



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ
UNIVERSITY OF PATRAS

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ
(πρώην Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων – Μεσολόγγι)**

Πτυχιακή Εργασία

**ΘΕΜΑ: «Αξιολόγηση της ηλεκτρονικής
επιχειρηματικότητας με έμφαση στην
Ηλεκτρονική Τραπεζική»**

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΕΛΕΝΗ ΝΙΚΟΛΑΟΥ

Επιβλέπουσα καθηγήτρια
[Κα. Αντωνία Στεφανή]

Μεσολόγγι [Μάιος 2019]

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © Νικολάου Ελένη [2019]

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Μέσα από την εργασία αυτή θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την επιβλέπουσα καθηγήτρια κα. Αντωνία Στεφανή για την εποπτεία και υποστήριξή της στο σχεδιασμό και υλοποίησή της πτυχιακής μου.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της πτυχιακής εργασίας είναι η αξιολόγηση της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας με έμφαση στην Ηλεκτρονική Τραπεζική. Ένα σημαντικό θέμα με την ραγδαία ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών αποτέλεσε και η ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα, μία σημαντική δραστηριότητα που αποτελείται από λειτουργίες, οι οποίες και διεκπεραιώνονται μέσα από τις συναλλαγές με τη χρήση των ηλεκτρονικών μέσων.

Αντικειμενικός στόχος της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας αποτελεί, η ενίσχυση και η προώθηση των καινούργιων προϊόντων και υπηρεσιών. Από την άλλη πλευρά, το ηλεκτρονικό εμπόριο, δικαίως θεωρείται ως το πιο κατάλληλο μέσο για την γρηγορότερη και ευκολότερη λειτουργία που χαρακτηρίζεται ως ηλεκτρονική εμπορική συναλλαγή.

Οι ηλεκτρονικές συναλλαγές γίνονται μέσα από την ηλεκτρονική τραπεζική, ένα σημαντικό κλάδο που υποστηρίζει και εξυπηρετεί τους πελάτες του ηλεκτρονικού εμπορίου online. Μπορεί βέβαια να υπάρχει άμεση και βέλτιστη εξυπηρέτηση των πελατών μέσω των δραστηριοτήτων της ηλεκτρονικής τραπεζικής, ωστόσο η ασφάλεια αυτών των συναλλαγών αποτελεί ένα σημαντικό θέμα για κάθε πλευρά που συναλλάσσεται ηλεκτρονικά μέσω αυτών των δραστηριοτήτων. Ο τραπεζικός κλάδος διαπιστώνοντας την αναγκαιότητα των online εξυπηρετήσεων έχει καταστήσει πλέον κάθε τέτοιου δραστηριότητες αναγκαίες και έχει επενδύσει πάνω σε αυτό το κεφάλαιο του E-banking

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ Ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα,
ηλεκτρονική εμπόριο, ηλεκτρονική τραπεζική

ABSTRACT

The purpose of the dissertation is to evaluate the e-business with an emphasis on Electronic Banking. An important issue with the rapid development of new technologies was also e-entrepreneurship, an important activity consisting of functions, which are carried out through the transactions with the use of electronic means.

The objective of e-entrepreneurship is to strengthen and promote new products and services. On the other hand, e-commerce is rightly seen as the most appropriate means for the faster and easier operation that is described as an e-commerce transaction.

Electronic transactions are made through e-banking, an important industry that supports and serves e-commerce customers online. Of course, there can be immediate and optimal customer service through e-banking activities, but the security of these transactions is an important issue for every party that deals electronically through these activities. The banking industry, by identifying the necessity of online services, has now made such activities necessary and has invested in this E-banking chapter.

KEYWORDS: E-business, e-commerce, e-banking

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	3
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	4
ABSTRACT.....	5
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ.....	6
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	8
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	9
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο : Ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα.....	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
1.1 Επιχειρηματικότητα.....	11
1.2 Ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα (E-business).....	12
1.3 Η ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα και στον κόσμο.....	13
1.4 Πλεονεκτήματα - μειονεκτήματα ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας.....	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο Ορισμός Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	15
2.1 Ορισμός Ηλεκτρονικού Εμπορίου(E-commerce).....	15
2.2 Ιστορική Εξέλιξη του Ηλεκτρονικού εμπορίου.....	17
2.3 Συστατικά Στοιχεία Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	17
2.4 Κύρια μοντέλα Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	19
2.4.1 Εσωτερική οργάνωση.....	20
2.4.2 Business-to-Business ή B2B.....	20
2.4.3 Business-to-Consumer ή B2C.....	20
2.4.4 Συναλλαγές μεταξύ Καταναλωτών (Consumer-to-Consumer - C2C).....	21
2.4.5 Business-to-Government (B2G).....	22
2.4.6 Consumer - to - Business (C2B).....	23
2.4.7 Government - to - Citizen (G2C).....	23
2.5 Πλεονεκτήματα Ηλεκτρονικού εμπορίου(E-commerce).....	24
2.5.1 Βασικά οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου για τους καταναλωτές.....	24
2.5.2 Βασικά οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου για την εταιρία.....	25

2.6	Μειονεκτήματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου	25
2.7	Νομικό πλαίσιο ηλεκτρονικού εμπορίου	26
	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο Ηλεκτρονική τραπεζική	29
3.1	Η έννοια της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking).....	29
3.2	Είδη και μορφές ηλεκτρονικής τραπεζικής	31
3.3	Υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής.....	34
3.4	Πλεονεκτήματα, μειονεκτήματα και περιορισμοί ηλεκτρονικής τραπεζικής....	37
3.5	Ηλεκτρονική τραπεζική και ηλεκτρονικό εμπόριο	41
	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο Παραδείγματα συστημάτων και εφαρμογών ως πρότυπα.....	41
4.1	Παραδείγματα υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής.....	42
4.2	Παραδείγματα χρήσης υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής από ηλεκτρονικά καταστήματα	47
	Κεφάλαιο 5 Εφαρμογή ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας	51
5.1	Πλατφόρμες ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας	51
5.1.1	Ηλεκτρονική Πλατφόρμα Διαδικτυακής επιχείρησης.....	52
5.1.2	Δημιουργία ηλεκτρονικής πλατφόρμας για το Μητρώο Δομών Ενεργού Στήριξης της Νεοφυούς Επιχειρηματικότητας (Start-ups).....	53
5.1.3	Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας (ΜοΚΕ).....	54
	Συμπεράσματα	63
	Βιβλιογραφία	64
	Δικτυογραφία.....	66

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1 Η γρήγορη εξάπλωση του Ηλεκτρονικού εμπορίου.....	18
Εικόνα 2 Η ανάπτυξη του διαδικτύου έτσι όπως εξελίχτηκε σε κάθε χώρα	19
Εικόνα 3 Μορφές εμπορίου	21
Εικόνα 4 Business-to-Government	22
Εικόνα 5 Consumer - to - Business (C2B).....	23
Εικόνα 6 Government - to - Citizen (G2C).....	24
Εικόνα 7 Μεταφορά σε λογαριασμό τρίτου	42
Εικόνα 8 Πληρωμή Φόρου, ΕΝΦΙΑ και τελών κυκλοφορίας.....	44
Εικόνα 9 Υπολογισμός IBAN.....	45
Εικόνα 10 Μετατροπή σε ξένο νόμισμα.....	46
Εικόνα 11 Υπολογισμός δόσεων δανείου	46
Εικόνα 12 Υπολογιστής αφορολόγητου	47
Εικόνα 13 E-Commerce (e-Payments)	49
Εικόνα 14 Διασύνδεση επιχείρησης με e-commerce.....	50
Εικόνα 15 Δικτύωση Επιχειρήσεων.....	52
Εικόνα 16 Εγγραφή επιχείρησης	53
Εικόνα 17 Μονάδα Καινοτομίας & Επιχειρηματικότητας ΜΟ.Κ.Ε	55

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα	12
Πίνακας 2: Εύρος Προϊόντων και Υπηρεσιών για τις on-Line Αγορές.....	25
Πίνακας 3: Εύρος Προϊόντων και Υπηρεσιών για τις on-Line Αγορές.....	26
Πίνακας4: Εύρος Προϊόντων και Υπηρεσιών για τις on-Line Αγορές.....	30
Πίνακας5: Εύρος Προϊόντων και Υπηρεσιών για τις on-Line Αγορές.....	31

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα αποτελεί πλέον ένα σημαντικό τομέα δραστηριοποίησης των επιχειρηματιών και αυτό εξελίσσεται ραγδαία με την αξιοποίηση της τραπεζικής ηλεκτρονικής. Αντικείμενο της εργασίας μου αποτελεί η ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα και η αξιοποίηση των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας παρουσιάζεται αναλυτική η Ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα (E-business), τόσο στην Ελλάδα όσο και γενικότερα καθώς και τα πλεονεκτήματα - μειονεκτήματα ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας.

Στη συνέχεια στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύονται οι έννοιες του Ηλεκτρονικού εμπορίου , γίνεται μία ιστορική αναδρομή , και παρουσιάζονται τα κύρια μοντέλα του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα και στον κόσμο, και τέλος τα πλεονεκτήματα, τα μειονεκτήματα και οι περιορισμοί Ηλεκτρονικού εμπορίου μέσα από το νομικό πλαίσιο που ισχύει για το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Στο τρίτο κεφάλαιο περιγράφεται η Ηλεκτρονική τραπεζική, οι μορφές της και οι υπηρεσίες που προσφέρονται και ποια είναι η σχέση της με το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Το τέταρτο κεφάλαιο περιγράφει τα παραδείγματα υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής στις επιχειρήσεις αλλά και παραδείγματα χρήσης υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής από ηλεκτρονικά καταστήματα.

Τέλος στο πέμπτο κεφάλαιο αναλύονται οι πλατφόρμες της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας που έχουν αναπτυχθεί στην Ελλάδα.

Τα συμπεράσματα που προκύπτουν παρουσιάζονται στο τέλος μετά από την βιβλιογραφική έρευνα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο : Ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα

1.1 Επιχειρηματικότητα

Η έννοια της επιχειρηματικότητας ταυτίζεται με την δραστηριότητα ενός ατόμου ή ομάδας ατόμων, που αναλαμβάνουν την εκτέλεση πρωτοβουλιών με άμεσο στόχο το οικονομικό όφελος. Η επιχειρηματικότητα ως ιδέα, συνδυάζεται άμεσα και συνυπάρχει με τους όρους της δημιουργικότητας, της καινοτομίας, και της διαχείρισης έργου, δίνοντας τη δυνατότητα σε κάθε επιχείρηση να διεισδύσει στην αγορά εργασίας ή να αποκτήσει καλύτερη θέση ώστε να αυξήσει το έσοδά της.

Αρχικά η επιχειρηματικότητα σχετίζεται με τις επιλογές των ατόμων που θα κάνουν κατά την έναρξη της επιχείρησης αλλά και τη διαδικασία λήψης αποφάσεων κατά τη λειτουργία της επιχείρησης. Επομένως η δραστηριοποίηση σε νέες επιχειρήσεις αποτελεί μία μορφή της επιχειρηματικότητας. Κατά τον (Paul Reynolds 2007), του αμερικανού ερευνητή της επιχειρηματικότητας και δημιουργού του Παγκόσμιου Παρατηρητήριου Επιχειρηματικότητας (Global Entrepreneurship Monitor, GEM), περισσότεροι από τους μισούς άνδρες μέχρι τη συνταξιοδότησή τους, αυτοαπασχολούνται για ένα ή περισσότερα χρόνια της

επαγγελματικής τους ζωής, , ενώ το ένα τέταρτο του ανδρικού πληθυσμού έχει πιθανόν εμπλακεί σε αυτοαπασχόληση.

Πίνακας 1: Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

	2004			2005		
	Αρχικό στάδιο έναρξης επιχ/κής δραστ/τητας*	Καθιερωμένοι επιχ/τίες**	«Θάνατος» επιχ/σεων %	Αρχικό στάδιο έναρξης επιχ/κής δραστ/τητας*	Καθιερωμένοι επιχ/τίες**	«Θάνατος» επιχ/σεων %
Ελλάδα (%)	5,8%	-	2,6%	6,5%	10,5%	3%
Πληθυσμός	390.000	-	-	420.000	700.000	-
M.O. 20 Ευρωπαϊκών Χωρών	-	-	-	5,9%	5,7%	1,9%

Πηγή: Έκθεση Παγκόσμιου Παρατηρητήριου για την Επιχειρηματικότητα 2005-2006.

Κοντά στο 17% του ελληνικού πληθυσμού το 2005 (πάνω από 1,1 εκ. άτομα) απέκτησαν κάποια μορφή επιχειρηματικότητας, είτε είναι ενεργή είτε πρόκειται να ξεκινήσει. Ο αντίστοιχος μέσος όρος των 20 Ευρωπαϊκών χωρών που συμμετέχουν στην έρευνα του Global Entrepreneurship Monitor, GEM είναι

1.2 Ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα (E-business)

Η ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα αποτελεί μία μορφή επιχειρηματικότητας που γίνεται μέσω του διαδικτύου και για αυτό το λόγο διαφοροποιείται ως προς τις μεθόδους και τα εργαλεία της υλοποίησής της,

Η ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα είναι γνωστή και ως e-business και e-commerce. Η ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα (e-επιχειρείν) θεωρείται από πολλούς ότι είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο αλλά στην πραγματικότητα θεωρείται ως μία ευρύτερη έννοια αυτού. Σχετικά με τον ορισμό της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας, σύμφωνα με τον (Drucker 1985) *ορίζει την επιχειρηματικότητα ως πράξη καινοτομίας*, και ο Timmons (1994) *ορίζει γενικότερα την επιχειρηματικότητα ως δημιουργία πράγματος ή υπηρεσίας που έχει αξία από το πρακτικά «τίποτα»*. Οι McGrath & MacMillan (2000) ορίζουν την ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα *ως τρόπο σκέψης*. Σύμφωνα με τον (Κακούρη, 2010), με την έννοια του *επιχειρείν αναφέρεται σε ίδρυση νέων μικρομεσαίων επιχειρήσεων (start-ups)*. Αραμεταξύ του ηλεκτρονικού εμπορίου και της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας υπάρχουν διαφορές αφού η δεύτερη μπορεί να

αποτελέσει την «ίδρυση νέας επιχείρησης η οποία χρησιμοποιεί το διαδίκτυο ή άλλα ηλεκτρονικά μέσα στις εγγενείς της διαδικασίες»

1.3 Η ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα και στον κόσμο

Η ανάπτυξη της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας στο ελληνικό κράτος την περίοδο 1994 – 1998, δεν παρουσίασε τα αναμενόμενα οφέλη και δημιούργησε ένα αρνητικό κλίμα στον ανταγωνιστικό χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου. Δυστυχώς οι ελληνικές επιχειρήσεις δεν μπορούσαν να ανταγωνιστούν ανάλογες επιχειρήσεις στον διεθνή χώρο και πολλά από τα προβλήματα της οικονομικής κρίσης δεν διευκόλυναν τη διείσδυση στις διεθνείς αγορές, Χαρακτηριστικό της ελληνικής επιχειρηματικότητας είναι η εμφάνιση μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων με άμεση συνέπεια την χαμηλή ανταγωνιστικότητα σε κλάδους, μικρή ποσότητα εξαγωγών και μικρό κέρδος.

Σήμερα στο Διαδίκτυο υπάρχουν περίπου 3.500 ηλεκτρονικά επιχειρήσεις στην Ελλάδα, αλλά δεν είναι στελεχωμένα με άτομα που έχουν και τις ανάλογες ικανότητες για τέτοιες δραστηριότητες. Επιπρόσθετα, σύμφωνα με τα στοιχεία της Κομισιόν, θα υπάρξουν πολλοί τομείς μελλοντικά με αυξημένες θέσεις που αναφέρονται στην πράσινη οικονομία, τις υπηρεσίες υγείας και τις Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών (ΓΔ Απασχόλησης, Κοινωνικών Υποθέσεων και Κοινωνικής Ένταξης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής). Σύμφωνα με την ίδια, το 2020 «η επιτυχία της Ευρώπης 2020, η ανταγωνιστικότητα και η ικανότητα καινοτομίας της ευρωπαϊκής βιομηχανίας και η κοινωνική συνοχή εξαρτώνται από τη στρατηγική και την αποτελεσματική χρήση των τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνιών (ΤΠΕ) και τις γνώσεις, τις δεξιότητες, τις ικανότητες και την επινοητικότητα του ευρωπαϊκού εργατικού δυναμικού και των πολιτών».(Εκθεση Ευρωπαϊκής επιτροπής 2012).

Βασική παράμετρος του ηλεκτρονικού εμπορίου αποτελεί η ευκολία πρόσβασης μιας επιχείρησης στον επιχειρηματικό κύκλο. Κάθε επιχείρηση που δραστηριοποιείται επιχειρηματικά ηλεκτρονικά έχει μηδαμινά έξοδα σε σχέση με την παραδοσιακή μορφή. Επίσης, ο συνεχώς αυξανόμενος ρυθμός συνδεσιμότητας των χρηστών με το διαδίκτυο αυξάνει τον ανταγωνισμό των ηλεκτρονικών επιχειρήσεων, σε παγκόσμιο επίπεδο. (Chaffrey, 2004).

1.4 Πλεονεκτήματα - μειονεκτήματα ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας

Η ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα αποκτά μία νέα διάσταση καθώς περιλαμβάνει διαφορετικά χαρακτηριστικά, από την παραδοσιακή και θα πρέπει να ελέγξει καθετί που θα την προωθήσει στο διαδίκτυο σε παγκόσμιο πλέον επίπεδο.

Το μοντέλο της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας προσφέρει πολλαπλά οφέλη στους καταναλωτές (Nguyen, 2013, Hua, Morosan & DeFranco, 2015):

- ✓ Οι αγορές γίνονται με άνεση και ευελιξία χωρίς προβλήματα χρόνου
- ✓ Η ανταπόκριση είναι άμεση
- ✓ Διατίθεται μεγάλη γκάμα προϊόντων πολύ γρήγορα
- ✓ Οι τιμές είναι πολύ πιο οικονομικές για όλα τα προϊόντα
- ✓ Δίνεται η δυνατότητα αγοροπωλησίας μέσα σε 24 ώρες, 7 μέρες την εβδομάδα, γεγονός που σημαίνει καλύτερη που συνεπάγεται πολύ πιο εύκολη εξυπηρέτηση.
- ✓ Η παραγωγή των προϊόντων αναφέρεται στις πραγματικές ανάγκες του πελάτη δίνοντας τη δυνατότητα συμμετοχής ώστε να υπάρχει και διάθεση από τους παραγωγούς κατασκευής προϊόντων σύμφωνα με τις ανάγκες του πελάτη
- ✓ Κάθε χρήστης – πελάτης μπορεί να αναζητήσει πλέον τα προϊόντα και να τα αγοράσει στην καλύτερη δυνατή τιμή.
- ✓ Ο σωστός σχεδιασμός της ιστοσελίδας του ηλεκτρονικού καταστήματος είναι πλεονέκτημα αφού η πλοήγηση του χρήστη θα γίνεται εύκολα.
- ✓ Υπάρχει επίσης και η δυνατότητα επαφής με άλλους καταναλωτές μέσα από την εικονική κοινότητα για ανταλλαγή ιδεών και εμπειριών.
- ✓ Η πληρωμή μπορεί να γίνει με διάφορους τρόπους επιλέγοντας ο πελάτης αυτόν που επιθυμεί και εξυπηρετείται καλύτερα.

Εξαιτίας του γεγονότος ότι δεν υπάρχουν σύνορα και γεωγραφικά όρια με το ηλεκτρονικό εμπόριο ο κάθε πελάτης μπορεί να κάνει την αγορά του από οποιοδήποτε σημείο επιθυμεί. Παράλληλα αποδεικνύεται ότι μπορεί να επιφέρει πολλά οφέλη σε

κάθε τομέα της επιχειρηματικότητας από τη στιγμή της γέννησης της ιδέας μέχρι την διανομή στον τελικό καταναλωτή (Nguyen, 2013).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο Ορισμός Ηλεκτρονικού Εμπορίου

2.1 Ορισμός Ηλεκτρονικού Εμπορίου(E-commerce)

Όρος Ηλεκτρονικό εμπόριο αναφέρεται σε κάθε είδος επιχειρηματικής ή διοικητικής συναλλαγής ή ανταλλαγής πληροφοριών, με τη χρήση τεχνολογιών πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών Σύμφωνα με την ECA (Electronic Commerce Association)

«Το ηλεκτρονικό εμπόριο καλύπτει οποιαδήποτε μορφή επιχειρηματικής ή διοικητικής συναλλαγής ή ανταλλαγής πληροφοριών, η οποία εκτελείται με τη χρησιμοποίηση οποιασδήποτε τεχνολογίας Πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών».
(<https://openeclass.teimes.gr> Τεχνολογία και Επιχειρηματικότητα).

Οι συνεχείς ανάγκες τις σύγχρονης εποχής αυξάνουν τον ανταγωνισμό και στο επιχειρηματικό περιβάλλον αλλά και στις συμπεριφορές των καταναλωτών εξαιτίας των τεχνολογικών εξελίξεων , της παγκοσμιοποίησης του εμπορίου και την ανάγκη για εκσυγχρονισμό.

Πολλές επιχειρήσεις αναγκάζονται να επανασχεδιάσουν τις επιχειρηματικές πρακτικές προκειμένου να ανταποκριθούν στα σύγχρονα δεδομένα και να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των καταναλωτών.

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι κάτι πολύ παραπάνω από αυτό. Υπάρχουν πολλές εφαρμογές του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, όπως η ηλεκτρονική τραπεζική, η αγορά προϊόντων και υπηρεσιών από ηλεκτρονικά καταστήματα και εμπορικά κέντρα, η αγορά μετοχών, η εύρεση επαγγέλματος, η διεξαγωγή μιας δημοπρασίας, και η ηλεκτρονική συνεργασία σε έργα έρευνας και ανάπτυξης. Οι εφαρμογές του καλύπτουν όλο τον εμπορικό κύκλο, από την ηλεκτρονική διακίνηση πληροφοριών έως την ολοκλήρωση συναλλαγών που αφορούν αγαθά και υπηρεσίες, συμπεριλαμβάνοντας και τρίτους φορείς όπως τράπεζες, ασφαλιστικές, λογιστικά κ.ά. Πολλές επιχειρήσεις έχουν γίνει εξαιρετικά κερδοφόρες μέσω των ηλεκτρονικών πωλήσεων. Οι υπολογιστές της Dell και του Amazon είναι από τα πιο χαρακτηριστικά παραδείγματα επιτυχημένων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου. Μικρές εταιρίες αλλά και μεμονωμένα άτομα μπορούν επίσης να εμπορευτούν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους σε παγκόσμια βάση μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Επιπρόσθετα, περιέχει κάθε επιχείρηση που σκοπός της δεν είναι το κέρδος όπως είναι τα νοσοκομεία και οι υπηρεσίες κοινής ωφέλειας (ΙΚΑ και άλλα δημόσια ταμεία, ΔΕΚΟ, τελωνεία κ.α) **(Πομπορτσής, 2002)**.

Ως ηλεκτρονικό εμπόριο ορίζεται το εμπόριο που πραγματοποιείται με ηλεκτρονικά μέσα βασίζεται δηλαδή στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων. Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί έκφραση των λεγόμενων υπηρεσιών εξ αποστάσεως (ΠΑ 39.2001)

Η γρήγορη εξάπλωση του διαδικτύου, έφερε ριζικές αλλαγές στην δραστηριότητα των ανθρώπων όπως τη χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου, από τις επιχειρήσεις, προκειμένου να ανταποκριθούν στον ανταγωνισμό και στα αιτήματα των καιρών και σε συνδυασμό με το ελάχιστο κόστος που το υποστηρίζει άρχισε η διάδοσή του **(Δουκίδης και άλλοι, 1998)**

Το ηλεκτρονικό εμπόριο (ή αλλιώς, e-commerce) αποτελεί τη μορφή της οικονομικής δραστηριότητας που υλοποιείται με τη χρήση των ηλεκτρονικών μέσων

και το διαδίκτυο. Απαντάται σε όλες τις μορφές και τα μοντέλα που περιγράφονται παρακάτω. (Σινανιώτη-Μαρούδη & Φαρσαρότας, 1998)

Με τον όρο ηλεκτρονικό εμπόριο αναφερόμαστε κυρίως σε πολλές δραστηριότητες όπως η ηλεκτρονική εμπορία αγαθών και υπηρεσιών, μετοχών, οι τραπεζικές συναλλαγές η διαφήμιση και άλλες. Τα προϊόντα του ηλεκτρονικού εμπορίου αναφέρονται σε καταναλωτικά αγαθά, σε εξοπλισμούς ιατρείων, αλλά και σε άλλες υπηρεσίες, νομικές συμβουλές, εκπαίδευση κλπ) (Δουκίδης και άλλοι, 1998))

2.2 Ιστορική Εξέλιξη του Ηλεκτρονικού εμπορίου

Τη Δεκαετία του 1970: Εμφανίζονται τα πρώτα συστήματα που καλύπτουν την ηλεκτρονική μεταφοράς χρημάτων μεταξύ τραπεζών, μέσα από ιδιωτικά δίκτυα ώστε να υπάρχει και η ασφάλεια των συναλλαγών των χρηστών.

Τη Δεκαετία του 1980: Εφαρμόζεται η στρατηγική της ανταλλαγής μηνυμάτων, με τα συστήματα EDI και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.

Τη Δεκαετία του 1990: Αποτελεί την εποχή ορόσημο για την ταχύτατη διάδοση και χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail), των τεχνολογιών ηλεκτρονικής διάσκεψης (conferencing) και ηλεκτρονικής συνομιλίας (IRC), ομάδων συζήτησης (newsgroups, forums), μεταφοράς αρχείων (FTP) κτλ.

Μέσα της δεκαετίας του 1990:, Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποκτά περισσότερη ευκολία στην μετάδοσή του καθώς η ύπαρξη της υπηρεσίας του Παγκόσμιου Ιστού (WWW) εξαφανίζει τις γεωγραφικές διαφορές και έτσι το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί τον νέο αλλά και τον πιο οικονομικό τρόπο απόκτησης προϊόντων και υπηρεσιών.

Τέλη της δεκαετίας του 1990, Οι τεχνικές ανάπτυξης και χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου βελτιώνονται και προτείνονται συνεχώς νέοι τρόποι και εργαλεία ανάπτυξης και καθιέρωσης του ηλεκτρονικού εμπορίου με μεθόδους κρυπτογράφησης του περιεχομένου και εξακρίβωσης της ταυτότητας των συναλλασσομένων.

2.3 Συστατικά Στοιχεία Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Τα σημαντικότερα στοιχεία του Ηλεκτρονικού Εμπορίου περιγράφονται παρακάτω ως εξής:

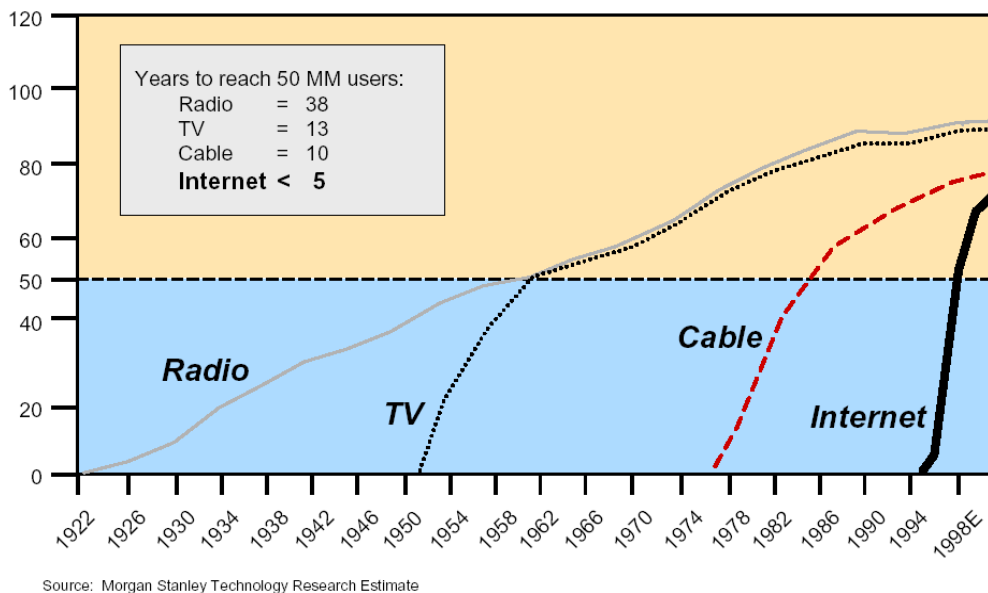
Επιχειρήσεις: κάθε επιχείρηση εφαρμόζει τις νέες τεχνολογίες με απώτερο στόχο την κατεύθυνση του αυτοματισμού των συναλλαγών και της ροής εργασιών.

Αγαθά και υπηρεσίες: κάθε αγαθό και υπηρεσία πωλούνται με ηλεκτρονικά μέσα. Μερικές φορές είναι δύσκολο να διακρίνουμε αν κάτι είναι αγαθό ή υπηρεσία. Και αυτό συμβαίνει συνήθως με τα νέα προϊόντα που πωλούνται στο Διαδίκτυο.

Απόσταση: η απόσταση μεταξύ των επιχειρήσεων που πωλούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες έχει εξαφανιστεί αφού υπάρχει η δυνατότητα να κάνει κάποιος οποιαδήποτε αγοραπωλησία προϊόντων και υπηρεσιών μέσω του Internet ανεξάρτητα από τη γεωγραφική απόσταση.

Επικοινωνία: αποτελεσματικός παράγοντας στην επικοινωνία με την παροχή κάθε είδους πληροφορίας αποτέλεσε το διαδίκτυο με τη βοήθεια των ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Μέσα από το παρακάτω διάγραμμα διακρίνεται η γρήγορη εξάπλωση του ηλεκτρονικού εμπορίου με τη βοήθεια του διαδικτύου που αποτέλεσε το πιο γρήγορο μέσο για να εξαπλωθεί και να χρησιμοποιηθεί από τους χρήστες.



Εικόνα 1 Η γρήγορη εξάπλωση του Ηλεκτρονικού εμπορίου

Πηγή: (<https://openeclasse.teimes.gr> Τεχνολογία και Επιχειρηματικότητα).



Εικόνα 2 Η ανάπτυξη του διαδικτύου έτσι όπως εξελίχθηκε σε κάθε χώρα

Πηγή: (<https://openeclasse.teimes.gr> Τεχνολογία και Επιχειρηματικότητα).

2.4 Κύρια μοντέλα Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Σύμφωνα με τον (Tapscott et al., 2000), τα νέα e-επιχειρηματικά μοντέλα φέρνουν καινούργιες εμπορικές προσφορές, δημιουργώντας νέους πόρους και νέα σημεία κινητοποίησης και ανταγωνισμού στην ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα. (1)

Στο Διαδίκτυο υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός διαφορετικών τρόπων με τους οποίους μια επιχείρηση μπορεί να έχει εμπορική παρουσία. Στο σημείο αυτό, υπάρχουν διάφορα μοντέλα e-επιχειρείν όπως:

- **Το μοντέλο καταστήματος (Store front Model):** Πρόκειται για το πιο γνωστό μοντέλο καθώς ο έμπορος παρέχει έναν ηλεκτρονικό κατάλογο με τα προϊόντα του, και ο πελάτης μπορεί να εκτελέσει την παραγγελία μέσω του Διαδικτύου. Η μορφή αυτή του ηλεκτρονικού εμπορίου συνδυάζει κάθε δυνατή ασφάλεια, και ένα χαρακτηριστικό της αποτελεί το καλάθι αγορών. Το καλάθι αγορών το χρησιμοποιεί ο χρήστης ώστε να τοποθετήσει τα προϊόντα που θέλει να αγοράσει όταν επισκέπτεται το ηλεκτρονικό κατάστημα.

- **Το μοντέλο δημοπρασιών (Auction Model):**Το μοντέλο δημοπρασιών τα τελευταία χρόνια έγινε πολύ γνωστό και αποτέλεσε ένα δημοφιλές σημείο του ηλεκτρονικού εμπορίου καθώς οι χρήστες παίζουν τον ρόλο είτε του ατόμου που ενδιαφέρεται να πουλήσει είτε του ατόμου που κάνει μια προσφορά.

2.4.1 Εσωτερική οργάνωση

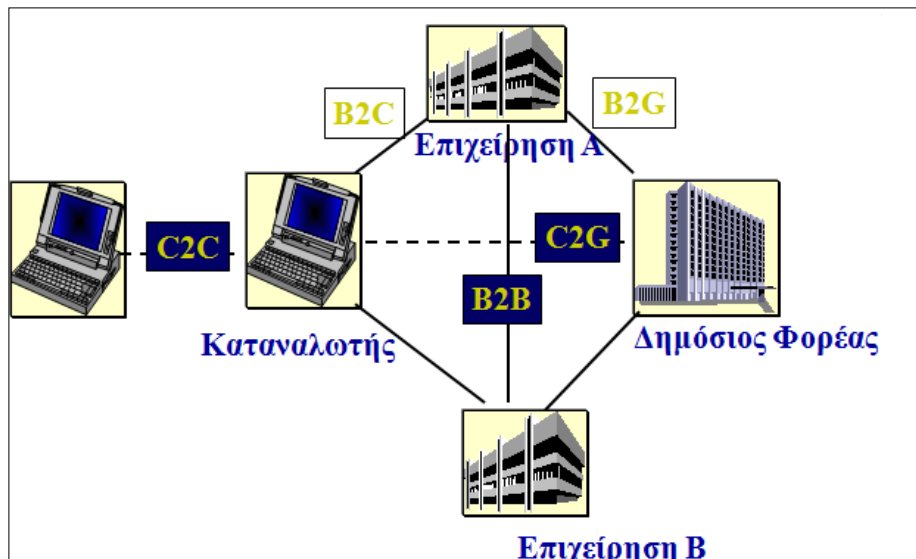
Πρόκειται για την ηλεκτρονική επικοινωνία μεταξύ των δραστηριοτήτων και των διαδικασιών μίας επιχείρησης. Μεταξύ των ατόμων της επιχείρησης αναπτύσσεται μία μεγαλύτερη επικοινωνία και υπάρχει μία συνεχής μετάδοση της πληροφορίας για την ηλεκτρονική ροή των πληροφοριών βελτιώνοντας την απόδοση των ομάδων εργασίας.

2.4.2 Business-to-Business ή B2B

Το μοντέλο αυτό περιγράφει τις συναλλαγές που υλοποιούνται σε επίπεδο επιχειρήσεων και είναι γνωστό με μία μορφή του λεγόμενου χονδρικού εμπορίου. Με τα ηλεκτρονικά μέσα που διαθέτουν οι επιχειρήσεις μπορούν να ενισχύσουν περισσότερο την αποδοτικότητα της επιχείρησης και την αποτελεσματικότητα αυτής της μορφής των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Οι ηλεκτρονικές πληρωμές βελτιώνουν την ταχύτητα και μειώνουν το κόστος και το χρόνο μίας αγοροπωλησίας προσφέροντας πολλά οφέλη και για τα προϊόντα είτε από τους προμηθευτές είτε από ενδιάμεσους οργανισμούς που προσφέρουν υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου.

2.4.3 Business-to-Consumer ή B2C

Πρόκειται για τις πωλήσεις που γίνονται στους καταναλωτές από τις επιχειρήσεις και θυμίζει τη μορφή του λιανικού εμπορίου . Κατά αναλογία θα το αποκαλούσαμε λιανικό ηλεκτρονικό εμπόριο. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν οι πωλήσεις βιβλίων, υπολογιστών ή ακόμη και συνδρομών περιοδικών. Το C2C επιχειρηματικό μοντέλο δίνει τη δυνατότητα πώλησης στοιχείων που ανήκουν στον καταναλωτή, όπως οικιστικά ακίνητα, αυτοκίνητα, μμοτοσικλέτες, δωμάτιο με τη δημοσίευση πληροφοριών τους στην ιστοσελίδα.



Εικόνα 3 Μορφές εμπορίου

Πηγή: <https://openeclasse.teimes.gr>

Η επιχείρηση μέσω του διαδικτύου προσφέρει στους καταναλωτές πολλά προϊόντα αλλά και υπηρεσίες και ο καταναλωτής μπορεί να έχει στη διάθεσή του πληροφορίες για όλα τα προϊόντα και χωρίς την επίσκεψή του σε κάποιο κατάστημα, βλέπει, επιλέγει, συγκρίνει τιμές και προϊόντα και τέλος αγοράζει.

Παροχέας αλυσίδας αξιών: ειδικεύεται σε μια συγκεκριμένη λειτουργία της αλυσίδας αξιών, όπως είναι οι προμήθειες, οι ηλεκτρονικές πληρωμές, τα λογιστικά, το μάρκετινγκ κλπ, με την πρόθεση να την καταστήσουν ένα ξεχωριστό και ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα.

Οι τραπεζικοί οργανισμοί ανήκουν σε αυτή την κατηγορία παρέχοντας υπηρεσίες πληρωμών

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

Ο καταναλωτής έχει τη δυνατότητα να πουλά και να αγοράζει απευθείας ο ίδιος από άλλους καταναλωτές μέσω των πωλήσεων, των αγγελιών, αλλά και οποιοδήποτε άλλων τρόπων έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει. Επιπρόσθετα, διαπιστώνεται και η δημιουργία intranets και άλλων ενδοεταιρικών δικτύων για να διαφημίσουν αντικείμενα, προϊόντα ή υπηρεσίες. Με την ηλεκτρονική δημοσίευση οι πληροφορίες μεταδίδονται άμεσα διευκολύνοντας έτσι τις λειτουργικές διαδικασίες, βελτιώνοντας

και δίνοντας κάθε πληροφορία σχετικά με τις προδιαγραφές προϊόντων, σχεδόν με μηδενικό κόστος.

2.4.5 Business-to-Government (B2G)

Το Business-to-Government μοντέλο περιγράφει την δραστηριότητα που πραγματοποιείται μεταξύ των επιχειρήσεων και του δημόσιου τομέα. Κάθε δραστηριότητα σχετική με τις δημόσιες συμβάσεις, τις διαδικασίες αδειοδότησης και γενικά σε οποιαδήποτε συναλλαγή με το κράτος αφορούν αυτό το μοντέλο ηλεκτρονικού εμπορίου. Πρόκειται για το μοντέλο που μπορεί βέβαια το δημόσιο να είναι ο πελάτης αλλά στην πραγματικότητα είναι αυτός που ορίζει τον τρόπο διεξαγωγής της συναλλαγής ενώ οι επιχειρήσεις εμφανίζονται ως προμηθευτές του καταθέτοντας προσφορές.

Η χρήση του B2G μοντέλου βελτιώνει και ενισχύει τη διαφάνεια στον τρόπο σύναψης των διαφόρων συμβάσεων μειώνοντας τον κίνδυνο παρατυπιών ή και παρανόμων πράξεων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί ένα σύστημα προμηθειών υλικών των νοσοκομείων ή το πρόγραμμα κατακύρωσης συμβάσεων δημοσίων έργων. Παρά τη σπουδαιότητά του και την δυνατότητά του να προσφέρει εξοικονόμηση πόρων και διαφάνεια στο κράτος, το μέγεθος του B2G ηλεκτρονικού εμπορίου μέχρι σήμερα είναι μάλλον ασήμαντο.

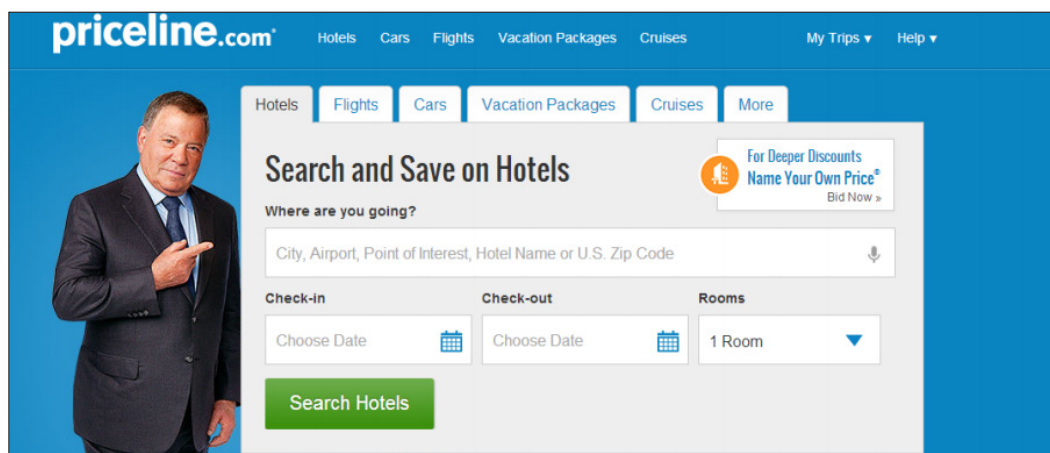


Εικόνα 4 Business-to-Government

Πηγή: openelect.teimes.gr (Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα)

2.4.6 Consumer - to - Business (C2B)

Σε αυτό το μοντέλο ο πελάτης προσδιορίζει τι χρήματα θα διαθέσει για την αγορά των προϊόντων ή των υπηρεσιών. Η επιχείρηση που κατά την επιλογή του καταναλωτή διαθέτει αυτό που θέλει και ανταποκρίνεται στις προσδοκίες του, δίνει προσφορά για να τον εξυπηρετήσει.



Εικόνα 5 Consumer - to - Business (C2B)

Πηγή: openececlass.teimes.gr

2.4.7 Government - to - Citizen (G2C)

Η Κυβέρνηση μέσω του μοντέλου G2C και κατάλληλων ιστοσελίδων προσπαθεί να βελτιώσει τις υπηρεσίες της προς τους πολίτες υποστηρίζοντας την ηλεκτρονική διακυβέρνηση και την εφαρμογή σε κάθε δραστηριότητα που εξυπηρετεί τον πολίτη ώστε ο χρόνος εξυπηρέτησής του να είναι γρήγορος για διάφορες κυβερνητικές υπηρεσίες

Γενική Γραμματεία Πληροφοριακών Συστημάτων

Υπηρεσίες προς » Φορολογικός Οδηγός » Δημόσια δεδομένα » Διαγωνισμοί/Διαβουλεύσεις »

Αρχική Σελίδα

- Σας ενημερώνουμε ότι οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες υποβολών δηλώσεων ΦΠΑ δε θα είναι διαθέσιμες τη Δευτέρα 28/4/2014 από ώρα 16:00μμ έως 19:00μμ
- Σας ενημερώνουμε ότι τα συστήματα και οι εφαρμογές της Γ.Γ.Π.Σ, δεν είναι τρωτά στο «Heartbleed» και ως εκ τούτου δε μπορεί να τα απειλήσει.
- Για θέματα που αφορούν συντάξεις του Δημοσίου, μπορείτε να απευθύνεστε στο τηλ. κέντρο των συντάξεων του Γενικού Λογιστηρίου του Κράτους στο 210-3329900, καθημερινά (εργάσιμες ημέρες), ώρες 7.30-3.30
- Σας ενημερώνουμε ότι από σήμερα 2.4.2014 οι βεβαιώσεις αποδοκών συνταξιούχων 2013, είναι διαθέσιμες στον σχετικό ιστότοπο (<https://www1.gsis.gr/webtax/enhmerwtika/epilogh>) της Γ.Γ.Π.Σ.
- Παρατείνεται μέχρι 20/6/2014 η εκπρόθεσμη υποβολή δήλωσης διακοπής εργασιών πέραν του έτους, με βάση τον πραγματικό χρόνο διακοπής στα φυσικά, νομικά πρόσωπα και νομικές οντότητες

Υπηρεσίες προς

Πολίτες	Επιχειρήσεις	Δημόσια Διοίκηση
<ul style="list-style-type: none"> • Αίτηση Κοινωνικού Μέρισματος • Υποβολή Δήλωσης Ε1 	<ul style="list-style-type: none"> • Υποβολή Δήλωσης Ε9 • Φ.Π.Α.-V.I.E.S • Υποβολή Στοιχείων & 	<ul style="list-style-type: none"> • Ενιαία Αρχή Πληρωμής • e-Παράβολο • Υποβολή Πιστοποιητικών

Εικόνα 6 Government - to - Citizen (G2C)

Πηγή: openelect.teimes.gr

2.5 Πλεονεκτήματα Ηλεκτρονικού εμπορίου(E-commerce)

2.5.1 Βασικά οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου για τους καταναλωτές

Τη δυνατότητα να αγοράζει και να εκτελεί οποιαδήποτε άλλη συναλλαγή 24 ώρες το 24ωρο από όπου και αν βρίσκεται.. Συμμετέχει σε κάθε ηλεκτρονική δημοπρασία που τον ενδιαφέρει χωρίς τη φυσική του παρουσία στον συγκεκριμένο τόπο σε οποιαδήποτε γεωγραφική περιοχή πραγματοποιείται. Μέσα από κατάλληλα δικτυακά Forum και κοινότητες έχει κάθε δυνατότητα ανταλλαγής δεών και εμπειριών με άλλους καταναλωτές.

Η πραγματοποίηση των συναλλαγών γίνεται άμεσα και χωρίς καθυστέρηση ενώ το κόστος είναι πολύ μικρότερο από το κόστος των παραδοσιακών αγορών. Ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος και υπάρχει σύγκριση τιμών αλλά και μείωση ώστε κάθε επιχείρηση να αποκτήσει τους ηλεκτρονικούς της πελάτες.

2.5.2 Βασικά οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου για την εταιρία

Η επιχείρηση μέσα από το ηλεκτρονικό εμπόριο αποκτά πελάτες σε εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο με ελάχιστο λειτουργικό κόστος. Η χρήση των νέων μέσων ηλεκτρονικών τεχνολογιών και εργαλείων την ενισχύει και βελτιώνει τον ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων.

Δεν χρειάζεται να δεσμεύει μεγάλα κεφαλαία για τα αγαθά που πουλάει ενώ ταυτόχρονα εξυπηρετεί άμεσα τους πελάτες βελτιώνοντας και την εικόνα της επιχείρησης.

2.6 Μειονεκτήματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Πολλές φορές η μη σωστή χρήση του δικτυακού τρόπου συναλλαγών αποτελεί κίνδυνο για την ασφάλεια των συναλλαγών.

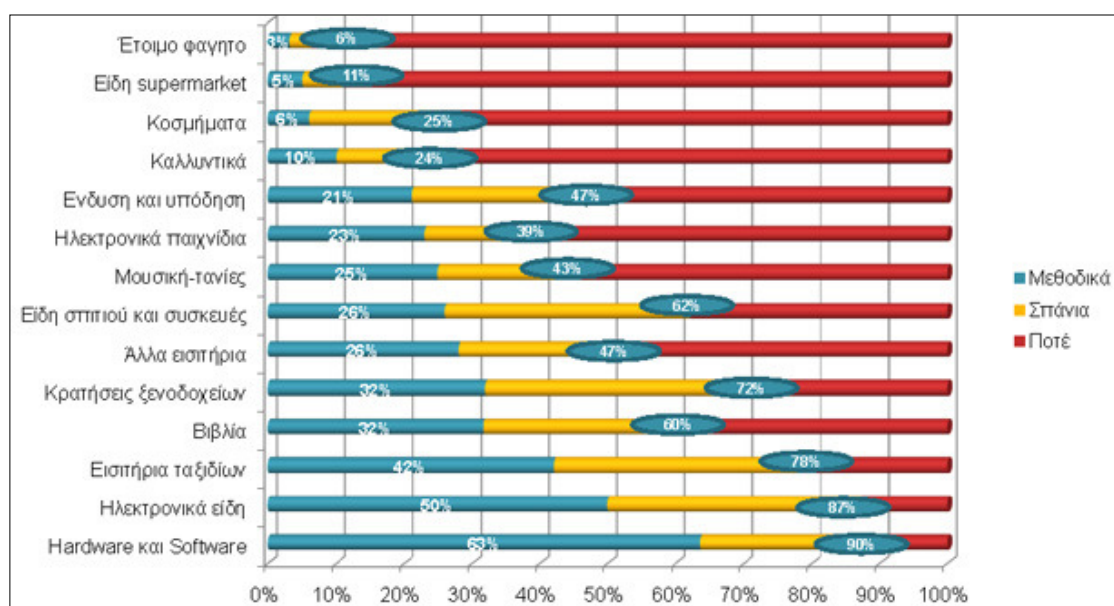
Παρατηρείται έτσι μία έλλειψη εμπιστοσύνης ανάμεσα στον πελάτη και την επιχείρηση αφού δεν υπάρχει φυσική επαφή.

Πίνακας 2: Εύρος Προϊόντων και Υπηρεσιών για τις on-Line Αγορές



Πηγή: openeclass.teimes.gr

Πίνακας 3: Εύρος Προϊόντων και Υπηρεσιών για τις on-Line Αγορές



Πηγή: openelect.teimes.gr

2.7 Νομικό πλαίσιο ηλεκτρονικού εμπορίου

Η ραγδαία ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου προκάλεσε και ζητήματα νομικού περιεχομένου σχετικά με την νομιμότητα κάθε σύμβασης. Επιπρόσθετα, ανέκυψαν ζητήματα που αφορούν την αυθεντικότητα των ηλεκτρονικών εγγράφων, αλλά και σε σχέση με την προστασία των καταναλωτών, σχετικά με τα προσωπικά δεδομένα κατά τη διάρκεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Πολύ κρίσιμο θέμα προέκυψε στην εφαρμογή του δικαίου σχετικά με την θέση του ασθενούς σε κάθε σύμβαση που υπογράφει σε περίπτωση που ο πελάτης δεν έχει την κατάλληλη ενημέρωση σχετικά με το θέμα που υπογράφει και το προϊόν ή την υπηρεσία που πουλάει.

Ακόμη, προκύπτουν θέματα όπως η φορολογία των ηλεκτρονικών συναλλαγών, η Ρύθμιση των πληρωμών με ηλεκτρονικό χρήμα, η διαφήμιση αλλά και η προστασία των προσωπικών δεδομένων και της πνευματικής ιδιοκτησίας των συναλλασσομένων, (Ιγγλεζάκης, 2003).

Έπρεπε λοιπόν να υπάρξει μία νομοθετική ρύθμιση ώστε να προστατεύονται όλα τα μέλη που εμπλέκονται στις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Το 1996 η επιτροπή για το Διεθνές Εμπορικό Δίκαιο των Ηνωμένων Εθνών (UNCITRAL), ψηφίζει τον πρώτο

νόμο για το ηλεκτρονικό εμπόριο και το 1999 η επιτροπή UN/ECE CEFACCT υιοθέτησε τη συμφωνία ηλεκτρονικού εμπορίου (Electronic Commerce Agreement. Το 2000, η επιτροπή της Ευρωπαϊκής Ένωσης υποχρέωσε όλα τα κράτη που να θέσουν σε ισχύ την οδηγία 2000/31/EK με στόχο την δημιουργία ενός ενιαίου κανονιστικού πλαισίου για το ηλεκτρονικό εμπόριο στο πλαίσιο της ΕΕ.

Πριν την σύνταξη της Οδηγίας 2000/31/EK, υπήρχε μεγάλο θέμα σχετικά με την ασφάλεια των συναλλαγών με διαφορετικά μέτρα που ίσχυαν σε κάθε χώρα με αποτέλεσμα να διαπιστώνεται πάντα ένα κενό. Έτσι, η ΕΕ με τη σύνταξη αυτής της οδηγίας, συμπεριέλαβε μεταξύ των άλλων, ορισμένους παράγοντες σχετικά με την ταυτότητα των δύο μερών που εκτελούν την ηλεκτρονική δραστηριότητα ώστε να υπάρχει πλήρη διαύγεια και ασφάλεια. (Αλεξανδρίδου, 2010).

Η Οδηγία 2000/31/EK «για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά»., είναι γνωστή στο ευρύτερο κοινό ως «οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο», με απώτερο σκοπό την αντιμετώπιση κάθε προβλήματος σχετικά με την ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών, και των νομικών ζητημάτων που προέκυπταν από τέτοιες συναλλαγές σε διεθνή επίπεδο καθώς δημιουργούνταν ζητήματα που αφορούσαν τέτοιου είδους γεωγραφικές συναλλαγές, και σχεδόν όλοι οι κλάδοι του δικαίου, λόγω της φύσης του Διαδικτύου. (Αλεξανδρίδου, οπ)

Κατά τη (Δελούκα-Ιγγλέση, 2005) θεωρείται ότι η οδηγία αυτή αποτέλεσε ένα ορόσημο για την εκτέλεση του ηλεκτρονικού εμπορίου στην ΕΕ, εξασφαλίζοντας τομέα των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας την ασφάλεια δικαίου στις σχετικές συναλλαγές

Υποχρεωτικά , η η Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο, υποχρέωσε κάθε κράτος μέλος της ΕΕ να ρυθμίσουν νομοθετικά όλα τα θέματα σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο σε εναρμόνιση μεταξύ τους. Η παρέμβαση της Κοινότητα είναι μόνο συμβουλευτική και βοηθητική στους τομείς που θεωρείται απαραίτητη για τη σύγκλιση της εθνικής νομοθεσίας ώστε να υπάρξει μία σωστή λειτουργία της αγοράς με το ηλεκτρονικό εμπόριο. Κατά δεύτερον, με το άρθρο 9 παρ. 1, υποχρέωσε όλα τα κράτη της ΕΕ να φροντίσουν κάθε άλλο ζήτημα σχετικό με τους παρόχους υπηρεσιών, τις συμβάσεις με ηλεκτρονικά μέσα, την ευθύνη των μεσαζόντων και την πληροφόρηση των χρηστών, τους κώδικες δεοντολογίες και στα μέσα έννομης

προστασίας(ακόμη και με την εξώδικη λύση της διαφοράς) για την αποτελεσματικότερη εφαρμογή της Οδηγίας, μέσα από την συνεργασία των κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η ελληνική αγορά εναρμονίστηκε με την παρούσα οδηγία το ηλεκτρονικό εμπόριο, με το προεδρικό διάταγμα 131/2003. Σύμφωνα με αυτό το διάταγμα ορίστηκαν οι υπηρεσίες που παρέχονται με αμοιβή, με ηλεκτρονικά μέσα εξ αποστάσεως σύμφωνα με τις οδηγίες 98/34/EK και 98/48/EK. Η Οδηγία 2011/83/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης ρυθμίζει ζητήματα σχετικά με τη μορφή του ηλεκτρονικού εμπορίου σε κάθε μορφή B2C. Αυτές οι νομοθετικές ρυθμίσεις αφορούσαν την νομική ασφάλεια των διασυνοριακών συναλλαγών σε χώρες της Ε.Ε. Συγκεκριμένα, για το ηλεκτρονικό εμπόριο, η νέα αυτή Οδηγία αποτελεί σταθμό προκειμένου να είναι γνωστό από την αρχή ότι μια ηλεκτρονική επιχείρηση θα έχει υπόψη της ότι για το B2C ηλεκτρονικό εμπόριο θα ισχύουν οι ίδιες ακριβώς ρυθμίσεις και στις 27 χώρες της Ε.Ε. Επομένως, ομογενοποιείται η προστασία των καταναλωτών σε όλη την Ε.Ε. βελτιώνοντας και ενισχύοντας όλες τις διεθνείς συναλλαγές δημιουργώντας ένα κλίμα ασφάλειας σε όλες τις επιχειρήσεις αλλά και στους καταναλωτές.

Η ελληνική νομοθεσία προσαρμόστηκε στην Οδηγία αντικαθιστώντας τα άρθρα 3 και 4 του Ν. 2251/1994 για την «Προστασία των Καταναλωτών» με τα σχετικά ταυτόριθμα άρθρα. Η ισχύς της αρχίζει την 13.06.2014 και θα εφαρμόζεται σε συμβάσεις συναφθείσες μετά την ανωτέρω ημερομηνία.

Συμπερασματικά, θεωρούμε ότι το σύγχρονο νομοθετικό πλαίσιο, μπορεί να προσφέρει σημαντικά στο ηλεκτρονικό εμπόριο καθώς υποστηρίζει την ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών και να εξασφαλίζει τη διαφάνεια ώστε να μην προκύπτει κανένα θέμα σχετικά με την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, ως προς τη επίλυση των διαφορών που ανακύπτουν (Swindells & Henderson, 1998), με απώτερο πάντα σκοπό την προστασία των καταναλωτών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο Ηλεκτρονική τραπεζική

Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζεται η έννοια της ηλεκτρονικής τραπεζικής, τα είδη και οι μορφές της, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής καθώς και η σχέση της ηλεκτρονικής τραπεζικής με το ηλεκτρονικό εμπόριο.

3.1 Η έννοια της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking)

Για την ηλεκτρονική τραπεζική υπάρχουν αρκετοί ορισμοί όμως σε γενικές γραμμές ο όρος ηλεκτρονική τραπεζική αναφέρεται στην εξ αποστάσεων διενέργεια παραδοσιακών αλλά και καινοτόμων τραπεζικών εργασιών χωρίς την παρουσία του πελάτη στο κατάστημα της τράπεζας. Οι Hertzum et al. (2004) ορίζουν ως ηλεκτρονική τραπεζική την εξ αποστάσεως εκτέλεση τραπεζικών εργασιών με τη χρήση του Διαδικτύου. Σύμφωνα με τον Αγγέλη (2005), η ηλεκτρονική τραπεζική περιλαμβάνει όλους τους σχετικούς τρόπους και όλα τα μέσα, με τα οποία οι τράπεζες έρχονται σε επαφή με τους πελάτες τους με ηλεκτρονικό τρόπο. Σύμφωνα με αυτόν τον ορισμό, η ηλεκτρονική τραπεζική χρησιμοποιεί μέσα αλληλεπίδρασης-επαφής με τον πελάτη όπως τα σημεία αυτοεξυπηρέτησης πελατών (kiosk banking), οι τηλεφωνικές κλήσεις (phone banking), οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές (pc banking), και οι φορητές κινητές συσκευές (mobile banking).

Η ηλεκτρονική τραπεζική, αν και δεν επέφερε ριζικές αλλαγές στα περισσότερα από τα τραπεζικά προϊόντα, άλλαξε τον τρόπο και στα μέσα διανομής αυτών των εσ προϊόντων στους πελάτες των τραπεζών.

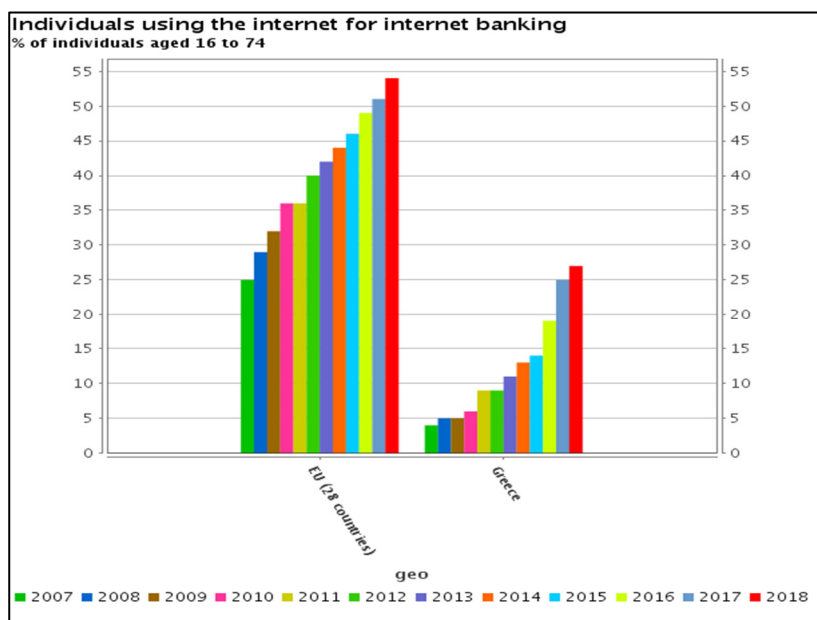
Η ηλεκτρονική τραπεζική ως έννοια υπάρχει από τη δεκαετία του 1980 στις Ηνωμένες Πολιτείες όταν έγιναν οι πρώτες προσπάθειες για την προσφορά τραπεζικών υπηρεσιών στους πελάτες εκτός του φυσικού καταστήματος με την πρώτη online τραπεζική υπηρεσία να προσφέρεται από την Wells Fargo Bank η οποία δημιούργησε και το πρώτο σύστημα Internet Banking το 1994.

Στην Ελλάδα το πρώτο σύστημα Internet Banking παρουσιάστηκε το 1997 από την Εγνατία Τράπεζα με το σύστημα WebTeller μέσω του οποίου ο πελάτης μπορούσε να διεκπεραιώσει τις τραπεζικές του συναλλαγές μέσω του Διαδικτύου

(Χατζηκωνσταντής, 2003). Το σύστημα πρόσφερε βασικές λειτουργίες όπως την πληροφόρηση για το υπόλοιπο του λογαριασμού και τις μεταφορές χρημάτων μόνο εντός της τράπεζας. Το πρώτο ολοκληρωμένο σύστημα Internet Banking δημιουργήθηκε το 2000 από την τράπεζα Πειραιώς και ονομάστηκε WinBank. Σήμερα όλα τα τραπεζικά ιδρύματα της χώρας προσφέρουν υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω τηλεφώνου, Διαδικτύου και Έξυπνων κινητών συσκευών.

Ειδικότερα στην Ελλάδα, τα τελευταία χρόνια υπήρξε μία μεγάλη αύξηση της αξίας των συναλλαγών μέσω Internet Banking και Mobile Banking, ιδιαίτερα στα χρόνια της οικονομικής κρίσης και της επιβολής μέτρων περιορισμού της κίνησης κεφαλαίων. Ένας επιπλέον λόγος αύξησης των ηλεκτρονικών συναλλαγών είναι και το μέτρο του χτισίματος του αφορολόγητου μέσω και των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Ωστόσο, η διείσδυση του Internet Banking και του Mobile Banking είναι ακόμη μικρή εάν συγκριθεί με αυτή των υπολοίπων κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα της Eurostat για τη διαχρονική αύξηση της χρήσης του Internet Banking στην Ελλάδα και στο σύνολο της Ευρωπαϊκής Ένωσης από το 2007 έως και το 2018.

Πίνακας4: Εύρος Προϊόντων και Υπηρεσιών για τις on-Line Αγορές



Πηγή <http://ec.europa.eu/eurostat/>

Όπως φαίνεται και από τον παρακάτω πίνακα, η χρήση του Internet Banking για τα άτομα ηλικίας 16 έως 74 έχει αυξηθεί σημαντικά την τελευταία πενταετία 2014-2018, Ωστόσο το 27% της Ελλάδος εμφανίζεται παρόμοιο με το ποσοστό του μέσου όρου της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EE-28) το 2007 και υπολείπεται κατά το μισό του μέσου όρου της Ευρωπαϊκής Ένωσης το 2018. Αν ανατρέξει κανείς στα στοιχεία των υπολοίπων χωρών μπορεί να δει ότι η Ελλάδα βρίσκεται στις τελευταίες θέσεις, πάνω μόνο από την Βουλγαρία (7%) και την Ρουμανία (9%) ενώ οι χώρες που βρίσκονται στην κορυφή της χρήσης του Internet Banking είναι η Ισλανδία (94%), η Νορβηγία (93%), η Δανία (90%), η Ολλανδία (90%) και η Φιλανδία (90%).

Πίνακας5: Εύρος Προϊόντων και Υπηρεσιών για τις on-Line Αγορές

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
EU28	25	29	32	36	36	40	42	44	46	49	51	54
Greece	4	5	5	6	9	9	11	13	14	19	25	27

Πηγή: Χρήση Internet Banking ατόμων ηλικίας 16 έως 74 στην EE-28 και στην Ελλάδα την περίοδο 2007-2018. Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat>

Ωστόσο, η χαμηλότερη του μέσου όρου της Ευρωπαϊκής Ένωσης διείσδυση της ηλεκτρονικής τραπεζικής σημαίνει ότι υπάρχουν και μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης τα επόμενα χρόνια. Οι πλατφόρμες ηλεκτρονικής τραπεζικής των ελληνικών τραπεζικών ιδρυμάτων είναι στο ίδιο επίπεδο με αυτές των τραπεζικών ιδρυμάτων της υπόλοιπης Ευρώπης. Για να επιτευχθεί η σύγκλιση της χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής με τα υπόλοιπα κράτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι αναγκαία η περαιτέρω θετική αλλαγή στην αντιμετώπιση της πληροφορικής και του Διαδικτύου τόσο από το κράτος, μέσω πολιτικών προώθησης των ηλεκτρονικών συναλλαγών και εκπαίδευσης των πολιτών στη χρήση του Διαδικτύου, όσο και από τους πολίτες της χώρας.

3.2 Είδη και μορφές ηλεκτρονικής τραπεζικής

Όπως αναφέραμε η ηλεκτρονική τραπεζική χωρίζεται σε μορφές ανάλογα με τα ηλεκτρονικά μέσα που χρησιμοποιούνται για την διενέργεια των τραπεζικών

συναλλαγών. Παρακάτω παρουσιάζονται πληροφορίες για τις τρέχουσες μορφές της ηλεκτρονικής τραπεζικής:

- Ηλεκτρονική τραπεζική μέσω τηλεφώνου (phone banking): Σε αυτή την περίπτωση οι τραπεζικές εργασίες διενεργούνται μέσω τηλεφωνικής κλήσης σε συγκεκριμένο νούμερο εξυπηρέτησης πελατών το οποίο διαθέτει το τραπεζικό ίδρυμα. Συνήθως ο πελάτης έχει απέναντί του ένα σύνολο από ηχογραφημένα μηνύματα τα οποία τον καθοδηγούν έτσι ώστε μέσα από ένα μενού επιλογών να πραγματοποιεί την επιθυμητή τραπεζική εργασία. Ο πελάτης δεν χρειάζεται εξειδικευμένες γνώσεις για την διενέργεια των τραπεζικών εργασιών (Φαρσαρότας, κ.α., 2005). Ωστόσο, υπάρχει και η δυνατότητα σύνδεσης με εκπρόσωπο της τράπεζας όταν η επίλυση του προβλήματος δεν είναι εφικτή με τον αυτοματοποιημένο τρόπο. Αρκετά τραπεζικά ιδρύματα προσφέρουν 24ωρες υπηρεσίας ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω τηλεφώνου για να εξυπηρετούν τους πελάτες τους.
- Ηλεκτρονική τραπεζική μέσω Διαδικτύου (Internet banking): Η εξέλιξη του Διαδικτύου έχει δώσει τη δυνατότητα στις τράπεζες να αντικαταστήσουν τους τρόπους επικοινωνίας με τους πελάτες τους καθώς και τον τρόπο διάθεσης των τραπεζικών προϊόντων τους (Nixon & Dixon, 2000). Το πρώτο βήμα ήταν η κατασκευή ιστοσελίδων ενημέρωσης των πελατών για τις παρεχόμενες υπηρεσίες των τραπεζών. Το επόμενο βήμα στην επικοινωνία τράπεζας και πελατών ήταν η δημιουργία πλατφόρμας τραπεζικών συναλλαγών μέσω Διαδικτύου μέσω της οποίας οι πελάτες μπορούν να έχουν πρόσβαση σε μία πληθώρα τραπεζικών υπηρεσιών όπως ενημέρωση λογαριασμών, μεταφορές χρημάτων (Αγγέλης, 2005) με χρήση προσωπικών κωδικών. Το Internet Banking αποτελεί την συνέχεια μίας προσπάθειας μεταφοράς των τραπεζικών συναλλαγών εκτός του χώρου του φυσικού καταστήματος με τη χρήση των αυτοματοποιημένων ταμειολογιστικών μηχανών (ATM), των συναλλαγές μέσω τηλεφώνου (Phone Banking), του PC Banking και του Home Banking. Το Internet Banking σήμερα θεωρείται ταυτόσημο με την ηλεκτρονική τραπεζική και σύμφωνα με την αναφορά της Διάσκεψης για το εμπόριο και την Ανάπτυξη (UNCTAD, 2002) «...αναφέρεται στην ανάπτυξη μέσω του Διαδικτύου υπηρεσιών λιανικής και της χονδρικής τραπεζικής. Αφορά μεμονωμένους και εταιρικούς πελάτες και περιλαμβάνει τραπεζικές μεταφορές,

πληρωμές και διεκπεραιώσεις, τη συλλογές εγγράφων, και την παροχή δάνειων σε εταιρείες και νοικοκυριά.».

Ηλεκτρονική τραπεζική μέσω κινητών συσκευών (mobile banking): Τα τελευταία χρόνια υπάρχει μία αλματώδης ανάπτυξη στον κλάδο των υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας την οποία εκμεταλλεύτηκαν τα τραπεζικά ιδρύματα για να προσφέρουν στους πελάτες τους έναν νέο τρόπο εξυπηρέτησης. Η ηλεκτρονική τραπεζική μέσω κινητών συσκευών προσφέρει αρκετές από τις δυνατότητες της ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω υπολογιστών αλλά με έναν ευκολότερο τρόπο πρόσβασης για τους πελάτες, οι οποίοι μπορούν να χρησιμοποιήσουν αυτόν τον τρόπο ηλεκτρονικής τραπεζικής ανά πάσα στιγμή, εν κινήσει και από οποιοδήποτε σημείο βρίσκονται (Shaikh & Karjaluo, 2015). Αυτή η ευκολία χρήσης έχει οδηγήσει σε ραγδαία αύξηση χρήσης τη συγκεκριμένη μορφή ηλεκτρονικής τραπεζικής από τους χρήστες κινητών συσκευών επικοινωνίας, ωστόσο ο βαθμός χρήσης της υπολείπεται ακόμη της ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω Διαδικτύου. (Shaikh & Karjaluo, 2015). Το Mobile Banking προσφέρει εκτός των βασικών τραπεζικών συναλλαγών και καινοτόμες υπηρεσίες προς τους πελάτες των τραπεζών. Για παράδειγμα συστήματα όπως το “i-bank pay” της Εθνικής Τράπεζας και το “PaF – Pay a Friend” της Eurobank επιτρέπουν τη μεταφορά ποσών στις τηλεφωνικές επαφές του χρήστη ή στους φίλους του χρήστη στο Facebook. Επίσης ο χρήστης μπορεί να στείλει χρήματα σε άλλους μέσω της υπηρεσίας IRIS Online Payments γνωρίζοντας μόνο τον αριθμό του κινητού τηλεφώνου του παραλήπτη. Μία ακόμη καινοτόμος υπηρεσία, η οποία παρέχεται από την Εθνική Τράπεζα, είναι η υπηρεσία έκδοσης ηλεκτρονικού αριθμού προτεραιότητας για εξυπηρέτηση στο φυσικό κατάστημα της τράπεζας.

- Ηλεκτρονική τραπεζική καταστήματος: Αποτελεί μία νέα τάση στην οποία δημιουργούνται φυσικά καταστήματα τα οποία παρέχουν τραπεζικές υπηρεσίες μέσω υπαλλήλων από απόσταση. Ο πελάτης προσέρχεται στο ειδικά διαμορφωμένο κατάστημα, συνδέεται μέσω βιντεοκλήσης με ταμιά της τράπεζας και πραγματοποιεί τις καθημερινές του συναλλαγές με χρήση της ηλεκτρονικής του υπογραφής. Στην Ελλάδα, η Τράπεζα Πειραιώς έχει δημιουργήσει τα καταστήματα e-branch με πλήρως ψηφιακές υπηρεσίες όπως η υπηρεσία «ταμίας από απόσταση». Η Alpha Bank λειτουργεί ήδη πιλοτικά καταστήματα στα οποία εφαρμόζει ένα υβριδικό μοντέλο με ελάχιστα φυσικά ταμεία εξυπηρέτησης και ειδικές ψηφιακές γωνιές όπου οι πελάτες

κατευθύνονται για να πραγματοποιήσουν τις περισσότερες από τις συναλλαγές τους μέσω e-banking, phone banking και Κέντρων Αυτόματων Συναλλαγών. Η Εθνική Τράπεζα εφαρμόζει ένα παρόμοιο σύστημα με τα i-bank stores τα οποία παρέχουν όλες τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής καθώς και χώρους εκπαίδευσης στις νέες τεχνολογίες.

3.3 Υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής

Οι υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής περιλαμβάνουν τις παρακάτω τραπεζικές εργασίες για τους ιδιώτες. Επισημαίνεται ότι, ανάλογα με το είδος της εργασίας ή την πολιτική κάθε τράπεζας, οι εργασίες ενδέχεται να μην διενεργούνται με όλα τα μέσα ηλεκτρονικής τραπεζικής:

- Λογαριασμοί καταθέσεων:
 - Υπόλοιπο - Κινήσεις
 - Πληροφορίες-Στοιχεία Λογαριασμού όπως IBAN, είδος λογαριασμού, επιτόκιο, νόμισμα.
 - Αντίγραφα Λογαριασμών
 - Άνοιγμα νέου λογαριασμού
- Προθεσμιακές καταθέσεις:
 - Πληροφορίες - Στοιχεία προθεσμιακής
 - Αίτηση Νέας Προθεσμιακής
 - Διαχείριση Προθεσμιακής
- Πιστωτικές κάρτες:
 - Υπόλοιπο - Κινήσεις
 - Πληροφορίες καρτών όπως αριθμός πιστωτικής, δικαιούχος, τύπος κάρτας, επιτόκιο, πιστωτικό όριο.
 - Πληρωμή πιστωτικής κάρτας ιδίου
 - Πληρωμή πιστωτικής κάρτας τρίτου
 - Πληρωμή πιστωτικής κάρτας άλλης τράπεζας
 - Αυτόματη Εξόφληση

- Αίτηση Έκδοσης Κάρτας
- Ηλεκτρονικό αρχείο μηνιαίων λογαριασμών (e-statements)
- Εμφάνιση Μηνιαίων Λογαριασμών
- Χρέωση πιστωτικών Καρτών για τη διενέργεια πληρωμών
- Προσωρινή Απενεργοποίηση / Ενεργοποίηση καρτών
- Χρεωστικές κάρτες:
 - Υπόλοιπο –Κινήσεις
 - Πληροφορίες καρτών όπως αριθμός πιστωτικής, δικαιούχος, τύπος κάρτας, επιτόκιο, πιστωτικό όριο.
 - Μεταβολή Ημερησίου Ορίου Χρήσης
 - Σύνδεση / Αποσύνδεση Λογαριασμού
 - Αναλυτικά Στοιχεία Χρεωστικής
 - Προσωρινή Απενεργοποίηση / Ενεργοποίηση καρτών
- Προπληρωμένες κάρτες:
 - Έκδοση / Επανεκδοση Νέας Κάρτας
 - Φόρτιση Κάρτας
 - Εκφόρτιση κάρτας
 - Υπόλοιπο - Κινήσεις
- Δάνεια:
 - Πληρωμή δανείου μέσω μεταφοράς σε λογαριασμό δανείου
 - Υπόλοιπο – Κινήσεις Δανείου
 - Αναλυτικά Στοιχεία Δανείου
 - Πλάνο αποπληρωμής Δανείου
 - Αίτηση δανείου
 - Ανάθεση / Διαχείριση / Ακύρωση Πάγιας Εντολής Πληρωμής
- Επιταγές:

- Πληροφόρηση για Επιταγές
- Αίτηση Ανάκλησης / Ακύρωση Επιταγής
- Αίτηση Έκδοσης νέου Καρνέ
- Ιστορικό αρχείο επιταγών
- Χρηματιστήριο:
 - Ενημέρωση για την αποτίμηση του Χαρτοφυλακίου μου
 - Αγορά/Πώληση Μετοχών
 - Αίτηση Συμμετοχής σε Δημόσιες Εγγραφές
- Πληρωμές:
 - Δημοσίου: ΔΕΚΟ, ΦΠΑ, εργοδοτικές εισφορές, ασφαλιστικές εισφορές, Φόρος Εισοδήματος, ΕΝΦΙΑ, τέλη κυκλοφορίας
 - Σταθερής και κινητής τηλεφωνίας
 - Ασφαλιστικών εταιριών
 - Μισθοδοσίες
 - Ιστορικό Πληρωμών
- Μεταφορές χρημάτων:
 - Μεταφορά σε λογαριασμό ιδίου
 - Μεταφορά σε λογαριασμό Τρίτου που διατηρεί λογαριασμός στην ίδια τράπεζα
 - Μεταφορά σε λογαριασμό άλλης τράπεζας εσωτερικού
 - Έμβασμα σε τράπεζα του εξωτερικού
 - IRIS 24/7 Payment
 - Ιστορικό μεταφορών
- Άλλες υπηρεσίες:
 - Έκδοση και Πληρωμή e-Παραβόλου
 - Δαπάνες Μείωσης φόρου

- Υπολογισμός IBAN
- Μετατροπή νομίσματος
- Υπολογιστής δόσεων δανείου
- Πληροφόρηση για επιτόκια, ισοτιμίες ξένων νομισμάτων, πορία μετοχών χρηματιστηρίου κτλ

3.4 Πλεονεκτήματα, μειονεκτήματα και περιορισμοί ηλεκτρονικής τραπεζικής

Η ηλεκτρονική τραπεζική γνωρίζει ραγδαία ανάπτυξη επειδή προσφέρει τόσο στους πελάτες όσο και στα τραπεζικά ιδρύματα συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι του παραδοσιακού τρόπου διενέργειας τραπεζικών εργασιών. Παρακάτω παρουσιάζονται τα βασικά πλεονεκτήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Πλεονεκτήματα για τους πελάτες:

- Εξοικονόμηση χρόνου: Οι πελάτες μπορούν να διενεργήσουν τις τραπεζικές τους συναλλαγές χωρίς την ανάγκη προσέλευσης στο φυσικό κατάστημα η οποία συνεπάγεται σπατάλη χρόνου αλλά και χρήματος. Σε επέκταση αυτού ο πελάτης μπορεί να πληρώσει λογαριασμούς άλλων εταιρειών όπως λογαριασμούς κινητής τηλεφωνίας, ενέργειας, ασφάλειας κτλ χωρίς να μεταβεί στα καταστήματα των εταιριών αυτών.
- Ταχύτητα διενέργειας τραπεζικών συναλλαγών: Η ηλεκτρονική τραπεζική επιτρέπει την ταχύτερη εξυπηρέτηση των πελατών σε σχέση με τους παραδοσιακούς τρόπους τραπεζικών συναλλαγών. Ειδικότερα το Internet Banking είναι γρηγορότερο και από όλα τα εναλλακτικά κανάλια διανομής των υπηρεσιών όπως είναι τα ATM και το Phone Banking (Καρέκλης, 2003).
- Χρονική και γεωγραφική ελευθερία: Ο πελάτης έχει πρόσβαση στις υπηρεσίες της τράπεζας από οποιοδήποτε σημείο του κόσμου, και οποιαδήποτε στιγμή της ημέρας.
- Δυνατότητα άμεσης ενημέρωσης: Η ηλεκτρονική τραπεζική προσφέρει στον πελάτη άμεση ενημέρωση για την εικόνα των λογαριασμών του, με πολλαπλά μέσα όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και τα γραπτά μηνύματα. Το γεγονός

αυτό προσφέρει επιπλέον στον πελάτη ένα αίσθημα ασφάλειας αφού μπορεί να αντιληφθεί άμεσα ανεπιθύμητες κινήσεις των λογαριασμών του.

- Μειωμένο κόστος τραπεζικών συναλλαγών: Οι τραπεζικές συναλλαγές μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής έχουν γενικότερα μικρότερο κόστος από τις αντίστοιχες των φυσικών καταστημάτων. Ενδεικτικά παραδείγματα τα τραπεζικά εμβάσματα και οι πληρωμές οφειλών στο Δημόσιο όπως ΕΝΦΙΑ και τελών κυκλοφορίας.

Πλεονεκτήματα για τις τράπεζες

- Άμεση επικοινωνία με τους πελάτες τους: Οι τράπεζες μπορούν να επικοινωνούν με τους πελάτες τους κάθε στιγμή της ημέρας ενημερώνοντάς τους για τις κινήσεις των λογαριασμών τους, την πορεία των αιτημάτων τους, την ύπαρξη νέων τραπεζικών προϊόντων, προσφορές σε τραπεζικά προϊόντα κτλ.
- Πρόσβαση σε μεγαλύτερη βάση πελατών: Από τη στιγμή που οι πελάτες μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις υπηρεσίες μιας τράπεζας από οποιοδήποτε σημείο της γης, 24 ώρες το 24ωρο, η πελατειακή βάση της τράπεζας ενδέχεται να αυξηθεί σε σχέση με μία τράπεζα που δεν έχει αναπτύξει στον ίδιο βαθμό την ηλεκτρονική τραπεζική.
- Αύξηση κύκλου εργασιών: Η δυνατότητα επαφής με τους πελάτες της τράπεζας οποιαδήποτε στιγμή μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση του κύκλου εργασιών της τράπεζας. Η τράπεζα μπορεί μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής να προωθεί επιπλέον τραπεζικά προϊόντα στους πελάτες της.
- Μείωση κόστους τραπεζικών εργασιών: Για την διενέργεια τραπεζικών συναλλαγών μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής απασχολείται ελάχιστο ανθρώπινο δυναμικό σε σχέση με αυτό που απασχολείται με τον παραδοσιακό τρόπο συναλλαγών. Επιπλέον, η μειωμένη κίνηση στα φυσικά καταστήματα μπορεί να οδηγήσει σε μείωση των υποκαταστημάτων άρα και σε μείωση των λειτουργικών εξόδων της τράπεζας. Το κόστος της συναλλαγής στο φυσικό κατάστημα αποτιμάται σε 1.5 ευρώ ενώ της αντίστοιχης συναλλαγής με χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής σε 0.25 ευρώ (**Καραγεώργου, 2007**) γεγονός που αποδεικνύει τη μείωση κόστους εξυπηρέτησης των πελατών της τράπεζας.

- Καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών τους: Οι τράπεζες μπορούν να εξυπηρετήσουν τους πελάτες τους οποιαδήποτε στιγμή της ημέρας καθώς και τα Σαββατοκύριακα και τις αργίες. Επίσης μπορούν να ενημερώνουν τους πελάτες τους για την πορεία των τραπεζικών εργασιών τους και των αιτημάτων τους χωρίς αυτοί να χρειάζεται να προσέρχονται στα φυσικά καταστήματα της τράπεζας. Επίσης, οι πελάτες που επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν τα γκισέ των καταστημάτων εξυπηρετούνται γρηγορότερα λόγω του μικρότερου αριθμού πελατών στα φυσικά καταστήματα.
- Δημιουργία νέων προϊόντων για τους πελάτες τους: Η ηλεκτρονική τραπεζική δεν άλλαξε μόνο τον τρόπο διάθεσης των παραδοσιακών τραπεζικών προϊόντων αλλά δημιούργησε και νέα καινοτόμα προϊόντα όπως η μεταφορά χρημάτων μέσω του IRIS σε χρήστες κατόχους τηλεφωνικού αριθμού κτλ.

Ωστόσο, εκτός από τα πλεονεκτήματα η ηλεκτρονική τραπεζική παρουσιάζει και προκλήσεις τόσο για τους πελάτες όσο και για τα τραπεζικά ιδρύματα.

Μειονεκτήματα για τους πελάτες

- Πολυπλοκότητα εγγραφής πελατών στην ηλεκτρονική τραπεζική. Ο πελάτης για να εγγραφεί στην ηλεκτρονική τραπεζική πρέπει να παρουσιαστεί στο φυσικό κατάστημα της τράπεζας. Ωστόσο, υπάρχουν περιπτώσεις στις οποίες η εγγραφή μπορεί να γίνει από την ίδια την πλατφόρμα ηλεκτρονικής τραπεζικής χωρίς την ανάγκη φυσικής παρουσίας στο τραπεζικό κατάστημα.
- Δυσκολία στον χειρισμό, ιδιαίτερα της ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω διαδικτύου, για τους πελάτες με μικρή γνώση χειρισμού ηλεκτρονικού υπολογιστή και διαδικτύου. Η σημασία αυτού του μειονεκτήματος έχει αμβλυνθεί τα τελευταία χρόνια με την ραγδαία αύξηση της χρήσης υπηρεσιών του Διαδικτύου από τους πολίτες.
- Έλλειψη εμπιστοσύνης στα συστήματα ηλεκτρονικής τραπεζικής. Αυτό συνήθως απορρέει από την γενικότερη έλλειψη εμπιστοσύνη στο Διαδίκτυο και τον φόβο για την ηλεκτρονική διάθεση των προσωπικών δεδομένων των πολιτών.

Μειονεκτήματα για τις τράπεζες

- Υψηλό κόστος επένδυσης σε πλατφόρμες ηλεκτρονικής τραπεζικής. Η εφαρμογή της ηλεκτρονικής τραπεζικής προϋποθέτει επενδύσεις τόσο σε τεχνολογικό εξοπλισμό τελευταίας τεχνολογίας όσο και σε ανθρώπινο δυναμικό. Ωστόσο, το κόστος αποσβήνεται τόσο από τη μείωση του κόστους διενέργειας των τραπεζικών συναλλαγών όσο και από την προσέλκυση νέων πελατών.
- Κόστος λειτουργίας και συντήρησης πλατφόρμας ηλεκτρονικής τραπεζικής. Η πλατφόρμα ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι ένα πολύπλοκο, ευαίσθητο και συνεχώς εξελισσόμενο σύστημα το οποίο χρειάζεται συνεχή συντήρηση, ενημέρωση και αναβάθμιση.
- Έκθεση σε κινδύνους ασφάλειας: Οι ηλεκτρονικές επιθέσεις είναι ένα συχνό φαινόμενο και η μη αντιμετώπιση αυτού του κινδύνου με ειδικό υλικό εξοπλισμό και λογισμικό μπορεί να οδηγήσει σε απώλεια στοιχείων πελατών ή της ίδιας της τράπεζας. Οι κίνδυνοι που ενέχει η ηλεκτρονική τραπεζική προέρχονται από κακόβουλο λογισμικό, συσκευές υποκλοπής αλλά και μεθόδους κοινωνικής μηχανικής και phishing. Οι τράπεζες πρέπει να μπορούν να αμυνθούν απέναντι σε αυτές τις απειλές. Σε μία ηλεκτρονική συναλλαγή πρέπει να διασφαλίζονται τα παρακάτω (**Hole, Moen & Tjostheim, 2013**):
 - Η εμπιστευτικότητα (confidentiality) η οποία αναφέρεται στην προστασία των ιδιωτικών και απόρρητων πληροφοριών του πελάτη
 - Η ακεραιότητα της συναλλαγής (integrity), δηλαδή η αποφυγή μη εξουσιοδοτημένης τροποποίησης των πληροφοριών που ανταλλάσσονται μεταξύ χρήστη και υπηρεσίας.
 - Η αυθεντικοποίηση (authentication), δηλαδή η διαδικασία επαλήθευσης της ταυτότητας του χρήστη.
 - Μη αποποίηση ευθύνης (Non repudiation), δηλαδή η αδυναμία άρνησης της συμμετοχής κάποιου σε μία συναλλαγή.
- Κόστος εκπαίδευσης του προσωπικού έτσι ώστε να μπορεί να επιλύει προβλήματα των πελατών της πλατφόρμας ηλεκτρονικής τραπεζικής. Η

συνεχής εξέλιξη των προϊόντων ηλεκτρονικής τραπεζικής προϋποθέτει και συνεχή εκπαίδευση και εξειδίκευση του προσωπικού της τράπεζας.

3.5 Ηλεκτρονική τραπεζική και ηλεκτρονικό εμπόριο

Η σχέση της ηλεκτρονικής τραπεζικής με το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι κάτι παραπάνω από εμφανής. Η εξάπλωση του ηλεκτρονικού εμπορίου και η εξοικείωση των καταναλωτών με το Διαδίκτυο και την διενέργεια ηλεκτρονικών αγορών οδήγησε στην εξάπλωση και της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Οι τράπεζες προσφέρουν στις επιχειρήσεις ολοκληρωμένα προγράμματα ηλεκτρονικής τραπεζικής τα οποία περιλαμβάνουν εκτός από την Online πληροφόρηση για την κίνηση των λογαριασμών της, εφαρμογές για την πληρωμή οφειλών στο Δημόσιο, σε ΔΕΚΟ και σε άλλους οργανισμούς, την αυτοματοποιημένη μισθοδοσία του προσωπικού, την πληρωμή προμηθευτών, την επιλογή ασφαλιστικών πακέτων για το προσωπικό, την πληρωμή εταιρικών προϊόντων όπως οι εταιρικές πιστωτικές κάρτες κτλ.

Η χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής έχει σημαντικά πλεονεκτήματα για την επιχείρηση. Το σημαντικότερο πλεονέκτημα που προσφέρει η ηλεκτρονική τραπεζική στις επιχειρήσεις που την επιλέγουν είναι η εξοικονόμηση χρόνου. Η ηλεκτρονική τραπεζική προσφέρει στην εταιρεία ταχύτερη εξυπηρέτηση ενώ η εταιρεία μπορεί να προγραμματίζει και να υλοποιεί καλύτερα και στο χρόνο που αυτή επιθυμεί τις συναλλαγές της μειώνοντας το κόστος και ελευθερώνοντας χρονικούς και ανθρώπινους πόρους για άλλες παραγωγικές δραστηριότητες (Αγγέλης, 2005). Στην βελτίωση της ταχύτητας και της ποιότητας εξυπηρέτησης των εταιριών συμβάλει και η συγκέντρωση όλων των τραπεζικών προϊόντων και εργασιών σε ένα κεντρικό σημείο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο Παραδείγματα συστημάτων και εφαρμογών ως πρότυπα

4.1 Παραδείγματα υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής

Μεταφορά σε λογαριασμό ιδίου

Ο κάτοχος του λογαριασμού πίστωσης ή χρέωσης επιλέγει τον λογαριασμό μεταφοράς των χρημάτων. Στην περίπτωση του λογαριασμού ιδίου, ο χρήστης δεν χρειάζεται να πληκτρολογεί αριθμούς λογαριασμών, παρά μόνο το ποσό που θέλει να μεταφερθεί καθώς και την ημερομηνία μεταφοράς. Όταν η ημερομηνία είναι η τρέχουσα η εντολή εκτελείται άμεσα. Επίσης, ο κάτοχος λογαριασμού έχει τη δυνατότητα να μεταφέρει περιοδικά λεφτά, ή να ορίσει στο μέλλον μια μεταφορά.

Μεταφορά σε λογαριασμό τρίτου

Ο χρήστης πληκτρολογεί τον αριθμό λογαριασμού στον οποίο επιθυμεί να σταλεί τα χρήματα και κατόπιν πληκτρολογεί τον λογαριασμό χρέωσης. Απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή στην πληκτρολόγηση του αριθμού πίστωσης. Οι τράπεζες για να διασφαλίσουν ότι θα γίνει σωστή συναλλαγή, διενεργούν έλεγχο ψηφίου ελέγχου. Τα στοιχεία του λογαριασμού αποστολής των χρημάτων, δεν εμφανίζονται πλήρη λόγω του ότι αποτελούν ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα. Ο χρήστης πρέπει να πληκτρολογήσει το ποσό και η ημερομηνία μεταφοράς των χρημάτων. Όταν χρησιμοποιήσει την τρέχουσα ημερομηνία τότε τα χρήματα μεταφέρονται άμεσα. Στην περίπτωση λάθους η διαδικασία μπορεί να διακοπεί και η συναλλαγή να διακοπεί.

Εικόνα 7 Μεταφορά σε λογαριασμό τρίτου

Πηγή: Παραδείγματα υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής

Εμβάσματα Εσωτερικού

Τα εμβάσματα εσωτερικού διεκπεραιώνονται μέσω του διατραπεζικού συστήματος DIASTRANSFER. Η εκτέλεση γίνεται αυθημερόν ή το πολύ σε μια εργάσιμη. Στο συγκεκριμένο σύστημα συμμετέχουν σχεδόν όλες οι εγχώριες τράπεζες, αλλά και για αυτές που δεν συμμετέχουν υπάρχει δυνατότητα να ολοκληρωθεί η διαδικασία με αποστολή είτε του απλού αριθμού τραπεζικού λογαριασμού είτε της IBAN μορφής του. Και σε αυτή τη διαδικασία υπάρχει έλεγχος ψηφίου ελέγχου, ωστόσο απαιτείται μεγάλη προσοχή γιατί είναι αδύνατη η ταυτοποίηση του λογαριασμού με συγκεκριμένο χρήστη. Όσον αφορά στο ποιος επωμίζεται τα έξοδα αποστολής του εμβάσματος υπάρχουν 3 επιλογές:

1. Έξοδα παραλήπτη - BEN
2. Έξοδα αποστολέα - OUR
3. Αμφότεροι - SHA

Κάθε τράπεζα οφείλει να πληροφορεί τον συναλλασσόμενο για το είδος των εξόδων του εμβάσματος. Για το τέλος πληκτρολογεί την ημερομηνία που επιθυμεί να γίνει η πληρωμή και ο κωδικός επιβεβαίωσης της συναλλαγής.

Πληρωμή πιστωτικής κάρτας

Οι πληρωμές πιστωτικών καρτών διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες:

1. Πληρωμή Πιστωτικής Κάρτας Ιδίου: Ο χρήστης επιλέγει λογαριασμό χρήστη και κάρτας και πληκτρολογεί ημερομηνία και κωδικό επιβεβαίωσης. Η διαδικασία αυτή εκτελείται άμεσα.
2. Πληρωμή Πιστωτικής Κάρτας Τρίτου: Η διαδικασία είναι παρόμοια με την πληρωμή κάρτας ιδίου.
3. Πληρωμή Πιστωτικής Κάρτας Άλλης Τράπεζας: Η διαδικασία αυτή διαφοροποιείται λόγω του ότι γίνεται μέσω της DIASTRANFRER. Επίσης μπορεί να διαρκέσει παραπάνω από μια εργάσιμη μέρα. Απαιτείται μεγαλύτερη προσοχή λόγω πιθανού λάθους πληκτρολόγησης στον αριθμό της κάρτας.

Πληρωμή λογαριασμού ΔΕΚΟ

Ο χρήστης μπορεί να επιλέξει ανάμεσα σε εταιρείες όπως η COSMOTE, η ΔΕΗ και η ΕΥΔΑΠ. Σχεδόν όλες οι μονάδες ηλεκτρονικής τραπεζικής της χώρας, παρέχουν στους πελάτες τους, ολοκληρωμένο πακέτο πληρωμών λογαριασμών ΔΕΚΟ.

Θέλω να πληρώσω

* Οργανισμός έντυπο λογαριασμού
Δ.Ε.Η. >

1 * Λογαριασμός Χρέωσης >

2 * Ποσό * Κωδικός Ηλεκτρ. Πληρωμής 3

Σχόλια

Για συναλλαγές που πραγματοποιούνται από 00:00 έως και 16:14 ακύρωση διενεργείται έως και ώρα 16:14. Για συναλλαγές που έχουν πραγματοποιηθεί από 16:15 ως 23:59 ακύρωση διενεργείται μέχρι ώρα 23:59 της ημέρας συναλλαγής εκτός και αν αυτή ακολουθείται από αργία ή αργίες, οπότε η ακύρωση διενεργείται μέχρι και ώρα 23:59 της τελευταίας αργίας (π.χ. οι συναλλαγές που διενεργούνται την Παρασκευή μετά τις 16:15 μπορούν να ακυρωθούν μέχρι και την 23:59 της Κυριακής).

4 * Αποδέχομαι τους παρακάτω όρους

Αποδέχομαι ότι τα στοιχεία της συναλλαγής εισάγονται με ευθύνη μου χωρίς έλεγχο της Τράπεζας. Σε περίπτωση μη πληρωμής της οφειλής μου λόγω εισαγωγής λανθασμένων στοιχείων, η Τράπεζα δεν ευθύνεται. Επισημαίνεται ότι κατά την ακύρωση της πληρωμής τυχόν εισπραχθείσα υπέρ Εθνικής Τράπεζας προμήθεια δεν επιστρέφεται.

Μεταχρονολογημένη Συναλλαγή

Αποθήκευση ως πρότυπο

5

Καθαρισμός Σύνδεση

Εικόνα 8 Πληρωμή Φόρου, ΕΝΦΙΑ και τελών κυκλοφορίας

Κατά την πληρωμή φόρου, ΕΝΦΙΑ ή τελών κυκλοφορίας, ο χρήστης αφού επιλέξει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωσης, πληκτρολογεί τον Αριθμό Ειδοποιητηρίου που έχει λάβει από το Υπουργείο Οικονομικών.

Πληροφορίες λογαριασμού

Μέσω του internet banking ο χρήστης μπορεί να δει άμεσα όλες τις πληροφορίες που σχετίζονται με τους λογαριασμούς του. Ο χρήστης έχει άμεση πρόσβαση σε πληροφορίες όπως το υπόλοιπο του λογαριασμού του (Διαθέσιμο υπόλοιπο, Λογιστικό υπόλοιπο καθώς και τυχόν δεσμεύσεις που υπάρχουν στον λογαριασμό του). Μπορεί επίσης να πληροφορηθεί και για τις κινήσεις του λογαριασμού (Ιστορικό κινήσεων).

Πληροφορίες κάρτας

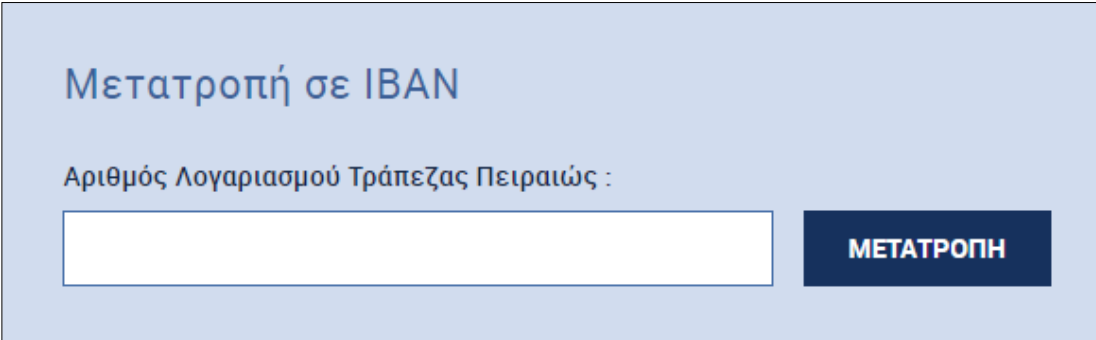
Ο χρήστης, μέσω του internet banking, μπορεί να δει πληροφορίες που σχετίζονται με την πιστωτική του κάρτα (αριθμός πιστωτικής κάρτας, επωνυμία δικαιούχου, τύπος κάρτας, τρέχον επιτόκιο, πιστωτικό όριο αγορών ή αναλήψεων κτλ.). Επίσης, μπορεί να έχει πρόσβαση σε πληροφορίες όπως το διαθέσιμο υπόλοιπο και η αναλυτική κίνηση της κάρτας.

Πληροφορίες δανείου

Ο χρήστης μπορεί να ενημερωθεί για ένα εύρος πληροφοριών του δανείου όπως το ποσό που του απομένει για την αποπληρωμή του, την κατάσταση των δόσεων, τις επόμενες δόσεις, τις καταληκτικές ημερομηνίες πληρωμής και το επιτόκιο.

Υπολογισμός IBAN

Ο χρήστης μπορεί να κάνει ηλεκτρονικά τη μετατροπή ενός λογαριασμού σε μορφή IBAN καθώς και να ελέγξει την ορθότητα ενός IBAN.



The image shows a web interface for converting an account number to an IBAN. The title is "Μετατροπή σε IBAN". Below the title, there is a label "Αριθμός Λογαριασμού Τράπεζας Πειραιώς :" followed by a text input field. To the right of the input field is a dark blue button with the text "ΜΕΤΑΤΡΟΠΗ" in white capital letters.

Εικόνα 9 Υπολογισμός IBAN

Μετατροπή νομίσματος

Ο χρήστης μπορεί σε πολλά sites τραπεζών να μετατρέψει μέσω λογισμικού ένα νόμισμα σε ένα άλλο.

ΜΕΤΑΤΡΟΠΗ ΣΕ ΞΕΝΟ ΝΟΜΙΣΜΑ

Ποσό

120 EUR

Σε

GBP - Pound Sterling

Υπολογιζόμενο Ποσό

102.71 GBP

Υπολογισμός Καθαρισμός

Εικόνα 10 Μετατροπή σε ξένο νόμισμα

Υπολογισμός δόσεων δανείου

Ο χρήστης σε μερικά sites μπορεί να πληροφορηθεί αναλυτικά για τις δόσεις των δανείων που έχει πάρει ή ενδέχεται να πάρει. Ανάλογα το δάνειο μπορεί να ενημερωθεί για τα ακριβή ποσά των δόσεων πληκτρολογώντας το ποσό του δανείου (Παλάσκας, 2010).

1 Διαμορφώστε το δανειό σας

Τι ποσό δανείου χρειάζεστε;

10.000 500.000 €

Για πόσα χρόνια θέλετε το δάνειο;

10 30

Για πόσα χρόνια επιθυμείτε σταθερό επιτόκιο;

0 3 5

Η δόση του δανείου σας με κυμαινόμενο μόνο επιτόκιο θα είναι:

591 € / μήνα

Οι δόσεις υπολογίζονται με βάση το ενδεικτικό επιτόκιο για αγορά κατοικίας, όπως ισχύει σήμερα. Το ποσό, η διάρκεια και το επιτόκιο του δανείου, καθώς και οι δόσεις που προκύπτουν από τον συνδυασμό αυτών, μπορεί να μεταβληθούν με βάση τα επιμέρους χαρακτηριστικά του δανείου και τα εξατομικευμένα στοιχεία σας.

2 Ελέγξτε τις δυνατότητές σας

Χρειάζεστε δάνειο για:

Αγορά κατοικίας

Αξία αγοράς ακινήτου Αν επιθυμείτε δάνειο για άλλο σκοπό, παρακαλούμε επικοινωνήστε μαζί μας στο 181818 ή επισκεφθείτε το πλησιέστερο Κατάστημά μας.

0 € Πρέπει να εισάγετε έναν θετικό ακέραιο

Παρακαλούμε συμπληρώστε τα στοιχεία σας

Ετος Γέννησης	Ετήσιο ατομικό εισόδημα*	Μηνιαίες υποχρεώσεις από δάνεια & κάρτες
		0 €

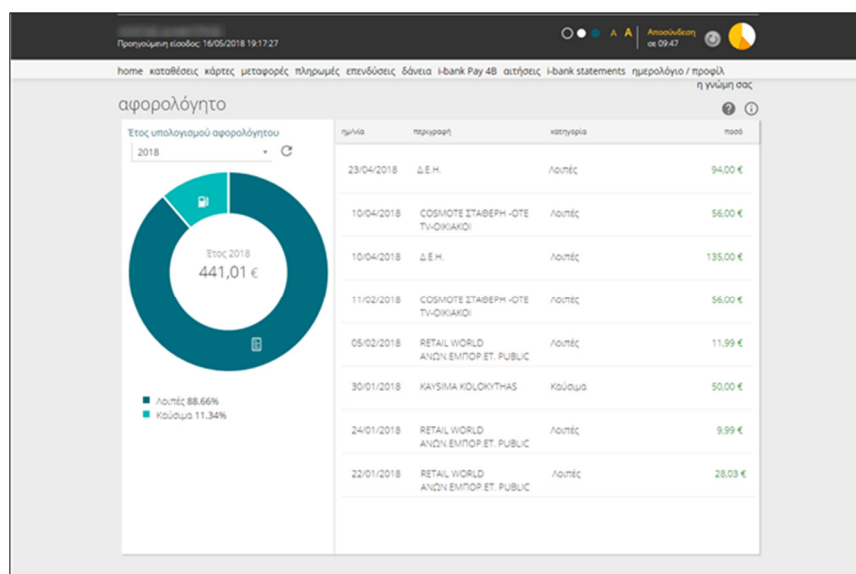
* Πρόκειται για το ετήσιο δηλωθέν εισόδημα, όπως προκύπτει από το εκκαθαριστικό σημείωμα του τελευταίου έτους.

Θα συμμετέχει άλλο άτομο στο δάνειο ως συνδανειολήπτης ή εγγυητής; Ναι Όχι (ένα ακόμη άτομο)

Εικόνα 11 Υπολογισμός δόσεων δανείου

Υπολογιστής αφορολόγητου

Με τον υπολογιστή αφορολόγητου οι χρήστες έχουν συγκεντρωμένες όλες τις πληροφορίες που χρειάζονται για το χτίσιμο του αφορολόγητου, καθώς γνωρίζουν ανά πάσα στιγμή την αξία των συναλλαγών που έχουν πραγματοποιήσει. Έτσι, κάθε χρήστης μπορεί με ευκολία να υπολογίσει τι αξία συναλλαγών του λείπει για να μεγιστοποιήσει το φορολογικό του όφελος από την έκπτωση φόρου.



Εικόνα 12 Υπολογιστής αφορολόγητου

4.2 Παραδείγματα χρήσης υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής από ηλεκτρονικά καταστήματα

Η ηλεκτρονική τραπεζική προσφέρει πολλές υπηρεσίες τόσο για τη μισθοδοσία και τις εργοδοτικές εισφορές όσο και για τον ίδιο τον τρόπο πληρωμής για τα αγαθά που προσφέρουν με ηλεκτρονικό τρόπο.

Εργοδοτικές εισφορές

Σε αυτή τη διαδικασία αντί του ΑΦΜ ο χρήστης πληκτρολογεί τον Αριθμό Μητρώου Εργοδότη (ΑΜΕ). Κατόπιν, επιλέγει τη Μισθοδοτική Περίοδο που αφορά η οφειλή, την ημερομηνία πληρωμής, το ποσό πληρωμής και τον κωδικό επιβεβαίωσης

συναλλαγής. Με ανάλογο τρόπο γίνεται και η πληρωμή Ασφαλιστικών εισφορών ΟΑΕΕ αλλά και ΕΤΑΜ.

Υπηρεσία μισθοδοσίας

Οι επιχειρήσεις παράγουν τα απαραίτητα αρχεία μέσω των μηχανογραφικών τους συστημάτων ή μέσω εφαρμογής που παρέχεται από την τράπεζα. Το αποτέλεσμα και στις δύο περιπτώσεις είναι ένα αρχείο με συγκεκριμένη γραμμογράφηση το οποίο περιέχει μία επικεφαλίδα αρχείου με στοιχεία όπως Κωδικός Εταιρείας, Ημερομηνία Δημιουργίας Αρχείου, Συνολικό Πλήθος Εγγραφών, Συνολικό Ποσό Πληρωμής καθώς και αναλυτικές εγγραφές με στοιχεία όπως Αριθμός Τραπεζικού Λογαριασμού Πίστωσης, Ονοματεπώνυμο Δικαιούχου, Ποσό και Αιτιολογία. Το αρχείο μεταφορτώνεται στο ειδικό περιβάλλον ηλεκτρονικής τραπεζικής της εκάστοτε τράπεζας και ελέγχεται για την ορθότητά του. Ο υπεύθυνος της μισθοδοσίας κατά την μεταφόρτωση του αρχείου μισθοδοσίας επιλέγει Τραπεζικό Λογαριασμό Χρέωσης και Ημερομηνία Πληρωμής.

E-Commerce (e-Payments)

Τα συστήματα e-commerce των τραπεζών προσφέρουν τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις και στους εμπόρους να παρέχουν υπηρεσίες ηλεκτρονικών πληρωμών από την ιστοσελίδα τους όλο το 24ωρο, 365 ημέρες το χρόνο με τη χρήση χρεωστικών, πιστωτικών ή προπληρωμένων καρτών.

Αναλυτικά, τα συστήματα e-Commerce προσφέρουν στις επιχειρήσεις :

- Ενίσχυση των πωλήσεων με την πιστωτική διευκόλυνση των πελατών.
- Εκσυγχρονισμό και ενίσχυση της ανταγωνιστικής θέσης στην αγορά.
- Ευκολία στις συναλλαγές.
- Εγγύηση ασφάλειας για τις συναλλαγές.
- Αξιοπιστία ηλεκτρονικών μέσων και αυτοματοποίηση συναλλαγών.

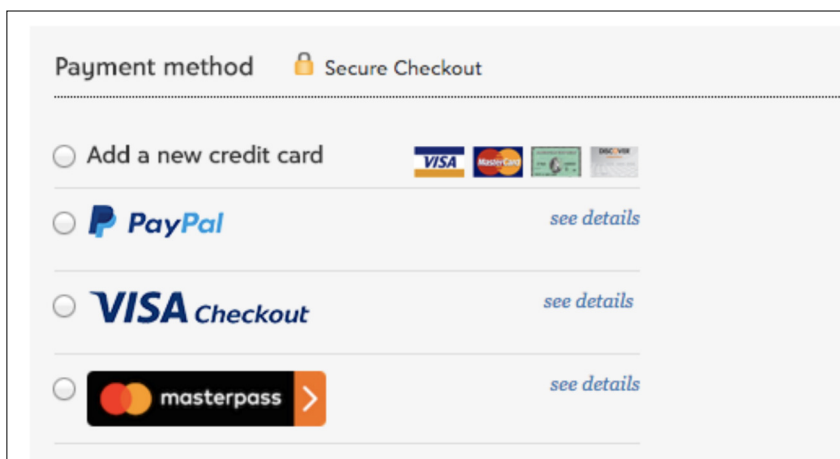
Επίσης, μέσα από το ψηφιακό περιβάλλον του e-commerce η επιχείρηση μπορεί να έχει:

- Πλήρη ενημέρωση με συγκεντρωτική και λεπτομερή απεικόνιση συναλλαγών.
- Διαχείριση της κάθε συναλλαγής ξεχωριστά.

- Αναλυτικό ιστορικό συναλλαγών με δυνατότητα εκτύπωσης αποδεικτικού για κάθε συναλλαγή
- Εύκολη και γρήγορη αναζήτηση συναλλαγών

Οι πελάτες του ηλεκτρονικού καταστήματος της επιχείρησης μπορούν συνήθως να πραγματοποιούν τις αγορές τους επιλέγοντας ανάμεσα από σύγχρονους τρόπους πληρωμής όπως:

- Πληρωμή με χρεωστική, πιστωτική ή προπληρωμένη κάρτα (American Express, Visa, Mastercard, Maestro, Diners Club).
- Πληρωμή με ψηφιακό πορτοφόλι (wallet) όπως η υπηρεσία πληρωμών Masterpass
- Πληρωμή με τραπεζικό λογαριασμό με χρήση της υπηρεσίας MyBank.



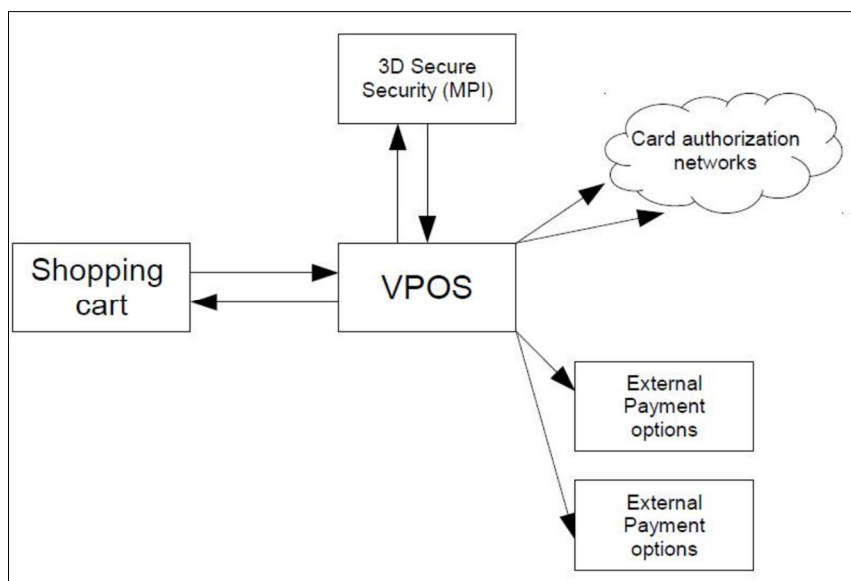
Εικόνα 13 E-Commerce (e-Payments)

Η διαδικασία των συναλλαγών μπορεί να πραγματοποιηθεί με διάφορους τρόπους όπως:

- Μεταφορά του Πελάτη στην ασφαλή σελίδα πληρωμής της υπηρεσίας e-Commerce. Μετά την επεξεργασία της πληρωμής από την Τράπεζα, ο πελάτης επιστρέφει αυτομάτως στον δικτυακό τόπο του ηλεκτρονικού καταστήματος, όπου ενημερώνεται για την ολοκλήρωση της συναλλαγής. Όταν εγκρίνεται η συναλλαγή, αποστέλλεται από την Τράπεζα στην Επιχείρηση σχετικό ενημερωτικό email.
- Μέσα από το Διαχειριστικό Εργαλείο του συστήματος e-Commerce.

- Ολοκλήρωση της πληρωμής στην ιστοσελίδα της επιχείρησης, εφόσον πληρούνται οι διεθνείς προδιαγραφές ασφαλείας. Ο πελάτης παραμένει στην ιστοσελίδα του ηλεκτρονικού καταστήματος, ολοκληρώνοντας την πληρωμή του σε αυτή. Αναγκαία είναι η παροχή κρυπτογράφησης συναλλαγών όπως SSL 128 bit και η ικανοποίηση των προδιαγραφών ασφαλείας των Διεθνών Οργανισμών Visa, MasterCard, American Express κτλ.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την χρήση ενός συστήματος e-commerce είναι η ύπαρξη ιστοσελίδας ηλεκτρονικού καταστήματος. Για τη διασύνδεση της επιχείρησης με το σύστημα e-commerce απαιτείται μία διαδικασία η οποία συνήθως περιλαμβάνει την ύπαρξη συγκεκριμένων ιστοσελίδων στο ηλεκτρονικό κατάστημα όπως σελίδα αποστολής πληρωμής (checkout page), σελίδα ενημέρωσης επιτυχημένης συναλλαγής (success confirmation page) και σελίδα ενημέρωσης αποτυχημένης συναλλαγής (failure confirmation page), προσθήκη κρυπτογράφησης όπως SSL 256bit αλλά και προγραμματισμό για την αποστολή των στοιχείων συναλλαγής στο σύστημα e-commerce της τράπεζας.



Εικόνα 14 Διασύνδεση επιχείρησης με e-commerce.

Πηγή (www.Alpha Bank. gr)

Η τυπική ροή μίας συναλλαγής σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα περιλαμβάνει τα παρακάτω βήματα:

1. Ο πελάτης επιλέγει τα προϊόντα ή της υπηρεσίες που θα αγοράσει, αποδέχεται τους όρους χρήσης και καταλήγει στη σελίδα επιλογής του τρόπου πληρωμής.

2. Εφόσον ο έλεγχος της συναλλαγής είναι επιτυχημένος, το σύστημα e-commerce της τράπεζας εμφανίζει τη σελίδα πληρωμής ενώ σε διαφορετική περίπτωση η συναλλαγή διακόπτεται.
3. Μετά η συναλλαγή ελέγχεται για το αν μπορεί να εγκριθεί:
 - Αν η συναλλαγή εγκριθεί τότε στέλνεται επιβεβαίωση και τα στοιχεία της συναλλαγής στην σελίδα επιτυχημένης συναλλαγής για να ενημερωθεί ο πελάτης. Επίσης στέλνεται ηλεκτρονικό μήνυμα στην επιχείρηση με λεπτομέρειες της συναλλαγής.
 - Αν η συναλλαγή δεν εγκριθεί τότε στέλνεται επιβεβαίωση και τα στοιχεία της συναλλαγής στην σελίδα αποτυχημένης συναλλαγής.

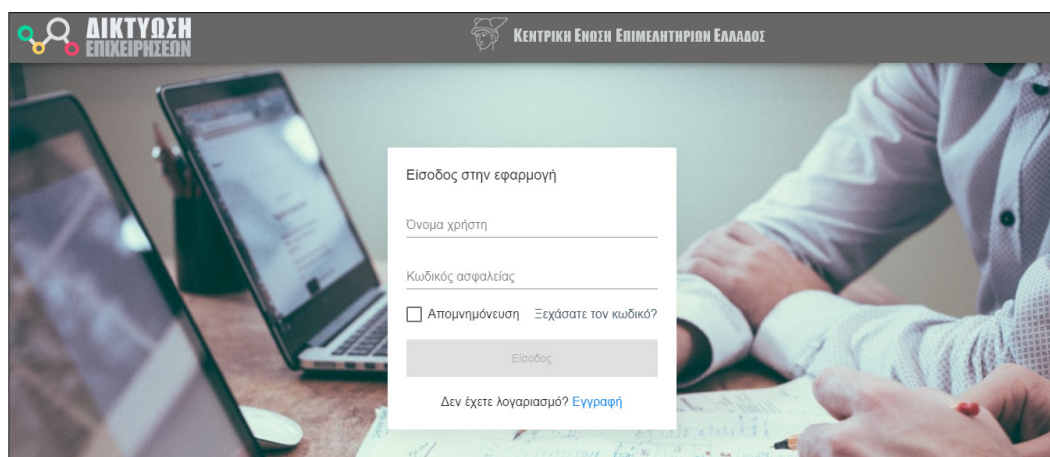
Κεφάλαιο 5 Εφαρμογή ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας

5.1 Πλατφόρμες ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας

Η ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα αποτέλεσε τα τελευταία χρόνια μία πολύ σημαντική παράμετρο για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας και η χρήση των νέων τεχνολογιών για το ηλεκτρονικό εμπόριο, έδωσε πλεονεκτική θέση στην «ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα», δημιουργώντας ταυτόχρονα και ένα κλίμα ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων. Η προώθηση των προϊόντων και των υπηρεσιών μέσα από τις πλατφόρμες, έδωσε τη δυνατότητα σε κάθε επιχείρηση να ανταποκριθεί στις νέες απαιτήσεις της ηλεκτρονικής αγοράς. Δημιουργήθηκαν έτσι πολλές πλατφόρμες ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας; Σύμφωνα με τις ανάγκες και τους σκοπούς της κάθε επιχείρησης και οργανισμού.

5.1.1 Ηλεκτρονική Πλατφόρμα Διαδικτυακής επιχείρησης

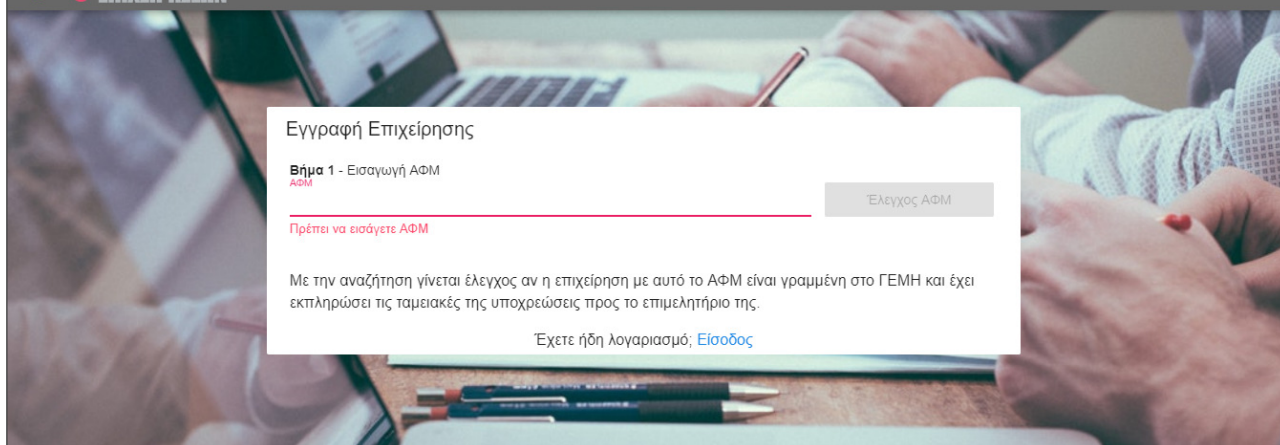
Η Κεντρική Ένωση των Επιμελητηρίων της Ελλάδας δημιούργησε την νέα ηλεκτρονική πλατφόρμα , προσπαθώντας να συμβάλει στην ανάπτυξη των μικρών κυρίως επιχειρήσεων ώστε να βρίσκονται σε κάθε επαφή με τις μεγάλες επιχειρήσεις και να μαθαίνουν μεσα από αυτές δημιουργώντας παράλληλα το δικό τους επιχειρηματικό σχέδιο.



Εικόνα 15 Δικτύωση Επιχειρήσεων.

Πηγή: <https://businessplatform.uhc.gr>

Οι επιχειρήσεις, αν είναι μέλη των Επιμελητηρίων, (μπορούν να κάνουν την εγγραφή τους σε αυτές αφού δημιουργήσουν τον λογαριασμό με την εισαγωγή του ΑΦΜ που έχουν και να ανακοινώνουν διάφορα θέματα. Η διεύθυνση που πρέπει να μπουν είναι η παρακάτω: (<https://businessplatform.uhc.gr>)



Εικόνα 16 Εγγραφή επιχείρησης

Πηγή: <https://businessplatform.uhc.gr>

Τα θέματα αυτά μπορούν να σχετίζονται για κάθε οργανωτική δομή της επιχείρησης, τις συνεργασίες μεταξύ των επιχειρήσεων, τα προϊόντα καθώς και τις υπηρεσίες που προσφέρονται, διάφορες εκδηλώσεις των επιχειρήσεων και πολλά άλλα θέματα που ενισχύουν την ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα. (http://www.eeth.gr/news/2002/42/dwrean-epixeirimatiki-platforma-aro-tin-kee.html, Δωρεάν επιχειρηματική Πλατφόρμα από την ΚΕΕ,)

5.1.2 Δημιουργία ηλεκτρονικής πλατφόρμας για το Μητρώο Δομών Ενεργού Στήριξης της Νεοφυούς Επιχειρηματικότητας (Start-ups)

Μία σημαντική πλατφόρμα ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας υπήρξε και η πλατφόρμα για το Μητρώο Δομών Ενεργού Στήριξης της Νεοφυούς Επιχειρηματικότητας. Η προσπάθεια του Υπουργείου Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού και η Ειδική Γραμματεία Διαχείρισης Τομεακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων του Ευρωπαϊκού Ταμείου Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και Ταμείου Συνοχής (ΤΣ) συνέβαλαν σε μια αξιόπιστη υπηρεσία με δομές που ικανοποιούν κάθε νεοφυή επιχειρηματικότητα με δράσεις χρηματοδοτούμενες μέσω του ΕΣΠΑ.

Αρχικά όλε οι δομές που χρηματοδοτούνται συνδέονται με την πλατφόρμα στην ηλεκτρονική διεύθυνση www.startupincubator.gov.gr και καταχωρούν οποιαδήποτε στοιχεία θεωρούνται απαραίτητα στα επιχειρηματικά πλαίσια που

αναπτύσσεται η κάθε επιχείρηση ώστε να γίνει σωστά η ανάδειξή τους. Κατόπιν κάθε επιχειρηματίας των δομών αυτών αξιολογεί το υλικό παρέχοντας την ανάλογη πληροφορία με ένα δυναμικό τρόπο για κάθε ωφελούμενο.

Η παραπάνω πλατφόρμα αναπτύχθηκε στα πλαίσια της ενίσχυσης της καινοτομίας και τη νέας δυναμικής για την επιχειρηματικότητα μέσα από την υποστήριξη των φορέων για κάθε αποτελεσματική στρατηγική της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας. (<https://government.gov.gr>)

5.1.3 Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας (ΜοΚΕ)

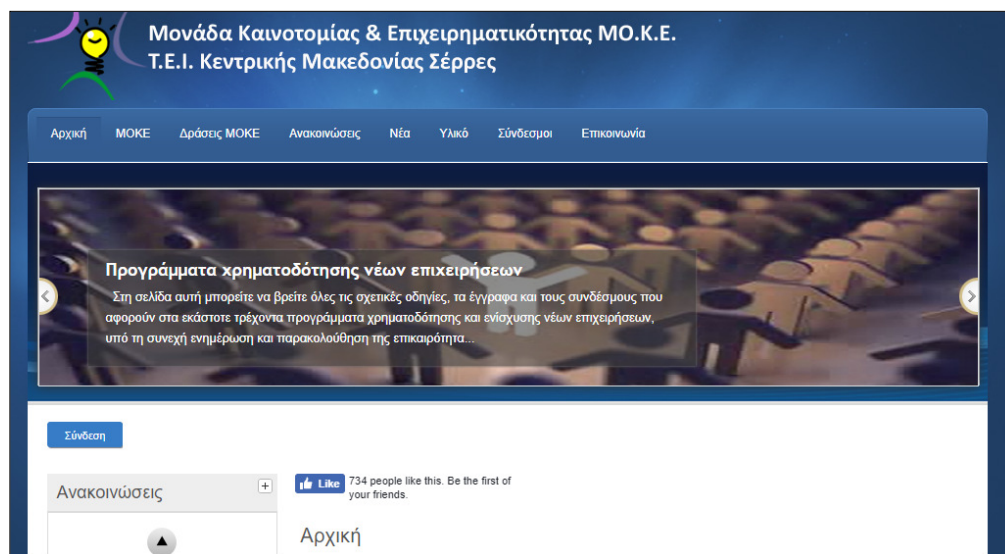
Πρόκειται για μία Καινοτομία που εφαρμόστηκε στο χώρο της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης του ΤΕΙ Κεντρικής Μακεδονίας με αντικειμενικό σκοπό την εφαρμογή του επιχειρηματικού σχεδίου για κάθε φοιτητή και απόφοιτο του ιδρύματος μέσα από την ανάπτυξη των δικών τους επιχειρήσεων.

Η ΜοΚΕ έχει θέσει ως στόχους τους εξής:

- Ενίσχυση στην καινοτόμα επιχειρηματική ευκαιρία.
- Υποστήριξη κάθε πρωτοβουλίας.
- Παροχή συμβουλών σε κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα.
- Ανάπτυξη όλων των ικανοτήτων και δεξιοτήτων κάθε νέου επιχειρηματία.
- Προσφορά και βοήθεια σε υλικό για κάθε επιχείρηση.
- Συμβολή σε κάθε καινούργια ιδέα με υποστήριξη και εκπαίδευση των ωφελούμενων.
- Συνεργασία όλων των συμβαλλόμενων μελών με αντικειμενικό στόχο την ολοκλήρωση και εφαρμογή της ενίσχυσης κάθε επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Η επίτευξη όμως όλων αυτών θα γίνει μόνο από την ΜοΚΕ και μέσα από έργα και εκπαίδευση και ενημέρωση σε θέματα επιχειρηματικής δραστηριότητας με την κατάρτιση των ωφελούμενων, την εξοικείωση των φοιτητών και αποφοίτων με τον επιχειρηματικό κόσμο, και κάθε ενθάρρυνση της νέας ευκαιρίας που τους δίνεται.

Η ΜοΚΕ αποτελεί ένα σημαντικό επίτευγμα για το Κεντρικής Μακεδονίας, καθώς αναπτύσσει την καινοτομία με την υποστήριξη της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας.



Εικόνα 17 Μονάδα Καινοτομίας & Επιχειρηματικότητας ΜΟ.Κ.Ε

Πηγή: <https://www.moke.uth.gr/>

Σύμφωνα με τους Hilbert & Redmiles, η αξιολόγηση ευχρηστίας ορίζεται ως «*η μέτρηση των ιδιοτήτων της ευχρηστίας (ή του προσδιορισμού πιθανών προβλημάτων) ενός συστήματος ή μιας εφαρμογής, σε σχέση με συγκεκριμένους χρήστες, που εκτελούν συγκεκριμένες διεργασίες, σε προκαθορισμένα πλαίσια*» (Hilbert and Redmiles, 2000). Μία από τις πλέον δημοφιλείς μεθόδους αξιολόγησης αποτελεί και η ευρετική αξιολόγηση (Κουτσάμπασης, 2011; Dix et al., 2004) η οποία περιλαμβάνει συγκεκριμένες ενέργειες οι οποίες αναφέρονται παρακάτω (Nielsen & Molich, 1990):

1. Επιλογή αξιολογητών ειδικών στην αξιολόγηση της ευχρηστίας.
2. Παραλαβή από τους αξιολογητές του συστήματος προς αξιολόγηση.
3. Επιλογή των εργασιών (tasks) που θα εκτελέσουν οι αξιολογητές.
4. Ατομική και ανεξάρτητη εργασία του κάθε αξιολογητή, ώστε να μην επηρεαστεί η κρίση του καθενός από τους άλλους.
5. Αντιστοίχιση του κάθε ευρήματος ευχρηστίας με καθένα από τους 10 κανόνες ευρετικής αξιολόγησης με σημείωση και αιτιολόγηση της σημαντικότητάς του.
6. Μετά την ολοκλήρωση της ατομικής επιθεώρησης, συνάντηση των αξιολογητών ευχρηστίας για την αποτίμηση, ταξινόμηση και ιεράρχηση των ευρημάτων με αποτέλεσμα μία αναφορά της αξιολόγησης ευχρηστίας.

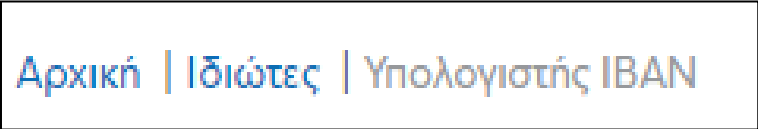
Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η αξιολόγηση της ευχρηστίας της διεπαφής μίας εφαρμογής e-banking μπορεί να πραγματοποιηθεί ακολουθώντας τους παρακάτω κανόνες ευρετικής αξιολόγησης της ευχρηστίας τους οποίους πρότεινε ο Nielsen (Nielsen & Molich, 1990):

1. Ενημέρωση για την κατάσταση του συστήματος: Οι χρήστες πρέπει να γνωρίζουν σε ποιο μέρος του δικτυακού τόπου βρίσκονται καθώς και την πορεία των ενεργειών τους.
2. Αντιστοιχισμός συστήματος-πραγματικού κόσμου: Να είναι κατανοητό το επίπεδο της γλώσσας να χρησιμοποιούνται σαφή σύμβολα και μεταφορές (π.χ. πίσω, αριστερό βέλος, μπροστά, δεξί)
3. Ελευθερία και έλεγχος από το χρήστη: Να υπάρχουν προφανείς επιλογές, δυνατότητα ακύρωσης ενεργειών και λειτουργίες ανάκλησης ή επανάληψης πράξεων.
4. Συνέπεια και συνέχεια και χρήση στάνταρ: Συνεπές μοντέλο πλοήγησης και δόμησης σελίδας, κώδικας που να επιτρέπει τη συμβατότητα με τους φυλλομετρητές.
5. Αποφυγή λαθών: Η προσεκτική σχεδίαση που προστατεύει από λάθη πριν αυτά συμβούν είναι καλύτερη από ένα καλό μήνυμα λάθους
6. Αναγνώριση αντί για ανάκληση: Ο χρήστης δεν θα πρέπει να θυμάται συνέχεια πληροφορίες από προηγούμενα τμήματα του διαλόγου. Οδηγίες σχετικά με τη χρήση του συστήματος θα πρέπει να είναι ανακτήσιμες εύκολα, όποτε αυτό απαιτείται
7. Προσαρμοστικότητα και αποδοτικότητα χρήσης: Επιταχυντές, μη ορατοί στον αρχάριο χρήστη, μπορούν να επισπεύσουν την αλληλεπίδραση για τον έμπειρο χρήστη. Πρέπει να δίνεται η δυνατότητα στους έμπειρους χρήστες να διαμορφώνουν κατάλληλα τις συχνές ενέργειες
8. Καλαίσθητος και μινιμαλιστικός σχεδιασμός: Κάθε πρόσθετη πληροφορία επιβαρύνει τη χρήση
9. Αναγνώριση και ανάνηψη από λάθη: Τα μηνύματα σφάλματος θα πρέπει να εκφράζονται με απλή γλώσσα (όχι δυσνόητους κωδικούς). Το σφάλμα θα πρέπει να περιγράφεται με ακρίβεια και η λύση να προτείνεται με επικοινωνιακό τρόπο.
10. Βοήθεια: Το σύστημα πρέπει να χρησιμοποιείται χωρίς την ανάγκη τεκμηρίωσης (παρότι αυτή χρειάζεται να είναι διαθέσιμη). Κάθε πληροφορία


τεκμηρίωσης πρέπει να είναι εύκολα αναζητήσιμη, εστιασμένη στην εργασία του χρήστη, και να μην ογκώδης.

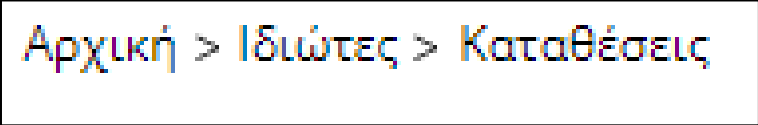
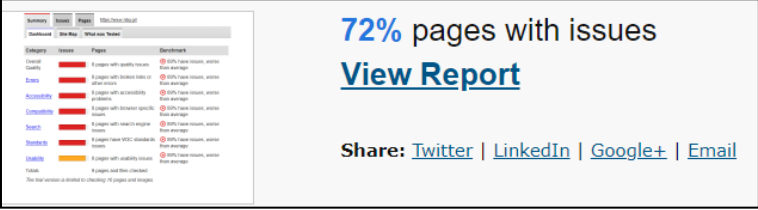
5.2. Ευρετική Αξιολόγηση








Με βάση τους παραπάνω κανόνες προχωρήσαμε σε μία περιορισμένης κλίμακας ευρετική αξιολόγηση της διεπαφής e-banking τριών συστημικών ελληνικών τραπεζών.

Eurobank		
1	Ενημέρωση για την κατάσταση του συστήματος	Ύπαρξη breadcrumb: Ναι 
2	Αντιστοίχιση συστήματος-πραγματικού κόσμου	Επίπεδο χρησιμοποιούμενης γλώσσας: Ικανοποιητικό Χρήση σαφών συμβόλων για Αναζήτηση, Επιστροφή στην αρχική σελίδα, Επικοινωνία, Εφαρμογή Επιστροφής.
3	Ελευθερία και έλεγχος από το χρήστη	Ύπαρξη κουμπιού κεντρικής σελίδας: Ναι Υποστήριξη ενεργειών back και forward: Ναι
4	Συνέπεια και συνέχεια και χρήση στάνταρ	Συνεπές μοντέλο πλοήγησης και δόμησης σελίδας: Ναι Συμβατότητα με φυλλομετρητές: με όλους Συμμόρφωση με το GDPR Ενημέρωση και ρυθμίσεις για Cookies Έλεγχος με το powermapper.com:

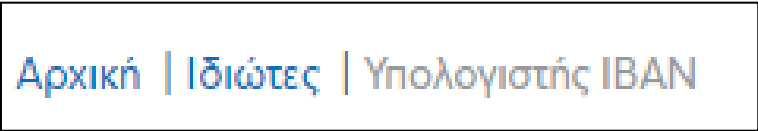
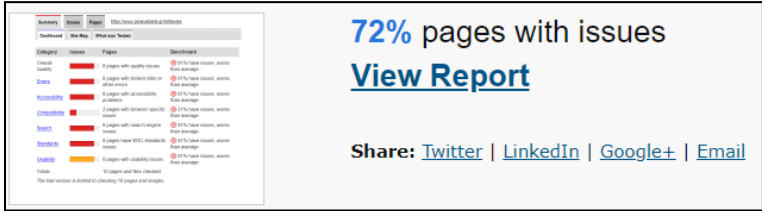
		<div data-bbox="651 203 917 409"> </div> <div data-bbox="1002 210 1329 293"> <p>63% pages with issues View Report</p> </div> <div data-bbox="1002 336 1409 362"> <p>Share: Twitter LinkedIn Google+ Email</p> </div> <p data-bbox="651 443 1161 477">Συμβατότητα με τα standards του W3C</p> <div data-bbox="655 499 1417 629"> <ul style="list-style-type: none"> ✘ W3C HTML/XHTML Validation - Some pages fail validation. ✔ W3C CSS Validation - All pages valid. ✔ W3C Deprecated Features - No issues found. </div> <p data-bbox="651 656 1409 745">Μικρά προβλήματα ασυμβατότητας κυρίως με το tel: URL το οποίο δεν υποστηρίζεται από μερικούς φυλλομετρητές.</p> <table border="1" data-bbox="651 768 1417 958"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Browser</th> <th>IE</th> <th>Edge</th> <th>Firefox</th> <th>Safari</th> <th>Opera</th> <th>Chrome</th> <th colspan="3">iOS</th> <th colspan="2">Android</th> </tr> <tr> <th>Version</th> <th>11</th> <th>18</th> <th>68</th> <th>≤ 11</th> <th>12</th> <th>60</th> <th>75</th> <th>≤ 10</th> <th>11</th> <th>12</th> <th>≤ 3</th> <th>4*</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Critical Issues</td> <td>●</td> <td>✔</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>✔</td> <td>✔</td> <td>✔</td> <td>✔</td> <td>✔</td> </tr> <tr> <td>Major Issues</td> <td></td> <td>✔</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>✔</td> <td>✔</td> <td>✔</td> <td>✔</td> <td>✔</td> </tr> <tr> <td>Minor Issues</td> <td></td> <td>✔</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>✔</td> <td>✔</td> <td>✔</td> <td>✔</td> <td>✔</td> </tr> </tbody> </table> <p data-bbox="651 987 1289 1021">Υπαρξη κάποιων σελίδων με κενούς συνδέσμους</p> <div data-bbox="655 1043 1417 1211"> <ul style="list-style-type: none"> ✘ Broken links - Some pages contain links that don't work. ✔ Server configuration - No issues found. ✔ ASP, ASP.NET and PHP script errors - No issues found. ✔ Internet RFCs - No issues found. </div>	Browser	IE	Edge	Firefox	Safari	Opera	Chrome	iOS			Android		Version	11	18	68	≤ 11	12	60	75	≤ 10	11	12	≤ 3	4*	Critical Issues	●	✔	●	●	●	●	●	●	✔	✔	✔	✔	✔	Major Issues		✔							✔	✔	✔	✔	✔	Minor Issues		✔							✔	✔	✔	✔	✔
Browser	IE	Edge		Firefox	Safari	Opera	Chrome	iOS			Android																																																										
	Version	11	18	68	≤ 11	12	60	75	≤ 10	11	12	≤ 3	4*																																																								
Critical Issues	●	✔	●	●	●	●	●	●	✔	✔	✔	✔	✔																																																								
Major Issues		✔							✔	✔	✔	✔	✔																																																								
Minor Issues		✔							✔	✔	✔	✔	✔																																																								
5	Αποφυγή λαθών	Σύνδεσμοι που δεν οδηγούν κάπου (404): Όχι																																																																			
6	Αναγνώριση αντί για ανάκληση	Σωστή ονομασία αντικείμενων πλοήγησης: Ναι																																																																			
7	Προσαρμοστικότητα και αποδοτικότητα χρήσης	<p>Σύνθετες τεχνικές αναζήτησης: Όχι</p> <p>Εύκολη εναλλαγή γλώσσας: Ναι</p> <p>Εναλλαγή μεγέθους γραμματοσειράς και παρασκηνίου οθόνης: Ναι</p>																																																																			
8	Καλαίσθητος και μινιμαλιστικός σχεδιασμός	<p>Καλαισθησία: Ναι</p> <p>Καθαρός σχεδιασμός: Ναι</p> <p>Μινιμαλιστικός σχεδιασμός: Υπάρχουν αρκετές πληροφορίες που επηρεάζουν την χρήση</p> <p>Υπαρξη περιττής πληροφορίας: Όχι</p>																																																																			

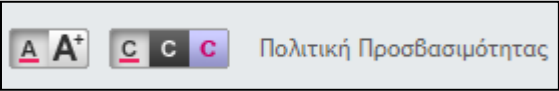
9	Αναγνώριση και ανάνηψη από λάθη	Εξήγηση των σφαλμάτων με σαφή τρόπο: Ναι (για παράδειγμα σε λάθη στην μετατροπή αριθμού λογαριασμού σε IBAN:  Ο αριθμός 002634324 δεν αντιστοιχεί σε λογαριασμό Eurobank. Μήπως ο αριθμός: 1. Δεν συμπληρώθηκε σωστά; 2. Αντιστοιχεί σε λογαριασμό άλλης τράπεζας;
10	Βοήθεια και τεκμηρίωση	Ύπαρξη βοήθειας στο κάτω μέρος της οθόνης: Ναι Χάρτης πλοήγησης: Ναι Επεξήγηση ενεργειών: Ναι

Εθνική τράπεζα		
1	Ενημέρωση για την κατάσταση του συστήματος	Ύπαρξη breadcrumb: Ναι 
2	Αντιστοίχιση συστήματος-πραγματικού κόσμου	Επίπεδο χρησιμοποιούμενης γλώσσας: Ικανοποιητικό Χρήση σαφών συμβόλων για Αναζήτηση, Επιστροφή στην αρχική σελίδα, Επικοινωνία, Εφαρμογή Επιστροφής.
3	Ελευθερία και έλεγχος από το χρήστη	Ύπαρξη κουμπιού κεντρικής σελίδας: Ναι Υποστήριξη ενεργειών back και forward: Ναι
4	Συνέπεια και συνέχεια και χρήση στάνταρ	Συνεπές μοντέλο πλοήγησης και δόμησης σελίδας: Ναι Συμβατότητα με φυλλομετρητές: με όλους Συμμόρφωση με το GDPR Ενημέρωση και ρυθμίσεις για Cookies Έλεγχος με το powermapper.com:  Share: Twitter LinkedIn Google+ Email Συμβατότητα με τα standards του W3C

		<p>  W3C HTML/XHTML Validation - Some pages fail validation.  W3C CSS Validation - All pages valid.  W3C Deprecated Features - No issues found. </p> <p>Μικρά προβλήματα ασυμβατότητας κυρίως με το tel: URL το οποίο δεν υποστηρίζεται από μερικούς φυλλομετρητές.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Browser</th> <th>IE</th> <th>Edge</th> <th>Firefox</th> <th>Safari</th> <th>Opera</th> <th>Chrome</th> <th>iOS</th> <th>Android</th> </tr> <tr> <th>Version</th> <th>11</th> <th>18</th> <th>68</th> <th>≤ 11 12</th> <th>60</th> <th>75</th> <th>≤ 10 11 12</th> <th>≤ 3 4*</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Critical Issues</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>✓</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> <tr> <td>Major Issues</td> <td></td> <td></td> <td>✓</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Minor Issues</td> <td>●</td> <td></td> <td>✓</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Υπαρξη κάποιων σελίδων με κενούς συνδέσμους</p> <p>  Broken links - Some pages contain links that don't work.  Server configuration - No issues found.  ASP, ASP.NET and PHP script errors - No issues found.  Internet RFCs - No issues found. </p>	Browser	IE	Edge	Firefox	Safari	Opera	Chrome	iOS	Android	Version	11	18	68	≤ 11 12	60	75	≤ 10 11 12	≤ 3 4*	Critical Issues	●	●	✓	●	●	●	●	●	Major Issues			✓						Minor Issues	●		✓					
Browser	IE	Edge	Firefox	Safari	Opera	Chrome	iOS	Android																																							
Version	11	18	68	≤ 11 12	60	75	≤ 10 11 12	≤ 3 4*																																							
Critical Issues	●	●	✓	●	●	●	●	●																																							
Major Issues			✓																																												
Minor Issues	●		✓																																												
5	Αποφυγή λαθών	Σύνδεσμοι που δεν οδηγούν κάπου (404): Όχι																																													
6	Αναγνώριση αντί για ανάκληση	Σωστή ονομασία αντικείμενων πλοήγησης: Ναι																																													
7	Προσαρμοστικότητα και αποδοτικότητα χρήσης	<p>Σύνθετες τεχνικές αναζήτησης: Ναι</p> <p>Εύκολη εναλλαγή γλώσσας: Ναι</p> <p>Εναλλαγή μεγέθους γραμματοσειράς και παρασκηνίου οθόνης: Όχι</p>																																													
8	Καλαίσθητος και μινιμαλιστικός σχεδιασμός	<p>Καλαισθησία: Ναι</p> <p>Καθαρός σχεδιασμός: Ναι</p> <p>Μινιμαλιστικός σχεδιασμός: Υπάρχουν αρκετές πληροφορίες που επηρεάζουν την χρήση</p> <p>Υπαρξη περιττής πληροφορίας: Όχι</p>																																													
9	Αναγνώριση και ανάνηψη από λάθη	Εξήγηση των σφαλμάτων με σαφή τρόπο: Ναι για παράδειγμα στην είσοδο χρήστη																																													

		 <p>Λάθος όνομα χρήστη ή μυστικός κωδικός.</p> <p>Οκ, το κατάλαβα</p>
10	Βοήθεια και τεκμηρίωση	<p>Ύπαρξη βοήθειας στο κάτω μέρος της οθόνης: Ναι</p> <p>Χάρτης πλοήγησης: Όχι</p> <p>Επεξήγηση ενεργειών: Ναι</p>

Τράπεζα Πειραιώς		
1	Ενημέρωση για την κατάσταση του συστήματος	<p>Ύπαρξη breadcrumb: Ναι</p> 
2	Αντιστοίχιση συστήματος-πραγματικού κόσμου	<p>Επίπεδο χρησιμοποιούμενης γλώσσας: Ικανοποιητικό</p> <p>Χρήση σαφών συμβόλων για Αναζήτηση, Επιστροφή στην αρχική σελίδα, Επικοινωνία, Εφαρμογή Επιστροφής.</p>
3	Ελευθερία και έλεγχος από το χρήστη	<p>Ύπαρξη κουμπιού κεντρικής σελίδας: Ναι</p> <p>Υποστήριξη ενεργειών back και forward: Ναι</p>
4	Συνέπεια και συνέχεια και χρήση στάνταρ	<p>Συνεπές μοντέλο πλοήγησης και δόμησης σελίδας: Ναι</p> <p>Συμβατότητα με φυλλομετρητές: με όλους</p> <p>Συμμόρφωση με το GDPR</p> <p>Ενημέρωση και ρυθμίσεις για Cookies</p> <p>Έλεγχος με το powermapper.com:</p>  <p>72% pages with issues View Report</p> <p>Share: Twitter LinkedIn Google+ Email</p> <p>Συμβατότητα με τα standards του W3C</p>

		<p>⊗ W3C HTML/XHTML Validation - Some pages fail validation.</p> <p>⊕ W3C CSS Validation - All pages valid.</p> <p>⊕ W3C Deprecated Features - No issues found.</p> <p>Μικρά προβλήματα ασυμβατότητας κυρίως με το tel: URL το οποίο δεν υποστηρίζεται από μερικούς φυλλομετρητές.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Browser</th> <th>IE</th> <th>Edge</th> <th>Firefox</th> <th>Safari</th> <th>Opera</th> <th>Chrome</th> <th colspan="3">iOS</th> <th colspan="2">Android</th> </tr> <tr> <th>Version</th> <th>11</th> <th>18</th> <th>68</th> <th>≤ 11</th> <th>12</th> <th>60</th> <th>75</th> <th>≤ 10</th> <th>11</th> <th>12</th> <th>≤ 3</th> <th>4*</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Critical Issues</td> <td>●</td> <td>⊕</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>⊕</td> <td>⊕</td> <td>⊕</td> <td>⊕</td> <td>⊕</td> </tr> <tr> <td>Major Issues</td> <td></td> <td>⊕</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>⊕</td> <td>⊕</td> <td>⊕</td> <td>⊕</td> <td>⊕</td> </tr> <tr> <td>Minor Issues</td> <td></td> <td>⊕</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>⊕</td> <td>⊕</td> <td>⊕</td> <td>⊕</td> <td>⊕</td> </tr> </tbody> </table> <p>Υπαρξη κάποιων σελίδων με κενούς συνδέσμους</p> <p>⊗ Broken links - Some pages contain links that don't work.</p> <p>⊕ Server configuration - No issues found.</p> <p>⊕ ASP, ASP.NET and PHP script errors - No issues found.</p> <p>⊕ Internet RFCs - No issues found.</p>	Browser	IE	Edge	Firefox	Safari	Opera	Chrome	iOS			Android		Version	11	18	68	≤ 11	12	60	75	≤ 10	11	12	≤ 3	4*	Critical Issues	●	⊕	●	●	●	●	●	⊕	⊕	⊕	⊕	⊕	Major Issues		⊕						⊕	⊕	⊕	⊕	⊕	Minor Issues		⊕						⊕	⊕	⊕	⊕	⊕
Browser	IE	Edge	Firefox	Safari	Opera	Chrome	iOS			Android																																																								
Version	11	18	68	≤ 11	12	60	75	≤ 10	11	12	≤ 3	4*																																																						
Critical Issues	●	⊕	●	●	●	●	●	⊕	⊕	⊕	⊕	⊕																																																						
Major Issues		⊕						⊕	⊕	⊕	⊕	⊕																																																						
Minor Issues		⊕						⊕	⊕	⊕	⊕	⊕																																																						
5	Αποφυγή λαθών	Σύνδεσμοι που δεν οδηγούν κάπου (404): Όχι																																																																
6	Αναγνώριση αντί για ανάκληση	Σωστή ονομασία αντικείμενων πλοήγησης: Ναι																																																																
7	Προσαρμοστικότητα και αποδοτικότητα χρήσης	<p>Σύνθετες τεχνικές αναζήτησης: Όχι</p> <p>Εύκολη εναλλαγή γλώσσας: Ναι</p> <p>Εναλλαγή μεγέθους γραμματοσειράς και παρασκηνίου οθόνης: Ναι</p> 																																																																
8	Καλαίσθητος και μινιμαλιστικός σχεδιασμός	<p>Καλαισθησία: Ναι</p> <p>Καθαρός σχεδιασμός: Ναι</p> <p>Μινιμαλιστικός σχεδιασμός: Ναι</p> <p>Υπαρξη περιττής πληροφορίας: Όχι</p>																																																																
9	Αναγνώριση και ανάνηψη από λάθη	Εξήγηση των σφαλμάτων με σαφή τρόπο: Ναι για παράδειγμα στον υπολογιστή απόδοσης φωτοβολταϊκών:																																																																

		<p>Συμπληρώστε τα παρακάτω για</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 22%;"> <p>1 ΠΕΡΙΟΧΗ</p> <p>Επιλέξτε</p> <p>Βόρειο Αιγαίο</p> </div> <div style="width: 22%;"> <p>2 ΙΣΧΥΣ (kW)</p> <p>1 2 3 4 5 6 7 8 9 10</p> </div> <div style="width: 22%;"> <p>3 ΓΩΝΙΑ ΚΛΙΣΗΣ ΦΩΤΟΒΟΛΤΑΪΚΩΝ</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Πρόσωση 90° <input type="radio"/> Ταράτσα 30° <input type="radio"/> Κεκλιμένη Στέγη 15° <input type="radio"/> Οριζόντια τοποθέτηση 0° </div> <div style="width: 22%;"> <p>4 ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ</p> <p>Υπολογίστε ></p> </div> </div>
10	Βοήθεια και τεκμηρίωση	<p>Ύπαρξη βοήθειας στο κάτω μέρος της οθόνης: Όροι χρήσης</p> <p>Χάρτης πλοήγησης: Ναι</p> <p>Επεξήγηση ενεργειών: Ναι</p>

Συμπεράσματα

Η βιβλιογραφική έρευνα για την ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα και την αξιολόγηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής αποτέλεσε μία πολύ σημαντική εργασία καθώς το αντικείμενο αποτελεί ένα δημοφιλές πλέον κλάδο για το ευρύ κοινό. Οι νέες τάσεις στις νέες τεχνολογίες, η βελτίωση των δραστηριοτήτων του τραπεζικού κλάδου και οι προοπτικές του internet e-banking, χαρακτηρίζουν τη συμπεριφορά των πελατών και οι τράπεζες επενδύουν πολλά χρήματα σε αυτή την κατεύθυνση.

Η ανάπτυξη της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας, οδηγεί τον τραπεζικό κλάδο στην υιοθέτηση βασικών δραστηριοτήτων για την βέλτιστη εξυπηρέτηση των πελατών τους.

Το μάρκετινγκ και οι στρατηγικές σχεδιασμού από την πλευρά του τραπεζικού κλάδου οδηγούν στη σωστή αξιοποίηση των πληροφοριακών συστημάτων ώστε να εξασφαλίσουν τη βέλτιστη εξυπηρέτηση της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας και την μέγιστη ανάπτυξη του κέρδους τους. Κάθε νέα τεχνολογία που εμφανίζεται στην ηλεκτρονική τραπεζική, ελέγχεται αν αποτελεί αξιόπιστη και εύκολης τη διαχείρισή της ώστε να υπάρχει άμεση ανταπόκριση από τους ενδιαφερόμενους.

Κάθε τράπεζα υιοθετεί την ηλεκτρονική τραπεζική για να μπορεί να αποτελεί στρατηγικά έναν τομέα που εμπιστεύονται και επιλέγουν οι πελάτες που ασχολούνται με την ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα.

Κάθε εξέλιξη στην πώληση των προϊόντων και των υπηρεσιών με την αξιοποίηση της τεχνολογίας διευρύνει τον κόσμο της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας και αξιοποιεί κατάλληλα την τραπεζική συναλλαγή.

Οι τραπεζικές υπηρεσίες όπως διαπιστώθηκε δεν υστερούν από τις άλλες τράπεζες του εξωτερικού σχετικά με την ηλεκτρονική τραπεζική, αφού παρέχουν άμεση εξυπηρέτηση, και ασφάλεια στους πελάτες.

Βιβλιογραφία

1. Hilbert, D. M., and Redmiles, D. F. (2000). Extracting Usability Information from User Interface Events. *ACM Computing Surveys (CSUR)*, 32(4), 384-421.
2. Hole, Moen and Tjostheim, (2013) *An analysis of the online banking security issues*, Department of Computer Science, University of Auckland
3. Nielsen, J., and Molich, R. (1990). Heuristic Evaluation of User Interfaces. In *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems* (pp. 249-256). ACM.
4. Nixon, B., Dixon, M., (2000). *e - Banking - Managing your money and transactions online*, Indianapolis: Sams Publishing
5. Shaikh, A., Karjaluoto, J., (2015). *Mobile banking adoption: A literature review*, Telematics and Informatics, Vol. 32, pp. 129–142
6. Αγγέλης Γ. Β., (2005), *Η Βίβλος του e-banking*, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα.
7. Καραγεώργου, Ε., (2006), *Ηλεκτρονική τραπεζική. Στροφή από τις τράπεζες στα εναλλακτικά δίκτυα. Καλύτερη εξυπηρέτηση για τον καταναλωτή*. Δελτίο ΕΕΤ, Δ' Τριμηνία, pp.49-50.
8. Καρέκλης Π., (2003), *Επιπτώσεις του internet στη λειτουργία και κερδοφορία των επιχειρήσεων, Οφέλη από τη χρήση υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής* Δελτίο ΕΕΤ ,Γ' Τριμηνία, pp.41-52.
9. Κουτσαμπάσης, Π. (2011) *Αλληλεπίδραση Ανθρώπου-Υπολογιστή. Κλειδάριθμος*.
10. Φαρσαρώτας, Ι., Σινανιώτη – Μαρούδη, Α., (2005). *Ηλεκτρονική Τραπεζική*, Αθήνα: Εκδόσεις Σάκκουλα.
11. Χαλικιά, Ν. (2015). *Αξιολόγηση της απόδοσης των ηλεκτρονικών τραπεζικών συστημάτων*, Διπλωματική εργασία. Πανεπιστήμιο Πατρών: Πάτρα
12. Χατζηκωνσταντής, Λ., (2003), *Τάσεις και προκλήσεις για την αγορά της ηλεκτρονικής τραπεζικής*, e-banking forum, www.eurobank.gr

Δικτυογραφία

1. <http://www.eeth.gr/news/2002/42/dwrean-epixeirimatiki-platforma-apo-tin-kee.html>, Δωρεάν επιχειρηματική Πλατφόρμα από την ΚΕΕ, [Τελευταία πρόσβαση 28/03/2019]
2. <https://government.gov.g> Δημιουργία ηλεκτρονικής πλατφόρμας για το Μητρώο Δομών Ενεργού Στήριξης της Νεοφυούς Επιχειρηματικότητας (Τελευταία πρόσβαση 28/03/2019)
3. (Εκθεση Ευρωπαϊκής επιτροπής 2012).
4. <https://openeclass.teimes.gr> (Τεχνολογία και Επιχειρηματικότητα).