



**ΑΝΟΙΚΤΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΚΥΠΡΟΥ**

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ»**

ΔΙΑΤΡΙΒΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΜΑΣΤΕΡ

**ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ
ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ –
ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ - ΤΑΣΕΙΣ**

**ΟΝΟΜΑ ΦΟΙΤΗΤΗ
ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΤΟΣΙΟΣ**

**ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΑ ΚΑΘΗΓΗΤΗ
Δρ. ΧΡΗΣΤΟΣ Π. ΝΟΥΝΗΣ**

**ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
ΜΑΪΟΣ, 2016**

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών

«Τραπεζική και Χρηματοοικονομική»

Μεταπτυχιακή Διατριβή



Εναλλακτικά Δίκτυα Τραπεζικών Συναλλαγών -
Εξελίξεις - Τάσεις

Αθανάσιος Τόσιος

Επιβλέπων Καθηγητής
Δρ. Χρήστος Π. Νούνης

Μάϊος 2016

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών

«Τραπεζική και Χρηματοοικονομική»

Μεταπτυχιακή Διατριβή

**Εναλλακτικά Δίκτυα Τραπεζικών Συναλλαγών –
Εξελίξεις - Τάσεις**

Αθανάσιος Τόσιος

**Επιβλέπων Καθηγητής
Δρ. Χρήστος Π. Νούνης**

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στην Τραπεζική και Χρηματοοικονομική από τη Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

Μάϊος 2016

ΛΕΥΚΗ ΣΕΛΙΔΑ

Περιεχόμενα

	Περίληψη (στην ελληνική γλώσσα)	6
	Περίληψη (στην αγγλική γλώσσα)	7
1	Εισαγωγή	8
1.1	Το τραπεζικό σύστημα.....	8
1.2	Ιστορική αναδρομή	8
2	Γενικά στοιχεία	10
2.1	Ο ρόλος των τραπεζών.....	10
2.2	Η εξέλιξη στον τραπεζικό τομέα	11
2.3	Ο ρόλος του internet.....	13
2.4	Οι πρωτοπόροι του e-banking.....	14
3	Διακρίσεις και είδη e-banking	16
3.1	Είδη ηλεκτρονικής τραπεζικής.....	16
3.1.1	Το PC banking	16
3.1.2	Το internet banking	16
3.1.3	Το mobile banking	17
3.1.4	Το phone banking	17
3.2	Ταξινόμηση του e-banking	17
3.3	Συμμετέχοντες – ρόλοι.....	18
4	Δείκτες ΕΣΥΕ.....	20
4.1	Πρόσβαση και χρήση διαδικτύου.....	20
4.2	Μορφωτικό επίπεδο χρηστών	23
4.3	Κατηγορίες ηλεκτρονικών αγορών	24
5	Λοιπές έρευνες	25
5.1	Έρευνα ELTRUN	25
5.2	Μετά τα capital controls.....	25
5.3	Η τάση από πλευράς τραπεζών.....	28
5.4	Σύγκριση με λοιπές ευρωπαϊκές χώρες.....	29
6	Ασφάλεια συναλλαγών	32
6.1	Στατιστικά στοιχεία.....	32
6.2	Χρησιμοποιούμενες δικλείδες ασφαλείας.....	33
6.3	Η ασφάλεια από την πλευρά της τράπεζας.....	35
6.4	Η ασφάλεια από την πλευρά του πελάτη	36
6.5	Είδη κινδύνων.....	37
6.5.1	Ιοί (Virus)	37
6.5.2	Sniffer	38
6.5.3	Keyloggers	38
6.5.4	Κοινωνική μηχανική.....	38
6.5.5	Δούρειοι ίπποι	38
6.5.6	Phishing	39
6.5.7	Pharming	39
6.5.8	Fakebanks	39
7	Έρευνα και ερωτηματολόγιο	40
7.1	Ταυτότητα έρευνας.....	40
7.2	Τρόπος συλλογής δεδομένων.....	41
7.3	Ερευνητικά ερωτήματα.....	41
8	Σύγχρονες τάσεις	59
8.1	FinTech	59
8.2	Ελληνικές καινοτομίες.....	60
8.3	Παγκόσμιες καινοτομίες.....	62
8.3.1	Η TranserWise	62
8.3.2	Η Square.....	63

8.3.3	Η Number26	64
8.3.4	Η Holvi	65
9	Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα e-banking	66
9.1	Η τρέχουσα κατάσταση.....	66
9.2	Πλεονεκτήματα e-banking.....	68
9.2.1	Πλεονεκτήματα για τους πελάτες.....	68
9.2.2	Πλεονεκτήματα για την τράπεζα.....	69
9.2.3	Πλεονεκτήματα για το κράτος.....	70
9.3	Μειονεκτήματα e-banking.....	72
9.3.1	Μειονεκτήματα για τους πελάτες.....	72
9.3.2	Μειονεκτήματα για τις τράπεζες.....	72
10	Επίλογος	74
	Βιβλιογραφία	76

Περίληψη

Στην παρούσα διατριβή θα ερευνήσουμε την διείσδυση των εναλλακτικών δικτύων σε μεγάλες ομάδες του πληθυσμού και του βαθμού εμπέδωσης αισθήματος ασφάλειας των συναλλασσομένων κατά την πραγματοποίηση των συναλλαγών εκτός των τραπεζικών καταστημάτων καθώς και του τρόπου διασφάλισης αυτής. Η παρούσα διπλωματική διατριβή αποτελείται από δέκα κεφάλαια.

Στο **πρώτο κεφάλαιο** παρουσιάζουμε μια σύντομη ιστορική αναδρομή του τραπεζικού συστήματος. Στο **δεύτερο κεφάλαιο** παρουσιάζουμε τον ρόλο των τραπεζών και πως αυτός εξελίχθηκε με την πάροδο του χρόνου και την ανάπτυξη της τεχνολογίας καθώς και τον ρόλο του internet και του e-banking, ενώ στο **τρίτο κεφάλαιο** αναφέρονται τα είδη ηλεκτρονικής τραπεζικής καθώς και οι συμμετέχοντες σε αυτό.

Στο **τέταρτο κεφάλαιο** παρουσιάζονται και αναλύονται τα πρόσφατα στοιχεία της ΕΣΥΕ (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος) που αφορούν την προσβασιμότητα σε ηλεκτρονικές συναλλαγές καθώς και την χρήση αυτών. Στο **πέμπτο κεφάλαιο** παρουσιάζονται τα κανάλια εναλλακτικών δικτύων που χρησιμοποιούνται σήμερα, σε τι βαθμό έχουν διεισδύσει στην καθημερινότητα μας σε σχέση με τα παραδοσιακά κανάλια συναλλαγών και πόσο επηρεάστηκαν από τα capital controls που ισχύουν από το καλοκαίρι του 2015.

Στο **έκτο κεφάλαιο** παρουσιάζεται ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες που αποτελεί και κίνητρο για τις τράπεζες και για τους πελάτες που είναι η ασφάλεια των συναλλαγών καθώς και οι κίνδυνοι που παραμονεύουν και πως μπορούν να αποφευχθούν.

Στο **έβδομο κεφάλαιο** ερευνούμε σε πραγματικό χρόνο και μάλιστα σε συνθήκες περιορισμού της κίνησης κεφαλαίων (capital control) την σημερινή πραγματικότητα.

Στο **όγδοο κεφάλαιο** παρουσιάζουμε τις FinTech με καινοτόμες ιδέες και αυτόνομη παρουσία ή σε συνεργασία με τράπεζες. Στο **ένατο κεφάλαιο** παρουσιάζουμε τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της χρήσης των εναλλακτικών δικτύων, ενώ στο τελευταίο κεφάλαιο ακολουθούν τα συμπεράσματα μας από την σημερινή πραγματικότητα και την τάση του τραπεζικού κλάδου.

Summary

In this thesis, we attempt to investigate the penetration of alternative networks in large groups of population. We also try to imprint to what degree the bank clients feel secure when they trade outside the bank and how safe is this trading. The present diplomatic study is consisted of ten chapters.

In the first chapter we do a brief historical overview of the banking system. In the second chapter we analyze how banks work, their evolution over time, the development of technology and the role of the internet and e-banking. In the third chapter we mention the types of electronic banking and their participants.

In the fourth chapter are presented and analyzed the latest data from the Hellenic Statistical Authority which concern the accessibility of electronic trading and their use. In the fifth chapter we present the main alternative network channels which are currently used by the clients in relation to traditional trade channels. It is also analyzed to what extent these alternative network channels were affected by capital controls which were implemented the summer of 2015.

In the sixth chapter is analyzed the security of transactions, the risks that lurk and how they can be avoided. The above are very important factors not only for banks but for their customers, too.

In the seventh chapter is investigated the situation in real time and more specifically banking transactions in capital control conditions.

In the eighth chapter are presented FinTech with their innovative ideas in autonomous presence or in cooperation with banks. In the ninth chapter are presented the advantages and disadvantages of the use of alternative channels and in the final chapter are presented the conclusions from today's reality and the general trend in the banking sector.

Κεφάλαιο 1

Εισαγωγή

1.1 Το τραπεζικό σύστημα

Το τραπεζικό σύστημα αναγνωρίζεται ως ο βασικός άξονας του χρηματοοικονομικού συστήματος, το οποίο με την σειρά του απαρτίζεται από τις χρηματοοικονομικές αγορές, τα διάφορα χρηματοοικονομικά προϊόντα και τους χρηματοοικονομικούς οργανισμούς. Η σημαντικότερη λειτουργία του χρηματοοικονομικού συστήματος είναι η πραγματοποίηση χωρίς εμπόδια της μεταφοράς κεφαλαίων από τις πλεονασματικές μονάδες της οικονομίας στις ελλειμματικές.

Το τραπεζικό σύστημα είναι αυτό που συντηρεί και αναπτύσσει την οικονομία. Θα πρέπει να είναι ενταγμένο σε μια γενική πολιτική που θα έχει σαν στόχο να καταναίμει τους εθνικούς πόρους με τέτοιο τρόπο ώστε από την μια να διατηρούνται οι υπάρχουσες δραστηριότητες και από την άλλη να δημιουργούνται καινούριες. Οι δραστηριότητες αυτές θα δημιουργήσουν απασχόληση και νέες θέσεις εργασίας, συντελώντας όχι μόνο στην οικονομική ανάπτυξη αλλά και στην επίτευξη κοινωνικής συνοχής. Δεν έχει σημασία αν αυτό το σύστημα αποτελείται από ιδιωτικές ή δημόσιες τράπεζες, ποιος δηλαδή εισπράττει το τραπεζικό κέρδος αλλά να μπορεί να ελέγχει την λειτουργία του, να μην χάνει τον προσανατολισμό του ως σύστημα.

1.2 Ιστορική αναδρομή

Αν και πολλές από τις τραπεζικές πράξεις έχουν την καταγωγή τους σε πανάρχαιες εποχές όπως στην αρχαία Βαβυλώνα, οι πρώτες πραγματικές τραπεζικές εργασίες μπορούν να εντοπιστούν στον αρχαίο ελληνικό πολιτισμό

με τους «τραπεζίτες» και στο ρωμαϊκό με τους «argentarii», οι οποίοι δέχονταν καταθέσεις και χορηγούσαν δάνεια, ενώ παράλληλα εκτελούσαν πληρωμές και για λογαριασμό τρίτων. Ο όρος «τράπεζα» προέρχεται από το «τραπέζι» («τράπεζα» στα αρχαία ελληνικά) ή τον «πάγκο» (εξ ου και οι λατινογενείς όροι banca, banque, bank) που χρησιμοποιούσαν οι αρχαίοι «τραπεζίτες» για να προσφέρουν τις διαμεσολαβητικές υπηρεσίες τους στους πελάτες τους. Τέτοιες απλές τράπεζες υπήρχαν ήδη στην αρχαία Αθήνα, προσφέροντας κυρίως υπηρεσίες ανταλλαγής διαφόρων νομισμάτων αλλά και πιστώσεις για τη χρηματοδότηση του τότε «διεθνούς εμπορίου». Μετά την πτώση της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας η πείρα των τραπεζικών χάθηκε μαζί με τους τραπεζίτες. Οι επόμενες μορφές τραπεζικών συναλλαγών εμφανίζονται στο Μεσαίωνα όπου οι αργυραμοιβοί, οι χρυσοχόοι και οι έμποροι δέχονταν καταθέσεις για τις οποίες εξέδιδαν πιστοποιητικά – βεβαιώσεις. Το 18ο αιώνα στην Αγγλία οι αποδείξεις κατάθεσης για σταθερά ποσά αποτέλεσαν τα πρώτα τραπεζογραμμάτια. Έτσι, σιγά - σιγά με την ανταλλαγή των τραπεζογραμματίων, οι τράπεζες άρχισαν να αποκτούν τον ρόλο που κατέχουν σήμερα στην σύγχρονη οικονομία. Ειδικότερα, στην περίοδο της Αναγέννησης εμφανίστηκαν οι πρώτες οργανωμένες τράπεζες (στην Ιταλία και στη Φλάνδρα), καλύπτοντας ένα ευρύτερο φάσμα εργασιών, προετοιμάζοντας τη σύγχρονη έννοια της τράπεζας ως πιστωτικό ίδρυμα που απευθύνεται και εξυπηρετεί καταθέτες και επιχειρήσεις.

Κεφάλαιο 2

Γενικά στοιχεία

2.1 Ο ρόλος των τραπεζών

Οι τράπεζες αποτελούν τον μηχανισμό μετάδοσης της νομισματικής πολιτικής ενός κράτους, ούτως ώστε να επιτυγχάνονται οι στόχοι που έχουν τεθεί σε σχέση με την απασχόληση, τον πληθωρισμό και την ανάπτυξη της οικονομίας. Η παραδοσιακή τραπεζική φέρνει σε επαφή τους αποταμιευτές με τους δυνητικά δανειζόμενους εξασφαλίζοντας την ροή του χρήματος προκειμένου να επιτευχθεί επιχειρηματική ανάπτυξη και επαγγελματική δραστηριοποίηση. Το τραπεζικό σύστημα συμβάλλει στην ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας με την τόνωση της εγχώριας ζήτησης, την χρηματοδότηση δυναμικών κλάδων της οικονομίας και καινοτόμων επενδυτικών πρωτοβουλιών.

Η αποτελεσματικότητα της συμβολής του εξαρτάται από την ύπαρξη αξιόπιστου θεσμικού πλαισίου το οποίο ρυθμίζει την λειτουργία της κοινωνίας σε οικονομικό επίπεδο και στηρίζει τις αναπτυξιακές διαδικασίες. Λόγω της σημαντικότητας των τραπεζών έχουν θεσπιστεί μια σειρά μέτρων και φορέων για την εξασφάλιση της ευστάθειας του τραπεζικού συστήματος. Το σύστημα αυτό αποτελείται από δύο πυλώνες, την κεντρική τράπεζα και τις εμπορικές τράπεζες. Η Κεντρική Τράπεζα αποτελεί τον επόπτη και συντονιστή των εγχώριων τραπεζών όσον αφορά την γενικότερη άσκηση των δαστηριοτήτων τους, ενώ ασκεί και έλεγχο της ορθής λειτουργίας και συμμόρφωσής τους με το εκάστοτε ισχύον θεσμικό πλαίσιο.

Ολόκληρο το τραπεζικό σύστημα έχει φτιαχτεί με βάση το χρήμα και στηρίζεται σε αυτό. Η φυσική μορφή των χρηματικών στοιχείων μπορεί να διαφέρει γι' αυτό και ιστορικά έχουν υπάρξει διαφορετικές μορφές. Πλέον έχει επικρατήσει

μια μορφή χρήματος σε παγκόσμιο επίπεδο, το οποίο “διαχειρίζεται” από το τραπεζικό σύστημα.

Χρήμα ονομάζεται κάθε μέσο συναλλαγής και πληρωμής. Το μέσο αυτό είναι γενικά αποδεκτό από το κοινό για την πληρωμή και αγορά αγαθών αλλά και για διακανονισμό χρεών.

Μια εμπορική τράπεζα είναι ένας μεσάζοντας οικονομικού ενδιαφέροντος και διακίνησης χρήματος. Συλλέγει κεφάλαια με την διαδικασία των καταθέσεων χρηματικών ποσών από επιχειρήσεις και από ιδιώτες διαχωρίζοντάς τις σε καταθέσεις όψεως, καταθέσεις ταμιευτηρίου και καταθέσεις ορισμένου χρόνου. Αυτή η δραστηριότητα της ονομάζεται ‘Παθητική Λειτουργία’. Η χορήγηση δανείων σε επιχειρήσεις και σε ιδιώτες με την επιβολή επιτοκίου ονομάζεται ‘Ένεργητική Λειτουργία’, η οποία αποτελεί το κέρδος της τράπεζας για την διευκόλυνση που παρέχει σε όποιον έχει ανάγκη άμεσης χρηματικής ρευστότητας. Τέλος ‘Μεσολαβητική Λειτουργία’ καλείται η αγοραπωλησία των εταιρικών και των κρατικών χρεογράφων, του συναλλάγματος, οι μεταφορές κεφαλαίων, οι εγγυητικές επιστολές κ.α.

2.2 Η εξέλιξη στον τραπεζικό τομέα

Οι παραδοσιακές τράπεζες, οι οποίες μέσα από τα καταστήματα προωθούν προϊόντα και υπηρεσίες και εξυπηρετούν τις συναλλαγές των πελατών τους ακολουθούν την αλλαγή του παγκόσμιου σκηνικού από την παραδοσιακή οικονομία στη νέα οικονομία με ηλεκτρονικά μέσα δημιουργώντας ένα νέο τραπεζικό κανάλι προώθησης των υπηρεσιών τους, την ηλεκτρονική τραπεζική. Ουσιαστικά πρόκειται για ένα τμήμα του ηλεκτρονικού εμπορίου, το οποίο αναπτύσσεται μέσω δικτύων, όπως το διαδίκτυο και παρέχει ένα μεγάλο εύρος τραπεζικών υπηρεσιών από εξατομικευμένες τραπεζικές υπηρεσίες μέχρι διατραπεζικές μεταφορές κεφαλαίων και χαρτοφυλακίων σε όλο τον κόσμο.

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 συνέργεια 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 επεξήγηση 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 (selfservice), 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.

2.3 Ο ρόλος του internet

Για να υπάρξει το e-Banking 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, μόνον τέσσερις υπερυπολογιστές ήταν συνδεδεμένοι στο δίκτυο.

Σταθμός στην ιστορία του e-Banking ήταν και τα τέλη της δεκαετίας του '80 όταν οι μεγαλύτερες τράπεζες των Ηνωμένων Πολιτειών εισήγαγαν την έννοια του Home Banking. Με το Home Banking οι τράπεζες έδιναν τη δυνατότητα στους πελάτες τους να πραγματοποιούν τις βασικές τραπεζικές τους συναλλαγές από το σπίτι μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή. 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 ήταν σύντομος καθώς 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 με 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 Διαδικτύου αποτελεί το έτος 1993 οπότε και κατασκευάστηκε ο παγκόσμιος ιστός (World Wide Web) στο CERN της Ελβετίας. 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 διέθετε έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή και ένα modem.

2.4 Οι πρωτοπόροι του e-banking

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.

Στην Ελλάδα η πρώτη εφαρμογή e-Banking παρουσιάστηκε τον 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 τις οποίας οι καταναλωτές είχαν τη δυνατότητα να διεκπεραιώνουν τις τραπεζικές τους συναλλαγές μέσω του Internet. Η τάση αυτή συνεχίστηκε και στο μέλλον. 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 στις παραδοσιακές τράπεζες, στα καταστήματα, για να καλύψουν αυτά που από τη φύση τους οι ηλεκτρονικές τράπεζες δε μπορούσαν να εξυπηρετήσουν.

Κεφάλαιο 3

Διακρίσεις και είδη e-banking

3.1 Είδη ηλεκτρονικής τραπεζικής

Η Ηλεκτρονική Τραπεζική διακρίνεται σε λιανική ηλεκτρονική τραπεζική και σε χονδρική ηλεκτρονική τραπεζική με γνώμονα τις παρεχόμενες υπηρεσίες, οι οποίες αν απευθύνονται σε ιδιώτες μιλάμε για την πρώτη κατηγορία, ενώ αν απευθύνονται σε επιχειρήσεις για τη δεύτερη.

Οι όροι PC banking (τραπεζικές συναλλαγές μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή), online banking (τραπεζικές συναλλαγές μέσω διαδικτύου), telephone banking (τραπεζικές συναλλαγές μέσω τηλεφώνου), mobile banking (τραπεζικές συναλλαγές μέσω κινητού τηλεφώνου και ανάλογων τεχνολογιών- λ.χ. WAP και SMS) αναφέρονται σε τρόπους με τους οποίους μπορεί ο πελάτης να έρθει σε επαφή με την τράπεζά του χωρίς να χρειάζεται να είναι παρόν με φυσική παρουσία σε κάποιο κατάστημά 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.

3.1.1 Το PC banking

Το PC banking είναι μια μορφή ηλεκτρονικής τραπεζικής η οποία δίνει στους πελάτες τη δυνατότητα να εκτελούν τραπεζικές συναλλαγές από ένα PC μέσω ενός modem. Στις περισσότερες περιπτώσεις, η τράπεζα προσφέρει στον πελάτη ένα χρηματοοικονομικό πρόγραμμα λογισμικού το οποίο του επιτρέπει να επιτελεί οικονομικές συναλλαγές από τον υπολογιστή του σπιτιού του.

3.1.2 Το internet banking

Το Internet Banking χρησιμοποιεί το Internet ως μέσο διεξαγωγής τραπεζικών δραστηριοτήτων. Ένας πελάτης έχει πρόσβαση στους λογαριασμούς του μέσω ενός browser από όποιο τερματικό και αν βρίσκεται ανά πάσα στιγμή με τη χρήση ενδεχομένως κάποιων κωδικών. Τα προγράμματα Internet banking βρίσκονται στο server της τράπεζας και όχι στο PC του χρήστη.

3.1.3 To mobile banking

Με το mobile banking συσκευές όπως τα κινητά τηλέφωνα, οι φορητές ατζέντες (PDA) και οι υπολογιστές παλάμης (hand-held PCs) που είναι εφοδιασμένες με την τεχνολογία WAP και μπορούν να συνδεθούν στο internet μπορούν να παρέχουν στους χρήστες τους τη δυνατότητα διεξαγωγής τραπεζικών συναλλαγών.

3.1.4 To phone banking

Με το phone banking πραγματοποιείται η διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών μέσω του τηλεφωνικού δικτύου. Τα τελευταία χρόνια δίνεται μεγάλη έμφαση στη χρήση της τηλεφωνικής συσκευής για τη παροχή των τραπεζικών υπηρεσιών.

Η διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών μέσω του τηλεφωνικού δικτύου ανήκει στις υπηρεσίες του remote banking, δηλαδή τις υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω ηλεκτρονικών συσκευών, οι οποίες συνδέονται με τα πληροφοριακά συστήματα τραπεζών. Οι υπηρεσίες αυτές προσφέρονται είτε μέσα από ιδιωτικά δίκτυα που έχουν οι τράπεζες, είτε μέσω κοινόχρηστων δικτύων που λειτουργούν σε όλες τις χώρες.

3.2 Ταξινόμηση του e-banking

Υπάρχουν διάφορες τάσεις και απόψεις που έχουν επικρατήσει σήμερα όσον αφορά την ταξινόμηση του e-banking ως επιχειρηματικό μοντέλο. Σύμφωνα με την ταξινόμηση των επιχειρηματικών μοντέλων που πρότεινε ο Paul Timmers, το e-banking θα μπορούσε να κατηγοριοποιηθεί βάσει του μοντέλου διαμεσολαβητών πληροφοριών, τρίτων έμπιστων οντοτήτων και λοιπών

υπηρεσιών (information brokerage, trust and other services). Ο λόγος που κατατάσσεται το e-banking σε αυτή την κατηγορία είναι το ίδιο το προϊόν-υπηρεσία που πραγματεύεται (και στην ουσία είναι το άυλο χρήμα). Στη διαγραμματική περιγραφή των μοντέλων που πρότεινε ο ίδιος, το συγκεκριμένο μοντέλο χαρακτηρίζεται τόσο από απλή λειτουργία, όσο και από υψηλή καινοτομία. Αυτό δικαιολογεί πλήρως τον χαρακτηρισμό «υψηλής παραμετροποίησης και κοινότυπο» ο οποίος δόθηκε στο προϊόν-υπηρεσία που παρέχει κάθε χρηματοπιστωτικό ίδρυμα. (P. Timmers, 1998). Αντίθετα, κατά την ταξινόμηση που πρότεινε ο Michael Rappa, το e-banking θα μπορούσε να κατηγοριοποιηθεί ως μοντέλο μεσιτικών εργασιών (brokerage model) καθώς ο ρόλος του χρηματοπιστωτικού ιδρύματος είναι η διεκπεραίωση χρηματοπιστωτικών εργασιών τις οποίες αναθέτει ο κάθε πελάτης. (M. Rappa, 2007).

3.3 Συμμετέχοντες - ρόλοι

Όπως και σε κάθε περίπτωση e-banking, υπάρχουν δύο μοναδικοί συμμετέχοντες σε κάθε μοντέλο. Από τη μία πλευρά, υπάρχει το χρηματοπιστωτικό ίδρυμα, και από την άλλη υπάρχει ο πελάτης. Διευκρινίζουμε ότι ως πελάτη μπορούμε να συμπεριλάβουμε οποιοδήποτε φυσικό ή και νομικό πρόσωπο.

Η τράπεζα παρέχει χρηματοπιστωτικά προϊόντα και υπηρεσίες, ενώ ο πελάτης παρέχει προσωπικές πληροφορίες, όπως είναι τα προσωπικά του στοιχεία αλλά και η συμπεριφορά του μέσα από τις προτιμήσεις του. Αν και δεν είναι αντιληπτό (ή δεν είναι ιδιαίτερα αντιληπτό στον πελάτη), αυτή η πληροφορία είναι σημαντική για την τράπεζα (και πολλές νεόδμητες τράπεζες αγοράζουν εξαιρετικά ακριβά τέτοια πληροφορία). Σε γενικές γραμμές επομένως, υπάρχουν δύο οντότητες στο μοντέλο μας, ο πελάτης και το χρηματοπιστωτικό ίδρυμα. Ανάμεσα στις δύο οντότητες μπορούν να υπάρξουν είτε αμφίδρομες, είτε και μονόδρομες σχέσεις που συνδέουν χρησιμοποιώντας το συγκεκριμένο μοντέλο ως διάμεσο για την διεκπεραίωση κάθε συναλλαγής.

Εάν προσπαθήσουμε να συνοψίσουμε τους λόγους που επηρεάζουν ένα άτομο στην επιλογή χρήσης internet banking θα βρεθούμε μπροστά σε πληθώρα αιτιών. Σε πολλές μελέτες βρίσκουμε ως κύριους λόγους το φόβο κινδύνου που μπορεί να συνδέεται με την νέα τεχνολογία αλλά και λόγοι συνήθειας στα παραδοσιακά μοντέλα και πολυπλοκότητας χρήσης του διαδικτύου. Άλλοι λόγοι που αναφέρονται είναι ότι πολλοί χρήστες δεν έχουν ακόμη πεισθεί στην υιοθέτηση νέων τρόπων συναλλαγών αλλά και η άγνοια και έλλειψη πληροφόρησης πολλών ατόμων για τα νέα τεχνολογικά μέσα. (Limayem and Hurt, 2003).

Κεφάλαιο 4

Δείκτες ΕΣΥΕ

Συνοπτικά μπορούμε να αναφέρουμε πολλούς παράγοντες που επηρεάζουν την υιοθέτηση του e-banking μέσα από αποτελέσματα ερευνών που συναντούμε στην βιβλιογραφία. Τέτοιοι είναι (Lichtenstein και Williamson, 2007):

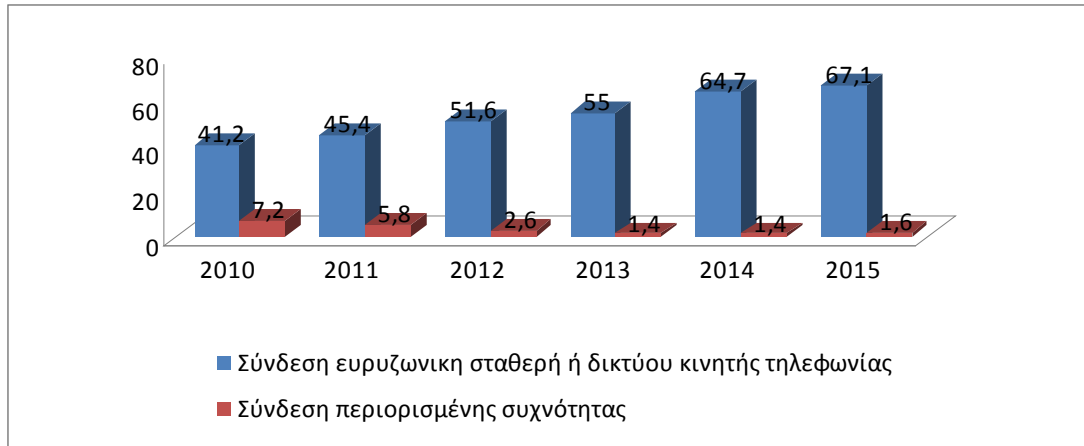
- Δημογραφικά στοιχεία
- Ποιότητα των υπηρεσιών
- Ευκολία χρήσης
- Ασφάλεια προστασία της ιδιωτικής ζωής-εμπιστοσύνη και κίνδυνος
- Υψηλά επίπεδα χρήσης του διαδικτύου στον εργασιακό χώρο
- Το φύλο
- Προσαρμοστικότητα και γνώση των νέων τεχνολογιών
- Χρόνος αναμονής στα ιστολόγια

4.1 Πρόσβαση και χρήση του διαδικτύου

Τα αποτελέσματα της πλέον πρόσφατης έρευνας που διεξήχθη από την Εθνική Στατιστική Υπηρεσία σχετικά με την χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή και την πρόσβαση στο διαδίκτυο αποτυπώνονται παρακάτω.

Επτά στα δέκα νοικοκυριά έχουν πρόσβαση σε ηλεκτρονικό υπολογιστή (ποσοστό 68,6%) και πρόσβαση στο διαδίκτυο από την κατοικία τους (ποσοστό 68,1%). Την τελευταία πενταετία (2010 – 2015) καταγράφεται αύξηση 46,8% στην πρόσβαση στο διαδίκτυο από την κατοικία. Ευρυζωνική σύνδεση χρησιμοποιεί το 67,1%, του συνόλου των νοικοκυριών της χώρας με ένα τουλάχιστον μέλος ηλικίας 16-74 ετών, παρουσιάζοντας σε σχέση με το 2014, αύξηση 3,7%. Διαχρονικά, η εξέλιξη των ευρυζωνικών συνδέσεων αλλά και των

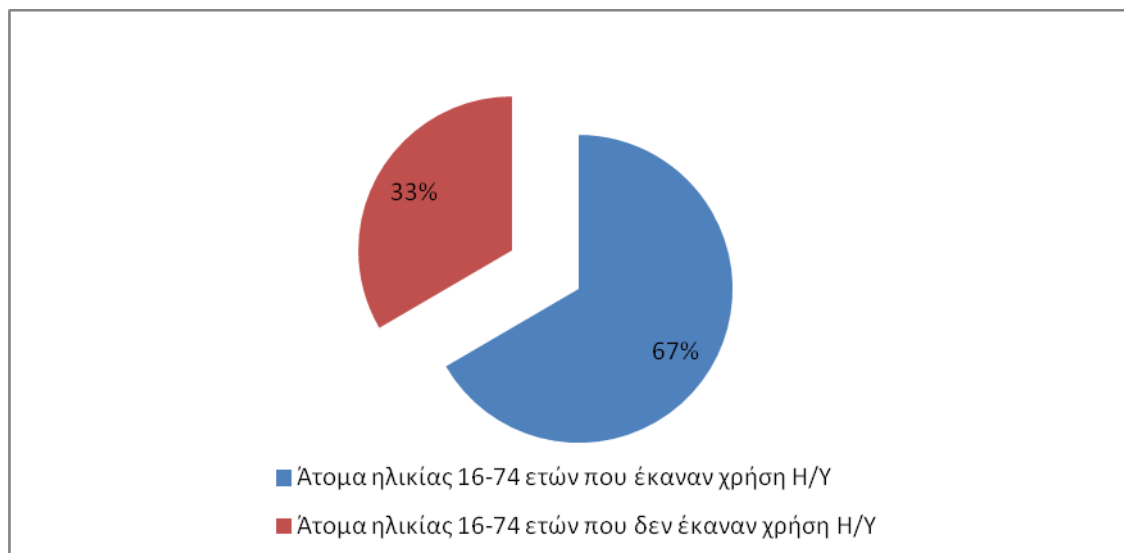
συνδέσεων περιορισμένης συχνότητας από την κατοικία απεικονίζεται στο γράφημα που ακολουθεί:



Διάγραμμα 1

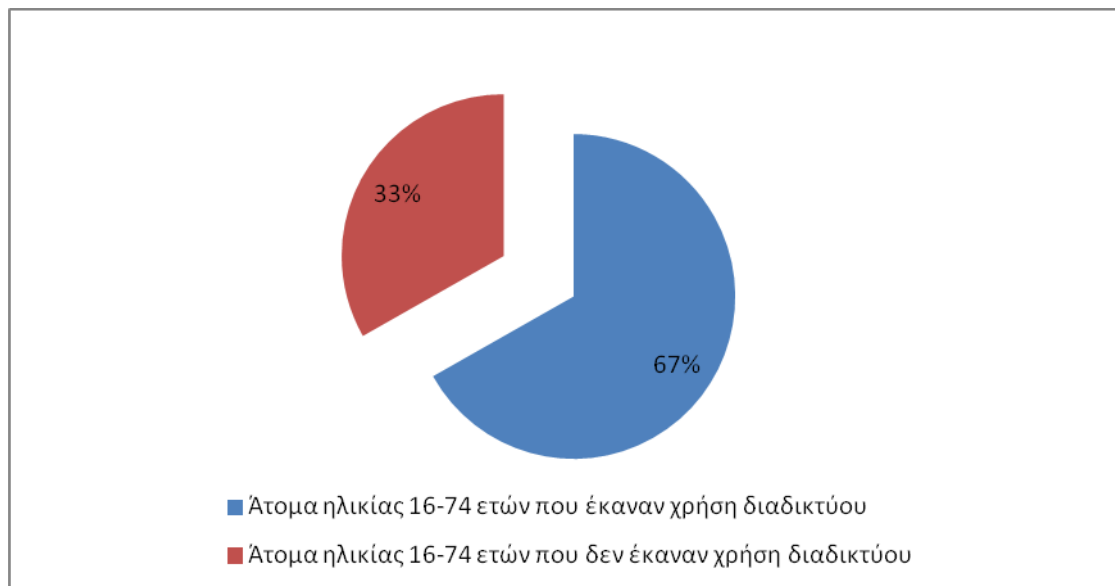
Οι κυριότεροι λόγοι μη πρόσβασης στο διαδίκτυο από την κατοικία είναι α) η έλλειψη ικανοτήτων (60,7%), β) ότι οι πληροφορίες που υπάρχουν στο διαδίκτυο δεν είναι χρήσιμες και δεν ενδιαφέρουν (25,9%) και γ) ότι το κόστος του εξοπλισμού είναι πολύ υψηλό (21,7%).

Χρήση Η/Υ, κατά το Α' τρίμηνο του 2015, έκανε το 66,6% του πληθυσμού της χώρας, ηλικίας 16 – 74 ετών.



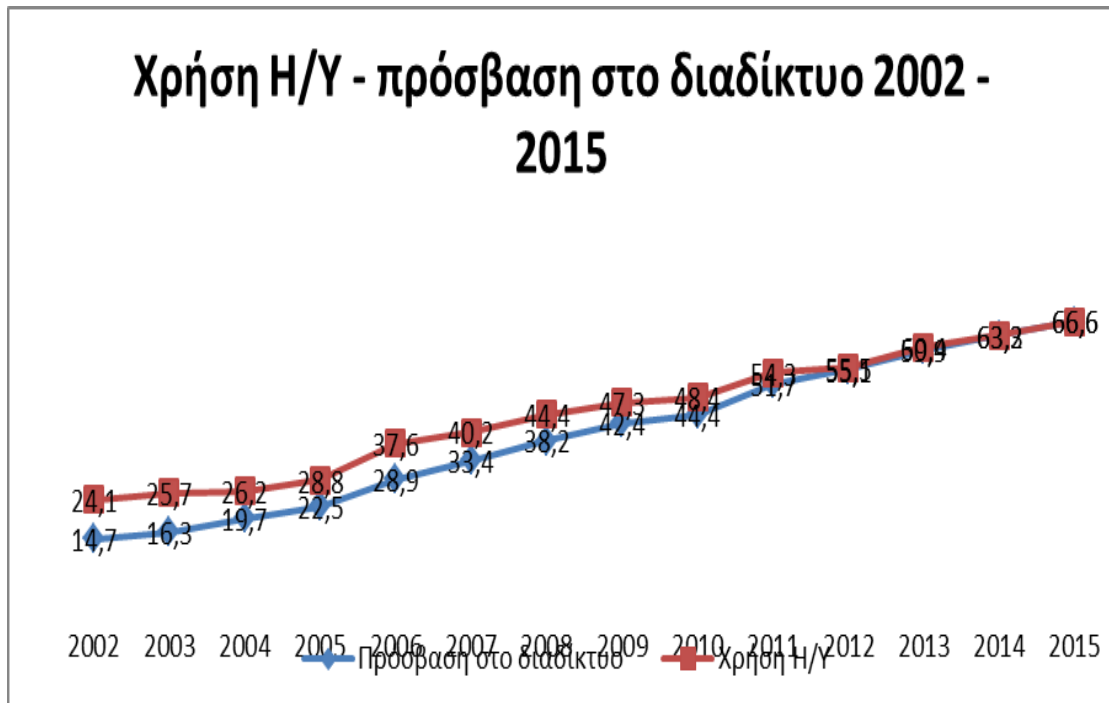
Διάγραμμα 2

Χρήση διαδικτύου, κατά το Α' τρίμηνο του 2015, έκανε το 66,8% του πληθυσμού της χώρας, ηλικίας 16 – 74 ετών.



Διάγραμμα 3

Διαχρονικά τα ποσοστά για τη χρήση Η/Υ και διαδικτύου απεικονίζονται στο γράφημα που ακολουθεί:

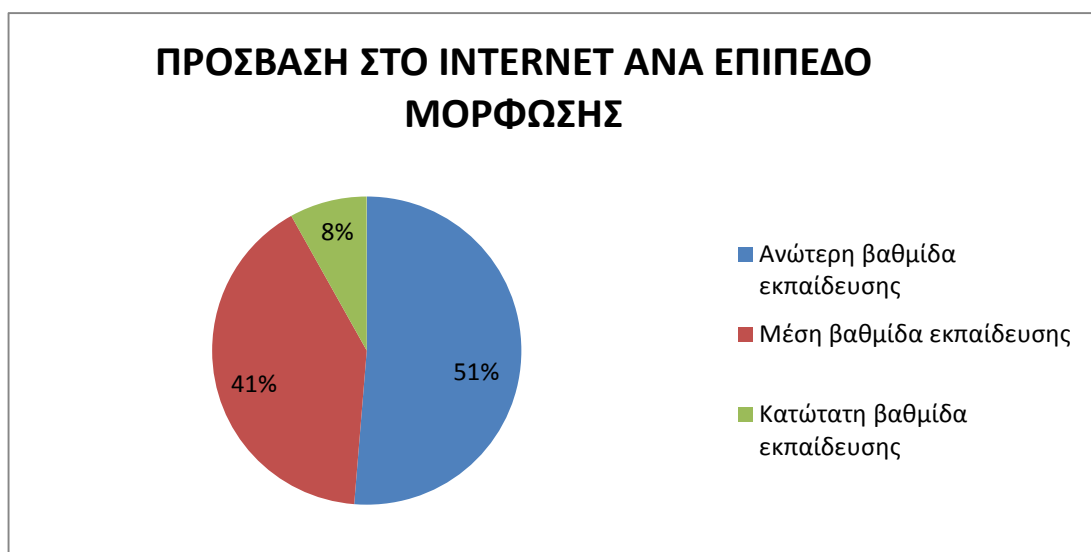


Διάγραμμα 4

4.2 Μορφωτικό επίπεδο χρηστών

Αναφορικά με το επίπεδο εκπαίδευσης όσων χρησιμοποίησαν το Α' τρίμηνο του 2015 το διαδίκτυο, το 90,3% του πληθυσμού που έχει ολοκληρώσει υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης (μεταπτυχιακά / διδακτορικό, ΑΕΙ, ΤΕΙ, στρατιωτικές σχολές, ανώτερες σχολές τριετούς διάρκειας, κολλέγιο διάρκειας μεγαλύτερης των δύο ετών) χρησιμοποίησε το διαδίκτυο, το 79,3% του πληθυσμού που έχει ολοκληρώσει μέσο επίπεδο εκπαίδευσης (δημόσιο ή ιδιωτικό ΙΕΚ, κολλέγιο διάρκειας μέχρι δύο έτη, Λύκειο (Γενικό, ΕΠΑΛ, ΤΕΛ), ΤΕΣ/ΤΕΕ (β' κύκλο)) και το 31,3% του πληθυσμού που έχει ολοκληρώσει χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης (Επαγγελματική σχολή/Τεχνική επαγγελματική σχολή/ Τεχνικό επαγγελματικό εκπαιδευτήριο (α' κύκλο), γυμνάσιο, δημοτικό, δεν έχουν ολοκληρώσει ή παρακολουθήσει καμία βαθμίδα εκπαίδευσης).

Το 29,7% όσων πραγματοποιούν ηλεκτρονικές αγορές ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 35 - 44 ετών. Αναφορικά με το επίπεδο εκπαίδευσης το 51,3% έχει υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης (διδακτορικό, μεταπτυχιακό, ΑΕΙ, ΤΕΙ, στρατιωτικές σχολές, ανώτερες σχολές κ.ά.), το 40,6% έχει μεσαίο επίπεδο εκπαίδευσης (ΙΕΚ, Τεχνικό / Επαγγελματικό Λύκειο, κ.ά.) και το 8,1% έχει χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης (Γυμνάσιο, Δημοτικό, δεν έχουν ολοκληρώσει ή παρακολουθήσει καμία βαθμίδα εκπαίδευσης, κ.ά.).



Διάγραμμα 5

4.3 Κατηγορίες ηλεκτρονικών αγορών

Τα ποσοστά που καταγράφηκαν, για όσους χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο κατά τη χρονική περίοδο Απριλίου 2014 – Μαρτίου 2015, για αγορές ή παραγγελίες προϊόντων ή υπηρεσιών παρουσιάζονται για κάθε αγοραζόμενο είδος, κατά φθίνουσα σειρά, ακολούθως:

- είδη ένδυσης και υπόδησης – αθλητικά είδη και ηλεκτρονικές συσκευές 83,9%,
- ταξιδιωτικές υπηρεσίες (εισιτήρια, ενοικίαση αυτοκινήτου κλπ.) και διαμονή σε καταλύματα 40,9%,
- οικιακά είδη (έπιπλα, παιχνίδια, είδη τέχνης, ηλεκτρικές οικιακές συσκευές κλπ.) 16,8%,
- εξαρτήματα και περιφερειακός εξοπλισμός (hardware) ηλεκτρονικού υπολογιστή και λογισμικό 21,6%,
- βιβλία (σε ηλεκτρονική ή μη μορφή), περιοδικά, εφημερίδες 13,6%,
- εισιτήρια για εκδηλώσεις (συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις, κινηματογράφο κλπ.) 11,6%,
- άλλα (κοσμήματα, πληροφορίες από βάσεις δεδομένων κλπ.), φάρμακα 19,5%,
- είδη διατροφής – είδη παντοπωλείου 5,6%,
- ταινίες, μουσική 5,5%,
- υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών 2,4%,
- μετοχές, οικονομικές υπηρεσίες, ασφάλειες (κάθε είδους) 0,6%.

Κεφάλαιο 5

Λοιπές έρευνες

5.1 Έρευνα ELTRUN

Αυξήθηκαν οι ηλεκτρονικές συναλλαγές, αλλά περιορίστηκαν οι ηλεκτρονικές αγορές μετά την επιβολή των περιορισμών στην κίνηση κεφαλαίων. Έρευνα που πραγματοποίησε το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΟΠΑ) καταγράφει την αλλαγή συμπεριφοράς των Ελλήνων online αγοραστών (online shoppers), παράλληλα με τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking).

Από την έρευνα, δύο είναι τα βασικά συμπεράσματα που εξήχθησαν. Πρώτον, ότι οι online shoppers μείωσαν την αγοραστική τους δραστηριότητα και δεύτερον, εκτοξεύθηκε η χρήση του e-banking. «Η τραπεζική αργία αναβάθμισε το διαδίκτυο ως βασικό κανάλι εκτέλεσης των περιορισμένων τραπεζικών συναλλαγών από ιδιώτες/καταναλωτές και επιχειρήσεις», αναφέρει ο καθηγητής του ΟΠΑ κ. Γιώργος Δουκίσσης. «Αυτό οφείλεται», προσθέτει, «και στο γεγονός ότι οι ελληνικές συστημικές τράπεζες διαθέτουν πλέον προχωρημένες ηλεκτρονικές υπηρεσίες με υψηλή ασφάλεια».

Σε ότι αφορά το e-banking, η έρευνα καταγράφει σημαντική αύξηση των συναλλαγών από τους χρήστες. Τόσο οι ψηφιακές υπηρεσίες που χρησιμοποιήθηκαν όσο και η ένταση χρήσης αυξήθηκε τουλάχιστον κατά 30% από τα τυπικά επίπεδα της περιόδου προ των περιορισμών στην κίνηση κεφαλαίων. Ψηφιακές υπηρεσίες, όπως η μεταφορά χρημάτων, σημείωσαν αύξηση 73%, η ενημέρωση υπολοίπου κατά 70% και η πληρωμή λογαριασμών κατά 60%. Ακόμη και η πληρωμή οφειλών προς το Δημόσιο σημείωσε αύξηση κατά 32%.

5.2 Μετά τα capital controls

Έχει σχεδόν τριπλασιαστεί η χρήση του πλαστικού χρήματος στο εμπόριο. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία από τα πιστωτικά ιδρύματα, από τα τέλη Ιουνίου που επιβλήθηκαν η τραπεζική αργία και τα capital controls έως τις αρχές Αυγούστου, είχαν εκδοθεί περισσότερες από 1,1 εκ. χρεωστικές κάρτες περίπου σε έναν μήνα, ξεπερνώντας τα 11 εκ. στο σύνολό τους, ενώ πριν από τους κεφαλαιακούς περιορισμούς εκδίδονταν, κατά μέσον όρο, κάτω από 100.00 κάρτες μηνιαίως.

Αυτό αναφέρει το Ινστιτούτο Εμπορίου & Υπηρεσιών (IN.EM.Υ.) της Εθνικής Συνομοσπονδίας Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας σε μία βιβλιογραφική έρευνα αποτύπωσης της υφιστάμενης κατάστασης που πραγματοποίησε θέλοντας να αναδείξει τον ολοένα και σημαντικότερο ρόλο που έχει αποκτήσει τα τελευταία χρόνια το ηλεκτρονικό εμπόριο, τόσο στην εξέλιξη των επιχειρήσεων όσο και στη βελτίωση της ελληνικής οικονομίας.

Η επεξεργασία, από πλευράς Ινστιτούτου, των δημοσιευμένων πρωτογενών δεδομένων της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου (GRECA) και της ELTRUN (Ετήσια Έρευνα Ηλεκτρονικού Εμπορίου), καταδεικνύει την αυξανόμενη δυναμική που αναπτύσσει ο συγκεκριμένος κλάδος, κατατάσσοντάς τον στους πλέον ανερχόμενους. Ακολουθούν τα βασικότερα συμπεράσματα των ερευνών που εκπονήθηκαν από τους προαναφερθέντες φορείς με έτος αναφοράς το 2014 για τη χρήση του πλαστικού χρήματος.

Σύμφωνα με τα στοιχεία το 2014 το ποσό που δαπανήθηκε σε κάρτες Visa αντιπροσώπευε μόλις 1 ευρώ σε κάθε 33 ευρώ καταναλωτικής δαπάνης, σε σύγκριση με το 1 ευρώ στα 6 ευρώ στην Ευρώπη, κάτι όμως που έχει αρχίσει να αλλάζει ριζικά μετά την τραπεζική αργία και την επιβολή των capital controls. Οι τρέχουσες εξελίξεις περιόρισαν μεν τη δυνατότητα ανάληψης μετρητών, ωφέλησαν δε καταναλωτές και επιχειρήσεις που αποκομίζουν πλέον σημαντικά πλεονεκτήματα με τη χρήση του πλαστικού χρήματος.

Σύμφωνα με στοιχεία της Visa Europe, που επεξεργάζεται σχεδόν το 60% των συναλλαγών με ελληνικές κάρτες για αγορές, τις δύο εβδομάδες μετά την εισαγωγή των capital controls παρατηρήθηκε αύξηση 135% στον αριθμό συναλλαγών σε σύγκριση με το δεκαπενθήμερο πριν από τα capital controls. Ο τομέας των τροφίμων γνώρισε τη μεγαλύτερη αύξηση στη χρήση των χρεωστικών καρτών μέσα στις δύο αυτές εβδομάδες (με αύξηση της χρήσης τους 234%) και ακολουθούν ο τομέας της υγείας (206%) και τα πρατήρια καυσίμων(193%).

Ο τζίρος σε POS των χρεωστικών καρτών υπερδιπλασιάστηκε σε σχέση με πέρυσι, με την αυξημένη χρήση να παρατηρείται στους υφιστάμενους αλλά και στους νέους πελάτες καρτών. Αυτή η εξέλιξη παραπέμπει σε υπερδιπλασιασμό των συσκευών αποδοχής καρτών από το σημερινό επίπεδο των 150.000 σε 400.000 περίπου τα επόμενα δύο χρόνια. Την ίδια στιγμή πενταπλασιάστηκαν οι νέοι κωδικοί χρήσης ηλεκτρονικής τραπεζικής e-banking, με πάνω από 150.000 νέους χρήστες τον Ιούλιο.

Η επιβολή περιορισμών στην κίνηση κεφαλαίων πυροδότησε στην ουσία την αύξηση της χρήσης του πλαστικού χρήματος, με αποτέλεσμα η δυναμική που αναπτύσσεται να θεωρείται πλέον ιδιαίτερα σημαντική. Αρκεί να αναλογιστεί κανείς ότι μέχρι και σήμερα σε εθνικό επίπεδο οι πληρωμές με κάρτες αντιπροσωπεύουν μόνο το 6% των συνολικών πληρωμών στη χώρα, συνιστώντας μία από τις χειρότερες επιδόσεις στην Ευρώπη.

Βάσει εκτιμήσεων, η χρήση πλαστικού χρήματος θα μπορούσε να συνεισφέρει στη μείωση της φοροδιαφυγής (υπολογίζεται στο 25% του ΑΕΠ) κατά 5 δις ευρώ και αύξηση των φορολογικών εσόδων πάνω από 1 δις ευρώ σε ετήσια βάση (ΦΠΑ, φορολογία φυσικών και νομικών προσώπων). 'Αρα η συντονισμένη υλοποίηση ενός εκτενούς πακέτου μέτρων για την αύξηση των ηλεκτρονικών συναλλαγών θα μπορούσε να μειώσει τουλάχιστον κατά 25% τη "μαύρη" οικονομία, ενισχύοντας σημαντικά τα δημόσια έσοδα της χώρας.

Η διείσδυση του internet banking στην ελληνική αγορά είναι εξαιρετικά περιορισμένη σε σύγκριση με την Ευρώπη», σημειώνει αρμόδιο διευθυντικό τραπεζικό στέλεχος και εξηγεί: «Στη χώρα μας η διείσδυση της ηλεκτρονικής τραπεζικής διαμορφώνεται γύρω στο 15%, όταν ο μέσος όρος στην Ευρωπαϊκή Ένωση ανέρχεται σε 50%».

5.3 Η τάση από πλευράς τραπεζών

Στόχος των εγχώριων πιστωτικών ομίλων είναι να εκμεταλλευτούν τη συγκυρία, να διατηρήσουν το momentum των τελευταίων μηνών και να αναπτύξουν μία πιο ηλεκτρονική σχέση με τους πελάτες τους.

Οι ελληνικές τράπεζες δηλώνουν έτοιμες να σηκώσουν το βάρος της τεχνολογικής εξέλιξης, ωστόσο απέχουν πολύ ακόμη από τις εξελίξεις που σημειώνονται σε παγκόσμιο επίπεδο. Αν και επενδύουν στην τεχνολογία, η κρίση δεν τους επιτρέπει να υιοθετήσουν τις πιο φουτουριστικές εφαρμογές. Η Ελλάδα, εξάλλου, γενικότερα υστερεί σε θέματα ψηφιακής τεχνολογίας αφού είναι 26η ανάμεσα σε 28 ευρωπαϊκά κράτη σε χρήση ψηφιακών συναλλαγών και 81η στον κόσμο.

Η μετάλλαξη των εγχώριων πιστωτικών ομίλων μέσω των υπηρεσιών internet και mobile θα έχει και μία ακόμη προέκταση αφού εξυπηρετεί την προγραμματισμένη βάσει των σχεδίων αναδιάρθρωσης μείωση των καταστημάτων και του προσωπικού. Σύμφωνα με τα σχέδια αναδιάρθρωσης οι τράπεζες θα προχωρήσουν στο κλείσιμο έως και 225 καταστημάτων την επόμενη διετία, περιορίζοντας τα σημεία πρόσβασης για τους καταναλωτές.

Όμως η τάση δεν είναι μόνο ελληνική, αφού πιστωτικά ιδρύματα σε ολόκληρο τον κόσμο ζυγίζουν τα οφέλη της ηλεκτρονικής τραπεζικής, κρίνοντας ασύμφορη τη διατήρηση μεγάλου αριθμού υποκαταστημάτων. Επιλέγουν, αντιθέτως, πιο «έξυπνα» κανάλια για την εξυπηρέτηση πελατών και τη διενέργεια συναλλαγών.

Παγκοσμίως, το 2016 χαρακτηρίζεται από τους ειδικούς ως έτος τεράστιων και σημαντικών αλλαγών στον χρηματοοικονομικό κλάδο με τις τράπεζες να

προβλέπεται ότι θα επενδύσουν δισεκατομμύρια για να μην χάσουν επαφή με την τεχνολογική εξέλιξη.

5.4 Σύγκριση με λοιπές ευρωπαϊκές χώρες

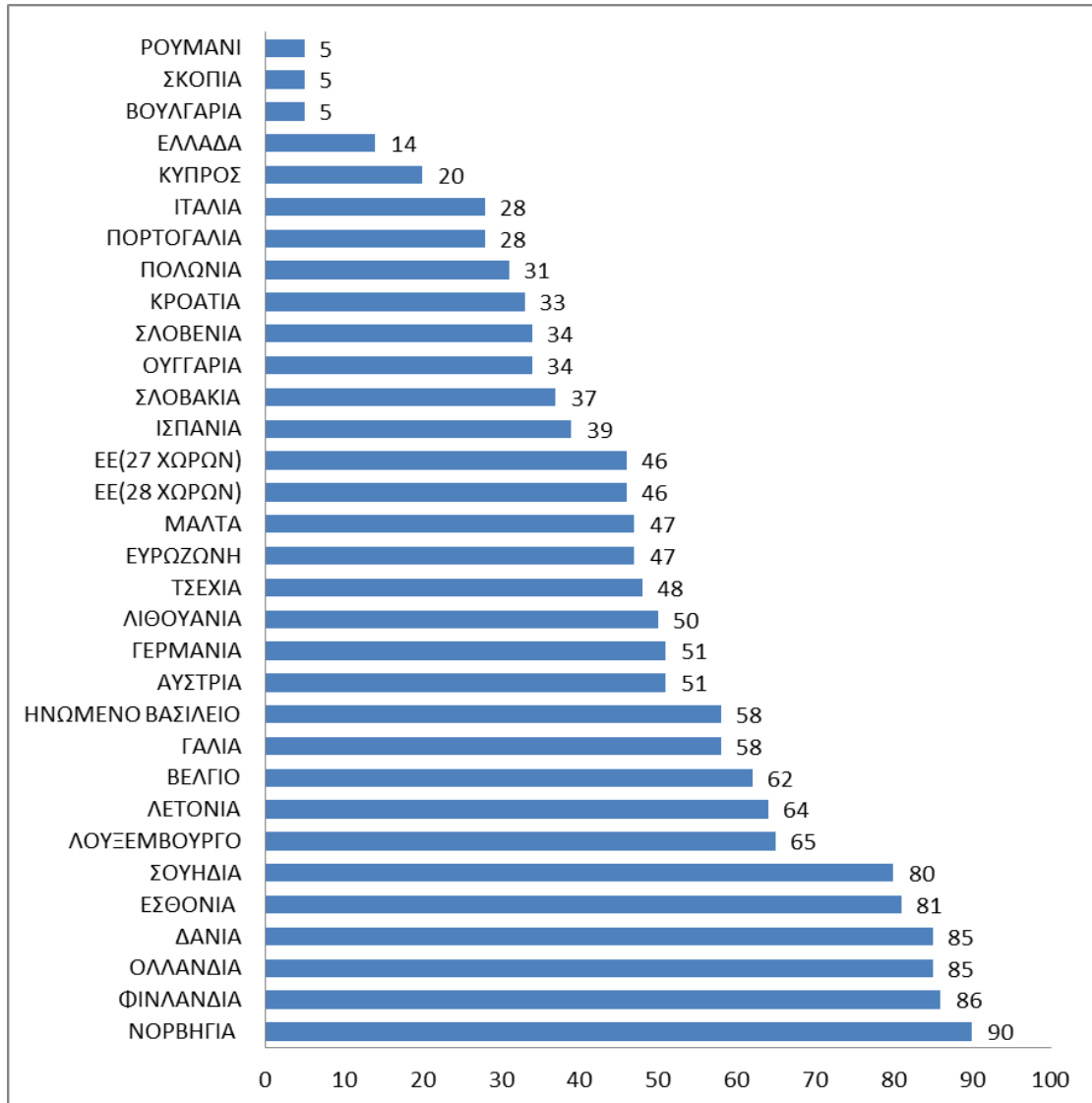
Σταθερά πίσω από τις περισσότερες χώρες της Ευρώπης βρίσκεται η χώρα μας σε ότι έχει να κάνει με την ψηφιακή εποχή. Τα πράγματα γίνονται ακόμα χειρότερα όταν στραφούμε στο e-commerce penetration, το ποσοστό των χρηστών που κάνουν ηλεκτρονικές αγορές. Σύμφωνα με την ετήσια έρευνα ηλεκτρονικού εμπορίου του Eltrun, το 35% των χρηστών πραγματοποίησε τουλάχιστον μία ηλεκτρονική αγορά το 2013, καταγράφοντας αύξηση 25% από το 2012. Παρόλη τη σημαντική αύξηση συνεχίζουμε να είμαστε απελπιστικά πίσω από το μέσο όρο της Ευρώπης, όπου το 70% των χρηστών Internet αγοράζουν προϊόντα ή/και υπηρεσίες online

Στο e-banking τα στοιχεία της Eurostat μας τοποθετούν τέταρτους από το τέλος μαζί με την Ρουμανία, τα Σκόπια και την Βουλγαρία, όταν στην Φινλανδία και τη Νορβηγία το ποσοστό είναι 86% και 90% αντίστοιχα.

Όσο η οικονομία αλλάζει τόσο θα αλλάζει και η τραπεζική εργασία. Οι ηλεκτρονικές συναλλαγές και τα εναλλακτικά δίκτυα εξυπηρέτησης των πελατών ανοίγουν τον δρόμο στην άμεση τραπεζική. Η μεγάλη αλλαγή αφορά το ρόλο του καταστήματος, των τραπεζικών λειτουργιών και των στελεχών. Η σχέση πελάτη και τραπεζικού εκπροσώπου, παραδοσιακά μια σχέση εμπιστοσύνης, γίνεται ακόμη σπουδαιότερη. Κάθε επαφή του πελάτη με τον εκπρόσωπο της τράπεζας δίνει την δυνατότητα για ανάπτυξη στενότερων σχέσεων, τη μεταφορά βαθύτερων γνώσεων και την προσφορά υπηρεσιών – εργαλείων. Το παραδοσιακό κατάστημα μετατρέπεται σταδιακά σε χώρο παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών, προσανατολισμού και ενημέρωσης του πελάτη.

Το διαδίκτυο προσφέρει πολλαπλές δυνατότητες εμπορικής ανάπτυξης των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Με το ηλεκτρονικό χρήμα να αποτελεί εδώ και καιρό μια καθημερινή συνήθεια ο δρόμος για ριζοσπαστικές αλλαγές έχει

ανοίξει. Υπάρχει βέβαια το κρίσιμο θέμα της ασφάλειας των συναλλαγών. Παρόλο που η πρόοδος είναι σημαντική και ραγδαία, απαιτείται ακόμη περισσότερη δουλειά για να πεισθούν όσοι δεν έχουν την εμπειρία των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Η συνεχής εξέλιξη των ηλεκτρονικών συστημάτων υποστηρίζει την εμπέδωση σχέσεων εμπιστοσύνης με τους πελάτες. Σύμφωνα με τους Eriksson και Nilsson (2007), προκειμένου μια τράπεζα να αποκομίσει τα μέγιστα από internet banking, θα πρέπει να έχει αρχικά μια καλή κατανόηση των αναγκών των πελατών λιανικής. Η κατανόηση αυτή έγκειται πέρα από το σχεδιασμό των τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών. Προϋποθέτει επίσης, την κατανόηση της προτίμησης του πελάτη όσον αφορά τα συστήματα παροχής υπηρεσιών. Οι Ding *et al* (2007), τονίζει πως για να αντλήσει μια τράπεζα οφέλη θα πρέπει να μελετήσει τις νέες ανάγκες του κοινού της μιας και ένα σημαντικό ποσοστό συναλλαγών μετατοπίζεται από τα υποκαταστήματα στο ηλεκτρονικό κατάστημα.



Διάγραμμα 6

Κεφάλαιο 6

Ασφάλεια συναλλαγών

6.1 Στατιστικά στοιχεία

Καλό είναι το επίπεδο της Ελλάδας όσον αφορά τον τομέα της ασφάλειας του Διαδικτύου, κινούμενη κοντά στα επίπεδα του κοινοτικού μέσου όρου. Στη χώρα μας το 2015 26 στους 100 χρήστες του Διαδικτύου είχαν την εμπειρία προβλημάτων ασφαλείας, όταν ο μέσος όρος στην ΕΕ είναι 25 στους 100. Ο σκεπτικισμός για την ασφάλεια του Διαδικτύου αποθάρρυνε το 15% των ελλήνων χρηστών από online αγορές και το 22% από τραπεζικές εργασίες. Αυτά προκύπτουν από έκθεση που δημοσιοποίησε η Eurostat για την ασφάλεια του Internet με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Ασφαλούς Διαδικτύου.

Σύμφωνα με τα εν λόγω στοιχεία, τα μικρότερα ποσοστά χρηστών που αντιμετώπισαν ζητήματα ασφαλείας κατά τη χρήση του Internet έχει η Τσεχία (10%) και ακολουθούν η Ολλανδία (11%), η Σλοβακία (13%), η Ιρλανδία (14%) και η Κύπρος (15%). Στην άλλη άκρη της σχετικής κατάταξης βρίσκεται η Κροατία, όπου σχεδόν ένας στους δύο χρήστες αντιμετώπισε προβλήματα ασφαλείας στο Διαδίκτυο το 2015 (42%). Ακολουθεί η Ουγγαρία (39%), με την Πορτογαλία να έπεται (36%) και τη Μάλτα και τη Γαλλία (34% και 33% αντίστοιχα) να συμπληρώνουν την πεντάδα των χωρών όπου οι χρήστες του Διαδικτύου αντιμετώπισαν τα περισσότερα ζητήματα ασφαλείας.

Πάντως, η έκθεση της Eurostat αναδεικνύει ένα ενδιαφέρον στοιχείο: ο φόβος για τους κινδύνους του Διαδικτύου συνεχίζει να αποθαρρύνει τους Ευρωπαίους και τους Έλληνες μεταξύ αυτών από τις διαδικτυακές αγορές και τις online τραπεζικές εργασίες. Για του λόγου το αληθές, σχεδόν ένας στους πέντε

Ευρωπαίους (19%) γύρισε την πλάτη σε αγορές μέσω του Διαδικτύου και σε τραπεζικές εργασίες (18%) εξαιτίας του φόβου για την ασφάλεια των συναλλαγών. Επιπλέον, το 13% των ευρωπαίων χρηστών δεν συνδέθηκε στο Internet από κινητή συσκευή ή μέσω ασύρματης σύνδεσης εκτός σπιτιού για τον ίδιο λόγο. Τα αντίστοιχα ποσοστά στην Ελλάδα για το 2015 είναι 15% για τις αγορές, 22% για τις τραπεζικές εργασίες και 2% για την εκτός σπιτιού ασύρματη σύνδεση.

Συνολικά πάντως η εικόνα της ασφάλειας του Διαδικτύου στην Ευρώπη δείχνει να βελτιώνεται διαχρονικά. Όπως αναφέρει η έκθεση της Eurostat, ενώ το 2010 το ποσοστό των χρηστών που «κόλλησαν ιό» μέσω του Διαδικτύου ανερχόταν σε 31%, το 2015 μειώθηκε κατά 10 μονάδες, στο 21%. Στην Ελλάδα η αντίστοιχη μείωση ήταν κατά 9 μονάδες, με το ποσοστό των χρηστών που «κόλλησαν ιό» μέσω του Internet να μειώνεται το 2015 στο 25% από 34% το 2010.

6.2 Χρησιμοποιούμενες δικλείδες ασφαλείας

Η διασφάλιση του απορρήτου των ηλεκτρονικών συναλλαγών αποτελεί πρωταρχικό στόχο για κάθε τράπεζα και οι επενδύσεις σε αυτόν τον τομέα υπήρξαν και συνεχίζουν να είναι πολύ σημαντικές. Παράλληλα, παρατηρείται μια διστακτικότητα από πλευράς κοινής γνώμης στη χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών, με κύρια αιτία την άγνοια σε θέματα ασφάλειας. Το σίγουρο είναι πως, για να επιτευχθεί ο στόχος και να αντιμετωπιστούν οποιεσδήποτε πιθανές απειλές, η συνεργασία τραπεζών και χρηστών είναι απαραίτητη.

Οι τράπεζες επικεντρώνουν τις προσπάθειές τους στη διασφάλιση της συναλλαγής με τον τελικό χρήστη, σε όλα τα στάδια που περιλαμβάνονται μέχρι την επιτυχή ολοκλήρωσή της. Απαραίτητη είναι η ταυτοποίηση της ίδιας της τράπεζας, του τελικού χρήστη, αλλά και η διασφάλιση του απόρρητου της “συνομιλίας” τους. Επίσης, υπάρχουν και κάποιες επιπρόσθετες δικλείδες ασφαλείας, που ενισχύουν περαιτέρω τις προσπάθειες των τραπεζών στην αντιμετώπιση εξωτερικών απειλών.

Κάθε τράπεζα επιλέγει έναν αναγνωρισμένο παροχέα (Trusted Third Party), ο οποίος να είναι σε θέση να πιστοποιήσει την ταυτότητά της στο Διαδίκτυο. Ένα παράδειγμα παροχέα τέτοιου είδους πιστοποίησης, ιδιαίτερα γνωστό στο ευρύ κοινό, είναι η εταιρεία Verisign. Για τον τελικό χρήστη αυτό μπορεί εύκολα να αναγνωριστεί από την εμφάνιση ενός μικρού εικονιδίου με μορφή λουκέτου στο κάτω μέρος των συγκεκριμένων σελίδων, μέσω του οποίου ο χρήστης μπορεί να επιβεβαιώσει ότι βρίσκεται στο σωστό προορισμό.

Όπως ακριβώς το ATM επιτρέπει μια συναλλαγή μέσω της κάρτας και ενός κωδικού, έτσι και το e-banking απαιτεί την ταυτοποίηση του χρήστη, προτού του επιτρέψει την πρόσβαση στους λογαριασμούς του. Για την ταυτοποίηση των χρηστών e-banking, οι τράπεζες ακολουθούν μια κοινή πρακτική, χρησιμοποιώντας τον προσωπικό κωδικό χρήστη (username) σε συνδυασμό με ένα επίσης προσωπικό μυστικό κωδικό (password). Ο χρήστης πρέπει να παραλαμβάνει τους δύο προσωπικούς του κωδικούς ξεχωριστά. Κοινή πρακτική αποτελεί επίσης οι προσωπικοί κωδικοί να μπλοκάρονται μετά από κάποιες λανθασμένες προσπάθειες εισαγωγής του χρήστη, καθώς οι συνεχείς λανθασμένες προσπάθειες θεωρούνται ύποπτες.

Για την περαιτέρω διασφάλιση των χρηστών, ορισμένες τράπεζες έχουν προχωρήσει σε ένα επιπλέον επίπεδο ασφάλειας, με πρόσθετους κωδικούς, αριθμούς εξουσιοδότησης συναλλαγής (TAN) και ψηφιακά πιστοποιητικά. Οι αριθμοί TAN (Transaction Authorization Number) είναι αριθμοί που απαιτούνται για την πραγματοποίηση μιας συναλλαγής, δημιουργούνται από την τράπεζα, δένονται με τον κωδικό του χρήστη και εισάγονται κατά τη διαδικασία της συναλλαγής. Το ψηφιακό πιστοποιητικό (digital certificate) αποτελεί το μέσο που παρέχει τη δυνατότητα στον κάτοχό του να υπογράψει ψηφιακά όλες τις ηλεκτρονικές συναλλαγές που εκτελεί μέσα από το e-banking. Το πιστοποιητικό, όταν εγκατασταθεί σε κάποιον υπολογιστή, προσφέρει τη δυνατότητα ταυτοποίησης του χρήστη και επιτρέπει συναλλαγές και μεταφορές χρημάτων μεταξύ λογαριασμών μόνο από το συγκεκριμένο χρήστη. Τα επιπλέον

επίπεδα ασφάλειας απαιτούνται συνήθως σε συναλλαγές που περιλαμβάνουν μεταφορές χρηματικών ποσών και όχι για συναλλαγές ενημερωτικού χαρακτήρα. Η φιλοσοφία είναι παρόμοια με αυτήν που ακολουθείται στα γκισέ των τραπεζών, όπου ο υπάλληλος απαιτεί από τον πελάτη την επίδειξη της ταυτότητάς του, όταν αυτός ζητήσει τη μεταφορά χρημάτων.

Μια επιπρόσθετη δικλείδα ασφαλείας, με την οποία εξασφαλίζεται το απόρρητο κατά τη μεταφορά των δεδομένων, είναι η κρυπτογράφησή τους. Το πρωτόκολλο επικοινωνίας SSL (Secure Sockets Layer) μαζί με την κρυπτογράφηση στα 128bit εξασφαλίζει την ασφάλεια των συναλλαγών μέσω Διαδικτύου. Η κρυπτογράφηση με 128bit σημαίνει ότι υπάρχουν 2¹²⁸ πιθανά κλειδιά που χρησιμοποιούνται για την κρυπτογράφηση των μηνυμάτων από τον Internet Explorer στον server της τράπεζας. Για αυτόν το λόγο, η κρυπτογράφηση στα 128bit θεωρείται πρακτικά αδύνατο να παραβιαστεί. Ο χρήστης μπορεί να αναγνωρίσει εάν η σελίδα στην οποία βρίσκεται είναι ασφαλής, καθώς το πρωτόκολλο που εμφανίζεται με τη διεύθυνση της τράπεζας μετατρέπεται από “http” σε “https” και εμφανίζεται παράλληλα και το χαρακτηριστικό εικονίδιο με το λουκέτο στο κάτω μέρος της σελίδας.

Η πρόσβαση στα συστήματα των περισσότερων τραπεζών (servers) προστατεύεται από τελευταία τεχνολογία Firewall και IDS (Intrusion Detection Systems), η οποία επιτρέπει τη χρήση συγκεκριμένων υπηρεσιών, απαγορεύοντας παράλληλα την πρόσβαση σε συστήματα και βάσεις δεδομένων με απόρρητα στοιχεία και πληροφορίες της τράπεζας σε μη αναγνωρισμένους χρήστες.

6.3 Η ασφάλεια από την πλευρά της τράπεζας

Παράλληλα με την απαραίτητη τεχνολογική υποδομή, η διασφάλιση των ηλεκτρονικών συναλλαγών απαιτεί και την υιοθέτηση αυστηρών διαδικασιών από την τράπεζα, όσον αφορά την ανάπτυξη, διαχείριση και προσφορά της υπηρεσίας e-banking. Είναι κοινή τραπεζική πρακτική, που ακολουθείται και στις υπηρεσίες e-banking, να προστατεύονται τα προγράμματα και τα

συστήματα από διαδικασίες που απαιτούν συνδυασμένες ενέργειες δύο ή περισσότερων ανθρώπων από διαφορετικά τμήματα. Παράλληλα, όλες οι νέες εφαρμογές σχεδιάζονται και υλοποιούνται κάτω από ιδιαίτερα αυστηρές διαδικασίες ελέγχου προτού παραδοθούν. Τέλος, πολλές τράπεζες επιλέγουν τη συνεργασία με ανεξάρτητους εξωτερικούς φορείς για τον έλεγχο της λειτουργίας των διαδικασιών που ακολουθούν.

Επιπλέον, δικλείδες ασφαλείας που χρησιμοποιούν οι περισσότερες τράπεζες:

- **Εισαγωγή στοιχείων εισόδου:** Καθώς παρατηρήθηκε η εμφάνιση ιών, οι οποίοι είχαν τη δυνατότητα να καταγράφουν πληκτρολογήσεις χρηστών, ορισμένες τράπεζες υιοθέτησαν τη χρήση εικονικού πληκτρολογίου για την καταχώριση των στοιχείων χρήστη ή επιλεκτικά την καταχώριση ορισμένων από τα στοιχεία αυτά (π.χ. το 1ο και το 3ο γράμμα του κωδικού). Έτσι, ακόμα κι αν μπορούσε να υποκλαπεί ο ένας από τους δύο κωδικούς ταυτοποίησης, δεν θα είχε καμία ισχύ η αποκλειστική του χρήση και ο χρήστης θα παρέμενε ασφαλής.
- **Αυτόματη αποσύνδεση χρήστη:** Στις περισσότερες εφαρμογές e-banking, η ολοκλήρωση μιας συναλλαγής επιτρέπεται μέσα σε ένα συγκεκριμένο χρονικό όριο (συνήθως πέντε έως δεκαπέντε λεπτά), μετά τη λήξη του οποίου το σύστημα αποσυνδέει το χρήστη αυτόματα.
- **Υποχρεωτική αλλαγή κωδικών:** Η πλειονότητα των τραπεζών υποχρεώνει τους χρήστες e-banking στην άμεση αλλαγή των προσωπικών τους κωδικών με κάποιους της επιλογής τους, οι οποίοι να εντυπώνονται και πιο εύκολα στη μνήμη. Συνήθης πρακτική αποτελεί επίσης η αυτόματη απενεργοποίηση των κωδικών μετά από ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, στο οποίο ο χρήστης δεν έχει προχωρήσει σε κάποια συναλλαγή.

6.4 Η ασφάλεια από την πλευρά του πελάτη

Οι τράπεζες από μόνες τους δεν είναι σε θέση να εξασφαλίσουν απόλυτα την ασφάλεια των συναλλαγών, είτε ηλεκτρονικών είτε φυσικών. Η προσοχή και η ανάληψη προληπτικών μέτρων από τη μεριά του χρήστη σε συνδυασμό με τις απαραίτητες παροχές από την τράπεζα, μπορούν να εξασφαλίσουν την επιτυχία

της συναλλαγής. Συγκεκριμένα, κάθε χρήστης υπηρεσιών e-banking θα πρέπει να έχει υπόψη του πως:

- Οι κωδικοί εισόδου στο e-banking είναι αυστηρά προσωπικοί και σε καμία περίπτωση δεν πρέπει ο ιδιοκτήτης τους να τους μοιράζεται με κανέναν. Καλό θα ήταν κάθε χρήστης να αποστηθίζει τους κωδικούς του και να μην τους έχει σε γραπτή μορφή, καθώς υπάρχει ο κίνδυνος να κλαπούν, και να τους αλλάζει τακτικά. Επίσης καλό είναι να μην χρησιμοποιούνται οι κωδικοί που έχουν επιλεγθεί για είσοδο στο e-banking και σε άλλα, μη ασφαλή sites.
- Είναι απαραίτητος ο έλεγχος της διεύθυνσης της ιστοσελίδας, στην οποία θα εισάγει τα στοιχεία του, καθώς μπορεί να αποτελεί αντιγραφή κάποιου τραπεζικού site, με σκοπό την παραπλάνηση και την απόκτηση των προσωπικών του στοιχείων. Στην περίπτωση που η ηλεκτρονική διεύθυνση δεν είναι εμφανής, ένας ακόμη τρόπος επιβεβαίωσης της ταυτότητας της ιστοσελίδας είναι μέσω του εικονιδίου (λουκέτο), το οποίο εμφανίζεται στις ασφαλείς τραπεζικές σελίδες.
- Είναι απαραίτητη η εγκατάσταση στον υπολογιστή προγράμματος που να τον προστατεύει από την απειλή ιών. Καθώς παρατηρείται συνεχώς η εμφάνιση καινούριας μορφής ιών, η συχνή ανανέωση των σχετικών προγραμμάτων είναι επίσης απαραίτητη.
- Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δίνεται σε περίπτωση που ο υπολογιστής που χρησιμοποιείται δεν ανήκει στο χρήστη (αεροδρόμια, internet café, κ.λπ.) κυρίως στο τι επιλέγει να αποθηκεύσει σε αυτόν.

6.5 Είδη κινδύνων

Οι επίδοξοι εισβολείς έχουν πολλούς τρόπους πάντως να επιτύχουν τους σκοπούς τους. Οι κίνδυνοι που μπορούν να παρουσιαστούν στο διαδίκτυο και να βλάψουν τον χρήστη του, που ταυτόχρονα χρησιμοποιεί τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι οι εξής:

6.5.1 ΙΟΙ (VIRUS)

Οι γνωστοί σε όλους μας ιοί που έχουν ιστορία δεκαετιών, συνεχώς αναπτύσσονται και γίνονται πιο έξυπνοι προσπαθώντας να εισβάλλουν στον υπολογιστή του χρήστη και να τον βλάψουν με διάφορους τρόπους.

6.5.2 SNIFFER

Ένας sniffer είναι ένα πρόγραμμα ή μια συσκευή που παρακολουθεί κρυφά την κίνηση ενός δικτύου με σκοπό να αρπάζει κάθε πληροφορία που ταξιδεύει σε αυτό. Ουσιαστικά οι sniffers είναι τεχνολογία υποκλοπής δεδομένων.

6.5.3 KEYLOGGERS

Το keylogger (καταγραφή πληκτρολογήσεων) συμβαίνει όταν καταγράφονται οι πληκτρολογήσεις του χρήστη χωρίς ο ίδιος να το ξέρει ή να το επιτρέπει. Χρησιμοποιείται από επιτήδειους για την κλοπή στοιχείων πιστωτικής κάρτας, τραπεζικών συναλλαγών και προσωπικών κωδικών και αποτελεί σοβαρή απειλή για τη διαρροή προσωπικών/ εταιρικών στοιχείων.

6.5.4 ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΜΗΧΑΝΙΚΗ

Η κοινωνική μηχανική ορίζεται ως ένα μη τεχνικό είδος παράνομης εισβολής που βασίζεται κυρίως στην ανθρώπινη επικοινωνία και συχνά περιλαμβάνει κόλπα τα οποία ωθούν τους ανθρώπους να καταργήσουν τις οριζόμενες διαδικασίες ασφαλείας. Σενάρια κοινωνικής μηχανικής μπορούν να περιλαμβάνουν για παράδειγμα τηλεφωνική επικοινωνία του κοινωνικού μηχανικού με το χρήστη όπου ο πρώτος προσποιείται ότι είναι μέλος της ομάδας IT που χρειάζεται τους κωδικούς πρόσβασης του χρήστη και άλλες πληροφορίες.

6.5.5 ΔΟΥΡΕΙΟΙ ΙΠΠΟΙ

Ένας δούρειος ίππος (Trojan horse) είναι ένα φαινομενικά χρήσιμο πρόγραμμα για τον υπολογιστή που περιέχει καμουφλαρισμένες εντολές οι οποίες όταν εκτελεστούν δημιουργούν 100 αθέμιτες ή βλαπτικές δράσεις.

6.5.6 PHISHING

Το phishing είναι η αποστολή email σε χρήστη προσποιούμενο ότι προέρχεται από νόμιμη επιχείρηση κυρίως τράπεζα με σκοπό να εξαπατήσει το χρήστη και να πάρει ιδιωτικές πληροφορίες που θα χρησιμοποιηθούν για κλοπή της ταυτότητας του. Το email προτρέπει το χρήστη να επισκεφτεί ένα website όπου του ζητείται να ενημερώσει τις προσωπικές του πληροφορίες όπως κωδικούς και αριθμούς πιστωτικών καρτών. Το website όμως είναι πλαστό και έχει δημιουργηθεί με σκοπό να κλέψει τη ζητούμενη πληροφορία.

6.5.7 PHARMING

Καθώς οι χρήστες και οι οργανισμοί είναι πλέον περισσότερο προσεκτικοί στις επιθέσεις phishing, οι απατεώνες προχώρησαν ένα βήμα παραπάνω. Η νέα τάση στην ηλεκτρονική υποκλοπή κωδικών ονομάζεται pharming.

Οι βασικές διαφορές του pharming από το phishing είναι δύο:

- Η επίθεση μπορεί να γίνει μαζικά σε πολλούς χρήστες και όχι μεμονωμένα σε κάθε χρήστη.
- Η μετακίνηση σε pharming site γίνεται χωρίς την παρεμβολή του χρήστη (π.χ. επιλογή link από email)

6.5.8 FAKEBANKS

Τέλος, ιδιαίτερα διαδεδομένη είναι η χρήση ψευδών τραπεζικών sites (fakebanks). Στην περίπτωση αυτή οι εισβολείς δημιουργούν sites πανομοιότυπα με αυτά των νόμιμων τραπεζών με μικρές διαφοροποιήσεις ή ακόμα και νέα sites που υποτίθεται ότι είναι ηλεκτρονικές τράπεζες. Αρκετοί είναι οι χρήστες που εξαπατώνται και διενεργούν εικονικές συναλλαγές χωρίς καμία υπόσταση δίνοντας έτσι κωδικούς, αριθμούς λογαριασμών και καρτών εν αγνοία τους.

Κεφάλαιο 7

Έρευνα και ερωτηματολόγιο

7.1 Ταυτότητα έρευνας

Η έρευνα που παρουσιάζεται παρακάτω αποτελείται από ερωτήσεις οι οποίες θέλουν να διερευνήσουν τα ακόλουθα:

- Πόσοι από τους ερωτώμενους είναι πελάτες εναλλακτικών δικτύων και σε πόσες τράπεζες
- Πόσο συχνά χρησιμοποιούν τα εναλλακτικά δίκτυα και για ποιες συναλλαγές
- Αν αισθάνονται ασφάλεια με τις ηλεκτρονικές συναλλαγές
- Αν θα επιθυμούσαν εμπλουτισμό των υπηρεσιών e-banking
- Καθώς και αν το e-banking αποτελεί κριτήριο επιλογής τράπεζας και αν θα μπορούσαν να εξυπηρετηθούν μόνο με ηλεκτρονικές υπηρεσίες χωρίς φυσική παρουσία τράπεζας

Η συλλογή των στοιχείων έγινε με βάση ένα ερωτηματολόγιο που περιέχει κατά βάση κλειστές ερωτήσεις με προτεινόμενες απαντήσεις και ερωτήσεις της κλίμακας Likert. Το ερωτηματολόγιο απευθυνόταν σε ενήλικους πελάτες τραπεζών, το οποίο στάλθηκε με ηλεκτρονική αλληλογραφία και οι ερωτηθέντες καλούνταν να απαντήσουν σε αυτό μέσω συνδέσμου (link). Σκοπός αυτή της μεθόδου διανομής ήταν η προσέγγιση μεγάλου δείγματος διαφόρων ηλικιών από διαφορετικές περιοχές της Ελλάδος.

Τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν σε ένα τυχαίο δείγμα 150 πελατών των ελληνικών τραπεζών. Ο ορισμός του δείγματος έχει να κάνει με τον καθορισμό των χαρακτηριστικών του πληθυσμού, όπως τα βασικά

δημογραφικά χαρακτηριστικά (φύλο, ηλικία, επάγγελμα) που θεωρούνται ιδιαίτερα σημαντικά για την έρευνα, καθώς η κατανομή του δείγματος πρέπει να είναι ανάλογη αυτών (Χαρίσης Κ. και Κιόχος Π. 1997).

7.2 Τρόπος συλλογής δεδομένων

Η παρούσα έρευνα χωρίστηκε σε δύο σκέλη. Στο πρώτο σκέλος του ερωτηματολογίου στόχος είναι η συλλογή στοιχείων για τον προσδιορισμό του προφίλ των συμμετεχόντων. Στο δεύτερο σκέλος στόχος ήταν η διεξαγωγή συμπερασμάτων σε σχέση με την γνώση των πελατών για την ηλεκτρονική τραπεζική και την ποσοτική χρησιμοποίησή της αλλά και το κατά πόσο είναι ικανοποιημένοι οι πελάτες από της ηλεκτρονικές υπηρεσίες των τραπεζών. Τα αποτελέσματα της έρευνας μας δίνουν την δυνατότητα διεξαγωγής πληθώρας συνδυαστικών αποτελεσμάτων. Κύρια μεγέθη ανάλυσης είναι ποιες υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής προτιμούν οι πελάτες της τράπεζας, η συχνότητα χρησιμοποίησής του και η ικανοποίηση τους από τις υπηρεσίες.

Από το σύνολο των 150 ερωτηματολογίων που στάλθηκαν, υπήρξε ανταπόκριση από 80 πελάτες-χρήστες των εναλλακτικών δικτύων, οι οποίοι υπέβαλαν συμπληρωμένα ερωτηματολόγια και αποτέλεσαν το δείγμα της έρευνας.

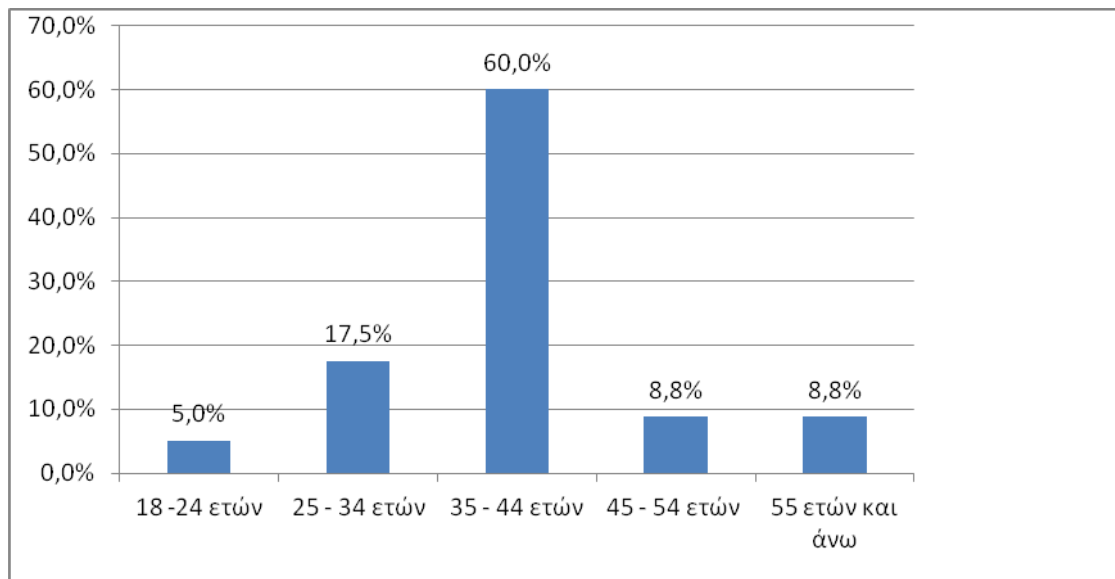
7.3 Ερευνητικά ερωτήματα

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ

Ερώτηση 1: Πόσων ετών είστε;

1. 18 -24
2. 25 – 34
3. 35 – 44
4. 45 – 54
5. 55 ετών και άνω

Στο γράφημα φαίνονται τα ποσοστά των ηλικιακών κατηγοριών που ανήκει το δείγμα μας. Συγκεκριμένα το 5 % του δείγματος ανήκει στην ηλικιακή κατηγορία 18 – 24 ετών, το 17,5 % ανήκει στην ηλικιακή κατηγορία 25 – 34 ετών, το 60 % στην ηλικιακή κατηγορία 35 – 44 ετών το 8,8 % στην ηλικιακή κατηγορία 45 – 54 ετών και επίσης άλλο ένα 8,8 % αποτελείται από άτομα ηλικίας 55 ετών και άνω. Όπως συμπεραίνουμε από το γράφημα, τα μεγαλύτερα ποσοστά βρίσκονται στις ηλικιακές κατηγορίες 25 – 44 ετών, ενώ για τις υπόλοιπες ηλικιακές κατηγορίες βρίσκονται σε πολύ χαμηλά ποσοστά.

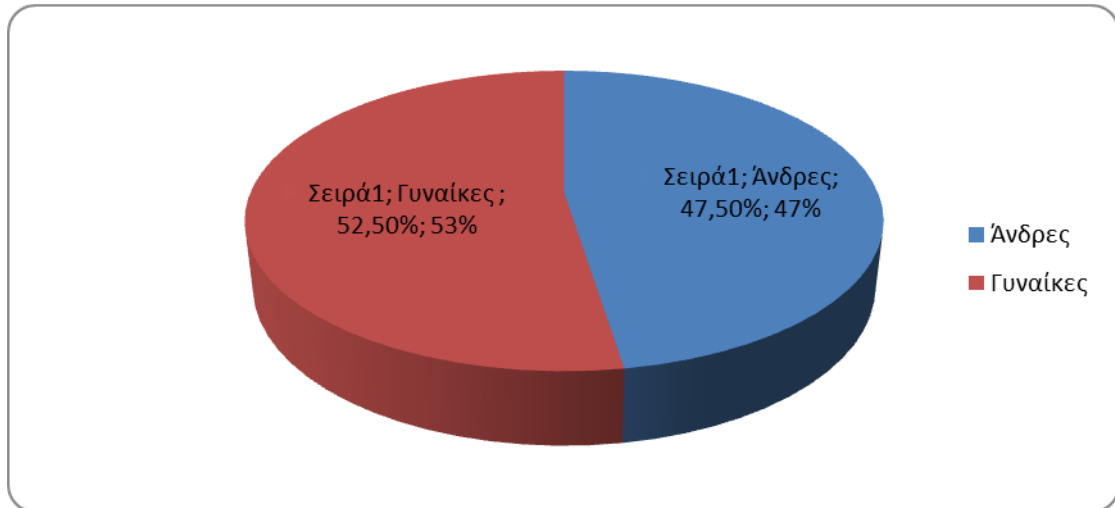


Διάγραμμα 7

Ερώτηση 2 : Το φύλλο σας:

1. Άνδρας
2. Γυναίκα

Στο δείγμα μας, ποσοστό 52,5% είναι οι γυναίκες και 48,5 % είναι οι άνδρες.

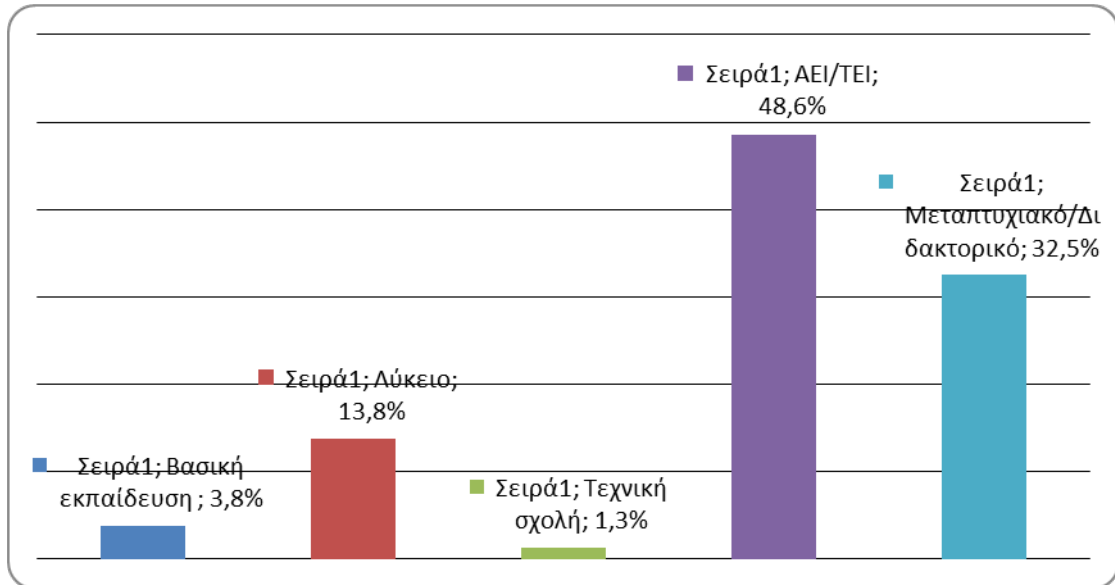


Διάγραμμα 8

Ερώτηση 3: Είστε απόφοιτος:

1. Βασικής εκπαίδευσης
2. Λυκείου
3. Τεχνικής σχολής
4. ΑΕΙ / ΤΕΙ
5. Μεταπτυχιακό / διδακτορικό

Όσον αφορά μορφωτικό επίπεδο των ερωτηθέντων παρατηρούμε ότι το 3,8% ανήκει στην κατηγορία της βασικής εκπαίδευσης, το 13,8% είναι απόφοιτοι λυκείου, ποσοστό 1,3% είναι απόφοιτοι κάποιες τεχνικής σχολής, ενώ τη μερίδα του λέοντος κατέχουν οι απόφοιτοι ΑΕΙ/ΤΕΙ και μεταπτυχιακού/διδακτορικού με ποσοστά 48,6% και 32,5% αντίστοιχα.

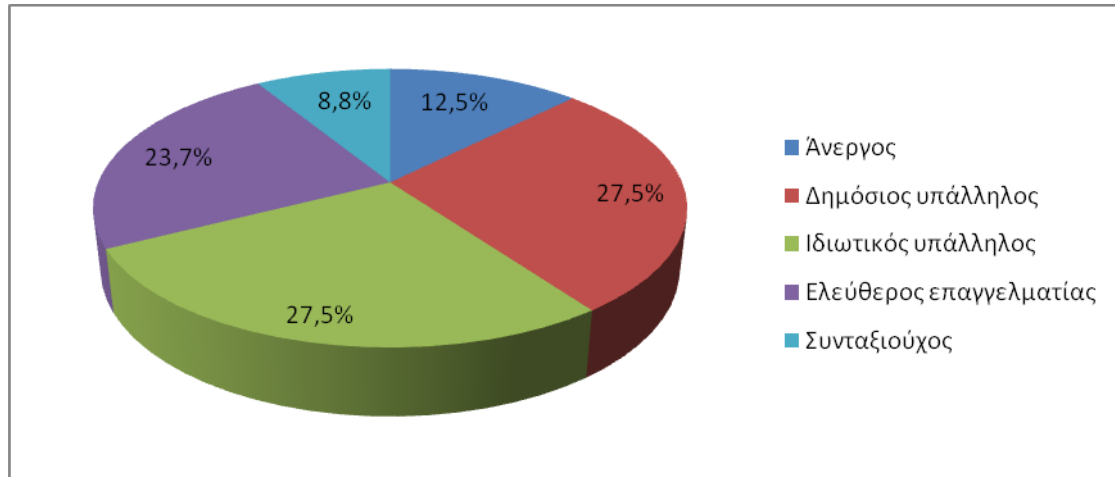


Διάγραμμα 9

Ερώτηση 4: Ποίο είναι το επάγγελμα σας;

1. Άνεργος
2. Δημόσιος υπάλληλος
3. Ιδιωτικός υπάλληλος
4. Ελεύθερος επαγγελματίας
5. Συνταξιούχος

Εκτός από την ηλικία, το φύλο και το μορφωτικό επίπεδο ως δημογραφικό στοιχείο της έρευνας χρησιμοποιήθηκε και το επάγγελμα. Στο παρακάτω γράφημα εμφανίζονται τα ποσοστά των επαγγελματικών κατηγοριών των ερωτηθέντων. Το 8,8% των ερωτηθέντων είναι οι συνταξιούχοι, το 12,5% άνεργοι, το 23,8% ελεύθεροι επαγγελματίες και το υπόλοιπο 55,0% μοιράζεται ισόποσα μεταξύ των ιδιωτικών και των δημοσίων υπαλλήλων.



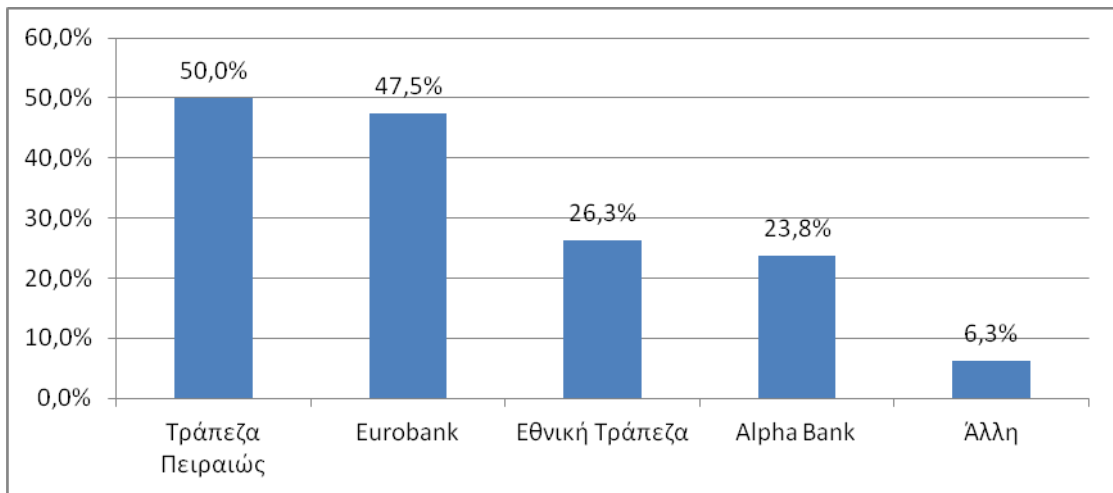
Διάγραμμα 10

ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

Ερώτηση 5: Τράπεζες συναλλαγής:

1. Eurobank
2. Τράπεζα Πειραιώς
3. Εθνική Τράπεζα
4. Alpha Bank
5. Άλλη

Η πρώτη από τις γενικές ερωτήσεις που κλήθηκαν να απαντήσουν οι συμμετέχοντες είναι για την τράπεζα με την οποία συναλλάσσονται. Το τοπίο έχει αλλάξει σημαντικά στον ελληνικό τραπεζικό χώρο με τις συγχωνεύσεις των τραπεζών και το μερίδιο να μοιράζεται μεταξύ των τεσσάρων συστημικών τραπεζών, ενώ οι υπόλοιπες κατέχουν πολύ μικρό κομμάτι της τραπεζικής αγοράς. Σύμφωνα με τις απαντήσεις που έδωσαν οι ερωτώμενοι το 50% συναλλάσσεται με την Τράπεζα Πειραιώς, το 47,5% συναλλάσσεται με την Eurobank, το 26,3% με την Εθνική Τράπεζα, το 23,8% συναλλάσσεται με την Alpha Bank, ενώ το ποσοστό του δείγματος που συναλλάσσεται με τις υπόλοιπες τράπεζες καταλαμβάνει μερίδιο 6,3%.

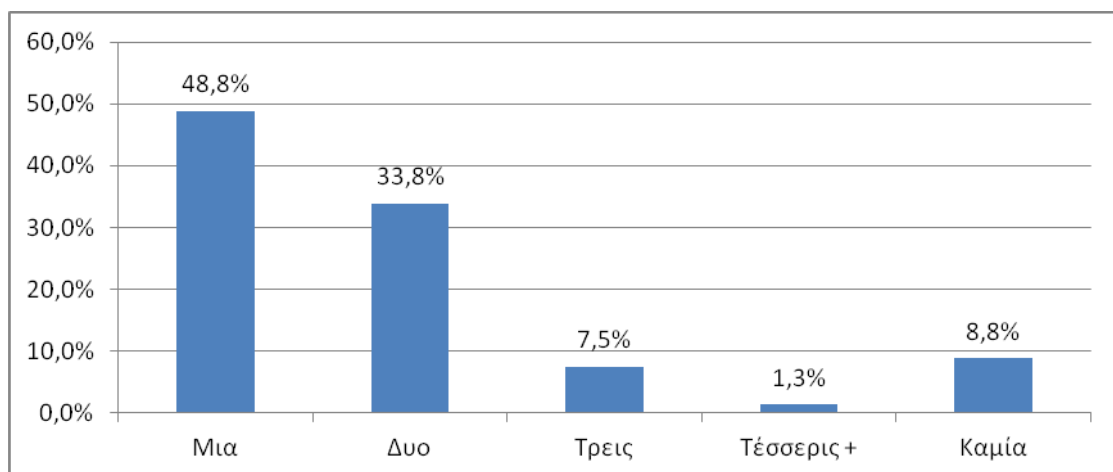


Διάγραμμα 11

Ερώτηση 6: Σε πόσες τράπεζες είστε χρήστης των εναλλακτικών δικτύων;

1. Μια
2. Δυο
3. Τρεις
4. Τέσσερις +
5. Καμία

Στην παραπάνω ερώτηση η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων είναι χρήστες των εναλλακτικών δικτύων μιας έως δυο τραπεζών σε ποσοστά 48,8% και 33,8% αντίστοιχα, ενώ ποσοστό 7,5% είναι χρήστες εναλλακτικών δικτύων 3 τραπεζών καθώς και ποσοστό 1,3% σε τέσσερις τράπεζες. Τέλος, ποσοστό 8,8% δεν χρησιμοποιεί καθόλου τα εναλλακτικά δίκτυα.

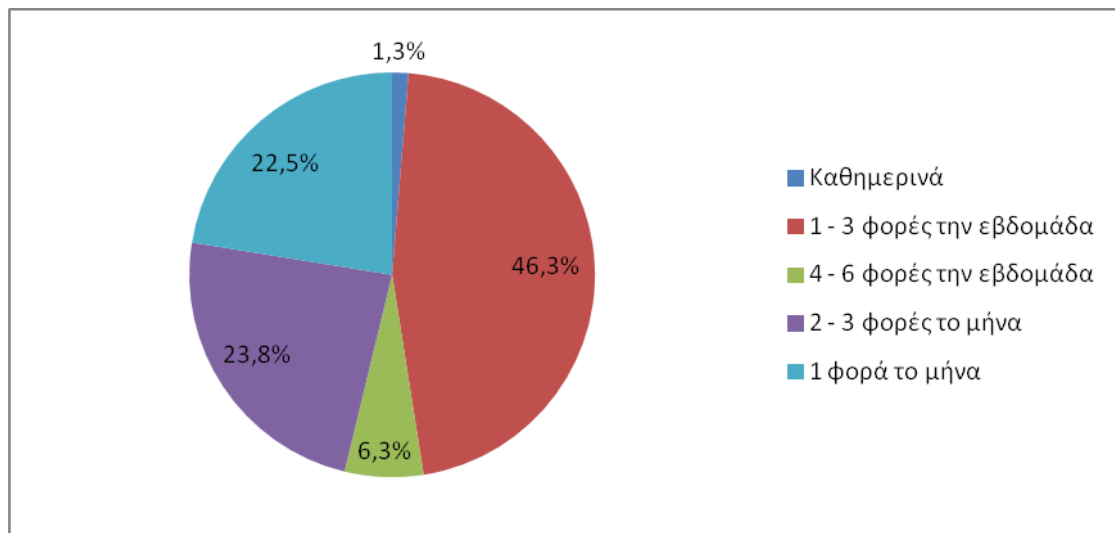


Διάγραμμα 12

Ερώτηση 7: Πόσο συχνά πραγματοποιείτε τραπεζικές συναλλαγές;

1. Καθημερινά
2. 1 – 3 φορές την εβδομάδα
3. 4 – 6 φορές την εβδομάδα
4. 2 – 3 φορές το μήνα
5. 1 φορά το μήνα

Όσον αφορά την συχνότητα χρήσης των εναλλακτικών δικτύων ποσοστό 46,3% συναλλάσσεται 1 έως 3 φορές το μήνα, ποσοστό 52,6% συναλλάσσεται 1 έως 6 φορές την εβδομάδα, ενώ τέλος ποσοστό 1,3% συναλλάσσεται καθημερινά.



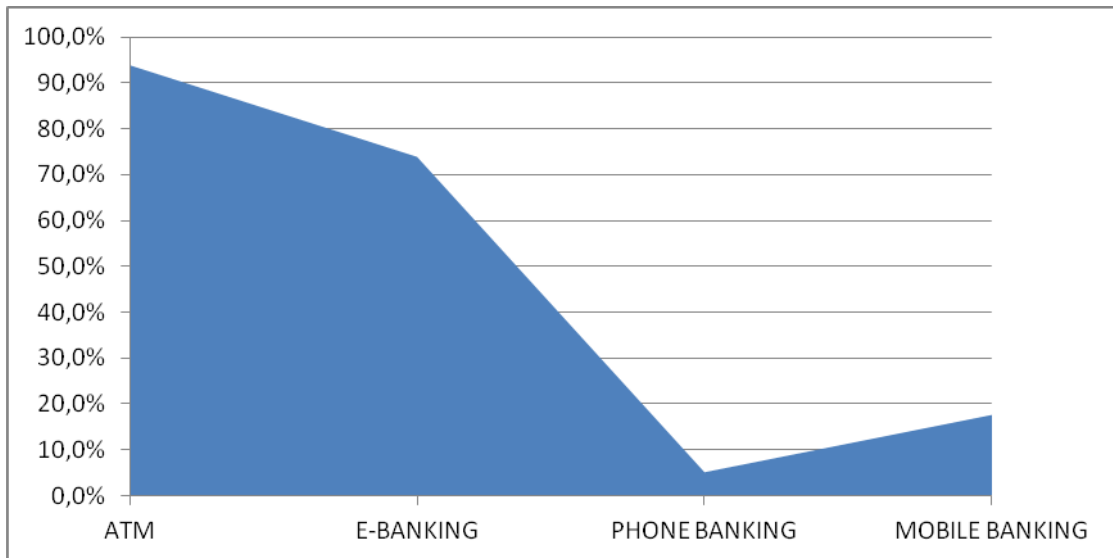
Διάγραμμα 13

Ερώτηση 8: Ποιο ή ποια από τα εναλλακτικά δίκτυα χρησιμοποιείτε;

1. ATM
2. E-banking
3. Phone banking
4. Mobile banking

Στην ερώτηση χρήσης εναλλακτικών δικτύων η συντριπτική πλειοψηφία, σε ποσοστό 93,8%, χρησιμοποιεί το ATM, το 73,8% χρησιμοποιεί το e-banking, το 17,5% το mobile banking, ενώ ποσοστό 5% χρησιμοποιεί και το phone banking. Βλέπουμε ότι τα ποσοστά χρήσης των εναλλακτικών δικτύων είναι πολύ μεγάλα. Σε αυτό το γεγονός έχει συμβάλει η επιβολή των capital controls που

ανάγκασε πολύ κόσμο που διαφορετικά δεν θα χρησιμοποιούσε τα εναλλακτικά δίκτυα να προσφύγει σε αυτά.

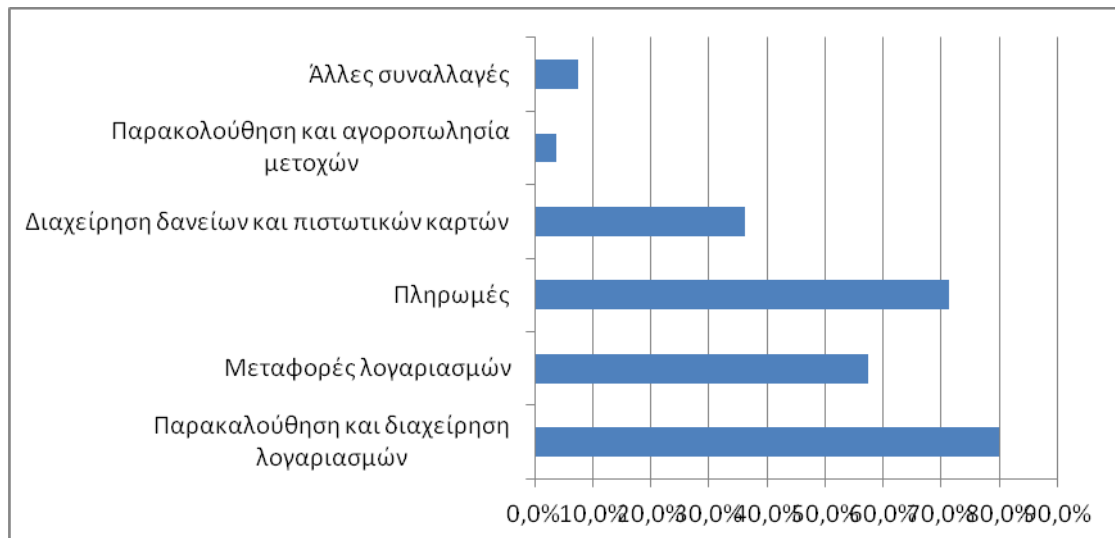


Διάγραμμα 14

Ερώτηση 9: Ποίες είναι οι συναλλαγές που χρησιμοποιείται κυρίως μέσω του e-banking;

1. Παρακολούθηση και διαχείριση λογαριασμών
2. Μεταφορές λογαριασμών
3. Πληρωμές
4. Διαχείριση πιστωτικών καρτών και δανείων
5. Παρακολούθηση και αγοροπωλησία μετοχών
6. Άλλες συναλλαγές

Οι δυνατότητες που έχει ο χρήστης στην ηλεκτρονική τραπεζική είναι πλέον πάρα πολλές και καλύπτουν την συντριπτική πλειοψηφία των αναγκών ενός πελάτη τράπεζας. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων χρησιμοποιεί το e-banking για την παρακολούθηση και την διαχείριση των λογαριασμών του με ποσοστό 80%, ακολουθούν οι πληρωμές με ποσοστό 71,3%, οι μεταφορές μεταξύ λογαριασμών με ποσοστό 57,5% και η διαχείριση δανείων και πιστωτικών καρτών με ποσοστό 36,3%. Ένα μικρό ποσοστό 3,8% παρακολουθεί το χαρτοφυλάκιο των μετοχών και αμοιβαίων κεφαλαίων του ενώ ποσοστό 7,5% πραγματοποιεί και άλλες συναλλαγές.

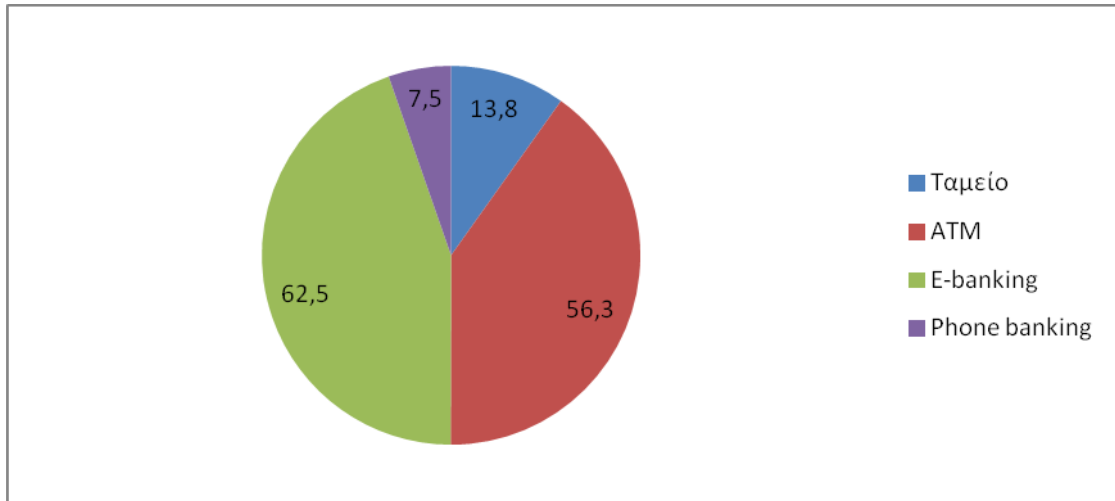


Διάγραμμα 15

Ερώτηση 10: Ποίο μέσο εξυπηρέτησης προτιμάτε για τις συναλλαγές σας;

1. Ταμείο
2. ATM
3. E-banking
4. Phone banking /m-banking

Στο δείγμα μας το μέσο εξυπηρέτησης που προτιμάται είναι το e-Banking με ποσοστό 62,5% με δεύτερο το ATM με ποσοστό 56,3%. Στην τρίτη θέση βρίσκεται η εξυπηρέτηση από το ταμείο με ποσοστό 13,8% και στην τελευταία θέση το phone/mobile banking με ποσοστό 7,5%. Συμπεραίνουμε ότι το ταμείο προτιμάται από όσους δεν έχουν ουσιαστικά πρόσβαση στα εναλλακτικά δίκτυα. Το e-banking προσφέρει πολύ περισσότερες συναλλαγές σε σχέση με το ATM, αλλά και το ATM βρίσκεται σε σχετικά κοντινά ποσοστά με το e-banking λόγω της δυνατότητας πρόσβασης σε μετρητά που είναι το είδος συναλλαγής που προτιμάται στην Ελλάδα.

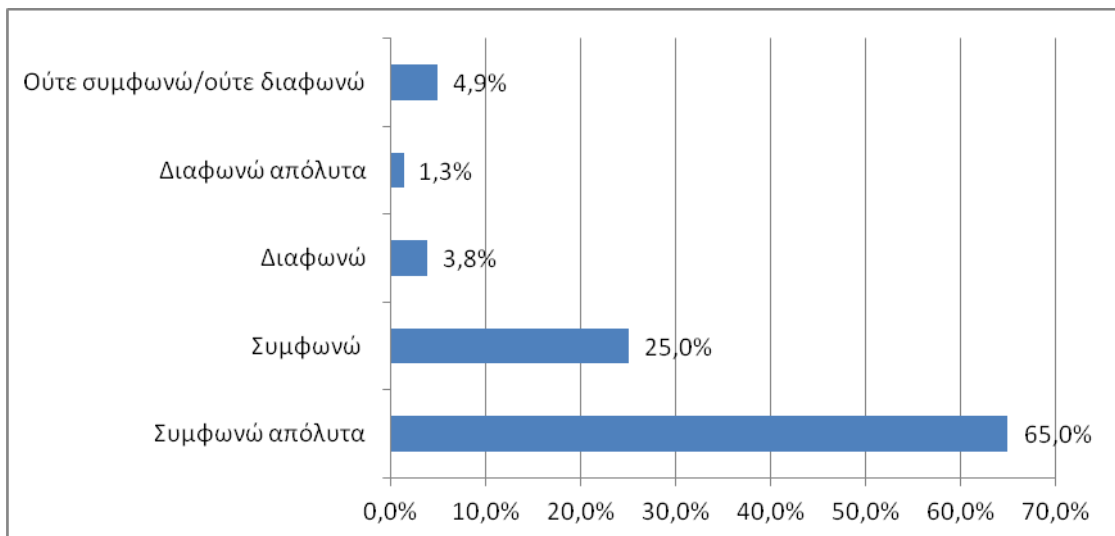


Διάγραμμα 16

Ερώτηση 11: Βρίσκετε χρήσιμες τισ υπηρεσίεσ του e-banking;

1. Συμφωνώ απόλυτα
2. Συμφωνώ
3. Διαφωνώ
4. Διαφωνώ απόλυτα
5. Ούτε συμφωνώ / ούτε διαφωνώ

Σχετική με την αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα οι ερωτηθέντεσ συμφωνούν απόλυτα σε ποσοστό 65% και άλλο ένα 25% συμφωνεί επίσης. Ακόμη και αυτοί που δεν το χρησιμοποιούν για οποιοδήποτε λόγο φαίνεται να αντιλαμβάνονται την χρησιμότητα του αφού μόνο 5,1% διαφωνεί.

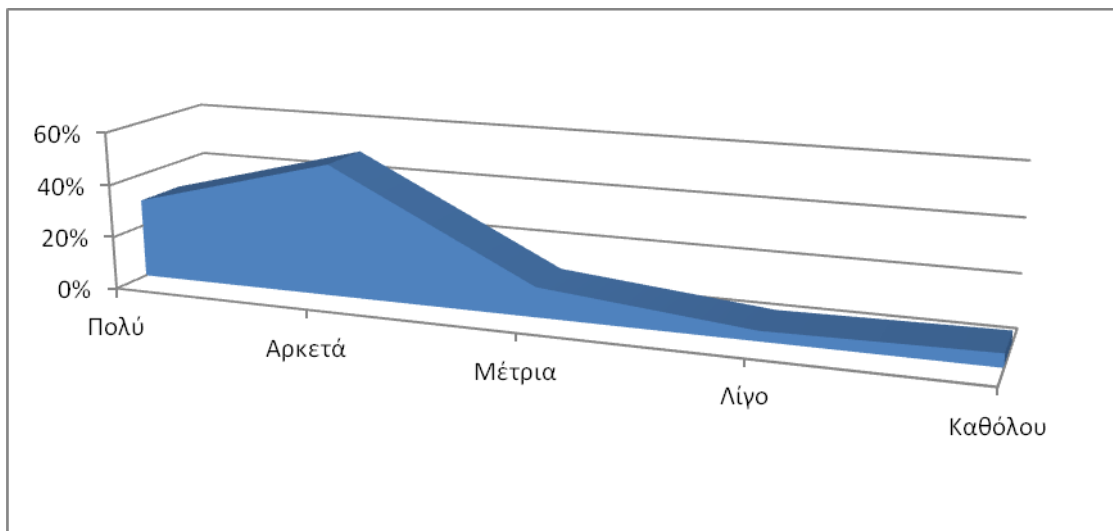


Διάγραμμα 17

Ερώτηση 12: Αισθάνεστε ασφαλείς με τις συναλλαγές μέσω e-banking;

1. Πολύ
2. Αρκετά
3. Μέτρια
4. Λίγο
5. Καθόλου

Στον τομέα της ασφάλειας των συναλλαγών μέσω e-banking το 80% αισθάνεται από αρκετά έως πολύ ασφαλής, το 11,3% μέτρια ασφαλής, το 3,8% λίγο και το 5% καθόλου. Διαπιστώνουμε ότι υπάρχει πολύ μεγάλο ποσοστό που αισθάνεται ασφαλής και αυτοί που δεν αισθάνονται ασφαλείς συμπίπτουν το ποσοστά τους με όσους είναι 55 ετών και άνω και με αυτούς που δεν θεωρούν χρήσιμες τις υπηρεσίες του e-banking.



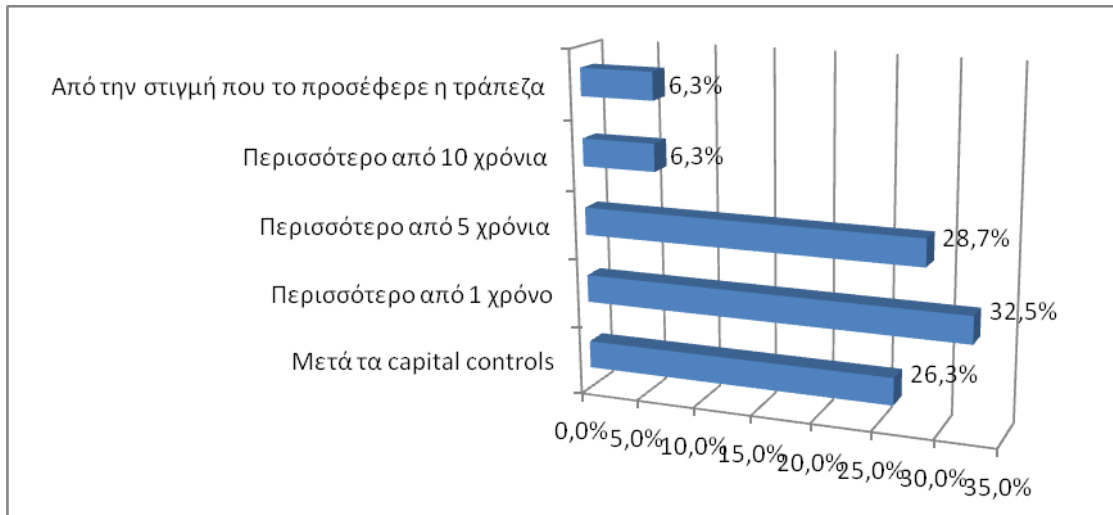
Διάγραμμα 18

Ερώτηση 13: Πόσο καιρό χρησιμοποιείτε τις υπηρεσίες του e-banking;

1. Μετά τα capital controls
2. Περισσότερο από 1 χρόνο
3. Περισσότερο από 5 χρόνια
4. Περισσότερο από 10 χρόνια
5. Από την στιγμή που το προσέφερε η τράπεζα με την οποία συνεργάζομαι

Η χρήση του e-banking είναι ευρέως διαδεδομένη τα τελευταία 3 χρόνια στην χώρα μας, αλλά με την επιβολή των capital controls βλέπουμε τα ποσοστά να

εκτινάσσονται και πλέον να μην το χρησιμοποιούν μόνο αυτοί που δεν έχουν πρόσβαση στο internet και αυτοί που δεν μπορούν να χρησιμοποιήσουν την τεχνολογία. Υπάρχει και μια μικρή μερίδα 6,3% που το χρησιμοποιεί περισσότερο από 10 χρόνια, οι οποίοι μάλλον συμπίπτουν με αυτούς που το χρησιμοποιούν από την στιγμή που προσέφερε την υπηρεσία η τράπεζα με την οποία συνεργάζονται.

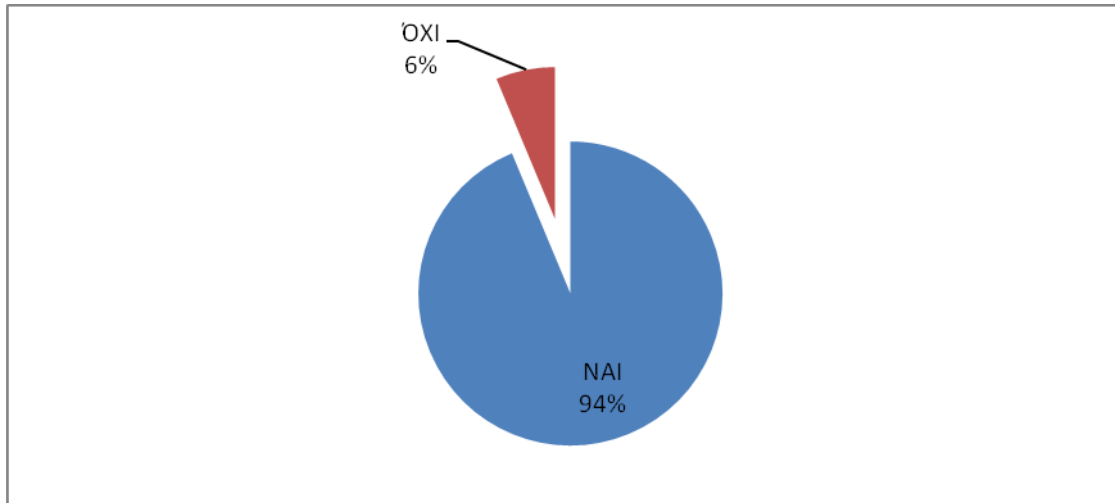


Διάγραμμα 19

Ερώτηση 14: Θα χρησιμοποιούσατε περισσότερο τα εναλλακτικά δίκτυα αν υπήρχαν κίνητρα (καλύτερη τιμολόγηση, bonus, δώρα κτλ);

1. ΝΑΙ
2. ΟΧΙ

Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων απάντησε θετικά, με τα ποσοστά των αρνητικών απαντήσεων να κυμαίνονται και πάλι στα ποσοστά των άνω των 55 ετών και αυτών που δεν έχουν και δεν επιθυμούν πρόσβαση στα εναλλακτικά δίκτυα.

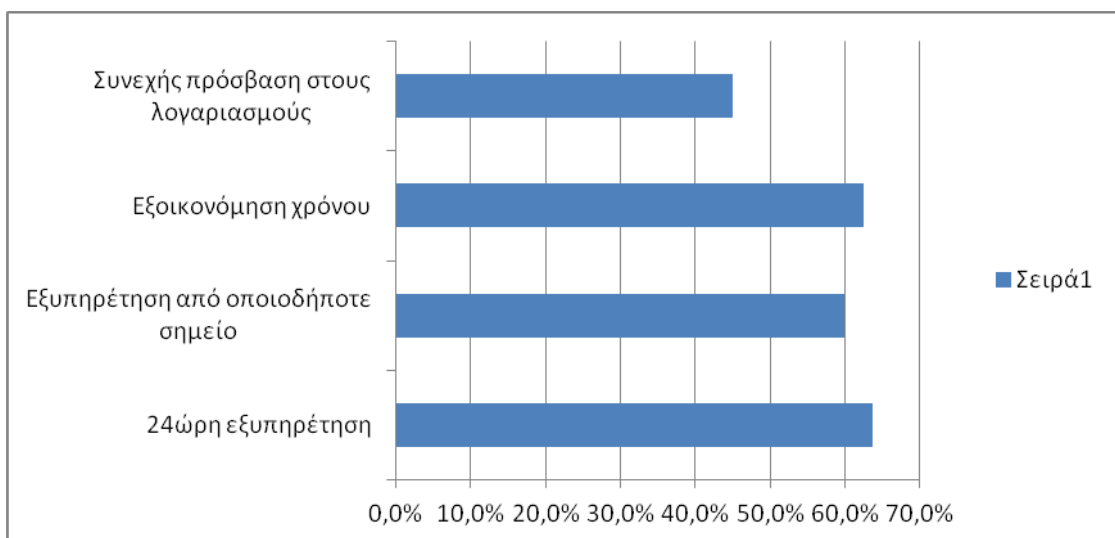


Διάγραμμα 20

Ερώτηση 15: Ποιο θεωρείτε ως το βασικό πλεονέκτημα από την χρήση των εναλλακτικών δικτύων;

1. Εξυπηρέτηση 24 ώρες / 7 ημέρες
2. Εξυπηρέτηση από όποιο σημείο βρίσκεστε
3. Εξοικονόμηση χρόνου
4. Συνεχής πρόσβαση στους λογαριασμούς

Σε αυτήν την ερώτηση υπήρχε η δυνατότητα περισσότερων της μιας απάντησης, οπότε βλέπουμε ότι οι μισοί από τους ερωτηθέντες επέλεξαν και τις 4 απαντήσεις. Γενικά, συμπεραίνουμε ότι αναγνωρίζεται από τους περισσότερους η ευκολία, η άμεση και συνεχής εξυπηρέτηση καθώς και η εξοικονόμηση χρόνου.

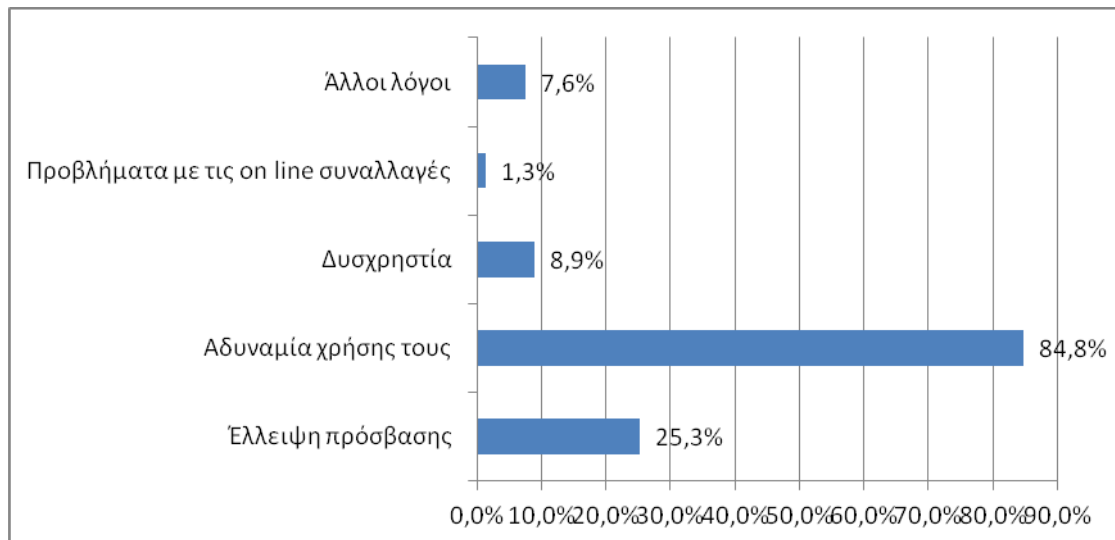


Διάγραμμα 21

Ερώτηση 16: Για ποιο λόγο θεωρείτε ότι δεν χρησιμοποιούνται τα εναλλακτικά δίκτυα από όλους τους πελάτες;

1. Έλλειψη πρόσβασης σε αυτά
2. Αδυναμία χρήσης τους
3. Δυσχρηστία
4. Προβλήματα στις online συναλλαγές
5. Άλλο

Οι κυριότεροι λόγοι είναι η αδυναμία χρήσης τους με την έλλειψη πρόσβασης να ακολουθεί, ενώ η δυσχρηστία καθώς και άλλα προβλήματα που μπορεί να προκύψουν όπως και τα προβλήματα με τις online συναλλαγές βρίσκονται σε χαμηλά ποσοστά.



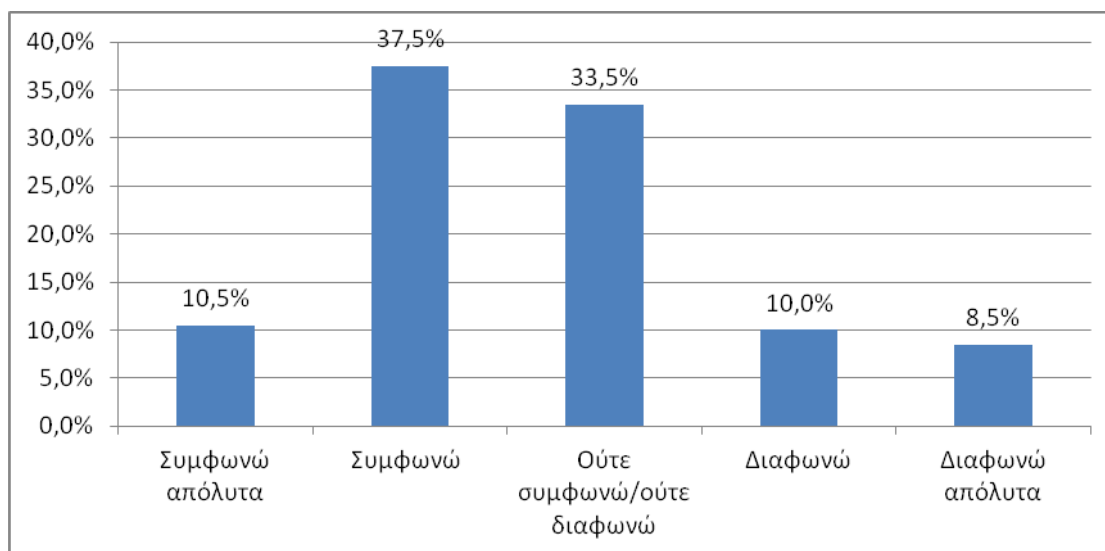
Διάγραμμα 22

Ερώτηση 17: Θα αλλάζατε την τράπεζα σας εάν σας προσέφεραν καλύτερες υπηρεσίες εναλλακτικών δικτύων άλλες τράπεζες;

1. Συμφωνώ απόλυτα
2. Συμφωνώ
3. Διαφωνώ
4. Διαφωνώ απόλυτα
5. Ούτε συμφωνώ / ούτε διαφωνώ

Όπως προκύπτει από τις απαντήσεις φαίνεται ότι μόνο εξαιτίας του e-banking οι μισοί περίπου από τους ερωτηθέντες είναι διατεθειμένοι να αλλάξουν

τράπεζα. Τα ποσοστά αυτών που θα άλλαζαν σίγουρα και αυτών που δεν θα άλλαζαν σίγουρα βρίσκονται κοντά στο 10,5% και στο 8,5% αντίστοιχα, ενώ αυτών που δηλώνουν αδιάφοροι βρίσκονται το 33,5%. Οι απαντήσεις αυτές είναι λίγο πολύ αναμενόμενες στην Ελλάδα επειδή πολύ σημαντικό ρόλο παίζουν οι διαπροσωπικές σχέσεις.

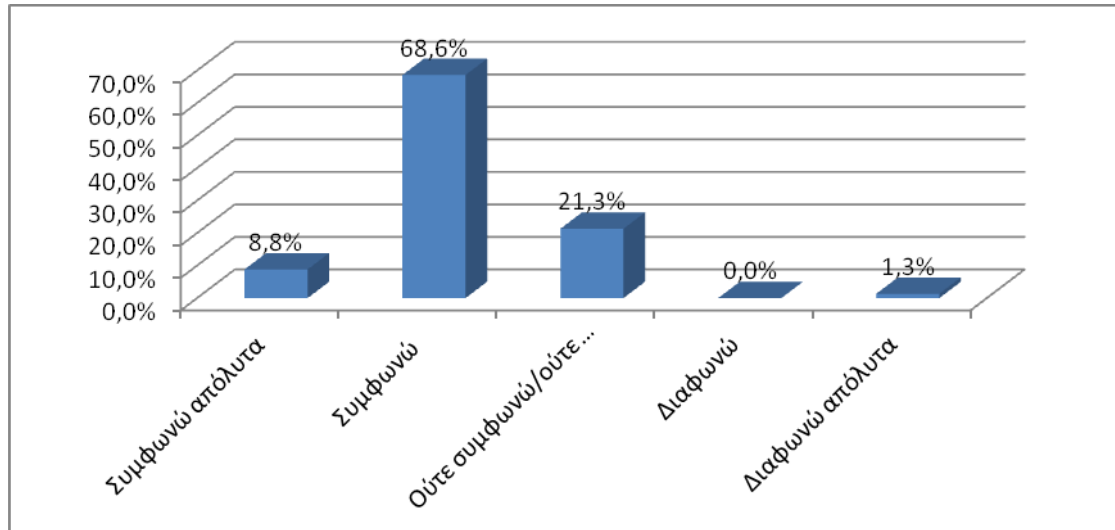


Διάγραμμα 23

Ερώτηση 18: Η τράπεζα με την οποία συνεργάζομαι ανταποκρίνεται σε αυτά που περιμένω;

1. Συμφωνώ απόλυτα
2. Συμφωνώ
3. Διαφωνώ
4. Διαφωνώ απόλυτα
5. Ούτε συμφωνώ / ούτε διαφωνώ

Εδώ διαπιστώνουμε ότι σχεδόν όλοι είναι ικανοποιημένοι από τις τράπεζες τους σε σχέση με αυτά που αναμένουν. Αν την συσχετίσουμε με την προηγούμενη ερώτηση διαπιστώνουμε ότι σχεδόν όλοι είναι ικανοποιημένοι τόσο από τις υπηρεσίες των τραπεζών με τις οποίες συνεργάζονται όσο και από το e-banking που τους προσφέρουν και αυτό από μόνο δεν αποτελεί καθοριστικό παράγοντα επιλογής τράπεζας.

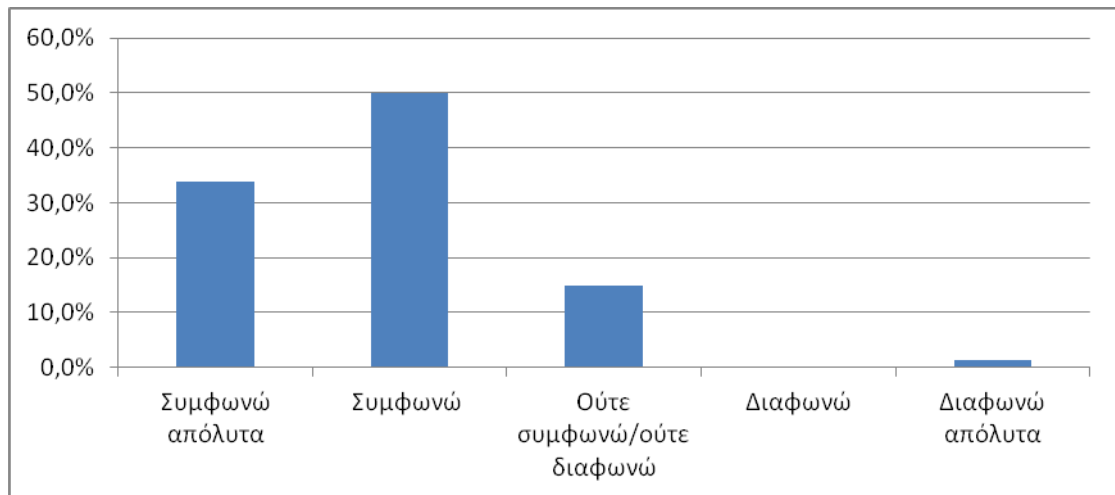


Διάγραμμα 24

Ερώτηση 19: Επιθυμώ τον εμπλουτισμό των υπηρεσιών που προσφέρουν οι τράπεζες μέσω εναλλακτικών δικτύων

1. Συμφωνώ απόλυτα
2. Συμφωνώ
3. Διαφωνώ
4. Διαφωνώ απόλυτα
5. Ούτε συμφωνώ / ούτε διαφωνώ

Σε αυτήν την ερώτηση απάντησαν θετικά όλοι ακόμη και αυτοί που δεν χρησιμοποιούν τα εναλλακτικά δίκτυα εκτός από έναν ερωτώμενο. Έτσι διαπιστώνουμε ότι όλοι έχουν κατανοήσει την εξυπηρέτηση που τους προσφέρει η συγκεκριμένη υπηρεσία και το μήνυμα πρέπει να ληφθεί από τις τράπεζες ώστε να επενδύσουν περισσότερο για την συγκεκριμένη υπηρεσία.

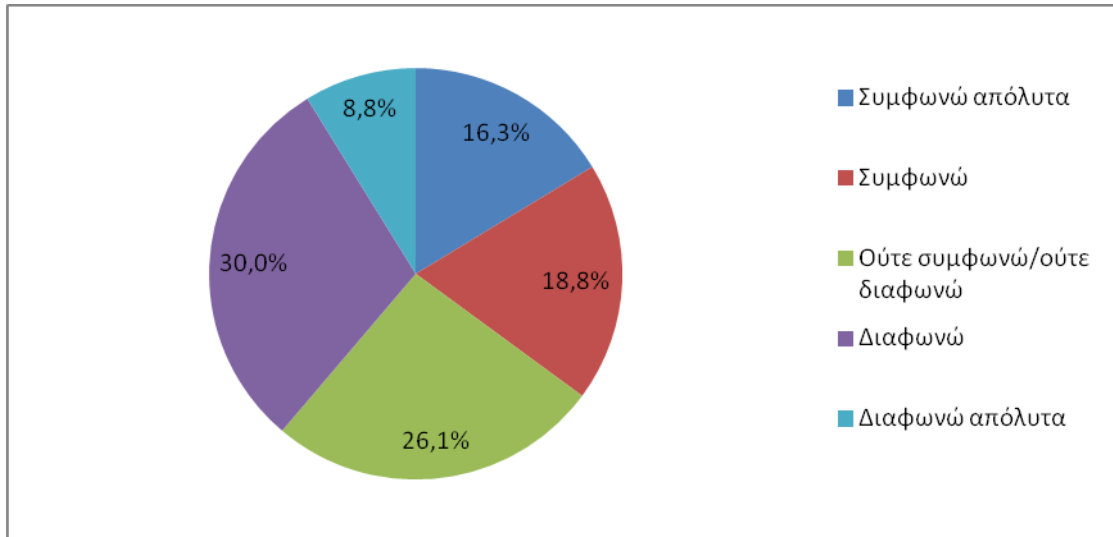


Διάγραμμα 25

Ερώτηση 20: Θα επιθυμούσατε να συνεργαστείτε με μια τράπεζα με αποκλειστικά on line υπηρεσίες;

1. Συμφωνώ απόλυτα
2. Συμφωνώ
3. Διαφωνώ
4. Διαφωνώ απόλυτα
5. Ούτε συμφωνώ / ούτε διαφωνώ

Στην συγκεκριμένη ερώτηση οι απαντήσεις είναι μοιρασμένες σχεδόν στη μέση. Πάντως, προκαλεί εντύπωση ότι οι μισοί σχεδόν από τους ερωτηθέντες δεν θα δίσταζαν να συνεργαστούν με μια on line τράπεζα. Υπάρχουν τόσο τράπεζες όσο και οργανισμοί που προσφέρουν χρηματοοικονομικές υπηρεσίες χωρίς την παρουσία φυσικών καταστημάτων και τα αποτελέσματα τους είναι ενθαρρυντικά και κερδίζουν συνεχώς έδαφος δείχνοντας μας τον δρόμο που έχουμε να ακολουθήσουμε και αφυπνίζοντας τις τράπεζες προς αυτήν την κατεύθυνση.



Διάγραμμα 26

Κεφάλαιο 8

Σύγχρονες τάσεις

8.1 FinTech

Η ανάδυση μίας αναλφάβητης ψηφιακά γενιάς και η κλωνισμένη τα τελευταία χρόνια εμπιστοσύνη απέναντι στο τραπεζικό και χρηματοπιστωτικό σύστημα έχουν ανοίξει το πεδίο σε μία κατηγορία τεχνολογικών εταιρειών, οι οποίες προσφέρουν σύγχρονες, καινοτόμες ψηφιακές λύσεις που αντικαθιστούν τις τραπεζικές υπηρεσίες συνήθως με μεγαλύτερη ταχύτητα, άνεση και φιλικότητα. Ο κλάδος του FinTech είναι ένας από τους πλέον καυτούς παγκοσμίως, με τα κεφάλαια που έχουν επενδυθεί σε εταιρείες του συγκεκριμένου τομέα να φτάνουν τα 19,1 δισ. δολάρια μόνο το 2015, σύμφωνα με την KPMG. Στην κατηγορία του FinTech εντάσσονται εταιρείες που αναπτύσσουν λύσεις σε τομείς όπως οι ηλεκτρονικές πληρωμές, η ηλεκτρονική τραπεζική, η ασφάλεια συναλλαγών, οι μεταφορές χρημάτων, η εκκαθάριση συναλλαγών, τα εναλλακτικά νομίσματα κ.ά.

Οι εταιρείες FinTechs εισέρχονται δυναμικά στον κόσμο των τραπεζικών συναλλαγών. Υπόσχονται φθηνή μεταφορά χρημάτων και αποτελούν πρόκληση για τις τράπεζες. Ωστόσο, οι παραδοσιακές τράπεζες δε φαίνεται να απειλούνται. Αίτηση για χορήγηση δανείου με ένα κλικ, αποφάσεις για επενδύσεις από το σπίτι, εμβάσματα με μία κίνηση σαν να στέλνεις μήνυμα από το κινητό: οι λεγόμενες FinTechs (συντομογραφία για τις επιχειρήσεις τεχνολογικών εφαρμογών στο χώρο της οικονομίας) επενδύουν κατά κύριο λόγο στην ταχύτητα, τη διαφάνεια και την εξοικονόμηση χρήματος. Οι διαδικτυακές προσφορές τους δείχνουν φιλικές προς τον χρήστη. Όλες οι

FinTechs έχουν κοινό χαρακτηριστικό ότι υιοθετούν την οπτική γωνία του πελάτη και επιλύουν συγκεκριμένα προβλήματα από την πλευρά του χρήστη. Ακόμη και όταν οι FinTechs διακρίνονται για τις καινοτόμες ιδέες τους και επιχειρούν να διαμορφώσουν την ψηφιακή διακίνηση του χρήματος εξατομικευμένα και σε συμφωνία με τις ανάγκες των πελατών, σε καμία περίπτωση δεν μπορούν να εκτοπίσουν τις τράπεζες. Κι αυτό επειδή λόγω της οικονομικής κρίσης οι τράπεζες χαίρουν της εμπιστοσύνης των πελατών τους. Το καθιερωμένο brand-name, η σταθερή πελατεία και η προσωπική σχέση είναι συχνά αποφασιστικοί παράγοντες όταν πρόκειται για ευαίσθητα θέματα, όπως ένας διακανονισμός.

8.2 Ελληνικές καινοτομίες

Στη χώρα μας, με αφετηρία κυρίως τα capital controls και το σοκ που προξένησαν στην ελληνική οικονομία, ο δημόσιος λόγος ακολούθησε την παγκόσμια τάση όλο και περισσότερων ατόμων και επιχειρήσεων να καταφεύγουν σε ηλεκτρονικά μέσα πληρωμών και τραπεζικής. Οι περιορισμοί στις προσωπικές αναλήψεις, στις εταιρικές συναλλαγές και στις μεταφορές κεφαλαίων και πληρωμών προς το εξωτερικό οδήγησαν πολλούς καταναλωτές και εταιρείες να χρησιμοποιήσουν ευρύτερα τις ηλεκτρονικές μεθόδους συναλλαγών και πληρωμών.

Η σημαντικότερη εταιρεία του κλάδου αυτή τη στιγμή είναι η Viva, η οποία πρόλαβε να εδραιωθεί σε άλλες υπηρεσίες (π.χ. τηλεπικοινωνίες, αγορά εισιτηρίων, μεταφορές, θεάματα), προτού οι μέτοχοί της επικεντρωθούν στο μεγάλο τους όραμα: μία εταιρεία ηλεκτρονικού χρήματος και πληρωμών που πλαισιώνει το ελληνικό τραπεζικό σύστημα και επεκτείνεται δυναμικά στο εξωτερικό.

Προϊόν-σημαία της είναι το ηλεκτρονικό πορτοφόλι Viva Wallet: Σ' αυτό, ο χρήστης διατηρεί τα χρήματά του ή τα μεταφέρει σε άλλους ιδιώτες ή επιχειρήσεις με βάση τον αριθμό του τηλεφώνου, του συναλλασσόμενου πορτοφολιού, του ΑΦΜ ή ειδικού barcode. Μία MasterCard συνδέεται με το

wallet και επιτρέπει στους χρήστες να χρησιμοποιούν και στον φυσικό κόσμο τα χρήματα που φορτώνουν από τραπεζικό λογαριασμό, κάρτα ή 3.500 συνεργαζόμενα σημεία. Τα 165.000 ενεργά wallets της εταιρείας και οι 12.500 συνεργαζόμενοι έμποροι τοποθετούν τα κεφάλαια που διαχειρίζεται η εταιρεία στο 1,5 εκατ. ευρώ ημερησίως. Μάλιστα, στο δεύτερο τρίμηνο του 2016, η Viva ετοιμάζεται να βάλει το επόμενο στοίχημά της: την επέκταση εκτός Ελλάδος, σε πέντε κεντρικές και περιφερειακές χώρες της Ευρώπης. Πρώτος σταθμός το Λονδίνο, ενώ στο στόχαστρο είναι και η αγορά των Βαλκανίων. Παγκοσμίως η συζήτηση που διεξάγεται είναι αν η έκρηξη του FinTech μετά το 2013 γεννά μία απειλή για τα παραδοσιακά τραπεζικά ιδρύματα. Στην Ελλάδα, δύο από τις τράπεζες που παρουσιάζουν μεγαλύτερη κινητικότητα στην παροχή σύγχρονων ηλεκτρονικών υπηρεσιών και μιλούν ανοιχτά για την υποστήριξη του FinTech είναι η Εθνική Τράπεζα (ΕΤΕ) και η Eurobank.

Μία πρόσφατη ανάλυση της PwC δείχνει ότι, σε ένα δείγμα στελεχών του χρηματοοικονομικού τομέα, το 83% ανησυχεί ότι το 23% της επιχειρηματικής δραστηριότητας του κλάδου θα έχει απορροφηθεί από τις FinTech εταιρείες μέχρι το 2020.

Η Eurobank ανασχεδιάζει την ψηφιακή της στρατηγική τόσο εντός όσο και εκτός οργανισμού. Επαναλάνσαρε την m-banking εφαρμογή της, η οποία συμπεριλαμβάνει και μία υπηρεσία πληρωμών μεταξύ προσώπων (p2p). Η Eurobank έχει έτοιμες οκτώ λειτουργίες Banking API, τις οποίες είναι διατεθειμένη να εκθέσει ως υποδομή σε τρίτα μέρη προκειμένου να δημιουργήσουν νέες υπηρεσίες.

Μία τράπεζα πρέπει να γίνει τουλάχιστον όσο καλή είναι η FinTech. Έτσι, θα μπορέσει να αξιοποιήσει το στοιχείο που δεν έχει καμία FinTech: την τραπεζική πίστη. Όταν δεν είσαι μακριά από τις εξελίξεις και ανταγωνιστής, αλλά είσαι συνεργάτης, έχεις τη δυνατότητα να καθορίσεις τις επόμενες κινήσεις σου.

Για να ανταγωνιστούν τις καινοτόμες επιχειρήσεις οι τράπεζες οφείλουν τώρα να ανανεωθούν, ώστε να μπορέσουν να κερδίσουν τις νέες γενιές πελατών. Ήδη η Deutsche Bank δεν είναι ικανοποιημένη με την παρούσα κατάσταση και σχεδιάζει να επενδύσει ένα δισεκατομμύριο ευρώ μέχρι το 2020 στις

ηλεκτρονικές της υπηρεσίες. Οι δύο κλάδοι θα εξελιχθούν παράλληλα, εφόσον ήδη οι περισσότερες FinTechs έχουν πίσω τους ήδη κάποια τράπεζα.

Ο κλάδος του FinTech αναφέρεται κατά το ήμισυ σχεδόν σε εταιρείες πληρωμών και συναλλαγών, αλλά μία υποκατηγορία του ευρύτερου χρηματοπιστωτικού συστήματος που εμφανίζει άνθηση αντίστοιχων τεχνολογικών εταιρειών είναι οι ασφαλίσεις. Μία InsurTech εταιρεία που προέρχεται από την Ελλάδα είναι η OSEVEN. Η iOS και Android εφαρμογή της, χρησιμοποιώντας τους αισθητήρες των σύγχρονων κινητών τηλεφώνων και αξιοποιώντας ιδιόκτητους αλγορίθμους και μηχανική μάθηση, καταγράφει δεδομένα για την οδηγική συμπεριφορά των χρηστών της (απότομες επιταχύνσεις και επιβραδύνσεις, παραβίαση των ορίων ταχύτητας, απόσπαση του οδηγού λόγω χρήσης του κινητού). Έτσι, υπολογίζεται ένα σκορ για τον χρήστη, το οποίο συγκρίνεται με το σκορ του καλύτερου και του μέσου οδηγού. Χρηστικές συμβουλές που εμφανίζονται στην εφαρμογή βοηθούν τον οδηγό να γίνει περισσότερο ασφαλής. Η καινοτομία της εταιρείας αναγνωρίστηκε από τα European FinTech Awards 2016, καθώς συμπεριελήφθη στις 25 καλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου στην Ευρώπη.

8.3 Παγκόσμιες καινοτομίες

Σε παγκόσμιο επίπεδο έχουμε δει εταιρείες όπως η Square, η TransferWise, η NUMBER26 ή η Holvi να αλλάζουν τον χρηματοπιστωτικό κλάδο με τις υπηρεσίες που έχουν εισαγάγει. Στην Ελλάδα, θα μπορούσε να ειπωθεί ότι η συγκεκριμένη αγορά ακόμη δεν έχει δημιουργηθεί. Ωστόσο, το παράδειγμα ανάπτυξης της Viva και η διάθεση υποστήριξης των παραδοσιακών τραπεζών καλλιεργούν προσδοκίες για ίδρυση νέων ανεξάρτητων FinTech υπηρεσιών στο μέλλον.

8.3.1 Η TransferWise

Η TransferWise ειδικεύεται σε διαδικτυακά εμβάσματα στο εξωτερικό. Όταν για παράδειγμα κάποιος θέλει να μεταφέρει χρήματα από τη Γερμανία στις ΗΠΑ, η TransferWise αναζητεί ένα ή περισσότερα πρόσωπα, το οποίο θέλει να μεταφέρει το ίδιο ποσό από τις ΗΠΑ στη Γερμανία. Η επιχείρηση, η οποία

απασχολεί 400 υπαλλήλους σε όλο τον κόσμο, χρεώνει προμήθεια συναλλαγών 0,5%, ενώ στις τράπεζες η ίδια συναλλαγή κοστίζει έξι φορές περισσότερο. Σύμφωνα με τα στοιχεία της εταιρείας μεταφέρονται μέσω αυτής μηνιαίως 700 εκατομμύρια και εξοικονομούνται 31 εκατομμύρια ευρώ. Αυτές οι υπηρεσίες είναι διαθέσιμες για τριάντα νομίσματα και έτσι πελάτες από 36 χώρες μπορούν να μεταφέρουν τα χρήματά τους σε 52 χώρες. Πρόκειται για ένα δίκτυο, το οποίο ενισχύεται με τις νέες τεχνολογίες και βρίσκει ανταπόκριση στις πολυπολιτισμικές κοινωνίες της Ευρώπης.

8.3.2 Η Square

Η Square προσφέρει ολοκληρωμένες υπηρεσίες πληρωμών στην Αμερική, κάτι σαν τη δική μας Viva Payments, πλέον θα δίνει και δάνεια στις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις τα οποία μάλιστα θα πουλάει σαν χρηματοπιστωτικά προϊόντα σε επενδυτές.

Αν και υπάρχουν και άλλες εταιρείες στο χώρο του FinTech που προσφέρουν αμιγώς δάνεια σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ωστόσο η Square είναι η δεύτερη εταιρεία ηλεκτρονικών πληρωμών που συνδυάζει αυτές τις δυο υπηρεσίες.

Τα δάνεια θα προσφέρονται σε συνεργασία με την Celtic Bank της Γιούτα και το μοντέλο που θα ακολουθηθεί είναι μια προμήθεια 10% έως 16% επί του ποσού του δανείου. Τα δάνεια θα πρέπει να αποπληρώνονται μέσα σε 18 μήνες ενώ θα μπορούν να αποπληρωθούν νωρίτερα.

Σημειώνεται ότι τα δάνεια θα αποπληρώνονται από την ίδια τη Square στην τράπεζα, κρατώντας ένα ποσοστό από τα έσοδά της, κάτι που εγείρει διάφορα ζητήματα ρίσκου αλλά και κερδοφορίας μια και η Square δεν είναι τράπεζα να έχει μεγάλα αποθέματα μετρητών.

Η Square ήδη διευκολύνει με προκαταβολές μελλοντικών εσόδων τις επιχειρήσεις που έχουν ανάγκη, με συγκεκριμένη προμήθεια. Συγκεκριμένα η εταιρεία έδωσε 400 εκατ. δολάρια σε προκαταβολές το 2015 με τα έσοδα από την συγκεκριμένη υπηρεσία να είναι το 5% των συνολικών εσόδων της (1,3 δισ. δολάρια το 2015).

Εκτός από τη Square και η PayPal έδωσε 1 δισ. δολάρια δάνεια σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις το 2015 οι οποίες φυσικά είναι πελάτες της και χρησιμοποιούν το PayPal σαν μέσο καθημερινών ηλεκτρονικών συναλλαγών.

8.3.3 Η Number26

Η Number26, χρηματοοικονομική εταιρεία με έδρα το Βερολίνο, προσφέρει το μοναδικό, πρώτο τραπεζικό λογαριασμό μέσω κινητού τηλεφώνου που διατίθεται σε όλη την Ευρώπη. Ένας τρεχούμενος λογαριασμός για την ψηφιακή εποχή προσανατολισμένος προς τα έξυπνα κινητά τηλέφωνα (smartphones). Ο λογαριασμός συνδέεται με μία MasterCard, η οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε όλο τον κόσμο, προκειμένου να πραγματοποιηθούν αγορές ή να ληφθούν μετρητά από ATM χωρίς ο κάτοχος του λογαριασμού να επιβαρύνεται με οποιαδήποτε επιπλέον χρέωση.

Ακόμα ευκολότερο είναι το άνοιγμα ενός λογαριασμού, το οποίο γίνεται διαδικτυακά μέσω τηλεδιάσκεψης (video chat) σε μόλις οκτώ λεπτά, ή η αποστολή χρημάτων σε φίλους μέσω γραπτού μηνύματος ή μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με το πάτημα μερικών πλήκτρων.

Μετά από κάθε συναλλαγή, ο χρήστης παραλαμβάνει μία άμεση ειδοποίηση (push notification), προκειμένου να έχει τον πλήρη έλεγχο των χρημάτων του. Η τεχνολογία Number26 είναι επίσης «έξυπνη» και βοηθά τους χρήστες να ελέγχουν τους προσωπικούς τους λογαριασμούς. Όλα τα κεφάλαια προστατεύονται από το Γερμανικό Ταμείο Προστασίας Καταθέσεων (German Deposit Protection Fund).

Η επέκταση ανεβάζει στις οκτώ τον συνολικό αριθμό των χωρών όπου δραστηριοποιείται η Number26, μετά την έναρξή της στη Γερμανία και την Αυστρία στις αρχές του τρέχοντος έτους. Ξεκινώντας άμεσα, η Number26 θα διατίθεται στη Γαλλία, την Ελλάδα, την Ιρλανδία, την Ιταλία, τη Σλοβακία και την Ισπανία. Αυτό αποτελεί το πρώτο βήμα προς την προσφορά τραπεζικών συναλλαγών χωρίς σύνορα σε όλη την Ευρώπη. Σε λιγότερο από ένα χρόνο, η

Number26 κατέστη μία από τις πιο επιτυχημένες startup στο Βερολίνο με περισσότερους από 80.000 πελάτες στη Γερμανία και την Αυστρία.

8.3.4 Η Holvi

Η Holvi είναι επίσης μια FinTech Startup η οποία προσφέρει τραπεζικές υπηρεσίες online, και όχι μόνο, σε επιχειρηματίες, επαγγελματίες και μικρομεσαίες επιχειρήσεις γενικά.

Η Holvi λειτουργεί, όπως και όλες σχεδόν οι FinTech Startups, σαν εταιρεία διαχείρισης πληρωμών και έχει την άδεια της ρυθμιστικής αρχής της Φινλανδία. Η Holvi προσφέρει άνοιγμα τραπεζικών λογαριασμών όψεως για επαγγελματίες και επιχειρήσεις μέσα σε λίγα λεπτά, online και φυσικά μέσω φορητών συσκευών. Παράλληλα, προσφέρει εργαλεία λογιστικά, τιμολόγησης και πληρωμών, χρεωστική κάρτα Mastercard αλλά και δυνατότητα δημιουργίας e-Shop έτσι ώστε να προσφέρει ολοκληρωμένες υπηρεσίες στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Οι FinTechs θα μπορούσαν να θεωρηθούν το δεύτερο ή το τρίτο μεγάλο κύμα ψηφιοποίησης στην οικονομία τονίζει ο Γιεργκ Μίλλερ-Λίτσκοφ, καθηγητής Οικονομικών και Μάνατζμεντ στο πανεπιστήμιο του Πάντερμπορν. Ακόμη κι όταν οι FinTechs διακρίνονται για τις καινοτόμες ιδέες τους και επιχειρούν να διαμορφώσουν την ψηφιακή διακίνηση του χρήματος εξατομικευμένα και σε συμφωνία με τις ανάγκες των πελατών, σε καμία περίπτωση δεν μπορούν να εκτοπίσουν τις τράπεζες. Κι αυτό επειδή λόγω της οικονομικής κρίσης οι τράπεζες χαίρουν της εμπιστοσύνης των πελατών τους. Ένα γνωστό όνομα, η σταθερή πελατεία και η προσωπική σχέση είναι συχνά αποφασιστικοί παράγοντες όταν πρόκειται για ευαίσθητα θέματα, όπως ένας διακανονισμός.

Κεφάλαιο 9

Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα e-banking

9.1 Η τρέχουσα κατάσταση

Η χρήση υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής (web/mobile banking) μπορεί να αποφέρει σημαντικά οφέλη για τους καταναλωτές, τις επιχειρήσεις αλλά και την εθνική οικονομία, μειώνοντας σημαντικά το χρονικό και οικονομικό κόστος που προκύπτουν από τόσο από τη φυσική μετάβαση στα σημεία συναλλαγών όσο και από το κόστος διαχείρισης μετρητών από τις επιχειρήσεις. Σύμφωνα με έρευνα του εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Επιχειρείν και Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN) το όφελος για τους καταναλωτές από τη χρήση υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής μπορεί να ανέλθει σε 450 ευρώ ετησίως (ανάλογα με το πλήθος συναλλαγών που εκτελούνται) ενώ το όφελος ανά συναλλαγή μπορεί να φτάσει ή να ξεπεράσει τα 13 ευρώ συνυπολογίζοντας το κόστος απολεσθέντος ανθρωποχρόνου και της μετακίνησης προς τα φυσικά σημεία εκτέλεσης συναλλαγών.

Το ποσοστό των ενεργών χρηστών e-banking στην Ελλάδα ανέρχεται περίπου στο 17% του πληθυσμού ενώ είναι εγγεγραμμένοι περισσότεροι από 2,5 εκατ. χρήστες. Συνεπώς, φθάνοντας τον μ.ο. της ΕΕ (περίπου 50%), δηλαδή τριπλασιάζοντας τον αριθμό των ενεργών χρηστών το συνολικό όφελος μπορεί να ανέλθει στο 1,5 δις ευρώ για την εθνική οικονομία σε ετήσια βάση. Η παρούσα συγκυρία (capital controls) οδήγησε σε σημαντική αύξηση τόσο των εγγεγραμμένων χρηστών όσο και των ενεργών χρηστών. Η ευκαιρία αυτή δεν

πρέπει αναξιοποίητη και η χρήση των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής να ατονήσει μετά την παρέλευση κάποιου διαστήματος.

Τα οφέλη είναι πολλαπλά τόσο για τους καταναλωτές όσο και για το δημόσιο λόγω της ιχνηλασιμότητας των συναλλαγών και τη μείωση της διακίνησης μαύρου χρήματος. Ήδη έχει ανακοινωθεί από Υπ. Οικονομικών μια σειρά κινήτρων για τη χρήση καρτών στις συναλλαγές των καταναλωτών. Ανάλογα κίνητρα πρέπει να προβλεφθούν και για τη χρήση των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής η οποία προσφέρει (με τον ίδιο τρόπο με τη χρήση καρτών) διαφάνεια και ιχνηλασιμότητα στις συναλλαγές.

Από την άλλη πλευρά ο ρόλος των τραπεζών είναι εξίσου σημαντικός. Η αναγνώριση της σημασίας των ψηφιακών καναλιών είναι ήδη ένα πρώτο σημαντικό βήμα από τις τράπεζες. Ωστόσο, πρέπει να προσφερθούν στους καταναλωτές υπηρεσίες προστιθεμένης αξίας ώστε ο καταναλωτής να έχει πραγματικό όφελος και λόγο να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες. Αν ο καταναλωτής βρίσκει στο e-banking μόνο τις υπηρεσίες που μπορεί να βρει και στο φυσικό κατάστημα, τότε περιορίζεται η ένταση χρήσης του. Το ηλεκτρονικό περιβάλλον δίνει τη δυνατότητα να προσφερθούν σημαντικές υπηρεσίες που διαφοροποιούν το ηλεκτρονικό από το φυσικό κανάλι.

Για παράδειγμα, απλές υπηρεσίες διαχείρισης οικογενειακών εξόδων όπως ανάλυση της κατανομής δαπανών σε κατηγορίες κόστους βάσει των συναλλαγών που εκτελεί ο καταναλωτής μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής ή χρεωστικών/πιστωτικών καρτών θα προσέφεραν ένα επιπλέον εργαλείο εξυπηρέτησης των καταναλωτών στην σημερινή δύσκολη οικονομική συγκυρία η οποία απαιτεί ανάλυση και περιορισμό των οικογενειακών και κατ' ανάλογο τρόπο επιχειρηματικών εξόδων (ειδικά για πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις).

Από τη μία, ο φόβος για πιθανή απάτη ή η τυχόν έλλειψη ενημέρωσης, από την άλλη, η κουλτούρα πολλών Ελλήνων που ακόμη και σήμερα εξακολουθούν να προτιμούν το τραπεζικό κατάστημα, άφησαν μέχρι και την αρχή της κρίσης το e-

banking να κυμαίνεται σε χαμηλά επίπεδα. Τα capital controls είχαν ως αποτέλεσμα τη μεγάλη αύξηση των συνδρομητών και της χρήσης του e-banking επωφελομένων των υπηρεσιών τους.

9.2 Πλεονεκτήματα e-banking

9.2.1 Πλεονεκτήματα για τους πελάτες

Ξεκινώντας με τα πλεονεκτήματα για τους πελάτες θα αναφερθούμε στην ευκολία χρήσης και διαθεσιμότητα των υπηρεσιών σε 24ωρη βάση, 7 ημέρες την εβδομάδα, 365 ημέρες το χρόνο.

Επίσης, υπάρχει η δυνατότητα πρόσβασης στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες της τράπεζας ανεξάρτητα από την τοποθεσία που βρίσκεται ο χρήστης και γενικά από οποιοδήποτε σημείο υπάρχει πρόσβαση στο Internet, ακόμα και στην περίπτωση που ο χρήστης βρίσκεται εν κινήσει και χρησιμοποιεί το κινητό του τηλέφωνο.

Επιπρόσθετα, διενεργούνται και ολοκληρώνονται ταχύτερα οι συναλλαγές σε σχέση με τους παραδοσιακούς τρόπους αλλά και σε σχέση με τα υπόλοιπα κανάλια διανομής των υπηρεσιών. Οι τράπεζες έχουν επενδύσει και συνεχίζουν να επενδύουν στην ασφάλεια για να προσφέρουν υψηλό επίπεδο ασφάλειας συναλλαγών, καλύτερο από οποιοδήποτε επίπεδο παρέχουν σήμερα οι παραδοσιακοί και εναλλακτικοί τρόποι διενέργειας συναλλαγών. ²

Με το e-banking γίνεται αποδοτικότερη διαχείριση των πάσης φύσεως συναλλαγών του χρήστη (πληροφοριακών, επενδυτικών, δανειακών κλπ). Οι συναλλασσόμενοι έχουν συνολική εικόνα των λογαριασμών και των συναλλαγών τους μέσω της οθόνης του υπολογιστή τους, καθώς και πρόσβαση σε ιστορικά στοιχεία που αφορούν προηγούμενες κινήσεις και συναλλαγές.

Παρέχεται στους πελάτες πρόσβαση σε ένα ευρύ φάσμα πληροφοριών, το οποίο καλύπτει τις ποικίλες ανάγκες τους, τόσο των ιδιωτών όσο και των ελεύθερων επαγγελματιών και των επιχειρήσεων, ανεξαρτήτως μεγέθους και κλάδου στον οποίο δραστηριοποιούνται.

Τέλος, επιτυγχάνεται μείωση του κόστους συναλλαγών και συνεπώς οικονομικότερη ολοκλήρωση των συναλλακτικών δραστηριοτήτων επιχειρήσεων και ιδιωτών πελατών με τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα.

9.2.2 Πλεονεκτήματα για τις τράπεζες

Η χρήση ηλεκτρονικών υπηρεσιών προσφέρει αρκετά οφέλη και στον τραπεζικό οργανισμό που τις υιοθετεί. Οι τράπεζες μπορούν να χρησιμοποιήσουν το e-banking, ώστε να μεγιστοποιήσουν τα πλεονεκτήματα που προσφέρει η χρήση του.

Πρώτα από όλα είναι η μείωση του λειτουργικού κόστους των συναλλαγών. Την τελευταία δεκαετία οι τράπεζες επένδυσαν σημαντικά ποσά σε τεχνολογικές υποδοχές για να αποσυμφορήσουν τις ουρές στα ταμεία των υποκαταστημάτων τους. Οι παραδοσιακές συναλλαγές στα ταμεία κοστίζουν ακριβά σε αντίθεση με τα εναλλακτικά δίκτυα που κοστίζουν ελάχιστα. Σύμφωνα με την μελέτη του Booz Allen και Hamilton, μια τυπική τραπεζική συναλλαγή όπως η κατάθεση, η ανάληψη, η ερώτηση υπολοίπου και η μεταφορά ποσού σε άλλο λογαριασμό, όταν πραγματοποιείται στο ταμείο και απασχολεί ανθρώπινο δυναμικό κοστίζει 1,01€. Η ίδια συναλλαγή όταν πραγματοποιείται μέσω Internet κοστίζει μόλις 0,01€. Έτσι λοιπόν οι τράπεζες δεν χρεώνουν προμήθεια για συναλλαγές μέσω e-banking, εκτός από εμβάσματα στο εξωτερικό και μεταφορές σε λογαριασμούς άλλων τραπεζών.

Με την αποσυμφόρηση των ταμείων οι τράπεζες στρέφουν ένα μέρος του προσωπικού τους σε εργασίες όπου η προσωπική επαφή είναι απαραίτητη. Για παράδειγμα σε συμβουλευτικού τύπου υπηρεσίες. Προβαίνουν σε συλλογή πληροφοριών για το πελατολόγιό τους μέσα από την χρήση του e-banking, καθιστώντας την προώθηση νέων τραπεζικών προϊόντων και προσφορών ευκολότερη (για παράδειγμα η έκπτωση σε έξοδα και επιτόκιο δανείων σε πελάτες οι οποίοι είναι ήδη κάτοχοι συγκεκριμένων τραπεζικών προϊόντων).

Επίσης, οι τράπεζες αποκτούν πρόσβαση προς τους πελάτες μιας ευρύτερης γεωγραφικά περιοχής εντός και εκτός εθνικών συνόρων, χωρίς να είναι απαραίτητο το άνοιγμα ενός υποκαταστήματος γεγονός που σημαίνει αύξηση των τραπεζικών εργασιών και αύξηση των κερδών τους.

Αύξηση του πελατολογίου τους καθώς σε αυτό συμπεριλαμβάνονται πελάτες που προτιμούν οι συναλλαγές τους να διεκπεραιώνονται ηλεκτρονικά, χωρίς να είναι αναγκαία η φυσική τους παρουσία σε κάποιο κατάστημα.

9.2.3 Πλεονεκτήματα για το κράτος

Οι ειδικοί θεωρούν, αλλά και η ηγεσία του Υπουργείου Οικονομίας παραδέχεται, πως αξιοποιώντας αυτήν τη συγκυρία και τη δυνατότητα καταγραφής των διαδρομών των ηλεκτρονικών συναλλαγών, το Δημόσιο θα μπορέσει να αυξήσει την είσπραξη του ΦΠΑ και να περιορίσει την τεράστια φοροδιαφυγή/φοροαποφυγή. Μελέτες αναφέρουν πως πρέπει να ληφθούν αμέσως συγκεκριμένα μέτρα και δράσεις που να έχουν την ουσιαστική υποστήριξη και ενεργή εμπλοκή επιχειρηματικών φορέων, επαγγελματικών ενώσεων, τραπεζών και καταναλωτών.

1. Περιορισμός χρήσης μετρητών.

Υπάρχουν ήδη σχετικές φορολογικές διατάξεις οι οποίες όμως θα πρέπει να υλοποιηθούν, να ελέγχεται συστηματικά η εφαρμογή τους με τις κατάλληλες διασταυρώσεις και παράλληλα να αυστηροποιηθούν τα όρια χρήσης μετρητών προς τα κάτω σε business to business (B2B) και business to consumer (B2C) συναλλαγές (π.χ. υποχρεωτική χρήση καρτών για συναλλαγές πάνω από 100 ευρώ). Επίσης να ισχύσουν αντικίνητρα (π.χ. ειδικό τέλος) σε περιπτώσεις συνεχούς λήψης μετρητών από τις τράπεζες, περισσότερα κίνητρα (π.χ. προγράμματα επιβράβευσης) στη συστηματική χρήση καρτών από πολίτες και επέκταση της υποχρεωτικής χρήσης ηλεκτρονικής τραπεζικής από τις εταιρείες (π.χ. στη μισθοδοσία υπαλλήλων) και σε όλες τις πληρωμές του Δημοσίου.

2. Υποχρεωτική εγκατάσταση τερματικών POS και επέκταση της χρήσης τους

Η υποχρεωτική εγκατάσταση POS (υπολογίζεται ότι η ελληνική αγορά χρειάζεται επιπλέον 400.000-500.000 POS που μπορεί να χρηματοδοτηθούν μέσω του νέου ΕΣΠΑ για τις πολύ μικρές εταιρείες/επαγγελματίες) είναι πλέον εφικτή σε εύρος διετίας αφού το κόστος τους έχει ελαχιστοποιηθεί, οι διαδικασίες έχουν απλοποιηθεί και υπάρχουν πλέον εξειδικευμένοι πάροχοι αυτών των υπηρεσιών με την αναγκαία άδεια από την Τράπεζα της Ελλάδος.

3. Σύνδεση ταμειακών μηχανών με το υπουργείο Οικονομικών

Η online σύνδεση είναι ένα ιδιαίτερα πολύπλοκο θέμα από τεχνική πλευρά και λόγω των πόρων που χρειάζονται για την υλοποίησή του, το οποίο όμως θα μπορούσε να αντιμετωπιστεί σταδιακά και έμμεσα. Πρώτον, να ελέγχονται οι «μαϊμού» ταμειακές μηχανές από τους πολίτες μέσω της εφαρμογής στα κινητά που μόλις κυκλοφόρησε από το υπουργείο. Δεύτερον, η υποχρεωτική ηλεκτρονική αναφορά καθημερινά μόνο του τζίρου της ημέρας από τις επιχειρήσεις. Τρίτο, σε επόμενο στάδιο η καθημερινή ηλεκτρονική αναφορά του ΦΠΑ ανά κατηγορία.

4. Μερική είσπραξη ΦΠΑ στην πηγή για αγορές με κάρτες

Το μέτρο αυτό μπορεί να υλοποιηθεί άμεσα από τις τράπεζες, που έχουν τα αναγκαία συστήματα για να το αποδίδουν άμεσα στο κράτος. Η είσπραξη του συνολικού αναλογούντα ΦΠΑ πιθανόν να μην είναι εφικτή για την ώρα γιατί δημιουργεί προβλήματα ρευστότητας στις επιχειρήσεις, αρκετές συμψηφίζουν τον ΦΠΑ, ενώ υπάρχει και αρκετή τεχνική πολυπλοκότητα στα συστήματά POS.

5. Ενημέρωση και κίνητρα προς τους καταναλωτές

Θα πρέπει οι Έλληνες πολίτες να ενημερωθούν με απλό και οργανωμένο τρόπο για τα πλεονεκτήματα για εκείνους και την πολιτεία, από τη χρήση ψηφιακών μέσων στις συναλλαγές/πληρωμές τους. Παράλληλα, θα πρέπει να υλοποιηθούν κάποια από τα διάφορα κίνητρα που κατά καιρούς έχουν συζητηθεί και έχουν χρησιμοποιηθεί με επιτυχία σε άλλες χώρες, όπως η λοταρία με τις αποδείξεις, η επιστροφή κάποιου ποσοστού στους φορολογούμενους, κίνητρα για χρήση προπληρωμένων καρτών κ.ά.

9.3 Μειονεκτήματα e-banking

9.3.1 Μειονεκτήματα για τους πελάτες

Στα μειονεκτήματα για τους πελάτες έχουμε τα εξής: Παρά τις εξελιγμένες μεθόδους για τη διασφάλιση των τραπεζικών συναλλαγών, η συχνότητα των ηλεκτρονικών επιθέσεων αυξάνεται τα τελευταία χρόνια. Η αύξηση αυτή προκαλεί ανησυχία στους ειδικούς, καθώς διακυβεύονται τεράστια ποσά, ειδικά στις περιπτώσεις κατά τις οποίες θύματα απάτης γίνονται επιχειρήσεις.

Επιπλέον, οι χρήστες του e-banking στερούνται της προσωπικής επαφής και άμεσης βοήθειας ενός υπαλλήλου καθώς επίσης πρέπει να εκπαιδευτούν όσον αφορά την χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών και να μένουν ενημερωμένοι για τη συνεχή αλλαγή των παρεχόμενων υπηρεσιών μέσω του Διαδικτύου.

Επίσης, πολλές φορές αντιμετωπίζουν χρονοβόρα εγγραφή για την χρήση ηλεκτρονικών υπηρεσιών. Για να γραφτεί, δηλαδή, κάποιος στο online πρόγραμμα της τράπεζάς του, θα πρέπει να δώσει στοιχεία ταυτότητας και να υπογράψει ένα έντυπο στο τραπεζικό κατάστημα ή αν πρόκειται για μια αποκλειστικά ηλεκτρονική τράπεζα, τα έντυπα θα του αποσταλούν ταχυδρομικώς έτσι ώστε να συμπληρωθούν και να σταλούν ξανά στην τράπεζα. Υπάρχει δυσκολία στο χειρισμό. Οι τραπεζικοί δικτυακοί τόποι ίσως φανούν δύσχρηστοι σε κάποιον που δεν ξέρει να χειρίζεται καλά το Internet. Το άνοιγμα ενός online λογαριασμού ή η online λήψη ενός δανείου μπορεί να τρομάζει κάποιους λόγω ελλিপών γνώσεων πάνω στις νέες τεχνολογίες. Τέλος είναι και η δυσπιστία του χρήστη: Πολλοί άνθρωποι δεν εμπιστεύονται την ηλεκτρονική τραπεζική. Θέλουν να βλέπουν αυτόν που θα επεξεργαστεί το λογαριασμό τους, ενώ η ηλεκτρονική μεταφορά χρημάτων τους προκαλεί αμφιβολίες.

9.3.2 Μειονεκτήματα για τις τράπεζες

Στα μειονεκτήματα των τραπεζών συγκαταλέγονται το υψηλό αρχικό κόστος εγκατάστασης. Η δημιουργία μίας ιστοσελίδας, η οποία έχει πολλές απαιτήσεις, με προϊόντα και υπηρεσίες εξειδικευμένες απαιτεί τη χρησιμοποίηση νέων τεχνολογιών. Όπως συμβαίνει με όλες τις νέες τεχνολογίες το αρχικό τους

κόστος είναι ιδιαίτερα υψηλό. Η επιλογή δε των τεχνολογιών αυτών πρέπει να γίνει με μεγάλη προσοχή και να είναι συμβατή με την πολιτική της τράπεζας και το προφίλ της.

Η ασφάλεια, καθώς οι ηλεκτρονικές επιθέσεις και η μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση στα τραπεζικά ηλεκτρονικά συστήματα είναι συχνή. Κύριο μέλημα των τραπεζών είναι η όσο το δυνατόν μεγαλύτερη ασφάλεια των πελατών τους με τοποθέτηση ειδικών προγραμμάτων και εξοπλισμού.

Το κόστος συντήρησης των συστημάτων καθώς η τεχνολογία συνεχώς εξελίσσεται, εμφανίζονται νέοι κίνδυνοι υποκλοπής μέσω του internet. Κανένα υπολογιστικό σύστημα δεν είναι 100% ασφαλές στην πάροδο του χρόνου. Οι τράπεζες δαπανούν αρκετά χρήματα για τον συνεχή εκσυγχρονισμό των προγραμμάτων ασφαλείας και συστημάτων παρακολούθησης.

Το κόστος εκπαίδευσης του προσωπικού, το οποίο πρέπει να είναι σε θέση να επιλύσει τυχόν απορίες των χρηστών καθώς και να ενημερώνεται για τις αλλαγές που πραγματοποιούνται κατά διαστήματα στη χρήση του e-banking.

Κεφάλαιο 10

Επίλογος

Η είσοδος της τεχνολογίας του internet δημιούργησε νέα δεδομένα και άλλαξε την παραδοσιακή μορφή του τραπεζικού κλάδου. Οι τράπεζες βρέθηκαν σε μια συνεχή φάση μετασχηματισμού και επανασχεδιασμού του μοντέλου λειτουργίας τους για την έγκαιρη ενσωμάτωσή τους. Η αναδιαμόρφωση των τραπεζικών συναλλαγών προσέφερε περισσότερες ευκαιρίες για δημιουργία αξίας.

Η αποδοχή και χρήση τους αυξάνεται με ραγδαίους ρυθμούς, μεγαλύτερους από το ρυθμό αύξησης της χρήσης του ίδιου του Internet. Παρόλα αυτά, η χρήση δεν έχει φτάσει ακόμη στα επιθυμητά επίπεδα. Το e-banking βρίσκεται ακόμα σε πρώιμο στάδιο και η μεγαλύτερη απειλή για τα τραπεζικά ιδρύματα θα είναι η μη έγκαιρη προσαρμογή τους στη νέα τεχνολογία.

Οι τράπεζες πιστεύουν ότι αλλάζοντας και βελτιώνοντας τα εναλλακτικά τους κανάλια θα βοηθηθούν για να αυξήσουν τα έσοδα τους. Ειδικότερα, ελπίζουν ότι προωθώντας την ηλεκτρονική τραπεζική θα μειωθεί το κόστος περιορίζοντας τις ανθρώπινες παρεμβάσεις.

Έτσι, οι τράπεζες θα πρέπει να θέσουν το e-Banking στο επίκεντρο των εργασιών τους και κύρια προτεραιότητά τους. Προς την κατεύθυνση αυτή θα πρέπει να προετοιμαστούν κατάλληλα επενδύοντας τόσο σε ανθρώπινο δυναμικό όσο και σε τεχνολογία ώστε να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες που τους παρέχει το νέο δίκτυο και να πρωταγωνιστήσουν στο μέλλον.

Από την ανάπτυξη του e-Banking οι τράπεζες, μέσω της αυτοματοποίησης της λειτουργίας τους, εξασφαλίζουν πολύτιμα οφέλη, όπως εστίαση στο

συμβουλευτικό ρόλο και προώθηση μιας σειράς σύνθετων προϊόντων, μέσα από ένα εναλλακτικό δίκτυο, το οποίο εξοικονομεί σημαντικό ύψους κεφάλαια και εξασφαλίζει την πρόσβαση σε νέες αγορές, αύξηση της πελατειακής βάσης και δημιουργία μιας ισχυρής βάσης δεδομένων η οποία συμβάλλει στην πληρέστερη γνώση των χαρακτηριστικών των χρηστών και την παροχή ποιοτικότερων υπηρεσιών.

Η επίλυση των προβλημάτων της ασφάλειας και η αλλαγή της αντίληψης των συμμετεχόντων σ' αυτό το θέμα θα εκτινάξει τη χρήση των ηλεκτρονικών πληρωμών.

Γενικά, η ηλεκτρονική τραπεζική εξυπηρέτηση παραμένει ένας διαρκής στόχος και η ταχύτητα επίτευξής του 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.

Καταληκτικά, η παρούσα εργασία ολοκληρώνεται με κάποιες προτάσεις μελλοντικής έρευνας επί του εν λόγω θέματος από τυχόν ενδιαφερόμενους. Έτσι οι επόμενοι ερευνητές θα μπορούσαν να εστιάσουν το ερευνητικό τους ενδιαφέρον γύρω από τη δραστηριοποίηση των on line τραπεζών καθώς και των λοιπών χρηματοπιστωτικών εταιρειών που προσφέρουν εναλλακτικά τραπεζικά προϊόντα. Επίσης, θα ήταν σκόπιμο να διερευνηθεί κατά πόσο οι ηλεκτρονικές τράπεζες μπορούν να εδραιωθούν και να αποσπάσουν σημαντικά μερίδια αγοράς σε σχέση με τις παραδοσιακές τράπεζες, καθώς και σε τι βαθμό οι τράπεζες μπορούν να μειώσουν τα λειτουργικά τους έξοδα υιοθετώντας περισσότερες τεχνολογικές καινοτομίες.

Βιβλιογραφία

Amin, H. (2007), "Internet banking adoption among young intellectuals", Journal of Internet Banking and Commerce, Vol. 12 No. 3, available at: www.arraydev.com/commerce/jibc/2007-12/Hanudin_Final.pdf

Angelakopoulos G, Mihiotis A.,(2011), „E-banking: challenges and opportunities in the Greek banking sector“, Electronic Commerce Research 297-319

Γενική Γραμματεία Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος, «Έρευνα χρήσης τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από τα νοικοκυριά», (Ηλεκτρονικό Εμπόριο), Έτος 2015

Ένωση Ελληνικών Τραπεζών (Σεπτέμβριος 2004), Προώθηση των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής στις ελληνικές επιχειρήσεις, Αθήνα

Eriksson, K., Nilsson, D.,(2007), „Determinants of the continued use of self-service technology: The case of internet banking. Technovation“, 27 (4), 159-167

Η-Επιχειρείν: Αφιερώματα: Online Συναλλαγές

Lichtenstein S., Williamson K., (2006), „Understanding Consumer Adoption of Internet banking: An Interpretive Study in the Australian Banking Context“, Journal of Electronic Commerce Research, VOL 7, NO.2

Νούλας, Α.Γ, (2005), «Χρήμα και Τράπεζες», Θεσσαλονίκη

Παπαδόπουλος Μ., (2005), 'Phishing - Η Νέα Μέθοδος Εξαπάτησης στο Διαδίκτυο, Ηλεκτρονικό Έγκλημα',

Περιοδικό Χρήμα, "Ηλεκτρονικές Αγορές. Η καρδιά του ηλεκτρονικού εμπορίου", Τεύχος 299, Μάιος 2004

Σαράντης-Ευάγγελος Λώλος (Μάρτιος 1999). Τάσεις και εξελίξεις στο διεθνές χρηματοπιστωτικό σύστημα.

Τσάμης Α., «Εξελίξεις, διαπιστώσεις & διλήμματα στη σύγχρονη ηλεκτρονική τραπεζική» Δελτίο Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών Γ'. τρίμηνο, Αθήνα 2003

Χαρίσης Κ. – Κιόχος Π. (1997), Θεωρία δειγματοληψίας και Εφαρμογές, Έκδοση Interbooks

“E-banking Strategies: Why banks go online” by Helen A. Jimenez

<http://www.bworldonline.com/OnlineExclusives/ebank/inside.php?id=003>

http://topa.appliedmaths.gr/modules/module_800086/4.pdf

<http://www.kathimerini.gr/825367/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/ekto3ey8hke-h-xrhsh-toy-e-banking-meiw8hkan-oi-e-agores>

<http://www.kathimerini.gr/828911/article/oikonomia/epixeirhseis/5-dis-ton-xrono-kostizoyn-ta-metrhta>

<http://www.capital.gr/story/3059392>

<http://www.sepe.gr/gr/information/news/article/3649492/pedaplastikan-oi-kodikoi-e-banking-stin-ellada-eleo-capital-controls/>

<http://www.liberal.gr/arthro/28455/oikonomia/2016/to-internet-banking-metamorfonei-tis-trapezes.html>

<http://www.e-forologia.gr/cms/viewContents.aspx?id=183758>

<http://iheartdigital.gr/2014/02/internet-ecommerce-ebanking-social-greece/>

<http://www.statista.com/statistics/380803/online-banking-penetration-in-the-eu/>

<http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=775384>

<http://newsone.gr/oikonomia/920232-e-pagkosmia-epanastase-toy-fintech-kai-e-ellada>

<http://blogs.wsj.com/digits/2014/10/29/10-innovations-for-the-bank-of-the-future/>

<http://www.dw.com/ένα-μέλλον-χωρίς-τράπεζες/a-19176069>

<http://paymentandbanking.com/we-need-banking-not-banks-warum-banken-den-kampf-um-den-zahlungsverkehr-2-0-nur-schwer-gewinnen-konnen/>

<http://www.mobile-zeitgeist.com/2012/01/09/sparkassen-und-ihre-erste-interpretation-von-mobile-payments-die-geldkarte-mit-nfc-chip/>

<http://www.emea.gr/δάνεια-από-τη-square-σε-επιχειρήσεις-η-αναμε/476608>

<http://uk.businessinsider.com/smartphone-only-bank-number26-expands-to-france-greece-ireland-italy-slovakia-and-spain-2015-12>

<https://about.holvi.com/en/>

<https://transferwise.com/>

<https://squareup.com/global/en/register>

<https://number26.eu/gr/>

<http://www.dw.com/de/fintechs-eine-zukunft-ohne-banken/a-19177632>

http://www.eltrun.gr/wp-content/uploads/2015/10/e-payments-invoicing-banking_final.pdf

http://www.euro2day.gr/images/923_enthetometoxou_low.pdf?utm_source=euro2day&utm_medium=taglink&utm_campaign=psifiakes-pliromes