πωλήσεων προϊόντων (cross selling) και συνεπώς, να επιτύχουν διεύρυνση του φάσματος των εργασιών που τους αποδίδουν κέρδη.

6.2.4. Ηλεκτρονικές εισαγωγές – εξαγωγές

Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα δίνουν πλέον τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις – πελάτες να διενεργούν ηλεκτρονικά εισαγωγές και εξαγωγές, καθώς αναγνωρίζουν την επιτακτική ανάγκη μείωσης του λειτουργικού κόστους και ταυτόχρονης αύξησης της αποτελεσματικότητας και της αποδοτικότητας των επιχειρήσεων, προκειμένου να διασφαλίσουν μία ανταγωνιστική θέση στη σύγχρονη αγορά.

6.2.5. Υπηρεσίες μεταφοράς χρημάτων μέσω καρτών πληρωμών

Πρόκειται για έναν εύκολο και οικονομικό τρόπο αποστολής χρημάτων, με τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, μεταξύ καρτών Visa. Συγκεκριμένα, επιτρέπει τη μεταφορά χρημάτων από χρεωστική ή πιστωτική ή προπληρωμένη κάρτα σε κάποια άλλη κάρτα Visa, έκδοσης χρηματοπιστωτικού ιδρύματος χώρας εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης και όχι μόνο.

Συνοψίζοντας

Το μειωμένο κόστος, η μεγάλη ευκολία υλοποίησης και η εξοικονόμηση χρόνου συνιστούν τα βασικότερα πλεονεκτήματα της χρήσης των εναλλακτικών δικτύων και υπηρεσιών της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής. Με τα εναλλακτικά δίκτυα διενέργειας συναλλαγών, που η τελευταία παρέχει, παρακάμπτονται οι χρονοβόρες ουρές αναμονής, αφού ο απαιτούμενος χρόνος για την εκτέλεση μίας συναλλαγής μέσω διαδικτύου δεν υπερβαίνει τα πέντε λεπτά. Παράλληλα, οι καινοτομίες που η ηλεκτρονική τραπεζική εφαρμόζει συμβάλλουν αποφασιστικά στη διατήρηση του ήδη υπάρχοντος πελατολογίου, στη διεύρυνσή του μέσω της προσέλκυσης νέων πελατών, στην ικανοποίηση των εξατομικευμένων και διαφοροποιημένων αναγκών των πελατών, στην προσαρμογή στο σύγχρονο, συνεχώς μεταβαλλόμενο και εξελισσόμενο κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον και κατ' επέκταση, σηματοδοτούν τη στροφή σε νέα εναλλακτικά κανάλια επίτευξης κερδοφορίας, εξασφάλισης της βιωσιμότητας και απόκτησης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα.

Βιβλιογραφία 6^ο Κεφαλαίου

1. Anderson W. P., Chatterjee L., Lakshmanan T. R., (2003), E-commerce, transportation and economic geography, Growth and Change, No 34, pp.415-432
2. Babbie E. R., (2007), The Practice of Social Research. Thomson Wadsworth, Belmont, CA
3. Cao X., (2010), E-shopping, spatial attributes and personal travel: A review of empirical studies, Transportation Research Record, No 2135, pp.160-169
4. Dijst M., Farag S., Krizek K. J., (2006), E-shopping and its relationship with in-store shopping: Empirical evidence from the Netherlands and the U.S., Transport Reviews, No 26, pp.43-61
5. Dijst M., Farag S., Schwanen T., (2005), Online searching and buying and their relationship with shopping trips empirically investigated, Transportation Research Record, No 1926, pp.242-251
6. Furst K., Lang W. W., Nolle D. E., (2000), Internet Banking: Developments and prospects, Office of the Comptroller of the Currency Economic and Policy Analysis, Working Paper 2000-9

Ηλεκτρονική

1. www.alphabank.gr
2. www.eurobank.gr
3. www.nbg.gr
4. www.piraeusbank.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟΥ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΟΣ

Η Ηλεκτρονική Τραπεζική διαδραματίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, όχι μόνο για τις τράπεζες, αλλά και για τους οργανισμούς που αποφασίζουν να επενδύσουν στα καινοτόμα, εναλλακτικά αυτά δίκτυα χρηματοοικονομικής και συναλλακτικής δραστηριότητας. Ωστόσο, στα πλαίσια μίας πλήρους και πολύπλευρης ανάλυσης, αξίζει να γίνει αναφορά στα πλεονεκτήματα αλλά και τα μειονεκτήματα, «τις ευκαιρίες αλλά και τις απειλές», που καθορίζουν το ευρύτερο περιβάλλον λειτουργίας της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.

7.1. Τι είναι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα

Η βιωσιμότητα και η καθιέρωση μίας επιχείρησης εξαρτάται από την προσαρμοστικότητα και την ευελιξία του ευρύτερου τομέα, όπου αναπτύσσει τη δραστηριότητά της. Η άνοδος μίας επιχείρησης μέσα σε έναν κλάδο είναι πιθανό να αποφέρει τη δημιουργία σημαντικών κερδών, παρόλο που ο ευρύτερος κλάδος μπορεί να μην είναι τόσο αποδοτικός. Το συγκριτικό πλεονέκτημα θεωρείται επακόλουθο των μοναδικών χαρακτηριστικών ενός προϊόντος, τα οποία το καθιστούν ανώτερο των ανταγωνιστικών και κατ' επέκταση, δημιουργούν προστιθέμενη αξία στη συνείδηση των πελατών.

Οι τεχνολογικές εξελίξεις που μπορεί να ενσωματώσει μία επιχείρηση στις δραστηριότητές της σηματοδοτούν την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Ωστόσο, το τελευταίο μπορεί εύκολα να αντιγραφεί από τους ανταγωνιστές. Για να εξασφαλιστεί η βιωσιμότητα ενός τέτοιου πλεονεκτήματος, δεν αρκεί μόνο η υιοθέτηση καινοτόμων τεχνολογικών πρακτικών. Απαραίτητη κρίνεται η επίδραση παραγόντων όπως η σηματοδοσία και η ποιότητα του προϊόντος, η σημασία του για τους καταναλωτές, καθώς και ο βαθμός χρησιμότητας που αποκομίζουν οι καταναλωτές από τη χρησιμοποίησή του.

Είναι φανερό σήμερα η τάση των καταναλωτών να αναζητούν εξατομικευμένα και διαφοροποιημένα προϊόντα και υπηρεσίες. Η ενεργοποίηση των συναισθημάτων που οδηγούν στη λήψη των αγοραστικών αποφάσεων επηρεάζεται σε σημαντικό βαθμό από την καινοτομία. Ωστόσο, οι περισσότεροι καταναλωτές δεν εντυπωσιάζονται τόσο από τη νέα τεχνολογία, αλλά το ενδιαφέρον τους στρέφεται κυρίως σε προϊόντα και υπηρεσίες που πραγματικά και ουσιαστικά ικανοποιούν τις επιθυμίες τους. Συνεπώς, οι πολιτικές των επιχειρήσεων πρέπει να δίνουν ιδιαίτερη έμφαση και προτεραιότητα στην κατανόηση και την ενίσχυση των παραγόντων που συνδυάζονται με την αξία του προϊόντος, όπως την αντιλαμβάνονται οι πελάτες. Η στάση των καταναλωτών προς τα διάφορα προϊόντα, η αποκάλυψη των συναισθημάτων και των σκέψεων τους και η συγκέντρωση πληροφοριών αναφορικά με τα κίνητρα που οδηγούν στην προτίμηση και την επιλογή ενός συγκεκριμένου προϊόντος συνιστούν πλέον τους βασικούς πυλώνες σχεδιασμού της στρατηγικής των επιχειρήσεων.

Η επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, η οποία σηματοδοτεί την κατοχή ηγετικής θέσης της επιχείρησης στην αγορά που αυτή δραστηριοποιείται, συνιστά θεμελιώδη επιχειρησιακή επιδίωξη και περιλαμβάνεται πάντα στο στρατηγικό προγραμματισμό της εκάστοτε επιχείρησης.

7.1.1. Τι είναι το Όραμα

Είναι μία έκφραση επιθυμίας της επιχείρησης, μία εικόνα για το μέλλον που σχεδιάζει και σκοπεύει να δημιουργήσει. Δε νοείται λειτουργία μίας επιχείρησης χωρίς την ύπαρξη οράματος. Και τούτο, γιατί το όραμα καθοδηγεί μία επιχείρηση και τη βοηθά να προσδιορίσει το πού θέλει να πάει, το πώς θα οργανωθεί και θα αναπτύξει ένα αποτελεσματικό σχέδιο για την επίτευξη του στόχου της, καθώς και το χρόνο που θα χρειαστεί γι' αυτό. Το όραμα είναι εκείνο που θέτει τις κατευθυντήριες γραμμές της επιχειρηματικής δραστηριότητας και μπορεί να δώσει ώθηση:

- στον προσανατολισμό των αρχών μίας επιχείρησης
- τη χάραξη στρατηγικής που να συμβαδίζει με την αποστολή της επιχείρησης
- τη συνειδητοποίηση του πρωταγωνιστικού ρόλου που διαδραματίζουν οι εργαζόμενοι ως κύριο συστατικό και θεμελιώδης λίθος της δομής και της λειτουργίας μίας επιχείρησης

7.1.2. Τι είναι η Αποστολή

Μία επιχείρηση αντιμετωπίζει τα εξής επίμαχα θέματα:

- σε τι δραστηριοποιούμαστε
- πού δραστηριοποιούμαστε
- πώς δραστηριοποιούμαστε
- γιατί δραστηριοποιούμαστε

Η αποστολή μίας επιχείρησης περιλαμβάνει:

- ✓ την επιδίωξη μεγιστοποίησης της ικανοποίησης και της χρησιμότητας που απολαμβάνει ο καταναλωτής
- ✓ τη σταθερή αύξηση των εσόδων της
- ✓ την προσέλκυση μεριδίου αγοράς
- ✓ τη συμπόρευση με τις τεχνολογικές, εμπορικές, χρηματοοικονομικές και κοινωνικές μεταβολές

7.2. Μηχανισμοί δημιουργίας συγκριτικού πλεονεκτήματος

Η βιωσιμότητα και η κερδοφορία κάθε επιχείρησης επηρεάζονται τόσο από τις επιλογές της ίδιας όσο και από τις επιλογές και τις ενέργειες των ανταγωνιστών της. Παρατηρούνται διάφορες μορφές αγοράς και ενδεικτικά αναφέρουμε κάποιες, με έμφαση στις συνθήκες και το καθεστώς ανταγωνισμού που επικρατεί στην καθεμία.

- Στον τέλειο ή πλήρη ανταγωνισμό οι επιχειρήσεις είναι πολλές και έτσι, κάθε επιχείρηση δεν εξαρτάται και δεν επηρεάζεται σημαντικά από τις αποφάσεις και τις ενέργειες των ανταγωνιστών της. Τα προϊόντα των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο είναι ομοιογενή με μικρές αποκλίσεις και διαφοροποιήσεις και ικανοποιούν την ίδια ανάγκη των καταναλωτών, παρατηρείται πλήρης κινητικότητα των εισροών και ελεύθερη, χωρίς περιορισμούς, είσοδος και έξοδος των επιχειρήσεων από την αγορά.
- Στο ολιγοπώλιο οι επιχειρήσεις είναι λίγες και οι επιλογές κάθε επιχείρησης ασκούν επιρροή στη δραστηριότητα των άλλων.
- Στο μονοπώλιο, τέλος, μία και μοναδική επιχείρηση παράγει το προϊόν, για το οποίο δεν υπάρχει υποκατάστατο που να ικανοποιεί την ίδια ανάγκη των καταναλωτών. Κύριο χαρακτηριστικό του μονοπωλίου είναι οι απαγορευτικές συνθήκες που εμποδίζουν την είσοδο άλλων επιχειρήσεων στη μονοπωλιακή αγορά.

Το επίπεδο του ανταγωνισμού και η μορφή της αγοράς μέσα στην οποία μία επιχείρηση αναπτύσσει τη δραστηριότητά της επιδρούν σημαντικά στα έσοδά της. Για παράδειγμα, τα έσοδα και η κερδοφορία μίας επιχείρησης μπορεί να επηρεαστούν τόσο στην περίπτωση που η ίδια θα διαφοροποιήσει την τιμή της, όσο

στην περίπτωση που οι ανταγωνίστριες επιχειρήσεις προβούν σε μεταβολή της τιμής των προϊόντων τους. Ο έντονος ανταγωνισμός συνεπάγεται πτώση των τιμών προς όφελος του καταναλωτή. Έτσι, λοιπόν, μακροχρόνια, αυξάνεται η ευημερία των καταναλωτών και δημιουργούνται ισχυρά κίνητρα για την ανάπτυξη επιχειρηματικών επενδύσεων σε ρηξικέλευθους προορισμούς, που προάγουν και κατοχυρώνουν το συγκριτικό πλεονέκτημα στην αγορά.

Το ερώτημα που πρέπει να απαντηθεί είναι πώς καταφέρνει μία επιχείρηση να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ή διαφορετικά, πώς καταφέρνει να πραγματοποιήσει το όραμά της.

Οι βασικές θεωρίες αναφορικά με το μηχανισμό ανάπτυξης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος έχουν ως βασικό έρεισμα το επιχειρησιακό περιβάλλον. Η μία είναι η θεωρία του Porter που επικεντρώνει την έρευνά της στο εξωτερικό περιβάλλον και η άλλη είναι η θεωρία των πόρων και των ικανοτήτων που στρέφεται στη μελέτη του εσωτερικού περιβάλλοντος.

7.2.1. Οι πέντε δυνάμεις ανταγωνισμού του Porter

Ο Michael E. Porter ανέλυσε το μοντέλο των πέντε δυνάμεων που επιδρούν και καθορίζουν το βαθμό του ανταγωνισμού σε μία αγορά, καθώς και τη σχετική προσβασιμότητα και κατ' επέκταση, την επίτευξη κερδών για τον κλάδο. Συνεπώς, ο έντονος ανταγωνισμός περιορίζει την ελκυστικότητα του κλάδου και αντίστροφα. Σύμφωνα με το μοντέλο του Porter, ένας οργανισμός – επιχείρηση συναντά στην πορεία της τις ακόλουθες εξωτερικές απειλές αλλά και ευκαιρίες:

- 1) *Ένταση του ανταγωνισμού μεταξύ των υφιστάμενων επιχειρήσεων.*
- 2) *Απειλή από νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις.*
- 3) *Διαπραγματευτική ισχύς / δύναμη πελατών.*
- 4) *Διαπραγματευτική ισχύς / δύναμη προμηθευτών.*
- 5) *Απειλή από υποκατάστατα προϊόντα.*

Άρα, η φυσική υπόσταση των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε έναν κλάδο καθώς και η διαπραγματευτική τους ισχύ προσδιορίζουν τη δομή του κλάδου και την κερδοφορία. Η ικανότητα της επιχείρησης να διαχειρίζεται πελάτες, προμηθευτές, υποκατάστατα προϊόντα και υπηρεσίες, αλλά και νεοεισερχόμενους στον κλάδο, μπορεί να οδηγήσει στην επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

7.2.1.β. Απειλές από νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις

Όταν δεν υπάρχουν σημαντικά εμπόδια εισόδου (entry barriers) σε έναν κλάδο, τότε υφίσταται απειλή νεοεισερχόμενων ανταγωνιστριών επιχειρήσεων και το αντίθετο. Συνεπώς, το μέγεθος της απειλής από νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις που δέχεται μία αγορά εξαρτάται από το βαθμό ευκολίας / δυσκολίας διείσδυσης των νέων επιχειρήσεων σε αυτήν. Όσο λιγότερα είναι τα εμπόδια εισόδου, τόσο αυξάνεται το μέγεθος της απειλής.

Τα συνηθέστερα εμπόδια εισόδου είναι:

- **Οι «οικονομίες κλίμακας».** Όταν οι ήδη υπάρχοντες ανταγωνιστές επωφελούνται του «πλεονεκτήματος κόστους» (cost advantage) εξαιτίας των οικονομιών κλίμακας, τότε οι εν δυνάμει ανταγωνιστές οφείλουν να εκμεταλλευτούν παρεμφερή δυναμική κατά την είσοδό τους στην αγορά.
- **Τα κεφάλαια που απαιτούνται.** Τα κεφάλαια που χρειάζονται για την είσοδο σε μία νέα αγορά υπολογίζονται με βάση την τεχνολογική υποδομή αλλά και τον όγκο της μονάδας που προϋποθέτει το εν λόγω εγχείρημα.
- **Ο βαθμός προσβασιμότητας σε κανάλια διανομής.** Στα πλαίσια της εξωτερικής ανάλυσης του περιβάλλοντος λειτουργίας των επιχειρήσεων εξετάζεται και αξιολογείται ο τρόπος λειτουργίας του δικτύου διανομής των προϊόντων (δικτύου πωλήσεων) στον κλάδο, αλλά και οι δυσκολίες που μπορεί να ανακύψουν. Το δίκτυο διανομής αναφέρεται στις επιχειρήσεις – διανομείς, των οποίων η συμβολή είναι αναγκαία, προκειμένου να καταλήξει το προϊόν στον τελικό καταναλωτή.
- **Πλεονέκτημα κόστους.** Πηγάζει από την εμπειρία που έχουν αποκομίσει οι επιχειρήσεις από τη διείσδυσή τους στις αγορές ως «πρώτες». Εκτός από την δεδομένη γνώση της αγοράς, οι καλές μακροχρόνιες σχέσεις που έχουν αναπτύξει οι επιχειρήσεις αυτές με τους προμηθευτές και τους καταναλωτές συγκροτούν σημαντικό πλεονέκτημα σε όλο το φάσμα των λειτουργιών.
- **Προβλεπόμενες αντιδράσεις.** Η επιχείρηση που σκοπεύει να εισχωρήσει σε έναν καινούργιο κλάδο οφείλει προηγουμένως να αναλύσει και να λάβει υπόψη την αντιμετώπιση που θα έχει από τις άλλες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται εκεί. Και τούτο γιατί η νεοεισερχόμενη επιχείρηση μπορεί να έρθει αντιμέτωπη με έντονη αντίδραση και επίθεση, με σκοπό να την εμποδίσουν και να δυσχεράνουν με κάθε δυνατό τρόπο την είσοδό της στον κλάδο.
- **Παρέμβαση του κράτους.** Ο βαθμός στον οποίο επεμβαίνει η κρατική μηχανή στη λειτουργία των αγορών παίζουν καθοριστικό ρόλο στην απόφαση εισόδου νέων ανταγωνιστών – επιχειρήσεων. Ωστόσο, σήμερα, με τη συνεχή απελευθέρωση των οικονομιών διεθνώς, είναι εμφανής και δεδομένη μία τάση μείωσης του κρατικού παρεμβατισμού σε όλα τα επίπεδα της χρηματοοικονομικής δραστηριότητας.
- **Κανονισμοί της Ε.Ε.,** που αφορούν κυρίως στη δημιουργία των απαραίτητων συνθηκών για την εξασφάλιση και επικράτηση του ελεύθερου ανταγωνισμού και τη σταδιακή κατάργηση των κρατικών μονοπωλίων, με κύριο γνώμονα τη γενικότερη απελευθέρωση της αγοράς.
- **Διαφοροποίηση.** Είναι η ευχέρεια μίας επιχείρησης να διαθέτει ένα προϊόν ή μία υπηρεσία, το οποίο να διαφοροποιείται επαρκώς από τα αντίστοιχα ανταγωνιστικά προϊόντα. Η διαφοροποίηση των προϊόντων συνεπάγεται την ανάπτυξη υψηλών δυσχερειών εισόδου νέων επιχειρήσεων.
- **Η προσήλωση στην επωνυμία (brand loyalty).** Όσο μεγαλύτερη πίστη δείχνουν οι καταναλωτές στο όνομα (brand name) μίας επιχείρησης, τόσο πιο επίμονες θα πρέπει να είναι και οι ενέργειες που πρέπει να καταβάλλουν οι δυνητικοί ανταγωνιστές, προκειμένου να διεκδικήσουν με αξιώσεις μία θέση στην αγορά.

7.2.1.γ. Ισχύς διαπραγμάτευσης των πελατών

Οι αγοραστές – καταναλωτές έχουν τη δύναμη να ασκούν πίεση και να υποχρεώνουν τις εταιρείες σε πτωτική τιμολογιακή πολιτική και στη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων προϊόντων. Έτσι, όμως, περιορίζονται τα περιθώρια κέρδους των επιχειρήσεων.

Η δύναμη / ισχύς των αγοραστών (buyers) είναι πιο έντονη και καθοριστική **όταν:**

- Υπάρχουν πολλοί αγοραστές που προβαίνουν σε αγορές υψηλού μεγέθους

- Υπάρχουν εναλλακτικοί προμηθευτές, εξαιτίας της μη διαφοροποίησης του προϊόντος (ύπαρξη έντονου ανταγωνισμού)
- Οι πελάτες δεν έχουν τη δυνατότητα να ασκήσουν πίεση προκειμένου να πετύχουν ικανοποιητικές τιμές, καθώς το μέγεθος της αγοράς είναι μεγάλο και ο αριθμός των προμηθευτών μικρός.
- Υπάρχει φτηνή δυνατότητα αλλαγής σε ανταγωνιστικές επωνυμίες ή υποκατάστατα προϊόντα
- Η ζήτηση κυμαίνεται σε χαμηλά επίπεδα ή εμφανίζει μείωση
- Ο αριθμός των αγοραστών είναι μικρός
- Υπάρχει η δυνατότητα αναβολής της αγοράς στην περίπτωση που οι όροι της συναλλαγής δεν ικανοποιούν πλήρως τις ανάγκες και τις απαιτήσεις του υποψήφιου εν δυνάμει αγοραστή

7.2.1.δ. Ισχύς διαπραγμάτευσης προμηθευτών

Πηγάζει από το ότι οι προμηθευτές έχουν τη δυνατότητα είτε να ανεβάσουν τις τιμές είτε να υποβαθμίσουν την ποιότητα των προϊόντων τους, με συνέπειες στα κέρδη των επιχειρήσεων. Η πίεση που μπορούν να ασκούν οι προμηθευτές είναι εντονότερη **όταν**:

- Οι προμηθευτές είναι λίγοι
- Οι επιχειρήσεις επιφορτίζονται με υψηλό «κόστος αλλαγής» προμηθευτών
- Υπάρχει σαφής διαφοροποίηση στο προϊόν κάποιου προμηθευτή
- Οι αγοραστές – επιχειρήσεις δεν αποτελούν σημαντικούς πελάτες
- Παρατηρείται αυξανόμενη ζήτηση για τα προϊόντα των προμηθευτών, δεδομένου ότι οι τελευταίοι διαθέτουν ισχυρή φήμη στην αγορά

7.2.1.ε. Απειλή από τα υποκατάστατα

Ο συγκεκριμένος φόβος διαπιστώνεται όταν παρέχεται στους πελάτες η δυνατότητα επιλογής και αντικατάστασης ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας από ένα άλλο αντίστοιχο / υποκατάστατο προϊόν, το οποίο προσφέρει στον καταναλωτή το ίδιο ή ακόμα και μεγαλύτερο επίπεδο χρησιμότητας / ευημερίας. Όταν η τιμή του προϊόντος μίας επιχείρησης είναι υψηλή, τότε υπάρχει μεγάλη πιθανότητα ο πελάτης να αναζητήσει υποκατάστατο προϊόν, που να ανταποκρίνεται και να ικανοποιεί την ίδια ανάγκη, σε άλλη επιχείρηση. Στα πλαίσια, λοιπόν, της απειλής αυτής μία επιχείρηση πρέπει να εξετάσει τα ακόλουθα (Anwander 2002):

- Πόσο μεγάλο είναι το μέγεθος της απειλής που αντιμετωπίζει από τα υποκατάστατα προϊόντα και υπηρεσίες;
- Πόσο υψηλή είναι η ποιότητα που χαρακτηρίζει τα πιθανά υποκατάστατα προϊόντα;
- Ποιες δραστηριότητες έρευνας και ανάπτυξης (R&D) έχουν πραγματοποιηθεί που ενδέχεται να οδηγήσουν στη δημιουργία πιθανών υποκατάστατων;
- Πώς σχετίζεται τιμή - χρησιμότητα;
- Η τιμή προσφοράς των υποκατάστατων προϊόντων είναι συμφέρουσα;
- Τα υποκατάστατα ενσωματώνουν χαμηλότερη, παρόμοιου επιπέδου ή βελτιωμένη ποιότητα σε σύγκριση με αυτά που κυκλοφορούν;
- Πόσο θα κοστίσει μία ενδεχόμενη αλλαγή στον τελικό καταναλωτή;

7.3. Οι πέντε δυνάμεις ανταγωνισμού του Porter στον τραπεζικό τομέα

Η ανάλυση των πέντε δυνάμεων του Porter και η κατανόησή τους θα συνδράμει το χρηματοπιστωτικό ίδρυμα στο να διαμορφώσει μία εφαρμόσιμη και συγχρόνως αποτελεσματική στρατηγική με σκοπό την ανάπτυξη και τη μακροχρόνια κερδοφορία (Porter, 2008).

7.3.1. Ο υπάρχων τραπεζικός ανταγωνισμός

Ο χώρος των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών κατέχει, εδώ και πάρα πολλά χρόνια, εξέχουσα θέση στις αγορές χρήματος και κεφαλαίου αλλά και στην οικονομία γενικότερα. Στον τραπεζικό κλάδο επικρατεί έντονος ανταγωνισμός. Συνεπώς, οι τράπεζες πρέπει να καταβάλλουν μία αέναη προσπάθεια να δαμάσουν τους πελάτες τους, να κερδίσουν την εύνοια και την εμπιστοσύνη τους και να τους αποστρέψουν από τους ανταγωνιστές. Αυτό ενδέχεται να επιτευχθεί με τη διάθεση επιπρόσθετων και συγκριτικά βελτιωμένων παροχών στους πελάτες, τη διατήρηση των τιμών σε χαμηλά επίπεδα και την ανώτερη ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών. Δεδομένης, λοιπόν, της ιδιοσυγκρασίας του τραπεζικού κλάδου, οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί «φλερτάρουν» αδιαμφισβήτητα με περαιτέρω συγχωνεύσεις, εξαγορές και ενοποιήσεις μελλοντικά. Οι μεγάλοι σε μέγεθος οργανισμοί προτιμούν μάλλον την απόκτηση / εξαγορά ή συγχώνευση με κάποια άλλη τράπεζα, παρά την επένδυση κεφαλαίων στο μάρκετινγκ και την προβολή.

7.3.2. Νεοεισερχόμενοι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί

Η είσοδος στον τραπεζικό κλάδο προϋποθέτει την ύπαρξη και διάθεση μεγάλων κεφαλαίων. Και τούτο γιατί το λειτουργικό κόστος, το απαιτούμενο τεχνολογικό υπόβαθρο και το άνοιγμα και η συντήρηση νέων καταστημάτων λιανικής τραπεζικής χρήζουν υψηλής χρηματοδότησης. Παράλληλα, αναγκαία και αναπόφευκτη είναι και η συμμόρφωση με τις ρυθμιστικές αρχές και το κανονιστικό και νομοθετικό πλαίσιο που επιβάλλει το κράτος. Η υψηλή καμπύλη μάθησης, που χαρακτηρίζει τον τραπεζικό κλάδο, συνεπάγεται μεγάλες δαπάνες σε χρόνο και πόρους από τους νεοεισερχόμενους ανταγωνιστές για τη μελέτη της τάσης και της λειτουργίας των αγορών. Η έλλειψη ισχυρής επωνυμίας συνιστά έναν ακόμα ανασταλτικό παράγοντα που ενδέχεται να αποτρέψει την είσοδο νέων τραπεζών. Οι περισσότεροι πελάτες έχουν χτίσει σχέση εμπιστοσύνης με την τράπεζα που συνεργάζονται και δύσκολα θα στραφούν σε μία τράπεζα με μη εδραιωμένη φήμη στην αγορά. Κατά συνέπεια, ο μόνος τρόπος προσέλκυσης πελατείας για μία νεοεισερχόμενη τράπεζα είναι η προσφορά υψηλότερων επιτοκίων καταθέσεων και χαμηλότερων επιτοκίων χορηγήσεων / δανεισμού, επιβαρύνοντας όμως με την πολιτική αυτή τα έσοδα και τα κέρδη της. Γενικότερα, μία νέα τράπεζα θα πρέπει να βρει τρόπους να δημιουργήσει οικονομίες κλίμακας, προκειμένου να επωμιστεί τις δαπάνες της αλλαγής. Παρ' όλα αυτά οι παραδοσιακές τράπεζες μπορεί να υπολείπονται των τραπεζών παροχής ηλεκτρονικών υπηρεσιών, που κάνουν την καθημερινή τραπεζική πρακτική εύκολη και γρήγορη. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της υπηρεσίας «PayPal», την οποία προτιμούν ολοένα και περισσότεροι χρήστες για τη διενέργεια ηλεκτρονικών συναλλαγών, με άμεσο αντίκτυπο στα κέρδη που προέρχονται από τις παραδοσιακές εργασίες των τραπεζών.

7.3.3. Διαπραγματευτική ισχύς των πελατών των τραπεζικών ιδρυμάτων

Η δύναμη που κατέχουν οι πελάτες του τραπεζικού κλάδου κυμαίνεται σε μέτρια επίπεδα. Οι καταθετικοί λογαριασμοί διακρίνονται σε δύο είδη, στους λογαριασμούς άμεσης ζήτησης (π.χ. ταμιευτηρίου, τρεχούμενους) και στις καταθέσεις προθεσμίας. Οι πρώτοι λογαριασμοί, τα ποσά των οποίων είναι άμεσα διαθέσιμα, συμβάλλουν στην άμεση και εύκολη μετακίνηση κεφαλαίων, δίχως ωστόσο να αποφέρουν σπουδαία έσοδα για την τράπεζα. Συνεπώς, οι κάτοχοί τους εμφανίζουν μικρή ευαισθησία στις μεταβολές των επιτοκίων των εν λόγω λογαριασμών.

7.3.4. Ισχύς διαπραγμάτευσης των προμηθευτών των τραπεζικών ιδρυμάτων

Αυτοί που προμηθεύουν τις τράπεζες με κεφάλαια είναι οι καταθέτες. Οι τράπεζες, από τη μεριά τους, καταβάλλουν τόκο στους προμηθευτές. Οι καταθέτες αντιπαραθέτουν τα τραπεζικά επιτόκια, προκειμένου να επιλέξουν το πιο συμφέρον. Οι τράπεζες, από την άλλη μεριά, οφείλουν να προσφέρουν ελκυστικά επιτόκια,

το ύψος των οποίων κυμαίνεται ανάλογα με το μέγεθος της κατάθεσης, τη διάρκειά της, αλλά και τον πελάτη. Και αυτό δίνει στους κατόχους προθεσμιακών καταθέσεων υψηλή εξουσία διαπραγματεύσεως. Βασικό γνώμονα για την επιλογή της τράπεζας που μεγιστοποιεί τη χρησιμότητα και την ευημερία του καταθέτη συνιστά, εκτός φυσικά από το επιτόκιο, η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, αλλά και η ευκολία προσβασιμότητας στον ίδιο το λογαριασμό.

7.3.5. Απειλή από υποκατάστατα τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες

Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που διαπραγματεύονται στον χρηματοπιστωτικό τομέα χαρακτηρίζονται από μεγάλο όγκο και ποικιλία. Τα διακριτικά αυτά στοιχεία των χρηματοοικονομικών προϊόντων αυξάνουν σημαντικά το ενδεχόμενο ανάπτυξης και προώθησης υποκατάστατων προϊόντων. Για παράδειγμα, οι πελάτες μπορεί να προτιμήσουν να επενδύσουν τα κεφάλαιά τους σε ομόλογα και όχι αποκλειστικά σε αποταμιευτικούς / καταθετικούς λογαριασμούς, εάν επιθυμούν να επωφεληθούν του υψηλότερου επιτοκίου και να αποκομίσουν μεγαλύτερο τόκο, αναλαμβάνοντας φυσικά τον αντίστοιχο κίνδυνο.

7.4. Διαδίκτυο και δυνάμεις ανταγωνισμού

Το μοντέλο των πέντε βασικών δυνάμεων του Porter καθορίζει τη διάρθρωση και το βαθμό ελκυστικότητας ενός κλάδου. Από τις προαναφερθείσες δυνάμεις εξαρτώνται οι επικρατούσες συνθήκες ανταγωνισμού στον αναπτυσσόμενο τομέα της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ταυτόχρονα, το συγκεκριμένο μοντέλο συνδράμει στον προσδιορισμό της οικονομικής αξίας που παράγουν τα προϊόντα του κλάδου, καθώς και κάθε παράλληλη ενέργεια της παραγωγικής διαδικασίας των χρηματοπιστωτικών οργανισμών. Η αξία αυτή μοιράζεται ανάμεσα στις υφιστάμενες επιχειρήσεις, τους αγοραστές – πελάτες και τους εν δυνάμει ανταγωνιστές του κλάδου.

Ο ρόλος του διαδικτύου εστιάζει στην ένταση των επιδράσεων των πέντε δυνάμεων του Porter πάνω στη δομή και τη λειτουργία του τραπεζικού κλάδου. Ο τελευταίος συνδέεται άρρηκτα με τη διάδοση του διαδικτύου και επηρεάζεται άμεσα από τις τεχνολογικές εξελίξεις, οι οποίες ενισχύουν καθοριστικά τις πέντε δυνάμεις του ανταγωνισμού όσον αφορά στην κερδοφορία των τραπεζών.

7.4.1. Ο ανταγωνισμός που υπάρχει στον τομέα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Το διαδίκτυο και τα εναλλακτικά δίκτυα ασκούν καθοριστική επιρροή στον τραπεζικό και τον ευρύτερο χρηματοοικονομικό κλάδο. Με άλλα λόγια, η ένταση του ανταγωνισμού στον κλάδο της ηλεκτρονικής τραπεζικής οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην εξάπλωση του διαδικτύου. Και αυτό πηγάζει κυρίως από το γεγονός ότι το διαδίκτυο προωθεί τη διαφοροποίηση των τραπεζικών προϊόντων, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στη βελτίωση της ποιότητας και στη μείωση του κόστους των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Είναι προφανές ότι στα πλαίσια μίας οικονομίας – αγοράς που αποδίδει καταλυτική σημασία στην τελική αξία των προϊόντων, η τιμή προσφοράς – πώλησης των τελευταίων αποτελεί βασικό παράγοντα καθορισμού του επιπέδου της διαμάχης και της επίτευξης κερδών των συμμετεχόντων στον κλάδο.

7.4.2. Δύναμη διαπραγμάτευσης που έχουν οι πελάτες της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Η χρήση της τεχνολογίας και του διαδικτύου συνεπάγεται τη διενέργεια των συναλλαγών πιο γρήγορα, με ακεραιότητα, παρέχοντας καλύτερη πρόσβαση σε ενημέρωση σχετική με τα τραπεζικά προϊόντα, τις προσφερόμενες υπηρεσίες και τις τιμές αυτών.

Οι ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές ενισχύουν τη διαπραγματευτική δύναμη των πελατών. Παρέχεται στους χρήστες η δυνατότητα επιλογής μέσω μίας μεγάλης γκάμας εξατομικευμένων προϊόντων και υπηρεσιών, δεδομένης της εύκολης και γρήγορης προσβασιμότητας σε πληροφορίες. Το κόστος αλλαγής τράπεζας για τους πελάτες της εναλλακτικής αυτής μορφής τραπεζικής είναι μηδαμινό και αμελητέο. Δεδομένης της άμεσης πρόσβασης σε στοιχεία αναφορικά με τις τιμές, την ποιότητα και τα χαρακτηριστικά των τραπεζικών

προϊόντων, η «αλλαγή τραπεζικού προμηθευτή» ηλεκτρονικών υπηρεσιών μπορεί να θεωρηθεί εύκολη απόφαση.

7.4.3. Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Οι προμηθευτές – πάροχοι διαδικτυακών υπηρεσιών προσεγγίζουν, μέσω της προσφοράς εναλλακτικών καναλιών προώθησης και διάθεσης τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών, μεγαλύτερο αριθμό πελατών – τραπεζών. Και στην περίπτωση αυτή, η ευρεία χρήση και η εξάπλωση του διαδικτύου αυξάνουν τη διαπραγματευτική τους ισχύ. Οι τράπεζες, στην προσπάθειά τους να ελαχιστοποιήσουν το κόστος των παρεχόμενων ηλεκτρονικών υπηρεσιών, αναζητούν τους παρόχους εκείνους που προσφέρουν δυνατότητες αυτοματοποιημένου εφοδιασμού (on-line συναλλαγές).

7.4.4. Κίνδυνος από νεοεισερχόμενους στον κλάδο της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Το διαδίκτυο μειώνει δραστικά τα εμπόδια εισόδου νέων ανταγωνιστών στον κλάδο παροχής ηλεκτρονικών υπηρεσιών. Έτσι, οι εν δυνάμει νεοεισερχόμενοι ανταγωνιστές του κλάδου της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής εκμεταλλεύονται τα θετικά στοιχεία που ανακύπτουν από το διαδίκτυο, δημιουργούν και προωθούν νέα κανάλια διανομής και εξοικονομούν με τον τρόπο αυτό αξιοσημείωτα κεφάλαια, τα οποία θα ξόδευαν σε διαφορετική περίπτωση για την εγκατάσταση σημείων διάθεσης των προϊόντων τους μέσω πεπαλαιωμένων τεχνικών.

7.4.5. Απειλή από υποκατάστατες υπηρεσίες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Η ευρεία διάδοση του διαδικτύου συντελεί στη δημιουργία και την προώθηση νέων αναβαθμισμένων τραπεζικών προϊόντων, που έρχονται για να αντικαταστήσουν τα παλαιότερα και να ικανοποιήσουν πληρέστερα τις συνεχώς αυξανόμενες και διαφοροποιημένες ανάγκες του πελάτη – χρήστη, προσφέροντάς του υψηλότερο επίπεδο χρησιμότητας και ευημερίας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα της εξέλιξης αυτής συνιστά η χρήση του tablet banking που φαίνεται να αντικαθιστά το phone banking (τηλεφωνική τραπεζική).

Η απουσία γεωγραφικών περιορισμών και η επακόλουθη διεύρυνση της έκτασης της αγοράς, σε συνδυασμό με την προώθηση καινούργιων εναλλακτικών καναλιών προσέγγισης και ικανοποίησης των πελατών, συνεπάγονται σαφώς αύξηση του κινδύνου προσφοράς και διάθεσης πληθώρας υποκατάστατων τραπεζικών προϊόντων.

7.5. Analysis SWOT

Βοηθάει στην αποκρυπτογράφηση τόσο του εσωτερικού και του εξωτερικού περιβάλλοντος μίας επιχείρησης και κατ' επέκταση, αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού και κύριο γνώμονα στη λήψη αποφάσεων. Στα πλαίσια μίας ανάλυσης SWOT αναλύονται τα δυνατά (Strengths) και τα αδύνατα σημεία (Weaknesses) μίας επιχείρησης, ενός οργανισμού, ενός κλάδου ή ακόμα και μίας περιοχής, καθώς και οι ευκαιρίες (Opportunities) και οι απειλές (Threats) που υπάρχουν.

Τα δυνατά (Strengths) και τα αδύνατα σημεία (Weaknesses) αναφέρονται στο εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης και στους εσωτερικούς πόρους που αυτή έχει στη διάθεσή της, όπως είναι για παράδειγμα οι ικανότητες του προσωπικού και των στελεχών, το επίπεδο της τεχνογνωσίας, το χρηματοοικονομικό υπόβαθρο και η ικανότητα να ανταποκριθεί στην πρόκληση νέων επενδύσεων.

Οι ευκαιρίες (Opportunities) και οι απειλές (Threats) αντικατοπτρίζουν τις μεταβλητές που επηρεάζουν το εξωτερικό επιχειρηματικό περιβάλλον. Η επιχείρηση έχει υποχρέωση όχι μόνο να εστιάσει πάνω τους, αλλά και να προσαρμόσει τη δραστηριότητά της σύμφωνα με αυτές. Παραδείγματα τέτοιων μεταβλητών είναι η εισβολή καινούργιων ανταγωνιστών, αλλαγές στη νομοθεσία και το ρυθμιστικό και κανονιστικό πλαίσιο, ανάπτυξη καινοτόμων αγορών, ανάπτυξη νέων καναλιών διανομής και προώθησης προϊόντων κ.ά.

Η θεώρηση και ανάλυση των δυνατών – αδύνατων σημείων πραγματοποιείται από την εσωτερική οπτική μίας επιχείρησης, αλλά ταυτόχρονα και από την οπτική γωνία των πελατών. Η ρεαλιστική (αντικειμενική) αποτίμηση της υφιστάμενης κατάστασης επιβάλλει την επιδίωξη ποσοτικοποίησης των δεδομένων, ενώ παράλληλα, η όλη ανάλυση πρέπει να γίνει σε σύγκριση με τον ανταγωνισμό. Η παραγωγή, λόγω χάρη, ενός προϊόντος υψηλής ποιότητας, στην περίπτωση που παράγεται σε αφθονία και από τον ανταγωνισμό, δεν προσδίδει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, εφόσον δε συνιστά προνόμιο για τον οργανισμό, αλλά υποχρέωση.

Ένας κλασικός τρόπος ανακάλυψης των ευκαιριών είναι ο συγκερασμός των δυνάμεων και ο έλεγχος της προσφοράς τους όσον αφορά στη δημιουργία νέων προοπτικών. Διαφορετικά, γίνεται ανασκόπηση των αδυναμιών και διερεύνηση των δυνατοτήτων εκμετάλλευσης όλων των δυνατικών εναλλακτικών. Έτσι, όταν παρατηρείται περιορισμός τεχνολογικών δαπανών, τότε εμφανίζεται προοπτική για μία αγορά / επιχείρηση, που στηρίζει τη λειτουργία και την οικονομική της υπόσταση στον επηρεαζόμενο τομέα.

Η ανάλυση SWOT διερευνά τον πυρήνα για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, δύναμης και επιτυχίας, βασιζόμενη σε μία ευρεία και ολοκληρωμένη αντίληψη της υπάρχουσας κατάστασης.

7.5.1. SWOT ανάλυση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής – Το παράδειγμα της Κίνας

Πρωτοπόρος σε παγκόσμιο επίπεδο στον τομέα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής είναι η αμερικανική τράπεζα «SFNB» (Security First Network Bank), με ημερομηνία ίδρυσης 18 Οκτωβρίου 1995. Η λειτουργία της βασιζόταν στη χρήση του διαδικτύου και αποτέλεσε τον πρωτοπόρο για πολλές άλλες τράπεζες ίδιου τύπου που ακολούθησαν το παράδειγμά της. Η ηλεκτρονική μορφή παροχής τραπεζικών υπηρεσιών είναι σήμερα ευρέως διαδεδομένη και διαρκώς εξελισσόμενη, καθώς ανοίγει και καθιερώνει νέα καινοτόμα δίκτυα διάθεσης, ενώ συγχρόνως παρέχει ευκολία και ασφάλεια κατά τη διενέργεια των συναλλαγών.

Η αμφισβήτηση της παραδοσιακής τραπεζικής από την ηλεκτρονική έγκειται στην πληθώρα των πλεονεκτημάτων κόστους που προκύπτουν από τη χρήση των εναλλακτικών, καινοτόμων ηλεκτρονικών υπηρεσιών σε σύγκριση με τις παραδοσιακές, παρωχημένες και χρονοβόρες τραπεζικές πρακτικές και μεθόδους. Έτσι, είναι αναμενόμενο ότι ένα χρηματοπιστωτικό ίδρυμα, που αποφασίζει να ενσωματώσει την Ηλεκτρονική Τραπεζική στην ευρύτερη δραστηριότητά του και να επεκταθεί στην εξυπηρέτηση των πελατών μέσω των εναλλακτικών καναλιών που προσφέρει η χρήση του διαδικτύου, θα αυξήσει σημαντικά και σε σύντομο χρονικό διάστημα το μερίδιο αγοράς που κατέχει. Και αυτό, στα πλαίσια ενός απόλυτα ανταγωνιστικού περιβάλλοντος, συνεπάγεται τη διασφάλιση της βιωσιμότητας του τραπεζικού ιδρύματος, την απόκτηση και κατοχύρωση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, αλλά και την αύξηση των εσόδων και του κέρδους.

Αναφορικά με την ανάλυση SWOT πάνω στην Ηλεκτρονική Τραπεζική, σκόπιμο θα ήταν να γίνει μία αναφορά σε μία σχετική μελέτη περίπτωσης (Y.Q. Sun, Y.J. Sun, Analysis of SWOT on Internet Banking, 2012).

Στην Κίνα, η τράπεζα «Merchants Bank» (CMB) πρωτοστάτησε στον κλάδο της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, ενώ διάδοχοι που αξίζει να αναφερθούν είναι η *Βιομηχανική και Εμπορική Τράπεζα* (ICBC) και η «China Construction Bank» (CCB).

7.5.1.a. Ανάλυση των δυνατών σημείων (Strengths)

Σε αντίθεση με την παραδοσιακή τραπεζική, τα εναλλακτικά δίκτυα που ενσωματώνει και προωθεί η Ηλεκτρονική Τραπεζική επιτρέπουν την εξέλιξη του εμπορίου μεταξύ των τραπεζών και αίρουν περιοριστικά στοιχεία, όπως είναι η χρονική στιγμή και διάρκεια και ο χώρος δραστηριοποίησης, που ενδέχεται να αποτελούν τροχοπέδη στην περαιτέρω εξέλιξη και πρόοδο του κλάδου.

Η Ηλεκτρονική Τραπεζική παρέχει πολλές λειτουργίες, μεταξύ άλλων, πληροφορίες για το υπόλοιπο και τις κινήσεις των λογαριασμών, μεταφορές κεφαλαίων, εμβάσματα και αυτόματες πληρωμές. Παράλληλα, συμβάλλει αποφασιστικά στη μείωση του λειτουργικού κόστους των τραπεζών, καθώς και στην εξοικονόμηση χρημάτων και χρόνου για τους πελάτες. Επιπλέον, δεδομένου του υψηλού τεχνολογικού υπόβαθρου που

απαιτείται, επιτυγχάνεται μία στρατηγική κατάσταση «Κερδίζω – Κερδίζω» (win – win). Τέλος, η διείσδυση στην Ηλεκτρονική Τραπεζική θέτει τις βάσεις για καλύτερη και πληρέστερη πρόσβαση των τραπεζών στις απαιτήσεις και τις ανάγκες των πελατών, αλλά και για την ταυτόχρονη εσωτερική βελτίωσή τους, με έμφαση στο επίπεδο της επιστημοσύνης και στον εκσυγχρονισμό των διοικήσεών τους.

❖ *Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα από τις οικονομίες κλίμακας*

Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που αποκομίζει μία τράπεζα, με την ένταξη του διαδικτύου και των ηλεκτρονικών υπηρεσιών και παροχών στις δραστηριότητές της, τη βοηθά να αναπτύξει οικονομίες κλίμακας και συνιστά καθοριστικό παράγοντα για τη βιωσιμότητα, τη λειτουργία και την περαιτέρω εξέλιξή της. Οι ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές, απαλλαγμένες από κάθε είδους γεωγραφικό περιορισμό, υιοθετούνται με προθυμία από τους χρήστες του διαδικτύου. Από την άλλη μεριά, οι τράπεζες, προκειμένου να ανταποκριθούν στις ανάγκες και τις απαιτήσεις των πελατών τους, είναι πρόθυμες να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους στην παροχή ηλεκτρονικών υπηρεσιών σε παγκόσμιο επίπεδο. Βασικό έρεισμα στην προσπάθεια αυτή συνιστά η εκμετάλλευση των οικονομιών κλίμακας, που μειώνουν δραστικά το λειτουργικό κόστος.

❖ *Πηγές προσέλκυσης πελατών*

Η Ηλεκτρονική Τραπεζική στην Κίνα βασίζεται στις πρακτικές μίας παραδοσιακής τράπεζας, με κύριο γνώμονα την αποτελεσματικότερη και πληρέστερη εξυπηρέτηση των πελατών. Ακολουθώντας, λοιπόν, αυτόν τον τρόπο προσέγγισης και προσέλκυσης των πελατών, η τράπεζα κατορθώνει να διαμορφώσει μία ποιοτική πελατειακή βάση, που συνεχώς διευρύνεται και μεγαλώνει. Τόσο η καθημερινή πρακτική όσο και τα στατιστικά στοιχεία αποδεικνύουν περίτρανα τη βαρύνουσα σημασία των πελατών για τη διάδοση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, καθώς και για την κερδοφόρα πορεία των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων.

7.5.1.β. Τα αδύναμα σημεία (Weaknesses)

❖ *Η απουσία εξειδικευμένου ανθρώπινου κεφαλαίου «με ταλέντο»*

Οι τραπεζικοί οργανισμοί επιζητούν την αποτελεσματική διαχείριση (management) μέσω του διαδικτύου. Για το λόγο αυτό, η αναζήτηση υπαλλήλων με ταλέντο είναι επιτακτική ανάγκη. Κρίσιμος παράγοντας, κατά την παροχή ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών, είναι η σωστή και αποδοτική διαχείριση του προσωπικού.

Η Ηλεκτρονική Τραπεζική έχει ανάγκη από «ταλέντα», εξειδικευμένο προσωπικό, άρτια εκπαιδευμένο και επαρκώς εξοικειωμένο με τη χρήση του διαδικτύου. Πολλές τράπεζες αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην εύρεση και την πρόσληψη υπαλλήλων και στελεχών με τις απαιτούμενες γνώσεις και δεξιότητες, γεγονός που θέτει εμπόδια στην απρόσκοπτη και κερδοφόρα εκτέλεση των δραστηριοτήτων τους.

❖ *Ανεπαρκής μηχανισμός διαχείρισης πελατειακών σχέσεων (CRM)*

Το σύστημα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων (Customer Relationship Management System) βασίζεται σε τεχνολογίες πληροφοριών και χρησιμοποιείται από τις τράπεζες ως μέσο συλλογής, επεξεργασίας και ανάλυσης δεδομένων και στοιχείων που αφορούν στην πελατειακή τους βάση. Οι τράπεζες της Κίνας υπολείπονται ενός «πελατοκεντρικού» συστήματος διαχείρισης. Επίκεντρο της επιχειρηματικής τους φιλοσοφίας και στρατηγικής είναι «το προϊόν», ενώ ο πελάτης έρχεται σε δεύτερη μοίρα. Αυτό φαίνεται και στις διαφημιστικές τους καμπάνιες, οι οποίες εστιάζουν στα γενικά στοιχεία των ηλεκτρονικών υπηρεσιών αντί για τις εξατομικευμένες απαιτήσεις των πελατών.

❖ *Ελλιπής ασφάλεια*

Το θέμα της ασφάλειας των συναλλαγών συνιστά, ίσως, τον πιο σοβαρό παράγοντα που καθορίζει την απόφαση ενός πελάτη σχετικά με την επιλογή χρήσης υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής ή την απόρριψη αντίστοιχα. Γι' αυτό και οι τράπεζες είναι υποχρεωμένες να αναλάβουν την ευθύνη της κάλυψης θεμάτων ασφαλείας και διαχείρισης κινδύνου, που ελλοχεύουν και είναι πιθανό να συμβούν από την υποκλοπή στοιχείων λογαριασμού, από καταιγισμό ιών και άλλες εγκληματικές δραστηριότητες.

7.5.1.γ. Ευκαιρίες (Opportunities)

❖ Δανεισμός μικρομεσαίων επιχειρήσεων

Στα πλαίσια μίας πραγματικής οικονομίας, τα εμπόδια και τα προβλήματα δανεισμού των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, καθώς και οι προσπάθειες επίλυσής τους, κατέχουν σημαίνουσα θέση. Το 2011 εμφανίζεται το φαινόμενο της κρίσης και στα επιχειρηματικά δάνεια, ενώ το 2012 η κατάσταση αυτή εξαπλώνεται. Σύμφωνα με την έρευνα της «Wenzhou Office», ο δανεισμός στον ιδιωτικό τομέα συρρικνώθηκε περίπου 30%. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν είναι σε θέση να αντλήσουν κεφάλαια, γεγονός που είναι ιδιαίτερα επιζήμιο για την ανάπτυξη και τη λειτουργία τους, καθώς συνιστά τροχοπέδη στην επέκταση και τη διεύρυνση των δραστηριοτήτων τους. Στα πλαίσια των δυνατοτήτων που προσφέρουν τα εναλλακτικά δίκτυα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί μπορούν να ενεργοποιηθούν στον τομέα των χορηγήσεων προς τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Τα αποτελέσματα στην περίπτωση αυτή είναι αμφίδρομα. Η επέκταση των δραστηριοτήτων των μικρομεσαίων επιχειρήσεων συνεπάγεται και ταυτόχρονα προϋποθέτει την περαιτέρω εξάπλωση και καθιέρωση των πρακτικών και υπηρεσιών της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής. Έτσι, από την παραπάνω αλληλεπίδραση όφελος αποκομίζουν και οι ίδιες οι τράπεζες που συνέβαλαν στην κεφαλαιακή ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

❖ Εκτόξευση της ζήτησης για χρηματοοικονομικά προϊόντα

Στα πλαίσια της εγχώριας οικονομίας, έντονη είναι η έλξη και φανερό η αέναη προσπάθεια των καταναλωτών για την απόκτηση πλούτου και τη μεγιστοποίηση της ευημερίας που απολαμβάνουν εξαιτίας αυτού. Έτσι εξηγείται και η αύξηση της ζήτησης για τραπεζικά χρηματοοικονομικά προϊόντα. Η Ηλεκτρονική Τραπεζική καλείται να καλύψει επαρκώς και στο ακέραιο την ανάγκη αυτή των πελατών. Οι πελάτες έχουν τη δυνατότητα, μέσα από τα ηλεκτρονικά δίκτυα παροχής υπηρεσιών, να επιλέξουν τα προϊόντα που ανταποκρίνονται στις χρηματοοικονομικές τους ανάγκες και αποδίδουν τη μεγαλύτερη δυνατή χρησιμότητα. Στην περίπτωση της επενδυτικής δραστηριότητας, εάν ο πελάτης αποστρέφεται τον κίνδυνο, μπορεί να κατευθύνει τις επιλογές του σε χαμηλού κινδύνου επενδύσεις, όπως τα ομόλογα. Αν, όμως, διατίθεται να ρισκάρει και να επωμιστεί μεγάλο κίνδυνο, τότε έχει την επιλογή να στραφεί σε επενδύσεις υψηλής απόδοσης, όπως τα μετοχικά Α/Κ. Η διάνοιξη του διαύλου δανεισμού διαδικτυακά φέρνει πιο κοντά τον πελάτη με την τράπεζα και διευκολύνει την αλληλεπίδρασή τους.

7.5.1.δ. Απειλές (Threats)

❖ Έλλειψη ισχυρής νομοθεσίας

Τα νομικά ζητήματα που προκύπτουν από τη χρήση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής είναι πολλά. Η ευρεία και ραγδαία εξάπλωσή της απαιτεί την ύπαρξη ενός ολοκληρωμένου ρυθμιστικού και κανονιστικού πλαισίου, εφαρμόσιμου και προσαρμοσμένου στα σύγχρονα κοινωνικοοικονομικά δεδομένα, καθώς και έγκαιρες νομικές αναθεωρήσεις. Σε κάποιες χώρες, όπως στην Κίνα, τα νομοθετικά κενά, που αφορούν στην υποστήριξη της εναλλακτικής τραπεζικής, εξακολουθούν να δυσχεραίνουν την επέκταση και την ανάπτυξή της.

❖ Οι τράπεζες που επλήγησαν

Στα πλαίσια της παγκοσμιοποίησης της οικονομίας και δεδομένης της επακόλουθης άρσης των γεωγραφικών περιορισμών, ολοένα και περισσότερες ξένες τράπεζες επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους και σε άλλες χώρες. Αναπόφευκτα, η πρόσβαση / εισβολή τραπεζών του εξωτερικού στην εγχώρια αγορά σηματοδοτεί ανασφάλεια για τις εγχώριες τράπεζες, που εστιάζονται σε μεγάλο βαθμό και στον τομέα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής. Ξεκινώντας από το επίπεδο τεχνογνωσίας, οι ξένες τράπεζες χαρακτηρίζονται αδιαμφισβήτητα από έναν πιο καλοφτιαγμένο και μελετημένο μηχανισμό λειτουργιών και διαδικασιών, σε συνδυασμό με μία πλήρη γκάμα υπηρεσιών ασφαλείας και ένα ολοκληρωμένο δίκτυο διαχείρισης κινδύνων. Επίσης, όσον αφορά

στην εκμετάλλευση και διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού, οι ξένες τράπεζες στοχεύουν στην προσέλκυση και την απόκτηση άρτια εξειδικευμένου προσωπικού και επαρκώς εξοικειωμένου με την τεχνολογία, ενώ ταυτόχρονα, παρέχουν πολύ υψηλούς μισθούς και αξιόλογα οικονομικά κίνητρα (bonus) για να προσελκύσουν πελάτες. Παράλληλα, οι ξένες τράπεζες, έχοντας ως κύριο γνώμονα την παροχή εξατομικευμένων ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών που να ανταποκρίνονται και να ικανοποιούν τις διαφοροποιημένες ανάγκες των πελατών, εστιάζουν και προωθούν την καινοτομία των προϊόντων τους.

7.6. PEST Ανάλυση

Θεωρείται βασικό μέσο στρατηγικής οργάνωσης του Μάρκετινγκ και εφαρμόζεται στην εξέταση του μακρο-περιβάλλοντος μίας επιχείρησης. Δεν αναφέρεται στο φυσικό, αλλά στο συστημικό και δομικό περιβάλλον ενός οργανισμού και συγκεκριμένα:

- **Το περιβάλλον που αφορά στην πολιτική (Political).** Εδώ υπάγεται η πολιτική σταθερότητα / αστάθεια, η νομοθεσία, το κυβερνητικό καθεστώς και οι συνθήκες διακυβέρνησης, στοιχεία που μπορούν να βοηθήσουν ή να αποτρέψουν τη δραστηριότητα μίας επιχείρησης.
- **Το περιβάλλον που αφορά στις οικονομικές συνθήκες (Economic).** Αφορά στην οικονομική πραγματικότητα μίας χώρας και περιλαμβάνει παράγοντες όπως τα επιτόκια, το κόστος του χρήματος, ο πληθωρισμός, το μέγεθος οικονομικής ανάπτυξης, το επίπεδο της ανεργίας.
- **Το περιβάλλον που αφορά στο κοινωνικό γίνεσθαι (Social).** Η κοινωνική διάρθρωση, οι επικρατούσες απόψεις, τα δεδομένα που διαμορφώνουν οι δημογραφικοί και ψυχογραφικοί παράγοντες ασκούν σημαντική επίδραση στην επιχείρηση που αναπτύσσει τη δραστηριότητά της στα πλαίσια μίας οικονομίας.
- **Το Τεχνολογικό περιβάλλον (Technological).** Το τεχνολογικό περιβάλλον παίζει σήμερα πρωταγωνιστικό ρόλο στη διασφάλιση της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων. Οι καινοτομίες και η προσαρμογή στις τεχνολογικές εξελίξεις και τα επιτεύγματα καθορίζουν το μέγεθος της επιτυχίας και της ανάπτυξης μίας επιχείρησης.

7.6.1. PEST ανάλυση στον τομέα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Στα πλαίσια της ανάλυσης του μακρο-περιβάλλοντος των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, εξέχουσα σημασία πρέπει να δοθεί στον προσδιορισμό των παραγόντων που δύνανται να επηρεάσουν ένα σημαντικό ποσοστό εξεχουσών παραμέτρων των επιπέδων προσφοράς, ζήτησης και κόστους (Johnson & Scholes, 1993). Η εφαρμογή της ανάλυσης PEST στον τραπεζικό κλάδο μπορεί να αποτελέσει χρήσιμο εργαλείο για το στρατηγικό σχεδιασμό, τον προγραμματισμό και την ανάπτυξη και προώθηση τραπεζικών προϊόντων.

Μία τράπεζα, που επιδιώκει την ένταξη της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στην ευρύτερη δραστηριότητά της και που επιθυμεί να διεισδύσει πιο βαθιά στο ελληνικό οικονομικό γίνεσθαι, δεν έχει παρά να λάβει σοβαρά υπόψη τις πολιτικές, οικονομικές, κοινωνικές και τεχνολογικές συνθήκες.

❖ Πολιτική κατάσταση

- Αστάθεια πολιτικού περιβάλλοντος
- Ευμετάβλητο φορολογικό σύστημα
- Ασταθής διάρθρωση στη Δημόσια Διοίκηση
- Μεγάλος βαθμός εξάρτησης από το παγκόσμιο εμπόριο
- Απουσία θεσμών που καθορίζουν την ηλεκτρονική διακυβέρνηση
- Εμπορικοί περιορισμοί που θέτει η Ε.Ε.

❖ *Οικονομικό γίνεσθαι*

- Οικονομική κρίση από το 2009
- Περιορισμένο επενδυτικό ενδιαφέρον
- Υψηλό επίπεδο πληθωρισμού
- Βασικός μοχλός οικονομικής ανέλιξης ο τουρισμός
- Μειωμένες εξαγωγές
- Οικονομική υποστήριξη καινοτόμων επιχειρημάτων
- Συμπίεση του επιτοκιακού περιθωρίου
- Μεγάλα ποσοστά ανεργίας
- Αργός ρυθμός ανάπτυξης χωρίς οικονομικές προοπτικές εξαιτίας της επιβολής αυστηρών μέτρων λιτότητας (βλ. μνημόνια)
- Κατάρρευση βιομηχανίας
- Μείωση δημόσιας κατανάλωσης

❖ *Κοινωνικό περιβάλλον*

- Πτώση ρυθμού αύξησης πληθυσμού (ετήσια αύξηση 0,083%)
- Ανεπαρκές εκπαιδευτικό σύστημα
- Ποσοστό ύψους 93% του συνολικού πληθυσμού έχουν ελληνική υπηκοότητα και το 7% ξένη
- Αύξηση πρόσβασης στο διαδίκτυο από το σπίτι ή το γραφείο για διενέργεια ηλεκτρονικών συναλλαγών
- Το συντριπτικό ποσοστό του πληθυσμού υπάγεται στην ηλικιακή ομάδα των 15 – 64 ετών

❖ *Τεχνολογικό περιβάλλον*

- Θετική επιρροή των τεχνολογικών εξελίξεων στην επιχειρηματική δραστηριότητα που λαμβάνει χώρα στη Ελλάδα
- Εμφάνιση ηλεκτρονικών καταστημάτων, που αντικατέστησαν τα παραδοσιακά
- Η Ελλάδα ανήκει στην Ευρωπαϊκή Εταιρεία Διαστήματος (ESA) από το 2005
- Βελτίωση τηλεπικοινωνιακών συστημάτων

Συνοψίζοντας

Η κατοχύρωση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος είναι η ευχέρεια του οργανισμού να διασφαλίσει τις συνθήκες που θα της επιτρέψουν την επιβίωση και την ομαλή λειτουργία και ανάπτυξή της, δεδομένου του υπάρχοντος ανταγωνισμού. Η συγκριτική εξέταση της ανταγωνιστικής θέσης των επιχειρήσεων βασίζεται είτε στη μέτρηση μεριδίων αγορών (δείκτης επίδοσης) είτε στο μέγεθος του βαθμού απόκτησης συγκριτικών πλεονεκτημάτων (καινοτόμα προϊόντα, πρωτοποριακές πρακτικές, κλπ.). Προκειμένου να είναι σε θέση, εντούτοις, μία τράπεζα να σχεδιάσει μία κερδοφόρα στρατηγική, θα πρέπει, έχοντας προηγουμένως διευκρινίσει και αποσαφηνίσει το όραμα και την αποστολή της, να εξετάσει την επίδραση που έχουν σε αυτήν οι πέντε δυνάμεις του ανταγωνισμού.

Προσεγγίζοντας, λοιπόν, το μηχανισμό κατοχύρωσης συγκριτικού πλεονεκτήματος για τις τράπεζες που επενδύουν σε στρατηγικές Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι ο εν λόγω κλάδος είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικός, επηρεάζεται σημαντικά από τη διαπραγματευτική δύναμη των πελατών και των προμηθευτών, απειλείται από τους νεοεισερχόμενους ανταγωνιστές και αντιμετωπίζει κινδύνους από την ύπαρξη και την ανάπτυξη υποκατάστατων προϊόντων.

Μέσω σχετικής μελέτης περίπτωσης για τον έλεγχο των δυνατών και αδύνατων σημείων, των ευκαιριών και των απειλών που υφίστανται στον κλάδο της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, αποδεικνύεται περίτρανα ότι οι τράπεζες που ήδη εφαρμόζουν την εναλλακτική αυτή μορφή τραπεζικής διαθέτουν οικονομίες κλίμακας, που επιτρέπουν την κατοχύρωση ισχυρού ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Εξάλλου, η ευρεία χρήση και η

εξάπλωση του διαδικτύου καθιστά την προσέλκυση νέων πελατών εύκολη υπόθεση. Ωστόσο, οι ελλείψεις σε άρτια εκπαιδευμένο και επαρκώς εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό εξακολουθούν να αποτελούν σοβαρό μειονέκτημα και τροχοπέδη στην Ηλεκτρονική Τραπεζική. Οι τράπεζες, τέλος, στην προσπάθειά τους να πλησιάσουν το συντομότερο δυνατό στη δημιουργία διατηρήσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, κατευθύνουν το ενδιαφέρον και τις προτεραιότητές τους στον εμπλουτισμό του συστήματος διαχείρισης πελατειακών σχέσεων (κέντρο ο πελάτης και όχι το προϊόν), αλλά και στην κατοχύρωση της ασφάλειας, της διαφάνειας και της ακεραιότητας των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Κατά την εξέταση των ευκαιριών και των απειλών που ταλανίζουν τις τράπεζες, χαρακτηριστική ευκαιρία είναι η ανάγκη των επιχειρήσεων για δανειοδότηση από τη μία πλευρά, αλλά και η υψηλή ζήτηση των πελατών για χρηματοοικονομικά προϊόντα από την άλλη. Συνεπώς, οι τράπεζες, εκμεταλλευόμενες τις συνθήκες αυτές, μπορούν να διευρύνουν τον πελατειακό τους περίγυρο και ταυτόχρονα, να συγκεντρώσουν αξιόλογα κεφάλαια (κεφαλαιακή επάρκεια), με το ανάλογο επιτόκιο δανεισμού και τις στοχευμένες προμήθειες. Αναφορικά με τις απειλές, σημαντικό εμπόδιο αποτελεί η απουσία ενός ολοκληρωμένου νομοθετικού, κανονιστικού και ρυθμιστικού πλαισίου, προσαρμοσμένου στα σύγχρονα κοινωνικοοικονομικά δεδομένα, με αντικείμενο τις εναλλακτικές υπηρεσίες και εφαρμογές της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, αλλά και οι πολλές ξένες τράπεζες που έχουν διεισδύσει στην ελληνική αγορά και υπερτερούν σε τεχνολογικό και λειτουργικό επίπεδο έναντι των εγχώριων.

Αναγκαία, τέλος, προϋπόθεση και βασικό έρεισμα για τη δημιουργία ενός κατάλληλου περιβάλλοντος ανάπτυξης και δραστηριοποίησης των τραπεζών εκείνων που προσφέρουν σήμερα υπηρεσίες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής συνιστά και η ενδεδειγμένη εξέταση του κοινωνικοπολιτικού, οικονομικού και τεχνολογικού γίνεσθαι.

Βιβλιογραφία 7^ο Κεφαλαίου

1. Djankov S., Ganser T., McLiesh C., Ramalho R., Shleifer A., (2010), The Effect of Corporate Taxes on Investment and Entrepreneurship, *American Economic Journal: Macroeconomics*, pp.31-64
2. Durkin M., Howcroft J. B., (2000), Reflections on bank-customer interactions in the new millennium, *Journal of Financial Services Marketing*, Vol.5, No 1, pp.9-20
3. Hernandez J. M., Mazzon J. A., (2007), Adoption of internet banking: proposition and implementation of an integrated methodology approach, *International Journal of Bank Marketing*, Vol.25, No 2, pp.72
4. Hughes T. J., (2002), Marketing principles in the application of e-commerce, *Qualitative Market Research*, Vol.5, No 4, pp.252
5. Ibeh K. I. N., Ibrahim E.E., Joseph M., (2006), Customers' perception of electronic service delivery in the UK retail banking sector, *International Journal of Bank Marketing*, Vol.24, No 7, pp.475
6. Joseph M., Sekhon Y., Stone G., Tinson J., (2005), An exploratory study on the use of banking technology in the UK: a ranking of importance of selected technology on consumer perception of service delivery performance, *International Journal of Bank Marketing*, Vol.23, No 4/5, pp.397
7. Lichtenstein S., Williamson K., (2006), Understanding consumer adoption of internet banking: an interpretive study in the Australian banking context, *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol.7, No2
8. Phau J., Rexha N., Wong D. H., (2008), Re-examining traditional service quality in an e-bank era, Curtin University of Technology, Perth, Australia
9. Sun Y. Q., Sun Y. I., (2012), Analysis of SWOT on Internet banking, *Advances in Applied Economics and Finance (AAEF)* 325, Vol.2, pp.325-328
10. Weiqing L., (2005), Analysis of American online-banking Services, Strategy & its Enlightenment, *Journal of Chengdu University (Social Sciences)*, No 5, pp.21-23
11. Yanping L., (2009), Study on Business of Internet Banking based on SWOT, *Modern Business Trade Industry*, No 14, pp.101-104
12. Γεωργόπουλος Ν. Β., (2002), *Στρατηγικό Μάνατζμεντ*, Εκδόσεις Μπένου
13. Παπαδάκης Β. Μ., (2002), *Στρατηγική των Επιχειρήσεων: «Ελληνική και Διεθνής εμπειρία»*, Εκδόσεις Μπένου, 4^η έκδοση

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Της ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

Η δραστηριοποίηση των τραπεζών στη διαδικτυακή εξυπηρέτηση των πελατών τρέφει και εντείνει τον ανταγωνισμό στον τραπεζικό κλάδο. Άμεσο αποτέλεσμα, οι πελάτες απολαμβάνουν από τη μία σημαντικά πλεονεκτήματα και ανέσεις, ταυτόχρονα, εντούτοις, έρχονται σε σύγκρουση με σοβαρές αντιπαραθέσεις που προκαλούν ανησυχία και προβληματισμό.

8.1. Οφέλη χρήσης της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής για τους πελάτες – καταναλωτές (φυσικά και νομικά πρόσωπα)

Η μεγάλη ευκολία χρήσης, η διαθεσιμότητα των υπηρεσιών σε εικοσιτετράωρη βάση και 365 μέρες το χρόνο αποτελούν αδιαμφισβήτητα βασικά πλεονεκτήματα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής. Με την υιοθέτηση της τελευταίας, μία τράπεζα διευρύνει την παρουσία της στον κλάδο και επιτυγχάνει την προσέλκυση νέων πελατών. Η λειτουργία του ηλεκτρονικού τραπεζικού καταστήματος, σε συνδυασμό με τη δυνατότητα διενέργειας συναλλαγών 24 ώρες το εικοσιτετράωρο, επτά ημέρες την εβδομάδα και 365 μέρες το χρόνο συμβάλλει αποφασιστικά στην αύξηση του όγκου των συναλλαγών, στη βελτίωση της παρεχόμενης ποιότητας και κατ' επέκταση, στην πληρέστερη ικανοποίηση των αναγκών των πελατών.

Με τον τρόπο αυτό αποφεύγονται και μειώνονται και οι ουρές αναμονής. Εξαλείφεται η ανάγκη της φυσικής παρουσίας και δεν απαιτείται η αναμονή του πελάτη στο γκισέ ή στο μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών (ATM) ή ακόμα και σε κάποιο μηχάνημα αυτόματων πληρωμών με μετρητά (APS). Ο πελάτης με μεγάλη ευκολία και σε πραγματικό χρόνο διενεργεί τις συναλλαγές του από το σπίτι ή το γραφείο του ή ακόμα και από το δρόμο μέσω του κινητού τηλεφώνου ή του tablet, απολαμβάνοντας ταυτόχρονα υψηλή ταχύτητα διεκπεραίωσης των συναλλαγών και εξοικονόμηση χρόνου.

Επιπλέον, το χαμηλό κόστος συναλλαγών συνιστά έναν από τους κυριότερους λόγους προτίμησης και στροφής στα εναλλακτικά κανάλια διανομής και διοχέτευσης τραπεζικών υπηρεσιών. Μία καθημερινή τυπική τραπεζική συναλλαγή, όπως είναι η κατάθεση, η ανάληψη, η ερώτηση υπολοίπου, οι μεταφορές ποσών μεταξύ λογαριασμών και οι διάφορες πληρωμές, όταν πραγματοποιείται στο ταμείο του καταστήματος και εκ των πραγμάτων απασχολεί εργατικό δυναμικό, επιβαρύνει την τράπεζα με πρόσθετο κόστος. Η ίδια ακριβώς συναλλαγή, όταν πραγματοποιείται μέσω μηχανήματος αυτόματων συναλλαγών, κοστίζει πολύ λιγότερο, ενώ μέσω των ηλεκτρονικών δικτύων η μείωση του κόστους είναι θεαματική. Ενδεικτική της τεράστιας διαφοράς στο κόστος είναι μία έρευνα που έγινε στη Μ. Βρετανία από το «Natwest Group» σε συνδυασμό με την εταιρεία «BRC», στην οποία εκτιμήθηκε ότι το κόστος μίας συναλλαγής στο γκισέ του καταστήματος ανέρχεται σε 0,64 λίρες, η ίδια συναλλαγή μέσω τηλεφώνου κοστίζει 0,32 λίρες, στο μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών 0,27 λίρες, ενώ μέσω διαδικτύου αρκούν 0,05 λίρες. Οικονομική ωφέλεια, ωστόσο, αποκομίζουν και οι πελάτες (ιδιώτες και εταιρείες), δεδομένου ότι οι ελληνικές τράπεζες έχουν καθιερώσει την είσπραξη προμηθειών για μερικές συναλλαγές, όταν αυτές διεκπεραιώνονται στο κατάστημα (π.χ. μεταφορά ποσών σε λογαριασμούς άλλων τραπεζών, πληρωμές οφειλών δημοσίου, εξόφληση λογαριασμών τρίτων οργανισμών κ.ά.), τακτική που εμφανίζει αυξητική τάση από την πλευρά των τραπεζών και τείνει να εδραιωθεί. Οι ίδιες συναλλαγές παρέχονται ανέξοδα ή ενσωματώνοντας ένα ελάχιστο, μηδαμινό σχεδόν, κόστος, μέσω των εναλλακτικών δικτύων, που προσελκύουν πλέον μεγάλο μερίδιο πελατών, χωρίς ηλικιακούς και μορφωτικούς περιορισμούς. Η Ηλεκτρονική Τραπεζική δίνει στους πελάτες την ευχέρεια να παρακολουθούν τα τραπεζικά προϊόντα και να διενεργούν συναλλαγές σε πραγματικό χρόνο (online). Παρέχεται στο χρήστη η δυνατότητα να ενημερώνεται

εύκολα και γρήγορα, μέσα από οθόνες ή τηλεφωνικές συσκευές, για τα υπόλοιπα και τις κινήσεις των λογαριασμών του και να εκτελεί άμεσα τις επιθυμητές συναλλαγές.

Σημαντική θέση στις ηλεκτρονικές συναλλαγές καταλαμβάνουν και οι μεταφορές κεφαλαίων, τα εμβάσματα. Ο χρήστης δύναται να μεταφέρει κεφάλαια τόσο εντός της τράπεζάς του, όσο και σε άλλες τράπεζες του εσωτερικού ή ακόμα και του εξωτερικού, έχοντας τον απόλυτο έλεγχο των υποχρεώσεων και των πληρωμών του.

Η πρόσβαση είναι εφικτή και εύκολη από οποιοδήποτε σημείο του κόσμου. Από τη στιγμή που ο χρήστης διαθέτει πρόσβαση στο διαδίκτυο, μπορεί από οποιοδήποτε μέρος του κόσμου και οποιαδήποτε στιγμή το επιθυμεί να διαχειρίζεται το χαρτοφυλάκιό του και να διενεργεί τις συναλλαγές του σε πραγματικό χρόνο (online).

Αξίζει, τέλος, να αναφερθεί η εύνοια των υπηρεσιών της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής όσον αφορά στις συναλλαγές των πελατών με κινητικά προβλήματα. Είναι σαφές ότι άτομα με ειδικές ανάγκες τυγχάνουν ευνοϊκής αντιμετώπισης από τα εναλλακτικά δίκτυα παροχής τραπεζικών υπηρεσιών σε σύγκριση με τους παραδοσιακούς τρόπους, καθώς τους διευκολύνουν στη διεκπεραίωση των συναλλαγών τους, παρέχοντάς τους ένα ευρύ φάσμα δυνατοτήτων, επιλογών και προνομίων.

8.2. Οφέλη για τις τράπεζες

Οι τράπεζες, που αποφασίζουν να υιοθετήσουν τις υπηρεσίες της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, μπορούν να επωφεληθούν από τη χρήση της και να κατοχυρώσουν διατηρήσιμο και σαφές πλεονέκτημα συγκριτικά με άλλες ανταγωνίστριες.

Η εφαρμογή εναλλακτικών μεθόδων και ηλεκτρονικών τραπεζικών πρακτικών συμβάλλει:

- ✓ Στη διεύρυνση των τραπεζικών εργασιών
- ✓ Στην αύξηση των περιθωρίων κερδοφορίας από την είσπραξη προμηθειών
- ✓ Στη διεύρυνση της πελατειακής βάσης των τραπεζών
- ✓ Στη συγκέντρωση πληροφοριών σχετικών με τα χαρακτηριστικά, τις απαιτήσεις και τις ανάγκες των πελατών τους
- ✓ Στη μείωση του λειτουργικού κόστους, αφού επιτυγχάνεται αποσυμφόρηση των συναλλαγών που διενεργούνται στα γκισέ (μείωση φυσικών παραστατικών, μείωση χρόνου απασχόλησης των υπαλλήλων των φυσικών καταστημάτων για συναλλαγές, κλπ.)
- ✓ Στην ταχύτερη και ευκολότερη εξυπηρέτηση των πελατών, που αντανακλάται στην ανάγκη και τη θέληση των τελευταίων να εξυπηρετούνται ηλεκτρονικά στην καθημερινή τραπεζική τους πρακτική.

8.3. Προβλήματα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής για τους πελάτες

Το βασικότερο πρόβλημα κατά τη χρήση των ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών προκύπτει από τον πιθανό κίνδυνο παραβίασης του απορρήτου των συναλλαγών κατά τη διενέργεια σφαλμάτων και λαθών, όπως είναι:

- Η χρήση δημόσια εκτεθειμένου ηλεκτρονικού υπολογιστή για τη διενέργεια ηλεκτρονικών πληρωμών
- Η αμέλεια για εντολή αποσύνδεσης (Logout) από το ηλεκτρονικό περιβάλλον εργασίας
- Η γνωστοποίηση του μυστικού κωδικού PIN / PASSWORD σε τρίτα πρόσωπα
- Η απουσία προσωπικής επαφής με τον υπάλληλο της τράπεζας
- Η ανεπάρκεια νομικού / κανονιστικού / ρυθμιστικού πλαισίου
- Οι ελλείψεις υποστηρικτικές υπηρεσίες από την τράπεζα
- Η δυσκολία, οικονομική – γεωγραφική, πρόσβασης

8.4. Προβλήματα εφαρμογής της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής για τις τράπεζες

Παρά τα εμφανή και κοινώς παραδεκτά οφέλη που προκύπτουν από τη χρήση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, υπάρχουν αναμφισβήτητα και ορισμένες δυσχέρειες και ανησυχίες που οι τράπεζες θα πρέπει να λάβουν υπόψη. Παραδείγματα προβλημάτων / μειονεκτημάτων που εντοπίζονται είναι τα ακόλουθα:

- Η ακαταλληλότητα του περιβάλλοντος πλοήγησης. Δυσνόητες ιστοσελίδες δυσκολεύουν και απομακρύνουν αυτούς που δεν είναι ιδιαίτερα εξοικειωμένοι με τη χρήση των υπολογιστών.
- Πολλοί χρήστες αποθαρρύνονται εξαιτίας των αμφιβολιών τους, που πηγάζουν από τις ελλείψεις στη διαδικτυακή ασφάλεια.
- Η απουσία ενός επαρκούς και ολοκληρωμένου μηχανισμού ασφάλειας, φερεγγυότητας, ακεραιότητας, μοντέλων και πρωτοκόλλων επικοινωνίας
- Περιορισμένο πεδίο τηλεπικοινωνιών
- Ο ραγδαίες αλλαγές στα λογισμικά συστήματα
- Η επιβάρυνση με επιπρόσθετο κόστος που προκύπτει από τη χρήση ειδικών διακομιστών διαδικτυακού ιστού (web servers) και κάποιες επιπρόσθετες υποστηρικτικές υποδομές.
- Οι ενδεχόμενες δυσκολίες που αφορούν στη διαλειτουργικότητα (interoperability) και την ασυμβατότητα υλικού με τα πληροφοριακά συστήματα και άλλα στοιχεία υποδομής

8.5. Ανθρώπινο κεφάλαιο και Ηλεκτρονική Τραπεζική

Η ύπαρξη και η αποδοτική αξιοποίηση της τεχνογνωσίας και του επαρκώς εξειδικευμένου προσωπικού αποτελούν βασικό έρεισμα και απαραίτητες προϋποθέσεις για την υποστήριξη της εφαρμογής των ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών. Οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί, προκειμένου να προσελκύσουν και να αποκτήσουν αξιόλογα και ικανά στελέχη, που να διαθέτουν τις απαιτούμενες γνώσεις αλλά και την αναγκαία εμπειρία, παρακάμπτουν πολλές φορές τον κανονισμό εργασίας και τα σχετικά άρθρα που αφορούν στην πρόσληψη, αμοιβή και ιεραρχική εξέλιξη του ανθρώπινου δυναμικού. Η εξάπλωση του διαδικτύου, σε συνδυασμό με την αποδοχή των εναλλακτικών τραπεζικών πρακτικών από το ευρύ κοινό και την εξοικείωση των πελατών με τη χρήση των υπηρεσιών της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, θα οδηγήσει σε μείωση του αριθμού των υπαλλήλων που χρειάζονται τα πιστωτικά ιδρύματα για τη διεκπεραίωση απλών συναλλαγών στα φυσικά καταστήματα. Το προσωπικό που θα αποδεσμευτεί από την παραδοσιακή εξυπηρέτηση πελατείας, θεωρητικά θα απασχοληθεί σε άλλες θέσεις. Για να ανταποκριθούν, όμως, οι υπάλληλοι στα νέα τους καθήκοντα, αναγκαία κρίνεται η απόκτηση επιπλέον γνώσεων, σχετικών με το νέο αντικείμενο της εργασίας τους. Συνεπώς, αναπόφευκτη και συγχρόνως απαραίτητη είναι η επένδυση χρόνου και κεφαλαίων, από τη μεριά της τράπεζας, στην εκπαίδευση του προσωπικού, συνδυασμένη με την ύπαρξη διάθεσης και ενδιαφέροντος, από την πλευρά των υπαλλήλων, να προσαρμοστούν στις νέες και ίσως πρωτόγνωρες συνθήκες εργασίας και να ανταποκριθούν με συνέπεια στις διαφοροποιημένες επαγγελματικές τους υποχρεώσεις. Εντούτοις, η αφομοίωση νέων δεδομένων και γνωστικών αντικειμένων από ανθρώπους προχωρημένης ηλικίας συνιστά πολύπλοκο και δύσκολο ζήτημα, γεγονός που συνεπάγεται τη δημιουργία δυσαρεστημένων υπαλλήλων.

Η καθιέρωση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής έχει καθοριστική επίδραση ακόμα και στην οργανωτική δομή των τραπεζών. Κατ' επέκταση, η επαρκής τεχνολογική κατάρτιση και η κατοχή γνώσεων πληροφορικής θεωρούνται, ως ένα βαθμό, προαπαιτούμενα. Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί κομμάτι μίας σύγχρονης συναλλακτικής πρακτικής, η οποία τείνει να κυριαρχήσει και στηρίζεται στην ολοένα και πιο άρτια εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού, με έμφαση στις θετικές επιστήμες και την εξέλιξή τους. Οι καταναλωτές θα ζητούν ολοένα και μεγαλύτερη συνδρομή και περισσότερες και πιο εξειδικευμένες συμβουλές, καθώς έρχονται αντιμέτωποι με όλο και πιο πολύπλοκα ζητήματα και καλούνται να ανταπεξέλθουν σε διαφοροποιημένες

ανάγκες, όπως είναι για παράδειγμα η κερδοφόρα τοποθέτηση περιορισμένων κεφαλαίων. Κατ' επέκταση, η παραδοσιακή καθημερινότητα ενός τραπεζικού υπαλλήλου που δουλεύει στην πρώτη γραμμή αλλάζει δραματικά, εξακολουθεί, ωστόσο, να είναι προσανατολισμένη στην κατεύθυνση της ικανοποίησης των διαρκώς εξελισσόμενων αναγκών των πελατών.

Ο ταμίας (teller) μετατρέπεται σε πωλητή (seller). Η τηλεργασία, επίσης, αποτελεί μία τραπεζική πρακτική που αναμένεται να εφαρμοστεί ευρέως μελλοντικά. Οι εταιρείες που την έχουν ήδη υιοθετήσει διαθέτουν τα εχέγγυα να πιστοποιήσουν βελτίωση της αποδοτικότητάς τους, γρήγορη τακτοποίηση των ζητημάτων τους, πιο γρήγορες και αποδοτικές μετακινήσεις και βελτίωση στον προγραμματισμό και την αξιοποίηση του χρόνου. Επιπλέον όφελος προκύπτει και από τον περιορισμό του αναγκαίου χώρου γραφείων και την επακόλουθη μείωση κάθε σχετικού κόστους που επιβαρύνει τη λειτουργία των φυσικών καταστημάτων. Οι συνθήκες αυτές τους επιτρέπουν να επικεντρωθούν στην κατεύθυνση της προσέλκυσης και της διατήρησης στελεχών υψηλότερου επιπέδου, καθώς και στη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών. Η ηλεκτρονική δικτύωση συνεπάγεται την κατάργηση πάσης φύσεως συνόρων, γεγονός που αίρει τους τοπογραφικούς περιορισμούς που αφορούν στην προσέλκυση και αξιοποίηση στελεχών. Έτσι, μέσω της τηλεργασίας, μία εταιρεία μπορεί να συμπεριλάβει στο ανθρώπινο δυναμικό της υπαλλήλους και στελέχη που κατοικούν οπουδήποτε, ακόμα και σε περιοχές εκτός της γεωγραφικής έδρας της επιχείρησης.

Ο μετασχηματισμός του κλασικού εργασιακού προτύπου των τραπεζοϋπαλλήλων συμβαδίζει με τις σύγχρονες χρηματοοικονομικές συνθήκες και εξελίξεις. Τα στελέχη που έχουν σήμερα τη μεγαλύτερη ζήτηση είναι εκείνα που υποστηρίζουν τη δημιουργικότητα και την αυτονομία στη σκέψη, την ικανότητα διαπραγμάτευσης και προσαρμογής, αντιμετώπισης καταστάσεων αναταραχών, ενώ συγχρόνως διακρίνονται για την ευχέρεια επαρκούς και αποτελεσματικής ανταπόκρισης στην επίλυση πολύπλοκων θεμάτων και τη συνεργατικότητά τους. Κατ' επέκταση, οι γραφειοκράτες δίνουν αμετάκλητα τη θέση τους σε στελέχη με άρτια και επαρκή εξειδίκευση στις σύγχρονες καινοτόμες τραπεζικές διαδικασίες, αλλά και στις σύγχρονες μεθόδους πωλήσεων και μάρκετινγκ.

Ανεκτίμητης αξίας για την εύρυθμη λειτουργία της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής είναι η δια βίου εκπαίδευση, που αφορά τόσο στο ανθρώπινο δυναμικό του χρηματοπιστωτικού οργανισμού όσο και στους πελάτες. Η συνεχής εκπαίδευση και ενημέρωση του προσωπικού, σχετικά με τις νέες τραπεζικές πρακτικές, θα πρέπει να τεθεί ως βασική προτεραιότητα για τις τράπεζες, όχι μόνο σε θεωρητικό αλλά και σε πρακτικό επίπεδο. Αν το ανθρώπινο δυναμικό θεωρείται το βασικό έρεισμα ενός χρηματοπιστωτικού ιδρύματος, τότε το άρτια εκπαιδευμένο προσωπικό είναι η δύναμη που εξασφαλίζει την ομαλή λειτουργία, την ανάπτυξη και την τεχνολογική πρόοδό του. Από την άλλη μεριά, ωστόσο, αναμενόμενη είναι η εμφάνιση πλεονασμάτων στο ανθρώπινο δυναμικό των τραπεζών, εφόσον πολλές από τις εργασίες / διαδικασίες, που μέχρι τώρα εκτελούνταν χειρωνακτικά, έχουν αυτοματοποιηθεί.

Η τάση συρρίκνωσης και αναδιάρθρωσης του ανθρώπινου δυναμικού που απασχολείται με την υλοποίηση των συναλλαγών στα φυσικά τραπεζικά καταστήματα συνάδει με την εφαρμογή των εναλλακτικών δικτύων διοχέτευσης των τραπεζικών υπηρεσιών και με την εδραίωση της χρήσης της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής γενικότερα. Εντούτοις, ο συνολικός όγκος του ανθρώπινου δυναμικού των τραπεζών δεν προβλέπεται να περιοριστεί. Η αλλαγή που υπεισέρχεται στην τραπεζική δομή συνεπάγεται την απορρόφηση περισσότερων και πιο εξειδικευμένων και έμπειρων στελεχών στα τμήματα έρευνας και ανάπτυξης, μάρκετινγκ και πωλήσεων. Ανάγκες, επίσης, θα προκύψουν σε θέσεις όπως στα τηλεφωνικά κέντρα, στη δημιουργία, παρακολούθηση και ενημέρωση των ιστοσελίδων, καθώς και σε εξειδικευμένους τεχνικούς, γνώστες των τεχνολογικών υποδομών και των λειτουργικών / πληροφοριακών συστημάτων. Συνεπώς, η αναβάθμιση του προφίλ του τραπεζικού υπαλλήλου στην παρωχημένη του μορφή θεωρείται προαπαιτούμενο για την

επαγγελματική του καθιέρωση και εξέλιξη. Και τούτο γιατί, μόνο ένα άρτια καταρτισμένο στέλεχος, που διαθέτει ευελιξία και προσαρμοστικότητα, θα μπορεί πλέον να επιβιώσει στο καινούργιο περιβάλλον και να ανταποκριθεί με συνέπεια στις απαιτήσεις των νέων διαφοροποιημένων θέσεων εργασίας. Πέρα από τις εξατομικευμένες υπηρεσίες που προσφέρουν σήμερα οι τράπεζες, έντονη υπολογίζεται να είναι στο μέλλον και η διαφοροποίηση των τραπεζικών προϊόντων και πρακτικών από ίδρυμα σε ίδρυμα, που σαφώς θα αντικατοπτρίζουν το προφίλ και τα διακριτικά στοιχεία της πελατείας. Εξάλλου, θεωρείται συνειδητή επιλογή η χάραξη στρατηγικής με επίκεντρο τον πελάτη, ως το σπουδαιότερο και σημαντικότερο κεφάλαιο μίας τράπεζας (πελατοκεντρικό σύστημα), και όχι με επίκεντρο το προϊόν (προϊοντικό σύστημα), όπως γινόταν μέχρι σήμερα. Η εμφάνιση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής αμφισβητεί την πρωτεύουσα βαρύτητα που έδιναν μέχρι τώρα τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα στον αριθμό ή / και το μέγεθος των υποκαταστημάτων που διαθέτουν και να ξεπερνιέται η ιδέα της υπεροχής των υπαλλήλων ή των διευθυντικών στελεχών έναντι των πελατών. Όλα τα παραπάνω δεδομένα, που προέκυψαν ως επακόλουθο της εφαρμογής των σύγχρονων τεχνολογιών και της υιοθέτησης των εναλλακτικών δικτύων στις τραπεζικές εργασίες, παράγουν αδιαμφισβήτητα και χειροπιαστά πλεονεκτήματα για τον υφιστάμενο ή το δυνητικό πελάτη, μεγιστοποιώντας τη χρησιμότητα και την ευημερία του.

Βιβλιογραφία 8^ο Κεφαλαίου

1. Altinkemer K., (2001), Bundling E-Banking Services, Communications of the ACM, Vol.44, No 6, pp.45-47
2. Hippel E., Thomke S., (2002), Customers as Innovators. A New Way to Create Value, Harvard Business Review, pp.74-81
3. Koskosas I., (2011), The pros and the cons of Internet Banking: A short review, University of Western Macedonia, Kozani, Greece
4. Nath R., Parzinger M., Schrick P., (2015), Bankers' Perspectives on Internet Banking, e-Service Journal, Vol.1, No 1, pp.21-36

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΠΑΤΗ

Συνάμα, δυστυχώς, με την εξέλιξη στους τρόπους διεκπεραίωσης της τραπεζικής πρακτικής, η εμφάνιση της διαδικτυακής απάτης αυξάνεται. Και αυτό προκαλεί ανησυχία και σκεπτικισμό στους ενδιαφερόμενους, καθώς διακυβεύονται μεγάλα χρηματικά ποσά, ειδικά όταν η απάτη στοχεύει σε επιχειρήσεις. Και τη μεγαλύτερη ευθύνη έχει η ανθρώπινη παρέμβαση και όχι η συστημική ανεπάρκεια. Ειδικότερα, στην πλειονότητα των κρουσμάτων ηλεκτρονικής απάτης, οι παραχαράκτες είτε είχαν συνδρομή μέσα από την τράπεζα, είτε μπόρεσαν να υποκλέψουν, με τη χρήση ειδικών λογισμικών, τους κωδικούς των χρηστών. Τεράστια χρηματικά ποσά επενδύονται από τις περισσότερες εταιρείες, και δη τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, για την ανάπτυξη συστημάτων ασφαλείας στα δίκτυά τους. Οι ιδιώτες, ωστόσο, δε φαίνεται να διαθέτουν την ίδια φιλοσοφία, με άμεσο επακόλουθο να γίνονται εύκολοι στόχοι υποκλοπών, αφήνοντας τα περιθώρια σε επιτήδειους να εισβάλλουν ανενόχλητοι στα περιουσιακά τους στοιχεία, καθώς και σε πληροφορίες που αφορούν στα προσωπικά τους δεδομένα.

9.1. Ηλεκτρονικοί κίνδυνοι

Η ηλεκτρονική απάτη και το ηλεκτρονικό έγκλημα δεν αποτελούν νέα φαινόμενα. Ωστόσο, η συχνότητα και η πολυμορφία με την οποία εμφανίζονται τα τελευταία χρόνια έχουν οδηγήσει τις τράπεζες στη δημιουργία ειδικών διευθύνσεων που ασχολούνται με την ανάπτυξη υπηρεσιών ασφαλείας των τραπεζικών συναλλαγών. Η ηλεκτρονική απάτη είναι, δίχως αμφισβήτηση, ένα φαινόμενο που προκαλεί μεγάλη ανησυχία και εγκυμονεί κινδύνους και απειλές που αφορούν σε απόρρητες οικονομικές πληροφορίες. Αυτός είναι και ο βασικός λόγος που οι πελάτες διατηρούν ακόμα επιφυλάξεις ως προς τη χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών και τη διεκπεραίωση ηλεκτρονικών συναλλαγών. Συνήθως τα στοιχεία που αναφέρονται στις ηλεκτρονικές απάτες δε γνωστοποιούνται επίσημα. Ωστόσο, τεκμαίρεται ότι στις ΗΠΑ εξαφανίζονται σε ετήσια βάση έντεκα δισεκατομμύρια δολάρια από οργανισμούς και ιδιώτες που γίνονται θύματα ηλεκτρονικής απάτης. Και η πλειοψηφία των κρουσμάτων δεν αφορά σε κλοπές χρημάτων, αλλά στοχεύει στα πληροφοριακά συστήματα ασφαλείας στα οποία έχουν επενδύσει οι επιχειρήσεις. Υπολογίζεται ότι η οικονομική επιβάρυνση μίας τράπεζας για τον απαιτούμενο εξοπλισμό αλλά και για την απασχόληση εξειδικευμένου και επαρκούς προσωπικού, με σκοπό να διορθωθούν τα «κακώς κείμενα» και να «επουλωθούν» οι συστημικές παραλείψεις, μπορεί να ανέλθει μέχρι και ένα εκατομμύριο δολάρια (www.hsbcprivatebank.com).

9.1.1. Sniffing

Αφορά σε λογισμικό αποτύπωσης και συγκέντρωσης δεδομένων σε ένα δίκτυο τοπικής εμβέλειας. Το εν λόγω πρόγραμμα εμφανίστηκε αρχικά προκειμένου να χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο εντοπισμού και επίλυσης των προβλημάτων του δικτύου. Στη συνέχεια, ωστόσο, επίδοξοι εισβολείς υιοθέτησαν την εφαρμογή της εν λόγω πρακτικής, με σκοπό την υποκλοπή και την καταγραφή τόσο των οικονομικών δεδομένων όσο και των προσωπικών στοιχείων, χωρίς τη συγκατάθεση του αποστολέα. Με λίγα λόγια, το sniffing αποτελεί ένα πρόγραμμα παράνομης παρακολούθησης των κινήσεων ενός δικτύου, αποσκοπώντας στην υφαρπαγή πληροφοριών.

9.1.2. Key Logging

Λειτουργούν χωρίς να είναι ορατά, συλλέγουν και αποτυπώνουν το σύνολο των δεδομένων που εισάγει ο χρήστης και εν συνεχεία, αποστέλλουν τα υποκλαπέντα στοιχεία στον Η/Υ που υποστηρίζει το παράνομο λογισμικό. Τα εν λόγω προγράμματα είναι ιδιαίτερα επιβλαβή και χρησιμοποιούνται για την υποκλοπή τόσο των προσωπικών στοιχείων και δεδομένων των χρηστών, όπως είναι τα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας, όσο και των μυστικών κωδικών προσβασιμότητας που δημιουργούν οι χρήστες για να διενεργούν τραπεζικές συναλλαγές, να ενημερώνονται και να ελέγχουν τους τραπεζικούς τους λογαριασμούς (Olzak, 2008).

9.1.3. Trojan horse

Τα Trojan (Δούρειος Ίππος) εγκυμονούν μεγάλους κινδύνους για τους υπολογιστές γενικότερα και συνεπώς, επηρεάζουν και την Ηλεκτρονική Τραπεζική. Η προέλευση του όρου παραπέμπει στο Δούρειο Ίππο στον Τρωικό Πόλεμο, ενώ στον τομέα της πληροφορικής αντίστοιχα αφορά σε αρχεία που παρουσιάζονται ως χρηστικά και απαραίτητα, αλλά η αλήθεια είναι ότι εγκυμονούν πολύ σοβαρούς κινδύνους. Ο εντοπισμός του συγκεκριμένου λογισμικού θεωρείται δύσκολος, ενώ η εφαρμογή του επιφέρει δυσχερείς καταστάσεις. Τα πιο συνήθη ζητήματα πηγάζουν από την πρόσβαση που παρέχεται σε τρίτους, οι οποίοι έχουν τη δυνατότητα να καταστρέψουν δεδομένα, να εισβάλουν στο μηχανισμό προστασίας των χρηστών, μπλοκάροντας το σχετικό λογισμικό, να επηρεάσουν την πλοήγηση, να ανοιγοκλείνουν τον υπολογιστή και να παρεμβαίνουν στη λειτουργία του, αλλά και να καταγράφουν τα στοιχεία που πληκτρολογούνται (Webroot, 2006).

9.1.4. Phishing (Απατηλά μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου)

Το ηλεκτρονικό «ψάρεμα» αναφέρεται στα απατηλά μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή στις παραπλανητικές διαδικτυακές τοποθεσίες, που σκοπό έχουν να εξαπατηθούν οι παραλήπτες τους και να γνωστοποιήσουν στους απατεώνες πληροφορίες που αφορούν σε προσωπικά και οικονομικά δεδομένα ή ακόμα και σε κωδικούς ασφαλείας. Η αρχή γίνεται συνήθως με ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, το οποίο προσομοιάζει πάρα πολύ με μία άκρως τυπική ενημέρωση με αξιόπιστο αποστολέα, π.χ. τράπεζα. Τα μηνύματα αυτά αντιγράφουν το λογότυπο, τα χαρακτηριστικά και το ύφος των πραγματικών / νόμιμων μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ενώ ταυτόχρονα κάνουν χρήση ορολογίας που δίνει την αίσθηση του κατεπείγοντος, ζητώντας από τους πελάτες να κατεβάσουν στη συσκευή τους ένα επισυναπτόμενο αρχείο ή να κάνουν κλικ σε έναν ηλεκτρονικό σύνδεσμο (link). Έτσι, οι παραλήπτες των απατηλών μηνυμάτων κατευθύνονται στο να επισκεφτούν μία ιστοσελίδα, που έχει κατασκευαστεί με σκοπό την αποπλάνησή τους, στην οποία χειραγωγούνται κατάλληλα ώστε να αποκαλύψουν ιδιωτικές πληροφορίες, όπως τον αριθμό κάποιου λογαριασμού τους ή τον κωδικό ασφαλείας (pin) της κάρτας τους ή τον κωδικό πρόσβασης στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής και κατ' επέκταση, τα υποκλαπέντα στοιχεία οδηγούν στην περαιτέρω υποκλοπή και άλλων προσωπικών στοιχείων και δεδομένων ταυτοπροσωπίας. Οι εγκληματίες στον κυβερνοχώρο βασίζονται στο γεγονός ότι οι άνθρωποι είναι συνήθως απασχολημένοι και βιαστικοί. Επιπλέον, ο εντοπισμός μίας απόπειρας phishing ενδεχομένως να είναι πιο δύσκολος από μία φορητή συσκευή, όπως το κινητό τηλέφωνο ή το tablet.

Για να μειώσουν οι πελάτες τις πιθανότητες εξαπάτησης μέσω phishing πρέπει:

- Να διατηρούν το λογισμικό ενημερωμένο, περιλαμβανομένου του φυλλομετρητή ιστοσελίδων (browser), του αντιαϊικού προγράμματος (antivirus) και του λειτουργικού συστήματος.
- Να είναι ιδιαίτερα προσεκτικοί εάν ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου «τράπεζας» ζητά ευαίσθητες πληροφορίες (π.χ. τον κωδικό πρόσβασης στους τραπεζικούς λογαριασμούς μέσω internet banking).
- Να ελέγχουν προσεκτικά το μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου: να συγκρίνουν τη διεύθυνση με τα προηγούμενα πραγματικά / νόμιμα μηνύματα από την τράπεζα συνεργασίας, όπως επίσης να ελέγχουν για ορθογραφικά λάθη ή λάθη γραμματικής ή σύνταξης.

- Να μην απαντάνε σε ύποπτα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, αντίθετα να τα προωθούν στην τράπεζα συνεργασίας τους, πληκτρολογώντας την ηλεκτρονική της διεύθυνση μόνοι τους.
- Να μην κάνουν απευθείας κλικ στον ηλεκτρονικό σύνδεσμο (link) και να μην πραγματοποιούν λήψη (download) του επισυναπτόμενου αρχείου, αντίθετα να πληκτρολογούν τη διεύθυνση του ηλεκτρονικού συνδέσμου στο φυλλομετρητή ιστοσελίδων (browser) που χρησιμοποιούν.
- Σε περίπτωση οποιασδήποτε αμφιβολίας, να ελέγχουν την ιστοσελίδα ή να τηλεφωνούν στην τράπεζα συνεργασίας τους.

9.1.5. Η τεχνική του Pharming

Είναι μία μέθοδος απάτης / διαδικτυακού εγκλήματος που προσομοιάζει με το «phishing», αλλά εγκυμονεί σαφέστερα ακόμα περισσότερους κινδύνους. Ένα ειδικά σχεδιασμένο λογισμικό χρησιμοποιεί τις συστημικές παραλείψεις, παρακάμπτει την ασφάλεια, διεισδύει στο λογισμικό του χρήστη και το επηρεάζει έτσι ώστε, ακόμα κι αν εισάγει σωστά την ηλεκτρονική διεύθυνση που επιθυμεί να επισκεφτεί, ακόμα κι αν θεωρεί ότι η πλοήγησή του γίνεται σε προστατευμένο πεδίο, ο υπολογιστής να τον κατευθύνει άθελά του σε μη ασφαλείς προορισμούς. Πιο συγκεκριμένα, στην περίπτωση των τραπεζικών ιστοσελίδων, οι ενέργειες που κάνει ο χρήστης για να διεκπεραιώσει τις συναλλαγές του μέσω του διαδικτυακού τόπου έχει ως κατάληξη τη μεταφορά χρηματικών ποσών στους pharmer. Το Pharming, μέσω της χρήσης παραπλανητικών ιστοσελίδων, προσομοιάζει σε μεγάλο βαθμό με το «phishing», ωστόσο η εξαπάτηση εδώ λειτουργεί περισσότερο ύπουλα και υποχθόνια, εφόσον ο χρήστης κατευθύνεται σε μία ψεύτικη ιστοσελίδα χωρίς να το αντιλαμβάνεται.

9.1.6. Κοινωνική Μηχανική (Social Engineering)

Συνίσταται στην προφορική χειραγώγηση των χρηστών με σκοπό την απόσπαση πληροφοριών. Ο όρος είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με την παραπλάνηση ατόμων με σκοπό την άντληση εμπιστευτικών πληροφοριών, αναγκαίων για να εξασφαλιστεί η πρόσβαση σε κάποιο υπολογιστικό σύστημα.

9.1.7. Απάτη του CEO / Απάτη με εταιρικό e-mail

Λαμβάνει χώρα όταν ένας εξουσιοδοτημένος να πραγματοποιεί πληρωμές υπάλληλος της εταιρείας εξαπατάται, προκειμένου να πληρώσει ένα πλαστό τιμολόγιο ή να διενεργήσει μία μη εγκεκριμένη μεταφορά χρηματικού ποσού, χρεώνοντας το λογαριασμό όψεως της επιχείρησης.

Οι βασικοί άξονες λειτουργίας της απάτης του CEO είναι οι ακόλουθοι:

- Ο απατεώνας καλεί ή στέλνει μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου υποδυόμενος υψηλόβαθμο στέλεχος της επιχείρησης (π.χ. το Γενικό ή τον Οικονομικό Διευθυντή).
- Οι απατεώνας γνωρίζουν επαρκώς την εσωτερική διάρθρωση και την οργανωτική δομή της επιχείρησης.
- Απαιτούν τη διενέργεια μίας επείγουσας πληρωμής.
- Χρησιμοποιούν όρους και εκφράσεις όπως:
 - ✓ «εχεμύθεια / εμπιστευτικότητα»
 - ✓ «η επιχείρηση σε εμπιστεύεται»
 - ✓ «δεν είμαι αυτή τη στιγμή διαθέσιμος»
- Αναφέρονται σε μία «ευαίσθητη» για την επιχείρηση κατάσταση (π.χ. φορολογικός έλεγχος, συγχώνευση, εξαγορά).
- Απαιτούν από τον υπάλληλο της επιχείρησης να μην ακολουθήσει τις συνήθεις διαδικασίες λήψης έγκρισης για την πληρωμή.
- Οδηγίες για τη διαδικασία μπορεί να δοθούν αργότερα, μέσω τρίτου προσώπου ή μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.
- Ο υπάλληλος μεταφέρει χρήματα σε λογαριασμό που τηρεί ο απατεώνας.

- Συχνά το αίτημα αφορά στη διενέργεια διασυνοριακών πληρωμών σε τράπεζες που εδρεύουν εκτός Ευρώπης.

Οι ενδείξεις της εν λόγω απάτης είναι συνοπτικά οι εξής:

- ❖ Αιφνιδιαστική / Απροειδοποίητη τηλεφωνική κλήση ή e-mail
- ❖ Απευθείας επικοινωνία με υψηλόβαθμο στέλεχος της επιχείρησης με το οποίο η άμεση επαφή δεν είναι συνήθης ή συχνή
- ❖ Έκκληση για απόλυτη εχεμύθεια
- ❖ Άσκηση πίεσης για το κατεπείγον του αιτήματος
- ❖ Αίτημα αντικρουόμενο με τις εσωτερικές διαδικασίες έγκρισης
- ❖ Απειλές ή ασυνήθιστη κολακεία / υποσχέσεις ανταμοιβής

9.1.8. Απάτες σχετιζόμενες με επενδύσεις

Μπορεί να περιλαμβάνουν επικερδείς επενδυτικές ευκαιρίες, όπως μετοχές, ομόλογα, κρυπτονομίσματα, πολύτιμους λίθους, υπεράκτιες επενδύσεις σε ακίνητη περιουσία και εναλλακτικές πηγές ενέργειας.

Ποιες είναι οι ενδείξεις;

- Επανελημμένες αιφνιδιαστικές / απροειδοποίητες τηλεφωνικές κλήσεις
- Υπόσχεση για γρήγορες και εγγυημένες αποδόσεις και διαβεβαίωση για ασφαλείς επενδύσεις και υψηλά κέρδη
- Προσφορά διαθέσιμη για περιορισμένο χρονικό διάστημα
- Προσωπική προσφορά, που ζητείται από τον πελάτη να μην τη μοιραστεί και να μην τη γνωστοποιήσει σε τρίτους

9.1.9. Απάτη μέσω τιμολογίων και λοιπών παραστατικών

- Μία επιχείρηση προσεγγίζεται από κάποιον τρίτο που ισχυρίζεται ότι εκπροσωπεί έναν προμηθευτή / πάροχο υπηρεσιών / δικαιούχο μίας πληρωμής.
- Μπορεί να γίνει χρήση συνδυασμού πρακτικών προσέγγισης: τηλέφωνο, επιστολή, e-mail, κ.λπ.
- Ο απατεώνας ζητάει να τροποποιηθούν οι πληροφορίες για τις μελλοντικές πληρωμές τιμολογίων (δηλαδή τα στοιχεία του τραπεζικού λογαριασμού του δικαιούχου πληρωμής). Ο νέος προτεινόμενος λογαριασμός ανήκει στον απατεώνα.

9.1.10. Απάτες σε αγορές μέσω διαδικτύου

Οι προσφορές μέσω διαδικτύου συνιστούν συχνά επικερδείς αγορές, αλλά χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή στα περιστατικά απάτης.

Για την αποφυγή αυτής της μορφής απάτης οι καταναλωτές πρέπει:

- Να κάνουν χρήση εγχώριων ιστοσελίδων λιανικών πωλήσεων, όπου είναι δυνατόν – είναι πιθανότερο να λύσουν τυχόν προβλήματα που θα ανακύψουν.
- Να πραγματοποιούν έρευνα και να ελέγχουν τις κριτικές προτού προβούν σε κάποια αγορά.
- Να χρησιμοποιούν πιστωτικές κάρτες – έχουν περισσότερες πιθανότητες να τους επιστραφούν τα χρηματικά ποσά σε περίπτωση απάτης.
- Να πληρώνουν μόνο μέσω μίας ασφαλούς υπηρεσίας πληρωμών (αποφυγή μεταφοράς χρημάτων).
- Να πληρώνουν μόνο εφόσον είναι συνδεδεμένοι στο διαδίκτυο μέσω ασφαλών συνδέσεων – να αποφεύγουν τη χρήση δωρεάν ή ανοικτών δημόσιων δικτύων Wi-Fi.
- Να πληρώνουν μόνο μέσω ασφαλούς συσκευής – να διατηρούν το λειτουργικό σύστημα και το λογισμικό ασφαλείας ενημερωμένο.
- Προσοχή στις διαφημίσεις που αναφέρονται σε εξωφρενικές προσφορές ή θαυματουργά προϊόντα – Εάν ακούγεται πολύ καλό για να είναι αληθινό, τότε κατά πάσα πιθανότητα είναι ψεύτικο!

- Αναδυόμενο παράθυρο που ισχυρίζεται ότι κάποιος έχει κερδίσει βραβείο ενδεχομένως να οδηγεί σε κακόβουλο λογισμικό.
- Εάν δεν παραλάβουν το προϊόν τους, πρέπει να επικοινωνήσουν με τον έμπορο / πωλητή. Εάν δεν λάβουν απάντηση, πρέπει να επικοινωνήσουν με την τράπεζα συνεργασίας τους.
- Να αναφέρουν πάντοτε τυχόν ύποπτη απόπειρα απάτης στην αστυνομία, ακόμα κι αν δεν είναι οι ίδιοι θύματα.

9.1.11. Απάτη μέσω διαδικτυακών ραντεβού

Οι απατεώνες στοχεύουν σε υποψήφια θύματα μέσω ιστοσελίδων διοργάνωσης διαδικτυακών ραντεβού, αλλά μπορούν επίσης να κάνουν χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ή μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για να έρθουν σε επαφή με τα υποψήφια θύματά τους.

Οι συνήθειες ενδείξεις είναι:

- Ο απατεώνας δηλώνει ότι τρέφει έντονα συναισθήματα για κάποιον χρήστη που γνώρισε πρόσφατα μέσω διαδικτύου, ζητώντας κατ' ιδίαν επικοινωνία.
- Τα μηνύματά τους είναι συχνά κακώς διατυπωμένα και ασαφή.
- Το διαδικτυακό τους προφίλ δε συνάδει με αυτά που λένε.
- Μπορεί να ζητήσουν την αποστολή προσωπικών φωτογραφιών ή βίντεο από το χρήστη.
- Πρωτίστως κερδίζουν την εμπιστοσύνη του χρήστη και στη συνέχεια, ζητούν χρήματα, δώρα ή στοιχεία του τραπεζικού του λογαριασμού ή της πιστωτικής του κάρτας.
- Εάν δεν στείλει τα χρήματα, ενδέχεται να αποπειραθούν να τον εκβιάσουν. Εάν τα στείλει, θα του ζητήσουν περισσότερα.

9.1.12. Απατηλά μηνύματα SMS (SMISHING)

Ο όρος «smishing» (ένας συνδυασμός των λέξεων “SMS” και “Phishing”) αναφέρεται στην προσπάθεια των απατεώνων να αντλήσουν προσωπικές και οικονομικές πληροφορίες ή κωδικούς ασφαλείας μέσω μηνυμάτων SMS. Το μήνυμα κειμένου συνήθως ζητά από το χρήστη να κάνει κλικ σε έναν ηλεκτρονικό σύνδεσμο (link) ή να καλέσει έναν αριθμό τηλεφώνου, προκειμένου να επαληθεύσει, να ενημερώσει ή να επανα - ενεργοποιήσει το λογαριασμό του. Αλλά... ο ηλεκτρονικός σύνδεσμος οδηγεί σε ψεύτικη ιστοσελίδα και ο αριθμός τηλεφώνου οδηγεί στον απατεώνα που ισχυρίζεται ότι εκπροσωπεί τη νόμιμη επιχείρηση.

9.1.13. Απατηλές ιστοσελίδες τραπεζών

Τα κακόβουλα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου περιλαμβάνουν ηλεκτρονικούς συνδέσμους (links), οι οποίοι ανακατευθύνουν τους χρήστες σε μία ψεύτικη ιστοσελίδα, δήθεν της τράπεζας συνεργασίας, όπου τους ζητείται να αποκαλύψουν τα οικονομικά και προσωπικά τους στοιχεία.

Οι ψεύτικες ιστοσελίδες τραπεζών προσομοιάζουν αρκετά με τις νόμιμες τραπεζικές ιστοσελίδες και διαθέτουν συχνά ένα αναδυόμενο παράθυρο, με το οποίο ζητείται από το χρήστη η εισαγωγή των εξατομικευμένων διαπιστευτηρίων ασφαλείας του. Οι ψεύτικες ιστοσελίδες συνήθως εμφανίζουν τα εξής χαρακτηριστικά:

- **Επείγον:** δεν συναντώνται ποτέ τέτοιου είδους μηνύματα σε νόμιμες ιστοσελίδες.
- **Ελαττωματικό σχεδιασμό:** απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή σε ιστοσελίδες που παρουσιάζουν ελλείψεις στο σχεδιασμό τους ή ορθογραφικά λάθη και λάθη γραμματικής ή σύνταξης.
- **Αναδυόμενα παράθυρα:** χρησιμοποιούνται για τη συλλογή ευαίσθητων προσωπικών πληροφοριών. Γι' αυτό πρέπει να αποφεύγεται η επιλογή τους και η υποβολή δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα σε αυτά.

9.1.14. Απατηλές τηλεφωνικές κλήσεις (Vishing)

Ο όρος «Vishing» (συνδυασμός των λέξεων “Voice” και “Phishing”) είναι απάτη μέσω τηλεφώνου που σκοπό έχει να παραπλανήσει το θύμα, προκειμένου να αποκαλύψει τις προσωπικές και οικονομικές του πληροφορίες ή τους κωδικούς ασφαλείας του ή ακόμα και να μεταφέρει χρήματα στους απατεώνες.

9.2. Κατοχύρωση ασφάλειας ηλεκτρονικών συναλλαγών

Βασική προτεραιότητα για κάθε τράπεζα συνιστά η διασφάλιση του απορρήτου των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Γι' αυτόν ακριβώς το λόγο οι τράπεζες επικεντρώνουν τις προσπάθειές τους προς την κατεύθυνση της ασφάλειας και της ακεραιότητας των συναλλαγών. Οι νέες τεχνολογίες κρυπτογράφησης μπορούν να δώσουν λύσεις στα κενά που εντοπίζονται σε θέματα ασφάλειας. Τεχνολογίες, επίσης, που υποστηρίζουν παρόμοιου είδους ακεραιότητα είναι η ψηφιακή υπογραφή, τα πιστοποιητικά δύο παραγόντων και τα δημόσια ή ιδιωτικά κλειδιά.

9.2.1. Κρυπτογράφηση

Το κλειδί, δηλαδή ο μαθηματικός κώδικας, που εξασφαλίζει το απόρρητο των προσωπικών πληροφοριών και δεδομένων των χρηστών, συνιστά το βασικό έρεισμα της κρυπτογράφησης. Είναι ένας τρόπος κατοχύρωσης της ακεραιότητας και διαφάνειας ενός μηνύματος ή ενός αρχείου, με τον οποίο επιτυγχάνεται ανακατανομή / «ανακάτεμα» των περιεχομένων, έτσι ώστε να είναι προσιτά μόνο σε εκείνον που διαθέτει το απαιτούμενο κλειδί κρυπτογράφησης, που τα τοποθετεί στην ορθή διάταξη. Αν αγοραστεί κάτι από έναν διαδικτυακό τόπο, τότε τα στοιχεία της εν λόγω συναλλαγής (όπως διεύθυνση, αριθμός τηλεφώνου, αριθμός πιστωτικής κάρτας) συνήθως κρυπτογραφούνται, για να εξασφαλιστεί το απόρρητο της συναλλαγής.

Είδη κρυπτοσυστημάτων

- *Κλασικά κρυπτοσυστήματα*
 - ❖ *Αναδιάταξης*
 - *Πολυσταδιακές*
 - *Μονοσταδιακές*
 - ❖ *Αντικατάστασης*
 - *Μονοαλφαβητικής*
 - *Πολυαλφαβητικής*
 - *Πολυγραμματικής*
 - *Ομοφωνικής*
 - ❖ *Σημειωματάριο μίας χρήσης*
 - ❖ *Ρότορες*
- *Μοντέρνα κρυπτοσυστήματα*
 - ❖ *Συμμετρικά*
 - *Συμμετρικοί κρυπταλγόριθμοι*
 - *Ψευδοτυχαίες ακολουθίες*
 - *Συναρτήσεις κατακερματισμού*
 - *Ψηφιακές υπογραφές*
 - ❖ *Ασύμμετρα*
 - *Ασύμμετροι κρυπταλγόριθμοι*
 - *Ψηφιακές υπογραφές*

<http://www.hellenica.de/Math/Cryptography/Cryptography.html>

9.2.1.α. Συμμετρικά κρυπτοσυστήματα

Το σύστημα που βασίζεται σε ένα κοινό κλειδί κατά την κρυπτογράφηση – αποκρυπτογράφηση λέγεται συμμετρικό. Η ακεραιότητα αυτού του αλγορίθμου εξαρτάται από την εχεμύθεια του κλειδιού. Βασική προϋπόθεση για την εύρυθμη λειτουργία ενός συμμετρικού κρυπτοσυστήματος είναι η ανταλλαγή του κλειδιού μέσα από ένα απόλυτα ασφαλές κανάλι επικοινωνίας ή με τη φυσική παρουσία των εμπλεκόμενων προσώπων. Με άλλα λόγια, ο αποστολέας και ο παραλήπτης του μηνύματος μοιράζονται το ίδιο κλειδί, το οποίο χρησιμοποιείται τόσο για την κωδικοποίηση όσο και για την αποκωδικοποίηση του μηνύματος. Ωστόσο, για την ασφάλεια των συναλλαγών, το εν λόγω κλειδί πρέπει να γνωστοποιείται αποκλειστικά και μόνο στα άτομα εκείνα που δικαιολογούν σχετική εξουσιοδότηση (www.webroot.com).

9.2.1.β. Ασύμμετρα κρυπτοσυστήματα

Η ασύμμετρη κρυπτογράφηση βασίζεται σε αλγόριθμους που υποστηρίζουν άλλο κλειδί για την κρυπτογράφηση και διαφορετικό για την αποκρυπτογράφηση των στοιχείων και πληροφοριών. Τα κλειδιά αυτά συνιστούν ένα μαθηματικό συνδυασμό, όπου η κατοχή του ενός κλειδιού δεν συνεπάγεται αυτόματα και τη γνώση του άλλου. Το κλειδί της κωδικοποίησης κοινοποιείται σε τρίτους και ονομάζεται «δημόσιο κλειδί», ενώ το κλειδί της αποκωδικοποίησης γνωστοποιείται μόνο στον κάτοχό του και λέγεται μυστικό ή ιδιωτικό κλειδί.

9.2.2. Υπογραφή ψηφιακής μορφής

Η ψηφιακή υπογραφή βασίζεται στην κρυπτογραφία ενός δημόσιου κλειδιού. Ο χρήστης έχει στη διάθεσή του δύο κλειδιά – το δημόσιο και το ιδιωτικό – μεταξύ των οποίων υπάρχει ένας μαθηματικός συσχετισμός. Ωστόσο, η μεταξύ τους σχέση είναι τέτοια, ώστε η γνώση του ενός κλειδιού να καθιστά πρακτικά αδύνατο τον υπολογισμό του άλλου. Το ένα κλειδί δημιουργεί την υπογραφή, ενώ το άλλο την επαληθεύει. Για τη δημιουργία της ηλεκτρονικής υπογραφής ο αποστολέας χρησιμοποιεί το ιδιωτικό του κλειδί, ενώ για την επαλήθευσή της ο παραλήπτης χρησιμοποιεί το δημόσιο κλειδί του αποστολέα. Και εδώ έγκειται και η διαφοροποίηση από την κρυπτογράφηση. Στην παραπάνω περιγραφόμενη διαδικασία εμπλέκεται και η έννοια της συνάρτησης κατακερματισμού, με την εφαρμογή της οποίας παράγεται «η σύνοψη» ενός μηνύματος, ανεξαρτήτως του μεγέθους του, η οποία είναι μία σειρά από bits. Η σύνοψη του μηνύματος (fingerprint ή message digest) συνιστά μία ψηφιακή αναπαράσταση του μηνύματος, είναι μοναδική και αντιπροσωπευτική για το μήνυμα. Εν συντομία, η ηλεκτρονική υπογραφή είναι η κρυπτογραφημένη με το ιδιωτικό κλειδί του αποστολέα περίληψη του μηνύματος (Arrowhead Solutions, 2008).

9.2.3. Δημόσιο κλειδί (PKI)

Η συγκεκριμένη μορφή αφορά σε ένα μηχανισμό διαχείρισης λογισμικού μέσω του οποίου διακινούνται μηνύματα μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Το κλειδί εδώ χρησιμεύει για την ταυτοποίηση του αποστολέα ή του παραλήπτη ενός μηνύματος. Το σύστημα PKI (Public Key Infrastructure) συνδράμει στην κρυπτογράφηση πληροφοριών, την αναγνώριση οντοτήτων και την ηλεκτρονική υπογραφή εγγράφων. Επίσης, η εν λόγω υποδομή καλύπτει ένα ευρύ πεδίο αναγκών ασφάλειας, συμπεριλαμβανομένης της ελεγχόμενης προσβασιμότητας, της ταυτοπροσωπίας και των ευχερειών κάθε χρήστη (Παπίτσης, 2012).

9.2.4. Κλειδιά Δημόσια και Ιδιωτικά

Διακρίνονται από έναν μαθηματικό συσχετισμό. Το ένα χρησιμοποιείται για την κρυπτογράφηση κάποιου μηνύματος και το άλλο για την αποκρυπτογράφηση του. Η μοναδικότητα που χαρακτηρίζει αυτό το είδος κρυπτογράφησης εντοπίζεται στο ότι η κατοχή του δημόσιου κλειδιού καθιστά απαγορευτικό τον υπολογισμό του ιδιωτικού κλειδιού. Η δημιουργία του ιδιωτικού κλειδιού προηγείται του δημόσιου, ώστε να είναι εφικτή

η εφαρμογή της κατάλληλης μαθηματικής συνάρτησης στο ιδιωτικό κλειδί, προκειμένου να δημιουργηθεί το δημόσιο κλειδί (www.deltahacker.gr).

9.2.5. Έξυπνες κάρτες

Πρόκειται για μία μικρού μεγέθους πλαστική κάρτα που ενσωματώνει ένα υπολογιστικό τσιπάκι και χρησιμοποιείται με προσωπικό αναγνωριστικό αριθμό για λόγους συνδεσιμότητας. Η έξυπνη κάρτα παρέχει μία επιπλέον δικλείδα ασφαλείας σε σύγκριση με τον κωδικό πρόσβασης, καθώς θεωρείται πιο δύσκολο να κλαπεί μία έξυπνη κάρτα μαζί με το PIN της από το να μαθευτεί ένας κωδικός πρόσβασης (www.microsoft.com).

Βιβλιογραφία 9^ο Κεφαλαίου

1. Agarwal J., Kim S. S., Malhotra N. K., (2004), Internet Users' Information Privacy Concerns (IUIPC): The Construct, the Scale and a Causal Model, Information Systems Research, Vol.15, No 4, pp. 336-355
2. Al-Sukkar A., Hasan H., (2005), Towards a Model for the Acceptance of Internet Banking in Developing Countries. Information Technology for Development , Vol.11, No 4, pp.381-398
3. Anderson R., Drimer S., Murdoch S. I., (2008), Optimised fail: Card readers of Online Banking, Arrowhead Solutions, Inc (2008), Digital Signature Feasibility Study, Final Report 534, Phoenix
4. Basel Committee on Banking Supervision, (2003), Risk Management Principles for Electronic Banking, Bank for International Settlements Bradley, Delphi Study of Internet banking, MCB UP Limited, pp.273-279
5. Mahmood Z., (2009), Attitudes towards the use of E-banking: Result of a Pilot Survey, Communications of the IBIMA, pp.170-174
6. Matilla S., (2003), Internet banking adoption among mature customers: early majority or laggards. Journal of Services Marketing, pp.514-528
7. Simpson J., (2002), The impact of the Internet in banking: observations and evidence from developed and emerging markets, Telematics and Informatics, Vol.19, pp.315-330
8. Stalder F., (2002), Failures and Successes: Notes on the Development of Electronic Cash, Information Society, Vol.18, No 3, pp.209-219
9. Van Hove L., (2001), The New York City Smart Card Trial in Perspective: A Research Note, International Journal of Electronic Commerce, Vol.5, No 2, pp.119-131
10. Van Hove L., (1999), Electronic money and the network externalities theory: Lessons for real life, Netnomics, Vol.1, No 2, pp.137-171

Ηλεκτρονική

1. www.coolweb.gr/virus-trojan-worm-spyware-adware-malware/
2. www.deltahacker.gr
3. www.hellenica.de
4. www.microsoft.com
5. www.newsfilter.gr/2007/05/04/pharming/
6. www.osarena.net/latest-articles/ti-einai-to-phishing.html
7. www.pcsteps.gr
8. www.spamfighter.com/SPAMfighter/Lang_EL/Phishing.asp
9. www.yap.gov.gr
10. www.webopedia.com/TERM/K/keylogger.html
11. www.webroot.com
12. www.nbg.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

ΘΕΩΡΗΣΗ ΤΟΥ ΜΕΛΛΟΝΤΟΣ

ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

10.1. Γενική θεώρηση

Τον 21^ο αιώνα, παρατηρείται έντονα η τάση των τραπεζών για μετασχηματισμό και επαναπροσδιορισμό της οργανωτικής και λειτουργικής δομής τους. Η κλασική τραπεζική μορφή προσαρμόζεται και μετασχηματίζεται σε μία ρηξικέλευθη μορφή, προσανατολισμένη στην κατηγοριοποίηση και αναδιάρθρωση της αγοράς και την παροχή αποτελεσματικών λύσεων για κάθε κατηγορία. Οι τράπεζες έχουν πάψει να είναι ένα απλό σημείο διεκπεραίωσης συναλλαγών και μετατρέπονται σταδιακά σε συμβουλευτικά κέντρα, που δίνουν έμφαση στην ενθάρρυνση και τη στήριξη των πελατών για τη στροφή προς τα εναλλακτικά δίκτυα, καθώς και στην ενίσχυση της κερδοφορίας τους με ταυτόχρονο περιορισμό των λειτουργικών τους εξόδων. Η συμβολή της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στις αλλαγές αυτές είναι καθοριστική.

Η πλειονότητα των ελληνικών τραπεζών έχει εφαρμόσει τις εναλλακτικές της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής και παρέχουν στην πελατεία τους την ευχέρεια διαχείρισης των λογαριασμών τους από το σπίτι ή το γραφείο τους με τη χρήση του υπολογιστή, του τηλεφώνου ή του tablet τους. Τα εναλλακτικά αυτά κανάλια διανομής καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα των αναγκών και των απαιτήσεων των καταναλωτών, χωρίς να είναι αναγκαία η σπατάλη πολύτιμου χρόνου στις ουρές αναμονής στα γκισέ των τραπεζικών καταστημάτων.

Το τραπεζικό γίνεσθαι στην Ελλάδα παρουσιάζει τεράστιες αλλαγές. Η οικονομική κρίση και η περιορισμένη καταθετική βάση οδήγησαν σε εξαγορές και συγχωνεύσεις τραπεζών. Στα πλαίσια, ωστόσο, των συνθηκών αυτών, το τραπεζικό μας σύστημα εξακολουθεί να αναπτύσσει και να προωθεί σύγχρονες υπηρεσίες και εναλλακτικά κανάλια εξυπηρέτησης, σε μία διαρκή προσπάθεια να ανταποκριθεί στις διαρκώς μεταβαλλόμενες και εξαστομικευμένες ανάγκες και επιθυμίες των πελατών. Ο έντονος ανταγωνισμός που επικρατεί στον τραπεζικό κλάδο ωθεί τις τράπεζες στην εφαρμογή μεθόδων που στηρίζουν την καθιέρωση των διαδικτυακών υπηρεσιών, υπολογίζοντας πάντα τα πλεονεκτήματα αλλά και τα μειονεκτήματα που εγκυμονεί μία τέτοια επένδυση.

Τα πλεονεκτήματα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής για τους ίδιους τους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς μπορούν συνοπτικά να αναφερθούν στα εξής:

- ✓ Μείωση του λειτουργικού κόστους
- ✓ Βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης και κατοχύρωση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος
- ✓ Ενίσχυση κερδοφορίας
- ✓ Διεύρυνση πελατειακής βάσης, χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς

Παρ' όλα αυτά, σημαντικοί είναι και οι κίνδυνοι που ελλοχεύουν, όπως τα διάφορα λειτουργικά προβλήματα που μπορεί να οδηγήσουν ακόμα και σε διάλυση του μηχανισμού, επιφέροντας προβλήματα στον τομέα της ακεραιότητας και διαφάνειας των συναλλαγών και προκαλώντας σύγχυση και έντονη αμφισβήτηση όσον αφορά στην αξιοπιστία των συστημάτων και των σχετικών εφαρμογών.

Ο αριθμός των ενεργών χρηστών της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στην Ελλάδα υπολογίζεται σήμερα περίπου στα τρία εκατομμύρια. Ακόμη έχει διαπιστωθεί ότι πάνω από το 75% των αγορών πραγματοποιείται ηλεκτρονικά, ενώ ταυτόχρονα πάνω από το 60% των πελατών των τραπεζών είναι εγγεγραμμένοι στις υπηρεσίες της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής. Αν συγκρίνουμε, ωστόσο, τα ανάλογα ποσοστά σε διεθνές και ευρωπαϊκό επίπεδο, ο αριθμός των χρηστών των εναλλακτικών δικτύων παροχής τραπεζικών υπηρεσιών είναι

σαφώς μεγαλύτερος, με πρωτοπόρους τη Νότια Κορέα και την Κίνα. Στην Ευρώπη, τα ηνία κρατάει η Τουρκία, ενώ δεύτερη ακολουθεί η Ισπανία.

Τα σπουδαιότερα πλεονεκτήματα που απολαμβάνουν όσοι υιοθετούν τη χρήση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής είναι:

- ✓ Η ποιοτική και αποτελεσματική παρακολούθηση και διαχείριση των χρηματικών τους κεφαλαίων
- ✓ Η ευχέρεια στη χρήση
- ✓ Η ταχύτητα
- ✓ Η αποφυγή των ουρών αναμονής στα γκισέ των καταστημάτων
- ✓ Η διαθεσιμότητα των προϊόντων σε εικοσιτετράωρη βάση, 365 μέρες το χρόνο
- ✓ Η ευχέρεια διενέργειας τραπεζικών συναλλαγών σε πραγματικό χρόνο κ.ά.

Εντούτοις, έντονο προβληματισμό προκαλεί ο φόβος ότι η Ηλεκτρονική Τραπεζική μπορεί να οδηγήσει στον απερίσκεπτο καταναλωτισμό.

Οι τραπεζικοί οργανισμοί σήμερα εφαρμόζουν στρατηγικές, που συμβαδίζουν με το σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον, ενώ παράλληλα επικεντρώνουν τις προσπάθειές τους στην αποδοτικότερη διαχείριση της πελατείας τους, υφιστάμενων και μελλοντικών, αποδίδοντας δευτερεύουσα σημασία στα τραπεζικά προϊόντα. Έτσι, οι τράπεζες, προκειμένου να στραφούν στην ανάπτυξη και την προώθηση εναλλακτικών καναλιών, όπως επιτάσσουν οι σύγχρονες κοινωνικοοικονομικές συνθήκες, οφείλουν πρωτίστως να ενσωματώσουν καινοτόμες τεχνολογικές εφαρμογές, όπως επίσης να επενδύσουν σε επαρκώς εξειδικευμένο ανθρώπινο κεφάλαιο, ώστε να διασφαλίσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα όσον αφορά στην ποιότητα των παρεχόμενων ηλεκτρονικών υπηρεσιών.

10.2. Μελλοντικές προσδοκίες

Η πλήρης ενσωμάτωση της Διαδικτυακής Τραπεζικής και γενικότερα των ηλεκτρονικών δικτύων παροχής τραπεζικών υπηρεσιών στην έννοια της τραπεζικής εξυπηρέτησης αποτελεί το μέλλον για τον τραπεζικό κλάδο. Μέχρι σήμερα, η λειτουργία των καναλιών διανομής είναι συμπληρωματική. Με την εξέλιξη των πληροφοριακών συστημάτων, τα μεμονωμένα κανάλια εξυπηρέτησης του καταναλωτή θα ενσωματωθούν σε μία ενιαία μονάδα. Για να πραγματοποιηθεί, όμως, αυτό απαιτείται η περαιτέρω ωρίμανση των τεχνολογιών υποστήριξης, καθώς και η ολοένα μεγαλύτερη εξοικείωση των χρηστών με την αποτελεσματική χρήση των τεχνολογιών. Η τραπεζική μέσω tablet και η τραπεζική μέσω κινητού τηλεφώνου είναι οι μορφές που τείνουν να κυριαρχήσουν. Η αναδιάρθρωση αυτή θα συμβάλλει σημαντικά στη βελτίωση της ποιότητας ανταπόκρισης, στην τόνωση της εμπιστοσύνης, καθώς και στην αύξηση των περιθωρίων κέρδους των τραπεζών.

Η πρόκληση και το δίλημμα που αντιμετωπίζουν οι τράπεζες, όσον αφορά στη στρατηγική που πρέπει να ακολουθήσουν για να διατηρήσουν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα, έγκειται στο συνδυασμό και την επιλογή της σωστής αναλογίας μεταξύ φυσικής και εικονικής παρουσίας. Σύμφωνα με έρευνες, οι πελάτες που έχουν χτίσει μία υγιή σχέση αλληλεπίδρασης με την τράπεζά τους, θα συνεχίσουν να την εμπιστεύονται και θα είναι δεκτικοί στις καινοτόμες εφαρμογές και προτάσεις της. Συνεπώς, βασικό έρεισμα για τη θεμελίωση συγκριτικού πλεονεκτήματος στο σχεδιασμό μίας αποδοτικής και κερδοφόρας επιχειρησιακής πολιτικής συνιστά η έννοια της εμπιστοσύνης του κοινού.

Με τα νέα δεδομένα προσέγγισης, το ζητούμενο είναι πλέον η πώληση. Για να γίνει όμως αυτό είναι αναγκαία όσο και επιτακτική η απαλλαγή του καταστήματος από τις διεκπεραιωτικές συναλλαγές ρουτίνας, όπως αναλήψεις, καταθέσεις και πληροφόρηση για κινήσεις και στοιχεία λογαριασμών και η στροφή της απασχόλησης του απελευθερωμένου ανθρώπινου δυναμικού του καταστήματος σε πιο ποιοτικές και αποδοτικές πωλήσεις. Τέλος, είναι δεδομένο ότι ο ανταγωνισμός θα υποχρεώσει τις τράπεζες σε βελτίωση της ποιότητας αλλά και του εύρους των προϊόντων που πραγματεύονται με τη βοήθεια των εναλλακτικών καναλιών.

Βιβλιογραφία 10^{ου} Κεφαλαίου

1. Chavan J., (2013), Internet Banking – Benefits and Challenges in an Emerging Economy, Institute of Computer and Management Studies, Pandharpur, Solapur, Maharashtra, India
2. Furst K., Lang W. W., Nolle D. E., (2000), Internet Banking: Developments and Prospects. Office of the Comptroller of the Currency Economic and Policy Analysis, Working Paper 2000-9
3. Sabi H. M., (2014), Research Trends in the diffusion of Internet banking in developing countries, Journal of Internet Banking and Commerce, An open access Internet journal (<http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>), Journal of Internet Banking and Commerce, Vol.19, No 2

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11

ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ



Καινοτόμες Τεχνολογίες

Εισαγωγή

Στη σύγχρονη ψηφιακή εποχή, οι νέες τεχνολογίες αναπτύσσονται ραγδαία και αλλάζουν διαρκώς την καθημερινότητά μας.

Με το διαδίκτυο να υπάρχει σχεδόν παντού, ακόμα και στα μέσα μαζικής μεταφοράς, και να είναι πλέον προσβάσιμο από τους περισσότερους μέσα από τα κινητά τους τηλέφωνα, είναι λογικό να εξαπλώνεται το διαδίκτυο των πραγμάτων (**Internet of Things**). Το IoT είναι ένα δίκτυο από συσκευές με πρόσβαση στο Internet που αλληλοσυνδέονται και ανταλλάσσουν πληροφορίες μεταξύ τους (π.χ. smartwatches).

Το IoT, πέρα από τις διευκολύνσεις που παρέχει στην καθημερινότητά μας, δημιουργεί δεδομένα: ένα τεράστιο όγκο δεδομένων (big data), τα οποία συλλέγονται από χιλιάδες συσκευές. Ο ρυθμός με τον οποίο παράγονται τα δεδομένα αυτά αυξάνει και την ανάγκη για την αποθήκευσή τους. Τα **big data** αποθηκεύονται στα σύννεφα αποθήκευσης δεδομένων (cloud). Η τεχνολογία cloud ήρθε να αντικαταστήσει την αποθήκευση δεδομένων όπως την γνωρίζαμε στο παρελθόν, παρέχοντας απομακρυσμένη πρόσβαση σε αποθηκευμένες πληροφορίες, και όχι μόνο.

Πώς μπορούμε να επεξεργαστούμε και να αξιοποιήσουμε αυτόν τον τεράστιο όγκο αποθηκευμένων πληροφοριών, χωρίς ανθρώπινη παρέμβαση; Με τη βοήθεια της τεχνητής νοημοσύνης (**AI - Artificial Intelligence**). Ενδεικτικά παραδείγματα υπηρεσιών AI, που εφαρμόζονται ήδη, είναι η σκιαγράφιση του προφίλ των χρηστών του διαδικτύου για εξατομικευμένη διαφήμιση ή οι συσκευές «προσωπικός βοηθός» που ενεργοποιούνται με αναγνώριση φωνής.

Big Data, Internet of Things, blockchain και artificial Intelligence είναι κάποιες από τις τεχνολογίες που βρίσκονται σε αρχικό στάδιο, αλλά αναπτύσσονται με εκθετικό ρυθμό.

Στο κεφάλαιο αυτό θα παρουσιαστούν τεχνολογικές καινοτομίες που θα μας απασχολήσουν τα επόμενα χρόνια και θα αλλάξουν σε πολλές περιπτώσεις τον τρόπο που ζούμε και εργαζόμαστε.

11.1. Big Data – Δεδομένα

Η ποσότητα των δεδομένων που δημιουργούνται και αποθηκεύονται σε παγκόσμιο επίπεδο είναι σχεδόν αδιανόητη και απλώς συνεχίζει να αυξάνεται. Στην πραγματικότητα, σήμερα, αναλύεται μόνο ένα μικρό ποσοστό των δεδομένων και των πληροφοριών που συγκεντρώνονται παγκοσμίως.

Δείγματα από την ποσότητα των δεδομένων που δημιουργούνται διεθνώς σε **1 λεπτό**:

- Η google διαχειρίζεται 3,6 εκατομμύρια αναζητήσεις
- Οι χρήστες βλέπουν 4,1 εκατομμύρια videos στο youtube
- 46.740 δημοσιεύσεις στο Instagram
- Ανοίγονται 120 λογαριασμοί στο linkedin

11.1.1. Χαρακτηριστικά

Ενώ ο όρος είναι σχετικά νέος, η συλλογή τεράστιων μεγεθών δεδομένων για μελλοντική ανάλυση δεν είναι τόσο πρόσφατη.

Το big data άρχισε να κερδίζει έδαφος κοντά στο 2000 όταν ο Doug Laney, αναλυτής, εδραίωσε τον ορισμό του big data χρησιμοποιώντας τα 3 V's: Volume – Velocity – Variety.

▪ Μέγεθος (Volume)

Οργανισμοί συλλέγουν δεδομένα από μία ποικιλία πηγών, συμπεριλαμβάνοντας επιχειρηματικές μεταφορές, κοινωνικά μέσα και πληροφορίες από αισθητήρες ή δεδομένα machine-to-machine. Στο παρελθόν η αποθήκευση δεδομένων ήταν πρόβλημα, αλλά τώρα διευκολύνεται και πραγματοποιείται με cloud τεχνολογίες και ανοικτού κώδικα λογισμικά για απομακρυσμένη σύνδεση.

▪ Ταχύτητα (Velocity)

Οι ετικέτες RFID, οι αισθητήρες και οι έξυπνοι μετρητές εξυπηρετούν την ανάγκη διαχείρισης μεγάλου όγκου δεδομένων σχεδόν σε πραγματικό χρόνο.

▪ Ποικιλία (Variety)

Τα δεδομένα διατίθενται σε ποικίλες μορφές.

Πηγή: [Big Data](#)

11.1.2. Γιατί είναι τα big data σημαντικά;

Η σημασία των big data δεν περιστρέφεται γύρω από την ποσότητα των δεδομένων, αλλά αναφέρεται στην αξιοποίησή τους. Σημαντικό είναι ότι υπάρχει η δυνατότητα να πάρει κάποιος δεδομένα από οποιαδήποτε πηγή και να τα αναλύσει για να βρει απαντήσεις που αποσκοπούν στην:

- ✓ Μείωση του κόστους
- ✓ Μείωση του χρόνου
- ✓ Ανάπτυξη νέων προϊόντων και βελτιστοποιημένων προσφορών
- ✓ Έξυπνη λήψη αποφάσεων

11.2. Blockchain

Τι είναι το blockchain

Το Blockchain είναι ουσιαστικά μία μέθοδος που αποσκοπεί στο να τηρείται ένα μητρώο συναλλαγών από τον ίδιο τον κόσμο που συναλλάσσεται. Στην τεχνολογία blockchain οι συναλλασσόμενοι δεν επιθυμούν να υπάρχει μεσολαβητής που να διαχειρίζεται τις συναλλαγές τους. Με μία αμοιβαία συμφωνία, έχουν πρόσβαση σε λεπτομέρειες των λογαριασμών των υπολοίπων προσώπων κάθε στιγμή, χωρίς να γνωρίζουν την ταυτότητά τους.

Το Blockchain είναι απίστευτα δημοφιλές στις μέρες μας. Αλλά τι είναι ένα blockchain; Πώς λειτουργεί, ποια προβλήματα λύνει και πώς μπορεί να χρησιμοποιηθεί;

Όπως υποδηλώνει το όνομα, ένα blockchain είναι μία αλυσίδα μπλοκ που περιέχει πληροφορίες. Αυτή η τεχνική περιεγράφηκε αρχικά το 1991 από μία ομάδα ερευνητών και προοριζόταν να αποτυπώνει ψηφιακά έγγραφα, έτσι ώστε να αποτρέπεται η ανανέωση ή η παραβίασή τους, σχεδόν όπως ένας συμβολαιογράφος. Εντούτοις, πέρασε ως επί το πλείστον αχρησιμοποίητο, έως ότου προσαρμόστηκε από τον Satoshi Nakamoto το 2009, για να δημιουργήσει το ψηφιακό κρυπτονόμισμα Bitcoin. Ένα Blockchain είναι ένα διανεμημένο καθολικό που είναι εντελώς ανοιχτό σε όλους. Και έχει μία ενδιαφέρουσα ιδιότητα: όταν κάποια δεδομένα έχουν καταγραφεί μέσα σε ένα blockchain είναι πολύ δύσκολο να αλλάξουν. Πώς όμως λειτουργεί αυτό; Ας πάρουμε για παράδειγμα ένα μπλοκ. Κάθε μπλοκ περιέχει ορισμένα δεδομένα, το hash του μπλοκ και το hash του προηγούμενου μπλοκ. Τα δεδομένα που είναι αποθηκευμένα μέσα σε ένα μπλοκ εξαρτώνται από τον τύπο του blockchain. Το bitcoin blockchain, για παράδειγμα, αποθηκεύει τις λεπτομέρειες μίας συναλλαγής, όπως τον αποστολέα, το δέκτη και την ποσότητα των νομισμάτων, μέσα του. Ένα μπλοκ διαθέτει επίσης ένα hash, το οποίο μπορεί να παρομοιαστεί με ένα δακτυλικό αποτύπωμα, προσδιορίζει το μπλοκ και όλο το περιεχόμενό του και είναι πάντα μοναδικό. Μόλις δημιουργηθεί ένα μπλοκ, υπολογίζεται το hash του. Αν αλλάξει κάτι μέσα στο μπλοκ, θα αλλάξει και το hash. Με άλλα λόγια, τα hashes είναι πολύ χρήσιμα για την ανίχνευση αλλαγών σε μπλοκ. Εάν, για παράδειγμα, αλλάξει το αποτύπωμα ενός μπλοκ, τότε το μπλοκ δεν είναι πλέον το ίδιο. Το τρίτο στοιχείο μέσα σε κάθε μπλοκ είναι το hash του προηγούμενου μπλοκ. Αυτό δημιουργεί αποτελεσματικά μία αλυσίδα από μπλοκ και είναι αυτή η τεχνική που κάνει ένα blockchain τόσο ασφαλές. Ας δούμε ένα παράδειγμα με μία αλυσίδα από τρία μπλοκ. Κάθε μπλοκ έχει ένα hash και το hash του προηγούμενου μπλοκ. Έτσι το μπλοκ 3 δείχνει στο μπλοκ 2 και το 2 δείχνει στο 1. Το πρώτο μπλοκ είναι λίγο ιδιαίτερο, δεν μπορεί να δείχνει σε προηγούμενα μπλοκ επειδή είναι το πρώτο και γι' αυτό ονομάζεται το μπλοκ της γέννησης. Θεωρούμε ότι παραβιάζεται το δεύτερο μπλοκ, γεγονός που προκαλεί επίσης την αλλαγή του hash του μπλοκ. Με τη σειρά του, αυτό θα καταστήσει το μπλοκ 3 και όλα τα επόμενα μπλοκ μη έγκυρα, επειδή δεν αποθηκεύουν πλέον ένα έγκυρο hash προηγούμενου μπλοκ. Επομένως, η αλλαγή ενός μπλοκ θα καταστήσει όλα τα επόμενα μπλοκ μη έγκυρα.

Ωστόσο, η χρήση hash δεν αρκεί για να αποφευχθεί η παραβίαση. Οι υπολογιστές σήμερα είναι πολύ γρήγοροι και μπορούν να υπολογίσουν εκατοντάδες χιλιάδες hash ανά δευτερόλεπτο. Ένα μπλοκ θα μπορούσε να παραβιαστεί αποτελεσματικά και να υπολογιστούν εκ νέου όλα τα hash των υπολοίπων μπλοκ, προκειμένου να ξαναγίνει το blockchain έγκυρο. Για να μετριαστεί αυτό το πρόβλημα, τα blockchains διαθέτουν κάτι που λέγεται proof-of-work. Είναι ένας μηχανισμός που επιβραδύνει τη δημιουργία νέων μπλοκ. Στην περίπτωση των Bitcoins χρειάζονται περίπου δέκα λεπτά για το μηχανισμό proof-of-work και να προστεθεί ένα νέο μπλοκ στην αλυσίδα. Ο εν λόγω μηχανισμός δυσχεραίνει την παραβίαση των μπλοκ, καθώς, όταν παραβιάζεται ένα μπλοκ, απαιτείται συνολικά ο χρόνος του proof-of-work για όλα τα επόμενα μπλοκ. Συνεπώς, η ασφάλεια ενός blockchain βασίζεται στη δημιουργική χρήση του hash και του μηχανισμού proof-of-work. Υπάρχει, εντούτοις, και ένας ακόμη τρόπος ασφάλειας των blockchain, ο οποίος αφορά τον τρόπο διανομής. Αντί να χρησιμοποιείται μία κεντρική οντότητα για τη διαχείριση της αλυσίδας, το blockchain χρησιμοποιεί ένα δίκτυο peer-to-peer, στο οποίο μπορούν να συμμετάσχουν όλοι. Όταν κάποιος συνδεθεί σε αυτό το δίκτυο, παίρνει το πλήρες αντίγραφο του blockchain. Ο κόμβος μπορεί να το χρησιμοποιήσει για να επαληθεύσει ότι όλα είναι ακόμα εντάξει. Τι συμβαίνει, όμως, στην περίπτωση δημιουργίας ενός νέου μπλοκ; Το νέο μπλοκ στέλνεται σε όλους στο δίκτυο και κάθε κόμβος επαληθεύει το μπλοκ για να βεβαιωθεί ότι δεν έχει παραβιαστεί. Στη συνέχεια, κάθε κόμβος προσθέτει αυτό το μπλοκ στη δική του blockchain. Όλοι οι κόμβοι σε αυτό το δίκτυο δημιουργούν συναίνεση και συμφωνούν για τα μπλοκ που μπορούν να χαρακτηριστούν ως έγκυρα. Τα μπλοκ στα οποία παρατηρείται αλλοίωση απορρίπτονται. Έτσι, για να παραβιαστεί επιτυχώς ένα blockchain, πρέπει να παραβιαστούν όλα τα μπλοκ στην αλυσίδα, να επαναληφθεί η διαδικασία proof-of-work για κάθε μπλοκ

και να εξασφαλιστεί ο έλεγχος σε πάνω από το 50% των υπολογιστών του δικτύου peer-to-peer. Μόνο τότε το παραβιασμένο μπλοκ θα γίνει αποδεκτό από όλους τους άλλους, κάτι που είναι σχεδόν αδύνατο να γίνει. Τα blockchains εξελίσσονται συνεχώς. Μία από τις πιο πρόσφατες εξελίξεις είναι η δημιουργία έξυπνων συμβάσεων. Αυτά τα συμβόλαια είναι απλά προγράμματα που είναι αποθηκευμένα στο blockchain και δύνανται να χρησιμεύσουν στην αυτόματη ανταλλαγή νομισμάτων υπό συγκεκριμένες συνθήκες - προϋποθέσεις.

Η δημιουργία της τεχνολογίας blockchain κέντρισε το ενδιαφέρον πολλών ανθρώπων. Πολλοί συνειδητοποίησαν ότι η συγκεκριμένη τεχνολογία θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί και σε άλλους τομείς, όπως στην αποθήκευση ιατρικών αρχείων, τη δημιουργία ενός ψηφιακού συμβολαιογράφου ή ακόμα και τη συλλογή και είσπραξη φόρων.

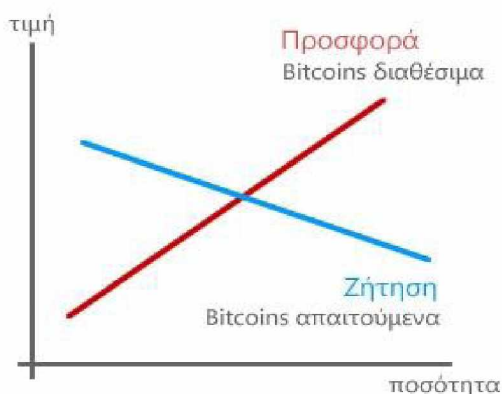
11.3. Bitcoin

Το Bitcoin είναι το πιο διαδεδομένο ψηφιακό νόμισμα. Δεν υπάρχει πουθενά σε καμία φυσική μορφή, κερμάτων ή χαρτονομισμάτων, δεν «κόβεται» από καμία συγκεκριμένη χώρα και δεν μπορεί να ελεγχθεί από καμία τράπεζα ή κυβέρνηση. Για το λόγο αυτό το Bitcoin θεωρείται από πολλούς η μεγαλύτερη αλλαγή στο χρηματοοικονομικό σύστημα εδώ και έναν αιώνα. Η τεχνολογία που υποστηρίζει το ψηφιακό νόμισμα και επιτρέπει σε εκατομμύρια ιδιώτες καταναλωτές και επιχειρήσεις να το εμπιστεύονται και να το χρησιμοποιούν, σε γενικές γραμμές, δεν έχει κατανοηθεί πλήρως από τους περισσότερους. Η καρδιά του ψηφιακού νομίσματος Bitcoin είναι η τεχνολογία Blockchain, η οποία επιτρέπει την καταγραφή μίας τεράστιας λίστας συναλλαγών στο ψηφιακό νόμισμα, χωρίς να μπορεί κανείς να παρέμβει και να την αλλάξει, μετά από κάθε νέα συναλλαγή. Μέσω του Blockchain, δημιουργείται ένα «απαρτίστο αρχείο», όπου καταγράφονται κάθε είδους συναλλαγές και το οποίο είναι προσβάσιμο σε κάθε κάτοχο bitcoin ή κάθε συνεργαζόμενο κατάστημα, μόνο όμως για να εξακριβώνεται η αξία του κάθε «πορτοφολιού» και το ποσό που αφαιρείται. Το αρχείο blockchain που δημιουργείται «μοιράζεται» μεταξύ χιλιάδων υπολογιστών σε όλο τον κόσμο. Είναι κρυπτογραφημένο και δεν επιτρέπει την αλλαγή των στοιχείων που ήδη έχουν εγγραφεί. Ένα επιπλέον στοιχείο που αυξάνει την αξιοπιστία του συστήματος είναι ότι δεν υπάρχει κεντρικός διαχειριστής, επομένως, κανείς δεν μπορεί να χειραγωγήσει το νόμισμα.

11.3.1. Η αξία του Bitcoin

Η τιμή ενός bitcoin καθορίζεται από την προσφορά και τη ζήτηση. Όταν η ζήτηση για bitcoins αυξάνεται, η τιμή αυξάνεται και όταν η ζήτηση πέφτει, τότε η τιμή τους μειώνεται.

Υπάρχει μόνο ένας **περιορισμένος αριθμός bitcoins** στην κυκλοφορία και τα νέα bitcoins δημιουργούνται με φθίνοντα και προβλέψιμο ρυθμό, πράγμα που σημαίνει ότι η ζήτηση πρέπει να ακολουθεί το επίπεδο του πληθωρισμού για να κρατήσει σταθερή την τιμή.



11.3.2. Εξόρυξη (mining)

Η διαδικασία επιβεβαίωσης των συναλλαγών μέσω της λύσης του κάθε block ονομάζεται mining (από το mine=ορυχείο) και τα άτομα που συμμετέχουν ονομάζονται miners. Και όσο εύκολο ακούγεται σε κάποιους το παραπάνω, άλλο τόσο δεν είναι!

11.4. Τεχνολογία Cloud

Τι είναι το cloud

Με πολύ απλά λόγια το «**cloud computing**» είναι μία δομή, με την οποία μας δίνεται η δυνατότητα να έχουμε πρόσβαση και να χρησιμοποιούμε web εφαρμογές, χωρίς να τις εγκαθιστούμε στον υπολογιστή μας ή σε κάποια άλλη συσκευή που είναι διασυνδεδεμένη με το ίντερνετ.

Σε αυτή τη δομή, η εφαρμογή βρίσκεται σε ένα server και ο χρήστης τη χρησιμοποιεί χωρίς να χρειάζεται να την εγκαταστήσει στον υπολογιστή του. Είναι προσβάσιμη από οπουδήποτε έχει απλά πρόσβαση στο Internet (υπολογιστής, laptop, κινητό, tablet, κοινόχρηστο υπολογιστή κλπ).

Ο όρος «Υπηρεσία» (Service) στο cloud computing και τα είδη της:

- Software as Service (SaaS)
- Platform as Service (PaaS)
- Storage as a service (SaaS)
- Hardware as Service (HaaS)
- Database as Service (DaaS)

11.4.1. Παραδείγματα

Παράδειγμα 1

Μία εταιρία λογισμικού έχει δημιουργήσει μία online πλατφόρμα για απομακρυσμένη χρήση. Κάποιος δύναται να εγγραφεί και να χρησιμοποιεί online εφαρμογές της εταιρείας αυτής.



Η εγκατάσταση κάποιου από αυτά τα προγράμματα στον υπολογιστή του χρήστη δε θεωρείται απαραίτητη. Όλα τα **updates** κλπ. **διενεργούνται** από την ίδια την εταιρεία.

Παράδειγμα 2

Πόσο χρήσιμο είναι αυτό εξηγείται στο παρακάτω παράδειγμα.

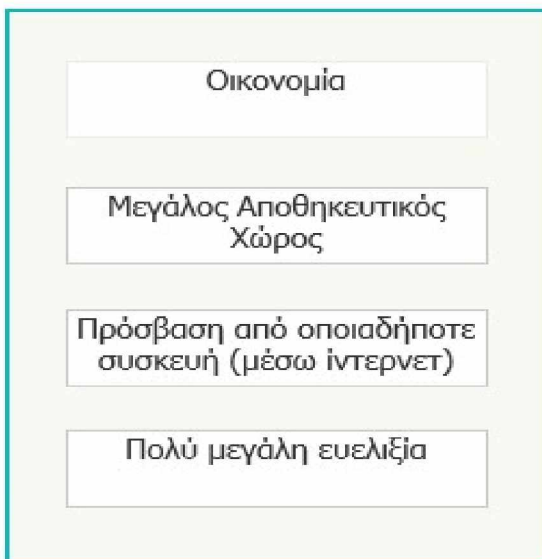
Ας υποθέσουμε ότι ένας χρήστης θέλει να χρησιμοποιήσει **πρόγραμμα** επεξεργασίας φωτογραφιών, το οποίο **κοστολογείται ότι υπερβαίνει τα 1000 Ευρώ**. Με μία cloud εφαρμογή ο χρήστης, ενώ κάνει χρήση του πλήρους software, αρκεί να καταβάλλει μία **ελάχιστη συνδρομή** μηνιαίως για την εφαρμογή ή ακόμα σε άλλες περιπτώσεις πληρωμή ανά χρήση.



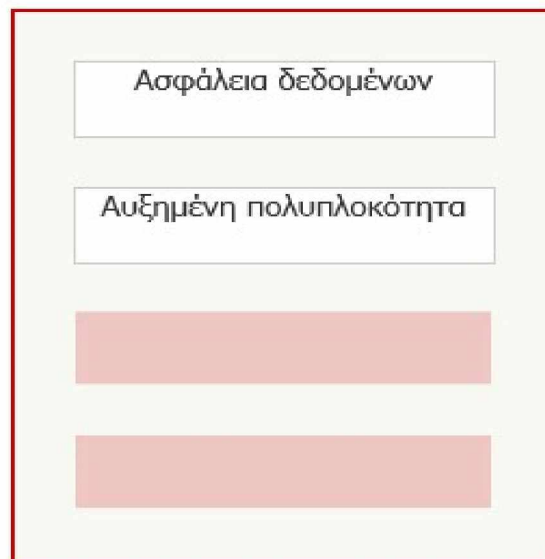
Πολύ βασική είναι η διαθέσιμη προσβασιμότητα σε αυτό και στα αρχεία του από **οποιοδήποτε** υπολογιστή.

11.4.2. Οφέλη – Μειονεκτήματα

Πλεονεκτήματα



Μειονεκτήματα



11.5. Internet of Things (Διαδίκτυο των Πραγμάτων)

Ο όρος **Διαδίκτυο των Πραγμάτων (Internet of Things)** αναφέρεται:

- ✓ σε όλες τις φυσικές συσκευές
- ✓ τα οχήματα
- ✓ τις οικιακές εφαρμογές και
- ✓ άλλα αντικείμενα που αφορούν ηλεκτρονικές συσκευές, λογισμικό (software), αισθητήρες, ενεργοποιητές (actuators)

με κοινό χαρακτηριστικό **τη συνδεσιμότητα σε δίκτυο**, με τη συμμετοχή των αντικειμένων αυτών και τη δυνατότητα να **ανταλλάσσουν δεδομένα** μεταξύ τους.

Λειτουργία και χρήση

Το Διαδίκτυο των Πραγμάτων (IoT) επιτρέπει σε αντικείμενα να ελέγχονται απομακρυσμένα μέσω διαδικτυακής υποδομής, δημιουργώντας με αυτό τον τρόπο ευκαιρίες για άμεση **ενσωμάτωση** του **φυσικού κόσμου** σε **υπολογιστικά συστήματα**, με **στόχο τη βελτιωμένη αποτελεσματικότητα, την ακρίβεια** και την **οικονομική ωφέλεια**, καθώς και την **ελαχιστοποίηση της ανθρώπινης παρέμβασης**.

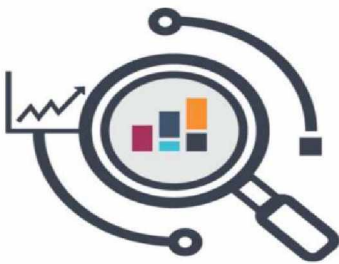
Όταν στο IoT **αυξάνεται η χρήση αισθητήρων** και **ενεργοποιητών**, η τεχνολογία γίνεται ένας πιο γενικός όρος των φυσικό-ηλεκτρονικών συστημάτων, ο οποίος επίσης **περιέχει τεχνολογίες** όπως:

- έξυπνα δίκτυα
- εικονικές παραγωγές ενέργειας

- έξυπνα σπίτια
- έξυπνες μεταφορές και
- έξυπνες πόλεις.

Ας κάνουμε μία βόλτα στο σαλόνι του μέλλοντος. Αμέσως, το δωμάτιο σας αναγνωρίζει και αποκτά πρόσβαση στο προφίλ και μία σειρά από προτιμήσεις σας, όπως στο χειρισμό του κλιματισμού, τη μουσική, το φωτισμό και τη διακόσμηση. Είχατε μία κουραστική μέρα στη δουλειά; Το δωμάτιο το γνωρίζει μέσω της εφαρμογής ημερολογίου του κινητού σας και βιοαισθητήρων που ανιχνεύουν το άγχος, μέσω μέτρησης της αρτηριακής πίεσης και του καρδιακού παλμού. Έτσι, αλλάζει τη δυνατή μουσική που συνήθως ακούτε σε μία πιο απαλή κλασική μουσική. Από εξωτερικούς περιβαλλοντικούς αισθητήρες και ίσως ακόμη και από αισθητήρες στα ρούχα που φοράτε, γνωρίζει ότι χιόνιζε προηγουμένως, οπότε στέλνει εντολή στον κλιματισμό να αυξήσει τη ζέστη καθώς μπαίνετε στο δωμάτιο. Από τη μεριά του λογισμικού πρόκειται για αλγόριθμους που είναι τόσο πολύπλοκοι, ώστε να είναι σε θέση να προβλέψουν ακόμα και τι επιθυμείτε πριν εσείς οι ίδιοι το καταλάβετε ότι το επιθυμείτε. Έτσι, όταν πλησιάζετε το ψυγείο, σας λέει όχι μόνο τι έχει μέσα, αλλά και τι μπορείτε να φτιάξετε με τα υλικά που ήδη υπάρχουν. Οπότε πέρα από το τι υπάρχει μέσα, σας λέει και ποιο είναι το ιδανικό γεύμα, λαμβάνοντας υπόψη τη διάθεσή σας, το επίπεδο δραστηριότητάς σας και ίσως ακόμα και το πλάνο απώλειας βάρους για κάποιους από εμάς...

Προβλέψεις



Ειδικοί υπολογίζουν ότι το ΔτΠ (IoT) θα αποτελείται από 30 δισεκατομμύρια «αντικείμενα-πράγματα» το 2020. Επίσης αναμένεται η αξία του ΔτΠ στην παγκόσμια αγορά να φτάσει το 1 τρις δολάρια το 2020.

πηγή: Nordrum, Amy (18 August 2016). <https://spectrum.ieee.org/tech-talk/telecom/internet/popularinternet-of-things-forecast-of-50-billion-devices-by-2020-is-outdated>

11.6. Κωδικός QR

Ο κωδικας QR είναι ένα κώδικας **barcode** δύο διαστάσεων, που δημιουργήθηκε από την ιαπωνική εταιρεία Denso-Wave το 1994. Το "QR" προέρχεται από τα αρχικά των λέξεων "**Quick Response**" (Γρήγορη Ανταπόκριση), γιατί οι δημιουργοί του είχαν ως κύριο σκοπό τα δεδομένα, που περιέχονται στον κώδικα, να **αποκωδικοποιούνται με μεγάλη ταχύτητα**.

Λειτουργία και χρήση



QR code

Ο Κώδικας QR είναι πολύ διαδεδομένος και χρησιμοποιείται από πολλές εταιρείες. **Ξεκίνησε να αποτυπώνεται σε καταναλωτικά αγαθά**, ώστε ο καταναλωτής, σκανάροντας το QR, να έχει **πρόσβαση σε χρήσιμες πληροφορίες**. Στις περισσότερες περιπτώσεις, ο χρήστης μεταφέρεται σε ένα σύνδεσμο με τις πληροφορίες αυτές.

Η **σάρωση** ενός κώδικα **QR** γίνεται με τη βοήθεια ενός **έξυπνου κινητού** (smartphone). Για να γίνει αυτό, ο χρήστης χρειάζεται μία **εφαρμογή**, η οποία μετατρέπει την κάμερα του κινητού σε **σαρωτή κώδικα QR**.

Πού συναντάει κάποιος QR Code:

- Πάνω στη συσκευασία ενός αγαθού
- Σε λογαριασμούς (τηλεφωνία, ηλεκτρικό, ασφάλειες, κλπ)
- Σε αφίσες (πχ. σε στάση λεωφορείου)
- Σε οθόνες

- Σε κάρτες (επαγγελματικές κάρτες, προσκλητήρια, κ.α.)
- Φυλλάδια, κουπόνια, προσφορές

11.7. Τεχνητή Νοημοσύνη

11.7.1. Μηχανική Μάθηση

Το Machine learning (Μηχανική μάθηση), με μία ευρύτερη έννοια, αφορά την επιστήμη των υπολογιστών και αναπτύχθηκε από τη μελέτη της αναγνώρισης προτύπων και της υπολογιστικής θεωρίας μάθησης στην τεχνητή νοημοσύνη (A.I.). Το 1959, ο Arthur Samuel ορίζει τη μηχανική μάθηση ως "Πεδίο μελέτης που δίνει στους υπολογιστές την ικανότητα να μαθαίνουν, χωρίς να έχουν ρητά προγραμματιστεί". Το machine learning (μηχανική μάθηση) πρόκειται για μελέτη και κατασκευή αλγορίθμων, που επιτρέπουν στους υπολογιστές να μαθαίνουν από τα δεδομένα και να κάνουν προβλέψεις σχετικά με αυτά. Τέτοιοι αλγόριθμοι λειτουργούν, κατασκευάζοντας μοντέλα από πειραματικά δεδομένα, προκειμένου να κάνουν προβλέψεις βασιζόμενες στα δεδομένα ή να εξάγουν αποφάσεις που εκφράζονται ως το αποτέλεσμα.

11.7.2. Τεχνητή νοημοσύνη και μηχανική μάθηση

Η τεχνητή νοημοσύνη (AI – Artificial Intelligence) και η μηχανική μάθηση (ML – Machine Learning) είναι δύο έννοιες αρκετά επίκαιρες και συχνά φαίνεται να χρησιμοποιούνται εναλλακτικά. Δεν είναι ακριβώς το ίδιο πράγμα και μερικές φορές μπορεί να υπάρξει κάποια σύγχυση. Και οι δύο όροι εμφανίζονται πολύ συχνά όταν το θέμα είναι τα Big Data, η ανάλυση δεδομένων (analytics) και οι ευρύτερες τεχνολογικές αλλαγές που σαρώνουν τον κόσμο μας.

Η Τεχνητή Νοημοσύνη (AI) είναι η ευρύτερη έννοια των μηχανών που είναι σε θέση να εκτελούν τα καθήκοντα με έναν τρόπο που θα θεωρούσαμε "έξυπνο". Ενώ Η Μηχανική Μάθηση (ML) είναι μία τρέχουσα εφαρμογή, ένα πεδίο του AI, που βασίζεται στην ιδέα ότι πρέπει να είμαστε πραγματικά σε θέση να δίνουμε σε μηχανές πρόσβαση στα δεδομένα και να τους επιτρέπει ο άνθρωπος να μάθουν για τον εαυτό τους.

πηγή: What Is The Difference Between Artificial Intelligence And Machine Learning?

11.7.3. Παράδειγμα AI (Artificial Intelligence)

Ολόκληρη η γνώση του ανθρώπου στο σκάκι ξεπερνιέται από το AlphaZero του DeepMind σε τέσσερις ώρες

- Το DeepMind, η τεχνητή νοημοσύνη της Google με το νέο όνομα AlphaZero ισοπέδωσε στην κυριολεξία το πιο δυνατό πρόγραμμα σκακιού στον κόσμο, το Stockfish 8, χωρίς τη βοήθεια της ανθρώπινης γνώσης, σε έναν μαραθώνιο 100 αγώνων.
- Το AlphaZero, σύμφωνα με ερευνητές της Google, ανέπτυξε «υπεράνθρωπες επιδόσεις» στο σκάκι, λαμβάνοντας μόλις τέσσερις ώρες εκπαίδευση για να μάθει τους κανόνες. Ουσιαστικά, απέκτησε την ανθρώπινη γνώση των 1.400 ετών του σκακιού σε μερικές μόνο ώρες, αν και δεν έμεινε εκεί, αφού σκάρωσε τις δικές του στρατηγικές νίκης.
- Το σύστημα της DeepMind δεν έχασε μάλιστα παρτίδα, κερδίζοντας ή φέρνοντας ισοπαλία στα 100 παιχνίδια στα οποία αναμετρήθηκαν. Ακόμα καλύτερα, το AlphaZero απέκτησε τη δεξιοτεχνία του στο σκάκι χωρίς βοήθεια, χωρίς να το τροφοδοτήσουν δηλαδή με δεδομένα παρτίδων και συστήματα. Ο μεγάλος τεχνολογικός θρίαμβος είναι ότι έμαθε να παίζει μόνο του σκάκι και να γίνει ο καλύτερος παίκτης στο παιχνίδι αυτό.
- Επόμενο είναι στο μέλλον να εκπλαγούμε με εφαρμογές της Τεχνητής Νοημοσύνης στην καθημερινότητα.

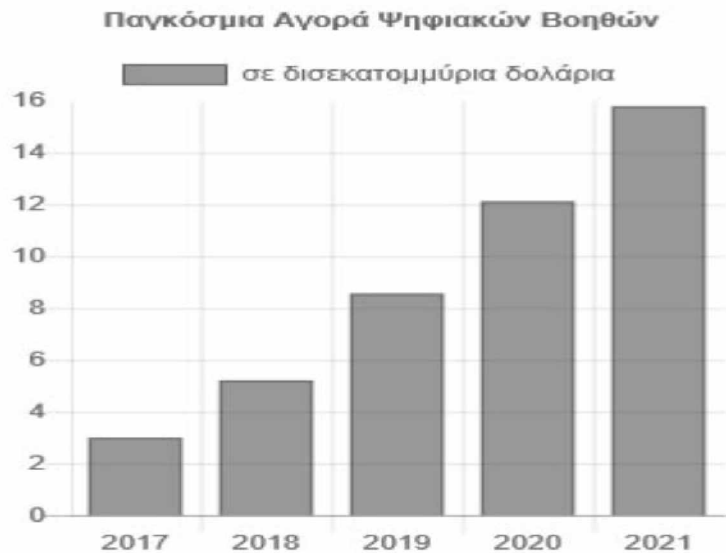
πηγή: Google's superhuman AlphaZero AI becomes one of the best chess players

11.7.4. Ψηφιακοί προσωπικοί βοηθοί

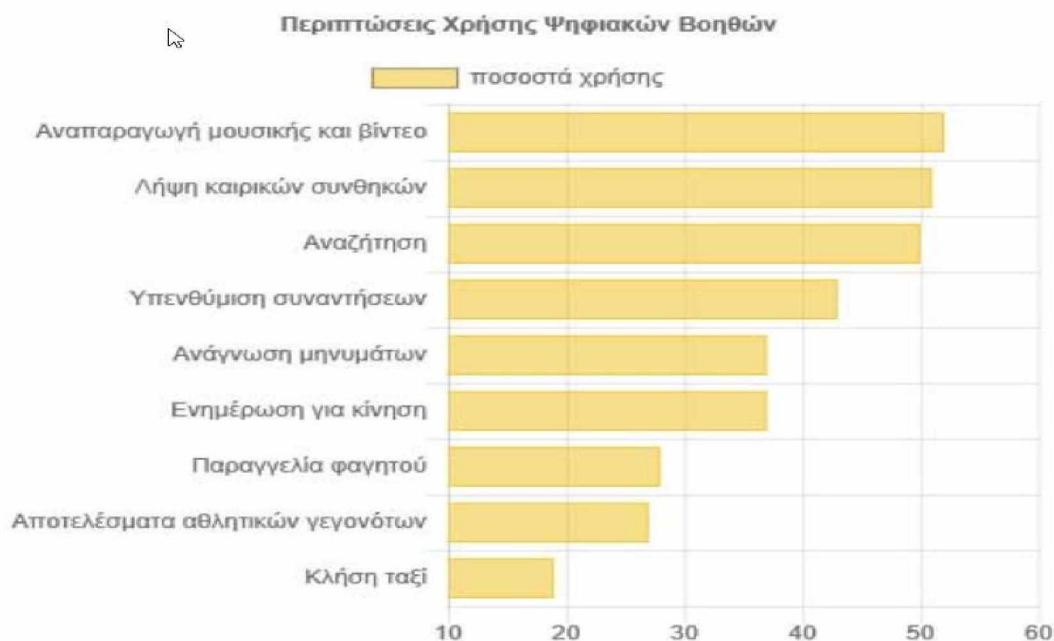
Ρίχνοντας μία ματιά στο κοντινό μέλλον, η τεχνητή νοημοσύνη θα κάνει αισθητή την παρουσία της στην καθημερινότητα. Τόσο το **λογισμικό αναγνώρισης φωνής** όσο και τα **διαλογικά ρομπότ λογισμικού (chatbots)** θα βελτιωθούν τόσο, ώστε να επικοινωνούμε με τις μηχανές χωρίς σοβαρά προβλήματα κατανόησης και να έχουμε με ευκολία ομιλούντες ψηφιακούς βοηθούς στο σπίτι, στο δρόμο, στο γραφείο. Πρωτοπόροι τεχνολογικοί κολοσσοί έχουν ήδη ξεκινήσει να παρουσιάζουν πρακτικές εφαρμογές της τεχνητής νοημοσύνης.

11.7.5. Ρυθμός ανάπτυξης ψηφιακών βοηθών

Η αγορά των ψηφιακών βοηθών έχει τεράστιες δυνατότητες. Εκτιμάται ότι μέχρι το 2021 οι **χρήστες** ψηφιακών βοηθών θα ανέρχονται σε **1,8 δισεκατομμύρια**. Αντίστοιχα θα εξαπλωθεί και η παγκόσμια αγορά ψηφιακών βοηθών.



Ενδιαφέρον παρουσιάζει (όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα) ο τρόπος που χρησιμοποιούν οι χρήστες τους ψηφιακούς βοηθούς.



πηγή: The Rise of Virtual Digital Assistants Usage – Statistics and Trends

11.8. Εικονική Πραγματικότητα

Κατά καιρούς έχουν διατυπωθεί διάφοροι ορισμοί για την Virtual Reality, από ειδήμονες του χώρου της τεχνολογίας. Ένας απλός και ακριβής ορισμός, που περικλείει το στόχο της τεχνολογίας αυτής, σύμφωνα με τον Janon Lanier (1989), είναι:

«Ένα αλληλεπιδραστικό, τρισδιάστατο περιβάλλον, φτιαγμένο από υπολογιστή, στο οποίο μπορεί κάποιος να εμβυθιστεί.»

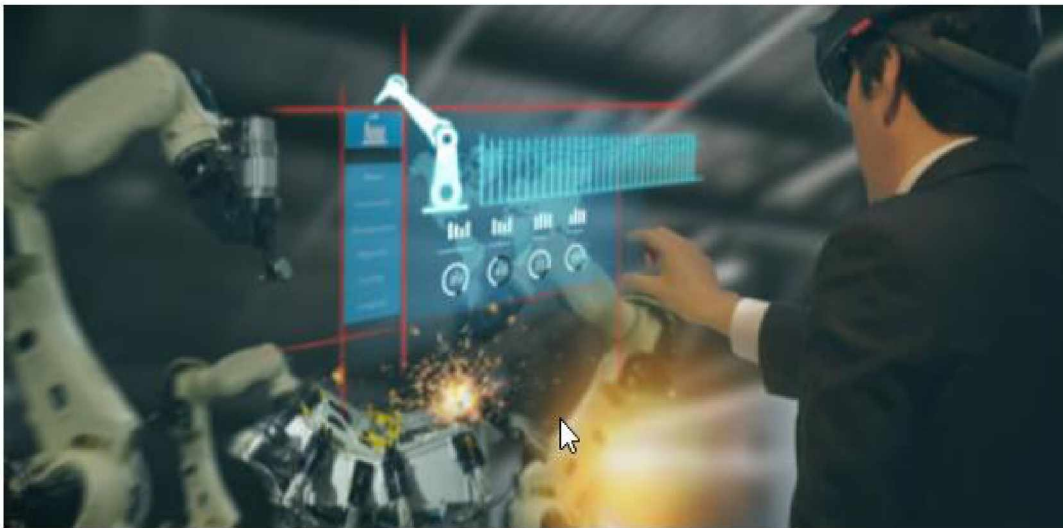
11.8.1. Πώς λειτουργεί

Η λειτουργία της εικονικής πραγματικότητας βασίζεται στην αποξένωση του χρήστη και των αισθήσεών του από την πραγματικότητα που τον περιβάλλει και η αντικατάσταση των φυσικών ερεθισμάτων που δέχεται με παρόμοια εικονικά, κατασκευασμένα από τις εφαρμογές της τεχνολογίας. Εξέχοντα ρόλο διαδραματίζει η αίσθηση της όρασης και ακολουθούν η ακοή και η αφή.

11.8.2. Εφαρμογές εικονικής πραγματικότητας

Οι εφαρμογές της εικονικής πραγματικότητας είναι **ψυχαγωγικές** αλλά και **επιχειρηματικές**.

Πέρα από το χώρο της ψυχαγωγίας και της διασκέδασης, η εικονική πραγματικότητα μπορεί να οδηγήσει σε



τεράστιες εξελίξεις στον τρόπο που αγοράζουμε, βιώνουμε, επικοινωνούμε και τον τρόπο που διεξάγουμε μία επιχειρηματική δραστηριότητα. Ήδη στους παρακάτω τομείς αξιοποιείται η τεχνολογία της εικονικής πραγματικότητας:

- ✓ αυτοκινητοβιομηχανία
- ✓ υγεία
- ✓ τουρισμός
- ✓ αρχιτεκτονική
- ✓ καταστήματα Λιανικής
- ✓ διαστημικά προγράμματα

Στο χώρο της ψυχαγωγίας και της διασκέδασης οι κύριες εφαρμογές της εικονικής πραγματικότητας αξιοποιούνται κυρίως σε:



- ✓ εξερευνητικές αποδράσεις
- ✓ τέχνη και δημιουργία
- ✓ διαδραστικές περιπέτειες
- ✓ παιχνίδια

11.8.3. Επαυξημένη πραγματικότητα

Πρόκειται για μία τεχνολογία διαφορετική από την εικονική πραγματικότητα, αν και έχει ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά. Η Augmented Reality (AR) χρησιμοποιεί το **φυσικό κόσμο** και προβάλλει **επιπλέον πληροφορίες πάνω του**. Στις μέρες μας έχουν αναπτυχθεί εφαρμογές AR σε έξυπνες φορητές συσκευές, όπου κάνοντας χρήση της κάμερας, προβάλλουν αντικείμενα επαυξημένης πραγματικότητας στο φυσικό κόσμο που στοχεύει η κάμερα ενός smartphone ή ενός tablet. Υπάρχουν εφαρμογές στην καθημερινότητα, όπως η αλλαγή χρωμάτων ενός τοίχου στο εσωτερικό ενός διαμερίσματος, που μας βοηθούν να επιλέξουμε χρώμα πριν τον βάψουμε. Αλλά και σε παιχνίδια που αλληλοεπιδρούν με το περιβάλλον που περιτριγυρίζει το χρήστη και απεικονίζουν χαρακτήρες από το παιχνίδι στο σαλόνι του ή σε ένα πάρκο για παράδειγμα. Αντίθετα, η εικονική πραγματικότητα (VR) **αντικαθιστά πλήρως τον πραγματικό κόσμο** με την προσομοίωση.

11.9. Βιομετρικά Χαρακτηριστικά

Η βιομετρία είναι μία τεχνολογία με την οποία οι κατασκευαστές ενσωματώνουν αισθητήρες, που θα βοηθούν τις έξυπνες συσκευές να αναγνωρίζουν τον πραγματικό τους ιδιοκτήτη. Η βιομετρία έχει αρχίσει να κάνει αισθητή την παρουσία της σε κάθε πτυχή της ζωής μας με τους ακόλουθους τρόπους:



11.9.1. Προοπτικές χρήσης βιομετρίας

Η βιομετρία σε έξυπνες συσκευές μπορεί να αλλάξει τον τρόπο που ζουν και εργάζονται οι άνθρωποι.

Κωδικοί πρόσβασης

Δεν καταργούνται αλλά πλέον ξεκλειδώνουν οθόνες και κάποιος αποκτά πρόσβαση σε μία συσκευή με τη χρήση βιομετρικών.

Ταυτοποίηση

Εταιρίες, Τράπεζες και Οργανισμοί ταυτοποιούν τους πελάτες τους με αναγνώριση φωνής ή ακόμα και φωτογραφία τύπου "selfie".

Πληρωμές

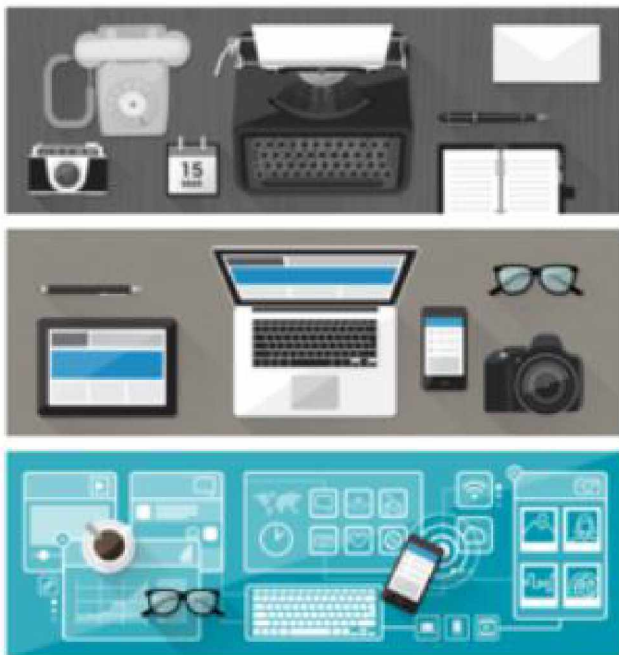
Με ταυτοποίηση δακτυλικών αποτυπωμάτων, αποτύπωμα παλάμης, σάρωση ίριδας ματιού ή αναγνώριση φωνής πραγματοποιείται πληρωμή χωρίς πορτοφόλι.

Πρόσβαση δεδομένων

Η είσοδος θα γίνεται αφού επιβεβαιώνονται τα μοναδικά χαρακτηριστικά του χρήστη, όπως δακτυλικό αποτύπωμα και επιβεβαίωση χαρακτηριστικών προσώπου.

Ανάληψη από ATM

Στο μέλλον είναι πιθανό να βλέπουμε αναλήψεις από ATM χωρίς PIN αλλά με την επικύρωση των βιομετρικών χαρακτηριστικών του χρήστη.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12

Νέα Επιχειρηματικά Μοντέλα



Με τις εξελίξεις στην τεχνολογία να προχωρούν τόσο σε επίπεδο υλικού όσο και λογισμικού, δημιουργούνται επιχειρηματικά μοντέλα **προσαρμοσμένα** στις έξυπνες συσκευές. **Διευκολύνονται** δηλαδή **υπηρεσίες**, όπως πληρωμές-μεταφορές χρημάτων, και **προκύπτουν εφαρμογές**, με σκοπό τη διευκόλυνση της καθημερινής ζωής και την προώθηση της καινοτομίας. Για παράδειγμα, οι αγορές πραγματοποιούνται ενώ βρίσκεται ο καταναλωτής στο δρόμο από κινητά τηλέφωνα, όπως επίσης και οι έμποροι διαφημίζονται και αυξάνουν τις πωλήσεις τους όντας προσανατολισμένοι ψηφιακά. Σε αυτό το γεγονός συμβάλλει η **ανάπτυξη εφαρμογών** με λύσεις και υπηρεσίες, οι οποίες προέρχονται από τις **τεχνολογικές εξελίξεις** και εξυπηρετούν πλέον **μεγάλη μερίδα αγοραστικού κοινού** στην καθημερινότητα.



12.1. Πληρωμές P2P

Η μεγάλη **αποδοχή** και **διείσδυση** της ηλεκτρονικής τραπεζικής, της χρήσης smartphones και λύσεων e-commerce από τους καταναλωτές, έχει δημιουργήσει τις **προϋποθέσεις** για τη μεγάλη **ανάπτυξη** των συναλλαγών από άτομο σε άτομο (p2p). Οι **συναλλαγές Person-to-Person (P2P)** αποτελούν μία τεχνολογία που επιτρέπει στους πελάτες να **μεταφέρουν χρηματικά ποσά** από το λογαριασμό τους σε λογαριασμό άλλων μέσω διαδικτύου και smartphone.

Υπάρχουν **δύο** γενικές **προσεγγίσεις** για να γίνει μία πληρωμή P2P:

- Η πρώτη μέθοδος βασίζεται στη χρήση **πιστοποιημένου τρίτου** παρόχου. Οι χρήστες δηλαδή δημιουργούν ασφαλείς **λογαριασμούς** σε **τρίτους** παρόχους, κάνοντας σύνδεση με τον τραπεζικό τους λογαριασμό ή τα στοιχεία της κάρτας τους, ώστε να στέλνουν και να λαμβάνουν χρήματα. Με τη χρήση εφαρμογών ή website του παρόχου, μπορούν να μεταφέρουν χρήματα μεμονωμένα άτομα το ένα στο άλλο. Η αναγνώριση των χρηστών συνήθως γίνεται με το email τους και επιτρέπονται μεταφορές σε όσους είναι μέλη του δικτύου του πιστοποιημένου παρόχου. Η **Paypal** για παράδειγμα είναι μία περίπτωση της πρώτης γενικής μεθόδου P2P.
- Στη δεύτερη μέθοδο, οι χρήστες **συνδέουν** έναν ή και περισσότερους τραπεζικούς **λογαριασμούς** με μία **εφαρμογή** (διαδίκτυο ή έξυπνο τηλέφωνο). Ένας χρήστης, εισάγοντας το email, τον τηλεφωνικό αριθμό ή ακόμα και το προφίλ του στο κοινωνικό δίκτυο "Facebook" στην εφαρμογή, μπορεί εύκολα να ορίσει τον αποδέκτη της συναλλαγής που θέλει να πραγματοποιήσει. Για την πραγματοποίηση μίας συναλλαγής, το υπόλοιπο του λογαριασμού ενημερώνεται και είτε στέλνει είτε τραβάει χρήματα απευθείας από το λογαριασμό του αποδέκτη της συναλλαγής. Σε αυτή την περίπτωση **δε χρειάζεται** και οι δύο χρήστες να **διατηρούν λογαριασμό** στο **ίδιο** χρηματοπιστωτικό ίδρυμα.

πηγή: Person-to-Person Payments (P2P)

12.2. Ψηφιακά πορτοφόλια

Το παραδοσιακό πορτοφόλι που γνωρίζουμε όλοι αποτελεί το πλέον διαδεδομένο αντικείμενο, σχεδόν για όλους, για να κρατούν τα χρήματά τους και τις κάρτες τους, τα οποία χρησιμοποιούν για τις καθημερινές τους συναλλαγές. Δεν παύει όμως να είναι στόχος από επιτήδειους ελαφροχέρηδες και κινδυνεύουμε, σε περίπτωση που πέσει σε λάθος χέρια, να χάσουμε τα μετρητά που έχει μέσα, αλλά πιθανώς και χρήματα από το λογαριασμό μας, που είναι συνδεδεμένες οι κάρτες που βρίσκονται μέσα στο πορτοφόλι. Παρόλα αυτά, το 85% των συναλλαγών παγκοσμίως πραγματοποιείται με μετρητά και επιταγές. [πηγή: Yahoo News]



Αξίζει να εξετάσετε το ψηφιακό πορτοφόλι σαν μέσο πληρωμών. Δε συμβάλλει απλά στην καταπολέμηση των μικροκλοπών, αλλά είναι και μία αναβάθμιση του πορτοφολιού σας για καλύτερη παρακολούθηση των πληρωμών σας με ευκολία και ασφάλεια. Σε γενικές γραμμές, ωστόσο, ένα ψηφιακό πορτοφόλι (μερικές φορές αποκαλείται ηλεκτρονικό πορτοφόλι) είναι μια παραλλαγή στον τρόπο που πληρώνετε. Πολλές υπηρεσίες ψηφιακών πορτοφολιών λειτουργούν μέσω εφαρμογών στο smartphone σας.

Παράδειγμα

Σε ένα σουπερμάρκετ, πατώντας πάνω στο smartphone σας, πραγματοποιείτε την πληρωμή σας σε ένα συμβατό μητρώο πληρωμών και πληρώνετε αμέσως. Επίσης στέλνετε αν θελήσετε χρήματα σε ένα φίλο ή γνωστό που διατηρεί και αυτός ψηφιακό πορτοφόλι, γνωρίζοντας τον αριθμό του κινητού του ή κάποιο αναγνωριστικό του, όπως email.

Ψηφιακά πορτοφόλια από μη τραπεζικούς οργανισμούς

Ένα ίδρυμα ηλεκτρονικού χρήματος δεν μπορεί να προσφέρει καταθετικούς λογαριασμούς ή δανειακά προϊόντα. Έχει τη δυνατότητα, βάσει της άδειάς του, να διαθέτει ηλεκτρονικά πορτοφόλια, τα οποία μπορούν να «φορτώνονται» με όλους τους τρόπους (μετρητά, χρέωση κάρτας, έμβασμα από άλλη τράπεζα) και στη συνέχεια να χρησιμοποιούνται για online συναλλαγές. Οι συγκεκριμένοι «κουμπαράδες» μπορούν να συνδεθούν με χρεωστικές ή προπληρωμένες κάρτες, τις οποίες ο κάτοχός τους έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει όπου εκείνος επιθυμεί: στο Διαδίκτυο, τηλεφωνικά ή απευθείας σε POS επιχειρήσεων, για αγορές με φυσική παρουσία. Το πορτοφόλι, δηλαδή, λειτουργεί σαν ένας καταθετικός λογαριασμός, με τη μόνη διαφορά ότι απαγορεύεται στο ίδρυμα να προσφέρει επιτόκιο στον πελάτη του. Κατά τα άλλα, ο καταθέτης μπορεί να μεταφέρει εκεί καταθέσεις του και να τις χρησιμοποιεί όπως ο ίδιος επιθυμεί. Από την άλλη πλευρά, το κανονιστικό πλαίσιο προβλέπει την κατ' εξαίρεση παροχή πιστώσεων για συγκεκριμένο λόγο και ορισμένη χρονική διάρκεια.

πηγή: <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=937399>

12.3. E-Commerce λύσεις

Ως ηλεκτρονικό εμπόριο (Η.Ε.) ή ευρέως γνωστό ως e-commerce (ή e-comm) ορίζεται το εμπόριο παροχής αγαθών και υπηρεσιών που πραγματοποιείται εξ αποστάσεως με ηλεκτρονικά μέσα, βασιζόμενο δηλαδή στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων, χωρίς να καθίσταται αναγκαία η φυσική παρουσία των συμβαλλομένων μερών, πωλητή-αγοραστή.



Περιλαμβάνει το σύνολο των διαδικτυακών διαδικασιών:

- ανάπτυξης
- προώθησης
- πώλησης
- παράδοσης
- εξυπηρέτησης
- και πληρωμής

για προϊόντα και υπηρεσίες.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο περιλαμβάνει:

- την ψηφιοποίηση των αγορών

- αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών μέσω ηλεκτρονικών συστημάτων, όπως είναι το Διαδίκτυο.

Περιλαμβάνει, εκτός από τις τυπικές αγορές μέσω του Παγκόσμιου Ιστού, και όλη τη βιομηχανία που υποστηρίζει αυτές τις αγορές:

- online επεξεργασία δοσοληψιών (για τράπεζες κυρίως),
- διαχείριση αλυσίδας παροχών,
- ανταλλαγή ηλεκτρονικών δεδομένων, κ.ά.

12.4. Payment gateways

Μια πύλη πληρωμής είναι μία e-commerce εφαρμογή που επιτρέπει τις πληρωμές για τις e-επιχειρήσεις και τους online μεταπωλητές. Οι πύλες πληρωμών επιτρέπουν τη δημιουργία λίστας με εμπορεύματα ή υπηρεσίες και την αυτόματη επεξεργασία πιστωτικών καρτών, χρεωστικών καρτών ή άλλες μορφές πληρωμών πάρα πολύ απλά.

Η πύλη πληρωμής είναι ένα λογισμικό που χρησιμοποιούν οι πάροχοι υπηρεσιών πληρωμών για την επεξεργασία πληρωμών, για ηλεκτρονικές αγορές, που προέρχονται από έναν ιστότοπο εμπόρου. Λειτουργεί

ως διεπαφή μεταξύ της ιστοσελίδας του εμπόρου και μίας τράπεζας επεξεργασίας πληρωμών, γνωστής ως αποδέκτης. Γενικά, μία πύλη μπορεί να χρησιμοποιηθεί για πολλούς τύπους μεθόδων πληρωμής. Η πύλη κρυπτογραφεί ευαίσθητα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας, για να διασφαλιστεί ότι οι πληροφορίες διαβιβάζονται με ασφάλεια. Όταν ένας πελάτης αγοράζει ένα προϊόν ή μία υπηρεσία σε έναν ιστότοπο που είναι συνδεδεμένος με μία πύλη πληρωμής, η πύλη εκτελεί μία ποικιλία εργασιών για να επεξεργαστεί τη συναλλαγή. Μόλις ο πελάτης πραγματοποιήσει την παραγγελία του στον ιστότοπο του εμπόρου, επιλέγει να προχωρήσει στην πληρωμή και ανακατευθύνεται σε μία σελίδα πληρωμής, για να εισάγει τα στοιχεία της πιστωτικής του κάρτας. Εάν ο έμπορος συμμορφώνεται πλήρως με τα απαραίτητα πρότυπα ασφαλείας, η σελίδα πληρωμής μπορεί να δημιουργηθεί στο διακομιστή του εμπόρου, οι πληροφορίες της κάρτας να συλλεχθούν και να μεταφερθούν στο λογισμικό πληρωμής με ασφαλή τρόπο. Η σελίδα πληρωμής μπορεί επίσης να δημιουργηθεί από την ίδια την εφαρμογή πύλης πληρωμής και οι πληροφορίες μπορούν να συλλεχθούν εκεί. Με κάθε έναν από τους δύο τρόπους, οι πληροφορίες της κάρτας και της συναλλαγής συγκεντρώνονται και αποθηκεύονται στο ασφαλές περιβάλλον της πύλης πληρωμής. Από εκεί, η πύλη πληρωμών επεξεργάζεται τη συναλλαγή και αποστέλλει όλες τις πληροφορίες για έγκριση από την εκδότρια τράπεζα, μέσω της τράπεζας αποδέκτη και του σχετικού συστήματος καρτών. Μόλις η πληρωμή επιβεβαιωθεί από το σύστημα καρτών, η πύλη πληρωμής αποστέλλει την εγκεκριμένη συναλλαγή πίσω στον ιστότοπο του εμπόρου, ο οποίος ενημερώνει τον πελάτη του για την επιτυχή ολοκλήρωση της συναλλαγής του. Φυσικά, η πύλη πληρωμών εκτελεί και πολλές άλλες λειτουργίες, αλλά όταν πρόκειται για πληρωμές με πιστωτικές κάρτες, αυτά είναι τα κύρια βήματα για την επεξεργασία μίας συναλλαγής. Είναι απίστευτο ότι ενώ όλη αυτή η διαδικασία διαρκεί μόνο τρία δευτερόλεπτα, μας πήρε περίπου δέκα φορές περισσότερο χρόνο για να το εξηγήσουμε. Οι πύλες πληρωμών έχουν προστιθέμενη αξία σε όλη αυτή τη διαδικασία. Ακολουθούν μερικά από τα βασικά χαρακτηριστικά. Μία πύλη πληρωμής είναι ο πιο συνηθισμένος τρόπος για έναν έμπορο να συνδεθεί με το σύστημα πληρωμών. Μόνο οι μεγαλύτεροι έμποροι είναι σε θέση να συνδεθούν άμεσα με μία τράπεζα αποδέκτη. Οι προμήθειες συναλλαγής μέσω της πύλης είναι πολύ μικρές, σε σύγκριση με τα πλεονεκτήματα που υπάρχουν στο να συνδεθεί ένας έμπορος με την τράπεζα αποδέκτη, να διαχειριστεί τη δραστηριότητά του και να ελέγξει τα προβλήματα που συνδέονται με την αποδοχή των ηλεκτρονικών πληρωμών. Μία καλή πύλη πληρωμής θα παρέχει στον έμπορο πολλές προσαρμόσιμες επιλογές αναφοράς, οι οποίες θα τον βοηθήσουν να διαχειριστεί την επιχείρησή του. Μία καλή πύλη πληρωμής θα είναι συνδεδεμένη και ικανή να επεξεργαστεί πολλές μεθόδους πληρωμών, οι οποίες μπορεί να μην προσφέρονται ακόμα από τον έμπορο. Η πύλη πληρωμών είναι εξαιρετικά ασφαλής και πλήρως συμβατή με το επίπεδο PCI DSS 1. Η μεγαλύτερη πρόκληση για τις τράπεζες σήμερα είναι η δυνατότητα χρήσης των δεδομένων που ήδη έχουν και η αξιοποίησή τους για τη δημιουργία εξαιρετικών εμπειριών για τον πελάτη, αντί για τη δημιουργία αναφορών για εσωτερική χρήση. Ο πλούτος των δεδομένων και η εμπιστοσύνη των πελατών πρέπει να αξιοποιηθούν για τη δημιουργία και την παροχή καλύτερης εμπειρίας στους πελάτες. Αυτή η εμπειρία θα χτιστεί γύρω από τα ψηφιακά κανάλια εξυπηρέτησης, παρά από τα παραδοσιακά κανάλια που συνήθως χρησιμοποιούνται. Ο μόνος τρόπος να επιβιώσει η λιανική τραπεζική είναι να κάνει αυτές τις μεταρρυθμίσεις στη χρήση των δεδομένων, έτσι ώστε να προσομοιάζει ή να αναπαράγει τον ίδιο τύπο εμπειρίας που ήδη βιώνουν οι πελάτες μέσω ανταγωνιστικών ψηφιακών πωλητών και καναλιών. Οι πελάτες απαιτούν υψηλότερο επίπεδο υπηρεσιών, υψηλότερο επίπεδο εξατομίκευσης και καλύτερη κατανόηση και πληρέστερη ικανοποίηση των προσωπικών αναγκών τους από τους χρηματοοικονομικούς οργανισμούς. Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν και να πραγματοποιήσουν τα παραπάνω, χωρίς να αξιοποιήσουν τα δεδομένα που ήδη έχουν ή χωρίς να βρουν νέα δεδομένα και ουσιαστικά να τα χρησιμοποιήσουν, προκειμένου να βελτιώσουν δραματικά την εμπειρία του πελάτη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13

FINTECH ΚΑΙ ΤΡΑΠΕΖΕΣ



Fintech και Τράπεζες

Η λέξη προέρχεται από τη συντομογραφία του **Financial Technology**. Περιγράφει τον **τομέα**, την **είσοδο**, την **ανάπτυξη** και την **επίδραση** της **τεχνολογίας** στο χώρο των **οικονομικών**. Γενικά είναι όπου μπορεί η τεχνολογία να επέμβει για να προσφέρει υπηρεσίες στα χρηματοοικονομικά.

Το FinTech μπορεί να αφορά:

- ✓ εταιρείες start ups
- ✓ εταιρείες τεχνολογίας
- ✓ μεγάλους χρηματοοικονομικούς οργανισμούς ή
- ✓ απλά παρόχους χρηματοοικονομικών υπηρεσιών

Όταν χρησιμοποιείτε το PayPal ή την πιστωτική σας για να κάνετε μία αγορά online, όταν ηλεκτρονικά καταστήματα κάνουν συναλλαγές με τους καταναλωτές και τις τράπεζες, αυτά θεωρούνται κατηγορίες FinTech.

13.1. Smartphones και FinTech

Σύμφωνα με έκθεση της Ernst & Young (2016)

"Η δυνατότητα διεξαγωγής χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών μέσω έξυπνων τηλεφώνων προσφέρει τεράστιες προοπτικές **αύξησης** της **πρόσβασης** σε **χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες**, καθώς και παροχή άνεσης και ευκολίας χρήσης για τους χρήστες, ιδιαίτερα στους αναδυόμενους τομείς όπως το FinTech".

Όπως παρουσιάζεται στην έκθεση, χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες μέσω έξυπνων τηλεφώνων μπορούν να βοηθήσουν τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα να **εξυπηρετήσουν** μία **τεράστια αγορά**, στην οποία διαφορετικά ενδεχομένως να μην είχαν πρόσβαση, λόγω του υψηλού κόστους των υποδομών που απαιτεί η φυσική παρουσία.

Ευκαιρίες σχετικές με την προσφορά χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών μέσω κινητών τηλεφώνων:

- Οι πιστωτικές υπηρεσίες μέσω κινητών τηλεφώνων είδαν μία σημαντική αύξηση τα τελευταία χρόνια και, σύμφωνα με την έκθεση, πολλές από αυτές τις νέες υπηρεσίες που παρουσιάστηκαν βασίζονται σε στρατηγικές συμμαχίες μεταξύ χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων και τηλεπικοινωνιακών παρόχων.

- Επιπλέον, έδαφος κερδίζει η **χρηματοδότηση μικρών ποσών** (microfinance) **μέσω κινητών τηλεφώνων**, καθώς τόσο τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, όσο και οι μη χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί, μπαίνουν στη μάχη της παροχής πιστωτικών υπηρεσιών μικρής κλίμακας, ανοίγοντας διαύλους επιχειρηματικότητας για τους νεοεισερχόμενους στην αγορά, όπως μέσω της **συμμετοχικής χρηματοδότησης** (crowdfunding). Οι υπηρεσίες αυτές τους επιτρέπουν να απευθυνθούν στη βάση της εισοδηματικής πυραμίδας, αυξάνοντας την πελατειακή τους βάση.

πηγή: Έκθεση της E&Y (Decoding mobile financial services – Innovation and collaboration to drive growth)

13.2. Τομείς εφαρμογής FinTech

Γίνεται κατανοητό ότι δεν είναι κάτι το καινούργιο, αλλά παίρνει μεγαλύτερες διαστάσεις τα τελευταία χρόνια. Έχει εξελιχθεί και **αναδιαμορφώνει**:

- ✓ το εμπόριο
- ✓ τις πληρωμές
- ✓ τις μεταφορές χρημάτων
- ✓ τη διαχείριση περιουσιακών στοιχείων
- ✓ τις ασφάλειες και
- ✓ ακόμα και το ίδιο το χρήμα με την είσοδο των κρυπτονομισμάτων όπως το BitCoin.

Όλο και περισσότερες επιχειρήσεις, start-ups και οργανισμοί παρέχουν τεχνολογία στους χρήστες-πελάτες τους, με σκοπό να προσφέρουν ταχύτητα, ευκολία και πολλά άλλα πλεονεκτήματα. Το FinTech ήρθε για να μείνει και να αναδιαμορφώσει πολλούς τομείς όπως στα πιο κάτω παραδείγματα:

- Το ηλεκτρονικό εμπόριο που μεγαλώνει μέρα με την μέρα και οι ανάγκες για εύκολες, γρήγορες και ασφαλείς πληρωμές είναι πιο αναγκαίες από ποτέ.
- Τράπεζες και παροχείς τραπεζικών υπηρεσιών βρίσκουν νέους τρόπους - πιο αμέσους και γρήγορους - να εξυπηρετούν τους πελάτες τους και μειώνουν σιγά σιγά την προσωπική εξυπηρέτηση.
- Πλατφόρμες εμπορίου μαζεύουν στοιχεία από τους αγοραστές και αποκαλύπτουν νέες τάσεις στην αγορά και ανάγκες.
- Ασφαλιστικές εταιρείες μαζεύουν στοιχεία και πληροφορίες για τους πελάτες τους, παρέχοντάς τους έτσι υπηρεσίες κομμένες και ραμμένες στα μέτρα τους.
- Η τεχνητή νοημοσύνη διαδραματίζει πλέον σημαντικό ρόλο στο να εκτελεί περίπλοκες εργασίες που γίνονταν παραδοσιακά από ανθρώπους.

13.3. Fintech και τράπεζες: Ευκαιρία ή απειλή;

Τα επιχειρηματικά μοντέλα των χρηματοπιστωτικών οργανισμών αναδιαμορφώνονται και μετασχηματίζουν ανάλογα τις λειτουργίες τους, με στόχο να ενσωματώσουν τις καινοτομίες της ψηφιακής επανάστασης που είναι προ των πυλών.

Παρά το γεγονός ότι στο χρηματοπιστωτικό τομέα, η υιοθέτηση του καινοτόμου έναντι του παραδοσιακού είναι μία "μάχη", τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα γνωρίζουν ότι αυτή η τεχνολογική επανάσταση συντελείται με ραγδαίους ρυθμούς, διαφέρει π.χ. από την εισαγωγή των ATMs, η οποία πραγματοποιήθηκε σταδιακά.

Τεχνητή νοημοσύνη, social media, βιομετρική ασφάλεια και block chain αποτελούν τις τάσεις στον κλάδο και η συνολική επίδραση στον τραπεζικό κλάδο μπορεί να έχει θετικό ή αρνητικό πρόσημο, ανάλογα με τη στρατηγική που θα επιλέξουν να ακολουθήσουν οι τράπεζες.

Οποιαδήποτε καθυστέρηση θα δώσει τη δυνατότητα σε start-ups με υψηλή ένταση τεχνολογικού κεφαλαίου να παρέχουν μέχρι και παραδοσιακές χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, πιέζοντας την κερδοφορία του τραπεζικού οικοσυστήματος.

Η αλματώδης ανάπτυξη του FinTech μπορεί να αποτελέσει ευκαιρία ή απειλή για τον τραπεζικό κλάδο.

- Η υπερβολική εξάρτηση και αφοσίωση στην παραδοσιακή τραπεζική,
 - η απροθυμία υιοθέτησης και εφαρμογής των νέων τεχνολογιών,
 - η μη σωστή ερμηνεία της συμπεριφοράς του πελατειακού – καταναλωτικού κοινού
- μπορεί να έχει **αρνητική** επίδραση στις τράπεζες.

Είναι αξιοσημείωτο ότι οι πελάτες αλληλοεπιδρούν με τις τράπεζες τις περισσότερες φορές ηλεκτρονικά και όχι μέσω της φυσικής τους παρουσίας στα καταστήματα. Η **συμπόρευση** και η **συνεργασία** με FinTech εταιρείες (ήδη οι εποπτικές αρχές σε Ευρώπη και Αμερική πιέζουν τις τράπεζες να διαθέσουν τα data των πελατών σε τρίτα μέρη για την αξιοποίησή τους) και η **ανάπτυξη** σύγχρονων εφαρμογών μπορούν να οδηγήσουν σε αύξηση της αποδοτικότητας των τραπεζών και σε παροχή φθηνότερων υπηρεσιών. Με αυτόν τον τρόπο οι τράπεζες θα βγουν νικήτριες και πρωτοπόρες στη νέα ψηφιακή επανάσταση!

13.4. Ο κλάδος του Fintech στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα το FinTech καταγράφει πιο χαμηλούς βαθμούς διείσδυσης, όμως θα μας απασχολήσει σύντομα στο κοντινό μέλλον.

Στον κλάδο του FinTech (χρηματοοικονομική τεχνολογία), πέρα από τους τεχνολογικούς «γίγαντες», όπως είναι η Google, η Amazon, η Apple και το Facebook, έχουν εισέλθει και μικρότεροι παίκτες, με στελέχη της αγοράς να αποδίδουν το φαινόμενο σε μια σειρά από **παράγοντες**:

1. Οι διαφορετικές απαιτήσεις των πελατών

Το 33% των millennials, της γενιάς δηλαδή που γεννήθηκε μετά το 1980 και, άρα, έχει την κατάλληλη ηλικία να αποτελεί πελάτη μιας τράπεζας, θεωρεί ότι δεν τη χρειάζεται προκειμένου να πραγματοποιήσει τις συναλλαγές του.

Παράλληλα, περισσότεροι από τους μισούς (53%) θεωρούν ίδια όλα τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, ενώ 1 στους 3 δηλώνει ότι θα άλλαζε ευχαρίστως τράπεζα.

Το δεδομένο ότι η συγκεκριμένη γενιά θα ζήσει αρκετά χρόνια –μια και το ποσοστό των Ευρωπαίων που θα ξεπεράσουν τα 80 χρόνια ζωής θα ανέλθει σε 11,4% το 2050, από 4,8% το 2011– καθιστά επιτακτικό τον ψηφιακό μετασχηματισμό των τραπεζών, προκειμένου να δημιουργηθεί αξία για τους πελάτες.

2. Η ανάπτυξη της τεχνολογίας

Τη δυνατότητα να ανοίξουν λογαριασμό, επικοινωνώντας με ένα call center μέσω video, να λάβουν IBAN σε πραγματικό χρόνο και μία χρεωστική κάρτα τέσσερις ημέρες μετά παρέχει στους πελάτες της η N26 Bank.

Η N26 ξεκίνησε σαν fintech startup εταιρία και μέσα σε λίγους μήνες πήρε τραπεζική άδεια. Πλέον η N26 bank πρόκειται για μία γερμανική τράπεζα χωρίς φυσικά καταστήματα, το mobile application της οποίας παρέχει εξαιρετικό user experience, παρέχοντας καινοτόμες τραπεζικές υπηρεσίες σαν και αυτές που αναφέρθηκαν στην αρχή.

Μολονότι κάποιες από τις ελληνικές τράπεζες έχουν λανσάρει αντίστοιχες υπηρεσίες (το Λεφτά στο Λεπτό από την Πειραιώς, το Paf από τη Eurobank και το i-bank Pay από την Εθνική), το Fintech υπολείπεται στη χώρα μας.

3. Οι «χαλαροί» κανονισμοί

Οι κανονισμοί της Ευρωπαϊκής Επιτροπής υποβοηθούν τρίτες εταιρείες να δραστηριοποιηθούν στον κλάδο του Fintech.

Ειδικότερα, υπάρχει το Payment System Directive (PSD2), το οποίο υποδεικνύει τη χρήση Application Programming Interfaces (APIs), έτσι ώστε οι τράπεζες να «ανοίξουν τον εσωτερικό τους κόσμο» σε τεχνολογικές εταιρείες, οι οποίες θα λάβουν δεδομένα και λειτουργίες, για να τις παρέχουν στους πελάτες.

Επίσης, υπάρχει το Green Paper on Retail Financial Services, που ορίζει να πέσουν τα σύνορα στις χρηματοοικονομικές συναλλαγές. Αξίζει να επισημανθεί πως η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ζήτησε από την Ευρωπαϊκή Τραπεζική Ομοσπονδία να τοποθετηθεί στο κομμάτι του Fintech.

13.5. Ευρωπαϊκή οδηγία PSD2

Η αναθεωρημένη ευρωπαϊκή οδηγία της ΕΕ PSD2 προβλέπει το «άνοιγμα» της αγοράς ψηφιακών εφαρμογών στο χρηματοοικονομικό τομέα, στην οποία περιλαμβάνονται και οι εφαρμογές e-banking και mobile banking των τραπεζών.

Η ευρωπαϊκή οδηγία **PSD2** τέθηκε σε **ισχύ** στις **13 Ιανουαρίου 2018** και πρέπει **όλες** οι **εταιρείες** εντός της **ΕΕ** να **συμμορφωθούν** μέχρι το **Σεπτέμβριο του 2019** με τις εθνικές νομοθετικές και κανονιστικές διατάξεις σχετικά με την οδηγία. Σύμφωνα με τη νέα οδηγία, **ιδιωτικές εταιρείες** που λαμβάνουν τις σχετικές εγκρίσεις θα μπορούν να **προσφέρουν** στους καταθέτες **ενιαίες εφαρμογές πληρωμών**, στις οποίες θα περιλαμβάνονται τα στοιχεία των τραπεζικών τους λογαριασμών.

Επίσης, δεδομένης της ανάπτυξης του Internet of Things, οι **καταναλωτές** θα «**εξουσιοδοτούν**» τους ανεξάρτητους αυτούς παρόχους να **χρεώνουν κατευθείαν** τον τραπεζικό τους **λογαριασμό**, χωρίς να απαιτείται η χρήση καρτών ή e-banking, όπως γίνεται σήμερα.

Τέλος, τράπεζες και λοιποί χρηματοοικονομικοί παίκτες οφείλουν να δώσουν τα χέρια για την προώθηση του λεγόμενου «know your customer remotely». Να μπορεί, δηλαδή, ένας πελάτης να χρησιμοποιήσει έγγραφα που έχει καταθέσει σε μια τράπεζα όταν βρίσκεται σε κάποια άλλη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 14

FINTECH - ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

Εισαγωγή

Όπως αναφέρθηκε **Fintech** ονομάζουμε ένα **νέο οικονομικό κλάδο** ο οποίος **αφορά** την ανάπτυξη **μεθοδολογιών, υπηρεσιών και προϊόντων**, προκειμένου να γίνουν πιο αποδοτικές οι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες. Η χρήση, λοιπόν, των νέων τεχνολογιών και των σύγχρονων μέσων που παρέχονται σήμερα είναι βασική παράμετρος για το οικοσύστημα. Το **fintech επηρεάζει άμεσα τον τραπεζικό τομέα**, αλλά και άλλους τομείς, όπως τις ασφάλειες, το εμπόριο κ.ο.κ. Η FinTech πραγματικότητα δείχνει να έχει διεισδύσει και στο ελληνικό τραπεζικό σκηνικό, με τις τράπεζες, επιχειρώντας αφενός μεν να αναπτύξουν και να αξιοποιήσουν εφαρμογές στις τεχνολογίες των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, αφετέρου δε να αναδείξουν τη διαφορετικότητά τους.



Εθνική Τράπεζα και fintech

14.1. Be finnovative

14.1.1. Διεύθυνση Ψηφιακών Καναλιών

Η Διεύθυνση Ψηφιακών Καναλιών της Εθνικής Τράπεζας, κάτω από την «ομπρέλα» του **επιχειρηματικού επιταχυντή** σε θέματα **FinTech**, έχει δημιουργήσει ένα εργαστήριο καινοτομίας, με άξονα τον πειραματισμό και τη διερεύνηση ανάπτυξης σύγχρονων εφαρμογών και υπηρεσιών, το «**be finnovative**».

Απώτερος **στόχος** του **be finnovative innovation lab** είναι η ευρύτερη **υποστήριξη ομάδων και εταιριών** στο χώρο του **FinTech**, με **συμβουλές και καθοδήγηση** από έμπειρους **μέντορες**, η επιχειρηματική τους **ενδυνάμωση και επιτάχυνση**, με την ταυτόχρονη **δημιουργία** των απαιτούμενων **εμπορικών συνεργασιών**, που με τη σειρά τους θα οδηγήσουν στη **δημιουργία νέων** όσο και **σύγχρονων προϊόντων και υπηρεσιών** για τους **πελάτες** της.

14.1.2. Τι είναι το Be Finnovative

Το **be finnovative** είναι ένα **εξάμηνο πρόγραμμα επιχειρηματικής επιτάχυνσης**, που **υποδέχεται ομάδες με καινοτόμες ιδέες** και μεράκι και τους **δίνει τα εφόδια** να αποτιμήσουν εάν η **ιδέα** και το **προϊόν** τους μπορεί να είναι **βιώσιμο** και να **προχωρήσει** στην αγορά. Βασικό **κριτήριο** είναι η **αξιοποίηση fintech τεχνολογιών**

στην ανάπτυξη του επιχειρηματικού τους πλάνου. Η **Εθνική Τράπεζα** αναλαμβάνει αυτή την **πρωτοβουλία**, προκειμένου να **συμβάλει στην ανάπτυξη** ενός νέου **επιχειρηματικού οικοσυστήματος**, το οποίο θα έχει τη **δυνατότητα** να **χτίσει** και να εκμεταλλευτεί τις **νέες ευκαιρίες** που δημιουργούνται στον τομέα του **fintech**, **συμμετέχοντας ενεργά στη δημιουργία** νέων **καινοτόμων βιώσιμων επιχειρήσεων** και τελικά, στη βελτίωση της οικονομίας.

14.1.3. Crowdhackathon

Η **Εθνική Τράπεζα**, σε συνεργασία με την **Crowdpolicy**, για πρώτη φορά τον Απρίλιο του 2016, **διοργάνωσε** το μαραθώνιο προγραμματισμού «**Crowdhackathon**», με ενδιαφέρον στην **ώθηση εφαρμογών** και την επιχειρηματική καινοτομία στο **fintech**. Και στις τρεις διοργανώσεις, (NGB i-bank #fintech crowdhackathon και NGB i-bank #fintech2 crowdhackathon), κλήθηκαν **νέοι επιχειρηματίες, προγραμματιστές, αναλυτές, designers, στελέχη επικοινωνίας, marketing & εξυπηρέτησης πελατών, σύμβουλοι επιχειρήσεων, επαγγελματίες, φοιτητές** να λάβουν μέρος και να **συμβάλουν** στην **ανάπτυξη εφαρμογών**. Κατά τον **crowdhackathon** οι διαγωνιζόμενοι οργανώνονται σε **ομάδες**, προκειμένου, μέσα σε ένα συγκεκριμένο χρονικό πλαίσιο που δίνεται, να **αναπτύξουν** την **εφαρμογή** τους σε **βαθμό Minimum Viable Product MVP** ή/και επιχειρησιακές λύσεις για τον τομέα του **fintech**.

14.2. Διάθεση API για συναλλαγές

Κατά τα **crowdhackathon** οι ομάδες που συμμετείχαν είχαν πρόσβαση σε ανοιχτή Διασύνδεση Προγραμματισμού Εφαρμογών ή αλλιώς **Application Programming Interface (API)**. Τα **API** ουσιαστικά είναι «**αρχαία βιβλία**», που μπορούν να **ενσωματώσουν** οι ενδιαφερόμενοι στις **εφαρμογές** που **σχεδιάζουν**, δίχως ωστόσο να παρέχεται **ουσιαστική δυνατότητα εισόδου και γνώσης του κώδικα**. Χρησιμοποιούν δηλαδή τη λειτουργική υπηρεσία του κώδικα, χωρίς να γνωρίζουν ποιες ενέργειες αυτός πραγματοποιεί. Τα **API** που διατέθηκαν προέρχονται από την **Εθνική Τράπεζα**, την **IBM** και τη **Mastercard** και, επειδή πρόκειται για **ανοιχτές** διασυνδέσεις στον καθένα, ονομάζονται "**Open API**".

14.2.1. Developers' Portal

Σημαντικό είναι το γεγονός ότι η **Εθνική Τράπεζα** διαθέτει μέρος της λειτουργικότητας των συστημάτων της μέσω **API**. Τον Οκτώβριο του 2017 ξεκίνησε η λειτουργία του **Developers' Portal** (developer.nbg.gr). Το **Developers' Portal** αποτελεί έναν άρτια οργανωμένο και δομημένο **διαδικτυακό τόπο** της Τράπεζας, από τον οποίο είναι εφικτή η είσοδος σε μια σειρά από **API**, στο απαιτούμενο **documentation**, αλλά και σε **δοκιμαστικό περιβάλλον** (sandbox), ενώ ενθαρρύνεται η επικοινωνία των χρηστών μέσω **Forum**. Σήμερα η **Εθνική**, πέρα από την **ικανοποίηση** των απαιτήσεων **PSD2**, παρέχει για **τεχνολογικό πειραματισμό** και **εμπορική χρήση API** που καλύπτουν:

- ✓ Πληροφορίες και κινήσεις λογαριασμών
- ✓ Πληρωμές και μεταφορές χρημάτων
- ✓ Λειτουργίες digital wallet
- ✓ Υποστήριξη πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης (Social Network Platform)
- ✓ Οπτική αναγνώριση εγγράφων (OCR)
- ✓ Πληρωμές λογαριασμών κοινής ωφέλειας, τηλεπικοινωνιών κοκ. (Bill Payments)
- ✓ Συνεργασία εμπορικών συστημάτων (π.χ. ERPs, λογιστικά συστήματα, κοκ) με τα συστήματα της Τράπεζας (SMEs platform)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 15

Mobile Banking στην Εθνική



Mobile banking στην Εθνική

Η Εθνική Τράπεζα, αξιοποιώντας τις σύγχρονες τεχνολογίες, παρέχει τη δυνατότητα στους πελάτες της να πραγματοποιούν τις συναλλαγές τους μέσω των mobile εφαρμογών που διαθέτει.

15.1. SMS i-code

Η Εθνική Τράπεζα, αξιοποιώντας τη σύγχρονη τεχνολογία, παρέχει τη δυνατότητα να πραγματοποιούν οι πελάτες τις συναλλαγές τους μέσω των υπηρεσιών **i-bank Internet, Phone, Mobile Banking** εύκολα, γρήγορα και με ασφάλεια, με την εισαγωγή ενός κωδικού μιας χρήσης (SMS i-code), που αποστέλλεται με γραπτό μήνυμα SMS στο κινητό τηλέφωνο. Η υπηρεσία SMS i-code παρέχεται δωρεάν και διατίθεται **ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ** σε όλους τους χρήστες που κάνουν χρήση των υπηρεσιών i-bank:

- Ιδιώτες (Φυσικά Πρόσωπα) και
- Επιχειρηματικοί Χρήστες (Νομικά Πρόσωπα / θέσεις εργασίας επιχειρήσεων)

Η αποστολή SMS i-code πραγματοποιείται στο **κινητό τηλέφωνο** που **δηλώνεται** κατά την **εγγραφή** στην υπηρεσία. Οι υφιστάμενοι χρήστες i-bank Internet Banking, που έχουν ήδη ενεργή φυσική συσκευή i-code, μπορούν να χρησιμοποιούν και τους δύο τρόπους αυθεντικοποίησης στις συναλλαγές τους.

15.2. i-bank Alert

Τα πακέτα **i-bank Alert** παρέχουν άμεση ενημέρωση για τις κινήσεις των λογαριασμών και των καρτών των πελατών, με αποστολή e-mail ή/και SMS.

Η υπηρεσία είναι διαθέσιμη μέσω του **i-bank Internet Banking** σε φυσικά πρόσωπα και προσφέρει:

- ✓ τρία πακέτα, για να επιλέξει ο κάθε χρήστης ανάλογα με τις ανάγκες ενημέρωσης που έχει
- ✓ ειδοποιήσεις για τις κινήσεις των λογαριασμών που έχει συνδέσει στο **i-bank Internet Banking** και για τις συναλλαγές με τις πιστωτικές του ή **προπληρωμένες κάρτες** της Εθνικής Τράπεζας, όπως αυτός έχει επιλέξει
- ✓ ευελιξία στην ενημέρωση
- ✓ ασφάλεια στις συναλλαγές



Η υπηρεσία **i-bank Alert** διατίθεται μέσω του **i-bank Internet Banking Ιδιωτών**. Κάθε χρήστης μπορεί να εγγραφεί σε ένα από τα πακέτα της Υπηρεσίας, μεταβαίνοντας στην ενότητα ημερολόγιο/προφίλ και επιλέγοντας «Διαχείριση i-bank Alert». Η **Υπηρεσία Αποστολής Ειδοποιήσεων** για τις συναλλαγές της πιστωτικής κάρτας (SMS Alerts) **ενσωματώνεται** στην **Υπηρεσία i-bank Alert**.

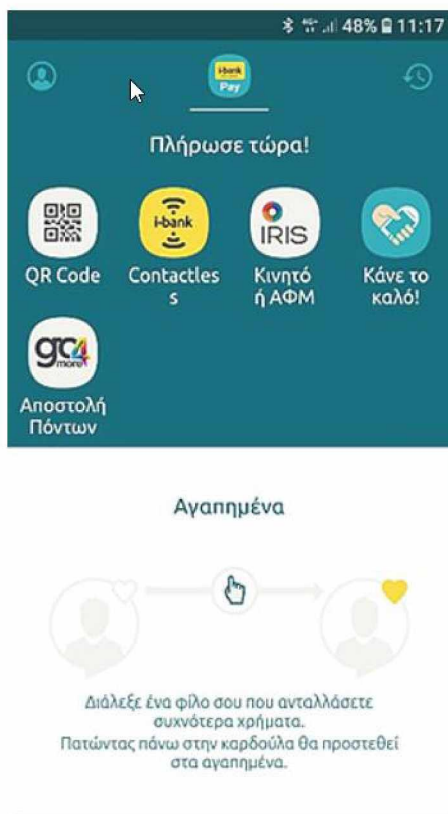
15.3. i-bank Pay

Τι είναι;



Το **i-bank Pay** είναι ένα ολοκληρωμένο σύστημα mobile πληρωμών και εισπράξεων, το νέο ηλεκτρονικό πορτοφόλι της Εθνικής Τράπεζας. Η υπηρεσία **αφορά** σε **ιδιώτες - πελάτες** που επιθυμούν να **μεταφέρουν μικροποσά** σε φίλους και **τηλεφωνικές επαφές** εύκολα και γρήγορα, χρησιμοποιώντας μόνο το smart phone/tablet τους. Πρόκειται για μία **πρωτοποριακή υπηρεσία** υπό **μορφή εφαρμογής** (application) για **έξυπνα κινητά** (android και iphone), όπου ο **χρήστης** καλείται να **συνδέσει τον τηλεφωνικό του αριθμό** (ή facebook προφίλ) με :

- ✓ ένα λογαριασμό Εθνικής ή με Visa prepaid έκδοσης ΕΤΕ
- ✓ Cosmote prepaid
- ✓ Αριθμό payband – wearable



και στη συνέχεια να πληρώνει εμπόρους οι οποίοι:

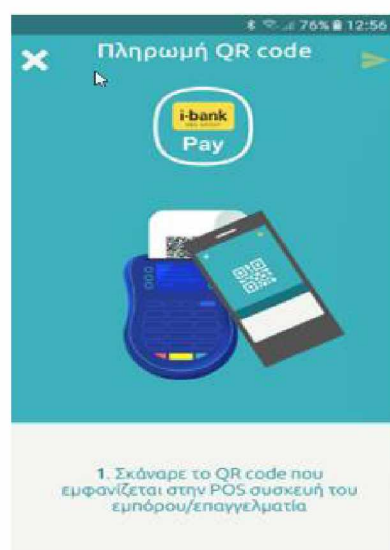
- ✓ είτε διαθέτουν POS της Εθνικής Τράπεζας και φέρει το σήμα i-bank Pay
- ✓ είτε είναι συνδεδεμένοι στην αντίστοιχη υπηρεσία (i-bank Pay4B)
- ✓ είτε είναι εγγεγραμμένοι στη διατραπεζική υπηρεσία IRIS Online Payments

αλλά και να ανταλλάσσει χρήματα και πόντους Go4more με φίλους, με τη χρήση των επαφών του τηλεφωνικού καταλόγου ή τη λίστα φίλων στο Facebook.

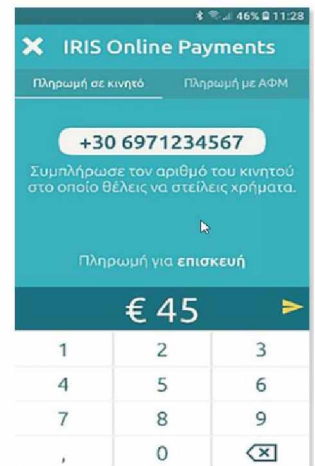
Πώς δουλεύει;

Η εφαρμογή **i-bank Pay** επιτρέπει στους χρήστες να **πληρώσουν** εύκολα, γρήγορα και με ασφάλεια σε **εμπόρους** (π.χ. καταστήματα, βενζινάδικα, περίπτερα, ακόμα και delivery) με **τρεις διαφορετικούς τρόπους, χτίζοντας** έτσι και το **αφορολόγητό** τους:

1. μέσω QR code που εκτυπώνεται από το POS του εμπόρου



2. Πληκτρολογώντας το ΑΦΜ ή το κινητό του εμπόρου, ανεξαρτήτως της τράπεζας στην οποία ο έμπορος διατηρεί λογαριασμό, μέσω της υπηρεσίας IRIS Online Payments



3. Πλησιάζοντας το τηλέφωνο / tablet στη συσκευή του εμπόρου. Τότε, οι συσκευές συνδέονται με τεχνολογία bluetooth και η πληρωμή ολοκληρώνεται αποκλειστικά μέσω της εφαρμογής, είτε μέσω της συσκευής i-bank Connector που διαθέτει ο έμπορος.



15.3.1. Μεταφορά σε φίλους

Για μεταφορά ποσών σε φίλους, η εφαρμογή κάνει χρήση της λίστας επαφών στο τηλέφωνο του χρήστη (ή και των φίλων του στο Facebook) και εντοπίζει αυτόματα όσους χρήστες είναι συνδεδεμένοι στην υπηρεσία της, προσθέτοντας το εικονίδιο της εφαρμογής στο ονοματεπώνυμό τους. Επίσης, η εφαρμογή εντοπίζει όσους χρήστες είναι εγγεγραμμένοι στη διατραπεζική εφαρμογή IRIS Online Payments και δίνει τη δυνατότητα μεταφοράς μικροποσών, ανεξάρτητα από την τράπεζα στην οποία διατηρεί λογαριασμό ο δικαιούχος. Δηλαδή, μπορούν να ανταλλάσσουν χρήματα όχι μόνο όσοι είναι εγγεγραμμένοι στο i-bank Pay, αλλά πλέον, διατραπεζικά, όσοι χρήστες είναι εγγεγραμμένοι στο IRIS Online Payments, χωρίς να γνωρίζουν το λογαριασμό του δικαιούχου, είτε αν τον έχουν στις τηλεφωνικές τους επαφές ή στη λίστα φίλων του Facebook, είτε απλά πληκτρολογώντας τον αριθμό του κινητού του.

Σημαντικό: Απαραίτητη προϋπόθεση είναι ο «Φίλος» να έχει δηλώσει και αυτός συμμετοχή στην εφαρμογή IRIS Online Payments για αποστολή ποσών σε άλλες τράπεζες, είτε μόνο στην πλατφόρμα i-bank Pay για μεταφορές εντός ΕΤΕ.

Διαδικασία μεταφοράς σε φίλους

Πληρωμή Φίλου

Όταν ο χρήστης επιλέγει ένα φίλο, καλείται να συμπληρώσει το ποσό που θέλει να πληρώσει τον φίλο του και τον λόγο της πληρωμής, πατώντας στο πεδίο «Πληρωμή για...».

Στη συνέχεια **επιβεβαιώνει** την **πληρωμή**, πατώντας το κίτρινο βέλος "**Αποστολή**" στην επάνω δεξιά πλευρά της προβολής.



Κατά την πληρωμή και κάτω από το ονοματεπώνυμο της επαφής εμφανίζονται τα πρώτα γράμματα από το όνομα και το επώνυμο του δικαιούχου και τα 3 τελευταία ψηφία του λογαριασμού πίστωσης.

Προσοχή: Πατώντας το κίτρινο βέλος "**Αποστολή**" και για ποσά **κάτω των 25,00 ευρώ**, η **πληρωμή γίνεται άμεσα, χωρίς i-code** και χωρίς να μεσολαβεί ενδιάμεση οθόνη επιβεβαίωσης όπως στο mobile banking. Επίσης, πληρωμή σε φίλο μπορεί να γίνει και πληκτρολογώντας τον αριθμό του κινητού του στην επιλογή Πληρωμή σε κινητό.

Όρια μεταφοράς

Τα χρηματικά όρια για πληρωμές προς επιχειρήσεις είναι ως εξής:

1. Χωρίς τη χρήση i-code:

✓ Όριο μεταφοράς προς φίλο: **25€** ανά συναλλαγή, με ημερήσιο όριο **75€**

✓ Όριο μεταφοράς προς επιχείρηση: **75€** ανά συναλλαγή, με ημερήσιο όριο **225€**

2. Με τη χρήση i-code:

✓ Ημερήσιο όριο μεταφοράς προς φίλο: **500€**

✓ Ημερήσιο όριο μεταφοράς προς επιχείρηση: **1500€**

✓ Ημερήσιο όριο συνδυαστικά, σε φίλους και επιχειρήσεις: **2000€**

15.4. My Bank



Η **υπηρεσία MyBank** αποτελεί μια **πανευρωπαϊκή υπηρεσία ηλεκτρονικών πληρωμών** για πληρωμές **αγορών ηλεκτρονικού εμπορίου** και **εξόφληση οφειλών μέσω διαδικτύου**. Η **πληρωμή** γίνεται μέσα από το **Internet Banking** της **Τράπεζας** που επιλέγει ο πελάτης, στο οποίο και θα πρέπει να είναι εγγεγραμμένος χρήστης.

Με τη νέα αυτή υπηρεσία μία **επιχείρηση** έχει τη **δυνατότητα να εισπράξει ηλεκτρονικά** από τους πελάτες της το **ποσό της συναλλαγής, μέσω των διατραπεζικών συστημάτων (ΔΙΑ.Σ.)**, στα οποία η **Εθνική Τράπεζα** έχει τη **δυνατότητα να εντάξει την επιχείρηση** ως «**Τράπεζα Οργανισμού**».



15.4.1. Τρόπος λειτουργίας

1. Ο πελάτης επιλέγει ως τρόπο πληρωμής το MyBank στην ιστοσελίδα της επιχείρησης και εν συνεχεία επιλέγει την τράπεζα με την οποία συνεργάζεται και έχει λογαριασμό Internet banking.
2. Ο πελάτης ταυτοποιείται σε πραγματικό χρόνο από το Internet Banking της τράπεζας που έχει επιλέξει και δίνει την εντολή για πληρωμή του ποσού της συναλλαγής προς την επιχείρηση.
3. Η διαθεσιμότητα των χρημάτων ελέγχεται σε πραγματικό χρόνο από την τράπεζα του πελάτη.
4. Η τράπεζα του πελάτη εγγυάται την πληρωμή προς την επιχείρηση.
5. Με την επιτυχή ταυτοποίηση του χρήστη από το Internet Banking της τράπεζας επιλογής, η επιχείρηση λαμβάνει άμεσα ενημέρωση ότι η πληρωμή έχει πραγματοποιηθεί και εν συνεχεία η πίστωση του

λογαριασμού της επιχείρησης θα γίνεται μέσω των διατραπεζικών συστημάτων στο λογαριασμό που τηρεί η επιχείρηση στην Εθνική Τράπεζα.

6. Όταν η πληρωμή ολοκληρωθεί επιτυχώς, η επιχείρηση θα λαμβάνει σε πραγματικό χρόνο ενημέρωση επιτυχούς εκτέλεσης της πληρωμής. Ο χρήστης μπορεί να εκτυπώσει επίσης και αποδεικτικό επιτυχούς ολοκλήρωσης.

15.4.2. Ποιοι συμμετέχουν



ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ



Στην υπηρεσία συμμετέχουν και οι 4 συστημικές Ελληνικές Τράπεζες, καθώς και ένας μεγάλος αριθμός ευρωπαϊκών Τραπεζών, μέσω των οποίων μπορούν να διενεργηθούν οι πληρωμές προς την επιχείρηση.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 16

ΕΞΑΠΛΩΣΗ ΧΡΗΣΗΣ SMARTPHONES

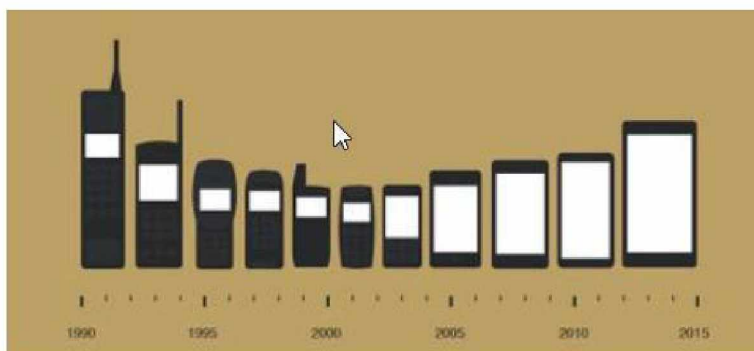


Εξάπλωση Χρήσης Smartphones



Η **εξάπλωση** των "έξυπνων" τηλεφώνων είναι γεγονός, όπως επίσης και η διείσδυσή τους στην **καθημερινότητα** όλων. Η **υιοθέτηση** και ο βαθμός **αξιοποίησής** τους διαφέρει για τον κάθε άνθρωπο, αλλά όλοι μπορούν να διευκολυνθούν από τη χρήση τους. Εξάλλου η τεχνολογία υπάρχει και είναι ουδέτερη. Ο τρόπος που χρησιμοποιείται της δίνει αρνητική ή θετική χροιά.

16.1. Εξέλιξη των smartphones



Τα κινητά τηλέφωνα πλέον έχουν πάψει να καλύπτουν την ανάγκη του ανθρώπου αποκλειστικά για επικοινωνία. Αρχικά ξεκίνησαν σαν φορητές συσκευές για τηλεφωνικές κλήσεις, αλλά με την πάροδο των ετών και τις τεχνολογικές εξελίξεις, έχουν εφαρμογή σε ολόένα και περισσότερους τομείς. Τα κινητά τηλέφωνα ονομάζονται πια έξυπνα τηλέφωνα (smartphones) και λειτουργούν πια

περισσότερο σαν υπολογιστές τσέπης παρά σαν τηλέφωνα.

How we use our smartphones

ACTIVITY BY AVERAGE TIME PER DAY



Ενώ τα κινητά τηλέφωνα κατασκευάστηκαν για να πραγματοποιούνται τηλεφωνικές κλήσεις, σήμερα είναι η πέμπτη σε σειρά προτεραιότητας ενέργεια που εκτελείται, όσον αφορά στο χρόνο χρήσης ενός κινητού τηλεφώνου (smartphone). Προηγούνται η χρήση Internet, τα κοινωνικά δίκτυα, η μουσική, τα παιχνίδια.

16.2. Νέες δυνατότητες αξιοποίησης smartphones

Από την απλή ανάγνωση ηλεκτρονικής αλληλογραφίας στο δρόμο, βιντεοκλήσεις, μέχρι και την ενημέρωση υπολοίπου τραπεζικών λογαριασμών, θα μπορούσε να πει κανείς ότι οι δυνατότητες με τη χρήση ενός smartphone είναι πέραν του δέοντος ικανοποιητικές για τους χρήστες τους. Δε σταματάνε όμως οι εκπλήξεις σε αυτό το σημείο. Στα smartphones (έξυπνες συσκευές) έχουν ήδη εμφανιστεί:

- ✓ Η **βιομετρική ταυτοποίηση**. Η αναγνώριση προσώπου, ίριδας ματιών, φωνής, δακτυλικών αποτυπωμάτων μέσω «έξυπνων» συσκευών θα γίνει συχνότερη και ταχύτερη.
- ✓ Η **ασύρματη φόρτιση**. Η φόρτιση κινητών και των άλλων gadgets θα κερδίσει έδαφος, όπως επίσης τα dongles, οι προσαρμογείς που συνδέουν τα κινητά και τους υπολογιστές με άλλα πράγματα.
- ✓ Τα **δίκτυα πέμπτης γενιάς (5G)**. Έως το τέλος του 2019 μπορεί να υπάρξουν τα πρώτα κινητά 5G και το Ίντερνετ 5G θα είναι δέκα φορές πιο γρήγορο από το 4G.
- ✓ Τα **ρομπότ λογισμικού (bots)**. Τα bots δε θα παρέχουν απλώς αυτοματοποιημένη εξυπηρέτηση εξ αποστάσεως, αλλά θα μουν για τα καλά στην οικιακή καθημερινότητα, δίνοντας συμβουλές του τύπου «είναι ώρα να πάρεις το φάρμακό σου» ή «μην το αγοράσεις αυτό γιατί θα ξεπεράσεις το πιστωτικό όριο της κάρτας σου».
- ✓ Σε «**Έξυπνα σπίτια**». Πρόκειται για διαχείριση έξυπνων συσκευών, όπου μπορεί ο χρήστης, μέσω του smartphone με πρόσβαση στο διαδίκτυο, να ενεργοποιήσει ηλεκτρικές συσκευές στο σπίτι του και να τις απενεργοποιήσει χωρίς να βρίσκεται στο χώρο.

16.3. Αύξηση χρήσης smartphones

Στην **Ελλάδα**, σύμφωνα με έρευνα,

- **66%** των ενηλίκων δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο (παγκόσμιος μέσος όρος 75%),
- **53%** ότι κατέχουν smartphone (παγκόσμιος μέσος όρος 59%) και
- **45%** ότι χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (παγκόσμιος μέσος όρος 53%).

Ωστόσο, το ποσοστό μεταξύ των νέων ηλικίας **18- 36 ετών**, που δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο ή έχουν smartphone, εκτινάσσεται σε **99%**, δημιουργώντας ένα χάσμα της τάξης του 47% από τους πολίτες ηλικίας 37 ετών και άνω. Επίσης, μεγάλες διαφορές καταγράφονται και ως προς το **επίπεδο εκπαίδευσης**. Έτσι, όσοι έχουν λίγη εκπαίδευση χρησιμοποιούν σε ποσοστό 54% το Διαδίκτυο, ενώ όσοι έχουν περισσότερη σε ποσοστό 95%, μια διαφορά 41 ποσοστιαίων μονάδων.

πηγή: Έρευνα Pew Research Center, 2017 («*Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ*», ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ 07.07.2018)



Το μερίδιο των ανθρώπων που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο ή κατέχουν ένα smartphone συνεχίζει να επεκτείνεται στον αναπτυσσόμενο κόσμο, ενώ παραμένει υψηλό στις ανεπτυγμένες χώρες. Την ίδια ώρα, οι άνθρωποι στις αναδυόμενες και αναπτυσσόμενες αγορές προσεγγίζουν γρήγορα τα επίπεδα που παρατηρούνται σε πιο προηγμένες οικονομίες ως προς τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Επιπλέον, καθώς οι άνθρωποι στις προηγμένες οικονομίες φτάνουν στα ανώτερα όρια της διείσδυσης του Διαδικτύου, το ψηφιακό χάσμα συνεχίζει να περιορίζεται ανάμεσα σε πλούσιες και αναπτυσσόμενες χώρες. Όπως προκύπτει από έρευνα του PEW Research Center, τα τελευταία πέντε χρόνια σημειώθηκε σταθερή αύξηση στη χρήση του Διαδικτύου μεταξύ των αναδυόμενων και αναπτυσσόμενων οικονομιών, ενώ μεταξύ των ανεπτυγμένων παρέμεινε σχετικά σταθερή. Παρόμοια είναι η τάση τόσο στην κατοχή smartphone, όσο και στη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Παρά την αυξανόμενη χρήση του διαδικτύου και την ιδιοκτησία smartphone, ο κόσμος παραμένει ψηφιακά διαιρεμένος. Εξακολουθεί να ισχύει, για παράδειγμα, ότι οι άνθρωποι στις πλουσιότερες χώρες έχουν υψηλότερα ποσοστά χρήσης του διαδικτύου και ιδιοκτησίας smartphone. Ωστόσο, μεταξύ των ανθρώπων που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο, οι χρήστες σε αναπτυσσόμενες χώρες συχνά αποδεικνύεται πιο πιθανό να δικτυωθούν μέσω πλατφορμών όπως το Facebook και το Twitter.

Και εντός των χωρών, οι ψηφιακές διαιρέσεις παραμένουν. Η ηλικία, η εκπαίδευση, το εισόδημα και σε ορισμένες περιπτώσεις το φύλο εξακολουθεί να διαφοροποιεί το ποιος χρησιμοποιεί το διαδίκτυο και ποιος δεν το κάνει, ποιος είναι ενεργός στα κοινωνικά μέσα και ποιος είναι ανενεργός.

Η έρευνα του Pew Research Center διεξήχθη σε 37 χώρες από τις 16 Φεβρουαρίου έως τις 8 Μαΐου 2017, μεταξύ 40.448 ερωτηθέντων. Περιλαμβάνει επίσης ανάλυση από τις έρευνες του ίδιου Κέντρου που διεξήχθησαν στις Ηνωμένες Πολιτείες μεταξύ 2.002 ατόμων το 2018 και στην Κίνα μεταξύ 3.154 ατόμων το 2016.

Διαδίκτυο

Ενώ το χάσμα στη χρήση του Διαδικτύου μεταξύ αναδυόμενων και προηγμένων οικονομιών έχει μειωθεί τα τελευταία χρόνια, εξακολουθεί να υπάρχει μεγάλος αριθμός ανθρώπων που δεν το χρησιμοποιούν.

Τα ποσοστά διείσδυσης του Διαδικτύου -όπως μετράται από τη χρήση του ή την ιδιοκτησία smartphone- παραμένουν υψηλά στη Βόρεια Αμερική και σε μεγάλο μέρος της Ευρώπης, καθώς και σε μέρη της Ασίας-Ειρηνικού. Μεταξύ των χωρών που ερωτήθηκαν (μέσος όρος 75%), η Νότια Κορέα ξεχωρίζει ως η πλέον

συνδεδεμένη κοινωνία, με χρήση από το 96% των ενηλίκων. Ακολουθούν η Ολλανδία και η Αυστραλία (από 93%), η Σουηδία (92%), ο Καναδάς (91%), οι ΗΠΑ (89%), το Ισραήλ και η Βρετανία (88%), η Γαλλία, η Γερμανία και η Ισπανία (από 87%). Στον αντίποδα, η Ινδία και η Τανζανία, με 25% των ενηλίκων να δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο, βρίσκονται στην τελευταία θέση και ακολουθούν η Κένυα και η Γκάνα (από 39%), η Νιγηρία (42%), η Τυνησία (44%), η Σενεγάλη (46%), οι Φιλιππίνες (56%), η Νότια Αφρική (59%), το Βιετνάμ και το Περού (από 64%).

Το παγκόσμιο ψηφιακό χάσμα είναι σε μεγάλο βαθμό ζήτημα οικονομικό. Οι πλουσιότερες χώρες, μετρούμενες βάσει του κατά κεφαλήν Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος, τείνουν να έχουν υψηλότερα ποσοστά χρήσης του Διαδικτύου, ενώ οι φτωχότερες χώρες τείνουν να έχουν χαμηλότερα ποσοστά.

Αυτό το πρότυπο είναι συνεπές σε προηγούμενες έρευνες και παραμένει σήμερα, τόσο για τη χρήση του Διαδικτύου όσο και για την ιδιοκτησία smartphone.

Smartphones

Τα smartphones -τα κινητά τηλέφωνα που μπορούν να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και τις εφαρμογές πρόσβασης σε αυτό- είναι πολύ κοινά σε όλο τον κόσμο. Από όλους τους ερωτηθέντες και στις 39 χώρες της έρευνας, 59% ανέφεραν ότι διαθέτουν ένα smartphone. Μόνον 8% αναφέρουν ότι δεν έχουν καθόλου συσκευή κινητής τηλεφωνίας.

Το πρότυπο της ιδιοκτησίας smartphone είναι παρόμοιο με τη χρήση του Διαδικτύου, καθώς οι άνθρωποι σε πλουσιότερες χώρες παρουσιάζουν υψηλότερα ποσοστά ιδιοκτησίας. Αλλά το χάσμα στην ιδιοκτησία smartphone είναι μικρότερο από ό,τι στο παρελθόν, καθώς πολλοί, ειδικά στις αναπτυσσόμενες χώρες, παραλείπουν τα σταθερά τηλέφωνα και επιλέγουν να αποκτήσουν, απευθείας, συσκευή κινητής τηλεφωνίας. Από τις χώρες που ρωτήθηκαν, τους περισσότερους ενήλικες που δηλώνουν ότι κατέχουν smartphone έχει η Νότια Κορέα, με ποσοστό που φθάνει το 94%. Ακολουθούν το Ισραήλ (83%), η Αυστραλία (82%), η Ολλανδία, η Σουηδία και ο Λίβανος (από 80%), η Ισπανία (79%), οι ΗΠΑ (77%) και η Ιορδανία (76%). Τους λιγότερους ενήλικες που δηλώνουν ότι κατέχουν smartphone, έχουν η Τανζανία (13%), η Ινδία (22%), η Ινδονησία (27%), η Κένυα (30%), η Σενεγάλη (34%), η Γκάνα (35%), η Βενεζουέλα (38%), το Περού (41%) και το Μεξικό (42%).

Μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Τα social media είναι δημοφιλή μεταξύ πολλών χρηστών του Διαδικτύου και τα ποσοστά χρήσης είναι υψηλά, τόσο σε πολλές από τις εξελιγμένες οικονομίες, όσο και σε αναδυόμενες και αναπτυσσόμενες οικονομίες, όπως προκύπτει από την έρευνα του Κέντρου PEW. Για παράδειγμα, με παγκόσμιο μέσο όρο στο 53%, το 75% των ενηλίκων Ιορδανών λένε ότι χρησιμοποιούν τα social media. Αυτό σημαίνει ότι από τους οκτώ στους δέκα Ιορδανούς που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο, 94% δραστηριοποιούνται σε πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Αντίθετα, σε ορισμένες χώρες με υψηλά ποσοστά χρήσης του Διαδικτύου, σχετικά μικρά μερίδια ενηλίκων αναφέρουν ότι χρησιμοποιούν τα social media. Στη Γερμανία, για παράδειγμα, όπου 87% των ανθρώπων χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο, λιγότερο από το ήμισυ λένε ότι χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Έτσι, η Ιορδανία με 75% των ενηλίκων να δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν τα social media βρίσκεται πρώτη στην κατάταξη των χωρών που καλύπτει η έρευνα. Ακολουθούν ο Λίβανος (72%), οι ΗΠΑ, η Ν. Κορέα και η Αυστραλία (από 69%), το Ισραήλ και ο Καναδάς (από 68%), η Σουηδία (67%), η Ρωσία (66%) και η Αργεντινή (65%). Οι λιγότεροι ενήλικες που χρησιμοποιούν πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης καταγράφηκαν σε Τανζανία και Ινδία (από 20%), Ινδονησία (26%), Κένυα (30%), Γκάνα (32%), Σενεγάλη και Νιγηρία (από 35%), Τυνησία (38%), Ιαπωνία (39%) και Γερμανία (40%).

16.4. Τρόποι αξιοποίησης

Στην ζωή των ανθρώπων και την πολυάσχολη καθημερινότητά τους χρειάζεται σωστή οργάνωση και καλός προγραμματισμός, στοιχεία απαραίτητα για την αποτελεσματική διεκπεραίωση των δραστηριοτήτων τους. Ένα smartphone δίνει λύσεις και διευκολύνει την καθημερινότητα. Είναι τόσα πολλά πια αυτά που μπορεί να πραγματοποιήσει κάποιος από ένα smartphone και με τόσους

διαφορετικούς τρόπους, ώστε να έχουν εισχωρήσει σημαντικά στην ζωή των ανθρώπων. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί σαν υπολογιστής τσέπης όπου και αν βρίσκεται κάποιος.

Παρακάτω παρουσιάζονται μερικοί λόγοι για την **αναγκαιότητα** του smartphone και μερικές ανάγκες που καλύπτονται από τις λειτουργίες του:

Συνδεσιμότητα: σύνδεση και συγχρονισμός σε οποιαδήποτε εφαρμογή, αλλά και επικοινωνία χωρίς τη χρήση τηλεφωνικών δικτύων, αρκεί να υπάρχει σύνδεση με το διαδίκτυο.

Αποτελεσματικότητα: πολλές εργασίες πραγματοποιούνται πιο γρήγορα ακόμα και από υπολογιστή και με μεγαλύτερη ευκολία.

Λειτουργικότητα: προσφέρονται πάρα πολλές διαφορετικές λειτουργίες σε μία συσκευή όπως: τηλεφωνία, αποθήκευση, φωτογράφιση, GPS, internet surfing, καταγραφές δραστηριοτήτων.

Διασκέδαση: πρόσβαση σε μουσική, ταινίες, παιχνίδια.

16.5. Πρόκληση για τις τράπεζες

Ποια είναι η μεγαλύτερη πρόκληση για τις τράπεζες; *

Η μεγαλύτερη πρόκληση για τις τράπεζες τώρα είναι η δυνατότητα χρήσης των δεδομένων που ήδη έχουν και αντί για τη δημιουργία αναφορών για εσωτερική χρήση, να αξιοποιήσουν αυτά τα δεδομένα για τη δημιουργία εξαιρετικών εμπειριών για τον πελάτη. Πάντα είχαμε πλούτο δεδομένων, πάντα είχαμε την εμπιστοσύνη του πελάτη, τώρα είναι η ώρα να αξιοποιήσουμε την εμπιστοσύνη και τα δεδομένα για τη δημιουργία καλύτερης εμπειρίας στους πελάτες. Αυτή η εμπειρία θα χτιστεί γύρω από τα ψηφιακά κανάλια παρά από τα κανάλια που συνήθως χρησιμοποιούσαμε. Ο μόνος τρόπος να επιβιώσει η λιανική τραπεζική είναι να κάνει αυτές τις μεταρρυθμίσεις στη χρήση των δεδομένων, έτσι ώστε να μοιάζει ή να αναπαράγει τον ίδιο τύπο εμπειρίας που ήδη βιώνουν οι πελάτες μέσω ανταγωνιστικών ψηφιακών πωλητών και καναλιών. Οι πελάτες απαιτούν υψηλότερο επίπεδο υπηρεσιών, υψηλότερο επίπεδο εξατομίκευσης και καλύτερη κατανόηση των προσωπικών αναγκών τους από τους οικονομικούς οργανισμούς. Τα οικονομικά ιδρύματα δεν μπορούν να το πραγματοποιήσουν, χωρίς να αξιοποιήσουν τα δεδομένα που ήδη έχουν ή χωρίς να βρουν νέα δεδομένα και ουσιαστικά να τα χρησιμοποιήσουν, για να βελτιώσουν δραματικά την εμπειρία του πελάτη.

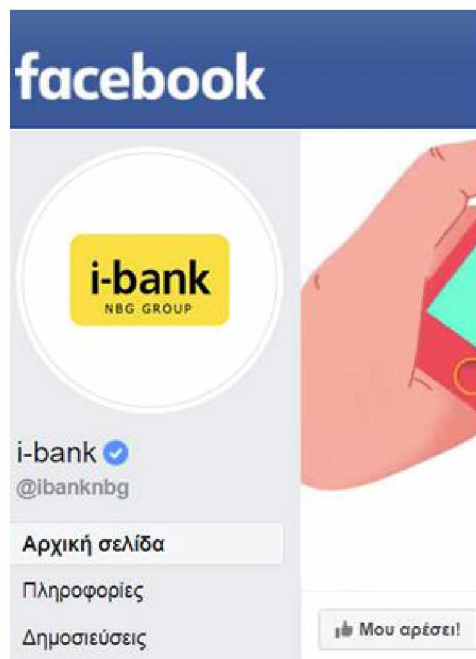
* απόσπασμα από συνέντευξη που έδωσε ο **Jim Marous** (digital banking report - USA) στο συνέδριο EfmaDS 2017 στο Λονδίνο

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 17

ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ

Η **Εθνική Τράπεζα**, ακολουθώντας τις εξελίξεις και την καινοτομία, έχει κάνει αισθητή την παρουσία της και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, διατηρώντας λογαριασμούς στα πιο γνωστά και με πολύ μεγάλο αριθμό χρηστών δίκτυα. Οι λογαριασμοί αυτοί διαχειρίζονται από τη **Διεύθυνση Marketing & Επικοινωνίας Ομίλου**.

17.1. Facebook



Μέσω του πιο διαδεδομένου κοινωνικού δικτύου, του Facebook, η Εθνική Τράπεζα με το λογαριασμό που διατηρεί, ενημερώνει με αναρτήσεις τους ακόλουθούς της για νέες προωθητικές ενέργειες, καμπάνιες, συμμετοχές της τράπεζας σε δράσεις όπως:

- το Act4greece
- τον Αυθεντικό Μαραθώνιο της Αθήνας
- χορηγίες και την έμπρακτη στήριξη σε αθλητές
- διαγωνισμούς που συμμετέχει
- δράσεις που διοργανώνει, αλλά και
- κοινοποιήσεις αναρτήσεων (repost) που αφορούν την Εθνική Τράπεζα

Ακόμα μέσα από τη σελίδα του i-bank στο Facebook μαθαίνουν οι ακόλουθοι (πάνω από 30.000) τα τελευταία νέα από το χώρο της τεχνολογίας, της καινοτομίας και της νεανικής επιχειρηματικότητας και ενημερώνονται για τις εκδηλώσεις

στα i-bank store και τις πιο πρόσφατες εξελίξεις του Διαγωνισμού «Καινοτομίας και Τεχνολογίας».

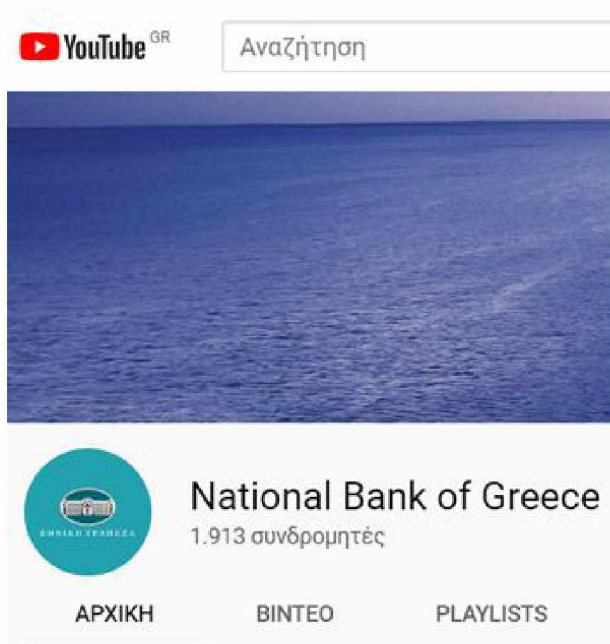
17.2. Twitter



Η τράπεζα διατηρεί λογαριασμό στο twitter από το Νοέμβριο του 2012. Μέχρι στιγμής τα tweets της Εθνικής ξεπερνούν τα 2.000 και αφορούν:

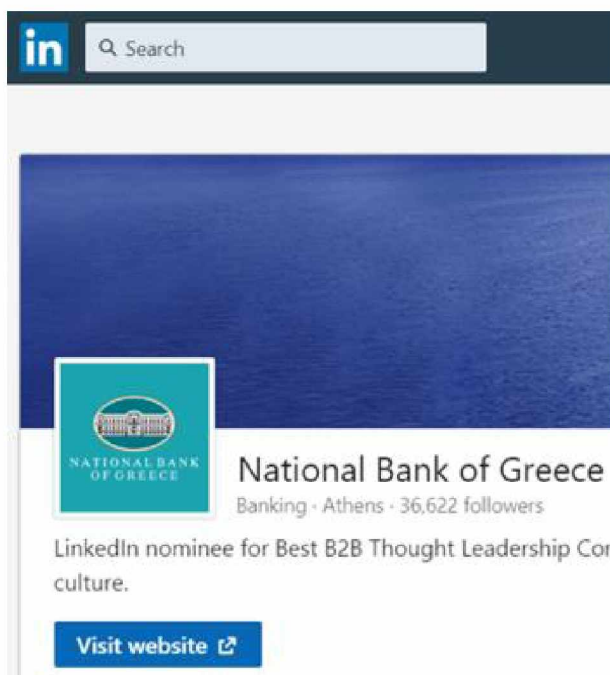
- Σημαντικές εξελίξεις για την οικονομία και τα χρηματοοικονομικά
- Νέα τραπεζικά προϊόντα ή προώθηση των υφιστάμενων υπηρεσιών
- Καμπάνιες και δράσεις για προγράμματα που διενεργεί ή συμμετέχει η τράπεζα
- Ανακοινώσεις για τυχόν εργασίες που θα πραγματοποιηθούν στα σημεία εξυπηρέτησης (ηλεκτρονικά και φυσικά)

17.3. YouTube



Η τράπεζα στο λογαριασμό που διατηρεί στο Youtube κοινοποιεί όλα τα σποτ που παίζουν (τηλεοπτικά, internet videos) κατά την περίοδο μίας διαφημιστικής καμπάνιας και έκτοτε παραμένουν αναρτημένα στο κανάλι της στο Youtube. Επίσης ανεβάζει υλικό σε μορφή video από προγράμματα καινοτομίας με άτομα που παίρνουν μέρος σε αυτά και τα οποία μοιράζονται τις εμπειρίες που αποκόμισαν από τη συμμετοχή τους. Ακόμα αναρτώνται και συνεντεύξεις στελεχών της Εθνικής και δηλώσεις τους στα Media που αφορούν δράσεις της Εθνικής τράπεζας. Τα video που ανεβάζουν στο κανάλι του Youtube είναι αυτά που κοινοποιούνται, στην πλειοψηφία των περιπτώσεων, από τα υπόλοιπα κοινωνικά δίκτυα.

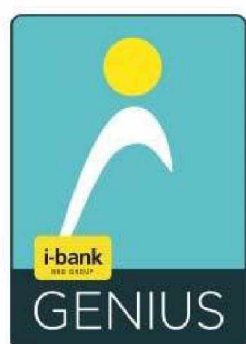
17.4. LinkedIn



Ο λογαριασμός της τράπεζας στο κοινωνικό δίκτυο LinkedIn αριθμεί πάνω από 20.000 ακόλουθους, οι οποίοι ενημερώνονται με αναρτήσεις από την τράπεζα για θέματα όπως:

- Νέα και εξελίξεις από την παγκόσμια οικονομία και την επενδυτική κοινότητα
- Αποτελέσματα ερευνών και οικονομικά στοιχεία
- Προωθητικές ενέργειες των υφιστάμενων υπηρεσιών
- Δράσεις προγραμμάτων που συμμετέχει η τράπεζα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 18 I-BANK GENIUS



Έναρξη ενότητας →

Εισαγωγή

Μια ακόμα πρωτοβουλία που συνδράμει στη μετάβαση στην ψηφιακή εποχή είναι η δημιουργία της ομάδας i-bank genius. Μία ομάδα εθελοντών από όλους τους χώρους της Τράπεζας που λειτουργεί με σκοπό:

- ✓ Την εξάπλωση της χρήσης και την αξιοποίηση των δυνατοτήτων των ψηφιακών καναλιών
- ✓ Την αποφόρτιση των ταμείων από πληθώρα συναλλαγών και
- ✓ Την προβολή του σύγχρονου και καινοτόμου προσώπου της Εθνικής

Το i-bank genius φιλοδοξεί να γίνει καταλύτης στη διαμόρφωση κουλτούρας χρήσης των ψηφιακών καναλιών της Τράπεζας, τόσο σε συναδέλφους όσο και σε πελάτες, για την κάλυψη κάθε μικρής και μεγάλης ανάγκης.

Στο πλαίσιο, λοιπόν, των δράσεων i-bank που πραγματοποιούνται από την τράπεζα για:

- ✓ τη διεύρυνση της χρήσης νέων τεχνολογιών
 - ✓ την εξοικείωση του κοινού με τα ηλεκτρονικά κανάλια εξυπηρέτησης συναλλαγών
- σχεδιάζεται η δημιουργία μίας εθελοντικής ομάδας «πρεσβευτών» της τράπεζας, με στόχο την καλλιέργεια κουλτούρας πραγματοποίησης συναλλαγών ηλεκτρονικά, χωρίς μετρητά, τόσο από την πελατεία όσο και από το προσωπικό.

18.1. Ομάδες πληρωμών και ηλεκτρονικά κανάλια εξυπηρέτησης

Πίνακας συναλλαγών

Ομάδες πληρωμών και ηλεκτρονικά κανάλια εξυπηρέτησης

Ομάδες Πληρωμών	Κανάλια Ηλεκτρονικής Εξυπηρέτησης i-bank										
	ATM	APS	Internet Banking	Mobile Banking	Phone Banking	Simple pay.gr	i-bank pay/ i-bank pay 4business	POS/ mPOS	e-Commerce	MyBank	Πάγιες Εντολές
Πληρωμή λογαριασμών	■	■	■	■	■	■					■
Πληρωμή υποχρεώσεων προς τρίτους	■	■	■	■	■		■	■			■
Πληρωμή υποχρεώσεων προς το Δημόσιο	■	■	■	■	■	■		■			
Μικροοφειλές προς τρίτους φίλους ή συγγενείς			■	■	■		■				
Αγορές αγαθών και υπηρεσιών							■	■	■	■	

18.2. Κανάλια ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης

18.2.1. ATM



Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες i-bank της Εθνικής Τράπεζας είναι στη διάθεσή του πελάτη παντού και πάντα, σε σημεία εύκολης και συχνής πρόσβασης, στις μεγάλες πόλεις και στην υπόλοιπη Ελλάδα, μέσω του δικτύου ATM.

Το δίκτυο ATM φέρνει την Τράπεζα κοντά στον πελάτη 24 ώρες το 24ωρο, καθώς μπορεί να πραγματοποιήσει ένα ευρύ φάσμα συναλλαγών με τη χρήση της τραπεζικής του κάρτας και

του Προσωπικού Κωδικού Αριθμού (PIN) που αντιστοιχεί σε αυτή:

- ✓ Πληροφόρηση: για τους λογαριασμούς και τις πιστωτικές κάρτες
- ✓ Συναλλαγές: ανάληψη μετρητών, μεταφορές /εμβάσματα, πληρωμές Δημοσίου /Εταιρειών κ.ά.

Οι διαθέσιμες συναλλαγές εξαρτώνται από το είδος της κάρτας.

Το δίκτυο ATM προσφέρει:

- ✓ Άμεση κάλυψη των καθημερινών τραπεζικών υποχρεώσεων των πελατών.
- ✓ Υψηλό επίπεδο ασφάλειας, με 24ωρη παρακολούθηση της ομαλής διεκπεραίωσης των συναλλαγών.
- ✓ Οικονομία, με μηδενικές ή πολύ χαμηλές χρεώσεις.

Οι τραπεζικές κάρτες που εξυπηρετούνται μέσω του δικτύου ATM της Εθνικής Τράπεζας είναι:

- ✓ έκδοσης Εθνικής Τράπεζας: ΕΘΝΟCASH PLUS & Πιστωτικές Κάρτες
- ✓ έκδοσης άλλων τραπεζών εσωτερικού (ΔΙΑ.Σ.) και εξωτερικού (Cirrus / Maestro / VISA)

18.2.2. APS



Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες i-bank της Εθνικής Τράπεζας παρέχουν τη δυνατότητα να πραγματοποιεί κάποιος συναλλαγές, ακόμα και αν δεν είναι πελάτης της Τράπεζας, μέσω των Κέντρων Αυτόματων Πληρωμών (ΚΑΠ). Μέσω του δικτύου των Κέντρων Αυτόματων Πληρωμών (ΚΑΠ) παρέχεται η δυνατότητα άμεσης πληρωμής των οφειλών των πελατών και διενέργειας κατάθεσης σε λογαριασμό

της Εθνικής Τράπεζας με μετρητά.

Με τη χρήση των Κέντρων Αυτόματων Πληρωμών (ΚΑΠ) εξασφαλίζεται:

- ✓ άμεση διεκπεραίωση των καθημερινών υποχρεώσεων των πελατών, χωρίς να απαιτείται να έχουν λογαριασμό ή πιστωτική κάρτα στην Εθνική Τράπεζα
- ✓ ευκολία και ασφάλεια στις συναλλαγές τους και
- ✓ εξοικονόμηση πολύτιμου χρόνου.

18.2.3. Internet Banking



Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες i-bank της Εθνικής Τράπεζας είναι στη διάθεση του πελάτη παντού και πάντα, από οποιοδήποτε σημείο υπάρχει σύνδεση στο Internet, μέσω του Internet Banking.

Το Internet Banking φέρνει την Τράπεζα κοντά στον πελάτη 24 ώρες το 24ωρο, καθώς παρέχει σχεδόν όλες τις δυνατότητες που έχει ο πελάτης και στα καταστήματα της Τράπεζας, από τον υπολογιστή του:

- ✓ Πληροφόρηση: για τους λογαριασμούς, τις πιστωτικές κάρτες ή τα δάνεια
- ✓ Συναλλαγές: μεταφορές / εμβάσματα, πληρωμές Δημοσίου / Εταιρειών, χρηματιστηριακές συναλλαγές, πάγιες εντολές σε λογαριασμούς Εθνικής Τράπεζας κ.ά.

Επιπλέον, μέσω του Internet Banking υπάρχει δυνατότητα:

- ✓ διενέργειας συναλλαγών Διαχείρισης Προφίλ και Ασφάλειας, όπως αλλαγή Password, σύνδεση / αποσύνδεση / φιλικές ονομασίες λογαριασμών κ.ά.
- ✓ εγγραφής στην Υπηρεσία Ειδοποιήσεων (ETE Alerts)
- ✓ ενημέρωσης για τους πόντους στο Πρόγραμμα Συνολικής Επιβράβευσης go4more

Το Internet Banking προσφέρει:

- ✓ άμεση κάλυψη των καθημερινών, τραπεζικών υποχρεώσεων
- ✓ προηγμένες και πρωτοποριακές μεθόδους διασφάλισης των συναλλαγών
- ✓ ευελιξία στην εξυπηρέτηση όλο το 24ωρο
- ✓ οικονομία, με μηδενικές ή πολύ χαμηλές χρεώσεις.

18.2.4. Mobile Banking



Το Mobile Banking φέρνει την Τράπεζα κοντά στον πελάτη 24 ώρες το 24ωρο, καθώς παρέχει πρόσβαση σε μία ευρεία γκάμα υπηρεσιών και συναλλαγών:

Πληροφόρηση: Για τους λογαριασμούς, τις πιστωτικές και χρεωστικές κάρτες, τα δάνεια και τις προθεσμιακές καταθέσεις, αλλά και τα πλησιέστερα στον πελάτη Καταστήματα ή ΑΤΜ της Εθνικής Τράπεζας.

Συναλλαγές: Μεταφορές χρημάτων σε λογαριασμούς Εθνικής και άλλων τραπεζών στην Ελλάδα και το εξωτερικό, πληρωμές Δημοσίου / Ενέργειας / Ύδρευσης / Τηλεπικοινωνιών / Ασφαλειών / Δωρεών / Λοιπών Εταιρειών, πιστωτικών καρτών Εθνικής Τράπεζας και άλλων τραπεζών, για χρηματιστηριακές συναλλαγές κ.ά. (οι συναλλαγές αυτές μπορούν να διενεργηθούν εφόσον δεν έρχονται σε αντίθεση με όσα προβλέπονται από το εκάστοτε ισχύον νομοθετικό και κανονιστικό πλαίσιο).

Επιπλέον, το i-bank Mobile Banking προσφέρει:

- ✓ άμεση διενέργεια των καθημερινών, τραπεζικών υποχρεώσεων σε ελάχιστο χρόνο
- ✓ υψηλό επίπεδο ασφάλειας στις συναλλαγές, καθώς δεν αποθηκεύονται πληροφορίες των συναλλαγών στο κινητό τηλέφωνο
- ✓ ευελιξία στην εξυπηρέτηση όλο το 24ωρο, από οποιοδήποτε σημείο στην Ελλάδα ή το εξωτερικό, ακόμη και εν κινήσει και
- ✓ οικονομία, με μηδενικές ή πολύ χαμηλές χρεώσεις.

18.2.5. Phone Banking



Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες i-bank της Εθνικής Τράπεζας είναι στη διάθεση του πελάτη παντού και πάντα, από οποιοδήποτε τηλέφωνο, σταθερό ή κινητό, μέσω του Phone Banking.

Το Phone Banking φέρνει την Τράπεζα κοντά στον πελάτη 24 ώρες το 24ωρο, καθώς παρέχει σχεδόν όλες τις δυνατότητες που έχει ο πελάτης και στα Καταστήματα της Τράπεζας, με ένα απλό τηλεφώνημα:

- ✓ Πληροφόρηση: για τους λογαριασμούς, τις πιστωτικές κάρτες ή τα δάνεια
- ✓ Συναλλαγές: μεταφορές / εμβάσματα, πληρωμές Δημοσίου / Εταιρειών, χρηματιστηριακές συναλλαγές, πάγιες εντολές κ.ά.

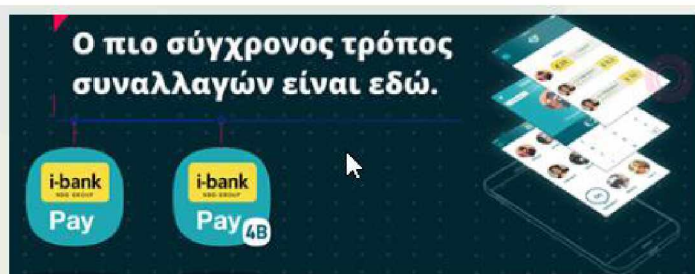
Επιπλέον, μέσω του Phone Banking παρέχεται η δυνατότητα:

- Διενέργειας συναλλαγών διαχείρισης προφίλ και ασφάλειας:
- ✓ κλείδωμα της φυσικής συσκευής i-code
- ✓ σύνδεση / αποσύνδεση λογαριασμών και χρηματιστηριακών κωδικών κ.ά.
- Εγγραφής στην Υπηρεσία Ειδοποιήσεων (ETE Alerts) για συναλλαγές με χρήση πιστωτικής κάρτας έκδοσης Εθνικής Τράπεζας.

Με το Phone Banking δε χρειάζεται πλέον να ανησυχεί ο πελάτης αν ξεχάσει μία τραπεζική υποχρέωση ή δεν έχει κοντά του Internet, Κατάστημα ή ATM: Όπου και αν βρίσκεται, όποια ώρα και αν είναι, ένα τηλεφώνημα του «λύνει» τα χέρια, με τα μοναδικά πλεονεκτήματα που παρέχουν οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες i-bank.

18.2.6. i-bank Pay / i-bank Pay 4business

Τώρα με το i-bank Pay από την Εθνική Τράπεζα, οι συναλλαγές γίνονται από το κινητό του πελάτη άμεσα, γρήγορα και απλά, χωρίς να χρειάζεται να γνωρίζει αριθμούς τραπεζικών λογαριασμών:



- ✓ πληρωμές σε εμπόρους και επαγγελματίες (καταστήματα, καφέ, σουπερμάρκετ, περίπτερα, ακόμα και delivery) σε περισσότερα από 40.000 σημεία με το σήμα i-bank Pay ή i-bank POS
- ✓ μεταφορές χρημάτων στους φίλους από τις επαφές του τηλεφωνικού καταλόγου ή από το Facebook
- ✓ διατραπεζικές μεταφορές χρημάτων σε φίλους ή επαγγελματίες, μέσω της υπηρεσίας IRIS online payments

- ✓ δωρεές σε Κοινοφελή Ιδρύματα, Φορείς και Οργανισμούς, στέλλοντας με μία κίνηση το χρηματικό ποσό που επιθυμεί ο πελάτης.

Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί ότι με αγορές μέσω i-bank Pay χτίζεται και το αφορολόγητο.

Για να χρησιμοποιήσει κάποιος το i-bank Pay θα πρέπει να είναι χρήστης του **i-bank Internet Banking** της Εθνικής Τράπεζας ή κάτοχος προπληρωμένης (Prepaid) κάρτας έκδοσης Εθνικής Τράπεζας.

Με το **i-bank Pay 4B** από την Εθνική Τράπεζα, οι εισπράξεις μίας επιχείρησής γίνονται πιο απλά από ποτέ και τα χρήματα μπαίνουν στο λογαριασμό της την ίδια στιγμή. Το i-bank Pay 4B είναι ένα ολοκληρωμένο σύστημα mobile εισπράξεων για εμπόρους και επαγγελματίες και προσφέρει:

- ✓ γρήγορη και απλή διαδικασία εισπράξεων
- ✓ ασφάλεια συναλλαγών
- ✓ εξυπηρέτηση μεγάλου εύρους πελατών, κατόχων συσκευών Android και iOS
- ✓ άμεση πίστωση των χρημάτων στο λογαριασμό της επιχείρησης
- ✓ χαμηλές προμήθειες συναλλαγών
- ✓ ιστορικό κινήσεων λογαριασμού

Για να δεχτεί μία επιχείρηση πληρωμές με κάποια από τις παραπάνω μεθόδους θα πρέπει να είναι χρήστης του i-bank Internet Banking και ο πελάτης της να έχει ενεργοποιήσει την εφαρμογή i-bank Pay. Για να αποκτήσει μία επιχείρηση και να χρησιμοποιήσει τις συσκευές i-bank Connector & i-bank POS δεν χρειάζεται να κάνει εγγραφή στην εφαρμογή i-bank Pay 4B.

18.2.7. POS / mPOS



Η υπηρεσία i-bank POS προσφέρει σε όλες τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στις λιανικές πωλήσεις προϊόντων ή υπηρεσιών τη δυνατότητα να αποκτήσουν τερματική συσκευή αποδοχής καρτών πληρωμής (POS) σε λίγες μόνο ημέρες, για την άμεση εξυπηρέτηση των πελατών τους, που επιθυμούν να πληρώσουν με χρεωστικές, πιστωτικές ή προπληρωμένες κάρτες.

Η υπηρεσία i-bank POS αποτελεί μία νέα προσέγγιση στις πληρωμές με κάρτα, καθώς παρέχει:

- ✓ Ευκολία: Αποδοχή πλειοψηφίας καρτών
- ✓ Ταχύτητα: Σύνδεση μέσω TCP/IP
- ✓ Καινοτομία: Εξυπηρέτηση ανέπαφων συναλλαγών
- ✓ Αμεσότητα: Τηλεφωνική έγκριση συναλλαγών
- ✓ Ασφάλεια: Πρότυπο PCI V3.0
- ✓ Επιλογές: 6 πακέτα τερματικών

Πού απευθύνεται

Η υπηρεσία i-bank POS απευθύνεται στον επιχειρηματία, τον έμπορο, τον επαγγελματία και τον επιτηδευματία που επιθυμεί να βελτιώσει το επίπεδο εξυπηρέτησης που προσφέρει, να αυξήσει την ανταγωνιστικότητά του και να εξασφαλίσει μεγαλύτερη ταχύτητα και ασφάλεια στις συναλλαγές.

Όλες οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στις λιανικές πωλήσεις προϊόντων ή υπηρεσιών, ανεξαρτήτως μεγέθους, μπορούν να αποκτήσουν τη δική τους συσκευή i-bank POS:

- ✓ έμποροι - καταστήματα λιανικής
- ✓ επιτηδευματίες
- ✓ ελεύθεροι επαγγελματίες
- ✓ τουριστικές επιχειρήσεις

- ✓ τουριστικά γραφεία
- ✓ ξενοδοχεία και τουριστικά καταλύματα
- ✓ ιατρεία και διαγνωστικά κέντρα
- ✓ επιχειρήσεις μαζικής εστίασης και αναψυχής
- ✓ εκπαιδευτικοί οργανισμοί, κέντρα μεταλυκειακών σπουδών, φροντιστήρια μέσης εκπαίδευσης, κέντρα εκμάθησης ξένων γλωσσών, κέντρα εκμάθησης υπολογιστών

Τα πλεονεκτήματα

- ✓ αποδοχή και εξυπηρέτηση όλων των χρεωστικών, πιστωτικών και προπληρωμένων καρτών με το σήμα των Διεθνών Οργανισμών **MasterCard, VISA, Maestro και JCB**
- ✓ ανταγωνιστική προμήθεια χρέωσης για την εκκαθάριση των συναλλαγών
- ✓ ταχύτητα και ασφάλεια στην πραγματοποίηση των συναλλαγών, μέσω σύνδεσης TCP/IP
- ✓ δυνατότητα αποδοχής των νέων καρτών που υποστηρίζουν ανέπαφες συναλλαγές (Contactless)
- ✓ πρόγραμμα Άτοκων Δόσεων με επιλεγμένες κάρτες Ελληνικών Τραπεζών
- ✓ δυνατότητα Εγγυημένων Κρατήσεων, Παγίων Εντολών, Ταχυδρομικών και Τηλεφωνικών Παραγγελιών, όπου εφαρμόζονται
- ✓ δυνατότητα συμμετοχής στο Πρόγραμμα Συνολικής Επιβράβευσης go4more της Εθνικής Τράπεζας
- ✓ τηλεφωνική υποστήριξη και υπηρεσία τηλεφωνικής έγκρισης συναλλαγών από εξειδικευμένα στελέχη 24 (ώρες την ημέρα) /7 (ημέρες την εβδομάδα)
- ✓ πληθώρα επιλογών στα διαθέσιμα μοντέλα τερματικών

Το νέο πρωτοποριακό μέσο πληρωμών i-bank payband

Το i-bank payband είναι ο εύκολος, γρήγορος τρόπος πληρωμών από την Εθνική Τράπεζα, που φοριέται στο χέρι και δίνει τη δυνατότητα στον κάτοχό του να κάνει εύκολα και ανέπαφα τις αγορές του. Εξοπλισμένο με χαρακτηριστικά προηγμένης τεχνολογίας ανέπαφων συναλλαγών, επιτρέπει, φορώντας το, να γίνονται οι καθημερινές αγορές με ασφάλεια, χωρίς μετρητά ή χρήση κάρτας. Σε μοντέρνο και βολικό σχεδιασμό, από αδιάβροχο και ελαστικό υλικό, το i-bank payband συνοδεύει τον κάτοχό του παντού και αλλάζει τον τρόπο που έκανε τις αγορές του μέχρι σήμερα, αφού του επιτρέπει να κάνει τις συναλλαγές του ανέπαφα, χωρίς να χρειάζεται να έχει μαζί του το πορτοφόλι του.

Αγορές με ταχύτητα και ασφάλεια

Με το **i-bank payband** πραγματοποιούνται με ασφάλεια ανέπαφες συναλλαγές οποιουδήποτε ποσού, σε επιχειρήσεις που διαθέτουν contactless τερματικά αποδοχής καρτών EFT/POS. Για να πραγματοποιήσει κάποιος αγορές με το i-bank payband θα πρέπει να το φορτίσει με το ποσό που επιθυμεί, το οποίο είναι άμεσα διαθέσιμο για χρήση. Ο κάτοχος μπορεί να το φορτίσει όσες φορές επιθυμεί εντός των προβλεπόμενων ορίων.

Πώς φορτίζεται

Για να χρησιμοποιήσει κάποιος το i-bank payband θα πρέπει να το φορτίσει με απλό τρόπο και οποιαδήποτε στιγμή μέσω:

- ✓ των υπηρεσιών i-bank Internet Banking και Phone Banking
- ✓ των Καταστημάτων της Εθνικής Τράπεζας
- ✓ με χρέωση κάρτας ΕΤΕ ή άλλων Τραπεζών μέσω του www.nbg.gr/payband ή μέσω της εφαρμογής i-bank Pay

Πώς εκφορτίζεται

Μπορεί να εκφορτιστεί μερικώς ή ολικώς το διαθέσιμο υπόλοιπο μέσω:

- ✓ των υπηρεσιών i-bank Internet Banking και Phone Banking

✓ των ταμείων Καταστημάτων της Εθνικής Τράπεζας με πίστωση λογαριασμού

Πώς μπορεί κάποιος να το αποκτήσει

Για να το αποκτήσει κάποιος μπορεί να απευθυνθεί σε οποιοδήποτε από τα Καταστήματα της Εθνικής Τράπεζας και να παραλάβει το i-bank payband, εφόσον τηρεί λογαριασμό στην Τράπεζα.

Όρια φόρτισης

Η φόρτιση του i-bank payband επιτρέπεται εντός των εκάστοτε καθοριζόμενων από την Τράπεζα Ορίων Φόρτισης των Καρτών ανά συναλλαγή, ημέρα και έτος. Εφόσον ένας πελάτης διατηρεί παράλληλα περισσότερα του ενός προϊόντα προπληρωμένων καρτών σε οποιαδήποτε μορφή, τα όρια φόρτισης και συναλλαγών είναι κοινά και ισχύουν αθροιστικά για όλες τις κάρτες. Αναλυτικές πληροφορίες για τα προβλεπόμενα όρια φόρτισης & την τιμολογιακή πολιτική φαίνονται στο ακόλουθο παράρτημα:

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΟΡΩΝ ΣΥΜΒΑΣΗΣ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗΣ ΤΗΣ ΚΑΡΤΑΣ PREPAID VISA ΚΑΙ WEARABLE I-BANK PAYBAND

Όρια συναλλαγών*

Όρια Φόρτισης (όρος 3.3):

Ελάχιστο όριο φόρτισης ανά συναλλαγή: 1€

Μέγιστο όριο φόρτισης ανά συναλλαγή: από 250€ έως 2.500€

Μέγιστο όριο φόρτισης ανά ημέρα: από 500€ έως 5.000€

Μέγιστο όριο φόρτισης ανά έτος: από 2.500€ έως 25.000€

Ημερήσιο όριο αγορών (όρος 3.4):

Μέγιστο ημερήσιο όριο Αγορών: από 500€ έως 5000€

Ο κάτοχος μπορεί να επιλέξει όριο με τιμή πολλαπλάσια του 10.

Ημερήσιο όριο Ανάληψης μετρητών (όρος 3.4):

Μέγιστο ημερήσιο όριο Ανάληψης από ATMs: από 50€ - 500€

Ο κάτοχος μπορεί να επιλέξει όριο με τιμή πολλαπλάσια του 10.

Όριο Αγορών & Αναλήψεων (όρος 3.4):

Μέγιστο ετήσιο όριο Αγορών και Αναλήψεων.

Αγορών: από: 2.500€ έως 25.000€

Αναλήψεων: από: 1.000€** έως 10.000€**

Ετήσιο Όριο Εκφορτίσεων (όρος 5.3):

Μέγιστο ετήσιο όριο εκφορτίσεων: από: 2.500€ - 25.000€

Όριο Ανέπαφης Συναλλαγής χωρίς PIN (όρος 4.4): 25€

Όριο συνολικού ποσού Ανέπαφων Συναλλαγών κάτω των 25€ χωρίς PIN (όρος 4.4): 100€

Τυχόν ποσά ανάληψης ή εκφόρτισης κατά τη διάρκεια του ετήσιου κύκλου δεν απελευθερώνουν αντίστοιχα το όριο φόρτισης της Κάρτας.

*Τα μέγιστα όρια συναλλαγών καθορίζονται και αποδίδονται από την Τράπεζα, κατά τη διακριτική της ευχέρεια και σύμφωνα με τις εκάστοτε ισχύουσες νομοθετικές και κανονιστικές διατάξεις.

**αποτελεί υποσύνολο του ορίου αγορών

Δαπάνες – Έξοδα

Εφάπαξ συνδρομή έκδοσης/επανεκδοσης κάρτας	5€
Εφάπαξ συνδρομή έκδοσης/επανεκδοσης κάρτας + wearable	15€
Εφάπαξ συνδρομή ανανέωσης κάρτας+ wearable	15€
Εφάπαξ συνδρομή ανανέωσης κάρτας	5€
Εφάπαξ συνδρομή μεμονωμένης έκδοσης wearable	10€
Φόρτιση αρχική	Δωρεάν
Φόρτιση επόμενη	1% επί του ποσού, με min 1€ - max 3€
Ανάληψη μετρητών μέσω ATM Εθνικής Τράπεζας	0€
Ανάληψη μετρητών μέσω ATM ή POS/Κατάστημα άλλης Τράπεζας στην Ελλάδα και στο εξωτερικό με νόμισμα συναλλαγής ευρώ	2€

Ανάληψη μετρητών μέσω ATM ή POS/Κατάστημα άλλης Τράπεζας στο εξωτερικό με νόμισμα συναλλαγής διάφορο του ευρώ	3€
Εκφόρτιση	2€
Αγορά με νόμισμα συναλλαγής το ευρώ	0€
Αγορά με νόμισμα συναλλαγής διάφορο του ευρώ	1% επί του ποσού της συναλλαγής σε ευρώ

Συναλλαγές σε Συνάλλαγμα (αγορές και αναλήψεις – όρος 8):

Ποσοστό επί της συναλλαγής για κάλυψη τυχόν συναλλαγματικής διαφοράς: 2%

Απώλεια

Σε περίπτωση απώλειας, ο πελάτης θα πρέπει να ενημερώσει άμεσα την Εθνική Τράπεζα, καλώντας όλο το 24ωρο στο τηλ. 181818 (από την Ελλάδα) ή στο τηλ. +30 210 48 48 484 (από το εξωτερικό). Ό,τι δηλαδή θα έκανε σε περίπτωση απώλειας μιας κάρτας.

Επανεκδοση

Το i-bank payband δεν επανεκδίδεται. Εφόσον το επιθυμεί ο πελάτης μπορεί να αιτηθεί νέα έκδοση για i-bank payband.

18.2.8. e-Commerce



Με την υπηρεσία i-bank e-commerce με χρήση καρτών, η Εθνική Τράπεζα απευθύνεται σε αυτούς που διαθέτουν ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop) και τους παρέχει ασφαλείς και αξιόπιστες λύσεις για τις συναλλαγές πληρωμών που πραγματοποιούνται με κάρτες, μέσω του διαδικτυακού τόπου της επιχείρησης.

Μέσω της υπηρεσίας i-bank e-commerce παρέχεται στους πελάτες του e-shop η δυνατότητα να πραγματοποιούν τις αγορές τους με χρήση πιστωτικής, χρεωστικής ή προπληρωμένης κάρτας, 24 ώρες το 24ωρο, 365 ημέρες το χρόνο.

Οι προσφερόμενες λύσεις αυξάνουν την ανταγωνιστικότητα του e-shop της επιχείρησης, συμβάλλουν στην ποιοτική εξυπηρέτηση των πελατών, ενώ παράλληλα, η επιχείρηση αναπτύσσεται εμπορικά μέσα σε ένα ασφαλές περιβάλλον.

Για να εγγραφεί κάποιος στην υπηρεσία i-bank e-commerce μπορεί να απευθυνθεί σε οποιοδήποτε Κατάστημα της Εθνικής Τράπεζας. Χρειάζεται να έχει ιστοσελίδα με ηλεκτρονικό κατάστημα σε λειτουργία και να τηρεί λογαριασμό όψεως στην Εθνική Τράπεζα.

18.3. Πληρωμή λογαριασμών – Ενδεικτικές Συναλλαγές



18.3.1. Εναλλακτικοί τρόποι πληρωμής λογαριασμών (π.χ. ΔΕΗ)

➤ **Internet Banking**

- Η συναλλαγή μπορεί να πραγματοποιηθεί **24 ώρες το 24ωρο** μέσω Internet banking.
- Εάν ο πελάτης έχει κωδικούς αλλά δε γνωρίζει να χρησιμοποιεί το internet banking, μπορεί να επικοινωνήσει με το 181818 (24 ώρες την ημέρα / 7 ημέρες την εβδομάδα).
- Μπορεί να εκτυπωθεί η **απόδειξη** της συναλλαγής.

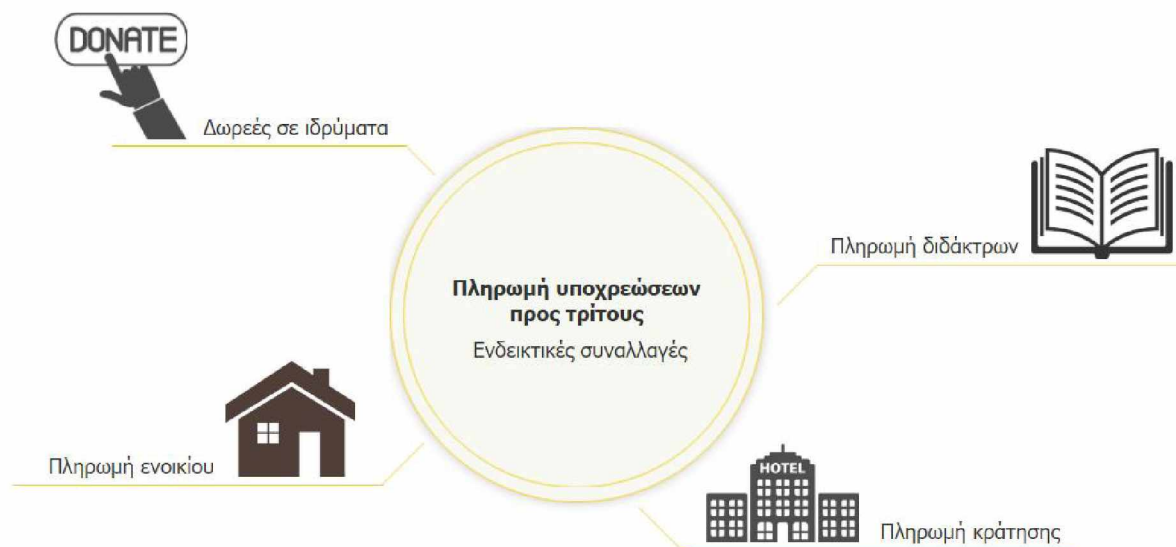
➤ **Mobile Banking**

- Η συναλλαγή μπορεί να πραγματοποιηθεί **24 ώρες το 24ωρο** από συσκευή smartphone ή tablet.
- Ο πελάτης χρειάζεται μόνο τα **στοιχεία εισόδου** (όνομα χρήστη και κωδικό πρόσβασης) και τη **συσκευή i-code** (εάν δεν έχει ενεργοποιήσει την υπηρεσία sms i-code, για να δέχεται τον **κωδικό με μήνυμα** στο κινητό του).
- Μπορεί να αποθηκεύσει την **απόδειξη** της συναλλαγής.

➤ **Simplepay.gr**

- Η συναλλαγή μπορεί να πραγματοποιηθεί **24 ώρες το 24ωρο** από συσκευή smartphone ή tablet.
- Ο πελάτης χρειάζεται μόνο τα **στοιχεία εισόδου** (όνομα χρήστη και κωδικό πρόσβασης) που χρησιμοποιεί και στο internet banking ή τη **διεύθυνση e-mail** που έχει δηλώσει για να εγγραφεί αρχικά στην υπηρεσία.
- Μπορεί να **αποθηκεύσει** ή να **εκτυπώσει** την **απόδειξη** της συναλλαγής του.

18.4. Πληρωμή υποχρεώσεων προς τρίτους – Ενδεικτικές συναλλαγές



18.4.1. Εναλλακτικοί τρόποι πληρωμής υποχρεώσεων προς τρίτους

(π.χ. Δίδακτρα)

➤ **ATM**

- Η συναλλαγή μπορεί να πραγματοποιηθεί **24 ώρες το 24ωρο** σε οποιοδήποτε ATM.
- Ο πελάτης χρειάζεται μόνο την κάρτα και το μυστικό αριθμό pin.
- Εκτυπώνεται **απόδειξη** της ολοκληρωμένης συναλλαγής.
- Αν ο λογαριασμός που πιστώνεται είναι λογαριασμός Εθνικής Τράπεζας, η συναλλαγή είναι **εντελώς δωρεάν** και τα χρήματα **άμεσα** διαθέσιμα.
- Υπάρχει **δυνατότητα αντιλογισμού** της συναλλαγής σε περίπτωση λάθους, καλώντας στο 181818.

➤ **APS**

- Η συναλλαγή μπορεί να πραγματοποιηθεί **χωρίς κάρτα** (με μετρητά).
- APS μπορεί να βρει κάποιος σε ένα i-bank store (ωράριο εμπορικών καταστημάτων).
- Μπορεί να προστεθεί **αιτιολογία** και να εκτυπωθεί η **απόδειξη** της συναλλαγής.
- Αν ο λογαριασμός που πιστώνεται (του φροντιστηρίου) είναι λογαριασμός Εθνικής Τράπεζας, η συναλλαγή είναι **εντελώς δωρεάν** και τα χρήματα **άμεσα** διαθέσιμα.

➤ **Internet Banking**

- Η συναλλαγή μπορεί να πραγματοποιηθεί **24 ώρες το 24ωρο** μέσω internet banking.
- Εάν ο πελάτης έχει κωδικούς αλλά δε γνωρίζει να χρησιμοποιεί το internet banking, μπορεί να επικοινωνήσει με το 181818 (24 ώρες την ημέρα / 7 ημέρες την εβδομάδα).
- Μπορεί να προστεθεί **αιτιολογία** και να εκτυπωθεί η **απόδειξη** της συναλλαγής.
- Αν ο λογαριασμός πίστωσης (του φροντιστηρίου) είναι λογαριασμός Εθνικής Τράπεζας, η συναλλαγή είναι **εντελώς δωρεάν** και τα χρήματα **άμεσα** διαθέσιμα.

➤ **Mobile Banking**

- Η συναλλαγή μπορεί να πραγματοποιηθεί **24 ώρες το 24ωρο** από συσκευή smartphone ή tablet.
- Ο πελάτης χρειάζεται μόνο τα **στοιχεία εισόδου** (όνομα χρήστη και κωδικό πρόσβασης) και τη **συσκευή i-code** (εάν δεν έχει ενεργοποιήσει την υπηρεσία sms i-code, για να δεχτεί τον **κωδικό με μήνυμα** στο κινητό).
- Μπορεί να προσθέσει **αιτιολογία** και να αποθηκεύσει την **απόδειξη** της συναλλαγής του.
- Αν ο λογαριασμός πίστωσης (του φροντιστηρίου) είναι λογαριασμός Εθνικής Τράπεζας, η συναλλαγή είναι **εντελώς δωρεάν** και τα χρήματα **άμεσα** διαθέσιμα.

18.5. Πληρωμή υποχρεώσεων προς το Δημόσιο – Ενδεικτικές συναλλαγές



18.5.1. Εναλλακτικοί τρόποι πληρωμής υποχρεώσεων προς το Δημόσιο

(π.χ. ΕΝΦΙΑ)

➤ Internet Banking

- Η συναλλαγή μπορεί να πραγματοποιηθεί **24 ώρες το 24ωρο** μέσω internet banking.
- Εάν ο πελάτης έχει κωδικούς, αλλά δε γνωρίζει να χρησιμοποιεί το internet banking, μπορεί να επικοινωνήσει με το 181818 (24 ώρες την ημέρα / 7 ημέρες την εβδομάδα).
- Μπορεί να εκτυπώσει την **απόδειξη** της συναλλαγής.

➤ Mobile Banking

- Η συναλλαγή μπορεί να πραγματοποιηθεί **24 ώρες το 24ωρο** από συσκευή smartphone ή tablet.
- Ο πελάτης χρειάζεται μόνο τα **στοιχεία εισόδου** (όνομα χρήστη και κωδικό πρόσβασης) και τη **συσκευή i-code** (εάν δεν έχει ενεργοποιήσει την υπηρεσία sms i-code, για να δέχεται τον **κωδικό με μήνυμα** στο κινητό).
- Μπορεί να αποθηκευτεί η **απόδειξη** της συναλλαγής.

➤ Simplepay.gr

- Η συναλλαγή μπορεί να πραγματοποιηθεί **24 ώρες το 24ωρο** από συσκευή smartphone ή tablet.
- Ο πελάτης χρειάζεται μόνο τα **στοιχεία εισόδου** (όνομα χρήστη και κωδικό πρόσβασης) που χρησιμοποιεί και στο internet banking ή τη **διεύθυνση e-mail** που έχει δηλώσει για να εγγραφεί αρχικά στην υπηρεσία.
- Μπορεί να **αποθηκεύσει** ή να **εκτυπώσει** την **απόδειξη** της συναλλαγής.

18.6. Μικρο-οφειλές προς τρίτους – Ενδεικτικές συναλλαγές



18.6.1. Εναλλακτικοί τρόποι πληρωμής μικροσφειλών σε τρίτους

(π.χ. πληρωμή σε συνάδελφο)

➤ i-bank Pay

- Η συναλλαγή μπορεί να πραγματοποιηθεί **24 ώρες το 24ωρο** από συσκευή smartphone ή tablet.
- Ο πελάτης χρειάζεται μόνο τα **στοιχεία εισόδου** (όνομα χρήστη και κωδικό πρόσβασης).
- Μπορεί να προσθέσει **αιτιολογία** για τη συναλλαγή του.

18.7. Αγορές αγαθών και υπηρεσιών – Ενδεικτικές συναλλαγές



18.7.1. Αγορές χωρίς μετρητά – Εναλλακτικοί τρόποι πληρωμής



Παράδειγμα: Ένας πελάτης έχει βγει από το σπίτι του χωρίς να έχει μαζί του μετρητά. Στην επιστροφή θέλει να κάνει μία αγορά σε κατάστημα που διαθέτει POS. Με τις κάρτες VISA / MASTERCARD (με τεχνολογία NFC) ή με το νέο τρόπο ανέπαφων συναλλαγών **i-bank Payband Visa** (wearable βραχιόλι) μπορεί εύκολα να πραγματοποιήσει την αγορά που θέλει. Επίσης μπορεί να πραγματοποιήσει τις ηλεκτρονικές του αγορές με την υπηρεσία **MyBank** που διαθέτουν τα καταστήματα στην ιστοσελίδα τους.

➤ POS / mPOS

Η υπηρεσία i-bank POS απευθύνεται στον επιχειρηματία, τον έμπορο, τον επαγγελματία και τον επιτηδευματία που επιθυμεί να βελτιώσει το επίπεδο εξυπηρέτησης που προσφέρει, να αυξήσει

την ανταγωνιστικότητά του και να εξασφαλίσει μεγαλύτερη ταχύτητα και ασφάλεια στις συναλλαγές.

Ο νέος τρόπος πληρωμών **i-bank payband** είναι μία προπληρωμένη επαναφορτιζόμενη κάρτα Visa, σε μορφή αποσπώμενης μικρής κάρτας, που ενσωματώνεται σε wearable - βραχιόλι και φοριέται στο χέρι.

Οι συναλλαγές γίνονται όπως και με μία κάρτα με τεχνολογία ανέπαφων συναλλαγών:

- ✓ Ο πελάτης πλησιάζει το χέρι του με το i-bank payband στο τερματικό.
- ✓ Το κρατάει για μερικά δευτερόλεπτα μέχρι να ακουστεί ο χαρακτηριστικός ήχος "beep".
- ✓ Εισάγει το PIN, εφόσον ζητηθεί.

Η συναλλαγή έχει ολοκληρωθεί με απόλυτη ασφάλεια.

➤ e – Commerce

Με την υπηρεσία i-bank e-commerce με χρήση καρτών, η Εθνική Τράπεζα απευθύνεται στους πελάτες που διαθέτουν ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop) και παρέχει ασφαλείς και αξιόπιστες λύσεις για τις συναλλαγές πληρωμών που πραγματοποιούνται με κάρτες, μέσω του διαδικτυακού τόπου της επιχείρησής τους.

Μέσω της υπηρεσίας i-bank e-commerce, παρέχεται στους πελάτες του e-shop της επιχείρησης η δυνατότητα να πραγματοποιούν τις αγορές τους με χρήση πιστωτικής, χρεωστικής ή προπληρωμένης κάρτας, 24 ώρες το 24ωρο, 365 ημέρες το χρόνο.

18.8. Οφέλη και πλεονεκτήματα



19.2. Internet Banking



Με το Internet Banking ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιεί τις συναλλαγές του 24 ώρες το 24ωρο, εύκολα, γρήγορα και με ασφάλεια, από οποιοδήποτε σημείο υπάρχει σύνδεση στο Internet: προσωπικό υπολογιστή, laptop, tablet ή ακόμα και κινητό.

19.2.1. Πρόσβαση – Είσοδος στο Internet Banking

Η είσοδος στο Internet Banking γίνεται από το Web Site της Τράπεζας στη διεύθυνση <https://www.nbg.gr> και συγκεκριμένα επιλέγοντας το σύνδεσμο των Ιδιωτών ή των επιχειρήσεων.

Ο σύνδεσμος των Επιχειρήσεων παραπέμπει στο προηγούμενο περιβάλλον του Internet Banking και θα εξακολουθήσει να ισχύει για μικρό χρονικό διάστημα.

Για την είσοδο στο Internet Banking απαιτείται:

- Ο Κωδικός Χρήστη (UserID), ο οποίος αποτελεί την ταυτότητα του πελάτη ως χρήστη Internet Banking.
- Ο Μυστικός Κωδικός (Password), ο οποίος επιτρέπει την πρόσβαση του πελάτη στο Internet Banking της Εθνικής Τράπεζας.

Για την πραγματοποίηση εγχρήματων συναλλαγών και συναλλαγών ασφαλείας απαιτείται η επιπλέον εισαγωγή ενός κωδικού μιας χρήσης, που παράγεται από τη συσκευή i-code ή αποστέλλεται με sms στο κινητό του πελάτη.

Μυστικός κωδικός

Για το μυστικό κωδικό (Password) ισχύει ότι:

- **Κατά την εγγραφή στο Internet Banking ο πελάτης παραλαμβάνει τον Κωδικό Χρήστη (UserID) και γίνεται εγγραφή στην υπηρεσία sms i-code, ενώ το Password το δημιουργεί μόνος του - Contact Center στο 181818 (στο +302104848484 από εξωτερικό).**
- Μπορεί να αλλάξει το Μυστικό Κωδικό του Internet Banking όσο συχνά θέλει.
- Εάν ο Μυστικός Κωδικός παραμένει αμετάβλητος για χρονικό διάστημα 6 μηνών, το σύστημα θα ζητήσει να αλλαχθεί υποχρεωτικά.

Κανένας άλλος δεν πρέπει να γνωρίζει το Μυστικό Κωδικό: Για την ασφαλεία του ο πελάτης πρέπει να τον απομνημονεύει ή να τον φυλάσσει σε ασφαλές μέρος. Σε περίπτωση διαρροής του, θα πρέπει να

προχωράει άμεσα στην **αλλαγή του**. Η Τράπεζα δεν φέρει καμία ευθύνη, σε περίπτωση απώλειας του Κωδικού του, για συναλλαγές που έγιναν από άλλο πρόσωπο, παρά τη θέλησή του.

19.2.2. Υπηρεσίες και συναλλαγές

Το Internet Banking παρέχει μεγάλο εύρος συναλλαγών, που εξασφαλίζουν την παρακολούθηση και διαχείριση των καταθετικών, δανειακών και επενδυτικών λογαριασμών σε πραγματικό χρόνο.

- Πληροφόρηση λογαριασμών (υπόλοιπα & κινήσεις)
- Πληροφόρηση και πληρωμή πιστωτικών καρτών
- Μεταφορά ποσών σε λογαριασμούς ιδίου ή τρίτων στην Εθνική και σε άλλες τράπεζες, στην Ελλάδα και σε όλο τον κόσμο
- Πληρωμή λογαριασμών: ΔΕΗ, ΟΤΕ, κινητή / σταθερή τηλεφωνία, ασφαλιστήρια συμβόλαια κ.ά.
- Άνοιγμα προθεσμιακών λογαριασμών
- Χρηματιστηριακές συναλλαγές και ενημέρωση συναλλαγών Χ.Α.Α.
- Πάγιες εντολές

Οι συναλλαγές που παρέχονται μέσω του Internet Banking συνεχώς εμπλουτίζονται.

19.2.3. Internet Banking για επιχειρήσεις

Όσον αφορά στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής προς τις επιχειρήσεις, το Internet Banking παρέχει λύσεις, ειδικά σχεδιασμένες για επιχειρήσεις, που συντελούν στην αυτοματοποίηση των διαδικασιών, μειώνοντας παράλληλα το λειτουργικό κόστος και την απασχόληση προσωπικού.

- ✓ Εξυπηρέτηση μισθοδοσίας
- ✓ Εξόφληση οφειλών σε συνεργάτες και προμηθευτές, με αποστολή εμβασμάτων (απλών και μαζικών) σε λογαριασμούς Εθνικής Τράπεζας και άλλων τραπεζών (στην Ελλάδα και στην ΕΕ)
- ✓ Μαζικές εισπράξεις από οφειλέτες, με αυτόματη χρέωση των λογαριασμών τους στην Εθνική Τράπεζα
- ✓ Εξόφληση οφειλών προς το Δημόσιο: ΔΕΗ, ΙΚΑ, ΦΠΑ, Βεβαιωμένες Οφειλές ΔΟΥ κ.λπ.
- ✓ Πληρωμές σε εταιρείες τηλεφωνίας και Internet, ασφαλιστικές εταιρείες, συνταξιοδοτικά ταμεία κ.ά.
- ✓ Πληροφόρηση και ανάλυση κινήσεων πιστωτικών καρτών πελατών της επιχείρησης μέσω P.O.S.

Εγγραφή επιχείρησης στο Internet banking

Για να εγγραφεί μία επιχείρηση στο Internet Banking θα πρέπει:

- ✓ Να έχει υποβάλλει στο Κατάστημα συνεργασίας τα Νομιμοποιητικά έγγραφα και να είναι σε ισχύ.
- ✓ Να έχει έναν κατ' ελάχιστον εταιρικό λογαριασμό σε ΕΥΡΩ σε οποιοδήποτε Κατάστημα της Τράπεζας.

Εξουσιοδοτημένοι χρήστες και θέσεις εργασίας

Μια επιχείρηση που ορίζει στο Internet Banking εξουσιοδοτημένους χρήστες και Θέσεις Εργασίας μπορεί:

- ✓ να καθορίσει όσες Θέσεις Εργασίας επιθυμεί και
- ✓ να αποδώσει συγκεκριμένα δικαιώματα και ευχέρειες σε κάθε Θέση.

Ειδικότερα μπορεί να ορίσει:

- ✓ σε ποιους λογαριασμούς της επιχείρησης θα έχει πρόσβαση ο εξουσιοδοτημένος χρήστης. Όπως για παράδειγμα αν θα έχει πρόσβαση σε χορηγητικούς, καταθετικούς, και επενδυτικούς λογαριασμούς, και
- ✓ αν θα διενεργεί εγχρήματα συναλλαγές ή μόνο πληροφοριακές, όπως είναι τα υπόλοιπα ή οι κινήσεις.

Δικαιώματα διενέργειας εγχρημάτων συναλλαγών

Στην περίπτωση διενέργειας εγχρημάτων συναλλαγών, η επιχείρηση μπορεί να ορίσει:

- ✓ ποιες από τις διαθέσιμες συναλλαγές στο Internet Banking θα μπορεί να διενεργεί ο εξουσιοδοτημένος χρήστης
- ✓ ποιο ανώτατο όριο ποσού θα μπορεί να κάνει χρήση

- ✓ αν θα διεκπεραιώνει τις εγχρήματες συναλλαγές χωρίς ή με έγκριση από άλλη Θέση Εργασίας (μέχρι δύο Θέσεις Εργασίας επιπλέον)
- ✓ αν μία Θέση Εργασίας θα μπορεί να αποδίδει το δικαίωμα έγκρισης εγχρημάτων συναλλαγών σε άλλες Θέσεις Εργασίας.

19.2.4. Το περιβάλλον του Internet Banking

Το περιβάλλον του Internet Banking διαθέτει αυξημένη λειτουργικότητα και παράλληλα φιλική εμφάνιση. Οι λειτουργικές δυνατότητες συνοψίζονται:

- ✓ Πρώτον, **στην αρχική οθόνη «home»**, στην οποία εμφανίζονται άμεσα όλα τα προϊόντα του πελάτη και επίσης όλες οι συναλλαγές που είναι διαθέσιμες για εκτέλεση από τον τελευταίο,
- ✓ Δεύτερον, στις οθόνες αναλυτικής ενημέρωσης ανά προϊόν και τους συνδέσμους (links) ενεργειών που μπορεί να καλέσει ο πελάτης για το κάθε προϊόν, χωρίς να είναι υποχρεωμένος να πλοηγηθεί σε διαφορετικές οθόνες για να συλλέξει την πληροφόρηση που επιθυμεί ή να εκτελέσει κάποια συναλλαγή,
- ✓ Τρίτον, στη φιλική ταξινόμηση των συναλλαγών πληρωμών και στη χρήση εργαλείου εύρεσης συναλλαγής πληρωμής.

Άνοιγμα λογαριασμού προθεσμιακής κατάθεσης

Μέσω Internet Banking παρέχεται η δυνατότητα ανοίγματος λογαριασμού προθεσμιακής κατάθεσης (για παράδειγμα e-άνοδος) με προνομιακό επιτόκιο σε σχέση με το Κατάστημα.

«Η γνώμη σας»

Μέσα από το εργαλείο καταγραφής απόψεων της εφαρμογής με τίτλο «η γνώμη σας», μπορούν οι χρήστες - πελάτες να αποστείλουν τα σχόλια και τις απόψεις τους σχετικά με την υπηρεσία.

Ιστορικό εγχρημάτων συναλλαγών

Υπάρχουν διαθέσιμες οι αποθηκευμένες εγχρήματες συναλλαγές και το ιστορικό εγχρημάτων συναλλαγών του πελάτη.

Άμεσα προσβάσιμα στοιχεία

Επίσης, ο πελάτης έχει άμεσα προσβάσιμα το διαθέσιμο υπόλοιπο του λογαριασμού και τη φιλική ονομασία που έχει δώσει στο λογαριασμό ή την κάρτα του.

Εργαλεία συμβουλών και βοήθειας

Ακόμα έχει στη διάθεσή του τα εργαλεία συμβουλών και βοήθειας που τον βοηθούν στην ορθή διενέργεια των συναλλαγών του. Για παράδειγμα, σε περίπτωση εμβάσματος σε τράπεζες εσωτερικού και εξωτερικού, μπορεί να υπολογίσει τον αριθμό IBAN για τους λογαριασμούς που τηρούνται στην Τράπεζά μας, καθώς και να βρει τον κωδικό αναγνώρισης της Τράπεζας (Bank Identifier Code).

19.2.5. Ο ηλεκτρονικός κλειδάριθμος (i-code)

Με τον Κωδικό Χρήστη (UserID) και το Μυστικό Κωδικό (Password) ο πελάτης μπορεί να πραγματοποιήσει την εισαγωγή του στο Internet ή Mobile Banking και να έχει πληροφόρηση για τα υπόλοιπα και τις κινήσεις συνδεδεμένων λογαριασμών και δανείων, του χαρτοφυλακίου μετοχών κ.ά. Για την πραγματοποίηση των εγχρημάτων συναλλαγών και συναλλαγών ασφαλείας στο Internet / Phone / Mobile Banking απαιτείται η χρήση επιπλέον κωδικών, του ηλεκτρονικού κλειδάριθμου και του κωδικού επιβεβαίωσης.

- Ο ηλεκτρονικός Κλειδάριθμος (i-code) είναι ένας κωδικός (6-ψήφιος για Ιδιώτες – 8-ψήφιος για Επιχειρήσεις), η εισαγωγή του οποίου επιβεβαιώνει την πρόθεση του χρήστη για πραγματοποίηση μιας

συγκεκριμένης συναλλαγής, αντικαθιστώντας την υπογραφή του. Μέσω του κωδικού αυτού επιβεβαιώνεται η ολοκλήρωση και η ορθότητα της συναλλαγής.

- Ο κωδικός επιβεβαίωσης i-code (CHECK) είναι ένας 3-ψήφιος κωδικός που επιβεβαιώνει, από την πλευρά της Τράπεζας, την πραγματοποίηση της συναλλαγής.

Ο ηλεκτρονικός κλειδάριθμος και το phone banking

Ειδικά για το Phone Banking, χρησιμοποιείται τόσο για την είσοδο του πελάτη (μαζί με τον εξαψήφιο, αριθμητικό κωδικό χρήστη) όσο και ως πρόσθετη διασφάλιση για όλες τις συναλλαγές, εγγρήματες και πληροφοριακές.

Συσκευή ηλεκτρονικού κλειδάριθμου

Ο **Ηλεκτρονικός Κλειδάριθμος (i-code)** παράγεται από μία μικρή, φορητή ηλεκτρονική συσκευή (τη συσκευή i-code). Κάθε συσκευή **αντιστοιχίζεται μοναδικά με το UserID του κατόχου της**, γι' αυτό και δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί από κανέναν άλλο, ακόμα και αν κλαπεί ή χαθεί.

Η συσκευή παράγει, με το πάτημα ενός πλήκτρου, έναν κωδικό Ηλεκτρονικού Κλειδαρίθμου, τον οποίο χρησιμοποιεί ο πελάτης κάθε φορά που θα του ζητηθεί.

Για κάθε κωδικό i-code η συσκευή παράγει και έναν τριψήφιο Κωδικό Επιβεβαίωσης (με δεύτερο πάτημα του πλήκτρου της συσκευής, εντός 32"). Ο κωδικός αυτός θα πρέπει να είναι ο ίδιος με τον τριψήφιο Κωδικό Επιβεβαίωσης i-code (CHECK) που εμφανίζεται στην οθόνη της συναλλαγής Internet / Mobile Banking ή εκφωνείται από το σύστημα ή τον εκπρόσωπο, όταν η συναλλαγή πραγματοποιείται μέσω Phone Banking. Σε κάθε κωδικό i-code αντιστοιχεί ένας μοναδικός αριθμός CHECK.

Υπηρεσία SMS i-code του i-bank Internet/Mobile banking

«Αποστολή ηλεκτρονικού κλειδαρίθμου (i-code) μέσω γραπτού μηνύματος (SMS) στο κινητό τηλέφωνο του χρήστη»

Στο πλαίσιο εκσυγχρονισμού των παρεχόμενων υπηρεσιών της Τράπεζας προς την πελατεία των εφαρμογών i-bank Internet Banking, Mobile Banking και Phone Banking, έχει υλοποιηθεί από την 09 Ιουλίου 2015, η λειτουργικότητα αποστολής του ηλεκτρονικού κλειδαρίθμου (i-code), που απαιτείται για την ολοκλήρωση των συναλλαγών από αυτές τις εφαρμογές, στο κινητό τηλέφωνο του χρήστη, μέσω γραπτού μηνύματος (SMS).

Στο πλαίσιο, λοιπόν, της αναβάθμισης των υπηρεσιών της Τράπεζας προς την πελατεία, φυσικά και νομικά Πρόσωπα, των εφαρμογών i-bank Internet/Phone και Mobile Banking, υλοποιήθηκε η δυνατότητα αποστολής SMS i-code (ηλεκτρονικού κλειδαρίθμου) στο κινητό του πελάτη, για την αυθεντικοποίησή του, κατά την εκτέλεση εγγρημάτων συναλλαγών, συναλλαγών παραμετροποίησης ασφάλειας και συναλλαγών, που περιέχουν ευαίσθητα πληροφοριακά δεδομένα.

Το SMS i-code έχει παρόμοια λειτουργία με το υφιστάμενο i-code που παράγεται από τη φυσική συσκευή ηλεκτρονικών κλειδαρίθμων (GO3), με τη διαφορά ότι η παραγωγή του 6ψήφιου κωδικού και του επιβεβαιωτικού κωδικού 3 ψηφίων (CHECK) γίνεται από κεντρικό σύστημα διαχείρισης της Τράπεζας, ενώ η αποστολή τους πραγματοποιείται μέσω SMS στο κινητό τηλέφωνο που έχει προδηλώσει ο πελάτης κατά την εγγραφή του στην υπηρεσία.

Το SMS i-code έχει καλύτερη λειτουργικότητα από το αριθμητικό i-code που παράγεται από τη φυσική συσκευή ηλεκτρονικών κλειδαρίθμων (GO3). Η λειτουργικότητα περιλαμβάνει:

- ✓ Η παραγωγή του 6ψήφιου κωδικού και του επιβεβαιωτικού κωδικού τριών (3) ψηφίων (CHECK) γίνεται από κεντρικό σύστημα διαχείρισης της Τράπεζας, ενώ η αποστολή τους πραγματοποιείται μέσω SMS στο κινητό τηλέφωνο που έχει ήδη δηλώσει ο πελάτης κατά την εγγραφή του στην υπηρεσία.
- ✓ Για λόγους αύξησης του επιπέδου ασφάλειας των συναλλαγών των πελατών της Τράπεζας, αλλά και αναβάθμισης των παρεχόμενων υπηρεσιών, στη λειτουργικότητα του SMS i-code ισχύουν τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- ο χρόνος ισχύος του παραχθέντος SMS i-code από την υπηρεσία, έχει αυξηθεί στα δύο (2) λεπτά, σε σχέση με τα τριάντα δύο (32) δευτερόλεπτα ισχύος του i-code που παράγεται από τη φυσική συσκευή i-code (GO3).
- στο μήνυμα που λαμβάνει ο πελάτης στο κινητό του τηλέφωνο, εκτός του διψήφιου κωδικού και του τριψήφιου κωδικού επιβεβαίωσης (CHECK), εμφανίζονται επιπλέον και τα κύρια αναγνωριστικά ταυτοποίησης της συναλλαγής που διενεργεί. Με αυτόν τον τρόπο μπορεί να αναγνωρίσει τα στοιχεία της συγκεκριμένης και μόνο συναλλαγής, πριν την ολοκληρώσει. Για παράδειγμα, σε μια συναλλαγή μεταφοράς ποσού, στα στοιχεία που αναγράφονται στο SMS, περιλαμβάνονται το ποσό πληρωμής και τα τελευταία τέσσερα (4) ψηφία του λογαριασμού πίστωσης.
- ο παραγόμενος αριθμός i-code που αποστέλλεται στον πελάτη, συσχετίζεται απόλυτα με τη συγκεκριμένη συναλλαγή που διενεργείται. Για παράδειγμα, εάν ο πελάτης έχει ζητήσει SMS i-code για να διενεργήσει τη συναλλαγή πληρωμής ΔΕΗ, δεν μπορεί να χρησιμοποιήσει τον αριθμό i-code για διενέργεια εμβάσματος σε λογαριασμό Τρίτου ΕΤΕ, αλλά ούτε και για συναλλαγή πληρωμής ΔΕΗ διαφορετικού κωδικού πληρωμής ή ποσού.

Η αποστολή των SMS γίνεται τόσο προς ελληνικά κινητά (π.χ. 6942345678), όσο και προς διεθνή κινητά (π.χ. 00442079460739). Επομένως ο πελάτης μπορεί να δηλώσει κατά την εγγραφή του στην υπηρεσία SMS i-code, μέσω της εφαρμογής CRM και κινητό τηλέφωνο εξωτερικού. Η χρήση της υπηρεσίας SMS i-code για τα Φυσικά Πρόσωπα και Νομικά Πρόσωπα παρέχεται **δωρεάν** προς την πελατεία της τράπεζας.

19.3. i-Bank Mobile Banking



19.3.1. Δυνατότητες – Ενεργοποίηση – Εισαγωγή στο i-Bank mobile banking

Το Mobile Banking σας παρέχει τις εξής δυνατότητες:

- ενημέρωση για τους λογαριασμούς και τις πιστωτικές κάρτες, σχετικά με το διαθέσιμο υπόλοιπο και τις 20 τελευταίες κινήσεις που πραγματοποιήθηκαν
- μεταφορά χρημάτων σε λογαριασμούς Εθνικής Τράπεζας
- πληρωμή λογαριασμών ΔΕΗ, ΟΤΕ, Cosmote, Vodafone, Wind και ΕΥΔΑΠ κ.ά.
- πληρωμή εταιρειών με ένα απλό scanning του barcode (του γραμμωτού κώδικα) του λογαριασμού με την κάμερα του κινητού
- πληρωμή πιστωτικής κάρτας Εθνικής Τράπεζας
- στοιχεία ατομικού χαρτοφυλακίου μετοχών
- αγορά και πώληση μετοχών στα Χρηματιστήρια Αθηνών και Κύπρου
- παρακολούθηση εντολών αγοράς και πώλησης
- ειδοποιήσεις τιμών μετοχών

- εντοπισμό των δέκα πλησιέστερων στον πελάτη καταστημάτων ή ATM της Εθνικής Τράπεζας μέσω GPS Locator, καθώς και
- δυνατότητα τηλεφωνικής κλήσης και αποστολής e-mail στο κέντρο τηλεφωνικής εξυπηρέτησης της Εθνικής Τράπεζας

Ορισμένες συναλλαγές αφορούν προς το παρόν μόνο συσκευές iPhone και iPod touch.

Για να ενεργοποιηθεί ο πελάτης την υπηρεσία i-bank Mobile Banking θα πρέπει να έχει κάνει εγγραφή στο Internet TBanking της Εθνικής Τράπεζας. Επιλέγοντας Mobile Banking η εφαρμογή θα του ζητήσει τους προσωπικούς του κωδικούς i-bank Internet Banking (UserID και Password). Την πρώτη φορά που θα συνδεθεί θα εμφανιστούν οι όροι και οι προϋποθέσεις χρήσης της εφαρμογής.

19.3.2. Μενού τραπεζικών συναλλαγών

Με ένα άγγιγμα από το αρχικό μενού, ο πελάτης μπορεί να πραγματοποιήσει εύκολα, γρήγορα και με ασφάλεια τραπεζικές συναλλαγές, όπως:

- ✓ Πρόσβαση στα υπόλοιπα και τις είκοσι τελευταίες συναλλαγές των συνδεδεμένων τραπεζικών λογαριασμών
- ✓ Τρέχουσες οφειλές των πιστωτικών καρτών
- ✓ Μεταφορά χρημάτων ανάμεσα σε λογαριασμούς του ίδιου πελάτη ή σε λογαριασμούς άλλων στην Εθνική Τράπεζα
- ✓ Πληρωμές λογαριασμών
- ✓ Χρηματιστηριακές συναλλαγές / αναλυτική παρακολούθηση χαρτοφυλακίου / εντολές για αγορά ή πώληση μετοχών

Στη συνολική εικόνα εμφανίζονται οι συνδεδεμένοι λογαριασμοί, οι πιστωτικές κάρτες, οι επενδύσεις και τα δάνεια του πελάτη.

19.3.3. Το νέο Mobile Banking της Εθνικής – πώς βοηθά στην απόκτηση καλύτερου ελέγχου των οικονομικών των πελατών

Το ανασχεδιασμένο Mobile Banking της τράπεζας διαθέτει ενσωματωμένο εργαλείο προσωποποιημένης διαχείρισης οικονομικών, διευκολύνοντας τους χρήστες να αποκτήσουν καλύτερο έλεγχο των εξόδων τους! Από το Φεβρουάριο του 2019 είναι διαθέσιμη η νέα, ανασχεδιασμένη εφαρμογή του i-bank Mobile Banking, με σύγχρονο design και νέα δυνατότητα «έξυπνης» διαχείρισης οικονομικών για τους χρήστες (Personal Financial Management).

Με τη νέα δυνατότητα Διαχείρισης Οικονομικών, μπορούν οι χρήστες να παρακολουθούν συνολικά τις συναλλαγές από τα προϊόντα που χρησιμοποιούν περισσότερο στην καθημερινότητά τους και να κατηγοριοποιούν, σύμφωνα με τις ανάγκες τους, τις δαπάνες και τα έσοδά τους. Ταυτόχρονα, η εφαρμογή προσφέρει μία εντελώς προσωποποιημένη ανάλυση των εσόδων και των δαπανών κάθε μήνα, παρέχοντας ξεκάθαρη εικόνα για το πού δαπανήθηκε το μεγαλύτερο μέρος του μηνιαίου εισοδήματος (σε ποιους εμπόρους και σε ποιες κατηγορίες εξόδων), ώστε να διευκολύνεται η καλύτερη οργάνωση των οικονομικών των χρηστών για τον τρέχοντα και τον επόμενο μήνα. Ακόμη, παρέχεται η δυνατότητα ορισμού μηνιαίων budgets (μέγιστο ποσό δαπάνης), συνολικά για όλα τα έξοδα του μήνα, αλλά και για κάθε ξεχωριστή κατηγορία εξόδων που μπορεί να ενδιαφέρει το χρήστη (π.χ. ψώνια, σούπερ μάρκετ, διασκέδαση), ώστε να είναι πιο εύκολη η παρακολούθηση της πορείας των εξόδων.

Για την καλύτερη ανάδειξη των νέων δυνατοτήτων, ανασχεδιάστηκε συνολικά η εφαρμογή του NBG Mobile Banking. Με πιο σύγχρονη και minimal εμφάνιση, η πλοήγηση έγινε ακόμη πιο γρήγορη, άνετη, εύκολη και ευχάριστη!

Κύρια χαρακτηριστικά της νέας λειτουργίας Διαχείρισης Οικονομικών

- Συγκεντρωτική εικόνα προσωπικής οικονομικής κατάστασης με μια ματιά
- Πλήρης, «έξυπνη», προσωποποιημένη ανάλυση συναλλαγών ανά ημέρα, λογαριασμό, κάρτα

- Κατηγοριοποίηση συναλλαγών εσόδων και δαπανών αυτοματοποιημένα, με παράλληλη δυνατότητα αλλαγής από το χρήστη, σύμφωνα με τις δικές του ανάγκες, καθώς και δυνατότητα προσθήκης σχολίων και hashtags, για καλύτερο έλεγχο και παρακολούθηση
- Εκτενής, χρηστική πληροφόρηση και ανάλυση εσόδων – εξόδων, με παρουσίαση των μεγαλύτερων κατηγοριών εξόδων, καθώς και των εμπορών με τις περισσότερες συναλλαγές
- Δυνατότητα ορισμού budgets (μέγιστου ποσού δαπάνης) για κάθε κατηγορία εξόδων αλλά και συνολικά για τα έξοδα όλου του μήνα, για καλύτερο έλεγχο

Πολύ σύντομα θα είναι διαθέσιμες και οι ακόλουθες δυνατότητες:

- Λήψη ειδοποιήσεων, όταν πιστώνονται χρήματα στο λογαριασμό του χρήστη, όταν κάνει πληρωμές, αλλά και όταν τα έξοδά του πλησιάζουν το μέγιστο όριο που έχει θέσει
- Λήψη μηνιαίων αναφορών σχετικά με την πρόοδο των εξόδων / εσόδων του μήνα

Τι κερδίζει ο χρήστης

Μέσα από τη λειτουργία Διαχείρισης Οικονομικών της νέας εφαρμογής NBG Mobile Banking ο χρήστης:

- ✓ Γνωρίζει ακριβώς σε ποιες αγορές / συναλλαγές διοχετεύονται τα χρήματά του
- ✓ Ανακαλύπτει συναλλακτικές συνήθειες και δαπάνες που θα ήταν δύσκολο και χρονοβόρο να εντοπίσει
- ✓ Εντοπίζει ευκαιρίες για αποταμίευση ή εξοικονόμηση χρημάτων
- ✓ Προσαρμόζει την καταναλωτική του συμπεριφορά ανάλογα με την πορεία των εσόδων – εξόδων και των στόχων του
- ✓ Προγραμματίζει τις αγορές και τα έξοδά του καλύτερα και με μεγαλύτερη ακρίβεια

Με το νέο NBG Mobile Banking, η Εθνική Τράπεζα πρωτοπορεί, αγκαλιάζοντας νέες αναπτυσσόμενες τεχνολογίες (Artificial Intelligence, Machine Learning) και υιοθετώντας διεθνείς βέλτιστες πρακτικές, ώστε να προσφέρει στους πελάτες της υψηλή εμπειρία εξυπηρέτησης και υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας που ανταποκρίνονται στις ανάγκες τους.

19.4. Phone Banking



Το Phone Banking αξιοποιεί προηγμένες τεχνολογίες αναγνώρισης και σύνθεσης φωνής, ενώ δεν απαιτείται καμία εξοικείωση από τη μεριά του πελάτη με την τεχνολογία, ούτε εκπαίδευση του συστήματος στη φωνή του.

Τα **πλεονεκτήματα** της υπηρεσίας Phone Banking είναι:

- ✓ κεντρικό σημείο πληροφοριών και συναλλαγών
- ✓ εξυπηρέτηση μέσω της φωνητικής πύλης (IVR), όσο και μέσω εκπροσώπου (agent), χωρίς τη χρήση υπολογιστή ή πρόσβαση στο Internet
- ✓ φιλικότητα στη χρήση
- ✓ πρόσβαση από οποιαδήποτε τηλεφωνική συσκευή (σταθερή ή κινητή)

Μέσω του Phone Banking ο πελάτης έχει τη δυνατότητα:

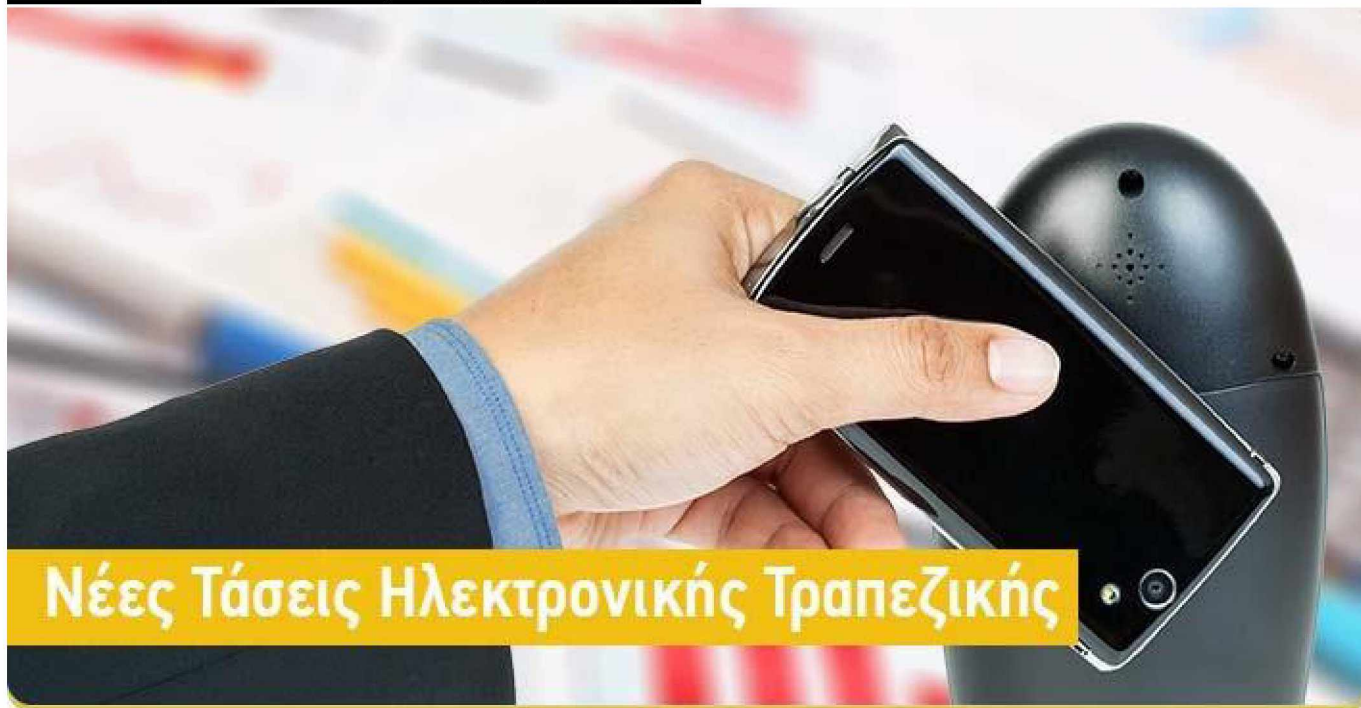
- να λαμβάνει πληροφόρηση για τους λογαριασμούς, τις πιστωτικές κάρτες ή τα δάνειά του
- να πραγματοποιεί εγγρήματες συναλλαγές, όπως μεταφορές / εμβάσματα, πληρωμές Δημοσίου / εταιρειών, χρηματιστηριακές συναλλαγές, πάγιες εντολές κ.ά.
- να διενεργεί συναλλαγές διαχείρισης προφίλ και ασφάλειας: κλείδωμα συσκευής i-code, σύνδεση / αποσύνδεση λογαριασμών και χρηματιστηριακών κωδικών κ.ά.
- να εγγραφεί στην υπηρεσία ειδοποιήσεων (ETE Alerts) για συναλλαγές με χρήση πιστωτικής / χρεωστικής κάρτας έκδοσης Εθνικής Τράπεζας
- να δηλώσει απώλεια χρεωστικής ή πιστωτικής κάρτας
- να ενημερωθεί για οποιοδήποτε προϊόν ή υπηρεσία προσφέρει η τράπεζα

Ο αριθμός του τηλεφωνικού κέντρου της Τράπεζας είναι ο **181818**, που καλείται από σταθερό με αστική χρέωση και από κινητό με ειδική χρέωση ανά πάροχο. Για τις κλήσεις από το εξωτερικό ισχύει ο αριθμός **+30 210 4848484**.

Η είσοδος του πελάτη στις συναλλαγές του Phone Banking γίνεται εύκολα με την ταυτοποίηση των στοιχείων του. Τα βήματα που πρέπει να ακολουθήσει είναι τα εξής:

- Εκφωνεί ή πληκτρολογεί στην τηλεφωνική συσκευή τον κωδικό ταυτοποίησης που του έχει χορηγήσει η τράπεζα και είναι μοναδικός για κάθε πελάτη (οκτώ ψηφία).
- Έπειτα πλοηγείται στο μενού συναλλαγών, χρησιμοποιώντας σε ορισμένες περιπτώσεις τη λέξη κλειδί που του ανακοινώνεται

19.5. Νέες Τάσεις Ηλεκτρονικής Τραπεζικής



Νέες Τάσεις Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

19.5.1. Ηλεκτρονικές πληρωμές & smartphones – Συσκευές EFT – POS

Στο πλαίσιο της εξέλιξης των πληρωμών και με όχημα τα smartphones και τις τεχνολογίες που αυτά ενσωματώνουν, έχουν ξεκινήσει και αναπτύσσονται συστήματα πληρωμών, τα οποία υποκαθιστούν τις πιστωτικές και χρεωστικές κάρτες, μετατρέποντας το ίδιο το κινητό τηλέφωνο σε μέσο πληρωμής.

Ένα πεδίο εφαρμογής της τεχνολογίας Bluetooth, το οποίο αναμένεται να δώσει μεγάλη ώθηση το επόμενο διάστημα, είναι η χρήση της στις ηλεκτρονικές πληρωμές για αγορά αγαθών. Δείγμα αυτής της προσπάθειας είναι το προϊόν Beacon, το οποίο αποτελεί ανάπτυξη της Apple και χρησιμοποιεί πειραματικά η PayPal.

- ❖ Ο πελάτης πλησιάζει ένα κατάστημα που χρησιμοποιεί την τεχνολογία Beacon και λαμβάνει μήνυμα στο κινητό του (μέσω Bluetooth) για προσφορά προϊόντος. Ο πελάτης το αποδέχεται (στο κινητό) και όταν μπει στο κατάστημα πληρώνει μέσω PayPal από το κινητό τηλέφωνο.
- ❖ Ο καταναλωτής βρίσκεται σε Super Market και διαλέγει τα προϊόντα που θέλει να αγοράσει. Μόλις ολοκληρώσει τα ψώνια, πληρώνει μέσω της εφαρμογής της PayPal, ανταλλάσσοντας όλες τις πληροφορίες της αγοράς (ποσό πληρωμής, κάρτα χρέωσης κ.ά.) μέσω Bluetooth.

19.5.2. Τι είναι η NFC;

Ένας άλλος τρόπος πληρωμής μέσω ασύρματης τεχνολογίας είναι η επικοινωνία κοντινού πεδίου (Near Field Communication, NFC). Πρόκειται για μία υψηλής συχνότητας, ασύρματη τεχνολογία επικοινωνίας, μικρής εμβέλειας, που επιτρέπει την ανταλλαγή δεδομένων μεταξύ συσκευών σε απόσταση μέχρι 10 εκατοστών (συνήθως < 5 εκ.).

19.5.3. Εφαρμογές της NFC

Η τεχνολογία NFC διευκολύνει τη γρήγορη ανάγνωση και εγγραφή δεδομένων μεταξύ δύο συσκευών (κυρίως smartphones και tablets), αγγίζοντάς τες μεταξύ τους. Έτσι διευκολύνει τη σύνδεσή τους στη στιγμή, προκειμένου να πραγματοποιηθεί διαμοιρασμός φωτογραφιών, αρχείων μουσικής και πληροφοριών επικοινωνίας. Επίσης, η τεχνολογία NFC επιτρέπει την πραγματοποίηση ανέπαφων συναλλαγών (contactless), δίνοντας τη δυνατότητα στον πελάτη να κάνει αγορές, πλησιάζοντας την κάρτα ή το κινητό τηλέφωνο στο κατάλληλο μηχάνημα (τερματικό). Χρησιμοποιείται με τη χρήση εφαρμογής στα μέσα μαζικής μεταφοράς, όπου υπάρχουν συστήματα πληρωμής με την τεχνολογία NFC και οι χρήστες περνάνε απλά τις συσκευές τους και αγοράζουν άμεσα και εύκολα το εισιτήριο.

Η Τράπεζα, σε μια προσπάθεια να εκσυγχρονιστεί και να συμβαδίσει με τις εξελίξεις, από τις **9 Φεβρουαρίου 2015**, προχώρησε στην έκδοση και διάθεση των νέων χρεωστικών καρτών DEBIT MASTERCARD & DEBIT MASTERCARD BUSINESS με ενσωματωμένη τεχνολογία Contactless / Ανέπαφων συναλλαγών.

Χρήση τηλεφώνου με NFC ως πορτοφολιού

Σε ορισμένες περιοχές ο πελάτης μπορεί να χρησιμοποιήσει την NFC ως μέθοδο πληρωμής, μετατρέποντας το τηλέφωνό του σε ηλεκτρονικό πορτοφόλι και μεταφέροντας τις πιστωτικές και τις χρεωστικές του κάρτες σε αυτό. Το ηλεκτρονικό πορτοφόλι ή e-wallet, όπως είναι η διεθνής ονομασία του, είναι ένα ασφαλές ηλεκτρονικό μέσο πληρωμής. Το ηλεκτρονικό πορτοφόλι λειτουργεί όπως ο λογαριασμός του πελάτη στο internet banking της Εθνικής. Δηλαδή, όπως ανοίγει τη σελίδα της Τράπεζας, συμπληρώνει τα στοιχεία εισόδου του (UserID και Password) και μπορεί μέσα από το λογαριασμό του να στείλει χρήματα ή να πληρώσει λογαριασμούς κλπ., έτσι και με το ηλεκτρονικό πορτοφόλι, μπορεί να κάνει αγορές στο διαδίκτυο μέσω κινητού ή σε τερματικό POS, που να υποστηρίζει την υπηρεσία πληρωμής που χρησιμοποιεί. Τέτοιες υπηρεσίες ηλεκτρονικού πορτοφολιού, που κάνουν και χρήση της τεχνολογίας NFC, είναι και το Google Wallet της ομώνυμης εταιρείας. Επίσης, το Paypass της Mastercard και το Paywave της Visa χρησιμοποιούν κάρτες με ενσωματωμένη την τεχνολογία NFC.

• Google Wallet

Οι χρήστες του Google Wallet, αφού πρώτα εγκαταστήσουν την εφαρμογή στο κινητό τους τηλέφωνο, μπορούν:

- ✓ Να στείλουν χρήματα σε φίλους τους με χρήση μόνο του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
- ✓ Να πληρώνουν με ένα άγγιγμα στο κινητό, σε τερματικά που δέχονται ανέπαφες πληρωμές
- ✓ Να συγκεντρώνουν πόντους, τους οποίους εξαργυρώνουν σε αγορές τους κ.ά.

• Paypass της MasterCard & Paywave της Visa

Οι υπηρεσίες Paypass® της Mastercard και Paywave της Visa χρησιμοποιούν κάρτες πιστωτικές, χρεωστικές ή προπληρωμένες, εξοπλισμένες με τσιπ και κεραία εντός της ίδιας της κάρτας. Ο χρήστης πλησιάζει την κάρτα σε τερματικό με το ειδικό σήμα, σε απόσταση μερικών εκατοστών, και η πληρωμή γίνεται ασύρματα,

χωρίς να χρειάζεται να δώσει την κάρτα στον ταμιά, ώστε να συρθεί η κάρτα (swipe) ή να τοποθετηθεί στο τερματικό, όπως γίνεται με τις κλασικές κάρτες. Τα στοιχεία του λογαριασμού μεταφέρονται από το τερματικό και η επεξεργασία γίνεται μέσω του συστήματος της MasterCard. Στο τέλος, ο χρήστης λαμβάνει επιβεβαίωση για την επιτυχή ολοκλήρωση της συναλλαγής. Η ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ της κάρτας και του τερματικού γίνεται με χρήση της τεχνολογίας NFC. Με τον ίδιο τρόπο λειτουργεί και η υπηρεσία Paywave της Visa.

19.6. Καινοτομία i-bank store



19.6.1. Ηλεκτρονικές υπηρεσίες στο i-bank store

Η ανάπτυξη εναλλακτικών δικτύων εξυπηρέτησης, μέσω των οποίων οι πελάτες έχουν πρόσβαση στις υπηρεσίες της Τράπεζας, αποτελεί βασικό στρατηγικό άξονα της Εθνικής Τράπεζας. Στο πλαίσιο αυτό και σε μία προσπάθεια να παρουσιαστούν στο ευρύ κοινό οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες i-bank, η Εθνική Τράπεζα ξεκίνησε το 2011 την ανάπτυξη νέων τεχνολογικά προηγμένων λύσεων, εγκαινιάζοντας το Φεβρουάριο το πρώτο i-bank store στο εμπορικό κέντρο The Mall Athens. Πρόκειται για ένα πρωτοποριακό για τα ελληνικά δεδομένα concept store, που συνδυάζει μοναδικά τη σύγχρονη αρχιτεκτονική με τις νέες τεχνολογίες και την τραπεζική εξυπηρέτηση με την ψυχαγωγία. Το i-bank store βασίζεται στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες i-bank (Internet Banking, Mobile Banking, Phone Banking, ATM/APS), αλλά αποτελεί κάτι παραπάνω από την απλή μεταφορά τους σε ένα χώρο επίδειξης. Η μοναδικότητά του έγκειται στο συνδυασμό διαφόρων στοιχείων, όπως η ιδιαίτερη αρχιτεκτονική, η χρήση σύγχρονης ψηφιακής τεχνολογίας (digital signage, augmented reality), καθώς και η παρακολούθηση εκδηλώσεων και σεμιναρίων για θέματα τεχνολογίας, καινοτομίας και οικολογίας σε ειδικά διαμορφωμένο χώρο. Τη λειτουργία του πρώτου στην Ελλάδα πολυχώρου ηλεκτρονικής τραπεζικής ακολουθεί το Σεπτέμβριο της ίδιας χρονιάς ένα δεύτερο, ακόμα μεγαλύτερο, στη Θεσσαλονίκη, στην πλατεία Αριστοτέλους. Προέκταση της εμπειρίας των i-bank stores αποτελεί το δίκτυο των i-bank corner στην Κηφισιά και στο εμπορικό κέντρο Mediterranean Cosmos. Κάθε i-bank store και i-bank corner διαθέτει εξειδικευμένη ομάδα, που παρουσιάζει όλες τις υπηρεσίες i-bank στους επισκέπτες και παρέχει εξυπηρέτηση από το άνοιγμα ενός τραπεζικού λογαριασμού μέχρι την παροχή όλων των «κλειδιών» για τη χρήση των i-bank υπηρεσιών. Το i-bank store λειτουργεί ως ένα «εργαστήριο καινοτομίας» (Innovation Lab) για την Εθνική Τράπεζα, όπου εφαρμόζονται πιλοτικά νέοι τρόποι εξυπηρέτησης και παρουσιάζονται νέες τεχνολογίες.

19.6.2. Σεμινάρια & εκδηλώσεις στο i-bank store

Ιδιαίτερη έμφαση έχει δοθεί στη διοργάνωση δωρεάν επιμορφωτικών σεμιναρίων και εκδηλώσεων στο αμφιθέατρο των i-bank store, που κινούνται σε δύο βασικούς θεματικούς άξονες:

- Πώς η τεχνολογία μπορεί να διευκολύνει τη ζωή μας
- Πώς μπορούμε να διαχειριστούμε τα «οικονομικά» μας με αποτελεσματικό τρόπο

Έτσι, ο επισκέπτης μπορεί, για παράδειγμα, να παρακολουθήσει ανέξοδα εταιρείες και φορείς να παρουσιάζουν σύγχρονα τεχνολογικά επιτεύγματα, να μάθει πώς καταρτίζεται ένα επιχειρησιακό πλάνο (business plan), να δημιουργήσει ένα blog ή να ετοιμάσει έναν απλό προϋπολογισμό σε ένα ηλεκτρονικό φύλλο εργασίας.

Σε συνεργασία με φορείς όπως:

- Το Πολυτεχνείο Κρήτης
- Το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης
- Το Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού
- Το Εθνικό Κέντρο Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης
- Το Hellenic Startup Association

και επιχειρήσεις όπως:

- η Microsoft, η Sony, η Nintendo, η Technoplus, η Wind και άλλες,
- το i-bank store σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη έχει προσφέρει μοναδικές μαθησιακές εμπειρίες.

Αυτές αφορούν τομείς όπως:

- η ρομποτική, η εικονική πραγματικότητα, η τεχνολογία 3DS, το ψηφιακό βιβλίο, τα social media, το ηλεκτρονικό επιχειρείν, οι καινοτόμες ψηφιακές εφαρμογές κ.ά.

Κάθε μήνα το πρόγραμμα εκδηλώσεων είναι αναρτημένο στην ιστοσελίδα του i-bank store (www.nbg.gr/ibankstore).

Το πρόγραμμα εκδηλώσεων του i-bank store περιλαμβάνει και τους κύκλους μαθημάτων «Δείξ'τους», συνεχίζοντας τη σημαντική κοινωνική δράση που ξεκίνησε το i-bank της Εθνικής Τράπεζας στις αρχές του 2011, με στόχο να συμβάλει στην καλλιέργεια και ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων των μη «τεχνολογικά εξοικειωμένων». Πρόκειται για ένα εθελοντικό πρόγραμμα, όπου νέοι-εθελοντές αναλαμβάνουν να διδάξουν σε άτομα μεγαλύτερης ηλικίας πώς να χρησιμοποιούν το internet, ώστε να έχουν και εκείνοι πρόσβαση στην ψηφιακή εποχή και τις νέες τεχνολογίες. Με τους κύκλους μαθημάτων που διοργανώθηκαν από την ομάδα του i-bank store σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, περισσότεροι από 120 νέοι εθελοντές-εκπαιδευτές μετέδωσαν τις ψηφιακές τους γνώσεις σε 350 περίπου μαθητές, ηλικίας άνω των 50 ετών, με τη στήριξη της ΜΚΟ «50 και Ελλάς» και του ιδρύματος ECDL.

19.6.3. Διακρίσεις

Το i-bank store έχει αναγνωριστεί διεθνώς από οργανισμούς, περιοδικά και ηλεκτρονικά μέσα, που ασχολούνται με την καινοτομία στην τραπεζική εξυπηρέτηση (π.χ. EFMA, Financial Brand, Finextra, Banking & Payments), ως ένα από τα πιο αξιοσημείωτα case studies, ενώ έχει κατακτήσει και κορυφαία διάκριση σε διεθνή διαγωνισμό Design, στην κατηγορία «Interior Space and Exhibition Design».

Επιπλέον, έχει κερδίσει το βραβείο «Συνδυασμός Ψηφιακού και Φυσικού Καναλιού» στα “e-volution awards 2013”, που διοργανώνονται από το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών και τη Boussias Communications, με στόχο την ανάδειξη των βέλτιστων πρακτικών στο ηλεκτρονικό επιχειρείν.

Τέλος, από το Ελληνικό Ινστιτούτο Μάρκετινγκ και την Ελληνική Εταιρεία Διοίκησης Επιχειρήσεων απονεμήθηκε το βραβείο Marketing Excellence Awards 2013 για τη «Διαχείριση Δικτύων Διανομής & Trade Marketing».

19.7. i-bank pass

Το i-bank pass είναι μία βραβευμένη διεθνώς και στο εσωτερικό πρωτοποριακή υπηρεσία, που παρέχει τη δυνατότητα έκδοσης ηλεκτρονικού αριθμού προτεραιότητας (εισιτηρίου) για ταμειακή εξυπηρέτηση, πριν ο πελάτης επισκεφθεί το κατάστημα της τράπεζας και τον ενημερώνει όταν πλησιάζει η σειρά του, ώστε να μην περιμένει στην ουρά αναμονής.

Η υπηρεσία i-bank pass:

- ✓ είναι διαθέσιμη σε 340 καταστήματα της Εθνικής Τράπεζας μέσω:

- σχετικής mobile εφαρμογής (application) για συσκευές smartphone και tablet με λογισμικό:
 - ❖ Google Android™ (έκδοση 4.0 και μεταγενέστερη) μέσω Play Store και
 - ❖ Apple iOS (έκδοση 7.0 και μεταγενέστερη) μέσω App Store
- της ιστοσελίδας www.nbg.gr, στην επιλογή αναζήτησης καταστημάτων
- ✓ διατίθεται για χρήση εντός της ημέρας (Δευτέρα έως Παρασκευή 08:10' - 13:55') για εξυπηρέτηση κατά τις ώρες λειτουργίας των καταστημάτων
- ✓ δεν απαιτεί κωδικούς εισόδου και είναι προσβάσιμη τόσο από πελάτες όσο και από μη πελάτες της τράπεζας

και παρέχει τις εξής δυνατότητες:

- πληροφορίες για τα πλησιέστερα καταστήματα και το χρόνο αναμονής στα ταμεία
- ενημέρωση για εργασίες, στοιχεία επικοινωνίας και ωράριο λειτουργίας των καταστημάτων της Εθνικής Τράπεζας
- έκδοση ηλεκτρονικού αριθμού προτεραιότητας («εισιτηρίου») για ταμειακή εξυπηρέτηση στο κατάστημα που επιθυμεί ο πελάτης (δεν εκτυπώνεται αλλά εμφανίζεται στην οθόνη του κινητού ή του tablet)
- ενημέρωση του πελάτη όταν πλησιάζει η σειρά του, ώστε να προσέλθει έγκαιρα στο κατάστημα για να εξυπηρετηθεί
- αξιολόγηση της προσφερόμενης υπηρεσίας, εφόσον το επιθυμεί ο πελάτης

Η υπηρεσία i-bank pass διατίθεται στην ηλεκτρονική σελίδα της Εθνικής Τράπεζας www.nbg.gr, στην οποία ο πελάτης μπορεί, για τα 340 καταστήματα στα οποία είναι διαθέσιμη:

- ✓ να αναζητήσει το κατάστημα που τον εξυπηρετεί, είτε χρησιμοποιώντας τη γραμμή αναζήτησης, είτε με πλοήγηση πάνω στον εμφανιζόμενο χάρτη,
- ✓ να ενημερωθεί για τους χρόνους εξυπηρέτησης, τους πελάτες σε αναμονή και τα στοιχεία του καταστήματος, πριν εκδώσει το εισιτήριό του,
- ✓ να εκδώσει ηλεκτρονικό εισιτήριο:
- κάνοντας κλικ στην επιλογή «**Έκδοση i-bank pass εισιτηρίου**»,
- συμπληρώνοντας τον αριθμό του κινητού τηλεφώνου του και
- επιλέγοντας το εικονίδιο του **i-bank pass**

Ο αριθμός κινητού τηλεφώνου είναι απαραίτητος για τη χρήση της υπηρεσίας **i-bank pass**, καθώς σε αυτόν θα λάβει ο πελάτης μέσω sms τις ειδοποιήσεις της υπηρεσίας, οι οποίες αφορούν:

- στα στοιχεία του καταστήματος που εκδόθηκε το ηλεκτρονικό εισιτήριο
- στον αριθμό του ηλεκτρονικού εισιτηρίου για επίδειξη στο ταμείο από το οποίο θα κληθεί
- στον εκτιμώμενο χρόνο αναμονής και
- στην έγκαιρη προσέλευση του πελάτη στο κατάστημα

Για την καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη, συστήνεται να είναι απρόσκοπτη η σύνδεση με το δίκτυο του παρόχου κινητής τηλεφωνίας ή το δίκτυο web για τις mobile συσκευές.

Κάθε χρήστης της υπηρεσίας i-bank pass μπορεί να εκδώσει ανά ημέρα έως τρία (3) εισιτήρια για εξυπηρέτηση στο ταμείο, συμπεριλαμβανομένων στον αριθμό αυτό και όσων τυχόν ακυρώνονται. Αν ο πελάτης πραγματοποιήσει έξοδο από τη mobile εφαρμογή, μπορεί να ανακτήσει το εισιτήριο που έχει εκδώσει, προκειμένου να το επιδείξει στο ταμείο όταν κληθεί. Κάθε εισιτήριο που εκδίδεται μέσω της εφαρμογής i-bank pass παραμένει ενεργό έως τη στιγμή που θα κληθεί από το ταμείο του επιλεγμένου καταστήματος. Έπειτα εμφανίζεται ως ληγμένο, είτε ο πελάτης που το εξέδωσε παρουσιάστηκε για εξυπηρέτηση είτε όχι.

Η υπηρεσία i-bank pass αντλεί αριθμούς προτεραιότητας από την ίδια σειρά που αντλούνται οι αριθμοί που εκτυπώνονται στο κατάστημα. Έτσι, δε θα εμφανιστεί ποτέ για το ίδιο κατάστημα και για την ίδια ημέρα περίπτωση ταύτισης 2 εισιτηρίων.

Τόσο η λήψη της εφαρμογής όσο και η χρήση της είναι δωρεάν. Ισχύουν ωστόσο οι χρεώσεις χρήσης του δικτύου του παρόχου τηλεφωνίας.

Όταν πλησιάζει ο αριθμός του εισιτηρίου του πελάτη, θα λάβει στη συσκευή του ειδοποίηση (push notification) μέσω της mobile εφαρμογής ή sms, εφόσον έχει εκδώσει το εισιτήριό του μέσω του web site, ώστε να προσέλθει έγκαιρα στο κατάστημα επιλογής. Μεταβαίνοντας στο www.nbg.gr, ο πελάτης μπορεί να επιλέξει το κατάστημα και να ενημερωθεί για τον τρέχοντα αριθμό προτεραιότητας, το μέσο χρόνο αναμονής και τους πελάτες σε αναμονή.

19.7.1.Υπηρεσία i-bank pass plus – δημιουργία ηλεκτρονικού ραντεβού για όλες τις υπηρεσίες καταστήματος εκτός ταμείου

Η Εθνική Τράπεζα, στο πλαίσιο της συνεχούς βελτίωσης της εξυπηρέτησης της πελατείας, και σε συνέχεια της επιτυχημένης εφαρμογής i-bank pass, αναβαθμίζει τη συγκεκριμένη υπηρεσία προς την πελατεία, ενσωματώνοντας στην υφιστάμενη λειτουργικότητά της τη δυνατότητα δημιουργίας ηλεκτρονικού ραντεβού, για κάθε υπηρεσία του καταστήματος, πλην της ταμειακής εξυπηρέτησης. Η αναβαθμισμένη υπηρεσία φέρει την ονομασία «**i-bank pass plus**».

Η πρόσβαση στην υπηρεσία «i-bank pass plus» παρέχεται:

- **Για τα καταστήματα** που θα διαθέτουν τη συγκεκριμένη υπηρεσία, μέσω του intranet site της ΕΤΕ, στη διεύθυνση <http://mynbg/>, στην ενότητα Συστήματα, με τον τίτλο «Εφαρμογή Ραντεβού στο Κατάστημα», και
- **Στην πελατεία** της τράπεζας, μέσω εφαρμογής για «έξυπνες κινητές συσκευές» (smartphones, tablets) με λειτουργικό Android (έκδοσης 4.0.3 και άνω) και iOS (έκδοσης 9.0 και άνω), όπου ο χρήστης θα έχει τη δυνατότητα να αναζητήσει και να επιλέξει το κατάστημα εξυπηρέτησής του και να δημιουργήσει ραντεβού για οποιαδήποτε υπηρεσία του καταστήματος, στην ημερομηνία και ώρα που επιθυμεί, βάσει διαθεσιμότητας.

Η πλατφόρμα προγραμματισμού επίσκεψης πελάτη σε κατάστημα – ραντεβού, καθώς και η mobile εφαρμογή, διασφαλίζουν τη δημιουργία ενός μοναδικού κάθε φορά αριθμού κράτησης, που αφορά σε συγκεκριμένο ραντεβού, για συγκεκριμένο κατάστημα, υπηρεσία και κατηγορία πελάτη. Σημειώνεται επιπλέον ότι η νέα υπηρεσία είναι διαθέσιμη για το κοινό, Δευτέρα έως Παρασκευή 08:30' - 13:30', με τα ραντεβού να έχουν ως ώρα έναρξης τις 08:30' και ως ώρα λήξης τις 13:30' και δυνατότητα δημιουργίας ραντεβού εντός χρονικού διαστήματος ενός μήνα. Μέσω της mobile εφαρμογής προσφέρεται επίσης η δυνατότητα τροποποίησης / ακύρωσης ραντεβού. Επιπρόσθετα, παρέχεται στον πελάτη / χρήστη η δυνατότητα, επιλέγοντας ένα από τα παρελθόντα ραντεβού, να αξιολογήσει την εμπειρία εξυπηρέτησης που είχε, εφόσον έκανε χρήση του ραντεβού, ή να αναφέρει το λόγο για τον οποίο δεν έγινε χρήση. Τέλος, αξίζει να αναφερθεί ότι η υπηρεσία i-bank pass plus απευθύνεται τόσο σε πελάτες όσο και σε μη πελάτες της τράπεζας. Η νέα υπηρεσία σταδιακά θα διατεθεί στο σύνολο των καταστημάτων.

Λειτουργία υπηρεσίας i-bank pass plus

➤ Πλατφόρμα καταστήματος

Μέσω της πλατφόρμας διαχείρισης των ραντεβού, το προσωπικό που θα ορίζεται ανά κατάστημα θα έχει τη δυνατότητα να δημιουργεί και να διαχειρίζεται ραντεβού για το κατάστημά του. Η πρόσβαση στην πλατφόρμα καταστήματος παρέχεται χωρίς τη χρήση κωδικών πρόσβασης, προς το προσωπικό που έχει οριστεί, βάσει των ρόλων που έχουν αποδοθεί.

➤ Mobile εφαρμογή

Η υπηρεσία i-bank pass plus διατίθεται προς την υφιστάμενη και δυνητική πελατεία μέσω **mobile εφαρμογής** για συσκευές με λειτουργικό Android 4.0.3 και άνω, από το «Play Store» της Google και για συσκευές με λειτουργικό iOS 9.0 και άνω, από το «App Store» της Apple. Η είσοδος δεν απαιτεί την εισαγωγή κωδικών πρόσβασης. Ο χρήστης, επιλέγοντας το κατάστημα που τον ενδιαφέρει, μπορεί να προχωρήσει στη δημιουργία του i-bank pass plus ραντεβού, προκειμένου να εξυπηρετηθεί σε οποιαδήποτε υπηρεσία, εκτός ταμείου. Ακολούθως, ο χρήστης της εφαρμογής λαμβάνει ενημέρωση μέσω ειδοποίησης (e-mail / SMS). Η ενημέρωση μέσω ειδοποίησης (e-mail / SMS) αποστέλλεται είτε η έκδοση έγινε από τη mobile εφαρμογή,

είτε μέσω της πλατφόρμας καταστήματος και περιλαμβάνει τον αριθμό κράτησης για το κατάστημα επιλογής και τις λεπτομέρειες κράτησης (κατάστημα, διεύθυνση, ημερομηνία και ώρα έναρξης και λήξης του ραντεβού, υπηρεσία, κατηγορία πελάτη). Για λόγους διασφάλισης της ορθολογικής χρήσης της εφαρμογής παρέχεται δυνατότητα έκδοσης έως δύο (2) ραντεβού ανά e-mail / κινητό χρήστη, ημέρα και κατάστημα.

Οφέλος υπηρεσίας i-bank pass plus

- ❖ **Για την πελατεία:** Η νέα αναβαθμισμένη υπηρεσία αποσκοπεί στη βελτίωση της εξυπηρέτησης της υφιστάμενης και δυνητικής πελατείας της τράπεζας, παρέχοντας τη δυνατότητα προγραμματισμού επίσκεψης εκ των προτέρων στο κατάστημα, καθώς ο χρήστης μέσω αυτής δύναται πλέον να:
 - ✓ επιλέγει κατάστημα εξυπηρέτησης βάσει τοποθεσίας και διαθεσιμότητας
 - ✓ επιλέγει την υπηρεσία που επιθυμεί βάσει διαθεσιμότητας
 - ✓ δημιουργεί ραντεβού χωρίς τη φυσική παρουσία του, στο κατάστημα που επιθυμεί, και γνωρίζει εκ των προτέρων την ημερομηνία και ώρα που θα εξυπηρετηθεί (εντός του ωραρίου λειτουργίας), μειώνοντας τους χρόνους αναμονής στο κατάστημα, καθώς και να
 - ✓ εξοικονομεί χρόνο και να προσέρχεται στο κατάστημα όταν πλησιάζει η ώρα του προκαθορισμένου του ραντεβού.
- ❖ **Για το κατάστημα και την τράπεζα ευρύτερα,** η διάθεση της πλατφόρμας του ραντεβού θα συμβάλει στη:
 - ✓ Σταδιακή συστηματοποίηση της προγραμματισμένης προσέλευσης της πελατείας
 - ✓ Βελτίωση της κατανομής και αξιοποίησης του χρόνου απασχόλησης του προσωπικού του καταστήματος
 - ✓ Διευκόλυνση της οργάνωσης των εργασιών στο κατάστημα
 - ✓ Προβολή και προώθηση ηλεκτρονικών εφαρμογών εξυπηρέτησης της πελατείας με τη χρήση νέας και καινοτόμου τεχνολογίας και
 - ✓ Προσέλκυση νέας πελατείας

19.8. i-bank Pay B2B

Η υπηρεσία i-bank Pay B2B powered by PayByBank από την Εθνική Τράπεζα είναι μία πανευρωπαϊκή λύση, που παρέχει τη δυνατότητα είσπραξης τιμολογίων πελατών επιχειρήσεων, σε πραγματικό χρόνο και αυτοματοποιημένα, με τη χρήση ενός ειδικού κωδικού πληρωμής. Η υπηρεσία είναι διαθέσιμη από τις εμπορικές εφαρμογές PYLON της εταιρείας Epsilon Net, παρέχοντας στην επιχείρηση:

- άρτιο και επαρκές σύστημα ελέγχου και παρακολούθησης κωδικών διαδικτυακών συναλλαγών για την ολική εξόφληση τιμολογίων ή έναντι υπολοίπου, μέσω του διατραπεζικού συστήματος πληρωμών ΔΙΑ.Σ.
- ευχέρεια αυτοματοποιημένης αντιστοίχισης (reconciliation) των πληρωμών με τα αντίστοιχα τιμολόγια &
- υψηλό επίπεδο ασφάλειας των συναλλαγών, χωρίς να απαιτείται η γνωστοποίηση των προσωπικών δεδομένων του πληρωτή και χωρίς ειδική εγγραφή εκ μέρους του.

Οι προϋποθέσεις ένταξης στην υπηρεσία για την επιχείρηση που επιθυμεί να εισπράττει τιμολόγια είναι:

- να διαθέτει εμπορική εφαρμογή PYLON (PYLON Commercial)
- να έχει αγοράσει την υπηρεσία (module) Ηλεκτρονικές Πληρωμές / e-payments από την Epsilon Net και
- να είναι εγγεγραμμένη στο i-bank internet Banking της Εθνικής Τράπεζας.

Εγγραφή

Η υπηρεσία i-bank Pay B2B powered by PayByBank δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες που έχουν ήδη αγοράσει την υπηρεσία (module) από την Epsilon Net να μεταβούν στο i-bank Internet Banking της Εθνικής Τράπεζας και εφόσον αυθεντικοποιηθούν, να ολοκληρώσουν τη διαδικασία εγγραφής πελατών Worldbridge στη συγκεκριμένη υπηρεσία.

Έκδοση κωδικού πληρωμής ανά τιμολόγιο

Με την έκδοση του παραστατικού οφειλής εκδίδεται αυτόματα μέσω της μηχανογραφικής εφαρμογής PayByBank της Paylink, που είναι συνδεδεμένη με την υπηρεσία i-bank pay B2B της τράπεζας, ένας ειδικός κωδικός πληρωμής (μοναδικός για κάθε τιμολόγιο), που αναγράφεται στο παραστατικό. Στον ειδικό κωδικό

πληρωμής που εκδίδεται, ενσωματώνονται πληροφορίες που ταυτοποιούν τη συγκεκριμένη πληρωμή με ποσό και αποδέκτη πληρωμής.

Διαβίβαση κωδικού πληρωμής

Ο κωδικός αυτός διαβιβάζεται μέσω της ασφαλούς διασύνδεσης της υπηρεσίας i-bank pay B2B της τράπεζας με τη μηχανογραφική εφαρμογή PayByBank της Paylink, στην εφαρμογή Enterprise Resource Planning (ERP) ή σε άλλο λογιστικό πρόγραμμα της επιχείρησης και αναγράφεται στο τιμολόγιο που αυτή εκδίδει και αποστέλλει στον πελάτη της (πληρωτής).

Πληρωμή τιμολογίου

Για την πληρωμή, ο πελάτης της επιχείρησης (πληρωτής) συνδέεται με το Internet Banking της τράπεζας συνεργασίας του και επιλέγει **Πληρωμές Λογαριασμών > PayBank**, χρησιμοποιώντας τον κωδικό πληρωμής που αναγράφεται στο παραστατικό, το οποίο εξέδωσε και του απέστειλε η επιχείρηση. Για την εξόφληση του παραστατικού μπορεί να χρησιμοποιηθεί το Internet Banking ή οποιοσδήποτε άλλος διαθέσιμος τρόπος πληρωμής (Phone Banking, Mobile Banking, τραπεζικά καταστήματα & φυσικά καταστήματα, αλλά και τοις μετρητοίς σε περισσότερα από χίλια συμβεβλημένα στο πλαίσιο της παρούσας φυσικά σημεία σε όλη την Ελλάδα.

Ενημέρωση πληρωμής τιμολογίου

Μόλις ολοκληρωθεί η συναλλαγή, η εφαρμογή ERP (για τις εγγεγραμμένες επιχειρήσεις που διαθέτουν την εφαρμογή Enterprise Resource Planning) ή το λογιστικό πρόγραμμα της εγγεγραμμένης επιχείρησης, θα ενημερωθεί αυτόματα για την πληρωμή του τιμολογίου με την εκκαθάριση της συναλλαγής και θα ενημερωθεί αυτόματα η καρτέλα του πελάτη της επιχείρησης (πληρωτή). Επομένως, δεν είναι απαραίτητη η αποστολή αποδεικτικού πληρωμής.

Εκκαθάριση συναλλαγής

Η εκκαθάριση της συναλλαγής πραγματοποιείται στον τραπεζικό λογαριασμό που έχει δηλώσει η εγγεγραμμένη στην υπηρεσία επιχείρηση, ανεξαρτήτως του καναλιού μέσω του οποίου πραγματοποιήθηκε η πληρωμή του τιμολογίου.

Επικοινωνία

Για περισσότερες πληροφορίες ή υποστήριξη ο πελάτης μπορεί να επικοινωνήσει με την τράπεζα στην ηλεκτρονική διεύθυνση ibcorporate.info@nbg.gr, αναγράφοντας ονοματεπώνυμο ή την επωνυμία της επιχείρησής του, ΑΦΜ και τηλέφωνο επικοινωνίας.

19.9. EΘNOFiles

Πρόκειται για ένα σύστημα μεταφοράς δεδομένων που παρέχει στις συνεργαζόμενες, μέσω Internet Banking, επιχειρήσεις τη δυνατότητα λήψης και αποστολής ηλεκτρονικών αρχείων, με πληροφοριακά στοιχεία και συναλλαγές που τις αφορούν. Το σύστημα αυτό εξυπηρετεί τη διακίνηση αρχείων προκαθορισμένης γραμμογράφησης από τον πελάτη προς την Τράπεζα και αντίστροφα.

Το προϊόν είναι κατάλληλο για επιχειρήσεις που επιθυμούν, μέσω Internet Banking, να διεκπεραιώσουν ηλεκτρονικά μεγάλο πλήθος μαζικών συναλλαγών (π.χ. μισθοδοσία προσωπικού).

Μέσω EΘNOFiles λαμβάνονται ή αποστέλλονται ηλεκτρονικά προκαθορισμένα αρχεία δεδομένων, προσυμφωνημένης γραμμογράφησης, που αφορούν οποιαδήποτε πληροφορία παρέχεται ή μπορεί να παραχθεί από τα μηχανογραφικά συστήματα της Τράπεζας ή διενέργεια συναλλαγών.

Ενδεικτικά:

- Ημερήσια ή μηνιαία κίνηση λογαριασμών καταθέσεων σε Ευρώ και Συναλλάγμα
- Ημερήσια ή μηνιαία κίνηση λογαριασμών χορηγήσεων
- Μισθοδοσία Προσωπικού
- Μαζικές εισπράξεις – πληρωμές (π.χ. συντάξεις, λοιπές παροχές)
- Μαζικές ηλεκτρονικές πιστώσεις (EΘNOcredits)
- Εξόφληση παγίων και λοιπών υποχρεώσεων
- Πληρωμή προμηθευτών

- Αποστολή – λήψη αρχείου παγίων εντολών πιστωτικών καρτών
- Οποιαδήποτε άλλη πληροφορία που ζητήσει ο πελάτης και η οποία παρέχεται ή μπορεί να παραχθεί από τα μηχανογραφικά συστήματα της Τράπεζας
- Μαζικές εισπράξεις – πληρωμές που έγιναν στο Δίκτυο της Τράπεζας για λογαριασμό πελατών / προμηθευτών της εταιρείας
- Συναλλαγές που διενεργούνται μέσω της χρήσης των ηλεκτρονικών συσκευών EFT / POS

Η υπηρεσία EΘNOFiles, μέσω Internet Banking, παρέχεται δωρεάν, ενώ η διαδικασία στην ηλεκτρονική μεταφορά των αρχείων διέπεται από τα χαρακτηριστικά ασφαλείας της εφαρμογής του Internet Banking.

Τα βασικά πλεονεκτήματα συνοψίζονται στα ακόλουθα:

- ✓ Ηλεκτρονική διαχείριση αρχείων (μη χρήση χαρτιού και δισκέτας)
- ✓ 24ωρη δυνατότητα αποστολής και λήψης αρχείων
- ✓ Ιστορικότητα συναλλαγών
- ✓ Μείωση επισκέψεων στην Τράπεζα
- ✓ Ελαχιστοποίηση εισαγωγής στοιχείων

Συνεπώς, τα EΘNOFiles δίνουν τη δυνατότητα σε κάθε επιχείρηση, μέσω Internet Banking, που τηρεί λογαριασμό στην Τράπεζα, να διακινεί ηλεκτρονικά προκαθορισμένα αρχεία από και προς την Τράπεζα.

Το σύστημα παρέχει:

- ❖ **Ποιοτική Εξυπηρέτηση** 24 ώρες το 24ωρο, 7 ημέρες την εβδομάδα, 365 ημέρες το χρόνο
- ❖ **Ταχύτητα**, μέσω της ηλεκτρονικής διαχείρισης αρχείων (μη χρήση χαρτιού και δισκέτας)
- ❖ **Ασφάλεια**, με τη χρήση διαφόρων επιπέδων διασφάλισης της μεταφοράς δεδομένων
- ❖ **Ευελιξία**: ο πελάτης μπορεί να καθορίσει την πληροφόρηση που επιθυμεί να λαμβάνει
- ❖ **Αμεσότητα**, στη διαχείριση μαζικών πληρωμών

19.10. Διεθνείς διακρίσεις για τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες και το trade finance της Εθνικής Τράπεζας

Καινοτομία στην εξυπηρέτηση

Τα βραβεία “**Best Commercial Bank of the Year Greece**” και “**Best Innovation in Retail Banking Greece**” απέσπασε η Εθνική Τράπεζα κατόπιν ψηφοφορίας, στο πλαίσιο του ετήσιου θεσμού βραβείων του περιοδικού **International Banker**. Πρόκειται για ένα διεθνή θεσμό που κάθε χρόνο επιβραβεύει τραπεζικούς οργανισμούς, οι οποίοι θέτουν νέα πρότυπα απόδοσης και διευρύνουν τα περιθώρια ανάπτυξης του κλάδου. Παράλληλα, η Τράπεζα απέσπασε τη διάκριση “**Most Innovative Retail Bank – Greece 2018**” από το περιοδικό **International Finance**, το οποίο διακρίνει τις κορυφαίες επιδόσεις των τραπεζών στην καινοτομία, την ανάπτυξη των τεχνολογικών υποδομών και τη δέσμευση στην εξυπηρέτηση του πελάτη.

Οι παραπάνω βραβεύσεις επιβεβαιώνουν τη στρατηγική προσήλωση της Τράπεζας στην προσφορά σύγχρονων και προσαρμοσμένων στις ανάγκες των πελατών προϊόντων, καθώς και στην ανάπτυξη νέων καινοτόμων τεχνολογιών, που αναβαθμίζουν την εξυπηρέτηση.

Ηγετική θέση στις υπηρεσίες διασυννοριακού εμπορίου

Δύο σημαντικές διακρίσεις απέσπασαν οι υπηρεσίες Trade Finance της Εθνικής Τράπεζας στο πλαίσιο των “**Euromoney Trade Finance Awards 2019**”, ενός θεσμού κύρους στον παγκόσμιο χρηματοοικονομικό κλάδο. Συγκεκριμένα, η Τράπεζα διακρίθηκε ως η καλύτερη Τράπεζα στην Ελλάδα στον τομέα του Trade Finance στις κατηγορίες **Market Leader** και **Best Service**. Τα αποτελέσματα προέκυψαν κατόπιν ψηφοφορίας, με τη συμμετοχή πάνω από 7.000 επιχειρήσεων από 89 χώρες, οι οποίες κλήθηκαν να αξιολογήσουν τους κορυφαίους παρόχους χρηματοδότησης διασυννοριακού εμπορίου διεθνώς.

Μία ακόμα διάκριση από το περιοδικό Global Finance, και συγκεκριμένα το βραβείο “**Best Trade Finance Bank in Greece 2019**”, έρχεται να επιβεβαιώσει ότι η Εθνική Τράπεζα είναι η κορυφαία ελληνική τράπεζα

στην εξυπηρέτηση των διασυνοριακών συναλλαγών. Το περιοδικό επιλέγει τους κορυφαίους παρόχους υπηρεσιών Trade Finance σε 96 χώρες, με κριτήρια όπως:

- τον όγκο των συναλλαγών
- την παγκόσμια γεωγραφική κάλυψη
- την ποιότητα στην εξυπηρέτηση του πελάτη
- την ανταγωνιστική τιμολόγηση
- τις καινοτόμες τεχνολογίες

Η διάκριση των υπηρεσιών Trade Finance της Εθνικής Τράπεζας καταδεικνύει την εμπιστοσύνη με την οποία οι ελληνικές επιχειρήσεις περιβάλλουν την τράπεζα και αναδεικνύει την αποτελεσματική ανταπόκρισή της στις ανάγκες της αγοράς σε κάθε συγκυρία.

19.11. Μαραθώνιος Καινοτομίας της Εθνικής Τράπεζας #fintech 3.0 Crowdhackathon

Την Κυριακή 2 Δεκεμβρίου 2018 ολοκληρώθηκε με τις παρουσιάσεις και τις βραβεύσεις των ομάδων ο μαραθώνιος καινοτομίας της Εθνικής Τράπεζας για την ανάπτυξη καινοτόμων εφαρμογών και υπηρεσιών στον τομέα της χρηματοοικονομικής τεχνολογίας (FinTech). Ο μαραθώνιος NBG i-bank #fintech 3.0 Crowdhackathon πραγματοποιήθηκε από την Παρασκευή 30 Νοεμβρίου έως και την Κυριακή 2 Δεκεμβρίου 2018 στους χώρους του προγράμματος επιχειρηματικής επιτάχυνσης be finnovative, στο Μοσχάτο.

Το NBG i-bank #fintech 3.0 crowdhackathon διοργανώθηκε για τρίτη συνεχή χρονιά στο πλαίσιο του προγράμματος επιχειρηματικής επιτάχυνσης για fintech startups “be finnovative” από την Εθνική Τράπεζα με την τεχνολογική και επιχειρησιακή υποστήριξη της ελληνικής εταιρείας καινοτομίας και τεχνολογίας Crowdpolicy.

Στο φετινό μαραθώνιο συμμετείχαν φοιτητές, στελέχη από επιχειρήσεις και startups που σχημάτισαν **20 ομάδες** και παρουσίασαν **12 εφαρμογές**, οι οποίες καλύπτουν ευρύ φάσμα υπηρεσιών του Fintech, όπως:

- ❖ Ηλεκτρονικές πληρωμές
- ❖ Ψηφιακά πορτοφόλια
- ❖ Απλοποίηση των οικονομικών συναλλαγών για όλους
- ❖ Συμμετοχική χρηματοδότηση – crowdfunding
- ❖ Ψηφιακούς βοηθούς chatbot για την εξυπηρέτηση των καταναλωτών σε πραγματικό χρόνο
- ❖ Πλατφόρμες διαχείρισης δανείων με αλγόριθμους credit scoring
- ❖ Εφαρμογές ταυτοποίησης (Know your Customer – KYC)
- ❖ Χρήση τεχνολογιών blockchain για τη βελτιστοποίηση διατραπεζικών συναλλαγών
- ❖ Micro lending και p2p lending
- ❖ Εφαρμογές για μικρομεσαίες επιχειρήσεις όπως ηλεκτρονική τιμολόγηση και συστήματα πιστότητας (loyalty)

Οι συμμετέχοντες ξεχώρισαν τόσο για τις δυνατότητές τους σε προγραμματισμό και χρήση τεχνολογιών αιχμής, όσο και για την καινοτόμο σκέψη τους στη διαμόρφωση νέων επιχειρηματικών μοντέλων και λύσεων στο χρηματοοικονομικό κλάδο.

Διακρίθηκαν η ομάδα BAAM, στην οποία απονεμήθηκε το 1^ο βραβείο (5.000 €) και η ομάδα Althoughts, στην οποία απονεμήθηκε το 2^ο βραβείο (3.000 €). Η πρώτη παρουσίασε μία αναβάθμιση της πλατφόρμας διαχείρισης assets που χρησιμοποιεί τεχνολογίες blockchain, smart contracts και AI (Artificial Intelligence), ενώ η δεύτερη ανέπτυξε μία πιλοτική εφαρμογή ενός ολοκληρωμένου αυτόματου ψηφιακού βοηθού (chatbot) που πραγματοποιεί πληρωμές. Αυτές οι δύο ομάδες, αλλά και όλες οι υπόλοιπες δέκα που παρουσίασαν, προκρίθηκαν απευθείας στο selection day του be finnovative.

Η Εθνική Τράπεζα, στηρίζοντας τέτοιου είδους πρωτοβουλίες, μέσα από το πρόγραμμα επιτάχυνσης **be finnovative** και το **crowdhackathon**, έχει στόχο να αναπτυχθούν νέες επιχειρήσεις και να ενισχυθεί η καινοτομία και η επιχειρηματικότητα στη χώρα μας. Παράλληλα, δημιουργούνται οι προϋποθέσεις για συστηματική συνεργασία της Τράπεζας με εταιρείες στο χώρο του Fintech, ανοίγοντας το δρόμο για τη

δημιουργία νέων σύγχρονων προϊόντων και υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας και τη διάθεσή τους στο δίκτυο των πελατών της. Βασικοί στόχοι των δράσεων είναι να δημιουργήσει η Τράπεζα

- ✓ μία ανοικτή και δυναμική κοινότητα στο πεδίο των χρηματοοικονομικών τεχνολογιών fintech και
- ✓ μία πλατφόρμα συνεργασίας ανάμεσα σε δυναμικές fintech startups επιχειρήσεις και την Εθνική Τράπεζα που λειτουργεί και ως εργαστήριο καινοτομίας.

Ο τρίτος κύκλος του προγράμματος be finnovative ξεκίνησε στις 31 Ιανουαρίου 2019 και ολοκληρώθηκε στις 13 Ιουνίου 2019 με τη διεξαγωγή ενός demo day.

(πηγή: <http://befinnovative.com/el/>)

19.12. Μηχανογραφική εφαρμογή ALMA



Στο πλαίσιο της προσπάθειας για εκσυγχρονισμό και ψηφιοποίηση των διαδικασιών της Τράπεζας υλοποιήθηκε από τον Ιούλιο 2018 η ένταξη των νομικών υποθέσεων που ανατίθενται σε συνεργαζόμενους δικηγόρους στη μηχανογραφική εφαρμογή ALMA. Η εν λόγω εφαρμογή χρησιμοποιείται από τη Διεύθυνση Νομικών Υπηρεσιών από το Μάρτιο 2009. Για την επιτυχή λειτουργική ανάπτυξη και επέκταση της εφαρμογής συνεργάστηκαν, με τη Διεύθυνση Νομικών Υπηρεσιών, οι Διευθύνσεις Λειτουργιών και Διαχείρισης Έργων, Επιχειρηματικής Ανάλυσης και Ψηφιακού Μετασχηματισμού.

Πρόκειται για μία ολοκληρωμένη διαδικτυακή εφαρμογή, με καινοτόμες λειτουργικότητες και πληθώρα αυτοματισμών, στην οποία έχουν πρόσβαση οι χρήστες των καταστημάτων και μονάδων μέσω του intranet και οι εξωτερικοί συνεργαζόμενοι δικηγόροι μέσω του internet banking. Με τη δημιουργία ενιαίας βάσης δεδομένων για όλες τις νομικές υποθέσεις είναι εφικτή η άμεση και πλήρης μηχανογραφική απεικόνιση της ανάθεσης νομικών εργασιών και της πορείας των νομικών υποθέσεων και των δικαστικών / διαχειριστικών ενεργειών.

Αξιοποιώντας τις τεχνολογικές δυνατότητες της εφαρμογής, δημιουργήθηκε και ηλεκτρονική βιβλιοθήκη με την ονομασία «Αρχείο Ενημερώσεων», για άμεση και ανέξοδη ενημέρωση των χρηστών. Στο «Αρχείο Ενημερώσεων» αναρτήθηκαν και αναρτώνται από τη Διεύθυνση Νομικών Υπηρεσιών, εκτός από το εγχειρίδιο χρήσης, αρχεία με σημαντική για το χειρισμό των υποθέσεων νομολογία, καθώς και χρήσιμες οδηγίες και υποδείγματα, με σκοπό τη στήριξη όλων των χρηστών και τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας της συστημικής αυτής συνεργασίας.

Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα της εφαρμογής είναι:

- ✓ επιτάχυνση της διεκπεραίωσης διαχειριστικών και νομικών εργασιών μέσω ηλεκτρονικής ανάθεσης και τήρησης φακέλων υποθέσεων, καθώς και της σχετικής επικοινωνίας

- ✓ επισκόπηση του νομικού χειρισμού των υποθέσεων σε κάθε στάδιο εξέλιξης και αυτόματη ενημέρωση όλων των εμπλεκόμενων μονάδων και καταστημάτων
- ✓ διακίνηση αλληλογραφίας σε ηλεκτρονική μορφή και ελαχιστοποίηση του κόστους
- ✓ απεμπλοκή καταστημάτων από χρονοβόρες εργασίες μέσω αυτοματοποιημένων διαδικασιών
- ✓ διασύνδεση με λοιπές εφαρμογές της τράπεζας και αμφίδρομη μεταφορά πληροφοριών
- ✓ ψηφιακό αρχείο για όλες τις υποθέσεις, έγγραφα / δικόγραφα, δικαστικές ενέργειες

Από τη χρήση της εφαρμογής διαπιστώνεται ότι οι χρήστες έχουν ήδη εξοικειωθεί με τη νέα διαδικασία. Αναμένεται ότι το συνολικό όφελος θα είναι εξαιρετικά σημαντικό από τη δραστική μείωση δαπανών και την κεντρική παρακολούθηση των νομικών υποθέσεων και ότι το σύστημα ALMA θα συμβάλλει ουσιαστικά στην ενίσχυση της θέσης της Τράπεζας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 20

CROWDFUNDING

20.1. Πρόγραμμα Act4Greece από την Εθνική Τράπεζα (www.act4Greece.gr)

Το πρόγραμμα Act4Greece που υλοποιείται από την Εθνική Τράπεζα έχει ως στόχο τη στήριξη πρωτοβουλιών πρόνοιας, αλληλεγγύης και κοινωνικής επιχειρηματικότητας με έμφαση στον άνθρωπο, το περιβάλλον και την αειφόρο ανάπτυξη. Παράλληλα αναμένεται να συμβάλλει ουσιαστικά στη διαχείριση της διεθνούς χρηματοδότησης από φυσικά ή/και νομικά πρόσωπα, που επιθυμούν να βοηθήσουν στην επανεκκίνηση της ελληνικής οικονομίας και την αντιμετώπιση προβλημάτων κοινωνικής συνοχής (π.χ. σχολικά γεύματα).

Η λειτουργία του προγράμματος στηρίζεται στην ειδική για το σκοπό αυτό σχεδιασθείσα ηλεκτρονική πλατφόρμα www.act4Greece.gr, μέσω της οποίας παρέχεται η δυνατότητα σε φυσικά ή νομικά πρόσωπα (δωρητές) να προβαίνουν σε εγχρήματες προσφορές, δωρεές σε είδος ή σε παροχή υπηρεσιών στο πλαίσιο της εκάστοτε τρέχουσας δράσης του προγράμματος.

Οι βασικοί άξονες δράσης του προγράμματος Act4Greece είναι οι εξής:

- ✓ Πρόνοια, υγεία και αλληλεγγύη
- ✓ Κοινωνική οικονομία και επιχειρηματικότητα
- ✓ Πολιτισμός και πολιτιστική επιχειρηματικότητα
- ✓ Περιβάλλον και αειφορία
- ✓ Έρευνα, εκπαίδευση και κατάρτιση
- ✓ Νεανική και καινοτόμος επιχειρηματικότητα
- ✓ Αθλητικές δραστηριότητες

Οι παραπάνω κατηγορίες μπορούν να μεταβάλλονται κατόπιν απόφασης των αρμόδιων οργάνων και επιτροπών του προγράμματος.

Το πρόγραμμα σχεδιάζεται να καλύψει σταδιακά στο μέλλον όλα τα είδη συμμετοχικής δραστηριότητας (crowdfunding) και ειδικότερα να αξιοποιήσει τη δυνατότητα χρηματοδότησης μέσω:

- ✓ δωρεών (donation model)
- ✓ δανείων (lending model) και
- ✓ κεφαλαιοδότησης (equity model)

στο μέτρο που θα επιτρέπεται από το εκάστοτε ισχύον νομοθετικό και κανονιστικό πλαίσιο και σύμφωνα με τις ειδικότερες σχετικές διατάξεις.

20.1.1. Άξονες και δράσεις του προγράμματος Act4Greece

Αρχικά το πρόγραμμα Act4Greece εστίασε στη συγκέντρωση κεφαλαίων μέσω δωρεών από τους συμμετέχοντες, συγκεντρώνοντας χρήματα για τη στήριξη ποικίλων δράσεων σε διάφορους άξονες κοινωνικών δραστηριοτήτων. Οι δράσεις ενεργοποιούνται για συγκεκριμένες χρονικές περιόδους και έχουν καθορισμένους οικονομικούς στόχους.

20.1.2. Διαδικασία συμμετοχής στις δράσεις του προγράμματος Act4Greece

Οι συμμετέχοντες μπορούν να διενεργήσουν τις εγχρήματες προσφορές τους στο πρόγραμμα, στους παραπάνω λογαριασμούς των δράσεων με τους ακόλουθους τρόπους:

I. Μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας www.act4greece.gr,

α. με άμεση χρέωση της πιστωτικής ή χρεωστικής τους κάρτας έκδοσης της Εθνικής Τράπεζας αλλά και άλλων τραπεζών, λαμβάνοντας άμεσα απόδειξη δωρεάς από την πλατφόρμα

β. με τη δημιουργία «πρόθεσης» προσφοράς από την πλατφόρμα Act4Greece, με σκοπό να παραλάβουν από την πλατφόρμα έναν μοναδικό οκταψήφιο κωδικό της μορφής «XXXXXXXX», προκειμένου στη συνέχεια να τον καταχωρήσουν στην αιτιολογία της συναλλαγής κατάθεσης ή εμβάσματος.

II. Μέσω Καταστήματος του Δικτύου

α. με κατάθεση μετρητών ή με τη διενέργεια εμβάσματος προς τον αντίστοιχο λογαριασμό, χωρίς την προηγούμενη επίσκεψη – εγγραφή χρήστη στην πλατφόρμα, λαμβάνοντας το σχετικό παραστατικό ως απόδειξη δωρεάς.

Διευκρινίζεται ότι η ολοκλήρωση των εγχρήματων προσφορών, με χρέωση λογαριασμού, μπορεί να διενεργηθεί μέσω:

- της εφαρμογής i-bank Internet Banking / Phone Banking, με τη χρήση της συναλλαγής μεταφοράς χρημάτων σε λογαριασμό ΕΤΕ, στον αντίστοιχο λογαριασμό της δράσης
- των καταστημάτων της Εθνικής Τράπεζας, με πίστωση των αντίστοιχων λογαριασμών των δράσεων, είτε με κατάθεση μετρητών, είτε με τη διενέργεια εμβάσματος.

Επισημάνσεις

- Οι ενδιαφερόμενοι που συμμετέχουν στο πρόγραμμα έχουν τη δυνατότητα εγγραφής στην ειδική πλατφόρμα που έχει σχεδιαστεί για την υποστήριξη του προγράμματος και των εκάστοτε δράσεων, προκειμένου να ενημερώνονται διαρκώς για όλες τις σχετικές εξελίξεις στο πλαίσιο αυτού.
- Οι συμμετέχοντες μπορεί να είναι φυσικά ή νομικά πρόσωπα και να προβαίνουν σε εγχρήματες προσφορές, δωρεές σε είδος ή υπηρεσίες, στο πλαίσιο της εκάστοτε τρέχουσας δράσης του προγράμματος, μέσω της ειδικής για αυτόν το σκοπό πλατφόρμας.
- Τόσο για τους εγγεγραμμένους όσο και για τους μη εγγεγραμμένους χρήστες δημιουργείται από την πλατφόρμα μοναδικός οκταψήφιος κωδικός.
- Ο μοναδικός κωδικός που εκδίδεται από την πλατφόρμα και αφορά στην πρόθεση προσφοράς ισχύει για έναν (1) ημερολογιακό μήνα. Σε περίπτωση που ο κωδικός χρησιμοποιηθεί μετά την παρέλευση της διάρκειας ισχύος του, η προσφορά προσμετράται στη δράση, αλλά δε διασταυρώνεται με το συμμετέχοντα, προκειμένου να αναρτηθεί επώνυμα η προσφορά στην πλατφόρμα.
- Σε περίπτωση που ο συμμετέχων έχει δημιουργήσει «πρόθεση» προσφοράς από την πλατφόρμα, ο μοναδικός οκταψήφιος κωδικός θα πρέπει να συμπληρώνεται απαραίτητα **στην αρχή** του πεδίου αιτιολογίας της συναλλαγής εμβάσματος ή κατάθεσης, είτε από τον ίδιο το συμμετέχοντα στο πρόγραμμα (περίπτωση e-banking), είτε από τον αρμόδιο υπάλληλο του καταστήματος, προκειμένου να είναι δυνατή η ταυτοποίησή του και η εμφάνισή του στον πίνακα με τους υποστηρικτές της δράσης (εφόσον βέβαια έχει επιλέξει ότι επιθυμεί τη δημοσίευση της δωρεάς του). Σε κάθε άλλη περίπτωση το πεδίο αιτιολογία συμπληρώνεται προαιρετικά με το ονοματεπώνυμο του συμμετέχοντα.
- Στην περίπτωση που δεν καταχωρηθεί ο μοναδικός κωδικός στα στοιχεία της κατάθεσης ή του εμβάσματος, η δωρεά θα αποδοθεί κανονικά στη συγκεκριμένη δράση, αλλά δε θα μπορεί να διασταυρωθεί με το συμμετέχοντα και επομένως δε θα αναρτηθεί επώνυμα στην πλατφόρμα.
- Επισημαίνεται ότι στην πλατφόρμα αναρτώνται οι επιβεβαιωμένες προσφορές άνω των δέκα (10) ευρώ και εφόσον ο συμμετέχων έχει αποδεχθεί την εμφάνιση των στοιχείων του στην πλατφόρμα.
- Οι συναλλαγές προσφοράς με χρήση καρτών έκδοσης της Τράπεζας από την πλατφόρμα διενεργούνται χωρίς τη χρήση πρόσθετου κωδικού ασφαλείας MasterCard Secure Code ή Verified by Visa.

20.1.3. Φορολογικά θέματα / Απόδειξη Δωρεάς

Η προσφορά κάθε συμμετέχοντα, μέσω του Act4Greece, αποτελεί δωρεά από οποιοδήποτε κανάλι και να πραγματοποιηθεί. Σημειώνεται ότι, σύμφωνα με τη φορολογική νομοθεσία που ισχύει σήμερα, προβλέπεται για μισθωτούς και συνταξιούχους μείωση φόρου 10% επί του ποσού της δωρεάς, εφόσον οι δωρεές υπερβαίνουν στη διάρκεια του φορολογικού έτους τα €100 και δεν υπερβαίνουν το 5% του φορολογητέου εισοδήματός τους.

Απόδειξη δωρεάς αποτελεί:

- το αποδεικτικό που παράγεται από την πλατφόρμα, εκτυπώνεται από το συμμετέχοντα και αφορά στις ολοκληρωμένες προσφορές, είτε με χρέωση κάρτας, είτε μετά την πληρωμή τους στο κατάστημα ή μέσω του i-bank internet banking.

- το σχετικό παραστατικό που λαμβάνει ο πελάτης είτε από το κατάστημα του δικτύου, είτε από το i-bank internet banking, όπου αναφέρεται ρητά ο λογαριασμός και η επωνυμία της εκάστοτε δράσης.

20.1.4. Act4Greece – Crowdfunding Platform - BITE Awards 2016, Silver βραβείο στην κατηγορία Υποστήριξη CSR Στρατηγικής

Για πρώτη φορά στην Ελλάδα, η Εθνική Τράπεζα δημιούργησε μία ηλεκτρονική πλατφόρμα (www.act4greece.gr) που δίνει τη δυνατότητα συγκέντρωσης πόρων από το «πλήθος» (crowdfunding), από κάθε ενδιαφερόμενο, πολίτη, επιχείρηση ή φορέα, σε κάθε γωνιά του πλανήτη, για την υποστήριξη σημαντικών κοινωνικών δράσεων που έχει ανάγκη η χώρα.

Η καινοτόμος πρωτοβουλία της Εθνικής Τράπεζας, το Act4Greece, έχει ως στόχο τη χρηματοδότηση και προώθηση κοινωνικών και αναπτυξιακών δράσεων.

Το Act4Greece (πλατφόρμα Crowdfunding) πραγματοποιείται με τη στρατηγική συνεργασία φορέων και ιδρυμάτων, αναγνωρισμένου κύρους και προσφοράς, όπως το κοινωφελές Ίδρυμα Αλέξανδρος Σ. Ωνάσης, το κοινωφελές Ίδρυμα Ιωάννης Λάτσης, το Ίδρυμα Μποδοσάκη, η Ελληνική Εθνική Επιτροπή για την Unesco και το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Η Εθνική Τράπεζα είναι από τις λίγες, σε ευρωπαϊκό επίπεδο, τράπεζες που διαχειρίζεται πλατφόρμα Crowdfunding, ένα πολυσυμμετοχικό μέσο που στοχεύει στη συγκέντρωση πόρων από ιδρύματα, οργανισμούς, εταιρίες και μεμονωμένα άτομα, εντός και εκτός Ελλάδος, για την προώθηση και υλοποίηση συγκεκριμένου έργου, δράσης, ιδέας.

Κατά την παρουσίαση του προγράμματος Act4Greece (πλατφόρμα Crowdfunding), η τότε Πρόεδρος της Εθνικής Τράπεζας Λούκα Τ. Κατσέλη, επεσήμανε μεταξύ άλλων «...Βασικό εργαλείο που συνιστά την καινοτομία, που βρίσκεται στον «σκληρό πυρήνα» αυτής της πρωτοβουλίας, είναι η συμμετοχική χρηματοδότηση, δηλαδή το crowdfunding. Η συμμετοχική χρηματοδότηση είναι μία νέα δημοφιλής μέθοδος για την άντληση κεφαλαίων από μεγάλο αριθμό ενδιαφερόμενων, κατά κύριο λόγο μέσω του διαδικτύου αλλά, στη δική μας περίπτωση, και μέσω υποκαταστημάτων της Τράπεζας... Η ψηφιακή πλατφόρμα του act4greece επιτρέπει τη δημιουργία συνεργιών, κινητοποιεί πρόσθετους πόρους προς την ίδια κατεύθυνση, μεγαλύτερη μόχλευση και μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα...».

Ο Διευθύνων Σύμβουλος της Εθνικής Τράπεζας κ. Λεωνίδα Φραγκιαδάκης υπογράμμισε μεταξύ άλλων: «Για πρώτη φορά στον Τραπεζικό Κλάδο στην Ελλάδα, δημιουργήσαμε την υποδομή για την αποτελεσματική υποστήριξη πολλαπλών κοινωνικών δράσεων μέσω crowdfunding. Το crowdfunding αποτελεί μια διεθνώς αναγνωρισμένη, και ολοένα και πιο δημοφιλή, πρακτική διαδικτυακής χρηματοδότησης με τη συμμετοχή πολλών ανθρώπων. Στόχος μας είναι η ευαισθητοποίηση και η ενεργοποίηση πολιτών και φορέων για τη συμμετοχική αντιμετώπιση κρίσιμων προβλημάτων της ελληνικής κοινωνίας και την ανάδειξη της αξίας της προσφοράς και της αλληλεγγύης. Το crowdfunding θα ενεργοποιήσει ένα τεράστιο δυναμικό εντός και εκτός Ελλάδας το οποίο θα συμβάλει στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων. Ταυτόχρονα όμως δημιουργείται η βάση συμμετοχικής και αξιόπιστης χρηματοδότησης νέων επιχειρήσεων. Σε όλο το διάστημα της ύφεσης έχει κατ' επανάληψη τονισθεί η σπουδαιότητα στήριξης της επιχειρηματικότητας για την επανεκκίνηση της οικονομίας. Με το Act4Greece δημιουργείται μια πρωτοποριακή πλατφόρμα που θα επιτρέψει τη στήριξη της επιχειρηματικότητας με νέους δυναμικούς τρόπους από πόρους που έως σήμερα δεν είχαμε τον τρόπο να αξιοποιήσουμε. Έτσι, ξεκινώντας από το κομμάτι της υποστήριξης κοινωνικών δράσεων, ύστερα από την πρόσφατη σχετική νομοθεσία, ο στόχος μας είναι να συνεχίσουμε, όταν ολοκληρωθεί η διαμόρφωση του θεσμικού πλαισίου για τις εφαρμογές χρηματοδότησης, να αξιοποιήσουμε την πλατφόρμα ως επιχειρηματικό εργαλείο, ώστε να εξυπηρετήσουμε νέες επιχειρηματικές ιδέες και την υλοποίησή τους. Η Εθνική ήταν ανέκαθεν η Τράπεζα που στήριζε επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, αλλά και που μέσα στο χρόνο προσαρμόζει δυναμικά τις υπηρεσίες της για να εξυπηρετήσει τις ανάγκες των εποχών. Ήδη, μέσω του προγράμματός μας NBG Business Seeds, τους διαγωνισμούς καινοτομίας i-bank, την συμμετοχή μας και συνεργασία με διεθνείς φορείς όπως η Endeavor, δείχνουμε έμπρακτα την αφοσίωσή μας και την υποστήριξή μας σε δράσεις νεανικής επιχειρηματικότητας, σε επιχειρήσεις νέας νοοτροπίας, τόσο με εξαγωγικό και καινοτόμο χαρακτήρα, όσο και σε επιχειρήσεις που στρέφονται σε πιο παραδοσιακά κομμάτια της οικονομίας, αλλά το κάνουν με νέους τρόπους. Σήμερα, που οι νεοφυείς επιχειρήσεις αποτελούν τόσο ισχυρό μοχλό ανάπτυξης, θα μπορέσουν να στηριχθούν στην πλατφόρμα μας, τόσο για την άντληση κεφαλαίων, όσο και

για διαχειριστικούς σκοπούς. Θα παρέχουμε τα εργαλεία εκείνα που θα απλοποιήσουν την χρηματοδότηση, ώστε να μπορούν οι νεοφυείς επιχειρήσεις να αφιερωθούν στην ανάπτυξη και υλοποίηση των ιδεών τους. Ο συνδυασμός της μακράς εμπειρίας μας στην παροχή εργαλείων προς τις επιχειρήσεις, με τη χρήση νέων τεχνολογιών για τη διοχέτευση των υπηρεσιών μας είναι μονόδρομος για εμάς, και για την υλοποίηση του διαχρονικού μας στόχου. Να γινόμαστε καλύτεροι, να είμαστε σταθερά δίπλα στους πελάτες μας και να πρωτοπορούμε στις αμοιβαία επωφελείς λύσεις».

Η Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη κυρία Μαρία Αλεξίου, μεταξύ άλλων τόνισε: «Είναι μια προσπάθεια συλλογική, καινοτόμα και ανατρεπτική για τα ελληνικά δεδομένα, αφού για πρώτη φορά προτάσσει νέα εργαλεία που συνδυάζουν χρηματοδότηση και κοινωνική εθελοντική συνεισφορά, ... και προσφέρει τις ίδιες δυνατότητες συμμετοχής σε Έλληνες και ξένους ιδιώτες και φορείς να συνεργαστούν για την προώθηση επιλεγμένων λύσεων και παρεμβάσεων που επιδιώκουν όχι μόνο να ανακουφίσουν τις “πληγές” που δημιούργησε η παρατεταμένη κρίση, αλλά και να “θεραπεύσουν” δίνοντας λύση και διέξοδο σε συγκεκριμένα προβλήματα, όπως η ενίσχυση της κοινωνικής οικονομίας και βιώσιμων επιχειρηματικών σχεδίων».

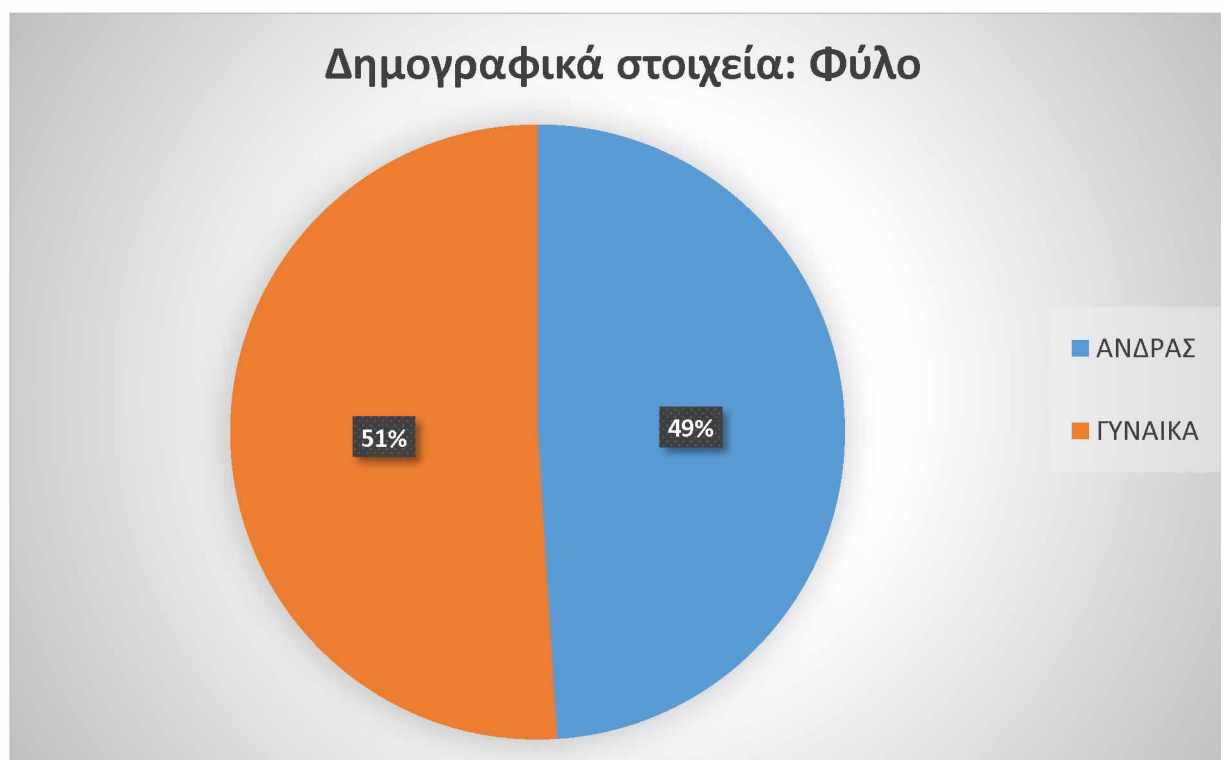
Το «act4Greece», λοιπόν, αποτελεί την πρώτη ψηφιακή πλατφόρμα crowdfunding στην Ελλάδα για την προώθηση της κοινωνικής και αναπτυξιακής τραπεζικής, ενώ πολύ σύντομα, μέσω του προγράμματος i-fund που δημιουργείται μέσα από την ηλεκτρονική πλατφόρμα act4Greece, θα είναι δυνατή και η συμμετοχική χρηματοδότηση καινοτόμων επιχειρήσεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 21

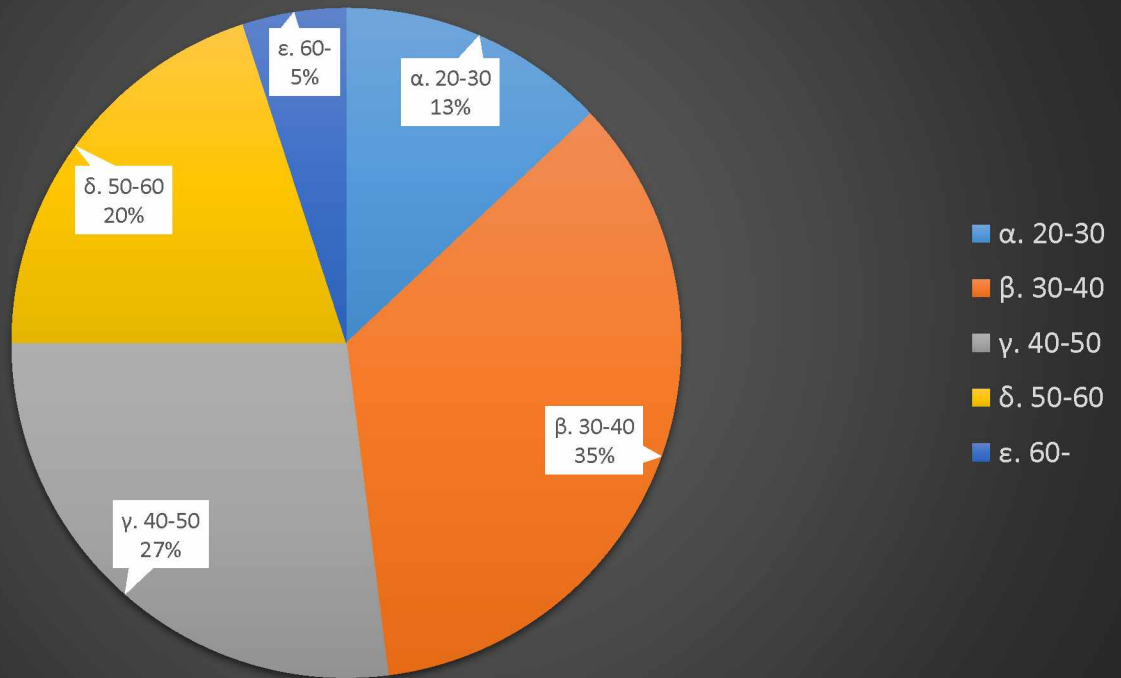
ΕΡΕΥΝΑ – ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ – ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΗ – Η ΓΝΩΜΗ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ

Στο κεφάλαιο αυτό θα παρουσιάσουμε συνοπτικά τα αποτελέσματα μίας ενδεικτικής έρευνας, που προσπαθήσαμε να κάνουμε με τη βοήθεια ενός ερωτηματολογίου. Το δείγμα που επιλέξαμε αφορά σε τραπεζικούς υπαλλήλους, που εργάζονται τόσο σε παραδοσιακά καταστήματα όσο και σε κεντρικές υπηρεσίες / διευθύνσεις των ελληνικών τραπεζικών ιδρυμάτων, καθώς και υπαλλήλους που απασχολούνται στα ηλεκτρονικά καταστήματα των τραπεζών. Οι ερωτήσεις αφορούσαν στη γνώμη των συμμετεχόντων σχετικά με τις προοπτικές εξέλιξης της ηλεκτρονικής τραπεζικής, τη συμβολή της τελευταίας στη διεύρυνση της τραπεζικής πελατείας αλλά και στην αναβάθμιση της τραπεζικής εξυπηρέτησης, τις δυνατότητες και τους τρόπους προώθησης / εξάπλωσης της χρήσης των νέων / καινοτόμων ηλεκτρονικών μέσων διεκπεραίωσης τραπεζικών συναλλαγών, την εξάρτηση της χρήσης των εναλλακτικών καναλιών εξυπηρέτησης από την ηλικία και το μορφωτικό επίπεδο των πελατών, καθώς και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν.

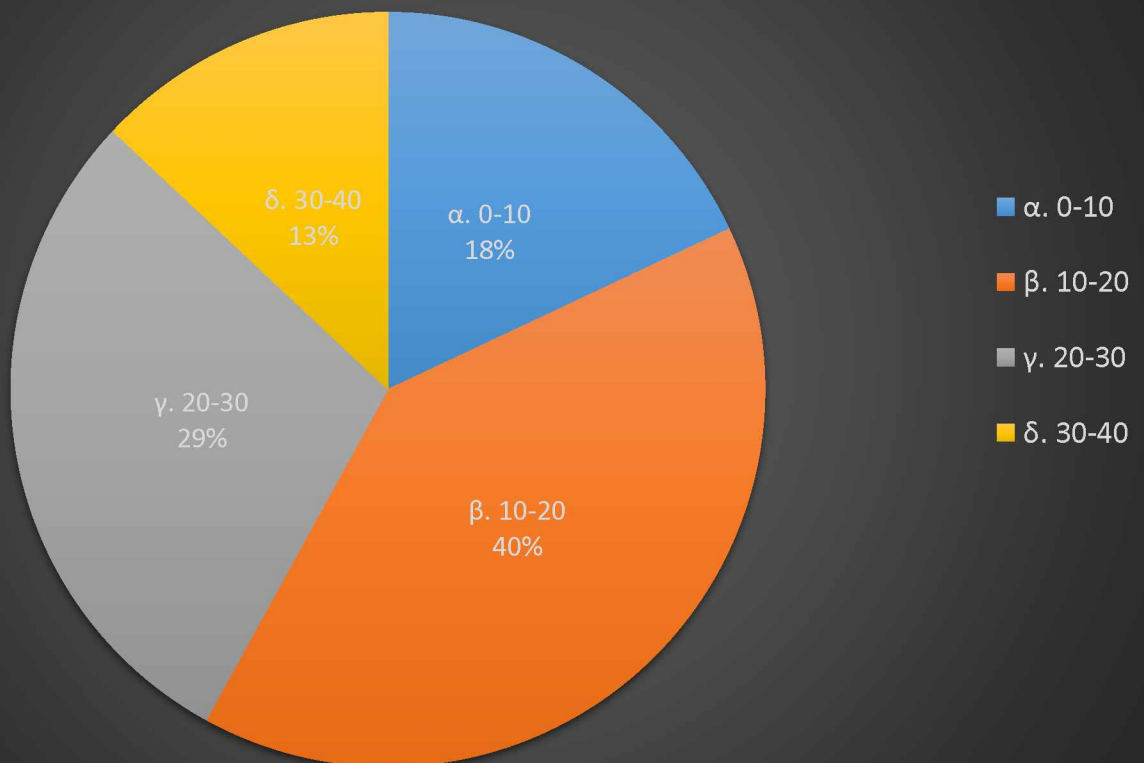
Πιο συγκεκριμένα, το δείγμα αποτελείται από εκατό τραπεζικούς υπαλλήλους με τα ακόλουθα δημογραφικά στοιχεία:



ΗΛΙΚΙΑ

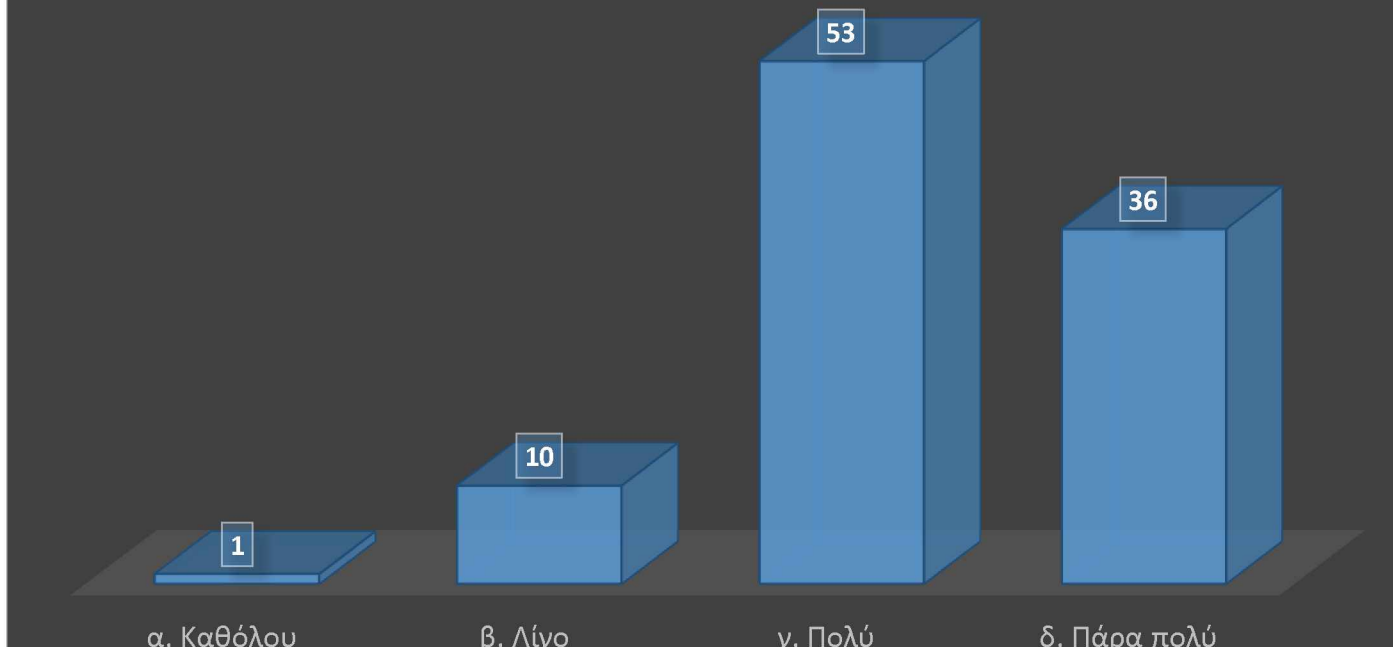


ΧΡΟΝΙΑ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ ΣΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΑ



Ερώτηση 1

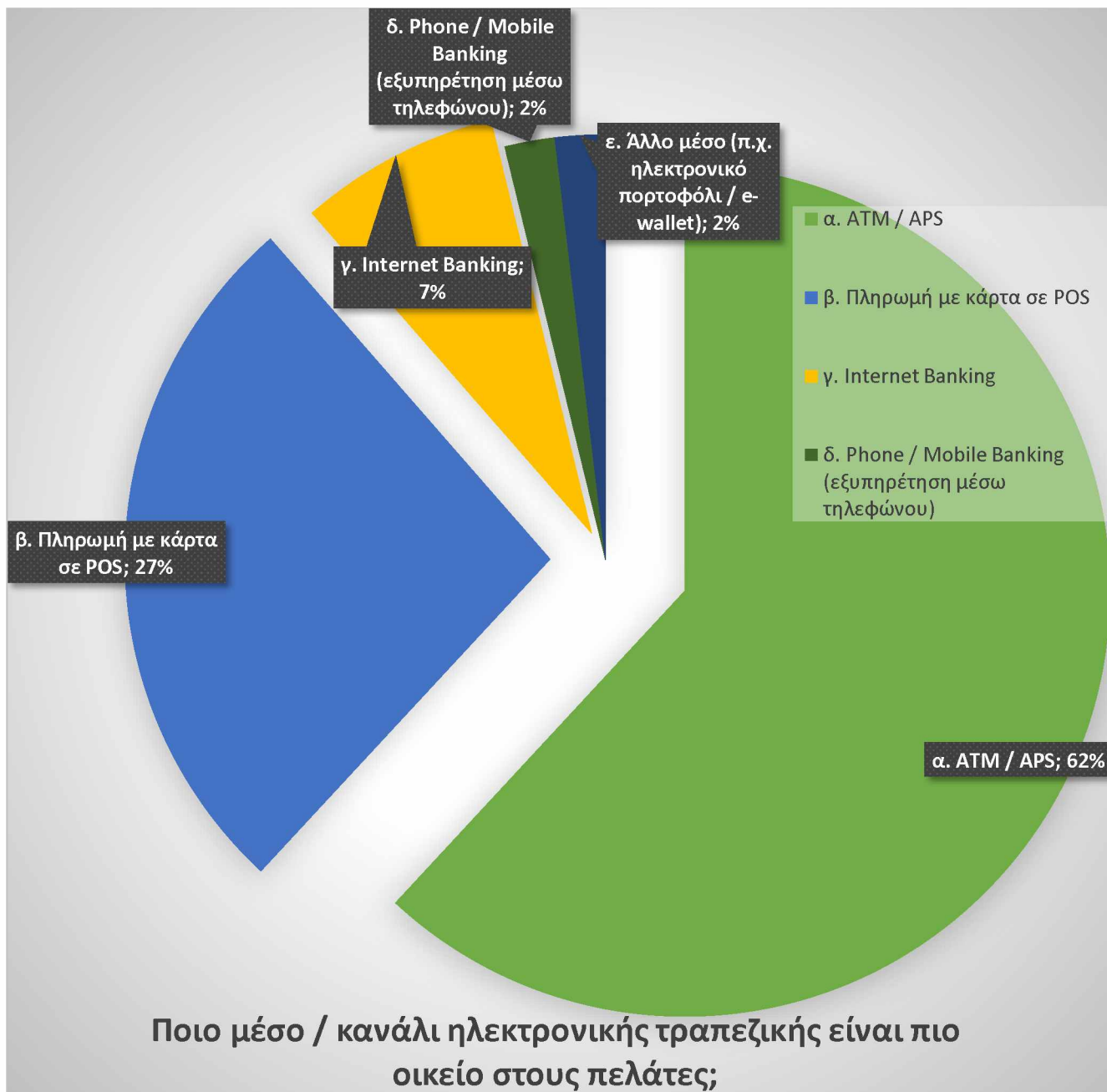
ΚΑΤΑ ΤΗ ΓΝΩΜΗ ΣΑΣ, ΤΑ ΜΕΣΑ / ΚΑΝΑΛΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΔΙΕΥΡΥΝΟΥΝ ΤΗΝ ΠΕΛΑΤΕΙΑ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΚΑΙ ΝΑ ΣΥΜΒΑΛΟΥΝ ΣΤΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ;



Σύμφωνα, λοιπόν, με τη γνώμη της συντριπτικής πλειοψηφίας των τραπεζικών υπαλλήλων (ποσοστό σχεδόν 90%), η ηλεκτρονική τραπεζική μπορεί να συμβάλλει αποφασιστικά τόσο στην προσέλκυση και τη διεύρυνση της τραπεζικής πελατείας, όσο και στην αναβάθμιση της τραπεζικής εξυπηρέτησης. Και αυτό συνεπάγεται εξοικονόμηση χρόνου, προώθηση τραπεζικών προϊόντων που ανταποκρίνονται πληρέστερα στη σύγχρονη πραγματικότητα και στις συνεχώς αυξανόμενες και διαφοροποιημένες ανάγκες των πελατών, αλλά συγχρόνως κατοχυρώνει την ασφάλεια και την ακεραιότητα των τραπεζικών συναλλαγών.

Ερώτηση 2

Στην ερώτηση «ποιο κανάλι ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης είναι το πιο δημοφιλές και οικείο στη χρήση;», την πρώτη θέση με διαφορά (ποσοστό 62%) κατέχει η χρήση των μηχανημάτων αυτόματων πληρωμών και αναλήψεων (ATM, APS). «Η πρωτιά» αυτή μπορεί να θεωρηθεί ως ένα βαθμό αναμενόμενη, καθώς η εμφάνιση και η διάδοση των εν λόγω μέσων διεκπεραίωσης τραπεζικών συναλλαγών προηγούνται χρονικά των υπολοίπων. Ακολουθεί «η πληρωμή με κάρτα σε μηχανήμα POS» - σε ποσοστό 27%. Αυτό σημαίνει ότι μόλις ένας στους τέσσερις σχεδόν πελάτες χρησιμοποιεί τις κάρτες πληρωμών στις εμπορικές του συναλλαγές. Και αυτό προκαλεί εντύπωση αλλά και έντονο προβληματισμό, αν κάποιος λάβει υπόψη του την υπάρχουσα κοινωνική και χρηματοοικονομική πραγματικότητα, αλλά και το κανονιστικό και νομοθετικό πλαίσιο (π.χ. φορολογική νομοθεσία) που διέπει τις χρηματοοικονομικές και εμπορικές συναλλαγές στην Ελλάδα και την Ευρώπη. Σε παρόμοια συμπεράσματα μας οδηγεί και το ποσοστό των χρηστών που είναι εξοικειωμένοι με το Internet Banking και το επιλέγουν ως μέσο διενέργειας τραπεζικών συναλλαγών (μόλις 7%), κάτι που έρχεται σε αντίθεση και με τη γενικότερη «μόδα» της εποχής. Τέλος, η χρήση του Phone / Mobile Banking και των λοιπών ηλεκτρονικών μέσων (π.χ. e-wallet) είναι σχεδόν άγνωστη στους περισσότερους.

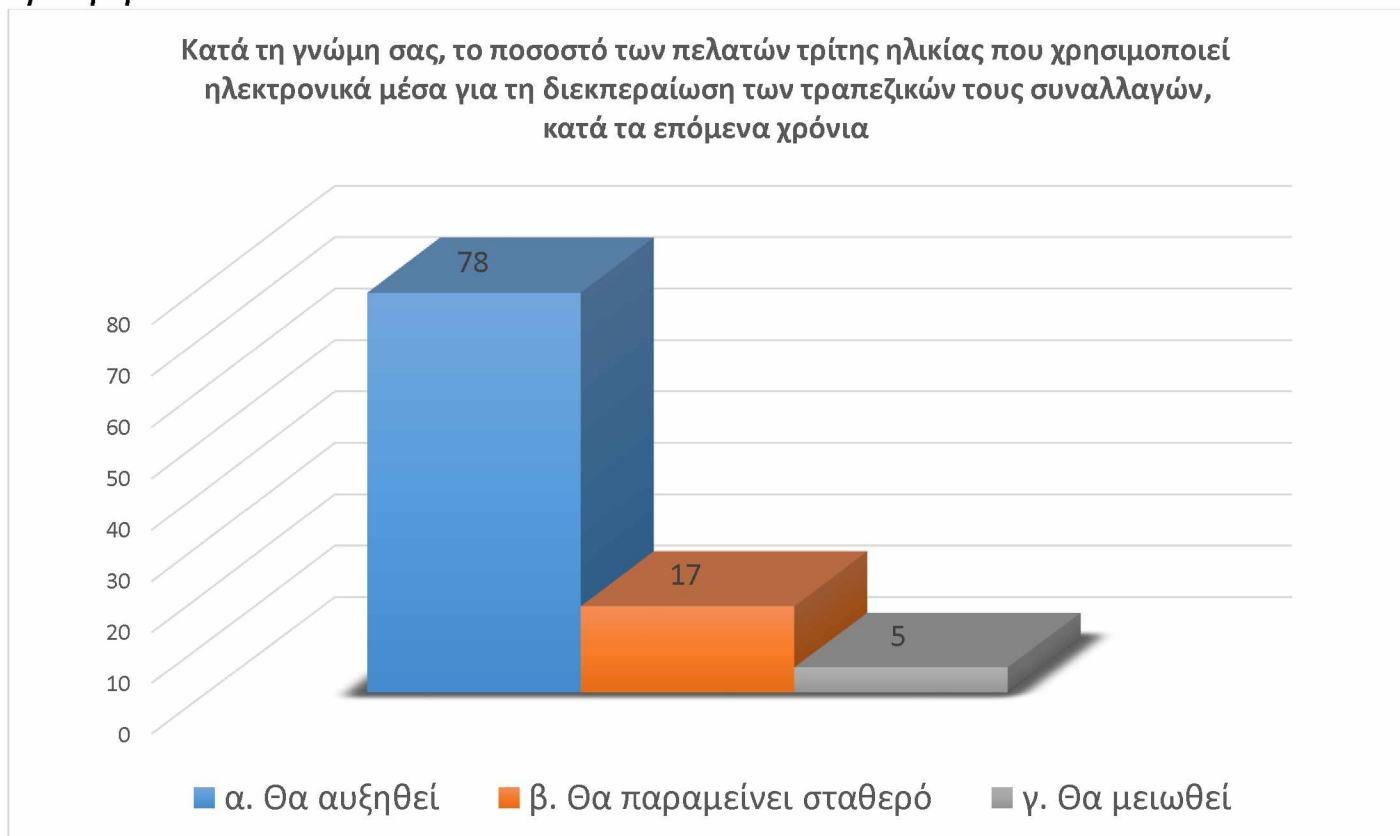


Ερώτηση 3

Η ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΝΑΛΙΩΝ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΕΠΕΚΤΑΘΕΙ ΚΑΙ ΣΕ ΠΕΛΑΤΕΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ



Ερώτηση 4



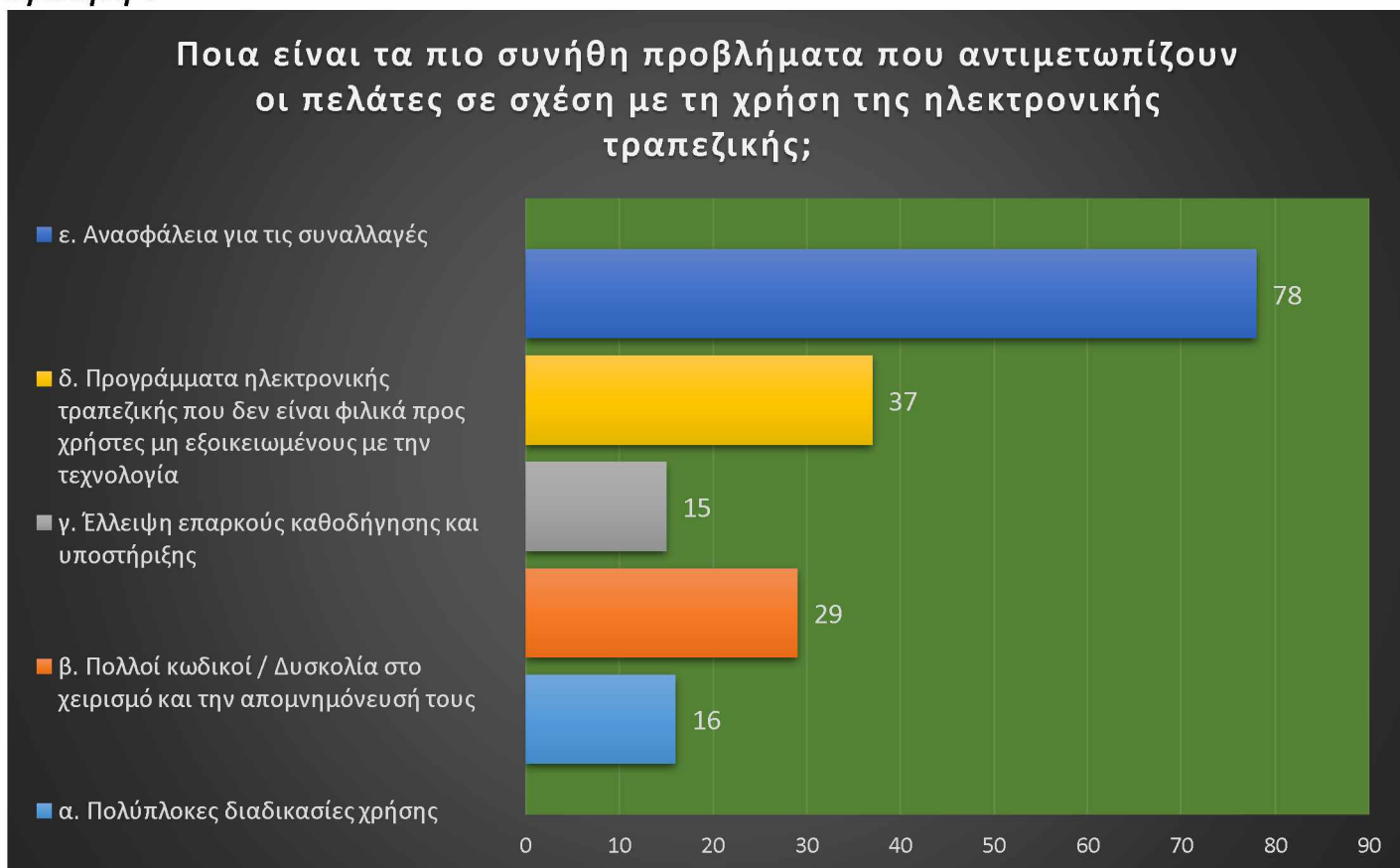
Το 72% των τραπεζικών υπαλλήλων συμφωνούν ότι η χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής μπορεί να επεκταθεί και σε πελάτες τρίτης ηλικίας, ενώ ακόμα περισσότεροι (78%) υποστηρίζουν ότι το ποσοστό των πελατών τρίτης ηλικίας που χρησιμοποιούν τα ηλεκτρονικά κανάλια εξυπηρέτησης θα αυξηθεί.

Ερώτηση 5



Στη συγκεκριμένη ερώτηση παρατηρείται, μεταξύ των τραπεζικών υπαλλήλων που συμμετείχαν στην έρευνα, διάσταση απόψεων και διχογνωμία. Πιο συγκεκριμένα, το 55% θεωρεί ότι η χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής δε συμβαδίζει και δεν εξαρτάται από το μορφωτικό επίπεδο των πελατών, ενώ το υπόλοιπο 45% κατατάσσει τη μόρφωση στους παράγοντες που επηρεάζουν τη διάδοση και χρήση των εναλλακτικών δικτύων εξυπηρέτησης.

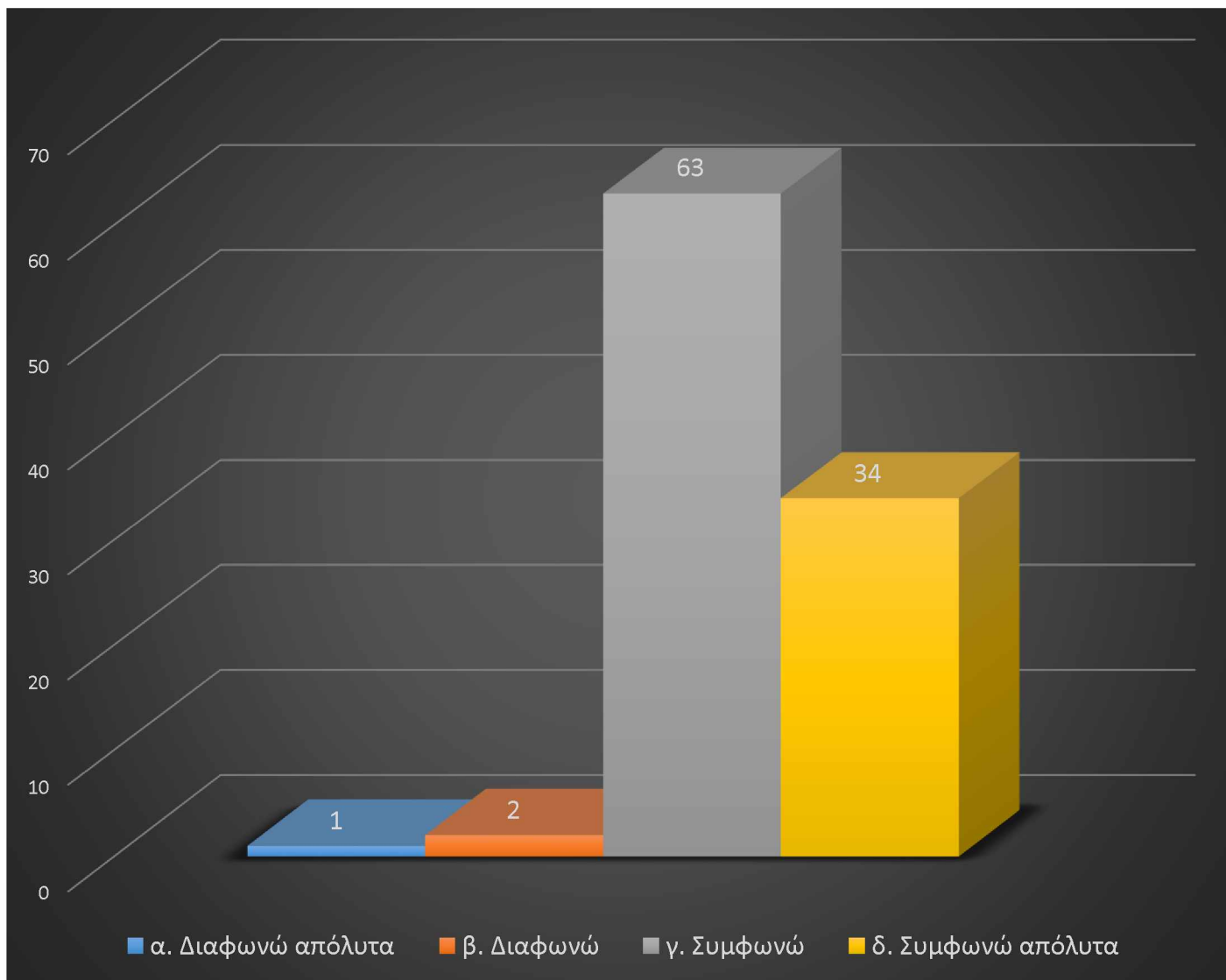
Ερώτηση 6



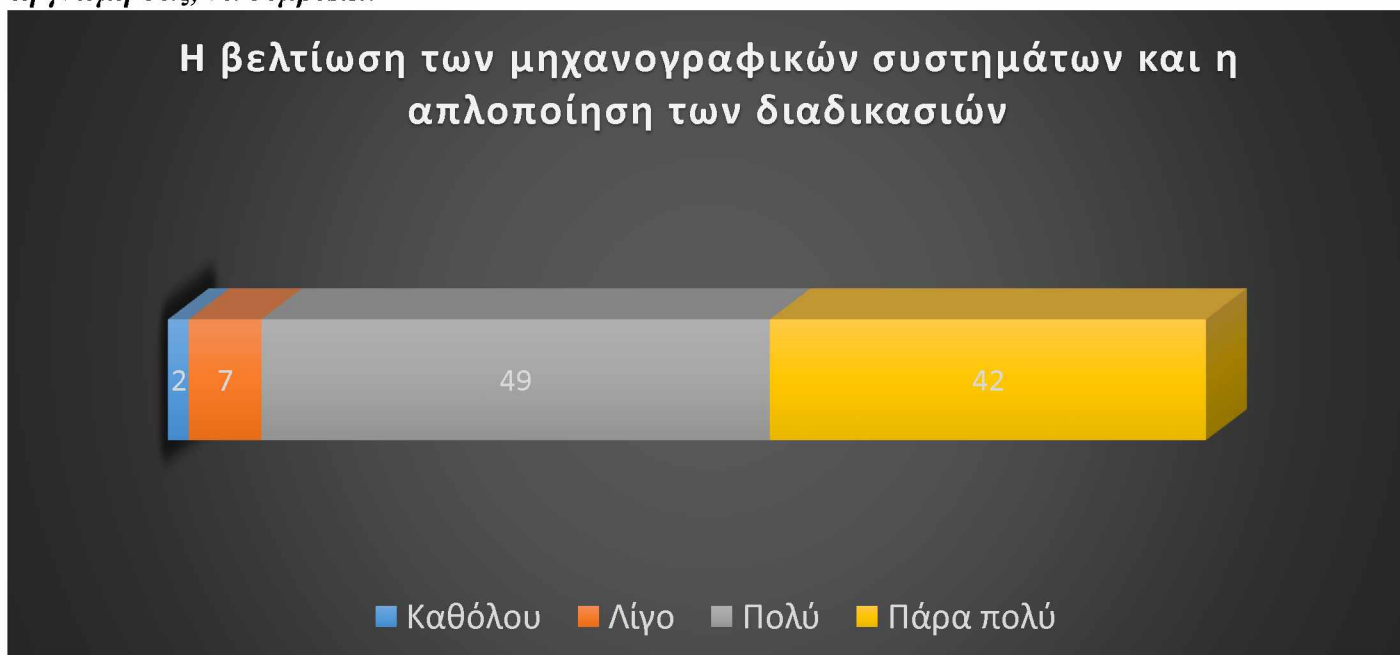
Στο παραπάνω γράφημα μπορούμε να διακρίνουμε τα πιο συνηθισμένα προβλήματα και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι πελάτες στην προσπάθειά τους να «μνηθούν» στον κόσμο της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Τι παρατηρούμε; **Οκτώ στους δέκα** υπάλληλοι ισχυρίζονται ότι: οι πελάτες αποφεύγουν ή επιφυλάσονται να χρησιμοποιήσουν τα ηλεκτρονικά κανάλια εξυπηρέτησης και να επωφεληθούν από τα πλεονεκτήματα που αυτά προσφέρουν και προτιμούν να επωμιστούν το κόστος, τις ουρές αναμονής, την απώλεια χρόνου κ.ά., επειδή δεν αισθάνονται ασφαλείς κατά την ηλεκτρονική διεκπεραίωση των τραπεζικών τους συναλλαγών, ενώ **τέσσερις στους δέκα** σχεδόν βρίσκουν τα προγράμματα ηλεκτρονικής τραπεζικής **μη φιλικά** / δύσκολα για χρήστες λιγότερο εξοικειωμένους με την τεχνολογία.

Ερώτηση 7: Η ανάπτυξη προγραμμάτων εξοικείωσης των πελατών με τα ηλεκτρονικά κανάλια εξυπηρέτησης (π.χ. πρόγραμμα genius της Εθνικής Τράπεζας, κατά το οποίο στελέχη - εθελοντές βοηθούν πελάτες στην εξοικείωσή τους με τα ηλεκτρονικά δίκτυα διενέργειας τραπεζικών συναλλαγών) θα μπορούσε να συμβάλει στην προσπάθεια προώθησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής και στη διεύρυνση της πελατειακής βάσης της τράπεζας;

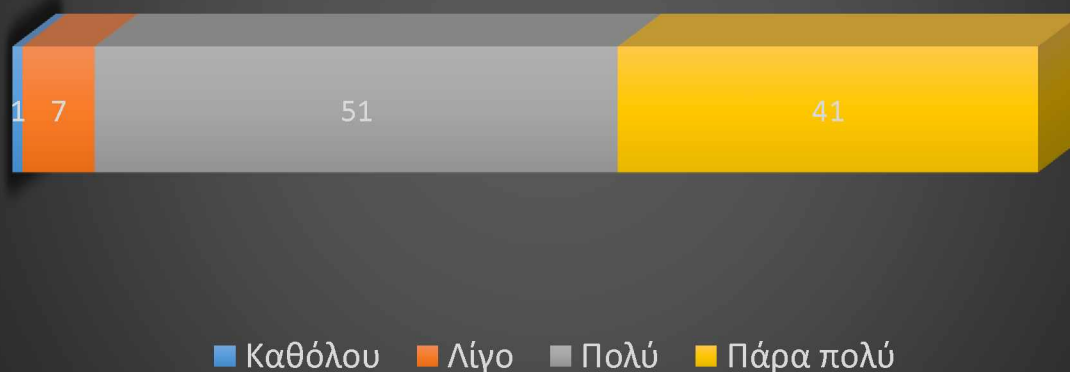
Είναι σαφές ότι η ανάπτυξη προγραμμάτων εξοικείωσης των πελατών με την ηλεκτρονική τραπεζική μπορεί να αποτελέσει καθοριστικό παράγοντα στην προσπάθεια στροφής των πελατών στα εναλλακτικά δίκτυα εξυπηρέτησης, καθώς και στη διεύρυνση της πελατειακής βάσης και την προσέλκυση νέων πελατών.



Ερώτηση 8: Στη βελτίωση και επέκταση της παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής μπορεί, κατά τη γνώμη σας, να συμβάλει:

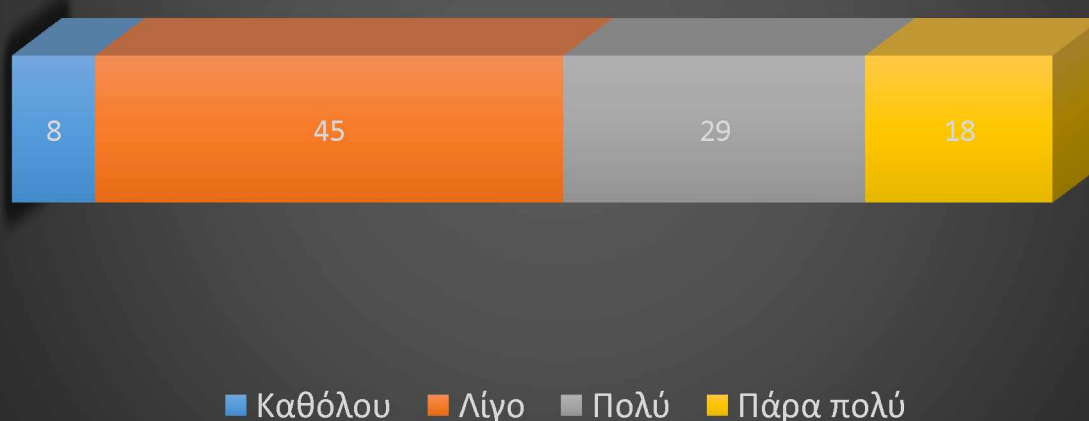


Η προσπάθεια των υπαλλήλων να βοηθήσουν τους πελάτες

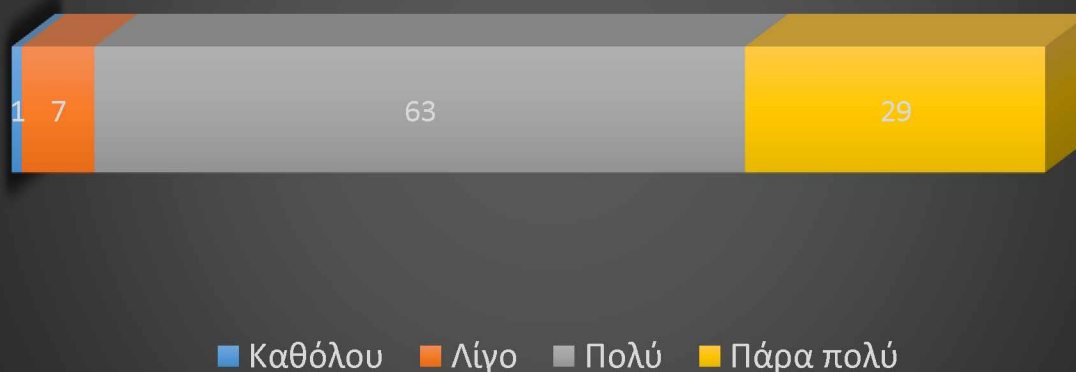


Η βελτίωση των μηχανογραφικών συστημάτων και η απλοποίηση των διαδικασιών, καθώς και η προσπάθεια των υπαλλήλων να συνδράμουν τους πελάτες αποτελούν βασικές προϋποθέσεις για την αναβάθμιση και την εξάπλωση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, ενώ η έκδοση εντύπων με οδηγίες για τη χρήση κάθε μέσου είναι δευτερευούσης σημασίας. Ωστόσο, αποτελεί κοινή πεποίθηση ότι ο συνδυασμός όλων των παραπάνω αναφερόμενων ενεργειών συνιστά απαραίτητη προϋπόθεση και πρέπει να αποτελέσει το βασικό έρεισμα στην προσπάθεια διάδοσης και καθιέρωσης της χρήσης των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Η έκδοση εντύπων που θα καθοδηγούν τους πελάτες στη διαδικασία χρήσης κάθε μέσου

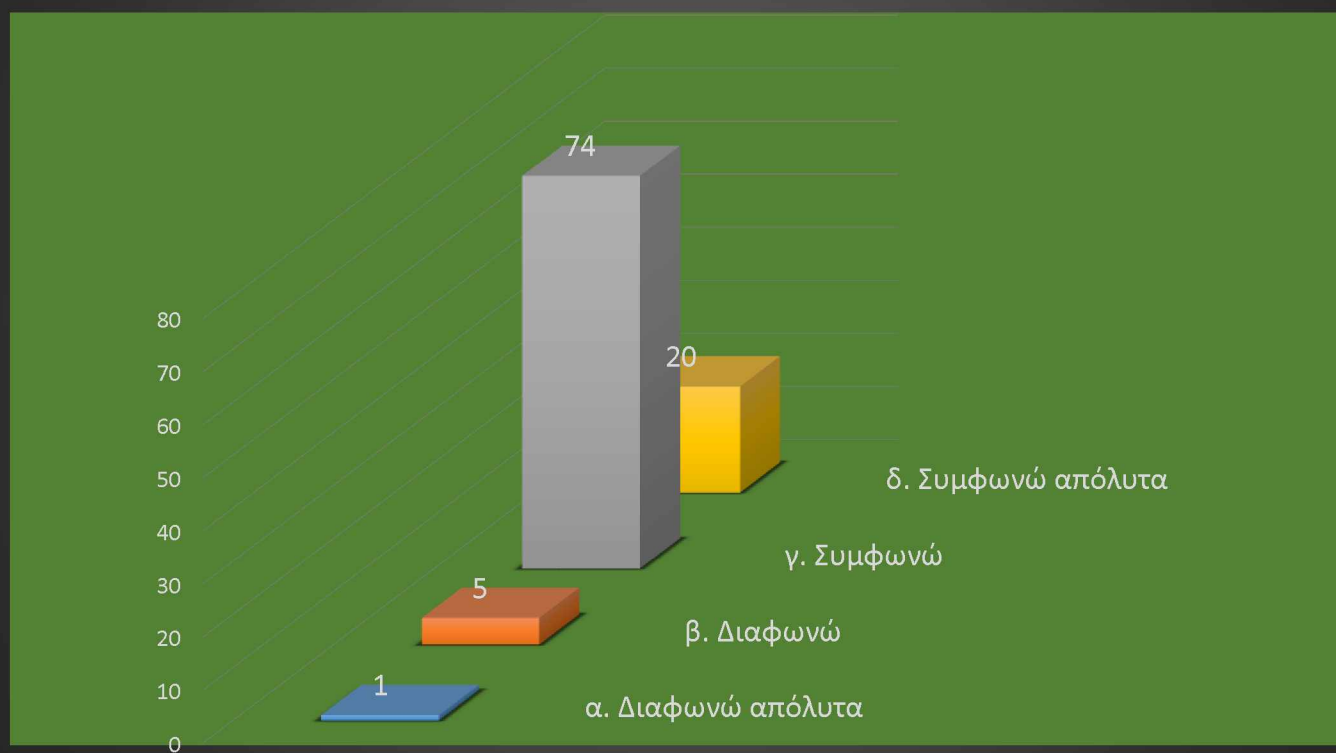


Όλες οι παραπάνω ενέργειες



Ερώτηση 9

Η διαφήμιση των νέων / καινοτόμων μέσων ηλεκτρονικής τραπεζικής στα έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης συμβάλλει στην προώθηση και την εξάπλωση της χρήσης τους



Τέλος, αξίζει να αναφερθεί ότι η διαφήμιση των εναλλακτικών δικτύων ηλεκτρονικής τραπεζικής και εξυπηρέτησης στον έντυπο αλλά και στον ηλεκτρονικό τύπο θεωρείται άρρηκτα συνδεδεμένη με την προώθηση και ανάπτυξή τους, καθώς αποτελεί έναν ευχάριστο και δελεαστικό τρόπο προσέλκυσης και στροφής της πελατείας – υπάρχουσας και νέας – στις νέες, ρηξικέλευθες και καινοτόμες υπηρεσίες που τείνουν να αντικαταστήσουν την παραδοσιακή τραπεζική πρακτική.

Συνολική βιβλιογραφία

1. Agarwal J., Kim S. S., Malhotra N. K., (2004), Internet Users' Information Privacy Concerns (IUIPC): The Construct, the Scale and a Casual Model, *Information Systems Research*, Vol.15, No 4, pp.336-355
2. Alabdullah F. S., Alnaqeib R., Alshammari F. H., Jalab H. A., Zaidan A. A., Zaidan B. B., (2010), Analytical study on Internet Banking system, *Journal of Computing*, Volume 2, Issue 6, pp.140-146
3. Alesina A., Ardagna S., (2009), Large Changes in Fiscal Policy: Taxes vs Spending, *Tax Policy and the Economy*, Vol.24, pp.35-68
4. Altinkemer K., (2001), Bundling E-Banking Services, *Communications of the ACM*, Vol.44, No 6, pp.45-47
5. Altman E. I., (2005), An Emerging Market Credit Scoring Model for Corporate Bonds, *Journal of Finance*, Vol. 23, No 4, pp.589-609
6. Al – Sukkar A., Hasan H., (2005), Towards a Model for the Acceptance of Internet Banking in Developing Countries. *Information Technology for Development*, Vol.11, No 4, pp.381-398
7. Anderson R., Drimer S., Murdoch S. I., (2008), Optimized fail: Card readers of Online Banking, Arrowhead Solutions, Inc. (2008), *Digital Signature Feasibility Study, Final Report 534*, Phoenix
8. Anderson W. P., Chatterjee L., Lakshmanan T. R., (2003), E – commerce, transportation and economic geography, *Growth and Change*, No 34, pp.415-432
9. Babbie E. R., (2007), *The Practice of Social Research*, Thomson Wadsworth, Belmont, CA
10. Bain K., Howells P., (2007), *Financial Markets and Institutions*, Prentice Hall – Financial Time, Longman imprint, 5th Edition, pp.1-15
11. Bakos Y., Lucas H. C. Jr., Simon W., Viswanathan G., Weber B., (2000), *The Impact of Electronic Commerce on the Retail Brokerage Industry*, Working Paper, Stern School of Business, New York University, New York, NY, July 2000
12. Bantug A., Owens J., (2006), *Catching the Technology Wave: Mobile Phone Banking and Text-A-Payment in the Philippines*, Chemonics International Inc., Washington
13. Basel Committee On Banking Supervision, (2003), *Risk Management Principles for Electronic Banking*, Bank for International Settlements Bradley, Delphi Study of Internet banking, MCB UP Limited, pp.273-279
14. Basel Committee on Banking Supervision (2010), *Microfinance activities and the Core Principles for Effective Banking Supervision*, Basel, Bank for International Settlements, August 2010
15. Beck H., (2001), Banking is essential, banks are not. The future of financial intermediation in the age of internet, *Netnomics*, Vol.3, pp.7-22
16. Bellis J., Lasse N., (2010), *Interoperability of Mobile Money Services*, 2009 Mobile Money for the Unbanked Report, London, GSM Association
17. Bini S. L., (2011), Eurozone, European crisis and policy responses, Speech at the Goldman Sachs Global Macro Conference, pp.5-6
18. Buse S., Herstaff C., Tiwari R., (2006), *Mobile Banking as business strategy: Impact of mobile technologies on costumer behavior and its implications for banks*, Technology and Innovation Management, Working Paper No 37, Institute of Technology and Innovation Management, Hamburg University of Technology, Germany
19. Cao X., (2010), E-shopping, spatial attributes and personal travel: A review of empirical studies, *Transportation Research Record*, No 2135, pp.160-169
20. Chavan J., (2013), *Internet Banking – Benefits and Challenges in an Emerging Economy*, Institute of Computer and Management Studies, Pandharpur, Solapur, Maharashtra, India

21. DeYoung R., (2006), The limits of information technology: how much will the banking industry change?, Technology driven efficiencies in financial markets, Heikkinen P., Korhonen K. (eds), pp.35-46
22. Dijst M., Farag S., Krizek K. J., (2006), E-shopping and its relationship with in-store shopping: Empirical evidence from the Netherlands and the U.S., Transport Reviews, No 26, pp.43-61
23. Dijst M., Farag S., Schwanen T., (2005), Online searching and buying and their relationship with shopping trips empirically investigated, Transportation Research Record, No 1926, pp.242-251
24. Djankov S., Ganser T., McLiesh C., Ramalho R., Shleifer A., (2010), The Effect of Corporate Taxes on Investment and Entrepreneurship, American Economic Journal: Macroeconomics, pp.31-64
25. Durkin M., Howcroft J. B., (2000), Reflections on bank-costumer interactions in the new millennium, Journal of Financial Services Marketing, Vol.5, No 1, pp.9-20
26. European Commission, (2005), Towards a European Research Area. Science, Technology and Innovation. Key Figures 2005, Directorate General for Research
27. Furst E., Lang H., Nolle N., (2000), The adoption of transactional web sites among US chartered banks, OCC Working Paper, 2000-9
28. Furst K., Lang W. W., Nolle D. E., (2000), Internet Banking: Developments and prospects, Office of the Comptroller of the Currency Economic and Policy Analysis, Working Paper 2000-9
29. Gondat L. C., Nier E., (2004), The economics of retail banking – an empirical analysis of the UK market for personal current accounts, Bank of England Quarterly Bulletin, pp.153-159
30. Gruber H., Verboven F., (2001), The diffusion of mobile telecommunication services in the European Union, European Economic Review, International Review of Business Research Papers' World business Institute, Australia, Vol.45, pp.577-588
31. Harris L., Spence L. J., (2002), The ethics of E-banking, Journal of Electronic Commerce Research, Vol.3, No 2
32. Hernandez J. M., Mazzon J. A., (2007), Adoption of internet banking: proposition and implementation of an integrated methodology approach, International Journal of Bank Marketing, Vol.25, No 2, pp.72
33. Hippel E., Thomke S., (2002), Customers as Innovators. A New Way to Create Value, Harvard Business Review, pp.74-81
34. Hoggarth G., Reis R., Saporta V., (2001), Costs of banking system instability: some empirical evidence, Harvard University, Cambridge
35. Hughes T. J., (2002), Marketing principles in the application of e-commerce, Qualitative Market Research, Vol.5, No 4, pp.252
36. Ibeh K. I. N., Ibrahim E. E., Joseph M., (2006), Customers' perception of electronic service delivery in the UK retail banking sector, International Journal of Bank Marketing, Vol.24, No 7, pp.475
37. Jaffee D., Levonian M., (2001), The Structure of Banking Systems in Developed and Transition Economies, European Financial Management, Vol.7, pp.161-181
38. Joseph M., Sekhon Y., Stone G., Tinson J., (2005), An exploratory study on the use of banking technology in the UK: a ranking of importance of selected technology on consumer perception of service delivery performance, International Journal of Bank Marketing, Vol.23, No 4/5, pp.397
39. Kapopoulos P., Lazaretou S., (2011), International Banking and sovereign risk calculus: The experience of the Greek Banks in SEE, Special conference paper, Bank of Greece, Athens
40. Klein M., Mayer C., (2011), Mobile Banking and financial inclusion, Policy Research Paper 5664, The World Bank, Financial and Private Sector Development
41. Koskosas I., (2011), The pros and the cons of Internet banking: A short review, University of Western Macedonia, Kozani, Greece
42. Kyriazopoulos G., Petropoulos D., (2010), What are the advantages and disadvantages that lead bank into mergers and acquisitions? Is Altman's Z-score model for bankruptcy motivate banks for mergers and

- acquisitions? Evidence from the Greek banking system, International Conference On Applied Economics, pp.447-456
43. Li H., Tulu B., (2004), Design and Implementation of a Digital Signature Solution for a Healthcare Enterprise, Proceedings of the Tenth Americas Conference on Information Systems, New York, August 2004
 44. Lichtenstein S., Williamson K., (2006), Understanding consumer adoption of internet banking: an interpretive study in the Australian banking context, Journal of Electronic Commerce Research, Vol.7, No2
 45. Mahmood Z., (2009), Attitudes towards the use of E-banking: Result of a Pilot Survey, Communications of the IBIMA, pp.170-174
 46. Miscione G., Morawczynski O., (2008), Examining Trust in Mobile Banking Transactions in Kenya: The Case of M-PESA in Kenya, Paper presented at the IFIP WG 9.4, University of Pretoria Joint Workshop, Pretoria, South Africa, Vol.6, pp.19-29
 47. Nath R., Parzinger M., Schrick P., (2015), Bankers' Perspectives on Internet Banking, e-Service Journal, Vol.1, No 1, pp.21-36
 48. Nicoletti G., Scarpetta S., Boylaud O., (2000), Summary indicators of product market regulation with an extension to employment protection legislation, OECD Economics Department Working Papers, No 226
 49. Orphanides A., (2011), New Paradigms in Central Banking, Working Papers 2011-6, Central Bank of Cyprus
 50. Phau J., Rexha N., Wong D. H., (2008), Re-examining traditional service quality in an e-bank era, Curtin University of Technology, Perth, Australia
 51. Provopoulos G. A., (2013), The Greek economy and banking system – recent developments and the way forward, The crisis in the euro area conference, Bank of Greece, Athens
 52. Sabi H. M., (2014), Research Trends in the diffusion of Internet banking in developing countries, Journal of Internet Banking and Commerce, An open access Internet journal (<http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>), Vol.19, No 2
 53. Simpson J., (2002), The impact of the Internet in banking: observations and evidence from developed and emerging markets, Telematics and Informatics, Vol.19, pp. 315-330
 54. Stalder F., (2002), Failures and Successes: Notes on the Development of Electronic Cash, Information Society, Vol.18, No 3, pp.209-219
 55. Stig Mjolsnes and Chunming Rong (2003), 'Online E-Wallet System with Decentralized Credential Keepers', Mobile networks and applications 8, pp.87- 99, 2003
 56. Sun Y. Q., Sun Y. I., (2012), Analysis of SWOT on Internet banking, Advances in Applied Economics and Finance (AAEF) 325, Vol.2, pp.325-328
 57. Van Hove L., (2001), The New York City Smart Card Trial in Perspective: A Research Note, International Journal of Electronic Commerce, Vol.5, No 2, pp.119-131
 58. Weiqing L., (2005), Analysis of American Online-banking Services' Strategy & Its Enlightenment, Journal of Chengdu University (Social Sciences), No 5, pp.21-23
 59. Yannis Pierakis and Liam Collins (2013), 'Crowdfunding a new innovative model of providing funding to projects and businesses' SSRN, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2395226
 60. Αγγέλης Β., (2005), Η Βίβλος του E-Banking, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα
 61. Αγγέλης Β., (2000), Μεθοδολογία Ανάπτυξης Εφαρμογών, Εκδόσεις Ίων, Αθήνα
 62. Γεωργόπουλος Ν. Β., (2002), Στρατηγικό Μάνατζμεντ, Εκδόσεις Μπένου
 63. Γιαννόπουλος Γ., (2003), Internet Banking – Νομικά ζητήματα από τη διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών στο διαδίκτυο, Δελτίο EET Γ' Τριμηνία

64. Γιαννακοπούλου Κ., Κυρέζης Ν., (2003), Έρευνα για την αξιολόγηση των τραπεζών μέσω των ιστοσελίδων τους. Σύγκριση των ιστοσελίδων μεταξύ ελληνικών και ξένων τραπεζών, Δελτίο ΕΕΤ Γ΄ Τριμηνία
65. Γκρίτζαλης Δ., Κάτσικας Σ., (2004), Ασφάλεια Πληροφοριακών Συστημάτων, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα
66. Δημητριάδης Α., (2004), Διοίκηση – Διαχείριση Έργου, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα
67. Καρέκλης Π., (2003), Οφέλη από τη χρήση υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής, Δελτίο Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών, Γ΄ Τριμηνία
68. Παπαδάκης Β. Μ., (2002), Στρατηγική των Επιχειρήσεων: «Ελληνική και Διεθνής εμπειρία», Εκδόσεις Μπένου, 4^η έκδοση
69. Έρευνα Pew Research Center, 2017 («Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ», ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ 07.07.2018)

Ηλεκτρονική - Αναφορές

1. www.alphabank.gr
2. www.bankofgreece.gr/Pages/default.aspx
3. www.bigskyassociates.com/blog/the-benefits-and-dangers-of-bank-mergers-and-acquisitions
4. Blogs.imf.org
5. www.buzzle.com
6. www.coolweb.gr/virus-trojan-worm-spyware-adware-malware/
7. www.deltahacker.gr
8. www.efma.com
9. www.ehow.com
10. Entre.gr
11. www.eurobank.gr
12. www.fintechfutures.com
13. www.forrester.com
14. www.hellenica.de
15. www.iisd.org/business/banking/sus_trends.aspx
16. www.ing.com
17. www.kathimerini.gr
18. www.microsoft.com
19. www.nbg.gr
20. www.newsfilter.gr/2007/05/04/pharming/
21. www.offsite.com.cy
22. www.osarena.net/latest-articles/ti-einai-to-phishing.html
23. www.pcsteps.gr
24. www.piraeusbank.gr
25. <http://www.piraeusbank.gr/el/Idiwtes>
26. www.protothema.gr
27. www.spamfighter.com/SPAMfighter/Lang_EL/Phishing.asp
28. www.webopedia.com/TERM/K/keylogger.html
29. www.webroot.com
30. www.yap.gov.gr
31. www.youtube.com

32. Sital S. Patel, 'Why Apple Pay will change your spending habits forever', MarketWatch. http://www.marketwatch.com/story/banks-credit-card-companies-seeapple-pay-as-boon-for-customers-2014-09-09?link=sfmw_fb
33. Andrew Harrer, "The global crowdfunding money machine" CNBC. <http://www.cnbc.com/id/101954948#>.
34. Tim Worstall (2012), 'Banks need to accept that they are really IT companies', Forbes. <http://www.forbes.com/sites/timworstall/2012/10/13/banks-need-to-acceptthat-theyre-really-it-companies/>
35. Cadie Thompson (2014), 'Apple Pay competitor CurrentC says customer email addresses were hacked' CNBC. <http://www.cnbc.com/id/102132750>
36. Nick Duva (2014), 'Why 31% of consumers may dump their bank'. <http://www.cnbc.com/id/102178987>
37. Joanna Stern (2014), 'The best Apps to pay friends back: Comparing Venmo, Square Cash, Paypal and Google Wallet'. The Wall Street Journal
38. Αλεξάνδρα Κασσίμη (2014), 'Έξυπνο εισιτήριο σε δύο χρόνια', Καθημερινή. <http://www.kathimerini.gr/797583/article/epikairothta/ellada/e3ypno-eisithrio-se-dyoxronia>
39. FT (2014), 'Το iPhone μετατρέπεται σε πορτοφόλι'. http://www.euro2day.gr/ftcom_gr/article-ft-gr/1249452/apple-to-iphone-ginetai-kaiportofoli.html
40. Currentc. App webpage. <http://currentc.com/>
41. Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, 2003. http://62.1.43.74/5Ekdosis/UplPDFs//deltia/3_2003/3_2003.pdf
42. Steven Bertoni (2014), 'How to win the mobile wallet war? Be like Starbucks'. Forbes. <http://www.forbes.com/sites/stevenbertoni/2014/02/21/how-do-you-win-the-mobilewallet-war-be-like-starbucks/>
43. Ηλεκτρονικό Πορτοφόλι Google. <https://www.google.com/wallet/>
44. Ηλεκτρονικό Πορτοφόλι Apple Pay. <https://www.apple.com/apple-pay/>
45. Prosper. <https://www.prosper.com/>
46. Funding Circle. <https://www.fundingcircle.com/>
47. RateSetter. <http://www.ratesetter.com/>
48. Zopa. <http://www.zopa.com>
49. <https://lms.nbg.gr>
50. ΕΤΕ, Διεύθυνση Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού Τράπεζας και Ομίλου, E-learning, Ηλεκτρονικά Σεμινάρια, <http://ete/Div024/index.asp>, <http://ete/Div024/trends.asp>, <http://ete/Div024/actions.html>
51. ΕΤΕ, Διεύθυνση Ηλεκτρονικών Εργασιών & Εναλλακτικών Δικτύων, <http://ete/Div021/>, http://ete/Div021/Internet_Banking.html, <http://ete/Div021/atm.html>, http://ete/Div021/Phone_Banking.html, http://ete/Div021/Mobile_Banking.html, http://ete/Div021/Ethno_Files.html
52. Πρώτοι Εμείς – Leading Ahead, Περιοδική έκδοση για τους εργαζόμενους στον Όμιλο της Εθνικής Τράπεζας, τεύχος 49 – Ιανουάριος 2019
53. Πρώτοι Εμείς – Leading Ahead, Περιοδική έκδοση για τους εργαζόμενους στον Όμιλο της Εθνικής Τράπεζας, τεύχος 50 – Ιούλιος 2019
54. Απόσπασμα από συνέντευξη που έδωσε ο Jim Marous (digital banking report – USA) στο συνέδριο EfmaDS 2017 στο Λονδίνο
55. <http://mynbgportal>
56. www.nbg.gr/ibankstore
57. ibcorporate.info@nbg.gr
58. <http://befinnovative.com/el/>
59. <http://mynbg/>

60. <http://ete:88/nbgdocmgt3/>
61. it.security@nbg.gr
62. www.nbg.gr/ibankstore