

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΤΑ ΕΙΔΗ ΚΑΙ Η ΠΡΑΚΤΙΚΗ

ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ

ΧΡΗΜΑΤΟΣ ΣΤΙΣ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΜΟΡΦΕΣ

ΑΓΟΡΩΝ



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ
ΓΙΑΝΝΟΥΔΗΣ ΧΡΗΣΤΟΣ
ΛΙΤΣΙΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΜΗΛΙΤΣΟΠΟΥΛΟΣ ΚΩΝ/ΝΟΣ

Εγκρίθηκε από την τριμελή εξεταστική επιτροπή

Τόπος, Ημερομηνία

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

1. Ονοματεπώνυμο, Υπογραφή

2. Ονοματεπώνυμο, Υπογραφή

3. Ονοματεπώνυμο, Υπογραφή

Ο Προϊστάμενος του Τμήματος

**ΤΑ ΕΙΔΗ ΚΑΙ Η ΠΡΑΚΤΙΚΗ
ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ
ΧΡΗΜΑΤΟΣ ΣΤΙΣ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΜΟΡΦΕΣ
ΑΓΟΡΩΝ**

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ολοκληρώνοντας τις σπουδές μας θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τους γονείς μας που μας συμπαράσθηκαν όλα αυτά τα χρόνια οικονομικά και ηθικά.

Επίσης ευχαριστούμε θερμά όλους αυτούς που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιό μας χωρίς να μας φέρουν κανένα εμπόδιο, χάρη των οποίων ολοκληρώθηκε η έρευνά μας.

Τέλος, ευχαριστούμε πολύ τον καθηγητή μας κ. Μηλιτσόπουλο Κων/νο ο οποίος μας ανάθεσε την πτυχιακή αυτή εργασία.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	xi
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	xii
1 ^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΧΡΗΜΑ	13
1.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΧΡΗΜΑΤΟΣ.....	14
1.2. ΟΡΙΣΜΟΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ.....	15
1.3. ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ	16
1.4. ΜΟΡΦΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ.....	17
1.5. ΠΩΣ ΑΠΟΚΤΑΜΕ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΧΡΗΜΑ.....	19
1.6. Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	19
2 ^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Ε- ΕΜΠΟΡΙΟ	23
2.1. ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ	24
2.2. ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ.....	24
2.3. ΟΙ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΑΓΟΡΩΝ	26
2.4. ΔΙΑΦΟΡΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ ΚΑΙ Η ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ	30
2.5. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	34
2.6. ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	39
3 ^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΤΟ INTERNET BANKING	42
3.1. Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ (E-BANKING)	43
3.2. ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ E-BANKING.....	44
3.2.1. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ	44
3.2.1.1. ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΕΝΤΟΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ	44

3.2.1.2. ΕΜΒΑΣΜΑΤΑ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ-ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ.....	46
3.2.1.3. ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΔΑΝΕΙΩΝ.....	47
3.2.1.4. ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ.....	47
3.2.1.5. ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΥ.....	49
3.2.1.6. ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ ΔΕΚΟ.....	50
3.2.1.7. ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΣΤΑΘΕΡΗΣ ΚΑΙ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ.....	50
3.2.1.8. ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ.....	51
3.2.1.9. ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΤΡΙΤΩΝ.....	51
3.2.1.10. ΜΑΖΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ-ΜΙΣΘΟΔΟΣΙΕΣ.....	51
3.2.1.11. ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΕΝΤΟΛΩΝ.....	51
3.2.2. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ.....	53
3.2.3. ΑΙΤΗΣΕΙΣ.....	56
3.2.4. ΒΟΗΘΗΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ.....	56
3.3. ΤΟ PHONE BANKING.....	56
3.4. MOBILE BANKING.....	58
4ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΕΙΔΗ ΚΑΙ ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ..	60
4.1. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΠΟΡΤΟΦΟΛΙ.....	61
4.1.1. ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΜΕΣΩ ΚΙΝΗΤΩΝ ΤΗΛΕΦΩΝΩΝ.....	64
4.1.2. MASTERCARD: ΑΝΟΙΓΕΙ ΤΟ ΔΡΟΜΟ ΤΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΜΕΣΩ ΚΙΝΗΤΟΥ ΤΗΛΕΦΩΝΟΥ.....	67
4.1.3. VISA: ΣΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΠΟΡΤΟΦΟΛΙ ΜΕΤΑΤΡΕΠΕΤΑΙ ΤΟ ΚΙΝΗΤΟ	69
4.2. PEER TO PEER PAYMENT – PAYPAL (P2P).....	70
4.3. ΕΞΥΠΝΕΣ ΚΑΡΤΕΣ (SMART CARDS).....	73
4.3.1. Η ΕΞΥΠΝΗ ΚΑΡΤΑ MONDEX.....	75
4.4. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΕΠΙΤΑΓΕΣ.....	77
4.5. INTERNET CASH.....	79

4.6. Η ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ	80
5 ^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΕΡΕΥΝΑ	84
5.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	85
5.2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	85
5.3. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ - ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΤΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	86
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	110
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	114
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α '	116

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Στοιχεία παραδοσιακού και ηλεκτρονικού τρόπου εκτέλεσης παραγγελίας	33
Πίνακας 2: Τα βασικά μεγέθη των χρησιμοποιούμενων νέων τεχνολογιών από τις ελληνικές επιχειρήσεις	35
Πίνακας 3: Τα βασικά μεγέθη των χρησιμοποιούμενων νέων τεχνολογιών από τους Έλληνες	36
Πίνακας 4: Ηλικία ερωτηθέντων	86
Πίνακας 5: Μορφωτικό επίπεδο	87
Πίνακας 6: Με τι τρόπο γίνεται η διεκπεραίωση των συναλλαγών σας;	88
Πίνακας 7: Χρησιμοποιείται πιστωτική κάρτα;.....	89
Πίνακας 8: Αριθμός πιστωτικών καρτών	90
Πίνακας 9: Χρησιμοποιείται χρεωστικές κάρτες;	91
Πίνακας 10: Τι χρησιμοποιείται περισσότερο πιστωτικές ή χρεωστικές κάρτες;	92

Πίνακας 11: Λόγοι μη χρήσης πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας	93
Πίνακας 12: Λόγοι χρήσης πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας	94
Πίνακας 13: Συχνότητα χρήσης πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας	95
Πίνακας 14: Λόγος χρήσης πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας.....	96
Πίνακας 15: Συχνότητα χρήσης του Internet Banking για τις τραπεζικές συναλλαγές	97
Πίνακας 16: Λόγοι μη χρησιμοποίησης ηλεκτρονικών υπηρεσιών τράπεζας.....	98
Πίνακας 17: Σημαντικότερος λόγος για τη χρησιμοποίηση του internet banking	100
Πίνακας 18: Συχνότητα χρήσης του Phone Banking	101
Πίνακας 19: Λόγοι χρήσης Mobile Banking	102
Πίνακας 20: Χρήση ηλεκτρονικού πορτοφολιού στις καθημερινές συναλλαγές μικρού ύψους.....	103
Πίνακας 21: Υιοθέτηση πληρωμών μέσω φορητών συσκευών (κινητών τηλεφώνων)	104
Πίνακας 22: Ωφέλειες από την πραγματοποίηση πληρωμών μέσω κινητών τηλεφώνων.....	105
Πίνακας 23: Πραγματοποιήσιμες συναλλαγές μέσω του κινητού τηλεφώνου.	106
Πίνακας 24: Η χρησιμότητα του ηλεκτρονικού χρήματος.....	108

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1: Χρήση Η/Υ – πρόσβαση στο διαδίκτυο χρονικής περιόδου 2003-2007	37
Διάγραμμα 2: Στατιστικά στοιχεία για το ηλεκτρονικό εμπόριο σε Ελλάδα και Ευρώπη	39

Διάγραμμα 3: Ηλικία ερωτηθέντων	87
Διάγραμμα 4: Μορφωτικό επίπεδο	87
Διάγραμμα 5: Με τι τρόπο γίνεται η διεκπεραίωση των συναλλαγών σας;.....	88
Διάγραμμα 6: Χρησιμοποιείται πιστωτική κάρτα;.....	89
Διάγραμμα 7: Αριθμός πιστωτικών καρτών	90
Διάγραμμα 8: Χρησιμοποιείται χρεωστικές κάρτες;.....	91
Διάγραμμα 9: Τι χρησιμοποιείται περισσότερο πιστωτικές ή χρεωστικές κάρτες; ...	92
Διάγραμμα 10: Λόγοι μη χρήσης πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας	93
Διάγραμμα 11: Λόγοι χρήσης πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας	94
Διάγραμμα 12: Συχνότητα χρήσης πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας	95
Διάγραμμα 13: Συχνότητα χρήσης του Internet Banking για τις τραπεζικές συναλλαγές	97
Διάγραμμα 14: Λόγοι μη χρησιμοποίησης ηλεκτρονικών υπηρεσιών.....	99
Διάγραμμα 15: Σημαντικότερος λόγος για τη χρησιμοποίηση του internet banking.	100
Διάγραμμα 16: Συχνότητα χρήσης του Phone Banking	101
Διάγραμμα 17: Λόγοι χρήσης Mobile Banking	102
Διάγραμμα 18: Χρήση ηλεκτρονικού πορτοφολιού στις καθημερινές συναλλαγές μικρού ύψους	103
Διάγραμμα 19: Υιοθέτηση πληρωμών μέσω φορητών συσκευών (κινητών τηλεφώνων).....	104
Διάγραμμα 20: Ωφέλειες από την πραγματοποίηση πληρωμών μέσω κινητών τηλεφώνων	105
Διάγραμμα 21: Πραγματοποιήσιμες συναλλαγές μέσω του κινητού τηλεφώνου. ...	107
Διάγραμμα 22: Η χρησιμότητα του ηλεκτρονικού χρήματος.....	109

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Μεταφορά σε λογαριασμό ιδίου	45
Εικόνα 2: Μεταφορά σε Εγχώρια Τράπεζα.....	46
Εικόνα 3: Πληρωμή Δανείου.....	47
Εικόνα 4: Πληρωμή Πιστωτικής Κάρτας.....	48
Εικόνα 5: Πληρωμή ΦΠΑ	49
Εικόνα 6: Απόσπασμα λογαριασμού κινητής τηλεφωνίας Vodafone.....	50
Εικόνα 7: Διάγραμμα μετάβασης σε κατάσταση.....	52
Εικόνα 8: Πληροφορίες Λογαριασμού.....	54
Εικόνα 9: Πληροφορίες Πιστωτικής Κάρτας	55

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία έχει ως αντικείμενο διερεύνησης τα είδη και η πρακτική χρησιμότητα του ηλεκτρονικού χρήματος στις σύγχρονες μορφές αγορών. Για να μπορέσουμε να μελετήσουμε το θέμα η εργασία διαρθρώθηκε σε πέντε κεφάλαια.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται διάκριση του χρήματος και του ηλεκτρονικού χρήματος, και δίνονται τα χαρακτηριστικά και οι μορφές του ηλεκτρονικού χρήματος. Επίσης μελετάται πώς μπορεί κάποιος να το αποκτήσει και ποια είναι η κατάσταση στην ελληνική αγορά.

Επειδή η εργασία μας αναφέρεται στο ηλεκτρονικό χρήμα στις σύγχρονες μορφές αγοράς, στο δεύτερο και τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζουμε το ηλεκτρονικό εμπόριο και την ηλεκτρονική τραπεζική ως σύγχρονες μορφές αγοράς, παραθέτοντας ταυτόχρονα τη χρησιμότητα του ηλεκτρονικού χρήματος σε αυτές τις δύο μορφές.

Στο τέταρτο κεφάλαιο αναλύονται εκτεταμένως τα είδη του ηλεκτρονικού χρήματος και παρατίθεται και η χρησιμότητά του.

Στο πέμπτο κεφάλαιο έγινε μια προσωπική έρευνα για να διερευνηθεί το κατά πόσο οι πολίτες γνωρίζουν και κατ' επέκταση έχουν εισάγει στην καθημερινότητά τους τα είδη των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η τεχνολογία μεταλλάσσει πολλές από τις πτυχές της καθημερινότητάς μας. Στον τρόπο με τον οποίο επικοινωνούμε, εργαζόμαστε ή, ακόμα, διασκεδάζουμε η τεχνολογία αφήνει έντονα το αποτύπωμά της. Κυρίως τα τελευταία χρόνια η χρήση των νέων τεχνολογιών έχει αρχίσει να διαφοροποιεί αισθητά και τον τρόπο με τον οποίο εκτελούμε τις τραπεζικές και γενικότερα τις οικονομικές συναλλαγές μας.

Είναι χαρακτηριστικό, για παράδειγμα, το γεγονός ότι ακόμα και πριν από μόλις λίγα χρόνια η πλειονότητα των τραπεζικών συναλλαγών πραγματοποιούνταν απευθείας με τον ταμία της τράπεζας. Σήμερα η χρήση πλαστικών καρτών, η τοποθέτηση Αυτόματων Ταμειακών Μηχανών (ATMs) αλλά και η δημιουργία υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking) έχουν δημιουργήσει νέα κανάλια διανομής των τραπεζικών προϊόντων.

Τα ATMs, οι πλαστικές κάρτες και το e-banking ήταν τα πρώτα δείγματα της τεχνολογικής επέμβασης στον τομέα των πληρωμών. Ο τρόπος με τον οποίο θα πληρώνουμε ή θα αγοράζουμε σε μία δεκαετία από σήμερα δεν μπορεί να προβλεφθεί με ασφάλεια. Αυτό, όμως, που φαίνεται σχεδόν σίγουρο είναι ότι θα είναι διαφορετικός από τον σημερινό. Η άποψη αυτή ενισχύεται από το γεγονός ότι μία σειρά από αναδυόμενες τεχνολογίες αναμένεται στο μέλλον να είναι σε θέση να προσφέρουν εναλλακτικές λύσεις.

Οι πιστωτικές κάρτες πολλαπλών χρήσεων, οι έξυπνες κάρτες και οι κινητές πληρωμές (mobile payments) αποτελούν τεχνολογικές προτάσεις οι οποίες εξελίσσονται σημαντικά και είναι πολύ πιθανόν στο μέλλον να αναλάβουν το βάρος της διεκπεραίωσης ενός σημαντικού όγκου πληρωμών που σήμερα πραγματοποιούνται με τον παραδοσιακό τρόπο.

1^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ

ΧΡΗΜΑ

1.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΧΡΗΜΑΤΟΣ

Χρήματα είναι τα αγαθά, εν γένει, που ανταλλάσσονται με ευρύτατη ποικιλία άλλων αγαθών, χωρίς συσχέτιση με την θέση του προσφέροντος προσώπου, ζητούμενα δε κυρίως λόγω της εμπιστοσύνης των συναλλασσόμενων προς το συνεχές και σταθερόν της λειτουργίας αυτών των αγαθών (χρημάτων) ως μέσων ανταλλαγής¹.

Ο ορισμός αυτός κάνει εμφανή την ιστορική προέλευση του χρήματος, ενώ εξ' άλλου, δεν παραλείπει να τονίσει και την προέχουσα θέση που αποκτά το στοιχείο της άμεσης ανταλλαξιμότητας προκειμένου να αναγορευθεί ένα αγαθό σε χρήμα².

Με το χρήμα διευκολύνεται η ανταλλαγή, η οποία, χωρίς αυτό, θα γινόταν απ' ευθείας με τα ανταλλασσόμενα είδη, θα προσέκοπτε όμως σε μεγάλη χρονοτριβή και δυσκολίες, που θα ήταν αναγκαίες για τον καθορισμό των όρων της ανταλλαγής. Δια της μεσολάβησης του χρήματος ως τιμήματος, την ανταλλαγή διαδέχθηκε η αγορά και η πώληση. Πουλώντας κάποιος λαμβάνει χρήματα, το τίμημα, και χρησιμοποιεί αυτό προς αγορά πραγμάτων, χωρίς να δεσμεύεται σε ταυτόχρονη ανταλλαγή του πωλούμενου και του αγοραζόμενου είδους³.

«Δεδομένου ότι οι ανάγκες προκύπτουν φυσικά, οι κοινωνίες δημιουργούν ένα συναλλακτικό μέσο όταν δεν υπάρχει κανένα. Έτσι τα χρήματα Fiat (χρήματα εξουσιοδότησης) είναι μια σχετικά σύγχρονη εφεύρεση. Μια κεντρική αρχή δημιουργεί ένα νέο αντικείμενο χρημάτων που έχει την ελάχιστη εγγενή αξία. Η χρήση του κοινού των χρημάτων υπάρχει μόνο επειδή η κεντρική αρχή εξουσιοδοτεί την αποδοχή των χρημάτων κάτω από την ποινική ρήτρα του νόμου. Σε περιπτώσεις όπου το κοινό χάνει την πίστη στα χρήματα εξουσιοδότησης, υπάρχουν λίγα μια κεντρική αρχή μπορούν να κάνουν για να αποτρέψουν την υιοθέτηση άλλων αντικειμένων χρημάτων από την κοινωνία.

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι η αξία των χρημάτων προκύπτει κατά ένα μέρος από τη χρησιμότητά του ως μέσο ανταλλαγής, δηλαδή υιοθετείται αρχικώς για να απλοποιήσει τις συναλλαγές σε μια οικονομία ανταλλαγής, κατά συνέπεια λειτουργεί πρώτα ως μέσο ανταλλαγής. Αρχίζει ως «αποθήκη» αξίας, δεδομένου ότι οι κάτοχοι των φθαρτών αγαθών μπορούν εύκολα να τους μετατρέψουν σε ανθεκτικά χρήματα. Εντούτοις η

¹ Οικονομική και Λογιστική Εγκυκλοπαίδεια, Τόμος Θ, σελ. 1097.

² Παστρινός Δημ., (1999), «Χρήμα-Τράπεζες και Χρηματοπιστωτική Πολιτική», Αθήνα, εκδόσεις Παπαζήση, σελ. 52.

³ Μεγάλη Ελληνική Εγκυκλοπαίδεια, Δρανδάκης Π., Εκδοτικός Οργ. «ΦΟΙΝΙΞ», τ. ΚΔ', σελ. 699-700.

χρησιμότητά του ως μέσου ανταλλαγής εξαρτάται από την αναγνώριση της αγοραστικής του αξίας. Ως εκ τούτου αυτές οι δύο πτυχές των χρημάτων είναι αλληλοεξαρτώμενες⁴».

«Το βασικό χαρακτηριστικό του χρήματος είναι η αποδοχή του σαν τέτοιο μέσο συναλλαγών εκείνων που «πιστεύουν» στην ανταλλακτική του αξία. Ετυμολογικά το νόμισμα σχετίζεται με τις λέξεις «νόμος» και «νομίζω». Έτσι το νόμισμα δίνει το ακριβές νόημα και τον καθορισμό του χρήματος. Είναι κάτι που σκεφτόμαστε ότι έχει αξία ή κάτι που κάποιος μας έπεισε ότι έχει, αλλά στην πραγματικότητα δεν έχει. Επίσης, σε περίπτωση που δεν είμαστε πεπεισμένοι ότι το χρήμα έχει αξία και δεν αναγνωρίζουμε την αρχή κατασκευαστών χρήματος, είναι επίσης κάτι που επιβάλλεται από το νόμο να το χρησιμοποιήσουμε ως μοναδικό μέσο ανταλλαγής στο εμπόριο⁵».

1.2. ΟΡΙΣΜΟΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ

Με τον όρο ηλεκτρονικό χρήμα περιγράφουμε κάθε μορφή μεταφοράς κεφαλαίου μεταξύ δύο ή περισσότερων μερών που γίνεται με ψηφιακό τρόπο και χωρίς την μεσολάβηση υλικού μέσου. Είναι δηλαδή το σύνολο των αποθηκευμένων μονάδων αξίας στις λεγόμενες «έξυπνες κάρτες» και σε σκληρούς δίσκους, που συνδυάζουν τα πλεονεκτήματα τόσο του μετρητού όσο και του λογισμικού χρήματος.

Η οδηγία 2009/110/EK δίνει τον ορισμό του ηλεκτρονικού χρήματος σύμφωνα με την οποία «ηλεκτρονικό χρήμα είναι οιαδήποτε αποθηκευμένη σε ηλεκτρονικό, μεταξύ άλλων και μαγνητικό υπόθεμα νομισματική αξία αντιπροσωπευόμενη από απαίτηση έναντι του εκδότη ηλεκτρονικού χρήματος, έχει εκδοθεί κατόπιν παραλαβής χρηματικού ποσού για τον σκοπό της πραγματοποίησης πράξεων πληρωμών όπως ορίζονται στο άρθρο 4 σημείο 5 της οδηγίας 2007/64/EK και η οποία γίνεται δεκτή από άλλα φυσικά ή νομικά πρόσωπα πέραν του εκδότη⁶.

⁴ el.wikipedia.org, ημερομηνία πρόσβασης 12/12/11

⁵ el.wikipedia.org, ημερομηνία πρόσβασης 12/12/11.

⁶ οδηγία 2009/110/EK, διαθέσιμη και στο http://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/DIRECTION%202009_110_%CE%95%CE%9A.pdf

Επίσης στα σημεία 7 και 8 της εν λόγω οδηγίας διαπιστώνουμε ότι ο ορισμός του ηλεκτρονικού χρήματος πρέπει να είναι τεχνικώς ουδέτερος για να καλύπτει κάθε περίπτωση προπληρωμένης, αποθηκευμένης αξίας έναντι χρηματικού ποσού, που μπορεί να χρησιμοποιηθεί και είναι αποδεκτή από τρίτους για πληρωμή.

Έτσι, ηλεκτρονικό χρήμα μπορούμε να έχουμε είτε σε κάρτες είτε σε έναν διακομιστή ενός πιστωτικού ιδρύματος και που μπορεί να διαχειριστεί ο κάτοχος του ηλεκτρονικού χρήματος μέσα από έναν ειδικό λογαριασμό.

1.3. ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ

Τα χαρακτηριστικά που έχει το ηλεκτρονικό χρήμα είναι τα εξής:

- Είναι ευρέως αποδεκτό.
- Έχει ένα ικανοποιητικό επίπεδο ασφαλείας ούτως ώστε να μπορούν να το εμπιστευτούν οι καταναλωτές.
- Διατηρεί την ανωνυμία των χρηστών.
- Διακρίνεται από την μεταφερσιμότητα, δηλαδή μπορεί να μεταφέρεται από μια μορφή σε μια άλλη όπως λόγου χάρη από ηλεκτρονικές μονάδες σε μετρητά.
- Έχει απεριόριστη διάρκεια, δηλαδή δεν μην έχει ημερομηνία λήξεως πέραν της οποίας δεν θα έχει πλέον αξία.
- Έχει αμφίδρομη κίνηση, δηλαδή υπάρχει η δυνατότητα συναλλαγών μεταξύ όλων των οικονομικών μονάδων, όπως π.χ. μεταφορές χρημάτων από επιχείρηση σε ιδιώτη, από επιχείρηση σε επιχείρηση, από ιδιώτη σε ιδιώτη κ.λπ.
- Μπορεί να διαιρεθεί σε όσα τμήματα ίσης συνολικής αξίας θέλει ο κάτοχος.
- Έχει ευχρηστία και

- Έχει σταθερή αξία, δηλαδή δεν επηρεάζεται από τον πληθωρισμό ή από τυχόν υποτίμηση του εθνικού νομίσματος.

1.4. ΜΟΡΦΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ

Όπως είπαμε και στο προηγούμενο κεφάλαιο, όταν αναφερόμαστε στο ηλεκτρονικό χρήμα περιγράφουμε στην ουσία το σύνολο των αποθηκευμένων μονάδων αξίας που έχουν πολλούς διαφορετικούς σκοπούς και που χρησιμοποιείται ως υποκατάστατο μετρητών ούτως ώστε να εξυπηρετηθεί η συναλλαγή αξίας που είναι συνήθως μικρή. Αυτή η προπληρωμένη αξία έχει τη μορφή ηλεκτρονικών χρηματικών μονάδων που αποθηκεύονται είτε σε μια ηλεκτρονική βάση, όπως π.χ. μια κάρτα, είτε στη μνήμη ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή.

Έτσι, «στην πράξη το ηλεκτρονικό χρήμα εμφανίζεται με τις εξής μορφές:

1. ηλεκτρονικό χρήμα λογισμικής μορφής ή δικτυακό χρήμα (software ή network-based products, network money) και
2. ηλεκτρονικό χρήμα υλικής μορφής-προπληρωμένες κάρτες πολλαπλών χρήσεων ή ηλεκτρονικό πορτοφόλι (hardware ή card based products, e-purse).

Ηλεκτρονικό χρήμα λογισμικής μορφής ή δικτυακό χρήμα: σε αντίθεση με το ηλεκτρονικό πορτοφόλι το ηλεκτρονικό χρήμα λογισμικής μορφής δεν θα το συναντήσουμε με υλική υπόσταση, π.χ. σε κάρτα. Η ηλεκτρονική αυτή μορφή χρήματος είναι αποθηκευμένη σε κάποιο απομακρυσμένο διακομιστή (server) που έχει ο εκάστοτε εκδότης ηλεκτρονικού χρήματος και διαχειρίζεται ο δικαιούχος του.

Η πίστωση αυτού του ηλεκτρονικού λογαριασμού, γίνεται με την καταβολή ορισμένου χρηματικού ποσού από τον δικαιούχο, μετά από την οποία γίνεται μετατροπή σε νομισματικές μονάδες στον απομακρυσμένο διακομιστή.

Κατ' αυτόν τον τρόπο, με τις αποθηκευμένες νομισματικές μονάδες, ο δικαιούχος με τον κατάλληλο κωδικό έχει πρόσβαση στο ηλεκτρονικό χρήμα το οποίο μπορεί στην συνέχεια να χρησιμοποιεί στις συναλλαγές του.

Το δικτυακό χρήμα χρησιμοποιείται κυρίως για την πληρωμή συναλλαγών στο διαδίκτυο, τηλεφωνικές παραγγελίες κ.λπ. δηλαδή με απόσταση δικαιούχου και αντισυμβαλλόμενου. Τα πλεονεκτήματα της χρήσης αυτού έναντι των άλλων μέσων είναι η ασφάλεια που παρέχει (π.χ. πιστωτική κάρτα, προπληρωμένη κάρτα) αφού η διαχείριση του λογαριασμού γίνεται από τον δικαιούχο κάθε φορά μόνο με το αναγκαίο ποσό για την διενέργεια της συναλλαγής, οπότε ο κίνδυνος περιορίζεται σε αυτό⁷».

Οι δύο αυτές μορφές ηλεκτρονικού χρήματος διαφέρουν ως προς το ηλεκτρονικό υπόθεμα, δηλαδή τον υλικό φορέα στον οποίο ενσωματώνεται η προπληρωμένη αξία. Όμως έχουν και μια ομοιότητα η οποία είναι η προπληρωμή της αποθηκευόμενης αξίας, που πρώτα αποθηκεύεται και στην συνέχεια εμφανίζεται ως σειρά κρυπτογραφημένων δυαδικών στοιχείων (bits).

Το ηλεκτρονικό χρήμα το συναντούμε ως όρο όταν αναφερόμαστε στα είδη των ηλεκτρονικών πληρωμών. Έχουμε 2 είδη:

1. οικονομικές συναλλαγές που γίνονται με τη χρήση καρτών. Αυτές διεκπεραιώνονται μέσω ATM ή μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου.
2. οικονομικές συναλλαγές με χρήση συσκευών ηλεκτρονικής τραπεζικής, το e-banking.

«Υπάρχουν δύο τύποι ηλεκτρονικού χρήματος:

1. το υπογεγραμμένο: ενσωματώνει πληροφορίες σχετικά με το ποιος ήταν ο αρχικός κάτοχος του, όπως επίσης και οι μετέπειτα κάτοχοί του. Ο τρόπος λειτουργίας του είναι παρόμοιος με αυτόν των πιστωτικών καρτών, δίνοντας την δυνατότητα στην τράπεζα να παρακολουθήσει την πορεία του κατά την διάρκεια ζωής τους από τον έναν κάτοχο στον άλλο.
2. το ανώνυμο: λειτουργεί όπως τα συμβατικά μετρητά. Κάνει χρήση αριθμημένων (για έλεγχο) αλλά ανώνυμων τραπεζικών λογαριασμών και με τις λεγόμενες εικονικές υπογραφές που εγγυώνται την αυθεντικότητά του, αλλά που ανήκουν στην τράπεζα και όχι σε συγκεκριμένα άτομα. Σ' αυτό το μοντέλο μπορούν να απολαμβάνουν ανωνυμίας οι πελάτες/καταναλωτές, αλλά όχι οι πωλητές/έμποροι⁸».

⁷ Τασάκος Κ., (2008), «Η επικείμενη αναθεώρηση του κοινοτικού δικαίου για την έκδοση και διαχείριση ηλεκτρονικού χρήματος», Περιοδικό «ΕΠΙΛΟΓΗ», Ιούνιος 2008, σελ. 32.

⁸ Θεοδωρίδης Λ., (2008), «Τεχνικά και νομικά ζητήματα του ηλεκτρονικού χρήματος», Θεσσαλονίκη, σελ. 15.

1.5. ΠΩΣ ΑΠΟΚΤΑΜΕ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΧΡΗΜΑ

Το ηλεκτρονικό χρήμα είναι η ψηφιακή εκδοχή του χάρτινου χρήματος. Πώς το αποκτάμε όμως; Ο πελάτης αποκτά ένα ηλεκτρονικό πορτοφόλι το οποίο συνήθως είναι μία ειδική ηλεκτρονική κάρτα, πληρώνοντας τα αντίστοιχα μετρητά στην εκδότρια τράπεζα. Ο πελάτης λαμβάνει ένα κωδικοποιημένο αριθμό 64-bit για κάθε 5 cent που μετατρέπονται σε ηλεκτρονικά μετρητά (υπογραμμένα με το ιδιωτικό κλειδί της τράπεζας) και τα οποία αποθηκεύονται στο σκληρό δίσκο του υπολογιστή του χρήστη.

Αξίζει να σημειωθεί ότι τα μετρητά αυτά μπορούν να μεταφερθούν και σε μία έξυπνη κάρτα προκειμένου οι συναλλαγές να μπορούν να πραγματοποιηθούν και χωρίς τη βοήθεια ηλεκτρονικού υπολογιστή.

Στις παραπάνω περιπτώσεις ηλεκτρονικής πληρωμής ο έμπορος – αποδέκτης των ψηφιακών μετρητών αφαιρεί το ποσό από την κάρτα μεταφέροντάς το στο δικό του ηλεκτρονικό πορτοφόλι. Στην συνέχεια ο έμπορος εισπράττει τα χρήματά του από την συνεργαζόμενη τράπεζα.

1.6. Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Στην Ελλάδα το πιο χρησιμοποιούμενο προϊόν ηλεκτρονικού χρήματος είναι προπληρωμένες κάρτες (Prepaid Cards) οι οποίες εξελίσσονται στον πιο δημοφιλή τρόπο συναλλαγών στο διαδίκτυο.

Οι τράπεζες που παρέχουν τις παραπάνω κάρτες είναι περιορισμένες και υπάρχουν μόνο πέντε προπληρωμένες κάρτες, μη συμπεριλαμβανομένης της Paysafecard η οποία αποτελεί ξεχωριστό προϊόν και δεν σχετίζεται με κάποιο τραπεζικό ίδρυμα.

Τα οφέλη των προπληρωμένων καρτών είναι αρκετά όπως:

- Δεν υπάρχει συνδρομή πέραν ενός μικρού ποσού που καταβάλλεται κατά την έκδοση της κάρτας.

- Υπάρχει μηδαμινός κίνδυνος σε περίπτωση κλοπής ή απώλειας.
- Οι prepaid cards θέτουν από μόνες τους ένα όριο στο πόσα χρήματα θα ξοδέψετε, καθώς δεν συνδέονται άμεσα με κάποιο λογαριασμό σας.
- Ευκολία στη χρήση και την ανανέωση του διαθέσιμου ποσού, ακόμα και μέσω internet ή ATM.

Οι prepaid cards που είναι διαθέσιμες στην αγορά αυτή την περίοδο είναι οι εξής:

1. We Buy Prepaid από την Τράπεζα Πειραιώς. Μπορεί να εκδοθεί άμεσα από



οποιοδήποτε κατάστημα της τράπεζας, μέσω internet ή μέσω phone banking για τους κατόχους λογαριασμών στην Πειραιώς, και μπορεί να φορτιστεί γρήγορα και απλά

μέσω τηλεφώνου ή internet banking. Το ελάχιστο ποσό φόρτισης είναι €10 και το μέγιστο €3.000. Αυτό που κάνει την κάρτα να ξεχωρίζει είναι οι δωρεάν 4 πρώτες φορτίσεις και στη συνέχεια η χαμηλή προμήθεια ανά φόρτιση, που ισούται με το 1% του ποσού που φορτίζετε, με ελάχιστη χρέωση το €1 και μέγιστη τα €5, δηλαδή ακόμα και αν βάλετε €3.000 στην prepaid card σας, θα χρεωθείτε €5.

2. ATE Prepaid Card από την Αγροτική Τράπεζα. Η κάρτα μπορεί να



χρησιμοποιηθεί για προσωπική χρήση με μέγιστο ποσό τα €2.500 ή για να την δώσετε προς χρήση σε κάποιον άλλο, με μέγιστο ποσό σε αυτή την

περίπτωση τα €1.000. Για ανάληψη μετρητών από την prepaid ATE κάρτα σας, το μέγιστο ποσό είναι τα €1.500. Η έκδοση της προπληρωμένης κάρτας γίνεται από οποιοδήποτε κατάστημα της ATE Bank και η παραλαβή γίνεται επί τόπου, μπορείτε δηλαδή να την «φορτίσετε» εκείνη τη στιγμή από τα ταμεία της τράπεζας ενώ στη συνέχεια μπορείτε να τη «φορτίζετε» και μέσω internet banking ή μέσω ATM. Η χρέωση για έκδοση της κάρτας είναι €3. Η

χρέωση για φόρτιση μέσω internet και ATM είναι €1. Η χρέωση για φόρτιση στο ταμείο είναι €2 (έως €300) και €3 (για ποσά άνω των €300).

3. Κύπρου Prepaid Card από την Τράπεζα Κύπρου. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί



σε Ελλάδα και εξωτερικό με 100% ασφάλεια και έως το ποσό που εσείς έχετε επιλέξει να έχει διαθέσιμο. Για να εκδοθεί θα πρέπει να γίνει

επίσκεψη σε ένα κατάστημα της τράπεζας ή επικοινωνία μέσω phone banking εάν ο αιτών είναι ήδη πελάτης της τράπεζας. Η κάρτα βγαίνει άμεσα και είναι διαθέσιμη προς χρήση εφόσον «φορτιστεί».

4. Eurobank Prepaid Card από την Τράπεζα Eurobank. Είναι μια προπληρωμένη



κάρτα για συντηρητικούς θα λέγαμε καταναλωτές αφού το μέγιστο όριο είναι στα €1.000. Είναι διαθέσιμη στα καταστήματα της Eurobank με τη συμπλήρωση μιας

απλής αίτησης, και είναι διαθέσιμη προς χρήση άμεσα. Για να τη «φορτίσετε» με το ποσό που επιθυμείτε θα πρέπει να επισκεφτείτε κάποιο κατάστημα, να συνδεθείτε με το internet banking της Eurobank ή με την υπηρεσία Phone Banking. Για την πρώτη φόρτιση, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε και κάποιο ATM της τράπεζας, αλλά αυτή η επιλογή δεν είναι δυνατή σε μελλοντικές «φορτίσεις».

5. FBBank Prepaid Card από την First Business Bank. Η First Business Bank,



όπως είναι το πλήρες όνομά της, είναι πιο γνωστή για τις υψηλά επιτόκια που προσφέρει στις καταθέσεις, τώρα όμως επεκτείνει τις

υπηρεσίες της και στις προπληρωμένες κάρτες, καθώς οι καταναλωτές

φαίνεται πως τις χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο. Προσφέρει ότι όλες οι παρόμοιες κάρτες, αλλά με αρκετά χαμηλές χρεώσεις. Η έκδοση της κάρτας γίνεται από κάποιο υποκατάστημα και κοστίζει €5, η φόρτιση της κάρτας κοστίζει €2, η ανάληψη μετρητών σε οποιαδήποτε χώρα της Ευρωζώνης κοστίζει μόλις €1 ενώ η ανάληψη μετρητών σε χώρες εκτός Ευρωζώνης κοστίζει 2% του ποσού ή τουλάχιστον €2. Η κάρτα μπορεί να φορτιστεί από το ταμείο της τράπεζας, με έμβασμα στο λογαριασμό, ή με μεταφορά χρημάτων (είτε μέσω τραπεζικής είτε μέσω e-banking) από λογαριασμό του αιτούντος προς την κάρτα. Η διαδικασία είναι απλή και τα χρήματα είναι άμεσα διαθέσιμα στην προπληρωμένη κάρτα.

2^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Ε- ΕΜΠΟΡΙΟ

2.1. ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ

Η πρακτική εφαρμογή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στο σύγχρονο επιχειρηματικό και καταναλωτικό περιβάλλον δημιούργησε την ανάγκη για ανάπτυξη νέων μορφών πληρωμών, περισσότερο κατάλληλων στις νέες διαμορφούμενες συνθήκες συναλλαγής στον κυβερνοχώρο. Έτσι αναπτύχθηκαν τα λεγόμενα «Συστήματα Ηλεκτρονικών Πληρωμών» για την ηλεκτρονική πλέον διεκπεραίωση των οφειλών των εμπλεκόμενων μερών.

Οι ηλεκτρονικές πληρωμές αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Υπό μία ευρεία έννοια, ως ηλεκτρονική πληρωμή μπορεί να ορισθεί η οικονομική συναλλαγή η οποία λαμβάνει χώρα on-line μεταξύ πωλητών και αγοραστών, οι οποίοι μπορεί να βρίσκονται σε μεγάλη ή μικρή απόσταση μεταξύ τους, χωρίς να απαιτείται η φυσική παρουσία τους. Το περιεχόμενο αυτής της συναλλαγής έχει τη μορφή κάποιου ψηφιακού οικονομικού μέσου (π.χ. κρυπτογραφημένους αριθμούς πιστωτικών καρτών, ηλεκτρονικές επιταγές, ή ψηφιακό χρήμα) το οποίο μέσον υποστηρίζεται από κάποιον χρηματοπιστωτικό οργανισμό, τράπεζα ή άλλον ενδιάμεσο φορέα.

Στο κεφάλαιο αυτό επιχειρείται να αναλυθεί το ηλεκτρονικό εμπόριο. Επιθυμούμε μέσα από την έρευνα των σύγχρονων μορφών αγορών και την παρουσίαση των πληρωμών μέσα σε αυτές να συμπεράνουμε και την πρακτική χρησιμότητα του ηλεκτρονικού χρήματος για την καθημερινότητά μας.

2.2. ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Η εξέλιξη της τεχνολογίας είχε σαν αποτέλεσμα να δημιουργηθούν οι υπολογιστές και κατόπιν το διαδίκτυο. Η εκρηκτική αύξηση στη χρήση του διαδικτύου τα τελευταία χρόνια, σε όλες τις ανεπτυγμένες χώρες του κόσμου, έχει δυνητικά τεράστιες επιπτώσεις σε κάθε οικονομική και κοινωνική δραστηριότητα⁹.

⁹ Κατσουλάκος Ιω., (2001), «Νέα Οικονομία Διαδίκτυο και Ηλεκτρονικό Εμπόριο», Αθήνα, εκδόσεις Κέρκυρα, σελ. 29.

Αρχικώς αποτέλεσε ένα μέσω ανταλλαγής πληροφοριών αλλά στη συνέχεια έτυχε ευρείας χρήσεως τόσο από ιδιώτες όσο και από επιχειρήσεις με αρχικό σκοπό την ενημέρωση και την επικοινωνία και τελικό την διεξαγωγή αγοραπωλησιών, το λεγόμενο ηλεκτρονικό εμπόριο.

Ως ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce), ορίζεται: 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 μέσα¹⁰. Στο Προεδρικό Διάταγμα 39/2001, ως ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) ορίζεται: «το εμπόριο που πραγματοποιείται με ηλεκτρονικά μέσα μέσω του διαδικτύου χωρίς να είναι απαραίτητη η φυσική παρουσία των συμβαλλομένων μερών, του πωλητή δηλ. και του αγοραστή, οι οποίοι μπορεί να βρίσκονται και σε διαφορετικούς-απομακρυσμένους-τόπους¹¹».

Η πραγματοποίηση των πρώτων συναλλαγών μέσω διαδικτύου έγινε περίπου στα μέσα της δεκαετίας του 1990 γιατί τότε ήταν που δημιουργήθηκε ο Παγκόσμιος Ιστός www. Επίσης σε αυτό συνέβαλλε και το ότι πλέον η απόκτηση ενός προσωπικού υπολογιστή ήταν πιο εύκολη αλλά και το ότι δημιουργήθηκε το λειτουργικό σύστημα Windows το οποίο ήταν εύκολο στη χρήση του. Από αυτή τη δεκαετία και στο εξής ανοίγει ο δρόμος για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Με το τέλος της δεκαετίας του 1990, παρουσιάζεται η μέθοδος της κρυπτογράφησης που επιτρέπει ασφαλέστερες ηλεκτρονικές συναλλαγές πράγμα που ενισχύεται με την προσαρμογή της νομοθεσίας σε θέματα επικοινωνιών και εισαγωγών-εξαγωγών¹².

Με το πέρασμα των χρόνων όλο και περισσότερες μικρές ή μεγάλες επιχειρήσεις τολμούν τις on-line αγοραπωλησίες και αποκομίζουν πολλά οφέλη, όπως τον πολλαπλασιασμό των πελατών τους και των κερδών τους αντίστοιχα χωρίς οι ίδιες να χρειάζονται μεγάλο κόστος. Επίσης οι μικρές επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό εμπόριο μπόρεσαν να ανταγωνιστούν τις μεγαλύτερες και να διευρύνουν το πελατολόγιό τους.

¹⁰ Δουκίδης Γ., κ.ά., (1998), «Ηλεκτρονικό εμπόριο», Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, σελ. 16.

¹¹ Προεδρικό Διάταγμα 39/2001.

¹² www.go-online.gr

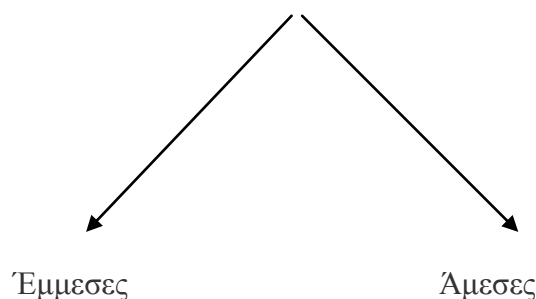
2.3. ΟΙ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΑΓΟΡΩΝ

«Η ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα και παράλληλα οι ηλεκτρονικές επιχειρήσεις μοντελοποιούνται μέσα από μια συγκεκριμένη γενική μορφή, η οποία περιλαμβάνει όλα τα είδη των επιχειρήσεων που έχουν ηλεκτρονική σύσταση.

Αντίθετα, υπάρχουν συγκεκριμένα και διαφορετικά ηλεκτρονικά επιχειρηματικά μοντέλα, σύμφωνα με διαφόρους διαχωρισμούς, που έχουν γίνει και που το καθένα από αυτά χαρακτηρίζει την γενική εικόνα της επιχείρησης¹³».

Έτσι μπορούμε να διακρίνουμε τις εξής κατηγορίες ηλεκτρονικών εμπορικών διαδικασιών:

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΩΝ



«Στο **έμμεσο** ηλεκτρονικό εμπόριο μόνο η διαδικασία παραγγελίας πραγματοποιείται μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή. Η διανομή των προϊόντων διεκπεραιώνεται με συμβατικό, παραδοσιακό τρόπο.

Στο **άμεσο** ηλεκτρονικό εμπόριο όλα τα στάδια της εμπορικής διαδικασίας, δηλ. οι παραγγελίες, η πληρωμή και η παράδοση, πραγματοποιούνται μέσω ηλεκτρονικών μέσων. Γι' αυτόν ακριβώς το λόγο το άμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο αφορά άυλα αγαθά και υπηρεσίες (π.χ. λογισμικό)¹⁴».

¹³ Σίσκος Ν., (2007), «Τεχνικές Ανάπτυξης και Λειτουργίας Ηλεκτρονικών Καταστημάτων: Πρακτικές Εφαρμογές - Πρόταση Μοντέλου Ηλεκτρονικού Καταστήματος», Θεσ/νίκη, μεταπτυχιακή εργασία στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, σελ.10.

¹⁴ Δουκίδης Γ. κ.ά., (1998), «Ηλεκτρονικό εμπόριο», Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, σελ. 17.

Παράλληλα όμως υπάρχει διαχωρισμός των ηλεκτρονικών εμπορικών διαδικασιών ανάλογα με το ποια είναι τα εμπλεκόμενα μέρη, δηλ. ποιους αφορούν. Συνοπτικά η κατηγοριοποίηση με αυτό το κριτήριο έχει ως εξής:

- Εσωτερικό εμπόριο
- Συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων (Business-toBusiness-B2B) και
- Λιανικές πωλήσεις - Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτών (Business-to-Consumer - B2C).

«Εδώ πρέπει να σημειώσουμε, ότι έχουν δοθεί διαφορετικές κατηγοριοποιήσεις για το ίδιο αντικείμενο των ηλεκτρονικών αγορών. Έτσι, λέγοντας ηλεκτρονικές αγορές πολλοί ταυτίζουν την έννοιά τους με τα λεγόμενα marketplaces, αλλά η πραγματικότητα είναι ότι είναι μια ευρύτερη έννοια από αυτή. Μπορούμε λοιπόν, να διακρίνουμε τρεις κατηγορίες συστημάτων ηλεκτρονικών αγορών, οι οποίες ταυτίζονται εν μέρει και με τον γνωστό διαχωρισμό B-to-B και B-to-C αγορών.

Η κατηγοριοποίηση που μας δίνεται χωρίζει τις αγορές σε:

- 1) **Buy-side:** όπου έχουμε έναν αγοραστή και πολλούς προμηθευτές.
- 2) **Sell-side:** όπου έχουμε ένα προμηθευτή και πολλούς αγοραστές.

Και τελευταία και πιο συνήθης κατηγορία

- 3) **Net Markets:** όπου πολλοί αγοραστές και πολλοί προμηθευτές έρχονται σε επαφή και πραγματοποιούν εμπορικές συναλλαγές μέσω ενός τρίτου φορέα μέσω ενός υποτιθέμενου εμπορικού χώρου που ονομάζεται « Net Market». Τα ηλεκτρονικά Market-places ή αλλιώς Net Markets είναι επιχειρησιακοί κόμβοι ηλεκτρονικών αγορών και η συμβολή τους μεγιστοποιείται όταν χρησιμοποιούν μοντέλα δημοπρασιών¹⁵».

«Κύριο χαρακτηριστικό στις B2B αγορές είναι ότι επιτρέπει στις επιχειρήσεις να βελτιώσουν τη μεταξύ τους συνεργασία, απλοποιώντας τις διαδικασίες των προμηθειών, το κόστος τους, την ταχύτερη αποστολή τους και τον αποτελεσματικότερο έλεγχο του επιπέδου των διαθέσιμων αποθεμάτων. Ακόμα για να επιτευχθεί αυτό, διευκολύνει και κάνει πιο αποδοτική την αρχειοθέτηση των σχετικών εγγράφων και την παροχή καλύτερης

¹⁵ Σίσκος Ν., (2007), «Τεχνικές Ανάπτυξης και Λειτουργίας Ηλεκτρονικών Καταστημάτων: Πρακτικές Εφαρμογές - Πρόταση Μοντέλου Ηλεκτρονικού Καταστήματος», Θεσ/νίκη, μεταπτυχιακή εργασία στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, σελ. 11.

εξυπηρέτησης στους πελάτες¹⁶». 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 ενδιαμέσους οργανισμούς που προσφέρουν υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου.

Αυτή η κατηγορία είναι η πιο πολλά υποσχόμενη κατηγορία ηλεκτρονικού εμπορίου, δεδομένου ότι τα 90% των εσόδων που προέρχονται από ηλεκτρονικό εμπόριο, απορρέει από εμπορικές συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και μόνο το 10% οφείλεται από αγορές καταναλωτών.

Το B2C ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η πιο διαδεδομένη και συνηθισμένη μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου. Η επιχείρηση από τη μια μεριά χρησιμοποιεί τον κάθε ηλεκτρονικό της ιστότοπο με σκοπό να πραγματοποιήσει ηλεκτρονικά μια πώληση προϊόντος ή υπηρεσίας σε έναν απομακρυσμένο πελάτη. Ο καταναλωτής, από την άλλη, 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.

Η κάθε αγορά μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου πραγματοποιείται με πολλούς τρόπους οι οποίοι είναι συνήθως απλοί και εύχρηστοι. Οι καταναλωτές, αφού έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν τα προϊόντα τους μέσα από ένα τεράστιο αριθμό επιχειρήσεων που βρίσκονται στο διαδίκτυο, στη συνέχεια αποφασίζουν τι θα αγοράσουν. Έτσι συμπληρώνουν μία απλή φόρμα παραγγελίας προσθέτοντας στο «ηλεκτρονικό καλάθι» το προϊόν που επέλεξαν. Στη συνέχεια χρησιμοποιώντας τον αριθμό της πιστωτικής τους κάρτας πληρώνουν το προϊόν που αγόρασαν.

Η αποστολή του προϊόντος διαφοροποιείται από το είδος του κάθε προϊόντος. Εάν το προϊόν έχει άυλη μορφή (π.χ. ένα λογισμικό, κείμενο ή ηλεκτρονική μελέτη, βίντεο ή και φωτογραφίες), μπορεί να παραδοθεί μέσω του δικτύου ή εάν έχει την οποιαδήποτε υλική μορφή να συσκευαστεί και να αποσταλεί στον αγοραστή μέσω μιας υπηρεσίας express mail ή

¹⁶ Μάρκελλος Κ., Μάρκελλου Π., Ρήγκου Μ., Συρμακέσης Σ. & Τσακαλίδης Α., (2005), « e- Επιχειρηματικότητα - Από την ιδέα στην υλοποίηση», Αθήνα, εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα Α.Ε.σελ. 15

απλού¹⁷. Βέβαια και εδώ έχουμε αρκετές διαφοροποιήσεις, λόγω του ανταγωνισμού που υπάρχει μεταξύ των ηλεκτρονικών καταστημάτων. Έτσι πολλά είναι τα καταστήματα αυτά, τα οποία δίνουν την δυνατότητα στον πελάτη να παραλάβει το προϊόν απευθείας από τις αποθήκες τους ή με αποστολή στα κατά τόπους υποκαταστήματά τους, εάν ο πελάτης το επιθυμεί. Συνήθως οι επιχειρήσεις αυτές κινούνται κυρίως στον χώρο του B2C ηλεκτρονικού εμπορίου. Ένα παράδειγμα τέτοιας επιχείρησης είναι το κατάστημα e-shop, το οποίο σου στέλνει την παραγγελία σου είτε στα υποκαταστήματα που έχει σε όλη την επαρχία, είτε μπορείς να παραλάβεις πιο γρήγορα το προϊόν από τις αποθήκες του.

Εκτός των προαναφερθέντων κατηγοριών υπάρχουν και άλλες τέσσερις κατηγορίες που είναι οι εξής.

Το B2G (Business-to-Government) είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο από επιχειρήσεις σε κυβερνητικούς φορείς. Οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να εκτυπώσουν τα δικαιολογητικά που χρειάζονται για τις διάφορες συναλλαγές τους με τους φορείς, να υποβάλλουν τη φορολογική τους δήλωση μέσω Διαδικτύου, να υποβάλλουν συγκεκριμένες ερωτήσεις σε διάφορα Υπουργεία, να ενημερωθούν για θέματα που αφορούν το εμπόριο, τη βιομηχανία, τον τουρισμό κ.ά. ή και τις διάφορες τροποποιήσεις των νομοσχεδίων που αφορούν την οικονομία¹⁸. Όμως, αυτό το είδος βρίσκεται ακόμη σε νηπιακό στάδιο στην Ελλάδα.

Το C2G (Consumer-to-Government), το οποίο έχει να κάνει με τις συναλλαγές των πολιτών με τους κυβερνητικούς φορείς. Οι κυβερνητικές υπηρεσίες μπορούν πλέον να παρέχονται μέσω Διαδικτύου και ο κάθε πολίτης που έχει πρόσβαση σε αυτό μπορεί να έρχεται σε επαφή με την δημόσια υπηρεσία που τον ενδιαφέρει και έτσι να πραγματοποιεί τη συναλλαγή που επιθυμεί. Ο γνωστότερος ιστότοπος τόσο αυτής όσο και της προηγούμενης κατηγορίας ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η ηλεκτρονική σελίδα της εφορίας www.taxinet.gr.¹⁹

Το C2C (Consumer-to-Consumer) όπου οι καταναλωτές συναλλάσσονται με άλλους καταναλωτές μέσω τρίτων φορέων που παρέχουν τους δικτυακούς τόπους. Συνηθέστερη δραστηριότητα είναι οι δημοπρασίες οι οποίες λειτουργούν όπως σχεδόν και οι κανονικές δημοπρασίες. (www.ebay.com, www.fleamarket.gr).

17 Μάρκελλος Κ., Μάρκελλου Π., Ρήγκου Μ., Συρμακέσης Σ. & Τσακαλίδης Α., (2005), « e- Επιχειρηματικότητα - Από την ιδέα στην υλοποίηση», Αθήνα, εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα Α.Ε., σελ. 20.

¹⁸ www.e-gov.gr

¹⁹ Πασχόπουλος Α. και Σκαλτσάς Π., (2001), «Ηλεκτρονικό Εμπόριο», Αθήνα, εκδόσεις Κλειδάριθμος, σελ. 63.

Το G2G (Government-to-Government), το οποίο δίνει τη δυνατότητα ενδοκυβερνητικών συναλλαγών και ανταλλαγής πληροφοριών.

Το ενδοεπιχειρησιακό ηλεκτρονικό εμπόριο, που αφορά τις συναλλαγές και την ανταλλαγή πληροφοριών ανάμεσα στα τμήματα μιας εταιρίας τα οποία μπορεί να βρίσκονται στην ίδια ή σε διαφορετική γεωγραφική περιοχή.

2.4. ΔΙΑΦΟΡΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ **ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ ΚΑΙ Η ΠΡΑΚΤΙΚΗ** **ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ**

Για να εντοπίσουμε τη διαφορά μεταξύ παραδοσιακών και ηλεκτρονικών επιχειρηματικών συναλλαγών θα δούμε αρχικά τι κινήσεις χρειάζονται να γίνουν κατά τη σύναψη μιας παραδοσιακής εμπορικής συναλλαγής.

Καταρχάς ο επιχειρηματίας πρέπει να ανακαλύψει τις ανάγκες της αγοράς, να σχεδιάσει την επιχείρησή του, να βρει τους κατάλληλους προμηθευτές των προϊόντων ή των πρώτων υλών που θα εμπορεύεται, να προσελκύσει πελάτες, να παρέχει τεχνική υποστήριξη, να πληρώσει φορολογία και να ανδρώσει την επιχείρησή του με το κατάλληλο εξειδικευμένο προσωπικό και φυσικά να τους πληρώνει. Οι καταναλωτές από την άλλη πλευρά, πρέπει να έχουν κάποια ανάγκη για ένα προϊόν, είτε υλικό είναι αυτό, είτε υπηρεσία ή πληροφορία. Μετά πρέπει οι ίδιοι να βρουν πληροφορίες γι' αυτό, δηλ. πού το πουλάνε, και να συγκρίνουν τις επιλογές που έχουν βρει (τιμή, υπηρεσία, υποστήριξη και φήμη), πριν αγοράσουν το προϊόν.

Ας δούμε τώρα ένα παράδειγμα, δηλ. τι πράξεις πρέπει να γίνουν από μια εταιρεία όταν κάποιος πελάτης αποφασίσει να αγοράσει κάτι π.χ. μία βιβλιοθήκη που έχει και ντουλάπια. Αρχικά ο υπάλληλος δίνει την παραγγελία μαζί με κάποιες διευκρινήσεις (τρία ή τέσσερα ντουλάπια, με κλειδαριά ή χωρίς, με τζάμι ή με ξύλο κλπ.), και μετά περνάει τη παραγγελία στο τμήμα που είναι υπεύθυνο για να εγκριθεί. Εκεί έχει να κάνει με ένα ή δυο managers, ανάλογα με το κόστος της παραγγελίας. Η παραγγελία τελικά φτάνει στο εμπορικό

τμήμα, όπου εκεί κάποιος πρέπει να ελέγξει το κατάλληλο μοντέλο καθώς και τον κατάλληλο προμηθευτή. Αν υποθέσουμε ότι η συγκεκριμένη εταιρεία δεν συνεργάζεται με κάποιον συγκεκριμένο προμηθευτή, ο υπάλληλος πρέπει τότε να κοιτάξει σε περισσότερους από έναν καταλόγους και να καλέσει περισσότερους από έναν προμηθευτές για να κατοχυρώσει τη παραγγελία και τη διαθεσιμότητα του προϊόντος. Μέχρι να επιλεγεί ο κατάλληλος προμηθευτής, ο πράκτορας πρέπει να συμπληρώσει τη φόρμα παραγγελίας και να τη στείλει στον προμηθευτή είτε με fax είτε με e-mail.

Όταν τελικά ο προμηθευτής πει ότι μπορεί να προμηθεύσει το προϊόν, τότε καθορίζεται η πίστωση που θα γίνει σύμφωνα με το ιστορικό του πελάτη, τσεκάρονται τα αποθέματα της επιχείρησης και καθορίζεται η ημερομηνία που μπορεί το εμπόρευμα να παραδοθεί. Κατά τη διάρκεια βέβαια ο προμηθευτής συμπληρώνει κάποια δελτία αποστολής καθώς και τιμολόγιο. Μετά το τιμολόγιο ταχυδρομείτε στο πελάτη και κάποια στιγμή αργότερα η εταιρία πληρώνει το ωφελούμενο πόσο.

Κάνοντας την πώληση είναι πιθανόν να ακολουθήσουν διαπραγματεύσεις για την τιμή, την ποσότητα και τον τρόπο παράδοσης. Και ο κύκλος δεν τελειώνει εκεί. Η τεχνική υποστήριξη προσθέτει περισσότερα βήματα στον κύκλο. Οι καταναλωτές παίρνουν ό, τι χρειάζονται για να κρατήσουν τα προϊόντα τους σε καλή κατάσταση, ενώ οι προμηθευτές προσπαθούν να μάθουν τι χρειάζεται περισσότερο η αγορά. Εντωμεταξύ τράπεζες και άλλοι οικονομικοί οργανισμοί κατευθύνουν τις μεταβιβάσεις μεταξύ αυτών των δύο (αγοραστών – προμηθευτών).

Τώρα ας δούμε πως μπορούν να γίνουν όλα αυτά μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου. Ο πελάτης μπορεί να επισκεφτεί την ιστοσελίδα του μεταπωλητή ή ακόμα και του παραγωγού και να διαλέξει το κατάλληλο προϊόν που θέλει, (βιβλιοθήκη χρώματος μπλε, με τρία ντουλάπια χρώματος κίτρινου με κλειδαριές σε κάθε ντουλάπι ξεχωριστά), βλέποντας τα δεδομένα σε έναν on-line κατάλογο. Ο πελάτης μετά μπορεί να χρησιμοποιήσει το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και να στείλει μια ψηφιακή παραγγελία. Μετά που θα γίνει αποδεκτή από την εταιρία – ηλεκτρονικό κατάστημα, ο manager απλά απαντάει στο μήνυμα του πελάτη. Όταν ο προμηθευτής λάβει την παραγγελία, ένα υπολογιστικό πρόγραμμα μπορεί αυτόματα να βάλει τη παραγγελία σε μια βάση δεδομένων εκκρεμών παραγγελιών όπου εκεί αυτόματα θα ελεγχθούν τα αποθέματα του συγκεκριμένου προϊόντος, τα πιστωτικά υπόλοιπα της εταιρείας-πελάτη, καθώς και η ημερομηνία παράδοσης στον τόπο προορισμό. Ανάλογα βήματα θα γίνουν και με τις μεταφορικές εταιρείες και με τις τράπεζες. Έτσι μέσω e-mail θα

ειδοποιηθούν οι τελευταίοι για τη παράδοση του εμπορεύματος και τη μεταφορά των χρημάτων από τον έναν λογαριασμό στον άλλον, αντίστοιχα.

Συγκρίνοντας τη παραδοσιακή μέθοδο με την ηλεκτρονική βλέπουμε ότι τα βήματα είναι λίγο πολύ τα ίδια. Αυτό που διαφέρει, είναι τα μέσα που χρησιμοποιούνται, τα οποία κάνουν σε κάθε περίπτωση τις εργασίες περίπλοκες και χρονοβόρες ή εύκολες και γρήγορες αντίστοιχα. Αν κάποιος καθίσει και σκεφτεί όλες αυτές τις πράξεις και συναλλαγές, θα καταλάβει ότι όλη αυτή η διαδικασία δεν είναι μια απλή αγοραπωλησία.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν αποτελεί τη διοίκηση μιας επιχείρησης μέσα από δίκτυα, αλλά ούτε και τη λειτουργία της με μέσα όπως: χαρτιά, τηλέφωνα, ταχυδρομεία, τρένα, αεροπλάνα, δρόμους καθώς και όλα τα μέσα μετακίνησης των προϊόντων και των πληροφοριών.

Αντίθετα με το ηλεκτρονικό εμπόριο, τα πάντα αρχίζουν ψηφιακά και τελειώνουν ψηφιακά. Το μόνο που χρειάζεται είναι διαφορετικές εφαρμογές για την επεξεργασία μιας παραγγελίας. Ενώ με τον παραδοσιακό τρόπο χρειάζονται τόσοι άνθρωποι, τόσα μέσα (τιμολόγια παραγγελιών, δελτία αποστολής, δελτία εισπράξεων, τηλέφωνα, fax, ταχυδρομεία-courier) και το σπουδαιότερο τόσοι πολύς χρόνος.

Και να φανταστεί κανείς πώς, όλες αυτές τις δουλειές που γίνονται κατά τον παραδοσιακό τρόπο, θα μπορούσε να τις κάνει κανείς μόνος του χωρίς να κάνει τίποτα, παρά μόνο να κουνάει τα δάκτυλά του πάνω στο πληκτρολόγιο του προσωπικού του υπολογιστή, ενώ ταυτόχρονα κάθεται στο γραφείο του.

Στον παρακάτω πίνακα που ακολουθεί παραθέτουμε αναλυτικά τα στοιχεία εκείνα που συνθέτουν τόσο τον παραδοσιακό όσο και τον ηλεκτρονικό τρόπο εκτέλεσης μιας παραγγελίας.

Πίνακας 1: Στοιχεία παραδοσιακού και ηλεκτρονικού τρόπου εκτέλεσης παραγγελίας

ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΣ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΤΡΟΠΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΜΙΑΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ		
Ο Κύκλος της συναλλαγής	Παραδοσιακός τρόπος	Ηλεκτρονικό εμπόριο
Πηγές πληροφοριών για το προϊόν	Περιοδικά, φυλλάδια, κατάλογοι, επί τόπου έρευνα σε καταστήματα	Web pages
Παραγγελία του προϊόντος	Γράμμα, ειδική φόρμα	e-mail
Τιμοκατάλογοι	Κατάλογοι	Online κατάλογοι
Έλεγχος διαθεσιμότητας του προϊόντος	Τηλέφωνο, Fax	—
Δημιουργία παραγγελίας	Έντυπη φόρμα	e-mail, Web pages
Αποστολή-λήψη παραγγελίας	Ταχυδρομείο, fax	e-mail, EDI
Προτεραιότητα παραγγελιών	—	On-line βάση Δεδομένων
Έλεγχος αποθεμάτων	Έντυπη φόρμα, τηλέφωνο, Fax	On-line βάση Δεδομένων e-mail
Προγραμματισμός παράδοσης	Έντυπη φόρμα	On-line βάση Δεδομένων e-mail
Τιμολόγηση	Έντυπη φόρμα	On-line βάση Δεδομένων
Παραλαβή προϊόντος	Μεταφορέας	—
Γράμμα απολαβής παραγγελίας	Έντυπη φόρμα	e-mail
Αποστολή-λήψη τιμολογίου	Ταχυδρομείο	e-mail
Προγραμματισμός πληρωμής	Έντυπη φόρμα	On-line βάση Δεδομένων EDI
Αποστολή πληρωμής	Ταχυδρομείο	EDI

2.5. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ

ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ενώ το Ηλεκτρονικό εμπόριο αναπτύσσεται ραγδαία στο εξωτερικό, στην Ελλάδα η αύξηση σημειώνεται με πιο βραδείς ρυθμούς. Αυτό καταφαίνεται και από τις δύο υπουργικές αποφάσεις 3035/B2-42.2001 και 7681/B2-255.2001 που προωθούν τη διενέργεια δοκιμαστικής έρευνας για το ηλεκτρονικό εμπόριο. Οι αποφάσεις αυτές εκδόθηκαν το 2001, χρονιά που άλλες ευρωπαϊκές χώρες προωθούσαν το ηλεκτρονικό εμπόριο κατά τέτοιο τρόπο, που αυτό σημείωνε αύξηση.

Όμως και οι επόμενες υπουργικές αποφάσεις που εκδόθηκαν τις επόμενες χρονιές 2003 και 2004 (υπουργικές αποφάσεις 4708/2003, 36/2003 και 10220/Γ3-571/2004) δεν έδωσαν την απαιτούμενη ώθηση στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Έτσι στη χώρα μας τα ποσοστά των on line αγορών εξακολουθούν να είναι χαμηλά.

Η ελληνική επιχείρηση από το 2001 μέχρι και το 2005, όπως βλέπουμε και από τον παρακάτω πίνακα, βρίσκεται να έχει καλύτερη πρόσβαση στην παγκόσμια ψηφιακή οικονομία από ότι την προηγούμενη δεκαετία. Ωστόσο, η απόσταση από το μέσο ευρωπαϊκό όρο στους δείκτες χρήσης της υψηλής τεχνολογίας παραμένει σταθερή. Το κυρίαρχο στοιχείο είναι το ψηφιακό χάσμα μεταξύ πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων-μεγάλων επιχειρήσεων, τόσο στην εισαγωγή και χρήση νέων εφαρμογών, όσο και στην υιοθέτηση τεχνολογικών προτύπων

Συγκεκριμένα, τα βασικά μεγέθη χρήσης νέων τεχνολογιών από τις επιχειρήσεις και τους πολίτες, όπως παρατηρούμε και από τον παρακάτω πίνακα, κινήθηκαν ως εξής την πενταετία 2001-2005, όπως κατέγραψαν οι έρευνες που πραγματοποιεί το e-business forum όλα αυτά τα χρόνια.

Πίνακας 2: Τα βασικά μεγέθη των χρησιμοποιούμενων νέων τεχνολογιών από τις ελληνικές επιχειρήσεις

Μικρομεσαίες επιχειρήσεις	2001	2002	2003	2004	2005
Ποσοστό επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν PC	34,2%	35,6%	36,0%	42,0%	44,0%
Ποσοστό επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν internet	15,4%	19,6%	19,8%	28,1%	31,0%
Ποσοστό επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν e-mail	12,4%	16,8%	16,8%	25,0%	28,0%
Ποσοστό επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν εταιρικό κινητό	8,0%	8,0%	12,0%	20,0%	21,5%
Ποσοστό επιχειρήσεων που έχει εταιρική ιστοσελίδα	-	-	3,0%	4,0%	9,0%
Ποσοστό επιχειρήσεων που πραγματοποιούν ηλεκτρονικές προμήθειες				1,9%	2,8%
Ποσοστό επιχειρήσεων που πραγματοποιούν ηλεκτρονικές πωλήσεις				0,7%	2,0%

ΠΗΓΗ: e-business forum

Πίνακας 3: Τα βασικά μεγέθη των χρησιμοποιούμενων νέων τεχνολογιών από τους Έλληνες

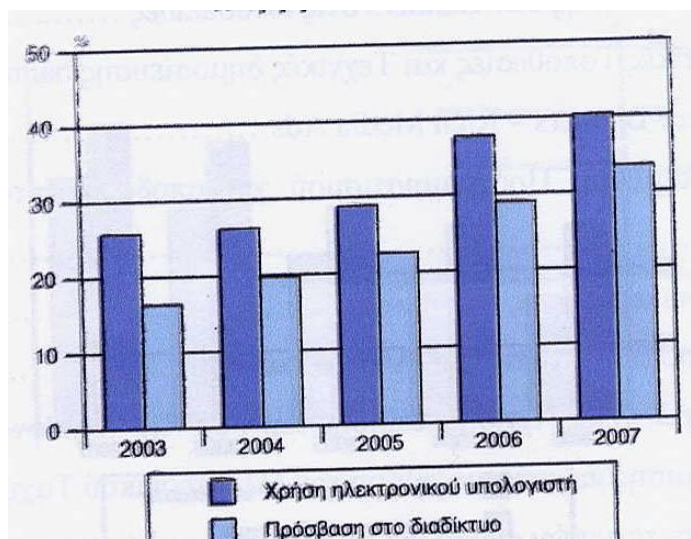
Πληθυσμός	2001	2002	2003	2004	2005
Ποσοστό πληθυσμού που χρησιμοποιεί PC	20,8%	25,8%	27,1%	25,9%	27,3%
Ποσοστό πληθυσμού που χρησιμοποιεί internet	10,6%	17,2%	19,9%	19,7%	19,5%
Ποσοστό πληθυσμού που έχει προσωπικό e-mail	7,0%	11,1%	12,4%	12,5%	13,1%
Ποσοστό πληθυσμού που κατέχει κινητό τηλέφωνο	49,5%	58,5%	64,7%	69,4%	73,1%

ΠΗΓΗ: e-business forum

Παρατηρώντας λοιπόν τους παραπάνω πίνακες, βλέπουμε ότι όλο και περισσότερες επιχειρήσεις και πολίτες κάνουν χρήση των νέων τεχνολογιών και των υπηρεσιών που αυτές προσφέρουν. Παρατηρούμε επίσης ότι αργά αλλά σταθερά, τα ποσοστά για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις αυξάνονται, με χαρακτηριστικό εύρημα το διπλασιασμό του ποσοστού χρήσης του Διαδικτύου από τις επιχειρήσεις από 15,4% το 2001 σε 31% το 2005. Επίσης μία πρόσφατη αλλά πολύ σημαντική παρατήρηση είναι ο τριπλασιασμός μέσα στο έτος 2005 της χρήσης ευρυζωνικών συνδέσεων (από 9% σε 27% των συνδεδεμένων επιχειρήσεων τον τελευταίο χρόνο), γεγονός που φαίνεται να σχετίζεται με τις μειώσεις των τιμών.

Τη χρονική περίοδο 2003 έως και το 2007 οι χρήστες που έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο είναι περίπου 35% του συνόλου του Ελληνικού πληθυσμού, σε αντίθεση με τους κατόχους των Η/Υ που είναι 40%, ποσοστά φυσικά και τα δύο μικρά.

Διάγραμμα 1: Χρήση Η/Υ – πρόσβαση στο διαδίκτυο χρονικής περιόδου 2003-2007



ΠΗΓΗ: ΕΣΥΕ

Οι αναλυτές της εταιρείας συμβούλων Strategic International, κάνοντας μία έρευνα, υποστηρίζουν ότι το μικρό ποσοστό των on-line παραγγελιών οφείλεται στο ότι οι χρήστες μπαίνουν στο Internet περισσότερο για να αναζητήσουν πληροφορίες ή να επικοινωνήσουν με άλλα πρόσωπα και λιγότερο για να αγοράσουν. Απ' αυτούς μόνο το 5% πραγματοποιούν αγορές. Η ίδια έρευνα αναφέρει ότι οι Έλληνες αγοράζουν μέσω του Internet περισσότερο τυποποιημένα προϊόντα, όπως CD και βιβλία, γιατί είναι σίγουροι ότι θα παραλάβουν ακριβώς αυτό το οποίο έχουν παραγγείλει. Επίσης αγοράζουν και εκείνα τα προϊόντα που έχουν πιο καλή τιμή από εκείνα που διατίθενται στο παραδοσιακό εμπόριο.

Από τις πιο διαδεδομένες αγορές, μέσω Internet, αποδεικνύονται:

- ✓ τα ταξιδιωτικά εισιτήρια (6% των πωλήσεων),
- ✓ οι δίσκοι (5%)
- ✓ ο εξοπλισμός Η/Υ (5%)
- ✓ τα βιβλία (3%),

- ✓ τα είδη κινητής τηλεφωνίας (2%) και
- ✓ τα λουλούδια (2%).

Η Strategic διαπιστώνει ότι οι πωλήσεις αγαθών μέσω του Internet βρίσκονται ακόμα σε πολύ χαμηλά επίπεδα. Το μεγαλύτερο τμήμα των εσόδων του e-commerce φαίνεται να βρίσκεται στις συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων (B2B), οι οποίες υπολογίζεται ότι καλύπτουν το 70% των εσόδων του.

Ωστόσο, πολύ ενδιαφέροντα και ενδεικτικά για το ρυθμό υιοθέτησης των σύγχρονων μεθόδων και δυνατοτήτων από την ελληνική επιχειρηματική κοινότητα, είναι τα αποτελέσματα της δεύτερης φάσης της έρευνας το 2008, που υλοποιείται στο πλαίσιο του ebusiness Forum²⁰ και έχει ως αντικείμενο τη διερεύνηση και καταγραφή της χρήσης των Τεχνολογιών Πληροφορικής & Επικοινωνιών (ΤΠΕ) στις 500 μεγαλύτερες επιχειρήσεις της χώρας με έμφαση στο βαθμό αξιοποίησης του Διαδικτύου και του ηλεκτρονικού επιχειρείν στις εμπορικές και οικονομικές τους δραστηριότητες.

Η έρευνα διενεργείται από το Εργαστήριο marketing του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (A.L.A.R.M - The Athens Laboratory of Research in Marketing), για λογαριασμό του Εθνικού Δικτύου Έρευνας & Τεχνολογίας (ΕΔΕΤ ΑΕ, www.grnet.gr), με επιστημονικό υπεύθυνο τον καθηγητή Γεώργιο Αυλωνίτη και υπεύθυνη του εγχειρήματος τη λέκτορα Πολίνα Παπασταθοπούλου.

Η έρευνα απέδειξε πως η χρήση του Internet είναι πλέον καθολική στις 500 μεγαλύτερες επιχειρήσεις της χώρας, ενώ πολύ μεγάλη είναι η χρήση LAN, Website και Intranet. Αντιθέτως, μικρή χρήση εμφανίζουν οι τεχνολογίες Wireless WAN, Extranet και Videoconferencing. Επτά στις δέκα επιχειρήσεις έχουν πλήρη διασύνδεση, ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό εξ αυτών χρησιμοποιεί το Internet σε καθημερινή βάση. Η αναζήτηση πληροφοριών και ενημέρωση, καθώς και οι συναλλαγές με Τράπεζες και το Δημόσιο αποτελούν τους βασικούς λόγους χρήσης του Διαδικτύου. Τέλος, ιστοσελίδα στο Internet διαθέτει το 82,2% των επιχειρήσεων του δείγματος.

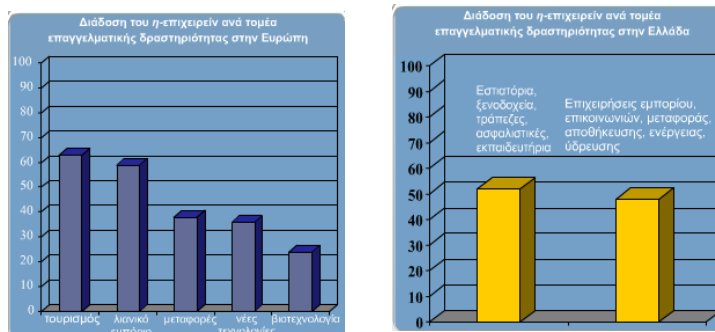
Αναφορικά με τη χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου, από την έρευνα προέκυψε ότι περίπου 2 στις 10 επιχειρήσεις συμμετέχουν σε ηλεκτρονικές αγορές ή ηλεκτρονικές δημοπρασίες και ανάλογος αριθμός επιχειρήσεων διενεργεί online πωλήσεις.

Στο παρακάτω διάγραμμα, σύμφωνα με τα στοιχεία της Γενικής Γραμματείας Βιομηχανίας του Υπουργείου Ανάπτυξης, βλέπουμε ότι ο τουρισμός είναι αυτός ο οποίος και

²⁰ www.ebusinessforum.gr

χρησιμοποιεί περισσότερο για να προβληθεί το διαδίκτυο και ακολουθεί ο τομέας του λιανικού εμπορίου. Ωστόσο αξιοσημείωτο εδώ είναι ότι στην Ελλάδα το λιανικό εμπόριο είναι μειωμένο σε σχέση με τον τουρισμό αλλά δεν μπορούμε να δούμε καλά το ποσοστό που έχει γιατί ο πίνακας μας τον παρουσιάζει μαζί με τον κλάδο των επικοινωνιών, της μεταφοράς, της αποθήκευσης, της ενέργειας και της ύδρευσης. Αυτό που παρατηρούμε ωστόσο, είναι ότι στην Ευρώπη το ποσοστό των νέων τεχνολογιών που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο είναι κατά πολύ μικρότερο από αυτό του τουρισμού.

Διάγραμμα 2: Στατιστικά στοιχεία για το ηλεκτρονικό εμπόριο σε Ελλάδα και Ευρώπη



2.6. ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Οι πληρωμές στο ηλεκτρονικό εμπόριο γίνονται με τους εξής τρόπους:

1. «με Cash-like
2. με Check-like
3. με μεσολάβηση τρίτου φορέα

4. με τους Παραδοσιακούς τρόπους συναλλαγών²¹».

Cash-like σύστημα: η περίπτωση του cash-like συστήματος είναι μια ηλεκτρονική μεταφορά του τρόπου πληρωμής με μετρητά που ισχύει και στην καθημερινή ζωή. Συγκεκριμένα, ο πελάτης μετατρέπει ένα ποσό χρημάτων σε ηλεκτρονικά (e-cash). Το ποσό αυτό μπορεί να αποθηκευτεί σε έξυπνες κάρτες (smart-cards) τις οποίες μπορεί να χρησιμοποιήσει για τις όποιες ηλεκτρονικές αγορές θα κάνει.

Σε μια δεύτερη περίπτωση, το ποσό αυτό βρίσκεται αποθηκευμένο στον υπολογιστή του χρήστη και μειώνεται κάθε φορά που επιθυμεί να κάνει κάποια συναλλαγή. Αυτό που στην πραγματικότητα γίνεται, είναι ότι το πραγματικό ποσό μεταβιβάζεται από την τράπεζα του πελάτη στην τράπεζα του (ηλεκτρονικού) εμπόρου. Αξίζει να σημειωθεί ότι με τον τρόπο αυτό εξασφαλίζεται η ανωνυμία του πελάτη. Από την άλλη όμως, η μη μεσολάβηση άλλου φορέα εγκυμονεί κινδύνους, καθώς κανένας δεν μπορεί να εγγυηθεί την αξιοπιστία των εμπλεκόμενων μερών, ιδιαίτερα σε συνδυασμό με την πλήρη ανωνυμία. Γι' αυτό, η μέθοδος αυτή θεωρείται αναξιόπιστη και κατάλληλη μόνο για αγορές μικρής αξίας ή για περιπτώσεις όπου η ανωνυμία είναι απαραίτητη.

Check-like σύστημα: το σύστημα αυτό βασίζεται στη χρήση πιστωτικών καρτών για την πληρωμή των αγαθών. Ο πελάτης αρκεί να παρέχει τον αριθμό της πιστωτικής του κάρτας στον προμηθευτή και η συναλλαγή θα διεκπεραιωθεί ανάμεσα στις τράπεζες και τους λογαριασμούς των δύο πλευρών. Το σύστημα αυτό είναι σχεδόν όμοιο με την καθημερινή χρήση πιστωτικών καρτών, καθιστώντας το ιδιαίτερα δημοφιλές λόγω της ευχρηστίας του. Ωστόσο, το ηλεκτρονικό μέσο μετάδοσης εισάγει προβλήματα ως προς την ασφάλεια της συναλλαγής. Συγκεκριμένα, είναι δύσκολο να πιστοποιηθεί ότι:

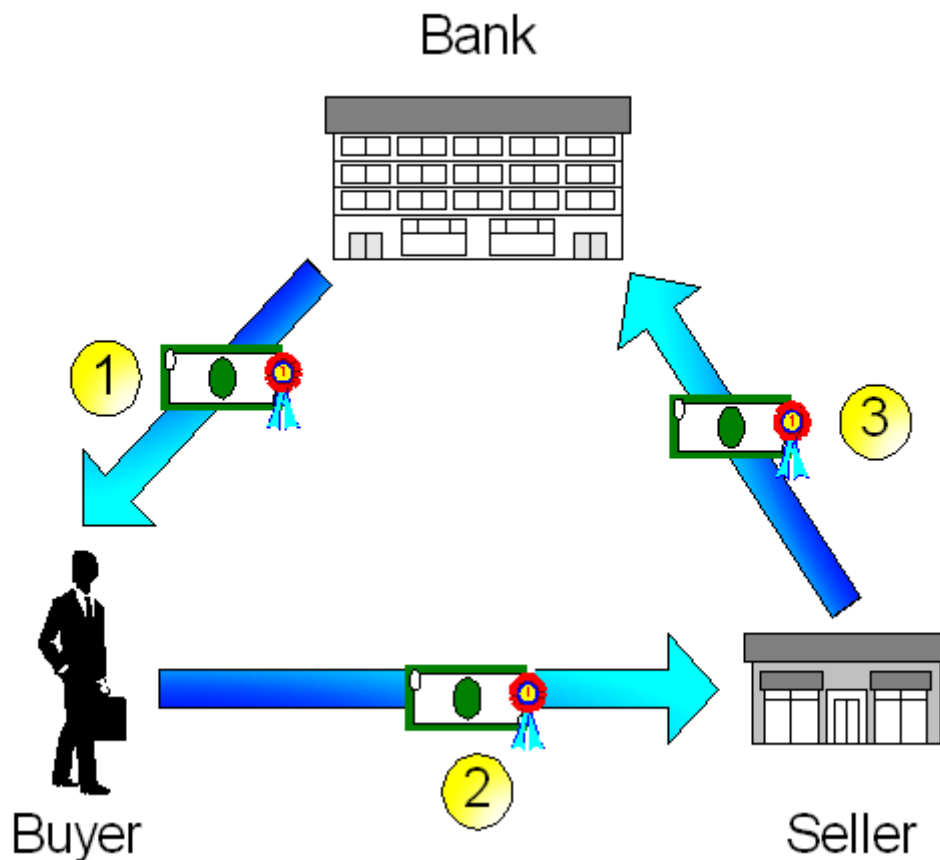
- Ο κάτοχος της πιστωτικής κάρτας είναι όντως ο νόμιμος.
- Το κατάστημα που δέχεται τον αριθμό δεν θα τον χρησιμοποιήσει για παράνομες χρεώσεις.
- Κάποιος ενδιάμεσος δεν θα υποκλέψει τα στοιχεία αυτά χρησιμοποιώντας τα για παράνομες αγορές.

Λύση στα προβλήματα αυτά έχουν προταθεί διάφορες, ωστόσο προς το παρόν δεν αρκούν για να πείσουν τον καταναλωτή για το ασφαλές της αγοράς.

²¹ Λούμος Β., Παπαντωνίου Α., (2002), «Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Σχεδίαση και Ανάπτυξη Εφαρμογών», διαθέσιμο στο <http://www.contudu.ntua.gr>.

Ένα άλλο ευαίσθητο ζήτημα που έχει να κάνει με τη μέθοδο αυτή αφορά την προστασία των προσωπικών δεδομένων του χρήστη, καθώς η αγορά είναι πλέον επώνυμες. Είναι λοιπόν εύκολο στοιχεία όπως το ονοματεπώνυμο, η διεύθυνση, και άλλα να χρησιμοποιηθούν για στατιστικούς, διαφημιστικούς ή άλλους σκοπούς, χωρίς πάντα την συγκατάβαση του κατόχου της κάρτας.

Με μεσολάβηση τρίτου φορέα: μία εναλλακτική λύση, κυρίως ως προς τα προβλήματα που εμφανίζονται στη χρήση πιστωτικών καρτών στο Διαδίκτυο, αποτελεί η ύπαρξη ενός μεσολαβητή. Πρόκειται για εταιρίες που σκοπό έχουν την πιστοποίηση των ηλεκτρονικών στοιχείων τόσο του πελάτη όσο και του καταστήματος. Με τον τρόπο αυτό μπορούν να εγγυηθούν την αξιοπιστία των εμπλεκόμενων στη συναλλαγή μερών, απαλλάσσοντας έτσι αμφότερους από την επίπονη διαδικασία πιστοποίησης της αυθεντικότητας της συναλλαγής. Οι εταιρίες αυτές αμείβονται με ένα ποσοστό επί των πωλήσεων του ηλεκτρονικού καταστήματος. Η πιστοποίηση της αυθεντικότητας επιτυγχάνεται με τη χρήση ειδικού λογισμικού, το οποίο ως επί το πλείστον παρέχεται δωρεάν.



3^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ:

ΤΟ INTERNET BANKING

3.1. Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ (E-BANKING)

Η ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking) είναι ένα αναπόσπαστο κομμάτι του ηλεκτρονικού εμπορίου, το οποίο περικλείει όλες τις συναλλαγές που γίνονται μέσω ηλεκτρονικών δικτύων. Τα ηλεκτρονικά κανάλια χρησιμοποιούνται τόσο για συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων (B2B) αλλά και μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών (B2C), όπως η αγορά και η πληρωμή αγαθών.

Το e-banking είναι μέρος του e-commerce διότι οι τράπεζες συμμετέχουν σε επιχειρηματικές συναλλαγές μέσω ηλεκτρονικών μέσων. Με άλλα λόγια το e-banking δεν είναι απλώς ένα τραπεζικό προϊόν, αλλά η περιγραφή του τρόπου με τον οποίο γίνονται οι επαφές και οι συναλλαγές μεταξύ των τραπεζών και των πελατών τους.

«Η πρώτη τράπεζα που ανέπτυξε και διέθεσε e-banking στην Ελλάδα ήταν η ΕΓΝΑΤΙΑ Τράπεζα το 1997. η αρχική του μορφή περιλάμβανε πληροφοριακές συναλλαγές, όπως ερώτηση υπολοίπου, mini statement λογαριασμών και μεταφορές κεφαλαίων εντός Τράπεζας.

Το 2000 η Τράπεζα Πειραιώς εισήγαγε την πρώτη ολοκληρωμένη πλατφόρμα ηλεκτρονικών υπηρεσιών στην ελληνική τραπεζική αγορά, με το δικό της brand name WINBANK.

Έκτοτε σχεδόν όλοι οι εγχώριοι τραπεζικοί οργανισμοί εισήγαγαν πλατφόρμες e-banking για την εξυπηρέτηση των πελατών τους, οι οποίες παρέχουν πλέον όλες τις σύγχρονες ευκολίες, όπως πληροφοριακές συναλλαγές, μεταφορές κεφαλαίων εντός και εκτός Ελλάδος, διαφόρων ειδών πληρωμές, χρηματιστηριακές συναλλαγές, αγοραπωλησίες Α/Κ/ κ.ά.²²».



²² Αγγέλης Β., (2005), «Η βίβλος του e-banking», Αθήνα, εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, σελ. 53.

3.2. ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ E-BANKING

«Το Internet banking αποτελεί τη βάση του e- banking, όσον αφορά την ποικιλία των υπηρεσιών που προσφέρει. Οι υπηρεσίες αυτές χωρίζονται σε τέσσερις μεγάλες διακριτές κατηγορίες:

- Οικονομικές συναλλαγές
- Πληροφοριακές συναλλαγές
- Αιτήσεις
- Άλλες υπηρεσίες²³».

Αναλυτικά παρουσιάζονται οι υπηρεσίες αυτές στη συνέχεια.

3.2.1. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ

Οι οικονομικές συναλλαγές καλύπτουν όλες τις συναλλαγών που μπορεί να κάνει ο συναλλασσόμενος και στο κατάστημα της τράπεζας. Οι συναλλαγές αυτές αφορούν ενδοτραπεζικές συναλλαγές, όπως μεταφορές κεφαλαίων, πληρωμή καρτών και δανείων, συναλλαγές που υλοποιούνται ύστερα από διμερείς συμφωνίες της τράπεζας με τρίτο οργανισμό, όπως πληρωμές λογαριασμών εταιριών σταθερής και κινητής τηλεφωνίας και συναλλαγές που υλοποιούνται στα πλαίσια διατραπεζικών συστημάτων, κυρίως της ΔΙΑΣ Α.Ε, αλλά και άλλων όπως το σύστημα «ΕΡΜΗΣ».

3.2.1.1. ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΕΝΤΟΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

«Οι μεταφορές κεφαλαίων εντός τράπεζας, διακρίνονται σε:

²³ Αγγέλης Β., (2005), «Η βίβλος του e-banking», Αθήνα, εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, σελ. 91.

- **Μεταφορές σε λογαριασμό ιδίου**, όπου ο χρήστης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωσης και τον τραπεζικό λογαριασμό πίστωσης, πληκτρολογεί το ποσό που θέλει να μεταφέρει και την ημερομηνία που επιθυμεί να γίνει η πληρωμή και έχει τη δυνατότητα να εκτυπώσει την εντολή μεταφοράς, η οποία υπέχει θέση παραστατικού της συναλλαγής.
- **Μεταφορές σε λογαριασμό τρίτου**, όπου και σε αυτή την περίπτωση ο χρήστης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωσης και στη συνέχεια καλείται να πληκτρολογήσει τον αριθμό του λογαριασμού πίστωσης του δικαιούχου. Ο χρήστης πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικός στο σημείο αυτό, ώστε τα λεφτά να πιστωθούν στο σωστό λογαριασμό. Ακολούθως πληκτρολογεί το ποσό που θέλει να μεταφέρει και την ημερομηνία που επιθυμεί να γίνει η πληρωμή.

Μια τυπική οθόνη μεταφοράς κεφαλαίου μεταξύ λογαριασμών ιδίου πελάτη φαίνεται στην παρακάτω εικόνα.

Εικόνα 1: Μεταφορά σε λογαριασμό ιδίου

The screenshot shows a web form for transferring funds between accounts of the same customer. The form is titled "Μεταφορά σε Λογαριασμό Ιδίου". It contains the following fields and options:

- Λογαριασμός Χρέωσης**: A dropdown menu for selecting the account to be debited.
- Λογαριασμός Πίστωσης**: A dropdown menu for selecting the account to be credited.
- Ποσό**: A text input field with "0.00€" entered.
- Ημερομηνία Πληρωμής**: A text input field for the payment date.
- Frequency Selection**: Two radio buttons. The first is "Μια φορά" (Once) and is selected. The second is "Περιοδικά κάθε" (Periodically every) followed by a text input field and "του μήνα" (of the month).
- Κωδικός Επιβεβαίωσης Συναλλαγής**: A text input field for a transaction confirmation code.
- ΕΚΤΕΛΕΣΗ**: A button to execute the transfer.

3.2.1.2. ΕΜΒΑΣΜΑΤΑ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ-ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ

Για την αποστολή εμβάσματος, ο χρήστης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωσης, στη συνέχεια επιλέγει την τράπεζα του δικαιούχου, από ένα σύνθετο πεδίο που περιέχει όλες τις τράπεζες του εσωτερικού ή του εξωτερικού. Έπειτα πληκτρολογεί τον αριθμό του λογαριασμού δικαιούχου και καταχωρεί την επωνυμία του δικαιούχου.

Μια τυπική οθόνη εμβάσματος σε τράπεζα εσωτερικού φαίνεται στην παρακάτω εικόνα.

Εικόνα 2: Μεταφορά σε Εγχώρια Τράπεζα

Μεταφορά σε Εγχώρια Τράπεζα	
Λογαριασμός Χρέωσης	
Τράπεζα Δικαιούχου	
Λογαριασμός Δικαιούχου	
Δικαιούχος	
Ποσό	0.00€
Αιτιολογία	
Υπόχρεος Εξόδων	
Ημερομηνία Πληρωμής	
	☒ Μια φορά
	☐ Περιοδικά κάθε του μήνα
Κωδικός Επιβεβαίωσης Συναλλαγής	
	ΕΚΤΕΛΕΣΗ

3.2.1.3. ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΔΑΝΕΙΩΝ

Η πληρωμή δανείου είναι συναλλαγή μεταφοράς εντός τράπεζας και όπως στις παραπάνω περιπτώσεις μεταφοράς εντός τράπεζας εκτελείται άμεσα. Ο χρήστης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωσης και το λογαριασμό δανείου και στη συνέχεια πληκτρολογεί το ποσό που θέλει να μεταφέρει για την πληρωμή της δόσης του δανείου και την ημερομηνία που επιθυμεί να γίνει η πληρωμή. Μια τυπική οθόνη δανείου πελάτη φαίνεται στην παρακάτω εικόνα.

Εικόνα 3: Πληρωμή Δανείου

Πληρωμή Δανείου

Λογαριασμός Χρέωσης

Λογαριασμός Δανείου

Ποσό

Ημερομηνία Πληρωμής

☒ Μια φορά

☐ Περιοδικά κάθε του μήνα

Κωδικός Επιβεβαίωσης Συναλλαγής

ΕΚΤΕΛΕΣΗ

3.2.1.4. ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ

Οι πληρωμές πιστωτικών καρτών διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες:

1. **Πληρωμή πιστωτικών καρτών ιδίου:** ο χρήστης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωσης και τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας που επιθυμεί να

πληρώσει. Ακολούθως πληκτρολογεί το ποσό που θέλει να μεταφέρει για την πληρωμή της πιστωτικής κάρτας και την ημερομηνία που επιθυμεί να γίνει η πληρωμή. Ο χρήστης έχει την πολυτέλεια και μεταχρονολογημένων πληρωμών, γεγονός που τον διευκολύνει να προγραμματίζει τις πληρωμές του.

2. **Πληρωμή πιστωτικών καρτών τρίτου:** ο χρήστης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωσης, στη συνέχεια καλείται να πληκτρολογήσει τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας. Ο χρήστης πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικός στο σημείο αυτό, ώστε τα λεφτά να πιστωθούν στη σωστή πιστωτική κάρτα. Ακολούθως πληκτρολογεί το ποσό που θέλει να μεταφέρει για την πληρωμή της πιστωτικής κάρτας και την ημερομηνία που επιθυμεί να γίνει η πληρωμή.
3. **Πληρωμή πιστωτικών καρτών άλλης τράπεζας:** οι πληρωμές πιστωτικών καρτών άλλης τράπεζας διεκπεραιώνεται μέσω του διατραπεζικού συστήματος Dias transfer. Για την πληρωμή πιστωτικών καρτών άλλης τράπεζας, ο χρήστης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωσης στη συνέχεια επιλέγει την τράπεζα δικαιούχου, από ένα σύνθετο πεδίο που περιέχει όλες τις τράπεζες εσωτερικού. Έπειτα ο πελάτης καλείται να πληκτρολογήσει τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας. Ακολούθως πληκτρολογεί το ποσό που θέλει να μεταφέρει για την πληρωμή της πιστωτικής κάρτας και την ημερομηνία που επιθυμεί να γίνει η πληρωμή.

Μια τυπική οθόνη πληρωμής πιστωτικής κάρτας φαίνεται στην παρακάτω εικόνα.

Εικόνα 4: Πληρωμή Πιστωτικής Κάρτας

Πληρωμή Δανείου

Λογαριασμός Χρέωσης

Λογαριασμός Δανείου

Ποσό

Ημερομηνία Πληρωμής

☒ Μια φορά

☐ Περιοδικά κάθε του μήνα

Κωδικός Επιβεβαίωσης Συναλλαγής

ΕΚΤΕΛΕΣΗ

3.2.1.5. ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΥ

Πολλές πληρωμές ενός πελάτη έναντι του Δημοσίου μπορούν να ολοκληρώνονται μέσω e-banking. Οι περισσότερες εξ αυτών διεκπεραιώνονται μέσω του διατραπεζικού συστήματος DIAS DEBIT. Οι πληρωμές Δημοσίου παρέχουν όλο το πακέτο των ηλεκτρονικών πληρωμών καθιστώντας το πολύ ελκυστικό για πολλούς επαγγελματίες της χώρας μας.

Οι πληρωμές Δημοσίου, αναφέρονται σε πληρωμές:

- Φ.Π.Α.
- Εργοδοτικές εισφορές Ι.Κ.Α.
- Ασφαλιστικές εισφορές Τ.Ε.Β.Ε.
- Είσπραξη Φόρου Εισοδήματος Φυσικών Προσώπων.
- Τέλη κυκλοφορίας.

Μια τυπική οθόνη πληρωμής ΦΠΑ φαίνεται στην παρακάτω εικόνα.

Εικόνα 5: Πληρωμή ΦΠΑ

Πληρωμή Δανείου

Λογαριασμός Χρέωσης

Λογαριασμός Δανείου

Ποσό

Ημερομηνία Πληρωμής

☒ Μια φορά

☐ Περιοδικά κάθε του μήνα

Κωδικός Επιβεβαίωσης Συναλλαγής

ΕΚΤΕΛΕΣΗ

3.2.1.6. ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ ΔΕΚΟ

Σχεδόν όλες οι μονάδες ηλεκτρονικής τραπεζικής της χώρας, παρέχουν στους πελάτες τους ολοκληρωμένο πακέτο πληρωμών λογαριασμών ΔΕΚΟ. Ονομαστικά οι πληρωμές αυτές είναι:

- ΟΤΕ
- ΔΕΗ
- ΕΥΔΑΠ.

3.2.1.7. ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΣΤΑΘΕΡΗΣ ΚΑΙ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ

Η πληρωμή λογαριασμών σταθερής και κινητής τηλεφωνίας παρέχεται πλέον στις περισσότερες τράπεζες. Κάποιες από αυτές τις πληρωμές διεκπεραιώνονται μέσω του διατραπεζικού συστήματος DIAS DEBIT, ενώ άλλες αποτελούν προϊόν διμερούς συμφωνίας μεταξύ τραπεζών και εταιριών.

Στην παρακάτω εικόνα παρατίθεται ένα απόσπασμα λογαριασμού της εταιρείας Vodafone. Παρατηρούμε ότι εκεί αναγράφεται ο αριθμός Μητρώο Συνδρομητή, ο οποίος καταχωρείται στην εντολή πληρωμής στην τράπεζα.

Εικόνα 6: Απόσπασμα λογαριασμού κινητής τηλεφωνίας Vodafone

vodafone

ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ ΤΕΛΩΝ
ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ

ΑΠΟ 14/03/2004 ΕΩΣ 13/04/2004

ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟ ΣΑΣ
ΠΑΡΕΧΟΝΤΑΙ ΣΤΗ ΠΙΣΩ ΟΡΗ

ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ ΓΙΩΡΓΟΣ
Λ. ΣΥΓΓΡΟΥ 156
171 21 ΑΘΗΝΑ

VOD-2-006983

ΣΕΛ 1 ΑΠΟ 2

ΜΗΤΡΩΟ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗ : 63645441
ΑΡΙΘΜΟΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ : 4007957300
ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΕΚΔΟΣΗΣ : 13/04/04
ΑΡ. ΤΗΛ. ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗ : 6944507370

Α.Φ.Μ./Αρ.Τ. : ΣΤΕΡΕΙΤΑΙ
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ : ΙΔ.ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ

3.2.1.8. ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ

Αρκετές ασφαλιστικές εταιρίες συνάπτουν συμφωνίες με τράπεζες, δίνοντας τη δυνατότητα στους πελάτες τους να πληρώνουν τα ασφάλιστρα τους μέσω αυτών.

3.2.1.9. ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΤΡΙΤΩΝ

Αρκετές εταιρίες δημιουργούν συμφωνίες με τράπεζες, δίνοντας τη δυνατότητα στους πελάτες τους να πληρώνουν τις υποχρεώσεις τους σε αυτές μέσω υπηρεσιών που προσφέρουν οι τράπεζες.

3.2.1.10. ΜΑΖΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ-ΜΙΣΘΟΛΟΣΙΕΣ

Μία ακόμα υπηρεσία που προσφέρουν πολλές τράπεζες, είναι η εκτέλεση μισθοδοσιών ή μαζικών πληρωμών μέσω αρχείου. Τα αρχεία αυτά μπορούν να παράγονται είτε από τις ίδιες τις εταιρίες με χρήση των μηχανογραφικών τους συστημάτων, είτε μέσω ειδικής εφαρμογής που διαθέτουν οι τράπεζες στους πελάτες τους.

3.2.1.11. ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΕΝΤΟΛΩΝ

Το Internet banking, πρέπει να δίνει στον πελάτη του, εύκολη ενημέρωση για το status των εντολών οικονομικής φύσης. Μία εντολή που καταχωρείται μέσω του Internet μπορεί να περάσει από διάφορες καταστάσεις, μέχρι να καταλήξει στην οριστική. Για το λόγο αυτό ο

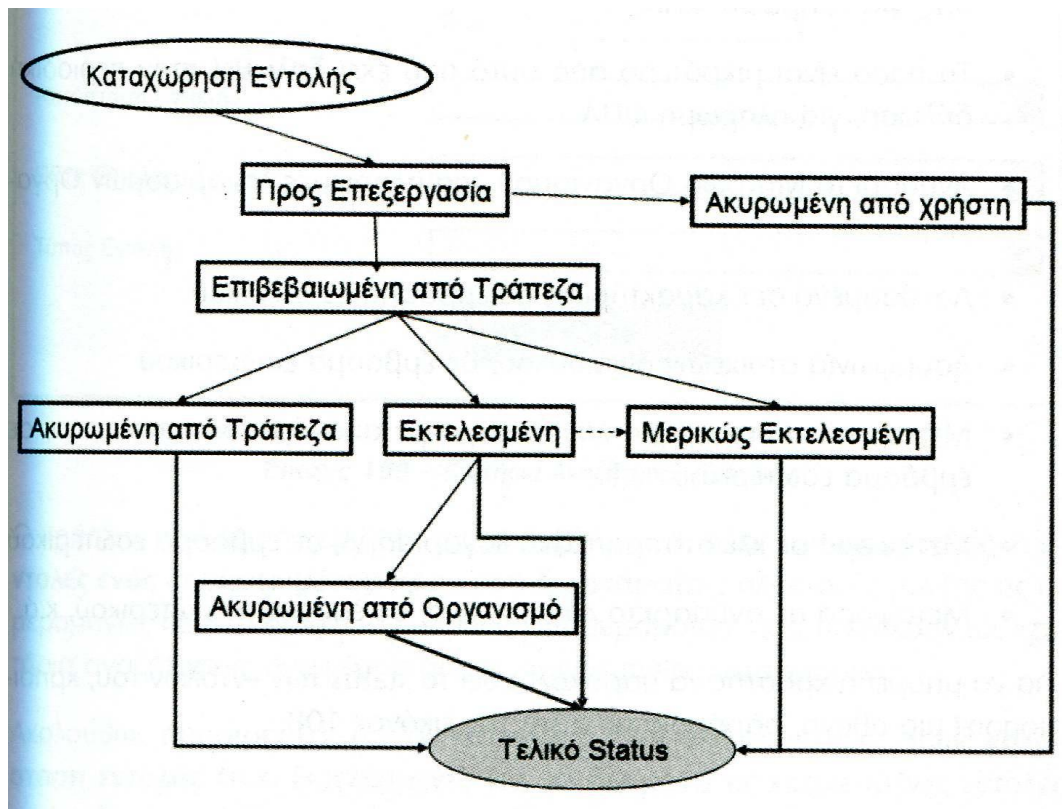
χρήστης του e-banking καλό είναι να ενημερώνεται και να παρακολουθεί συχνά το status των συναλλαγών του, ώστε να γνωρίζει ανά πάσα στιγμή ποιες εντολές του δεν εκτελέστηκαν.

Οι καταστάσεις εντολών είναι οι ακόλουθες:

1. Προς επεξεργασία.
2. Ακυρωμένη από χρήστη.
3. Ακυρωμένη από Τράπεζα.
4. Ακυρωμένη από Οργανισμό.
5. Επιβεβαιωμένη από Τράπεζα.
6. Εκτελεσμένη.
7. Μερικώς εκτελεσμένη.

Στην παρακάτω εικόνα φαίνεται ένα αναλυτικό διάγραμμα μετάβασης καταστάσεων. Στο διάγραμμα καταγράφεται η αλληλουχία των καταστάσεων που μπορεί να έχει μια εντολή.

Εικόνα 7: Διάγραμμα μετάβασης σε κατάσταση



3.2.1.12. ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

Ένας χρήστης, πριν ξεκινήσει να κάνει οικονομική συναλλαγή μέσω Internet banking, πρέπει να ενημερώνεται για τις προμήθειες των συναλλαγών. Οι τράπεζες οφείλουν να έχουν σε δημόσια θέα το τιμολόγιό τους.

Λόγω μεγάλου ανταγωνισμού, είναι πιθανό, οι τράπεζες να προβαίνουν συχνά σε αναπροσαρμογές των τιμολογίων τους. Ένα βασικό πλεονέκτημα των ηλεκτρονικών συναλλαγών, είναι οι μειωμένες προμήθειες. Σήμερα καμία τράπεζα δεν χρεώνει προμήθεια στις μεμονωμένες μεταφορές κεφαλαίων εντός τράπεζας και οι περισσότερες από αυτές, δεν χρεώνουν προμήθεια στις πληρωμές δημοσίου.

3.2.2. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ

Πολύ σημαντικό είναι το κομμάτι των πληροφοριακών συναλλαγών που καλύπτει το Internet banking. Ο χρήστης μπορεί να πάρει πληροφορίες για όλα τα προϊόντα που διαθέτει η τράπεζα. Οι συναλλαγές αυτές διακρίνονται σε τέσσερις μεγάλες κατηγορίες οι οποίες αναλύονται παρακάτω.

1) **Πληροφορίες λογαριασμών:** ο χρήστης μπορεί να δει όλες τις πληροφορίες που σχετίζονται με τον τραπεζικό του λογαριασμό on line. Ο αριθμός λογαριασμού εμφανίζεται με την διεθνή IBAN μορφή του. Ο χρήστης βλέπει την επωνυμία του δικαιούχου, το είδος του τραπεζικού λογαριασμού, το κατάστημα διαχείρισης, το επιτόκιο του και το νόμισμά του.

Επιπλέον γνωρίζει το διαθέσιμο υπόλοιπό, το λογιστικό υπόλοιπο, το τοκισζόμενο υπόλοιπο και τυχών δεσμεύσεις που υπάρχουν στο λογαριασμό του.

Επίσης, μερικές τράπεζες εμφανίζουν την τελευταία πίστωση και τελευταία χρέωση του λογαριασμού του, καθώς και τα στοιχεία των συνδικαιούχων, αν υπάρχουν τέτοιοι λογαριασμοί.

Ένα τυπικό παράδειγμα πληροφοριακής οθόνης λογαριασμού φαίνεται στην παρακάτω εικόνα.

Εικόνα 8: Πληροφορίες Λογαριασμού

Στοιχεία Λογαριασμού	
Αριθμός Λογαριασμού	GR-xx-bbb-cccc-0000000000000000
Δικαιούχος	ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΣ
Τύπος Λογαριασμού	Τρεχούμενος Λογαριασμός
Νόμισμα	EUR
Επιτόκιο	x.xx%
Υποκατάστημα Διαχείρισης	XXX
Διαθέσιμο Υπόλοιπο	x,xxx.xx
Λογιστικό Υπόλοιπο	x,xxx.xx
Τοκιζόμενο Υπόλοιπο	x,xxx.xx
Δεσμευμένο Υπόλοιπο	x,xxx.xx
Τελευταίες Κινήσεις	
Πίστωση	x,xxx.xx
Ημερομηνία Πίστωσης	15/3/2005
Χρέωση	x,xxx.xx
Ημερομηνία Χρέωσης	9/5/2005
Ονοματεπώνυμο Συνδικαιούχων	Πατρώνυμο Συνδικαιούχων
ΣΥΝΔΙΚΑΙΟΥΧΟΣ 1 ΣΥΝΔΙΚΑΙΟΥΧΟΣ 2	ΠΑΤΕΡΑΣ 1 ΠΑΤΕΡΑΣ 2

2) **Πληροφορίες καρτών:** στην περίπτωση αυτή, ο χρήστης βλέπει τον αριθμό πιστωτικής κάρτας, την επωνυμία του δικαιούχου, τον τύπο της κάρτας, το επιτόκιο της, το πιστωτικό όριο και το νόμισμά της.

Εμφανίζονται πληροφορίες για το επιτόκιο υπερημερίας, το ποσό συνδρομής, το διαθέσιμο υπόλοιπο, το οφειλόμενο υπόλοιπο, το ποσό μη εκκαθαρισμένων συναλλαγών, την ημερομηνία έκδοσης του τελευταίου statement, το ελάχιστο ποσό καταβολής, και την ημερομηνία προθεσμίας καταβολής.

Επίσης μερικές τράπεζες εμφανίζουν την τελευταία πληρωμή, μαζί με την ημερομηνία που έγινε.

Εικόνα 9: Πληροφορίες Πιστωτικής Κάρτας

Στοιχεία Πιστωτικής Κάρτας	
Αριθμός Πιστωτικής Κάρτας	XXXX-XXXX-XXXX-XXXX
Δικαιούχος	ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΣ
Τύπος Πιστωτικής	GOLD VISA
Νόμισμα	EUR
Επιτόκιο	x.xx%
Πιστωτικό Όριο	x,xxx.xx
Επιτόκιο Υπερημερίας	x.xx%
Ποσό Συνδρομής	x,xxx.xx
Διαθέσιμο Υπόλοιπο	x,xxx.xx
Τελευταία Πληρωμή	x,xxx.xx
Ημερομηνία Τελευταίας Πληρωμής	15/3/2005
Ποσό μη εκκαθαρισμένων συν/γων	x,xxx.xx
Ημερομηνία τελευταίου statement	9/5/2005
Οφειλόμενο Υπόλοιπο	x,xxx.xx
Ελάχιστο ποσό καταβολής	xxx.xx
Ημερομηνία Προθεσμίας Καταβολής	17/5/2005

3) **Πληροφορίες Επιταγών:** ο χρήστης έχει την δυνατότητα, επιλέγοντας αρχικά τραπεζικό λογαριασμό, στον οποίο συνδέεται το μπλοκ επιταγών του, να δει αναλυτικά όλες τις επιταγές του και την κατάσταση αυτών. Οι τράπεζες δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες να κάνουν και ανάκληση επιταγής. Παράλληλα, αρκετές τράπεζες επιτρέπουν και επεξεργασία επιταγών, ώστε να διευκολύνουν τους πελάτες τους στην παρακολούθηση αυτών.

4) **Πληροφορίες δανείων:** ένας χρήστης που έχει πάρει δάνειο, οποιασδήποτε μορφής από την τράπεζα, έχει τη δυνατότητα να ενημερώνεται για αυτό μέσω του internet. Μπορεί ανά πάσα στιγμή να βλέπει το ποσό που του έχει απομείνει για την αποπληρωμή του, την κατάσταση των δόσεων του και τις καταναλωτικές ημερομηνίες πληρωμής τους, το επιτόκιο και άλλες χρήσιμες πληροφορίες που το αφορούν.

3.2.3. ΑΙΤΗΣΕΙΣ

Οι τράπεζες προκειμένου να διευκολύνουν τους πελάτες τους, ενσωμάτωσαν στο internet banking, ηλεκτρονικές αιτήσεις για τα περισσότερα από τα προϊόντα τους. Μερικές από τις ηλεκτρονικές αιτήσεις είναι:

- Αίτηση ανοίγματος λογαριασμού.
- Αίτηση για δάνειο.
- Αίτηση για παραγγελία συναλλάγματος.
- Αίτηση παραγγελίας μπλοκ επιταγών.

3.2.4.ΒΟΗΘΗΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Πολλές τράπεζες πέραν των υπηρεσιών που προσφέρουν στους χρήστες τους, παρέχουν και βοηθητικά εργαλεία που διευκολύνουν τη ζωή των πελατών τους. Συνήθως τα εργαλεία αυτά είναι διαθέσιμα και στους απλούς επισκέπτες του site της τράπεζας.

Τέτοιες βοηθητικές υπηρεσίες είναι:

- Υπολογισμός IBAN.
- Μετατροπή νομισμάτων.
- Υπολογισμός δόσεων δανείων.

3.3. TO PHONE BANKING

«Το Phone Banking αποτελεί ένα εναλλακτικό κανάλι του e- banking, που επιτρέπει στους πελάτες της τράπεζας να πραγματοποιούν τραπεζικές συναλλαγές χρησιμοποιώντας οποιοδήποτε τηλέφωνο 24 ώρες το 24ωρο.

Οι χρήστες διαθέτουν τη δυνατότητα εξυπηρέτησης μέσω:

- Του συστήματος προ- μαγνητοφωνημένων μηνυμάτων (IVR), όπου πιστοποιείται ο χρήστης χωρίς την παρέμβαση ανθρώπινου παράγοντα, πληκτρολογώντας τους κωδικούς του στη συσκευή το τηλεφώνου.
- Τους εξειδικευμένους αντιπροσώπους του call center. Οι υπάλληλοι της Τράπεζας (αντιπρόσωποι) που βρίσκονται στην άλλη άκρη της τηλεφωνικής γραμμής, με την βοήθεια σύγχρονων συστημάτων (CTI, CRM) μπορούν να παρέχουν συνεχή τηλεφωνική υποστήριξη και ενημέρωση των πελατών για ένα συνεχώς διευρυνόμενο πλήθος τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Οι διαθέσιμες συναλλαγές του phone banking είναι οι παρακάτω:

- Ενεργοποίησης και ακύρωσης κάρτας ανάληψης χρημάτων.
- Ακυρώσεις πιστωτικών καρτών.
- Αλλαγή στοιχείων αλληλογραφίας καρτούχων.
- Εξυπηρέτηση καρτούχων για αμφισβητήσεις χρεώσεων.
- Ενημέρωση για απόδοση και αποτίμηση αμοιβαίων κεφαλαίων.
- Ενημέρωση για όλα τα προϊόντα που έχει ο πελάτης στην τράπεζα.
- Ανάλυση υπολοίπου των λογαριασμών.
- Ανάλυση υπολοίπου πιστωτικής κάρτας και ενημέρωση κινήσεων.
- Κίνηση λογαριασμού.
- Έκδοση και ανάκληση μπλοκ επιταγών.
- Μεταφορές – Πληρωμές.
- Υπηρεσίες πελάτη (π.χ. Αλλαγή κωδικού ασφαλείας).
- Αιτήσεις²⁴».

²⁴ Αγγέλης Β., (2005), «Η βίβλος του e-banking», Αθήνα, εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, σελ. 203-204.

3.4. MOBILE BANKING

«Άλλο εναλλακτικό κανάλι του e-banking αποτελεί το mobile banking το οποίο παρέχεται 24 ώρες το 24ωρο από τις Τράπεζες. Οι υπηρεσίες mobile banking δεν είναι τόσο διαδεδομένες μεταξύ των ελληνικών τραπεζών με συνέπεια λίγες τράπεζες προς το παρόν να διαθέτουν υπηρεσίες mobile συναλλαγών. Το mobile banking υποστηρίζουν συσκευές νέας τεχνολογίας με ενσωματωμένο web browser, όπως:

- κινητά τηλέφωνα προηγμένης τεχνολογίας (smart phones)
- υπολογιστές χειρός (PDAs).

Η πρόσβαση στις υπηρεσίες του mobile banking είναι διαθέσιμη στους πελάτες όλων των εταιριών κινητής τηλεφωνίας και γίνεται άμεσα και γρήγορα, χωρίς επιπλέον ρυθμίσεις. Ο πελάτης μπορεί να έχει πρόσβαση στην ιστοσελίδα των ηλεκτρονικών υπηρεσιών της τράπεζας:

- απευθείας στην ηλεκτρονική διεύθυνσή της (χρησιμοποιώντας οποιαδήποτε εταιρία κινητής τηλεφωνίας που παρέχει σύνδεση στο internet).
- μέσω του i-mode, το internet της κινητής τηλεφωνίας από την COSMOTE (ισχύει μόνο για πελάτες της Cosmote).

Μοναδική προϋπόθεση για την πρόσβαση στην ιστοσελίδα των ηλεκτρονικών υπηρεσιών της Τράπεζας, είναι ο χρήστης να έχει κωδικούς πρόσβασης στην υπηρεσία mobile banking και να έχει ενεργοποιήσει τη σύνδεσή του στο internet (π.χ. wap / gprs) από τις ασύρματες συσκευές του.

Αν ο πελάτης είναι ήδη χρήστης του internet banking της Τράπεζάς του, τότε δεν χρειάζεται να κάνει νέα εγγραφή, απλά χρησιμοποιεί τους ίδιους κωδικούς για την πρόσβαση στην υπηρεσία mobile banking.

Το συνολικό κόστος της χρήσης της υπηρεσίας εξαρτάται είτε από τις χρεώσεις της εκάστοτε εταιρίας κινητής τηλεφωνίας (3G, gprs, wap) στην οποία είναι ο πελάτης συνδρομητής είτε από τους φορείς ασύρματης επικοινωνίας (wi-fi).

Το mobile banking διαθέτει τις εξής συναλλαγές:

- Διαχείριση λογαριασμών.

- Διαχείριση καρτών.
- Διαχείριση δανείων.
- Πληρωμές – Μεταφορές.
- Προσωπικές υπηρεσίες πελάτη.
- Παραγγελία για πλήρη statements.
- Αγορά και πώληση μετοχών.
- Ενημέρωση εντός ολίγων λεπτών για εκτέλεση εντολής.
- Ενημέρωση σε πραγματικό χρόνο (real time) για την τιμή της μετοχής προς αγορά ή πώληση.
- Παρακολούθηση και αποτίμηση χαρτοφυλακίου.
- Αναλυτική πληροφόρηση για παρελθούσες κινήσεις στο χαρτοφυλάκιο.
- Πληροφορίες και διαφημιστικά μηνύματα για υπηρεσίες, προϊόντα και προσφορές της τράπεζας.
- Αλλαγή του απόρρητου κωδικού PIN.
- Προσωπικά μηνύματα²⁵».

²⁵ Αγγέλης Β., (2005), «Η βίβλος του e-banking», Αθήνα, εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, σελ. 206-209.

4ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΕΙΔΗ ΚΑΙ
ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ
ΧΡΗΜΑΤΟΣ

4.1. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΠΟΡΤΟΦΟΛΙ

Από τις αρχές του 2001 οι τράπεζες άρχισαν τα πρώτα βήματα, ώστε με την προσθήκη του κατάλληλου «chip» να μετατραπούν οι κάρτες, που ήδη εκδίδουν, σε «έξυπνες», ασφαλείς και χρήσιμες για τους κατόχους τους. Έτσι, το Μάιο του 2001, οι τράπεζες με το συντονισμό της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών και τη βοήθεια της εξειδικευμένης εταιρείας XANSA, προχώρησαν στη διαδικασία για την κατασκευή ενός ελληνικού τραπεζικού προτύπου. Αυτό θα καθορίζει τα ελάχιστα λειτουργικά χαρακτηριστικά με τα οποία θα είναι εφοδιασμένο το chip που θα φέρουν τα επόμενα χρόνια όλες οι κάρτες VISA και Mastercard.

Μια ιδιαίτερα σημαντική απόφαση που μεταξύ των άλλων πήραν οι τράπεζες κατά τη διαδικασία κατασκευής του προτύπου είναι ότι, όλες οι συναλλαγές θα πραγματοποιούνται με την πληκτρολόγηση του Προσωπικού Αριθμού Αναγνώρισης (PIN), όπως άλλωστε είναι και η επικρατούσα άποψη στη διεθνή τραπεζική κοινότητα. Έτσι αυτή η κοινή απόφαση θα οδηγήσει στη χρήση του PIN σε κάθε αγορά με πιστωτική κάρτα και θα έχει βαθιά επίδραση τόσο στη διαδικασία των αγορών με τις κάρτες, όσο και στην ασφάλεια των πραγματοποιούμενων συναλλαγών.

Από το 2002 οι Ελληνικές Τράπεζες διαθέτουν ένα εργαλείο που τους επιτρέπει να αξιολογήσουν τις επιπτώσεις από την εισαγωγή του chip στις κάρτες τους, μπορούν να εκδίδουν κάρτες που φέρουν το chip και αναβάθμισαν τα μηχανήματά τους, ώστε να αξιοποιήσουν πλήρως τις δυνατότητες που προσφέρει αυτή η τεχνολογία για την προώθηση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής και του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.

Ως αποτέλεσμα αυτού του συγκριτικού εγχειρήματος είναι, οι μεν τράπεζες της χώρας μας να είναι στην πρωτοπορία των Ευρωπαϊκών Τραπεζών που εφαρμόζουν τις νέες τεχνολογίες, αλλά και οι κάτοχοι των καρτών να απολαμβάνουν πέραν της ιδιαίτερα αυξημένης ασφάλειας και μια σειρά από πρόσθετες διευκολύνσεις που κάθε τράπεζα θα διαμορφώσει για την πελατεία της, όπως ψηφιακές ταυτότητες, σχήματα συλλογής πόντων, πρόσθετες υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής κ.λπ.

«Τα τελευταία χρόνια εμφανίστηκε το ηλεκτρονικό πορτοφόλι. Το ηλεκτρονικό πορτοφόλι είναι μια έξυπνη κάρτα η χρήση της οποίας αναμένεται να υποκαταστήσει τα μετρητά στις καθημερινές συναλλαγές μικρού ύψους. Ο κάτοχος μεταφέρει ένα ποσό στο ηλεκτρονικό πορτοφόλι με το οποίο πραγματοποιεί συναλλαγές (π.χ. στα μέσα μαζικής μεταφοράς, σε χώρους στάθμευσης ή για την αγορά ψωμιού, εφημερίδας κ.λπ.) χωρίς να είναι

πάντα απαραίτητη η χρήση του PIN. Όταν εξαντληθούν τα μετρητά ο κάτοχος επαναλαμβάνει τη μεταφορά χρημάτων στο ηλεκτρονικό πορτοφόλι.

Το πλεονέκτημά του είναι ότι μπορεί να ενσωματωθεί στην τραπεζική κάρτα του κατόχου π.χ. με την μορφή ενός τσιπ σαν αυτό της τηλεκάρτας και να συνδεθεί ή όχι με τον τραπεζικό του λογαριασμό²⁶».

Επίσης, το ηλεκτρονικό απόθεμα μπορεί να ενσωματωθεί και σε άλλη κάρτα, είτε πιστωτική είτε χρεωστική, δηλ. κάρτα πολλαπλών χρήσεων, καθώς επίσης και σε κινητό τηλέφωνο. Ήδη κυκλοφορεί συσκευή κινητού τηλεφώνου. Κάτοχοι της κάρτας αυτής γινόμαστε με την καταβολή αντίστοιχου αντιτίμου και μετά έχουμε την δυνατότητα να πραγματοποιούμε τις τρέχουσες καθημερινές συναλλαγές χωρίς η χρήση μυστικού προσωπικού αριθμού να είναι επιβεβλημένη, όπως είπαμε παραπάνω.

Η πρώτη τροφοδότηση του ηλεκτρονικού πορτοφολιού πραγματοποιείται στην τράπεζα του κατόχου. Το ποσό που μεταφέρετε στην κάρτα αφαιρείται από τον τραπεζικό του λογαριασμό. Μετά την πρώτη τροφοδότηση ο κάτοχος μπορεί να «ξαναγεμίσει» το ηλεκτρονικό του πορτοφόλι είτε με τον ίδιο τρόπο (στην τράπεζά του) είτε απευθείας από κάποιο εμπορικό κατάστημα. Όμως αν επιλέξει αυτόν τον τρόπο πληρωμής, δεν μπορεί να ξοδέψει παραπάνω χρήματα από αυτά που του απομένουν στο πορτοφόλι.

Για να μπορεί ο κάτοχος να κάνει χρήση της κάρτας αυτής απαραίτητη προϋπόθεση είναι ότι ο αντισυμβαλλόμενος του κατόχου να διαθέτει την κατάλληλη συσκευή ανάγνωσης χρεωστικής ή πιστωτικής κάρτας, που αυτόματα ισοδυναμεί με δήλωση βούλησης του αντισυμβαλλόμενου για την πληρωμή του με ηλεκτρονικό χρήμα.

Με κάθε συναλλαγή αφαιρείται ποσό αντίστοιχο της εκάστοτε συναλλαγής, το ποσό αυτό μεταφέρεται στο ηλεκτρονικό υπόθεμα του αντισυμβαλλόμενου του κατόχου της κάρτας, ο οποίος το εμφανίζει στον εκδότη για την εξαργύρωση του ποσού. Μετά την εξάντληση των νομισματικών μονάδων υπάρχει η δυνατότητα επαναφόρτισης της κάρτας ακόμη και σε ΑΤΜ (ανάλογα με την κάρτα).

Η χρήση του ηλεκτρονικού πορτοφολιού είναι μια υπηρεσία που παρέχεται από την τράπεζα και ως τέτοια συνοδεύεται συνήθως από κάποιο κόστος. Οι χρεώσεις ποικίλλουν από κράτος μέλος σε κράτος μέλος και από τράπεζα σε τράπεζα αλλά και ανάλογα με τις δυνατότητες που έχει κάθε κάρτα.

²⁶ www.dolceta.eu/greece/Mod2/

Χρήση του ηλεκτρονικού πορτοφολιού

«Για να πληρώσει κάποιος με το ηλεκτρονικό πορτοφόλι απαραίτητη προϋπόθεση είναι ο προμηθευτής να διαθέτει κατάλληλη συσκευή για την ανάγνωση της κάρτας. Οι προμηθευτές που διαθέτουν τέτοιες συσκευές αναγνωρίζονται από ένα ειδικό αυτοκόλλητο στην είσοδο του καταστήματος ή στην ταμειακή μηχανή. Στην Ευρώπη μπορούμε να δούμε τέτοια αυτοκόλλητα σε αρτοποιεία, ταχυφαγεία, φαρμακεία αλλά και σε χώρους στάθμευσης, στα μέσα μαζικής μεταφοράς κ.λπ.

Επιπλέον, σε ορισμένες χώρες υπάρχει ανώτατο όριο στις πληρωμές που μπορεί να πραγματοποιηθούν μέσω ηλεκτρονικού πορτοφολιού. Στη Γαλλία, για παράδειγμα, το ανώτατο όριο είναι τα 30 ευρώ.

Αυτό που πρέπει ιδιαίτερα να προσεχθεί είναι ότι δεν ζητείται πάντα να πληκτρολογηθεί κάποιος μυστικός κωδικός. Αυτό εξαρτάται από το είδος της κάρτας. Επίσης, δεν λαμβάνετε πάντα απόδειξη. Γι' αυτό, ο κάτοχος πρέπει να ελέγχει το ποσό που αναγράφεται στην οθόνη πριν εγκρίνει τη συναλλαγή.

Τέλος, αν το υπόλοιπο των χρημάτων που απομένει στο ηλεκτρονικό πορτοφόλι του κατόχου δεν επαρκεί για την πληρωμή, μπορεί να το τροφοδοτήσει εκ νέου (στην περίπτωση αυτή θα του ζητηθεί το PIN)²⁷».

Το ηλεκτρονικό πορτοφόλι λειτουργεί σαν κανονικό πορτοφόλι. Έτσι εάν ο κάτοχος το χάσει ή του το κλέψουν είναι ακριβώς σαν να χάνει ή να του κλέβουν το κανονικό του πορτοφόλι με τη μόνη διαφορά ότι το ποσό που περιέχεται στο ηλεκτρονικό πορτοφόλι μπορεί να ξοδευτεί από τρίτους. Αυτό που πρέπει να κάνει μόλις συνειδητοποιήσει ότι έχει χάσει το ηλεκτρονικό του πορτοφόλι πρέπει να ακολουθήσει την προβλεπόμενη διαδικασία, η οποία συνήθως περιλαμβάνει τα εξής βήματα:

- ακύρωση της κάρτας (είτε τηλεφωνικά είτε αυτοπροσώπως)
- δήλωση της κλοπής στην αστυνομία.

Με τον τρόπο αυτό ο κάτοχος απαλλάσσεται από κάθε ευθύνη. Έτσι, τα ποσά που αντιστοιχούν σε συναλλαγές που πραγματοποιήθηκαν μετά την ακύρωση της κάρτας δεν θα χρεωθούν στον λογαριασμό του. Σε αντίθετη περίπτωση, αν δηλαδή δεν ακυρωθεί η κάρτα

²⁷ <http://www.dolceta.eu/greece/Mod2/%CE%A7%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B7-%CF%84%CE%BF%CF%85.html>

αμέσως και εντός των προβλεπόμενων προθεσμιών, μπορεί να χαθεί όλο το ποσό που υπάρχει στο ηλεκτρονικό πορτοφόλι.

Όμως, το ηλεκτρονικό πορτοφόλι το οποίο δημιουργήθηκε σαν ένας εναλλακτικός τρόπος πληρωμής, δεν βρήκε μεγάλη απήχηση. Ηλεκτρονικές εταιρίες όπως η American Express Co. και η Wells Fargo & Co. προσέφεραν τέτοιου είδους υπηρεσίες αλλά αυτός ο τρόπος πληρωμής έχει μικρή προβολή και οι καταναλωτές δεν έχουν μεγάλη γνώση για την μέθοδο αυτή.

Επίσης, η τεχνολογία που πρέπει να εγκαταστήσει μια επιχείρηση για πληρωμές μέσω ηλεκτρονικού πορτοφολιού δεν τους δίνει κάποιο ιδιαίτερο πλεονέκτημα κα σε σχέση με άλλες παρόμοιες αυτόματες μεθόδους που χρησιμοποιούνται για τις πληροφορίες των καταναλωτών και συναλλαγών.

Γενικά αυτό που προσφέρει η μέθοδος αυτή του ψηφιακού πορτοφολιού είναι η δυνατότητα των on-line καταναλωτών να καταχωρούν όλες τις ψηφιακές πληροφορίες, διευθύνσεις και πληροφορίες πληρωμής και λογαριασμών τους, για να υποστηρίξουν μια δικτυακή εμπορική συναλλαγή πριν προβούν στην συναλλαγή αυτή.

Όμως ένας ακόμα λόγος που δεν χρησιμοποιήθηκε αυτή η σημαντική βοήθεια για την πραγματοποίηση των συναλλαγών από τους καταναλωτές, είναι και το γεγονός ότι οι τελευταίοι νοιώθουν ανασφαλείς επειδή πρέπει να καταχωρήσουν τόσες πολλές πληροφορίες και στοιχεία σε ένα μοναδικό μέρος, δηλαδή στο ηλεκτρονικό πορτοφόλι του καθενός.

4.1.1. ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΜΕΣΩ ΚΙΝΗΤΩΝ ΤΗΛΕΦΩΝΩΝ

«Στις 26 Μαΐου του 2012 η Google προέβη στην ανακοίνωση της νέα υπηρεσίας πληρωμών μέσω κινητών τηλεφώνων, που υποστηρίζει την τεχνολογία Near Field Communications (NFC). Πρόκειται για το Google Wallet, το ηλεκτρονικό πορτοφόλι συναλλαγών της εταιρείας, το οποίο αρχικά θα διατεθεί για συσκευές Android και με το οποίο επιτρέπεται στους χρήστες να πραγματοποιούν απλά μέσω του κινητού τους τηλεφώνου, χρηματικές συναλλαγές. Επιπλέον, θα μπορεί να συγκεντρώνει τους πόντους και τις προσφορές που κατέχει ο χρήστης. Αυτή η νέα εφαρμογή μπορεί κάποτε να

αντικαταστήσει τις πιστωτικές κάρτες, γιατί έχει τη δυνατότητα να μετατρέπει ένα Smartphone σε ηλεκτρονικό πορτοφόλι, αντικαθιστώντας με αυτό τον τρόπο τις πιστωτικές κάρτες.

Οι δοκιμές της νέας αυτή υπηρεσίας (Google Wallet) έχουν ξεκινήσει στη Νέα Υόρκη και στο Σαν Φρανσίσκο, με την πλήρη απελευθέρωση αυτής να πραγματοποιείται εντός του φετινού καλοκαιριού. Το Nexus 4G S, είναι το πρώτο smartphone που θα είναι απολύτως συμβατό με την υπηρεσία, αλλά έπεται και συνέχεια, ώστε να προστεθούν στην λίστα συμβατότητας και άλλες συσκευές όσο περνάει ο καιρός. Η Google, εξετάζει το ενδεχόμενο, να παρέχει την δυνατότητα υποστήριξης του νέου ηλεκτρονικού της πορτοφολιού και σε συσκευές που δεν διαθέτουν ενσωματωμένη την δυνατότητα τεχνολογίας NFC.

Οι πληρωμές μέσω της νέας αυτής υπηρεσίας θα γίνονται με πολύ απλό τρόπο μέσω του κινητού τηλεφώνου και ασύρματα από τον χρήστη ο οποίος πρέπει απλώς να ενεργοποιήσει την πληρωμή στο αντίστοιχο μηχάνημα, όπως έκανε και με τις πιστωτικές/χρεωστικές του κάρτες.



Στην έναρξη της εμπορικής λειτουργίας του Google Wallet, η εταιρεία ανέφερε ότι έχει εξασφαλίσει ήδη ορισμένους συνεργάτες, όπως οι Citi, MasterCard, Sprint, Macy, Walgreens, η First Data, ενώ η υπηρεσία θα είναι συμβατή και με μια εικονική προπληρωμένη κάρτα με την ονομασία Google Prepaid. Αρχικά όμως, το Google Wallet, θα υποστηρίξει πιστωτικές της Citi και MasterCard, καθώς και την προπληρωμένη κάρτα της Google.

Η εταιρεία επίσης, πρόσθεσε ότι θα υπάρχουν ορισμένες προσφορές επί καθημερινής βάσεως, για όλους εκείνους που προτιμούν να χρησιμοποιούν αρκετά συχνά την υπηρεσία για τις όποιες συναλλαγές τους πραγματοποιούν. Για την ώρα, το Google Wallet είναι διαθέσιμο μόνο στις ΗΠΑ, αλλά οι τεχνικοί της εταιρείας εργάζονται για την χρήση της υπηρεσίας, σταδιακά, σε όλο τον κόσμο. Η εταιρεία, υπόσχεται ότι με τον πέρασμα του χρόνου, θα προσθέτει στην λίστα των συνεργατών της και άλλες εταιρίες, ώστε να έχουν πληθώρα επιλογών οι χρήστες²⁸».

«Η βιομηχανία της κινητής τηλεφωνίας έχει στραφεί στις πληρωμές μέσω φορητών συσκευών (mobile payments) και όχι μόνο, γεγονός το οποίο αποτυπώνεται έντονα και στις σχετικές έρευνες που κάνουν γνωστές εταιρείες, όπως η Yankee Group και η Accenture.

Ειδικότερα, σύμφωνα σε πρόσφατη έκθεση της Yankee Group, προβλέπεται ότι η αξία των συναλλαγών στο mobile payments θα αγγίζει τα 984 εκατομμύρια δολάρια το 2014, έναντι μόλις 162 εκατομμυρίων που άγγιξε το 2010. Αύξηση που προσεγγίζει ποσοστιαία το 600%. Στην αγορά του mobile payment η Yankee Group συμπεριλαμβάνει το mobile banking, διεθνή και εγχώρια εμβάσματα, κάρτες ανέπαφων πληρωμών, κουπόνια για κινητά τηλέφωνα και βέβαια συναλλαγές με τη χρήση της τεχνολογίας NFC (Near Field Communication).

Αντίστοιχα, πρόσφατη έρευνα της Accenture, πέρα από τις υψηλές προσδοκίες για τη συγκεκριμένη αγορά αναδεικνύει σημαντικές παραμέτρους που θα παίξουν καθοριστικό ρόλο στην υιοθέτηση των πληρωμών μέσω φορητών συσκευών. Πρώτο ζήτημα είναι βέβαια η ασφάλεια των πληρωμών μέσω κινητού τηλεφώνου, όπου το 79% αυτών που συμμετείχαν στην έρευνα από την Ασία δηλώνουν ότι ανησυχούν, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους ευρωπαίους και τους κατοίκους των ΗΠΑ αγγίζει το 69%. Βέβαια, παρά το γεγονός, ότι οι Ασιάτες φέρεται να ανησυχούν περισσότερο, οι ίδιοι απάντησαν σε ποσοστό 64% ότι ανυπομονούν να χρησιμοποιήσουν το κινητό τους τηλέφωνο για τέτοιου τύπου συναλλαγές, έναντι μόλις 29% για τους Ευρωπαίους και Αμερικάνους.

Βέβαια, ήδη στην Ασία συναλλαγές μέσω κινητού τηλεφώνου, όπως ο έλεγχος του τραπεζικού λογαριασμού, η μεταφορά χρηματικών ποσών κ.ά. βρίσκονται σε πολύ πιο προχωρημένο στάδιο από τις υπόλοιπες αγορές, αφού τα σχετικά ποσοστά είναι σε κάποιες περιπτώσεις ακόμα και πολλαπλάσια.

²⁸ <http://www.myphone.gr/forum/showthread.php?t=307381>

Τέλος, οι ερωτώμενοι απαντώντας στην ερώτηση για το ποιες εταιρείες αναμένεται να παίξουν καταλυτικό ρόλο στην υιοθέτηση των πληρωμών μέσω κινητού τηλεφώνου, πιστεύουν σε ποσοστό 59% τις εταιρείες πιστωτικών καρτών, όπως η Visa και η Mastercard, σε ποσοστό 54% τα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας και σε ποσοστό 52% τις εταιρείες παραγωγής software, όπως η Apple και η Google²⁹».

4.1.2. MASTERCARD: ΑΝΟΙΓΕΙ ΤΟ ΔΡΟΜΟ ΤΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΜΕΣΩ ΚΙΝΗΤΟΥ ΤΗΛΕΦΩΝΟΥ

«Η MasterCard, παραμένοντας πρωτοπόρος στον κλάδο πληρωμών μέσω κινητού τηλεφώνου (mobile payment), περιέγραψε το όραμά της σχετικά με το πώς σκοπεύει να προσεγγίσει το δεύτερο δισεκατομμύριο καταναλωτών κινητής τηλεφωνίας, μέσα από καινοτόμα προϊόντα και συνεργασίες.

Σε συνέντευξη Τύπου που διοργανώθηκε στο πλαίσιο των εκδηλώσεων του συνεδρίου Mobile World Congress στη Βαρκελώνη, ο επικεφαλής του τμήματος mobile της MasterCard, κ. Mung Ki Woo, καθώς και εκπρόσωποι κορυφαίων εταιρειών, όπως η Comniva, η Intel, η iZettle, η Santander και η Turkcell, παρουσίασαν για πρώτη φορά το όραμά τους για το μέλλον των πληρωμών μέσω κινητού τηλεφώνου. Τόνισαν από κοινού, πως ο στόχος να προσεγγίσουν το επόμενο δισεκατομμύριο καταναλωτών μέσα από το κανάλι των κινητών επικοινωνιών, βασίζεται στην καινοτομία και τη συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων, στους οποίους περιλαμβάνονται εταιρείες τεχνολογίας, πάροχοι κινητής τηλεφωνίας και εταιρείες του χρηματοοικονομικού τομέα. Παράλληλα η MasterCard, με την ευκαιρία του μεγαλύτερου παγκοσμίου συνεδρίου κινητών επικοινωνιών, παρουσίασε μια σειρά από νέες συνεργασίες από ολόκληρο τον κόσμο, όπως, μεταξύ άλλων:

Το project Wanda, προϊόν συνεργασίας της Telefónica και της MasterCard, ένα νέο brand για εταιρικούς και οικιακούς πελάτες, το οποίο έχει σχεδιαστεί προκειμένου να προσφέρει λύσεις mobile payment σε περισσότερους από 87 εκατομμύρια συνδρομητές της Movistar, στις αγορές της Λατινικής Αμερικής. Η συγκεκριμένη υπηρεσία θα συνδέει τις

²⁹ http://www.deasy.gr/fresh-fish/1643,600_ayxhsh_perimenoy_nstis_plhrwmes_mes.html

εκάστοτε πληρωμές με ένα ηλεκτρονικό πορτοφόλι (mobile wallet) ή με έναν προπληρωμένο λογαριασμό, ο οποίος θα επιτρέπει, μεταξύ άλλων, μεταφορά χρημάτων, αγορά χρόνου ομιλίας, εξόφληση λογαριασμών και άλλες υπηρεσίες. Τόσο το ηλεκτρονικό πορτοφόλι, όσο και ο προπληρωμένος λογαριασμός θα είναι διαθέσιμα κάθε στιγμή, σε οποιοδήποτε μέρος του κόσμου.

Τη συνεργασία με τη BOKU, Inc., η οποία θα εμπλουτίσει την αγοραστική εμπειρία των καταναλωτών, αξιοποιώντας τη συσκευή του κινητού τους τηλεφώνου για να κερδίζουν εκπτώσεις, να εντοπίζουν στοχευμένες προσφορές, να παρακολουθούν τα έξοδά τους και να πραγματοποιούν τις αγορές τους από κάθε σημείο πώλησης που φέρει το σήμα της MasterCard. Αξιοποιώντας τον πάροχο κινητής τηλεφωνίας κάθε συνδρομητή, ο συνδυασμός λογαριασμών BOKU και MasterCard Prepaid προσφέρει στους καταναλωτές έναν ιδιαίτερα εύχρηστο τρόπο πληρωμών.

Το νέο πρόγραμμα Mobile Money Partnership Program της MasterCard, το οποίο εγκαινιάστηκε από κοινού με την Comviva, τη Sybase 365 και την Utiba, έχει σχεδιαστεί για να βοηθήσει περισσότερους από 2,5 δισεκατομμύρια καταναλωτές που δεν μπορούν να χρησιμοποιήσουν το υπάρχον τραπεζικό σύστημα, να αποκτήσουν μέσω του κινητού τους τηλεφώνου, πρόσβαση σε κανονικές χρηματοοικονομικές υπηρεσίες.

Κλείνοντας τη συνέντευξη Τύπου, ο κ. Mung Ki Wu σημείωσε τα εξής: «Το Mobile World Congress 2012 προσέφερε στη MasterCard μια μοναδική ευκαιρία να σταθεί δίπλα – δίπλα με μερικούς εκ των κορυφαίων του κλάδου των κινητών τηλεφωνιών, και να περιγράψουν μαζί, το κοινό τους όραμα για το μέλλον. Η κινητή τηλεφωνία αποτελεί μια σημαντική ευκαιρία να φέρουμε το εμπόριο και τη λιανική τραπεζική στα χέρια κάθε καταναλωτή, σε ολόκληρο τον κόσμο. Μέσα από την καινοτόμα προσέγγιση του mobile commerce, η MasterCard και οι συνεργάτες της, βοηθούν στο να απελευθερωθούν οι δυνατότητες του συγκεκριμένου κλάδου, και να βάλουν τους καταναλωτές σε έναν κόσμο χωρίς μετρητά³⁰».

³⁰ <http://www.myphone.gr/forum/showthread.php?t=329595>

4.1.3. VISA: ΣΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΠΟΡΤΟΦΟΛΙ ΜΕΤΑΤΡΕΠΕΤΑΙ ΤΟ ΚΙΝΗΤΟ

«Το λανσάρισμα των πληρωμών από άτομο σε άτομο μέσω κινητών Visa Person-to-Person και των ειδοποιήσεων Visa Alerts, δύο νέων υπηρεσιών που έχουν σχεδιαστεί για να συνδράμουν τους καταναλωτές στη διαχείριση των χρημάτων τους και στην πραγματοποίηση πληρωμών μέσω κινητών, ανακοίνωσε η Visa Europe.

Οι νέες υπηρεσίες, που ανακοινώθηκαν από τον Πρόεδρο και CEO της Visa Europe, Peter Ayliffe, στην ομιλία του στο Συνέδριο EFMA στο Παρίσι, προσφέρουν στις τράπεζες-μέλη της Visa Europe τα εργαλεία για να ανταποκριθούν στην αυξανόμενη ζήτηση εκ μέρους των καταναλωτών για γρήγορους, ασφαλείς και καινοτόμους τρόπους για να πραγματοποιούν και να διαχειρίζονται πληρωμές μέσω κινητών.

Οι πληρωμές μέσω κινητών Visa Person-to-Person επιτρέπουν στους εγγεγραμμένους χρήστες να μεταφέρουν χρήματα σε οποιονδήποτε κάτοχο κάρτας Visa στην Ευρώπη από το κινητό τους τηλέφωνο, με την υποστήριξη της ασφάλειας και της τεχνογνωσίας που προσφέρουν τα κορυφαία συστήματα επεξεργασίας της Visa Europe.

Η εφαρμογή διευκολύνει την αποστολή χρημάτων σε μια από τις επαφές που υπάρχουν καταχωρημένες στο ευρετήριο, σε κάποιο αριθμό κινητού ή σε ένα συγκεκριμένο αριθμό κάρτας Visa, ανεξάρτητα από τον αν ο αποδέκτης είναι εγγεγραμμένος στην υπηρεσία.

Τα πλεονεκτήματα των πληρωμών μέσω κινητών Visa Person-to-Person είναι:

- Ευκολία και άνεση στις πληρωμές μέσω κινητών - είτε πρόκειται για είκοσι ευρώ που έχει δανειστεί κάποιος από έναν φίλο για το ταξί, έναν πιο εύκολο τρόπο να μοιραστούμε το λογαριασμό στο εστιατόριο ή την αποστολή χρημάτων σε έναν φοιτητή.
- Δεν είναι απαραίτητη η ύπαρξη ξεχωριστού ειδικού λογαριασμού.
- Ίδιο επίπεδο ασφάλειας που αποτελεί την εγγύηση των συναλλαγών με Visa.
- Οι αποδέκτες δεν χρειάζεται να είναι εγγεγραμμένοι στην υπηρεσία για να λάβουν μια πληρωμή.

Οι ειδοποιήσεις Visa Alerts ειδοποιούν τους εγγεγραμμένους κατόχους καρτών Visa σε πραγματικό χρόνο, κάθε φορά που η κάρτα τους χρησιμοποιείται για αγορά ή για ανάληψη μετρητών μέσω του δικτύου πληρωμών της Visa Europe.

Τα πλεονεκτήματα των Visa Alerts είναι:

- Εύκολος και άμεσος τρόπος παρακολούθησης συναλλαγών εντός ή εκτός χώρας.
- Εύκολος τρόπος καταγραφής των πληρωμών, χωρίς να χρειάζεται να κρατάει κανείς όλες τις αποδείξεις.
- Προστασία από περιστατικά απάτης. Οι καταναλωτές ενημερώνονται άμεσα αν έχει χρησιμοποιηθεί η κάρτα τους χωρίς την άδεια τους.

Αυτές οι υπηρεσίες κατέστησαν διαθέσιμες από τις τράπεζες- μέλη της Visa Europe από τον Οκτώβριο του 2011³¹».\

4.2. PEER TO PEER PAYMENT – PAYPAL (P2P)

Μία δημοφιλής on-line υπηρεσία διαχείρισης χρημάτων είναι η Peer-toPeer (P2P) επιλογή πληρωμής από την οποία οι αγοραστές μπορούν να στείλουν την πληρωμή τους μέσω ενός τρίτου. Η πολυχρησιμοποιούμενη μέθοδος PayPal είναι ο ηγέτης σε αυτήν την κατηγορία, όπου αποτελεί το μεγαλύτερο on-line δίκτυο πληρωμής στον κόσμο με κατά προσέγγιση 8 εκατομμύρια πελάτες. Οι πελάτες του PayPal έχουν τη δυνατότητα να στείλουν, να λάβουν και να έχουν αποθηκευμένα χρήματα σε 17 διαφορετικά είδη νομισμάτων.

Με χρονολογία ίδρυσης το Νοέμβριο του 1999, η PayPal άρχισε να προσελκύει εκατομμύρια χρήστες και εταιρίες που αγοράζουν και που πωλούν τα εμπορεύματα τους αρχικά στην ηλεκτρονική επιχείρηση δημοπρασιών eBay. Έπειτα χρησιμοποιήθηκε από όλα

³¹ <http://www.vimagazino.gr/finance/article/?aid=422646>

σχεδόν τα ηλεκτρονικά καταστήματα και αντιλαμβανόμαστε ότι είναι προτιμητέα από ένα πολύ μεγάλο κομμάτι της δικτυακής αγοράς³².

Για να γίνει κάποιος μέλος στις on-line υπηρεσίες πληρωμής που προσφέρει η Paypal, οι πελάτες αυτής πρέπει να «κλειδώσουν» - καταχωρήσουν μοναδικά το όνομα, τον χρησιμοποιούμενο τηλεφωνικό τους αριθμό, τη διεύθυνση κατοικίας τους, και τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου τους σε μια online προσφερόμενη από την εταιρία φόρμα. Οι χρήστες έπειτα μπορούν να επιλέξουν για να χρεώσουν τις αγορές σε μια πιστωτική κάρτα, ή μπορούν να παρέχουν στην PayPal υπηρεσία τις χρειαζόμενες πληροφορίες λογαριασμού που είναι απαραίτητες για να επιτρέψουν στην πρώτη να κάνει την ανάληψη του πόσου που χρειάζεται για την συναλλαγή από έναν δικό μας τραπεζικό λογαριασμό.

Μόλις ενεργοποιηθεί ο λογαριασμός του χρήστη, τα μέλη PayPal μπορούν να στείλουν ποσά για πραγματοποίηση συναλλαγών σε οποιοδήποτε άλλο κάτοχο λογαριασμό PayPal μέσω ενός αυτοματοποιημένου μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με την υπαγόμενη γραμμή, «έχετε τα συγκεκριμένα μετρητά!». Έναντι της μηνιαίας αμοιβής 2,9 τοις εκατό που χρεώνεται χαρακτηριστικά από τις εταιρίες πιστωτικών καρτών, μαζί με μια πρόσθετη δαπάνη 30 cent ανά συναλλαγή, η PayPal χρεώνει απλά 1,9 τοις εκατό κάθε συναλλαγής που ολοκληρώνεται στις ηλεκτρονικές επιχειρήσεις. Το PayPal επίσης είναι ελκυστικό στα εκατομμύρια των χρηστών, επειδή:

- Ενεργεί ως κύριος έμπορος για την πληρωμή μέσω πιστωτικών καρτών.
- Δεν υπάρχει κανένα κόστος για την καθιέρωση και την πραγματοποίηση λογαριασμών στις ηλεκτρονικές επιχειρήσεις που συναλλάσσεται ο καταναλωτής.
- Είναι σχετικά εύκολο να ενσωματωθεί σε έναν ιστοχώρο ηλεκτρονικού καταστήματος.
- Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να δεχτεί σημαντικές και γνωστές πιστωτικές κάρτες.
- Έχει πολύ ανταγωνιστικά ποσοστά συναλλαγής.

Για να πραγματοποιηθεί κάποια ηλεκτρονική συναλλαγή μέσω Paypal απαιτείται ένας τραπεζικός λογαριασμός για να καταθέτονται τα χρήματα της συναλλαγής από τους

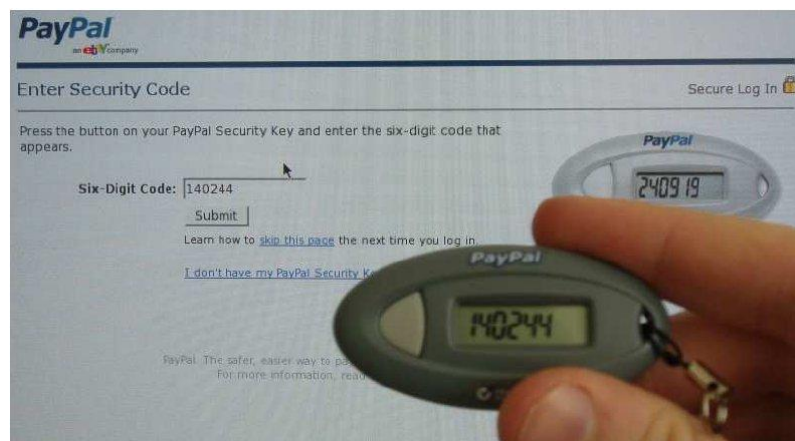
³² <http://ecommerce.hostip.info>).

πελάτες. Επίσης, παρέχεται μια σχετική προστασία απάτης τόσο για τους αγοραστές όσο και για τους πωλητές εάν και εφόσον ικανοποιούνται ορισμένα κριτήρια και από τις δύο πλευρές.

«Η υπηρεσία Paypal είναι εντελώς δωρεάν για τους χρήστες, αρκεί να μην ξεπεράσουν ορισμένα χρηματικά όρια. Υπάρχουν τριών ειδών λογαριασμοί:

1. Προσωπικός (Personal): Δεν μπορείτε να δεχθείτε πληρωμές μέσω χρεωστικών ή πιστωτικών καρτών, αλλά η αποστολή και λήψη χρημάτων είναι ελεύθερη.
2. Premier: Για αγορές και πωλήσεις κάτω από το δικό σας όνομα. Μπορείτε να αποστείλετε πληρωμές δωρεάν ενώ η αποδοχή χρημάτων πραγματοποιείται με χαμηλές προμήθειες.
3. Επιχειρηματικός (Business): Απευθύνεται σε επιχειρήσεις. Υπάρχει η δυνατότητα πρόσθεσης των ονομάτων τους σε λογαριασμούς των πελατών τους που χρησιμοποιούν το PayPal. Η αποστολή χρημάτων είναι δωρεάν, ενώ για την αποδοχή πληρωμών υπάρχουν μικρές χρεώσεις.

Για να ενισχύσει την ασφάλεια και να προσελκύσει ακόμα και τους πιο καχύποπτους υποψήφιους πελάτες η Paypal εισήγαγε το 2007 μία επιπλέον δικλείδα ασφαλείας, το «κλειδί ασφαλείας» (security key). Το κλειδί ασφαλείας δεν είναι τίποτα παραπάνω από μία συσκευή που ενισχύει την ασφάλεια κατά τη διάρκεια της εισαγωγής μας στο σύστημα. Εισάγουμε το όνομά μας, το κωδικό μας και έπειτα πατάμε το κουμπί που έχει επάνω της η συσκευή και παράγεται ένας εξαψήφιος κωδικός που θα πρέπει να τον εισάγουμε επίσης προκειμένου να ολοκληρωθεί η εισαγωγή μας στο σύστημα. Σε περίπτωση απώλειας της συσκευής, η εισαγωγή μπορεί να γίνει εισάγοντας τον αριθμό του τραπεζικού μας λογαριασμού ή της πιστωτικής μας κάρτας. Η διαδικασία εισαγωγής του εξαψήφιου κωδικού φαίνεται στην παρακάτω εικόνα:



4.3. ΕΞΥΠΝΕΣ ΚΑΡΤΕΣ (SMART CARDS)

«Πολλοί είναι αυτοί που χρησιμοποιούν στην καθημερινή τους ζωή μία ή περισσότερες έξυπνες κάρτες. Για παράδειγμα, έξυπνη κάρτα είναι η κάρτα SIM που χρησιμοποιείται στο σύστημα κινητής τηλεφωνίας GSM. Οι έξυπνες κάρτες είναι ουσιαστικά μικροσκοπικοί υπολογιστές, που έχουν το μέγεθος και τη φόρμα μίας πιστωτικής κάρτας, πάνω στην οποία είναι ενσωματωμένο ένα ολοκληρωμένο κύκλωμα (chip).

Το κύριο γνώρισμα των έξυπνων καρτών είναι η ικανότητα να αποθηκεύουν και να επεξεργάζονται πληροφορίες με ένα ασφαλή τρόπο, ενώ τα πλεονεκτήματά τους είναι η προστασία των δεδομένων που περιέχουν, η φορητότητα και η ευκολία χρήσης.

Η τεχνολογία των έξυπνων καρτών μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να δημιουργήσει κάρτες που παρέχουν ισχυρή ταυτοποίηση και αυτό γίνεται με την ενσωμάτωση ηλεκτρονικών κλειδιών στην κάρτα.

Ένα μεγάλο ζήτημα σχετικά με τις έξυπνες κάρτες είναι η χρήση τους για πιστοποίηση. Στην πραγματικότητα, οι έξυπνες κάρτες μπορούν να παρέχουν προσωπικές πληροφορίες του κατόχου, κλειδιά για ψηφιακή υπογραφή κ.ά. Φυσικά για να αποφευχθεί το γεγονός οι πληροφορίες που προσφέρει μία κάρτα να καταντήσουν περιορισμός και όχι πλεονέκτημα για τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες, οι τελευταίες πρέπει να σχεδιάζονται χωρίς να λαμβάνουν υπόψη τις έξυπνες κάρτες που υπάρχουν. Αυτό συμβαίνει γιατί αρκετοί πελάτες δεν θα έχουν στην κατοχή τους για μεγάλο χρονικό διάστημα τέτοιου είδους κάρτες³³».

Τα βασικά χαρακτηριστικά των έξυπνων καρτών είναι:

- Το κόστος.
- Η αξιοπιστία.
- Η ικανότητα αποθήκευσης.
- Η ευκολία χρήσης.
- Η ασφάλεια.
- Η ταχύτητα ανάγνωσης.
- Η υπολογιστική ισχύς.

³³ E-business forum, 2003

Τα εμπόδια κατά την αποδοχή των έξυπνων καρτών είναι:

- Το σχετικά υψηλότερο κόστος.
- Η έλλειψη παρούσας υποδομής.
- Η έλλειψη προτύπων για την εξασφάλιση διαλειτουργικότητας.
- Ο καταναλωτής πρέπει να είναι τεχνικά πεπειραμένος.

Οι τύποι των έξυπνων καρτών είναι:

- Η Κάρτα μνήμης.
- Οι Κάρτες με μικρο-επεξεργαστή.
 - Η Contact κάρτα
 - Η Contactless κάρτα
 - Οι Υβριδικές και Combi κάρτες.
- Οι κάρτες που επιδέχονται φόρτωση προγραμμάτων.

«Η τεχνολογία των έξυπνων καρτών μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να δημιουργήσει κάρτες που παρέχουν ισχυρή ταυτοποίηση και αυτό γίνεται με την ενσωμάτωση ηλεκτρονικών κλειδιών στην κάρτα. Ένα μεγάλο ζήτημα σχετικά με τις έξυπνες κάρτες είναι η χρήση τους για πιστοποίηση.

Στην πραγματικότητα, μπορούν να περιέχουν προσωπικές πληροφορίες του κατόχου, κλειδιά για ψηφιακή υπογραφή, πιθανόν βιομετρική πληροφορία, κ.ά. Φυσικά για να αποφευχθεί το γεγονός οι λειτουργίες που προσφέρει μια κάρτα να καταντήσουν περιορισμός και όχι πλεονέκτημα για τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες, οι τελευταίες πρέπει να σχεδιάζονται χωρίς να λαμβάνουν υπόψη τις έξυπνες κάρτες που υπάρχουν. Αυτό συμβαίνει γιατί αρκετοί πελάτες δεν θα έχουν στην κατοχή τους για μεγάλο χρονικό διάστημα τέτοιου είδους κάρτες³⁴».

Οι έξυπνες κάρτες είναι ένα ολοκληρωμένο και αυτόνιο σύστημα, του οποίου η λειτουργία δεν εξαρτάται από εξωτερικά και πιθανώς κακόβουλα στοιχεία. Η μετάβαση στις έξυπνες κάρτες έχει ιδιαίτερα θετικό αντίκτυπο στη διευκόλυνση αλλά και στην διασφάλιση των υπηρεσιών οι οποίες τις συνοδεύουν.

³⁴ Αγγέλης Β., (2005), «Η βίβλος του e-banking», Αθήνα, εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, σελ. 423.

Η σημερινή γενιά έξυπνων καρτών περιλαμβάνει μικροτσίπς προσωπικής ταυτότητας με δυνατότητες προγραμματιζόμενων λειτουργιών. Η κάρτα προπληρώνεται και έπειτα η αξία των χρημάτων μπορεί να εξαντληθεί και στη συνέχεια να αναπληρωθεί εκ νέου επώνυμα ή ανώνυμα. Σήμερα οι πελάτες πρέπει να διατηρούν ξεχωριστή κάρτα για κάθε εφαρμογή, οι οποίες ανατροφοδοτούνται σε συγκεκριμένα σημεία πώλησης είναι π.χ. οι τράπεζες.

Ωστόσο στο μέλλον, πιστεύεται ότι η πλήρωση της κάρτας θα πραγματοποιείται μέσω Η/Υ είτε είναι συνδεδεμένο στο διαδίκτυο είτε στο δίκτυο μίας τράπεζας. Μέχρι σήμερα, οι πιο διαδεδομένες κάρτες γενικής χρήσης είναι οι Mondex και η VisaCash για εφαρμογές όπως:

- προσθήκη χρημάτων στην κάρτα
- πληρωμή προϊόντων και διασκέδαση
- πληρωμή υπηρεσιών στο Internet
- ενημέρωση για οικονομική κατάσταση.

4.3.1. Η ΕΞΥΠΝΗ ΚΑΡΤΑ MONDEX

«Η κάρτα Mondex αναπτύχθηκε στην Αγγλία στην τράπεζα Westminster το 1990 με την προοπτική να αποθηκεύει ηλεκτρονικά μετρητά ή να χρησιμοποιείται σαν ένα εικονικό ηλεκτρονικό πορτοφόλι.

Από το 1997 το πλειοψηφικό πακέτο μετοχών της Mondex ανήκει στην Mastercard. Ο πυρήνας του συστήματος είναι ένα ηλεκτρονικό πορτοφόλι με τη μορφή κάρτας ολοκληρωμένου κυκλώματος, στην οποία μπορούν να αποθηκευτούν νομίσματα διαφορετικής αξίας. Τα χρηματικά υπόλοιπα αυτών των καρτών μπορούν να μεταβιβαστούν σε άλλες κάρτες με τη βοήθεια μίας μικρής συσκευής εγγραφής και ανάγνωσης.

Οι συσκευές αυτές είναι γνωστές και σαν πορτοφόλια Mondex (Mondex wallet). Αποτελούνται από δύο υποδοχές στις οποίες συνδέονται οι κάρτες Mondex (από τις οποίες θα πραγματοποιηθεί η μεταφορά χρημάτων), ένα πληκτρολόγιο και μία οθόνη. Η κάρτα Mondex

μπορεί να εισαχθεί σε μηχανήμα ανάγνωσης που συνδέεται με ηλεκτρονικό υπολογιστή και αφού διαβαστεί η αποθηκευμένη σ' αυτήν αξία να μεταβιβαστεί στη συνέχεια μέσω του διαδικτύου, χωρίς την ανάμειξη τράπεζας. Με αυτό τον τρόπο πραγματοποιούνται και οι συναλλαγές μέσω διαδικτύου.

Ο χρήστης αφού επιλέξει ότι θα πληρώσει με κάρτα Mondex εισάγει την κάρτα του στο μηχανήμα που είναι συνδεδεμένο με τον προσωπικό του υπολογιστή και περιμένει την μεταφορά των χρημάτων του στην κάρτα του εμπόρου/πωλητή που είναι συνδεδεμένη σε ένα αντίστοιχο μηχανήμα από την απέναντι πλευρά. Σε περίπτωση που η πληρωμή γίνει εκτός διαδικτύου τότε ο πελάτης εισάγει την κάρτα στο μηχανήμα του εμπόρου/πωλητή.

Τα πλεονεκτήματα της κάρτας είναι η ασφάλεια στη χρήση της, το γεγονός ότι μπορεί να χρησιμοποιηθεί για αγορές οποιουδήποτε ύψους, η αμεσότητα των αγορών (δεν υπάρχει αναμονή για πιστοποίηση της κάρτας) και ότι σε αντίθεση με τις άλλες κάρτες (όπως οι πιστωτικές) δεν μπορεί να υπάρξει υπέρβαση στο ποσό των αγορών από εκείνο που είναι αποθηκευμένο στην κάρτα.

Η ασφάλεια στις συναλλαγές βασίζεται στην αρχιτεκτονική της κάρτας. Για λόγους ασφαλείας, χρησιμοποιείται η τεχνική των ψηφιακών υπογραφών οι οποίες παράγονται από τη συσκευή του πελάτη και αναγνωρίζονται από την απέναντι συσκευή του εμπόρου. Η ψηφιακή υπογραφή διασφαλίζει ότι κανείς δεν μπορεί να εισχωρήσει ανάμεσα στις δύο συσκευές κατά τη διάρκεια της ταυτοποίησης και της συναλλαγής. Η παραπάνω διαδικασία διασφαλίζει και ότι τα χρήματα θα φτάσουν στον προβλεπόμενο παραλήπτη και έτσι αποφεύγεται τυχόν διαρροή χρημάτων προς τρίτους χωρίς να υπάρχει η δυνατότητα εντοπισμού.

Το πιο σημαντικό πλεονέκτημα της κάρτας Mondex είναι η ασφάλεια που παρέχει στην αποθήκευση των προσωπικών και ευαίσθητων δεδομένων. Αυτό συμβαίνει διότι στην ουσία είναι μία έξυπνη κάρτα.

Το πιο σημαντικό μειονέκτημα των συναλλαγών με την κάρτα Mondex είναι ότι οι συναλλαγές αυτές δεν είναι αληθινά ανώνυμες. Σε αντίθεση με τις προπληρωμένες τηλεφωνικές κάρτες, οι οποίες και στηρίζονται επίσης στην τεχνολογία των έξυπνων καρτών, δεν είναι δυνατή η αγορά μίας κάρτας Mondex χωρίς αποκάλυψη της ταυτότητάς μας. Κάθε κάρτα έχει έναν μοναδικό αριθμό αναγνώρισης μέσω του οποίου οι ιδιοκτήτες μπορούν εύκολα να προσδιοριστούν. Προς το παρόν κάθε κάρτα Mondex κρατάει στη μνήμη της τις τελευταίες δέκα συναλλαγές που πραγματοποιήθηκαν ενώ το μηχανήμα των πωλητών

κρατάει το ιστορικό των 300 τελευταίων συναλλαγών (θεωρείται ότι 300 είναι ο συνηθισμένος αριθμός συναλλαγών που γίνονται σε μία τυπική επιχειρηματική ημέρα). Στις συναλλαγές αυτές καταγράφεται το ποσό της συναλλαγής και το εάν η συναλλαγή πραγματοποιήθηκε από πελάτη σε έμπορο ή μεταξύ δύο ιδιωτών. Η μοναδική παράλειψη στην καταγραφή είναι ότι δεν αναγνωρίζεται άμεσα οι εμπλεκόμενοι στην συναλλαγή αλλά ο αριθμός της κάρτας του.

Ένα άλλο μειονέκτημα είναι οι συνέπειες της απώλειας της κάρτας. Σε αυτή την περίπτωση τα χρήματα χάνονται για πάντα όπως ακριβώς και στην περίπτωση ενός κανονικού πορτοφολιού ή των συμβατικών μετρητών. Το μόνο θετικό σε αυτή την περίπτωση είναι ότι σπάνια κάποιος θα κλέψει μία κάρτα Mondex διότι του είναι άχρηστη χωρίς τον απαιτούμενο για τις συναλλαγές κωδικό. Συνεπώς, το «ενδιαφέρον» για κλοπή μίας τέτοιας κάρτας είναι περιορισμένο³⁵».

4.4. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΕΠΙΤΑΓΕΣ

Οι ηλεκτρονικές επιταγές προσφέρουν μια άλλη on-line μέθοδο πληρωμής. Το σύστημα των ηλεκτρονικών επιταγών (e-checks) είναι ουσιαστικά η ηλεκτρονική εφαρμογή του συστήματος των έντυπων επιταγών. Μία ηλεκτρονική επιταγή έχει όλα τα χαρακτηριστικά που διαθέτει η έντυπη και στην πραγματικότητα αποτελεί ένα μήνυμα προς την τράπεζα του αποστολέα για τη μεταφορά κεφαλαίων από ένα λογαριασμό σε έναν άλλο.

Σε αντιστοιχία με την παραδοσιακή διαδικασία, η ηλεκτρονική επιταγή αποστέλλεται αρχικά στον αποδέκτη ο οποίος την υπογράφει και την προωθεί στην τράπεζα προκειμένου να λάβει το αντίστοιχο ποσό. Από άποψη ασφαλείας, η ηλεκτρονική επιταγή θεωρείται καλύτερη από την έντυπη, για τον λόγο ότι ο αριθμός του λογαριασμού του αποστολέα κωδικοποιείται με το δημόσιο κλειδί της τράπεζας, χωρίς έτσι να αποκαλύπτεται στον έμπορο.

Τα χαρακτηριστικά των μηχανισμών ασφαλείας στις ηλεκτρονικές επιταγές είναι:

³⁵ Θεοδωρίδης Λ., (2008), «Τεχνικά και νομικά ζητήματα του ηλεκτρονικού χρήματος», Θεσσαλονίκη, σελ. 20-21.

- η κρυπτογράφηση,
- η ψηφιακή υπογραφή και
- τα πιστοποιητικά.

Οι ψηφιακές επιταγές είναι πολύ χρήσιμες στο B2B ηλεκτρονικό εμπόριο για αυτό το λόγο προκύπτει η ανάγκη για συστήματα πληρωμής υψίστου βαθμού ασφαλείας, ιδιαίτερα για πληρωμές πολύ μεγάλων ποσών. Για αυτόν τον λόγο, το ηλεκτρονικό καρνέ επιταγών, το αντίστοιχο του ηλεκτρονικού πορτοφολιού, το οποίο αποθηκεύει πιστοποιητικά πιστωτικών καρτών και ψηφιακό χρήμα, θα πρέπει να είναι ενσωματωμένο στο λογιστικό πληροφοριακό σύστημα των εταιρικών αγοραστών καθώς στους εξυπηρετητές (servers) των πωλητών.

Επίσης, το ηλεκτρονικό τιμολόγιο και η αποδοχή της πληρωμής θα πρέπει να αποθηκεύονται στους υπολογιστές τόσο των αγοραστών όσο και των πωλητών για ενδεχόμενη μελλοντική ανάκληση.

Η εταιρία Fidesic, που ιδρύεται ως CheckSpace Inc. το Φεβρουάριο του 2000, επέτρεψε στις μικρές επιχειρήσεις να πραγματοποιούν και να λαμβάνουν τις πληρωμές μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου³⁶.

Οι πελάτες αυτής της εταιρίας ή παρόμοιων εταιριών μπορούν να παρουσιάσουν τους λογαριασμούς και να πραγματοποιήσουν ηλεκτρονικές πληρωμές σε άλλους πελάτες της ίδιας υπηρεσίας (Fidesic και άλλες) μέσω ενός απλού μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Χρησιμοποιώντας έναν τραπεζικό λογαριασμό και καθοδηγώντας τα στοιχεία που παρέχονται από τους πελάτες της, μια τέτοια εταιρία υπηρεσιών πληρωμής και συναλλαγών είναι σε θέση να μεταφέρει τα χρήματα μεταξύ των λογαριασμών των πελατών της, όπως επίσης μπορούν να μεταφορτωθούν τα στοιχεία των πραγματοποιούμενων συναλλαγών σε ένα λογιστικό φύλλο όπως αυτό του Excel και να επιταχυνθούν οι διαδικασίες πληρωμής και των πληροφοριών αυτής.

Γενικά σε αυτές τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επιταγών ζητείται ένα συγκεκριμένο πάγιο - τόκος για την κάθε συναλλαγή το οποίο αρχίζει από τα 95 cent για την κάθε συναλλαγή. Ίσως η λιγότερη σχετική ελκυστική υπηρεσία είναι αυτή της BidPay. Εδώ αντί της διαβίβασης μιας ηλεκτρονικής πληρωμής όπως και γενικά στη μέθοδο των ηλεκτρονικών επιταγών στον πωλητή επιχείρηση, αυτή η υπηρεσία ταχυδρομεί μέσω e-mail μια διαταγή χρημάτων στην επιχείρηση μόνο που εδώ όλα γίνονται ακόμα πιο αυτοματοποιημένα

³⁶ <http://ecommerce.hostip.info>)

απευθείας από την υπηρεσία ηλεκτρονικών επιταγών που στέλνουμε το e-mail η οποία κανονίζει όλες τις διαδικασίες της ηλεκτρονικής συναλλαγής που θέλουμε να πραγματοποιήσουμε. Το πιο σημαντικό αρνητικό στοιχείο εδώ όμως είναι η μεγάλη πάγια χρέωση που αρχίζει από τα 5 δολάρια τουλάχιστον για τις αυτόματες υπηρεσίες συναλλαγών που αυτή προσφέρει μέσω email³⁷

4.5. INTERNET CASH

Η χρησιμοποίηση της πιστωτικής κάρτας αν και η πιο συνηθισμένη για την πραγματοποίηση μιας ηλεκτρονικής συναλλαγής, έχει και ορισμένα αρνητικά, που εκτός από αυτά της ασφαλείας είναι ο αποκλεισμός πιθανών αγοραστών που δεν κατέχουν πιστωτική κάρτα. Η πιο άμεση λύση σε αυτό το ζήτημα, να επιτρέπεται δηλ. στα άτομα χωρίς πιστωτικές κάρτες να πραγματοποιούν αγορές δικτυακά, πολλές εταιρίες χρησιμοποίησαν έναν νέο τρόπο πληρωμής μέσω των on-line συστημάτων πληρωμής μετρητών.

«Ένα πρωταρχικό παράδειγμα μιας ψηφιακής μεθόδου πληρωμής μετρητών είναι και το InternetCash, το οποίο ιδρύθηκε το Μάρτιο του 2000. Οι χρήστες InternetCash απλά πρέπει να αγοράσουν μια κάρτα μετρητών σε ένα μικρό κατάστημα λιανικής, όπως είναι ένα περίπτερο ή ένα ψιλικατζίδικο.

Χρησιμοποιώντας έπειτα έναν αναγνώστη τέτοιων ειδικών ή επίσης και απλών πιστωτικών καρτών, ο λιανοπωλητής που πουλάει την κάρτα μετρητών στέλνει ειδοποίηση στο σύστημα InternetCash ότι η κάρτα έχει αγοραστεί. Την επόμενη φορά που ο κάτοχος της κάρτας InternetCash - καταναλωτής επισκέπτεται το Διαδύκτιο πρέπει να συνδεθεί στο site του ιστοχώρου InternetCash, ώστε να ενεργοποιήσει τον λογαριασμό του, και να επιλέξει έπειτα έναν κωδικό πρόσβασης για τις αγορές του με τα χρήματα που αγόρασε στην κάρτα του. Από εκείνο το σημείο, ο πιθανός αγοραστής μπορεί να χρησιμοποιήσει τα χρήματα του λογαριασμού InternetCash για να αγοράσει τα αγαθά και τις υπηρεσίες από οποιοδήποτε έμπορο που δέχεται πληρωμές με την μέθοδο InternetCash.

³⁷ <http://www.enter.net/>

Γι' αυτόν τον λόγο οι επιχειρήσεις πρέπει να φροντίσουν και να εισάγουν και αυτήν την μέθοδο πληρωμών για την ευκολία και την προσέλκυση μεγαλύτερου μεριδίου αγοράς εκτός από εκείνο των κατόχων ηλεκτρονικών καρτών.

Η εταιρεία για να εξοπλιστεί ώστε να δεχτεί τις πληρωμές με InternetCash, πρέπει να εγκαταστήσει το συγκεκριμένο λογισμικό που λειτουργεί με το ίδιο σκεπτικό που και οι εφαρμογές πληρωμής με πιστωτική κάρτα λειτουργούν.

Για τους αγοραστές, ένα σημαντικό όφελος για να πληρώσουν με τον InternetCash τρόπο είναι η ανωνυμία που τους προσφέρει. Επίσης οι προμηθευτές των καρτών ψηφιακού χρήματος δηλαδή εταιρίες όπως η InternetCash αλλά και άλλες παρόμοιες, έχουν χαμηλότερες αμοιβές - πάγια για τις υπηρεσίες τους και σίγουρα μια πολύ πιο απλούστερη διαδικασία συμφωνίας. Παρόμοια συστήματα είναι αυτά που χρησιμοποιούνται από τους ιστοχώρους Flooz.com και Beenz.com, αλλά ο πιο επιτυχημένος από αυτούς είναι το InternetCash σε παγκόσμιο επίπεδο³⁸».

4.6. Η ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ

Το ηλεκτρονικό χρήμα κάνει τις οικονομικές συναλλαγές ευκολότερες. Τα πλεονεκτήματα τόσο για τους κατόχους όσο και για τους εμπόρους που έχουν το ηλεκτρονικό χρήμα ως μέσο πληρωμής στις συναλλαγές τους είναι πολλά. Η σημαντικότερη ωφέλεια είναι η άνεση που αυτό παρέχει. Οι πελάτες θεωρούν το ηλεκτρονικό χρήμα σαν μία καταλληλότερη εναλλακτική λύση σε σχέση με τα τραπεζογραμμάτια και τα κέρματα και είναι γι' αυτούς ταχύτερο, μικρότερο άρα πιο εύχρηστο και ασφαλέστερο.

Ασφαλέστερο είναι με την έννοια ότι έχοντας την χρηματική αξία σε μορφή ηλεκτρονικού χρήματος μειώνετε αυτόματα ο κίνδυνος της κλοπής, ιδιαίτερα αν η χρήση του γίνεται υποχρεωτικά με την εισαγωγή προσωπικού κωδικού αριθμού.

Επιπλέον είναι ο πιο συνηθισμένος τρόπος αλλά και απλός στη διαδικασία όσο αναφορά την πληρωμή με πιστωτικές κάρτες για μια ηλεκτρονική αγορά.

³⁸ <http://ecommerce.hostip.info>.

Είναι και ασφαλείς καθώς οι ηλεκτρονικές επιχειρήσεις για να εφησυχάσουν και να μειώσουν τις καταναλωτικές τους ανησυχίες σχετικά με τους κινδύνους που περιλαμβάνονται στη διαβίβαση των αριθμών των πιστωτικών καρτών μέσω του διαδικτύου, χρησιμοποιούν το σύστημα της ασφαλούς ηλεκτρονικής συναλλαγής ή την ασφαλή τεχνολογία στρώματος κόμβων, η οποία κρυπτογραφεί τις προσωπικές πληροφορίες που στέλνονται.

«Ένας on-line έμπορος που λαμβάνει μια ολοκληρωμένη εφαρμογή εμπορίου το στέλνει σε μια τράπεζα αιτημάτων, η οποία στέλνει έπειτα ένα αίτημα για την έγκριση πιστωτικών καρτών σε έναν επεξεργαστή αιτημάτων, μια εταιρία που παρέχει την επεξεργασία πιστωτικών καρτών, για την τιμολόγηση, την υποβολή εκθέσεων, και τις υπηρεσίες τακτοποίησης χρεών. Ο επεξεργαστής αιτημάτων διαβιβάζει το αίτημα στην τράπεζα έκδοσης της κάρτας που την διένειμε πραγματικά στον πελάτη, η οποία αποκρίνεται είτε με μια έγκριση είτε με ένα κώδικα άρνησης, τον οποίο έπειτα ο επεξεργαστής αιτημάτων αναμεταδίδει έπειτα στον έμπορο.

Χάρη στην on-line τεχνολογία επεξεργασίας πραγματικού χρόνου, αυτή η εκτενής διαδικασία διαρκεί συνήθως λιγότερο από 15 δευτερόλεπτα. Αν και ο λογαριασμός των πιστωτικών καρτών ενός αγοραστή δεν χρεώνεται πραγματικά κατά την διάρκεια της αγοράς, η τράπεζα έκδοσης της κάρτας βάζει ένα όριο στον λογαριασμό για το ποσό της κάθε συναλλαγής.

Χαρακτηριστικά, οι συναλλαγές πιστωτικών καρτών «κανονίζονται»-καθορίζονται στο τέλος κάθε ημέρας εμπορικών συναλλαγών, όταν χρεώνεται η πιστωτική κάρτα των αγοραστών. Η τράπεζα έκδοσης της κάρτας στέλνει το ποσό στην τράπεζα αιτημάτων που καταθέτει το συγκεκριμένο κεφάλαιο της συναλλαγής στον τραπεζικό λογαριασμό του εμπόρου³⁹».

Επιπλέον, περιορίζεται ο κίνδυνος της αφερεγγυότητας του αντισυμβαλλομένου αφού μετά την πληρωμή η αξίωση για πληρωμή είναι έναντι του εκδότη και όχι από τον κάτοχο, δηλαδή αξίωση για την ρευστοποίηση των ηλεκτρονικών χρηματικών μονάδων. Ο κίνδυνος αφερεγγυότητας από τους εκδότες στην ουσία δεν υφίσταται, καθώς αυτοί υπάγονται στους κανόνες προληπτικής εποπτείας και επίβλεψης.

Ένα άλλο πλεονέκτημα του ηλεκτρονικού χρήματος είναι η δυνατότητα εκμετάλλευσης των κεφαλαίων που αντιστοιχούν στις μονάδες ηλεκτρονικού χρήματος που

³⁹ <http://ecommerce.hostip.info>

θα εκδοθούν, στο χρονικό διάστημα που αυτές βρίσκονται σε κυκλοφορία, δηλαδή πριν οι εκδότες υποχρεωθούν να τις εξαργυρώσουν.

Επιπρόσθετα, οι ηλεκτρονικές πληρωμές και η διακίνηση του ηλεκτρονικού χρήματος περιορίζουν το ανθρώπινο σφάλμα, αυξάνουν την ταχύτητα και μειώνουν το κόστος των συναλλαγών.

Από την 1^η Ιανουαρίου του 2010 η κυβέρνηση συνεργάστηκε με τις τράπεζες προσπαθώντας να περιοριστεί το φαινόμενο της φοροδιαφυγής μέσα από τη χρήση του πλαστικού χρήματος και τη διάδοση των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Έτσι όλες οι συναλλαγές των φυσικών προσώπων άνω των 1.500 ευρώ θα πρέπει να γίνονται ηλεκτρονικά, δηλαδή είτε με τη χρήση κάρτας είτε με τη χρήση επιταγής, ενώ αντίστοιχη υποχρέωση υπάρχει για τις επιχειρήσεις και για συναλλαγές άνω των 3.000 ευρώ.

Από την ίδια ημερομηνία κάθε επιχείρηση ή επαγγελματίας υποχρεούται να πραγματοποιεί όλες τις συναλλαγές μέσω ενός τραπεζικού λογαριασμού που θα τηρεί σε μία συγκεκριμένη τράπεζα, ενώ στόχος του υπουργείου είναι και η διασύνδεση των ταμειακών μηχανών με το τραπεζικό σύστημα και τη Γενική Γραμματεία Πληροφοριακών Συστημάτων.

«Οι θιασώτες των ηλεκτρονικών συναλλαγών διαβεβαιώνουν ότι η διάδοση της χρήσης τους αποτελεί τον μόνο πειστικό τρόπο για τον έλεγχο της φοροδιαφυγής και παραπέμπουν στην εμπειρία άλλων χωρών, που αξιοποίησαν τις δυνατότητες του ηλεκτρονικού χρήματος για τον αποτελεσματικό έλεγχο της γκρίζας οικονομίας. Χώρες όπως η Αργεντινή αξιοποίησαν το εργαλείο των ηλεκτρονικών πληρωμών την περίοδο της οικονομικής κρίσης και μεταξύ των μέτρων που εφάρμοσαν ήταν η αύξηση του ΦΠΑ για όλα τα είδη και, στη συνέχεια, η έκπτωση κατά 3 μονάδες για όσους καταναλωτές έκαναν συναλλαγές μέσω κάρτας.

Υπάρχουν πολλές ιδέες οι οποίες περιλαμβάνουν προτάσεις όπως είναι η μείωση των φορολογικών συντελεστών για τους εμπόρους ή τους φορολογούμενους που χρησιμοποιούν τη χρεωστική ή την πιστωτική τους κάρτα για τις πληρωμές τους και οι τράπεζες δηλώνουν έτοιμες να διαθέσουν την υποδομή που διαθέτουν για την αξιοποίηση αυτής της δυνατότητας.

Σύμφωνα με τον πρόεδρο της Visa Hellas κ. Λεωνίδα Κασούμη, οι τράπεζες έχουν επεξεργαστεί σχετικές προτάσεις που θα εξεταστούν στο πλαίσιο της συζήτησης με το υπουργείο Οικονομικών.

Τον πρώτο λόγο σε αυτή την προσπάθεια θα έχουν οι χρεωστικές κάρτες οι οποίες συνδέονται με τον τραπεζικό λογαριασμό του κατόχου τους και επιτρέπουν τη χρήση του

ηλεκτρονικού χρήματος χωρίς κόστος για τον κάτοχο. Σημειώνεται ότι, με βάση τα τελευταία στοιχεία, οι χρεωστικές κάρτες στη χώρα μας υπερτερούν έναντι των πιστωτικών, καθώς τον τελευταίο χρόνο αυξήθηκαν κατά 1 εκατομμύριο, σε αντίθεση με τις πιστωτικές που μειώθηκαν κατά 1 εκατομμύριο. Η διάδοση των χρεωστικών καρτών και στη χώρα μας ακολουθεί πλέον την ίδια τάση που ισχύει και στις άλλες ευρωπαϊκές χώρες, ενώ η αντικατάστασή τους με αυτές που θα έχουν την τεχνολογία του chip και pin από το 2011, που είναι ήδη σε εξέλιξη από τις τράπεζες, επιτρέπει την ασφαλή χρήση τους.

Οι τράπεζες δηλώνουν διατεθειμένες να προσφέρουν την υποδομή που έχουν δημιουργήσει, δηλαδή τα POS, τα οποία σε αντίθεση με ό,τι ισχύει στις άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι στην κυριότητα των τραπεζών που έχουν χρηματοδοτήσει και την εγκατάστασή τους.

Στη χώρα μας είναι εγκαταστημένα 508.570 POS και σύμφωνα με τα στοιχεία της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, ο αριθμός τους ανά 1.000 κατοίκους φθάνει τα 45,16 έναντι μόλις 19,53 στην Ευρωζώνη και 17,1 στην Ε.Ε.

Παρά την υπεροχή που έχει η χώρα μας σε ό,τι αφορά τον αριθμό των POS, ο αριθμός των συναλλαγών από κάθε είδους κάρτα, ανά σημείο πώλησης, δηλαδή ανά POS, ήταν στην Ελλάδα το 2009 ο χαμηλότερος μεταξύ των χωρών στην Ευρωπαϊκή Ένωση και διαμορφώθηκε περίπου σε 138. Είναι χαρακτηριστικό ότι στη Βουλγαρία ο αντίστοιχος αριθμός ήταν 204, ενώ σε ώριμες αγορές όπως η Γαλλία ήταν 4.823, στη Γερμανία 3.523, στην Ισπανία 1.428 και στην Ιταλία 1.137.

Αντίστοιχα ο αριθμός των συναλλαγών ανά κάρτα σε κάθε μηχανήμα POS είναι μόλις 4,61 έναντι 38,12 στην Ευρωζώνη και 41,21 στην Ε.Ε. Σύμφωνα με τα ίδια στοιχεία, ο αριθμός των συναλλαγών στα POS μέσω καρτών ήταν το 2009 μόλις 70,1 εκατομμύρια, κατατάσσοντας τη χώρα μας στην 6^η θέση από το τέλος μεταξύ των 27 κρατών-μελών⁴⁰».

Πέρα όμως από τις ωφέλειες που το ηλεκτρονικό χρήμα επιφέρει, υπάρχουν και ορισμένα μειονεκτήματα τα οποία ωστόσο δεν αξιολογούνται ως σημαντικά. Χρησιμοποιώντας το ηλεκτρονικό χρήμα μερικές φορές επιβαρύνεται ο κάτοχος με έξοδα από την πιθανή προμήθεια του εκδότη καθώς η προπληρωμή έχει σαν αποτέλεσμα τη δέσμευση ενός χρηματικού ποσού με την μορφή ηλεκτρονικών χρηματικών μονάδων πριν το χρηματικό ποσό καταβληθεί προς πληρωμή.

40 http://news.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_economy_2_03/10/2010_417315

5^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ:

ΕΡΕΥΝΑ

5.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ερευνώντας για τα είδη και την πρακτική χρησιμότητα του ηλεκτρονικού χρήματος μας δημιουργήθηκε η απορία εάν οι Έλληνες πολίτες κάνουν χρήση αυτού του πλεονεκτήματος του ηλεκτρονικού χρήματος. Έτσι, κατόπιν της σύμφωνης γνώμης του επιβλέποντα καθηγητή μας, δημιουργήσαμε ένα ερωτηματολόγιο που ο απώτερος σκοπός του ήταν η διερεύνηση της χρήσης του ηλεκτρονικού χρήματος από τους πολίτες. Το ερωτηματολόγιο το μοιράσαμε σε πενήντα άτομα οι απαντήσεις των οποίων μελετώνται στα επόμενα κεφάλαια.

5.2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Ο γενικός σκοπός που θέσαμε για να διεξάγουμε την έρευνα ήταν να διερευνήσουμε εάν το ηλεκτρονικό χρήμα χρησιμοποιείται στις συναλλαγές των πολιτών.

Για να επιτύχουμε αυτόν τον σκοπό δημιουργήσαμε ένα ερωτηματολόγιο είκοσι δύο ερωτήσεων, το οποίο και παραθέτουμε στο παράρτημα της πτυχιακής μας εργασίας. Αυτό το ερωτηματολόγιο το δώσαμε σε πενήντα άτομα. Η διεξαγωγή της έρευνάς μας πραγματοποιήθηκε μεταξύ 9 – 22 Ιουλίου του 2012 γιατί θεωρήσαμε ότι η καλοκαιρινή περίοδος ίσως ευνοεί περισσότερο τη χρήση του ηλεκτρονικού χρήματος λόγω πολυκοσμίας σε ουρές τραπεζών και Δημόσιων επιχειρήσεων αλλά και λόγω μεγαλύτερης ανάγκης μετρητών.

Εκτός του γενικότερου σκοπού του ερωτηματολογίου μας, θέσαμε και ειδικότερους στόχους ώστε η έρευνά μας να είναι πιο ολοκληρωμένη. Έτσι διερευνάται το κατά πόσο οι πολίτες κάνουν χρήση της πιστωτικής τους κάρτας και με ποια χρονική συχνότητα.

Επίσης καταγράφεται εάν χρησιμοποιείται το internet banking και για ποιο λόγο.

Επιπλέον μελετάται η χρήση και η αιτία χρήσης του Phone Banking καθώς και η συνήθεια των πληρωμών μέσα από φορητές συσκευές όπως το κινητό τηλέφωνο.

Τέλος καταγράφεται η χρησιμότητα που έχει το ηλεκτρονικό χρήμα για τους ερωτώμενους.

Το ερωτηματολόγιο το συντάξαμε με ερωτήσεις κλειστού τύπου ώστε να είναι σύντομες και κατανοητές από τον ερωτώμενο και να δίνονται άμεσα απαντήσεις που να μπορούν να κωδικοποιηθούν ευκολότερα.

Οι απαντήσεις που πήραμε τις καταχωρήσαμε στο λογιστικό φύλο Excell της Microsoft και δημιουργήσαμε και τα κατάλληλα διαγράμματα με τη βοήθεια αυτού του προγράμματος.

5.3. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ - ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΤΩΝ ΑΕΛΟΜΕΝΩΝ

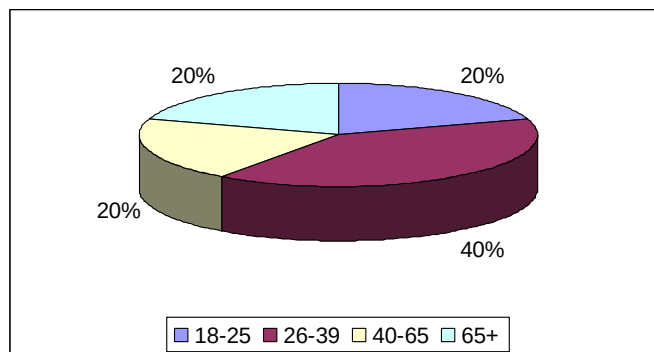
Όπως είπαμε και στην προηγούμενη ενότητα, το ερωτηματολόγιο επιδόθηκε σε πενήντα Έλληνες πολίτες. Στην ενότητα αυτή καταγράφονται οι απαντήσεις τους και γίνεται προσπάθεια να ερμηνευτούν τα αποτελέσματα που πήραμε.

Απευθυνθήκαμε λοιπόν σε 25 άνδρες και σε 25 γυναίκες η ηλικία των οποίων δίνεται στον παρακάτω πίνακα. Παρατηρούμε λοιπόν ότι το μεγαλύτερο ποσοστό 40% έχει ηλικία από 26 μέχρι 39 ετών. Τα άτομα αυτής της ηλικίας θεωρούμε ότι έχουν γνώση των καινούριων ηλεκτρονικών συσκευών και μπορούν να κάνουν ηλεκτρονικές συναλλαγές με μεγαλύτερη ευχέρεια από άλλες ηλικιακές ομάδες.

Πίνακας 4: Ηλικία ερωτηθέντων

ΗΛΙΚΙΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
18-25	10	20%
26-39	20	40%
40-65	10	20%
65+	10	20%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 3: Ηλικία ερωτηθέντων

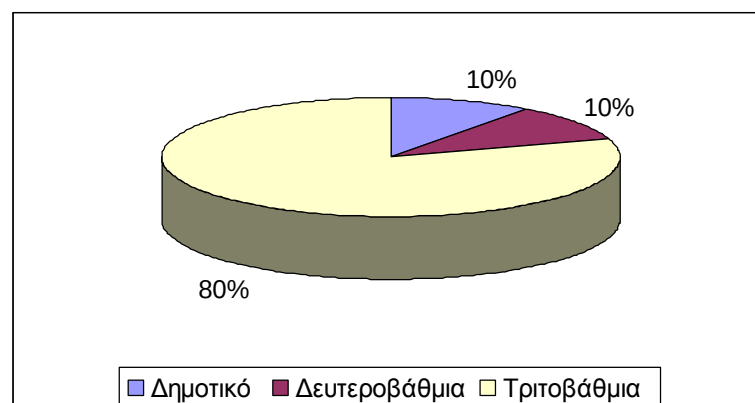


Το μορφωτικό επίπεδό τους καταγράφεται στον παρακάτω πίνακα. Παρατηρούμε λοιπόν ότι το 80% των ερωτηθέντων είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και μόνο το 10% έχουν τελειώσει το δημοτικό ενώ υπάρχει και ένα 10% που είναι απόφοιτοι της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Πιστεύουμε λοιπόν ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων είναι σε θέση να διαχειρίζονται ευκολότερα τα ηλεκτρονικά μέσα και ίσως κάνουν χρήση των ωφελειών του ηλεκτρονικού χρήματος.

Πίνακας 5: Μορφωτικό επίπεδο

ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Δημοτικό	5	10%
Δευτεροβάθμια	5	10%
Τριτοβάθμια	40	80%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 4: Μορφωτικό επίπεδο



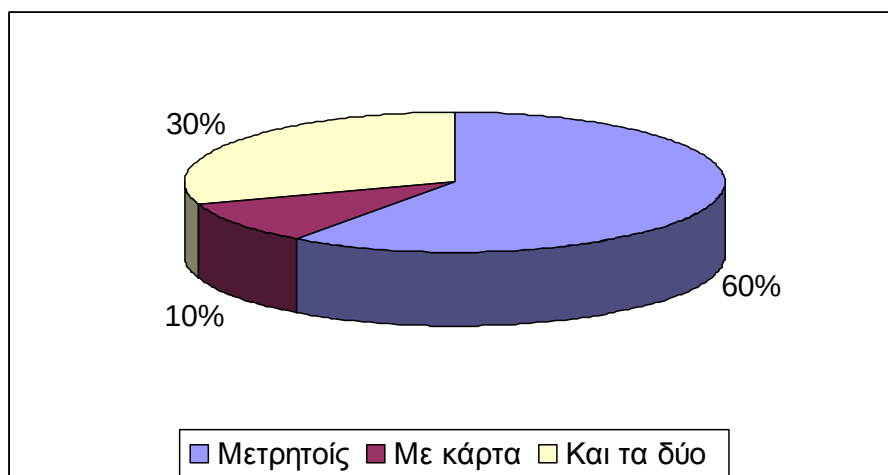
Στην τέταρτη ερώτηση τους ρωτήσαμε πώς προτιμάνε να διεκπεραιώνουν τις συναλλαγές που κάνουν. Βλέπουμε από τον παρακάτω πίνακα και το αντίστοιχο διάγραμμα ότι το μεγαλύτερο ποσοστό 60% προτιμάει να διεκπεραιώνει τις συναλλαγές τους μόνο με μετρητά ενώ είναι μικρό το ποσοστό 10% που κάνει χρήση μόνο της κάρτας. Βέβαια υπάρχει ένα ποσοστό 30% που χρησιμοποιεί και κάρτα και μετρητά.

Αυτοί οι οποίοι στις συναλλαγές τους πληρώνουν μόνο με μετρητά είναι οι περισσότεροι ηλικίας από 45 ετών και άνω ενώ υπάρχει και μικρός αριθμός ατόμων 18 έως 25 ετών. Αντιλαμβανόμαστε λοιπόν ότι οι μεγαλύτερες ηλικίες είτε δεν γνωρίζουν είτε δεν εμπιστεύονται τις ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Πίνακας 6: Με τι τρόπο γίνεται η διεκπεραίωση των συναλλαγών σας;

ΤΡΟΠΟΣ ΔΙΕΚΠΕΡΑΙΩΣΗΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Μετρητοίς	30	60%
Με κάρτα	5	10%
Και τα δύο	15	30%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 5: Με τι τρόπο γίνεται η διεκπεραίωση των συναλλαγών σας;

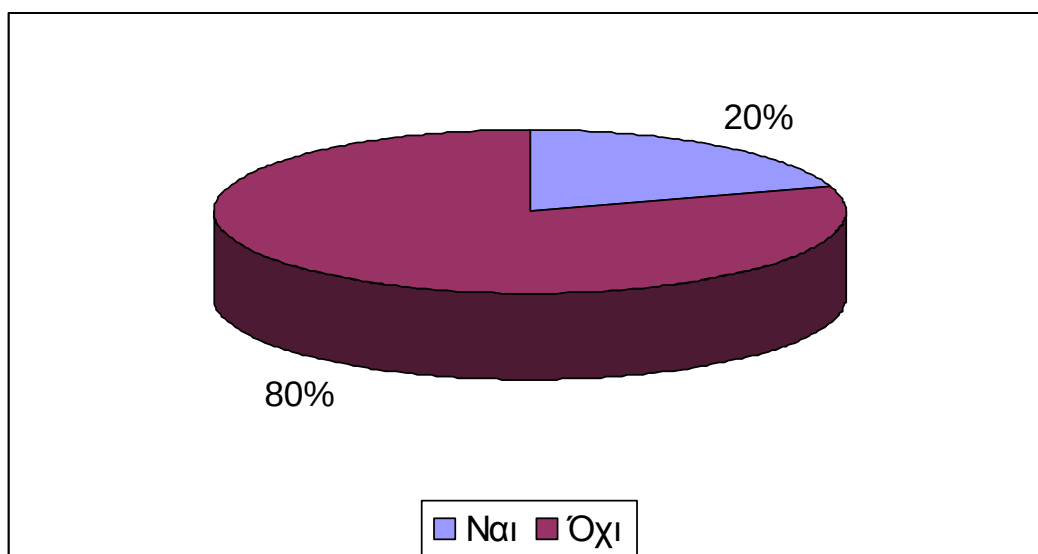


Στη συνέχεια τους ρωτήσαμε εάν χρησιμοποιούν πιστωτικές κάρτες. Παρατηρούμε από τον παρακάτω πίνακα ότι το 80% δεν κάνει χρήση πιστωτικής κάρτας, ενώ μόλις το 20% την χρησιμοποιεί.

Πίνακας 7: Χρησιμοποιείται πιστωτική κάρτα;

ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΑΙ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗ ΚΑΡΤΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ναι	10	20%
Όχι	40	80%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 6: Χρησιμοποιείται πιστωτική κάρτα;

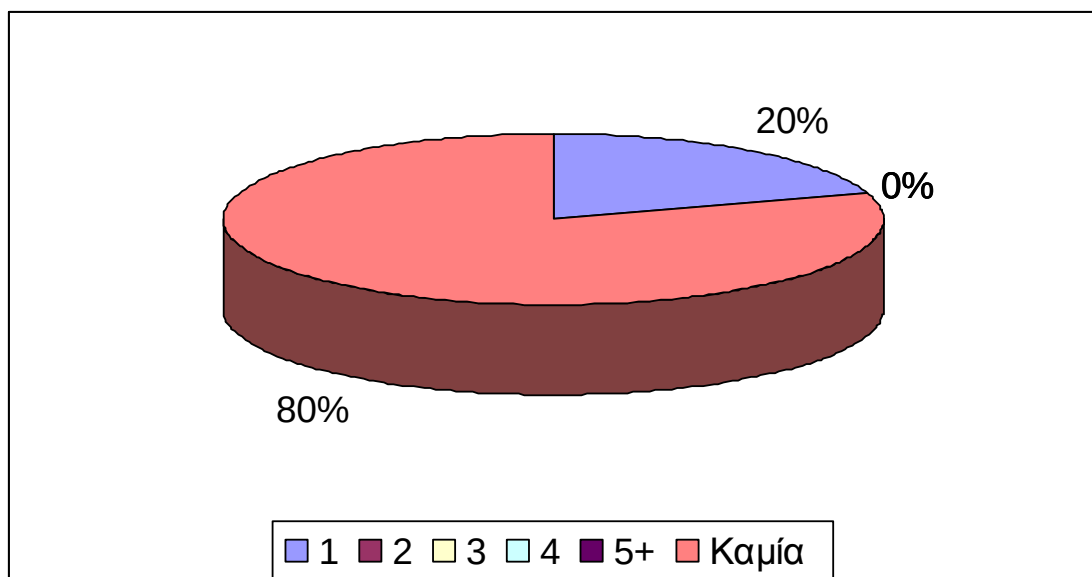


Στην επόμενη ερώτηση τους ζητήθηκε να απαντήσουν πόσες πιστωτικές κάρτες έχουν. Παρατηρούμε ότι οι κάτοχοι πιστωτικών καρτών δήλωσαν ότι έχουν μόνο μία. Το μεγαλύτερο ποσοστό (80%) είπε πως δεν έχει καμία. Αυτό βέβαια είναι αναμενόμενο γιατί στην προηγούμενη ερώτηση το ίδιο ποσοστό δήλωσε ότι δεν χρησιμοποιούν πιστωτικές κάρτες.

Πίνακας 8: Αριθμός πιστωτικών καρτών

ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
1	10	20%
2	0	0%
3	0	0%
4	0	0%
5+	0	0%
Καμία	40	80%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 7: Αριθμός πιστωτικών καρτών

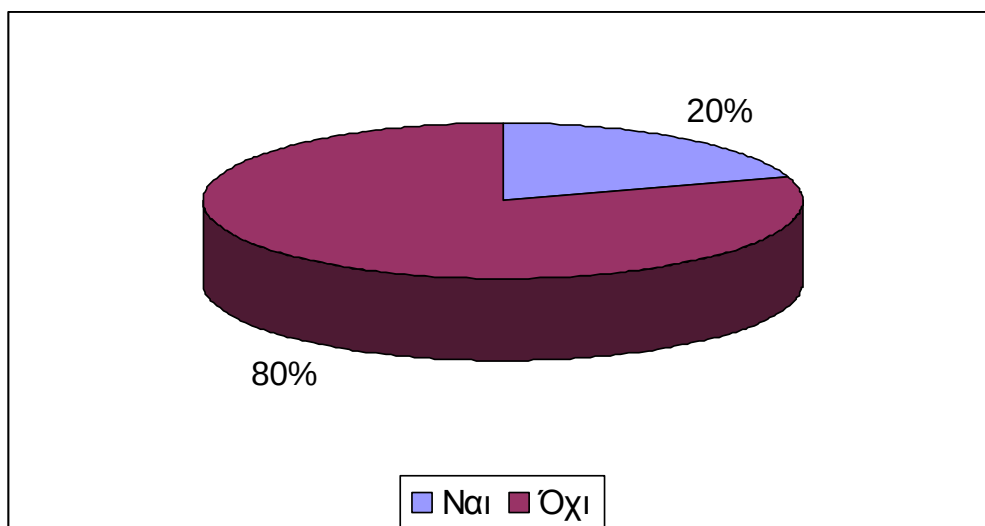


Στην έβδομη ερώτηση ζητήθηκε να απαντήσουν εάν χρησιμοποιούν χρεωστικές κάρτες. Όπως παρατηρούμε από τον παρακάτω πίνακα και το αντίστοιχο διάγραμμα, το μεγαλύτερο ποσοστό 80% απάντησε θετικά ενώ το 20% αρνητικά.

Πίνακας 9: Χρησιμοποιείται χρεωστικές κάρτες;

ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΑΙ ΧΡΕΩΣΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ναι	10	20%
Όχι	40	80%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 8: Χρησιμοποιείται χρεωστικές κάρτες;



Όταν συντάσσαμε το ερωτηματολόγιο πιθανολογούσαμε ότι οι ερωτώμενοι θα μας απαντούσαν ότι χρησιμοποιούν πιστωτικές ή χρεωστικές κάρτες. Για το λόγο αυτό στην

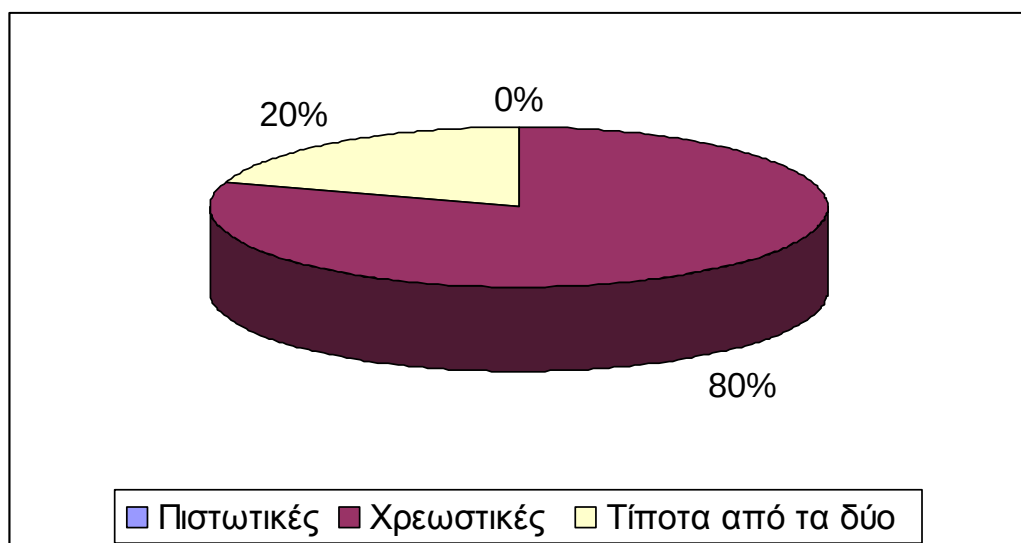
όγδοη ερώτηση τους ζητήσαμε να μας δηλώσουν ποια μορφή κάρτας χρησιμοποιούν περισσότερο.

Όπως παρατηρούμε από τον παρακάτω πίνακα και το διάγραμμα, το 80% χρησιμοποιεί περισσότερο χρεωστικές κάρτες ενώ το 20% ούτε χρεωστικές αλλά ούτε και πιστωτικές. Βέβαια, στην ερώτηση αυτή αναμέναμε να μας απαντήσει μικρότερο ποσοστό ότι κάνει χρήση περισσότερο χρεωστικών καρτών για το λόγο ότι στην προηγούμενη ερώτηση το 20% μόλις χρησιμοποιούσε χρεωστικές κάρτες.

Πίνακας 10: Τι χρησιμοποιείται περισσότερο πιστωτικές ή χρεωστικές κάρτες;

ΤΙ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΑΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΧΡΕΩΣΤΙΚΕΣ Ή ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Πιστωτικές	0	0%
Χρεωστικές	40	80%
Τίποτα από τα δύο	10	20%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 9: Τι χρησιμοποιείται περισσότερο πιστωτικές ή χρεωστικές κάρτες;

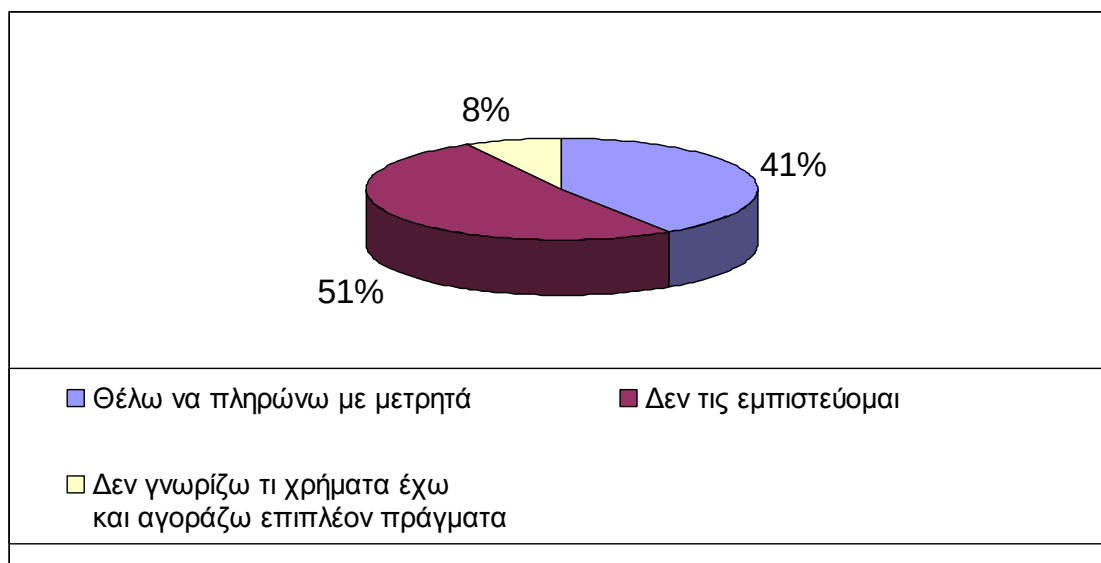


Στη συνέχεια τους ζητήθηκε να μας απαντήσουν γιατί δεν χρησιμοποιούν πιστωτική ή χρεωστική κάρτα. Το 50% μας απάντησε ότι δεν τις εμπιστεύονται τις κάρτες γι' αυτό και δεν τις χρησιμοποιούν ενώ το 40% θέλουν να πληρώνουν με μετρητά. Επίσης ένας μας απάντησε ότι χρησιμοποιεί πολύ την χρεωστική του κάρτα και καθόλου την πιστωτική για το λόγο ότι η χρήση της πιστωτικής επιφέρει επιβαρύνσεις στον κάτοχό της.

Πίνακας 11: Λόγοι μη χρήσης πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας

ΛΟΓΟΙ ΜΗ ΧΡΗΣΗΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ Ή ΧΡΕΩΣΤΙΚΗΣ ΚΑΡΤΑΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Θέλω να πληρώνω με μετρητά	20	40%
Δεν τις εμπιστεύομαι	25	50%
Δεν γνωρίζω τι χρήματα έχω και αγοράζω επιπλέον πράγματα	4	8%
ΣΥΝΟΛΟ	50	98%

Διάγραμμα 10: Λόγοι μη χρήσης πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας

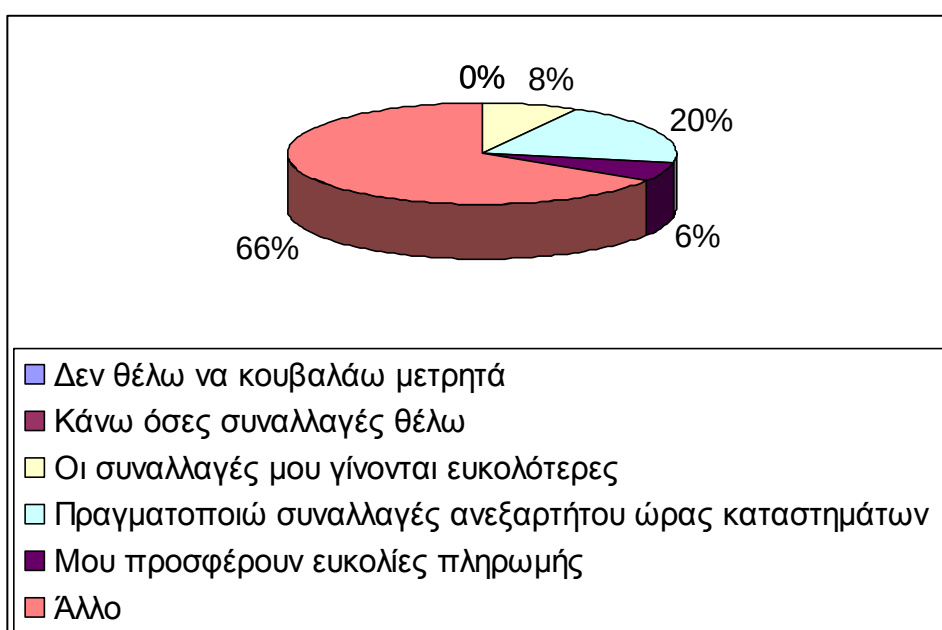


Στην δέκατη ερώτηση τους ζητήθηκε να μας πουν το λόγο για τον οποίο χρησιμοποιούν είτε πιστωτική είτε χρεωστική κάρτα. Βλέπουμε από τον παρακάτω πίνακα ότι το 40% χρησιμοποιεί τις κάρτες γιατί πραγματοποιεί τις συναλλαγές του ανεξαρτήτου ώρας μέσα στην ημέρα και όλο το εικοσιτετράωρο, ενώ το 8% δήλωσε ότι οι συναλλαγές που κάνει μέσω αυτών των καρτών γίνονται ευκολότερες. Υπάρχει όμως και ένα μεγάλο ποσοστό 46% που μας δήλωσε είτε ότι δεν χρησιμοποιεί καθόλου κάρτες είτε πραγματοποιεί τις συναλλαγές που θέλει να κάνει μέσα από τη χρήση του internet.

Πίνακας 12: Λόγοι χρήσης πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας

ΛΟΓΟΙ ΧΡΗΣΗΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ Ή ΧΡΕΩΣΤΙΚΗΣ ΚΑΡΤΑΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Δεν θέλω να κουβαλάω μετρητά	0	0%
Κάνω όσες συναλλαγές θέλω	0	0%
Οι συναλλαγές μου γίνονται ευκολότερες	4	8%
Πραγματοποιώ συναλλαγές ανεξαρτήτου ώρας καταστημάτων	20	40%
Μου προσφέρουν ευκολίες πληρωμής	3	6%
Άλλο	23	46%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 11: Λόγοι χρήσης πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας

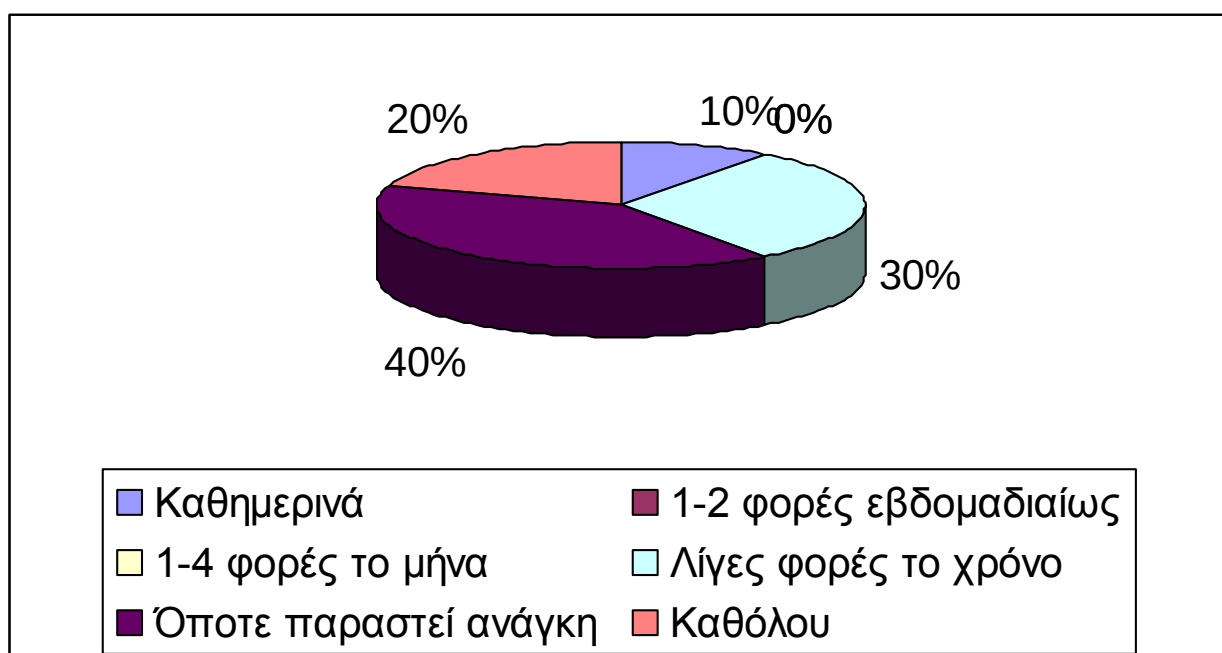


Τους ζητήθηκε στην επόμενη ερώτηση να μας δηλώσουν πόσο συχνά χρησιμοποιούν την πιστωτική ή τη χρεωστική τους κάρτα. Το μεγαλύτερο ποσοστό 40% κάνει χρήση των καρτών όποτε παραστεί ανάγκη ενώ το 30% λίγες φορές το χρόνο. Το 20% δεν κάνει καθόλου χρήση, όπως έχει δηλώσει και στις προηγούμενες ερωτήσεις ενώ το 10% τις χρησιμοποιεί καθημερινά.

Πίνακας 13: Συχνότητα χρήσης πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας

ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ Ή ΧΡΕΩΣΤΙΚΗΣ ΚΑΡΤΑΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Καθημερινά	5	10%
1-2 φορές εβδομαδιαίως	0	0%
1-4 φορές το μήνα	0	0%
Λίγες φορές το χρόνο	15	30%
Όποτε παραστεί ανάγκη	20	40%
Καθόλου	10	20%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 12: Συχνότητα χρήσης πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας



Η δωδέκατη ερώτηση αφορούσε το λόγο για τον οποίο χρησιμοποιούν πιστωτική ή χρεωστική κάρτα. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων (28%) απάντησε ότι κάνουν χρήση για ανάληψη μετρητών και το 22% τις χρησιμοποιούν όταν ταξιδεύουν στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

Το 16% είπε ότι πραγματοποιεί αγορές μέσω Internet που η χρήση των καρτών είναι απαραίτητη ενώ το 12% ενοικιάζουν αυτοκίνητα ή σκάφη αναψυχής μέσω κάρτας. Υπάρχει και ένα ποσοστό 10% που κάνει χρήση καρτών για να παίξει τυχερά παιχνίδια μέσα από το διαδίκτυο.

Θεωρούμε ότι το 8% που κάνει κράτηση εισιτηρίων μέσω διαδικτύου είναι μικρό ποσοστό ενώ ακόμα μικρότερο (4%) πληρώνουν τους λογαριασμούς τους (ξενοδοχεία, εστιατόρια, ενοικιαζόμενα δωμάτια) μέσω κάρτας.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι κανείς από τους ερωτώμενους δεν κάνουν χρήση καρτών για να πληρώσουν προϊόντα με άτοκες δόσεις καθώς επίσης και τους λογαριασμούς της ΔΕΗ και του ΟΤΕ.

Πίνακας 14: Λόγος χρήσης πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας

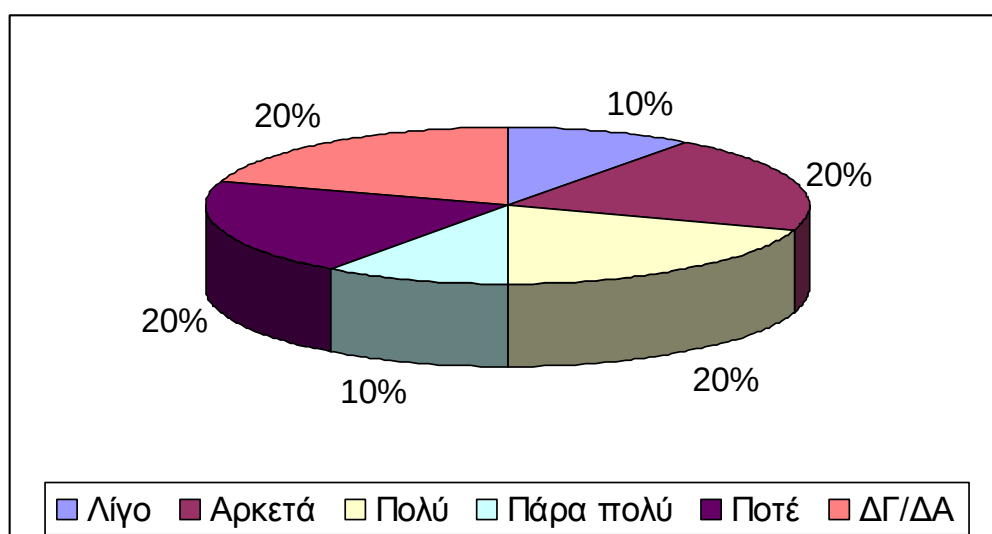
ΛΟΓΟΙ ΧΡΗΣΗΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ Ή ΧΡΕΩΣΤΙΚΗΣ ΚΑΡΤΑΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ανάληψη μετρητών	14	28%
Αγορές μέσω Internet	8	16%
Πληρωμή προϊόντων με άτοκες δόσεις	0	0%
Εξόφληση λογαριασμών (ΔΕΗ, ΟΤΕ κ.λπ.)	0	0%
Πληρωμή λογαριασμών σε εστιατόρια, hotel, ενοικιαζόμενα δωμάτια	2	4%
Ενοικίαση αυτοκινήτων, σκαφών αναψυχής κ.λπ.	6	12%
Αγορά εισιτηρίων αεροπλάνων, πλοίων, λεωφορείων	4	8%
Για ταξίδια σε Ελλάδα και Εξωτερικό	11	22%
Για παιχνίδια ρίσκου μέσω διαδικτύου	5	10%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Η επόμενη ερώτηση που τους τέθηκε ήταν η συχνότητα χρήσης του internet banking για τις τραπεζικές συναλλαγές τους. Παρατηρούμε ότι λίγο και αρκετά κάνουν χρήση του internet banking το 30% των ερωτηθέντων. Το ίδιο ποσοστό (30%) καταλαμβάνουν όμως και αυτοί που το χρησιμοποιούν πολύ και πάρα πολύ. Πολύ δήλωσαν οι άνδρες που η ηλικία τους είναι μεταξύ 18-39 ετών. Πάρα πολύ κάνουν χρήση γυναίκες ετών 26-39. Ποτέ δεν το χρησιμοποιεί το 20% και το ίδιο ποσοστό έχουν και αυτοί που δεν απάντησαν και αυτό ήταν αναμενόμενο καθώς η ηλικία τους είναι 65 ετών και άνω. Υποθέτουμε ότι δεν γνωρίζουν πολύ καλά τη νέα τεχνολογία και τα πλεονεκτήματα που αυτή επιφέρει στη ζωή μας.

Πίνακας 15: Συχνότητα χρήσης του Internet Banking για τις τραπεζικές συναλλαγές

ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ INTERNET BANKING	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Λίγο	5	10%
Αρκετά	10	20%
Πολύ	10	20%
Πάρα πολύ	5	10%
Ποτέ	10	20%
ΔΓ/ΔΑ	10	20%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 13: Συχνότητα χρήσης του Internet Banking για τις τραπεζικές συναλλαγές



Η επόμενη ερώτηση τέθηκε για να εξακριβώσουμε το λόγο για τον οποίο δεν χρησιμοποιούνται από τους ερωτώμενους οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες πληρωμών μιας τράπεζας.

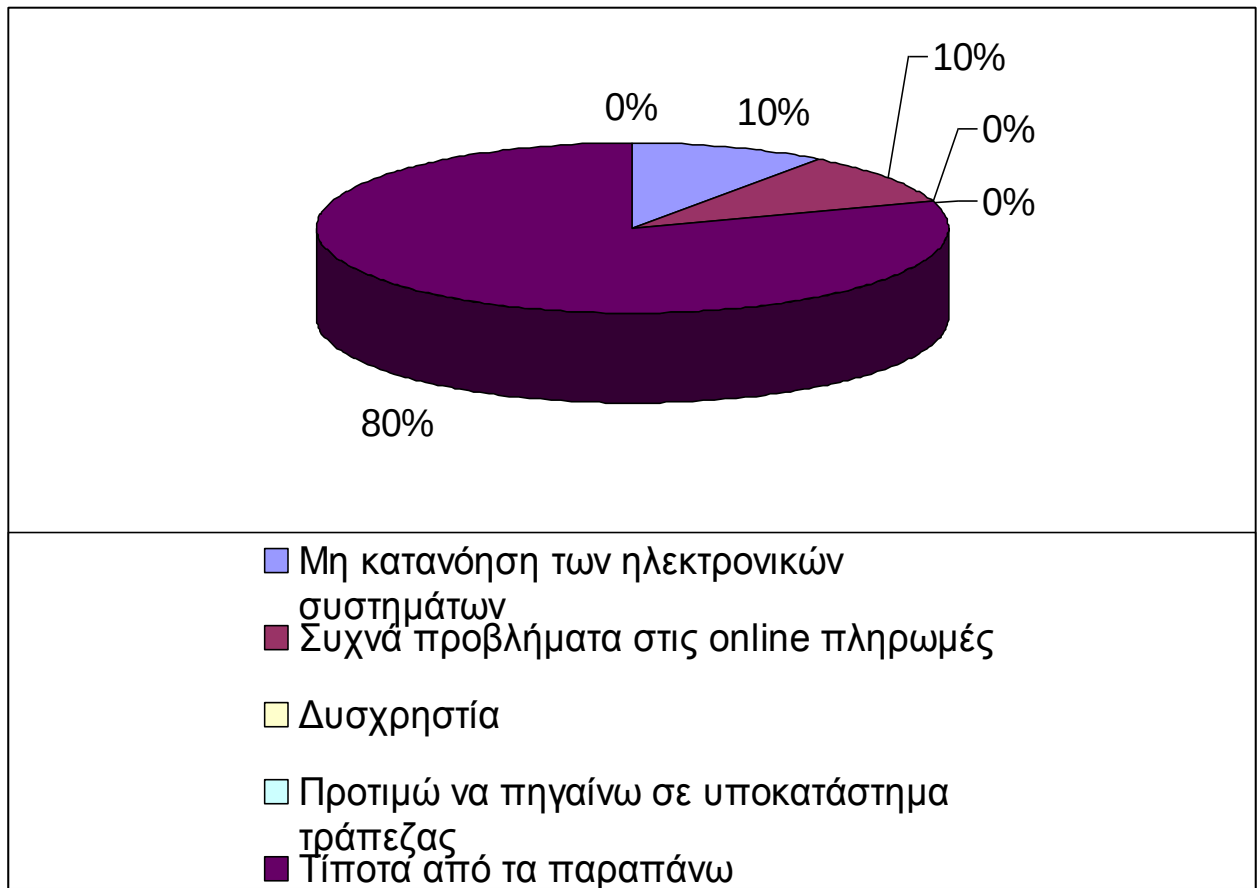
Από την έρευνα διαπιστώνεται ότι το 10% δεν χρησιμοποιεί τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες της τράπεζας γιατί δεν τις κατανοεί ενώ ίδιο ποσοστό (10%) επειδή αντιμετωπίζει συχνά προβλήματα στις online πληρωμές. Υποθέτουμε ότι τα συχνά προβλήματα είναι η καθυστέρηση που μπορεί να υπάρχει μερικές φορές όταν κάποιος μπαίνει σε online τραπεζικές υπηρεσίες.

Αυτό όμως που είναι αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το μεγαλύτερο ποσοστό (80%) δεν δήλωσαν κανέναν από τους προτινόμενους λόγους χωρίς βέβαια να επισημάνουν την αιτία της μη χρήσης εκ μέρους τους.

Πίνακας 16: Λόγοι μη χρησιμοποίησης ηλεκτρονικών υπηρεσιών τράπεζας

ΛΟΓΟΙ ΜΗ ΧΡΗΣΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΡΑΠΕΖΑΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Μη κατανόηση των ηλεκτρονικών συστημάτων	5	10%
Συχνά προβλήματα στις online πληρωμές	5	10%
Δυσχρηστία	0	0%
Προτιμώ να πηγαίνω σε υποκατάστημα τράπεζας	0	0%
Τίποτα από τα παραπάνω	40	80%
Άλλο		0%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 14: Λόγοι μη χρησιμοποίησης ηλεκτρονικών υπηρεσιών



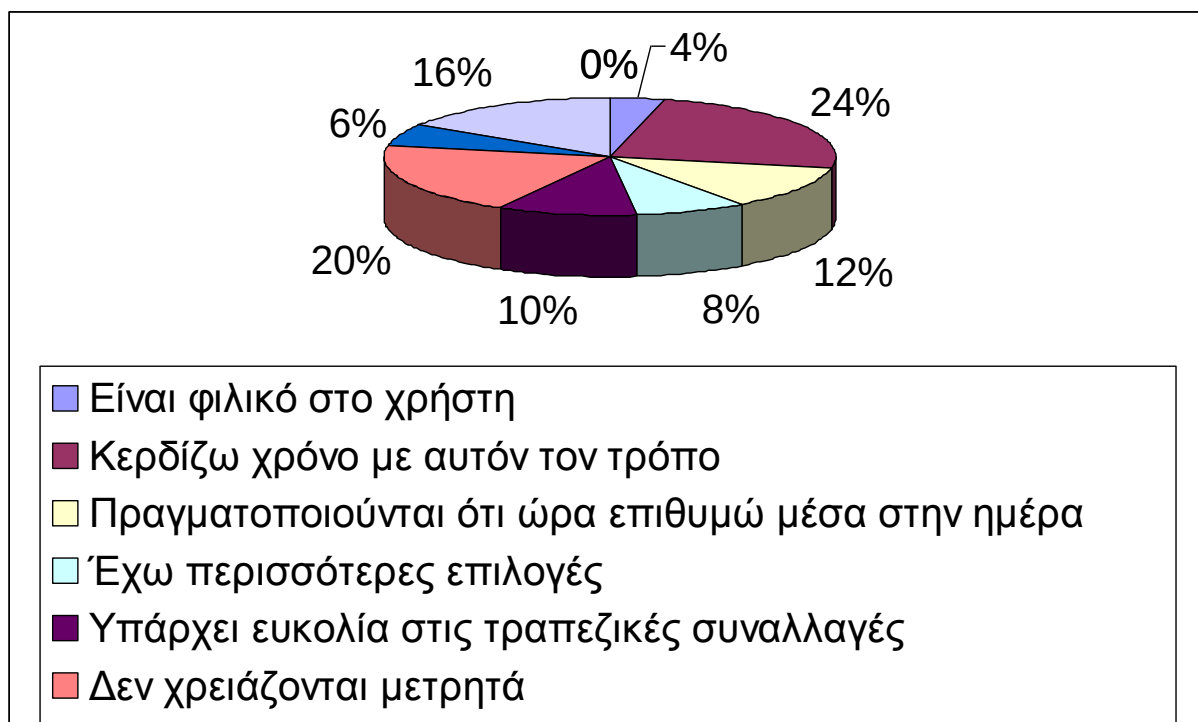
Στην επόμενη ερώτηση τους ζητήθηκε να μας απαντήσουν ποιόν θεωρούν σημαντικό λόγο ώστε να χρησιμοποιούν το internet banking στις συναλλαγές τους.

Το μεγαλύτερο ποσοστό (24%) απάντησε ότι ο σημαντικότερος γι' αυτούς λόγος είναι ότι κερδίζουν χρόνο χρησιμοποιώντας το internet banking στις συναλλαγές τους, ενώ το 20% επειδή δεν απαιτούνται μετρητά για αυτές τις συναλλαγές. Το 16% δήλωσε ως σημαντικότερο λόγο την άμεση πρόσβαση που έχουν στο λογαριασμό τους και το 12% επειδή πραγματοποιούνται οποιαδήποτε ώρα τους εξυπηρετεί μέσα την ημέρα. Το 10% υποστήριξε την ευκολία η οποία τους παρέχεται από τέτοιου είδους συναλλαγές.

Πίνακας 17: Σημαντικότερος λόγο για τη χρησιμοποίηση του internet banking

ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟΣ ΛΟΓΟΣ ΓΙΑ ΤΗ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ E-BANKING	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Είναι φιλικό στο χρήστη	2	4%
Κερδίζω χρόνο με αυτόν τον τρόπο	12	24%
Πραγματοποιούνται ότι ώρα επιθυμώ μέσα στην ημέρα	6	12%
Έχω περισσότερες επιλογές	4	8%
Υπάρχει ευκολία στις τραπεζικές συναλλαγές	5	10%
Δεν χρειάζονται μετρητά	10	20%
Μπορώ να κάνω χρήση από οπουδήποτε και εάν βρίσκομαι	3	6%
Έχω άμεση πρόσβαση στο λογαριασμό μου	8	16%
Δεν έχω πρόσβαση στο Internet	0	0%
ΔΓ/ΔΑ	0	0%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 15: Σημαντικότερος λόγο για τη χρησιμοποίηση του internet banking

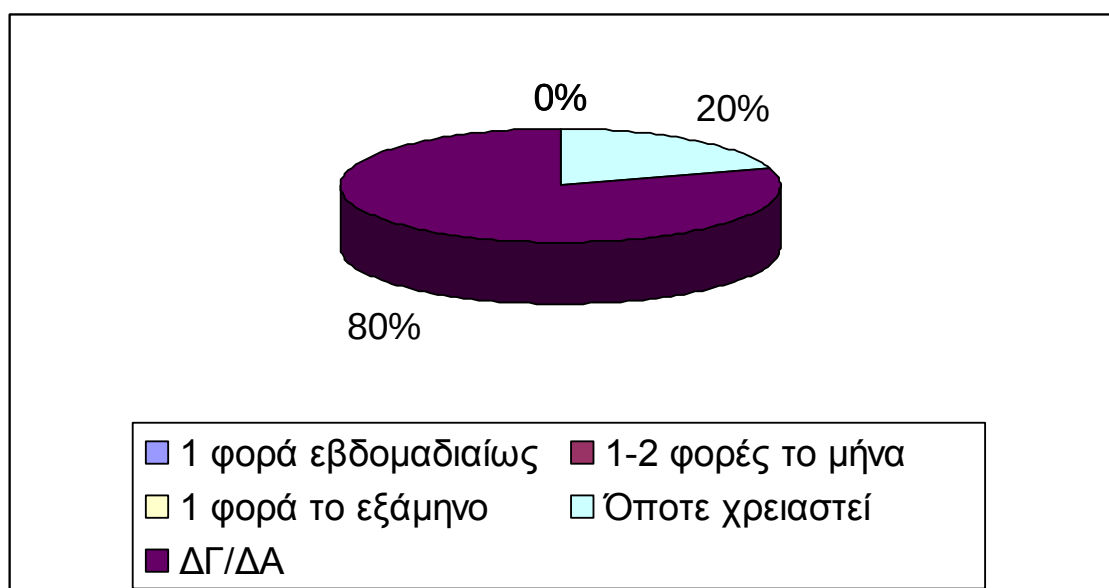


Η συχνότητα χρήσης του Phone Banking από τους ερωτώμενους για τις πληρωμές τους ερευνάται στην δέκατη έκτη ερώτηση. Το μεγαλύτερο ποσοστό (80%) δεν γνωρίζει το Phone Banking. Μόνο το 20% απάντησε ότι το χρησιμοποιεί όποτε παραστεί ανάγκη και το αξιοσημείωτο είναι ότι αυτοί που απάντησαν είναι γυναίκες που η ηλικία τους είναι 18-39 ετών.

Πίνακας 18: Συχνότητα χρήσης του Phone Banking

ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΟΥ PHONE BANKING	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
1 φορά εβδομαδιαίως	0	0%
1-2 φορές το μήνα	0	0%
1 φορά το εξάμηνο	0	0%
Όποτε χρειαστεί	10	20%
ΔΓ/ΔΑ	40	80%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 16: Συχνότητα χρήσης του Phone Banking



Με την ερώτηση που θέσαμε στη συνέχεια θέλαμε να διαπιστώσουμε το λόγο που χρησιμοποιούν το Mobile Banking οι ερωτώμενοι. Αξιοσημείωτο είναι ότι το 80% δεν κάνει χρήση του Mobile Banking ενώ το υπόλοιπο 20% δεν το γνωρίζει επειδή ηλικιακά ανήκουν στους 65 και άνω ετών.

Πίνακας 19: Λόγοι χρήσης Mobile Banking

ΛΟΓΟΙ ΧΡΗΣΗΣ MOBILE BANKING	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Πληρωμές σταθερής και κινητής τηλεφωνίας	0	0%
Πληρωμές λογαριασμών ΔΕΚΟ	0	0%
Πληρωμές δημοσίου	0	0%
Πληρωμές πιστωτικών καρτών	0	0%
Εμβάσματα εσωτερικού-εξωτερικού	0	0%
Άλλο	0	0%
Δεν το χρησιμοποιώ	40	80%
ΔΓ/ΔΑ	10	20%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 17: Λόγοι χρήσης Mobile Banking



Στην δέκατη όγδοη ερώτηση τους ζητήθηκε να μας δηλώσουν εάν στις καθημερινές τους συναλλαγές μικρού ύψους χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό πορτοφόλι ή προτιμούν την πληρωμή σε μετρητά. Αυτή η ερώτηση τέθηκε για να διαπιστωθεί όχι μόνο η χρήση του ηλεκτρονικού πορτοφολιού αλλά και το εάν γνωρίζουν για το ηλεκτρονικό πορτοφόλι. Πράγματι το 90% απάντησε ότι πληρώνει με μετρητά το οποίο μπορεί και να σημαίνει ότι δεν γνωρίζει τη χρήση του ηλεκτρονικού πορτοφολιού. Υπάρχει όμως και ένα 10% το οποίο το χρησιμοποιεί στις καθημερινές του συναλλαγές μικρού ύψους.

Πίνακας 20: Χρήση ηλεκτρονικού πορτοφολιού στις καθημερινές συναλλαγές μικρού ύψους

ΧΡΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΠΟΡΤΟΦΟΛΙΟΥ ΣΤΙΣ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΕΣ ΜΙΚΡΟΥ ΥΨΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Χρησιμοποιώ το ηλεκτρονικό πορτοφόλι	5	10%
Πληρώνω με μετρητά	45	90%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 18: Χρήση ηλεκτρονικού πορτοφολιού στις καθημερινές συναλλαγές μικρού ύψους

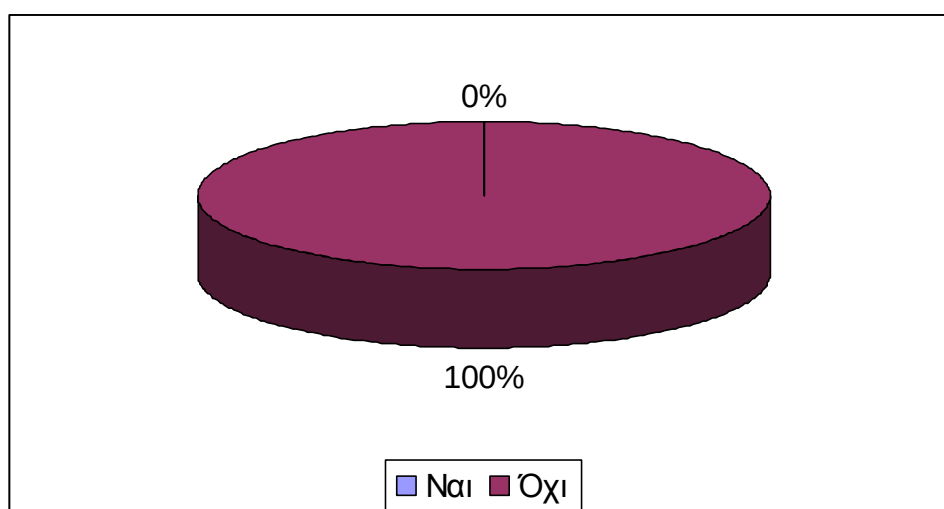


Στη δέκατη ένατη ερώτηση διερευνάται η αξιοποίηση που μας παρέχεται μέσω των κινητών τηλεφώνων να πληρώνουμε τους λογαριασμούς μας. Έτσι τους ζητήθηκε να μας απαντήσουν εάν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ αυτή τη δυνατότητα πληρωμών μέσω κινητών τηλεφώνων. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το 100% δεν έχουν ποτέ πληρώσει λογαριασμούς μέσω κινητών τηλεφώνων. Αυτό βέβαια δεν είναι παράδοξο καθώς αυτή η δυνατότητα που προσφέρεται μέσω κινητών τηλεφώνων είναι πολύ πρόσφατη. Βέβαια θα περιμέναμε οι ηλικίες 18-25 τουλάχιστον μία φορά να έχουν κάνει χρήση αυτής της δυνατότητας αλλά στους ερωτώμενους αυτό δεν έχει γίνει.

Πίνακας 21: Υιοθέτηση πληρωμών μέσω φορητών συσκευών (κινητών τηλεφώνων)

ΥΙΟΘΕΤΗΣΗ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΜΕΣΩ ΦΟΡΗΤΩΝ ΣΥΣΚΕΥΩΝ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ναι	0	0%
Όχι	50	100%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 19: Υιοθέτηση πληρωμών μέσω φορητών συσκευών (κινητών τηλεφώνων)

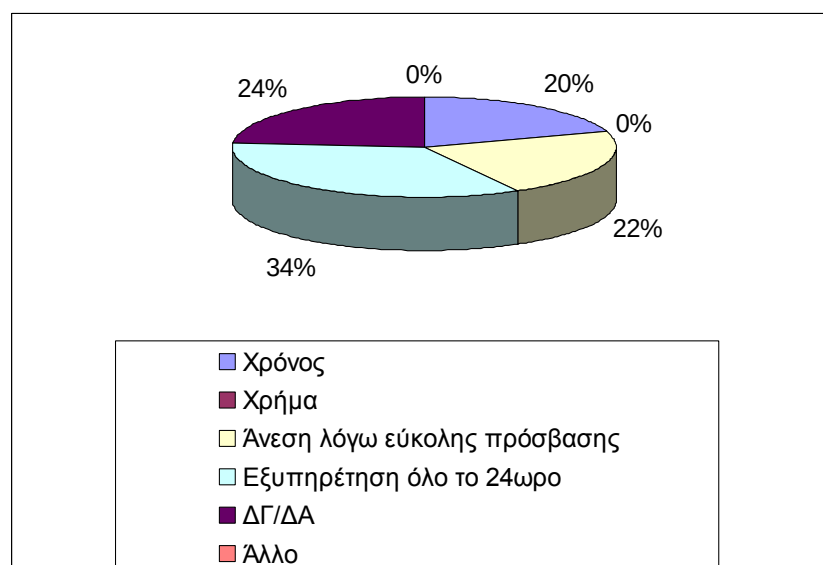


Η επόμενη ερώτηση έγινε για να διαπιστωθεί το κατά πόσο γνωρίζουν οι ερωτώμενοι τις ωφέλειες που έχουν όταν πραγματοποιούν τις πληρωμές τους μέσω κινητών τηλεφώνων. Το μεγαλύτερο ποσοστό (34%) θεωρεί ότι η πληρωμή των λογαριασμών τους μέσω κινητών τηλεφώνων τους εξυπηρετεί γιατί γίνεται όλο το εικοσιτετράωρο. Βέβαια το 24% των ερωτώμενων δεν γνωρίζει τι ωφέλειες μπορεί να έχει από τη χρήση των κινητών τηλεφώνων για εξόφληση λογαριασμών ενώ το 22% γνωρίζει πολύ καλά τη χρήση τους και αποκομίζουν άνεση με το να πραγματοποιούν τις πληρωμές τους μέσω αυτών. Επίσης το 20% των ερωτώμενων θεωρεί ότι με την χρήση του κινητού τους τηλεφώνου κερδίζουν χρόνο.

Πίνακας 22: Ωφέλειες από την πραγματοποίηση πληρωμών μέσω κινητών τηλεφώνων

ΩΦΕΛΕΙΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΛΗΡΩΜΗ ΜΕΣΩ ΚΙΝΗΤΩΝ ΤΗΛΕΦΩΝΩΝ	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Χρόνος	10	20%
Χρήμα	0	0%
Άνεση λόγω εύκολης πρόσβασης	11	22%
Εξυπηρέτηση όλο το 24ωρο	17	34%
ΔΓ/ΔΑ	12	24%
Άλλο	0	0%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 20: Ωφέλειες από την πραγματοποίηση πληρωμών μέσω κινητών τηλεφώνων



Αφού στις δύο προηγούμενες ερωτήσεις διαπιστώθηκε η χρήση και τα οφέλη που αποκομίζει κάποιος εάν χρησιμοποιεί το κινητό του τηλέφωνο για πληρωμές, η επόμενη ερώτηση τέθηκε για να διαπιστωθούν τι είδους συναλλαγές πραγματοποιούν οι ερωτώμενοι μέσω του κινητού τους τηλεφώνου. Το μεγαλύτερο ποσοστό (80%) δεν γνώριζε να μας απαντήσει ενώ μόλις το 20% χρησιμοποιεί το κινητό του τηλέφωνο για αγορά ψηφιακού εισιτηρίου το οποίο και δείχνει στο αεροδρόμιο ή σε κάποιο event.

Πίνακας 23: Πραγματοποιήσιμες συναλλαγές μέσω του κινητού τηλεφώνου.

ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΙΜΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ ΤΗΛΕΦΩΝΟΥ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Έλεγχος τραπεζικού λογαριασμού	0	0%
Αγορά σε κατάστημα	0	0%
Scan ή φωτογράφιση του barcode ενός προϊόντος για την απόκτηση επιπλέον πληροφοριών	0	0%
Μεταφορά χρημάτων σε ή από άλλο πρόσωπο	0	0%
Επίδειξη "ψηφιακού εισιτηρίου" για την είσοδο σε κάποιο event, στο αεροδρόμιο κ.λπ.	10	20%
Απόκτηση προϊόντος ή κουπονιού μέσω "έξυπνων πόστερ" που περιέχουν ηλεκτρονικές ετικέτες ή barcodes	0	0%
Αγορά/ πώληση μετοχών	0	0%
Μεταφορά εκπωτικού κουπονιού σε ή από άλλο πρόσωπο	0	0%
ΔΓ/ΔΑ	40	80%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 21: Πραγματοποιημένες συναλλαγές μέσω του κινητού τηλεφώνου.



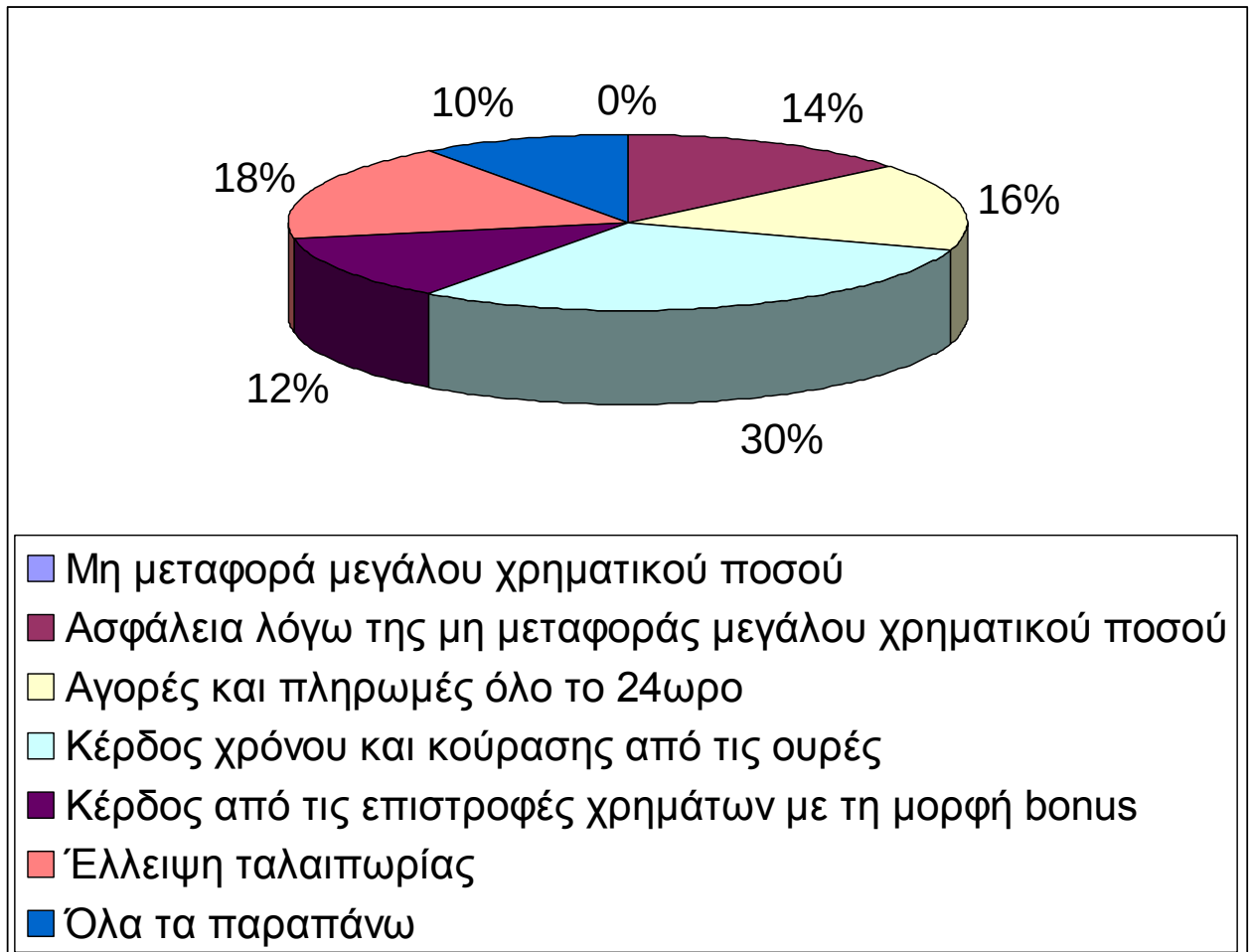
Η τελευταία ερώτηση διερευνά την άποψη των ερωτώμενων σχετικά με τη χρησιμότητα του ηλεκτρονικού χρήματος. Όπως παρατηρούμε από τον παρακάτω πίνακα και το αντίστοιχο διάγραμμα, το 30% θεωρεί ότι όταν χρησιμοποιούν όλες τις διευκολύνσεις που τους παρέχει το ηλεκτρονικό χρήμα κερδίζουν το χρόνο τους επειδή αυτές γίνονται άμεσα και γρήγορα αλλά ταυτόχρονα δεν στέκονται σε ουρές στις διάφορες υπηρεσίες και έτσι δεν κουράζονται. Επίσης, το 18% τονίζει ότι δεν ταλαιπωρούνται ενώ το 16% ότι μπορεί να πραγματοποιήσει αγορές και να κάνει τις πληρωμές του όλο το 24ωρο. Το 14% των ερωτηθέντων αισθάνονται ασφάλεια επειδή δεν μεταφέρουν επάνω τους μεγάλο χρηματικό ποσό ενώ το 12% επειδή τους αποφέρει κέρδη από την επιστροφή χρημάτων.

Τέλος το 10% θεωρεί ότι όλοι οι προαναφερθέντες λόγοι είναι πολύ σημαντικοί και για το λόγο αυτό το ηλεκτρονικό χρήμα είναι πολύ χρήσιμο.

Πίνακας 24: Η χρησιμότητα του ηλεκτρονικού χρήματος

Η ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Μη μεταφορά μεγάλου χρηματικού ποσού	0	0%
Ασφάλεια λόγω της μη μεταφοράς μεγάλου χρηματικού ποσού	7	14%
Αγορές και πληρωμές όλο το 24ωρο	8	16%
Κέρδος χρόνου και κούρασης από τις ουρές	15	30%
Κέρδος από τις επιστροφές χρημάτων με τη μορφή bonus	6	12%
Έλλειψη ταλαιπωρίας	9	18%
Όλα τα παραπάνω	5	10%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 22: Η χρησιμότητα του ηλεκτρονικού χρήματος



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η τεχνολογία μεταλλάσσει πολλές από τις πτυχές της καθημερινότητάς μας. Στον τρόπο με τον οποίο επικοινωνούμε, εργαζόμαστε ή διασκεδάζουμε η τεχνολογία αφήνει έντονα το αποτύπωμά της. Κυρίως τα τελευταία χρόνια η χρήση των νέων τεχνολογιών έχει αρχίσει να διαφοροποιεί αισθητά και τον τρόπο με τον οποίο εκτελούμε τις τραπεζικές και γενικότερα τις οικονομικές συναλλαγές μας. Είναι χαρακτηριστικό, για παράδειγμα, το γεγονός ότι ακόμα και πριν από μόλις λίγα χρόνια η πλειονότητα των τραπεζικών συναλλαγών πραγματοποιούνταν απευθείας με τον ταμία της τράπεζας. Σήμερα η χρήση πλαστικών καρτών, η τοποθέτηση Αυτόματων Ταμειακών Μηχανών (ATMs) αλλά και η δημιουργία υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking) έχουν δημιουργήσει νέα κανάλια διανομής των τραπεζικών προϊόντων.

Τα ATMs, οι πλαστικές κάρτες και το e-banking ήταν τα πρώτα δείγματα της τεχνολογικής επέμβασης στον τομέα των πληρωμών. Ο τρόπος με τον οποίο θα πληρώνουμε ή θα αγοράζουμε σε μία δεκαετία από σήμερα δεν μπορεί να προβλεφθεί με ασφάλεια. Αυτό, όμως, που φαίνεται σχεδόν σίγουρο είναι ότι θα είναι διαφορετικός από τον σημερινό. Η άποψη αυτή ενισχύεται από το γεγονός ότι μία σειρά από αναδυόμενες τεχνολογίες αναμένεται στο μέλλον να είναι σε θέση να προσφέρουν εναλλακτικές λύσεις. Οι πιστωτικές κάρτες πολλαπλών χρήσεων, οι έξυπνες κάρτες και οι κινητές πληρωμές (mobile payments) αποτελούν τεχνολογικές προτάσεις οι οποίες εξελίσσονται σημαντικά και είναι πολύ πιθανόν στο μέλλον να αναλάβουν το βάρος της διεκπεραίωσης ενός σημαντικού όγκου πληρωμών που σήμερα πραγματοποιούνται με τον παραδοσιακό τρόπο.

Οι πλαστικές κάρτες με τη μαγνητική επιγραφή στο πίσω μέρος αποτελούν σήμερα ένα από τα πιο επιτυχημένα τραπεζικά προϊόντα διεθνώς. Ένας μέσος καταναλωτής διαθέτει σήμερα τουλάχιστον μία πιστωτική κάρτα, όπως και μία κάρτα αναλήψεων από τα ATMs, ενώ στην πλειονότητα των περιπτώσεων ο αριθμός των καρτών υπερβαίνει τις δύο.

Η μεγάλη δημοτικότητα των καρτών έχει οδηγήσει ακόμα και αλυσίδες λιανικής πώλησης στην έκδοση δικών τους καρτών, προσφέροντας στους κατόχους τους ορισμένα προνόμια, όπως έκπτωση σε συγκεκριμένα προϊόντα. Συνέπεια αυτής της κατάστασης είναι ο καταναλωτής να έχει στην κατοχή του, προκειμένου να αξιοποιήσει τις εκάστοτε προσφορές, μεγάλο αριθμό καρτών, γεγονός το οποίο προκαλεί σημαντικά προβλήματα διαχείρισης.

Δύο από τις τεχνολογίες που αναμένεται να δώσουν λύση σε αυτό το πρόβλημα είναι οι έξυπνες κάρτες (smart cards) όπως και οι κάρτες πολλαπλών χρήσεων (multi-application cards). Ο τρόπος λειτουργίας είναι κοινός: οι εν λόγω κάρτες διαθέτουν τσιπ προηγμένης τεχνολογίας και μεγαλύτερης χωρητικότητας σε σύγκριση με τις μαγνητικές ταινίες των γνωστών πιστωτικών/χρεωστικών καρτών. Επομένως, είναι εφικτή η μεταφορά όλων των απαραίτητων πληροφοριών των καρτών του χρήστη σε μία κάρτα, την οποία ο κάτοχός της μπορεί σαφώς πολύ πιο εύκολα να διαχειρίζεται.

Οι έξυπνες κάρτες μπορούν επίσης, εφόσον διατίθεται ο κατάλληλος εξοπλισμός από την πλευρά του καταστήματος, να ανταλλάσσουν πληροφορίες με το τερματικό που χρησιμοποιείται ως ταμιακή μηχανή.

Οι κάρτες πολλαπλών χρήσεων αξιοποιούν τις δυνατότητες του τσιπ και μπορούν να ενσωματώσουν τις πληροφορίες και τη λειτουργικότητα των καρτών loyalty (π.χ. κάρτες εκδιδόμενες από σούπερ-μάρκετ ή αλυσίδες καταστημάτων) ή ακόμα των καρτών που χρησιμοποιούνται για την έκδοση εισιτηρίων είτε αυτά αφορούν, για παράδειγμα, στα μέσα μαζικής μεταφοράς είτε σε εισιτήρια κινηματογράφου.

Σημαντικά αυξανόμενη χρήση αρχίζουν να παρουσιάζουν και οι προπληρωμένες κάρτες (prepaid cards). Πρόκειται για έξυπνες κάρτες «φορτωμένες» με ορισμένο χρηματικό ποσό. Κάθε φορά που πραγματοποιείται αγορά μέσω μίας τέτοιας κάρτας ειδικός αναγνώστης αφαιρεί το ποσό της αγοράς από το διαθέσιμο στην προπληρωμένη κάρτα.

Τα πλεονεκτήματα που παρουσιάζουν αυτές οι κάρτες έναντι των υπολοίπων είναι δύο: αφενός ο έμπορος δεν χρειάζεται να χρησιμοποιεί το τραπεζικό δίκτυο για τη λήψη έγκρισης για την πραγματοποίηση μίας αγοράς, αφετέρου σε περίπτωση κλοπής τα χρήματα που χάνει ο καταναλωτής είναι σαφώς λιγότερα από εκείνα των συνηθών καρτών με τα μεγάλα πιστωτικά όρια.

Η μεγάλη αύξηση της χρήσης αλλά και της λειτουργικότητας των κινητών τηλεφώνων έχει καλλιεργήσει μεγάλες προσδοκίες ακόμα και στο χώρο των συστημάτων πληρωμών. Την τελευταία δεκαετία τα κινητά τηλέφωνα από μεγάλες συσκευές περιορισμένων δυνατοτήτων έχουν μετατραπεί σε μικρές συσκευές που ενσωματώνουν σημαντικό αριθμό τεχνολογιών, ενώ παράλληλα υποστηρίζουν υπηρεσίες όπως η περιήγηση στο Διαδίκτυο, η μετάδοση βίντεο και η ανταλλαγή αρχείων.

Οι δυνατότητες των κινητών τηλεφώνων έχουν αρχίσει ήδη να αξιοποιούνται στο χώρο των πληρωμών. Πολλοί οργανισμοί, κυρίως τράπεζες, έχουν αναπτύξει κανάλια mobile

banking (m-banking), δίνοντας τη δυνατότητα στους πελάτες τους να πραγματοποιούν έναν αξιόλογο αριθμό συναλλαγών (π.χ. εξόφληση λογαριασμών, πληρωμές καρτών). Η υπηρεσία αυτή, ωστόσο, δεν προσφέρεται για απευθείας αγορές, αλλά κυρίως για τραπεζικές συναλλαγές.

Τα τελευταία χρόνια τα κινητά τηλέφωνα εξελίσσονται όλο και περισσότερο με αποτέλεσμα να έχουν όλο και μεγαλύτερες δυνατότητες, όπως πρόσθετα επίπεδα ασφάλειας σε σχέση με μία έξυπνη κάρτα. Επίσης, η διείσδυσή τους έχει φτάσει σε πολύ υψηλό επίπεδο που σε ορισμένες χώρες, όπως η Ελλάδα ξεπερνά το 100%. Μέσα σε αυτό το κλίμα έχει αρχίσει και αναπτύσσεται η χρήση του κινητού τηλεφώνου ως έξυπνης κάρτας. Σε αντιστοιχία με την έξυπνες κάρτες, είναι σχετικά απλή η τοποθέτηση ενός τσιπ σε κινητό τηλέφωνο, στο οποίο θα είναι εφικτή η αποθήκευση των πληροφοριών των καρτών του χρήστη ή, ακόμα, η μεταφορά ενός ποσού από τον τραπεζικό λογαριασμό του. Ανάλογα με την περίπτωση, η αγορά θα μπορεί να γίνεται με την αποστολή γραπτού μηνύματος, την κλήση ειδικού αριθμού κλήσης του εμπόρου ή, ακόμα, με την αποστολή ειδικών σημάτων στην τερματική συσκευή του καταστήματος.

Όμως, η χρήση του κινητού τηλεφώνου ως έξυπνης κάρτας προκαλεί ανησυχία στο τραπεζικό σύστημα. Αυτό συμβαίνει γιατί οι εταιρείες κινητής τηλεφωνίας θα μπορούσαν πολύ εύκολα να λειτουργήσουν, εκτός από πάροχοι υπηρεσιών τηλεφωνίας, ως χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί, όπως η Visa και η MasterCard. Για παράδειγμα, στο τέλος του μήνα η εταιρεία κινητής τηλεφωνίας μαζί με το λογαριασμό κινητής θα αποστέλλει το λογαριασμό των αγορών μας. Δεν πρέπει, ωστόσο, να αποκλειστεί το ενδεχόμενο συνεργασίας των εταιρειών κινητής τηλεφωνίας με τους προαναφερθέντες τραπεζικούς οργανισμούς. Για παράδειγμα, η Motorola συνεργάζεται ήδη με την MasterCard για την κατασκευή κινητού τηλεφώνου που θα λειτουργεί και ως πιστωτική κάρτα, ενώ στις σκανδιναβικές χώρες υπάρχουν αρκετά καταστήματα που παρέχουν τη δυνατότητα αγοράς προϊόντων μέσω αποστολής γραπτού μηνύματος.

Πολλοί είναι εκείνοι που υποστηρίζουν ότι πολύ δύσκολα οι καταναλωτές θα εμπιστευτούν το κινητό τους ως ένα είδος ηλεκτρονικού πορτοφολιού όμως υπάρχουν και αρκετοί που αναφέρουν ότι οι συναλλαγές που θα πραγματοποιούνται μέσω κινητού τηλεφώνου αναμένεται να ξεπεράσουν τα \$50 δισεκατομμύρια το 2009. Από έρευνα που πραγματοποιήσαμε σε 50 άτομα διαπιστώθηκε ότι κανείς από τους ερωτώμενους ακόμα δεν κάνει χρήση της πληρωμής μέσω κινητού τηλεφώνου.

Γιατί όμως έχουμε τόσα είδη ηλεκτρονικού χρήματος; Η απάντηση είναι απλή. Κάθε ενδιαφερόμενος αναπτύσσει τη δική του εκδοχή ηλεκτρονικού χρήματος ανάλογα με τις εκτιμήσεις του για το μέλλον. Επιπλέον επειδή δεν γνωρίζουμε ακριβώς τι είδους ανάγκες θα πρέπει να καλύψει το ηλεκτρονικό χρήμα και γι' αυτό κάθε πρόταση προβάλλει εκείνες που θεωρεί πιο σημαντικές ή εκείνες που έχει την τεχνογνωσία να καλύψει. Άλλωστε, στην «πραγματική» οικονομία υπάρχουν πολλά είδη χρήματος, καθένα από τα οποία εξυπηρετεί διαφορετικές ανάγκες όπως η ανωνυμία, η αποδοχή από την αγορά, η ασφάλεια, κόστος συναλλαγών, δυνατότητα εύκολης διαίρεσης ενός μεγάλου ποσού, ανεξαρτησία από την χρήση μηχανών, κ.λπ. Κάτι ανάλογο γίνεται και με το ηλεκτρονικό χρήμα, δηλαδή συνυπάρχουν πολλά είδη ηλεκτρονικού χρήματος καθένα από το οποίο θα εξυπηρετεί διαφορετικές ανάγκες.

Κλείνοντας μπορούμε να πούμε ότι η αποτελεσματικότητα και η κερδοφορία μίας τεχνολογίας τόσο για τους εμπόρους όσο και για τους καταναλωτές δεν εγγυώνται τη χρησιμοποίησή της. Αρκεί κάποιος να παρατηρήσει, για παράδειγμα, ότι ακόμα και σήμερα παρά την ύπαρξη τραπεζικών καρτών και αυτόματων ταμειακών μηχανών μεγάλο ποσοστό των πελατών των τραπεζών επιλέγουν την αναμονή στην ουρά και το βιβλιάριο καταθέσεων ως βασικούς τρόπους διεκπεραίωσης των όποιων εργασιών. Ακόμα και το επίπεδο χρήσης του e-banking παραμένει χαμηλό.

Το καταναλωτικό κοινό παρουσιάζεται αρκετά δυσκίνητο στην αλλαγή των συνηθειών του, ιδιαίτερα όταν αναφερόμαστε σε τεχνολογίες που μπορούν να υποκαταστήσουν το πορτοφόλι του. Σημαντικοί παράγοντες είναι η άγνοια, η ελλιπής ενημέρωση και η δύναμη της συνήθειας.

Από την πλευρά των εμπόρων, των τραπεζών και γενικότερα των παρόχων υπηρεσιών η κατάσταση φαίνεται να είναι μονόδρομος και αργά ή γρήγορα αποτελεί τη μοναδική λύση για την επιβίωση σε αυτό το έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Το ηλεκτρονικό χρήμα έχει φέρει επανάσταση στις συναλλαγές. Όμως, κανένα εμπορικό κατάστημα δεν πρόκειται να προχωρήσει σε ανάλογη επένδυση, αν δεν υπάρχουν τα εχέγγυα για την αξιοποίησή τους από τους καταναλωτές. Από την άλλη, οι καταναλωτές δεν πρόκειται να αλλάξουν τις συνήθειές τους, αν δεν πειστούν ότι η νέα τεχνολογία είναι ασφαλής και εύχρηστη και ότι ταυτόχρονα τους προσφέρει κάτι παραπάνω όπως οικονομικά προϊόντα ή περισσότερο ελεύθερο χρόνο.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- 1) Αγγέλης Β., (2005), «Η βίβλος του e-banking», Αθήνα, εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών.
- 2) Δουκίδης Γ., κ.ά., (1998), «Ηλεκτρονικό εμπόριο», Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- 3) ΕΣΥΕ
- 4) Θεοδωρίδης Λ., (2008), «Τεχνικά και νομικά ζητήματα του ηλεκτρονικού χρήματος», Θεσσαλονίκη.
- 5) Κατσουλάκος Ιω., (2001), «Νέα Οικονομία Διαδίκτυο και Ηλεκτρονικό Εμπόριο», Αθήνα, εκδόσεις Κέρκυρα.
- 6) Λούμος Β., Παπαντωνίου Α., (2002), «Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Σχεδίαση και Ανάπτυξη Εφαρμογών», διαθέσιμο στο <http://www.contudu.ntua.gr>.
- 7) Μάρκελλος Κ., Μάρκελλου Π., Ρήγκου Μ., Συρμακέσης Σ. & Τσακαλίδης Α., (2005), «e-Επιχειρηματικότητα - Από την ιδέα στην υλοποίηση», Αθήνα, εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα Α.Ε.
- 8) Μεγάλη Ελληνική Εγκυκλοπαίδεια, Δρανδάκης Π., Εκδοτικός Οργ. «ΦΟΙΝΙΞ», τ. ΚΔ'.
- 9) Οικονομική και Λογιστική Εγκυκλοπαίδεια, Τόμος Θ.
- 10) Παστρινός Δημ., (1999), «Χρήμα-Τράπεζες και Χρηματοπιστωτική Πολιτική», Αθήνα, εκδόσεις Παπαζήση.
- 11) Πασχόπουλος Α. και Σκαλτσάς Π., (2001), «Ηλεκτρονικό Εμπόριο», Αθήνα, εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- 12) Προεδρικό Διάταγμα 39/2001.
- 13) Σίσκος Ν., (2007), «Τεχνικές Ανάπτυξης και Λειτουργίας Ηλεκτρονικών Καταστημάτων: Πρακτικές Εφαρμογές - Πρόταση Μοντέλου Ηλεκτρονικού Καταστήματος», Θεσ/νίκη, μεταπτυχιακή εργασία στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας.
- 14) Τασάκος Κ., (2008), «Η επικείμενη αναθεώρηση του κοινοτικού δικαίου για την έκδοση και διαχείριση ηλεκτρονικού χρήματος», Περιοδικό «ΕΠΙΛΟΓΗ», Ιούνιος 2008.

ΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

- 1) www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/DIRECTION%202009_110_%CE%95%CE%9A.pdf
- 2) www.deasy.gr/fresh-fish/1643,600_ayxhsh_perimenoy_n_stis_plhrwmes_mes.html
- 3) www.dolceta.eu/greece/Mod2/
- 4) www.e-business_forum.gr
- 5) www.e-gov.gr
- 6) www.el.wikipedia.org.
- 7) www.go-online.gr
- 8) www.vimagazino.gr/finance/article/?aid=422646

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α '



ΑΤΕΙ ΗΠΕΙΡΟΥ- ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΠΡΕΒΕΖΑΣ ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

Το ερωτηματολόγιο αυτό είναι ακαδημαϊκό-ερευνητικό και δίνεται για την πτυχιακή εργασία με θέμα: «τα είδη και η πρακτική χρησιμότητα του ηλεκτρονικού χρήματος στις σύγχρονες μορφές αγορών». Σκοπός του είναι να διερευνηθεί το κατά πόσο τόσο οι πολίτες είναι γνώστες των εφαρμογών του ηλεκτρονικού χρήματος και εάν το χρησιμοποιούν προς διευκόλυνσή τους. Το ερωτηματολόγιο αυτό δεν περιέχει ερωτήσεις προσωπικού χαρακτήρα (ονοματεπώνυμο κ.λπ.) και δεν θα χρησιμοποιηθεί παρά μόνον από τον Υπεύθυνο Καθηγητή και τους φοιτητές.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1) Φύλο

Ανδρας

☐

Γυναίκα

☐

2) Ηλικία:

18-25

☐

26-39

☐

40-65

☐

65 και άνω

☐

3) Το μορφωτικό σας επίπεδο είναι:

Απόφοιτος/η δημοτικού

☐

απόφοιτος/η δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης

☐

απόφοιτος/η τριτοβάθμιας εκπαίδευσης

☐

4) Πώς προτιμάτε να διεκπεραιώνετε τις συναλλαγές σας;

Μετρητοίς ☐

Με κάρτα ☐

Και τα δύο ☐

5) Χρησιμοποιείται πιστωτικές κάρτες;

ΝΑΙ ☐

ΟΧΙ ☐

6) Πόσες πιστωτικές κάρτες έχετε;

1 ☐

2 ☐

3 ☐

4 ☐

Πάνω από 5 ☐

Καμία ☐

7) Χρησιμοποιείται χρεωστικές κάρτες;

ΝΑΙ ☐

ΟΧΙ ☐

8) Τι χρησιμοποιείται περισσότερο;

Πιστωτικές κάρτες ☐

Χρεωστικές κάρτες ☐

Τίποτα από τα δύο ☐

9) Ποιος από τους παρακάτω λόγους ισχύει που δεν χρησιμοποιείτε πιστωτική ή χρεωστική κάρτα;

Θέλω να πληρώνω με μετρητά ☐

Δεν τις εμπιστεύομαι ☐

Δεν γνωρίζω τι χρήματα έχω και αγοράζω επιπλέον πράγματα ☐

Άλλο: _____

10) Γιατί χρησιμοποιείτε πιστωτική ή χρεωστική κάρτα;

Δεν θέλω να κουβαλάω μετρητά ☐

Κάνω όσες συναλλαγές θέλω ☐

Οι συναλλαγές μου γίνονται ευκολότερες ☐

Πραγματοποιώ συναλλαγές ανεξαρτήτου ώρας καταστημάτων ☐

Μου προσφέρουν ευκολίες πληρωμής ☐

Άλλο:

11) Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την πιστωτική ή χρεωστική σας κάρτα;

Καθημερινά	
1-2 φορές την εβδομάδα	
1-4 φορές το μήνα	
Λίγες φορές το χρόνο	
Όποτε παραστεί ανάγκη	
Καθόλου	

12) Η χρήση της πιστωτικής ή χρεωστικής σας κάρτας αφορά:

Ανάληψη μετρητών	
Αγορές μέσω Internet	
Πληρωμή προϊόντων με άτοκες δόσεις	
Εξόφληση λογαριασμών (Δ.Ε.Η., ΟΤΕ)	
Πληρωμή λογαριασμών σε εστιατόρια, ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια.	
Ενοικίαση αυτοκινήτων, σκαφών αναψυχής κ.λπ.	
Αγορά εισιτηρίων αεροπλάνων, πλοίων, λεωφορείων	
Για ταξίδια σε Ελλάδα και Εξωτερικό	
Για παιχνίδια ρίσκου μέσω διαδικτύου	

13) Πόσο συχνά χρησιμοποιείται το internet banking για να πραγματοποιήσετε τραπεζικές συναλλαγές;

Λίγο ☐ αρκετά ☐ πολύ ☐ πάρα πολύ ☐ Ποτέ ☐
 ΔΓ/ΔΑ ☐

14) Τι σας κάνει να μην θέλετε να χρησιμοποιήσετε τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες πληρωμών μιας τράπεζας;

Μη κατανόηση των ηλεκτρονικών συστημάτων	
Συχνά προβλήματα στις online πληρωμές	
Δυσχρηστία	
Προτιμώ να πηγαίνω σε υποκατάστημα τραπεζής	
Τίποτα από τα παραπάνω	
Άλλο	

15) Ποιόν από τους παρακάτω θεωρείτε σημαντικότερο λόγο για τη χρήση του e-banking;

Είναι φιλικό στο χρήστη	
Κερδίζω χρόνο με αυτές τις συναλλαγές	
Πραγματοποιούνται ό,τι ώρα επιθυμώ μέσα στην ημέρα	
Έχω περισσότερες επιλογές	
Υπάρχει ευκολία στις τραπεζικές συναλλαγές	
Δεν χρειάζονται μετρητά	
Μπορώ να κάνω χρήση από οπουδήποτε και εάν βρίσκομαι	
Έχω άμεση πρόσβαση στο λογαριασμό μου	
Δεν έχω πρόσβαση σε Internet	
ΔΓ/ΔΑ	

16) Πόσο συχνά κάνετε χρήση του Phone Banking για τις πληρωμές σας;

1 φορά την εβδομάδα ☐ 1-2 φορές το μήνα ☐ 1 φορά το εξάμηνο ☐
 Όποτε χρειαστεί ☐ ΔΓ/ΔΑ ☐

17) Για ποιόν από τους παρακάτω λόγους χρησιμοποιείτε το Mobile Banking;

Για πληρωμές σταθερής και κινητής τηλεφωνίας	
Για πληρωμές Λογαριασμών ΔΕΚΟ	
Για πληρωμές Δημοσίου	
Για πληρωμές Πιστωτικών καρτών	
Για Εμβάσματα εσωτερικού-εξωτερικού	
Άλλο	
Δεν χρησιμοποιώ το Mobile Banking	
ΔΓ/ΔΑ	

18) Στις καθημερινές σας συναλλαγές μικρού ύψους χρησιμοποιείται το ηλεκτρονικό πορτοφόλι ή πληρώνετε σε μετρητά;

Χρησιμοποιώ το ηλεκτρονικό πορτοφόλι ☐ Πληρώνω σε μετρητά ☐

19) Έχετε υιοθετήσει ποτέ τις πληρωμές μέσω φορητών συσκευών (κινητού τηλεφώνου;)

ΝΑΙ ☐ ΟΧΙ ☐

20) Τι θεωρείτε ότι κερδίζετε με το να πραγματοποιείτε πληρωμές μέσω κινητών τηλεφώνων;

Χρόνο ☐ Άνεση, λόγω της εύκολης πρόσβασης ☐
Χρήμα ☐ εξυπηρέτηση όλο το 24ωρο ☐ ΔΓ/ΔΑ ☐

Άλλο _____

21) Τι συναλλαγές πραγματοποιείται μέσω κινητού τηλεφώνου;

22) Ποι	Ελεγχος τραπεζικού λογαριασμού	
	Αγορά σε κατάστημα	
	Scan ή φωτογράφιση του barcode ενός προϊόντος για την απόκτηση επιπλέον πληροφοριών	
	Μεταφορά χρημάτων σε ή από άλλο πρόσωπο	
	Επίδειξη «ψηφιακού εισιτηρίου» για την είσοδο σε κάποιο event, στο αεροδρόμιο κ.ά.	
	Απόκτηση προϊόντος ή κουπονιού μέσω «έξυπνων πόστερ» που περιέχουν ηλεκτρονικές ετικέτες ή barcodes	
	Αγορά/Πώληση μετοχών	
	Μεταφορά εκπτωτικού κουπονιού σε ή από άλλο πρόσωπο	
	Μεταφορά λεπτών ομιλίας από ή σε άλλο πρόσωπο	
	ΔΕ/ΔΑ	

ίται ότι είναι για εσάς η χρησιμότητα του ηλεκτρονικού χρήματος;

Δεν μεταφέρω επάνω μου μεγάλη ποσότητα χρημάτων

☐

Έχω ασφάλεια γιατί δεν μεταφέρω πολλά χρήματα επάνω μου

☐

Μπορώ να κάνω αγορές και πληρωμές όλο το 24ωρο

☐

Δεν κάθομαι στην ουρά για πληρωμές και γλιτώνω χρόνο

☐

Επωφελούμαι από τις επιστροφές χρημάτων με τη μορφή bonus διάφορων κ

☐

Δεν ταλαιπωρούμαι

☐

Όλα τα παραπάνω

☐

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΠΟΛΥ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ