



ΤΕΙ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ

ΤΙΤΛΟΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

**«INTERNET BANKING ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΩΝ»**

ΦΟΙΤΗΤΕΣ: ΠΟΛΙΤΗΣ ΗΛΙΑΣ & ΙΩΑΝΝΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ

A.M.: 2010080 & 2011047

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΜΑΥΡΙΔΟΓΛΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΣ



ΚΑΛΑΜΑΤΑ 2016

Ευχαριστίες

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε, όλους τους καθηγητές του τμήματος Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής για την εμπειριστατωμένη και ενδελεχή μαθητεία που μας προσέφεραν όλα αυτά τα χρόνια των σπουδών μας και ιδιαίτερα ευχαριστούμε τον καθηγητή μας κ. Μαυριδόγλου Γεώργιο για τις κατευθύνσεις που μας έδωσε και τον χρόνο που αφιέρωσε.

Θερμά ευχαριστούμε τις οικογένειες μας, που βρίσκονται στο πλευρό μας τόσα χρόνια στηρίζοντας όλες μας τις προσπάθειες.

Περίληψη

Ζούμε σε μια εποχή όπου η διάδοση του Internet σε παγκόσμιο επίπεδο και η βελτίωση των μεθόδων ασφαλούς σύνδεσης και ελέγχου της αξιοπιστίας των συναλλαγών έχουν δημιουργήσει νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες για τους τραπεζικούς οργανισμούς εμπλουτίζοντας τις υπηρεσίες τους και κάνοντας τους πιο ανταγωνιστικούς με τη βοήθεια του E – Banking.

Τα τελευταία χρόνια έχει γίνει γνωστό και χρησιμοποιείται πολύ το E – Banking. Η ελληνική μετάφραση του όρου είναι Ηλεκτρονική Τραπεζική, που σημαίνει τραπεζικές συναλλαγές που γίνονται με τη βοήθεια του υπολογιστή και του διαδικτύου.

Στόχος της παρούσας πτυχιακής εργασίας, είναι να αναδειχτούν οι λόγοι εκείνοι που καθιστούν δελεαστική την ιδέα της υιοθέτησης του E – Banking, ως εναλλακτική μορφή εξυπηρέτησης και από την πλευρά των τραπεζών σαν προσφερόμενο προϊόν, αλλά και από την πλευρά της ικανοποίησης των πελατών ως μέσο εξυπηρέτησης τους.

Η παρούσα πτυχιακή εργασία, κάνει αναφορά στη διεξαγωγή τραπεζικών υπηρεσιών μέσω εναλλακτικών δικτύων. Γενικότερα, εξετάζεται η έννοια και εφαρμογή του E – Banking από τις ελληνικές τράπεζες, η διείσδυση του στην Ελλάδα καθώς και η εξέλιξη του με το πέρασμα των χρόνων. Ειδικότερα, πραγματοποιείται πρωτογενής έρευνα σχετικά με την ικανοποίηση τυχαίου δείγματος 85 πολιτών που χρησιμοποιούν E-Banking για τη διεκπεραίωση των τραπεζικών συναλλαγών τους.

Λέξεις κλειδιά

Internet Banking, ηλεκτρονική τραπεζική, ικανοποίηση πολιτών, προσφερόμενες υπηρεσίες τραπεζών, αποδοτικότητα τραπεζικών συναλλαγών.

Συντομογραφίες – Ακρωνύμια

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΑ	ΕΠΕΞΗΓΗΣΗ
ARPA	Advanced Research Projects Agency (Προηγμένη αντιπροσωπεία ερευνητικών προγραμμάτων)
BTX	German Federal Post Office
CERN	Conseil Européen pour la Recherche Nucleaire (Européenne pour la Recherche Nucleaire)
E – Banking	Ηλεκτρονική Τραπεζική
EDI	Electronic Commerce Consulting
EFT/POS	Electronic Funds Transfer/Point Of Sale
IBAN	International Bank Account Number
Mobile Banking	Κινητή Τραπεζική
NBS	Nottingham Building Society
PDA	Personal Digital Assistant
Phone Banking	Τηλεφωνική Τραπεζική
PKI	Public Key Infrastructure (Δημόσιο Κλειδί Υποδομής)
SMS	Small Message Service
SWIFT	Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication
TANs	Transaction Authorization Numbers (αριθμοί έγκρισης της συναλλαγής)
WAP	Wireless Application Protocol
WWW	World Wide Web
AK	Αστικός Κώδικας
ATM	Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές
ΓΣΕΒΕΕ	Γενική Συνομοσπονδία Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΑ	ΕΠΕΞΗΓΗΣΗ
ΔΕΚΟ	Δημόσιες Επιχειρήσεις Και Οργανισμοί
ΕΕΤ	Ελληνική Ένωση Τραπεζών
Η/Υ	Ηλεκτρονικός Υπολογιστής
ΙΜΕ	Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού
ΥΤΕ	Υπηρεσία Τηλεφωνικής Εξυπηρέτησης (Call Center)

Πίνακας Περιεχομένων

<i>Ευχαριστίες</i>	<i>i</i>
<i>Περίληψη</i>	<i>ii</i>
<i>Λέξεις κλειδιά</i>	<i>iii</i>
<i>Συντομογραφίες – Ακρωνύμια</i>	<i>iv</i>
<i>Πίνακας Περιεχομένων</i>	<i>vi</i>
<i>Πίνακας Πινάκων</i>	<i>ix</i>
<i>Πίνακας Διαγραμμάτων</i>	<i>x</i>
<i>Πίνακας Εικόνων</i>	<i>xi</i>
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο	15
1. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΤΡΑΠΕΖΩΝ (E – BANKING)	15
1.1. Εισαγωγή	15
1.2. Η ιστορία της ηλεκτρονικής τραπεζικής	15
1.2.1 Η διαχρονική εξέλιξη του E – Banking	17
1.3. Έννοια Ηλεκτρονικής Τραπεζικής	18
1.3.1. Ορισμός E – Banking	19
1.4. Η διείσδυση και η διαχρονική εξέλιξη του E – Banking στην Ελλάδα	20
1.4.1. Η ανάπτυξη της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια	23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο	24
2. ΟΙ ΝΕΕΣ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΤΟΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΚΛΑΔΟ ΜΕΣΩ E-BANKING – ΟΦΕΛΗ – ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ – ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	24
2.1. Εισαγωγή	24
2.2. Η νέα τεχνολογία και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες	24
2.2.1. Η δυναμική της On – Line εξυπηρέτησης	25

2.2.2. <i>Μορφές του E – Banking</i>	29
2.3. <i>Προσφερόμενες υπηρεσίες μέσω E – Banking</i>	31
2.4. <i>Οφέλη – Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα E-Banking</i>	35
2.4.1. <i>Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Χρήσης E – Banking</i>	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο	43
3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ E – BANKING ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ	43
3.1. <i>Εισαγωγή</i>	43
3.2. <i>Εθνική Τράπεζα</i>	43
3.2.1. <i>Προσφερόμενες Υπηρεσίες E – Banking</i>	44
3.3. <i>Όμιλος Τράπεζας Πειραιώς</i>	45
3.4. <i>Όμιλος Eurobank</i>	50
3.4.1. <i>Προσφερόμενες υπηρεσίες E – Banking</i>	50
3.5. <i>Το σημερινό τραπεζικό περιβάλλον της κρίσης – E-Banking και Capital Controls</i>	54
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο	56
4. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ (E – BANKING)	56
4.1 <i>Μεθοδολογία της έρευνας</i>	56
4.2 <i>Περιορισμοί Έρευνας</i>	56
4.3 <i>Αποτελέσματα έρευνας</i>	57
4.4.1 <i>Ανάλυση ερωτηματολογίων</i>	57
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο	88
5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	88
5.1 <i>Εισαγωγή</i>	88
5.2 <i>Γενικά Συμπεράσματα</i>	88
5.3 <i>Ειδικά συμπεράσματα έρευνας</i>	89

<i>Βιβλιογραφία</i>	94
<i>Πηγές – Διαδίκτυο</i>	96
<i>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ</i>	98

Πίνακας Πινάκων

Εικόνα 1 Πηγή: Ένωση Ελληνικών Τραπεζών «Επιχειρησιακό πρόγραμμα κοινωνία της πληροφορίας»	27
Εικόνα 2 Πηγή: Ένωση Ελληνικών Τραπεζών «Επιχειρησιακό πρόγραμμα κοινωνία της πληροφορίας»	27
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4.1.1 Φύλο ερωτηθέντων</i>	58
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.4.1.1 Φύλλο ερωτηθέντων</i>	59
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4.1.2 Ηλικιακή ομάδα</i>	59
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.2 Ηλικιακή Ομάδα</i>	60
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4.1.3 Επαγγελματική απασχόληση</i>	60
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.3 Επαγγελματική απασχόληση</i>	61
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.4 Επίπεδο εκπαίδευσης</i>	61
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.4 Επίπεδο εκπαίδευσης</i>	62
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ: 5.5.1.5 Ετήσιο εισόδημα</i>	63
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.5 Ετήσιο εισόδημα</i>	63
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.6 Χρήστης Υπηρεσιών Internet Banking</i>	64
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.6 Χρήστης Υπηρεσιών Internet Banking</i>	64
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.7 (1) Κάνετε χρήση E – Banking πριν από τα Capital Controls;</i>	65
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.7 (2) Επηρέασαν τα Capital Controls τη χρήση E – Banking;</i>	65
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.7 (1, 2) Κάνετε χρήση E – Banking πριν από τα Capital Controls - Επηρέασαν τα Capital Controls τη χρήση E – Banking</i>	66
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.8 Επιρροή των Capital Controls στη χρήση του E-Banking</i>	67
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.8 Επιρροή των Capital Controls στη χρήση του E – Banking</i>	67
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.9 Είδη E – Banking που χρησιμοποιούνται</i>	68
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.9 Είδη E – Banking που χρησιμοποιούνται</i>	69
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.10 Είδη συναλλαγών για το E – Banking</i>	70
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.10 Είδη συναλλαγών για το E – Banking</i>	70
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.11 Λόγοι χρήσης του E – Banking</i>	71
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.11 Λόγοι χρήσης του E – Banking</i>	71
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.12 Λόγοι μη χρήσης του E – Banking</i>	72
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.12 Λόγοι μη χρήσης του E – Banking</i>	73
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.13 Χρήση τραπεζών E – Banking</i>	74
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.13 Χρήστη τραπεζών Internet Banking</i>	74
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.14 Τράπεζα που συνεργάζεστε και κάνετε χρήση του E – Banking</i>	75
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.14 Τράπεζα που συνεργάζεστε και κάνετε χρήση του E – Banking</i>	75
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.15 Λόγοι προτιμήσεις των παραπάνω τραπεζών για υπηρεσίες E – Banking</i>	76
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.15 Λόγοι προτιμήσεις των παραπάνω τραπεζών για υπηρεσίες E – Banking</i>	77
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.16 Ευκολίες που θεωρείτε ότι σας προσφέρει το E – Banking</i>	78
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.16 Ευκολίες που θεωρείτε ότι σας προσφέρει το E – Banking</i>	78
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.17 Ικανοποίηση από τις υπηρεσίες E – Banking που προσφέρουν οι τράπεζές σας</i>	79
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.4.1.17 Ικανοποίηση από τις υπηρεσίες E – Banking που προσφέρουν οι τράπεζές σας</i>	79
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.18 Βαθμός ικανοποίησης από την αποδοτικότητα του τραπεζικού site υπηρεσιών E – Banking</i>	80
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.18 Βαθμός ικανοποίησης από την αποδοτικότητα του τραπεζικού site υπηρεσιών E – Banking</i>	81

<i>ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.19 Κριτήρια που θεωρείτε σημαντικά σχετικά με την ικανοποίηση που λαμβάνετε από τις υπηρεσίες E – Banking των τραπεζών</i>	<i>83</i>
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.19 Κριτήρια που θεωρείτε σημαντικά σχετικά με την ικανοποίηση που λαμβάνετε από τις υπηρεσίες E – Banking των τραπεζών</i>	<i>84</i>
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.20 Φράσεις που περιγράφουν την άποψή μου για τις υπηρεσίες που προσφέρονται από το E – Banking.....</i>	<i>85</i>
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.20 Φράσεις που περιγράφουν την άποψή μου για τις υπηρεσίες που προσφέρονται από το E – Banking</i>	<i>86</i>
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.21 Το E – Banking ως μέλλον των τραπεζικών συναλλαγών</i>	<i>87</i>
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.21 Το E – Banking ως μέλλον των τραπεζικών συναλλαγών.....</i>	<i>87</i>

Πίνακας Διαγραμμάτων

<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.4.1.1 Φύλλο ερωτηθέντων</i>	59
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.2 Ηλικιακή Ομάδα</i>	60
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.3 Επαγγελματική απασχόληση</i>	61
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.4 Επίπεδο εκπαίδευσης</i>	62
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.5 Ετήσιο εισόδημα</i>	63
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.6 Χρήστης Υπηρεσιών Internet Banking</i>	64
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.7 (1, 2) Κάνετε χρήση E – Banking πριν από τα Capital Controls - Επηρέασαν τα Capital Controls τη χρήση E – Banking</i>	66
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.8 Επιρροή των Capital Controls στη χρήση του E – Banking</i>	67
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.9 Είδη E – Banking που χρησιμοποιούνται</i>	69
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.10 Είδη συναλλαγών για το E – Banking</i>	70
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.11 Λόγοι χρήσης του E – Banking</i>	71
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.12 Λόγοι μη χρήσης του E – Banking</i>	73
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.13 Χρήστη τραπεζών Internet Banking</i>	74
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.14 Τράπεζα που συνεργάζεστε και κάνετε χρήση του E – Banking</i> ...	75
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.15 Λόγοι προτιμήσεις των παραπάνω τραπεζών για υπηρεσίες E – Banking</i>	77
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.16 Ευκολίες που θεωρείτε ότι σας προσφέρει το E – Banking</i>	78
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.4.1.17 Ικανοποίηση από τις υπηρεσίες E – Banking που προσφέρουν οι τράπεζές σας</i>	79
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ:4.4.1.18 Βαθμός ικανοποίησης από την αποδοτικότητα του τραπεζικού site υπηρεσιών E – Banking</i>	81
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.19 Κριτήρια που θεωρείτε σημαντικά σχετικά με την ικανοποίηση που λαμβάνετε από τις υπηρεσίες E – Banking των τραπεζών</i>	84
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.20 Φράσεις που περιγράφουν την άποψή μου για τις υπηρεσίες που προσφέρονται από το E – Banking</i>	86
<i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.21 Το E – Banking ως μέλλον των τραπεζικών συναλλαγών</i>	87

Πίνακας Εικόνων

Εικόνα 1 Πηγή: Ένωση Ελληνικών Τραπεζών «Επιχειρησιακό πρόγραμμα κοινωνία της πληροφορίας»..... 25

Εικόνα 2 Πηγή: Ένωση Ελληνικών Τραπεζών «Επιχειρησιακό πρόγραμμα κοινωνία της πληροφορίας»..... 25

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ανάπτυξη των υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής (E – Banking) τα τελευταία χρόνια υπήρξε μεγάλη κι όλο περισσότεροι πελάτες τραπεζών, εμπιστεύονται τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες, απολαμβάνοντας πλήθος ευκολιών και εξοικονομώντας πολύτιμο χρόνο. Κατά ένα μέρος αυτό οφείλεται στη γρήγορη και σημαντική ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, καθώς και στο γεγονός ότι οι ηλεκτρονικές συναλλαγές και πληρωμές αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι του. Επίσης οφείλεται στη γνώμη πολλών αναλυτών, σύμφωνα με την οποία, το E – Banking επηρεάζει θετικά την κερδοφορία και την ανάπτυξη του τραπεζικού τομέα καθώς και την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών.

Οι διεθνείς εξελίξεις, με την παγκοσμιοποίηση των αγορών και την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών και της πληροφορικής, δημιούργησαν νέα δεδομένα στον τραπεζικό κλάδο. Η αλλαγή της νοοτροπίας των τραπεζών αποτυπώνεται στην αλλαγή της στρατηγικής τους και στις νέες μεθόδους εξυπηρέτησης που έχουν εισάγει για όλο το φάσμα των υπηρεσιών που παρέχουν, όπως είναι το E – Banking, το Phone – Banking και το Mobile – Banking. Οι «νέες» εναλλακτικές μορφές τραπεζικής εξυπηρέτησης εισάγουν έντονα το καινοτομικό στοιχείο, ενώ παράλληλα στοχεύουν στη συμπίεση του κόστους.

Οι τράπεζες για να αντιμετωπίσουν αυτές τις εξελίξεις, αναγκάστηκαν μαζί με τα παραδοσιακά κανάλια διανομής, να υιοθετήσουν και εικονικά κανάλια διανομής, όπως π.χ. τη διαδικτυακή τραπεζική. Η διαδικτυακή τραπεζική (ή αλλιώς E – Banking), εμφανίζεται ως ένα βασικό εναλλακτικό κανάλι διανομής των τραπεζικών προϊόντων και θεωρείται αναπόσπαστο κομμάτι της αναπτυξιακής στρατηγικής των τραπεζών. Ο πελάτης της διαδικτυακής τραπεζικής εφόσον το επιθυμεί, δεν είναι υποχρεωμένος να επισκεφτεί το κατάστημα μιας τράπεζας. Μπορεί εξ αποστάσεως (με χρήση συγκεκριμένων μέσων επικοινωνίας – τεχνολογίας) να απολαμβάνει τη χρήση των τραπεζικών προϊόντων, έχοντας τον ίδιο ή μεγαλύτερο βαθμό ικανοποίησης, σε σχέση με τους παραδοσιακούς τρόπους τραπεζικής εξυπηρέτησης. Λόγο του υψηλού ανταγωνισμού μεταξύ των τραπεζών αλλά και της ανάγκης για συνεχή κάλυψη των απαιτήσεων οι τράπεζες εκμεταλλεύτηκαν στο έπακρο όλα τα οφέλη που απορρέουν από την χρήση του διαδικτύου.

Στις μέρες μας είναι πλέον φανερό ότι οι τράπεζες που προσφέρουν σωστά τις υπηρεσίες τους και μέσω του διαδικτύου προσεγγίζουν πιο εύκολα καινούριους πελάτες και η χρήση των υπηρεσιών Web Banking γίνεται όλο και πιο δημοφιλής μεταξύ των πελατών των τραπεζών. Η κατακόρυφη αύξηση των συνδέσεων γρήγορου Internet στη χώρα μας έχει βοηθήσει σημαντικά σε αυτή την εξέλιξη καθώς συνεχώς περισσότεροι Έλληνες μπορούν να έχουν πρόσβαση στις διαδικτυακές τραπεζικές υπηρεσίες, και να ανακαλύπτουν τα οφέλη τους. Οι χρήστες ξεπερνούν σιγά-σιγά τις πρώτες αναστολές τους ειδικά σε ότι αφορά την παράμετρο της ασφάλειας των συναλλαγών και εμπιστεύονται το Internet για πολλές από τις καθημερινές τραπεζικές τους συναλλαγές.

Στόχος της παρούσας πτυχιακής εργασίας, είναι να αναδειχτούν οι λόγοι εκείνοι που καθιστούν δελεαστική την ιδέα της υιοθέτησης του E – Banking, ως εναλλακτική μορφή εξυπηρέτησης και από την πλευρά των τραπεζών σαν προσφερόμενο προϊόν, αλλά και από την πλευρά της ικανοποίησης των πελατών ως μέσο εξυπηρέτησής τους.

Αντικείμενο της εργασίας, αποτελεί η διεξαγωγή τραπεζικών υπηρεσιών μέσω εναλλακτικών δικτύων. Γενικότερα, εξετάζεται η έννοια και εφαρμογή της ηλεκτρονικής τραπεζικής από τις ελληνικές τράπεζες, η διείσδυση της στην Ελλάδα καθώς και η εξέλιξη της με το πέρασμα των χρόνων. Ειδικότερα, πραγματοποιείται πρωτογενής έρευνα μέσα από τυχαίο δείγμα 85 πολιτών που χρησιμοποιούν E-Banking για τη διεκπεραίωση των τραπεζικών συναλλαγών τους.

Σκοπός της εν λόγω πτυχιακής εργασίας, είναι η εξέταση της ικανοποίησης των πολιτών μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής (E – Banking) τόσο σε επίπεδο πληροφόρησης των υπηρεσιών που μπορεί να προσφέρει, όσο και σε επίπεδο προσφερόμενων υπηρεσιών από τις ίδιες τις Ελληνικές τράπεζες.

Η παρούσα μελέτη πραγματοποιείται στο πλαίσιο της πτυχιακής εργασίας του **Τμήματος Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής του Τ.Ε.Ι Πελοποννήσου.**

Αρχικά στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται αναδρομή της ηλεκτρονικής τραπεζικής E – Banking ως νέα εναλλακτική μορφή εξυπηρέτησης των τραπεζικών καταστημάτων. Επιπλέον, εξετάζεται η έννοια και η εφαρμογή της γενικότερα από τις ελληνικές τράπεζες, καθώς και η διείσδυσή της διαχρονικά στην χώρα μας.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναφέρονται τα νέα είδη εναλλακτικών μορφών των τραπεζικών συναλλαγών, προερχόμενα από την εξάπλωση των νέων τεχνολογιών στον

τραπεζικό κλάδο και επίσης, προσδιορίζονται οι προσφερόμενες υπηρεσίες μέσω E – Banking, καθώς και τα οφέλη – πλεονεκτήματα – μειονεκτήματα που απορρέουν από τη χρήση του.

Στο τρίτο κεφάλαιο δίνεται έμφαση στην παρουσίαση της ελληνικής πραγματικότητας όσον αφορά την εφαρμογή του E – Banking τις τρεις από τις τέσσερες συστημικές ελληνικές τράπεζες καθώς και η επιρροή των Capital Controls προς αυτό.

Το τέταρτο κεφάλαιο περιγράφει την ερευνητική προσέγγιση του θέματος, όπου ακολουθεί η στατιστική ανάλυση του δείγματος, μέσω πινάκων και διαγραμμάτων τα οποία αντιπροσωπεύουν την άποψη 85 πολιτών σχετικά με την ικανοποίησή τους μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής (E – Banking) στη χώρα μας.

Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα ειδικά συμπεράσματα που απορρέουν από την προαναφερθείσα πρωτογενή έρευνα.

Η συλλογή των στοιχείων – πληροφοριών έγινε μέσα από βιβλιογραφία, διαδικτυακούς τόπους, άρθρα από εφημερίδες και περιοδικά, τα οποία συντελούν στη δημιουργία γενικής αλλά και ειδικής προσέγγισης όσον αφορά την ολοκλήρωση της εν λόγω πτυχιακής εργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο

1. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΤΡΑΠΕΖΩΝ (E – BANKING)

1.1. Εισαγωγή

Η ηλεκτρονική τραπεζική (E – Banking)¹ είναι ένα αναπόσπαστο κομμάτι του ηλεκτρονικού εμπορίου, το οποίο περιλαμβάνει όλες τις συναλλαγές που γίνονται μέσω ηλεκτρονικών δικτύων. Η χρήση των υπηρεσιών Web Banking γίνεται όλο και πιο δημοφιλής μεταξύ των πελατών των τραπεζών την τελευταία δεκαετία.

Οι επιλογές που έχουν είναι πάρα πολλές καθώς από την οθόνη του υπολογιστή μπορούν σήμερα να διεκπεραιώσουν πάρα πολλές συναλλαγές όπως για παράδειγμα να παρακολουθούν σε καθημερινή βάση τις κινήσεις του λογαριασμού τους, να βλέπουν το υπόλοιπο των λογαριασμών τους ή των πιστωτικών τους καρτών, να μεταφέρουν χρήματα από το λογαριασμό τους σε κάποιους άλλους, να πληρώσουν τους λογαριασμούς των ΔΕΚΟ (ΔΕΗ, ΟΤΕ, ΔΕΥΑΚ κλπ) ή άλλους συνδρομητικούς λογαριασμούς όπως κινητό τηλέφωνο, Internet κλπ, τις δόσεις των δανείων τους, το ενοίκιο οικίας ή επαγγελματικής στέγης, να στείλουν εμβάσματα σε άλλες τράπεζες, να πραγματοποιήσουν αγορές ηλεκτρονικά με πληρωμή μέσω χρεωστικής ή της πιστωτικής τους κάρτας και γενικά να κάνουν ότι θα έκαναν μπροστά στα ταμεία της τράπεζας.

Κι όλες αυτές οι συναλλαγές μπορούν να πραγματοποιηθούν στον ελάχιστο δυνατό χρόνο, με μηδενικό κόστος μετακίνησης, και στο ελάχιστο ή μηδενικό κόστος συναλλαγών. Το κυριότερο όμως είναι ότι πραγματοποιούνται οποιαδήποτε μέρα και ώρα και με μηδενικό ρίσκο συναλλαγών λόγω της εξέλιξης της τεχνολογίας στην ασφάλεια των τραπεζικών πληροφοριακών συστημάτων.

1.2. Η ιστορία της ηλεκτρονικής τραπεζικής

Η ιστορία της ηλεκτρονικής τραπεζικής, συγκρινόμενη με τις υπόλοιπες εφαρμογές του ηλεκτρονικού εμπορίου, είναι σχετικά μεγάλη. Οι πρώτες μορφές της

¹ Πηγή: <http://www.hrma.gr/article.asp?view=1082&ref=1071>

εμφανίστηκαν στη δεκαετία του '80, καλύπτοντας τη διατραπεζική επικοινωνία με τη χρήση του δικτύου SWIFT και των αντίστοιχων μηνυμάτων. Στις αρχές της δεκαετίας του 1990 πραγματοποιήθηκαν οι πρώτες εφαρμογές Financial EDI, που επιτρέπουν επικοινωνία αφενός ανάμεσα στα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και αφετέρου μεταξύ των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων και των επιχειρήσεων για τη διευκόλυνση του εμπορίου.

Στη συνέχεια οι ελληνικές τράπεζες σε επίπεδο ηλεκτρονικής τραπεζικής εξακολούθησαν να κάνουν ολοένα και περισσότερα βήματα και να προσφέρουν στους πελάτες τους πολλαπλές υπηρεσίες (Σινανιώτη – Μαρούδη, Α., & Φαρσαρώτας, Ι., 2005).

Η ηλεκτρονική τραπεζική αποτέλεσε σημαντικότατο εργαλείο των τραπεζών στην ανάγκη τους να ικανοποιήσουν τις συνεχώς αυξανόμενες ανάγκες των πελατών αλλά και των τραπεζών οι οποίες καθοδηγήθηκαν από την ραγδαία ανάπτυξη του διαδικτύου και της τεχνολογίας. Η ιδέα για τη διενέργεια τραπεζικών συναλλαγών εξ' αποστάσεως, ξεκίνησε ήδη από τα μέσα της δεκαετίας του 1980² -όπως αναφέρθηκε και παραπάνω- όταν η ραγδαία ανάπτυξη των ηλεκτρονικών αγορών απαιτούσε τη χρήση πιστωτικών καρτών μέσω διαδικτύου.

Ωστόσο, σταθμό την ιστορία του E – Banking αποτέλεσε η εισαγωγή της έννοιας του Home Banking από τις αμερικάνικες τράπεζες στα τέλη της δεκαετίας του '80 έτσι ώστε να δίνεται η δυνατότητα στους πελάτες να διενεργούν τις βασικές τραπεζικές τους συναλλαγές από το σπίτι τους με τη χρήση ενός Η/Υ. Η υπηρεσία μάλιστα προωθήθηκε αρχικά δωρεάν στους πιο εύπορους και πιο απαιτητικούς πελάτες.

Σύντομα όμως στα μέσα της δεκαετίας του '90 οι τράπεζες δεν χρειαζόταν να συντηρούν ιδιωτικά δίκτυα με υψηλό κόστος και επιπλέον οι πελάτες δεν ήταν ανάγκη να εφοδιάζονται με κάποιο εξειδικευμένο λογισμικό για να έχουν πρόσβαση στα δίκτυα της τράπεζας, με αποτέλεσμα να επικρατεί σταδιακά το Internet Banking.

Το 1983 η Nottingham Building Society (NBS) ήταν ο πρώτος τραπεζικός φορέας της Μ. Βρετανίας που προσέφερε τραπεζικές υπηρεσίες μέσω Internet. Η δομή

² Πηγή: https://en.wikipedia.org/wiki/Online_banking/

αυτού του συστήματος αποτέλεσε και τη βάση στην οποία στηρίχτηκαν μετέπειτα όλες οι πλατφόρμες της ηλεκτρονικής τραπεζικής στο μέλλον.

Με πρόθεση τη μεγιστοποίηση των κερδών και την ελαχιστοποίηση του κόστους των παρεχόμενων υπηρεσιών, πολλές τράπεζες χρησιμοποιούν το Internet αφενός ως μέσο προώθησης των υπηρεσιών τους κι αφετέρου για την άμεση πώληση των προϊόντων τους. Το διαδίκτυο εξάλλου παρέχει στις τράπεζες τη δυνατότητα να παράγουν τμήμα της ποσότητας του μέσου πληρωμών που καλείται «ηλεκτρονικό χρήμα». Η χρήση από τις τράπεζες των εφαρμογών του παγκόσμιου ιστού τις έχει οδηγήσει στο να υποκαταστήσουν σταδιακά το Internet τόσο στους παραδοσιακούς διαύλους επικοινωνίας με τους πελάτες όσο και στα παραδοσιακά δίκτυα διάθεσης των υπηρεσιών τους. Έτσι αναπτύσσουν την επιχειρηματικότητα τους σε δυο κύριους άξονες, αφενός τράπεζα προς τράπεζα και αφετέρου τράπεζα προς καταναλωτή.

Βασική βέβαια προϋπόθεση της ανάπτυξης του E – Banking είναι η εδραίωση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών στη χρήση νέων τεχνολογιών, εμπιστοσύνη που εξασφαλίζει κυρίως η θέσπιση ενός ολοκληρωμένου θεσμικού πλαισίου, το οποίο είναι προσαρμοσμένο στις ανάγκες και ιδιαιτερότητες των νέων τεχνολογιών (Σινανιώτη – Μαρούδη, Α., & Φαρσαρώτας, Ι., 2005).

1.2.1 Η διαχρονική εξέλιξη του E – Banking

Σύμφωνα με τα παραπάνω για να υπάρξει το E – Banking³ απαραίτητο συστατικό στοιχείο είναι η δυνατότητα πρόσβασης στο διαδίκτυο. Όλα ξεκίνησαν στα τέλη της δεκαετίας του '60, όταν ο οργανισμός ARPA (Advanced Research Projects Agency) στις ΗΠΑ, προσανατολισμένος σε ερευνητικά προγράμματα υψηλής τεχνολογίας, ξεκίνησε μια ερευνητική δραστηριότητα σχετικά με τα δίκτυα, δημιουργώντας το ARPAnet το οποίο αποτέλεσε πρόδρομο του Internet. Το 1971 μόνο τέσσερις υπερυπολογιστές ήταν συνδεδεμένοι στο δίκτυο.

Οι τράπεζες, έχοντας αναπτύξει τα κατάλληλα δίκτυα και παρέχοντας στους πελάτες τους δωρεάν λογισμικό, στόχευαν να εξαπλωθεί η καινούρια αυτή υπηρεσία στους πλέον απαιτητικούς και εύπορους πελάτες. Ο κύκλος ζωής του Home Banking

³ Πηγή: Hilmon Richard, Wong Kane, Electronic Banking, Diane Publishing Co., 2000 Δελτίο Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών: Αφιέρωμα στο e-Banking, Ιούλιος – Σεπτέμβριος 2003.

ήταν σύντομος καθώς όπως αναφέρθηκε και παραπάνω στα μέσα της δεκαετίας του '90 επικράτησε το Internet Banking και γενικότερα το E – Banking.

Το σημαντικότερο πλεονέκτημα που προσέφερε το E – Banking σε σχέση με τον προκάτοχό του ήταν το γεγονός ότι οι τράπεζες δεν απαιτούνταν πλέον να συντηρούν ιδιωτικά δίκτυα τα οποία συνεπάγονταν υψηλό κόστος. Επιπλέον ούτε οι πελάτες χρειαζόταν να εφοδιάζονται με κάποιο ιδιαίτερο λογισμικό ώστε να έχουν πρόσβαση στο σύστημα της τράπεζας. Το Internet ως ανοιχτό σύστημα αποτέλεσε πρόκληση για τις τράπεζες οι οποίες διέκριναν την ευκαιρία να διευρύνουν μέσω αυτού την πελατειακή τους βάση. Σταθμός στην ιστορία του Internet αποτέλεσε ο Παγκόσμιος Ιστός (World Wide Web) με την ανάπτυξή του στο ερευνητικό κέντρο του CERN (Conseil Européen pour la Recherche Nucleaire, Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Πυρηνικής Έρευνας) της Ελβετίας, από τον Tim Berners – Lee το 1989 και στη συνέχεια τον Robert Cailliau το 1990⁴.

Ο παγκόσμιος ιστός συνέβαλε στη δημιουργία μιας ευρύτερης και πιο εύκολα προσβάσιμης δικτυακής υποδομής. Το 1994 αναπτύχθηκε ο Netscape Navigator, ο πρώτος περιηγητής του Διαδικτύου (Browser), που καθιστούσε πλέον δυνατή την περιήγηση στο Internet οποιουδήποτε διαθέτε έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή και ένα modem. Τον Οκτώβριο του 1995 εγκαινιάστηκε στην Αμερική η πρώτη ηλεκτρονική τράπεζα, η Security First Network Bank, η οποία χωρίς να διαθέτει δίκτυο καταστημάτων εξυπηρετούσε την πελατεία της μόνο μέσα από το Διαδίκτυο.

1.3. Έννοια Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Η παροχή τραπεζικών υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου έχει λάβει κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών σημαντικές διαστάσεις. Το E – Banking η εξ αποστάσεως δηλαδή διεξαγωγή παραδοσιακών και καινοτομικών τραπεζικών εργασιών με τη χρήση ηλεκτρονικών μέσων, προκάλεσε αναμφισβήτητα επανάσταση στην καθημερινότητα των συναλλασσομένων με τους τραπεζικούς κολοσσούς.

Η ραγδαία εξάπλωση του ηλεκτρονικού εμπορίου και η συνεχώς αυξανόμενη πρόσβαση στο Internet είναι φαινόμενο της νέας εποχής, η οποία αλλάζει τις συναλλακτικές και επικοινωνιακές συνήθειες. Οι σύγχρονοι λεωφόροι των

⁴ Πηγή: <https://el.wikipedia.org/wiki/CERN>

πληροφοριών σε εθνικό και διεθνές επίπεδο και συνακόλουθα η κοινωνία της πληροφορίας οδηγούν σε νέες κοινωνικές, πολιτισμικές και οικονομικές προκλήσεις (Σινανιώτη – Μαρούδη, Α., & Φαρσαρώτας, Ι., 2005).

Οι υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι περισσότερο προσωποποιημένες, για να προσαρμόζονται στις ανάγκες των πελατών. Οι χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής αυξάνονται συνεχώς αφού ανακαλύπτουν την ευκολία και τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν οι υπηρεσίες της. Με την ηλεκτρονική τραπεζική οι πελάτες έχουν 24ωρη εξυπηρέτηση και εξοικονομούν χρόνο και χρήμα.

1.3.1. Ορισμός E – Banking

Με τον όρο ηλεκτρονική τραπεζική (E – Banking), εννοούμε τις υπηρεσίες που παρέχουν οι τράπεζες στο διαδίκτυο μέσω των ιστοσελίδων τους, χωρίς να χρειάζεται η φυσική παρουσία του πελάτη στην Τράπεζα. Τα πιστωτικά ιδρύματα εντάσσονται στο πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου με δύο διαφορετικούς ρόλους συναλλακτικής δικτυακής τραπεζικής είτε παρέχοντας τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες μέσω του διαδικτύου, είτε προσφέροντας στο κοινό τα μέσα πληρωμής που επιτρέπουν τη διεξαγωγή άλλων συναλλαγών ηλεκτρονικού εμπορίου⁵.

Η παροχή υπηρεσιών πιστοποίησης μπορεί να αποτελεί τόσο αυτόνομη δραστηριότητα συνδεδεμένη με τους δύο βασικούς ρόλους συναλλακτικής δικτυακής τραπεζικής. Από αυτούς τους ρόλους διακρίνεται σαφώς η χρήση του διαδικτύου για λόγους προώθησης και διαφήμισης των προϊόντων/υπηρεσιών.

Οι όροι PC Banking, On – Line Banking, Internet Banking, Telephone Banking, Mobile Banking αναφέρονται σε τρόπους με τους οποίους μπορεί ο πελάτης να έρθει σε επαφή με την τράπεζά του χωρίς να απαιτείται η φυσική παρουσία του σε κάποιο από τα καταστήματά της. Το E – Banking μπορεί να θεωρηθεί ότι περιλαμβάνει όλους τους παραπάνω όρους, περιγράφει δηλαδή όλους τους τρόπους και τις δυνατότητες επαφής του πελάτη με την τράπεζα ηλεκτρονικά.

⁵ ΕΚΘΕΣΗ - internet-opportunities-threats - Wikispaces

1.4. Η διείσδυση και η διαχρονική εξέλιξη του E – Banking στην Ελλάδα

Η ηλεκτρονική τραπεζική, η οποία στη χώρα μας εξελίσσεται δυναμικά, συνιστά όμως προ πολλού πραγματικότητα σε διεθνές επίπεδο. Οι μεγάλες τράπεζες προτιμούν να ενσωματώνουν τις υπηρεσίες μέσω διαδικτύου στο υφιστάμενο σύστημα διανομής προϊόντων και υπηρεσιών, όπως στο δίκτυο καταστημάτων και στην τηλεφωνική τραπεζική. Άλλα πάλι χρηματοπιστωτικά ιδρύματα δημιουργούν ξεχωριστές, ανεξάρτητες ηλεκτρονικές τράπεζες, που παρέχουν τις υπηρεσίες τους μόνο μέσω του διαδικτύου, τις καλούμενες «Internet – Only Banks». Ηλεκτρονικές τράπεζες ή εικονικές τράπεζες (Virtual Banks) δημιουργούνται και εκτός του κλάδου των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από εταιρίες πληροφορικής, ασφαλιστικές και άλλες. Ένα ευρύτερο φάσμα ηλεκτρονικών υπηρεσιών περιλαμβάνει και το Virtual Financial Supermarket, που αφορά στην προσφορά προϊόντων και υπηρεσιών on line, τα οποία εμπλουτίζονται από προϊόντα τρίτων.

Στην Ελλάδα η πρώτη εφαρμογή E – Banking παρουσιάστηκε το Φεβρουάριο του 1998. Την καινοτομία αυτή εισήγαγε στην Ελλάδα, που αριθμούσε τότε λίγο περισσότερους από 100.000 συνδρομητές Internet, η Εγνατία Τράπεζα παρουσιάζοντας την ολοκληρωμένη υπηρεσία WebTeller μέσω της οποίας οι καταναλωτές είχαν τη δυνατότητα να διεκπεραιώνουν τις τραπεζικές τους συναλλαγές μέσω του Internet.

Ωστόσο η χρονολογία-ορόσημο για την ανάπτυξη των εναλλακτικών δικτύων είναι το 1997. Τη συγκεκριμένη χρονολογία λειτούργησε η πρώτη διαδικτυακή τράπεζα με πλήρη παροχή τραπεζικών υπηρεσιών. Μια τράπεζα χαρακτηρίζεται ως διαδικτυακή ή E – Banking ή On – Line Banking όταν η παροχή των τραπεζικών υπηρεσιών – προϊόντων γίνεται μέσω του διαδικτύου (Σιναιώτη – Μαρούδη, Α., & Φαρσαρώτας, Ι., 2005).

Η τάση αυτή συνεχίστηκε και στο μέλλον και τα αναμφισβήτητα πλεονεκτήματα των νέων τραπεζών φάνηκε ότι είχαν υπερεκτιμηθεί. Ο εντυπωσιακός ρυθμός αύξησης της πελατείας των νέων τραπεζών, επισκιάστηκε από το γεγονός ότι οι πελάτες των ηλεκτρονικών τραπεζών έπρεπε τελικά να καταφύγουν και πάλι τις παραδοσιακές τράπεζες, στα καταστήματα, για να καλύψουν αυτά που από τη φύση τους οι ηλεκτρονικές τράπεζες δε μπορούσαν να εξυπηρετήσουν.

Παράλληλα οι παραδοσιακές τράπεζες, οι οποίες μέσα από τα καταστήματα προωθούσαν προϊόντα και υπηρεσίες και εξυπηρετούσαν τις συναλλαγές των πελατών τους, ένιωσαν απειλή, καθώς διαπίστωσαν ότι τμήματα πελατών τους άρχισαν να στρέφονται προς τις τράπεζες νέας εναλλακτικής μορφής. Οι τράπεζες αυτές έπρεπε κάτι να κάνουν κι έτσι με γρήγορα βήματα άρχισαν να αναπτύσσουν εναλλακτικά, ως προς τα καταστήματα, δίκτυα εξυπηρέτησης, στα πρότυπα των ηλεκτρονικών τραπεζών. Σε αρκετές περιπτώσεις αναγκάστηκαν να προβούν σε ριζική αναθεώρηση των πληροφοριακών συστημάτων και ορισμένων επιχειρησιακών λειτουργιών τους, για να ανταποκρίνονται στα αιτήματα των πελατών που τους διαβιβάζονταν ηλεκτρονικά.

Τελικά οι παραδοσιακές και οι ηλεκτρονικές τράπεζες άρχισαν να συγκλίνουν προς ένα τρόπο λειτουργίας που δικαίως δίνει περισσότερη έμφαση στη ενέργεια ανάμεσα στα φυσικά και ηλεκτρονικά δίκτυα, καθώς αναγνωρίστηκε η συμπληρωματικότητά τους. Τα ηλεκτρονικά δίκτυα μπορούν άριστα να εξυπηρετήσουν επαναλαμβανόμενες τραπεζικές-χρηματοοικονομικές εργασίες, να πληροφορήσουν, να ειδοποιήσουν τον πελάτη, να τον διευκολύνουν στην προσωπική του χρηματοοικονομική διαχείριση, ενώ το δίκτυο καταστημάτων παραμένει αναντικατάστατο στην προσέγγιση του πελάτη για την ανάλυση των αναγκών του, την εξήγηση πολύπλοκων προϊόντων, την εκπαίδευση της πελατείας σε νέα προϊόντα και δίκτυα και τέλος στην εξυπηρέτηση όσων συναλλαγών απαιτούν ακόμη τη φυσική παρουσία του πελάτη στο κατάστημα.

Αποτελώντας την εξαίρεση που δεν αναιρεί αλλά επιβεβαιώνει τον κανόνα, λειτουργούν και σήμερα αποκλειστικά ηλεκτρονικές τράπεζες, απευθυνόμενες κυρίως σε συγκεκριμένα τμήματα πελατείας και παραμένουν επιτυχείς στους τομείς που έχουν επιλέξει να δραστηριοποιούνται. Το σημερινό πρότυπο λειτουργίας των δικτύων διανομής των τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών, προσομοιάζει προς την εικόνα μιας ζυγαριάς. Σαφώς το βάρος με την έννοια της δημιουργίας κερδοφορίας βρίσκεται προς το μέρος του δικτύου καταστημάτων, αλλά με την πάροδο του χρόνου αρχίζει να αποκτά ειδικό βάρος και κρίσιμη μάζα, η πλευρά της ηλεκτρονικής τραπεζικής ως εναλλακτικού δικτύου πώλησης και εξυπηρέτησης της πελατείας.

Οποιαδήποτε προσπάθεια να προβλεφθεί η χρονική στιγμή κατά την οποία η ζυγαριά θα γείρει προς την πλευρά της ηλεκτρονικής τραπεζικής με παράλληλη

ουσιαστική συρρίκνωση του ρόλου των καταστημάτων, είναι παρακινδυνευμένη. Βέβαια το σημερινό τραπεζικό σύστημα έχει αρκετές διαφορές από προηγούμενες δεκαετίες. Σίγουρα δε μένει αμέτοχο στην εξέλιξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής, καθώς πέρα από το E – Banking, φιλοξενεί όλο και περισσότερα ηλεκτρονικά δίκτυα, συνήθως σε κάποιο προθάλαμο αυτό-εξυπηρέτησης (self service), με συσκευές όπως τα ATM, η τηλεφωνική συσκευή για απευθείας σύνδεση με την Υπηρεσία Τηλεφωνικής Εξυπηρέτησης (call center) και οι ειδικές μονάδες για πληρωμή λογαριασμών με μετρητά. Ακόμα το προσωπικό του καταστήματος έχει προσανατολιστεί στο νέο του ρόλο, την πώληση προϊόντων και εξυπηρέτηση πελατείας με τη χρήση των νέων τεχνολογιών, τόσο κατά την διάρκεια της συνομιλίας με τον πελάτη, όσο και κατά τη διεκπεραίωση εργασιών εντός του ίδιου του καταστήματος.

Συμπερασματικά θα μπορούσε κάποιος να αναφέρει τα εξής:

Οι αμιγώς ηλεκτρονικές τράπεζες αποτέλεσαν μια αφετηρία που αποδείχθηκε στην πράξη και προορισμός, αφού η μετέπειτα πορεία τους και η περαιτέρω ανάπτυξη τους, περνά σχεδόν υποχρεωτικά από τη συνεργασία τους με ένα δίκτυο καταστημάτων. Η ηλεκτρονική τραπεζική εξυπηρέτηση παραμένει ένας τελικός προορισμός και η ταχύτητα επίτευξής της εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το ρυθμό διείσδυσης των νέων τεχνολογιών στην καθημερινή ζωή.

Παράλληλα όμως, αποτελεί και την αφετηρία για βελτιστοποίηση των επιχειρησιακών λειτουργιών στις παραδοσιακές τράπεζες, οι οποίες αναγκαστικά πλέον προσδένονται στο άρμα της ηλεκτρονικής τραπεζικής και πρέπει να αποκτήσουν εσωτερική αποτελεσματικότητα. Αποτελεσματικότητα που να τους επιτρέπει να εκτελούν εσωτερικές εργασίες με ταχύτητα και αμεσότητα αντίστοιχη εκείνης, με την οποία ο πελάτης συνεργάζεται με την τράπεζα μέσα από τα ηλεκτρονικά δίκτυα.

Καθώς ο ανταγωνισμός βρίσκεται τόσο μακριά όσο το πάτημα ενός κουμπιού στον υπολογιστή ή στην τηλεφωνική συσκευή, η σύγχρονη πρόκληση για τις τράπεζες παραμένει η οργάνωσή τους, έτσι ώστε να ανταποκρίνονται άμεσα στη δημιουργία νέων δικτύων, νέων προϊόντων και υπηρεσιών μέσω του Διαδικτύου.

1.4.1. Η ανάπτυξη της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια

Σε έρευνα που αφορά την Ελλάδα, οι (Τζήμας, Δ., Χανδρινός, Μ., Καραβαγγέλης, Ε., 2010) καταλήγουν στο ότι οι χρήστες της διαδικτυακής τραπεζικής ασχολούνται με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές κατά μέσο όρο δώδεκα (12) χρόνια ενώ χρησιμοποιούν το διαδίκτυο κατά μέσο όρο επτά (7) χρόνια. Επίσης το 88% των χρηστών της διαδικτυακής τραπεζικής διαθέτει πιστωτική κάρτα.

Η συνεχής αύξηση της διείσδυσης της χρήσης του διαδικτύου⁶ και της κινητής τηλεφωνίας, καθώς και η ανάπτυξη της πληροφορικής σε θέματα ασφάλειας των συναλλαγών, καθιστούν εφικτή τη διεκπεραίωση ακόμα και των συναλλαγών, που έχουν μεγάλο αντιλαμβανόμενο ρίσκο από τους καταναλωτές, όπως οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ολοένα και μεγαλύτερος αριθμός πελατών⁷ των τραπεζών χρησιμοποιεί τα εναλλακτικά δίκτυα διανομής τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών, κερδίζοντας έτσι χρόνο αλλά σε ορισμένες περιπτώσεις και χρήμα, από ενδεχόμενες επιβαρύνσεις που επιβάλλονται εάν η συναλλαγή πραγματοποιηθεί από τραπεζικό υποκατάστημα.

Σημαντική και συστηματική υπήρξε κατά τη διάρκεια του 2010 και μετά, η προσπάθεια των εγκατεστημένων στη χώρα μας τραπεζών να αναπτύξουν εναλλακτικά δίκτυα διανομής χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, όπως αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές (ATM), τηλεφωνική τραπεζική (Phone Banking) και ηλεκτρονική τραπεζική (E – Banking).

Η προσπάθεια αυτή είχε ως αποτέλεσμα, σύμφωνα με στοιχεία από την μελέτη της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών (ΕΕΤ), τη διατήρηση και παράλληλα την αύξηση του αριθμού των ATM, όσο και την αναβάθμιση και διεύρυνση των υπηρεσιών που παρέχονται μέσω αυτών, καθώς, πέραν των παραδοσιακών υπηρεσιών κατάθεσης και ανάληψης μετρητών και ερώτησης υπολοίπου, είναι πλέον δυνατή η πραγματοποίηση ποικίλων τραπεζικών συναλλαγών, όπως η μεταφορά κεφαλαίων σε λογαριασμούς τρίτων, η πληρωμή οφειλών από πιστωτικές κάρτες, καθώς και η πληρωμή λογαριασμών λοιπών επιχειρήσεων (π.χ. κοινής ωφέλειας).

⁶<http://www.skai.gr/news/finance/article/174452/auxisi-12-stis-upiresies-ilektronikis-trapezikis/#ixzz2YaFzXMPW>

⁷ <http://www.sepe.gr/default.aspx?pid=34&artID=3703>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο

2. ΟΙ ΝΕΕΣ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΤΟΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΚΛΑΔΟ ΜΕΣΩ E-BANKING – ΟΦΕΛΗ – ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ – ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

2.1. Εισαγωγή

Το marketing των τραπεζών στράφηκε προς τη παροχή νέων υπηρεσιών, με εξεζητημένο τεχνολογικά υπόβαθρο, όπως το ηλεκτρονικό χρήμα, η τηλε-τραπεζική και άλλα, ενώ θεωρήθηκε επιτακτική και η ανάγκη εισαγωγής διαφοροποιημένων και καινοτόμων υπηρεσιών. Οι εφαρμογές που συνδυάζουν τεχνολογία και νέες διαδικασίες συναλλαγής καλύπτονται από τον όρο E – Banking.

Παράλληλα η διάδοση των νέων τεχνολογιών, στο τραπεζικό τομέα ξεκίνησε από το κεντρικό σύστημα μηχανογράφησης και επεκτάθηκε στα διάφορα δίκτυα μεταφοράς πληροφοριών και στη συνέχεια στη πλατφόρμα λειτουργίας των τραπεζικών καταστημάτων. Οι στόχοι του εκσυγχρονισμού των συστημάτων ήταν πολλαπλοί. Ωστόσο για να αντιμετωπιστεί ο αυξανόμενος ανταγωνισμός επιδιώχθηκε η διεθνοποίηση των τραπεζικών εργασιών, με τη ανάπτυξη ηλεκτρονικών ανταλλαγών, δεδομένων και πληροφοριών σε εθνικό και διεθνές επίπεδο (Αρχοντάκης, Α., 1997).

Η ηλεκτρονική τραπεζική στην Ελλάδα σήμερα χαρακτηρίζεται σαν σύγχρονη, πλήρης, ικανοποιητική και παρέχει σημαντικά πλεονεκτήματα σε όλους τους εμπλεκόμενους φορείς, όπως παρόχους – τράπεζες και χρήστες – πελάτες.

2.2. Η νέα τεχνολογία και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες

Οι τεράστιες δυνατότητες που προσφέρει σήμερα η τεχνολογία⁸ για την άμεση και συνεχόμενη διασύνδεση της επιχειρηματικής τραπεζικής πελατείας με όλα τα προϊόντα και υπηρεσίες του τραπεζικού συστήματος είναι δεδομένη. Οι νέες αυτές δυνατότητες συμπεριλαμβάνουν στην πιο απλή τους μορφή τις αυτόματες

⁸ Πηγή: Διαδικτυακός τόπος: http://62.1.43.74/5Ekdosis/UplPDFs//deltia/3_2003/3_2003.pdf
[5/10216](http://62.1.43.74/5Ekdosis/UplPDFs//deltia/3_2003/3_2003.pdf)

ταμειολογιστικές μηχανές, τις ηλεκτρονικές αγορές μέσω καρτών και τις τηλεφωνικές συναλλαγές και ολοκληρώνονται πρόσφατα από την τραπεζική μέσω διαδικτύου.

Η σχέση των επιχειρήσεων με τις τράπεζες προσαρμόζεται πλέον στους ρυθμούς με τους οποίους εργάζεται η σύγχρονη, παγκοσμιοποιημένη και συνεχώς ανταγωνιστικότερη οικονομία. Η ηλεκτρονική τραπεζική εξυπηρέτηση παραμένει ένας τελικός προορισμός και η ταχύτητα επίτευξής της εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το ρυθμό διείσδυσης των νέων τεχνολογιών στην καθημερινή ζωή. Συνεχής λειτουργία επί 24 ώρες και για τις 7 ημέρες της εβδομάδας, με παράλληλη εντυπωσιακή μείωση του χρόνου εκτέλεσης των εντολών με το συνεπακόλουθο περιορισμό του κόστους. Διεθνώς το Web Banking αναδεικνύεται ως ένα από τα ισχυρότερα κίνητρα για την αρχική ηλεκτρονική ενεργοποίηση των επιχειρήσεων.

Παράλληλα όμως, αποτελεί και την αφετηρία για βελτιστοποίηση των επιχειρησιακών λειτουργιών στις παραδοσιακές τράπεζες, οι οποίες αναγκαστικά πλέον προσδένονται στο άρμα της ηλεκτρονικής τραπεζικής και πρέπει να αποκτήσουν εσωτερική αποτελεσματικότητα. Αποτελεσματικότητα που να τους επιτρέπει να εκτελούν εσωτερικές εργασίες με ταχύτητα και αμεσότητα αντίστοιχη εκείνης, με την οποία ο πελάτης συνεργάζεται με την τράπεζα μέσα από τα ηλεκτρονικά δίκτυα.

Καθώς ο ανταγωνισμός βρίσκεται τόσο μακριά όσο το πάτημα ενός κουμπιού στον υπολογιστή ή στην τηλεφωνική συσκευή, η σύγχρονη πρόκληση για τις τράπεζες παραμένει η οργάνωσή τους, έτσι ώστε να ανταποκρίνονται άμεσα στη δημιουργία νέων δικτύων, νέων προϊόντων και φυσικά νέων υπηρεσιών.

2.2.1. Η δυναμική της On – Line εξυπηρέτησης

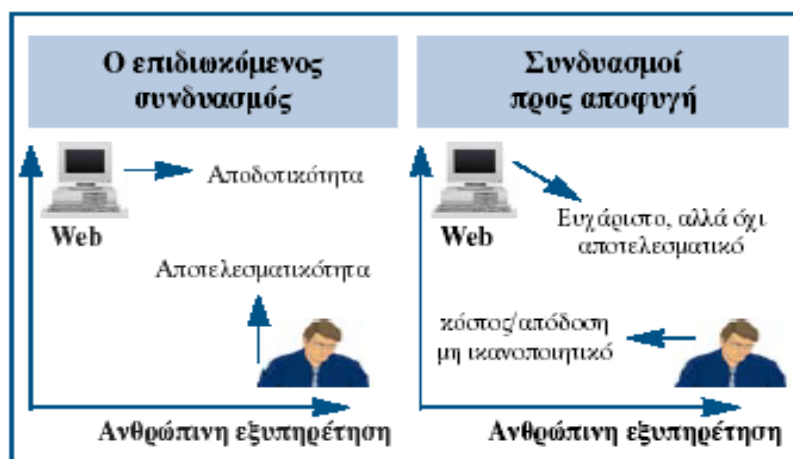
Το μεγάλο στοίχημα, το οποίο θα πρέπει να κερδηθεί μέσω μιας αποτελεσματικής και δυναμικής On – Line⁹ εξυπηρέτησης, είναι η ενίσχυση του “Loyalty Effect”. Τα στοιχεία εκείνα που χαρακτηρίζουν μια επιτυχημένη On – Line εξυπηρέτηση απεικονίζονται στην παρακάτω εικόνα 1.

⁹Πηγή: Ένωση Ελληνικών Τραπεζών «Επιχειρησιακό πρόγραμμα κοινωνία της πληροφορίας» διαδικτυακός τόπος: www.ebusinessforum.gr/engine/index.php?op=modload...ctn...6/9/2016



Εικόνα 1 Πηγή: Ένωση Ελληνικών Τραπεζών «Επιχειρησιακό πρόγραμμα κοινωπία της πληροφορίας»

Η τράπεζα καλείται να συνδυάσει την αποδοτικότητα του E – Banking με την αποτελεσματικότητα της ανθρώπινης επαφής. Με αυτό το συνδυασμό επιδιώκει να προσφέρει μια νέα εμπειρία στους πελάτες της (Εικόνα 2).



Εικόνα 2 Πηγή: Ένωση Ελληνικών Τραπεζών «Επιχειρησιακό πρόγραμμα κοινωπία της πληροφορίας»

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα τελευταία χρόνια υπάρχει η τάση τα παραδοσιακά τραπεζικά καταστήματα να εξελιχθούν περισσότερο σε κέντρα

συμβουλευτικής πώλησης, παρά σε σημεία πραγματοποίησης συναλλαγών (εστιάζοντας στην προσφορά ολοκληρωμένων λύσεων με έμφαση στην προσωπική εξυπηρέτηση). Η παροχή ενημερωτικών και συμβουλευτικών υπηρεσιών, καθώς και η «προσωπική» εξυπηρέτηση αποτελούν τα συστατικά του E – Banking. Είναι οι βασικοί άξονες, πάνω στους οποίους υλοποιείται η σύγχρονη ηλεκτρονική τραπεζική.

Οι βασικές αρχές που προάγουν την On – Line εξυπηρέτηση είναι οι παρακάτω:

✓ **Διαφοροποίηση του περιεχομένου και των υπηρεσιών σε διαφορετικές ομάδες πελατών ή ακόμη και σε κάθε πελάτη (On-Line Self-Service).** Παρόλο που το Internet προσφέρει τέτοια ευκολία πρόσβασης, δεν θα πρέπει ο οργανισμός να μπαίνει στον πειρασμό να προσφέρει όλα σε όλους. Η τράπεζα πρέπει να δώσει απαντήσεις σε δύο ερωτήσεις: Ποιος είναι ο σκοπός της συγκεκριμένης παρουσίας στο Web και ποια είναι η αγορά-στόχος (π.χ. νέοι επαγγελματίες, οικογενειάρχες, μικρές επιχειρήσεις, επενδυτές κ.λπ.). Είναι απαραίτητη η δημιουργία μιας γνωστικής βάσης με ποιοτικά και όχι μόνο με ποσοτικά χαρακτηριστικά, έτσι ώστε ο πελάτης να μη “χάνεται” κατά την πλοήγησή του στο Web, καθώς και να βρίσκει εύκολα την απάντηση στις ερωτήσεις και τις απορίες του. Για το σκοπό αυτό είναι χρήσιμη η καταγραφή των επιλογών (clicks) των πελατών και βάσει αυτών να διαμορφώνεται ανάλογα το περιεχόμενο.

✓ **Ευκολία στην πλοήγηση, χρηστικότητα.** Η κοινή λογική που ισχύει στο φυσικό κόσμο έχει εφαρμογή και στο E – Banking. Για παράδειγμα, αν η υποβολή μιας αίτησης ή μια συναλλαγή απαιτεί σημαντικό χρόνο, με πολύπλοκα βήματα, τότε αυξάνονται οι πιθανότητες για παραλείψεις και λάθη, ενώ υπάρχει ο κίνδυνος να αποτραπεί ο πελάτης να κάνει το ίδιο στο μέλλον. Το Gartner Group εκτιμά ότι τα δύο τρίτα (2/3) των πελατών εγκαταλείπουν ένα τραπεζικό site εξαιτίας της πολυπλοκότητας.

✓ **Αυτοματοποίηση της δημιουργίας και διαχείρισης του περιεχομένου.** Το περιεχόμενο που αφορά τα τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες είναι απέραντο. Αν απαιτείται η σύμπραξη πολλών ανθρώπων και πολύς χρόνος για να εκδοθεί στο Web, τότε αυτό σίγουρα αποτελεί τροχοπέδη που θα οδηγήσει σε ανεπίκαιρη πληροφόρηση. Η αυτοματοποίηση της διαχείρισης του περιεχομένου γίνεται κρίσιμη. Το κατάλληλο λογισμικό επιτρέπει στα διάφορα τμήματα της τράπεζας εύκολα και γρήγορα να

δημοσιοποιούν περιεχόμενο (ή/και νέες συναλλαγές) με τέτοιο τρόπο σαν να συναλλάσσονται απευθείας με τους πελάτες.

✓ **Διαχείριση των e-mails.** Οι πελάτες θα πρέπει να ενθαρρύνονται στο να υποβάλλουν ερωτήσεις μέσω ηλεκτρονικών μηνυμάτων (e-mail). Το e-mail έχει εξελιχθεί σε αξιόλογο μέσο αμφίδρομης επικοινωνίας και μέσω αυτού μπορεί να γίνει διαχείριση ζητημάτων των πελατών ή υποβολή ερωτήσεων. Οι απαντήσεις πρέπει να χαρακτηρίζονται από σαφήνεια, προσωποποίηση, προσφορά εναλλακτικών προτάσεων και να δίνονται μέσα σε ένα εύλογο χρονικό διάστημα (συνήθως μέσα στην ίδια εργάσιμη ημέρα). Ο πελάτης θα εμπιστευθεί τον οργανισμό που θα απαντήσει άμεσα και όχι όσους χρειάζονται εβδομάδες, ακόμη και μήνες, για μια απάντηση. Η ανάλυση του περιεχομένου των e-mails με σκοπό την εύρεση λέξεων-κλειδιών, αναφορών σε προϊόντα κ.λπ. είναι πολύτιμη πληροφορία που μπορεί να αξιοποιηθεί ανάλογα.

✓ **Σύνδεση και ολοκλήρωση με το Contact Center (Web Collaboration).** Σε επιλεγμένα σημεία τόσο του πληροφοριακού τμήματος του δικτυακού τόπου, όσο και των τραπεζικών συναλλαγών μπορεί να υπάρχει σύνδεση με αντιπρόσωπο της τηλεφωνικής εξυπηρέτησης (Contact Center). Στόχος είναι η καθοδήγηση του πελάτη κατά τη διάρκεια της πλοήγησής του. Όταν ο πελάτης το επιλέξει, ο αντιπρόσωπος μπορεί να βλέπει τις ίδιες οθόνες μαζί του και να επικοινωνήσει είτε τηλεφωνικά είτε με ταυτόχρονη ανταλλαγή μηνυμάτων (Live Chat).

✓ **Ειδοποιήσεις (Alerts).** Μια εξαιρετικά χρήσιμη και χρηστική υπηρεσία. Ο πελάτης ενημερώνεται με e-mail, με γραπτό μήνυμα στο κινητό τηλέφωνο (SMS), με κλήση από αντιπρόσωπο της τηλεφωνικής εξυπηρέτησης. Ο πελάτης ξέρει ότι η τράπεζά του είναι πάντα κοντά του έτοιμη να τον ενημερώσει για τις οικονομικές του συναλλαγές, καθώς και να τον πληροφορήσει για ότι αυτός έχει προεπιλέξει.

✓ **Κόστη και τιμολόγηση.** Ένας καταναλωτής δεν θα πλήρωνε ποτέ τις τιμές ενός ακριβού εστιατορίου για ένα Self – Service γεύμα, ανεξάρτητα από το πόσο καλό είναι το φαγητό. Αντιστοιχία υπάρχει και στις On – Line υπηρεσίες. Είναι ευρέως γνωστό ότι οι On – Line συναλλαγές έχουν χαμηλότερο κόστος για την τράπεζα και περιμένει να έχει ανάλογο όφελος. Επιπρόσθετα στο Διαδίκτυο είναι πολύ εύκολη η σύγκριση των τιμών μεταξύ των ανταγωνιστών, διευκολύνοντας τον πελάτη στις επιλογές του. Ένας καλός τρόπος, ο οποίος ενισχύει την εμπιστοσύνη των πελατών

απέναντι στην τράπεζα, είναι η παροχή συμβουλών, οι οποίες μπορεί να έχουν ως αποτέλεσμα το χαμηλότερο συνολικό κόστος στις συναλλαγές του (π.χ. τρόπος χρήσης πιστωτικής κάρτας, πάγιες εντολές, On – Line πληρωμή λογαριασμών, τα πλεονεκτήματα των εναλλακτικών δικτύων κ.λπ.).

✓ **Μέτρηση των απόψεων των πελατών.** Ο ευκολότερος τρόπος είναι οι On – Line έρευνες που πραγματοποιούνται κυρίως από τα ίδια τα τραπεζικά ιδρύματα και μέσα από τα site των τραπεζών. Τα αποτελέσματά τους βοηθούν στη διόρθωση των προβλημάτων –αν έχουν παρατηρηθεί– ή στη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών ή και στην προσθήκη νέων υπηρεσιών, εφ’ όσον απαιτείται.

✓ **Ολοκλήρωση της ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης με όλα τα δίκτυα της τράπεζας.** Κάθε δίκτυο της τράπεζας αποτελεί τον κρίκο μιας αλυσίδας. Η δύναμη της αλυσίδας δεν ξεπερνά την αντοχή του πιο αδύνατου κρίκου της. Η παροχή των πληροφοριών, των συμβουλών και η αντιμετώπιση προβλημάτων θα πρέπει να γίνεται με τον ίδιο ποιοτικό τρόπο απ’ όλα τα δίκτυα.

2.2.2. Μορφές του E – Banking

Η ηλεκτρονική τραπεζική (E – Banking) είναι ένα αναπόσπαστο κομμάτι του ηλεκτρονικού εμπορίου, το οποίο περιλαμβάνει όλες τις συναλλαγές που γίνονται μέσω ηλεκτρονικών δικτύων. Το E – Banking δεν είναι απλώς ένα τραπεζικό προϊόν, αλλά η περιγραφή του τρόπου με τον οποίο γίνονται οι επαφές και οι συναλλαγές μεταξύ των τραπεζών και των πελατών τους.

Οι βασικότεροι τύποι E – Banking είναι οι εξής:¹⁰

❖ **PC – Banking**

Τραπεζικές συναλλαγές μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή

❖ **On – Line Banking**

Τραπεζικές συναλλαγές μέσω δικτύου

❖ **Internet Banking**

Τραπεζικές συναλλαγές μέσω διαδικτύου

¹⁰ Πηγή: Έκθεση - ηλεκτρονικές συναλλαγές, Ράουτσα, Α., Παπαδοπούλου, Β., Ταταρίδου, Γ., Κεμερίδου, Δ., Μαράση, Ι.

❖ **Telephone Banking**

Τραπεζικές συναλλαγές μέσω τηλεφώνου

❖ **Mobile Banking**

Τραπεζικές συναλλαγές μέσω κινητού τηλεφώνου και άλλων τεχνολογιών π.χ. WAP και SMS

Όλοι οι παραπάνω όροι αναφέρονται σε τρόπους με τους οποίους μπορεί ο πελάτης να έρθει σε επαφή με την τράπεζα χωρίς να χρειάζεται να είναι παρόν σε κάποιο κατάστημά της. Το E – Banking¹¹ μπορεί να θεωρηθεί ότι περιλαμβάνει όλους τους παραπάνω όρους, περιγράφει δηλαδή όλους τους τρόπους και τις δυνατότητες επαφής του πελάτη με την τράπεζα ηλεκτρονικά.

PC Banking.

Είναι ο όρος που περιγράφει τις συναλλαγές που γίνονται μέσω του ηλεκτρονικού υπολογιστή (PC) και του πελάτη. Η μεταφορά των δεδομένων σε μία τέτοια συναλλαγή γίνεται μέσω των ψηφιακών τηλεφωνικών γραμμών ή ασύρματης επικοινωνίας.

Μπορούμε να διακρίνουμε τρία είδη PC – Banking:

✓ Το **On-line Banking** στο οποίο οι συναλλαγές γίνονται μέσω «κλειστών δικτύων». Για να γίνει μία συναλλαγή ο πελάτης πρέπει να προμηθευτεί ειδικό software από την τράπεζα. Ο τρόπος αυτός συναλλαγών εμφανίζεται στην Γερμανία στις αρχές τις δεκαετίας του '80 με ένα σύστημα που λεγόταν BTX (German Federal Post Office) .

✓ Το **Internet Banking** είναι ο γνωστός τρόπος συναλλαγής του χρήστη με την τράπεζα από όποιο τερματικό και αν βρίσκεται ανά πάσα στιγμή, με την χρήση ενδεχομένως συγκεκριμένων κωδικών.

✓ Το **Mobile Banking**. Πολλές φορητές συσκευές όπως τα κινητά τηλέφωνα, οι φορητές ψηφιακές προσωπικές ατζέντες (PDA) και οι υπολογιστές παλάμης (Hand-held PC's) έχουν πρόσβαση στο Internet μέσω της τεχνολογίας WAP. Έτσι οι χρήστες

¹¹ Πηγή: ΣΕΠΕ Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας, τεύχος 37 http://www.sepe.gr/files/pdf/SEPEnews/sepenews37/e_banking.pdf 15/8/2016

μπορούν να εκτελέσουν Internet Banking και από άλλες συσκευές εκτός του PC. Αυτού του είδους οι συναλλαγές περιγράφονται με τον όρο Mobile Banking.

Το E – Banking υπόσχεται την επανάσταση στις τραπεζικές συναλλαγές. "Μεταφέρει" την ίδια την τράπεζα στην οθόνη του υπολογιστή μέσω Διαδικτύου, με άμεση πρόσβαση στους τραπεζικούς λογαριασμούς, παρέχοντας πληθώρα υπηρεσιών και ευκολιών στους πελάτες της.

2.3. Προσφερόμενες υπηρεσίες μέσω E – Banking

Η ηλεκτρονική τραπεζική ανεξάρτητα αν απευθύνεται σε εγχώριους ή διασυνοριακούς πελάτες μπορεί να κατηγοριοποιηθεί σε τρία βασικά επίπεδα παροχής υπηρεσιών:

➤ **Δικτυακοί τόποι (Web Sites)** βασικού πληροφοριακού περιεχομένου, οι οποίοι απλώς παρέχουν πληροφορίες που αφορούν τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες διαθέσιμα στους πελάτες και το ευρύ κοινό.

➤ **Δικτυακοί τόποι απλών συναλλαγών**, οι οποίοι επιτρέπουν στους πελάτες των τραπεζών να αποστέλλουν μέσω Διαδικτύου αιτήματα για διάφορες υπηρεσίες, να πραγματοποιούν ερωτήσεις για το υπόλοιπο των τραπεζικών τους λογαριασμών και να αποστέλλουν οδηγίες προς τις τράπεζες, χωρίς να έχουν τη δυνατότητα πραγματοποίησης συναλλαγών μεταφοράς κεφαλαίου.

➤ **Δικτυακοί τόποι προηγμένων συναλλαγών**, οι οποίοι επιτρέπουν τη διενέργεια ηλεκτρονικής μεταφοράς κεφαλαίων, πληρωμής λογαριασμών και On – Line πραγματοποίησης πρόσθετων προηγμένων υπηρεσιών που σχετίζονται με αρκετές εφαρμογές του E – Finance (την παροχή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών μέσω ηλεκτρονικών δικτύων).

Οι δικτυακοί τόποι των περισσότερων τραπεζών μετέβησαν τα τρία αυτά στάδια – επίπεδα παροχής υπηρεσιών κατά τη διάρκεια της εξελικτικής τους πορείας και πολλές τράπεζες προσφέρουν σήμερα μέσω αυτών μια ευρεία επιλογή από προϊόντα και υπηρεσίες, τόσο προς τις επιχειρήσεις, όσο και προς τους ιδιώτες και τους ελεύθερους επαγγελματίες.

Αρκετές τράπεζες με διεθνείς δραστηριότητες παρέχουν επίσης προϊόντα και υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής σε διάφορες χώρες μέσω των δικτυακών τόπων των θυγατρικών τους, οι οποίες έχουν την άδεια να δραστηριοποιούνται σε κάθε χώρα.

Σχετικά πρόσφατα έχουν αναπτυχθεί μοντέλα διασυνοριακής ηλεκτρονικής τραπεζικής, τα οποία καθιστούν δυνατή την εξ αποστάσεως παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής από τραπεζικά συστήματα που είναι εγκατεστημένα σε μια χώρα, σε πελάτες άλλων χωρών, στις οποίες δε διαθέτουν άδεια λειτουργίας και κατά συνέπεια δεν έχουν φυσική παρουσία.

Τα είδη των παρεχόμενων τραπεζικών υπηρεσιών μέσω του Internet μπορούν όπως ειπώθηκε και προηγουμένως να διαχωριστούν στις τρεις επόμενες ευρείες κατηγορίες που αναλυτικά περιγράφονται :

❖ **Υπηρεσίες παροχής πληροφοριών:**

Στην περίπτωση αυτή χρησιμοποιούνται συστήματα που επιτρέπουν την πρόσβαση σε πληροφορίες που διατίθενται δημοσίως ή σχετίζονται με το marketing μιας τράπεζας. Κατά συνέπεια, η τράπεζα διαθέτει ηλεκτρονικά τις πληροφορίες που οι πελάτες εύρισκαν παραδοσιακά σε έντυπα ή σε άλλα μέσα ενημέρωσης. Ωστόσο, ακόμη και σε αυτή την περίπτωση, με τη χρήση της σημερινής τεχνολογίας οι συλλεγόμενες πληροφορίες για τους επισκέπτες πελάτες μπορούν να δημιουργήσουν στόχους για συγκεκριμένα προϊόντα, υπηρεσίες ή πληροφορίες που έχουν ήδη ζητηθεί. Τα στελέχη μπορούν επί της να χρησιμοποιήσουν αυτές τις πληροφορίες για τη δημιουργία και προώθηση νέων προϊόντων (Αγγελής, Β. Γ., 2005).

❖ **Υπηρεσίες ανταλλαγής πληροφοριών:**

Εδώ τα χρησιμοποιούμενα ηλεκτρονικά συστήματα είναι αλληλεπιδραστικά (Interactive), δίνοντας τη δυνατότητα μεταφοράς ευαίσθητων μηνυμάτων, εγγράφων ή αρχείων μεταξύ των χρηματοπιστωτικών οργανισμών και των πελατών τους. Ουσιαστικά, στην περίπτωση αυτή χρησιμοποιείται το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο που επιτρέπει τη μεταφορά εμπιστευτικών πληροφοριών, καθώς και συστήματα που επιτρέπουν την αμφίπλευρη μεταφορά στοιχείων μεταξύ βάσεων δεδομένων και δικτύων των τραπεζών και των πελατών. Μία θέση (Web Site) στο Internet που επιτρέπει την On – Line κατάθεση αίτησης για ένα δάνειο ή για ένα λογαριασμό καταθέσεων αποτελεί παράδειγμα υπηρεσίας αυτής της κατηγορίας. Βασικό ζητούμενο αυτών των υπηρεσιών είναι η ασφάλεια των δεδομένων, που περικλείει την

εμπιστευτικότητα των προσωπικών πληροφοριών, την ακεραιότητα των πληροφοριών και την πιστοποίηση της αυθεντικότητας των χρηστών.

❖ **Υπηρεσίες ολοκληρωμένων συναλλαγών :**

Εδώ τα χρησιμοποιούμενα συστήματα παρέχουν όλες τις προηγούμενες δυνατότητες, αλλά και τη δυνατότητα On – Line συναλλαγών, διαχείρισης λογαριασμών, μεταφοράς χρημάτων μεταξύ λογαριασμών, την πληρωμή υποχρεώσεων κ.λπ. Εδώ συμπεριλαμβάνονται ουσιαστικά τα ηλεκτρονικά συστήματα πληρωμών (Electronic Payment Systems - EPS). Τα συστήματα αυτά προσομοιάζουν τα αντίστοιχα παραδοσιακά συστήματα αφού προέρχονται από το ίδιο μοντέλο νομισματικής χρήσης. Υπό αυτή την έννοια, ακολουθούν τα ίδια γενικά βήματα μέσα στον κύκλο πληρωμών (εισαγωγή εντολής, διευθέτηση, αποστολή πληρωμής).

Σε όλες τις περιπτώσεις η εμπιστοσύνη προς τους συμμετέχοντες (π.χ. τράπεζες και οργανισμούς που εκδίδουν τις εντολές, διαχειρίζονται και διευθετούν τις πληρωμές) αλλά και τη διαδικασία αποτελούν κρίσιμους παράγοντες για την αποδοχή και την επιβίωση αυτού του συστήματος πληρωμών. Άλλα κριτήρια είναι η ασφάλεια, η νομιμότητα των συναλλαγών, η αποτελεσματικότητα, το κόστος και η αξιοπιστία, καθώς και η αποδοχή εκ μέρους του εμπορικού κόσμου. Η εκμετάλλευση των παραπάνω δυνατοτήτων στηρίζεται και στην ύπαρξη της αναγκαίας ηλεκτρονικής υποδομής και εντός των τραπεζών, για την παροχή τόσο των κλασικών υπηρεσιών, όσο και των υπηρεσιών που αναδύονται μέσα από τις νέες συνθήκες λειτουργίας της οικονομίας (Σουφλής Ι., 2000).

Γενικότερα μέσω Internet Banking:

➤ Οι πελάτες¹² εξυπηρετούνται ταχύτερα και μπορούν να προγραμματίζουν και να οργανώνουν τις συναλλαγές τους, καλύτερα μέσα από ένα φιλικό και εύκολο περιβάλλον και μάλιστα δωρεάν ή με πολύ χαμηλές προμήθειες. Φυσικά και η τράπεζα κερδίζει από το Internet Banking γιατί εξυπηρετεί αποτελεσματικότερα και ταχύτερα τους πελάτες της, αφού μπορεί να τους αφιερώνει περισσότερο χρόνο για συμβουλευτικές υπηρεσίες.

➤ Η ασφάλεια είναι πολύ σημαντική για τις τράπεζες, γι αυτό και έχουν πραγματοποιήσει πολύ μεγάλες επενδύσεις για την ασφάλεια των συστημάτων τους με

¹²Πηγή: www.capital.gr, 5/10/2016 <http://capital.gr.msn.com/Article.aspx?id=1795160>

αυστηρές προδιαγραφές και με βάση τα διεθνή πρότυπα για τη διενέργεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

➤ Η εγγραφή στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής παρέχονται συνήθως δωρεάν. Το μόνο που πληρώνεται, είναι η σύνδεση στο Internet. Οι περισσότερες συναλλαγές, προσφέρονται εντελώς δωρεάν, ενώ σε όσες υπάρχουν έξοδα ή προμήθειες αυτά είναι συνήθως χαμηλότερα από αυτά που ισχύουν στα καταστήματα των τραπεζών. Με εισαγωγή λοιπόν στο Internet κάνεις μια αίτηση και εγγράφεσαι στο Internet Banking.

➤ Όλο το 24ωρο οι περισσότερες συναλλαγές γίνονται On – Line, σε πραγματικό χρόνο.

➤ Μπορείς να συνδεθείς με το Internet Banking και να πραγματοποιήσεις συναλλαγές από οποιονδήποτε ηλεκτρονικό υπολογιστή και από οποιοδήποτε μέρος του κόσμου αλλά με τη προϋπόθεση να τηρείς πιστά τους κανόνες ασφαλείας που σου δίνει η τράπεζά σου.

➤ Οποιοδήποτε τρίτο πρόσωπο που έχει νόμιμη πρόσβαση σε ένα σύστημα Internet Banking μπορεί να πληρώνει το ΦΠΑ το ΙΚΑ και το ΤΕΒΕ για ένα άλλο πρόσωπο ή εταιρία, αφού ακολουθήσει την προβλεπόμενη διαδικασία για κάθε είδους πληρωμή. Σε αυτή την περίπτωση όμως απαιτείται άμεση συνεργασία μεταξύ της επιχείρησης και του προσώπου αυτού, ώστε να αποφεύγονται τυχόν προβλήματα σχετικά με τα ακριβή ποσά, τις συγκεκριμένες ημερομηνίες και τους αριθμούς ΑΦΜ, ΑΜΚΑ καθώς και το βαθμό πρόσβασης στους λογαριασμούς της επιχείρησης που θα έχει το συγκεκριμένο διαβαθμισμένο πρόσωπο της εταιρείας.

➤ Η Τράπεζα παρέχει ένα ηλεκτρονικό αρχείο με όλους τους λογαριασμούς που θέλει ο επιχειρηματίας να πληρώσει (πιστώσει) μαζικά. Έτσι δεν χρειάζεται να πληκτρολογεί κάθε φορά έναν - έναν τους λογαριασμούς στους οποίους επιθυμεί να μεταφέρει χρήματα. Επίσης έχει τη δυνατότητα να προσθέσει ή να αφαιρέσει κάποιον λογαριασμό αν χρειαστεί. Μπορεί ακόμα να στείλει χρήματα και σε άλλες τράπεζες εκτός από τη δικιά του. Δεν χρειάζεται πλέον να πηγαίνει στο κατάστημα για να πραγματοποιεί τη μισθοδοσία των υπαλλήλων του, αφού μπορεί να την εκτελέσει μόνος του μέσα σε λίγα λεπτά ή ακόμα και να την προγραμματίζει σε μελλοντική ημερομηνία. Επίσης, το Internet Banking ενημερώνει για την εξέλιξη.

2.4. Οφέλη – Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα E-Banking

Τα οφέλη από τη χρήση των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής¹³, οι οποίες παρέχονται μέσω Internet, είναι προφανή και ειδικότερα σύμφωνα με στοιχεία που περιλαμβάνονται στην μελέτη της Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών (ΕΕΤ) και αφορούν την εξοικονόμηση πόρων:

- Οι καταναλωτές έχουν σημαντικό γενικότερα οικονομικό όφελος από τη χρήση των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής.
- Σε οικονομικούς όρους, για παράδειγμα, η χρήση υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής από 1 εκατ. καταναλωτές που χρησιμοποιούν αποκλειστικά τη συμβατική οδό, θα εξοικονομούσε πόρους 464 εκατ. ευρώ (μέσο σενάριο) ετησίως.
- Μείωση των απολεσθέντων εργατοωρών, οι οποίες για παράδειγμα ανέρχονται σε 30 εκ. χαμένες εργατοώρες για 1 εκατ. καταναλωτές που χρησιμοποιούν αποκλειστικά τη συμβατική οδό (μέσο σενάριο) ετησίως.
- Σημαντική συνεισφορά στη μείωση των ρύπων, οι οποίοι ενδεικτικά για 1 εκατ. καταναλωτές που χρησιμοποιούν αποκλειστικά τη συμβατική οδό (μέσο σενάριο), ανέρχονται σε 20 χιλ. τόνους διοξειδίου του άνθρακα ετησίως.
- Οι καταναλωτές έχουν σημαντικά ποιοτικά οφέλη, αφού η ηλεκτρονική διαδικασία είναι (σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας) πιο βολική, λόγω της διαθεσιμότητας της, 24 ώρες το εικοσιτετράωρο, πιο απλή και πιο γρήγορη.
- Υπάρχουν σημαντικές ενδείξεις πως ο μέσος Έλληνας δεν έχει κατανοήσει ακόμα πλήρως το μέγεθος της σημασίας και αξίας των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ενώ για παράδειγμα στις Ευρωπαϊκές χώρες ο βαθμός διείσδυσης των υπηρεσιών αυτών στους χρήστες του διαδικτύου ξεπερνά το 50% (το ποσοστό για τις βορειο – ευρωπαϊκές χώρες ξεπερνά το 70 – 80%), στην Ελλάδα μόνο το 12% των χρηστών του διαδικτύου χρησιμοποιεί Web Banking. Η παρούσα μελέτη (επιβεβαιώνοντας και άλλες αντίστοιχες μελέτες) έδειξε ότι ο μέσος καταναλωτής είναι ευαισθητοποιημένος για το περιβάλλον και ψάχνει να βρει τρόπους εξοικονόμησης χρημάτων.

¹³ Πηγή: ΣΕΠΕ Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας, τεύχος 37, <http://www.sepe.gr/default.aspx?pid=34&artID=3703> 15/10/16

Με την εφαρμογή της ηλεκτρονικής τραπεζικής συναλλαγής, μία τράπεζα μπορεί να πετύχει διεύρυνση της παρουσίας της και να προσελκύσει νέους πελάτες, καθώς υποψήφιοι πελάτες της δεν είναι μόνο οι γείτονες του νέου καταστήματος, αλλά ολόκληρος ο κόσμος. Η είσοδος των ηλεκτρονικών λύσεων, εφαρμογών και διευκολύνσεων στις τραπεζικές συναλλαγές δεν είναι βεβαίως κάποια νέα υπόθεση.

Το διαφορετικό σήμερα, βρίσκεται στις τεράστιες δυνατότητες που προσφέρει η τεχνολογία για την άμεση και συνεχόμενη διασύνδεση της τραπεζικής πελατείας με όλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του τραπεζικού συστήματος. Οι νέες αυτές δυνατότητες περιγράφονται με τον όρο ηλεκτρονική τραπεζική (E – Banking). Στην απλή της μορφή, η ηλεκτρονική συναλλαγή είναι πολύ γνωστή.

Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές (ATM) σε όλα τα τραπεζικά καταστήματα, ηλεκτρονικές αγορές μέσω καρτών και τηλεφωνικές συναλλαγές προσφέρουν υπηρεσίες και που εφαρμόζονται ήδη με μεγάλη επιτυχία. Ακόμη και η τραπεζική μέσω του Διαδικτύου αναπτύσσεται με αξιοσημείωτους ρυθμούς. Ωστόσο με το ηλεκτρονικό χρήμα να αποτελεί, εδώ και πολύ καιρό, μια καθημερινή συνήθεια ο δρόμος για ριζοσπαστικές αλλαγές έχει ανοίξει (Αγγελής Β. Γ., 2005).

2.4.1. Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Χρήσης E – Banking

Η χρήση του Διαδικτύου και των νέων τεχνολογιών από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα έχει αλλάξει τον τρόπο διεξαγωγής των συναλλαγών, οι οποίες πλέον δεν απαιτούν τη φυσική παρουσία των συναλλασσομένων. Τα πλεονεκτήματα όσο και τα μειονεκτήματα που συνεπάγεται η νέα αυτή κατάσταση αγγίζουν τόσο τις τράπεζες όσο και τους πελάτες αυτών.

❖ Πλεονεκτήματα για τις τράπεζες

Τα πλεονεκτήματα για τις ίδιες τις τράπεζες οι οποίες παρέχουν υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι:

➤ Μείωση λειτουργικού κόστους – Αύξηση κερδών

Η απόφαση μιας τράπεζας να ξεκινήσει να παρέχει υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής, θα έχει ως αποτέλεσμα το κόστος λειτουργίας της να μειωθεί σημαντικά, καθώς οι συναλλαγές που πραγματοποιούν οι πελάτες σ' ένα τραπεζικό υποκατάστημα

στοιχίζουν στην τράπεζα πολύ περισσότερο από τις αυτοματοποιημένες On – Line συναλλαγές της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Εξαιρετικής σημασίας προς αυτή την κατεύθυνση είναι και το γεγονός ότι όσο αυξάνονται οι πελάτες που χρησιμοποιούν το E – Banking σε μια τράπεζα τόσο μειώνεται το μέσο κόστος ανά συναλλαγή καθώς η ίδια υποδομή χρησιμοποιείται από ολοένα και περισσότερα άτομα. Αυτό δε θα συμβεί αν αυξηθούν οι πελάτες στο «φυσικό» κατάστημα μιας τράπεζας καθώς μια τέτοια αύξηση θα οδηγούσε ενδεχομένως στην πρόσληψη επιπλέον προσωπικού, πράγμα που θα αύξανε το μέσο κόστος συναλλαγής. Με την παροχή λοιπόν υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής εμφανίζεται και αποσυμφόρηση των συναλλαγών που διεκπεραιώνονται στα καταστήματα (λιγότερα φυσικά παραστατικά, μικρότερος χρόνος απασχόλησης υπαλλήλων ενός φυσικού καταστήματος κλπ).

Ωστόσο με την παροχή υπηρεσιών E – Banking παρουσιάζεται και αύξηση των κερδών μέσα από τις προμήθειες των εργασιών που εκτελούνται (π.χ. αύξηση των κερδών από εξυπηρέτηση τρίτων προσώπων, όπως η αποστολή εμβασμάτων ή οι πάγιες εντολές πληρωμής λογαριασμών κλπ) (Αγγελής, Β. Γ., 2005).

➤ Διεύρυνση πελατειακής βάσης

Η υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής από μια τράπεζα της δίνει τη δυνατότητα να αποκτήσει περισσότερα κανάλια διανομής για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της. Επιπλέον, η παροχή On – Line υπηρεσιών δεν περιορίζει γεωγραφικά την τράπεζα. Με τον τρόπο αυτό υπάρχει η δυνατότητα να προσελκύσει απομακρυσμένους πελάτες και να διευρύνει την πελατειακή της βάση. Υποψήφιοι πελάτες πλέον των τραπεζών δεν είναι όσοι μένουν κοντά σε κάποιο νέο υποκατάστημα αλλά ολόκληρος ο κόσμος.

Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να δημιουργούνται οικονομίες κλίμακας καθώς όσο αυξάνονται οι χρήστες του E – Banking, τόσο μειώνεται το κόστος ανά συναλλαγή καθώς η υποδομή όπως προαναφέρθηκε είναι η ίδια για όλους τους χρήστες. Ακόμη, καθίσταται δυνατή η αύξηση του πελατολογίου της, καθώς σε αυτό πλέον συμπεριλαμβάνονται πελάτες που προτιμούν οι συναλλαγές τους να διεκπεραιώνονται ηλεκτρονικά, χωρίς να είναι αναγκαία η φυσική τους παρουσία σε κάποιο κατάστημα.

Επιπρόσθετα, είναι εφικτή η συλλογή πληροφοριών για τους πελάτες της μέσα από τη χρήση του E – Banking, καθιστώντας την προώθηση νέων τραπεζικών

προϊόντων και προσφορών ευκολότερη (για παράδειγμα η έκπτωση σε έξοδα και επιτόκια δανείων σε πελάτες οι οποίοι είναι ήδη κάτοχοι συγκεκριμένων τραπεζικών προϊόντων (Αγγελής, Β. Γ., 2005).

➤ **Ενίσχυση αφοσίωσης πελατών**

Πολλοί τραπεζικοί αναλυτές υποστηρίζουν ότι μέσω των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής ενισχύεται η αφοσίωση των πελατών καθώς η σχέση μεταξύ πελάτη και τράπεζας τίθεται σε νέα βάση. Επομένως, οι πελάτες που έχουν εξοικειωθεί με τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες που προσφέρει μια τράπεζα είναι πολύ πιο διστακτικοί να αλλάξουν τράπεζα. Επιπλέον έρευνες αναφορικά με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των πελατών του E – Banking καταδεικνύουν ότι αποτελούν άτομα ανώτατης μόρφωσης με αυξημένο ετήσιο εισόδημα. Το γεγονός αυτό αποτελεί ισχυρή ένδειξη ότι οι πελάτες αυτοί είναι πιο κερδοφόροι για τις τράπεζες σε σύγκριση με τον μέσο πελάτη των τραπεζικών καταστημάτων (Αγγελής, Β. Γ., 2005).

➤ **Κερδοφόρες νέες υπηρεσίες**

Πολλές τράπεζες στρέφονται πλέον στη δημιουργία μιας χρηματοοικονομικής δικτυακής πύλης (Financial Portal) όπου ο πελάτης εκτός των συνηθισμένων τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών έχει πρόσβαση σε υπηρεσίες όπως ασφάλειες Leasing, αγοραπωλησία μετοχών και διαχείριση χαρτοφυλακίου γενικότερα. Αυτή η τάση E – Finance είναι το επόμενο στάδιο του E – Banking, δηλαδή η παροχή ολοκληρωμένων χρηματοοικονομικών υπηρεσιών ηλεκτρονικά. Η ενσωμάτωση τέτοιων υπηρεσιών στις ήδη υπάρχουσες συμβάλλει στην αύξηση της κερδοφορίας των τραπεζών (Αγγελής, Β. Γ., 2005).

❖ **Πλεονεκτήματα για τους πελάτες**

Τα πλεονεκτήματα για τους πελάτες των τραπεζών οι οποίοι χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι:

➤ **Διαθεσιμότητα**

Οι δικτυακοί τόποι των τραπεζών που προσφέρουν υπηρεσίες E – Banking δεν κλείνουν ποτέ (μόνο για λόγους συντήρησης ή τεχνικού προβλήματος). Επομένως ο πελάτης δεν περιορίζεται από το ωράριο λειτουργίας των «φυσικών» τραπεζικών καταστημάτων και μπορεί επί 24ώρου βάσεως, επτά (7) ημέρες την εβδομάδα, 365 μέρες το χρόνο να πραγματοποιήσει μέσω του Διαδικτύου τις συναλλαγές που

επιθυμεί. Το γεγονός αυτό είναι ιδιαίτερης σημασίας για τους πολυάσχολους πελάτες οι οποίοι δεν είναι διατεθειμένοι να περιμένουν στην ουρά σε κάποια τράπεζα για να εξυπηρετηθούν ή δεν θέλουν να χάσουν το χρόνο τους περιμένοντας σε ένα τραπεζικό κατάστημα με φυσική παρουσία. Το πιο σημαντικό όμως είναι ότι μπορεί να πραγματοποιηθεί η τραπεζική συναλλαγή (αγορά προϊόντων, μεταφορά χρηματικών ποσών, κλείσιμο συμφωνιών κλπ) κυρίως στους επαγγελματίες ή επιχειρήσεις για καθαρά επαγγελματικού λόγους.

➤ **Φορητότητα**

Δεν υπάρχει γεωγραφικός περιορισμός στις υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω του E – Banking. Αυτό σημαίνει ότι ο πελάτης μπορεί από οποιοδήποτε σημείο της γης και αν βρίσκεται να συνδεθεί με την τράπεζά του και να πραγματοποιήσει συναλλαγές με μοναδική προϋπόθεση να έχει πρόσβαση στον Παγκόσμιο Ιστό. Επομένως το νέο εναλλακτικό κανάλι διανομής καταργεί τα σύνορα και εκμηδενίζει τις αποστάσεις. Πλέον το τραπεζικό κατάστημα απέχει όσο και το πάτημα ενός κουμπιού στον υπολογιστή. Επιπλέον δεν απαιτείται από τον πελάτη η προμήθεια εξειδικευμένου λογισμικού, όπως συνέβαινε παλαιότερα με το Home Banking.

➤ **Ευκολία – Ταχύτητα συναλλαγών – Οικονομία**

Όλες οι υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω του E – Banking είναι συγκεντρωμένες σε έναν και μόνο δικτυακό τόπο της τράπεζας με αποτέλεσμα ο πελάτης να μπορεί εύκολα και γρήγορα να επιλέξει τη συναλλαγή που επιθυμεί να πραγματοποιήσει. Με το πάτημα ενός κουμπιού και μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα ολοκληρώνονται συναλλαγές όπως πληρωμή ενός λογαριασμού ή εξόφληση μιας πιστωτικής κάρτας, οι οποίες με την «παραδοσιακή» τραπεζική ή ακόμα και μέσω των ATMs απαιτούσαν πολύ περισσότερο κόπο, χρόνο και χρήμα.

Η εξυπηρέτηση των πελατών είναι λοιπόν σαφώς ταχύτερη. Επιπρόσθετα η χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής μπορεί να είναι οικονομικότερη από την επίσκεψη στο κατάστημα για την διεκπεραίωση της ίδιας τραπεζικής εργασίας, αφού κάποια έξοδα που βαρύνουν τον πελάτη είναι χαμηλότερα ή ακόμη και δωρεάν (μηδενικό κόστος συναλλαγών) μέσω E – Banking (π.χ. προμήθειες).

➤ **Αποτελεσματικότητα**

Οι περισσότερες τράπεζες που δραστηριοποιούνται στο E – Banking προσφέρουν στις ιστοσελίδες τους εύχρηστα εργαλεία, όπως αυτό για τον υπολογισμό δόσεων δανείων, προγράμματα διαχείρισης χαρτοφυλακίου και άλλα. Η χρήση των εργαλείων αυτών καθιστά αποτελεσματικότερο το χειρισμό των περιουσιακών στοιχείων εκ μέρους των πελατών (B. Γ. ΑΓΓΕΛΗΣ, 2005).

❖ **Μειονεκτήματα για τις τράπεζες**

Ως μειονεκτήματα μπορούν να θεωρηθούν:

➤ **Υψηλό αρχικό κόστος εγκατάστασης**

Όπως συμβαίνει με όλες τις νέες τεχνολογίες, το αρχικό κόστος εγκατάστασης είναι υψηλό. Η επένδυση που πρέπει να κάνει η τράπεζα για να αγοράσει τον απαιτούμενο εξοπλισμό (υλικό και λογισμικό) αλλά και για να εκπαιδεύσει το προσωπικό της πάνω στις νέες τεχνολογίες είναι μεγάλη και πρέπει να γίνει με προσοχή και να είναι συμβατή με τη γενικότερη επιχειρηματική στρατηγική της τράπεζας. Επιπλέον πρέπει να σημειωθεί ότι η απόσβεση της επένδυσης αναμένεται να επέλθει μέσο-μακροπρόθεσμα, όταν δηλαδή αποκτηθεί η απαραίτητη πελατειακή βάση ώστε να προκύψουν οι προσδοκώμενες οικονομίες κλίμακας. Η ύπαρξη αυτών των οικονομιών θα έχει ως αποτέλεσμα την επιθυμητή για την τράπεζα κερδοφορία.

➤ **Ασφάλεια συναλλαγών – Προστασία προσωπικών δεδομένων**

Οι ηλεκτρονικές επιθέσεις και η μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση στα τραπεζικά ηλεκτρονικά συστήματα είναι συχνή. Η ασφάλεια λοιπόν των συναλλαγών και η προστασία των συναλλασσομένων είναι θέματα ύψιστης σημασίας για τις τράπεζες. Καθώς κανένα υπολογιστικό σύστημα δεν είναι 100% ασφαλές, οι τράπεζες πρέπει με κάποιο τρόπο να διασφαλίσουν τα περιουσιακά στοιχεία των πελατών τους από κακόβουλες επιθέσεις και ηλεκτρονικές απάτες. Για να καταστήσουν οι τράπεζες την ηλεκτρονική τραπεζική περισσότερο ασφαλή για τους πελάτες τους έχουν κάνει μεγάλες επενδύσεις για την υλοποίηση στρατηγικών για την ταυτοποίηση του πελάτη και της συναλλαγής του. Οι επικρατέστερες στρατηγικές σήμερα είναι:

α) Η απλή ταυτοποίηση του πελάτη κατά την είσοδό του σε μία ηλεκτρονική υπηρεσία με τη χρήση κωδικών διαπίστευσης (Username και Password),

β) Η «υπογραφή» των συναλλαγών του πελάτη από κωδικούς μίας χρήσης TANs (Transaction Authorization Numbers), τους οποίους εκδίδει η τράπεζα και

αποστέλλει περιοδικά στον πελάτη πάνω από μη ασφαλή κανάλια (fax, e-mail, ταχυδρομείο),

γ) Η χρήση ψηφιακών πιστοποιητικών με τη μεθοδολογία PKI (Public Key Infrastructure), μία υψηλής τεχνολογίας και ασφάλειας λύση, που δυστυχώς εμπλέκει σημαντικό κόστος αρχικής επένδυσης και διαχείρισης

δ). Αποστολή πρόσθετων κωδικών ασφαλείας για διεκπεραίωση των συναλλαγών στο χρήστη μέσω μηνυμάτων SMS (σε προκαθορισμένο κινητό) για μεγαλύτερη ασφάλεια, εξασφαλίζοντας έτσι το αδιάβλητο των συναλλαγών και τέλος,

δ) Η ταυτοποίηση δύο παραγόντων (Dual Factor Authentication) μέσω ειδικών συσκευών (e-Tokens) (Αγγελής, Β. Γ., 2005).

❖ **Μειονεκτήματα για τους πελάτες**

Ως μειονεκτήματα για τους χρήστες των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής μπορούν να θεωρηθούν τα παρακάτω:

➤ **Χρονοβόρα εγγραφή πελατών**

Η εγγραφή ενός νέου πελάτη στις υπηρεσίες του E – Banking μπορεί να γίνει με τη συμπλήρωση μιας αίτησης η οποία μπορεί να υποβληθεί από τον ίδιο τον πελάτη σε κάποιο κατάστημα της τράπεζας ή μπορεί να αποσταλεί ηλεκτρονικά. Σε μερικές περιπτώσεις ο νέος πελάτης μπορεί να χρειαστεί να περιμένει αρκετά (μία ημέρα έως δύο εβδομάδες) μέχρις ότου του δοθούν οι κωδικοί πρόσβασης και μπορέσει να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες του E – Banking (Αγγελής, Β. Γ., 2005).

➤ **Δυσκολία στο χειρισμό**

Οι τραπεζικοί δικτυακοί τόποι που παρέχουν υπηρεσίες E – Banking¹⁴ μπορεί να φανούν δύσχρηστοι σε πελάτες με μικρή εξοικείωση με χρήση του Internet. Το άνοιγμα ενός On – Line λογαριασμού ή η On – Line αίτηση για λήψη δανείου μπορεί για κάποιους που είναι εξοικειωμένοι να είναι κάτι το απλό. Κάποιους άλλους όμως μπορεί να τους τρομάζει και να τους καθιστά διστακτικούς λόγω των περιορισμένων γνώσεών τους στις νέες τεχνολογίες ή την ελλιπή εξοικείωσή τους με τα τραπεζικά συστήματα συναλλαγών.

➤ **Δυσπιστία χρηστών**

¹⁴Πηγή: Μάρκου Α., Ασφαλείς συναλλαγές στο διαδίκτυο, Εφημερίδα Το Βήμα, 11/02/2007, www.tovima.dolnet.gr 6/10/16

Αρκετοί χρήστες του Διαδικτύου αντιμετωπίζουν ακόμα και σήμερα την ηλεκτρονική τραπεζική με δυσπιστία. Τα φαινόμενα ηλεκτρονικής απάτης, σε συνδυασμό με την ελλιπή ενημέρωση των πελατών για τα συστήματα ασφαλείας των τραπεζών, τους αποθαρρύνουν από το να χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες E – Banking. Πιο συγκεκριμένα οι «ηλεκτρονικοί» απατεώνες αδυνατώντας να αντιμετωπίσουν τα υψηλά επίπεδα ασφαλείας των τραπεζών, έχουν στραφεί προς τους πελάτες των εναλλακτικών δικτύων με αντικειμενικό σκοπό να αποκτήσουν τους προσωπικούς κωδικούς πρόσβασης στα δίκτυα.

Για να το επιτύχουν αυτό χρησιμοποιούν ένα σύνολο μεθόδων οι οποίες περιλαμβάνουν παραπλανητικές τηλεφωνικές κλήσεις και αποστολή παραπλανητικών μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, δημιουργία πλαστών ιστοσελίδων, εγκατάσταση ιών και άλλου κακόβουλου λογισμικού στους υπολογιστές των χρηστών. Με τις παραπάνω μεθόδους προσπαθούν είτε να εκμαιεύσουν τις απαραίτητες πληροφορίες απευθείας από τους χρήστες των εναλλακτικών δικτύων είτε να τις υφαρπάξουν με τεχνικές παρακολούθησης κατά την εισαγωγή τους.

Οι τράπεζες από την πλευρά τους συμβουλεύουν τους χρήστες του E – Banking να βρίσκονται σε εγρήγορση και να τηρούν μια σειρά συμβουλών ώστε να μην πέσουν θύματα απάτης (Μαυρογιάννης, Δ., 2003).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο

3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ E – BANKING ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ

3.1. Εισαγωγή

Ήδη σήμερα όλες οι τράπεζες που δραστηριοποιούνται στον ελληνικό χώρο, έχουν αναπτύξει υπηρεσίες E – Banking βελτιώνοντας συνεχώς το φάσμα των παρεχόμενων υπηρεσιών τους. Η παροχή πλέον υπηρεσιών στους πελάτες εναλλακτικών δικτύων μέσω των οποίων μπορούν να συναλλάσσονται θεωρείται αυτονόητη. Οι ελληνικές τράπεζες, ακολουθώντας τις εξελίξεις της εποχής και προσπαθώντας να ανταποκριθούν στις νέες απαιτήσεις, υιοθέτησαν τεχνολογίες που βελτιώνουν την ποιότητα εξυπηρέτησης των πελατών τους.

Παρ όλα αυτά οι ελληνικές τράπεζες ήταν οι τελευταίες στην Ευρώπη που υιοθέτησαν τα εναλλακτικά δίκτυα, ωστόσο δεν υστερούν από τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές τράπεζες στο θέμα των υπηρεσιών που παρέχονται μέσω των εναλλακτικών δικτύων. Παρακάτω παρουσιάζονται οι υπηρεσίες E – Banking τριών ελληνικών τραπεζών:

3.2. Εθνική Τράπεζα

Η Εθνική Τράπεζα¹⁵ ιδρύθηκε το 1841 και αποτέλεσε την πρώτη τράπεζα του νεοελληνικού κράτους, με καθοριστική συνεισφορά στην οικονομική ζωή του τόπου σε αυτά τα 170 χρόνια ιστορίας της. Σήμερα η Εθνική Τράπεζα ηγείται του μεγαλύτερου και ισχυρότερου ομίλου χρηματοοικονομικών υπηρεσιών στην Ελλάδα, με δυναμική παρουσία στη Νοτιοανατολική Ευρώπη και την Ανατολική Μεσόγειο.

Η Εθνική Τράπεζα προσφέρει ευρύ φάσμα χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών που ανταποκρίνονται στις συνεχώς μεταβαλλόμενες ανάγκες επιχειρήσεων και ιδιωτών. Δίκαια μπορεί να χαρακτηριστεί ως η Τράπεζα της Ελληνικής Οικογένειας, καθώς ελέγχει το ¼ της λιανικής τραπεζικής και διαθέτει τη μεγαλύτερη καταθετική βάση στην Ελλάδα (21% μερίδιο αγοράς στις καταθέσεις). Τα μερίδια καταθέσεων

¹⁵ <http://www.ethniki.gr/wps/portal/el/THE-GROUP/The-Bank>

αντανακλούν την εμπιστοσύνη του αποταμιευτικού κοινού που αποτελεί και την κινητήρια δύναμή της.

3.2.1. Προσφερόμενες Υπηρεσίες E – Banking

Η Εθνική τράπεζα παρέχει στους πελάτες της, οι οποίοι μπορεί να είναι είτε φυσικά είτε νομικά πρόσωπα υπηρεσίες E – Banking, καλύπτοντας τραπεζικές και χρηματιστηριακές συναλλαγές μέσω διαδικτύου εξοικονομώντας χρόνο και χρήμα.

Γενικότερα μέσω του Internet Banking προσφέρει:

- Άμεση κάλυψη των καθημερινών, τραπεζικών υποχρεώσεων, σε ελάχιστα δευτερόλεπτα.
- Προηγμένες και πρωτοποριακές μεθόδους διασφάλισης των συναλλαγών.
- Ευελιξία στην εξυπηρέτησή σας, από το σπίτι, το γραφείο, καθ' οδόν, ακόμη και από το εξωτερικό, όλο το 24ωρο.
- Οικονομία, με μηδενικές ή πολύ χαμηλές χρεώσεις.

Σύμφωνα με τα παραπάνω ένα πλήρες πακέτο υπηρεσιών E – Banking¹⁶ τόσο για ιδιώτες, όσο και για νομικά πρόσωπα προσφέρει στους πελάτες της η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος. Οι πιο πρόσφατες νέες On – Line υπηρεσίες περιλαμβάνουν την αποστολή εντολών σε τράπεζες του εσωτερικού και εξωτερικού, την πληρωμή πιστωτικών καρτών άλλων τραπεζών, φόρου εισοδήματος και τη δυνατότητα μαζικών χρεώσεων (μόνο για φυσικά πρόσωπα).

Οι χρήστες των υπηρεσιών E – Banking της Εθνικής έχουν στη διάθεσή τους ένα ευρύ φάσμα δυνατοτήτων όπως πλήρη ενημέρωση για τους λογαριασμούς τους και μεταφορά χρημάτων, πραγματοποίηση πληρωμών πιστωτικών καρτών, αποστολή εντολών, επενδυτικές και χρηματοδοτικές υπηρεσίες κ.α. Ο παραδοσιακός χαρακτήρας της τράπεζας διαφαίνεται από τις υπηρεσίες Web Banking, οι οποίες έχουν μπροστά τους αρκετά στάδια εξέλιξης μέχρι να γίνουν πλήρεις.

Η Εθνική Τράπεζα είναι η μόνη τράπεζα που εφαρμόζει ένα σύστημα κωδικών ασφαλείας, ανά συναλλαγή το οποίο περιέχει υψηλότερη ασφάλεια αλλά όμως είναι δύσχρηστο.

¹⁶ Πηγή: <http://www.nbg.gr>

Το i-bank Mobile Banking το δημιούργησε η Εθνική Τράπεζα¹⁷, τηρώντας τη δέσμευσή της για συνεχή εμπλουτισμό των ηλεκτρονικών υπηρεσιών i-bank με πρωτοπόρες λύσεις για τους πελάτες της. Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες i-bank είναι στη διάθεση του πελάτη παντού, από οποιοδήποτε σημείο υπάρχει πρόσβαση στο Internet.

Ειδικά για τα ηλεκτρονικά δίκτυα εξυπηρέτησης i-bank της Εθνικής Τράπεζας, στα οποία η τεχνολογία είναι το κύριο συστατικό, η επένδυση σε εφαρμογή νέων λύσεων τεχνολογίας αποτελούσε και αποτελεί βασική προτεραιότητά της. Η ηγετική θέση της Εθνικής στην ελληνική αγορά σχετίζεται άμεσα με το γεγονός ότι:

- Διαθέτει το ευρύτερο δίκτυο ATM στη χώρα.
- Το i-bank Phone Banking λαμβάνει διαρκώς διεθνή βραβεία,
- Το i-bank Internet Banking είναι No 1 σε εταιρικές συναλλαγές και
- Το πρωτοποριακό i-bank Mobile Banking σημειώνει διαρκή και ταχύτατη αύξηση χρηστών και συναλλαγών.

Ο απολογισμός όλης αυτής της προσπάθειας στα ηλεκτρονικά δίκτυα εξυπηρέτησης, δεν μπορεί παρά να είναι θετικός και αυτό αποδεικνύεται από τη σημαντική αύξηση χρήσης που σημειώνεται κάθε χρόνο σε όλες τις βασικές υπηρεσίες i-bank. Σήμερα, πάνω από το 90% των μεγάλων εταιρικών πελατών της Εθνικής και πάνω από 80% των μεσαίων επιχειρήσεων, χρησιμοποιούν το i-bank Internet Banking. Τα ποσοστά μειώνονται στην περίπτωση των ιδιωτών και των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, όμως είναι εξαιρετικά σημαντικό, ότι η ετήσια αύξηση ενεργών χρηστών στις κατηγορίες αυτές ξεπερνά το 25%.

Τέλος, με τις απεριόριστες δυνατότητες του i-bank Mobile Banking, η Εθνική Τράπεζα δημιουργεί τις προϋποθέσεις συνεχούς βελτίωσης των υπηρεσιών που παρέχει και υπόσχεται στους πελάτες της μια εξαιρετική εμπειρία τραπεζικής εξυπηρέτησης.

3.3. Όμιλος Τράπεζας Πειραιώς

Η Τράπεζα Πειραιώς¹⁸ ιδρύθηκε το 1916 και για πολλές δεκαετίες λειτούργησε ως ιδιωτική Τράπεζα ενώ το 1975 πέρασε υπό κρατικό έλεγχο, όπου και παρέμεινε μέχρι το

¹⁷ Πηγή: Αφιέρωμα e- banking

http://www.sepe.gr/files/pdf/SEPENews/sepenews37/e_banking.pdf

¹⁸ <http://www.geniki.gr>

1991. Από το Δεκέμβριο του 1991 που ιδιωτικοποιήθηκε ο Όμιλος Πειραιώς έχει παρουσιάσει μεγάλη ανάπτυξη εργασιών, μεγεθών και δραστηριοτήτων.

Παράλληλα με την οργανική της ανάπτυξη, η Τράπεζα Πειραιώς έχει υλοποιήσει σειρά στρατηγικών κινήσεων, με σκοπό την εδραίωσή της στην εγχώρια αγορά. Έτσι, τη διετία 1997-1999 προχώρησε στην απορρόφηση των εγχώριων εργασιών των Chase Manhattan, Credit Lyonnais Hellas και National Westminster Bank. Επίσης, εξαγόρασε τις τράπεζες Μακεδονίας – Θράκης και Χίου, τις οποίες απορρόφησε το 2000. Το 2002, η Τράπεζα Πειραιώς εξαγόρασε την ETBA Bank, την οποία απορρόφησε στα τέλη του 2003.

Το 2005, ο Όμιλος Τράπεζας Πειραιώς υλοποιώντας τη στρατηγική επέκτασής του στις αγορές της Νοτιοανατολικής Ευρώπης και Ανατολικής Μεσογείου, προχώρησε στην εξαγορά της βουλγαρικής Τράπεζας Eurobank (σήμερα Piraeus Bank Bulgaria), ενισχύοντας την εκεί παρουσία του Ομίλου που ξεκίνησε το 1993, ενώ πραγματοποίησε είσοδο στις αγορές της Σερβίας με την εξαγορά της Atlas Bank (σήμερα Piraeus Bank Beograd) και της Αιγύπτου με την εξαγορά της Egyptian Commercial Bank (σήμερα Piraeus Bank Egypt). Το 2007, ο Όμιλος Πειραιώς διεύρυνε τη διεθνή παρουσία του στην Ουκρανία με την εξαγορά της International Commerce Bank (μετονομάστηκε ως Piraeus Bank ICB), ενώ στις αρχές του 2008 ξεκίνησε τη λειτουργία της στην Κύπρο η Τράπεζα Πειραιώς (Κύπρου).

Η Τράπεζα Πειραιώς πραγματοποίησε τέσσερις σημαντικές επιχειρηματικές κινήσεις, αναβαθμίζοντας σημαντικά τη θέση και παρουσία του Ομίλου στις τραπεζικές εργασίες στην Ελλάδα: τον Ιούλιο 2012 η Τράπεζα απέκτησε το «υγιές» τμήμα της Αγροτικής Τράπεζας, ενώ το Δεκέμβριο εξαγόρασε τη Γενική Τράπεζα. Το Μάρτιο του 2013, η Τράπεζα Πειραιώς απέκτησε τις τραπεζικές δραστηριότητες στην Ελλάδα της Τράπεζας Κύπρου, της Cyprus Popular Bank και της Ελληνικής Τράπεζας. Τέλος, τον Απρίλιο του 2013, η Τράπεζα Πειραιώς συμφώνησε στην απόκτηση της Millennium Bank Ελλάδας, η συναλλαγή ολοκληρώθηκε τον Ιούνιο 2013.

3.3.1 Προσφερόμενες υπηρεσίες E – Banking

Οι υπηρεσίες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής της Τράπεζας Πειραιώς¹⁹ ήταν πάντα μπροστά από την εποχή τους για τα δεδομένα της Ελλάδας. Συνεπώς, σήμερα

¹⁹ Πηγή: Αφιέρωμα e- banking

περισσότερο από ποτέ, συνεχίζει ο όμιλος την ανάπτυξη των υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής. Ειδικά για το Mobile Banking, το 2011 ήταν η χρονιά που λάνσαρε ένα πλήρες σετ υπηρεσιών προς ιδιώτες πελάτες, οι οποίες λειτουργούσαν μέσα από Smart Phones και δεν γίνεται αναφορά μόνο στο κλασικό Mobile Banking. Σε μερικά χρόνια, η ηλεκτρονική τραπεζική ιδιωτών σε μεγάλο βαθμό θα ταυτίζεται με το Smart Phone Banking.

Για την Τράπεζα Πειραιώς κάθε υπηρεσία ηλεκτρονικής τραπεζικής απευθύνεται σε συγκεκριμένο κοινό - στόχο, έχει λιγότερες ή περισσότερες απαιτήσεις από το χρήστη της και παρουσιάζει διαφορετική ωριμότητα ανάλογα με το πότε λανσαρίστηκε. Οι παράγοντες αυτοί καθορίζουν και τη σχετική επιτυχία κάθε υπηρεσίας από την άποψη του πλήθους των πελατών που εγγράφονται σ' αυτήν και του βαθμού που αυτοί οι πελάτες την αξιοποιούν. Γενικά, δύο στους τρεις πελάτες αξιοποιούν ένα ή περισσότερα εναλλακτικά δίκτυα και μέσα από αυτά, εκτελούν σχεδόν το 60% των εγχρημάτων συναλλαγών της τράπεζας²⁰.

Εξειδικεύοντας όμως ανά υπηρεσία, έχουμε τα εξής:

- Η άυλη προπληρωμένη κάρτα webuy απευθύνεται σε ανθρώπους που κάνουν αγορές μέσω Internet και αποκτάται μέσω Web Banking. Αν ο υποψήφιος κάτοχος της κάρτας δεν είναι ήδη εγγεγραμμένος στη winbank, πρέπει να το κάνει, άρα πρέπει να είναι ή να γίνει πελάτης της Τράπεζας Πειραιώς. Συνεπώς η επιτυχία μετράται με βάση:

- α) Τη διείσδυση της webuy στους χρήστες winbank (σήμερα: 30%-35%) και
- β) Τον αριθμό νέων πελατών που προσελκύει η webuy.

- Το easypay.gr –που επίσης απευθύνεται σε ανθρώπους που κάνουν αγορές ή πληρωμές μέσω Internet– αφορά όλους τους καταναλωτές και όχι μόνο πελάτες της Πειραιώς, δεδομένου ότι οι πληρωμές γίνονται με πιστωτικές ή χρεωστικές κάρτες όλων των τραπεζών. Επειδή μάλιστα δεν απαιτείται εγγραφή του πληρωτή, η επιτυχία μετράται με βάση τις πληρωμές, αλλά και με βάση το συνολικό τζίρο του easypay.gr ως έμπορος που αποδέχεται πληρωμές με κάρτες (σήμερα, το easypay.gr είναι ο δεύτερος μεγαλύτερος έμπορος της Τράπεζας Πειραιώς).

²⁰ Πηγή: http://www.sepe.gr/files/pdf/SEPEnews/sepenews37/e_banking.pdf

- Τα μηχανήματα easyray αποτελούν το φυσικό κανάλι του easyray.gr. Ενώ επίσης απευθύνονται σε όλους τους καταναλωτές, δεν απαιτούν εξοικείωση με το Internet ή σε κάποια ιδιαίτερη τεχνολογία, αφού ο χρήστης κάνει τις πληρωμές του με μετρητά. Επειδή όμως τα περισσότερα από αυτά λειτουργούν μέσα σε καταστήματα της Τράπεζας, η επιτυχία τους μετράται με βάση το ποσοστό των συναλλαγών του καταστήματος που εκτελείται σ' αυτά. Π.χ. το 40% των πληρωμών πιστωτικών καρτών εκτελούνται στο μηχανήμα και οι υπόλοιπες στα ταμεία.

- Το Web Banking (winbank) αξιοποιείται από το 13% των ενεργών πελατών.

Πρέπει όμως να σημειωθεί ότι οι πελάτες αυτοί εκτελούν υπερπολλαπλάσιες συναλλαγές σε σχέση με τους πελάτες των παραδοσιακών δικτύων. Για παράδειγμα, περισσότερο από το 65% των πληρωμών ΦΠΑ, ΙΚΑ, ΟΑΕΕ, περισσότερο από το 65% των εμβασμάτων και πάνω από 50% των χρηματιστηριακών συναλλαγών γίνονται μέσω Internet. Το πιο σημαντικό όμως είναι, ότι οι πελάτες που αξιοποιούν τα εναλλακτικά δίκτυα, είναι ίσως οι καλύτεροι πελάτες της τράπεζας. Είναι πέντε φορές πιο πιστοί, έχουν έως και τέσσερις φορές περισσότερα προϊόντα από όλους τους άλλους και διατηρούν πολλαπλάσια υπόλοιπα στα προϊόντα τους. Για το λόγο αυτό, το Customer Experience αυτών των πελατών είναι πρώτης προτεραιότητας.

Επιπλέον με την υπηρεσία E – Statements²¹ παρέχετε πρόσβαση στο λογαριασμό της πιστωτικής κάρτας των πελατών – χρηστών σε ηλεκτρονική μορφή. Μπορούν να τον παρακολουθούν μέσω της υπηρεσίας winbank του Web Banking όπου κι αν βρίσκονται, να τον αποθηκεύσουν με ασφάλεια ή να τον εκτυπώσουν.

Τα πλεονεκτήματα της υπηρεσίας είναι τα εξής:

- **Άμεση ενημέρωση από παντού και δωρεάν**

Με την ενεργοποίηση της υπηρεσίας E – Statements, ο λογαριασμός της πιστωτικής κάρτας εκδίδεται πλέον μόνο σε ηλεκτρονική μορφή (E – Statements). Κάθε E – Statements περιέχει τις ίδιες πληροφορίες με το φυσικό αντίγραφο του λογαριασμού. Όταν εκδίδεται νέος λογαριασμός, η υπηρεσία E – Statements ειδοποιεί χωρίς χρέωση μέσω E – mail ή SMS.

- **Εύκολη οργάνωση**

²¹ <http://www.piraeusbank.gr>

Κάθε E – Statements είναι ένα ηλεκτρονικό αρχείο σε μορφή pdf. Μπορεί να εκτυπωθεί ή/και να το αποθηκευθεί στον υπολογιστή ή σε φορητή συσκευή αποθήκευσης ηλεκτρονικών αρχείων, όπως CD, USB Stick (Flash Memory) ή σε εξωτερικό «σκληρό» δίσκο. Τα E – Statements είναι εύκολο να ταξινομηθούν και δύσκολο να χαθούν. Ωστόσο, ακόμη κι αν κατά λάθος χαθούν, μπορούν να το ανακτηθούν. Στο Ιστορικό της υπηρεσίας winbank του Web Banking υπάρχει πρόσβαση στα E – Statements των τελευταίων 24 μηνών όπου μπορεί ο χρήστης να ανακτήσει οποιαδήποτε πληροφορία χρειάζεται και να το έχει σε εκτυπώσιμη μορφή.

Με αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται η αποφυγή ενός πολύ σημαντικού αριθμού άχρηστων επιστολών ετησίως για κάθε χρήστη, που συνεπάγεται εξοικονόμηση σε κοπή ξυλείας, κατανάλωση σε μελάνια ή toners αλλά και ενέργειας (ρεύμα) για την εκτύπωση αλλά κι επιπλέον επιβάρυνση στη διακίνηση της αλληλογραφίας. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα στη συμβολή της διάσωσης του πλανήτη αλλά και την αποφυγή περαιτέρω μόλυνσης του φυσικού περιβάλλοντος.

- **Ασφάλεια**

Αντίθετα από τα φυσικά αντίγραφα του λογαριασμού της πιστωτικής κάρτας, τα E – Statements δεν γίνεται να παραπέσουν, να χαθούν ή να καταλήξουν σε ξένα χέρια. Μόνο ο χρήστης έχει πρόσβαση σε αυτά μέσω winbank Web Banking. Επομένως, δεν κινδυνεύει να υποκλέψουν τα προσωπικά του και τραπεζικά δεδομένα. Επιπλέον, όλες οι πληροφορίες μεταφέρονται κρυπτογραφημένες. Για μεγαλύτερη ασφάλεια, η ειδοποίηση για την έκδοση νέου λογαριασμού που λαμβάνει ο κάθε χρήστης μέσω E – mail ή SMS δεν περιλαμβάνει τις συναλλαγές, ούτε τον πλήρη αριθμό της κάρτας του.

- **Ηλεκτρονικά και οικολογικά**

Αντικαθιστώντας τα φυσικά με ηλεκτρονικά αντίγραφα, προστατεύετε το περιβάλλον. Με την εξοικονόμηση χαρτιού που επιτυγχάνεται, περιορίζονται οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις από την παραγωγή του: κοπή δέντρων, κατανάλωση ενέργειας και νερού.

Επίσης μέσω της υπηρεσίας Winbank Alerts η Τράπεζα Πειραιώς ειδοποιεί τους χρήστες με SMS, E – mail ή τηλεφωνική κλήση για κινήσεις στο λογαριασμό τους, τις κάρτες ή το χρηματιστηριακό χαρτοφυλάκιό τους τη στιγμή που αυτές συμβαίνουν. Υπενθυμίζει προγραμματισμένες πληρωμές τους και στέλνει ενημερώσεις σχετικά με

συγκεκριμένες μεταβολές στο χαρτοφυλάκιο τους, που αυτοί ορίζουν. Ρυθμίζεται εύκολα, σύμφωνα με τις προτιμήσεις των χρηστών.

3.4. Όμιλος Eurobank

Ο όμιλος Eurobank²² είναι ένας Ευρωπαϊκός τραπεζικός οργανισμός, με σύνολο ενεργητικού €64,5 δισ. που προσφέρει τραπεζικές υπηρεσίες σε οκτώ χώρες. Πέραν της συστημικής της παρουσίας στην Ελλάδα, ως ένας εκ των τεσσάρων πυλώνων του εγχώριου τραπεζικού συστήματος, ο όμιλος Eurobank κατατάσσεται μεταξύ των ηγετικών τραπεζών στη Βουλγαρία, τη Ρουμανία και τη Σερβία, διακρίνεται στον τομέα Διαχείρισης Περιουσίας στην Κύπρο, το Λουξεμβούργο και το Λονδίνο και διαθέτει παρουσία στην Ουκρανία.

Στις 15/7/2013 ο όμιλος Eurobank υπέγραψε δύο δεσμευτικές συμφωνίες με το Ταμείο Χρηματοπιστωτικής Σταθερότητας για την εξαγορά του 100% του μετοχικού κεφαλαίου του Νέου Ταχυδρομικού Ταμιευτηρίου και της Νέας Proton Bank. Η εξαγορά των δύο τραπεζών, η οποία ενίσχυσε τη στρατηγική θέση της Eurobank στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα, και ολοκληρώθηκε με τη λήψη των απαιτούμενων εγκρίσεων από τις αρμόδιες εποπτικές αρχές.

3.4.1. Προσφερόμενες υπηρεσίες E – Banking

Στο ίδιο μοτίβο όσον αφορά το Internet Banking²³ κινείται και η εφαρμογή της Eurobank, η οποία πάντως είναι ελαφρώς πιο εμπλουτισμένη σε σχέση με τα όσα προσφέρονται από την Εθνική Τράπεζα.

Παρότι στη χώρα μας η διείσδυση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, όπως και γενικότερα των νέων τεχνολογιών, παρουσιάζει υστέρηση σε σχέση με άλλες ανεπτυγμένες κοινωνίες, στη Eurobank ήδη δύο στις τρεις συναλλαγές εκτελούνται μέσα από τα εναλλακτικά δίκτυα. Η συνεισφορά του E – Banking στο σύνολο των συναλλαγών της τράπεζας που μπορούν να εκτελεστούν και μέσω Internet φτάνει τη μία στις τρεις, ενώ το ποσοστό αυτό είναι πολύ μεγαλύτερο στις συναλλαγές των εταιρειών, καθώς και σε ορισμένες κατηγορίες συναλλαγών ιδιωτών (π.χ. εμβάσματα, πληρωμές, μεταφορές).

²² <http://www.eurobank.gr>

²³ Πηγή: Αφιέρωμα e- banking

http://www.sepe.gr/files/pdf/SEPEnews/sepenews37/e_banking.pdf

Επίσης, τα ποσοστά διείσδυσης και χρήσης του E – Banking αυξάνονται σημαντικά στα πιο δυναμικά τμήματα της πελατείας (ελεύθεροι επαγγελματίες, ιδιώτες ανερχόμενης οικονομικής κατάστασης, άτομα ηλικίας 25 – 50 ετών, μεσαίες και μεγάλες εταιρείες, κ.λπ.) γεγονός ιδιαίτερα ενθαρρυντικό για την εξέλιξη των ηλεκτρονικών υπηρεσιών. Τα κινητά τηλέφωνα τελευταίας τεχνολογίας, η διείσδυση των οποίων αυξάνεται συνεχώς, μας επιτρέπουν να προσφέρουμε διαδραστική (Interactive) τραπεζική εμπειρία στους πελάτες μας, τις πιο σύγχρονες υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας (π.χ. Location Based Services), καθώς και συνέργιες μεταξύ των καναλιών της Τράπεζας.

Η εφαρμογή m – Banking της Eurobank είναι ήδη διαθέσιμη στα σημαντικότερα ηλεκτρονικά καταστήματα εφαρμογών (App Store, Oni store, Android market) και η ανταπόκριση του πελατών είναι σημαντική. Επιπλέον του Mobile Banking, το τελευταίο διάστημα ιδιαίτερη έμφαση έχει δοθεί στην ενίσχυση της διαδραστικότητας και στην άμεση και αμφίδρομη επικοινωνία με τους πελάτες της Τράπεζας. Η δυνατότητα παραλαβής από τους πελάτες των ειδοποιήσεων με τη μορφή SMS ή e – mails σχετικά με τη δραστηριότητα των τραπεζικών τους προϊόντων, καθώς και οι καινοτόμες τεχνικές ηλεκτρονικής επικοινωνίας Τράπεζας – Πελάτη όπως τα Click2Call, Click2Chat, μετατρέπουν το παραδοσιακό Internet Banking σε πρωτοποριακό Interactive Banking.

Η τράπεζα μπορεί πλέον να επικοινωνεί με αμεσότητα στον πελάτη, όταν και όπου αυτός το χρειάζεται, για να τον ενημερώνει, να τον ειδοποιεί ή να τον υποστηρίζει στις συναλλαγές του. Όσο η τεχνολογία εξελίσσεται και νέοι διάλογοι επικοινωνίας αναπτύσσονται, θα υπάρχει πάντα ζήτηση για καινούριους τρόπους και νέες μορφές Self Service Banking. Σήμερα αποτελεί μια ολοκληρωμένη εμπειρία τραπεζικής εξυπηρέτησης, με πληθώρα διαθέσιμων συναλλαγών, πρωτοποριακούς μηχανισμούς διασφάλισης των συναλλαγών και διαδραστική 24ωρη εξυπηρέτηση. Στο πέρασμα των χρόνων, η υπηρεσία E – Banking πλαισιώθηκε και από μια σειρά νέων εξελιγμένων On – Line υπηρεσιών όπως το m – Banking, τα e – Statements και οι ειδοποιήσεις μέσω SMS, οι οποίες συμβάλουν σημαντικά και αυτές στην καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη της Eurobank. Στα 10 αυτά χρόνια, το E – Banking κατάφερε να αποκομίσει πληθώρα διακρίσεων τόσο από φορείς στην Ελλάδα όσο και από το εξωτερικό.

Η επένδυση στην τεχνολογία υποστήριξης καναλιών για τον όμιλο Eurobank, ακόμα και στη σημερινή οικονομική συγκυρία, συνεχίζεται και προσθέτει αξία στον οργανισμό και τους πελάτες του, τόσο βραχυπρόθεσμα με τη διάθεση νέων υπηρεσιών

και προϊόντων, αλλά και σε βάθος χρόνου μέσω της συνεχούς αναβάθμισης και εξέλιξης των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες που βασίζονται σε υποδομές Service Oriented Architecture όπως της Eurobank, μπορούν να δημιουργήσουν και να προβάλλουν μια συνολική εικόνα εξυπηρέτησης πελατείας μέσω καναλιών, με επίκεντρο την διαδραστικότητα και την ομοιογενή, ολοκληρωμένη εμπειρία των χρηστών οπουδήποτε αυτοί βρίσκονται και οποτεδήποτε επιθυμούν να εκτελέσουν τραπεζικές συναλλαγές.

Μπορούν να προσφέρουν μια πληθώρα τραπεζικών συναλλαγών σε πολλαπλά κανάλια, να υποστηρίξουν συνέργειες μεταξύ διαφορετικών υπηρεσιών των καναλιών (E – Banking, Mobile Banking, Call Center, ATMs, APSs), την προβολή ειδικών διαδικτυακών τραπεζικών προϊόντων, τη σύνθεση νέων υπηρεσιών που βελτιώνουν συνεχώς την ποιότητα και την άνεση εξυπηρέτησης, να βοηθήσουν στην ενίσχυση της «πράσινης» ανάπτυξης και της ασφάλειας συναλλαγών (E – Statements, E – Alerts).

Ακόμη μπορούν να ενισχύσουν την διαφάνεια οικονομικών συναλλαγών μεταξύ ιδιωτών και επιχειρήσεων, ολοκληρωμένη διαχείριση του κυκλώματος τιμολογίων και πληρωμών μεταξύ αγοραστών και προμηθευτών (E – Invoicing), τη διασύνδεση συναλλαγών δημοσίου και ιδιωτών.

Ειδικότερα μία περιοχή που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τα τραπεζικά ιδρύματα, είναι τα διάφορα είδη πληρωμών (micropayments, P2P, P2G, P2B) με τις αντίστοιχες τεχνολογίες που τις υποστηρίζουν (Contactless, Mobile Payments, κ.λπ.), όπου φαίνεται ότι οι συνέργειες μεταξύ των διαφόρων δικτύων θα διευκολύνουν την μαζική ανάπτυξή τους.

Τα τελευταία χρόνια υπάρχει σημαντική εξέλιξη στις παρεχόμενες υποδομές σε τηλεπικοινωνιακά και τεχνολογικά δίκτυα, εφαρμογές, συσκευές Η/Υ και κινητών, κ.α. Αντίστοιχα διευρύνεται συνεχώς η αποδοχή και χρήση των τεχνολογιών αυτών από το κοινό, π.χ. χρήση των «έξυπνων» κινητών (Smarts Phones), του Ευρυζωνικού Διαδικτύου (Broadband Internet) κλπ. Η ανταπόκριση των πελατών στις ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες εξαρτάται κατά κύριο λόγο από τη γενικότερη εξοικείωση στη χρήση των νέων τεχνολογιών. Η επικράτηση τυποποιημένων πρωτοκόλλων επικοινωνίας δεδομένων και το γεγονός, ότι πάρα πολλές ηλεκτρονικές συσκευές έχουν πλέον κοινό λειτουργικό σύστημα με τον ηλεκτρονικό υπολογιστή, επιτρέπουν την πρόσβαση των υπηρεσιών

ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω Internet να γίνεται και μέσω πολλών άλλων συσκευών, με ορισμένες από τις οποίες πολλοί πελάτες έχουν σημαντική εξοικείωση.

Σε οποιαδήποτε περίπτωση, η στενή παρακολούθηση των εξελίξεων στην αγορά τεχνολογίας και τηλεπικοινωνιών είναι επιβεβλημένη, έτσι ώστε η τράπεζα να ανταποκρίνεται αποτελεσματικά στις νέες ανάγκες που δημιουργούνται και να είναι κοντά στον πελάτη, με όποιον τρόπο και μέσο αυτός επιλέξει να συνδιαλέγει μαζί της²⁴.

Συγκεκριμένα²⁵, στο μέτωπο των υπηρεσιών υποστηρίζονται πληροφορίες για λογαριασμούς, κάρτες, δάνεια και επενδύσεις, καθώς και μεταφορά χρημάτων σε άλλους λογαριασμούς της τράπεζας και πληρωμές λογαριασμών. Ακόμα, ενσωματώνει μια σειρά χρήσιμων εργαλείων, όπως υπολογιστή IBAN, υπολογιστή δόσης δανείων, μετατροπέα νομισμάτων, ισοτιμίες συναλλάγματος, καθώς και τα νέα της Eurobank. Δεν λείπει η τηλεφωνική υποστήριξη, ενώ αρκετά χρήσιμος είναι ο κατάλογος καταστημάτων και ATMs με απεικόνιση σε χάρτη. Αξιοποιώντας τις δυνατότητες των «έξυπνων» κινητών τελευταίας τεχνολογίας, η τράπεζα ανέπτυξε εφαρμογή m – Banking ειδικά σχεδιασμένη για τις πιο δημοφιλείς συσκευές, όπως i – Phone (σύντομα διαθέσιμη στο Appstore), Blackberry, HTC, Nokia, Sony, επιτυγχάνοντας την καλύτερη δυνατή εμπειρία τραπεζικής εξυπηρέτησης.

Οι πελάτες μπορούν να εγκαταστήσουν δωρεάν την εφαρμογή στο κινητό τηλέφωνό τους και να αποκτήσουν πρόσβαση σε:

- Πληροφορίες για τους λογαριασμούς, τις κάρτες, τα δάνεια και τις επενδύσεις τους στις πιο συχνές τους συναλλαγές (μεταφορές μεταξύ προσωπικών λογαριασμών, πληρωμή κάρτας, ΔΕΗ, ΟΤΕ, κ.α).
- Πληροφορίες για εντοπισμό ATM και καταστημάτων της Eurobank σε χρήσιμα εργαλεία (π.χ. υπολογιστής IBAN, μετατροπέας συναλλάγματος, κ.α.).
- Άμεση υποστήριξη μέσω τηλεφώνου χωρίς κόστος και χωρίς αναμονή.

Οι πελάτες που διαθέτουν συσκευή, η οποία δεν είναι συμβατή με τις παραπάνω εφαρμογές m – Banking αλλά έχει πρόσβαση στο Internet, μπορούν να χρησιμοποιήσουν για τις συναλλαγές τους το ειδικό site της Eurobank (Υιοθέτηση της Διαδικτυακής Τραπεζικής στις Ελληνικές τράπεζες, E – Banking). Σημειώνεται ότι για τη χρήση των

²⁴ Πηγή: Αφιέρωμα e- banking

http://www.sepe.gr/files/pdf/SEPENews/sepenews37/e_banking.pdf

²⁵ Πηγή: <http://www.eurobank.gr>

νέων υπηρεσιών δεν απαιτείται ειδική εγγραφή. Οι χρήστες καταχωρούν τους ίδιους κωδικούς πρόσβασης που χρησιμοποιούν και στο E – Banking από τον υπολογιστή τους.

Τέλος, οι πελάτες που δεν έχουν πρόσβαση στο Internet από το κινητό τους, μπορούν να χρησιμοποιούν την υπηρεσία SMS Banking και να ενημερώνονται άμεσα με γραπτό μήνυμα για το υπόλοιπο και τις κινήσεις των λογαριασμών και καρτών τους. Η δημιουργία των παραπάνω υπηρεσιών, οι οποίες εξελίσσονται συνεχώς, αποτελεί το σημαντικότερο βήμα εφαρμογής μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής του ομίλου Eurobank που αποσκοπεί να δημιουργήσει ένα νέο, εύκολα προσβάσιμο κανάλι επικοινωνίας και εξυπηρέτησης των πελατών της.

3.5. Το σημερινό τραπεζικό περιβάλλον της κρίσης – E-Banking και Capital Controls

Στο σημερινό οικονομικό περιβάλλον της κρίσης οι τράπεζες αναγκάζονται να επαναξιολογήσουν το μοντέλο λειτουργίας τους, με κύριο στόχο τη διατήρηση του πελατολογίου τους. Τα παραδοσιακά τραπεζικά προϊόντα δεν προσφέρουν πια δυνατότητες μεγάλης διαφοροποίησης. Επιπλέον οι πελάτες γίνονται όλο και περισσότερο απαιτητικοί από την συνολική τραπεζική τους εμπειρία, συναλλάσσονται με περισσότερες από μία τράπεζες αποκτώντας έτσι συγκριτικό πλεονέκτημα, απαιτούν περισσότερο έλεγχο και διαφάνεια, ποιότητα στην εξυπηρέτηση και ειδικότερα η νέα γενιά θεωρεί πολύ σημαντική τη γρήγορη και οικονομικά πρόσφορη εξυπηρέτηση.

Κάτω από αυτό το πρίσμα, συμπληρωματικά των παραδοσιακών μεθόδων εξυπηρέτησης, τα εναλλακτικά δίκτυα που στηρίζονται σε προηγμένες τεχνολογικές υποδομές, αποκτούν στρατηγικό πλεονέκτημα για τα τραπεζικά ιδρύματα, καθώς συνεισφέρουν στη δημιουργία μιας φθηνότερης, φιλικής, άνετης και καινοτόμας τραπεζικής εμπειρίας.

Δεδομένου ότι στο εξωτερικό η χρήση των εναλλακτικών δικτύων εξυπηρέτησης και της ηλεκτρονικής τραπεζικής ήταν διευρυμένη και ανεπτυγμένη, με το πελατειακό κοινό να είναι εκπαιδευμένο και εξοικειωμένο στη χρήση τους, η οικονομική κρίση με ευκολία συνέβαλλε απλά στην αύξηση χρήσης τους. Αντίθετα στην Ελλάδα, η ηλεκτρονική τραπεζική και τα εναλλακτικά δίκτυα με το ξέσπασμα της κρίσης, το 2008, ήταν ακόμα σε πρώιμη φάση ανάπτυξης. Η εξέλιξή τους, ωστόσο, ήταν ραγδαία το προηγούμενο διάστημα, με αποκορύφωμα την παρούσα περίοδο στη χώρα μας, αυτή των

Capital Controls, τα οποία έχουν επιφέρει ουσιαστικές αλλαγές στις καταναλωτικές μας συνήθειες.

Οι αλλαγές εκδηλώθηκαν από τις πρώτες κιόλας ώρες επιβολής των περιορισμών στην κίνηση κεφαλαίων. Η περιορισμένη ρευστότητα ανάγκασε τους Έλληνες να εξοικειωθούν ταχύτατα με νέες μεθόδους πληρωμής. Οι χρεωστικές κάρτες μπήκαν ξαφνικά στην πλειονότητα των πορτοφολιών, ακόμη και ατόμων μεγαλύτερης ηλικίας, που είχαν φυσική συστολή και φόβο απέναντι στη συναλλαγή με μηχανήματα. Επιπλέον, αυξήθηκε σημαντικά ο αριθμός των τραπεζικών πελατών που χρησιμοποιούν τα εναλλακτικά δίκτυα διανομής τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών, εκμεταλλευόμενοι μεταξύ άλλων και το σημαντικό όφελος από πλευράς κόστους που προκύπτει, που δεν είναι διόλου αμελητέο ιδιαίτερα σε μια περίοδο μεγάλης οικονομικής κρίσης. (Eltrun, E. H., 2015).

Ενδεικτικό, πάντως, της χαμηλής διείσδυσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών στην Ελλάδα σήμερα, είναι ότι εγχώριος επιχειρηματικός κόσμος, σύμφωνα με έρευνα της ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ, ιδίως οι μικρές επιχειρήσεις, αποδείχθηκαν απροετοίμαστες να αντιμετωπίσουν τις επιπτώσεις από την επιβολή των Capital Controls. Και αυτό, καθώς μόνο 1 στις 2 χρησιμοποιεί E – Banking για τις συναλλαγές της με πελάτες και προμηθευτές, ενώ 7 στις 10 δεν διαθέτουν συσκευές EFT/POS. Ειδικότερα, στην παροχή υπηρεσιών, 6 στις 10 επιχειρήσεις δεν διαθέτουν E – Banking και στο εμπόριο το αντίστοιχο ποσοστό είναι 53,3%, ενώ το ποσοστό αυτό εκτινάσσεται στους αυτοαπασχολούμενους, καθώς 7 στους 10 δεν διαθέτουν E – Banking (Φραγκούλη, Ν., 2015).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο

4. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ (E – BANKING).

4.1 Μεθοδολογία της έρευνας

Κύριος σκοπός της παρούσας ερευνητικής μελέτης είναι η μέτρηση της ικανοποίησης των πολιτών από τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε κατά το διάστημα, του Αυγούστου – Σεπτεμβρίου 2016 στην περιφέρεια Αττικής και είναι ποσοτική και ποιοτική. Η συλλογή των δεδομένων, στηρίχτηκε πάνω σε ερωτηματολόγια των είκοσι τριών (21) ερωτήσεων και απάντησαν (85) άτομα πολίτες της περιφέρειας Αττικής.

Οι ερωτήσεις που καλούνται τα άτομα ως πολίτες να απαντήσουν είναι τριών (3) ειδών:

- α) Ερωτήσεις μοναδικής απάντησης
- β) Πολλαπλών επιλογών
- γ) Πολλαπλών απαντήσεων με ιεράρχηση

Ερωτήσεις που απαντήθηκαν αφορούσαν γενικά για το προφίλ των πολιτών, βαθμός χρήσης υπηρεσιών E – Banking και βαθμός ικανοποίησης προσφερόμενων υπηρεσιών E – Banking από τις τράπεζες.

Στόχος της πρωτογενούς έρευνας είναι, να αναδειχτούν οι λόγοι εκείνοι που καθιστούν δελεαστική την ιδέα της υιοθέτησης του E – Banking ως εναλλακτική μορφή εξυπηρέτησης και από την πλευρά των τραπεζών σαν προσφερόμενο προϊόν, αλλά και από την πλευρά της ικανοποίησης των πελατών ως μέσο εξυπηρέτησης τους.

4.2 Περιορισμοί Έρευνας

Στη διεξαγωγή της έρευνας παρουσιάστηκαν κάποιες δυσκολίες κατά τη διάρκεια της διαμόρφωσης και της συλλογής των δεδομένων. Επισημάνθηκαν, δυσκολία στην επικοινωνία και στη συνάντηση των πολιτών σε τραπεζικούς χώρους καθώς και στη προσέγγιση τους γενικότερα, ώστε να υπάρξει η δημιουργία ενός αντιπροσωπευτικού

δείγματος απαντήσεων, με ερωτηθέντες πάσης φύσεως από διαφόρους επαγγελματικούς χώρους, ηλικιών και ανάλογης οικονομικής κατάστασης.

4.3 Αποτελέσματα έρευνας

Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται μέσα από πίνακες και σχεδιαγράμματα τα οποία αντιπροσωπεύουν την άποψη 85 πολιτών της περιφέρειας Αττικής, σχετικά με την εξέταση της ικανοποίησης τους μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής (E – Banking) τόσο σε επίπεδο πληροφόρησης των υπηρεσιών που μπορεί να προσφέρει, όσο και σε επίπεδο προσφερόμενων υπηρεσιών από τις ίδιες τις Ελληνικές τράπεζες. Η αρχή της ανάλυσης των δεδομένων γίνεται με τα κοινωνικά – δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων πολιτών (αριθμός και φύλο συμμετεχόντων, ηλικία και επίπεδο εκπαίδευσης κ.λπ.).

4.4.1 Ανάλυση ερωτηματολογίων

Στους παρακάτω πίνακες – διαγράμματα αναλύονται τα δεδομένα που προκύπτουν από την έρευνα και έχουν σκοπό να μας πληροφορήσουν, όσον αφορά την ικανοποίηση των πολιτών του δείγματος από τις υπηρεσίες E – Banking των ελληνικών τραπεζών.

Τα χαρακτηριστικά του δείγματος των 85 ερωτηθέντων πολιτών που έλαβαν μέρος στη έρευνα τα ανέδειξε η εφαρμογή Excel του Microsoft Office έκδοσης 2007 που χρησιμοποιήθηκε για τη στατιστική μέτρηση.

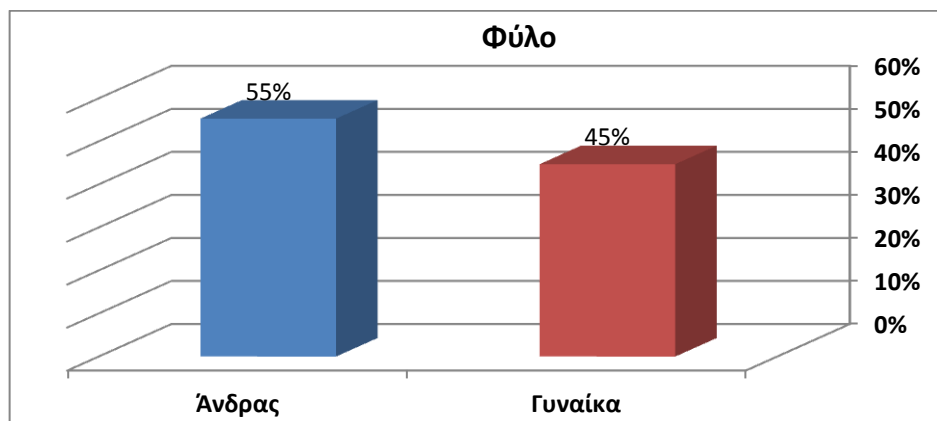
ΜΕΡΟΣ Α: ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ

Ερώτηση 1^η

«Φύλο ερωτηθέντων»

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4.1.1 Φύλο ερωτηθέντων

ΦΥΛΛΟ	ΚΩΔΙΚΟΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ
ΑΝΔΡΕΣ	1	47	55%
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	2	38	45%
Σύνολο		85	100%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.4.1.1 Φύλλο ερωτηθέντων

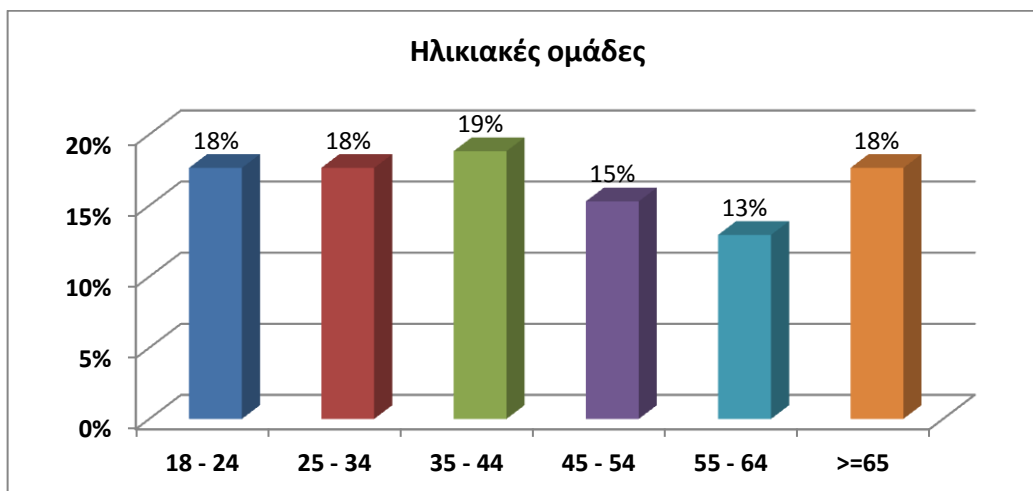
Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων πολιτών που δέχτηκαν να συμμετάσχουν στην έρευνα με βάση το φύλο συγκεντρώνεται από τους άνδρες. Συγκεκριμένα, το 55% καλύπτεται από τους πρώτους, ενώ το υπόλοιπο 45% αφορά τις γυναίκες. Παρατηρούμε, ότι και τα δύο φύλα θέλησαν να δώσουν απαντήσεις και να καταθέσουν την άποψη τους σχετικά με την ικανοποίηση που λαμβάνουν από τις υπηρεσίες του E – Banking μέσω των ελληνικών τραπεζών. Όμως οι γυναίκες φαίνεται ότι είναι και οι λιγότερο εξοικειωμένες με τα τεχνολογικά τραπεζικά κανάλια διανομής χρηματοοικονομικών υπηρεσιών.

Ερώτηση 2^η

«Ηλικιακή Ομάδα»

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4.1.2 Ηλικιακή ομάδα

ΗΛΙΚΙΑΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ
18 - 24	15	18%
25 - 34	15	18%
35 - 44	16	19%
45 - 54	13	15%
55 - 64	11	13%
>=65	15	18%
Σύνολο	85	100%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.2 Ηλικιακή Ομάδα

Η ερώτηση 2 αποκαλύπτει την ηλικία των πολιτών, που συμμετείχαν στην έρευνα. Παρατηρούμε με μικρή διαφορά να κυμαίνονται τα ποσοστά στις κατηγορίες των ηλικιακών ομάδων 35-44 ετών με 19%, στην κατηγορία 25-34 με 18%, ακολουθεί η ηλικιακή ομάδα 18-24 και άνω των 65 ετών επίσης με ποσοστό 18% και με λίγο μικρότερα ποσοστά η ηλικιακή ομάδα 45-54 με 15% και 55-64 με 13%. Όπως φαίνεται στο δείγμα μας, τα αποτελέσματα σχετικά με την πληροφόρηση της ικανοποίησης των πολιτών μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής (E – Banking) θα διαμορφωθούν στο μεγαλύτερο ποσοστό τους από άτομα νέας αλλά και πλέον μεγαλύτερης παραγωγικής ηλικίας.

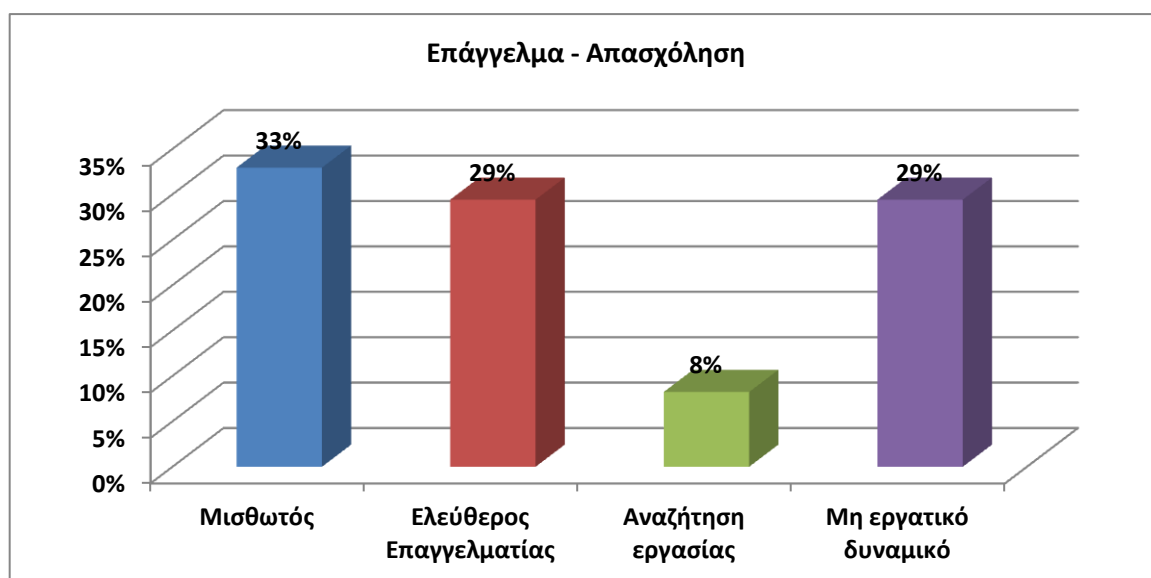
Ερώτηση 3^η

«Ποιο είναι το επάγγελμά σας»;

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4.1.3 Επαγγελματική απασχόληση

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ
Μισθωτός	28	33%
Ελεύθερος Επαγγελματίας	25	29%
Αναζήτηση εργασίας	7	8%
Μη εργατικό δυναμικό	25	29%

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ
Σύνολο	85	100%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.3 Επαγγελματική απασχόληση

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 4.4.1.3, φαίνεται ότι όσον αφορά το επάγγελμα οι ερωτηθέντες σε ποσοστό 33% είναι μισθωτοί, 29% ελεύθεροι επαγγελματίες, το 8% είναι σε αναζήτηση εργασίας και το 29% είναι μη εργατικό δυναμικό. Δυναμική η παρουσία των μισθωτών και των ελευθέρων επαγγελματιών στο δείγμα μας, με καθοριστικές απόψεις περί της ηλεκτρονικής τραπεζικής (E – Banking) και της ικανοποίησής τους γενικότερα από αυτή.

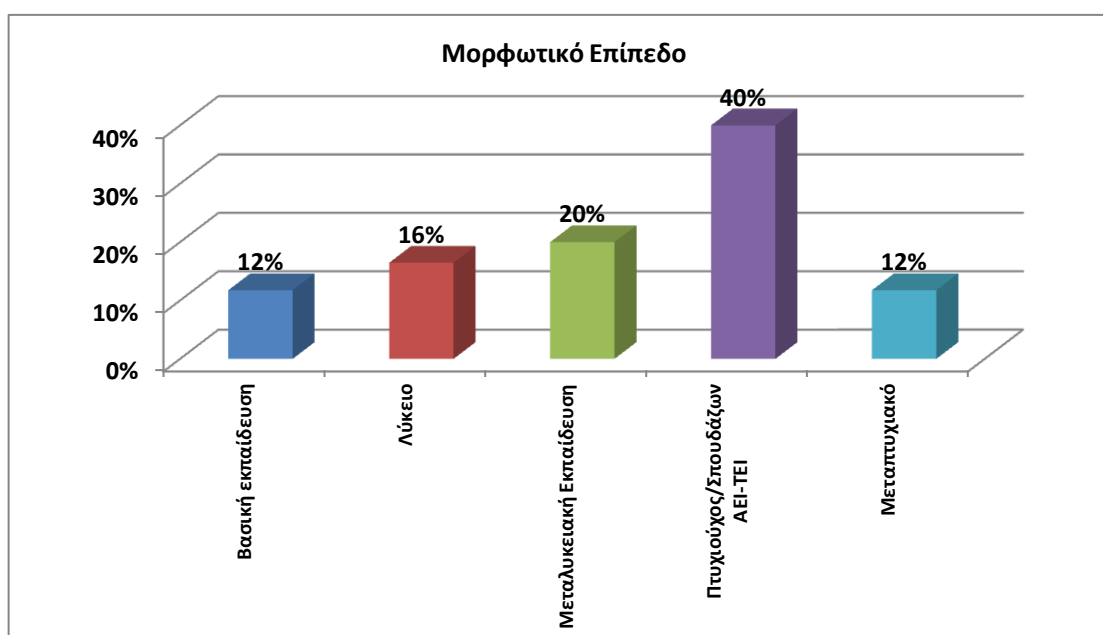
Ερώτηση 4^η

«Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο»;

ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.4 Επίπεδο εκπαίδευσης

ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ
Βασική εκπαίδευση	10	12%
Λύκειο	14	16%

Μεταλυκειακή Εκπαίδευση	17	20%
Πτυχιούχος/Σπουδάζων ΑΕΙ – ΤΕΙ	34	40%
Μεταπτυχιακό	10	12%
Σύνολο	85	100%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.4 Επίπεδο εκπαίδευσης

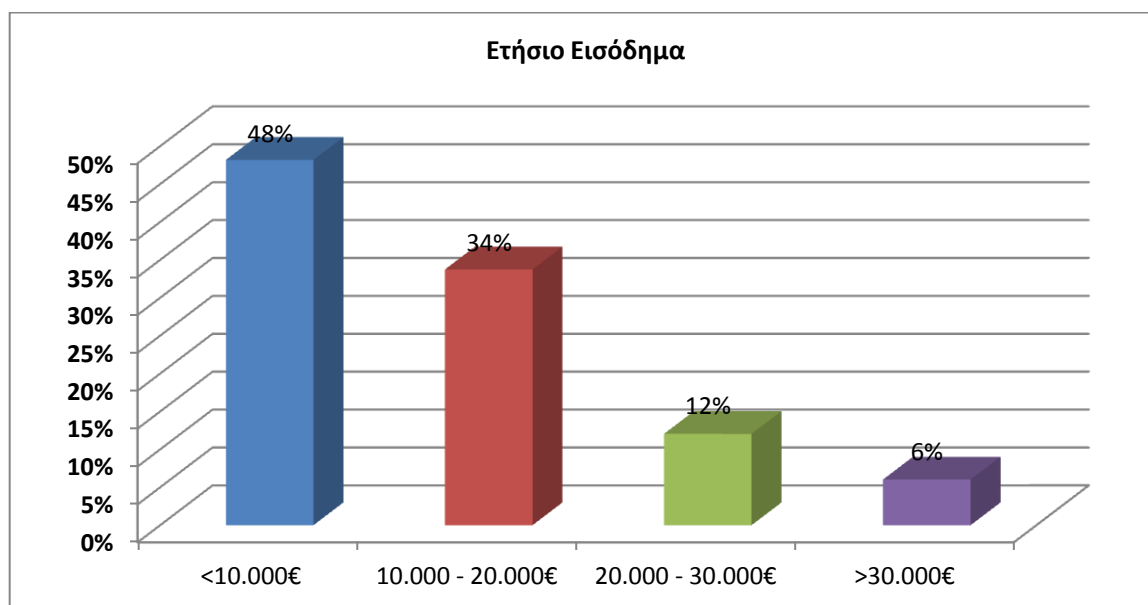
Λαμβάνοντας υπόψη το επίπεδο εκπαίδευσης βλέπουμε ότι το 40% των πολιτών του δείγματος είναι απόφοιτοι ΑΤΕΙ/ΤΕΙ και το 16% Λυκείου, επίσης το 20% μεταλυκειακοί, το 12% βασικής εκπαίδευσης και ποσοστό 12% με μεταπτυχιακό τίτλο. Κατά συνέπεια το επίπεδο εκπαίδευσης, των συμμετεχόντων στην έρευνα κρίνεται υψηλό, και από αυτό το γεγονός είναι προφανές ότι η υπηρεσία E – Banking απευθύνεται σε μορφωμένο κοινό, με ευχέρεια στη χρήση του διαδικτύου και των νέων τεχνολογιών.

Ερώτηση 5^η

Το ετήσιο εισόδημά σας κυμαίνεται»;

ΠΙΝΑΚΑΣ: 5.5.1.5 Ετήσιο εισόδημα

ΕΤΗΣΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ
<10.000€	40	48%
10.000 - 20.000€	28	34%
20.000 - 30.000€	10	12%
>30.000€	5	6%
Σύνολο	83	100%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.5 Ετήσιο εισόδημα

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 4.4.1.5, φαίνεται ότι από τα 85 άτομα του δείγματος που πήραν μέρος στην έρευνα απάντησαν τα 83 στην ερώτηση για το ετήσιο εισόδημα τους, εκ των οποίων το 48% λαμβάνει εισόδημα <10.000€, το 34% μεταξύ 10.000 -20.000€, το 12% 20.000-30.000€ και ποσοστό μόλις 6% >30.000€. Παρατηρούμε ότι το όσον αφορά το ετήσιο εισόδημα, το

μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων της έρευνας κυμαίνεται σε χαμηλό επίπεδο κάτω των 10.000€.

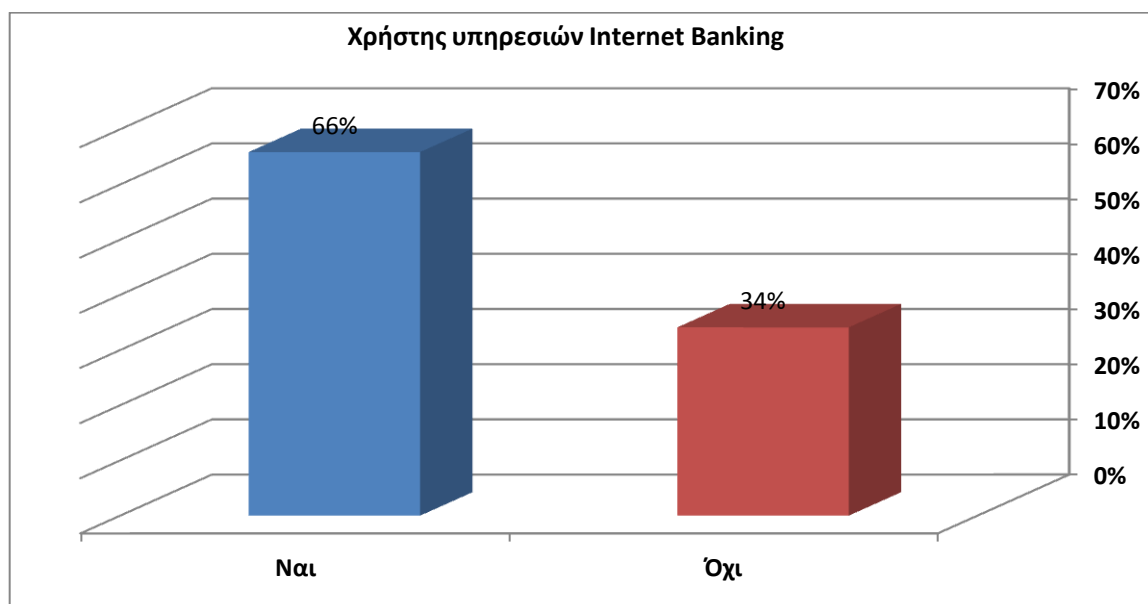
ΜΕΡΟΣ Β: ΒΑΘΜΟΣ ΧΡΗΣΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ E-BANKING

Ερώτηση 6^η

Είστε ήδη χρήστης υπηρεσιών Internet Banking;

ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.6 Χρήστης Υπηρεσιών Internet Banking

ΧΡΗΣΤΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ INTERNET BANKING	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ
Ναι	56	66%
Όχι	29	34%
Σύνολο	85	100,0%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.6 Χρήστης Υπηρεσιών Internet Banking

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 4.4.1.6, φαίνεται ότι ποσοστό 66% των πολιτών που έλαβαν μέρος στο δείγμα, απαντούν ότι είναι χρήστες υπηρεσιών E – Banking. Από την άλλη πλευρά ποσοστό 34% δεν είναι χρήστες ή δεν εμπιστεύονται τις υπηρεσίες E – Banking των ελληνικών τραπεζών. Παρατηρούμε, ότι ένα μεγάλο σχετικά ποσοστό του δείγματος εμφανίζει προβλήματα μη

εξοικείωσης με τα συστήματα ηλεκτρονικής τραπεζικής. Επίσης παρατηρούμε, τα παραπάνω ποσοστά να έχουν συνάφεια με το τι απάντησε το δείγμα ανάλογα με την ηλικία (18- 54) ετών καθώς και αναλογία ιδίου ποσοστού με το επίπεδο σπουδών.

Ερώτηση 7^η

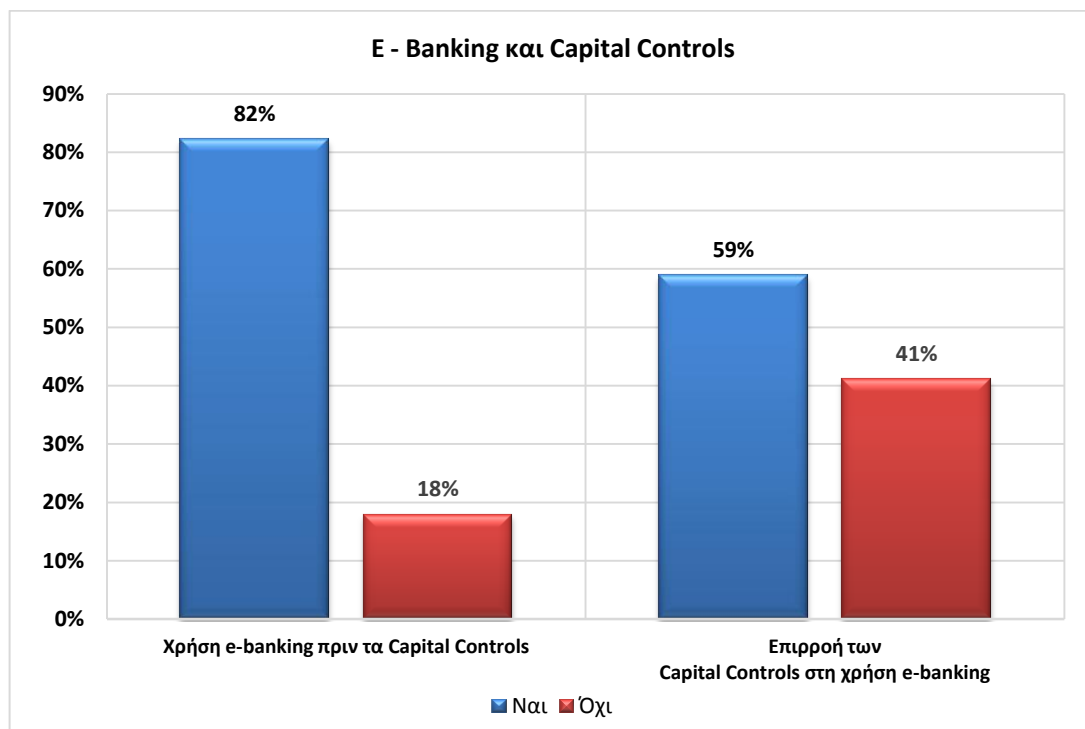
Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, τότε:

ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.7 (1) Κάνατε χρήση E – Banking πριν από τα Capital Controls;

ΚΑΝΑΤΕ ΧΡΗΣΗ E-BANKING ΠΡΙΝ ΑΠΟ ΤΑ CAPITAL CONTROLS	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ
Ναι	46	82%
Όχι	10	18%
Σύνολο	56	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.7 (2) Επηρέασαν τα Capital Controls τη χρήση E – Banking;

ΕΠΗΡΕΑΣΑΝ ΤΑ CAPITAL CONTROLS ΤΗ ΧΡΗΣΗ E-BANKING;	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ
Ναι	33	59%
Όχι	23	41%
Σύνολο	56	100,0%



*ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.7 (1, 2) Κάνατε χρήση E – Banking πριν από τα Capital Controls -
Επηρέασαν τα Capital Controls τη χρήση E – Banking*

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 4.4.1.7 (1), φαίνεται ότι ποσοστό 82% των πολιτών που ρωτήθηκαν έκαναν χρήση E – Banking πριν από τα Capital Controls και ποσοστό 18% απάντησαν όχι. Εδώ φαίνεται ότι ελληνικό κοινό είχε αποδεχτεί σε μεγάλο ποσοστό και πριν τα Capital Controls την χρήση των ηλεκτρονικών μέσων, ενώ μικρότερο ποσοστό ίσως χαμηλού μορφωτικού επιπέδου, τα αποδέχεται δυσκολότερα ή και καθόλου. Αιτία είναι η ελλιπής ενημέρωση, η αδυναμία, η μη θέληση, η άγνοια για τις υπηρεσίες αλλά και το διαδίκτυο γενικότερα. Εξαιρέση αποτελεί η μερίδα των γηραιότερων πελατών που εκ των πραγμάτων αδυνατούν στη χρήση των ηλεκτρονικών μέσων.

Παρόλα αυτά η χρήση και η διείσδυση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στις ζωές των Ελλήνων είναι εντυπωσιακή. Επιπλέον σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 4.4.1.7 (2), φαίνεται ότι ποσοστό 59% των πολιτών που ρωτήθηκαν δέχτηκαν επιρροή λόγω των Capital Controls ώστε να υιοθετήσουν την χρήση του E – Banking, ενώ ποσοστό 41% ισχυρίζεται το αντίθετο. Φαίνεται σύμφωνα με τα παραπάνω ότι η περίοδος των Capital Controls που διανύουμε έχει συμβάλλει ουσιαστικά στην αύξηση της χρήσης αυτής. Με δεδομένο ότι οι καινούργιες γενιές είναι εξοικειωμένες με

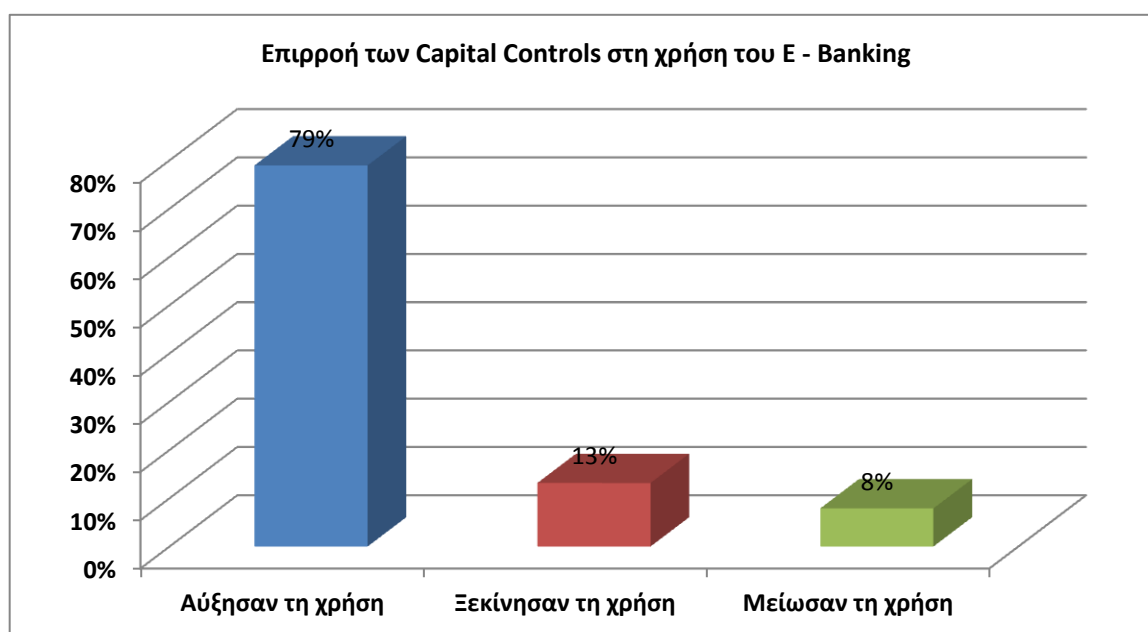
τη χρήση των υπολογιστών καθώς του Internet, η αναγκαιότητα που ώθησε στην εξέλιξη των εναλλακτικών και ηλεκτρονικών μέσων βρήκε πρόσφορο έδαφος να εξαπλωθεί.

Ερώτηση 8^η

Αν απαντήσατε "ΝΑΙ" στην προηγούμενη ερώτηση (7.2) τότε πως επηρέασαν τη χρήση του e-banking;

ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.8 Επιρροή των Capital Controls στη χρήση του E-Banking

ΑΝ ΑΠΑΝΤΗΣΑΤΕ "ΝΑΙ" ΣΤΗΝ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗ ΕΡΩΤΗΣΗ (7.2) ΤΟΤΕ ΠΩΣ ΕΠΗΡΕΑΣΑΝ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ E-BANKING	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ
Αύξησαν τη χρήση	30	79%
Ξεκίνησαν τη χρήση	5	13%
Μείωσαν τη χρήση	3	8%
Σύνολο	38	100%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.8 Επιρροή των Capital Controls στη χρήση του E – Banking

Από το ποσοστό 59% της προηγούμενης ερώτησης που απάντησαν ότι είχαν επιρροή για τη χρήση του E – Banking, φαίνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό αύξησε την

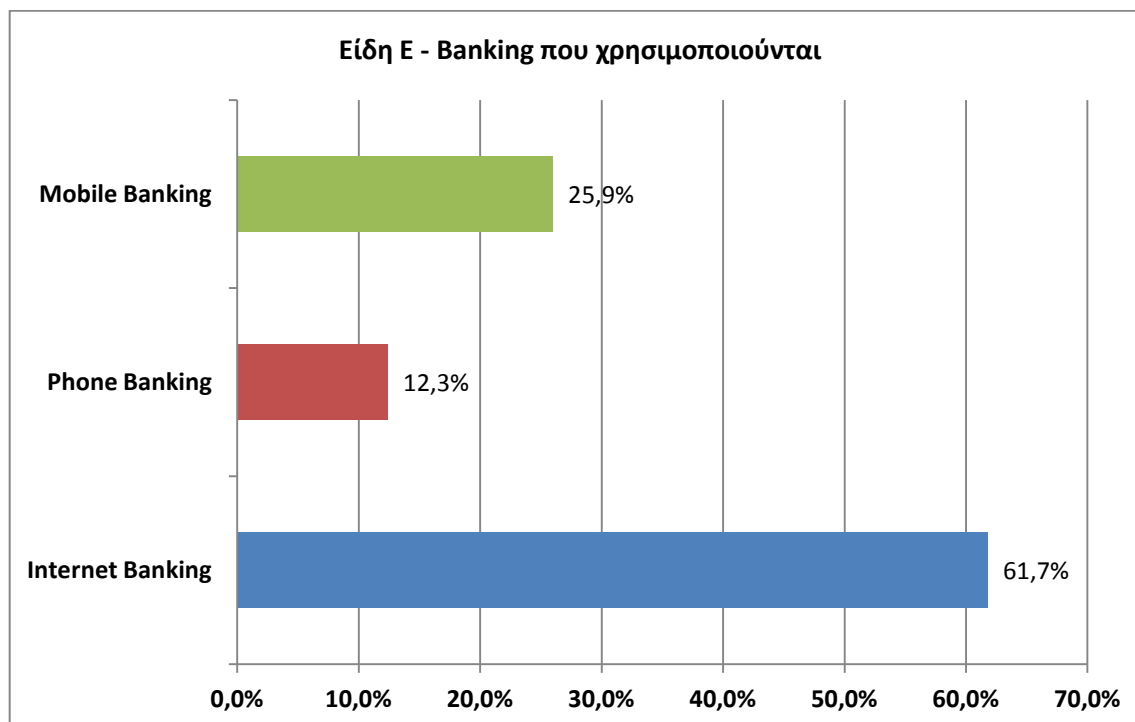
χρήση, 13% ξεκίνησε τότε και μόλις 8% μείωσε τη χρήση. Παρατηρείται ότι το ελληνικό κοινό – πελάτες, την τελευταία περίοδο του 2015 – 2016, να δείχνει έντονη ροπή προς τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, ίσως αναγκαστικά, με σκοπό την εξυπηρέτησή τους λόγω των δυσκολιών που έφεραν τα Capital Controls στις τραπεζικές συναλλαγές, σε ένα ανέτοιμο περιβάλλον. Τόσο βέβαια από πλευράς πελατών, που ενδιαφέρθηκαν να μάθουν για την ηλεκτρονική τραπεζική και τα εναλλακτικά δίκτυα, όσο και από πλευράς τραπεζών που εξέλιξαν τις ήδη υπάρχουσες υπηρεσίες, κάνοντάς τες πιο φιλικές και προσιτές στο χρήστη.

Ερώτηση 9^η

Ποια είδη E – Banking από τα παρακάτω χρησιμοποιείτε κυρίως;

ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.9 Είδη E – Banking που χρησιμοποιούνται

ΠΟΙΑ ΕΙΔΗ E-BANKING ΑΠΟ ΤΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ ΚΥΡΙΩΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ
Internet Banking	50	61,7%
Phone Banking	10	12,3%
Mobile Banking	21	25,9%
Σύνολο	81	100%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.9 Είδη E – Banking που χρησιμοποιούνται

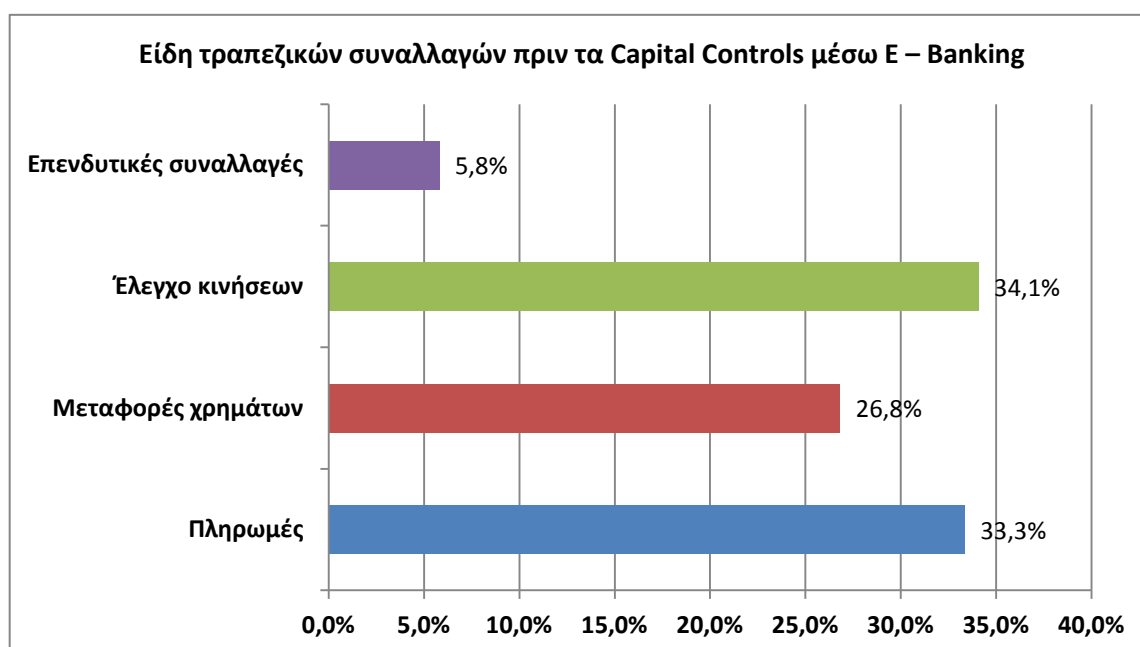
Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 4.4.1.9, φαίνεται ότι ποσοστό 61,7% των πολιτών που έλαβαν μέρος στο δείγμα, απαντούν ότι από τα είδη E – Banking που χρησιμοποιούνται προτιμούν Internet Banking. Από την άλλη πλευρά ποσοστό 25,9% χρησιμοποιούν το Mobile Banking και ποσοστό μικρότερο 12,3% χρησιμοποιούν το Phone – Banking. Παρατηρούμε ότι οι πελάτες, είτε φυσικά είτε νομικά πρόσωπα, επωφελούνται σημαντικά από τη χρήση του Internet Banking, καθώς τους παρέχεται η δυνατότητα να διεκπεραιώνουν ένα μεγάλο μέρος των συναλλαγών τους με την τράπεζα εύκολα, γρήγορα και με ασφάλεια 24 ώρες το 24ωρο, 365 μέρες το χρόνο.

Ερώτηση 10^η

Τι είδους από τις παρακάτω συναλλαγές πραγματοποιούσατε πριν τα Capital Controls μέσω του E – Banking; (Δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)

ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.10 Είδη συναλλαγών για το E – Banking

ΕΙΔΗ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ ΓΙΑ ΤΟ E-BANKING	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ
Πληρωμές	46	33,3%
Μεταφορές χρημάτων	37	26,8%
Έλεγχο κινήσεων	47	34,1%
Επενδυτικές συναλλαγές	8	5,8%
Σύνολο	138	100%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.10 Είδη συναλλαγών για το E – Banking

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 4.4.1.10, φαίνεται ότι τα είδη των συναλλαγών μέσω E – Banking που πραγματοποιούσαν οι πολίτες του δείγματος με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών, κατανέμεται σε ποσοστό 34,1% στο έλεγχο κινήσεων, ποσοστό 33,3% στις πληρωμές, ποσοστό 26,8% σε μεταφορές χρημάτων και μόλις 5,8% του δείγματος πραγματοποιούσε επενδυτικές συναλλαγές. Είναι γεγονός ότι η ενημέρωση για τις εξελίξεις και τα νέα προϊόντα που μπορούν να εξυπηρετήσουν τη διευκόλυνση της καθημερινότητας και η υιοθέτησή τους, ίσως να είναι η καλύτερη λύση στην αποφυγή της σπατάλης χρόνου για συναλλαγές, με

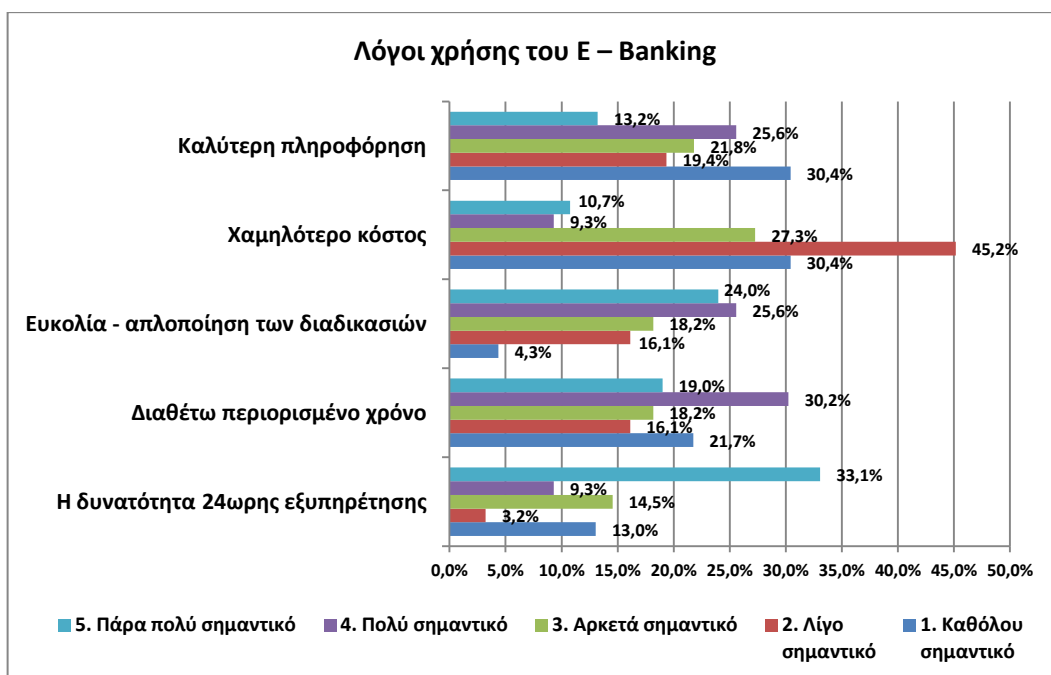
αποτέλεσμα την ουσιαστικότερη διαχείριση του 24ώρου όλων μας, με δυνατότητα την ανάπτυξη διαπροσωπικών σχέσεων και δημιουργικών στιγμών. Η μετάβαση στην ηλεκτρονική – ψηφιακή εποχή, έχει αργήσει στη χώρα μας, αλλά έχει ήδη ξεκινήσει και μάλιστα με πολύ μεγάλη επιτυχία.

Ερώτηση 11^η

Ιεραρχήστε τους λόγους για τους οποίους χρησιμοποιείτε το E – Banking

ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.11 Λόγοι χρήσης του E – Banking

ΙΕΡΑΡΧΗΣΤΕ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΟΠΟΙΟΥΣ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ ΤΟ E-BANKING	1. Καθόλου σημαντικό	2. Λίγο σημαντικό	3. Αρκετά σημαντικό	4. Πολύ σημαντικό	5. Πάρα πολύ σημαντικό
Η δυνατότητα 24ωρης εξυπηρέτησης	13,0%	3,2%	14,5%	9,3%	33,1%
Διαθέτω περιορισμένο χρόνο	21,7%	16,1%	18,2%	30,2%	19,0%
Ευκολία – Απλοποίηση των διαδικασιών	4,3%	16,1%	18,2%	25,6%	24,0%
Χαμηλότερο κόστος	30,4%	45,2%	27,3%	9,3%	10,7%
Καλύτερη πληροφόρηση	30,4%	19,4%	21,8%	25,6%	13,2%
Σύνολο	100%	100%	100%	100%	100%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.11 Λόγοι χρήσης του E – Banking

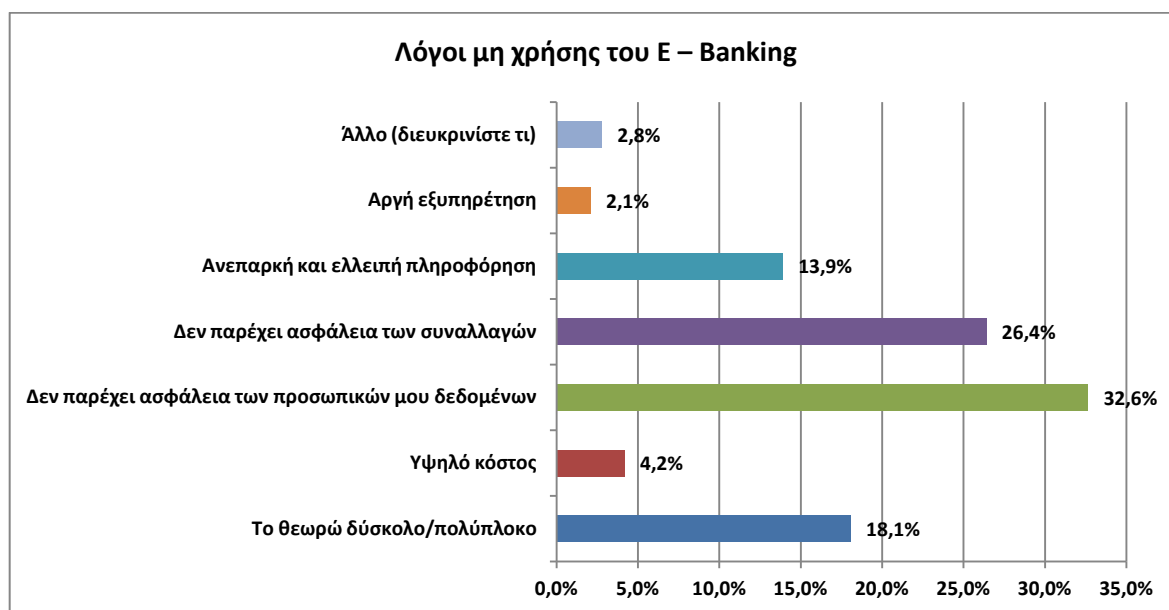
Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 4.4.1.11, φαίνεται ότι οι λόγοι χρήσης που καθιστούν τη χρήση του E – Banking σε ιεραρχική βαθμίδα σημαντικότητας από το δείγμα μας, είναι πρώτα από όλα η δυνατότητα 24ωρης εξυπηρέτησης που παρέχει το E – Banking με ποσοστό 33,1% και θεωρείται πάρα πολύ σημαντικός λόγος. Η διάθεση περιορισμένου χρόνου θεωρείται επίσης από το δείγμα με ποσοστό 30,2% ιεραρχικά ως πολύ σημαντικός λόγος χρήσης του E – Banking, όπως και η ευκολία – απλοποίηση των διαδικασιών με ποσοστό 25,6% θεωρείται επίσης πολύ σημαντικός λόγος. Ο λόγος του χαμηλότερου κόστους παρουσιάζει με ποσοστό 45,2% ιεραρχικά μικρή σημαντικότητα και τέλος η καλύτερη πληροφόρηση δεν παρουσιάζει καμιά σημαντικότητα με ποσοστό 30,4%. Παρατηρούμε ότι η δυνατότητα 24ωρης εξυπηρέτησης που παρέχει το E – Banking, η ευκολία – απλοποίηση των διαδικασιών καθώς και ο περιορισμένος χρόνος είναι καθ' όλα πολύ σημαντικοί λόγοι για να επιλέξει κανείς να κάνει χρήση αυτού.

Ερώτηση 12^η

Για ποιους λόγους δεν θα χρησιμοποιούσατε E – Banking ή θα κάνατε περιορισμένη χρήση; (Πολλαπλών επιλογών)

ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.12 Λόγοι μη χρήσης του E – Banking

ΛΟΓΟΙ ΠΟΥ ΔΕΝ ΘΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΣΑΤΕ E-BANKING Η ΘΑ ΚΑΝΑΤΕ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗ ΧΡΗΣΗ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ
Το θεωρώ δύσκολο/πολύπλοκο	26	18,1%
Υψηλό κόστος	6	4,2%
Δεν παρέχει ασφάλεια των προσωπικών μου δεδομένων	47	32,6%
Δεν παρέχει ασφάλεια των συναλλαγών	38	26,4%
Ανεπαρκή και ελλιπή πληροφόρηση	20	13,9%
Αργή εξυπηρέτηση	3	2,1%
ΣΥΝΟΛΟ	144	100%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.12 Λόγοι μη χρήσης του E – Banking

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 4.4.1.12, φαίνεται ότι ο σημαντικότερος λόγος μη χρήσης του E – Banking κατά τη γνώμη των ερωτηθέντων του δείγματος με το μεγαλύτερο ποσοστό 32,6% είναι ότι δεν παρέχει ασφάλεια των προσωπικών μου δεδομένων, στη συνέχεια ποσοστό 26,4% θεωρούν ότι το E – Banking δεν παρέχει ασφάλεια των συναλλαγών. Σημαντικό ποσοστό 18,1% θεωρεί τη χρήση αυτού δύσκολη/πολύπλοκη και μικρότερο ποσοστό 13,9% θεωρεί ότι παρέχει ανεπαρκή και ελλιπή πληροφόρηση.

Παρατηρούμε ότι μεγάλο ποσοστό χρηστών που δεν κάνουν χρήση του E – Banking έχουν ανασφάλεια σε σχέση με τα προσωπικά τους δεδομένα αλλά και των συναλλαγών τους γενικότερα. Αυτό το γεγονός απορρέει από το χαμηλό βαθμό εξοικείωσης των πελατών αυτών με την τεχνολογία των Η/Υ και του Internet στην Ελλάδα και η απροθυμία τους επίσης να την υιοθετήσουν. Πλέον η έλλειψη ικανού κινήτρου χρήσης, η ανασφάλεια και ο φόβος υποκλοπής δεδομένων, απώλειας χρημάτων και η ίδια η νοοτροπία των πελατών που μένουν προσκολλημένοι στα παραδοσιακά καταστήματα στερούν από τις τράπεζες την ευκαιρία να απολαύσουν σε ευρύτερη κλίμακα τα πλεονεκτήματα από την ανάπτυξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

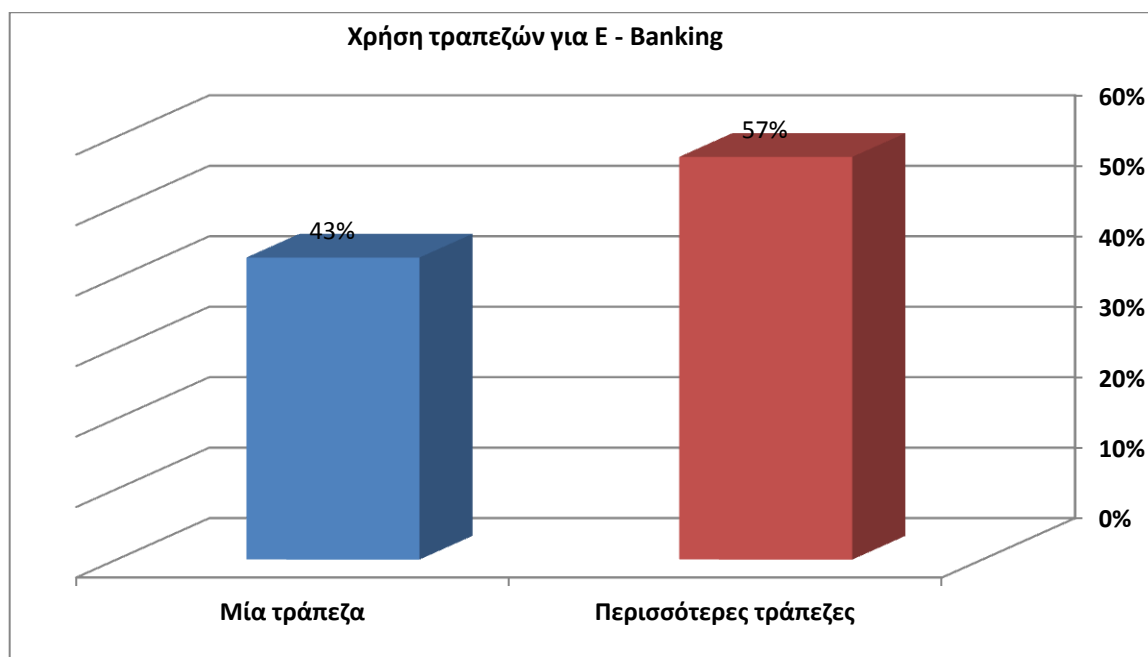
ΜΕΡΟΣ Γ: ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ E – BANKING ΑΠΟ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ

Ερώτηση 13^η

Χρησιμοποιείτε μόνο μία ή περισσότερες τράπεζες για E – Banking

ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.13 Χρήση τραπεζών E – Banking

ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ ΜΟΝΟ ΜΙΑ Η ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΓΙΑ E-BANKING;	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ
Μία τράπεζα	24	43%
Περισσότερες τράπεζες	32	57%
Σύνολο	56	100,0%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.13 Χρήση τραπεζών Internet Banking

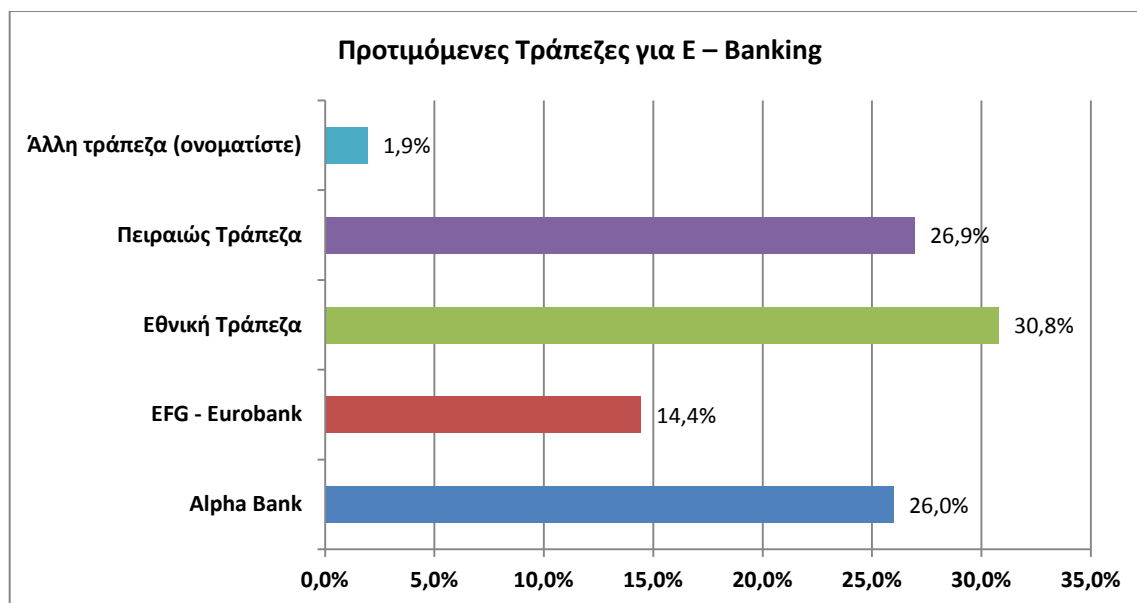
Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 4.4.1.13, φαίνεται ότι από 85 άτομα του δείγματος απάντησαν 56 και από αυτά, ποσοστό 43% του χρησιμοποιεί μία τράπεζα για τις ηλεκτρονικές του συναλλαγές, ενώ ποσοστό 57% χρησιμοποιεί περισσότερες από μια τράπεζες.

Ερώτηση 14^η

Όνομα της τράπεζας που συνεργάζεστε και κάνετε χρήση του E – Banking;

ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.14 Τράπεζα που συνεργάζεστε και κάνετε χρήση του E – Banking

ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΟΥ ΣΥΝΕΡΓΑΖΕΣΤΕ ΚΑΙ ΚΑΝΕΤΕ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ E-BANKING	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ
Alpha Bank	27	26,0%
EFG - Eurobank	15	14,4%
Εθνική Τράπεζα	32	30,8%
Πειραιώς Τράπεζα	28	26,9%
Άλλη τράπεζα (ονοματίστε)	2	1,9%
ΣΥΝΟΛΟ	104	100%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.14 Τράπεζα που συνεργάζεστε και κάνετε χρήση του E – Banking

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 4.4.1.14, φαίνεται ότι οι προτιμήσεις και η εμπιστοσύνη των πελατών του δείγματος σε σχέση με την τράπεζα επιλογής για υπηρεσίες E – Banking, κλίνουν με ποσοστό 30,8% στην Εθνική τράπεζα, με ποσοστό 26,9% λίγο χαμηλότερο στην Πειραιώς και ποσοστό 26% στην Alpha Bank. Με πολύ μικρότερο ποσοστό 14,4% οι προτιμήσεις τους κλίνουν στην

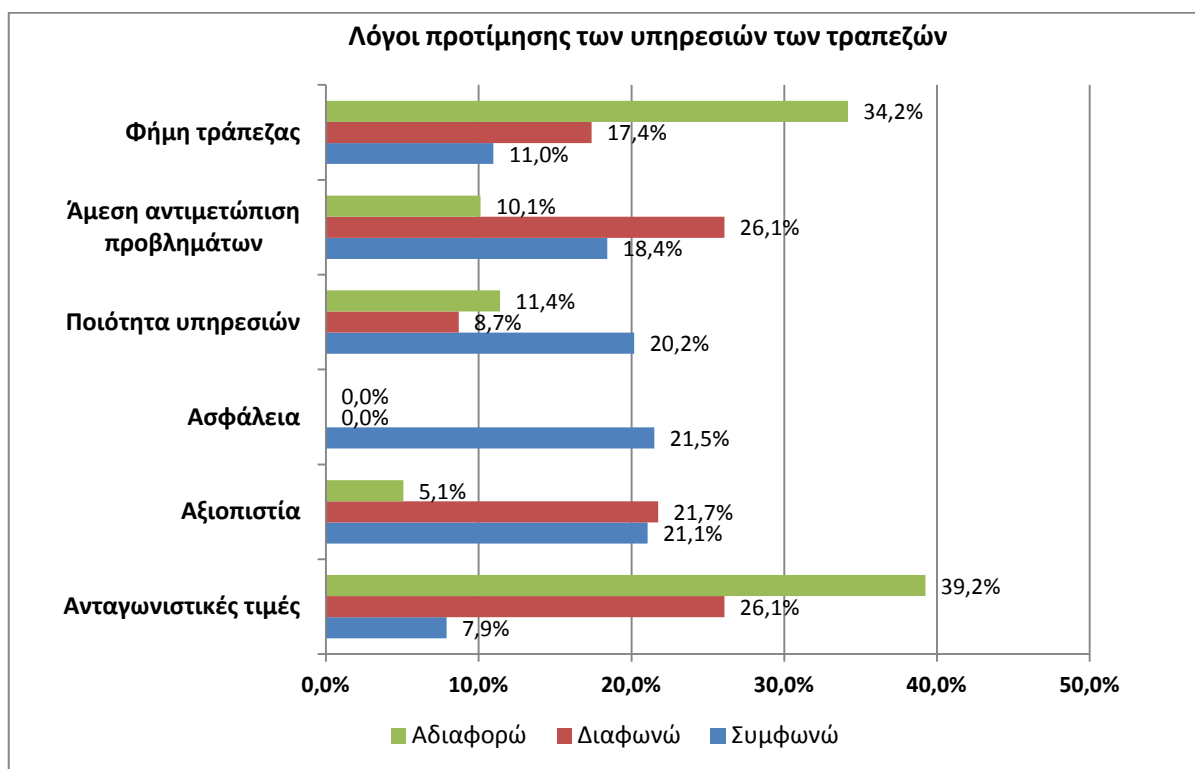
EFG – Eurobank. Παρατηρούμε ότι από τις τέσσερις συστηματικές Ελληνικές τράπεζες η Εθνική η Πειραιώς και η Alpha Bank κρατούν την πρωτιά στις προτιμήσεις των ερωτηθέντων του δείγματος σχετικά με τις υπηρεσίες E – Banking που προσφέρουν.

Ερώτηση 15^η

Λόγοι για τους οποίους προτιμώ την εξυπηρέτησή μου από τις υπηρεσίες των παραπάνω τραπεζών

ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.15 Λόγοι προτιμήσεις των παραπάνω τραπεζών για υπηρεσίες E – Banking

ΛΟΓΟΙ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΟΠΟΙΟΥΣ ΠΡΟΤΙΜΩ ΤΗΝ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΜΟΥ ΑΠΟ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΩΝ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΤΡΑΠΕΖΩΝ	ΣΥΜΦΩΝΩ	ΔΙΑΦΩΝΩ	ΑΔΙΑΦΟΡΩ
Ανταγωνιστικές τιμές	7,9%	26,1%	39,2%
Αξιοπιστία	21,1%	21,7%	5,1%
Ασφάλεια	21,5%	0,0%	0,0%
Ποιότητα υπηρεσιών	20,2%	8,7%	11,4%
Άμεση αντιμετώπιση προβλημάτων	18,4%	26,1%	10,1%
Φήμη τράπεζας	11,0%	17,4%	34,2%
ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.15 Λόγοι προτιμήσεις των παραπάνω τραπεζών για υπηρεσίες E – Banking

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 4.4.1.15, φαίνεται ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων του δείγματος σχετικά με τους λόγους που προτιμάει τις υπηρεσίες E – Banking, εστιάζει στην αξιοπιστία με ποσοστό 21,1% της τράπεζας, στην ασφάλεια με ποσοστό 21,1% αλλά και στη ποιότητα με ποσοστό 20,2% των υπηρεσιών. Διαφωνεί πλειοψηφικά για τις ανταγωνιστικές τιμές με ποσοστό 26,1%, για την άμεση αντιμετώπιση προβλημάτων με ποσοστό 26,1%, αλλά και για τη φήμη μιας τράπεζας με ποσοστό 17,4%, ως λόγους να την προτιμήσει για τις υπηρεσίες E – Banking που προσφέρει.

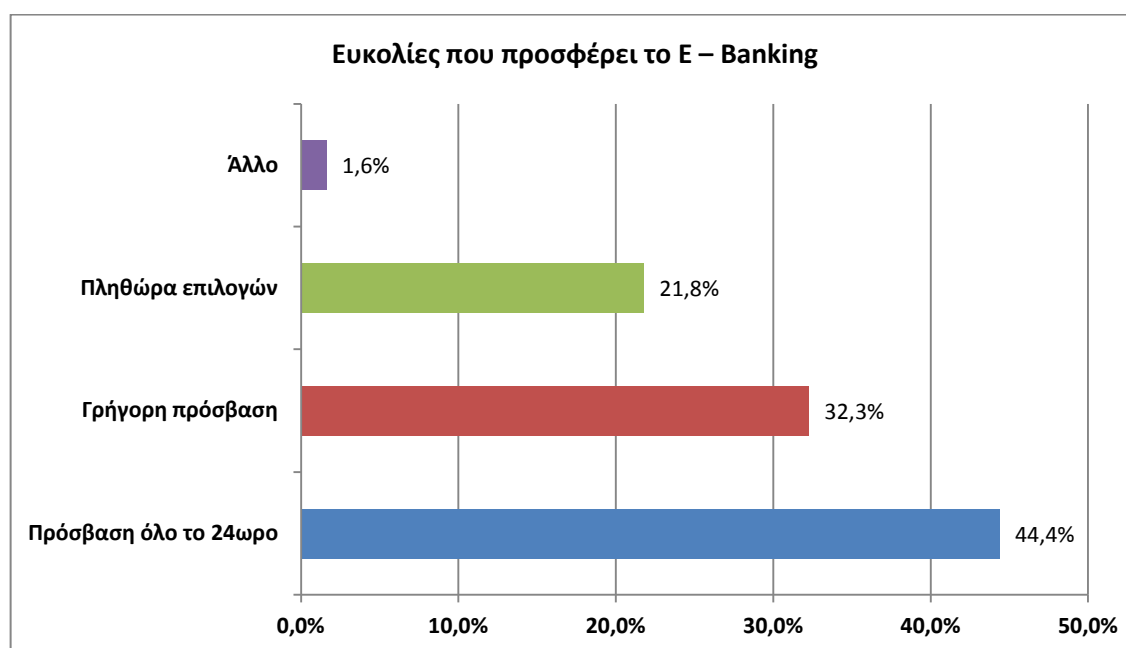
Τέλος αδιαφορεί πλειοψηφικά για τις ανταγωνιστικές τιμές με ποσοστό 39,2%, αλλά και για τη φήμη μιας τράπεζας με ποσοστό 34,2%, ως λόγους να την προτιμήσει για τις υπηρεσίες E – Banking που προσφέρει.

Ερώτηση 16^η

Ποιες από τις παρακάτω ευκολίες θεωρείτε ότι σας προσφέρει το E – Banking;

ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.16 Ευκολίες που θεωρείτε ότι σας προσφέρει το E – Banking

ΕΥΚΟΛΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ ΤΟ E – BANKING	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ
Πρόσβαση όλο το 24ωρο	55	44,4%
Γρήγορη πρόσβαση	40	32,3%
Πληθώρα επιλογών	27	21,8%
Άλλο	2	1,6%
ΣΥΝΟΛΟ	124	100%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.16 Ευκολίες που θεωρείτε ότι σας προσφέρει το E – Banking

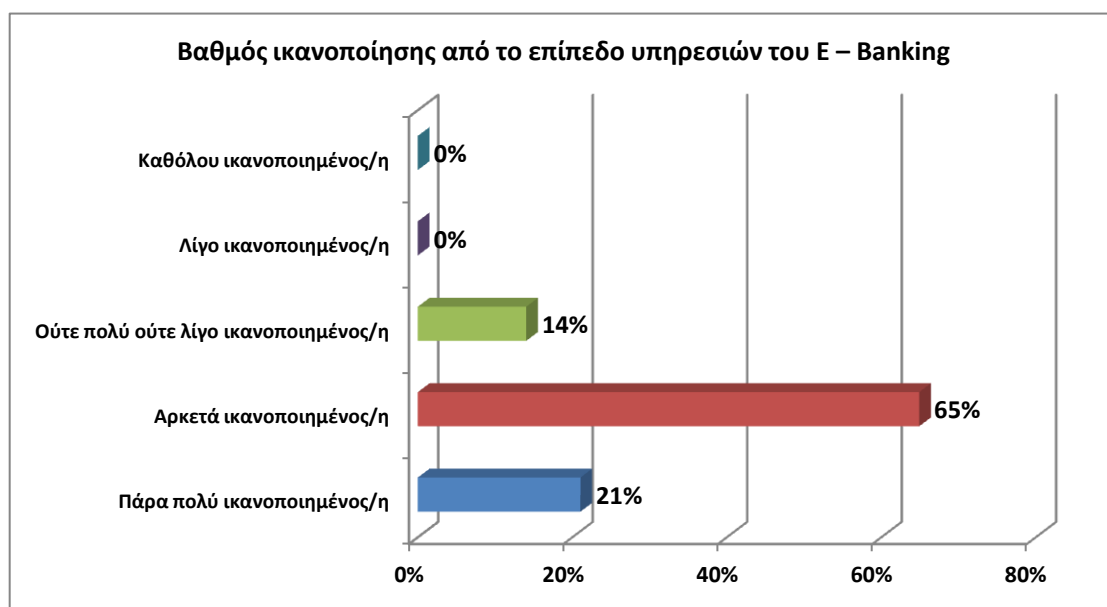
Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 4.4.1.16 φαίνεται ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων του δείγματος, σχετικά με τις ευκολίες που προσφέρει το E – Banking η πρόσβαση όλο το 24ωρο συγκεντρώνει το μεγαλύτερο ποσοστό 44,4% η γρήγορη πρόσβαση με ποσοστό 32,2% επίσης θεωρείται μεγάλη διευκόλυνση και η πληθώρα επιλογών με ποσοστό 21,8% είναι αυτή με τη σειρά της δυνατότητα ευκολίας προτίμησης των υπηρεσιών του E – Banking.

Ερώτηση 17^η

Ικανοποιημένος/η από τις υπηρεσίες που σας προσφέρονται από το E – Banking της τράπεζας ή των τραπεζών που συνεργάζεστε;

ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.17 Ικανοποίηση από τις υπηρεσίες E – Banking που προσφέρουν οι τράπεζές σας

ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΑΠΟ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΣΑΣ ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟ E-BANKING ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ή ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΠΟΥ ΣΥΝΕΡΓΑΖΕΣΤΕ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ
Πάρα πολύ ικανοποιημένος/η	12	21%
Αρκετά ικανοποιημένος/η	37	65%
Ούτε πολύ ούτε λίγο ικανοποιημένος/η	8	14%
Λίγο ικανοποιημένος/η	0	0%
Καθόλου ικανοποιημένος/η	0	0%
ΣΥΝΟΛΟ	56	100%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.4.1.17 Ικανοποίηση από τις υπηρεσίες E – Banking που προσφέρουν οι τράπεζές σας

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 4.4.1.17, φαίνεται, ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων του δείγματος που απάντησαν ότι χρησιμοποιούν E – Banking και σχετικά με την ικανοποίηση που λαμβάνουν από αυτό,

παρουσιάζονται μέσα από τη στατιστική ανάλυση αρκετά ικανοποιημένοι σε ποσοστό 65%. Μικρότερο ποσοστό 21% παρουσιάζονται ως πολύ ικανοποιημένοι και ποσοστό 14% ούτε λίγο ούτε πολύ ικανοποιημένοι. Σημαντικό είναι ότι το νέο κανάλι διανομής των τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών έχει υποστεί σημαντικές αλλαγές με την πάροδο των χρόνων, προσαρμοζόμενο κάθε φορά στις ανάγκες των πελατών, με προσανατολισμό στην ποιοτική εξυπηρέτησή τους και στόχο την ικανοποίησή τους.

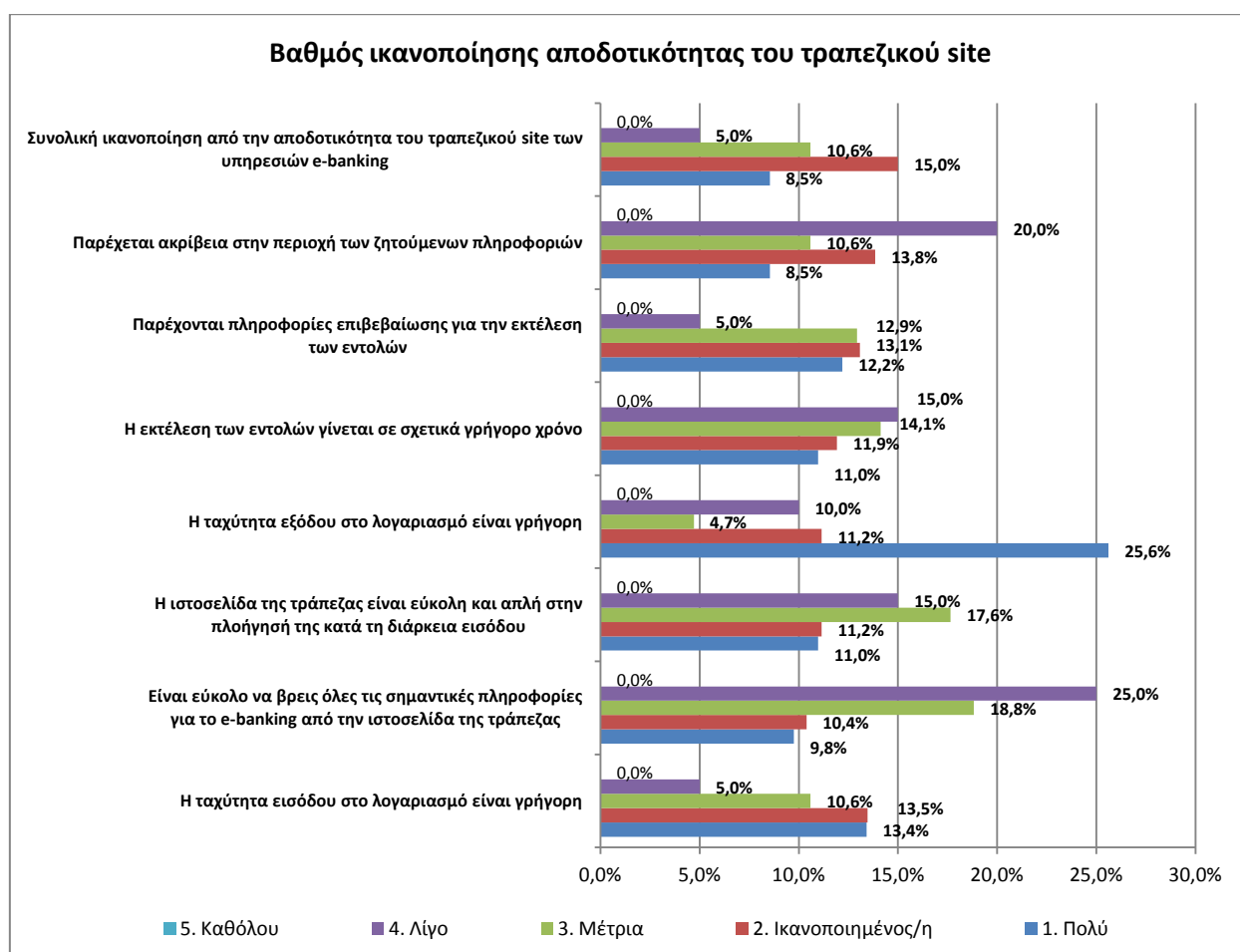
Ερώτηση 18^η

Βαθμός ικανοποίησης από την αποδοτικότητα του τραπεζικού site υπηρεσιών E – Banking που παρέχουν οι τράπεζες της προτίμησής σας.

ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.18 Βαθμός ικανοποίησης από την αποδοτικότητα του τραπεζικού site υπηρεσιών E – Banking

ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ SITE ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ E-BANKING ΠΟΥ ΠΑΡΕΧΟΥΝ ΟΙ ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΤΗΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΗΣ ΣΑΣ	1. Πολύ	2. Ικανοποιημένος /η	3. Μέτρια	4. Λίγο	5. Καθόλου
Η ταχύτητα εισόδου στο λογαριασμό είναι γρήγορη	13,4%	13,5%	10,6%	5,0%	0%
Είναι εύκολο να βρεις όλες τις σημαντικές πληροφορίες για το e-banking από την ιστοσελίδα της τράπεζας	9,8%	10,4%	18,8%	25,0%	0%
Η ιστοσελίδα της τράπεζας είναι εύκολη και απλή στην πλοήγησή της κατά τη διάρκεια εισόδου	11,0%	11,2%	17,6%	15,0%	0%
Η ταχύτητα εξόδου στο λογαριασμό είναι γρήγορη	25,6%	11,2%	4,7%	10,0%	0%
Η εκτέλεση των εντολών γίνεται σε σχετικά γρήγορο χρόνο	11,0%	11,9%	14,1%	15,0%	0%
Παρέχονται πληροφορίες επιβεβαίωσης για την εκτέλεση των εντολών	12,2%	13,1%	12,9%	5,0%	0%

ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ SITE ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ E-BANKING ΠΟΥ ΠΑΡΕΧΟΥΝ ΟΙ ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΤΗΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΗΣ ΣΑΣ	1. Πολύ	2. Ικανοποιημένος/η	3. Μέτρια	4. Λίγο	5. Καθόλου
Παρέχεται ακρίβεια στην περιοχή των ζητούμενων πληροφοριών	8,5%	13,8%	10,6%	20,0%	0%
Συνολική ικανοποίηση από την αποδοτικότητα του τραπεζικού site των υπηρεσιών E – Banking	8,5%	15,0%	10,6%	5,0%	0%
ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%	100%	100%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.18 Βαθμός ικανοποίησης από την αποδοτικότητα του τραπεζικού site υπηρεσιών E – Banking

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 4.4.1.18, φαίνεται, ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων του δείγματος σχετικά με το βαθμό ικανοποίησης που λαμβάνουν από την αποδοτικότητα του τραπεζικού site υπηρεσιών E – Banking απάντησαν ότι είναι ικανοποιημένοι πλειοψηφικά σε ποσοστό 13,5% από την ταχύτητα εισόδου στο λογαριασμό η οποία είναι γρήγορη. Πλέον αν είναι εύκολο να βρεις όλες τις σημαντικές πληροφορίες για το E – Banking από την ιστοσελίδα της τράπεζας πλειοψηφικά απάντησαν σε ποσοστό 25% ότι λαμβάνουν λίγη ικανοποίηση.

Επίσης, αν η ιστοσελίδα της τράπεζας είναι εύκολη και απλή στην πλοήγησή της κατά τη διάρκεια εισόδου πλειοψηφικά απάντησαν σε ποσοστό 17,6% ότι λαμβάνουν μέτρια ικανοποίηση κι αν η ταχύτητα εξόδου στο λογαριασμό είναι γρήγορη η ιστοσελίδα της τράπεζας πλειοψηφικά απάντησαν σε ποσοστό 25,6% ότι λαμβάνουν πολύ ικανοποίηση.

Ακόμη όσον αφορά αν η εκτέλεση των εντολών γίνεται σε σχετικά γρήγορο χρόνο πλειοψηφικά απάντησαν σε ποσοστό 15% ότι λαμβάνουν λίγη ικανοποίηση. Στη συνέχεια κι αν παρέχονται πληροφορίες επιβεβαίωσης για την εκτέλεση των εντολών πλειοψηφικά απάντησαν σε ποσοστό 13,1% ότι είναι πολύ ικανοποιημένοι. Αν παρέχεται ακρίβεια στην περιοχή των ζητούμενων πληροφοριών πλειοψηφικά απάντησαν σε ποσοστό 20% ότι λαμβάνουν λίγη ικανοποίηση.

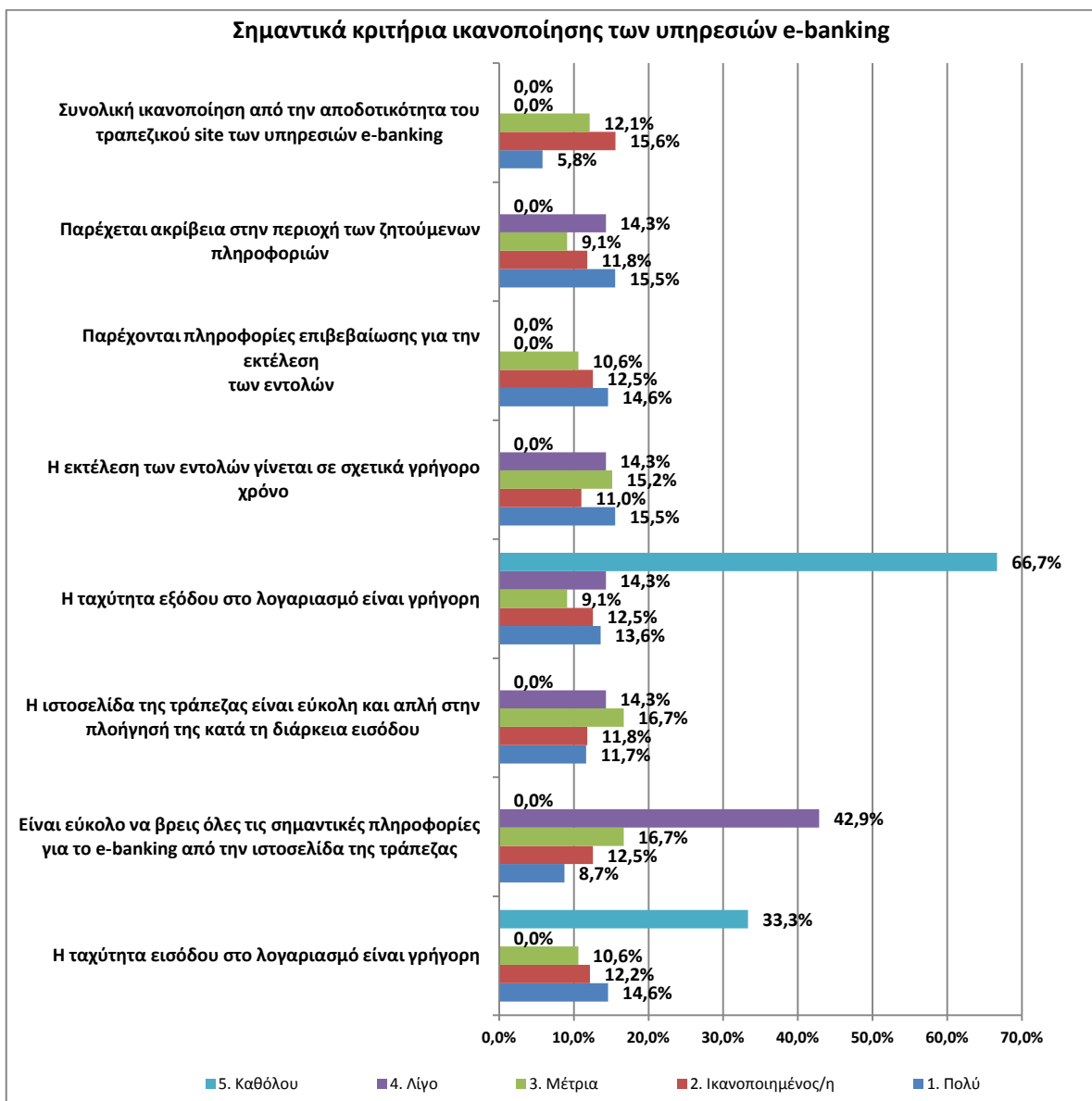
Τέλος αν η συνολική ικανοποίηση από την αποδοτικότητα του τραπεζικού site των υπηρεσιών E – Banking παρέχεται με ακρίβεια στην περιοχή των ζητούμενων πληροφοριών πλειοψηφικά απάντησαν σε ποσοστό 15% ότι είναι πολύ ικανοποιημένοι.

Ερώτηση 19^η

Ποια από τα παρακάτω κριτήρια θεωρείτε τα πιο σημαντικά για εσάς σχετικά με την ικανοποίηση που λαμβάνετε από τις υπηρεσίες E – Banking των τραπεζών που συνεργάζεστε;

ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.19 Κριτήρια που θεωρείτε σημαντικά σχετικά με την ικανοποίηση που λαμβάνετε από τις υπηρεσίες E – Banking των τραπεζών

ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΠΟΥ ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΤΑ ΠΙΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ ΓΙΑ ΕΣΑΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΠΟΥ ΛΑΜΒΑΝΕΤΕ ΑΠΟ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ E-BANKING ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΠΟΥ ΣΥΝΕΡΓΑΖΕΣΤΕ	1. Πολύ	2. Ικανοποιημένος /η	3. Μέτρια	4. Λίγο	5. Καθόλου
Η ταχύτητα εισόδου στο λογαριασμό είναι γρήγορη	14,6%	12,2%	10,6%	0,0%	33,3%
Είναι εύκολο να βρεις όλες τις σημαντικές πληροφορίες για το E – Banking από την ιστοσελίδα της τράπεζας	8,7%	12,5%	16,7%	42,9%	0,0%
Η ιστοσελίδα της τράπεζας είναι εύκολη και απλή στην πλοήγησή της κατά τη διάρκεια εισόδου	11,7%	11,8%	16,7%	14,3%	0,0%
Η ταχύτητα εξόδου στο λογαριασμό είναι γρήγορη	13,6%	12,5%	9,1%	14,3%	66,7%
Η εκτέλεση των εντολών γίνεται σε σχετικά γρήγορο χρόνο	15,5%	11,0%	15,2%	14,3%	0,0%
Παρέχονται πληροφορίες επιβεβαίωσης για την εκτέλεση των εντολών	14,6%	12,5%	10,6%	0,0%	0,0%
Παρέχεται με ακρίβεια στην περιοχή των ζητούμενων πληροφοριών	15,5%	11,8%	9,1%	14,3%	0,0%
Συνολική ικανοποίηση από την αποδοτικότητα του τραπεζικού site των υπηρεσιών E – Banking	5,8%	15,6%	12,1%	0,0%	0,0%
ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%	100%	100%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.19 Κριτήρια που θεωρείτε σημαντικά σχετικά με την ικανοποίηση που λαμβάνετε από τις υπηρεσίες E – Banking των τραπεζών

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων του δείγματος, όσον αφορά τα κριτήρια που θεωρούν τα πιο σημαντικά σχετικά με την ικανοποίηση που λαμβάνουν από τις υπηρεσίες E – Banking των τραπεζών που συνεργάζονται, απάντησαν, ότι λαμβάνουν απλά ικανοποίηση σε ποσοστό 15,6% από το κριτήριο της συνολικής αποδοτικότητας του τραπεζικού site των υπηρεσιών E – Banking.

Λαμβάνουν επίσης πολύ ικανοποίηση πλειοψηφικά από τα παρακάτω κριτήρια: α) σε ποσοστό 15,5% από το κριτήριο της παροχής ακρίβειας στην περιοχή των ζητούμενων πληροφοριών, β) σε ποσοστό 14,6% από το κριτήριο που παρέχονται πληροφορίες

επιβεβαίωσης για την εκτέλεση διαδικασιών E – Banking γ) σε ποσοστό 15,5% από το κριτήριο της εκτέλεσης των εντολών να γίνεται σε σχετικά γρήγορο χρόνο και δ) σε ποσοστό 14,6% από το κριτήριο της ταχύτητας εισόδου στο λογαριασμό.

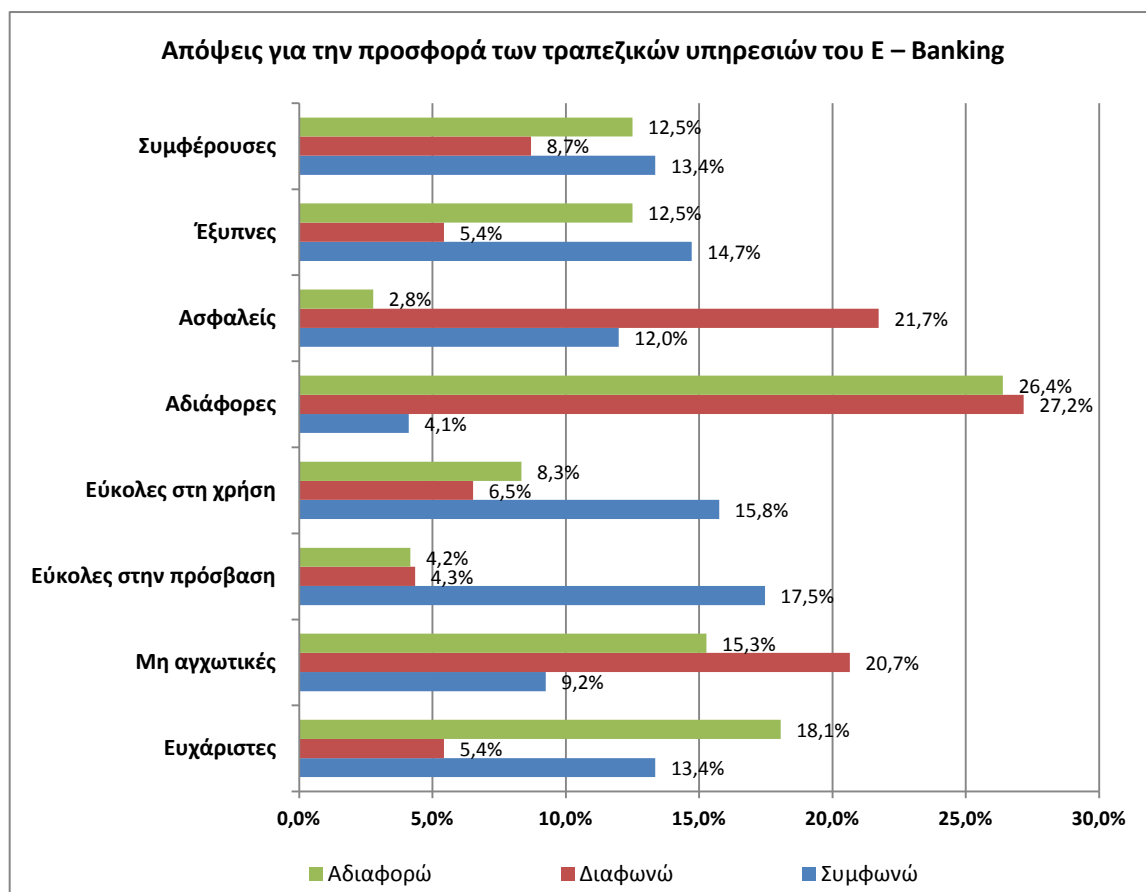
Πλέον λαμβάνουν μέτρια ικανοποίηση πλειοψηφικά σε ποσοστό 16,7% από το κριτήριο της ευκολίας στην πλοήγησή της κατά τη διάρκεια εισόδου που παρέχει η ιστοσελίδα της τράπεζας και λαμβάνουν λίγη ικανοποίηση σε ποσοστό 42,9% από το κριτήριο της ευκολίας να βρεις όλες τις σημαντικές πληροφορίες για το E – Banking από την ιστοσελίδα της τράπεζας. Τέλος δεν λαμβάνουν καθόλου ικανοποίηση πλειοψηφικά σε ποσοστό 66,7% από το κριτήριο της ταχύτητας εξόδου από το λογαριασμό της τράπεζας.

Ερώτηση 20^η

Οι παρακάτω φράσεις περιγράφουν την άποψή μου για τις υπηρεσίες που προσφέρονται από το E – Banking;

ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.20 Φράσεις που περιγράφουν την άποψή μου για τις υπηρεσίες που προσφέρονται από το E – Banking

ΦΡΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΠΕΡΙΓΡΑΦΟΥΝ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΜΟΥ ΓΙΑ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟ E-BANKING	ΣΥΜΦΩΝΩ	ΔΙΑΦΩΝΩ	ΑΔΙΑΦΟΡΩ
Ευχάριστες	13,4%	5,4%	18,1%
Μη αγχωτικές	9,2%	20,7%	15,3%
Εύκολες στην πρόσβαση	17,5%	4,3%	4,2%
Εύκολες στη χρήση	15,8%	6,5%	8,3%
Αδιάφορες	4,1%	27,2%	26,4%
Ασφαλείς	12,0%	21,7%	2,8%
Έξυπνες	14,7%	5,4%	12,5%
Συμφέρουσες	13,4%	8,7%	12,5%
ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.20 Φράσεις που περιγράφουν την άποψή μου για τις υπηρεσίες που προσφέρονται από το E – Banking

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 4.4.1.20, φαίνεται ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων του δείγματος σχετικά με τις φράσεις που περιγράφουν την άποψή τους για τις υπηρεσίες που προσφέρονται από το E – Banking, συμφωνεί με την φράση ευκολία στην πρόσβαση σε ποσοστό 17,5%, με τη φράση ευκολία στη χρήση σε ποσοστό 15,8% με την φράση έξυπνες υπηρεσίες σε ποσοστό 14,7% αλλά και με την φράση συμφέρουσες υπηρεσίες σε ποσοστό 13,4%.

Διαφωνεί η πλειοψηφία των ερωτηθέντων του δείγματος με την φράση μη αγχωτικές υπηρεσίες σε ποσοστό 20,7% με τη φράση αδιάφορες υπηρεσίες σε ποσοστό 27,2% και με τη φράση ασφαλείς υπηρεσίες σε ποσοστό 21,7%. Τέλος αφήνει αδιάφορους την πλειοψηφία του δείγματος η φράση ευχάριστες υπηρεσίες σε ποσοστό 18,1%.

Ερώτηση 21^η

Θεωρείτε ότι το E – Banking αποτελεί το μέλλον των τραπεζικών συναλλαγών;

ΠΙΝΑΚΑΣ: 4.4.1.21 Το E – Banking ως μέλλον των τραπεζικών συναλλαγών

ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ ΤΟ E-BANKING ΑΠΟΤΕΛΕΙ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ
Ναι	70	82%
Όχι	15	18%
Σύνολο	85	100,0%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: 4.4.1.21 Το E – Banking ως μέλλον των τραπεζικών συναλλαγών

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο πίνακα – διάγραμμα 4.4.1.21, φαίνεται ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων του δείγματος σχετικά με το γεγονός αν θεωρούν το E – Banking το μέλλον των τραπεζικών συναλλαγών απάντησαν σε ποσοστό 82% θετικά, ενώ ποσοστό μόλις 18% απάντησε αρνητικά.

Είναι γεγονός ότι αρκετά χρόνια τώρα, τόσο στο εξωτερικό όσο και στην Ελλάδα, η ηλεκτρονική τραπεζική συνιστά την επανάσταση στις τραπεζικές συναλλαγές,

μεταφέροντας την τράπεζα στην οθόνη του υπολογιστή μας, με μια πληθώρα οφελών τόσο για τους πελάτες, όσο και για τις ίδιες τις τράπεζες. Διαπιστώνεται ότι η ανταπόκριση των πελατών είναι εντυπωσιακή στα νέα μέσα και αυξάνεται συνεχώς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο

5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

5.1 Εισαγωγή

Σε αυτό το τελευταίο κεφάλαιο γίνεται μία ανακεφαλαίωση των στοιχείων που προκύπτουν συνολικά από τη διεξαγωγή της εν λόγω πτυχιακής εργασίας, της οποίας το περιεχόμενο σχετίζεται με την αφομοίωση του «E – Banking», και την ικανοποίηση των πολιτών από αυτό στη χώρα μας.

5.2 Γενικά Συμπεράσματα

Γενικότερα οι συνήθειες και ο τρόπος ζωής των ανθρώπων έχουν αλλάξει από τη στιγμή που εισέβαλε το διαδίκτυο στην καθημερινή τους ζωή. Πλέον υπάρχει η δυνατότητα κάθε ατόμου να επικοινωνήσει άμεσα με οποιονδήποτε και οπουδήποτε, να αναζητήσει, να συγκρίνει ακόμα και να αγοράσει οποιοδήποτε προϊόν επιθυμεί χωρίς να είναι αναγκαία η φυσική του παρουσία στο κατάστημα. Οι περισσότεροι πλέον έχουν καταλάβει το ρόλο που θα παίξει το διαδίκτυο στο εγγύς μέλλον.

Ο χρηματοπιστωτικός τομέας, όντας ένας από τους πιο δραστήριους τομείς στο χώρο των τεχνολογικών καινοτομιών, δεν θα μπορούσε να μείνει αμέτοχος σε αυτή την ψηφιακή επανάσταση. Ο κύριος στόχος των τραπεζικών ιδρυμάτων αλλά και των επιχειρήσεων είναι η μεγιστοποίηση των κερδών τους. Για να επιτύχουν αυτό το σκοπό πρέπει να δημιουργήσουν οικονομίες κλίμακας σε σχέση με τους ανταγωνιστές τους, να μειώσουν το κόστος και κυρίως το λειτουργικό τους κόστος, να κάνουν αποδοτικότερες και αποτελεσματικότερες τις εργασίες τους και τέλος να βελτιώσουν το επίπεδο εξυπηρέτησης των πελατών τους.

Η ηλεκτρονική τραπεζική είναι πλέον γεγονός. Τα ATMs, το Phone – Banking, το Mobile Banking, το Internet Banking και όλα τα άλλα είδη του E – Banking βοήθησαν, έτσι ώστε να μπορούν τα προϊόντα και οι υπηρεσίες να διοχετεύονται στους πελάτες πιο εύκολα και πιο φθηνά για τις τράπεζες. Βέβαια οι τράπεζες δεν έμειναν μόνο στα κανάλια διανομής αλλά ανέπτυξαν και νέες υπηρεσίες και προϊόντα με σκοπό να ενισχύσουν την ηλεκτρονική τραπεζική.

Παρ' όλα αυτά, με δεδομένη τη συνεχή βελτίωση των δυνατοτήτων της ηλεκτρονικής τραπεζικής, της ποιότητας εξυπηρέτησης, του επιπέδου ασφάλειας και του εξοπλισμού υποστήριξης, τον εμπλουτισμό των παρεχόμενων υπηρεσιών και σε συνδυασμό με τις απαιτήσεις του σύγχρονου τρόπου ζωής και της εξοικείωσης των χρηστών με τις νέες τεχνολογίες, οι προοπτικές του E – Banking, είναι ευοίωνες και η γενικότερη αποδοχή είναι θέμα χρόνου. Βέβαια σε αυτή την κατεύθυνση βοήθησε δραστικά, η επιβολή στην Ελλάδα των Capital Controls που ανάγκασε τους πελάτες να γίνουν χρήστες των υπηρεσιών του E – Banking προκειμένου να μπορέσουν να διεκπεραιώσουν τις συναλλαγές τους.

Η αύξηση των χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής ήταν θεαματική ωστόσο σε σύγκριση με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης η Ελλάδα εξακολουθεί να υστερεί. Για το λόγο αυτό οι τράπεζες θα πρέπει να θέσουν την ηλεκτρονική τραπεζική ως προτεραιότητα και να επενδύσουν τόσο σε ανθρώπινο δυναμικό όσο και σε τεχνολογία. Αλλά και οι πελάτες θα πρέπει να δείξουν την κατάλληλη πρόθεση να ενημερωθούν και να επεξεργαστούν τα οφέλη και τις πολλαπλές διευκολύνσεις που θα έχουν αν χρησιμοποιούν και εκμεταλλεύονται στο μέγιστο τις δυνατότητες που τους προσφέρονται μέσω της χρήσης των υπηρεσιών του E – Banking.

5.3 Ειδικά συμπεράσματα έρευνας

Κύριος σκοπός της παρούσας ερευνητικής μελέτης ήταν η μέτρηση της ικανοποίησης των πολιτών από τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Παρακάτω παρατίθενται τα συμπεράσματα που προέκυψαν μέσα από τα αποτελέσματα της στατιστικής ανάλυσης.

Συμπεράσματα δημογραφικών στοιχείων: Και τα δύο φύλα θέλησαν να δώσουν απαντήσεις και να καταθέσουν την άποψη τους σχετικά με την ικανοποίηση που λαμβάνουν από τις υπηρεσίες του E – Banking μέσω των ελληνικών τραπεζών. Όμως οι γυναίκες φαίνεται ότι είναι και οι λιγότερο εξοικειωμένες με τα τεχνολογικά τραπεζικά κανάλια διανομής χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Δυναμική η παρουσία των μισθωτών και των ελευθέρων επαγγελματιών στο δείγμα μας, με καθοριστικές απόψεις περί της ηλεκτρονικής τραπεζικής (E – Banking) και της ικανοποίησής τους γενικότερα από αυτή.

Επίσης το επίπεδο εκπαίδευσης, των συμμετεχόντων στην έρευνα κρίνεται υψηλό, και από αυτό το γεγονός είναι προφανές ότι η υπηρεσία E – Banking απευθύνεται σε

μορφωμένο κοινό, με ευχέρεια στη χρήση του διαδικτύου και των νέων τεχνολογιών. Και όσον αφορά το ετήσιο εισόδημα, το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων της έρευνας κυμαίνεται σε χαμηλό επίπεδο κάτω των 10.000€.

Συμπεράσματα βαθμού χρήσης υπηρεσιών E – Banking: Παρατηρούμε, ότι ένα μεγάλο σχετικά ποσοστό του δείγματος εμφανίζει προβλήματα μη εξοικείωσης με τα συστήματα ηλεκτρονικής τραπεζικής. Διαπιστώνεται μέσα από τα αποτελέσματα ότι η περίοδος των Capital Controls που διανύουμε έχει συμβάλλει ουσιαστικά στην αύξηση της χρήσης E – Banking. Με δεδομένο ότι οι καινούργιες γενιές είναι εξοικειωμένες με τη χρήση των υπολογιστών καθώς η αναγκαιότητα του Internet ώθησε στην εξέλιξη των εναλλακτικών και ηλεκτρονικών μέσων, βρήκε πρόσφορο έδαφος να εξαπλωθεί.

Παρατηρείται πλέον ότι το ελληνικό κοινό – πελάτες, την τελευταία περίοδο του 2015 – 2016 να δείχνει έντονη ροπή προς τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, ίσως αναγκαστικά, με σκοπό την εξυπηρέτησή τους λόγω των δυσκολιών που έφεραν τα Capital Controls στις τραπεζικές συναλλαγές, σε ένα απροετοίμαστο περιβάλλον. Τόσο βέβαια από πλευράς πελατών, που ενδιαφέρθηκαν να μάθουν για την ηλεκτρονική τραπεζική και τα εναλλακτικά δίκτυα, όσο και από πλευράς τραπεζών που εξέλιξαν τις ήδη υπάρχουσες υπηρεσίες, κάνοντάς τες πιο φιλικές και προσιτές στο χρήστη.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας φαίνεται ότι ποσοστό 61,7% των πολιτών που έλαβαν μέρος στο δείγμα, απαντούν ότι από τα είδη E – Banking που χρησιμοποιούνται προτιμούν Internet Banking, καθώς τους παρέχεται η δυνατότητα να διεκπεραιώνουν ένα μεγάλο μέρος των συναλλαγών τους με την τράπεζα εύκολα, γρήγορα και με ασφάλεια 24 ώρες το 24ωρο, 365 μέρες το χρόνο.

Προκύπτει ότι τα είδη των συναλλαγών μέσω E – Banking που πραγματοποιούσαν οι πολίτες του δείγματος με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών, κατανέμεται σε ποσοστό 34,1% στο έλεγχο κινήσεων, ποσοστό 33,3% στις πληρωμές, ποσοστό 26,8% σε μεταφορές χρημάτων και μόλις 5,8% του δείγματος πραγματοποιούσε επενδυτικές συναλλαγές.

Επίσης οι λόγοι χρήσης που καθιστούν τη χρήση του E – Banking σε ιεραρχική βαθμίδα σημαντικότητας από το δείγμα μας, είναι πρώτα από όλα η δυνατότητα 24ωρης εξυπηρέτησης που παρέχει το E – Banking με ποσοστό 33,1% και θεωρείται πάρα πολύ σημαντικός λόγος.

Αντίθετα παρατηρούμε ότι μεγάλο ποσοστό χρηστών που δεν υιοθετούν το E – Banking έχουν ανασφάλεια σε σχέση με τα προσωπικά τους δεδομένα αλλά και των συναλλαγών τους γενικότερα. Αυτό το γεγονός απορρέει από το χαμηλό βαθμό εξοικείωσης των πελατών αυτών με την τεχνολογία των Η/Υ και του Internet στην Ελλάδα και η απροθυμία τους επίσης να την υιοθετήσουν.

Πλέον η έλλειψη ικανού κινήτρου χρήσης, η ανασφάλεια και ο φόβος υποκλοπής δεδομένων, απώλειας χρημάτων και η ίδια η νοοτροπία των πελατών που μένουν προσκολλημένοι στα παραδοσιακά καταστήματα στερούν από τις τράπεζες την ευκαιρία να απολαύσουν σε ευρύτερη κλίμακα τα πλεονεκτήματα από την ανάπτυξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Συμπεράσματα βαθμού ικανοποίησης προσφερόμενων υπηρεσιών από τις τράπεζες: Από τα 85 άτομα του δείγματος απάντησαν 56 και από αυτά ποσοστό 43% του χρησιμοποιεί μία τράπεζα για τις ηλεκτρονικές του συναλλαγές, ενώ ποσοστό 57% χρησιμοποιεί περισσότερες από μια τράπεζες. Διαπιστώνεται ότι από τις τέσσερις συστηματικές ελληνικές τράπεζες η Εθνική Τράπεζα, η Τράπεζα Πειραιώς και η Alpha Bank κρατούν την πρωτιά στις προτιμήσεις των ερωτηθέντων του δείγματος σχετικά με τις υπηρεσίες E – Banking που προσφέρουν.

Στη συνέχεια φαίνεται ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων του δείγματος σχετικά με τους λόγους που προτιμάει τις υπηρεσίες E – Banking, εστιάζει στην αξιοπιστία με ποσοστό 21,1% της τράπεζας, στην ασφάλεια με ποσοστό 21,1% αλλά και στη ποιότητα με ποσοστό 20,2% των υπηρεσιών. Είναι γεγονός ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων του δείγματος, σχετικά με τις ευκολίες που προσφέρει το E – Banking η πρόσβαση όλο το 24ωρο συγκεντρώνει το μεγαλύτερο ποσοστό 44,4%, η γρήγορη πρόσβαση με ποσοστό 32,2% επίσης θεωρείται μεγάλη διευκόλυνση και η πληθώρα επιλογών με ποσοστό 21,8% είναι αυτή με τη σειρά της δυνατότητα ευκολίας προτίμησης των υπηρεσιών του E – Banking.

Σημαντικό επίσης είναι ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων του δείγματος που απάντησαν ότι χρησιμοποιούν E – Banking και σχετικά με την ικανοποίηση που λαμβάνουν από αυτό, παρουσιάζονται μέσα από τη στατιστική ανάλυση αρκετά ικανοποιημένοι σε ποσοστό 65%. Μικρότερο ποσοστό 21% παρουσιάζονται ως πολύ ικανοποιημένοι και ποσοστό 14% ούτε λίγο ούτε πολύ ικανοποιημένοι.

Επίσης η πλειοψηφία των ερωτηθέντων του δείγματος σχετικά με το βαθμό ικανοποίησης που λαμβάνουν από την αποδοτικότητα του τραπεζικού site υπηρεσιών E – Banking απάντησαν ότι είναι ικανοποιημένοι πλειοψηφικά σε ποσοστό 13,5% από την ταχύτητα εισόδου στο λογαριασμό η οποία είναι γρήγορη. Πλέον όσον αφορά αν είναι εύκολο να βρεις όλες τις σημαντικές πληροφορίες για το E – Banking από την ιστοσελίδα της τράπεζας πλειοψηφικά απάντησαν σε ποσοστό 25% ότι λαμβάνουν λίγη ικανοποίηση.

Όσον αφορά τώρα ότι αν η ιστοσελίδα της τράπεζας είναι εύκολη και απλή στην πλοήγησή της κατά τη διάρκεια εισόδου πλειοψηφικά απάντησαν σε ποσοστό 17,6% ότι λαμβάνουν μέτρια ικανοποίηση. Ομοίως αν η ταχύτητα εξόδου στο λογαριασμό είναι γρήγορη η ιστοσελίδα της τράπεζας πλειοψηφικά απάντησαν σε ποσοστό 25,6% ότι λαμβάνουν πολύ ικανοποίηση.

Επιπρόσθετα τα κριτήρια που θεωρούν οι ερωτηθέντες τα πιο σημαντικά σχετικά με την ικανοποίηση που λαμβάνουν από τις υπηρεσίες του E – Banking των τραπεζών που συνεργάζονται, απάντησαν ότι λαμβάνουν απλά ικανοποίηση σε ποσοστό 15,6% από το κριτήριο της συνολικής αποδοτικότητας του τραπεζικού site των υπηρεσιών E – Banking.

Λαμβάνουν επίσης πολύ ικανοποίηση πλειοψηφικά από τα παρακάτω κριτήρια: α) σε ποσοστό 15,5% από το κριτήριο της παροχής ακρίβειας στην περιοχή των ζητούμενων πληροφοριών, β) σε ποσοστό 14,6% από το κριτήριο που παρέχονται πληροφορίες επιβεβαίωσης για την εκτέλεση διαδικασιών E – Banking, γ) σε ποσοστό 15,5% από το κριτήριο της εκτέλεσης των εντολών να γίνεται σε σχετικά γρήγορο χρόνο και δ) σε ποσοστό 14,6% από το κριτήριο της ταχύτητας εισόδου στο λογαριασμό.

Τέλος η πλειοψηφία των ερωτηθέντων του δείγματος σχετικά με το γεγονός αν θεωρούν το E – Banking το μέλλον των τραπεζικών συναλλαγών απάντησαν σε ποσοστό 82% θετικά, ενώ ποσοστό μόλις 18% απάντησε αρνητικά. Είναι γεγονός ότι αρκετά χρόνια τώρα, τόσο στο εξωτερικό όσο και στην Ελλάδα, η ηλεκτρονική τραπεζική συνιστά την επανάσταση στις τραπεζικές συναλλαγές, μεταφέροντας την τράπεζα στην οθόνη του υπολογιστή μας, με μια πληθώρα οφελών τόσο για τους πελάτες, όσο και για τις ίδιες τις τράπεζες. Διαπιστώνεται ότι η ανταπόκριση των πελατών είναι εντυπωσιακή στα νέα μέσα και αυξάνεται συνεχώς.

Καταλήγοντας είναι γεγονός ότι το Διαδίκτυο έχει ανοίξει νέους ορίζοντες όσον αφορά τις τραπεζικές συναλλαγές και εργασίες. Η αποδοχή και χρήση του Internet Banking ολοένα και αυξάνεται και ειδικά στους δύσκολους καιρούς που ζούμε, το E – Banking προσφέρει μια εναλλακτική πρόταση εξοικονόμησης χρόνου και χρήματος για τους απλούς πολίτες, τις επιχειρήσεις αλλά και για τα ίδια τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Χρηματιστηριακές πράξεις και μεταφορές κεφαλαίων μπορούν να γίνουν με το πάτημα ενός μόνο κουμπιού μέσω του Διαδικτύου.

Βιβλιογραφία

- Eltrun, E. H., (2015): « Η σημασία της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στην περίοδο των Capital Controls» Αθήνα: Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
[https://www.google.gr/?gws_rd=ssl#q=ELTRUN%2C+%CE%95.+%CE%97.+\(2015\).+%CE%97+%CF%83%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%83%CE%AF%CE%B1+%CF%84%CE%B7%CF%82+%CE%97%CE%BB%CE%B5%CE%BA%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82](https://www.google.gr/?gws_rd=ssl#q=ELTRUN%2C+%CE%95.+%CE%97.+(2015).+%CE%97+%CF%83%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%83%CE%AF%CE%B1+%CF%84%CE%B7%CF%82+%CE%97%CE%BB%CE%B5%CE%BA%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82)
- Αγγελής, Γ., (2005): «Η βίβλος του e-Banking» Εκδόσεις νέων τεχνολογιών
- Αρχοντάκης, Α., (1997) «Οι τεχνολογικές καινοτομίες στο χρηματοπιστωτικό χώρο» Εκδόσεις INE-ΟΤΟΕ
- Γεωργιάδου, Μ., Ζιαζιάς, Α., (2007): «Ασφάλεια στο διαδίκτυο- web security» Διπλωματική εργασία, ΑΠΘ, τμήμα πληροφορικής
- Μαυρογιάννης, Δ., (2003): «Ασφάλεια ηλεκτρονικών συναλλαγών», Δελτίο Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών, Γ' Τρίμηνο
- Σινανιώτη - Μαρούδη Α., Φαρσαρώτας Ι., 2005 «Ηλεκτρονική Τραπεζική» Εκδόσεις Αντ. Α. Σάκκουλα, Αθήνα-Κομοτηνή
- Σουφλής, Ι., (2000) «Οι ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες σήμερα», Strategic's INTERNET Observatory
- Τζήμας, Δ., Χανδρινός, Μ., Καραβαγγέλης, Ε., (2010): Η Ανάπτυξη της Διαδικτυακής Τραπεζικής (e-banking) στην Ελλάδα: η Σημασία του Διαδικτυακού Καναλιού Διανομής και οι Προοπτικές του σε Σχέση με το Φυσικό Κανάλι Διανομής των Τραπεζικών Προϊόντων, στο διαδικτυακό τόπο http://www.teicm.gr/logistics/images/logisticsdocs/icsc2010/fullabstracts/8_8_ICSC2010_086_Tzimas_el_al.pdf
- Φραγκούλη, Ν., (2015): «Πενταπλασιάστηκαν οι κωδικοί E – Banking στην Ελλάδα, λόγω Capital Controls» Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής και

Επικοινωνιών <http://www.sepe.gr/gr/information/news/article/3649492/pedaplastikanoi-kodikoi-e-banking-stin-ellada-efo-capital-controls/>

- Ψυχομάνης, Δ. Σ.,(2009): «Τραπεζικό Δίκαιο» Εκδότης: Σάκκουλας Ν. Α.

Πηγές – Διαδίκτυο

✚ Hilmon Richard, Wong Kane, (2000) «Electronic Banking», Diane Publishing Co., Δελτίο Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών: Ιούλιος – Σεπτέμβριος 2003 Αφιέρωμα στο e-Banking,

✚ http://62.1.43.74/5Ekdosis/UplPDFs//deltia/3_2003/3_2003.pdf

✚ <http://www.google.gr/#output=search&scient=psy-ab&q=Hilmon+Richard%2C+Wong+Kane%2C+Electronic+Banking%2C+Diane+Publishing+Co.%2C+2000&oq=Hil>

✚ http://www.google.gr/#output=search&scient=psy-ab&q=Hilmon+Richard%2C+Wong+Kane%2C+Electronic+Banking%2C+Diane+Publishing+Co.%2C+2000&oq=Hilmon+Richard%2C+Wong+Kane%2C+Electronic+Banking%2C+Diane+Publishing+Co.%2C+2000&gs_l=hp.12...3498.3498.0.5126.1.1.0.0.0.174.174.0j1.1.0....0...1c.2.19.psy-ab.7oSj8Id7eHg&pbx=1&bav=on.2,or.r_qf.&bvm=bv.48705608,d.Yms&fp=85ea5934cd7c60bc&biw=1366&bih=645

✚ <http://www.hrima.gr/article.asp?view=1082&ref=1071>

✚ <http://www.sepe.gr/default.aspx?pid=34&artID=3703>

✚ <http://www.sepe.gr/default.aspx?pid=34&artID=3703>

✚ <http://www.skai.gr/news/finance/article/174452/auxisi-12-stis-upiresies-ilektronikis-trapezikis/#ixzz2YaFzXMPW>

✚ https://en.wikipedia.org/wiki/Online_banking

https://www.google.gr/search?q=%CE%95%CE%9A%CE%98%CE%95%CE%A3%CE%97+%CE%97%CE%BB%CE%B5%CE%BA%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82+%CE%A3%CF%85%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%B3%CE%AD%CF%82&ie=utf-8&oe=utf-8&aq=t&rls=org.mozilla:el:of_ficial&client=firefox-a

✚ ΕΚΘΕΣΗ - *internet-opportunities-threats* - Wikispaces

<http://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CC8QFjAB&url=http%3A%2F%2Finternet-opportunities-threats.wikispaces.com%2Ffile%2Fview%2F%25CE%2588%25CE%25BA%25CE%25B8%25CE%25B5%25CF%2583%25CE%25B7%2B-%25CE%25A3%25CF%2585%25CE%25BD%25CE%25B1%25CE%25BB%25CE%25BB%25CE%25B1%25CE%25B3%25CE%25AD%25CF%2582.doc&ei=Hw7OUaL-AsGYtQbl7IH4Bg&usg=AFQjCNF2ciYfLD4g9rffMdiHTP-mEFrJrg&bvm=bv.48572450,d.Yms>

✚ Ένωση Ελληνικών Τραπεζών «Επιχειρησιακό πρόγραμμα κοινωνία της πληροφορίας» διαδικτυακός τόπος: www.ebusinessforum.gr/engine/index.php?op=modload...ctn...6/9/2016

✚ Πηγή: Ράουτσα, Β., Παπαδοπούλου, Γ., Ταταρίδου, Δ., Κεμερίδου, Ι., Μαράση ΕΚΘΕΣΗ- ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ Α.

✚ Πηγή: Μάρκου Α., Ασφαλείς συναλλαγές στο διαδίκτυο, Εφημερίδα Το Βήμα, 11/02/2007, www.tovima.dolnet.gr

✚ Πηγή: ΣΕΠΕ Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας, τεύχος 37 http://www.sepe.gr/files/pdf/SEPEnews/sepenews37/e_banking.pdf

✚ Πηγή: www.capital.gr, Τρίτη, 14 Μαΐου 2013 <http://capital.gr.msn.com/Article.aspx?id=1795160>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

A/A Ερωτηματολογίου _____

Το ερωτηματολόγιο αυτό είναι ανώνυμο και απευθύνεται σε πελάτες τραπεζών στα πλαίσια εκπόνησης της πτυχιακής μας εργασίας, με θέμα:

«INTERNET BANKING ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ»

Σκοπός μας, είναι η εξέταση της ικανοποίησης των πολιτών μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής (E-Banking) τόσο σε επίπεδο πληροφόρησης των υπηρεσιών που μπορεί να προσφέρει, όσο και σε επίπεδο προσφερόμενων υπηρεσιών από τις ίδιες τις Ελληνικές τράπεζες.

Ερευνητές σπουδαστές: Πολίτης Ηλίας & Ιωάννης Δημητρίου
Επιβλέπων καθηγητής: Μαυριδόγλου Γεώργιος

Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει: α) Ερωτήσεις μοναδικής απάντησης β) πολλαπλών επιλογών

ΜΕΡΟΣ Α: ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ

ΕΡΩΤΗΣΗ 1: Φύλο (ΚΩΔ. 1,2)

1. Άνδρας
2. Γυναίκα

ΕΡΩΤΗΣΗ 2: Ηλικία (ΚΩΔ. 1,2,3,4,5,6)

1. 18-24
2. 25-34
3. 35-44
4. 45- 54
5. 55- 64
6. >=65

ΕΡΩΤΗΣΗ 3: Ποιο είναι το επάγγελμά σας; (ΚΩΔ. 1,2,3,4,5,6)

- 1. Ιδ. Υπάλληλος
- 2. Δημόσιος υπάλληλος
- 3. Φοιτητής/μαθητής
- 4. Ελεύθ. επαγγελματίας
- 5. Συνταξιούχος
- 6. Άνεργος

ΕΡΩΤΗΣΗ 4: Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο; (ΚΩΔ. 1,2,3,4,5,6,7)

- 1. Δε φοίτησα ποτέ
- 2. Βασική Εκπαίδευση
- 3. Λύκειο
- 4. Μεταλυκειακή Εκπαίδευση (ΙΕΚ κλπ)
- 5. ΑΕΙ/ΤΕΙ
- 6. Μεταπτυχιακό
- 7. Διδακτορικό

ΕΡΩΤΗΣΗ 5: Το ετήσιο εισόδημά σας κυμαίνεται: (ΚΩΔ. 1,2,3,4)

- 1. <10.000€
- 2. 10.000€-15.000€
- 3. 15.000€-25.000€
- 4. >25.000€

ΜΕΡΟΣ Β: ΒΑΘΜΟΣ ΧΡΗΣΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ E-Banking

ΕΡΩΤΗΣΗ 6: Είστε ήδη χρήστης υπηρεσιών Internet banking; (ΚΩΔ. 1,2)

- 1. Ναι
- 2. Όχι

ΕΡΩΤΗΣΗ 7: Αν απαντήσατε «ναι» στην προηγούμενη ερώτηση, πόσα χρόνια χρησιμοποιείτε τις ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές σας (e-banking); (ΚΩΔ. 1,2,3,4,5)

1. Λιγότερο από 1 χρόνο
2. 1- 3 χρόνια
3. 3-5 χρόνια
4. 5 χρόνια και πλέον

ΕΡΩΤΗΣΗ 8: Ποια είδη e-banking από τα παρακάτω χρησιμοποιείτε κυρίως; Δυνατότητα πολλαπλών επιλογών. (ΚΩΔ. 1,2,3,4,5)

1. Internet banking (τραπεζική μέσω διαδικτύου)
2. Phone banking (τραπεζική μέσω τηλεφώνου)
3. Mobile banking (τραπεζική μέσω κινητού)
4. Χρήση ATM (μηχάνημα αυτόματης ανάληψης)

ΕΡΩΤΗΣΗ 9: Τι είδους συναλλαγές από τις παρακάτω πραγματοποιείτε μέσω του e-banking; Δυνατότητα πολλαπλών επιλογών. (ΚΩΔ. 1,2,3,4,5,6,7, 8)

1. Πληρωμές
2. Μεταφορές χρημάτων
3. Έλεγχο κινήσεων
4. Ανάληψη
5. Κατάθεση
6. Ενημέρωση των μηχανογραφικών συστημάτων της εταιρίας που εργάζεστε για εταιρίες
7. Επενδυτικές συναλλαγές

8. Άλλο

ΕΡΩΤΗΣΗ 10: Ποιος είναι ο σημαντικότερος λόγος για τον οποίο χρησιμοποιείτε το e-banking; Δυνατότητα πολλαπλών επιλογών με ιεράρχηση. (ΚΩΔ.1,2,3,4)

1. Η δυνατότητα 24ωρης εξυπηρέτησης
2. Διαθέτω περιορισμένο χρόνο
3. Ευκολία – απλοποίηση των διαδικασιών
3. Χαμηλότερο κόστος
4. Καλύτερη πληροφόρηση

ΕΡΩΤΗΣΗ 11: Η ερώτηση απευθύνεται σε όσους δεν κάνουν χρήση του Internet Banking:

«Γιατί δεν χρησιμοποιείτε το Internet Banking;» Δυνατότητα πολλαπλών επιλογών (ΚΩΔ. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7)

1. Το θεωρώ δύσκολο/πολύπλοκο
2. Υψηλό κόστος
3. Δεν παρέχει ασφάλεια των προσωπικών μου δεδομένων
4. Δεν παρέχει ασφάλεια των συναλλαγών
5. Ανεπαρκή και ελλιπή πληροφόρηση
6. Αργή εξυπηρέτηση
7. Άλλο (διευκρινίστε τι)

.....

ΜΕΡΟΣ Γ: ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ e-banking ΑΠΟ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ

ΕΡΩΤΗΣΗ12 : Χρησιμοποιείτε μόνο μία ή περισσότερες τράπεζες; **(ΚΩΔ.1,2)**

1. Μία
2. Περισσότερες

ΕΡΩΤΗΣΗ13: Όνομα Τράπεζας που συνεργάζεστε; Δυνατότητα πολλαπλών επιλογών **(ΚΩΔ.1,2,3,4,5)**

1. Alpha Bank
2. EFG - Eurobank
3. Εθνική
4. Πειραιώς
5. Άλλη τράπεζα (ονοματίστε)

ΕΡΩΤΗΣΗ 14: Οι λόγοι για τους οποίους προτιμώ την εξυπηρέτησή μου από τις υπηρεσίες των παραπάνω τραπεζών είναι: Δυνατότητα πολλαπλών επιλογών. **(ΚΩΔ.: 1. Συμφωνώ 2. Διαφωνώ 3. Αδιαφορώ)**

Λόγοι προτίμησης τράπεζας	1. Συμφωνώ	2. Διαφωνώ	3. Αδιαφορώ
Ανταγωνιστικές Τιμές	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αξιοπιστία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ασφάλεια	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ποιότητα υπηρεσιών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Άμεση αντιμετώπιση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Λόγοι προτίμησης τράπεζας	1. Συμφωνώ	2. Διαφωνώ	3. Αδιαφορώ
προβλημάτων			
Φήμη Τράπεζας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ΕΡΩΤΗΣΗ15: Ποιες από τις παρακάτω ευκολίες θεωρείτε ότι σας προσφέρει το e-banking; Δυνατότητα πολλαπλών επιλογών (ΚΩΔ.1,2,3,4)

- 1. Πρόσβαση όλο το 24ωρο
- 2. Γρήγορη εξυπηρέτηση
- 3. Πληθώρα επιλογών
- 4. Κόστος
- 4. Άλλο (διευκρινίστε)

.....

ΕΡΩΤΗΣΗ16: Είστε ικανοποιημένος/η από τις υπηρεσίες που σας προσφέρονται από το e-banking της τράπεζας ή των τραπεζών που συνεργάζεστε; (ΚΩΔ.1,2,3,4,5)

- 1. Καθόλου ικανοποιημένος
- 2. Λίγο ικανοποιημένος
- 3. Ούτε πολύ ούτε λίγο ικανοποιημένος
- 4. Αρκετά ικανοποιημένος
- 5. Πάρα πολύ ικανοποιημένος

ΕΡΩΤΗΣΗ17: Βαθμός ικανοποίησης από την ποιότητα των υπηρεσιών e-banking που παρέχουν οι τράπεζες της προτίμησής σας; (Δυνατότητα πολλαπλών επιλογών στο βαθμό ικανοποίησης).

A/A	Παρεχόμενη υπηρεσία e-banking	1. Πολύ ικανοποιημένος/η	2. Μέτρια ικανοποιημένος/η	3. Λίγο ικανοποιημένος/η	4. Καθόλου ικανοποιημένος/η
1.	Η τράπεζα παρέχει την υπηρεσία e-banking που χρειάζομαι	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A/A	Παρεχόμενη υπηρεσία e-banking	1. Πολύ ικανοποιημένος/η	2. Μέτρια ικανοποιημένος/η	3. Λίγο ικανοποιημένος/η	4. Καθόλου ικανοποιημένος/η
2.	Η τράπεζα προσφέρει την καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών e-banking	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Η τράπεζα προσφέρει πιο γρήγορη υπηρεσία e-banking	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Η τράπεζα προσφέρει πιο ασφαλή υπηρεσία e-banking	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ΕΡΩΤΗΣΗ 18: Βαθμός ικανοποίησης από την αποδοτικότητα του τραπεζικού site υπηρεσιών e-banking που παρέχουν οι τράπεζες της προτίμησής σας. (Δυνατότητα πολλαπλών επιλογών στο βαθμό ικανοποίησης).

A/A	Αποδοτικότητα τραπεζικού site υπηρεσιών e-banking	1. Πολύ ικανοποιημένος/η	2. Μέτρια ικανοποιημένος/η	3. Λίγο ικανοποιημένος/η	4. Καθόλου ικανοποιημένος/η
1.	Η ταχύτητα εισόδου στο λογαριασμό είναι γρήγορη	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Είναι εύκολο να βρεις όλες τις σημαντικές πληροφορίες γι το e-banking από την ιστοσελίδα της τράπεζας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Η ιστοσελίδα της τράπεζας είναι εύκολη και απλή στην πλοήγησή της κατά τη διάρκεια εισόδου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Η ταχύτητα εξόδου από το λογαριασμό είναι γρήγορη	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ΕΡΩΤΗΣΗ 19: Ποια από τα παρακάτω κριτήρια θεωρείτε τα πιο σημαντικά για εσάς σχετικά με την ικανοποίηση που λαμβάνετε από τις υπηρεσίες e-Banking των τραπεζών που συνεργάζεστε; **(ΚΩΔ. 1,2,3,4,5,6)** (Δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)

1. Ικανοποίηση από την ποιότητα των υπηρεσιών Internet banking
2. Ικανοποίηση από την αποδοτικότητα του Τραπεζικού site
3. Ικανοποίηση από την αξιοπιστία του Τραπεζικού site
4. Ικανοποίηση από την ανταπόκριση του Τραπεζικού site
5. Ικανοποίηση από την εκπλήρωση του Τραπεζικού site
6. Ικανοποίηση από την ιδιωτικότητα των συναλλαγών στο Τραπεζικό site

ΕΡΩΤΗΣΗ 20: Οι παρακάτω φράσεις περιγράφουν την άποψή μου για τις υπηρεσίες που προσφέρονται από το e-Banking; **(ΚΩΔ.: 1. Διαφωνώ, 2. Ουδέτερη, 3. Συμφωνώ,)** (Δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)

Απόψεις προσφερομένων υπηρεσιών e-Banking	1. Συμφωνώ	2. Διαφωνώ	3. Αδιαφορώ
Ευχάριστες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μη αγχωτικές	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Εύκολες στην πρόσβαση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Εύκολες στην χρήση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αδιάφορες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ασφαλείς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Έξυπνες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Συμφέρουσες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ΕΡΩΤΗΣΗ 21: Θεωρείτε ότι το e-Banking αποτελεί το μέλλον των τραπεζικών συναλλαγών; (ΚΩΔ.1,2)

1. Ναι

1. Όχι

Ευχαριστούμε πολύ