



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	σελ.
ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΣΤΡΟΓΓΥΛΗΣ ΤΡΑΠΕΖΗΣ, <i>Το επόμενο –μεγάλο– βήμα: Πόσο έτοιμοι είμαστε;</i>	6
ΑΡΘΡΑ	
Α. ΤΣΑΜΗ, <i>Εξελίξεις, διαπιστώσεις και διλήμματα στη σύγχρονη ηλεκτρονική τραπεζική</i>	23
Σ. ΣΥΡΜΑΚΕΖΗ, <i>Όλα όσα θέλατε να μάθετε για τις ηλεκτρονικές πληρωμές και εισπράξεις</i>	27
Π. ΚΑΡΕΚΛΗ, <i>Επιπτώσεις του Internet στη λειτουργία και κερδοφορία των επιχειρήσεων</i>	41
Δ. ΜΑΥΡΟΓΙΑΝΝΗ, <i>Ασφάλεια ηλεκτρονικών συναλλαγών</i>	53
Δ. ΓΕΩΡΓΟΠΟΥΛΟΥ, <i>On-line εξυπηρέτηση πελατών: Ο καθοριστικός παράγοντας για την επιτυχία του e-banking</i>	56
Κ. ΓΙΑΝΝΑΚΟΠΟΥΛΟΥ, Ν. ΚΥΡΕΖΗ, <i>Ερευνα για την αξιολόγηση των τραπεζών μέσω των ιστοσελίδων τους</i>	60
<i>Εκτιμήσεις και προτάσεις για το μέλλον του Internet Banking</i>	71
Χ. ΓΚΟΡΤΣΟΥ, Κ. ΤΑΣΑΚΟΥ, <i>Το ευρωπαϊκό κοινοτικό δίκαιο για την ηλεκτρονική τραπεζική</i>	77
Γ. ΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ, <i>Internet Banking: Νομικά ζητήματα από τη διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών στο διαδίκτυο</i>	97
Α. ΜΗΤΡΑΚΑ, <i>Οι ηλεκτρονικές υπογραφές στο ευρωπαϊκό και ελληνικό δίκαιο</i>	109



ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΣΤΡΟΓΓΥΛΗΣ ΤΡΑΠΕΖΗΣ

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:
Χ. Α. Παπαδημητρίου

ΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ –ΜΕΓΑΛΟ– ΒΗΜΑ: ΠΟΣΟ ΕΤΟΙΜΟΙ ΕΙΜΑΣΤΕ;

Ποιοι παράγοντες θα επιτρέψουν να συνεχιστεί η μεγάλη πρόοδος στην ηλεκτρονική τραπεζική

Η ΕΙΣΟΔΟΣ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΛΥΣΕΩΝ, εφαρμογών και διευκολύνσεων στις τραπεζικές συναλλαγές δεν είναι, βεβαίως, κάποια νέα υπόθεση. Το διαφορετικό, σήμερα, βρίσκεται στις τεράστιες δυνατότητες, που προσφέρει η τεχνολογία για την άμεση και συνεχόμενη διασύνδεση της τραπεζικής πελατείας με όλα τα προϊόντα και υπηρεσίες του τραπεζικού συστήματος.

ΟΙ ΝΕΕΣ ΑΥΤΕΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ περιγράφονται με τον όρο ηλεκτρονική τραπεζική. Στην απλή της μορφή, η ηλεκτρονική συναλλαγή είναι πολύ γνωστή. Αυτόματες ταμειακές μηχανές σε όλα τα τραπεζικά καταστήματα, ηλεκτρονικές αγορές μέσω καρτών και τηλεφωνικές συναλλαγές προσφέρουν υπηρεσίες και που εφαρμόζονται ήδη με μεγάλη επιτυχία. Ακόμη και η τραπεζική μέσω του διαδικτύου αναπτύσσεται με αξιοσημείωτους ρυθμούς.

Η ΣΧΕΣΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΟΥΣ ενδύεται πλέον τις ανάγκες της εποχής και προσαρμόζεται στους ρυθμούς με τους οποίους εργάζεται η σύγχρονη, παγκοσμιοποιημένη και συνεχώς ανταγωνιστικότερη οικονομία. Συνεχής λειτουργία επί 24 ώρες και για τις 7 ημέρες της εβδομάδας, με παράλληλη εντυπωσιακή μείωση του χρόνου εκτέλεσης των εντολών. Και, βεβαίως, περιορισμό του κόστους.

ΟΣΟ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΑΛΛΑΖΕΙ, τόσο θα αλλάζει και η τραπεζική εργασία. Οι ηλεκτρονικές συναλλαγές και τα εναλλακτικά δίκτυα εξυπηρέτησης των πελατών ανοίγουν το δρόμο στην “άμεση” τραπεζική. Η μεγάλη αλλαγή που συνοδεύει τις προηγούμενες αφορά το ρόλο του καταστήματος, των τραπεζικών λειτουργιών και στελεχών.

ΑΞΙΖΕΙ ΝΑ ΣΗΜΕΙΩΣΟΥΜΕ ότι η σχέση πελάτη και τραπεζικού εκπροσώπου, παραδοσιακά μια σχέση εμπιστοσύνης, γίνεται ακόμη σπουδαιότερη. Ετσι, αντί να μειώνεται η σημασία της, σε όφελος κάποιου αόρατου ηλεκτρονικού “χεριού”, αποκτά ρόλο καθοριστικό. Κάθε σημείο επαφής είναι, ταυτόχρονα ένα κέντρο παροχής υπηρεσιών. Κάθε επαφή του πελάτη με τον εκπρόσωπο της τράπεζας δίνει δυνατότητα για την ανάπτυξη στενότερων σχέσεων, τη μεταφορά βαθύτερων γνώσεων και την προσφορά υπηρε-

σιών-εργαλείων. Το παραδοσιακό κατάσταση μετατρέπεται σταδιακά σε χώρο παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών, προσανατολισμού και ενημέρωσης του πελάτη.

ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ, όπως απεικονίζεται στη φιλική μορφή του Διαδικτύου (internet) προσφέρει πολλαπλές δυνατότητες εμπορικής ανάπτυξης των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Με το “ηλεκτρονικό χρήμα” να αποτελεί, εδώ και πολύ καιρό, μια καθημερινή συνήθεια ο δρόμος για ριζοσπαστικές αλλαγές έχει ανοίξει.

ΥΠΑΡΧΕΙ, ΒΕΒΑΙΩΣ, το κρίσιμο θέμα της ασφάλειας των συναλλαγών. Η πρόοδος είναι σημαντική και ραγδαία. Χρειάζεται όμως περισσότερη δουλειά για να πεισθούν όσοι δεν έχουν την εμπειρία των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Παράλληλα, άλλωστε, η καλύτερη παρακολούθηση και η συνεχής εξέλιξη των ηλεκτρονικών συστημάτων υποστηρίζει την εμπέδωση σχέσεων εμπιστοσύνης με τους πελάτες.

ΣΤΗ ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΠΟΥ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕ ΤΟ “ΔΕΛΤΙΟ” για το θέμα της ηλεκτρονικής τραπεζικής, η αισιοδοξία για την ανάπτυξη και διάδοση των νέων δυνατοτήτων είναι συγκρατημένη, ρεαλιστική αλλά καλά εμπεδωμένη στις μεγάλες δυνατότητες του ελληνικού τραπεζικού συστήματος. Η εκ παραλλήλου ανάπτυξη στη χώρα μας, στις επιχειρήσεις και στις ιδιωτικές κατοικίες ηλεκτρονικών δικτύων, μεγάλων και με χαμηλό κόστος καθώς και η εξοικείωση με το Διαδίκτυο θα οδηγήσουν με ασφάλεια στην εγκατάσταση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στις καθημερινές μας συνήθειες.

**ΣΤΗ ΣΥΖΗΤΗΣΗ
ΠΟΥ ΔΙΟΡΓΑΝΩΘΗΚΕ
ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΝΩΣΗ
ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ
ΤΡΑΠΕΖΩΝ
ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΝ
ΟΙ ΕΞΗΣ:**

ΓΙΩΡΓΟΣ ΑΡΩΝΗΣ, Γενικός Διευθυντής Λιανικής Τραπεζικής,
Εθνική Τράπεζα

ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΤΣΑΜΗΣ, Διευθυντής Διεύθυνσης Νέων Δικτύων,
Alpha Bank

ΝΙΚΟΣ ΠΑΥΛΙΔΗΣ, Γενικός Διευθυντής Τεχνολογίας και Οργάνωσης,
EFG Eurobank Ergasias

CHRISTIAN JACQUES, Αναπληρωτής Γενικός Διευθυντής,
Εμπορική Τράπεζα

ΣΩΤΗΡΗΣ ΣΥΡΜΑΚΕΖΗΣ, Διευθυντής Ηλεκτρονικής Τραπεζικής και Καρτών,
Τράπεζα Πειραιώς

Τη συζήτηση συντόνισε ο δημοσιογράφος ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ Α. ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ



ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Πώς συνδέουμε την πρόοδο που είχαμε στις τραπεζικές αλλαγές τα τελευταία χρόνια στη χώρα μας, με τις τεχνολογικές, τις ηλεκτρονικές, τις μηχανοργανωτικές λύσεις και τις ανάλογες επενδύσεις που έγιναν; Ποια είναι η σύνδεση που κάνει ο καθένας σας; Ποιος κύριος θα ήθελε να ξεκινήσει την κουβέντα;

Ν. ΠΑΥΛΙΔΗΣ:



Η πρόοδος που έχει συντελεστεί στο χώρο της τραπεζικής εξυπηρέτησης γενικά, βρίσκεται σε άμεση συνάρτηση τόσο με τις επενδύσεις όσο και με τις σημαντικές πρωτοβουλίες, που έχουν αναληφθεί στον ευρύτερο χώρο των ηλεκτρονικών συναλλαγών και του τραπεζικού διαδικτύου ειδικότερα. Το τραπεζικό διαδίκτυο εξασφαλίζει πληρέστερη εξυπηρέτηση στον πελάτη, του προσφέρει τη δυνατότητα να συναλλάσσεται με την τράπεζα απ' όπου βρίσκεται και σχεδόν χωρίς χρονικούς περιορισμούς. Πολλές φορές 24 ώρες επί 7 ημέρες της εβδομάδας.

Με την έννοια αυτή, έχει σημειωθεί ουσιαστική αναβάθμιση στην εξυπηρέτηση του πελάτη.

Βέβαια, οι εξελίξεις αυτές έγιναν αφορμή να επαναπροσδιορισθεί ο ρόλος, που διαδραματίζει σήμερα το πρωτεύον δίκτυο διανομής τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών, δηλαδή το τραπεζικό κατάστημα. Ειδικότερα, τα καταστήματα έχουν χάσει πλέον το διεκπεραιωτικό τους ρόλο. Στρέφονται τώρα πιο πολύ σε εργασίες, που χρειάζονται περισσότερη και καλύτερη διαπροσωπική επικοινωνία, μια επαφή “πρόσωπο με πρόσωπο” μεταξύ πελάτη και τραπεζικού εκπροσώπου. Κάτι εξαιρετικά αναγκαίο για τον πελάτη όταν πρόκειται να αγοράσει σύνθετα τραπεζικά προϊόντα ή όταν αναζητά συμβουλές.

Ετσι, ενώ τα ηλεκτρονικά κανάλια και γενικότερα τα εναλλακτικά δίκτυα αναλαμβάνουν τη συνήθη εξυπηρέτηση του πελάτη, τα δίκτυα καταστημάτων των τραπεζών επικεντρώνουν τις προσπάθειές τους στην προώθηση πωλήσεων και την παροχή συμβουλών.

Α. ΤΣΑΜΗΣ:



Να ξεκαθαρίσουμε τη διάκριση μεταξύ τραπεζικών και ηλεκτρονικών συναλλαγών. Τραπεζικές συναλλαγές σημαίνει εξυπηρέτηση. Εκτός όμως από την εξυπηρέτηση σημαίνει πώληση προϊόντων και υπηρεσιών. Σημαίνει παροχή συμβουλών. Αυτά, με δύο λόγια, προσφέρει η κλασική μορφή του τραπεζικού καταστήματος.

Από την άλλη πλευρά, η ηλεκτρονική τραπεζική μιλά για εξυπηρέτηση και μπορούμε σε αυτό να συμπεριλάβουμε και το ηλεκτρονικό εμπόριο, τα θέματα συναλλαγών “business to business” και, βεβαίως, για την πώληση πολύ τυποποιημένων πραγμάτων, όπως είναι να μπορεί ο πελάτης να βρίσκει προϊόντα και υπηρεσίες “στο ράφι”.

Αρα, αν συμφωνήσουμε σε αυτούς τους δύο ορισμούς, η πρόοδος της ηλεκτρονικής τραπεζικής φαίνεται στο αποτέλεσμα. Επιτρέπει την έξοδο από το παραδοσιακό κατάστημα, όπως είτε και ο κ. Παυλίδης προηγουμένως. Κάποτε για το σύνολο των συναλλαγών ή έστω για ένα πολύ μεγάλο μέρος των συναλλαγών. Ωστε να μείνει στο κατάστημα εκείνο που είναι το σπουδαιότερο για ένα τραπεζικό κατάστημα, δηλαδή την πώληση των “δυσκολότερων” προϊόντων και, κυρίως, οι συμβουλές για τα δύσκολα προϊόντα και υπηρεσίες. Τελικά, το κατάστημα θα είναι ο χώρος όπου θα προωθούνται, θα φυλλάγονται και θα εξυπηρετούνται οι πελάτες για σύνθετες υπηρεσίες και προϊόντα.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Να σταθούμε στην εμπειρία που υπάρχει στην πώληση καταναλωτικών τραπεζικών προϊόντων. Η ηλεκτρονική τραπεζική διευκόλυνε την πώλησή τους; Συνδυάζεται με την παραδοσιακή επίσκεψη που κάνει ο πελάτης στο τραπεζικό κατάστημα;

Γ. ΑΡΩΝΗΣ:



Νομίζω ότι το θέμα καλύφθηκε πολύ καλά και από τους δύο συναδέλφους, που μίλησαν προηγουμένως. Είναι πράγματι σημαντικό να κατανοήσουμε κατά πόσο η καινούργια τεχνολογία βοήθησε στην ανάπτυξη ορισμένων προϊόντων και υπηρεσιών. Ο αιώνας που πέρασε σηματοδότησε τη ραγδαία ανάπτυξη των τραπεζικών εργασιών που έγινε χέρι με χέρι μαζί με την τεχνολογία.

Η τεχνολογία που συνδέεται με τον τραπεζικό χώρο, αναπτύχθηκε ταυτόχρονα και βοήθησε ώστε να αποκτήσουμε καινούργια προϊόντα, νέες υπηρεσίες κ.λπ. Αυτό, στις ημέρες μας, με τις αυξημένες απαιτήσεις να είναι δυσκολότερο να καλυφθούν, τον περιορισμένο χρόνο και τις διαφοροποιημένες ανάγκες, όπως σημείωσε ο κ. Τσάμης, η δυνατότητα εξυπηρέτησης ενός πελάτη με τη χρήση εναλλακτικών τρόπων, αποτελεί ένα σοβαρό συμπλήρωμα των υπηρεσιών που οι τράπεζες προσφέρουν και που παραδοσιακά περνούσαν απαραίτητα μέσα από το τραπεζικό κατάστημα.

Η εξέλιξη αυτή έχει δύο χαρακτηριστικά. Το ένα χαρακτηριστικό είναι το κόστος. Τις ίδιες υπηρεσίες, άλλος τις αγοράζει από το ράφι, ενώ κάποιος άλλος δεν χρειάζεται ούτε να ταξιδεύσει. Έτσι, δεν χρειάζεται να απασχοληθεί ο υπάλληλος της τράπεζας. Κάτι που κατέστησε τις συναλλαγές πιο φτηνές και πιο προσιτές στη μάζα. Το δεύτερο είναι η ευκολία πρόσβασης και οι δυνατότητες να επιλέγει κάποιος συγκρίνοντας πολλά προϊόντα την ίδια στιγμή από διαφορετικές τράπεζες.

Ομως, μια σημαντική ερώτηση που πρέπει να απαντήσουμε, είναι σε ποιους απευθύνονται τα νέα αυτά προϊόντα. Γιατί, φοβάμαι, ότι ο σωστός τρόπος δεν είναι να μετατρέψουμε σε “ηλεκτρονικό προϊόν” τα πάντα. Κάτι τέτοιο θα οδηγούσε σε στρεβλώσεις. Δεν μπορεί, για παράδειγμα, ένα κανάλι να καλύπτει ταυτόχρονα τη μεγάλη επιχείρηση και τον πελάτη



ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

της λιανικής. Χρειάζεται λοιπόν segmentation και κατηγοριοποίηση του ευρύτερου τραπεζικού κοινού.

Να εξηγήσω, στο σημείο αυτό, ποια μπορεί, κατά τη γνώμη μου να είναι η τραπεζική του μέλλοντος. Θα περιλαμβάνει τη διαφοροποίηση των μαζικών συναλλαγών. Γιατί νομίζω πως είναι αυτονόητο για όλες τις μεγάλες τράπεζες ο στόχος της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι μια κρίσιμη μάζα πελατών. Εκείνος που θα επιτύχει στο μέλλον θα είναι εκείνος που θα βρει τρόπο να κατηγοριοποιήσει τη μεγάλη μάζα και θα καλύψει συγκεκριμένες ανάγκες, εντός των πλαισίων του προβληματισμού που υπάρχει σήμερα για τον προσδιορισμό των κατηγοριών και την εξυπηρέτηση που χρειάζονται.

Σ. ΣΥΡΜΑΚΕΖΗΣ:



Θα διαφωνήσω σε ορισμένα σημεία με τον κ. Παυλίδη και θα είμαι πιο κοντά στον κ. Τσάμη, με την έννοια ότι ο πρώτος μίλησε σε αόριστο και παρακείμενο χρόνο ενώ ο κ. Τσάμης στο μέλλοντα. Θα συμφωνήσω γενικότερα και επί της αρχής σχετικά με το τι περιμένουμε να συμβεί από τη χρήση των ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών. Με τη διαφορά ότι δεν έχουμε δει ακόμα τα οφέλη, που ορθώς περιέγραψε ο κ. Παυλίδης. Τα οποία είμαι βέβαιος ότι θα τα δούμε στο μέλλον, όπως θα συζητήσουμε και στη συνέχεια.

Με τη λογική αυτή, για να συνεχίσω στην τοποθέτηση του κ. Αρώνη, αυτό που μας λείπει σήμερα, για να καταγράψουμε τα αποτελέσματα αυτά, είναι η γνώση της κρίσιμης μάζας στον αριθμό των χρηστών και στο βαθμό χρήσης από τους πελάτες, έτσι ώστε να δούμε στην πραγματικότητα τα εν λόγω οφέλη. Όταν έρθει η ώρα της κρίσιμης μάζας – και δεν είναι μακριά – τότε θα μετρήσουμε στην πράξη όλα τα οφέλη.

Αυτό που επίσης πρέπει να δούμε, είναι τα έμμεσα οφέλη. Έτσι, στο χώρο του internet διεκπεραιώνουμε λ.χ. πληρωμές με πιστωτική κάρτα. Γενικότερα δε, η ίδια υποδομή εξυπηρετεί πληρωμές με κάρτα όταν κάρτα και πελάτης δεν είναι παρόντες (λ.χ. τηλεφωνικά). Εκεί μπορούμε να διαπιστώσουμε πόσο το internet μπορεί να συντελέσει στην κατεύθυνση της δημιουργίας επιπλέον εσόδων.

Υπάρχουν λοιπόν έμμεσα οφέλη, που μπορούν να συντελέσουν κατευθείαν στη βελτίωση των αποτελεσμάτων της τράπεζας, με συγκεκριμένα έσοδα από προμήθειες και άλλες μορφές. Πράγματα που θα συντελέσουν ουσιαστικά στην αύξηση των αποτελεσμάτων.

C. JACQUES:

Θα ήθελα να επανέλθω σε ένα διαχωρισμό που διατυπώθηκε, γιατί νομίζω ότι συμμερίζομαστε όλοι την ίδια προβληματική. Οι συναλλαγές, κυρίως αυτές που εκτελούνται στο κατάστημα, αντιπροσωπεύουν ένα κόστος για τις τράπεζες. Γενικά, δυσκολεύονται να το αξιοποιήσουν, να το θεωρήσουν προσφερόμενη υπηρεσία προς τον πελάτη.



Στη διάρκεια των τελευταίων χρόνων, οι τράπεζες έγιναν περισσότερο επιχειρήσεις επεξεργασίας πληροφοριών. Προικίζονται με συστήματα πληροφορικής, που γίνονται ολοένα και ισχυρότερα. Το πρόβλημα, για όλες τις τράπεζες, είναι να επιτύχουν μείωση του κόστους, ώστε να μπορέσουν να γίνουν πιο ανταγωνιστικές. Και, φυσικά, κάτι το οποίο έχουμε διαπιστώσει όλοι, είναι ότι αυτή η πληροφορία ακόμη κι αν είναι μηχανογραφημένη, περνάει μέσα και πάντα από το κατάστημα, από ένα άτομο.

Αυτό το άτομο το οποίο μέσα από τις εργασίες που έκανε στο παραδοσιακό κατάστημα, πρόσθετε πολύ μικρή αξία στο προϊόν ή την υπηρεσία. Προσωπικά, είμαι πεπεισμένος ότι βρισκόμαστε στην αρχή μιας βαθιάς αλλαγής. Αργά ή γρήγορα, όλες οι συναλλαγές θα πραγματοποιούνται από τους ίδιους τους πελάτες. Αυτό αλλάζει βαθιά τη φύση της σχέσης που έχουμε με τους πελάτες μας, ακόμα και την ίδια την οργάνωση του καταστήματος που θα πρέπει να συνεχίσει να υφίσταται, αλλά με διαφορετικό τρόπο. Πιστεύω ότι το e-banking ανήκει στη μελλοντική πορεία των τραπεζών, αλλά νομίζω ότι σήμερα δεν έχουμε δει ακόμα τις συνέπειες σε ό,τι αφορά τις οργανωτικές διαστάσεις.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Υπάρχει, όμως, μια εμπειρία από τις εφαρμογές που έγιναν στις τράπεζες χάρις στην ηλεκτρονική επανάσταση. Πώς αξιολογείτε την πρόοδο στον τομέα αυτόν και πώς τη συνδέετε με την ανάπτυξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής;

Γ. ΑΡΩΝΗΣ:

Δεν ξεκινάμε σήμερα. Γνωρίζουμε όμως τι έγινε, να αναφέρω ένα παράδειγμα, με τη Citibank, η οποία είναι μεταξύ των πρωτοπόρων σε θέματα λιανικής τραπεζικής. Όταν, την προηγούμενη δεκαετία, θέλησαν να φτιάξουν μια τράπεζα που θα δουλεύει αποκλειστικά με το νέο, ηλεκτρονικό, τρόπο και όχι με τον παραδοσιακό, οδηγήθηκαν σε μια τράπεζα καθαρά ηλεκτρονικής τραπεζικής. Όμως, μετά ορισμένα χρόνια, συνειδητοποίησαν ότι επρόκειτο μάλλον για άσκηση, η οποία ποτέ δεν θα μπορούσε να γίνει κερδοφόρα. Ένα άλλο γεγονός που δεν πρέπει να ξεχνάμε είναι ότι ενώ, τα προηγούμενα χρόνια, πιστεύαμε ότι ο αριθμός των καταστημάτων θα μειωνόταν, τώρα βλέπουμε, και στην Αμερική, αλλά και στην Ευρώπη, τράπεζες να αυξάνουν τον αριθμό των καταστημάτων τους.

Χρησιμοποιώντας λοιπόν τη μέχρι σήμερα εμπειρία μας, βλέπουμε ότι η ηλεκτρονική τραπεζική, από μόνη της, το πιθανότερο είναι ότι δεν θα μπορέσει να σταθεί. Και από την πλευρά της κερδοφορίας, αλλά και σε σχέση με την κουλτούρα των πελατών μας. Οι οποίοι πιστεύουν ότι μέσα από μια διαπροσωπική σχέση, θα έχουν την καθοδήγηση που χρειάζονται για να επιλέξουν το κατάλληλο στεγαστικό δάνειο, ή να τους βοηθήσουμε να αποφασίσουν πού θα τοποθετήσουν τα χρήματά τους. Η πραγματικότητα αυτή πρέπει να συγκριθεί με την αντιμετώπιση που έχει ο πελάτης όταν



ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

επικοινωνεί με το “μηχάνημα”. Έτσι εννοώ τον προβληματισμό που χρειάζεται να κάνουμε προκειμένου να προσεγγίσουμε τις ανάγκες του μεγάλου αριθμού των πελατών μας. Προσωπικά δεν είμαι αισιόδοξος ότι είμαστε κοντά στο στόχο της κρίσιμης μάζας για την ηλεκτρονική τραπεζική. Το δεύτερο σημείο συνδέεται με τον προβληματισμό σχετικά με το κατά πόσον η ηλεκτρονική τραπεζική θα είναι ένα ακόμα κανάλι εξυπηρέτησης και θα απευθύνεται σε συγκεκριμένη κατηγορία πελατών. Όπως λέμε σήμερα στον πελάτη ότι υπάρχει το κατάστημα, το ATM έξω από αυτό, έτσι μπορούμε να προσθέσουμε ένα εργαλείο για όποιον είναι εξοικειωμένος με τον υπολογιστή και το διαδίκτυο. Στον τελευταίο αυτόν προσφέρουμε μια ακόμη δυνατότητα να μπορεί δηλαδή μέσα από το PC να κάνει τις τραπεζικές του συναλλαγές.

Αυτή είναι η μία λογική γραμμή. Η άλλη είναι ότι ένας πελάτης του internet banking μπορεί να κάνει τα πάντα με αυτό και, αν το χρειαστεί, μέσα από την κατάλληλη διόδευση μπορεί να υπάρξει και ο κατάλληλος άνθρωπος για μια προσωπική συνομιλία.

Προσωπικά, είμαι υπέρ της πρώτης άποψης. Πιστεύω ότι μόνο συμπληρωματικά στα άλλα μέσα μπορεί να δουλέψει η ηλεκτρονική τραπεζική. Και, κυρίως, σε εργασίες που μπορούν να γίνονται φθηνότερα και με ευκολία. Τόσο για την τράπεζα, από άποψη κόστους αλλά και από τον πελάτη, σε θέματα πρόσβασης στο ηλεκτρονικό τραπεζικό δίκτυο.

Ν. ΠΑΥΛΙΔΗΣ:

Το θέμα του κόστους και γενικότερα των οικονομικών δεδομένων της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι αρκετά σύνθετο.

Το κόστος δημιουργίας και λειτουργίας ενός καναλιού ηλεκτρονικών συναλλαγών είναι σημαντικό. Η διατήρηση ενός καναλιού σε λειτουργία, προϋποθέτει ένα ελάχιστο αριθμό πελατών που το χρησιμοποιεί τακτικά. Σήμερα είναι αλήθεια, ότι ίσως σε κανένα κανάλι δεν έχει εξασφαλισθεί ο κρίσιμος αυτός αριθμός πελατών. Παραμένει επομένως για τις τράπεζες το ερώτημα πώς θα εξασφαλίσουν την ‘κρίσιμη μάζα’ πελατείας για τη λειτουργία των καναλιών ηλεκτρονικής τραπεζικής, internet ή mobile που προσφέρουν.

Είναι επίσης σαφές ότι οι τράπεζες στην προσπάθειά τους να μειώσουν τα κόστη λειτουργίας καναλιών ηλεκτρονικής τραπεζικής και γενικότερα εναλλακτικών καναλιών, θα πρέπει να αναλύσουν προσεκτικά τις προτιμήσεις της πελατείας τους στη χρήση των καναλιών αυτών και να περιορίσουν την προσφορά τους σε εκείνους που τα θεωρούν ιδιαίτερα απαραίτητα. Με άλλα λόγια θα παύσουν να προσφέρουν σε όλους όλα, θα τμηματοποιήσουν την πελατεία τους και με βάση την προτίμηση σε κανάλια εξυπηρέτησης και θα σχεδιάσουν την προσφορά τους ανάλογα.

Κάτι ακόμη στο σημείο αυτό για τα οικονομικά των καναλιών. Λέμε ότι το

κόστος ανά μονάδα, ενός εναλλακτικού καναλιού όπως το internet, είναι χαμηλό σε σχέση με την εξυπηρέτηση του πελάτη στο κατάστημα. Όμως το τελικό συνολικό κόστος ενδεχομένως υποεκτιμάται, στο βαθμό που δεν λαμβάνεται υπόψη η παράμετρος της ευκολίας με την οποία μπορεί κανείς να χρησιμοποιήσει τη δυνατότητα που του δίνει το εναλλακτικό κανάλι. Μπορεί δηλαδή να γίνουν πολύ περισσότερες δοσοληψίες από όσες θα γίνονταν αν δεν ήταν διαθέσιμο το ηλεκτρονικό κανάλι. Στη συμβατική τραπεζική θα το σκεφθεί κανείς να πάει στην τράπεζα πολλές φορές μέσα σε μια εβδομάδα για να μάθει το υπόλοιπο του λογαριασμού του. Στο internet αυτό είναι εξαιρετικά εύκολο. Το ίδιο το μέσο τον ενθαρρύνει.

Συμπερασματικά, τα συνολικά οικονομικά της ηλεκτρονικής τραπεζικής θα χρειαστεί να τα μελετήσουμε παραπάνω. Πιστεύω ότι βρισκόμαστε σε μία φάση που δεν έχουμε εξασφαλίσει κρίσιμη μάζα για τη λειτουργία των διαφόρων καναλιών. Παρ' όλα αυτά θα δούμε τις τράπεζες να διαθέτουν τη χρήση των καναλιών τους επιλεκτικά σε συγκεκριμένους πελάτες αποφεύγοντας να προσφέρουν σε όλους όλα.

C. JACQUES:

Πιστεύω ότι ένα από τα μεγαλύτερα όρια της τεχνολογίας είναι καταρχήν η αποδοχή της από τους άνδρες και τις γυναίκες. Έχετε δικίο να λέτε ότι πρέπει να παίρνουμε υπόψη μας αυτό το οποίο επιθυμεί ο πελάτης. Πιστεύω επίσης ότι χρειάζεται ένα δίκτυο καταστημάτων αλλά είμαι πεπεισμένος ότι σε 10 χρόνια όταν θα μπαίνουμε σε ένα τραπεζικό κατάστημα, θα το επισκεπτόμαστε για τελείως διαφορετικούς λόγους από ό,τι σήμερα. Το επάγγελμά μας αλλάζει, θα πρέπει να προσαρμοστούμε σε αυτή την κατάσταση.

Για παράδειγμα, σήμερα και εδώ και 10 χρόνια στην Crédit Agricole, στο Παρίσι και όχι μόνο στο Παρίσι υπάρχουν καταστήματα που δεν έχουν ταμεία. Όταν, δηλαδή, ο πελάτης μπαίνει σε ένα κατάστημα για να κάνει κάποιες συναλλαγές έχει τη δυνατότητα να κάνει τα πάντα μέσω των μηχανημάτων. Στην πραγματικότητα, το κατάστημα έγινε συμβουλευτική ζώνη. Και επίσης παρατηρήσαμε ότι όλο και περισσότερο οι πελάτες αυτών των καταστημάτων κάνουν χρήση όλων των υπηρεσιών εξ αποστάσεως. Και νομίζω ότι αυτό αλλάζει θεμελιωδώς την πελατειακή σχέση και αποϋλοποιεί ακόμα περισσότερο τις εργασίες μας.

N. ΠΑΥΛΙΔΗΣ:

Βέβαια στη Γαλλία ο βαθμός εξοικείωσης με τη διενέργεια εργασιών ηλεκτρονικά είναι εξαιρετικά υψηλός σε σχέση με αυτόν που συναντάμε στην Ελλάδα. Βλέπουμε όμως ήδη και στη χώρα μας, μικρά καταστήματα πλήρως αυτοματοποιημένα, εξοπλισμένα δηλαδή με τεμαχικά αυτο-εξυπηρέτησης.



ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Ποιοι, ειδικότερα, παράγοντες θα επιτρέψουν την ανάπτυξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής; Πόσο κοντά είμαστε στο “μεγάλο βήμα”; Και, βεβαίως, πόσο έτοιμοι είναι οι πελάτες για να εκμεταλλευθούν τις νέες υπηρεσίες;

Α. ΤΣΑΜΗΣ:

Το κλειδί βρίσκεται στις γενιές που έρχονται. Γιατί οι νέες γενιές με την εξοικείωση που έχουν στις νέες τεχνολογίες είναι βέβαιο ότι θα χρησιμοποιήσουν και επομένως θα προωθήσουν τα δίκτυα αυτά πολύ περισσότερο, πολύ ταχύτερα από ό,τι εμείς σήμερα.

Ο δεύτερος παράγων είναι η τεχνολογία. Η τεχνολογία που συνδέεται:

- με την ευκολία του πελάτη να χρησιμοποιεί και να βρίσκει τη συσκευή που του χρειάζεται για να πραγματοποιήσει ηλεκτρονικές συναλλαγές
- με την ταχύτητα στις συναλλαγές γιατί ηλεκτρονικές συναλλαγές που δεν γίνονται γρήγορα θα απομακρύνουν τους πελάτες από την ηλεκτρονική τραπεζική
- με την ασφάλεια και την αξιοπιστία, που είναι ιδιαίτερα σημαντικοί παράγοντες για την πρόοδο της ηλεκτρονικής τραπεζικής
- με το κόστος των συστημάτων που απαιτούνται για να λειτουργήσει η ηλεκτρονική τραπεζική και τέλος
- με τη διαθεσιμότητα της υπηρεσίας 24x7=365 ημέρες από οπουδήποτε.

Άλλοι παράγοντες είναι:

- το θεσμικό πλαίσιο. Οι νόμοι σήμερα δεν είναι και τόσο ξεκάθαροι ή πλήρεις σε σχέση με τα εναλλακτικά δίκτυα και τη χρήση τους
- η σωστή ενημέρωση των πελατών. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης πρέπει να αποκτήσουν καλή γνώση της ηλεκτρονικής τραπεζικής για να μπορούν να ενημερώνουν σωστά το κοινό τους
- η καλλιέργεια θετικής στάσης του δημόσιου τομέα στη χρήση ηλεκτρονικών συναλλαγών για την εξυπηρέτηση των αναγκών των πολιτών
- η άμεση υποστήριξη των πελατών όταν έχει προβλήματα με τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ο πελάτης των εναλλακτικών δικτύων που πραγματοποιεί γρήγορα και απλά τις συναλλαγές του είναι φυσικό να απαιτεί το πρόβλημά του να λύνεται εδώ και τώρα
- η τιμολόγηση των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Το θέμα είναι κρίσιμο. Τιμολόγηση πρέπει να υπάρχει στο βαθμό όμως που δεν θα απομακρύνει τον πελάτη από την ηλεκτρονική τραπεζική.

Γ. ΑΡΩΝΗΣ:

Δεν νομίζω ότι υπάρχει ερωτηματικό σε ό,τι αφορά τις συναλλαγές που αποκαλούμε ταμιακές. Είναι θέμα χρόνου. Η εμπειρία μου από την Ολλανδία, όπου εργαζόμουν το 1991, μου θυμίζει ότι στα περισσότερα καταστήματα ήδη δεν υπήρχαν ταμεία, δεν υπήρχαν tellers.

Είναι σίγουρο ότι σταδιακά εκεί οδηγούμαστε. Το βλέπουμε όλοι στις

τράπεζες όπου, ήδη, ένα μεγάλο ποσοστό των συναλλαγών έχει περάσει μέσα από τα ΑΤΜ. Στην Εθνική Τράπεζα πάνω από μία στις τρεις συναλλαγές γίνεται μέσω των αυτόματων μηχανών (ΑΤΜ).

Το θέμα είναι αυτό που λέμε ηλεκτρονική τραπεζική, τα καινούργια μέσα, το internet, το mobile banking και όλα αυτά. Αναζητούμε κατά πόσο όλα τούτα θα αποκτήσουν την κρίσιμη μάζα ανάπτυξης. Σε ποιους απευθύνονται; Διότι σήμερα προσφέρουμε τις υπηρεσίες αυτές δωρεάν, όταν στην Εθνική, για παράδειγμα, έχουμε 250 χιλιάδες συναλλαγές το μήνα μέσω internet banking. Τι σημαίνει αυτό; Όχι, υποχρεωτικώς, πολλά. Δηλαδή, αν εγώ ο οποίος θα έβλεπα μία φορά το μήνα το υπόλοιπό μου, μπαίνω κάθε μέρα και βλέπω το υπόλοιπο επειδή έχω πρόσβαση δωρεάν, αυτό δεν λέει τίποτα.

Το ευρώ βοήθησε ώστε σταδιακά και το πλαστικό χρήμα – όλες οι τράπεζες έχουν εκδώσει χιλιάδες έως εκατομμύρια κάρτες – να αντικαταστήσει ένα σημαντικό τμήμα των συναλλαγών.

Όλα αυτά λοιπόν, σταδιακά καταργούνται και αλλάζουν. Όπως είναι σίγουρο ότι ένα τμήμα των συναλλαγών, που θα μεγαλώνει καθώς οι νέες γενιές θα συμμετάσχουν στην τραπεζική, θα γίνει ηλεκτρονικά. Παραμένει όμως να αιωρείται το ερώτημα για το χρόνο που θα πάρει και αν τελικά θα γίνουμε ηλεκτρονικοί τραπεζικοί.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Ενα από τα σπουδαιότερα θέματα για την ανάπτυξη του e-banking είναι και η ασφάλεια των συναλλαγών. Ποια βήματα έχουν γίνει και πώς αντιμετωπίζετε το ζήτημα αυτό;

Σ. ΣΥΡΜΑΚΕΖΗΣ:

Το θέμα της ασφάλειας είναι σχετικό με τους λόγους που αποθαρρύνουν το κοινό και απασχολεί όλους εμάς που εργαζόμαστε στο χώρο του e-banking. Είναι αλήθεια ότι υπάρχει πρόβλημα στην αντίληψη του χρήστη και στην κατανόηση που έχει για το θέμα της ασφάλειας.

Το αποτέλεσμα είναι ότι ενώ έχουμε ένα δίκτυο, ένα κανάλι εξυπηρέτησης το οποίο είναι από πολλές απόψεις πιο ασφαλές απ' ό,τι είναι άλλα κανάλια που θεωρεί ο κόσμος ως πιο ασφαλή – όπως το ΑΤΜ – η τελική αντίδραση του πελάτη – την οποία βλέπουμε και μέσα από τα ερωτηματολόγια που κάνουμε μέσω internet ή μέσω έρευνας αγοράς κ.λπ. – είναι ότι όντως έχει πρόβλημα στη χρήση αυτών των υπηρεσιών γιατί τα θεωρεί (χωρίς να τα έχει ψάξει) ότι δεν είναι ασφαλή.

Από την άλλη πλευρά, βέβαια, η αλήθεια είναι ότι, καθώς περνάει ο καιρός, υπάρχουν κρούσματα τέτοια τα οποία αρχίζουν και τεκμηριώνουν σιγά σιγά την αντίληψη αυτή που έχουν οι πελάτες.



ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

C. JACQUES: Έχετε δίκιο. Νομίζω ότι το αίσθημα της ανασφάλειας είναι πολύ πιο σημαντικό από το αίσθημα της ασφάλειας.

Σ. ΣΥΡΜΑΚΕΖΗΣ: Τώρα από εκεί και πέρα για τους υπόλοιπους παράγοντες – και για να κλείσουμε το θέμα της ασφάλειας – η ενίσχυση της αντίληψης που έχει ο πελάτης σχετικά με το τι είναι ασφαλές και τι δεν είναι, είναι κάτι το οποίο, θέλουμε δεν θέλουμε, περνάει από τα χέρια τα δικά μας, είναι από τις πρώτες προτεραιότητες που έχουμε το να αλλάξουμε αυτήν τη νοοτροπία που έχουν οι πελάτες.

Όσον αφορά τους υπόλοιπους παράγοντες ανάπτυξης της ηλεκτρονικής τραπεζικής και πώς αυτοί μπορούν να συντελέσουν, για να το συνδέσω και με το προηγούμενο, στο μέλλον της, εγώ δύο πράγματα θέλω να πω.

Ξεκινώντας από την πολύ σωστή παρατήρηση του κ. Παυλίδη σχετικά με το right channeling, πώς θα κατευθύνεις δηλαδή τις σωστές συναλλαγές σε κάθε κανάλι και τους κατάλληλους χρήστες σε κάθε κανάλι – και αυτό είναι κάτι που οι τράπεζες θα το κάνουν με αυτήν ακριβώς την έννοια: κατεύθυνση και καθοδήγηση – θα πρέπει να δούμε ποια είναι η προστιθέμενη αξία που κάθε κανάλι μπορεί να δώσει και στον πελάτη και στη συναλλαγή.

Ετοι λοιπόν, κάποιοι συνδυασμοί υπηρεσιών τραπεζικών με υπηρεσίες μη τραπεζικές είναι αυτοί που πραγματικά θα δώσουν αξία και θα κάνουν τον κατάλληλο χρήστη να εκτιμήσει ακόμα περισσότερο αυτήν την υπηρεσία. Τέτοιο παράδειγμα είναι το instant messaging στο internet. Παράδειγμα άλλο είναι το να αγοράσεις air-time με το κινητό σου τηλέφωνο το οποίο χρησιμοποιείς ταυτόχρονα για να κάνεις τραπεζικές συναλλαγές.

Όσο πιο πολύ συνυφαίνεται δηλαδή το μέσο το οποίο χρησιμοποιεί ο πελάτης με την πραγματική χρήση του μέσου και στη συνέχεια την τραπεζική του χρήση, τόσο περισσότερη αξία θα αρχίσει να βρίσκει και ο ίδιος ο πελάτης. Και για να συμπληρώσω αυτά που είπε ο κ. Τσάμης σχετικά με τα χαρακτηριστικά μιας υπηρεσίας e-banking, θα προσθέσω ότι το πώς πρέπει να αλληλοσυμπληρώνονται τα δίκτυα μεταξύ τους: πώς θα κάνω κάτι στο internet και στη συνέχεια αυτό θα συμπληρωθεί από το call center της τράπεζας, πώς θα πάρω ένα μήνυμα στο κινητό μου τηλέφωνο, το οποίο θα αποτελεί απόδειξη ότι έκανα μία συναλλαγή στο internet και άλλα τέτοια πράγματα.

Επίσης, πολύ μεγάλη σημασία έχει ο ρόλος που παίζουν τα καταστήματα στην προσέγγιση των πελατών και στην εγγραφή τους στις υπηρεσίες αυτές. Πώς δεν θα φοβούνται ότι θα χάσουν τη δουλειά τους, ότι θα φύγει ο κόσμος από τα καταστήματα και δεν θα μπορούν να πουλήσουν τα προϊόντα της τράπεζας και όλα αυτά τα πράγματα.

Τέλος, πολύ σημαντικές είναι οι διαδικασίες με τις οποίες υποστηρίζεται μία τέτοια υπηρεσία από την τράπεζα. Οτι δηλαδή ο πελάτης πρέπει άμε-

σα να αποκτά πρόσβαση στις υπηρεσίες αυτές και πρέπει άμεσα να μπορεί να τις χρησιμοποιήσει χωρίς να περιμένει να κάνει αιτήσεις και να κάνει πράγματα που δεν ταιριάζουν σε αυτά τα μέσα.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Να μην ξεχνούμε όμως ότι το e-banking είναι πολύ χρήσιμο. Ο πελάτης μπορεί να το χρησιμοποιήσει και ως μέσο ενημέρωσης προκειμένου να λάβει κάποια απόφαση. Επομένως, το internet banking μάς πηγαίνει πέρα από την απλή διεκπεραίωση μιας συναλλαγής. Μπορούμε, από το συνδυασμό αυτόν, να περιμένουμε κάποια διαφορετική εξέλιξη για τα νέα τραπεζικά μέσα;

Α. ΤΣΑΜΗΣ:

Ενα σχόλιο σχετικά με το προηγούμενο θέμα. Όταν λέμε για διαφορετικά κανάλια, εννοούμε την ηλεκτρονική τραπεζική που γίνεται μέσω του internet, του τηλεφώνου σταθερού ή κινητού, των ATM κ.λπ. Τα δίκτυα αυτά λειτουργούν σαν μία ομπρέλα και ο πελάτης μπορεί να χρησιμοποιεί ανάλογα κάθε ένα από αυτά. Εκείνο που κάνει τη διαφορά είναι οι υπηρεσίες. Άλλες ανάγκες έχει ο ιδιώτης, άλλες η μικρομεσαία επιχείρηση και άλλες η μεγάλη εταιρεία.

Τώρα στο συγκεκριμένο ερώτημα. Πιστεύω ότι οι πελάτες θα χρησιμοποιούν, για αρκετά ακόμα χρόνια, την ηλεκτρονική τραπεζική για εργασίες που είναι απλές και κυρίως για εργασίες που επαναλαμβάνονται. Απλή εργασία είναι η αίτηση για απόκτηση κάρτας αλλά και η αναζήτηση πληροφοριών για στεγαστικό δάνειο.

Ν. ΠΑΥΛΙΔΗΣ:

Πληροφορίες θα μπορεί να πάρει, αλλά επειδή η λήψη ενός στεγαστικού δανείου είναι μια σοβαρή απόφαση στη ζωή μιας οικογένειας, ο άνθρωπος δεν είναι ίσως έτοιμος ακόμη να πειστεί για την ορθότητα των επιλογών του από μια γενική ενημέρωση που βρίσκει μέσα στο internet αλλά αποζητά τη συμβουλή του εξειδικευμένου στελέχους, που θα απαντήσει πειστικά στα ερωτήματα και τις απορίες του.

Α. ΤΣΑΜΗΣ:

Συμφωνώ. Μπορεί να περιμένουμε μέσα από το internet το πρώτο κύμα γνώσης, την πρώτη αν θέλετε ένδειξη, αλλά οι σύνθετες συναλλαγές θα γίνονται από το φυσικό κατάστημα.

Γ. ΑΡΩΝΗΣ:

Κάποια στιγμή προβληματιζόμουν, λέω εντάξει ας το δίνουμε τσάμπα, δεν το συζητάμε ότι η χρήση θα είναι συνέχεια αυξανόμενη. Κάποια στιγμή σκεφτόμουν όταν θα πρέπει να τιμολογήσουμε αυτήν την υπηρεσία, τι θα πρέπει να προσφέρουμε σε αυτόν ώστε να είναι διατεθειμένος να πληρώσει.



ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

Είχαμε μάλιστα κάνει την εκτίμηση πως όταν θα δίναμε το statement του πελάτη θα έπρεπε να υπολογίζουμε την προστιθέμενη αξία για τον ίδιο τον πελάτη. Ερεύνησα λοιπόν σε άλλες τράπεζες, που έχουν πολύ εξελιγμένη ηλεκτρονική τραπεζική και είδα ότι είχαν μία διαφοροποίηση για τον επιχειρηματία.

Ξέρετε τι προσέφεραν στον επιχειρηματία; Πέρα από αυτά τα οποία τα είχαν όλοι, από το να παραγγείλει check book, να βλέπει τα υπόλοιπα κ.λπ. Αρχείο κίνησης. Και τι άλλο; Όχι μόνο να βλέπει τις επιταγές, γιατί αυτό το βλέπει και από το αντίγραφο του λογαριασμού αλλά να έχει και το image της επιταγής.

Εάν κάποιος θέλει να αποκτήσει κρίσιμη μάζα και να αρχίσει πλέον να χρεώνει αυτές τις υπηρεσίες, θα πρέπει να μπει σε κανάλια τα οποία θα έχουν εξελιγμένες συναλλαγές, διότι αλλιώς εάν εγώ σήμερα μπαίνω και βλέπω υπόλοιπα ή κάνω και μερικές συναλλαγές ή ακόμα και πληρώνω τους λογαριασμούς μου μέσα από το internet αντί να δώσω πάγια εντολή, αν με χρέωνε και μισό ευρώ να με χρέωνε, δεν θα το έκανα.

C. JACQUES:

Νομίζω ότι μπορεί να έχετε δίκιο βραχυπρόθεσμα αλλά να αποδειχτεί ότι έχετε άδικο μακροπρόθεσμα. Δεν έχω πρόχειρα τα στοιχεία, αλλά μπορώ να πω ότι στη Γαλλία ο αριθμός των στεγαστικών δανείων που δίνονται μέσω internet αναπτύσσεται όλο και περισσότερο και γίνεται σημαντικός. Γιατί η προσέγγιση αυτή είναι πάρα πολύ ελκτική γιατί, συχνά, συνδυάζεται με επιτόκια ιδιαίτερα χαμηλά.

Είμαι σύμφωνος για το ότι είναι ακόμα κάτι περιθωριακό αλλά μπορούμε να μιλάμε για μία τάση. Υπάρχει κάτι επίσης για το οποίο φοβάμαι και ενέχει το στοιχείο της έκρηξης του επαγγέλματός μας. Το στεγαστικό δάνειο στηρίζεται σε κάτι άλλο, που είναι πολύ σημαντικό, την απόκτηση ενός σπιτιού.

Όπως, ένα άλλο παράδειγμα, το δάνειο με το οποίο χρηματοδοτείται ένα αυτοκίνητο, όπου όμως το σημαντικό είναι η απόκτηση του νέου αυτοκινήτου. Επομένως μέσα από το internet μπορούμε να φανταστούμε μία πάρα πολύ σημαντική ενσωμάτωση υπηρεσιών: την προσφορά της κατοικίας συν τη χρηματοδότησή της, την προσφορά του αυτοκινήτου μαζί με τη χρηματοδότηση της αγοράς του. Η προσέγγιση επανεφευρίσκεται κατά κάποιον τρόπο, αλλά το γνωρίζετε, η προσέγγιση είναι το κριτήριο επιλογής το πιο σημαντικό για την επιλογή μιας τράπεζας. Ας είμαστε προσεκτικοί!

Σ. ΣΥΡΜΑΚΕΖΗΣ:

Υπάρχει το ένα άκρο που λέει “δεν πάω στο internet για να πάρω στεγαστικό δάνειο”, “τι να πάω να κάνω εκεί, θα πάω να μου τα πει ένας άνθρωπος γιατί το στεγαστικό είναι πολλά λεφτά”. Υπάρχει το άλλο άκρο που λέει “θα πάω, θα το δω, θα το αποφασίσω, θα κάνω την αίτηση, θα

υπογράψω ηλεκτρονικά – γιατί έχω και ψηφιακό πιστοποιητικό – και έτσι ως εκ δια μαγείας θα μπουν και τα λεφτά σε έναν λογαριασμό, θα κόψω και μία επιταγή και θα αγοράσω και το σπίτι”.

Υπάρχει όμως το ενδιαμέσο στάδιο: μπορεί η πώληση του στεγαστικού δανείου από την τράπεζα να διευκολυνθεί τα μέγιστα μέσα από την κατάλληλη πληροφόρηση και το “ψηστήρι” στον πελάτη, το οποίο θα του κάνει μέσω internet. Αρα λοιπόν μπορεί ο πελάτης να πάει να το ψάξει, να δει και να συγκρίνει ενδεχομένως, αν βέβαια φτάσουμε στο σημείο όπου οι τράπεζες θα έχουν το “θάρος” να δείξουν και τα προϊόντα του ανταγωνισμού και να βοηθήσουν τον πελάτη με συμπληρωματικές πληροφορίες, να δείξουν ότι ξέρουν τη δουλειά τους, ότι έχουν καλά προϊόντα και ότι τον βοηθούν να πάρει πλήρη πληροφόρηση.

Στη συνέχεια ο πελάτης θα αποφασίσει να πάρει το δάνειο από αυτήν την τράπεζα και φυσικά να πάει σε κατάσταση. Αρα λοιπόν αν είναι να κλείσει το 80% της δουλειάς στο internet και να έχει πειστεί από εκεί ο πελάτης, τότε φυσικά ας έρθει στο κατάστημα, ας κάνει σιδηήποτε άλλο θέλει. Και, για να κλείσω, υπάρχουν και απλά προϊόντα τα οποία μπορούν πολύ εύκολα να πουληθούν μέσω internet, όπως είναι λόγω χάρη η ασφάλιση ενός αυτοκινήτου ή ακόμα και η ασφάλιση κάποιου άλλου τύπου, μία γενική ασφάλεια, μία ασφάλεια πυρός, μία ασφάλεια αστικής ευθύνης υπέρ τρίτων κ.λπ.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Πού, τελικά, βρισκόμαστε σήμερα, στην Ελλάδα στο θέμα της ηλεκτρονικής τραπεζικής;

Ν. ΠΑΥΛΙΔΗΣ:

Νομίζω ότι την πρόοδο πρέπει να τη δούμε και από την πλευρά των χρηστών, δηλαδή ποια η ωριμότητα του κοινού σήμερα στη χρήση των τεχνολογιών διαδικτύου για τραπεζικές συναλλαγές αλλά και από την πλευρά της προσφοράς, του τι έχουν κάνει οι τράπεζες.

Όσον αφορά στον τομέα της ζήτησης, είναι πιστεύω γνωστό ότι η διείσδυση των τεχνολογιών πληροφορικής γενικά, είναι στη χώρα μας πολύ χαμηλή σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Θεωρώ όμως πολύ αισιόδοξα τα μηνύματα που έρχονται από τα αποτελέσματα της εθνικής μελέτης, που έχει γίνει στο πλαίσιο του προγράμματος “Κοινωνία της Πληροφορίας” και δείχνουν ότι υπάρχει μια εξαιρετικά μεγάλη αύξηση από χρόνο σε χρόνο στη χρήση του internet.

Βέβαια το ποσοστό των χρηστών internet που κάνει τραπεζικές δουλειές εξακολουθεί να είναι πολύ μικρότερο του αντίστοιχου ευρωπαϊκού.

Σ. ΣΥΡΜΑΚΕΖΗΣ:

Εγώ πάντως θα συμπλήρωνα ή θα διόρθωνα εδώ ότι η αύξηση που παρατηρείται είναι στους χρήστες του internet, όχι στη χρήση.



ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

- Ν. ΠΑΥΛΙΔΗΣ:** Αναφέρομαι στους χρήστες του internet, σε αυτούς που έχουν πρόσβαση στο internet, στις υπηρεσίες του internet.
- Σ. ΣΥΡΜΑΚΕΖΗΣ:** Είναι όμως διαφορετικό αυτό από τη χρήση.
- Ν. ΠΑΥΛΙΔΗΣ:** Σύμφωνα με τη μελέτη που προανέφερα, σήμερα στη χώρα μας το 19% του πληθυσμού έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο αλλά μόνο ο ένας στους 62 αναφέρει σαν κύριο λόγο χρήσης του διαδικτύου τη διενέργεια τραπεζικών συναλλαγών. Επομένως το ποσοστό του πληθυσμού που χρησιμοποιεί το διαδίκτυο για τραπεζικές συναλλαγές είναι εξαιρετικά χαμηλό συγκρινόμενο με τον αντίστοιχο ευρωπαϊκό μέσο όρο, που είναι περίπου 20%. Η απόσταση είναι πολύ μεγάλη.
- Όμως το γεγονός ότι ο αριθμός των χρηστών του internet στη χώρα μας αυξάνει ταχύτατα, μας επιτρέπει να αισιοδοξούμε και για τη χρήση του internet στη διενέργεια τραπεζικών συναλλαγών.
- Βέβαια η υιοθέτηση μιας τεχνολογίας από το ευρύ κοινό απαιτεί πάντα χρόνο, που πολλές φορές είναι σημαντικός. Θυμίζω ότι στην περίπτωση της τραπεζικής τεχνολογίας των ATM το διάστημα αυτό, όπως το διαπιστώσαμε όλοι μας, ήταν τουλάχιστον 7 έτη. Η απορρόφηση της τεχνολογίας του διαδικτύου από το ευρύ κοινό με τις προϋποθέσεις που συνεπάγεται είναι βέβαιο ότι θα απαιτήσει μεγαλύτερο χρόνο.
- Από την πλευρά της προσφοράς τώρα, θεωρώ ότι οι τράπεζες έχουν δώσει ευρύτατο φάσμα συναλλαγών ηλεκτρονικής τραπεζικής και έχουν εξασφαλίσει υψηλό επίπεδο ασφάλειας. Το επίπεδο ασφάλειας που έχει εξασφαλισθεί σε πολλές περιπτώσεις είναι εξαιρετικό. Όμως η προσφορά δεν περιορίζεται σε υπηρεσίες μέσω διαδικτύου αλλά περιλαμβάνει και άλλα κανάλια όπως mobile banking ακόμη και διαδραστική τηλεόραση. Το πρόβλημα, όπως είναι αντιληπτό, παραμένει η χαμηλή ζήτηση.
- Α. ΤΣΑΜΗΣ:** Μιλάμε για 500 χιλιάδες περίπου ανθρώπους στην Ελλάδα, που μπορεί να κάνουν τραπεζική μέσω εναλλακτικών δικτύων δηλαδή το 2 με 3% του πληθυσμού που έχει πρόσβαση στο internet. Οι συναλλαγές που γίνονται από αυτόν τον κόσμο είναι σημαντικές και αν κρίνω από την τράπεζά μας έχουμε αρκετά μεγάλο αριθμό συναλλαγών. Όμως ο αριθμός αυτών των συναλλαγών όπως και ο αριθμός των συνδρομητών σε σχέση με τις συναλλαγές στα καταστήματα και σε σχέση με τους πελάτες των τραπεζών είναι πάρα πολύ μικρός. Αυτό είναι αλήθεια.
- Επομένως πρόοδος υπάρχει, όμως θέλουμε μεγάλη προσπάθεια για να φτάσουμε την κρίσιμη μάζα που θα μας επιτρέψει να καλύψουμε το κόστος των επενδύσεων. Όπως είπε ο κ. Παυλίδης, χρειαζόμαστε σημαντικές επενδύσεις για να έχουμε γρήγορα και ασφαλή συστήματα που θα εξυπηρετούν τα εναλλακτικά δίκτυα.

Σχετικά με τις υπηρεσίες δεν νομίζω ότι η ηλεκτρονική τραπεζική στο εξωτερικό προσφέρει περισσότερες υπηρεσίες απ' ό,τι δίνουμε εμείς, ειδικά στον ιδιώτη. Επομένως εκείνο που μας λείπει είναι η διείσδυση στην πελατεία.

C. JACQUES:

Είμαι σύμφωνος μαζί σας. Πιστεύω ότι έχουμε στις ίδιες υπηρεσίες e-banking στις υπόλοιπες χώρες, αλλά νομίζω ότι οι ελληνικές τράπεζες δεν είμαστε πάρα πολύ ενεργητικοί όσον αφορά την πρόταση αυτών των υπηρεσιών προς τον πελάτη.

Νομίζω ότι πρέπει να είμαστε περισσότερο δυναμικοί, ώστε να προτείνουμε αυτού του είδους τις υπηρεσίες στον πελάτη μας, ώστε να γίνει ακριβώς χρήστης του internet, όπως ακριβώς και εμείς.

Σ. ΣΥΡΜΑΚΕΖΗΣ:

Ας πω κάτι πιο αισιόδοξο. Εμείς έχουμε ποσοστά κάποιων συναλλαγών, που γίνονται μέσω των εναλλακτικών δικτύων τα οποία διαμορφώνουν ένα ποσοστό συναλλαγών στο σύνολο των συναλλαγών της τράπεζας που είναι εξαιρετικά σημαντικό.

Όταν λοιπόν υπάρχουν συναλλαγές οι οποίες, όταν γίνονται μέσω internet, φτάνουν το 50% του συνόλου ή, έστω, φτάνουν το 20% του συνόλου (άρα μία στις 5 συναλλαγές γίνεται στο internet έναντι των 250 καταστημάτων της τράπεζας), θεωρώ ότι είμαστε ήδη αρκετά καλά.

Γ. ΑΡΩΝΗΣ:

Τι συναλλαγές είναι αυτές;

Σ. ΣΥΡΜΑΚΕΖΗΣ:

Είναι πληρωμή πιστωτικής κάρτας (με χρέωση λογαριασμού βεβαίως και όχι μετρητά). Είναι η πληρωμή ΦΠΑ, η πληρωμή ΙΚΑ, η μεταφορά από λογαριασμό πελάτη σε άλλο πελάτη της τράπεζας.

Γ. ΑΡΩΝΗΣ:

Δηλαδή εννοείτε ότι από τις πληρωμές του ΦΠΑ...

Σ. ΣΥΡΜΑΚΕΖΗΣ:

...Οι μισές γίνονται στο internet και οι άλλες μισές στα καταστήματα.

Γ. ΑΡΩΝΗΣ:

Αυτός είναι ένας μικρός αριθμός. Έτσι δεν είναι;

Σ. ΣΥΡΜΑΚΕΖΗΣ:

Οι πληρωμές ΦΠΑ; Απλά, αν οι πληρωμές ΦΠΑ είναι 100, τότε οι 50 γίνονται στο internet.

Γ. ΑΡΩΝΗΣ:

Όταν είναι 100 και το έχεις δώσει, γιατί αυτό το κάνουν οι επιχειρήσεις, αυτό απευθύνεται σε επιχειρήσεις. Αν εσύ στις εταιρείες τους έχεις πει, ότι αυτήν τη συναλλαγή μπορεί να την κάνετε στο κατάστημα αλλά μπορεί να την κάνετε και από το internet πολύ πιο εύκολα κ.λπ. Έχεις δίκιο, δεν διαφωνούμε.



ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

Σ. ΣΥΡΜΑΚΕΖΗΣ:

Κοιτάξτε, κάθε τράπεζα έχει ένα μερίδιο αγοράς και μια πορεία στην αγορά. Ο συνολικός αριθμός των συναλλαγών (κάθε είδους) έχει άμεση σχέση με αυτά τα μεγέθη. Επομένως, όταν η Τράπεζα Πειραιώς έχει, ως γνωστόν, ισχυρή παρουσία στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (οι οποίες πληρώνουν ΦΠΑ και ΙΚΑ, κάνουν εμβάσματα κ.λπ.), τότε το “50% μέσω internet” αποκτά βαρύνουσα σημασία, δείχνει ότι οι επιχειρήσεις κάνουν ουσιαστική χρήση αυτού του μέσου. Αντίστοιχα, το 50% στις πληρωμές ΤΕΒΕ, το 55% στις πληρωμές πιστωτικών καρτών, το 20% στις χρηματοπιστωτικές συναλλαγές αλλά ακόμα και το 10% των εμβασμάτων δείχνουν ότι και οι ιδιώτες εκτιμούν ιδιαίτερα την αξία του e-banking.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Είναι ενδιαφέρον πάντως να δούμε και τι γίνεται με τις επιχειρήσεις, διότι για παράδειγμα, το πρόγραμμα του Υπουργείου που τους δώσανε δωρεάν κομπιούτερ, η σύνδεση μπορεί να αποδώσει μετά. Θα μπορούσαν οι μικρές επιχειρήσεις, οι επαγγελματίες, να γίνουν καλοί χρήστες του e-banking.

Ν. ΠΑΥΛΙΔΗΣ:

Εκπαίδευση και δράσεις ανάλογες με αυτήν που αναφέρατε, είναι βέβαιο ότι θα προωθήσουν τη χρήση. Η συνεισφορά της εκπαίδευσης είναι ήδη φανερή, αφού ένα τεράστιο ποσοστό των παιδιών που ολοκληρώνουν είτε τη δευτεροβάθμια είτε την τριτοβάθμια εκπαίδευση είναι εξοικειωμένοι χρήστες του internet.

Συνάμα, οι δράσεις που θα αναληφθούν τόσο από το δημόσιο τομέα όσο και από τον ιδιωτικό, και εδώ μπορώ να αναφέρω το παράδειγμα ενός από τα δίκτυα της τράπεζάς μας, του Open 24, το προσωπικό του οποίου φροντίζει και για την εξοικείωση των πελατών με τη χρήση του internet, πρέπει να κατατείνουν και στην επαρκή εκπαίδευση επαγγελματιών και επιχειρήσεων.

Σε κάθε περίπτωση πάντως, παρά το γεγονός ότι η χρήση σε κάποιες περιοχές είναι μεγάλη, π.χ. το 10% των χρηματοπιστωτικών συναλλαγών γίνεται από το internet, εξακολουθεί ο όγκος αυτός να είναι πολύ μικρός στο σύνολο.

