

Α.Τ.Ε.Ι ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ
ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ

ΚΟΥΤΣΟΥΝΑΚΗ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ, ΜΑΡΤΙΟΣ 2009

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΓΑΒΡΙΛΑΚΗΣ ΝΕΚΤΑΡΙΟΣ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	Σελ. 1
 1^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ	
1.1 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	Σελ. 2-4
1.2 ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	Σελ. 4-7
1.3 ΟΙ ΕΛΛΗΝΕΣ ΕΞΟΙΚΕΙΩΝΟΝΤΑΙ ΣΤΑΔΙΑΚΑ ΜΕ ΤΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	Σελ. 7-9
 2^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ	
2.1 ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΙΑ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	Σελ. 10-11
2.2 ΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΕΥΡΕΩΣ ΣΗΜΕΡΑ	Σελ. 11-12
2.3 Η ΠΡΟΤΑΣΗ ΟΔΗΓΙΑΣ ΓΙΑ ΤΟ Φ.Π.Α. ΣΕ ΟΡΙΣΜΕΝΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	Σελ. 12
 3^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ	
3.1 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	Σελ. 13-14
3.2 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	Σελ. 14
 4^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ	
4.1 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ	Σελ. 15-17
4.2 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ AMAZON Εγγραφή στο κατάστημα-Μηχανισμός αναζήτησης-	

Καλάθι αγορών ΠαραγγελιοδοσίαΣελ. 17-20

4.3 ΟΦΕΛΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΑΓΟΡΩΝ.....Σελ. 20-21

5^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ

5.1 E-BANKING.....Σελ. 22-24

5.2 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ E- BANKING 4 ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

ΕΘΝΙΚΗΣ.....Σελ. 25-26

ΠΕΙΡΑΙΩΣ.....Σελ. 27-31

ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ..... Σελ. 31-33

EUROBANK..... Σελ. 34-35

5.3 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ E-BANKING ΤΩΝ 4 ΤΡΑΠΕΖΩΝ...Σελ. 36

6^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ

6.1 ΕΡΕΥΝΑ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ

ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ.....Σελ. 37

6.2 ΠΩΣ ΓΙΝΟΝΤΑΙ ΟΙ ΥΠΟΚΛΟΠΕΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ.....Σελ. 37-38

6.3 ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ Ε.Ε.Τ..... Σελ. 38-39

7^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ

7.1 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ..... Σελ. 40-41

7.1.2 ΚΩΔΙΚΟΙ ΤΑΝ.....Σελ. 41-42

7.1.3 ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΧΡΗΣΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΩΝ

ΚΩΔΙΚΩΝ ΤΑΝ.....Σελ. 42

7.2 ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΙΣ

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΑΠΑΤΕΣ.....Σελ. 43-46

7.3 ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ.....Σελ. 47

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.....Σελ. 50

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 Ε.Τ.Ε..... Σελ. 51

ΕΙΚΟΝΑ ΕΙΣΟΔΟΥ Ε-BANKING Ε.Τ.Ε.Σελ. 52

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2 ΠΕΙΡΑΙΩΣ.....Σελ. 53

ΕΙΚΟΝΑ ΕΙΣΟΔΟΥ Ε-BANKING ΠΕΙΡΑΙΩΣ.....Σελ. 54

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3 ΕΜΠΟΡΙΚΗ.....Σελ. 55

ΕΙΚΟΝΑ ΕΙΣΟΔΟΥ Ε-BANKING ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ.....Σελ. 56

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4 EUROBANK.....Σελ. 57

ΕΙΚΟΝΑ ΕΙΣΟΔΟΥ Ε-BANKING EUROBANK.....Σελ. 58

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....Σελ. 59

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο έφερε την επανάσταση στις τραπεζικές συναλλαγές, αναλαμβάνοντας έτσι να κάνει την ζωή των καταναλωτών πολύ εύκολη καθώς μεταφέρει την ίδια την τράπεζα στην οθόνη του υπολογιστή μας, μειώνοντας έτσι δραστικά το κόστος και για τις δυο πλευρές, ενώ παράλληλα οι καταναλωτές κερδίζουν πολύτιμο χρόνο καθώς μπορούν να εξυπηρετηθούν 24 ώρες το 24ωρο. Όσον αφορά την πτυχιακή μας εργασία προσπαθήσαμε να προσεγγίσουμε το θέμα μας όσο γίνεται πιο αντικειμενικά και ρεαλιστικά, έτσι αναφερθήκαμε και αναλύσαμε τα εξής σημεία: Ξεκινώντας από το πρώτο κεφαλαίο στο οποίο γίνεται μια αναφορά στο ηλεκτρονικό εμπόριο, που εφαρμόζεται, τι προσφέρει και τι επιλογές έχει ο καταναλωτής. Στη συνέχεια γίνεται μια παρουσίαση των ηλεκτρονικών καταστημάτων, πως μπορεί να δημιουργηθεί ένα κατάστημα και πως μπορεί να εξυπηρετεί τον κάθε χρήστη του internet εφόσον βέβαια έχει προηγηθεί η εγγραφή του στο κατάστημα. Προχωρώντας στο επόμενο κεφαλαίο γίνεται μια ενημέρωση όσον αφορά το e-banking, το οποίο έχει καινοτομήσει στις διάφορες τραπεζικές συναλλαγές και δίνουμε ένα παράδειγμα e-banking 4 Ελληνικών Τραπεζών στο οποίο περιγράφεται η πρόσβαση τους σε αυτά, οι υπηρεσίες που προσφέρουν, η πολιτική ασφαλείας τους και η μεταξύ τους σύγκριση. Συνεχίζοντας γίνεται αναφορά της ασφαλείας αυτών των ηλεκτρονικών συναλλαγών δημιουργία και χρήση ειδικών κωδικών για την προστασία του καταναλωτή, και τέλος γίνεται μια αναφορά της προσπάθειας για ενημέρωση και εκπαίδευση του καταναλωτή για τις ηλεκτρονικές απατές στις οποίες μπορούν να εκπέσουν.

1^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ

1.1 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ 1.

Πρόκειται για κάθε είδος εμπορικής συναλλαγής μεταξύ προσώπων (φυσικών και μη) που πραγματοποιείται με ηλεκτρονικά μέσα. Είναι η διάθεση και αγοραπωλησία προϊόντων ηλεκτρονικά, η διεκπεραίωση εμπορικών λειτουργιών και συναλλαγών χωρίς τη χρήση χαρτιού, συνήθως μέσω δικτύων ηλεκτρονικών υπολογιστών. Πρόκειται για την αγοραπωλησία αγαθών, πληροφοριών και υπηρεσιών μέσα από δίκτυα ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να οριστεί από τέσσερις διαφορετικές οπτικές γωνίες:

Επιχειρήσεις: Ως εφαρμογή νέων τεχνολογιών προς την κατεύθυνση του αυτοματισμού των συναλλαγών και της ροής εργασιών.

Υπηρεσίες: Ως μηχανισμός που έχει στόχο να ικανοποιήσει την κοινή επιθυμία προμηθευτών και πελατών για καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών, μεγαλύτερη ταχύτητα εκτέλεσης συναλλαγών και μικρότερο κόστος.

Απόσταση: Ως δυνατότητα αγοραπωλησίας προϊόντων και υπηρεσιών μέσω του Internet ανεξάρτητα από τη γεωγραφική απόσταση.

Επικοινωνία: Ως δυνατότητα παροχής πληροφοριών, προϊόντων ή υπηρεσιών, και πληρωμών μέσα από δίκτυα ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο σε πρακτικό επίπεδο, μπορεί να πάρει πολλές μορφές:

Εσωτερικό εμπόριο: Στόχος είναι η αποτελεσματικότερη λειτουργία των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης, ώστε να μπορεί να προσφέρει καλύτερα προϊόντα και υπηρεσίες στους πελάτες της.

Οι εφαρμογές του συνήθως εντάσσονται στη λειτουργία ενός τοπικού δικτύου (Intranet) και μπορούν να είναι: επικοινωνία μεταξύ ομάδων εργασίας, ηλεκτρονική δημοσίευση (άμεση διανομή πληροφοριών) κτλ.

Συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων (**Business-to-Business - B2B**): Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει σε επιχειρήσεις να βελτιώσουν τη μεταξύ τους συνεργασία, απλοποιώντας τις διαδικασίες και το κόστος των προμηθειών, την ταχύτερη αποστολή των προμηθειών και τον αποτελεσματικότερο έλεγχο του επιπέδου αποθεμάτων. Επιπλέον καθιστά ευκολότερη την αρχειοθέτηση των σχετικών εγγράφων και ποιοτικότερη την εξυπηρέτηση πελατών. Η δυνατότητα ηλεκτρονικής σύνδεσης με προμηθευτές και διανομείς καθώς και η πραγματοποίηση ηλεκτρονικών πληρωμών βελτιώνουν ακόμη περισσότερο την αποτελεσματικότητα: οι ηλεκτρονικές πληρωμές περιορίζουν το ανθρώπινο σφάλμα, αυξάνουν την ταχύτητα και μειώνουν το κόστος των συναλλαγών. Το ηλεκτρονικό εμπόριο προσφέρει τη δυνατότητα αυξημένης πληροφόρησης σχετικά με τα προσφερόμενα προϊόντα - είτε από τους προμηθευτές είτε από ενδιάμεσους οργανισμούς που προσφέρουν υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου.

Λιανικές πωλήσεις - Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτών (**Business-to-Consumer - B2C**): Πρόκειται για την πιο διαδεδομένη μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου. Ο καταναλωτής έχει πρόσβαση σε μια τεράστια ποικιλία προϊόντων σε δικτυακούς κόμβους-καταστήματα, βλέπει, επιλέγει, αν επιθυμεί να αγοράσει είδη ένδυσης μπορεί ενίοτε και να τα δοκιμάζει (μέσω ειδικών προγραμμάτων), ανακαλύπτει προϊόντα τα οποία δεν θα μπορούσε να βρει εύκολα στη χώρα του, συγκρίνει τιμές και τέλος αγοράζει. Κι όλα αυτά χωρίς να βγει από το σπίτι του, κερδίζοντας πολύτιμο χρόνο και κόπο.

Ως ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) θα μπορούσαμε να ορίσουμε ένα σύνολο επιχειρηματικών στρατηγικών που μπορούν να υποστηρίξουν συγκεκριμένους τομείς επιχειρηματικής δραστηριότητας και συγκεκριμένες επιχειρηματικές πρακτικές οι οποίες επιτρέπουν, μέσω της χρήσης νέων τεχνολογιών, τη διεκπεραίωση εμπορικών διαδικασιών με ηλεκτρονικά μέσα. Το εύρος αυτών των

ηλεκτρονικών εμπορικών διαδικασιών είναι αντίστοιχο με εκείνο των αναλογικών και αφορά πλήθος δραστηριοτήτων (εμπορία αγαθών και υπηρεσιών, αγοραπωλησία μετοχών, πραγματοποίηση δημοπρασιών, κ.α.)

Οι τεχνολογίες που υποστηρίζουν εφαρμογές του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι πολυάριθμες: το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), η ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων (electronic data interchange – EDI), το χρηματοοικονομικό EDI (financial EDI), η ηλεκτρονική μεταφορά κεφαλαίων (electronic funds transfer – EFT), οι γραμμωτοί κώδικες (bar codes) κ.α. Με βάση το εύρος χρήσης των νέων τεχνολογιών, οι ηλεκτρονικές εμπορικές διαδικασίες μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε έμμεσες και άμεσες. Στο έμμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο μόνο η διαδικασία παραγγελίας πραγματοποιείται μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή. Η διανομή των προϊόντων διεκπεραιώνεται με συμβατικό, παραδοσιακό τρόπο. Αντίθετα, στο άμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο όλα τα στάδια της εμπορικής διαδικασίας (παραγγελία, πληρωμή, παράδοση) πραγματοποιούνται μέσω ηλεκτρονικών μέσων. Γι' αυτόν ακριβώς τον λόγο το άμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο αφορά άυλα αγαθά και υπηρεσίες (π.χ. λογισμικό).

1.2 ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ 1

Συνεχώς διευρύνεται η πελατεία των εμπορικών τραπεζών που χρησιμοποιούν τις δυνατότητες που προσφέρει η ηλεκτρονική τραπεζική, ενώ πολύ σύντομα οι τράπεζες θα μπορούν να χορηγούν δάνεια και να διαθέτουν καταθετικούς λογαριασμούς μέσω του Internet με καλύτερα επιτόκια και ευνοϊκότερους όρους.

Ακολουθώντας τις διεθνείς τάσεις, οι εμπορικές τράπεζες στην Ελλάδα όλο και περισσότερο χρησιμοποιούν το Internet τόσο ως κανάλι διάθεσης των προϊόντων τους και επαφής με την πελατεία τους όσο και ως μια ανεξάρτητη πηγή ανάπτυξης προϊόντων και υπηρεσιών για να αποκτήσουν νέους πελάτες και να ικανοποιήσουν νέες ανάγκες.

Παράλληλα η εξοικείωση της πελατείας τους με τη νέα τεχνολογία φέρνει συνεχώς τα δύο μέρη πιο κοντά στο πλαίσιο του κυβερνοχώρου.

1.2.1Επιδότηση συναλλαγών

Προς το παρόν πάντως οι ηλεκτρονικές χρηματοοικονομικές συναλλαγές στην Ελλάδα βρίσκονται σε αρχικό στάδιο. Οι περισσότερες εμπορικές τράπεζες προσφέρουν τη δυνατότητα βασικών τραπεζικών εργασιών και υπηρεσιών μέσω του Internet, όπως η μεταφορά χρηματικών ποσών μεταξύ λογαριασμών, η πληρωμή λογαριασμών κοινής ωφελείας και πιστωτικών καρτών, η παρακολούθηση της κίνησης του λογαριασμού, η κατάθεση αίτησης για πιστωτική κάρτα ή δάνειο, η αναλυτική ενημέρωση για προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρουν, αλλά και η διεξαγωγή διαφόρων χρηματιστηριακών συναλλαγών. Σύμφωνα με πληροφορίες πολύ σύντομα οι ελληνικές τράπεζες θα είναι σε θέση να χορηγούν δάνεια μέσω του Internet ή να παρέχουν καταθετικά προϊόντα. Αυτά τα τραπεζικά προϊόντα μάλιστα θα «επιδοτούνται» από τις τράπεζες, δηλαδή τα επιτόκιά τους θα είναι σαφώς καλύτερα από αυτά που θα προσφέρονται στα καταστήματα.

Ειδικότερα σε ό,τι αφορά τα καταθετικά προϊόντα που θα διατίθενται αποκλειστικά προς τους χρήστες του Διαδικτύου θα έχουν υψηλότερο επιτόκιο σε σχέση με αυτά που προσφέρονται από τα τραπεζικά γκισέ. Αντίστοιχα τα δάνεια μέσω Internet θα έχουν χαμηλότερο επιτόκιο. Και αυτό θα είναι το κίνητρο για τους πελάτες των τραπεζών να χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο τόσο στην επιλογή των τραπεζικών προϊόντων όσο και στις συναλλαγές τους, οι οποίες θα κοστίζουν λιγότερο. Και φυσικά οι τράπεζες δεν χάνουν. Αντίθετα μάλιστα μειώνουν σημαντικά το λειτουργικό κόστος τους και έτσι είναι σε θέση να πωλούν φθηνότερα και πιο αποδοτικά προϊόντα. Υπολογίζεται ότι μια τραπεζική συναλλαγή κοστίζει στις τράπεζες πέντε φορές ακριβότερα όταν πραγματοποιείται μέσω του παραδοσιακού δικτύου από ό,τι μέσω του Internet. Σε γενικές γραμμές τα λειτουργικά έξοδα μιας ηλεκτρονικής τράπεζας υπολογίζονται περίπου στο μισό αυτών μιας συμβατικής τράπεζας.

1.2.2 Τι προσφέρουν σήμερα

Έτσι με ευνοϊκά τιμολόγια και μειωμένες επιβαρύνσεις οι τράπεζες θα επιδιώξουν να κάνουν ακόμη πιο ελκυστικό το e-banking τους, στο οποίο έχουν επενδύσει αρκετά εκατομμύρια ευρώ. Σε ό,τι αφορά τις υπηρεσίες και τα προϊόντα τα οποία προσφέρονται αυτή τη στιγμή, το κόστος και οι προμήθειες που πληρώνονται είναι ίδια με αυτά που καταβάλλονται όταν η συναλλαγή γίνεται στο γκισέ. Ο κανόνας αυτός ισχύει για το σύνολο των τραπεζών που δραστηριοποιούνται σήμερα στο e-banking. Το όφελος όσων χρησιμοποιούν σήμερα τις προσφερόμενες υπηρεσίες είναι κυρίως το γεγονός ότι μπορούν με μεγαλύτερη άνεση να κάνουν τραπεζικές συναλλαγές 24 ώρες το 24ωρο. Όπως εκτιμούν τραπεζικά στελέχη ο ανταγωνισμός, μέσω των νέων δικτύων, θα κριθεί κυρίως στους τομείς των καταθέσεων προθεσμίας, της στεγαστικής πίστης και των χρηματιστηριακών συναλλαγών.

1.2.3 Επιλογή υπηρεσιών

Εκεί επίσης που εκτιμάται ότι υπάρχει πεδίο ανάπτυξης των τραπεζικών υπηρεσιών στο Διαδίκτυο είναι ο τομέας της επιλογής εκ μέρους των πελατών των προϊόντων που ταιριάζουν καλύτερα στις ανάγκες τους. Η νέα τεχνολογία στην υποστήριξη της διαδικασίας των πωλήσεων και στη δημιουργία νέων προϊόντων οδηγεί στη βέλτιστη προσαρμογή των προϊόντων και υπηρεσιών στις ανάγκες της πελατείας, με αποτέλεσμα την προσφορά τους με καλύτερους όρους. Όσον αφορά τις τιμές, αυτές διαμορφώνονται κυρίως από την αγορά και από το εν γένει οικονομικό περιβάλλον. Η ηλεκτρονική τραπεζική εξάλλου θεωρείται ότι διευκολύνει την πλήρη διαφάνεια των όρων των τραπεζικών συναλλαγών από πλευράς τιμής και κόστους και επιβάλλει τον ανοικτό ανταγωνισμό σε όλο το εύρος των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, όχι μόνο μέσα στα σύνορα μιας χώρας αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι πελάτες των ηλεκτρονικών τραπεζών στο εξωτερικό είναι κατά κύριο λόγο νέοι, με σχετικά υψηλό εισόδημα, που έχουν την τάση να αγοράζουν χρηματοοικονομικά προϊόντα και οι οποίοι φυσικά έχουν εξοικειωθεί με το Διαδίκτυο. Σε αυτό το κοινό απευθύνεται κατά κύριο λόγο και ηλεκτρονική τραπεζική.

Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία του Παρατηρητηρίου για την Κοινωνία της Πληροφορίας, που δημοσιεύτηκαν στο περιοδικό «ECONOMIA» τεύχος Μαρτίου 2008 σε άρθρο της Αναστασίας Παπαϊωάννου υπολογίζεται ότι στην Ελλάδα το 13% των χρηστών του Internet κάνουν χρήση των online τραπεζικών υπηρεσιών, ενώ ένα ποσοστό της τάξης του 7% χρησιμοποιεί το διαδίκτυο και για χρηματιστηριακές συναλλαγές. Ηλεκτρονική τραπεζική, το γνωστό σε όλους μας internet banking, κερδίζει έδαφος χρόνο με το χρόνο, δίνοντας στους πελάτες των τραπεζών τη δυνατότητα να συναλλάσσονται με τις τράπεζες από τον καναπέ του σπιτιού τους ή από το γραφείο τους αρκεί να διαθέτουν έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή.

Χρόνο, χρήμα και αποφυγή των τεράστιων ουρών που δημιουργούνται στα τραπεζικά καταστήματα κερδίζουν περίπου 500.000 συνάνθρωποί μας, οι οποίοι δεν φοβούνται το internet banking και πραγματοποιούν τις συναλλαγές τους.

1.3 ΟΙ ΕΛΛΗΝΕΣ ΕΞΟΙΚΕΙΩΝΟΝΤΑΙ ΣΤΑΔΙΑΚΑ ΜΕ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΜΕ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Σύμφωνα με το site «www.TVS.gr» που δημοσιεύτηκε και στην εφημερίδα «ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ», με τίτλο: «Οι Έλληνες εξοικειώνονται σταδιακά με το ηλεκτρονικό εμπόριο» και με στοιχεία για το 2008 να φθάνουν τις 700.000 οι Έλληνες που κάνουν τις αγορές τους μέσω του διαδικτύου. Ενώ κάθε ένας από αυτούς δαπανά 1.000 έως 1.600 ευρώ το χρόνο, ανεβάζοντας τη συνολική αξία των συναλλαγών στο ένα δισεκατομμύριο ευρώ ετησίως. Αυτή η ανοδική πορεία του ηλεκτρονικού εμπορίου, που έχει προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης, αφορά τόσο ιδιώτες όσο και συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα. Η αλματώδης ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου μπορεί να γίνει καλύτερα αντιληπτή αν αναλογιστεί κανείς ότι πριν από μια πενταετία το ποσοστό χρηστών που πραγματοποιούσαν αγορές online, δεν ξεπερνούσε το 4% με 5% του συνόλου, ενώ σήμερα το ποσοστό έχει πλέον ανέλθει στο 1/3 των χρηστών του ίντερνετ στην Ελλάδα.

Όπως προκύπτει από τη τελευταία δειγματοληπτική Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας από τα νοικοκυριά, η οποία δημοσιεύτηκε στην

εφημερίδα ΗΜΕΡΗΣΙΑ στις 14-11-2008, το ποσοστό των ατόμων που χρησιμοποιούσαν υπολογιστή, κατά το α' τρίμηνο του 2008 ήταν στο 44,4% (+10%

σε σχέση με την αντίστοιχη έρευνα του 2007 που ήταν στο 40,2%), ενώ εκείνο για τους Έλληνες με πρόσβαση στο διαδίκτυο ήταν στο 38,2% (+14%). Η έρευνα διενεργήθηκε σε τελικό δείγμα 5.045 νοικοκυριών και ισάριθμα μέλη αυτών σε ολόκληρη τη χώρα με κριτήριο την ύπαρξη ενός, τουλάχιστον, μέλους ηλικίας 16 - 74 ετών σε κάθε νοικοκυριό. Σε σχέση με το 2007, ο πληθυσμός ηλικίας 16 - 74 ετών, που δεν έχει χρησιμοποιήσει ποτέ υπολογιστή, μειώθηκε κατά 4,7 ποσοστιαίες μονάδες. Η μείωση αυτή αντικατοπτρίζει τη συνεχή καθοδική τάση. Στο πρώτο έτος διενέργειας της έρευνας (2002), το ποσοστό των ατόμων που δεν είχαν χρησιμοποιήσει ποτέ PC ήταν 75%, ενώ σήμερα μόνο 48%.



Από τα στοιχεία βλέπουμε σημαντική αύξηση των ποσοστών χρηστών τόσο στη χρήση του Η/Υ όσο και στη πρόσβαση στο διαδίκτυο στοιχεία ιδιαίτερα αισιόδοξα για το μέλλον της τεχνολογίας στη χώρα μας.

Τα προϊόντα τα οποία προτιμούν περισσότερο οι Έλληνες καταναλωτές να αγοράζουν μέσω του διαδικτύου είναι οι τουριστικές υπηρεσίες γενικότερα και η αγορά αεροπορικών εισιτηρίων. Ακολουθούν τα προϊόντα τεχνολογίας, όπως

περιφερειακά και εξαρτήματα ηλεκτρονικών υπολογιστών, αλλά και βιβλία. Μερικά από τα οφέλη για την επιχείρηση από την δραστηριοποίηση της στο B2B (Business to Business) ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η αυτοματοποίηση των διαδικασιών αποστολής και λήψης των παραστατικών, η άμεση ηλεκτρονική αρχειοθέτησή τους, αλλά και η σημαντική μείωση του κόστους διαχείρισής τους.

Σύμφωνα με στοιχεία του Εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Επιχειρείν, περίπου 1.500 επιχειρήσεις στην Ελλάδα χρησιμοποιούν καθημερινά το e-commerce και πραγματοποιούν περίπου δέκα εκατομμύρια συναλλαγές το χρόνο, των οποίων η συνολική αξία φτάνει τα δέκα δισεκατομμύρια ευρώ. Στο δημόσιο τομέα παρατηρείται ήδη η δημιουργία μιας σωστής υποδομής στο υπουργείο Οικονομικών με τη δυνατότητα που παρέχει στους φορολογουμένους να συνδιαλέγονται ηλεκτρονικά με τις αρμόδιες υπηρεσίες και να τακτοποιούν εκκρεμότητές τους, όπως για παράδειγμα η καταβολή του ΦΠΑ.

Το επόμενο βήμα, σύμφωνα με τον Διευθυντή του Εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Επιχειρείν, κ. Δουκίδη, θα είναι η χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου στις συναλλαγές των υπουργείων με τους προμηθευτές τους, καθώς και η απλοποίηση του νομικού πλαισίου σχετικά με την ηλεκτρονική τιμολόγηση, προκειμένου να καταργηθεί σταδιακά το φυσικό χάρτινο τιμολόγιο.

2° ΚΕΦΑΛΑΙΟ

2.1 Θεσμικό πλαίσιο για το ηλεκτρονικό εμπόριο

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι μια μορφή εμπορίου και, συνεπώς, βρίσκουν εφαρμογή σε αυτό όλες οι κοινοτικές οδηγίες (το κοινοτικό δίκαιο) και οι εθνικές διατάξεις, για την προστασία του Καταναλωτή, που αφορούν το εμπόριο γενικότερα. Σύμφωνα λοιπόν με το ΚΕ.Π.ΚΑ (Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών) ισχύουν τα παρακάτω:

- Ο Ν. 2251/94, για την "Προστασία Καταναλωτών", στο άρθρο 4, ρυθμίζει τις συμβάσεις από απόσταση. Εδώ εμπίπτει και το ηλεκτρονικό εμπόριο.
- Ο Ν. 2472/97 αναφέρεται στην προστασία ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και ο Ν. 2174/99 στην προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, στον τηλεπικοινωνιακό τομέα. Την Αρχή Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων τη βρίσκουμε στη διεύθυνση www.dpa.gr.
- Το πρόσφατο Προεδρικό Διάταγμα 150/2001, Φ.Ε.Κ. Α' 125, για τις ηλεκτρονικές υπογραφές, κάνει εμφανή την προσπάθεια της πολιτείας να προσφέρει μια σωστή βάση νομοθετικών πλαισίων.
- Το Προεδρικό Διάταγμα 131/2003, για το ηλεκτρονικό εμπόριο δίνει έμφαση στην εξώδικη επίλυση διαφορών, στη συνεργασία των κρατών - μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, για την επίλυση των προβλημάτων των Καταναλωτών, στη θέσπιση κανόνων δεοντολογίας, με υποχρεωτική ισχύ, για τους αποδέκτες τους, στην ευθύνη των ενδιάμεσων, στη σύναψη των ηλεκτρονικών συμβάσεων, στις πληροφορίες, που πρέπει να παρέχονται στις εμπορικές επικοινωνίες (διαφημιστικά, χορηγίες, προσφορές κ.λπ.), στον τόπο εγκατάστασης των φορέων παροχής υπηρεσιών.
- Οι Καταναλωτές, όταν αγοράζουμε από χώρες, εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης, πριν προβούμε σε οποιαδήποτε αγορά, πρέπει να αναζητήσουμε τις πληροφορίες, που διαθέτει ο έμπορος στο ηλεκτρονικό του κατάστημα και αφορούν το νομοθετικό κανονιστικό πλαίσιο, που θα διέπει τις αγορές μας.

- Η Σύμβαση των Βρυξελλών προβλέπει ότι, σε περίπτωση διαφοράς, που θα προκύψει με αλλοδαπό έμπορο ή εταιρία, ο Καταναλωτής, για τις χώρες μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, μπορεί να απευθυνθεί στο δικαστήριο του τόπου κατοικίας του. Το δε Δίκαιο, που θα εφαρμοστεί από το δικαστήριο, καθορίζεται από τη Σύμβαση της Ρώμης και, στις περισσότερες περιπτώσεις, είναι το Δίκαιο της χώρας του Καταναλωτή, καθώς, επίσης και οι Οδηγίες, για την προστασία του Καταναλωτή.
- Σύμφωνα με την οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο, εφαρμοστέο δίκαιο, όσον αφορά την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών στο internet (εξαιρούνται οι συμβάσεις με Καταναλωτές), είναι η νομοθεσία του τόπου, όπου είναι εγκατεστημένος ο φορέας παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας.

2.2 Τα συστήματα ασφάλειας συναλλαγών που χρησιμοποιούνται ευρέως σήμερα είναι τα εξής, σύμφωνα με το site www.ebusinessforum.gr:

- Ψηφιακό πιστοποιητικό ταυτότητας (digital ID) από κάποιο αναγνωρισμένο φορέα πιστοποίησης (οι ψηφιακές ταυτότητες επιβεβαιώνουν την ταυτότητα του συναλλασσομένου εμπόρου).
- Πρωτόκολλο ασφαλείας (π.χ. Secure Socket Layer - SSL, ή Secure Electronic Transaction - SET).
- Ασφαλής σύνδεση.

Οι έλεγχοι για την ασφάλεια και την εγκυρότητα του ηλεκτρονικού καταστήματος πρέπει να γίνονται ανεξάρτητα από το αν η πρόσβαση στο Διαδίκτυο γίνεται από τον υπολογιστή, από κινητό τηλέφωνο (WAP) ή από τη διαδραστική τηλεόραση (interactive TV). Ζητήστε να ενημερωθείτε από ειδικούς για όλες τις δυνατές λύσεις και επιλέξτε, με τη βοήθειά τους, τις πλέον κατάλληλες για την επιχείρησή σας.

Όσον αφορά στην "ταυτότητά" του, ένα ηλεκτρονικό κατάστημα θα πρέπει να παρουσιάζει ρητά σε ποιόν ακριβώς έχει κατοχυρωθεί, δηλαδή ποιός είναι ο πραγματικός ιδιοκτήτης. Η ύπαρξη ενός ειδικού σήματος στην ιστοσελίδα που να πιστοποιεί την ταυτότητα (από γνωστούς δημόσιους ή ιδιωτικούς οργανισμούς)

αποτελεί πλεονέκτημα. Επιπλέον, θα πρέπει να παρέχεται η δυνατότητα στον καταναλωτή, προτού προβεί σε αγορές, να επικοινωνήσει με τον τηλεφωνικό αριθμό στη φυσική έδρα του καταστήματος (είναι υποχρεωτική η αναγραφή του στην ιστοσελίδα) ώστε να διαπιστώσει ότι όντως πρόκειται για το κατάστημα που έχει επιλέξει

2.3 Η ΠΡΟΤΑΣΗ ΟΔΗΓΙΑΣ ΓΙΑ ΤΟ Φ.Π.Α. ΣΕ ΟΡΙΣΜΕΝΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Σύμφωνα με το site «www.lawnet.gr» σε άρθρο του Θεόδωρου Φορτσάκη, Επίκουρου Καθηγητή Νομικής Σχολής Πανεπιστημίου Αθηνών, σχετικά με την πρόταση Οδηγίας για το ΦΠΑ σε ορισμένες ηλεκτρονικές υπηρεσίες αξίζει να αναφερθούν επιγραμματικά δύο σημεία: Πρώτον, ότι η πρόταση αυτή περιορίζεται σε ορισμένους μόνο τομείς και δεύτερον, ότι προκύπτει μια μεταβολή των κανόνων εδαφικότητας του ΦΠΑ για τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες: ως βασική αρχή τίθεται η φορολόγηση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών στον τόπο κατανάλωσής τους. Εισάγεται, όμως, και μια εξαίρεση, η φορολόγηση στον τόπο εγγραφής του παρέχοντος την υπηρεσία. Πράγμα που συνεπάγεται τη θέσπιση της υποχρέωσης επαλήθευσης εκ μέρους του καταναλωτή.

Γενικό συμπέρασμα: Από τις αναπτύξεις που προηγήθηκαν προκύπτει ότι, ειδικά όταν πρόκειται για ζητήματα φορολογίας του διαδικτύου, θα πρέπει να αποδίδεται ιδιαίτερη προσοχή στην ανάγκη της διαφύλαξης του βασικού χαρακτηριστικού του διαδικτύου, της ελευθερίας. Το διαδίκτυο δημιουργήθηκε ως κατ' εξοχήν τόπος ελευθερίας. Το χαρακτηριστικό αυτό υπήρξε εξάλλου ο βασικός μοχλός ανάπτυξής του. Δεν πρέπει βεβαίως ούτε να παραγνωρίζεται η ανάγκη επιβολής φορολογίας στις δράσεις που αναπτύσσονται στο διαδίκτυο ούτε -για όλους τους λόγους που ήδη εκτέθηκαν αναλυτικά ανωτέρω- το διαδίκτυο να μεταβληθεί σε χώρο φορολογικής ασυδοσίας. Ωστόσο πρέπει να καταβληθεί ιδιαίτερη προσοχή, ώστε η ανάγκη να διασφαλισθεί η υπαγωγή των διαδικτυακών δράσεων σε φορολογία, να μην οδηγήσει στην υιοθέτηση μηχανισμών υπέρμετρα περιοριστικών των ατομικών ελευθεριών, ιδίως με τη θέσπιση μέτρων συστηματικής καταγραφής και παρακολούθησης κάθε πρόσβασης στο διαδίκτυο. Διαφορετικά ο διαδικτυακός παράδεισος κινδυνεύει να μεταβληθεί σε κόλαση.

3^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ

3.1 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ 1.

Όλα τα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου μπορούν να συνοψιστούν με τη φράση: «Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να αυξήσει τις πωλήσεις και να μειώσει το κόστος». Επιπλέον, όμως μπορούμε να διακρίνουμε και τα παρακάτω θετικά:

Παρέχει στους καταναλωτές έναν ακόμη μηχανισμό για την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών που λειτουργεί επί μονίμου βάσεως 24 ώρες την ημέρα, 7 μέρες την εβδομάδα, 365 μέρες το χρόνο, με το πλεονέκτημα ότι όλα μπορούν να γίνουν από την πολυθρόνα τους σπιτιού τους ή του γραφείου τους.

- Παρέχει τη δυνατότητα πρόσβασης σε ένα ευρύ φάσμα πληροφοριών πραγματικού χρόνου.
- Παρέχει τη δυνατότητα άμεσης σύγκρισης τιμών και χαρακτηριστικών των προϊόντων.
- Κάποια προϊόντα (π.χ λογισμικό, φωτογραφίες κλπ.) μπορούν να παραδοθούν απευθείας μέσω Διαδικτύου, χωρίς να απαιτείται η μεσολάβηση του ταχυδρομείου.
- Παρέχει στους αγοραστές η δυνατότητα τακτική λήψη πληροφοριών σχετικά με προϊόντα ή υπηρεσίες που τους ενδιαφέρουν.
- Αυξάνει την ταχύτητα και την ακρίβεια με την οποία οι επιχειρήσεις ανταλλάσσουν πληροφορίες
- Μειώνει το κόστος συναλλαγών με τη βοήθεια αυτοματοποιημένων επιχειρησιακών διαδικασιών.
- Επεκτείνει τα γεωγραφικά όρια μιας επιχείρησης εισάγοντάς την σε περιοχές που ήταν φυσικά μη προσβάσιμες στο παρελθόν.
- Αυξάνεται η γνώση μιας επιχείρησης γύρω από τις επιθυμίες των πελατών της
- Διευρύνει το πιθανό πελατολόγιο της επιχείρησης αφού απευθύνεται σε ένα μεγαλύτερο αγοραστικό κοινό.

3.2 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Ως βασικό μειονέκτημα μπορεί να θεωρηθεί το γεγονός ότι οι καταναλωτές δεν εμπιστεύονται πλήρως για τις συναλλαγές τους το Διαδίκτυο και διστάζουν να αποστείλουν τον αριθμό της πιστωτικής τους κάρτας. Παρόλο που τα περισσότερα ζητήματα ασφαλείας έχουν τώρα πια λυθεί μέσω συστημάτων κρυπτογράφησης και πιστοποίησης της διακινούμενης πληροφορίας, εν τούτοις δεν έχει ακόμη δημιουργηθεί εκείνο το κλίμα εμπιστοσύνης που θα πείσει τους καταναλωτές ότι οι συναλλαγές τους στο Διαδίκτυο είναι απόλυτα ασφαλείς. Επιπλέον μπορούμε να παρατηρήσουμε και κάποια ακόμη αρνητικά:

- Μερικές επιχειρήσεις είναι αδύνατον να ελεγχθούν ως προς την φερεγγυότητά τους και την αξιοπιστία τους.
- Τα πιο συνηθισμένα προϊόντα που διακινούνται μέσω Διαδικτύου είναι μικρά και ελαφριά αντικείμενα.
- Συνήθως απαιτούνται μεγάλα ποσά για τον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση των τεχνολογιών που χρησιμοποιεί ένα ηλεκτρονικό κατάστημα.
- Υπάρχει δυσκολία ενσωμάτωσης των ήδη υπαρχόντων βάσεων δεδομένων που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις για τις εμπορικές τους συναλλαγές.
- Είναι έντονη η ανάγκη για ύπαρξη «διανοητικού» κεφαλαίου από πλευράς εργαζομένων των επιχειρήσεων.

4^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ

4.1 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ¹.

Μια από τις σημαντικότερες εφαρμογές του ΗΕ είναι και τα ηλεκτρονικά καταστήματα (electronic shops, cybermalls). Κάθε χρήστης του Internet μπορεί μέσα από την οθόνη του υπολογιστή του να βλέπει τα προϊόντα ενός καταστήματος και να αγοράζει αυτά που τον ενδιαφέρουν, πληρώνοντας φυσικά το ανάλογο αντίτιμο. Το προϊόν φθάνει στον καταναλωτή μέσω courier, επιβαρυνόμενο ως εκ τούτου με το κόστος μεταφοράς. Ωστόσο, η απουσία του μεσάζοντα διευρύνει σημαντικά το περιθώριο κέρδους με αποτέλεσμα η επιχείρηση στις περισσότερες φορές να μπορεί εύκολα να απορροφήσει τα έξοδα μεταφοράς. Η προβολή του προϊόντος μπορεί να γίνει από τα κλασικά Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ή μέσω Internet, το οποίο τον τελευταίο καιρό έχει αρχίσει να αποδεικνύει την δύναμη του σε αυτόν τον τομέα.

Η δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος είναι μια σχετικά απλή διαδικασία. Είναι βέβαια δυνατόν να ακολουθηθούν διαφορετικές διαδρομές, ανάλογα με τις πωλήσεις που αναμένει η επιχείρηση και συνεπώς την επένδυση που είναι διατιθέμενη να πραγματοποιήσει. Η πλέον αυτόνομη και πλέον δαπανηρή λύση είναι η αγορά των εφαρμογών που θα δημιουργήσουν το ηλεκτρονικό κατάστημα και του ηλεκτρονικού υπολογιστή που θα φιλοξενήσει τις εφαρμογές όπως επίσης και η μίσθωση της γραμμής που θα εξασφαλίσει τη σύνδεση με το Internet. Αυτή ακριβώς η μίσθωση, σε συνδυασμό με το κόστος της γραμμής σύνδεσης ενός Web server με το Internet (10 εκ.) καθιστά απαγορευτική αυτή τη λύση για την μικρομεσαία επιχείρηση, η οποία θέλει να δοκιμάσει την είσοδό της σε αυτήν την νέα αγορά με το μικρότερο επενδυτικό ρίσκο. Για αυτές τις επιχειρήσεις η βέλτιστη λύση είναι η ενοικίαση ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, απαλλασσόμενες έτσι από τον πάγιο εξοπλισμό και τα τηλεπικοινωνιακά έξοδα (βλέπε παρακάτω).

1. www.geocities.com/zak-gr-2000/e-katastimata-lept.htm

Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα αποτελείται από το περιβάλλον προβολής των προϊόντων, την αποθήκη, το λογιστήριο και το ταμείο. Ο πελάτης και ο καταστηματάρχης μπορούν να έχουν πρόσβαση σ αυτές τις περιοχές. Ειδικότερα , ο πελάτης έχει πρόσβαση μόνο στην προβολή και το ταμείο μέσω ενός οποιουδήποτε browser αρκεί αυτός να υποστηρίζει ασφαλείς συναλλαγές.

Για την σύνθεση του περιεχομένου του ηλεκτρονικού καταστήματος απαιτείται να υπάρχει μια περιγραφή για κάθε είδος που πρόκειται να πωληθεί μέσω αυτού, ενώ θετικά στην πώληση θα μπορούσε να λειτουργήσει και η ύπαρξη φωτογραφίας. Όταν τα προϊόντα καταχωρηθούν στη βάση δεδομένων του καταστήματος και δημιουργηθεί το περιβάλλον προβολής, ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να αγοράσει ένα ή περισσότερα εξ' αυτών πληρώνοντας με πιστωτική κάρτα ή αντικαταβολή. Ο καταστηματάρχης μπορεί μέσα από ένα πολύ απλό στη χρήση Web Interface να ελέγχει την αποθήκη του προσθέτοντας ή αφαιρώντας προϊόντα, να καθορίζει την πολιτική πωλήσεων κάνοντας εκπτώσεις και προσφορές και τέλος, να παρακολουθεί τους πραγματοποιημένους τζίρους.

Όταν ο πελάτης φθάσει στο ταμείο έχει στη διάθεση του δύο τρόπους για να πληρώσει. Η πιστωτική κάρτα είναι ο πιο άμεσος, καθώς η συναλλαγή ολοκληρώνεται απευθείας με τον έλεγχο της κάρτας και τη μεταφορά των χρημάτων στον τραπεζικό λογαριασμό του καταστηματάρχη. Αντίθετα με την αντικαταβολή, που είναι ο δεύτερος τρόπος πληρωμής, η συναλλαγή θεωρείται ότι έχει ολοκληρωθεί όταν ο αγοραστής πληρώσει τον ταχυδρόμο ή τον courier, που θα μεταφέρει το προϊόν σπίτι του.

Το συνολικό κόστος ενοικίασης ηλεκτρονικού καταστήματος συντίθεται από τρία μέρη i.το κόστος δημιουργίας βάσης δεδομένων και προβολής των προϊόντων (setup fee) ,ii.το μηνιαίο ενοίκιο και iii.την προμήθεια επί των πωλήσεων . Καθένας εξ'αυτών των παραγόντων διαμορφώνεται ανάλογα με την εταιρία που ενοικιάζει το ηλεκτρονικό κατάστημα και τις απαιτήσεις της ενδιαφερόμενης επιχείρησης.

Αν για παράδειγμα τα προϊόντα της αριθμούν μερικές δεκάδες, το setup fee είναι σαφώς χαμηλότερο από αυτό κάποιας άλλης επιχείρησης με εκατοντάδες ή χιλιάδες προϊόντα. Επίσης, ανάλογα με το προϊόν και τα περιθώρια κέρδους που αυτό έχει διαμορφώνεται και η προμήθεια επί των πωλήσεων. Στην ελληνική αγορά αυτή τη στιγμή υπάρχουν 3 εταιρίες που αναλαμβάνουν την ενοικίαση ηλεκτρονικών καταστημάτων, η Compulink, η Hellas On Line και ο Istos. Εντούτοις, μόνο η πρώτη έχει δραστηριοποιηθεί και στην πράξη, έχοντας ενοικιάσει χώρους για 5 ηλεκτρονικά καταστήματα, το τελευταίο εκ των οποίων ασχολείται με πωλήσεις ξενόγλωσσων βιβλίων Πληροφορικής. Η πρώτη, ιδιοκτήτρια εταιρία του COSMOS MALL, δεν εμπορεύεται η ίδια κανένα προϊόν σε κανένα από τα καταστήματα. Ο ρόλος της περιορίζεται στην παροχή του virtual χώρου καθώς και των λοιπών υπηρεσιών που σχετίζονται με την εύρυθμη λειτουργία του ηλεκτρονικού εμπορικού κέντρου.

4.1.2 Σε ό,τι αφορά τις υπηρεσίες εδώ εντάσσονται οι δυνατότητες home-banking, δηλαδή πραγματοποίηση τραπεζικών συναλλαγών με τη χρήση υπολογιστή (πληρωμή λογαριασμών, δάνεια), κράτηση εισιτηρίων, δωματίων κ.τ.λ. αρκεί να αναφέρουμε ότι όλες οι μεγάλες αεροπορικές εταιρίες παρέχουν την δυνατότητα κράτησης θέσης απ' τον δικτυακό τους τόπο. Αρκεί να προσθέσουμε ότι η εταιρία easy Jet κάνει πάνω από 75% των κρατήσεων της on-line που σε αριθμούς μεταφράζεται περίπου σε 130.000 θέσεις και 5,5 εκατομμύρια λίρες ανά βδομάδα.

4.2 Ένα ίσως από τα πιο επιτυχημένα παραδείγματα δικτυακών τόπων στη κατηγορία B2C αποτελεί το βιβλιοπωλείο της Amazon(www.Amazon.com), ενώ υπάρχουν και ελληνικές εταιρίες που δραστηριοποιούνται στο χώρο όπως για παράδειγμα το ηλεκτρονικό κατάστημα του βιβλιοπωλείου Παπασωτηρίου (www.Papasotiriou.gr)

Παρακάτω βλέπουμε την ιστοσελίδα του Amazon του πρώτου δικτυακού καταστήματος που μόνο το 2008 έκανε τζίρο 8,5 δις δολάρια!

Εισαγωγή στο κατάστημα. Αρχικά, εμφανίζεται στον χρήστη μια οθόνη καλωσορίσματος. Αν ο χρήστης έχει επισκεφτεί πάλι το site και έχει ήδη δημιουργήσει έναν λογαριασμό στο κατάστημα, τότε μπορεί να εισέλθει

χρησιμοποιώντας το προσωπικό του user name και τον δικό του κωδικό πρόσβασης. Σε περίπτωση που είναι η πρώτη φορά που επισκέπτεται το κατάστημα, τότε μπορεί να κάνει εγγραφή προκειμένου να γίνει πλέον μέλος ο πελάτης.

The screenshot shows the Amazon.com website interface in Microsoft Internet Explorer. The browser title is "Amazon.com--Earth's Biggest Selection - Microsoft Internet Explorer". The address bar displays the URL: "http://www.amazon.com/exec/obidos/subst/home/home.html/103-7770776-3196606". The page features the Amazon logo, navigation links like "VIEW CART", "WISH LIST", "YOUR ACCOUNT", and "HELP". A top navigation bar includes categories like "WELCOME", "YOUR STORE", "BOOKS", "APPAREL & ACCESSORIES", "ELECTRONICS", "TOYS & GAMES", "KITCHEN & HOUSEWARES", and "BABY". A banner for "Smart luggage for the traveling grad. Shop now." is visible. The main content area includes a search bar, a "Father's Day Savings" promotion for electronics, a "Shop Nordstrom's Half-Yearly Sale at Amazon" advertisement, and a "Red-Hot DVD Sale" advertisement. On the right side, there are sections for "Exclusively at Amazon.com" featuring a Fossil watch, "WHAT'S NEW", "Already a customer? Sign in to see what's New for You.", "New customer? Personalize Amazon.com now", "Your Shopping Cart" (showing 0 items), and "New Releases".

Εγγραφή στο κατάστημα. Στην περίπτωση που ο πελάτης εισέρχεται για πρώτη φορά στο κατάστημα και επιλέξει να κάνει εγγραφή, τότε θα εμφανιστεί η φόρμα, στην οποία θα πρέπει να συμπληρώσει τα απαιτούμενα στοιχεία (user name, password, ονοματεπώνυμο, διεύθυνση κλπ.). Πλοήγηση στο κατάστημα. Μετά την εγγραφή ή

δίνοντας κατευθείαν το αναγνωριστικό και τον κωδικό πρόσβασης, ο πελάτης μπορεί πλέον να πλοηγηθεί στο κατάστημα. Έτσι βλέπει μια λίστα με τα προϊόντα, αλλά και κάποιες ειδικές τιμές που προσφέρονται για συγκεκριμένα προϊόντα, σε προσφορές. (Στο πάνω μέρος υπάρχουν οι κατηγορίες ενώ κάτω αριστερά ο πελάτης μπορεί να γράψει κάποιο από τα χαρακτηριστικά του προϊόντος που θέλει (π.χ το όνομα το βιβλίου που ενδιαφέρεται)

Μηχανισμός αναζήτησης. Στην περίπτωση που ο χρήστης επιθυμεί να αναζητήσει ένα συγκεκριμένο προϊόν, τότε μπορεί να το αναζητήσει με δύο τρόπους. Με βάση αυτό τον πρώτο τρόπο, που ονομάζεται και "έξυπνη αναζήτηση" (smart search), ο πελάτης αναζητά το προϊόν με συγκεκριμένα κριτήρια, που έχουν οριστεί από τον διαχειριστή του καταστήματος, όπως είναι η κατασκευάστρια εταιρεία, το όνομα, το μοντέλο προϊόντος κ.α. θέτοντας τιμές για κάποια. από αυτά τα κριτήρια., το σύστημα ανακτά μια λίστα προϊόντων που ανταποκρίνεται σε αυτά. Ο πελάτης ελέγχει την λίστα και επιλέγει το προϊόν που επιθυμεί. Ο δεύτερος τρόπος είναι ανά κατηγορία . Δηλαδή ο χρήστης αναζητά το προϊόν που θέλει βάσει των κατηγοριών που υπάρχουν. Π.χ αν θέλει να αγοράσει ένα dvd θα πάει στη κατηγορία dvd μετά κατηγορία έργου όνομα ηθοποιών κτλ.

Καλάθι αγορών. Επιλέγοντας ο πελάτης κάποιο συγκεκριμένο προϊόν, είτε μέσω της πλοήγησής του στο κατάστημα είτε μέσω του μηχανισμού αναζήτησης, εμφανίζεται μια λεπτομερή περιγραφή του προϊόντος, μαζί με φωτογραφία, τον κωδικό του, καθώς και με την τιμή αγοράς του. Έτσι δίνεται η δυνατότητα στον πελάτη να αποφασίσει αν θα το προσθέσει στο καλάθι αγορών ή όχι. Αν ο πελάτης αποφασίσει να προσθέσει στο καλάθι αγορών κάποιο προϊόν, τότε εμφανίζεται στην οθόνη του η κατάσταση του καλαθιού, ενημερώνεται δηλαδή για τι προϊόντα έχει βάλει στο καλάθι του, τις τιμές τους, τους κωδικούς τους καθώς και για τη συνολική αξία των αγορών του. Βέβαια, παρέχεται η δυνατότητα στον πελάτη να αφαιρέσει κάποιο προϊόν από το καλάθι του, αν δεν το επιθυμεί πλέον, ή να αλλάξει την ποσότητα παραγγελίας σε κάποιο άλλο.

Παραγγελιοδοσία. Στην περίπτωση που ο πελάτης αποφασίσει να αγοράσει τα προϊόντα που έχει ήδη προσθέσει στο καλάθι αγορών τότε εμφανίζεται πάλι η αναλυτική κατάσταση του καλαθιού, αλλά επιπρόσθετα παρουσιάζεται η φορολόγηση που θα επιβληθεί, ενώ καλείται ο πελάτης να επιλέξει πιστωτική κάρτα για την αγορά του από μια λίστα καρτών που υποστηρίζει το κατάστημα και η οποία έχει καθοριστεί από τον διαχειριστή του καταστήματος. Πρέπει να εισαχθούν τα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας, και επιπλέον πρέπει να επιλεγεί και η μέθοδος αποστολής των προϊόντων. Παρέχεται μια λίστα τρόπων παράδοσης προϊόντων, με αναλυτική περιγραφή αυτών. Η παραγγελιοδοσία, ολοκληρώνεται, μόλις ο πελάτης στείλει την εντολή πληρωμής, έχοντας επιλέξει πιστωτική κάρτα και μέθοδο αποστολής. Τέλος, μπορεί να ελέγξει την κατάσταση της παραγγελίας του. (επιλογή πιστωτικής κάρτας και συμπλήρωση των στοιχείων του κατόχου π.χ αριθμός, όνομα.)

4.3 Το ηλεκτρονικό εμπόριο αλλάζει ριζικά την παραδοσιακή θεώρηση της δΟΣΟΛΗΨΙΑΣ και γι' αυτό το λόγο, παρουσιάζει σημαντικά οφέλη σε ό,τι αφορά τόσο τους καταναλωτές όσο και τις επιχειρήσεις που το υιοθετούν. Ας δούμε κάποια από αυτά που αφορούν την μεριά των χρηστών σύμφωνα με το info@tvxgr:

- Υπάρχει απεριόριστη δυνατότητα επιλογών προϊόντων.
- Οι καταναλωτές έχουν τη δυνατότητα να κάνουν άμεση σύγκριση τιμών στα προϊόντα που αγοράζουν, απλώς με μερικά κλικ του ποντικιού
- Παρέχεται η δυνατότητα χρήσης του καταστήματος και πραγματοποίησης συναλλαγών σε οποιαδήποτε ώρα, οποιασδήποτε μέρας.
- Εξοικονομείται ο χρόνος που πιθανόν να σπαταλούταν σε πολύωρη αναμονή για εξυπηρέτηση και στην εμπλοκή με γραφειοκρατικές διαδικασίες.
- Αίρονται οι γεωγραφικοί φραγμοί στις αγορές.
- Εξατομίκευση των πληροφοριών και των περιεχομένων του καταστήματος με βάση τις προτιμήσεις και τις ιδιαιτερότητες του πελάτη
- Συχνά η τιμή που πώλησης ενός προϊόντος από το ηλεκτρονικό κατάστημα είναι μικρότερη, ενώ πολλές φορές υπάρχουν προσφορές

Σε ό,τι αφορά τις επιχειρήσεις κι εδώ τα οφέλη είναι πολύ μεγάλα:

- Οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ), δεν μπορούν παρά να ωφελούνται από την παγκόσμια φύση του Διαδικτύου για να προωθήσουν την παρουσία τους. Το Διαδίκτυο, τους παρέχει μιας πρώτης τάξης ευκαιρία να μπορέσουν να διευρύνουν τον κύκλο εργασιών τους σε νέες αγορές και σε καινούριο αγοραστικό κοινό
- Οι εταιρείες μπορούν να προσβλέπουν σε αύξηση των εσόδων τους γιατί το ηλεκτρονικό κατάστημα, προσφέρει μια νέα οδό προώθησης προϊόντων
- Μείωση κόστους μιας σειράς διαδικασιών που λαμβάνουν χώρα σε μια επιχείρηση, όπως: Λειτουργικό κόστος από την ακριβέστερη πληροφόρηση για τις πωλήσεις, κόστους προώθησης/διαφήμισης, λειτουργικού κόστους ενδοπληροφόρησης, αυτοματοποίηση της διαχείρισης παραγγελιών, JIT διαχείριση της αποθήκης
- Βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης μέσω της ταχύτερης διεκπεραίωσης, τόσο των συναλλαγών με τους αγοραστές όσο και της επικοινωνίας με άλλες επιχειρήσεις.
- Αυξημένη αξιοπιστία στις συναλλαγές και στις παραγγελίες, εφόσον ελαχιστοποιείται η πιθανότητα ανθρωπίνων λαθών.
- Δυνατότητα αλλαγής των προϊόντων, των τιμών τους και των χαρακτηριστικών τους με εύκολο και άμεσο τρόπο.

5^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ

5.1 E-BANKING ¹.

Όταν οι πιστωτικές κάρτες έκαναν την εμφάνισή τους, όλοι μιλούσαν για επανάσταση στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Σήμερα, το e-banking υπόσχεται την επανάσταση στις συναλλαγές μας με τις τράπεζες, καθώς μεταφέρει την ίδια την... τράπεζα στην οθόνη του υπολογιστή μας ή της τηλεόρασής μας, μειώνοντας έτσι δραστικά το κόστος και για τις δύο πλευρές, ενώ οι καταναλωτές κερδίζουν και πολύτιμο χρόνο. Μέσω Internet μπορεί κάποιος πλέον να συνδεθεί με όποια τράπεζα συνεργάζεται, να ρωτήσει για το υπόλοιπο του λογαριασμού του, να πληρώσει την πιστωτική του κάρτα και να υπολογίσει τους τόκους καταθέσεων. Αυτές είναι μόνο ορισμένες από τις συναλλαγές που μπορεί να πραγματοποιηθούν από το σπίτι.

Αρκετές τράπεζες προσφέρουν και άλλες υπηρεσίες, ακόμα και εκτέλεση εντολών για το χρηματιστήριο. Αυτό, καθώς φαίνεται, είναι μόνον η αρχή. Την πρόσβαση στο Internet διεκδικούν και άλλες συσκευές εκτός από τον Ηλεκτρονικό Υπολογιστή, όπως είναι τα μικρά ηλεκτρονικά organizers, ακόμα και τα κινητά τηλέφωνα. Έτσι, η πρόσβαση στις τραπεζικές συναλλαγές γίνονται πλέον εύκολα, γρήγορα και, προπαντός, από... παντού! Με την εφαρμογή της ηλεκτρονικής τραπεζικής μία τράπεζα μπορεί να πετύχει διεύρυνση της παρουσίας της και να προσελκύσει νέους πελάτες, καθώς "υποψήφιοι πελάτες" της δεν είναι μόνο οι "γείτονες του νέου καταστήματος", αλλά ολόκληρος ο κόσμος.

Η δυνατότητα για τραπεζικές συναλλαγές επί 24ώρου βάσεως, είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την αύξηση των συναλλαγών και την ικανοποίηση των πελατών, αφού τα αιτήματά τους υλοποιούνται άμεσα και αποτελεσματικότερα. Παράλληλα, η τράπεζα αποκτά τη δυνατότητα επέκτασης σε νέες αγορές. Έχει υπολογιστεί ότι μια τραπεζική συναλλαγή κοστίζει στις τράπεζες αρκετά ακριβότερα όταν πραγματοποιείται από τα γκισέ, απ' ό,τι μέσω του Internet. Τα λειτουργικά έξοδα μιας ηλεκτρονικής τράπεζας περιορίζονται σε σχέση με αυτά μιας συμβατικής τράπεζας, γεγονός που της επιτρέπει να αποδίδει υψηλότερο τόκο στις καταθέσεις και να χορηγεί δάνεια με χαμηλότερο επιτόκιο. Επιπροσθέτως, η ηλεκτρονική τραπεζική διευκολύνει την πλήρη διαφάνεια των όρων των τραπεζικών συναλλαγών, πράγμα το οποίο με τη σειρά του ενισχύει τον ανταγωνισμό μεταξύ των τραπεζών, διευρύνει την γκάμα των προσφερόμενων προϊόντων και βελτιώνει την ποιότητα των υπηρεσιών.

Παρότι η τραπεζική μέσω Internet και κινητών τηλεφώνων είναι ακόμη σε αρχικά στάδια, υπάρχουν σαφείς ενδείξεις, όπως επισημαίνουν παράγοντες της αγοράς, ότι τα μέσα αυτά χρησιμοποιούνται από "καλούς πελάτες". Σύμφωνα με έρευνες τραπεζών, οι πελάτες αυτής της κατηγορίας είναι ανωτέρου μορφωτικού επιπέδου, κάνουν χρήση περισσότερων του ενός προϊόντων και αφήνουν μεγαλύτερο κέρδος στην τράπεζα από τον μέσο πελάτη.

Ο πελάτης αναδεικνύεται ως ο κατεξοχήν κερδισμένος από το e-banking. Οι ώρες λειτουργίας ενός τραπεζικού καταστήματος είναι ώρες κατά τις οποίες η πλειονότητα των πελατών μιας τράπεζας εργάζεται. Με το e-banking οι τραπεζικές υπηρεσίες προσφέρονται ανά πάσα στιγμή, ενώ παράλληλα ο καταναλωτής μπορεί να ενημερωθεί για κάθε προϊόν ή υπηρεσία, ανέξοδα και χωρίς χρόνους αναμονής. Συχνό είναι και το φαινόμενο των προσφορών ή της εφαρμογής ευνοϊκότερων όρων στην παροχή προϊόντων μέσω του Διαδικτύου, γεγονός που από μόνο του είναι ικανό να προσελκύσει σημαντική μερίδα καταναλωτών που αναζητούν την "ευκαιρία". Το e-banking παρέχει στον πελάτη δυνατότητες -μέσω spreadsheets (λογιστικών φύλλων)- και χρηματοοικονομικών προσομοιώσεων, να αυξήσει το κέρδος του, να υπολογίσει τα έξοδα και τα έξοδά του και να σχεδιάσει τη βελτίωση της οικονομικής του θέσης.

Σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, όπου τα συστήματα πληρωμών είναι περισσότερο ανεπτυγμένα και τυποποιημένα, ο προσανατολισμός των τραπεζών στρέφεται σταδιακά στην παροχή πρόσθετων υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις (corporate sites), πεδίο στο οποίο η γκάμα των επιλογών είναι ιδιαίτερα διευρυμένη. Πάντως, όπως επισημαίνουν παράγοντες της τραπεζικής αγοράς, στο μέλλον οι υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής θα είναι περισσότερο προσωποποιημένες, για να προσαρμόζονται στις ιδιαίτερες ανάγκες των πελατών.

5.2 Παρακάτω παρουσιάζονται τα e-banking 4 Ελληνικών τραπεζών.

Περιγράφεται η πρόσβαση τους σε αυτά, οι υπηρεσίες που προσφέρουν, η πολιτική ασφαλείας τους και η μεταξύ τους σύγκριση. Οι Τράπεζες που περιγράφουμε είναι: η ΕΘΝΙΚΗ, η ΠΕΙΡΑΙΩΣ, η ΕΜΠΟΡΙΚΗ και η EUROBANK. Για τη κάθε τράπεζα παραπέμπουμε με * (αστερίσκο) στο παράρτημα της, όπου βλέπουμε την εισαγωγική της σελίδα στο e-banking της. Τα στοιχεία είναι από τις ιστοσελίδες της κάθε τράπεζας.

ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ 1.*

Με την είσοδο στην ιστοσελίδα της Ε.Τ.Ε. κατευθείαν μας δίνονται πληροφορίες σχετικά με το τι είδους πληροφορία αναζητάμε. Για την είσοδο μας στο e-banking της τράπεζας μας ζητείται ο κωδικός χρήστη (user ID) και ο μυστικός κωδικός (password)

τους οποίους τους εκδίδει η τράπεζα για τον κάθε πελάτη και είναι απολύτως εμπιστευτικοί. Επιπλέον από την στιγμή που κάνει κάποιος εγγραφή στο e-banking αποκτά απευθείας πρόσβαση και στο phone banking για πληροφόρηση και συναλλαγές σε Ελλάδα και εξωτερικό. Το μεγάλο εύρος συναλλαγών που παρέχει, εξασφαλίζουν την παρακολούθηση και διαχείριση των καταθετικών, δανειακών και επενδυτικών λογαριασμών σε πραγματικό χρόνο, όπως:

- 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 στην Ε.Ε.
- Πληρωμή λογαριασμών: ΔΕΗ, ΟΤΕ, κινητή /σταθερή τηλεφωνία, ασφαλιστήρια συμβόλαια κ.ά.
- Χρηματιστηριακές συναλλαγές και ενημέρωση συναλλαγών Χ.Α.Α. (10λεπτη καθυστέρηση)
- Πάγιες εντολές

Η Ε.Τ.Ε. έχει αυξημένο σύστημα ασφάλειας για τη πραγματοποίηση

Εγχρήματων συναλλαγών και συναλλαγών ασφαλείας στο Internet /Phone /Mobile Banking απαιτείται η χρήση των κωδικών:

- Ηλεκτρονικός Κλειδάριθμος (e-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.

Κωδικός Επιβεβαίωσης e-Code (CHECK): Είναι ένας 3-ψήφιος κωδικός που επιβεβαιώνει, από την πλευρά της Τράπεζας, την πραγματοποίηση της συναλλαγής.

Με τον Κωδικό Εισόδου (UserID) και το Μυστικό Κωδικό (Password) μπορείτε να πραγματοποιήσετε την εισαγωγή σας στο Internet /Mobile Banking και να έχετε ενημέρωση για υπόλοιπα /κινήσεις συνδεδεμένων λογαριασμών και δανείων, χαρτοφυλακίου μετοχών κ.α.

Ο Ηλεκτρονικός Κλειδάριθμος e –Code χρησιμοποιείται επίσης και στο Phone Banking, τόσο για την είσοδό σας (μαζί με το εξαψήφιο, αριθμητικό UserID) όσο και ως πρόσθετη διασφάλιση για όλες τις συναλλαγές, εγγρήματες και πληροφοριακές.

Ιδιαίτερα δίνει έμφαση στο e-banking για τις επιχειρήσεις προβάλλοντας τα οφέλη από αυτό και τις πολλές δυνατότητες που προσφέρει στην κάθε επιχείρηση ιδιαίτερα στην εξοικονόμηση χρόνου.

Όσο αφορά τις χρεώσεις στο Internet /Phone /Mobile Banking οι κινήσεις λογαριασμών και το κόστος των περισσότερων συναλλαγών είναι δωρεάν (π.χ. πληρωμές λογαριασμών, μεταφορές σε λογαριασμούς Εθνικής Τράπεζας), ενώ το κόστος αποστολής εμβασμάτων και χρηματιστηριακών συναλλαγών είναι σημαντικά μειωμένο.

Η Εθνική για να γνωρίσουν καλύτερα οι πελάτες της τις υπηρεσίες της, πρόσφατα δημιούργησε με την σειρά της το εικονικό e- banking το λεγόμενο Nation Bank-demo Στο οποίο σε «ξεναγεί» μια εικονική υπάλληλος η «Σοφία» η οποία σου περιγράφει μιλώντας σου τις ιδιότητες και τις υπηρεσίες του e-banking της τράπεζας.

ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ 1*

Με την είσοδο στην ιστοσελίδα της σου παρουσιάζονται όλα τα προϊόντα της. Σε ό,τι αφορά το e-banking της σε σου δίνει την δυνατότητα χωρίς καμία δέσμευση ή χρέωση να κανείς εικονικό e-banking με την υπηρεσία winbank internet demo, υπηρεσία που πρώτη η Τράπεζα Πειραιώς εφάρμοσε. Δίνοντας 2 κωδικούς πρόσβασης οι οποίοι είναι κοινοί για τον κάθε χρήστη της υπηρεσίας. Επίσης, οποιαδήποτε αλλαγή πραγματοποιείται στο demo δεν αποθηκεύεται. Έτσι δίνεται η ευκαιρία να διαπιστώσει και μόνος του ο κάθε πελάτης πόσο εύκολα, γρήγορα και με ασφάλεια μπορεί να εκτελέσει τις τραπεζικές και χρηματιστηριακές του συναλλαγές μέσω της υπηρεσίας winbank internet.

Για να γίνεις χρήστης των υπηρεσιών winbank internet, phone, mobile, sms και alert, θα πρέπει να είσαι ήδη πελάτης της Τράπεζας Πειραιώς. Για να γίνεις πελάτης της Τράπεζας Πειραιώς, θα πρέπει να ανοίξεις έναν καταθετικό λογαριασμό, είτε ηλεκτρονικά είτε σε ένα από τα καταστήματα της Τράπεζας Πειραιώς. Αν είσαι ήδη πελάτης της Τράπεζας για να χρησιμοποιήσετε τις υπηρεσίες winbank και για την δική σου ασφάλεια θα πρέπει να έχεις έναν Προσωπικό Κωδικό Εισόδου (UserID) και έναν Κωδικό Ασφαλείας (PIN), τους οποίους παραλαμβάνεις μαζί με τους οδηγούς των υπηρεσιών από κάποιο από τα καταστήματα της Τράπεζας Πειραιώς.

Εναλλακτικά συμπληρώνεις την ηλεκτρονική αίτηση για τις υπηρεσίες, επιλέγοντας όποιες υπηρεσίες επιθυμείς. Το winbox, με τους κωδικούς πρόσβασης, αποστέλλεται με courier. Το κόστος έκδοσης κωδικών ανέρχεται στα 5€. Από τη στιγμή που παραλάβετε τους κωδικούς σας έχετε άμεση πρόσβαση στο χαρτοφυλάκιο σας. Για τη δική σας ασφάλεια θα πρέπει να αλλάξετε τους κωδικούς σας την πρώτη φορά που θα χρησιμοποιήσετε τις υπηρεσίες μας.

1. www.winbank.gr

* Βλέπε παράρτημα 2 σελ 54

Οι υπηρεσίες e-banking που προσφέρει η Τράπεζα Πειραιώς είναι αμέτρητες! Συγκεκριμένα, μέσω της υπηρεσίας winbank internet παρέχονται οι ακόλουθες δυνατότητες:

- Παραγγελία Βιβλιαρίου Επιταγών με παράδοση από Courier.
- Αναλυτικά Στοιχεία και Παρακολούθηση Επιταγών, ώστε να προγραμματίζετε τις πληρωμές σας.
- Αναζήτηση ανά Αριθμό/Σελίδα επιταγής, Χρονική Περίοδο και Κατάσταση.
- Καταχώρηση Στοιχείων και Επεξεργασία Διαθέσιμων και Ανεξόφλητων Επιταγών.
- Ενημέρωση της Κατάστασης (π.χ. εξοφλημένες, ακυρωμένες, ανακλημένες, κτλ).
- Ανάκληση βιβλιαρίου επιταγών ή επιταγής
- Συνολική απεικόνιση των Δανείων σας.
- Αναλυτικά Στοιχεία για κάθε Δάνειο, όπως η Κατάστασή του, το Διαθέσιμο, Ληξιπρόθεσμο και Ανεξόφλητο Ποσό, την Ημέρα Πληρωμής κ.ά.
- Πληρωμή Δόσεων και Ιστορικό.
- Υπόλοιπα και κινήσεις λογαριασμών.
- Αποστολή κινήσεων μέσω Ταχυδρομείου και e-mail (csv, txt, html).
- Ανάλυση υπολοίπου.
- Αναλυτικά στοιχεία λογαριασμού.
- Επιτόκια Χορηγήσεων / Καταθέσεων.
- Ενημέρωση για το Διεθνή Αριθμό Λογαριασμού (IBAN).
- Καθορισμός Ευκολομνημόνευτων Ονομάτων για τους Λογαριασμούς σας, το ΑΦΜ σας, τον Αριθμό της Πιστωτικής σας Κάρτας, κλπ.
- Άμεση Αλλαγή Προσωπικών Στοιχείων.
- Υπόλοιπα και Κινήσεις Πιστωτικών Καρτών.
- On-line Εμφάνιση & Εκτύπωση Μηνιαίων Λογαριασμών.
- Αποστολή Μηνιαίων Λογαριασμών μέσω Ταχυδρομείου & e-mail.
- Αναλυτικά Στοιχεία Πιστωτικών Καρτών.
- Πληρωμή Άμεσα ή σε Μελλοντική Ημερομηνία.
- Καθορισμός Ευκολομνημόνευτων Ονομάτων για τον Αριθμό της Πιστωτικής σας Μέσω της winbank, μπορούν εύκολα και γρήγορα να καταχωρηθούν εντολές πληρωμών, εμβάσματα και μεταφορές ή ακόμα και να ζητήσετε την πάγια

εξόφληση των οφειλών σας. Στην ιστοσελίδα αναφέρονται αναλυτικά τι είδους πληρωμές και μεταφορές μπορούν να γίνουν μέσω της συγκεκριμένης Τράπεζας.

- Παρακολούθηση on-line και real-time τα ενδοσυνεδριακά δεδομένα του Χ.Α.Α, εισάγετε νέες εντολές αγοράς ή πώλησης μετοχών και ενημερωθείτε για την τρέχουσα αξία του επενδυτικού χαρτοφυλακίου σας.

Προπληρωμένη Κάρτα - WEBUY

Η WEBUY είναι η πρώτη virtual προπληρωμένη κάρτα που σχεδιάστηκε για να χρησιμοποιείται αποκλειστικά για τις εξ αποστάσεως συναλλαγές σας, όπως τις αγορές στο Internet (αγορές παιχνιδιών, προγραμμάτων ή αντικειμένων σε ηλεκτρονικά καταστήματα - e-shops), τηλεφωνικές παραγγελίες σε όλο τον κόσμο, παραγγελίες από καταλόγους κ.ά. Μέσω της υπηρεσίας winbank internet και του Πειραιώς phone banking μπορείτε να:

- Εκδώσετε real - time τη νέα σας κάρτα, όποια στιγμή θελήσετε
- Παρακολουθείτε συνοπτικά όλα τα στοιχεία της κάρτας σας
- Φορτίζετε τη δική σας κάρτα ή την κάρτα τρίτου μεταφέροντας άμεσα χρήματα από τον τραπεζικό σας λογαριασμό στην Τράπεζα Πειραιώς
- Εκφορτίζετε την κάρτα σας μεταφέροντας το ποσό που επιθυμείτε σε λογαριασμό σας
- Παρακολουθείτε αναλυτικά τις κινήσεις που έχετε πραγματοποιήσει με την κάρτα σας (Αγορές, Φορτίσεις και Εκφορτίσεις).
- Αλλάζετε το Ημερήσιο Όριο Συναλλαγών στη χρήση της κάρτας σας σύμφωνα με τις ανάγκες σας
- Ακυρώνετε πλήρως την κάρτα σας ή / και να ζητάτε ταυτόχρονη επανέκδοση με νέα στοιχεία (αριθμός, ημερομηνία λήξης και κωδικός επαλήθευσης CVC).

Η Τράπεζα Πειραιώς προσφέρει υψηλό σύστημα ασφαλείας με τις πιο σύγχρονες και προηγμένες μεθόδους. Κατ' αρχήν μέσω της αναγνώρισης του πελάτη μέσω των μυστικών κωδικών, της αυτόματης αποσύνδεσης αν δεν υπάρξει δραστηριότητα για 7 λεπτά, με την ελεγχόμενη πρόσβαση(firewall),με τον κωδικό extra PIN για την

εκτέλεση ορισμένων συναλλαγών και αρκετών άλλων μέσων ασφαλείας που αναφέρονται στην ιστοσελίδα της τράπεζας.

Η τράπεζα Πειραιώς έχει δεχθεί πολλές διακρίσεις κατά το παρελθόν στο τομέα του e-banking. Το περιοδικό PC-world την έχει βραβεύσει από το 2000 μέχρι και το 2006 ως την καλύτερη στο τομέα της ηλεκτρονικής τραπεζικής, συγκρίνοντας τη με άλλες 16 Τράπεζες αναφέροντας ως σχόλιο «εξαιρετική πρόταση η οποία δεν υστερεί σε κανένα σημείο» και «διακρίνεται για τον τεράστιο αριθμό υποστηριζόμενων λειτουργιών αλλά και για ορισμένες προσθετές εφαρμογές οι οποίες κάνουν τη διάφορα».

Αλλά και για το 2007 δέχθηκε διάκριση ευρωπαϊκού επιπέδου για την υπηρεσία "Λεφτά στο Λεπτό" από τη διεθνούς κύρους Τραπεζική Ένωση EFMA (European Financial Management & Marketing Association). Για το 2008 στην ετήσια εξαντλητική δοκιμή υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής του περιοδικού PC WORLD, η winbank κατετάγη πρώτη, αποσπώντας τόσο τον τίτλο της άριστης υπηρεσίας, όσο και την επιλογή της σύνταξης. Η κορυφαία διάκριση αποτελεί προϊόν της ποιοτικής αξιολόγησης των παρακάτω σημείων:

- Αρχική διαδικασία ενεργοποίησης
- Διαθέσιμες λειτουργίες
- Ευκολία χρήσης
- Ασφάλεια
- Τεχνική υποστήριξη

Σύμφωνα με το τεύχος Απριλίου 2008 του περιοδικού PC WORLD: «Κορυφαία σε λειτουργικότητα και υποστήριξη υπηρεσία» Ο παρακάτω πίνακας δείχνει την γενική κατάταξη των μεταξύ Τραπεζών:

Γενική Κατάταξη	Τράπεζα
1	winbank
2	Eurobank
3	Alpha Bank
4	Marfin Egnatia Bank
5	Τράπεζα Κύπρου
6	ATEbank
7	Geniki Bank
8	Millennium Bank
9	Εθνική Τράπεζα
10	Citibank
11	Ελληνική Τράπεζα
12	Τράπεζα Αττικής
13	Εμπορική Bank
14	Aspis Bank

ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ^{1*}

Στην είσοδο της ιστοσελίδας της τράπεζας παρουσιάζεται κατευθείαν η εικόνα της στο e-banking. Για την είσοδο χρειάζονται κωδικός πελάτη και κωδικός πρόσβασης. Οι υπηρεσίες e- banking της Εμπορικής αναφέρονται περισσότερο στη χρήση της υπηρεσίας

μέσω κινητού-mobile banking ή σταθερού τηλεφώνου-phone banking. Πιο συγκεκριμένα οι υπηρεσίες είναι οι εξής:

- Μεταφορά λογαριασμού του χρήστη ή τρίτων σε άλλη τράπεζα
- Ενημέρωση και εξόφληση για την πιστωτική κάρτα
- Πληρωμή Δ.Ε.Η. και Ο.Α.Ε.Ε.
- Πληρωμή εμβασμάτων του εξωτερικού
- Υπόλοιπα και κινήσεις λογαριασμών
- Κλοπή / απώλειας κάρτας

- Ενημέρωση νέων προϊόντων
- Συνομιλία με εκπρόσωπο
- Ενημέρωση για υπόλοιπο ανοιχτών δανείων
- Ενημέρωση για την κατάσταση των άυλων τίτλων, των προθεσμιακών καταθέσεων, των χρηματιστηριακών εντολών και του χαρτοφυλακίου μετοχών

Οι υπηρεσίες αυτές χρεώνονται με ογκοχρέωση και βάση των εκάστοτε τιμολογίων της κινητής ή σταθερής τηλεφωνίας που τα παρέχει.

Για να γίνεις χρήστης του e-banking σου δίνεται μια αίτηση να συμπληρώσεις άλλη αν είσαι φυσικό πρόσωπο και άλλη για νομικό στην οποία καταγράφεις τα στοιχεία που σου ζητούνται και την αποστέλλεις στη τράπεζα. Η Εμπορική έχει μια extra σελίδα με πιθανές ερωτήσεις που μπορούν να προκύψουν κατά τη χρήση της υπηρεσίας από τον πελάτη και της απαντήσεις δίπλα, παρότι έχει και 24ωρη γραμμή ενημέρωσης.

Στον τομέα της ασφάλειας η Εμπορική σε συνεργασία με τον όμιλο Credit Agricole δίνει την ευκαιρία στις επιχειρήσεις να εξασφαλίσουν την εκκαθάριση των συναλλαγών με τους πελάτες τους, με 4 διαφορετικά εύκολα και αξιόπιστα, είδη ασφάλειας που προσφέρει. Επιγραμματικά αναφέρουμε:

Εμπορική XML Terminal: Για σύνδεση του συστήματος παραγγελιών της επιχείρησης με το σύστημα της Τράπεζας ώστε να γίνεται αυτόματη χρέωση στις πιστωτικές κάρτες των πελατών.

Εμπορική Batch Processing: Μηχανισμός αποστολής αρχείου για μαζικές χρεώσεις πιστωτικών καρτών αυτόματα στην Τράπεζα.

Εμπορική MOTO με Virtual POS: Για αποδοχή παραγγελιών μέσω τηλεφώνου και άμεση επιβεβαίωση για πληρωμή του πελάτη με πιστωτική κάρτα και καταχώριση στο PC της επιχείρησης

Εμπορική 3D Secure e.Commerce : Διαθέτω ηλεκτρονικό κατάστημα και επιθυμώ οι πελάτες να μπορούν να αγοράσουν μέσω της ιστοσελίδας της επιχείρησής μου.

Η Εμπορική Τράπεζα με ενημερωτική προειδοποίηση ενημερώνει τους πελάτες της για πρόσφατα περιστατικά υποκλοπής από πελάτες στο διεθνή χώρο και τους ενημερώνει με το τι πρέπει να προσέχουν και ποια είναι η δική της ενδεδειγμένη πρακτική για την προστασία από πιθανούς επιτήδειους. Για να γνωρίσεις τις υπηρεσίες καλύτερα και για να διαπιστώσεις ιδίως όμασι την ευκολία στη χρήση, την ασφάλεια των συναλλαγών και την πολύτιμη εξοικονόμηση χρόνου σου δίνεται η ευκαιρία να κάνεις εικονικό e-banking, δωρεάν. Επίσης η Τράπεζα σε ενημερώνει ,μέσω της ιστοσελίδας της, για τα τελευταία γεγονότα των 2 εβδομάδων, οικονομικά, κοινωνικά, πολιτιστικά, και σου προτείνει μέχρι και επιλογή θεάτρου!

EUROBANK^{1*}

Η ιστοσελίδα της τράπεζας είναι πολύ καλά δομημένη ανάλογα του τι είδους υπηρεσίες επιθυμεί ο κάθε πελάτης. Οι υπηρεσίες της αναγράφονται αριστερά της πρώτης ιστοσελίδας που βλέπουμε με την είσοδο μας. Πατώντας πάνω στο εικονίδιο που αναγράφει e-banking μας ανοίγει 2 παραθυράκια που το ένα αναφέρεται σε ιδιώτες και το άλλο σε επιχειρήσεις. Πιο συγκεκριμένα σε ό, τι αφορά τους ιδιώτες προσφέρει:

- ενημέρωση online για τα υπόλοιπα και τις κινήσεις των λογαριασμών, των πιστωτικών καρτών και δανείων
- εξόφληση πιστωτικής κάρτας και του δάνειό
- πληρωμή ΔΕΗ, ΟΤΕ, Φ ΠΑ και ΔΕΚΟ, καθώς κι ένα πλήθος άλλων λογαριασμών χωρίς επιπλέον έξοδα,
- μεταφορά χρημάτων στην Ελλάδα και το εξωτερικό με προνομιακούς όρους σε σχέση με τα καταστήματα,
- αγορά και να πώληση μετοχών σε πραγματικό χρόνο,
- ενημέρωση μέσω sms και e-mail για κινήσεις των λογαριασμών και καρτών

Σε ό, τι αφορά τις επιχειρήσεις:

- Ενημερώσεις πλήρως για τους λογαριασμούς της επιχείρησής σας (Υπόλοιπα και κινήσεις)
- Πραγματοποίηση μεταφορών μεταξύ λογαριασμών της επιχείρησής σας, καθώς και προς λογαριασμούς τρίτων στην Τράπεζα EFG Eurobank Ergasias ή σε οποιαδήποτε άλλη τράπεζα στην Ελλάδα και στο εξωτερικό
- Πληρωμή των δανείων της επιχείρησής σας

Πληρωμή λογαριασμών ΔΕΚΟ, τηλεφωνίας, ασφαλειών καθώς και άλλους

- Πληρωμή οφειλών σας προς το Δημόσιο (ΦΠΑ, ΙΚΑ)
- Πραγματοποίηση ομαδικών πληρωμών των προμηθευτών σας ή της μισθοδοσίας των υπαλλήλων της επιχείρησής σας
- Εκτέλεση των συναλλαγών σας σε πραγματικό χρόνο ή σε προεπιλεγμένη ημερομηνία
- Ενημέρωση για τις εξελίξεις στις αγορές χρήματος και κεφαλαίου
- Παρακολούθηση τη συνεδρίαση του Χρηματιστηρίου Αθηνών (Χ.Α.)

Το e-Banking για επιχειρήσεις σας επιτρέπει να ορίσετε τους χρήστες που επιθυμείτε να εκτελούν και να εγκρίνουν συναλλαγές. Επίσης προσφέρεται και η δυνατότητα περιορισμού των ενεργειών των χρηστών, έτσι ώστε το κάθε στέλεχος να έχει συγκεκριμένες λειτουργίες στο σύστημα, αντίστοιχες με τη θέση και τις αρμοδιότητές του στην επιχείρησή σας.

Και η Eurobank εφαρμόζει εικονικό e-banking αλλά δίνει και μεγάλη έμφαση στην ασφάλεια των συναλλαγών που αποτελεί πρώτη προτεραιότητα και γιαυτό οι επενδύσεις σε αυτό το τομέα υπήρξαν και συνεχίζουν να είναι ιδιαίτερα σημαντικές. Η υιοθέτηση τεχνολογίας αιχμής με πρωτοκόλλα επικοινωνίας και μηχανισμούς ταυτοποίησης μοναδικά για τα ελληνικά δεδομένα, καθιστούν την Eurobank πρωτοπόρο στην διασφάλιση των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Για οποιοδήποτε πρόβλημα παρουσιαστεί μπορείτε να επικοινωνήσετε on-line ή τηλεφωνικά μαζί τους. Η τράπεζα έχει δεχτεί πολλές διακρίσεις κατά το παρελθόν αλλά και για να μιλήσουμε και σε ενεστώτα χρόνο το περιοδικό RAM την βαθμολόγησε με άριστα το δέκα στον τομέα των τραπεζικών συναλλαγών και το διεθνούς φήμης περιοδικό global finance τον Δεκέμβριο του 2008 την ανακήρυξε ως την «Καλύτερη Τράπεζα για καταναλωτές και επιχειρήσεις για το 2008». Τις διορίσεις μπορείτε να τις δει και στην ιστοσελίδα με ως εικονίδιο ένα παράσημο.

5.3 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ E-BANKING ΤΩΝ 4 ΤΡΑΠΕΖΩΝ

Σύμφωνα με τις πληροφορίες από τις ιστοσελίδες των κάθε τραπεζών αλλά και από απόψεις τρίτων που έχουν κάνει χρήση e-banking ερχόμαστε σε μια ισοπαλία μεταξύ της Τράπεζας Πειραιώς και της Eurobank. Τα πρωτεία θα τα έπαιρνε η Τράπεζα Πειραιώς αλλά το 2007 υποκλάπηκαν κάποια στοιχεία πελατών της μέσω e-mail που στάλθηκαν σε αυτούς, που αν και ανορθόγραφα κατάφεραν να ξεγελάσουν κάποιους πελάτες της. Η Τράπεζα μόλις ενημερώθηκε για το συμβάν έστειλε μηνύματα στους πελάτες της για αγνόηση τέτοιου είδους e-mail. Δυστυχώς όμως την στιγμάτισε το γεγονός, αν και είχε συμβεί και σε άλλες τράπεζες, και εδώ κάπου έρχεται να την προσπεράσει η EUROBANK εφόσον τέτοιου είδους περιστατικό δεν έχει μέχρι στιγμής καταγραφεί στην εν λόγω τράπεζα. Βέβαια η Τράπεζα Πειραιώς παραμένει υψηλά στον αριθμό ηλεκτρονικών υπηρεσιών που προσφέρει σε σχέση με οποιαδήποτε άλλη και καινοτόμος στην υπηρεσία του εικονικού e-banking.

Επειδή μας ενδιαφέρει και η άποψη των ίδιων των πελατών που κάνουν χρήση e-banking μάθαμε τις απόψεις τους μέσα από την <http://www.ADSLgr.com/forum/archive/index.pup/t-44411.html> που δείχνουν να έχουν μια ελαφρά προτίμηση στη Πειραιώς και να ακολουθεί EUROBANK. Αυτό που τους ενόχλησε στη πρώτη και δεν της δώσανε περισσότερη προτίμηση είναι η χρέωση που δέχονται στα e-mail που τους στέλνουν αλλά κατά τα άλλα το σύστημα της το χαρακτήρισαν εύκολο κατά τη χρήση του. Βραβευμένες και οι 2 Τράπεζες από έγκυρες και διεθνείς οργανισμούς κατέχουν σίγουρα τα πρωτεία στις ηλεκτρονικές συναλλαγές η μεν ΠΕΙΡΑΙΩΣ στον αριθμό υπηρεσιών που διαθέτει η δε EUROBANK στο επίπεδο ασφάλειας. Τώρα στους νέους χρήστες που θέλουν να κάνουν και αυτοί τις συναλλαγές τους ηλεκτρονικά, προτείνουμε να δοκιμάσουν τα παραπάνω e-banking των 2 Τραπεζών, εφόσον θεωρούνται κορυφή στον Ελλαδικό χώρο και θα περιμένουμε και την δική τους άποψη για το ποιο θεωρούν καλύτερο, στο www.ADSLgr.com

6° ΚΕΦΑΛΑΙΟ

6.1 ΕΡΕΥΝΑ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

Σύμφωνα με το site «www.economia.gr» οι πρόσφατες προσπάθειες υποκλοπής των στοιχείων των online πελατών των τραπεζών, οι πρώτες του είδους, αναδεικνύουν τον τεράστιο ρόλο της ασφάλειας στην προώθηση του e-banking. Υπολογίζεται ότι, διεθνώς, το 60% των e-mails είναι spam μηνύματα, ενώ τα κρούσματα υποκλοπής προσωπικών δεδομένων μέσω πλαστών e-mails (fishing) αυξήθηκαν κατά 30% σε σχέση με πέρυσι.

Σε ένα τέτοιο περιβάλλον, όλες οι τράπεζες ακολουθούν ιδιαίτερα αυστηρούς και επαρκείς κανόνες ασφαλείας στα site τους και ανταποκρίνονται, άμεσα και αποτελεσματικά, σε ανάλογα περιστατικά. Γεγονός που σημαίνει ότι για την προστασία των προσωπικών δεδομένων τους την αρχική ευθύνη έχουν οι ίδιοι οι χρήστες, που θα πρέπει να επαγρυπνούν για οποιαδήποτε ύποπτη κίνηση. Η πρώτη τράπεζα που εφάρμοσε τις υπηρεσίες του e-banking είναι η Εγνατία και ακολούθησαν οι υπόλοιπες.

6.2 Πώς γίνονται οι υποκλοπές στοιχείων

Συνήθως οι χάκερ αποστέλλουν μηνύματα από τρία εναλλασσόμενα δίκτυα. Για παράδειγμα, e-mail που εστάλη στους πελάτες της Alpha Bank ήταν μνημείο ασυνταξίας και ανορθογραφίας, γεγονός το οποίο οδηγεί σε κάποια συμπεράσματα ότι πιθανόν οι χάκερ να μην είναι Έλληνες, ή να θέλουν να παραπλανήσουν προς αυτή την κατεύθυνση, έστω και εάν ξέρουν ότι μια εξαιρετικά κακογραμμένη ανακοίνωση θα βάλει σε υποψίες το μεγαλύτερο μέρος των χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής που είναι συνήθως άνθρωποι ενός μεσαίου προς ανώτερο μορφωτικό επίπεδο. Τραπεζικοί παράγοντες σημειώνουν ότι τόσο στη χώρα μας όσο και σε όλες τις ευρωπαϊκές χώρες χάκερ δεν έχουν καταφέρει ποτέ να μπουν στα συστήματα των τραπεζών. Όλα τα συστήματα ηλεκτρονικής τραπεζικής

έχουν δικλίδες ασφαλείας και απορρίπτουν ηλεκτρονικά προγράμματα που θα αποσπούσαν από αυτά δεδομένα ή θα δημιουργούσαν συνθήκες συναλλαγών. Αντίθετα, μεμονωμένα φαινόμενα έχουν σημειωθεί στις ΗΠΑ όπου, όσο κι αν φαίνεται περίεργο, οι δικλίδες ασφαλείας είναι συχνά χαλαρότερες, αν και η ηλεκτρονική τραπεζική είναι ο κύριος τρόπος συναλλαγής μεγάλης μερίδας πολιτών.

Η πιο προσφιλής ωστόσο μέθοδος που έχει λάβει χώρα στην Ευρώπη και η οποία έχει αποδώσει συχνά καρπούς για τους χάκερ είναι η αποστολή από αυτούς ειδικών προγραμμάτων στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές των χρηστών των τραπεζών, μέσω των οποίων υποκλέπονται τα προσωπικά δεδομένα του χρήστη εάν αυτός πραγματοποιήσει τραπεζικές συναλλαγές μετά την αποστολή του προγράμματος από το συγκεκριμένο ηλεκτρονικό υπολογιστή.

Η μέθοδος αυτή είναι γνωστή στο χώρο της ηλεκτρονικής τραπεζικής ως δούρειος ίππος και έχουν βρεθεί και εισάγονται στους προσωπικούς ηλεκτρονικούς υπολογιστές αντίδοτα πολλών τέτοιων προγραμμάτων που έχουν καταγραφεί και αποκωδικοποιηθεί από το παρελθόν.

6.3 Συστάσεις ασφαλείας από την ΕΕΤ(Ενωσης Ελληνικών Τραπεζών)

Με αφορμή, λοιπόν, τα κρούσματα της ηλεκτρονικής απάτης εναντίον χρηστών που χρησιμοποιούν το Internet για τις τραπεζικές συναλλαγές τους, η Ένωση Ελληνικών Τραπεζών προχώρησε στην ανακοίνωση μιας σειράς συστάσεων για την καλύτερη προστασία τους. Όσοι χρησιμοποιούν το Internet για τις συναλλαγές τους θα πρέπει: Να μη γνωστοποιούν τα προσωπικά στοιχεία τους (αριθμούς λογαριασμών, καρτών, user ID και password) και να μην απαντούν σε e-mails που τους ζητούν κάτι τέτοιο. Για το λόγο αυτό θα πρέπει να διαγράφουν ανάλογα e-mails ή sms που ενδέχεται να λάβουν και να ενημερώνουν αμέσως την τράπεζά τους στην περίπτωση που λάβουν σχετικά μηνύματα ή απαντήσουν σε αυτά.

Η Ε.Ε.Τ. επισημαίνει ότι:

1) οι τράπεζες δεν ζητούν από τους πελάτες τους εμπιστευτικά προσωπικά δεδομένα αυτού του είδους μέσω e-mail σε καμία περίπτωση.

2) Να ελέγχουν ότι βρίσκονται στη σωστή ηλεκτρονική διεύθυνση της τράπεζας με την οποία συνεργάζονται. Για το λόγο αυτό καλό θα είναι να πληκτρολογούν οι ίδιοι κάθε φορά τη διεύθυνση της τράπεζας και να αποφεύγουν να συνδεθούν μέσω τρίτου link.

3) Όλα τα τραπεζικά site διαθέτουν ένα ειδικό ψηφιακό πιστοποιητικό που απεικονίζει ένα μικρό λουκέτο στο κάτω δεξί μέρος της οθόνης. Κάνοντας «κλικ» σε αυτό οι χρήστες μπορούν να επιβεβαιώσουν την αυθεντικότητα του προορισμού τους.

4) Να ενημερώνονται διαρκώς για τις ρυθμίσεις ασφαλείας των τραπεζικών sites που χρησιμοποιούν, να αλλάζουν τακτικά τους κωδικούς τους (δυνατότητα που προσφέρουν τα περισσότερα sites)

και **5)** κυρίως να προστατεύουν οι ίδιοι το απόρρητο των στοιχείων τους χωρίς να τα δημοσιοποιούν σε τρίτους.

7^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ

7.1 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

Στην περίπτωση του e-Banking τα πράγματα είναι κάπως πιο περίπλοκα ,σύμφωνα με το site «THE ZOCALO» στο θέμα της εταιρικής/τραπεζικής ευθύνης, αλλά εδώ υπάρχει σαφώς αυστηρότερος έλεγχος από την ίδια την τράπεζα σε ότι αφορά το επίπεδο ασφάλειας των συναλλαγών, σε σχέση με την αντίστοιχη ηλεκτρονική χρήση των πιστωτικών καρτών. Πρακτικά, η τράπεζα επιβάλλει μια σειρά πρόσθετων μηχανισμών ασφαλείας που δεν υπάρχουν στην περίπτωση των πιστωτικών καρτών, πράγμα που κάνει το σύστημα ουσιαστικά απαραβίαστο αν η χρήση των μηχανισμών αυτών είναι σωστή από την πλευρά του πελάτη (π.χ. χρήση λίστας κωδικών TAN, Transaction Authorization Numbers – Αριθμοί Εξουσιοδότησης Συναλλαγής).

Παρόλα αυτά, αν ο πελάτης κατά λάθος καταστεί θύμα απάτης από websites παραποίησης ταυτότητας, δηλαδή δώσει τα στοιχεία του σε κόμβο που προσποιείται ότι είναι αυτός της τράπεζας, η ίδια η τράπεζα λέει ότι εφόσον έχει ενημερώσει σχετικά τον πελάτη της και αυτός έκανε κάτι εκτός του δικού της δικτύου, δεν φέρει καμία απολύτως ευθύνη (εδώ δεν ισχύει η αρχή της απόδειξης της μη-εντιμότητας όπως για τις πιστωτικές κάρτες). Μάλιστα, στους όρους χρήσης της λίστας κωδικών TAN γνωστής τράπεζας αναφέρεται ρητά ότι:

"...Κανένας άλλος δεν πρέπει να γνωρίζει τους αριθμούς TAN. Η τράπεζα δεν φέρει καμία ευθύνη, για συναλλαγές που έγιναν από άλλο πρόσωπο, παρά τη θέλησή σας, σε περίπτωση απώλειας ή διαρροής αριθμών TAN..."

Με άλλα λόγια, η τράπεζα καλύπτει το δικό της μερίδιο της ευθύνης με την προσφορά αυτού του πρόσθετου (υποχρεωτικού) μέτρου ασφαλείας, αλλά έγκειται στον ίδιο τον χρήστη να διαφυλάξει την σωστή εφαρμογή του.

Θα πρέπει πάντως να σημειωθεί πως σήμερα το επίπεδο κατάρτισης του προσωπικού των τραπεζών και, αντίστοιχα, της ενημέρωσης των πελατών τους σχετικά με την

διάθεση και χρήση των νέων συσκευών παραγωγής κωδικών TAN μιας χρήσης, είναι τουλάχιστον τραγική. Για παράδειγμα, η προμήθεια των αντίστοιχων συσκευών TAN χρεώνεται στον πελάτη ως πρόσθετη προαιρετική υπηρεσία (όπως δηλαδή οι πιστωτικές κάρτες), χωρίς όμως να παρέχεται μαζί αναλυτικό ούτε εγχειρίδιο οδηγιών, ούτε οι αναλυτικές τεχνικές προδιαγραφές, ούτε καν οι αναλυτικοί όροι χρήσης όπου καθορίζονται τα όρια ευθύνης του κάθε μέρους (της τράπεζας και του πελάτη). Αυτό ίσως να οφείλεται στο γεγονός ότι η διάδοση και η χρήση παρόμοιων διαδικασιών στις ηλεκτρονικές συναλλαγές είναι ακόμη πολύ πρόωπη στην Ελλάδα, με αποτέλεσμα το αντίστοιχο ενδιαφέρον να είναι περιορισμένο, τόσο από την μεριά των πελατών, που συνήθως δεν επιδιώκουν περαιτέρω ενημέρωση, όσο και από την ίδια την τράπεζα, που δεν θέλει να επωμιστεί το βάρος και το κόστος της "εκπαίδευσης" των πελατών σε αυτά τα νέα συστήματα.

7.1.2 Κωδικοί TAN – Χρησιμότητα και τρόπος λειτουργίας

Εδώ θα πρέπει να αναφερθούν μερικά πράγματα σχετικά με τον λόγο για τον οποίο οι κωδικοί TAN είναι πλέον απαραίτητοι σε κάθε συναλλαγή e-Banking. Αντίθετα με τις πιστωτικές κάρτες, στο e-Banking η κάθε τράπεζα έχει τον απόλυτο έλεγχο της πολιτικής και των μηχανισμών ασφάλειας που επιθυμεί να εφαρμόσει. Έτσι, μπορεί να επιβάλλει την εξουσιοδότηση κάθε εγχρήματης συναλλαγής ξεχωριστά με ειδικό κωδικό μιας χρήσης. Αυτό στην πράξη γίνεται με την χορήγηση λίστας πρόσθετων κωδικών εξουσιοδότησης στους πελάτες του e-Banking, κάτι σαν password μιας χρήσης προσωπικά σε κάθε πιστοποιημένο πελάτη της (http://en.wikipedia.org/wiki/Transaction_authentication_number).

Το πλεονέκτημα των κωδικών TAN είναι ότι, εν γένει, πρόκειται για κωδικούς οι οποίοι δεν αποθηκεύονται πουθενά στο σύστημα του χρήστη-πελάτη αλλά αντίθετα βρίσκονται σε τυπωμένη μορφή, άρα είναι αδύνατο να υποκλαπούν ηλεκτρονικά από το σύστημά του. Αντίστοιχα, στο σύστημα e-Banking της τράπεζας όπου τηρούνται αντίγραφα των κωδικών αυτών για αντιπαραβολή, υπάρχουν τα κατάλληλα μέτρα εξασφάλισης της εμπιστευτικότητας σε πολύ υψηλό επίπεδο, ώστε αντίστοιχα η κλοπή τους, φυσική ή ηλεκτρονική, να είναι ουσιαστικά ανέφικτη.

Κατά συνέπεια, ακόμα και αν ο κύριος κωδικός (username/password) του χρήστη-πελάτη παραβιαστεί και κάποιος τρίτος αποκτήσει πρόσβαση στον λογαριασμό e-Banking, δεν μπορεί να κάνει καμία εγρήματη συναλλαγή αφού δεν διαθέτει αντίστοιχους έγκυρους κωδικούς TAN.

7.1.3 Πρακτική χρήση και περιορισμοί κωδικών TAN

Σήμερα, οι συσκευές TAN που διατίθενται από τις ελληνικές τράπεζες ενσωματώνουν τους παραπάνω βασικούς μηχανισμούς με κατάλληλο τρόπο, όχι πάντα ταυτόσημο. Για παράδειγμα, σε κάποιες περιπτώσεις οι συσκευές TAN παράγουν κωδικούς μιας χρήσης μόνο μετά από αίτημα του χρήστη (πάτημα ενός ενσωματωμένου πλήκτρου), ενώ άλλες παράγουν συνεχώς κωδικούς οι οποίοι ανανεώνονται αυτόματα κάθε 60 δευτερόλεπτα, είτε χρησιμοποιούνται είτε όχι.

Γενικά δεν υπάρχει διαφορά στο επίπεδο ασφάλειας που προσφέρουν, όμως οι ίδιες οι συσκευές TAN έχουν ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα (ή αντίστοιχα πλήθος παραγόμενων κωδικών) "ασφαλούς χρήσης", πέρα από το οποίο η "τυχαιότητά" τους δεν θεωρείται πλέον εξασφαλισμένη. Συνήθως το διάστημα αυτό είναι 3 χρόνια ή 2 εκατομμύρια κωδικοί TAN. Σε αυτή την περίπτωση, η συσκευή είτε αντικαθίσταται με νέα είτε αρχικοποιείται και πάλι από την τράπεζα με νέους κωδικούς και είναι έτοιμη για χρήση για άλλο τόσο διάστημα, δηλαδή σαν να ήταν καινούργια.

Είναι φανερό ότι η τεχνολογία για την πλήρη εξασφάλιση των συναλλαγών μέσω e-Banking υπάρχει. Τα σημερινά συστήματα κρυπτασφάλισης είναι τόσο ασφαλή και ταυτόχρονα τόσο προσιτά στην καθημερινή χρήση τους, ώστε λίγοι συνειδητοποιούν τι ακριβώς συμβαίνει όταν κάποιος χρησιμοποιεί μια τραπεζική κάρτα σε ένα μηχάνημα αυτόματης ανάληψης χρημάτων (ATM).

7.2 ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΑΠΑΤΕΣ 1.

Η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή στα πλαίσια των αρμοδιοτήτων της, αναφορικά με την ενημέρωση και την εκπαίδευση των καταναλωτών ανέπτυξε το τελευταίο διάστημα μια σειρά πρωτοβουλιών. Στόχος τους είναι η απόκτηση εκ μέρους των καταναλωτών των απαραίτητων εκείνων γνώσεων και πληροφοριών, που θα τους βοηθήσουν, αφ'ενός μεν να αναπτύξουν κριτική και υπεύθυνη στάση, αφ'ετέρου δε να συνειδητοποιήσουν και να ασκήσουν όσο μπορούν καλύτερα τα δικαιώματά του.

Γνώμονας αυτής της προσπάθειας αποτέλεσε η πεποίθηση, ότι ο καλά ενημερωμένος, επιλεκτικός και αυτοελεγχόμενος καταναλωτής επηρεάζει θετικά την αγορά και συμβάλλει στη βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων αγαθών και υπηρεσιών για μια, εν τέλει, καλύτερη ποιότητα ζωής.

Στις παραπάνω πρωτοβουλίες περιλαμβάνονται κατ'αρχήν η πρόσφατη αναδιοργάνωση της ιστοσελίδας, η οποία αποτελεί μια σημαντική πηγή άντλησης πληροφοριών από τους ενδιαφερόμενους πάνω σε ποικίλα θέματα που σχετίζονται με την διασφάλιση των συμφερόντων των καταναλωτών. Με τη συνεχή της ενημέρωση και τον εμπλουτισμό της πάνω σε θέματα της επικαιρότητας, η ιστοσελίδα απευθύνεται όχι μόνο στους καταναλωτές αλλά και σε κάθε ενδιαφερόμενο ιδιώτη ή φορέα και έρχεται να συμπληρώσει μια σειρά άλλων υπηρεσιών, όπως είναι το κέντρο υποβολής παραπόνων 1520 και η επίλυση από την υπηρεσία μεγάλου αριθμού προβλημάτων των καταναλωτών στις συναλλαγές τους με τις επιχειρήσεις, τις Τράπεζες, τους Οργανισμούς κ.λπ., για τα οποία θα σας γίνει ειδική παρουσίαση από άλλους ομιλητές.

Ακόμη, στον στόχο της ενημέρωσης των καταναλωτών έρχονται να συμβάλλουν οι ενημερωτικές καμπάνιες, η έκδοση φυλλαδίων και δελτίων τύπου, η διοργάνωση επιμορφωτικών σεμιναρίων στα στελέχη των καταναλωτικών ενώσεων, καθώς και άλλες πρωτοβουλίες που πρόκειται να αναπτύξει η Γ.Γ.Κ. στο άμεσο μέλλον στον τομέα αρωγής και κατάρτισης των καταναλωτών.

Στόχοι της ιστοσελίδας είναι:

1. Η πληροφόρηση του καταναλωτικού κοινού σχετικά με τα δικαιώματά του, είτε με την υπάρχουσα νομοθεσία, είτε με απλές πρακτικές συμβουλές πάνω σε θέματα που αφορούν την υγεία, την ασφάλεια, τα οικονομικά του συμφέροντα τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρωπαϊκή Ένωση.
2. Η διαμόρφωση μιας σωστής καταναλωτικής συμπεριφοράς και η ενίσχυση της ικανότητας των καταναλωτών στην αντιμετώπιση των προβλημάτων που μπορεί να προκύψουν στις συναλλαγές για την αγορά αγαθών και υπηρεσιών.
3. Η δυνατότητα των καταναλωτών να υποβάλουν μέσω της ιστοσελίδας ή και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (info@efpolis.gr) ερωτήματα ή και καταγγελίες σχετικές με τις εμπορικές τους συναλλαγές.

Με την είσοδό του ο χρήστης διακρίνει 17 κύριες κατηγορίες θεμάτων, οι οποίες στη συνέχεια αναλύονται σε υποκατηγορίες ή σε ακόμη μεγαλύτερη ανάλυση, προκειμένου να οδηγηθεί στο επιμέρους θέμα που τον αφορά.

Επίσης, προκειμένου να υπάρχει μια πληρέστερη ενημέρωση των ενδιαφερομένων ακολουθήθηκε στις περισσότερες σελίδες η τακτική της διάκρισης σε ισχύοντα στην Ελλάδα και σε ισχύοντα στην Ευρωπαϊκή Ένωση και μάλιστα απευθείας στη σελίδα με το θέμα που ενδιαφέρει το χρήστη.

Στα ισχύοντα στην Ελλάδα, στα περισσότερα θέματα υπάρχουν εισαγωγικά κείμενα, με τα οποία ο ενδιαφερόμενος ενημερώνεται για το ζήτημα που τον απασχολεί και συγχρόνως γίνεται σύνδεση (link) και ανευρίσκονται αντίστοιχα νόμοι, αποφάσεις, εγκύκλιοι, ή έρχονται άλλες ιστοσελίδες από τις οποίες μπορεί να συμπληρώσει την ενημέρωσή του.

Οι δεκαεπτά κατηγορίες θεμάτων της ιστοσελίδας είναι:

1. Γενικές πληροφορίες
2. Βιβλιοθήκη
3. Δελτία τύπου
4. Νέα-Εκδηλώσεις
5. Ασφάλεια καταναλωτών
6. Διασφάλιση των οικονομικών συμφερόντων
7. Εφαρμογή των κανόνων προστασίας των καταναλωτών
8. Επανόρθωση-Άσκηση των δικαιωμάτων των καταναλωτών
9. Συνεργασία με τους κοινωνικούς εταίρους
10. Πληροφόρηση και εκπαίδευση των καταναλωτών
11. Διεθνή καταναλωτικά θέματα
12. Υπουργείο Ανάπτυξης
13. Γενική Γραμματεία Εμπορίου
14. Επικοινωνία
15. Συχνές ερωτήσεις
16. Ευρώ
17. Συνδέσεις

Σημαντικότετη πληροφόρηση παρέχουν οι κατηγορίες:

- «ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ» και
- «ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΣΥΜΦΕΡΟΝΤΩΝ».

Η κατηγορία «ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ» περιλαμβάνει στις υποκατηγορίες της την ασφάλεια και την ποιότητα των τροφίμων, την ασφάλεια και την ποιότητα ειδών εκτός των τροφίμων (όπως τα παιχνίδια, τα επικίνδυνα παρασκευάσματα, οι ηλεκτρικές συσκευές, το σύστημα ταχείας ανταλλαγής πληροφοριών για μη ασφαλή προϊόντα (RAPEX), την ευθύνη του παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα, την ασφάλεια των υπηρεσιών, τις ασφαλείς διακοπές

Η κατηγορία «ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΣΥΜΦΕΡΟΝΤΩΝ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ» περιλαμβάνει στις υποκατηγορίες της:

A) Πληροφορίες για εξασφάλιση ασφαλών συναλλαγών με πολλές περαιτέρω υποκατηγορίες, όπως οι γενικοί όροι των συναλλαγών, οι καταχρηστικοί όροι, η πώληση καταναλωτικών αγαθών, η διαφήμιση, η αναγραφή των τιμών των

προϊόντων, Σ/σεις για πώληση καταναλωτικών αγαθών από απόσταση, συλλογικά μέσα προστασίας, εκπτώσεις, μισθώσεις κατοικιών.

Β) Τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.

Γ) Το δίκαιο των Συμβάσεων.

Δ) Το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Ε) Τις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες κ.λπ., με υποκατηγορίες την καταναλωτική πίστη, τα στεγαστικά δάνεια, την εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, το ευρώ.

ΣΤ) Τις υπηρεσίες γενικού συμφέροντος.

Ζ) Τον τουρισμό και τις διακοπές με υποκατηγορία τα οργανωμένα ταξίδια, την χρονομεριστική μίσθωση, τα δικαιώματα των επιβατών που ταξιδεύουν αεροπορικά.

Η κατηγορία «ΕΠΑΝΟΡΘΩΣΗ-ΑΣΚΗΣΗ ΤΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ» περιλαμβάνει στην υποκατηγορία «ΤΙ ΙΣΧΥΕΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ» την υποβολή παραπόνων, την εξωδικαστική επίλυση διαφορών, την πρόσβαση στη δικαιοσύνη.

Στη συνέχεια, η κατηγορία «ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΕΤΑΙΡΟΥΣ» περιλαμβάνει τις εξής υποκατηγορίες: το Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτών, τις ενώσεις καταναλωτών, την ενίσχυση και χρηματοδότηση των καταναλωτικών οργανώσεων.

Τέλος, η κατηγορία ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ, παρέχει τον κύριο όγκο πληροφόρησης της ισχύουσας νομοθεσίας (Προεδρικά Διατάγματα, Νόμους, Αποφάσεις, Εγκυκλίους, Αγορανομικές Διατάξεις, Φυλλάδια), σε κάθε συγκεκριμένη πράξη ή συναλλαγή.

Κλείνοντας τη συνοπτική παρουσίαση των κυριότερων κατηγοριών της ιστοσελίδας θα θέλαμε να επισημάνουμε, ότι η προσπάθεια ενημέρωσης και εμπλουτισμού της θα συνεχισθεί με αμείωτο ενδιαφέρον από την πλευρά της υπηρεσίας, δεδομένου ότι, η ενασχόληση όλο και περισσότερων ατόμων με την χρήση των υπηρεσιών του Διαδικτύου, θα την καταστήσει σε σύντομο χρονικό διάστημα την κύρια πηγή πληροφόρησης των καταναλωτών.

7.3 ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ 1.

Η Μεγκλένα Κούνεβα, επίτροπος Προστασίας των Καταναλωτών, επιλέχθηκε «Ευρωπαϊά της χρονιάς» στο ετήσιο γκάλοπ του περιοδικού «Ευρωπαϊκή Ατζέντα», σε συνέντευξή της στο ΑΠΕ-ΜΠΕ αναφέρθηκε στην τιμητική αυτή διάκριση και τη χαρακτήρισε αποτέλεσμα της ψήφου εμπιστοσύνης εκ μέρους των καταναλωτών. Η κ. Κούνεβα τόνισε ότι θα συνεχίσει να αγωνίζεται για την προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών, που καταπατούνται συχνά μέσω του διαδικτύου. Με αυτή τη συνεπή στάση πέτυχε να αναδείξει την προστασία των καταναλωτών στην κορυφή της ευρωπαϊκής ατζέντας». Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, μετά από σχετικές προτάσεις της κας Κούνεβα, ενέκρινε ειδική οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών που έχει σκοπό να ξεσκεπάσει τις εταιρίες που έχουν επιλέξει το διαδίκτυο για να τους εξαπατούν και δίνει τη δυνατότητα στον καταναλωτή να υπερασπιστεί τον εαυτό αν η ποιότητα ή η τιμή του εμπορεύματος που έχει παραγγείλει δεν έχει καμιά σχέση με εκείνες, που διαφημίζονται στις ιστοσελίδες.

Οι καταναλωτές σε όλες τις χώρες της Ευρώπης μπορούν να ενημερωθούν πως να προστατεύονται για να μην πέσουν θύματα στα ηλεκτρονικά δίκτυα «απατεώνων» στην ιστοσελίδα www.dolceta.eu. Ο «πόλεμος» που κήρυξε η κα Κούνεβα στους «κουρσάρους» του Ίντερνετ δεν έμεινε μόνο στα χαρτιά, αφού μετά από δυναμικές επιχειρήσεις ελέγχου σε πολλές χώρες της ΕΕ, πιάστηκαν επ' αυτοφώρω, με την κατηγορία της παραβίασης των ευρωπαϊκών κανονισμών, «έμποροι», που πουλάνε αεροπορικά εισιτήρια μέσω του Διαδικτύου με παραπλανητική διαφήμιση για τις τιμές. Μετά από πρωτοβουλίες της, εγκρίθηκε από την Κομισιόν και η οδηγία για τις καταναλωτικές πιστώσεις, η οποία έχει ως συνέπεια την ουσιαστική φιλελευθεροποίηση αυτών των τραπεζικών υπηρεσιών, που αγγίζουν τα 800 δισ.ευρώ στην ΕΕ. Έγιναν επίσης σημαντικά βήματα για τη διαφάνεια της αγοράς προσωρινής χρήσης ακινήτων (ευρύτερα γνωστή στους ανθρώπους του τουρισμού με την αγγλόφωνη ονομασία timeshare) και για αυστηρότερα μέτρα ελέγχου σχετικά με την ασφάλεια των εισαγόμενων παιδικών παιχνιδιών από την Κίνα. Η επίτροπος αναφέρεται έμμεσα στις διαπιστώσεις της Κομισιόν για πολυάριθμες παραβάσεις, που διαπιστώθηκαν στη διάρκεια των ελέγχων της διαχείρισης των πόρων του ευρωπαϊκού προγράμματος.

7.4 Ευρωπαϊκά μέτρα προστασίας των επιχειρήσεων και των καταναλωτών κατά τις αγορές μέσω διαδικτύου:

Με ερώτησή του προς την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ο Ευρωβουλευτής του ΠΑ.ΣΟ.Κ. Σταύρος Αρναουτάκης στις 27-02-09 είχε θέσει το ζήτημα της χρήσης του διαδικτύου στην ανάπτυξη του διεθνούς εμπορίου αλλά και των κινδύνων που εμπεριέχει τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για τους ευρωπαϊούς καταναλωτές, σύμφωνα με το site του ΠΑ.ΣΟ.Κ www.pasok.gr

Συγκεκριμένα, είχε ζητήσει από την Επιτροπή να τον ενημερώσει για τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι ευρωπαϊκές ΜΜΕ όσον αφορά στη συμμετοχή τους στις διαδικτυακές εμπορικές συναλλαγές, για τη στρατηγική που προτίθεται να αναπτύξει η ΕΕ προς όφελός τους αλλά και για τα μέτρα με τα οποία προβλέπει η Επιτροπή να εξασφαλίσει την προστασία των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας, το νόμιμο εμπόριο, αλλά και την προστασία των ευρωπαϊών καταναλωτών. Στην απάντησή του, ο αρμόδιος Επίτροπος για θέματα Εμπορίου κ. McCreeny αφού αναφέρθηκε αρχικά στον «Νόμο για τις μικρές επιχειρήσεις για την Ευρώπη» που αναγγέλλει τη δημοσίευση οδηγιών για τις ΜΜΕ περί του ηλεκτρονικού επιχειρείν, τόνισε ότι οι οδηγίες αυτές εκδόθηκαν με στόχο τον εκσυγχρονισμό, μέσω της ψηφιοποίησης, του συνόλου των επιχειρήσεων. Στη συνέχεια ο κ. Επίτροπος τόνισε ότι το 2009 η Επιτροπή θα συνεχίσει την ανάπτυξη του «Ευρωπαϊκού Δικτύου Στήριξης του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν για τις ΜΜΕ» (eBSN), που συντονίζει την πολιτική για το ηλεκτρονικό επιχειρείν φέρνοντας σε επαφή τους υπευθύνους λήψης αποφάσεων και τους ειδικούς χάραξης δημόσιας πολιτικής. Παράλληλα, με το σύστημα παρακολούθησης του ηλεκτρονικού επιχειρείν (e-Business Watch) συγκεντρώνονται δεδομένα για το εμπόριο μέσω διαδικτύου, στοχεύοντας στην υποστήριξη της διαδικασίας λήψης αποφάσεων σε κοινοτικό και εθνικό επίπεδο.

Επίσης, έχει ήδη συσταθεί ομάδα εμπειρογνομόνων για την ηλεκτρονική τιμολόγηση, η οποία αναμένεται να εκπονήσει πρόταση για πανευρωπαϊκό πλαίσιο για την ηλεκτρονική τιμολόγηση έως τα τέλη του 2009.

Η σχετική κοινοτική «οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο», υπογραμμίζει ο κ. McCreenny, επιδιώκει να διασφαλίσει την ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας μεταξύ των κρατών μελών. Με τη δε ανακοίνωσή της Επιτροπής για μια «Στρατηγική για την Ευρώπη στον τομέα των δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας», τονίζεται η ανάγκη ενισχυμένης δράσης, τόσο εντός της ΕΕ όσο και σε τρίτες χώρες, για την προστασία των ευρωπαϊκών εταιρειών και των επενδύσεών τους στην καινοτομία. Για την καταπολέμηση της παραποίησης/απομίμησης και της πειρατείας, επισημαίνει ο κ. Επίτροπος, το Συμβούλιο ενέκρινε ψήφισμα για ένα συνολικό ευρωπαϊκό σχέδιο για την αντιμετώπισή τους με το οποίο κάλεσε τα κράτη μέλη να αναλάβουν δράση έναντι τρίτων χωρών. Η συντριπτική πλειονότητα των παραποιημένων προϊόντων που κατασχέθηκαν καθ'οδόν προς την ΕΕ – σε ποσοστό από 60% έως 80% - κατασκευάζονται στην Κίνα, θέμα που είχε τονίσει και η κυρία Κούνεβα. Επίσης, ψηλά στον κατάλογο είναι η Ρωσία, η Ουκρανία και η Τουρκία, καθώς και ορισμένες χώρες της Νοτίου Αμερικής και της Νοτιοανατολικής Ασίας .

Για την ενίσχυση των κανόνων περί πνευματικής ιδιοκτησίας, η Επιτροπή πρωτοστάτησε στον διάλογο εντός του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου, ενισχύοντας παράλληλα τις διεθνείς της συνεργασίες με χώρες που συμμερίζονται τις ανησυχίες της. Δεν υπάρχουν, ωστόσο, στοιχεία για κάθε κράτος μέλος που να δείχνουν πόσες επιχειρήσεις με έδρα την ΕΕ που παρέχουν υπηρεσίες μέσω Διαδικτύου έχουν εγκαθιδρυθεί στο Διαδίκτυο κατά τα τελευταία πέντε έτη και πόσες περιπτώσεις απάτης έχουν σημειωθεί. Ωστόσο, τα αποτελέσματα του Ευρωβαρομέτρου για τις επιχειρηματικές τάσεις δείχνουν ότι ένα σημαντικό ποσοστό λιανεμπόρων της ΕΕ (51%) έχει εμπλακεί σε πωλήσεις μέσω Διαδικτύου και ότι συνολικά ένας στους πέντε λιανεμπόρους της ΕΕ (21%) πραγματοποιούν διασυνοριακές πωλήσεις. Όσον αφορά τις αγορές μέσω Διαδικτύου, μια άλλη έρευνα του Ευρωβαρομέτρου δείχνει ότι διαδίδονται ολοένα και περισσότερο. Το 2008, το ένα τρίτο (33%) του πληθυσμού της ΕΕ χρησιμοποίησε το Διαδίκτυο για να αγοράσει προϊόντα ή υπηρεσίες.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού επιχειρείν καθώς και του ηλεκτρονικού εμπορίου στον Ελλαδικό χώρο βρίσκεται ακόμη σε νηπιακό στάδιο κι αυτό επειδή οι νέες τεχνολογίες και το internet δεν έχουν διεισδύσει σε μεγάλο μέρος τόσο των επιχειρήσεων όσο και των νοικοκυριών. Εν αντιθέσει με την Ελλάδα η οποία είναι ουραγός μαζί με την Πορτογαλία από το 2004 μέχρι και σήμερα σύμφωνα με στοιχεία του παρατηρητήριου, οι υπόλοιπες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης δραστηριοποιούνται πιο έντονα. Στην Ελλάδα σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία του Παρατηρητηρίου για την Κοινωνία της Πληροφορίας, υπολογίζεται ότι το 13% των χρηστών του internet κάνει χρήση των on line τραπεζικών υπηρεσιών, ενώ ένα ποσοστό της τάξεως του 7% χρησιμοποιεί το διαδίκτυο και για χρηματιστηριακές συναλλαγές. Σε σχέση όμως με τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες όσον αφορά τη διείσδυση της ηλεκτρονικής τραπεζικής ο αληθινός αριθμός των Ελλήνων που κάνουν χρήση του e-banking σύμφωνα με τους τραπεζικούς κύκλους δεν ξεπερνά τις 500.000 άτομα ποσοστό αρκετά χαμηλό. Ωστόσο είναι θετικό το γεγονός ότι στη χώρα μας συνεχώς διευρύνεται η πελατεία των εμπορικών τραπεζών που χρησιμοποιούν τις δυνατότητες που προσφέρει η ηλεκτρονική τραπεζική. Ακολουθώντας τις διεθνείς τάσεις, οι εμπορικές τράπεζες στην Ελλάδα όλο και περισσότερο χρησιμοποιούν το Internet τόσο ως κανάλι διάθεσης των προϊόντων τους και επαφής με την πελατεία τους όσο και ως μια ανεξάρτητη πηγή ανάπτυξης προϊόντων και υπηρεσιών για να αποκτήσουν νέους πελάτες και να ικανοποιήσουν νέες ανάγκες. Παράλληλα η εξοικείωση της πελατείας τους με τη νέα τεχνολογία φέρνει συνεχώς τα δύο μέρη πιο κοντά στο πλαίσιο του κυβερνοχώρου. Οι νέες τεχνολογίες της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών και κυρίως οι τεχνολογίες του διαδικτύου όσο και αν φαίνονται άγνωστες και ανεφάρμοστες δεν αποτελούν ένα κομμάτι του μακρινού μέλλοντος, αλλά μια σημερινή πραγματικότητα και έχουν αλλάξει δραματικά όχι μόνο τους παραδοσιακούς τρόπους επιχειρείν αλλά και γενικότερα τις περισσότερες ανθρώπινες δραστηριότητες.

*** ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 ***

ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ Ε BANKING Ε.Τ.Ε.



ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

Αναζήτηση:

» Σχεδιάζετε... να ταξιδέψετε στο εξωτερικό; | να συνταξιοδοτηθείτε; | να αγοράσετε σπίτι; |



Νέοι ορίζοντες στην τραπεζική εμπειρία

Ο Όμιλος

- » Η Τράπεζα
- » Ανακοινώσεις/Εκδόσεις
- » Investor Relations
- » Treasury
- » Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Ιδιώτες

- » Νέοι, Σπουδαστές
- » Οικονομία, Εργαζόμενοι
- » Επενδυτές
- » Private Banking

Επιχειρήσεις

- » Μεγάλες Επιχειρήσεις
- » Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις - Επαγγελματίες
- » Project Finance
- » Financial Institutions

» Ενδιαφέρουσες συνδέσεις

[Εκπαιδευτικό Κέντρο](#)

[Ιστορικό Αρχείο](#)

[Μορφωτικό Ίδρυμα](#)

[Ελληνική Ένωση Τραπεζών](#)

[Η Εθνική Τράπεζα ανάμεσα στις 150 κορυφαίες εταιρείες του κόσμου.](#)



Το Προφίλ μου

Κατηγορία

Παρακαλώ επιλέξτε...

Και επιπλέον

Παρακαλώ επιλέξτε...

Θα ήθελα

Παρακαλώ επιλέξτε...

Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες

Internet Banking εισόδος

Internet Banking demo

Auto-Business Fast Credit

Χρήσιμα Εργαλεία

Ενδιαφέροντα για...
...θα μιλήσουμε μαζί σας

Δελτίο Τιμών
Συναλλάγματος

Επιτόκια
καταθέσεων και δανείων

Τιμολόγιο
Βασικών Εργασιών

Σημεία Εξυπηρέτησης

Δίκτυο
ATM

Σημεία εξυπηρέτησης
στο εσωτερικό

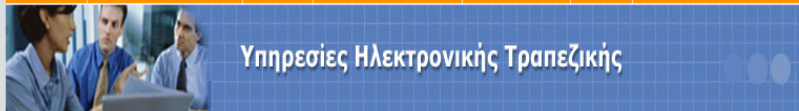
Σημεία εξυπηρέτησης
στο εξωτερικό

Σημαντικοί σύνδεσμοι

Παρακαλώ επιλέξτε...

*** ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2***

ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ Ε BANKING ΠΕΙΡΑΙΩΣ



Ενδιαφέροντα για: Επικοινωνία | Αρχική Σελίδα | English

Το Άρθρο του μήνα

Καλώς ήρθατε στο νέο site της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής της Τράπεζας Πειραιώς.

Για την είσοδό σας στη winbank παρακαλούμε πατήστε το κουμπί «Συνδεθείτε» στην επάνω δεξιά γωνία της σελίδας.

[περισσότερα >>](#)

Ιδιότητες

- Αίτηση Υπηρεσιών winbank
- Αίτηση Καταθετικού Λογαριασμού
- Αίτηση Πιστωτικών Καρτών

Εταιρίες

- Αίτηση winbank internet
- Αίτηση Συνεργασίας easyray

Χρήσιμα Εργαλεία

- Υπολογιστής Μεταφοράς Υπολοίπου Πιστωτικών Καρτών
- winbank internet Demo
- Οδηγός Χρήσης winbank internet
- Υπολογιστής IBAN
- Organizer

Υπολογιστής Στεγαστικών Δανείων

- Τι δόση θα πληρώσω

Διακρίσεις

Βραβεία

- 2008
- 2007
- 2006
- 2005
- 2004
- 2003
- 2002
- 2001
- 2000

Νέα Υπηρεσία

Λεφτά στο Λεπτό

Πιστοί στην προσπάθειά μας για σύγκλιση της τεχνολογίας με τις τραπεζικές υπηρεσίες, σας παρουσιάζουμε τη νέα πρωτοποριακή υπηρεσία "Λεφτά στο Λεπτό".



Προσφορά

WEBUY: Η πρώτη "virtual" προπληρωμένη κάρτα για άνετες και ασφαλείς αγορές στο Internet και εξ' αποστάσεως συναλλαγές. Αποκτήστε την τώρα ΔΩΡΕΑΝ και επωφεληθείτε από τη ΔΩΡΕΑΝ περίοδο χρήσης!



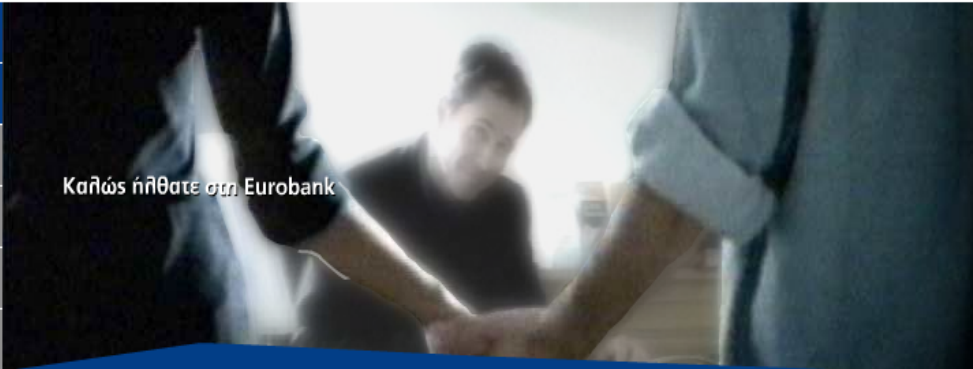
Τραπεζικές Λύσεις



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3
ΕΙΣΟΔΟΣ Ε BANKING ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ

	Προστατευτείτε από παγίδες!	συναλλαγές 24ώρες/7ημέρες	interactive demo	Emporiki Bank Secure Διαρκών υπηρεσία ασφαλών αγορών στο διαδίκτυο	
Κωδικός Πελάτη <input type="text"/>		phone		mobile	Έχετε απορίες; ρωτήστε μας →
Κωδικός Πρόσβασης <input type="text"/>	ενημερωθείτε		atm	eCode Signature	αίτηση φυσικό πρόσωπο νομικό πρόσωπο

*** ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4***
ΕΙΣΟΔΟΣ Ε BANKING EUROBANK

[Τράπεζα](#)[Επενδυτές](#)[Ιδιώτες](#)[Επαγγελματίες &
Επιχειρήσεις
\(έως € 2,5 εκ.\)](#)[Επιχειρήσεις
\(άνω των € 2,5 εκ.\)](#)[Private Banking](#)[Personal Banking](#)

Καλώς ήρθατε στη Eurobank



Πρόγραμμα στήριξης των πολιτών που επλήγησαν από τις πυρκαγιές.



PhotoCard

Τώρα η πιστωτική σας κάρτα έχει τη φωτογραφία που αγαπάτε



Ο **Σκάι** και η **Eurobank** αναδεικνύουν τα Μονοπάτια της Ελλάδας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ «ΤΟ ΒΗΜΑ»

ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ «ΗΜΕΡΗΣΙΑ»

ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ «ΕΚΟΝΟΜΙΑ»

ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ «ΕΞΠΡΕΣ»

ΒΙΒΛΙΟ «ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ» Γ. ΧΟΥΣΤΟΥΛΑΚΗΣ

www.ADSLgr.com/forum/archive/index.pup/t-44411.html

www.ebusinessforum.gr

www.economia.gr

www.Efpolis.gr

www.emporiki.gr

www.Eurobank.gr

www.geocities.com/zak-gr-2000/e-katastimata-lept.htm

www.lawnet.gr

www.nbg.gr

www.newstecks.gr

www.thezogalo.gr

www.TVS.gr

www.winbank.gr

