	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
	ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ
	ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΠΕΝΕΤΑΤΟΥ ΑΦΡΟΔΙΤΗ

**ΘΕΜΑ: <ΒΑΘΜΟΣ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ
ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ ΔΙΑΜΕΣΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ>**



ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ:
ΓΑΒΡΙΛΑΚΗΣ ΝΕΚΤΑΡΙΟΣ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	σελ 4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο	σελ 5
1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	σελ 5
1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	σελ 6
1.3 ΜΟΡΦΕΣ ΗΛΕΚΤΡ.ΕΜΠΟΡΙΟΥ	σελ 7
1.4 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	σελ 9
1.5 ΠΕΔΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΗΛ.ΕΜΠΟΡΙΟΥ	σελ 10
1.6 ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΗΛΕΚΤΡ.ΕΜΠΟΡΙΟΥ	σελ 11
1.7 ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΗΛΕΚΤΡ.ΕΜΠΟΡΙΟΥ	σελ 14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο	σελ 15
2.1 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ	σελ 15
2.2 MOBILE BANKING	σελ 15
2.3 PHONE BANKING	σελ 19
2.4 ATM	σελ 23
2.5 DIAS/MAESTRO	σελ 27
2.6 INTERNET BANKING	σελ 28
2.7 ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ	σελ 34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο	σελ 36
3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΗΛΕΚΤΡ.ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ	σελ 36
3.2 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚ.ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ	σελ 37
3.3 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ (ΠΕΛΑΤΗΣ)	σελ 39
3.4 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ(ΠΕΛΑΤΗΣ)	σελ 40
3.5 ΟΡΟΙ Κ ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΗΣ ΚΑΛΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	

ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ	σελ 41
3.6 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ (ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ)	σελ 42
3.7 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΗΛΕΚΤΡ.ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ	σελ 44
3.8 ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ	σελ 45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο	σελ 50
4.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	σελ 50
4.1.1 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ	σελ 51
4.1.2 ΤΥΠΟΙ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ	σελ 52
4.2 ΣΚΟΠΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	σελ 53
4.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	σελ 53
4.4 ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ	σελ 54
4.5 ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	σελ 77
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ(ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ)	σελ 79
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	σελ 84

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο πρόσφατο παρελθόν οι συναλλαγές και οι αγορές των καταναλωτών και αντίστοιχα οι πωλήσεις των εμπόρων γίνονταν με καθαρά συμβατικά μέσα. Οι καταναλωτές προκειμένου να αγοράσουν αυτό που επιθυμούσαν ή να δεχτούν μία υπηρεσία έπρεπε να μεταβούν στην έδρα του προμηθευτή των αγαθών ή των υπηρεσιών. Στις μέρες μας ο τρόπος διεξαγωγής των συναλλαγών έχει αλλάξει ριζικά. Ένας από τους νέους και τάχιστους τρόπους εξυπηρέτησης των καταναλωτών είναι το **Ηλεκτρονικό Εμπόριο** το οποίο αναπτύσσεται ραγδαία στο εξωτερικό αλλά και στην Ελλάδα με πιο αργούς όμως ρυθμούς. Ενδεικτικό της καθυστερημένης ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα είναι οι δύο υπουργικές αποφάσεις 3035/B2-48 και 7681/B2-255 που προωθούν την διενέργειας δοκιμαστικής έρευνας για το ηλεκτρονικό εμπόριο. Οι αποφάσεις αυτές είναι του 2001, χρονιά που σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες ανθούσε το ηλεκτρονικό εμπόριο. Αλλά και οι υπουργικές αποφάσεις 4708/2003 και 536/2003 καταδεικνύουν το ίδιο πράγμα.

Οι κυριότεροι παράγοντες διάδοσης του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η παγκοσμιοποίηση, ο ταχύς τρόπος ζωής, η οικονομική κρίση, και κυρίως η εξάπλωση του διαδικτύου (Κανονισμός 733/2002). Ο πολιτισμός και ο τρόπος ζωής μεταξύ των διαφόρων χωρών δεν διαφέρει σχεδόν καθόλου στην εποχή μας, ειδικά στον λεγόμενο δυτικό κόσμο. Οι πολίτες όλων των χωρών έχουν τις ίδιες ανάγκες και ζητούν τα ίδια πράγματα: τάχιστη εξυπηρέτηση και ποιοτικές υπηρεσίες. Ο τρόπος ζωής του σύγχρονου καταναλωτή έχει ανάγει τον χρόνο σε υπέρτατο αγαθό με συνέπεια την ανάγκη εύρεσης ταχύτερων τρόπων εξυπηρέτησής του.

Οι επιχειρήσεις έχουν ανάγκη μεγιστοποίησης και διεύρυνσης του καταναλωτικού αγοραστικού κοινού και μείωσης των εξόδων συντήρησης και λειτουργίας της ίδιας της επιχείρησης. Λύσεις και στις απαιτήσεις των καταναλωτών και των προμηθευτών δίνει η εξάπλωση του διαδικτύου. Η εξάπλωση του διαδικτύου αποτελεί τον θεμέλιο λίθο του ηλεκτρονικού εμπορίου μέσω του οποίου ικανοποιούνται οι απαιτήσεις της σύγχρονης εμπορικής δραστηριότητας και φυσικά των σύγχρονων καταναλωτών. Σχεδόν ξαφνικά το Internet μάς προέκυψε σαν ένα πολύ σημαντικό κανάλι εμπορίου. Και λέμε σχεδόν, γιατί οι ιδέες περί ηλεκτρονικών παραγγελιών και αγορών υπήρχαν επί χάρτου εδώ και δεκαετίες. Ωστόσο, αυτό που του έλειπε ήταν ο τρόπος που θα γίνουν πραγματικότητα, και αυτό όχι μόνο για μια μικρή ελίτ επιχειρήσεων και ατόμων αλλά για το ευρύ κοινό. Όταν λοιπόν πριν από ένα χρόνο απέκτησε υπολογιστή και Internet το 40% των αμερικανικών σπιτιών, ήταν επόμενο να γίνει το μπάμ στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Η άνθηση του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Αμερική τους τελευταίους μήνες είναι εντυπωσιακή.

Κεφάλαιο 1ο

1.1 Ορισμός ηλεκτρονικού εμπορίου

Με έναν απλό ορισμό, θα μπορούσαμε να πούμε πως ηλεκτρονικό εμπόριο(electronic commerce)¹ είναι η αγοραπωλησία προϊόντων και υπηρεσιών μέσω του Internet. χωρίς να είναι απαραίτητη η φυσική παρουσία των συμβαλλομένων μερών, δηλαδή του πωλητή και του αγοραστή, οι οποίοι μπορούν να βρίσκονται ακόμα και σε διαφορετικές χώρες. Βέβαια, εάν θέλουμε να είμαστε πιο σωστοί με τον όρο ηλεκτρονικό εμπόριο θα λέγαμε ότι πρόκειται για κάθε είδος εμπορικής συναλλαγής μεταξύ προσώπων (φυσικών και μη) που πραγματοποιείται με ηλεκτρονικά μέσα. Είναι λοιπόν η διάθεση και αγοραπωλησία προϊόντων ηλεκτρονικά, η διεκπεραίωση εμπορικών λειτουργιών και συναλλαγών χωρίς τη χρήση χαρτιού, συνήθως μέσω δικτύων ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Για την πραγματοποίηση μιας τέτοιας συναλλαγής χρησιμοποιούνται πολύπλοκοι προγραμματιστικοί μηχανισμοί και το κατάλληλο λογισμικό το οποίο επιτρέπει την Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων (Electronic Data Interchange- EDI) ανάμεσα στις δύο πλευρές (μεταξύ επιχειρήσεων αλλά και μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών) που εμπλέκονται στη συγκεκριμένη συναλλαγή. Το ηλεκτρονικό εμπόριο διακρίνεται σε έμμεσο και άμεσο. Ο πρώτος όρος χρησιμοποιείται όταν πρόκειται για την ηλεκτρονική παραγγελία υλικών αγαθών που μπορούν να παραδοθούν μόνο με παραδοσιακούς τρόπους όπως είναι το ταχυδρομείο. Ενώ άμεσος είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο που περιλαμβάνει παραγγελία, πληρωμή και παράδοση άυλων αγαθών και υπηρεσιών. Η πληρωμή των υπηρεσιών αυτών γίνεται είτε με πιστωτικές κάρτες είτε με ηλεκτρονικό χρήμα με την αρωγή πάντα και τη σύμπραξη των

¹ www.go-e.mcit.gr

τραπεζών.

Με άλλα λόγια, η συγκεκριμένη μορφή συναλλαγής πραγματοποιείται μόνο μέσω υπολογιστών, παρακάμπτοντας τον ανθρώπινο παράγοντα και ελαχιστοποιώντας ταυτόχρονα την πιθανότητα λάθους και την κακόβουλη χρήση στοιχείων.

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 των 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 αγοροπωλησίας προϊόντων και υπηρεσιών μέσω του Internet ανεξάρτητα από την γεωγραφική απόσταση.
- ❖ Επικοινωνία: ως δυνατότητα παροχής πληροφοριών, προϊόντων ,υπηρεσιών και πληρωμών μέσα από δίκτυα ηλεκτρονικών υπολογιστών.

1.2 Ιστορική αναδρομή

Δεκαετία του 1970

Εμφανίζονται τα συστήματα ηλεκτρονικής μεταφοράς χρηματικών πόρων (eft) μεταξύ τραπεζών που χρησιμοποιούν ασφαλή ιδιωτικά δίκτυα. Τα συστήματα EFT αλλάζουν τη μορφή των αγορών.

Δεκαετία του 1980

Οι τεχνολογίες ηλεκτρονικής επικοινωνίας που βασίζονται στην αρχιτεκτονική της ανταλλαγής μηνυμάτων (συστήματα

EDI και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου)αποκτούν σημαντική διάδοση .Πολλές δραστηριότητες που παραδοσιακά διεκπεραιώνονταν με βασικό μέσω το χαρτί μπορούν πλέον να γίνουν ταχύτερα και με μικρότερο κόστος .

Οι συναλλαγές που παλαιότερα απαιτούσαν έντυπα όπως παραγγελίες αγοράς , συνοδευτικά έγγραφα και επιταγές πληρωμής μπορούν ν γίνουν κατά ένα μέρος η στο σύνολο τους ηλεκτρονικά με δομημένο τρόπο χάρη στα συστήματα EDI ή μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου

Τέλη της δεκαετίας του 1980 - αρχές της δεκαετίας του 1990

τα ηλεκτρονικά δίκτυα προσφέρουν μια μορφή κοινωνικής επικοινωνίας ε δυνατότητες όπως ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), ηλεκτρονική διάσκεψη (conferencing)και ηλεκτρονική συνομιλία (IRC), ομάδες συζήτησης (newsgroups, forums), μεταφορά αρχείων (FTP),κτλ. Η πρόσβαση στο δίκτυο γίνεται φθηνότερη λόγω της διεθνούς απελευθέρωσης της αγοράς τηλεπικοινωνιών.

1.3 ΜΟΡΦΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

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 η επικοινωνία μεταξύ ομάδων εργασίας , ηλεκτρονική δημοσίευση (άμεση διανομή πληροφοριών) κ.τ.λ.

Συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων (Business-to-Business - B2B):

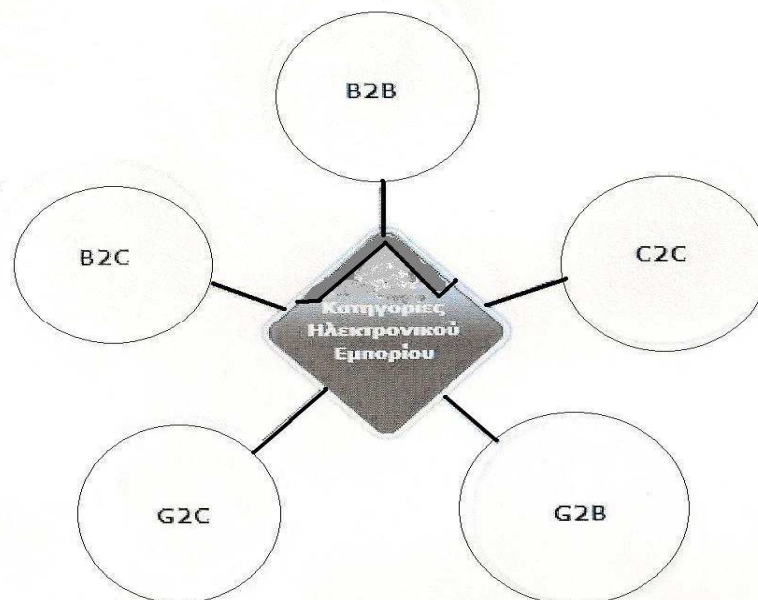
Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει σε επιχειρήσεις να βελτιώσουν τη μεταξύ τους συνεργασία απλοποιώντας τις διαδικασίες και το κόστος των προμηθειών , την ταχύτερη αποστολή των προμηθειών και τον αποτελεσματικότερο έλεγχο του επιπέδου αποθεμάτων .Επιπλέον , καθιστά ευκολότερη την αρχειοθέτηση των σχετικών εγγράφων και ποιοτικότερη την εξυπηρέτηση των 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 δοκιμάσει (μέσω ειδικών προγραμμάτων) , ανακαλύπτει προϊόντα τα οποία δεν θα μπορούσε να βρει εύκολα στη χώρα του , συγκρίνει τιμές και τέλος αγοράζει . Και όλα αυτά χωρίς να βγει από το σπίτι του , κερδίζοντας πολύτιμο χρόνο και κόπο .

Συναλλαγές μεταξύ Καταναλωτών (Consumer-to-Consumer - C2C):

Σε αυτήν την κατηγορία ο καταναλωτής πουλά απευθείας σε άλλους καταναλωτές . παράδειγμα αποτελούν τα άτομα που κάνουν πωλήσεις μέσω καταχωρημένων αγγελιών δικτυακοί τόποι δημοπρασιών όπου ο οποιοσδήποτε μπορεί να πουλήσει οτιδήποτε . Τέλος πολλά άτομα κάνουν χρήση intranets και άλλων ενδοεταιρικών δικτύων για να διαφημίσουν αντικείμενα , προϊόντα ή υπηρεσίες .(E-commerce εκδόσεις Κλειδάριθμος 2^η έκδοση Πασχόπουλος-Σκαλτσάς)



1.4 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ ΚΑΙ ΤΟΝ ΠΕΛΑΤΗ

Η φιλοσοφία του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι έτσι ,ώστε τα πλεονεκτήματα για τον επιχειρηματία να μεταφράζονται και ως οφέλη για τον πελάτη. Έτσι έχουμε τα ακόλουθα:

- ❖ Άμεση ικανοποίηση για τον πελάτη

- ❖ Μεγαλύτερη γκάμα προϊόντων για τον πελάτη
- ❖ Παγκόσμια προβολή της επιχείρησης και διευρυμένες επιλογές για τον πελάτη
- ❖ Συνεχείς προβολή της επιχείρησης
- ❖ 24ωρη υποστήριξη των πελατών
- ❖ Εξατομίκευση των επιχειρήσεων σύμφωνα με τις ανάγκες του πελάτη
- ❖ Μειωμένα κόστη marketing

1.5 ΠΕΔΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να εφαρμοστεί σε μια ευρεία γκάμα επιχειρηματικών λειτουργιών που περιλαμβάνουν²:

Ανταλλαγή πληροφοριών για προϊόντα και υπηρεσίες(πριν τη πώληση).

Για παράδειγμα, παρά πολλές επιχειρήσεις διαθέτουν ηλεκτρονικές σελίδες μέσω των οποίων διαφημίζουν στο Internet τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχουν .

Υποστήριξη πελάτη (πριν και μετά την πώληση)

Πολλές επιχειρήσεις δημιουργούν ομάδες συζητήσεων και επαφών με τους πελάτες τους, οι οποίοι με τον τρόπο αυτόν μπορούν να

² www.cosmo-one.gr

επικοινωνούν όχι μόνο με τον προμηθευτή , αλλά και μεταξύ τους , ανταλλάσσοντας πληροφορίες , ιδέες, κτλ.

Δημιουργία ηλεκτρονικών επιχειρήσεων – εμπορικά κέντρα

Το ηλεκτρονικό εμπόριο παρέχει τη δυνατότητα δημιουργίας ηλεκτρονικών επιχειρήσεων στο δίκτυο (π.χ ηλεκτρονικά καταστήματα, εταιρείες παροχής υπηρεσιών κτλ).Επιπλέον πολλές επιχειρήσεις δημιουργούν ηλεκτρονικά εμπορικά κέντρα δηλαδή ομάδες επιχειρήσεων που συνεργάζονται ηλεκτρονικά δημιουργώντας ένα Εμπορικό Κέντρο στο Internet.

Ηλεκτρονικές Τράπεζες

Οι ηλεκτρονικές τράπεζες επιτρέπουν στους πελάτες να χρεοπιστώνουν τους λογαριασμούς τους μέσα από το Internet , να μεταφέρουν κεφάλαια από έναν λογαριασμό σε άλλον ή ακόμη να κάνουν αίτηση για προέγκριση δανείου ,απόκτηση πιστωτικής ή άλλης κάρτας .

Ηλεκτρονική διανομή

Στα πλαίσια της ηλεκτρονικής διανομής μπορούν να ενταχθούν υπηρεσίες on-line διάχυσης πληροφοριών με μηδαμινό συνήθως κόστος χρήσης.

1.6 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ .

Οι τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται δεν είναι όλες νέες. Οι περισσότερες από αυτές χρησιμοποιούνται εδώ και αρκετά χρόνια από συγκεκριμένες επιχειρήσεις ή κλάδους. Αυτό που τους έδωσε ώθηση και έκανε την αντιμετώπισή τους ενιαία ήταν η αποδοχή των διεθνών προτύπων και η ανάγκη για νέες μορφές οργάνωσης και λειτουργικής διαχείρισης .Έτσι , οι επιχειρήσεις θα μπορούσαν να αντεπεξέλθουν στις συνθήκες που επιβάλλονται από τη διεθνοποίηση

των αγορών , τις νέες καταναλωτικές αντιλήψεις και κοινωνικές συνθήκες .

Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων(EDI – Electronic Data Interchange)

Δημιουργήθηκε στις αρχές της δεκαετίας του '70 . Η EDI είναι μια κοινή δομή αρχείων που σχεδιάστηκε ώστε να επιτρέψει σε μεγάλους οργανισμούς να μεταδίδουν πληροφορίες μέσα από μεγάλα ιδιωτικά δίκτυα .Πρόκειται για την ηλεκτρονική ανταλλαγή εμπορικών και διοικητικών δεδομένων από υπολογιστή σε υπολογιστή , με την ελάχιστη παρέμβαση χειρόγραφων διαδικασιών . τα δεδομένα αυτά είναι οργανωμένα σε αυτοτελή μηνύματα (τιμολόγια , παραγγελίες, τιμοκατάλογοι , φορτωτικές κτλ) , το περιεχόμενο και η δομή των οποίων καθορίζονται από κάποιο κοινώς αποδεκτό πρότυπο .Τα πρότυπα που χρησιμοποιούνται παγκοσμίως προέρχονται από τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών και καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα επικοινωνιακών αναγκών των εμπορικών εταιρειών .Το πρότυπο αυτό είναι EDIFACT(EDI for Administration, Commerce and Transportation).

Επίπεδο Ασφαλών Συνδέσεων (SSL – Secure Sockets Layer)

Το πρωτόκολλο αυτοσχεδιάστηκε προκειμένου να πραγματοποιεί ασφαλή σύνδεση με τον εξυπηρετητή (server).

Το SSL χρησιμοποιεί <<κλειδί>> δημόσιας κρυπτογράφησης , με σκοπό να προστατεύσει τα δεδομένα καθώς βρίσκονται μέσα στο Internet.

Ασφαλείς Ηλεκτρονικές Συναλλαγές (SET– Secure Electronic Transactions)

Το SET κωδικοποιεί τους αριθμούς της πιστωτικής κάρτας που αποθηκεύονται στον εξυπηρετητή του εμπόρου .το πρότυπο αυτό δημιουργήθηκε από την Visa και τη MasterCard .

Γραμμωτός κώδικας (Barcode)

Η τεχνολογία του γραμμωτού κώδικα αποτελεί τμήμα του γενικότερου τομέα των τεχνολογιών αυτόματης αναγνώρισης (Auto ID Technologies). είναι ένα σύγχρονο εργαλείο το οποίο βοηθά καταλυτικά στην ομαλή διακίνηση και διαχείριση (logistics) προϊόντων και υπηρεσιών . η ανάπτυξη του γραμμωτού κώδικα ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του 1960 με σκοπό να εξυπηρετήσει την πληρωμή προϊόντων στα καταστήματα τροφίμων . οι πρώτες εφαρμογές σε βιομηχανικό επίπεδο εμφανίστηκαν στα τέλη της ίδιας δεκαετίας σε μεγάλες αυτοκινητοβιομηχανίες για τον περιορισμό του κόστους εργασίας που σχετίζονταν με την παραγωγή.

Έξυπνες κάρτες (Smart Cards)

Οι έξυπνες κάρτες αποτελούν εξέλιξη των καρτών μαγνητικής λωρίδας (παθητικό μέσο αποθήκευσης του οποίου τα περιεχόμενα μπορούν να διαβαστούν και να αλλαχτούν). Μπορούν να αποθηκεύσουν μεγάλη ποσότητα δεδομένων και παρέχουν δυνατότητες κρυπτογράφησης και χειρισμού ηλεκτρονικών υπογραφών για την ασφάλεια των περιεχομένων τους . η ιδέα της έξυπνης κάρτας ξεκίνησε από την Γαλλία το 1974. το 1975 τα δικαιώματα ανάπτυξης πέρασαν σε μεγάλες εταιρείες ηλεκτρονικού εξοπλισμού .η νέα αυτή τεχνολογία παρουσιάστηκε στο κοινό το 1981 .σήμερα επικρατεί λανθασμένη εντύπωση ότι οι Smart Cards είναι τραπεζικές ή πιστωτικές κάρτες με αποτέλεσμα να μην αναγνωρίζεται το μεγάλο εύρος των δυνατοτήτων τους . η τεχνολογία των έξυπνων καρτών προσφέρει απεριόριστες δυνατότητες χρήσης στη βιομηχανία , το εμπόριο και τη δημόσια διοίκηση .

Πιστοποίηση και ασφάλεια

Για την ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών χρησιμοποιούνται ευρέως τα firewalls. Το firewall αποτελεί λογισμικό ή υλικό το οποίο επιτρέπει μόνο στους εξωτερικούς χρήστες που έχουν τα κατάλληλα δικαιώματα να προσπελάσουν το προστατευόμενο δίκτυο .ένα firewall επιτρέπει στους εσωτερικούς χρήστες να έχουν πλήρη

πρόσβαση στις παρεχόμενες υπηρεσίες , ενώ οι εξωτερικοί χρήστες πρέπει να πιστοποιηθούν. Υπάρχουν πολλοί τύποι firewall, καθένας από τους οποίους παρέχει διαφορετικά επίπεδα προστασίας . ο συνηθέστερος τρόπος χρησιμοποίησης ενός firewall είναι η τοποθέτηση ενός υπολογιστή ή δρομολογητή μεταξύ συγκεκριμένου 3δικτύου Internet και η παρακολούθηση της κυκλοφορίας μεταξύ του εξωτερικού και του τοπικού δικτύου .

1.7 ΚΥΚΛΟΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Αν ήταν δυνατόν να παρομοιάσουμε το ηλεκτρονικό εμπόριο με έναν κύκλο ζωής θα ακολουθούσε ως εξής:

Ανταλλαγή πληροφοριών

Με το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορούμε να πετύχουμε 2 στόχους ταυτόχρονα. Χρησιμοποιώντας το ηλεκτρονικό κατάστημα με τις ηλεκτρονικές φόρμες, μπορούμε να αντλήσουμε πληροφορίες από τους υπάρχοντες και πιθανούς πελάτες ,ενώ ταυτόχρονα προβάλλουμε τα προϊόντα μας .Μπορούμε επίσης να χρησιμοποιήσουμε τις διαδικτυακές κοινότητες(περιοχές συζητήσεων) για να ανταλλάξουμε πληροφορίες σχετικά με τα προϊόντα και την αγορά μας.

Παραγγελία

Χρησιμοποιούμε ηλεκτρονικές φόρμες και ηλεκτρονικό ταχυδρομείο για να πάρουμε παραγγελίες από τους πελάτες μας.

Παράδοση προϊόντος

Χρησιμοποιώντας το διαδίκτυο μπορούμε να κάνουμε ακόμη και παράδοση, εάν η φύση του προϊόντος το επιτρέπει όπως λογισμικό, βιβλία, μουσικά CDs, φωτογραφίες πάσης φύσεως είναι δυνατό να παραδοθούν ηλεκτρονικά. Έτσι επιτυγχάνεται μείωση του κόστους, λόγω αποφυγής μεταφορικών και ο πελάτης έχει το προϊόν στα χεριά του γρηγορότερα και φθηνότερα.

Πληρωμή

Ο συνηθέστερος τρόπος πληρωμής είναι η χρήση πιστωτικών καρτών.

Ηλεκτρονική ανταλλαγή παραστατικών

Μπορούμε να ανταλλάξουμε με τους προμηθευτές διανομείς και πελάτες ,δελτία αποστολής και τιμολόγια.

Εξυπηρέτηση πελατών

Η σχέση με τον πελάτη αρχίζει ουσιαστικά με την πώληση του προϊόντος έτσι χρησιμοποιούμε την τεχνολογία για να μάθουμε πόσο ικανοποιημένος έμεινε μετά την χρήση του. Δίνουμε πληροφορίες σχετικά με λύσεις σε πιθανά προβλήματα που μπορεί να συναντήσει κατά την χρήση του προϊόντος. (Ηλεκτρονικό εμπόριο εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών έτος 1997 Δουκίδης)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

2.1 Εναλλακτικά δίκτυα τραπεζικών συναλλαγών

Σε αυτό το κεφάλαιο θα ασχοληθούμε με τα εναλλακτικά δίκτυα ,την ιδιαίτερη φύση του καθενός ,τον σκοπό για τον οποίο έχει δημιουργηθεί το καθένα αλλά και την λειτουργία τους .Καθώς τα εναλλακτικά δίκτυα σε πλήθος είναι αρκετά και η φύση του καθενός ποικίλλει , είναι ενδιαφέρον αλλά και σημαντικό να εξετάσουμε το καθένα ξεχωριστά ώστε να κατανοήσουμε την φύση του καθενός αλλά και τον τρόπο λειτουργίας τους .

2.2 Mobile banking

Η ηλεκτρονική εξυπηρέτηση μέσω κινητού τηλεφώνου αποτελεί τα τελευταία χρόνια ένα συμπληρωματικό δίκτυο εξυπηρέτησης για πρόσβαση σε πληροφόρηση και σε απλές τραπεζικές συναλλαγές. Τα περισσότερα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα συνάπτουν σήμερα συνεργασία με εταιρείες παροχής υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας και προχωρούν στην παροχή υπηρεσιών mobile banking. Οι πελάτες και των δύο εταιρειών που συνεργάζονται , δηλαδή του χρηματοπιστωτικού ιδρύματος και της υπηρεσίας παροχής υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας, μπορούν να συνδέουν με τη μερίδα τους λογαριασμούς και να έχουν πρόσβαση σε μια σειρά απλών τραπεζικών υπηρεσιών μέσω του δικτύου. Σήμερα το δίκτυο mobile banking στηρίζεται πάνω σε δύο διαφορετικές μεθόδους διακίνησης των πληροφοριών, ανάλογα με το χρηματοπιστωτικό ίδρυμα και την τεχνολογική πλατφόρμα που διαθέτει εγκατεστημένη.

Οι δύο κυριότερες τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται σήμερα είναι οι ακόλουθες:

❖ Τεχνολογία **SMS**

❖ Τεχνολογία **WAP**

Στα συστήματα που στηρίζονται στην τεχνολογία αποστολής γραπτών μηνυμάτων (sms) οι πελάτες εκτελούν όλες τις τραπεζικές εργασίες αποστέλλοντας γραπτά μηνύματα στο τηλεφωνικό κέντρο του χρηματοπιστωτικού ιδρύματος. Τα συγκεκριμένα γραπτά μηνύματα περιέχουν τις τραπεζικές εντολές που θα εκτελεστούν, σε συγκεκριμένη μορφή, η οποία εξαρτάται από το πληροφοριακό σύστημα που χρησιμοποιεί κάθε χρηματοπιστωτικό ίδρυμα και διαχειρίζεται αυτή την πληροφορία. Στα συστήματα που στηρίζονται στην τεχνολογία (wap) ανταποκρίνονται μόνο γενιές κινητών τηλεφώνων που υποστηρίζουν το πρωτόκολλο επικοινωνίας wap .Πιο συγκεκριμένα η λειτουργία του συστήματος βασίζεται σε εφαρμογές που έχουν αναπτυχθεί από το κάθε χρηματοπιστωτικό ίδρυμα, ειδικά για την διεκπεραίωση τραπεζικών συναλλαγών. Οι περισσότερες εφαρμογές αυτής της μορφής βασίζονται σε γραφικό περιβάλλον, το οποίο είναι εξαιρετικά φιλικό προς το χρήστη .

Όσον αφορά το **κόστος** χρήσης της πρώτης υπηρεσίας είναι συνήθως τουλάχιστον το κόστος αποστολής δυο γραπτών μηνυμάτων (το πρώτο αποτελεί το αίτημα του πελάτη και το δεύτερο η απάντηση για την τύχη της συναλλαγής από το χρηματοπιστωτικό ίδρυμα), ανάλογα φυσικά με την πολυπλοκότητα της τραπεζικής εργασίας και το πλήθος των δεδομένων που θα διακινηθούν μεταξύ πελάτη και χρηματοπιστωτικού ιδρύματος .Η ολοκλήρωση της διαδικασίας πραγματοποιείται με την επισύναψη του μοναδικού κωδικού ασφαλείας του πελάτη σε γραπτό μήνυμα ΕΝ'Ω το κόστος χρήσης της τεχνολογίας wap είναι σαφώς μεγαλύτερο από την πλατφόρμα γραπτών μηνυμάτων και εξαρτάται αποκλειστικά και σε αυτή την περίπτωση ,από τον παροχέα υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας. Τις περισσότερες φορές , η πλοήγηση μέσω

πρωτοκόλλου WAP συνεπάγεται ογκοχρέωση ενώ άλλες φορές συνεπάγεται χρονοχρέωση, ανάλογα με το πακέτο σύνδεσης που κατέχει ο πελάτης.

Όσον αφορά την **ασφάλεια** του συστήματος sms, αυτή κρίνεται χαμηλή καθώς η διακίνηση των γραπτών μηνυμάτων υπόκειται αποκλειστικά και μόνο στο επίπεδο ασφάλειας που χρησιμοποιεί η εταιρεία παροχής υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας .Η τελευταία προωθεί όλες τις αποστέλλόμενες από τον πελάτη πληροφορίες προς το χρηματοπιστωτικό ίδρυμα , ενεργώντας ουσιαστικά ως μεσάζων μεταξύ τους. Η συγκεκριμένη τεχνολογία SMS ανταποκρίνεται σε όλες τις γενιές κινητών τηλεφώνων από την εμφάνισή τους και ανεξάρτητου κατασκευαστή της συσκευής ενώ όσον αφορά την ασφάλεια του δεύτερου συστήματος σαφώς είναι αυξημένη σε σχέση με το προηγούμενο πρότυπο καθώς γίνεται χρήση πιστοποιητικών ασφαλείας και ψηφιακών υπογραφών. Τα κινητά που κάνουν χρήση το πρότυπο wap είναι 3ης ή μεταγενέστερης γενιάς, κάτι που συνεπάγεται μεγαλύτερη υπολογιστική ισχύς. Επιπλέον , τα έξυπνα κινητά (smart phones) μπορούν να χρησιμοποιήσουν τα τελευταία λογισμικά προστασίας συναλλαγών , καθώς και λογισμικά εντοπισμού κακόβουλου λογισμικού. Σε αυτές τις περιπτώσεις η ασφάλεια των συναλλαγών κρίνεται εφάμιλλη με αυτή του internet banking. (θα αναφερθούμε πιο κάτω)

Σε γενικότερες γραμμές , το εναλλακτικό δίκτυο διεκπεραίωσης τραπεζικών συναλλαγών **mobile banking** προσφέρει σε κάθε περίπτωση :

- ❖ 24ωρη πρόσβαση στις παρεχόμενες υπηρεσίες σε οποιοδήποτε γεωγραφικό σημείο στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

- ❖ Αξιοποίηση του κινητού τηλεφώνου, το οποίο είναι φθηνότερο από ένα ηλεκτρονικό υπολογιστή και παράλληλα είναι μια φορητή συσκευή ευρέως διαδεδομένη σε όλα τα κοινωνικά επίπεδα.
- ❖ Παροχή προστιθέμενης αξίας στον πελάτη μέσω της δυνατότητας πληροφόρησης και διενέργειας συναλλαγών ακόμα και <<εν κινήσει>> (π.χ στο δρόμο, στο τρένο, σε λεωφορείο κτλ)
- ❖ Εξυπηρέτηση πελατειακών ομάδων που κάνουν χρήση πληροφοριών σε πραγματικό χρόνο (real time) και επιθυμούν να δραστηριοποιούνται με μεγαλύτερη ευκολία και κινητικότητα (π.χ έμποροι κτλ)
- ❖ Αυτοματοποίηση των συναλλαγών
- ❖ Παροχή αναβαθμισμένης τραπεζικής εξυπηρέτησης
- ❖ Προσέγγιση νέων ομάδων πελατείας
- ❖ Χαμηλό κόστος

Η αλήθεια είναι ότι το mobile banking αποτελεί ένα πρωτοποριακό δίκτυο εξυπηρέτησης τραπεζικών συναλλαγών που εμφανίζει μεγάλη δυναμική και συνεχή καθημερινή επέκταση στην πελατειακή βάση κάθε χρηματοπιστωτικού ιδρύματος

2.3 Τηλεφωνική τραπεζική (phone banking)

Η τεχνολογία της **Τηλεφωνικής Τραπεζικής** αποτελεί ένα καινοτόμο δίκτυο διεκπεραίωσης τραπεζικών συναλλαγών το οποίο εμφανίστηκε τα τελευταία χρόνια. Σιγά- σιγά όλα τα

χρηματοπιστωτικά ιδρύματα ξεκίνησαν την παροχή υπηρεσιών τηλεφωνικής τραπεζικής ενώ συνολικά η τεχνολογία αυτή συνεχίζει να εξελίσσεται με γοργούς ρυθμούς. Οι πελάτες μέσω αυτής της τεχνολογίας, μπορούν πλέον όχι μόνο να πληροφορούνται αλλά και να πραγματοποιούν συναλλαγές απλά μιλώντας στο τηλέφωνο. Το σύστημα βασίζεται στη μη πληκτρολόγηση εντολών και στην τεχνολογία φωνητικών εντολών. Η τεχνολογία φωνητικής αναγνώρισης ενσωματώνεται πλέον στα συστήματα τηλεφωνικής τραπεζικής, καταργώντας τις παλαιότερες μεθόδους τηλεξυπηρέτησης, όπου ο πελάτης έπρεπε να πληκτρολογεί στο τηλέφωνο που χρησιμοποιούσε τους αριθμούς που αντιστοιχούσαν στις εντολές που επιθυμούσε να εκτελέσει. Η καινοτομία αυτή βασίζεται στο ότι ο πελάτης μπορεί να πλοηγηθεί στις διάφορες επιλογές του συστήματος χρησιμοποιώντας απλές εντολές τις οποίες εκφωνεί ο ίδιος από το τηλέφωνο. Έτσι, η όλη διαδικασία κρίνεται ιδιαίτερα φιλική προς τον χρήστη με αποτέλεσμα, βαθμιαία περισσότεροι πελάτες να οδηγούνται στη χρήση των εναλλακτικών δικτύων.

Τα τελευταία άλλωστε είναι πολύ πιο άνετα και οικονομικά για τον ίδιο τον πελάτη. Κύριος στόχος των τραπεζών είναι να συνδυαστεί το <<τερπνόν μετά του ωφελίμου>> ώστε οι υπάλληλοι κάθε τράπεζας να απαλλαγούν βαθμιαία από τις τυποποιημένες και βαρετές διαδικασίες ώστε να επικεντρωθούν περισσότερο στην εξυπηρέτηση του πελάτη και την προώθηση των πωλήσεων. Συνηθέστερη πρακτική των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων είναι η ενεργοποίηση των υπηρεσιών τηλεφωνικής τραπεζικής για κάποιο πελάτη , μετά από αίτηση του τελευταίου σε φυσική μορφή σε κάποιο από τα υποκαταστήματα της τράπεζας της οποίας είναι πελάτης. Η δημιουργία του νέου αυτού καναλιού εξυπηρέτησης υλοποιεί τις νέες στρατηγικές των Διευθύνσεων Ηλεκτρονικής Τραπεζικής των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων , οι οποίες επικεντρώνονται στους ακόλουθους βασικούς άξονες:

- ❖ Την πρωτοπορία με τη χρήση τεχνολογίας αιχμής
- ❖ Την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών
- ❖ Τη διατήρηση της ασφάλειας σε υψηλά επίπεδα
- ❖ Διευκόλυνση όλων των πελατών για την διεκπεραίωση των συναλλαγών : πληροφόρηση προϊόντων αιχμής , απλές τραπεζικές εργασίες , απώλειες , παράπονα κ.ά
- ❖ Αποφόρτιση του δικτύου των καταστημάτων από απλές τραπεζικές εργασίες και ερωτήματα.
- ❖ Συμβάλει στην αύξηση των πωλήσεων

Στα πλαίσια της πολιτικής **ασφάλειας**, το σύνολο των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων αντικατέστησαν όλες τις παλιότερες μεθόδους ασφαλείας όπως για παράδειγμα η διανομή και χρήση λιστών κωδικών για την διεκπεραίωση κάθε συναλλαγής (εφαρμογή κωδικού μιας χρήσης για την ολοκλήρωση κάθε μιας συναλλαγής), με νέα συστήματα ηλεκτρονικών κλειδαριθμών (e –codes) περιορισμένης χρονικής διάρκειας (token time event). Το σύστημα ηλεκτρονικών κλειδαριθμών τροφοδοτεί τον πελάτη με κωδικούς που επιβεβαιώνουν την ολοκλήρωση κάθε συναλλαγής και παράγονται από ειδική συσκευή με την οποία εφοδιάζει κάθε τράπεζα τους πελάτες της. Έτσι το phone banking θα προσφέρει στους εγγεγραμμένους χρήστες τη δυνατότητα πραγματοποίησης συναλλαγών και πληροφόρηση για όλα τα στοιχεία που αφορούν τις συναλλαγές τους με την τράπεζα. Παράλληλα λειτουργεί και ως call

center, στο οποίο θα οδηγούνται όλες οι διαφορετικές τηλεφωνικές γραμμές επικοινωνίας της κάθε τράπεζας και προσφέρει πληροφόρηση για όλα τα προϊόντα αυτής, καθώς και διασύνδεση με τις υπόλοιπες τυχόν εταιρείες του ομίλου στο οποίο ανήκει κάθε χρηματοπιστωτικό ίδρυμα. Με αυτόν τον τρόπο υλοποιείται ενιαία επικοινωνιακή πολιτική καθώς υφίσταται ένα και μοναδικό σημείο εξυπηρέτησης (ενιαίος αριθμός κλήσης), το οποίο λειτουργεί στις περισσότερες περιπτώσεις σε 24ωρη βάση επτά ημέρες την εβδομάδα. Αξίζει να σημειωθεί ότι αυτές οι υπηρεσίες παρέχονται και σε άλλες γλώσσες πέρα της Ελληνικής ώστε να εξυπηρετούνται και οι αλλοδαποί πελάτες. Με την ολοκλήρωση της κάθε συναλλαγής, οι πελάτες έχουν τη δυνατότητα να λάβουν απόδειξη για κάθε συναλλαγή τους είτε μέσω fax, είτε μέσω sms, είτε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Ο χρήστης του συστήματος έχει πρόσβαση στις διαθέσιμες υπηρεσίες είτε μέσω του αυτοματοποιημένου συστήματος <IVR> ή εναλλακτικά μέσω εκπροσώπων <agents>. Σε πρώτη φάση οι εκπρόσωποι στηρίζουν όσες συναλλαγές δεν μπορεί να εξυπηρετήσει το αυτόματο σύστημα. Κατά τα αρχικά στάδια εφαρμογής το ποσοστό που αναμένεται να διεκπεραιώνεται μέσω των εκπροσώπων είναι περίπου 70%. Ωστόσο με την πάροδο του χρόνου και την εξοικείωση των χρηστών με τη χρήση του αυτοματοποιημένου συστήματος το ποσοστό αυτό αναμένεται να μειωθεί στο 30%.

Το προσωπικό του κέντρου παράλληλα ασχολείται και με εξερχόμενες κλήσεις πωλήσεων προϊόντων λιανικής τραπεζικής (tele-marketing) απαλλάσσοντας την κάθε τράπεζα από πρόσθετο κόστος υλοποίησης προωθητικών προγραμμάτων από εξωτερικούς συνεργάτες. Ενδεικτικά αναφέρουμε κάποιες από τις συναλλαγές που σήμερα πραγματοποιούνται μέσω phone banking και έχουν κατά κάποιο λόγο μετακυλίσει από τη λειτουργία του internet banking κάθε τράπεζας:

- I. Πληροφόρηση για υπόλοιπα και κινήσεις λογαριασμών , πιστωτικών καρτών, τιμές χρηματιστηρίου και αμοιβαίων κεφαλαίων , νέες υπηρεσίες
- II. Μεταφορά ποσών μεταξύ λογαριασμών πελάτη ,σε λογαριασμό τρίτου ΕΤΕ σε άλλη τράπεζα εσωτερικού μέσω DIAS TRANSFER ,σε τράπεζα εξωτερικού μέσω STEP2
- III. Πληρωμή λογαριασμών πιστωτικών καρτών έκδοσης Εθνικής και άλλων τραπεζών ,ΔΕΗ ,ΟΤΕ ,ΙΚΑ, ΤΕΒΕ , ΦΠΑ , κ.ά
- IV. Παραγγελία μπλοκ επιταγών ,αίτηση για έκδοση πιστωτικής κάρτας κ.ά

Τα προσδοκώμενα οφέλη για την τράπεζα από τη λειτουργία της υπηρεσίας είναι πολλαπλά. Η δυνατότητα πραγματοποίησης συναλλαγών με χρήση τηλεφωνικής συσκευής , η οποία αποτελεί το δημοφιλέστερο μέσο επικοινωνίας και η βελτιωμένη ασφάλεια σε σχέση με το διαδίκτυο αναμένεται να έχουν σαν αποτέλεσμα την αύξηση της διείσδυσης των εναλλακτικών δικτύων στην πελατειακή βάση. Επομένως η αύξηση αυτή αναμένεται να συμβάλει θετικά στα αποτελέσματα κάθε τράπεζας καθώς θα προκαλέσει μετακύλιση των συναλλαγών προς τα εναλλακτικά δίκτυα τα οποία έχουν πολύ μικρότερο λειτουργικό κόστος .

2.4 ATM και Self service terminals (SST)

Το εναλλακτικό δίκτυο των **αυτόματων μηχανών εξυπηρέτησης** και διεκπεραίωσης τραπεζικών συναλλαγών (ATM) είναι ίσως το πιο

διαδεδομένο δίκτυο εξυπηρέτησης και το πιο γνωστό στο μέσο πελάτη κάθε χρηματοπιστωτικού ιδρύματος. Κάθε χρηματοπιστωτικό ίδρυμα διαθέτει εκατοντάδες και σε πολλές περιπτώσεις χιλιάδες τερματικά ATM και SST εξαπλωμένα στη μεγαλύτερη γεωγραφική επικράτεια της χώρας.

Τα τερματικά εξυπηρέτησης διακρίνονται σε γενικές γραμμές σε δυο βασικές κατηγορίες, βάσει των εργασιών που είναι ικανά να εκτελέσουν:

❖ Τερματικά **ATM**

❖ Τερματικά **SST**

Και τα δυο είδη τερματικών βρίσκονται σε επικοινωνία πραγματικού χρόνου με το χρηματοπιστωτικό ίδρυμα στο οποίο ανήκουν και πιο συγκεκριμένα με το τραπεζικό κατάστημα το οποίο τα διαχειρίζεται. Τα καταστήματα είναι υπεύθυνα για τον εφοδιασμό αυτών με τραπεζογραμμάτια αλλά και την παραλαβή των τραπεζογραμμάτων από τυχόν καταθέσεις που έγιναν. Το πιο διαδεδομένο τερματικό είναι το ATM το οποίο χρησιμοποιείται καθολικά στην αγορά.

Σε αντιστοιχία με το δίκτυο ATM πολλά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα προβαίνουν στη δημιουργία εναλλακτικών δικτύων που αποτελούνται από τερματικά εξυπηρέτησης SST. Η διαφορά με το δίκτυο των ATM έγκειται στο ότι τα συγκεκριμένα τερματικά είναι ικανά για περισσότερο πολύπλοκες τραπεζικές διεργασίες, όπως για παράδειγμα η αποστολή χρημάτων στο εξωτερικό μέσω εμβασμάτων, η άμεση έκδοση και τύπωση πιστωτικών καρτών κλπ . Και τα δυο δίκτυα εξυπηρέτησης βασίζονται στη χρήση τερματικών που έχει

τοποθετήσει το κάθε χρηματοπιστωτικό ίδρυμα σε στρατηγικά επιλεγμένες περιοχές, για την εξυπηρέτηση των πελατών. Πολλά από αυτά τα τερματικά βρίσκονται σε διαφορετική περιοχή, από ότι τα τραπεζικά καταστήματα τα οποία τα διαχειρίζονται. Και τα δυο συστήματα βασίζουν τη λειτουργία αλλά και την ασφάλεια που παρέχουν στη προσωπική κάρτα (πιστωτική ή χρεωστική) και στον προσωπικό μυστικό αριθμό (pin) με τα οποία είναι εφοδιασμένοι όλοι οι πελάτες που χρησιμοποιούν τα τερματικά , ανεξαρτήτου είδους. Η χρήση των τερματικών χωρίς αυτά είναι αδύνατη.

Σε γενικές γραμμές τα κυριότερα οφέλη από τη χρήση αυτού του εναλλακτικού δικτύου εξυπηρέτησης είναι τα ακόλουθα:

- ❖ Μεγάλη ποικιλία συναλλαγών μέσα από ένα τεράστιο δίκτυο ATM και το σύστημα DIAS

- ❖ Εξυπηρέτηση είκοσι τέσσερις ώρες το εικοσιτετράωρο

- ❖ Εξοικονόμηση χρόνου

- ❖ Εγχρήματες συναλλαγές σε αντίθεση με τα υπόλοιπα δίκτυα όπως το internet banking , το phone banking και το mobile banking καθώς υπάρχει η δυνατότητα κατάθεσης και ανάληψης μετρητών.

Μπορούμε να πούμε με σιγουριά ότι το μεγαλύτερο πλεονέκτημα αυτών των δικτύων σε αντίθεση με όλα τα υπόλοιπα είναι η δυνατότητα να πραγματοποιεί ο κάθε πελάτης εγχρήματες συναλλαγές μέσω των τερματικών και αυτό καθώς η πρόσβαση σε τραπεζικές υπηρεσίες απαιτεί τη φυσική παρουσία του πελάτη στο κάθε τερματικό.

Όσον αφορά την **ασφάλεια** τους, τα τελευταία χρόνια το δίκτυο ATM πολλών τραπεζών έχουν πέσει θύματα απάτης λόγω του ότι διαχειρίζονται χρήμα στη φυσική του μορφή. Η πιο διαδεδομένη μορφή απάτης στα ATM παραμένει η μέθοδος της αντιγραφής των στοιχείων της κάρτας κατά την πραγματοποίηση συναλλαγής από τον νόμιμο κάτοχο και είναι γνωστή διεθνώς με τον όρο ' ' skimming ' '. Για την αντιγραφή των στοιχείων της κάρτας οι δράστες προσαρμόζουν ειδική συσκευή στην είσοδο του αναγνώστη κάρτας του ατμ χωρίς ο κάτοχος να μπορεί να το αντιληφθεί.

Διάφορες μέθοδοι χρησιμοποιούνται για την υποκλοπή του pin. Με το συγκεκριμένο τρόπο οι δράστες καταφέρνουν ,τυπώνοντας πλαστές κάρτες ,να κάνουν ανάληψη χρημάτων χρησιμοποιώντας το γνήσιο pin σε ATM που διαβάζουν μόνο την μαγνητική πίστα της κάρτας. Η αναφερόμενη απάτη είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη διεθνώς και τα τελευταία 3-4 χρόνια τα στατιστικά στοιχεία παρουσιάζουν ιδιαίτερα αυξητικές τάσεις που τρομάζουν. Συγκεκριμένα κατά το προηγούμενο έτος 2009 αναφέρθηκαν από τις περισσότερες (27) ευρωπαϊκές χώρες 3143 περιστατικά παγίδευσης ATM με αποτέλεσμα την απώλεια εκ μέρους των τραπεζών 44 εκατομμυρίων ευρώ.

Κάθε χρηματοπιστωτικό ίδρυμα δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην ερεύνα της κάθε περίπτωσης όταν αμφισβητείται εντελώς η πραγματοποίηση της συναλλαγής από τον κάτοχο ή όταν υπάρχουν μη ομαλά ολοκληρωμένες συναλλαγές.

Για τον έλεγχο των συναλλαγών υπάρχουν εξειδικευμένες ομάδες από άριστα εκπαιδευμένο προσωπικό που ασχολείται αποκλειστικά με την πρόληψη και την καταπολέμηση της ηλεκτρονικής απάτης στα ATM. Οι συγκεκριμένες ομάδες παρακολουθούν με ειδικό λογισμικό σύστημα , καθ' όλο το 24ωρο σε πραγματικό χρόνο real time όλες οι συναλλαγές που πραγματοποιούνται στα ATM και SST. Σε περίπτωση

εντοπισμού ύποπτων συναλλαγών λαμβάνονται αμέσως όλα τα απαραίτητα μέτρα, μεταξύ των οποίων είναι και η δέσμευση με προσωρινή φραγή των εμπλεκόμενων καρτών προστατεύοντας κατ' αυτόν τον τρόπο τους λογαριασμούς των κατόχων και κατ' επέκταση το θεσμό του δικτύου και το κύρος κάθε τράπεζας. Κάθε τράπεζα συνεργάζεται με διεθνείς οργανισμούς και τράπεζες στην Ελλάδα και το εξωτερικό ανταλλάσσοντας πληροφορίες που αφορούν σε θέματα καταπολέμησης της απάτης στα ATM. Επίσης ενημερώνει το τμήμα δίωξης οικονομικού εγκλήματος της γενικής αστυνομικής διεύθυνσης (Γ.Α.Δ)

Οι τράπεζες λαμβάνουν όλα τα απαραίτητα μέτρα ελέγχου ,πρόληψης και καταστολής της ηλεκτρονικής απάτης για τις συναλλαγές στα ATM.

Επειδή όμως σχεδόν όλα τα περιστατικά παγίδευσης των ATM από τους δράστες πραγματοποιούνται σε ημέρες και ώρες εκτός λειτουργίας των καταστημάτων είναι ιδιαίτερα σημαντικό οι κάτοχοι να είναι προσεχτικοί κατά την ώρα της συναλλαγής τους ώστε αν εντοπίσουν κάτι διαφορετικό στο ATM να ειδοποιήσουν αμέσως την τράπεζα. Η ελληνική ένωση τραπεζών (Ε.Ε.Τ). έχει εκδώσει με σκοπό την ενημέρωση των πελατών βέλτιστες πρακτικές όσον αφορά τα μέτρα προφύλαξης που πρέπει να λαμβάνονται εκ μέρους των κατόχων. Συνήθως τα πλέον πιθανά σημεία παραβίασης είναι ο μηχανισμός εισαγωγής της κάρτας <αναγνώστης κάρτας> ο φωτισμός <πλαφονιέρα> της οροφής του ATM αλλά και στα πλαϊνά μέρη <τοποθετείται μικρό-κάμερα >και το πληκτρολόγιο του πελάτη <τοποθετείται πολλή λεπτή μεμβράνη –ψεύτικο πληκτρολόγιο με σκοπό την απόσπαση του PIN>

2.5 Σύστημα ΔΙΑΣ/MAESTRO

Το **σύστημα ΔΙΑΣ** είναι ένα εναλλακτικό δίκτυο το οποίο εφαρμόστηκε την τελευταία δεκαετία στην Ελλάδα ενώ αντίστοιχα στο εξωτερικό υπάρχει σε συνεργασία με το ΔΙΑΣ το δίκτυο maestro. Το σύστημα αποσκοπεί στην εξυπηρέτηση των πελατών –κατόχων χρεωστικών και πιστωτικών καρτών από το δίκτυο των ΑΤΜ των τραπεζών που συμμετέχουν στο σύστημα ΔΙΑΣ.

Χρονολογικά προγενέστερο δίκτυο είναι το πανευρωπαϊκό δίκτυο maestro ενώ στην Ελλάδα δημιουργήθηκε το δίκτυο ΔΙΑΣ το οποίο συνεργάζεται με το πρώτο. Πιο συγκεκριμένα το σύστημα ΔΙΑΣ συνδέεται με το δίκτυο maestro καταβάλλοντας ετήσια αποζημίωση και τέλη σύνδεσης. Έτσι το δίκτυο ΑΤΜ γιγαντώνεται και σε συνάρτηση με το δίκτυο maestro δημιουργείται ένα τεράστιο πλέγμα δίκτυο σημείων εξυπηρέτησης για τους πελάτες. Ο πελάτης χρησιμοποιεί την χρεωστική του ή πιστωτική κάρτα που προμηθεύεται από το χρηματοπιστωτικό ίδρυμα με το οποίο συνεργάζεται για να ολοκληρώσει τη συναλλαγή του. Αν εξυπηρετηθεί από ΑΤΜ που ανήκει στη τράπεζα που εξέδωσε την κάρτα συνήθως η συναλλαγή είναι ανέξοδη. Αν εξυπηρετηθεί από ΑΤΜ άλλης τράπεζας που ανήκει στο δίκτυο ΔΙΑΣ ή στο δίκτυο maestro τότε χρεώνεται με ένα πάγιο έξοδο συναλλαγής που αποδίδεται τόσο στην τράπεζα στην οποία ανήκει το ΑΤΜ όσο και στην αρχή που διαχειρίζεται το δίκτυο ΔΙΑΣ ή MAESTRO αντίστοιχα. Φυσικά το ποσό της χρέωσης υπόκειται στην τιμολογιακή πολιτική κάθε χρηματοπιστωτικού ιδρύματος και ποικίλλει ανάλογα με την περίπτωση. Το κάθε χρηματοπιστωτικό ίδρυμα που θέλει να συνδέσει το δίκτυο ΑΤΜ που έχει με το δίκτυο ΔΙΑΣ καταβάλλει πάγια αποζημίωση στη διαχειριστική αρχή του δικτύου και πάγια τέλη σύνδεσης. Επιδίωξη των περισσότερων τραπεζών είναι η διασύνδεση των ΑΤΜ με το σύστημα ΔΙΑΣ ώστε να παρέχει για τους πελάτες την μεγαλύτερη ευελιξία συναλλαγών.

2.6 Internet banking

Η έννοια της **ηλεκτρονικής τραπεζικής** έχει εισαχθεί για τα καλά στη ζωή μας και η επέκταση που γνωρίζει το δίκτυο του στην καθημερινότητα μας είναι τεράστια. Όλα τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα έχουν κατασκευάσει δίκτυα ηλεκτρονικής τραπεζικής και ο αριθμός των χρηστών αυξάνεται με τεράστιους ρυθμούς παγκοσμίως. Με την αλματώδη πρόοδο της τεχνολογίας ιδιαίτερα κατά την τελευταία πενταετία έχει γίνει εφικτή η σύνδεση εκατομμυρίων ηλεκτρονικών υπολογιστών σε οποιοδήποτε μέρος του κόσμου κι αν βρίσκονται μέσω κοινών τηλεφωνικών γραμμών σε ένα τεράστιο δίκτυο δημόσιας χρήσης ευρύτερα γνωστό ως internet(διαδύκτιο). Μέσω του δικτύου αυτού οι επιχειρήσεις και οι μεμονωμένοι χρήστες έχουν δυνατότητα πρόσβασης σε πλήθος βάσεων δεδομένων αλλά και υπηρεσιών που παρέχονται είτε από επιχειρήσεις είτε από κρατικούς οργανισμούς πανεπιστήμια τράπεζες κ.α. Κάθε χρηματοπιστωτικό ίδρυμα ανταποκρινόμενο στις προκλήσεις των καιρών εισέρχεται δυναμικά στο χώρο το ηλεκτρονικού εμπορίου με το internet banking ένα πρωτοποριακό και ιδιαίτερα ανταγωνιστικό προϊόν που προσφέρει στους πελάτες του τη δυνατότητα διενέργειας τραπεζικών και χρηματιστηριακών συναλλαγών χωρίς να απαιτείται η προσέλευση τους στις θυρίδες του. Ειδικότερα ο πελάτης που διαθέτει πρόσβαση στο internet μέσω μιας εταιρείας παροχής υπηρεσιών διαδικτύου internet service provider (ISP) μπορεί με τη χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή pc εξοπλισμένου με το κατάλληλο λογισμικό software και την αναγκαία περιφερειακή συσκευή επικοινωνίας modem μέσω κοινής τηλεφωνικής γραμμής να προβεί στη διενέργεια τραπεζικών και χρηματιστηριακών συναλλαγών από την κατοικία του <ή για τα

νομικά πρόσωπα την έδρα τους>. Η πρόσβαση στο internet banking μπορεί επίσης να επιτευχθεί και από άλλους χώρους όπως τα internet café.

Μερικές ενδεικτικές τραπεζικές εργασίες που μπορεί κάποιος να εκτελέσει μέσω του συστήματος internet banking είναι οι κάτωθι:

- ❖ Ενημέρωση για το υπόλοιπο και την κίνηση των λογαριασμών του πελάτη

- ❖ Μεταφορά ποσών ανάμεσα σε λογαριασμούς του πελάτη ή λογαριασμού τρίτων

- ❖ Ενημέρωση για το χαρτοφυλάκιο μετοχών και εκτέλεση χρηματιστηριακών εντολών με ταυτόχρονη ενημέρωση της τύχης κάθε εντολής

- ❖ Ενημέρωση για το χαρτοφυλάκιο αμοιβαίων κεφαλαίων

- ❖ Τα οφέλη από την χρήση είναι πάρα πολλά ώστε να καθιστούν τη συγκεκριμένη υπηρεσία ελκυστική για το μέσο πελάτη. Έτσι λοιπόν οι πελάτες μπορούν

- ❖ Να απολαμβάνουν σύγχρονη και τεχνολογικά άρτια εξυπηρέτηση στο χώρο τους

- ❖ Να εξοικονομεί χρόνο και να αποφεύγει την ταλαιπωρία από επισκέψεις στα ταμεία των καταστημάτων της τράπεζας με την οποία συνεργάζεται
- ❖ Να απολαμβάνει δωρεάν άμεση και ποιοτική εξυπηρέτηση
- ❖ Να διεκπεραιώνει τις συναλλαγές του με χαμηλό κόστος

Το internet banking είναι ένας εύκολος γρήγορος και ασφαλής τρόπος για πραγματοποίηση τραπεζικών και χρηματιστηριακών συναλλαγών από οποιοδήποτε σημείο υπάρχει δυνατότητα σύνδεσης στο internet (από το σπίτι, το γραφείο, το φορητό υπολογιστή ακόμα και από το εξωτερικό)

Παρέχει υπηρεσίες που προσθέτουν αξία στον πελάτη όπως ταχύτητα, ευκολία και ευελιξία στις συναλλαγές, διαθεσιμότητα υπηρεσιών σε 24ωρη βάση, 7 ημέρες την εβδομάδα, 365 μέρες τον χρόνο καθώς και χαμηλή έως μηδενική τιμολόγηση υπηρεσιών σε σχέση με τις συναλλαγές στο γκισέ.

Παρέχει άμεση διαχείριση των συναλλαγών (πληροφοριακών επενδυτικών δανειακών πληρωμών κλπ).Επιπλέον, έχει πολλές δυνατότητες για επαγγελματίες και επιχειρήσεις όπως μαζικές πληρωμές σε συνεργάτες ,προμηθευτές και μισθοδοσία προσωπικού, μαζικές εισπράξεις από οφειλέτες με αυτόματη χρέωση του λογαριασμού τους και καθορισμό χρηστών με δυνατότητα πρόσβασης σε ορισμένες συναλλαγές /λογαριασμούς όρια ποσών και σύμπραξη δυο ή περισσότερων χρηστών για κάθε συναλλαγή. Επιτυγχάνει βελτιστοποίηση διαδικασιών ,μείωση λειτουργικών εξόδων και προσαρμογή στις ανάγκες κάθε επιχείρησης.

Όσον αφορά την **ασφάλεια** των συναλλαγών με internet banking αποτελεί θέμα ύψιστης σημασίας για την τράπεζα καθώς αποτελεί κατά κάποιο τρόπο και το τραπεζικό κύρος και την εμπιστοσύνη που

της δείχνουν οι πελάτες της. Έτσι κάθε χρόνο δαπανώνται μεγάλα ποσά και αρκετές εργατόρες για τη διασφάλιση της ασφάλειας των συστημάτων. Στη συνέχεια θα αναλύσουμε αυτές τις μεθόδους διασφάλισης που χρησιμοποιούνται σήμερα.

Η μυστικότητα και το αναλλοίωτο των δεδομένων εξασφαλίζονται μέσω του πρωτοκόλλου επικοινωνίας SSL το οποίο στις περισσότερες περιπτώσεις διακρίνεται σε 2 είδη ανάλογα με την κρυπτογραφία που χρησιμοποιεί. Έτσι μπορεί να είναι SSL 40 bit encryption που θεωρείται ασθενής ή χαλαρή κρυπτογράφηση και SSL 128 bit encryption που θεωρείται ισχυρή κρυπτογράφηση. Το πρωτόκολλο SSL θεωρείται σήμερα απαραίτητο για τις εφαρμογές στο διαδίκτυο και μια κρυπτογράφηση της τάξεως των 128bit θεωρείται εξαιρετικά ικανοποιητική. Η αυθεντικότητα του χρήστη επιτυγχάνεται με τη χρήση ενός ονόματος χρήστη user id και ενός κωδικού πρόσβασης password το οποίο είναι μυστικό και το γνωρίζει αποκλειστικά και μόνο ο χρήστης. Ο κωδικός αυτός εκδίδεται τις περισσότερες φορές από το χρηματοπιστωτικό ίδρυμα και είναι αυστηρά προσωπικός. Το τελευταίο ορίζει κανόνες ασφαλείας τις οποίες πρέπει να ακολουθεί κάθε μυστικός κωδικός πρόσβασης. Για παράδειγμα μπορεί να ορίσει ότι ο κωδικός πρόσβασης που εισάγει κάθε χρήστης θα πρέπει να έχει συγκεκριμένο μήκος και οι χαρακτήρες που περιέχει να αντλούνται από συγκεκριμένο σύνολο αλφαριθμητικών χαρακτήρων. Για την αποφυγή υποκλοπής του συνθηματικού όλες οι εφαρμογές ποτέ δεν αποτυπώνουν τον κωδικό στην οθόνη του υπολογιστή αλλά τον εμφανίζουν κρυπτογραφημένο ή με την μορφή αστεριών. Η αποτυχημένη εισαγωγή στο σύστημα και η επανάληψη της για ένα ικανό αριθμό προσπαθειών οδηγεί στο κλείδωμα του λογαριασμού. Το ξεκλείδωμα είναι δυνατό μόνο μέσω της τράπεζας κάτι που βοηθά στο να αποτραπούν προσπάθειες ' 'μαντέματος ' ' του κωδικού

πρόσβασης. Επίσης ο χρήστης έχει στην διάθεση του μόνο λίγα λεπτά για να ολοκληρώσει την εισαγωγή του στο σύστημα. Έτσι αν δεν κάνει εισαγωγή στην εφαρμογή μέσα σε π.χ πέντε λεπτά η εφαρμογή κλείνει και απαιτείται από το χρήστη να ολοκληρώσει ξανά την εισαγωγή του στο σύστημα. Επίσης αν μείνει η εφαρμογή αδρανής για κάποιο χρονικό διάστημα (δέκα λεπτά) τότε επίσης η εφαρμογή τερματίζεται αυτόματα για να αποκλείσει τη μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση στο σύστημα.

Μία απειλή που έχει εμφανιστεί για το συγκεκριμένο δίκτυο τα τελευταία χρόνια είναι τα λεγόμενα προγράμματα key loggers. Τα τελευταία αποτελούν κακόβουλο λογισμικό και αποσκοπούν στην αποθήκευση του κάθε τι που πληκτρολογεί ο χρήστης στον υπολογιστή του. Έτσι καταφέρουν να υποκλέπτουν τα συνθηματικά και τους κωδικούς χωρίς φυσικά να γίνονται αντιληπτοί από τον χρήστη. Πολλές τράπεζες για να παρακάμψουν αυτόν τον κίνδυνο χρησιμοποιούν εικονικά πληκτρολόγια virtual keyboards. Με αυτή τη μέθοδο όταν ο χρήστης πρέπει να πληκτρολογήσει το κωδικό του για να εισέλθει στο σύστημα internet banking εμφανίζεται στη οθόνη του ένα πληκτρολόγιο και αν ο υπολογιστής του έχει μολυνθεί από ένα πρόγραμμα key logger το τελευταίο δεν θα μπορέσει να υποκλέψει τον κωδικό πρόσβασης από το σύστημα.

Τα μηνύματα του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που προέρχονται από οποιοδήποτε τράπεζα πλέον υπογράφονται ψηφιακά. Τα τελευταία χρόνια έχουν πληθύνει ανησυχητικά τα κρούσματα phishing τα οποία οδήγησαν στην υποχρεωτική ψηφιακή υπογραφή. Κατά το φαινόμενο phishing πολλοί πελάτες τραπεζών δέχονται ηλεκτρονικά μηνύματα τα οποία προέρχονται από την τράπεζα με την οποία συνεργάζονται και τα οποία προσπαθούν να τους παραπλανήσουν με απώτερο σκοπό την υποκλοπή προσωπικών πληροφοριών (μυστικούς κωδικούς αριθμούς πιστωτικών καρτών αριθμούς λογαριασμών κλπ) σχεδόν όλες οι τράπεζες προειδοποιούν γι αυτό το φαινόμενο και έτσι χρησιμοποιούν ψηφιακές υπογραφές

χρησιμοποιώντας το διαδύκτιο πρότυπο secure multipurpose internet extensions (s/mime) ώστε να παρέχουν βεβαιότητα στους πελάτες της ως προς το ότι το μήνυμα e mail προέρχεται πράγματι από χρηματοπιστωτικό ίδρυμα και δεν έχει αλλοιωθεί κατά την διαδρομή του και ότι δεν περιέχει επικίνδυνο περιεχόμενο.

Αδιαμφισβήτητα η ηλεκτρονική τραπεζική και η εμφάνιση της τα τελευταία χρόνια έδωσε μια μεγάλη ώθηση στη διεκπεραίωση των τραπεζικών εργασιών. Ο κάθε τραπεζικός πελάτης μπορεί πλέον εύκολα και από το δικό του χώρο μέσω διαδύκτιο να ολοκληρώσει ένα αρκετά μεγάλο πλήθος τραπεζικών εργασιών κερδίζοντας σε χρόνο αλλά και χρήμα καθώς το κόστος είναι μηδαμινό και τις περισσότερες φορές δεν χρεώνεται γι αυτές. Σίγουρα όμως δεν είναι και ο σημαντικότερος παράγοντας που ώθησε στην εξέλιξη των τραπεζικών εργασιών. Πολλές φορές η ηλεκτρονική τραπεζική ταυτίζεται λανθασμένα με το σύνολο των ψηφιακών καναλιών διεκπεραίωσης τραπεζικών συναλλαγών. Αυτό οφείλεται σε δυο παράγοντες :

- ❖ Λανθασμένα ταυτίζεται το διαδύκτιο με το σύνολο των ψηφιακών καναλιών που υπάρχουν σήμερα καθώς το πρώτο είναι το πιο άμεσα αντιληπτό μέσο.
- ❖ Η ηλεκτρονική τραπεζική αποτελεί ένα εντυπωσιακά σύγχρονο εργαλείο το οποίο παρέχεται ως υπηρεσία στον καθένα χωρίς κόστος χρήσης παραμερίζοντας έτσι άλλες ψηφιακές υπηρεσίες χωρίς κάποιο από αυτά τα δυο χαρακτηριστικά.

Αυτή η υπερεκτίμηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής οδηγεί τις περισσότερες φορές σε λάθος συμπεράσματα αλλά και στην υποτίμηση των λοιπών ψηφιακών καναλιών και υπηρεσιών.

2.7 Διατραπεζικά δίκτυα εξυπηρέτησης

Τα **διατραπεζικά δίκτυα εξυπηρέτησης** ίσως αποτελούν τη ραχοκοκαλιά των διατραπεζικών δικτύων καθώς μέσω αυτών υλοποιούνται και λειτουργούν αρκετά άλλα δίκτυα και υπό-δίκτυα εξυπηρέτησης και διεκπεραίωσης τραπεζικών συναλλαγών. Έτσι για παράδειγμα το δίκτυο των ATM εξυπηρετεί τον πελάτη κάνοντας χρήση του διατραπεζικού δικτύου maestro ή του συστήματος Δίας. Πέρα όμως από τα υπό-δίκτυα που εξυπηρετούνται μέσω των διατραπεζικών δικτύων υπάρχουν και άλλα αυτόνομα διατραπεζικά δίκτυα.

Ένα από αυτά τα αυτόνομα δίκτυα είναι και το σύστημα Τειρεσίας. Το τελευταίο χαρακτηρίζεται ως ένα σύστημα συγκέντρωσης κινδύνων SSK. Το σύστημα περιλαμβάνει δεδομένα κινδύνων φυσικών προσώπων από αρχεία που άρχισαν να αποστέλλονται σταδιακά από τους φορείς από τον Μάιο του 2003 και αφορούν δάνεια και κάρτες που έχουν καταχωρηθεί στο SSL με την προϋπόθεση ότι το φυσικό πρόσωπο έχει δώσει τη συγκατάθεση του για την αποστολή και επεξεργασία των δεδομένων του. Το συγκεκριμένο δίκτυο δεν είναι ευρύτερα γνωστό στην πελατειακή βάση των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων παρά μόνο ως όνομα και όχι για την λειτουργία και τη χρησιμότητα του. Ήδη στο σύστημα αποστέλλουν στοιχεία σχεδόν όλα τα πιστωτικά ιδρύματα και χρηματοδοτικές εταιρείες τόσο για δάνεια όσο και για πιστωτικές-χρεωστικές κάρτες. Η λειτουργία δανείων με τις δραστηριότητες που

περιλαμβάνει εξασφαλίζει την ομαλή συλλογή από τους φορείς των στοιχείων που αφορούν σε οφειλές καταναλωτικών προσωπικών ανοιχτών στεγαστικών δανείων λιανικής προέλευσης retail factoring και overdrafts την επεξεργασία τους τον έλεγχο πληρότητας των στοιχείων τους καθώς και τη διάχυση των επεξεργασμένων πληροφοριών. Το σύστημα δεν παρέχει πληροφορίες για δάνεια αγροτικής πίστης επαγγελματικής πίστης επιχειρηματικά δάνεια και οφειλές που έχουν δημιουργηθεί βάσει ειδικών πιστωτικών ρυθμίσεων. Η λειτουργία καρτών με τις δραστηριότητες που περιλαμβάνει εξασφαλίζει την ομαλή συλλογή από τους φορείς των στοιχείων που αφορούν σε οφειλές από πιστωτικές κάρτες και κάρτες διευκόλυνσης την επεξεργασία τους τον έλεγχο πληρότητας των στοιχείων τους καθώς και τη διάχυση των επεξεργασμένων πληροφοριών.

Στα πλαίσια του συστήματος συγκέντρωσης κινδύνων αποστέλλονται στην Τειρεσία ΑΕ όλα τα δάνεια και κάρτες για τα οποία η τράπεζα έχει εξασφαλίσει από τον ενδιαφερόμενο ρητή συγκατάθεση αποστολής στοιχείων και μόνο αυτά.(ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ (E-SHOP)⁴ είναι ο όρος που χρησιμοποιείται για να αναφερθεί κάποιος σε ένα διαδικτυακό τόπο (site) μέσω του οποίου πραγματοποιούνται πωλήσεις διαφόρων ειδών. Είναι δηλαδή ένας διαδικτυακός τόπος (website) που υλοποιεί

⁴ WWW.GO-E.MCIT.GR

μια επιχείρηση που πουλά ή αγοράζει προϊόντα και υπηρεσίες σε πραγματικό χρόνο(online).

Τα ηλεκτρονικά καταστήματα αναπτύσσονται διεθνώς αλλά και στην Ελλάδα και προσφέρουν ημερησίως χιλιάδες προϊόντα που υπόσχονται χαμηλότερες τιμές. Ανάλογα με τα προσφερόμενα είδη ο πελάτης μπορεί να αναζητήσει ανάμεσα σε πολλά ομοειδή το προσφερόμενο είδος που επιθυμεί, να μάθει την τιμή και τον χρόνο αποστολής <εάν το παραγγείλει>να το δει σε εικόνες (ορισμένες φορές και σε βίντεο)και να κάνει και σχετικές συγκρίσεις τιμών. Οι τιμές στα ηλεκτρονικά καταστήματα είναι φθηνότερες γιατί ένα τέτοιο κατάστημα δεν διατηρεί σημεία πώλησης με υψηλό ενοίκιο δεν απασχολεί αριθμητικά το ίδιο προσωπικό με ένα συμβατικό και παραμένει ανοιχτό σε 24ωρη βάση και 365 μέρες ετησίως. Ο "μέλλον" πελάτης μπορεί ακόμη να βρει και να παραγγείλει είδη που δεν υπάρχουν στα συμβατικά καταστήματα της πόλεως ή της χώρας του και μπορεί να πληρώσει μέσω πιστωτικής κάρτας ή με την χρήση της αντικαταβολής ή pay pal.

Οι **τομείς** που καλύπτουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα είναι σχεδόν όλοι οι τομείς του λιανικού εμπορίου. Μπορεί να συναντήσει κανείς διαδικτυακά σουπερμάρκετ, καταστήματα τροφίμων, βιβλιοπωλεία, καταστήματα πάσης φύσεως ηλεκτρονικών ειδών, ηλεκτρικών συσκευών, ρουχισμού κτλ. Συναντώνται, επίσης, καταστήματα προσφοράς υπηρεσιών, όπως έκδοσης πάσης φύσεως εισιτηρίων, τραπεζικών συναλλαγών ("e-banking"), κράτησης ξενοδοχείων και εστιατορίων κτλ. αλλά και καταστήματα που διεξάγουν ηλεκτρονικό τζόγο.



3.2 ΠΩΣ ΜΠΟΡΟΥΜΕ ΝΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΟΥΜΕ ΕΝΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ

Οι πωλήσεις προϊόντων ή υπηρεσιών είναι μία από τις βασικές επιχειρηματικές δραστηριότητες στο διαδίκτυο. Στην περίπτωση, όμως, της εμπορικής χρήσης του διαδικτύου, ο σχεδιασμός του δικτυακού τόπου αποκτά μεγαλύτερη σημασία από την ίδια την κατασκευή του. Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα θα πρέπει να προβλέπει την ύπαρξη πολλών υπηρεσιών. Μεταξύ άλλων, θα πρέπει να προβλέπει "online" τεχνική υποστήριξη, πληροφορίες για τα

προϊόντα, πολιτική εγγυήσεων, επιλογή τρόπου συναλλαγών, λεπτομέρειες για τον τρόπο αποστολής των προϊόντων στους πελάτες, λίστα παραγγελιών, στοιχεία και φόρμα επικοινωνίας και βοήθεια προς τον πελάτη για να επιλέξει το κατάλληλο προϊόν. Για την ανάπτυξη ηλεκτρονικών καταστημάτων χρησιμοποιούνται εργαλεία που δίνουν την δυνατότητα αποκλειστικής διαχείρισης των περιεχόμενων του τόπου από τον πελάτη, χωρίς να απαιτείται η γνώση κάποιας γλώσσας προγραμματισμού ή μεσολάβηση εξειδικευμένου προσωπικού.

Υπάρχουν τρεις εναλλακτικοί τρόποι⁵ δημιουργίας ηλεκτρονικού καταστήματος.

A) Η δημιουργία και λειτουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος στον δικό σας webserver. Σε αυτή την περίπτωση, θα πρέπει να προμηθευτείτε το κατάλληλο λογισμικό και τον κατάλληλο εξοπλισμό. Αυτή η περίπτωση είναι η πιο ακριβή και δεν συνιστάται σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

B) Η φιλοξενία σε webserver μιας εταιρείας παροχής υπηρεσιών διαδικτύου που προσφέρει υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου. Υπάρχουν αρκετές εταιρείες παροχής υπηρεσιών διαδικτύου που διαθέτουν την κατάλληλη υλικοτεχνική υποδομή για ηλεκτρονικό εμπόριο.

Γ) Η συνεργασία με μια εταιρεία που παρέχει σε άλλες επιχειρήσεις τη δυνατότητα ηλεκτρονικού εμπορίου: ένα είδος εμπορικού κέντρου. Οι εταιρείες αυτές, συνήθως, διαθέτουν το δικό τους web server, ο οποίος πληροί τις προϋποθέσεις για ασφαλείς ηλεκτρονικές συναλλαγές. Η δική σας επιχείρηση μπορεί να φιλοξενηθεί στον δικό τους webserver, όπου πραγματοποιούνται όλες οι ηλεκτρονικές συναλλαγές.

⁵ www.wikipedia.org

3.3 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ

Τα βασικά **οφέλη** του καταναλωτή από την χρήση του ηλεκτρονικού καταστήματος είναι τα ακόλουθα:

- ❖ Μπορείτε να αγοράσετε τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που επιθυμείτε όποτε θελήσετε, 24 ώρες το 24ωρο, 7 μέρες την εβδομάδα, από οποιοδήποτε μέρος του κόσμου.
- ❖ Μπορείτε να επισκεφθείτε εύκολα και γρήγορα πολλά ηλεκτρονικά καταστήματα και να συγκρίνετε τις τιμές και τα χαρακτηριστικά πριν αγοράσετε αυτό που επιθυμείτε. Έτσι μπορείτε να βρείτε την καλύτερη τιμή και με μικρότερο συνολικό κόστος (ανάλογα με το προσφερόμενο αγαθό ή την παρεχόμενη υπηρεσία).
- ❖ _ Υπάρχει δυνατότητα να ενημερωθείτε πληρέστερα για το προϊόν ή την υπηρεσία που σκοπεύετε να αγοράσετε.
- ❖ _ Θα βρείτε πιο εύκολα προϊόντα ή υπηρεσίες που είναι ίσως δύσκολο να εντοπιστούν.
- ❖ _ Γλιτώνετε χρόνο και ταλαιπωρία ενώ παράλληλα μειώνετε τις μετακινήσεις σας.
- ❖ _ Πολλά ηλεκτρονικά καταστήματα κάνουν ειδικές εκπτώσεις στους πελάτες τους.

Επιπλέον, η νομοθεσία για την προστασία του καταναλωτή είναι προστατευτική όταν πρόκειται για αγορές από απόσταση, όπως είναι

οι ηλεκτρονικές αγορές, και διασφαλίζει τα δικαιώματά σας (όπως, π.χ., το δικαίωμα υπαναχώρησής σας).

3.4 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

Σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Κέντρων Καταναλωτή οι περισσότερες επιχειρήσεις και ιδιαίτερα οι μικρομεσαίες που δραστηριοποιούνται μέσω ή και μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου δεν παρουσιάζουν τα επιθυμητά ικανοποιητικά επίπεδα κερδοφορίας.

- ❖ Ένας παράγοντας είναι ο φόβος των πελατών μήπως το προϊόν που τελικά θα παραλάβουν δεν ανταποκρίνεται πλήρως στις προσδοκίες τους διότι δεν υπάρχει άμεση επαφή με το παραγόμενο προϊόν αλλά και τι εγγυήσεις που θα του παρέχει πραγματικά ένα ηλεκτρονικό κατάστημα για το προϊόν σε σχέση με ένα παραδοσιακό κατάστημα της γειτονιάς τους στο οποίο υπάρχει άμεση επικοινωνία και επαφής με το αγαθό.
- ❖ Τις περισσότερες φορές οι χρήστες του διαδικτύου που επισκέπτονται ηλεκτρονικά καταστήματα τις χρησιμοποιούν μόνο για ενημέρωση (νέα προϊόντα, τιμές, σύγκριση κτλ) και αν υπάρχουν κάποια προϊόντα που θέλουν τελικά να αγοράσουν να τα παίρνουν από τα παραδοσιακά καταστήματα.
- ❖ Ένας παράγοντας είναι ο φόβος των χρηστών για την χρήση των πιστωτικών καρτών αλλά και η δυσαρέσκεια για τη μη κοινοποίηση ενός προσωπικού προφίλ π.χ. καταναλωτικές συνήθειες κτλ.
- ❖ Η κακή σχεδίαση, η μη συχνή ενημέρωση αλλά και η δύσκολη πλοήγηση του ηλεκτρονικού καταστήματος έχει ως αποτέλεσμα να αποθαρρύνονται οι πιθανοί υποψήφιοι πελάτες.

Από έρευνα του Δικτύου των Ευρωπαϊκών Κέντρων Καταναλωτή για το ηλεκτρονικό εμπόριο, για το έτος 2005 μια στις τρεις παραγγελίες

που έγιναν αφορούσαν σε προϊόντα που δεν παραδόθηκαν ποτέ στους καταναλωτές. Συγκεκριμένα στην Ελλάδα το 49% των καταγγελιών που δέχθηκε το Κέντρο αφορούσαν στη μη παράδοση των παραγγελθέντων προϊόντων ενώ ένα 22% αφορούσε στην παράδοση ελαττωματικών ή προϊόντων που δεν ανταποκρίνονταν στις προδιαγραφές που είχαν συμφωνήσει πελάτης-έμπορος.

3.5 ΟΡΟΙ ΚΑΙ ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΚΑΛΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ

Συνήθως οι πληροφορίες που πρέπει οπωσδήποτε να παρέχει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα στους καταναλωτές του ώστε να θεωρείται αξιόπιστο θα πρέπει να περιλαμβάνουν:

- ❖ Ταυτότητα του εμπόρου
- ❖ Τρόποι επικοινωνίας με το e-κατάστημα τόσο με ηλεκτρονικό όσο και με συμβατικό τρόπο
- ❖ Τελική τιμή του προϊόντος ή της υπηρεσίας συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ και εξόδων αποστολής
- ❖ Εγγύηση του προϊόντος και After Sales Service
- ❖ Χρόνος παράδοσης του προϊόντος
- ❖ Τρόπους πληρωμής και παράδοσης
- ❖ Τρόπους ακύρωσης της παραγγελίας σε περίπτωση λάθους ή αλλαγής γνώμης.
- ❖ Πληροφορίες για την προστασία των προσωπικών ευαίσθητων δεδομένων .

3.6 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Το ηλεκτρονικό κατάστημα προσφέρει στρατηγικά πλεονεκτήματα σε μια επιχείρηση. Στο διαδίκτυο το μέγεθος της επιχείρησης δεν παίζει σημαντικό ρόλο. Μεγάλες και μικρές επιχειρήσεις έχουν την ίδια δυνατότητα πρόσβασης στους πελάτες και μπορούν να δημιουργήσουν παρόμοια παρουσία στο διαδίκτυο. Ακόμη η έδρα της επιχείρησης δεν παίζει κανένα ρόλο. Όπου και αν βρίσκεται επιχείρηση οι πελάτες μπορούν να έχουν πρόσβαση στον διαδικτυακό της τόπο. Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα επιτρέπει όχι μόνο τη διερεύνηση της πελατείας αλλά και την υπέρβαση των περιορισμών στα ωράρια λειτουργίας γιατί μπορούν να πουληθούν αγαθά όλο το 24ωρο.

Πιο συγκεκριμένα τα πλεονεκτήματα⁶ μιας επιχείρησης που δραστηριοποιείται στο διαδίκτυο είναι:

- ❖ Ευρεία γεωγραφική κάλυψη. Η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να απευθυνθεί σε πελάτες που βρίσκονται παντού, χωρίς τη σύσταση τοπικού υποκαταστήματος.
- ❖ Ελαχιστοποίηση της προμηθευτικής αλυσίδας. Ο προμηθευτής μπορεί να απευθυνθεί απευθείας στον πελάτη, χωρίς την ανάμειξη «ενδιάμεσων».
- ❖ Μείωση λειτουργικού κόστους. Η μείωση του λειτουργικού κόστους οφείλεται στο γεγονός ότι η επιχείρηση μπορεί να εξυπηρετήσει τους πελάτες με ελάχιστο κόστος. Επίσης, όσο αυξάνεται ο αριθμός των πελατών του ηλεκτρονικού καταστήματος τόσο μειώνεται το συνολικό κόστος εξυπηρέτησης αυτών.
- ❖ Συνεχής λειτουργία. Το διαδίκτυο είναι ίσως τα μοναδικό κανάλι εξυπηρέτησης πελατών που επιτρέπει την πραγματοποίηση αγορών οποιαδήποτε στιγμή το 24ώρο.

⁶ www.go.online.gr

- ❖ Εργαλείο μάρκετινγκ. Η επιχείρηση μπορεί να εκμεταλλευτεί τις δυνατότητες του διαδικτύου για προσφορές, διαχείριση και ενημέρωση πελατών, στατιστικά στοιχεία πρόσβασης και πωλήσεων.

Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα σάς φέρνει πιο κοντά στους πελάτες σας, αφού μπορούν να έχουν κατευθείαν πρόσβαση στις πληροφορίες που παρέχετε. Ακόμη, σας προσφέρει τη δυνατότητα ανάλυσης της αγοράς, αξιοποιώντας την αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών.

Τα βασικά οφέλη της επιχείρησης με τη λειτουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος είναι:

- ❖ Αύξηση των πωλήσεων
- ❖ Άμεση ικανοποίηση των πελατών
- ❖ Άμεση ενημέρωση των πελατών για καινούργια προϊόντα
- ❖ Βελτίωση της επικοινωνίας με τους πελάτες

Κάποιες χρήσιμες τεχνικές για την αύξηση των πωλήσεων σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα είναι οι παρακάτω:

- ❖ Προβολή των προϊόντων μέσα από φωτογραφίες και γραφικά
- ❖ Ικανοποιητική περιγραφή των προϊόντων
- ❖ Χρήση χρώματος και γραφικών για την υποκίνηση των πωλήσεων
- ❖ Ειδικές προσφορές και χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για την προώθηση των πωλήσεων
- ❖ Βελτίωση του τρόπου πλοήγησης (navigation) του δικτυακού τόπου
- ❖ Σχεδίαση του ηλεκτρονικού καταστήματος με τρόπο που να δελεάζει τους καταναλωτές

- ❖ Δημιουργία ενός εύχρηστου και απλού συστήματος παραγγελιών για την ενθάρρυνση των πωλήσεων
- ❖ Σχεδιασμός που να κερδίζει την εμπιστοσύνη του καταναλωτή

3.7 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ

Τα προβλήματα που αρχικά ανέκυψαν από την παρεμβολή κακόβουλων χρηστών και τις υποκλοπές στοιχείων πιστωτικών καρτών έχουν, στο μεγαλύτερο βαθμό, επιλυθεί και έτσι η συναλλαγή μέσω Διαδικτύου έχει γίνει κατά πολύ ασφαλέστερη σε σχέση με το παρελθόν. Σήμερα οι δύο τύποι αξιόπιστων τεχνολογιών ασφάλειας που είναι διαθέσιμα για ηλεκτρονικές αγορές είναι το SSL (Socket Secure Layer) και το SET (Secure Electronic Transaction).

Όταν πραγματοποιούνται συναλλαγές με ηλεκτρονικά καταστήματα μπορεί να χρησιμοποιηθεί το SSL για να προστατευτεί η μυστικότητα των συναλλαγών. Παρέχεται μυστικότητα κρυπτογράφησης του «καναλιού» της συναλλαγής μεταξύ πελάτη και εμπόρου. Όταν η συναλλαγή είναι πράγματι εμπιστευτική θα πρέπει να εμφανιστεί το ανάλογο λογότυπο προστασίας. Το HTTPS πρόκειται για μια ασφαλή μορφή του γνωστού πρωτοκόλλου μεταφοράς υπερκειμένου http (Hyper Text Transfer Protocol), ώστε να είναι εξασφαλισμένη η ανταλλαγή πληροφοριών ανάμεσα στον φυλλομετρητή και τον Webserver. Η τεχνολογία SET αναπτύχθηκε για την εξακρίβωση και γνησιότητας ταυτότητας μεταξύ εμπόρων και καταναλωτών πριν από μία ηλεκτρονική συναλλαγή.

Συγκεκριμένα παρέχει εμπιστευτικότητα και ακεραιότητα των κρίσιμων μεταδιδόμενων πληροφοριών αλλά και πιστοποίηση ότι ο έμπορος μπορεί να δέχεται συναλλαγές με πιστωτική κάρτα μέσω συνεργασίας από κάποιο οικονομικό οργανισμό αλλά και πιστοποίηση ότι ο κάτοχος της κάρτας είναι πραγματικά ο νόμιμος και γνήσιος

χρήστης του λογαριασμού. Το SET δημιουργήθηκε από τη Visa και την MasterCard.



3.8 Ελληνικά Ηλεκτρονικά Καταστήματα

«Αν αναρωτιόσασταν πόσα ελληνικά καταστήματα υπάρχουν στο Internet αλλά δεν είχατε τον χρόνο ή το κουράγιο να κάνετε αυτή την έρευνα μόνοι σας, πιστεύω πως θα βρείτε χρήσιμη την ακόλουθη λίστα. Η έρευνά μου ανακάλυψε 43 ηλεκτρονικά καταστήματα τα οποία και παραθέτω στον πίνακα που ακολουθεί. Είμαι βεβαία, πως υπάρχουν πολύ περισσότερα τα οποία μου έχουν διαφύγει.»

Μελετώντας προσεκτικά τα καταστήματα αυτά κατέληξα στα ακόλουθα συμπεράσματα:

- ❖ Πολλά από αυτά δεν αποτελούν πραγματικά καταστήματα. (Ο παρακάτω πίνακας αναφέρει μόνο καταστήματα τα οποία δέχονται παραγγελίες ηλεκτρονικά. Υπάρχουν όμως τουλάχιστον άλλα τόσα web sites τα οποία αυτοαποκαλούνται e-shops αλλά δέχονται παραγγελίες μόνο τηλεφωνικά ή με fax. Στην παρούσα έρευνα θεωρήθηκαν ως ηλεκτρονικά καταστήματα ή e-shops μόνο όσα δέχονται παραγγελίες μέσω φόρμας ή καλαθιού)
- ❖ Άνω του 60% των ηλεκτρονικών καταστημάτων περιέχουν πολύ λίγα είδη και δεν υποστηρίζονται από βάση δεδομένων.
- ❖ Τα περισσότερα καταστήματα πάσχουν σοβαρά στον τομέα της ευχρηστίας. Για τον λόγο αυτό πολλοί άπειροι χρήστες αποπροσανατολίζονται και εγκαταλείπουν το κατάστημα χωρίς να αγοράσουν τίποτε.
- ❖ Η συντριπτική πλειοψηφία των πωλούμενων προϊόντων παρουσιάζονται χωρίς κανένα συμπληρωματικό στοιχείο πέραν του ονόματος και της τιμής.

Η κατανομή των καταστημάτων ανά αντικείμενο είναι:

- ❖ Βιβλία 31%
- ❖ Διάφορα 25%
- ❖ Η/Υ (hardware & software) 13%
- ❖ Μουσικά CD 11%
- ❖ Λουλούδια 9%
- ❖ E-mails (πολυκαταστήματα) 7%
- ❖ Αθλητικά 4%

Για όσους ενδιαφέρονται, παραθέτουμε πίνακα των καταστημάτων, ταξινομημένα κατ' αλφαβητική σειρά ανάλογα με το περιεχόμενό τους:

Επωνυμία	Διεύθυνση	Αντικείμενο
The Digitalshop	http://www.digitalshop.gr	DVD
Παναθηναϊκός	http://www.trifili.gr	Αθλητικά και σουβενίρ
Ολυμπιακός	http://www.osfp.gr/store	Αθλητικά και σουβενίρ
Ιανός	http://www.ianos.gr	Βιβλία
Μόσχος Γκιούρδας	http://www.mgiurdas.gr	Βιβλία
Β. Γκιούρδας Εκδοτική	http://www.vgiurdas.gr	Βιβλία
Βιβλιογνωσία	http://www.stamoulis.gr/vivliognosia	Βιβλία
Books-in-greek	http://www.books-in-greek.gr	Βιβλία
Ακροκέραμο	http://www.hellasbooks.gr	Βιβλία
Lycabettus Press	http://www.lycabettus.com	Βιβλία
BEST SELLER	http://bestseller.hypermart.net	Βιβλία
Μαλλιάρης Παιδεία	http://www.malliaris.gr	Βιβλία
Βιβλιόπολις	http://www.vivliopolis.gr	Βιβλία
Greeceinprint	http://www.greeceinprint.com	Βιβλία
Ελευθερουδάκης	http://www.books.gr	Βιβλία
Ioannis Store	http://www.vstore.com/vstoremall/ioannissstore	Βιβλία, CD, βιντεοκασέτες-παιγνίδια, ηλεκτρικά είδη
Παπασωτηρίου	http://www.papasotiriou.gr	Βιβλία, Multimedia
E-SHOP	http://e-shop.gr	Βιβλία, Η/Υ
Hermeion	http://www.hermeion.gr	Βιβλία, μουσικά CD, λουλούδια, κοσμήματα, κρασιά
Greekbooks.gr	http://www.greekbooks.gr	Βιβλιοπωλείο
Agapitos Gift Service	http://www.agapitos.gr	Γλυκά και δώρα
Sante	http://www.sante.gr	Γυναικεία ενδύματα
OneWay Technostores	http://www.loneway.gr	Είδη Η/Υ
Mgmanager	http://www.mgmanager.gr	Είδη Η/Υ
Netshop	http://netshop.micromail.gr/shop	Είδη Η/Υ
Valkyrie	http://www.valkyrie.gr	Ενδύματα

⁷ Intermarket	http://www.intermarket.gr	Ενδύματα, αξεσουάρ, διάφορα
Plaisio	http://www.plaisio.gr	Η/Υ, αναλώσιμα, είδη γραφείου, κινητά κ.λπ.
Mega Shop	http://www.ellada.net/cartsnap	Κρητικά και παραδοσιακά προϊόντα, Κρουαζιέρες κ.λπ.
Antonello	http://www.antonello.gr	Λουλούδια
Fiorellino	http://fiorellino.gr	Λουλούδια
Fiorissimo	http://www.fiorissimo.gr	Λουλούδια
Δριβήλας	http://www.forthnet.gr/drivilas	Λουλούδια
"GEM"FLORAL CREATIONS	http://www.florist.gr	Λουλούδια και δώρα
Musicstore	http://www.musicstore.gr	Μουσικά CD
CDStore	http://www.cdstore.gr	Μουσικά CD
Greekcity	http://www.greekcity.com	Μουσικά CD
Compact Disc Club	http://www.compactdisclub.gr	Μουσικά CD
Plastimodellismo	http://www.olympicnet.gr/plastimodellismo	Πλαστικομοντελισμός
Inshop	http://www.inshop.gr	Πολυκατάστημα
Yours	http://www.yours.gr	Πολυκατάστημα με 2000 είδη
Agora	http://www.agora.gr	Πολυκατάστημα με πολλές (προς το παρόν άδειες) κατηγορίες
Shop.gr	http://www.shop.gr	Τουριστικά είδη
OTE	http://www.ote-shop.gr	Υπηρεσίες ΟΤΕ

⁷ www.e-emporio.com

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

Η ΕΡΕΥΝΑ

Στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας μας και για να έχουμε πιο ακριβή αποτελέσματα πραγματοποιήσαμε μια έρευνα με ερωτηματολόγιο για να μπορέσουμε να μετρήσουμε τον βαθμό εμπιστοσύνης χρήσης των τραπεζικών συναλλαγών διαμέσου του ηλεκτρονικού καταστήματος.

4.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Για την ερευνά μας επιλέξαμε την μέθοδο του **ερωτηματολογίου** γιατί αποτελεί το πιο ευέλικτο εργαλείο συλλογής δεδομένων καθώς μας παρέχει την δυνατότητα συλλογής πολλών δεδομένων και δημιουργεί συνθήκες αντικειμενικότητας της έρευνας αφού οι ερωτήσεις είναι προκαθορισμένες και ίδιες για όλους.

Το ερωτηματολόγιο που δημιουργήσαμε αποτελείται από μια σειρά ερωτημάτων που αρθρώνονται σύμφωνα με πολλές μεταβλητές : τη μεταβλητή που αφορά τα στοιχεία ταυτότητας του ερωτηθέντος (ηλικία, φύλο, μορφωτικό επίπεδο και επάγγελμα) και αυτές που σχετίζονται με τις πληροφορίες που θέλουμε να εξασφαλίσουμε μέσω των διαφόρων ερωτημάτων.

4.1.1 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ

Η επιλογή των ερωτηθέντων πρέπει να γίνει σύμφωνα με 1 από τα 3 παρακάτω κριτήρια:

- **Πληρότητα:** αφορά το σύνολο του πληθυσμού
- **Αντιπροσωπευτικότητα:** σημαντικός αριθμός ερωτηθέντων , όχι όμως το σύνολο του πληθυσμού, άρα δείγμα.
- **Ενδεικτικότητα:** με σκοπό την διαφοροποίηση των απόψεων επιλέγουμε ένα ενδεικτικό αλλά όχι αντιπροσωπευτικό δείγμα.

Εμείς επιλέξαμε τον τρίτο τρόπο(βλ. ενδεικτικότητα) θέλοντας να δημιουργήσουμε μια ποικιλομορφία στο δείγμα των ερωτηθέντων πιστεύοντας ότι μας εξασφαλίζει μεγαλύτερη αξιοπιστία στα αποτελέσματα της έρευνας.

4.1.2 ΤΥΠΟΙ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Στις έρευνες μέσω ερωτηματολογίου χρησιμοποιούνται δυο τύποι ερωτήσεων: οι ερωτήσεις **κλειστού τύπου** και οι ερωτήσεις **ανοιχτού τύπου**. Αναλύοντας τις υποκατηγορίες των παραπάνω ερωτήσεων σας παραθέτουμε τα εξής:

Η κλειστή ερώτηση: προκαθορίζει τις δυνατές απαντήσεις . μια απάντηση είναι δυνατή.

Π.χ. χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο; **A.** ναι **B.** όχι

Ημι-κλειστη ερώτηση: π.χ. θα χρησιμοποιήσετε τα εναλλακτικά δίκτυα στο μέλλον; **A.** ναι **B.** όχι **Γ.** ίσως

Προσχηματισμένη ερώτηση: προτείνει μια σειρά ερωτήσεων εκ των οποίων ο ερωτηθείς καλείται να επιλέξει αυτή που αντιπροσωπεύει καλύτερα την άποψη του και μπορεί να προκαλέσει απαντήσεις τις οποίες δεν σκέφτηκε ο ερωτηθείς.

Π.χ. για ποιούς λόγους χρησιμοποιείτε το internet?

A. ενημέρωση **B.** αγορές **Γ.** ψυχαγωγία **Δ.** εργασιακοί λόγοι

Για την δημιουργία ενός εύκολου ως προς τον ερωτώμενο ερωτηματολογίου χρησιμοποιήσαμε την εξής διάρθρωση:

- Λογική συνέχεια των ερωτήσεων και αποφυγή δύσκολων ερωτήσεων ώστε να μπορούν οι ερωτώμενοι να απαντούν χωρίς δυσκολίες στις ερωτήσεις μας.
- Ευέλικτο και σύντομο ερωτηματολόγιο(ερωτι) με σκοπό την διατήρηση του ενδιαφέροντος του ερωτώμενου καθ'όλη την διάρκεια της διαδικασίας.
- Τέλος, διατηρήσαμε μια ισορροπία ανάμεσα στις κλειστές και ανοιχτές ερωτήσεις.

4.2 ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σκοπός της έρευνας είναι η συλλογή στοιχείων σχετικά με τον βαθμό που εμπιστεύεται ο καταναλωτής το internet ,τα ηλεκτρονικά καταστήματα και όλα αυτά σε συνδυασμό με την πραγματοποίηση τραπεζικών συναλλαγών.

Αν προσπαθήσουμε να κατηγοριοποιήσουμε τις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου έχουμε τις ακόλουθες κατηγορίες:

1. Προσωπικά στοιχεία ερωτώμενου
2. Χρήση και αγορά μέσω διαδικτύου
3. βαθμός χρήσης εναλλακτικών δικτύων

4.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. προσωπικά στοιχεία ερωτώμενου

- ❖ Ηλικία
- ❖ Φύλο
- ❖ Επίπεδο μόρφωσης
- ❖ Επάγγελμα

2. χρήση και αγορά μέσω διαδικτύου

Σε αυτή την ενότητα γίνονται ερωτήσεις σχετικές με το διαδίκτυο και την χρήση του καθώς και αν το δείγμα πραγματοποιεί online αγορές

3. βαθμός χρήσης εναλλακτικών δικτύων

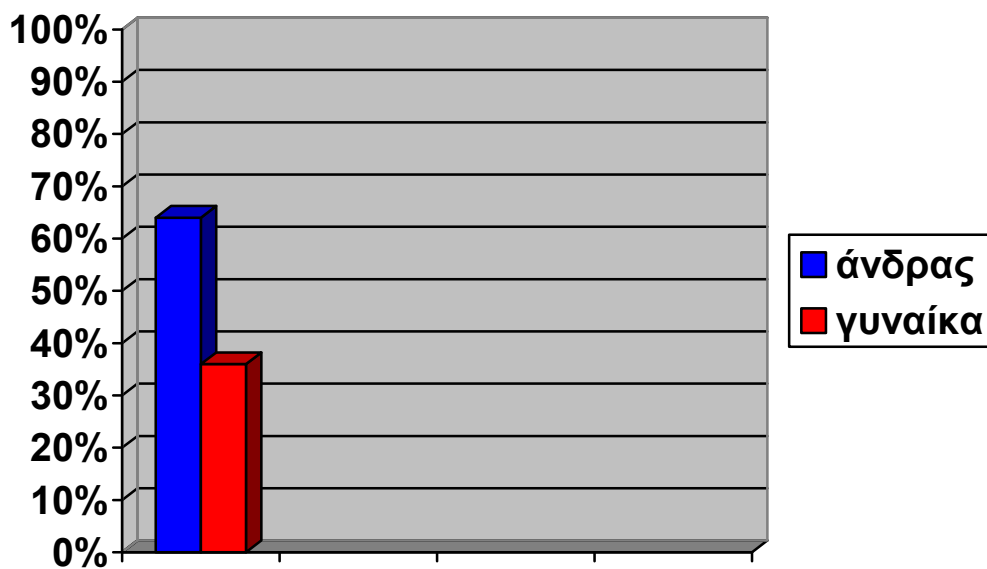
Σε αυτήν την ενότητα το δείγμα καλείται να απαντήσει σε ερωτήσεις σχετικά με την επικοινωνία του με τις τράπεζες αλλά και τα εναλλακτικά δίκτυα τραπεζικών συναλλαγών. Με τις ερωτήσεις που μας απαντούν καταφέρνουμε να μετρήσουμε τον βαθμό της εμπιστοσύνης που δείχνει το δείγμα στα εναλλακτικά δίκτυα τραπεζικής. Σε αυτήν την ενότητα έχουμε μια πιο ξεκάθαρη εικόνα σχετικά με αυτό που αναζητούμε, δηλαδή αν οι καταναλωτές εμπιστεύονται τις τράπεζες και τα εναλλακτικά τους δίκτυα ή προϊόντα.

4.4 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Ενότητα πρώτη

- ❖ Προσωπικά στοιχεία ερωτώμενου

ΦΥΛΟ

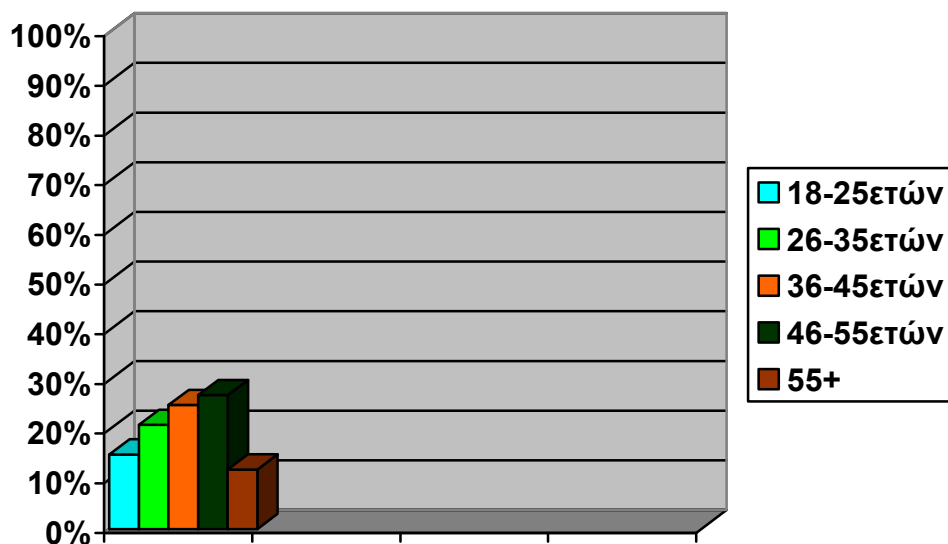


Διάγραμμα 4.4.1
(ΦΥΛΟ)

Στην έρευνα μας συμμετείχαν:

- ❖ Άνδρες: 64%
- ❖ Γυναίκες: 36%

ΗΛΙΚΙΑ

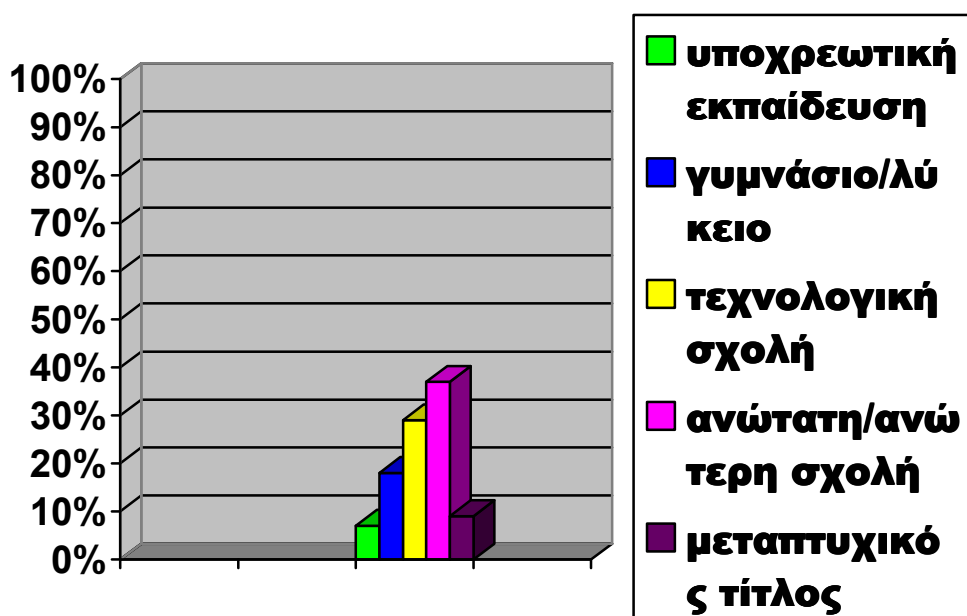


Διάγραμμα 4.4.2
(ΗΛΙΚΙΑ)

Στο ερωτηματολόγιο μας συμμετείχαν συνολικά 100 άτομα, τα οποία τα κατατάξαμε στις ακόλουθες ηλικιακές ομάδες:

- ❖ 18-25 ετών : 15%
- ❖ 26-35 ετών : 21%
- ❖ 36-45 ετών : 25%
- ❖ 46-55 ετών : 27%
- ❖ 55+ ετών : 12%

ΜΟΡΦΩΣΗ



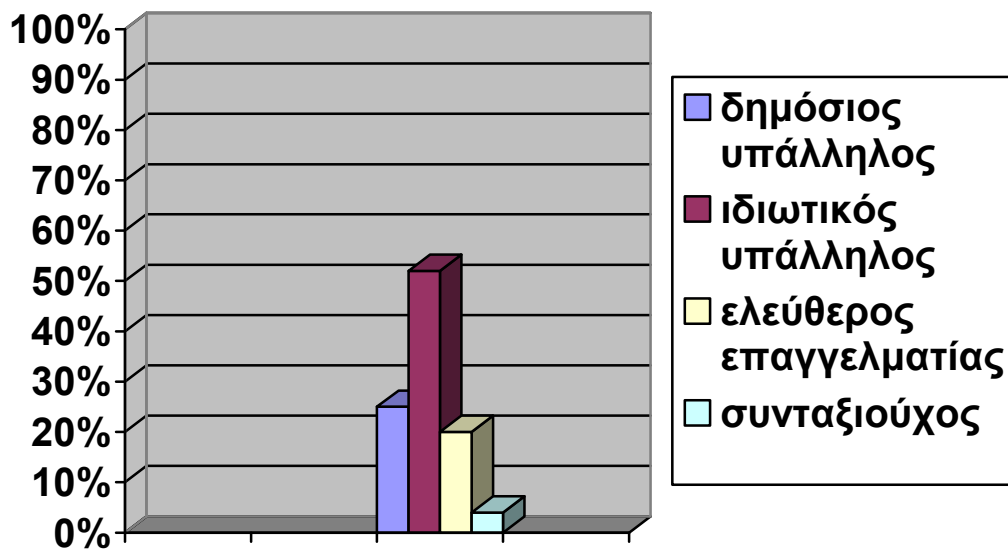
Διάγραμμα 4.4.3
(ΕΠΙΠΕΔΟ ΜΟΡΦΩΣΗΣ)

Η έρευνα μας σε σχέση με το μορφωτικό επίπεδο έδειξε ότι:

- ❖ Υποχρεωτική εκπαίδευση : 7%
- ❖ Γυμνάσιο / λύκειο : 18%
- ❖ Τεχνολογική σχολή : 29%

- ❖ Ανώτατη/ανώτερη σχολή: 37%
- ❖ Μεταπτυχιακός τίτλος : 9%

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ



Διάγραμμα 4.4.4
(ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ)

Με βάση το διάγραμμα 4.4.4 αντιλαμβανόμαστε τα ακόλουθα:

- ❖ Δημόσιος υπάλληλος: 25%

- ❖ Ιδιωτικός υπάλληλος: 52%
- ❖ Ελεύθερος επαγγελματίας: 20%
- ❖ Συνταξιούχος: 4%

➤ ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΝΟΤΗΤΑΣ 1^{ης}

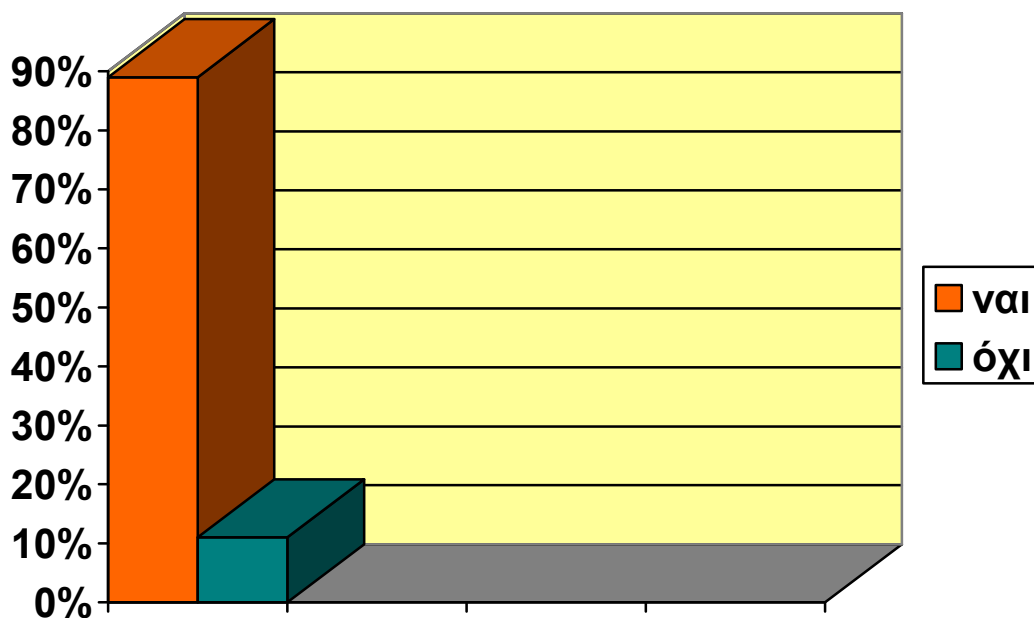
Στην έρευνα μας συμμετείχαν **100 άτομα**.

Τα διαγράμματα (4.4.1-4.4.2) μας βοηθάνε να κατανοήσουμε βασικά χαρακτηριστικά του δείγματος. Έτσι, όσον αφορά την δική μας έρευνα αντιλαμβανόμαστε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό είναι άνδρες (64%) και η ηλικία, η οποία κατέχει το μεγαλύτερο ποσοστό είναι περίπου 46-55 ετών (27%). Τα επόμενα δύο διαγράμματα (4.4.3-4.4.4) μας αναλύουν το μορφωτικό τους επίπεδο καθώς και το επάγγελμα του δείγματος. Αυτά που έχουν ξεχωρίσει είναι όσον αφορά το επίπεδο μόρφωσης η ανώτερη/ανώτατη εκπαίδευση με ποσοστό (37%) και όσον αφορά το επάγγελμα οι ιδιωτικοί υπάλληλοι με ποσοστό (51%).

Ενότητα δεύτερη

❖ Χρήση και αγορά μέσω διαδικτύου

ΧΡΗΣΗ INTERNET

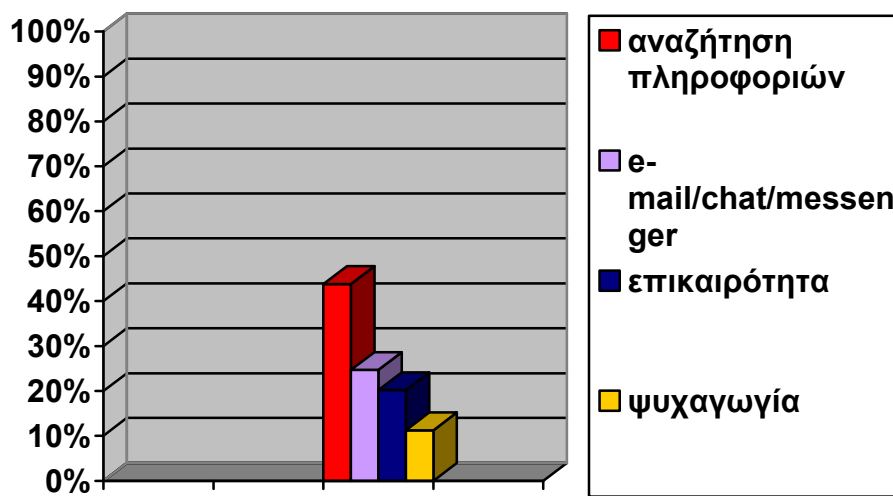


Διάγραμμα 4.4.5
(Internet)

Όπως παρατηρούμε στο διάγραμμα 4.4.5 το ποσοστό χρήσης του internet είναι αρκετά υψηλό.

- ❖ Ναι: 89%
- ❖ Όχι: 11%

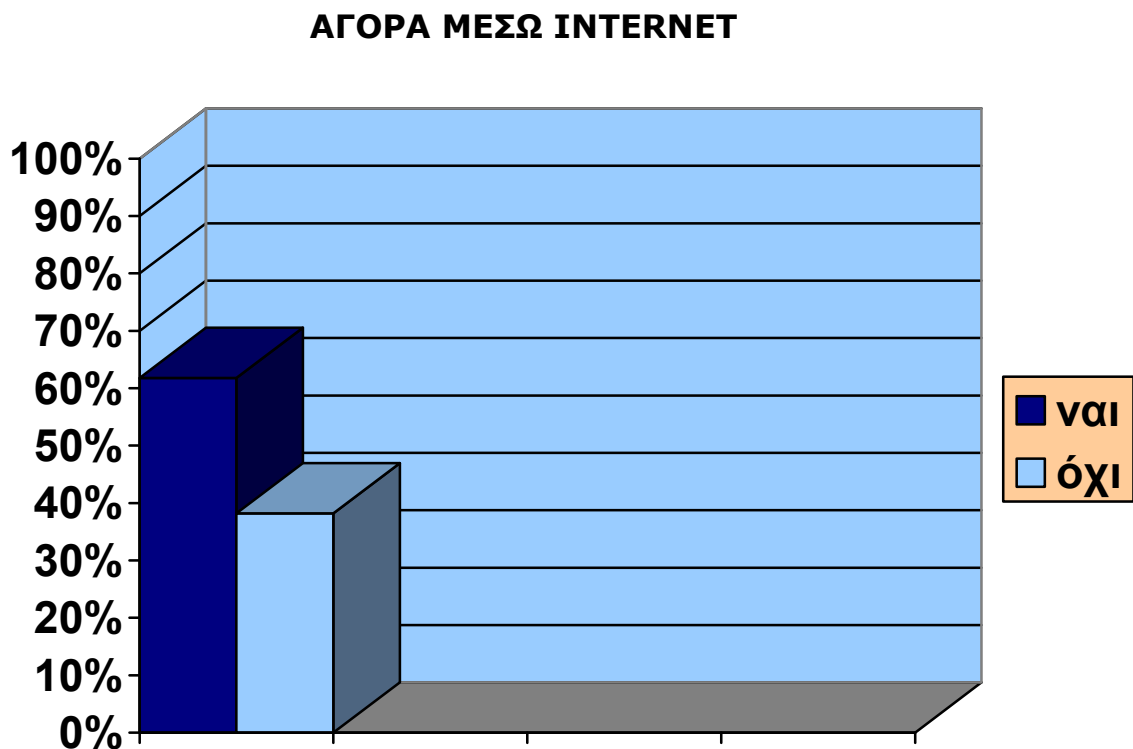
ΛΟΓΟΙ ΧΡΗΣΗΣ INTERNET



Διάγραμμα 4.4.6
(λόγοι χρήσης internet)

- ❖ Αναζήτηση πληροφοριών: 43.82%
- ❖ Email/chat/messenger: 24.71%
- ❖ Επικαιρότητα: 20.22%
- ❖ Ψυχαγωγία : 11.23%

Τα ποσοστά της έρευνας είναι επί της 100(%) από το δείγμα των 89 ατόμων που απάντησαν ότι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο. Όπως παρατηρούμε στο διάγραμμα λοιπόν ,οι λόγοι για τους οποίους οι πλειοψηφία του δείγματος χρησιμοποιεί το internet είναι η αναζήτηση διαφόρων πληροφοριών με ποσοστό 43.82%.

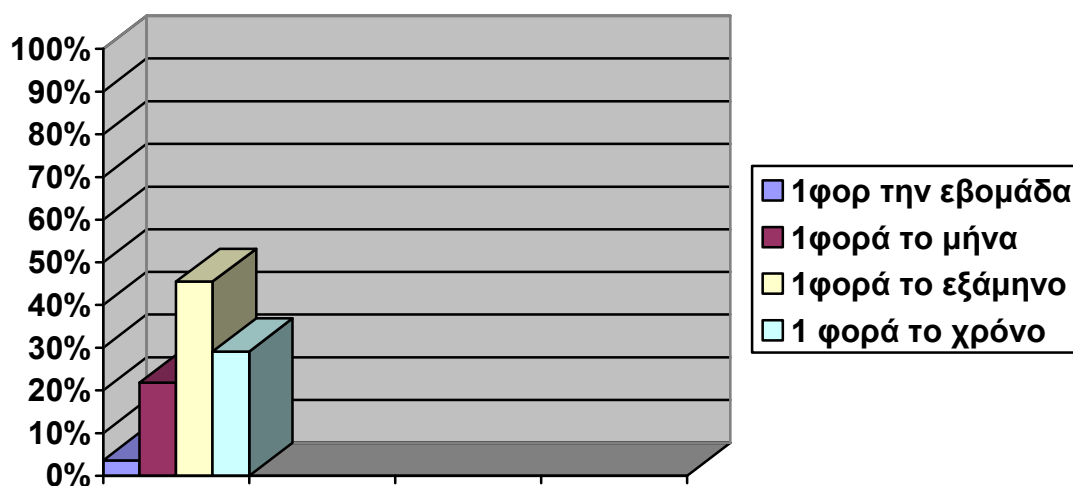


Διάγραμμα 4.4.7
(αγορά μέσω internet)

Με βάση τις απαντήσεις που δόθηκαν στο ερωτηματολόγιο μας έχουμε τα ακόλουθα:

- ❖ Ναι: 61.79%
- ❖ Όχι: 38.21%

ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΓΟΡΑΣ ΜΕΣΩ INTERNET



Διάγραμμα 4.4.8
(συχνότητα αγοράς μέσω internet)

Έχουμε τα ακόλουθα:

- ❖ 1 φορά την εβδομάδα: 3,6%
- ❖ 1 φορά το μήνα: 21.81%

- ❖ 1 φορά το εξάμηνο: 45.45%
- ❖ 1 φορά το χρόνο: 29.10%

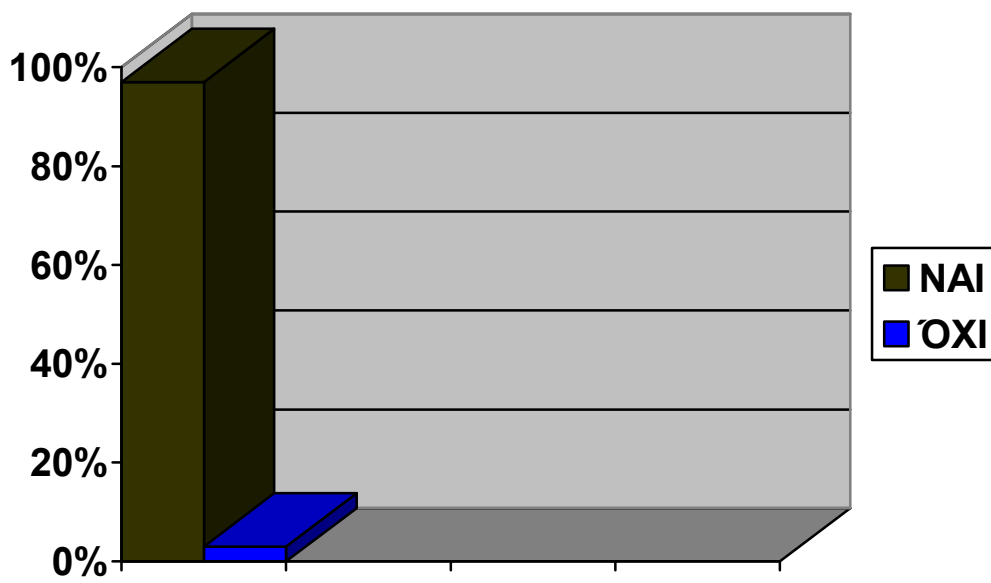
➤ ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΝΟΤΗΤΑΣ 2^{ΗΣ}

Στην δεύτερη ενότητα το δείγμα κλίθηκε να απαντήσει σε ερωτήσεις σχετικά με το διαδίκτυο και την χρήση του. Συντριπτικό ήταν το ποσοστό το οποίο χρησιμοποιεί το internet (89%) και εξίσου μεγάλο εκείνο το ποσοστό που εκτός από χρήση του διαδικτύου πραγματοποιεί και διάφορες αγορές(61.79%). Αξίζει όμως να σημειωθεί ότι παρά την τεράστια ανταπόκριση όλων των κοινωνικών ομάδων και ηλικιών προς τα ηλεκτρονικά καταστήματα ,λόγω των προαναφερθέντων μειονεκτημάτων μόνο ένα μικρό ποσοστό αγοράζει προϊόντα και υπηρεσίες με συχνότητα μεγαλύτερη από μια φορά το χρόνο (29.10%). (Να σημειωθεί ότι τα ποσοστά των διαγραμμάτων είναι %).

ΕΝΟΤΗΤΑ 3^Η

ΒΑΘΜΟΣ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ

ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕ ΤΡΑΠΕΖΕΣ



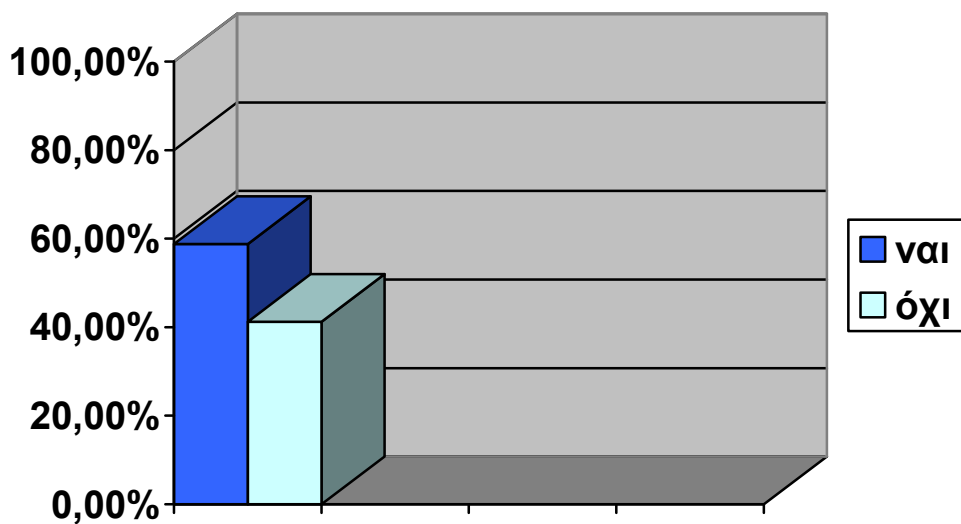
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.4.9
(ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕ ΤΡΑΠΕΖΕΣ)

❖ ΝΑΙ:97%

❖ ΟΧΙ:3%

Το διάγραμμα 4.4.9 απεικονίζει με ξεκάθαρη εικόνα ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος έχει συναλλαγές με τράπεζες(97%).

ΧΡΗΣΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ



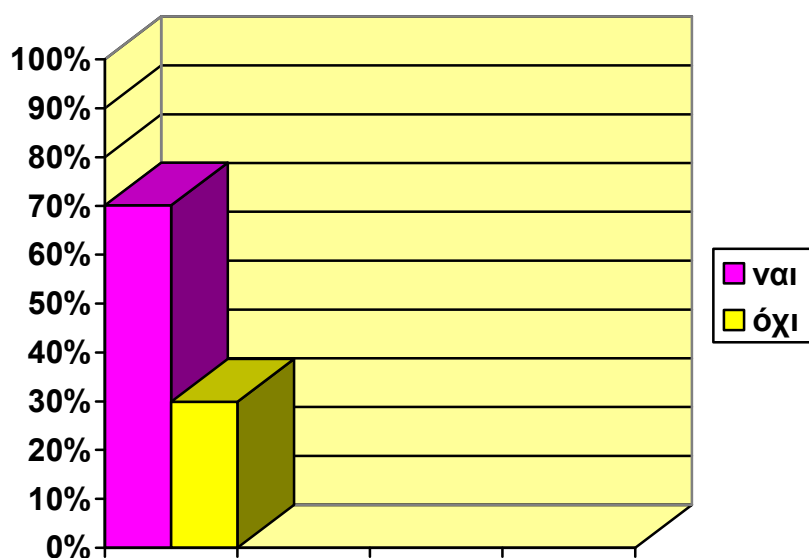
Διάγραμμα 4.5.1
(χρήση εναλλακτικών δικτύων)

❖ Ναι: 58.76%

❖ Όχι: 41.24%

Από το διάγραμμα παρατηρούμε ότι ενώ οι καταναλωτές του δείγματος η πλειοψηφία (97%) έχει συναλλαγές με τράπεζες μόνο το (58.79%) χρησιμοποιεί τα εναλλακτικά δίκτυα τραπεζικής. Το ποσοστό βέβαια αυτό δεν είναι και τόσο μικρό αφού ξεπερνάει το μισό δείγμα.

ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ

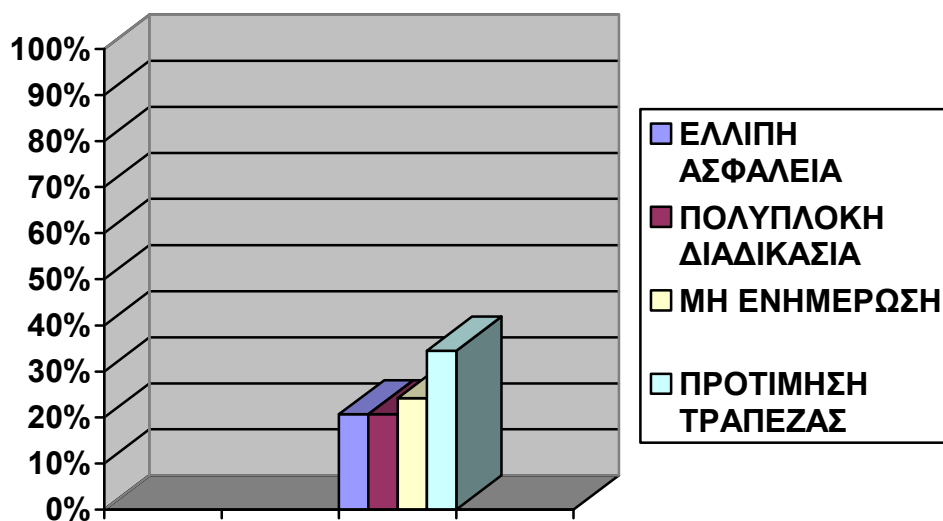


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.5.2
(ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ)

- ❖ Ναι:70,11%
- ❖ Όχι: 29,90%

Με βάση το διάγραμμα 4.5.2 η εμπιστοσύνη των καταναλωτών είναι αρκετά ικανοποιητική(70.11%). Να σημειώσουμε ότι τα ποσοστά είναι υπολογισμένα στο δείγμα το ατόμων που έχουν συναλλαγές με τράπεζες (97ατομα). Μεγάλη εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι το ποσοστό των χρηστών των εναλλακτικών δικτύων τραπεζικής είναι πολύ μικρότερο από το ποσοστό αυτών που εμπιστεύονται τα εναλλακτικά δίκτυα.(58.76%) έναντι (70.11%).

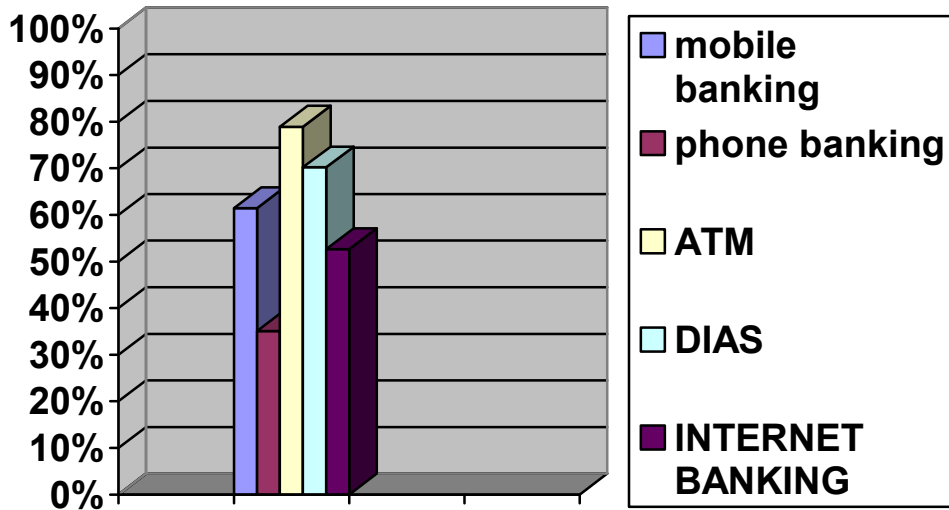
ΛΟΓΟΙ ΜΗ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ



Διάγραμμα 4.5.3
(Λόγοι μη εμπιστοσύνης)

- ✚ ΕΛΛΙΠΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑ:20.69%
- ✚ ΠΟΛΥΠΛΟΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ:20.69%
- ✚ ΜΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ:24.14%
- ✚ ΠΡΟΤΙΜΗΣΗ ΤΡΑΠΕΖΑΣ:34.48%

ΧΡΗΣΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.5.4
(ΧΡΗΣΗ)

Από το διάγραμμα φαίνεται ότι τα εναλλακτικά δίκτυα τα οποία προτιμούν οι καταναλωτές είναι τα ακόλουθα :

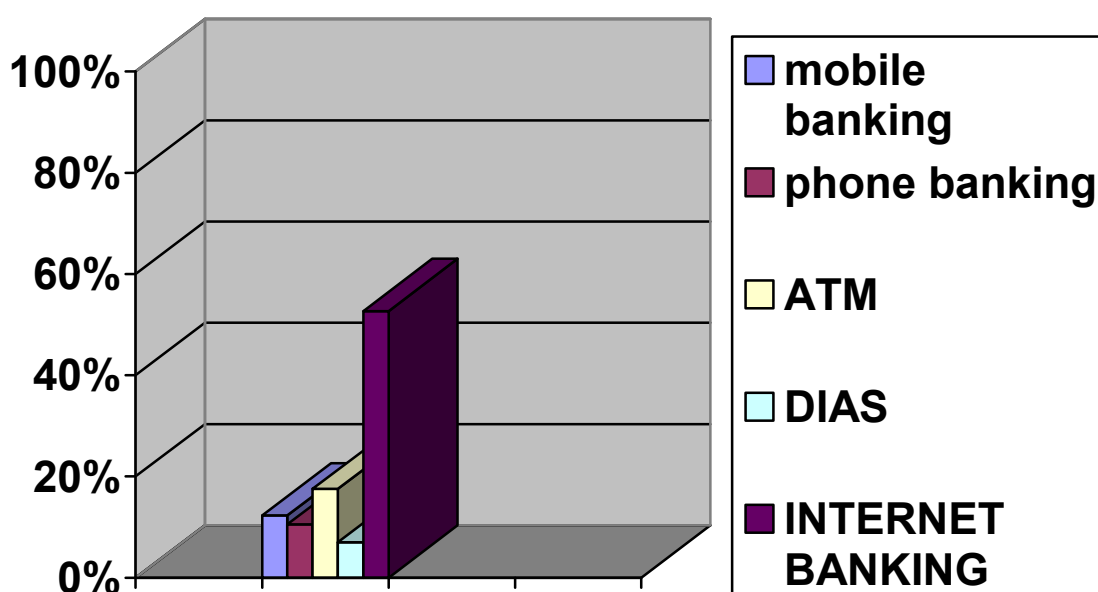
- ❖ Mobile banking: 61,41%
- ❖ Phone banking: 35,10%
- ❖ ATM: 78,94%
- ❖ DIAS: 70,18%
- ❖ INTERNET BANKING/E BANKING: 52,63%

Τα βασικά χαρακτηριστικά του παραπάνω διαγράμματος είναι τα ακόλουθα: παρατηρούμε μεγάλη προτίμηση στο εναλλακτικό δίκτυο ATM και αμέσως μετά ακολουθεί το e-banking. Όσον αφορά τώρα τα χαρακτηριστικά εκείνων που χρησιμοποιούν το e-banking με βάση την έρευνα μας προκύπτουν τα εξής:

- ❖ Το μεγαλύτερο ποσοστό χρήσης του e-banking γίνεται από άνδρες.
- ❖ Η ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκει το μεγαλύτερο ποσοστό χρήσης είναι 36-45 ετών
- ❖ Το επίπεδο μόρφωσης αυτών που χρησιμοποιούν το e-banking είναι στο επίπεδο ανώτερη/ανώτατη εκπαίδευση.

Το mobile banking(61,41%) καθώς και το phone banking(35,10%) ακολουθούν με μικρότερο ποσοστό και ο λόγος μπορεί να είναι ο φόβος για την ασφάλεια που μπορεί να παρέχει. Τέλος το σύστημα DIAS καταλαμβάνει ένα αρκετά καλό ποσοστό (70,18%) και αυτό διότι εξυπηρετεί αρκετά μεγάλη μερίδα του καταναλωτικού κοινού και μπορούν να το χρησιμοποιήσουν και όλοι όσοι χρησιμοποιούν τα ATM.

ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ

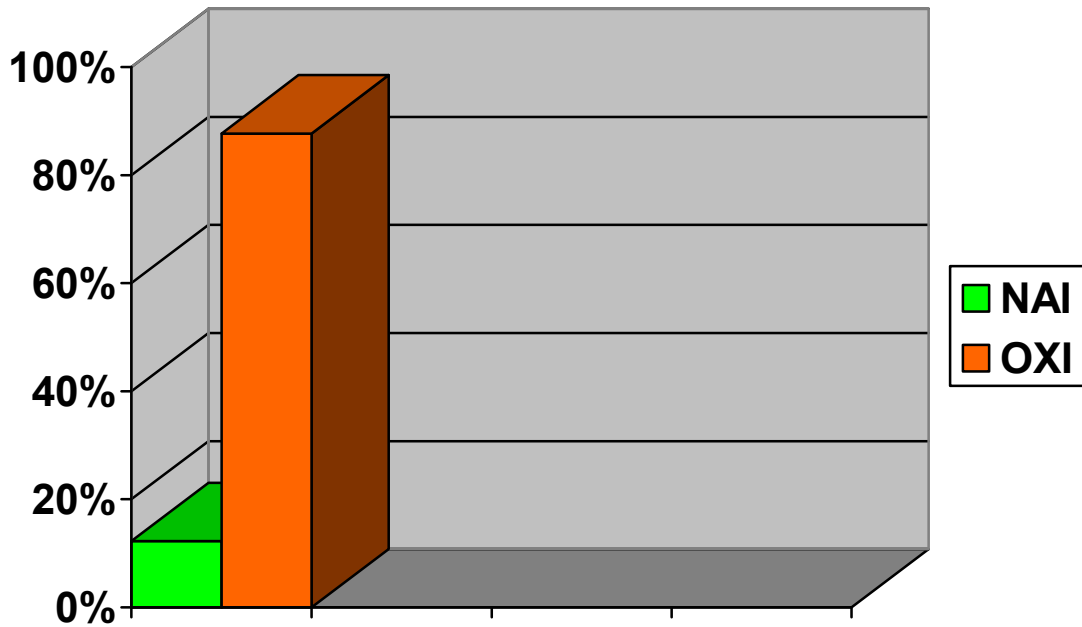


Διάγραμμα 4.5.5
(Εμπιστοσύνη)

- ✚ MOBILE BANKING: 12.28%
- ✚ PHONE BANKING: 10.52%
- ✚ ATM: 17.54%
- ✚ DIAS: 7.01%
- ✚ INTERNET BANKING: 52.63%

Το εναλλακτικό δίκτυο το οποίο συγκεντρώνει το μεγαλύτερο ποσοστό εμπιστοσύνης είναι το internet banking (52.63%) και αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι για την προστασία της ασφάλειας όλων των συναλλαγών που γίνονται μέσω αυτού (π.χ. πληρωμή λογαριασμών, ενημέρωση υπολοίπου, κτλ) δαπανώνται μεγάλα ποσά για να πετύχουν την μέγιστη ασφάλεια προς το καταναλωτικό κοινό το οποίο το χρησιμοποιεί. Δεύτερο ακολουθεί το mobile banking (12.28%) και τρίτο το phone banking(10.52%). Αξιοσημείωτο είναι το σύστημα ATM –DIAS που συγκεντρώνουν το μικρότερο ποσοστό (17.54%) –(7.01%) αντίστοιχα και έρχεται σε αντίφαση με το ποσοστό χρήσης (78.94%)-(70.18%). Αυτό οφείλεται καθαρά σε θέμα ασφάλειας καθώς έχουν εμφανιστεί αρκετές φορές υποκλοπές μέσω ATM-DIAS.

(ΥΠΟΚΛΟΠΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ)

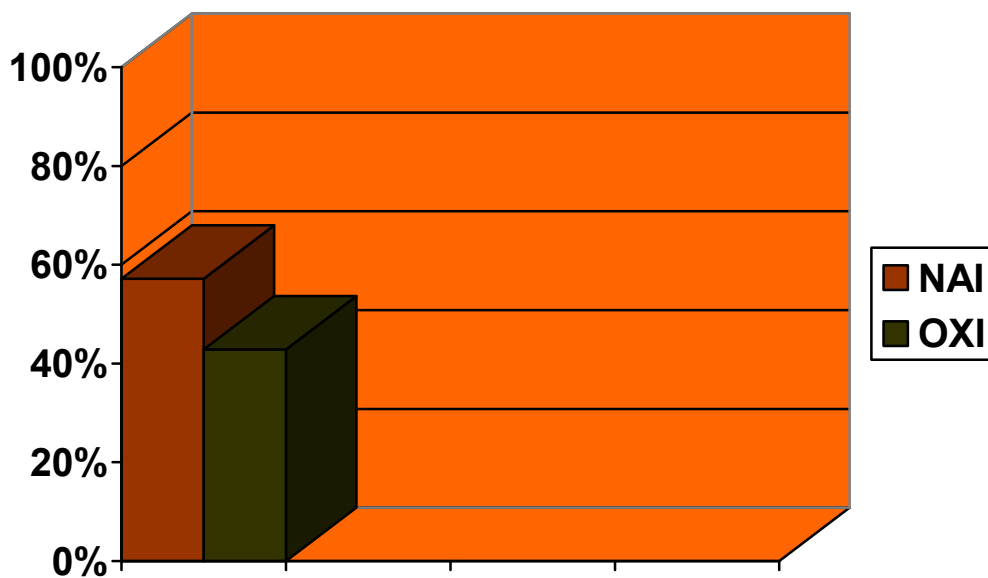


Διάγραμμα 4.5.6
(Υποκλοπή)

❖ NAI: 12,28%

❖ OXI: 87,71%

Εμπιστοσύνη και μετά την υποκλοπή



Διάγραμμα 4.5.7
(Εμπιστοσύνη και μετά την υποκλοπή)

❖ ΝΑΙ: 57,14%

❖ ΟΧΙ: 42,85%

Στα διαγράμματα 4.5.6 -4.5.7 παρατηρούμε ότι ένα ποσοστό 12.28% έχει πέσει θύμα κλοπής δεδομένων κατά την διάρκεια χρήσης των εναλλακτικών δικτύων τραπεζικής. Παρόλα αυτά ενθαρρυντικό είναι το ποσοστό εκείνων που επιχείρησαν και μετά την υποκλοπή να χρησιμοποιήσουν ξανά τα δίκτυα(57.14%). Αυτό δείχνει ότι η εμπιστοσύνη τους δεν χάθηκε απέναντι στα εναλλακτικά δίκτυα και αυτό είναι πολύ σημαντικό για την πορεία των δικτύων στο μέλλον.

4.5 ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η έρευνα μας κατέληξε σε ενδιαφέροντα συμπεράσματα ,κάποια από αυτά αναμενόμενα και κάποια άλλα όχι. Καταρχήν , παρατηρώντας τα προσωπικά στοιχεία των ερωτηθέντων παρατηρούμε τα εξής:

Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος κυμαίνεται στην ηλικιακή ομάδα 46-55 ετών (27%) και το επίπεδο μόρφωσης ακουμπάει το ποσοστό 37% στους τελειόφοιτους ανώτερης/ανώτατης σχολής. Όσον αφορά το επάγγελμα αυτό που πήρε το μεγαλύτερο ποσοστό είναι του ιδ. υπάλληλου με ποσοστό 52% και αποτέλεσε το μισό δείγμα.

Το internet έχει πλέον μπει για τα καλά στην ζωή του καταναλωτή αφού το ποσοστό χρήσης του διαδικτύου αγγίζει το 89%.

Όσον αφορά τώρα, τα εναλλακτικά δίκτυα εξυπηρέτησης τραπεζικών συναλλαγών συγκεντρώνουν ένα αρκετά καλό ποσοστό 58.76% και αυτό σημαίνει ότι ο καταναλωτής έχει αρχίσει και χρησιμοποιεί συχνότερα το διαδίκτυο και τα οφέλη που αυτό προσφέρει. Ακόμη πιο σημαντικό είναι το γεγονός ότι το ποσοστό της εμπιστοσύνης

είναι μεγαλύτερο από το ποσοστό της χρήσης. Αξιοσημείωτο είναι ότι τα ATM(78.94%) και το e-banking(52.63%)συγκεντρώνουν και αυτά μεγάλα ποσοστά χρήσης και ενώ το δεύτερο τα διατηρεί και στην εμπιστοσύνη, δεν συμβαίνει το ίδιο και με το ATM που λόγω των πιο συχνών υποκλοπών χάνει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών και κατατάσσεται στην προτελευταία θέση. Βασικό είναι ότι το 2010 χρονιά μεγάλης οικονομικής κρίσης οι καταναλωτές δείχνουν να εμπιστεύονται τα ηλεκτρονικά καταστήματα για την εξυπηρέτηση των τραπεζικών τους συναλλαγών με ποσοστό (70.11%) και αυτό δημιουργεί σχέδια για το μέλλον καθώς τα εναλλακτικά δίκτυα όπως τα μηχανήματα αυτόματης ανάληψης (ATM), το Internet Banking, το Phone Banking ή το Mobile Banking έχουν πολύ μικρότερο κόστος ανά συναλλαγή από ό,τι η εκτέλεση μιας συναλλαγής από υπάλληλο και επιπλέον προσφέρουν ποιοτικές υπηρεσίες στους πελάτες καθώς εξαλείφουν την αναμονή στην ουρά και προσφέρουν απομακρυσμένη πρόσβαση στις τραπεζικές υπηρεσίες. Για όλους αυτούς τους λόγους, τα εναλλακτικά δίκτυα προσθέτουν αξία στις υπάρχουσες υπηρεσίες και γι αυτό ελπίζουμε πως οι τράπεζες θα ενημερώσουν περισσότερο τους καταναλωτές και θα απλοποιήσουν τις διαδικασίες ώστε να μπορέσουν να ωθήσουν και το υπόλοιπο ποσοστό στην εμπιστοσύνη των δικτύων και στην συνέχεια στην χρήση τους.

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε είναι το εξής:

Θέμα: "Βαθμός χρήσης των τραπεζικών συναλλαγών διαμέσου ηλεκτρονικών καταστημάτων"

1.ΦΥΛΟ

ΑΝΔΡΑΣ

ΓΥΝΑΙΚΑ

2.ΗΛΙΚΙΑ

18-25

26-35

36-45

46-55

55+

3.ΕΠΙΠΕΔΟ ΜΟΡΦΩΣΗΣ

Υποχρεωτική εκπαίδευση

Γυμνάσιο / λύκειο

Τεχνολογική σχολή

Ανώτατη/ανώτερη σχολή

Μεταπτυχιακός τίτλος

4.ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ

Δημόσιος υπάλληλος

Ιδιωτικός υπάλληλος

Ελεύθερος επαγγελματίας

Συνταξιούχος

5.ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ INTERNET;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6.ΓΙΑ ΠΟΙΟΥΣ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΛΟΓΟΥΣ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ ΤΟ INTERNET;(ΝΑ ΑΠΑΝΤΗΣΟΥΝ ΜΟΝΟ ΟΣΟΙ ΣΤΗΝ ΕΡΩΤΗΣΗ 5 ΑΠΑΝΤΗΣΑΝ ΘΕΤΙΚΑ)

ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

E-MAIL/CHAT/MESSENGER

ΕΠΙΚΑΙΡΟΤΗΤΑ

ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ

**7.ΕΧΕΤΕ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΕΙ ΑΓΟΡΑ ΜΕΣΩ
INTERNET;**(ΝΑ ΑΠΑΝΤΗΣΟΥΝ ΜΟΝΟ ΟΣΟΙ ΣΤΗΝ ΕΡΩΤΗΣΗ 5
ΑΠΑΝΤΗΣΑΝ ΘΕΤΙΚΑ)

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**8.ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΕΙΤΕ ONLINE
ΑΓΟΡΕΣ;**(ΝΑ ΑΠΑΝΤΗΣΟΥΝ ΜΟΝΟ ΟΣΟΙ ΣΤΗΝ ΕΡΩΤΗΣΗ 7
ΑΠΑΝΤΗΣΑΝ ΘΕΤΙΚΑ)

1 φορά την εβδομάδα

1 φορά το μήνα

1 φορά το εξάμηνο

1 φορά το χρόνο

9.ΕΧΕΤΕ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕ ΤΡΑΠΕΖΕΣ;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**10.ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

11.ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

12.ΓΙΑ ΠΟΙΟΝ ΛΟΓΟ ΔΕΝ ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ;(ΝΑ ΑΠΑΝΤΗΣΟΥΝ ΜΟΝΟ ΟΣΟΙ ΣΤΗΝ ΕΡΩΤΗΣΗ 11 ΑΠΑΝΤΗΣΑΝ ΑΡΝΗΤΙΚΑ)

ΕΛΛΙΠΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑ

ΠΟΛΥΠΛΟΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

ΜΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ

ΠΡΟΤΙΜΗΣΗ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

13.ΠΟΙΑ ΑΠΟ ΤΑ ΑΚΟΛΟΥΘΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ;

MOBILE BANKING

PHONE BANKING

ATM

DIAS

INTERNET BANKING

**14.ΠΟΙΑ ΑΠΟ ΤΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ
ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ;**(ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΕΝΑ ΑΠΟ ΤΑ
ΑΚΟΛΟΥΘΑ)

MOBILE BANKING

PHONE BANKING

ATM

DIAS

INTERNET BANKING

**15. ΣΑΣ ΕΧΕΙ ΣΥΜΒΕΙ ΠΟΤΕ ΥΠΟΚΛΟΠΗ
ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΣΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΣΑΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ
ΜΕΣΩ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ;**(ΝΑ
ΑΠΑΝΤΗΣΟΥΝ ΜΟΝΟ ΟΣΟΙ ΣΤΗΝ ΕΡΩΤΗΣΗ 10 ΑΠΑΝΤΗΣΑΝ ΘΕΤΙΚΑ)

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**16.ΣΥΝΕΧΙΣΑΤΕ ΝΑ ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ
ΣΑΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕΣΩ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ
ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΥΠΟΚΛΟΠΗ;**(ΝΑ
ΑΠΑΝΤΗΣΟΥΝ ΜΟΝΟ ΟΣΟΙ ΣΤΗΝ ΕΡΩΤΗΣΗ 15 ΑΠΑΝΤΗΣΑΝ ΘΕΤΙΚΑ)

ΝΑΙ

ΟΧΙ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΒΙΒΛΙΑ:

1. E-COMMERCE: ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ 2^Η ΕΚΔΟΣΗ (ΠΑΣΧΟΠΟΥΛΟΣ-ΣΚΑΛΤΣΑΣ Π.)
2. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ: ΕΚΔΟΣΕΙΣ_ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΕΤΟΣ 1997(ΔΟΥΚΙΔΗΣ Γ.)

INTERNET:

1. WWW.GO-E.MCIT.GR
2. WWW.COSMO-ONE.GR
3. WWW.WIKIPEDIA.ORG
4. WWW.GO.ONLINE.GR
5. WWW.E-EMPORIO.COM
6. WWW.GOOGLE.GR
7. www.eeei.gr

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΠΟΛΥ ΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΓΙΑ ΟΛΕΣ_ΤΙΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΠΟΥ ΜΑΣ ΠΑΡΕΙΧΕ.