

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών
Τραπεζική και Χρηματοοικονομική

Μεταπτυχιακή Διατριβή



Εναλλακτικά Κανάλια Τραπεζικών Εργασιών και η
Συνεισφορά τους στη Σύγχρονη Τραπεζική

Παρασκευάς Κιαχαγιάς

Επιβλέπων Καθηγητής
Αντώνιος Γεωργόπουλος

Μάιος 2019

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών

Τραπεζική και Χρηματοοικονομική

Μεταπτυχιακή Διατριβή

**Εναλλακτικά Κανάλια Τραπεζικών Εργασιών και η
Συνεισφορά τους στη Σύγχρονη Τραπεζική**

Παρασκευάς Κιαχαγιάς

**Επιβλέπων Καθηγητής
Αντώνιος Γεωργόπουλος**

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

Μάιος 2019

Περίληψη

Η εποχή μας χαρακτηρίζεται από τη συνεχή τεχνολογική εξέλιξη, η οποία αναπτύσσεται με γεωμετρική πρόοδο. Μία τεχνολογία που πριν από πέντε ή δέκα χρόνια θεωρούνταν αιχμή και state of the art, σήμερα χαρακτηρίζεται ως παρωχημένη. Παρατηρούμε ότι όλο και περισσότεροι άνθρωποι είναι εξοικειωμένοι στο να χρησιμοποιούν συσκευές και υπηρεσίες υψηλής τεχνολογίας και αυτό οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην ολοένα και μεγαλύτερη επέκταση του internet υψηλής ταχύτητας. Από αυτή την τεχνολογική πρόοδο δε θα μπορούσαν να μείνουν ανεπηρέαστα τα Τραπεζικά Ιδρύματα και οι τραπεζικές εργασίες. Οι Τράπεζες ακολουθώντας την εξέλιξη, με σκοπό να αυξήσουν την κερδοφορία αλλά και την ικανοποίηση των πελατών τους, έχουν αναπτύξει εναλλακτικά κανάλια τραπεζικών εργασιών βασισμένα σε νέες τεχνολογίες.

Με την εκπόνηση αυτής της μεταπτυχιακής διατριβής, θα προσπαθήσουμε να περιγράψουμε τα είδη, παλαιά και νέα, των εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών που έχουν αναπτυχθεί από τις Τράπεζες, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που τα χαρακτηρίζουν καθώς και το βαθμό διείσδυσης και αποδοχής τους από τους πελάτες. Επίσης θα επιχειρήσουμε να περιγράψουμε πως αυτά επηρεάζουν τις τραπεζικές εργασίες, καθώς και τον πιθανό μελλοντικό τρόπο εξέλιξής τους.

Τα κύρια ερευνητικά ερωτήματα στα οποία θα βασιστεί η έρευνα και θα μας απασχολήσουν θα είναι τέσσερα. Καταρχήν, θα προσπαθήσουμε να δούμε τις συναλλακτικές συνήθειες των πελατών των τραπεζών σήμερα. Δεύτερον, τους λόγους για τους οποίους χρησιμοποιούν ή όχι τα εναλλακτικά τραπεζικά δίκτυα, τρίτον εάν η ηλεκτρονική τραπεζική αναπτύσσεται σε βάρος του παραδοσιακού καταστήματος και εάν υφίσταται προοπτική να το εξαλείψει τελείως από την οικονομία και τέλος το κατά πόσο τα εναλλακτικά κανάλια έχουν ενεργό ρόλο στη φήμη μίας τράπεζας ή όχι.

Για την πραγματοποίηση της έρευνας, έγινε χρήση της μεθόδου του ερωτηματολογίου σε πελάτες Τραπεζών και πιο συγκεκριμένα έρευνα μέσω του ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου της Google, έτσι ώστε να έχουμε πρόσβαση σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερο και αντιπροσωπευτικό δείγμα και να φτάσουμε σε ασφαλή και αποδεκτά συμπεράσματα.

Summary

Our time is characterized by a continuous technological evolution, which is developing with geometric progress. A technology that was considered state of the art five or ten years ago, nowadays is described as obsolete. We notice that more and more people are familiar with the use of devices and services that lie in the cutting edge of technology and this is largely due to the increasing expansion of high-speed internet. Banking Institutions and banking operations could not be left unaffected from this technological progress. Banks follow this evolution in order to increase profitability and customer satisfaction, so they have developed alternative banking channels based on new technologies.

With the elaboration of this dissertation, we will try to describe the old and the new types of alternative banking channels developed by the Banks, the advantages and disadvantages that characterize them and the degree of their infiltration and acceptance by the customers. We will also attempt to describe how these affect banking operations, as well as their possible future development.

There are four main research questions on which the survey will be based and that will be studied. First of all, we will try to look into at the banking habits of bank customers nowadays. Secondly, we will investigate the reasons for using or not alternative banking networks, thirdly if electronic banking is developing at the expense of the traditional branch and if there is a prospect of completely eliminating it, and finally, whether alternative channels have an active role in the reputation of a bank or not.

To conduct the survey, we used the questionnaire method for bank customers, and more specifically, research through Google's online questionnaire in order to access as large and representative sample as possible and come to safe and acceptable conclusions.

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου για την στήριξη και την υπομονή τους.

Περιεχόμενα

1	Εισαγωγή	1
1.1	Ορισμός.....	1
1.2	Ιστορική Αναδρομή.....	1
2	Είδη Εναλλακτικών Καναλιών	4
2.1	ATM.....	5
2.2	Μηχανήματα Αυτόματων Πληρωμών.....	6
2.3	Internet Banking.....	6
2.4	Phone Banking.....	7
2.5	Mobile Banking.....	7
2.6	Κάρτες.....	8
2.6.1	Χρεωστικές Κάρτες.....	8
2.6.2	Πιστωτικές Κάρτες.....	8
2.6.3	Προπληρωμένες Κάρτες.....	9
2.7	Electronic Funds Transfer / Point Of Sales.....	9
3	Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα των Εναλλακτικών Καναλιών	11
3.1	Πλεονεκτήματα.....	11
3.1.1	Πλεονεκτήματα για τις Τράπεζες.....	11
3.1.2	Πλεονεκτήματα για τους Πελάτες.....	13
3.2	Μειονεκτήματα.....	15
3.2.1	Μειονεκτήματα για τις Τράπεζες.....	15
3.2.2	Μειονεκτήματα για τους Πελάτες.....	16
4	Τάσεις Μελλοντικής Εξέλιξης Εναλλακτικών Καναλιών	18
4.1	Προγράμματα Επιβράβευσης Πελατών.....	18
4.1.1	Πρόγραμμα Go4More της Εθνικής Τράπεζας.....	18
4.1.2	Πρόγραμμα Bonus της Alpha Bank.....	19
4.1.3	Πρόγραμμα Yellows της Τράπεζας Πειραιώς.....	20
4.1.4	Πρόγραμμα Επιστροφή της Eurobank.....	20
4.2	Εισιτήρια Προτεραιότητας e-ticket.....	21
4.3	Ηλεκτρονική Υπογραφή.....	22
4.4	Ψηφιακή Γωνιά.....	22
4.5	Go Digital.....	23
5	Έρευνα Σχετικά με την Αποδοχή και Χρήση των Εναλλακτικών Καναλιών	26
5.1	Σκοπός της Έρευνας.....	26
5.2	Μεθοδολογία.....	26
5.3	Ερωτηματολόγιο.....	29
5.4	Συμπεράσματα.....	46
5.5	Περιορισμοί της Έρευνας.....	48
6	Επίλογος	49
6.1	Γενικά.....	49
6.2	Προτάσεις για Μελλοντική Έρευνα.....	49
Παραρτήματα		51
A	Ερωτηματολόγιο Έρευνας	51
Βιβλιογραφία		58

Κεφάλαιο 1

Εισαγωγή

Στη σημερινή εποχή παρατηρούμε ότι η ηλεκτρονική τραπεζική και τα εναλλακτικά κανάλια εργασιών έχουν πραγματοποιήσει σημαντική ανάπτυξη παγκοσμίως και έχουν αντικαταστήσει παραδοσιακές τραπεζικές πρακτικές σε μεγάλο βαθμό. Έχουν καταστεί πλέον ένας από τους κυριότερους τρόπους για τις τράπεζες να πωλούν και να εμπορεύονται τις υπηρεσίες και τα προϊόντα τους.

1.1 Ορισμός

Τι είναι όμως η ηλεκτρονική τραπεζική; Σύμφωνα με την έκθεση του Συνεδρίου Ηνωμένων Εθνών για το Εμπόριο και την Ανάπτυξη-United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD development report 2002) η ηλεκτρονική τραπεζική αναφέρεται στην εκτέλεση μέσω του Διαδικτύου λιανικών (retail) και χονδρικών (wholesale) τραπεζικών συναλλαγών. Οι συναλλαγές αυτές αφορούν ατομικούς και εταιρικούς πελάτες και περιλαμβάνουν τραπεζικές μεταφορές, πληρωμές, διακανονισμούς, επιχειρηματικά, καταναλωτικά και στεγαστικά δάνεια, κάρτες και άλλα.

1.2 Ιστορική Αναδρομή

Ο τραπεζικός κλάδος είναι από τους πιο ανταγωνιστικούς της αγοράς παγκοσμίως και αυτός ακριβώς ο ανταγωνισμός είναι που οδήγησε τις τράπεζες να προσφέρουν υψηλής ποιότητας και ταχύτητας υπηρεσίες, ειδικά μετά την εξάπλωση των υπολογιστών και του διαδικτύου, ώστε να διατηρήσουν τους υφιστάμενους πελάτες τους, αλλά και να βρουν νέους.

Ο πρόδρομος των σημερινών εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων έκανε την εμφάνισή του στις αρχές της δεκαετίας του 1980. Στις Η.Π.Α., και πιο συγκεκριμένα στη Νέα Υόρκη το 1981, τέσσερις τράπεζες (η Citibank, η Chase Manhattan, η Chemical Bank και η Manufacturers Hanover) εισήγαγαν για πρώτη φορά μια μέθοδο απομακρυσμένης πρόσβασης των πελατών τους στους τραπεζικούς τους λογαριασμούς από το σπίτι ή το γραφείο. Αυτή η πρώιμη οικιακή τραπεζική (home banking) βασίζονταν στη τεχνολογία videotext, όπου χρησιμοποιούσε ένα τερματικό με οθόνη ή μία τηλεόραση για να προβάλλει δεδομένα τραπεζικών λογαριασμών. Επειδή όμως το videotext σαν τεχνολογία απέτυχε και δεν επεκτάθηκε εμπορικά παρέσυρε μαζί της και αυτή την αρχική μορφή του home banking.

Λίγο αργότερα, το 1983, στη Μεγάλη Βρετανία η Bank of Scotland δημιούργησε την υπηρεσία Homelink, όπου μέσω της οποίας οι πελάτες της μπορούσαν να ενημερώνονται για το υπόλοιπο των τραπεζικών τους λογαριασμών, να μεταφέρουν χρήματα και να εξοφλούν λογαριασμούς. Αυτό γινόταν με τη χρήση ενός υπολογιστή ή πληκτρολογίου, συνδεδεμένων με τηλεφωνική γραμμή και μία τηλεόραση.

Στη δεκαετία του 1990 η εξάπλωση των ηλεκτρονικών υπολογιστών υπήρξε πολύ μεγαλύτερη και βοήθησε αναλόγως στην εξοικείωση των πελατών των τραπεζών με τα εναλλακτικά δίκτυα. Το 1991 η Microsoft δημιούργησε το λογισμικό οικονομικής διαχείρισης Money, όπου οι χρήστες είχαν πρόσβαση σε υπόλοιπα τραπεζικών λογαριασμών, δημιουργούσαν προϋπολογισμούς και ήλεγχαν τα έσοδα και τα έξοδά τους (Wikipedia, Microsoft Money). Μετά την ευρεία αποδοχή του, ακολούθησαν και οι τράπεζες με δικά τους αυτόνομα συστήματα με το πιο αξιόλογο εγχείρημα να πραγματοποιείται το 1993 από την αμερικάνικη Stanford Credit Union, όπου λάνσαρε το πιο πλήρες σύστημα ηλεκτρονικής τραπεζικής της εποχής.

Παρόλο αυτά, το μεγαλύτερο ποσοστό των πελατών παρέμεναν καχύποπτοι σχετικά με τις νέες αυτές μεθόδους τραπεζικών συναλλαγών. Για παράδειγμα, χρειάστηκαν 10 χρόνια για την Bank of America να αποκτήσει δύο εκατομμύρια διαδικτυακούς χρήστες. Στον αντίποδα, όλο και περισσότερες τράπεζες έμπαιναν σε αυτήν την ιδιότυπη διαδικτυακή αρένα και στις αρχές του 2000 ήδη το 80% των αμερικανικών τραπεζών διέθεταν πλατφόρμα internet banking. Η τάση αυτή τελικά άλλαξε και με πρωτοπόρο τις Η.Π.Α., οι τράπεζες διεύρυναν συνεχώς τη ψαλίδα υπέρ της χρήσης των

εναλλακτικών δικτύων. Η Bank of America έγινε η πρώτη τράπεζα παγκοσμίως που θα έφτανε τα τρία εκατομμύρια πελάτες internet banking, το 20% της πελατειακής της βάσης, και ακολουθήσαν η Wells Fargo με 2,5 εκατομμύρια, η Citibank με 2,2 εκατομμύρια και JP Morgan Chase με 750.000 πελάτες (Wikipedia, Online Banking).

Στην Ελλάδα η νέα αυτή μέθοδος τραπεζικών συναλλαγών καθυστέρησε λίγο να έρθει. Η πρώτη τράπεζα που την λάνσαρε στην ελληνική αγορά ήταν η Εγνατία το 1997 με κάποιες περιορισμένες συναλλαγές και την ακολούθησε το 2000 η Τράπεζα Πειραιώς με ένα πιο ολοκληρωμένο σύστημα, όπως αυτά που χρησιμοποιούσαν οι τράπεζες του εξωτερικού εκείνη τη περίοδο. Φυσικά δεν άργησαν να ακολουθήσουν και οι υπόλοιπες ελληνικές τράπεζες, με αποτέλεσμα σήμερα να παρέχονται στους Έλληνες πελάτες τραπεζών online υπηρεσίες εφάμιλλες ή και καλύτερες με αυτές του εξωτερικού (Αραβανή 2006).

Κεφάλαιο 2

Είδη Εναλλακτικών Καναλιών

Η ταχεία ανάπτυξη της πληροφορικής των τελευταίων δεκαετιών συντέλεσε όπως είδαμε στην δημιουργία καινοτόμων μεθόδων επικοινωνίας μεταξύ των τραπεζών και των πελατών τους. Η ανάγκη των τραπεζών για συνεχή μείωση των λειτουργικών τους εξόδων, διεύρυνση του ωραρίου και μείωση του χρόνου και του κόστους διενέργειας των συναλλαγών ώθησαν την δημιουργία εναλλακτικών καναλιών παροχής τραπεζικών υπηρεσιών. Τα κανάλια αυτά εξυπηρετούν την εκτέλεση ενός αρκετά ευρέος φάσματος τραπεζικών συναλλαγών (όπως για παράδειγμα real time κινήσεις λογαριασμών, εμβάσματα, πληρωμές λογαριασμών τρίτων οργανισμών, δανείων κλπ.) για ιδιώτες και επιχειρήσεις με τη χρήση της τεχνολογίας του διαδικτύου, των ηλεκτρονικών υπολογιστών και των έξυπνων συσκευών. Οι συναλλαγές αυτές μπορούν να εκτελούνται σε πραγματικό χρόνο ή και σε κάποια προεπιλεγμένη μελλοντική ημερομηνία με ασφάλεια, από το χώρο του πελάτη, όλες τις ώρες της ημέρας μειώνοντας έτσι αισθητά τον αριθμό των συναλλασσόμενων στα καταστήματα των τραπεζών, οι οποίοι πλέον ιδανικά θα επισκέπτονται τις τράπεζες μόνο για σύνθετες τραπεζικές εργασίες και όχι για απλές συναλλαγές ρουτίνας. Λαμβάνοντας λοιπόν ως κριτήριο το μέσο με το οποίο πραγματοποιούνται οι τραπεζικές συναλλαγές, τα εναλλακτικά κανάλια των τραπεζικών συναλλαγών διακρίνονται σε ATM, Μηχανήματα Αυτόματων Πληρωμών, Internet Banking, Phone Banking, Mobile Banking, Κάρτες και EFT/POS.



Γράφημα 1: Είδη εναλλακτικών καναλιών

2.1 ATM

Είναι από τα πιο γνωστά παγκοσμίως και ευρέως αποδεκτά εναλλακτικά κανάλια, οι αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές (Automatic Teller Machine-ATM) οι οποίες έχουν σαν κύριο σκοπό να δίνουν και να δέχονται μετρητά χρεοπιστώνοντας τον τραπεζικό λογαριασμό του πελάτη και να παρέχουν την δυνατότητα διεκπεραίωσης βασικών οικονομικών συναλλαγών (πχ πληρωμή οφειλών εφορίας) σε χώρο εκτός του καταστήματος της τράπεζας, χωρίς την παρέμβαση τραπεζικού υπαλλήλου, όλο το εικοσιτετράωρο. Χρησιμοποιούνται ευρύτατα στη χώρα μας, γεγονός που αποδεικνύεται και στα αποτελέσματα της έρευνάς μας παρακάτω, ακόμα και πριν από την επιβολή του περιορισμού στη κίνηση κεφαλαίων τον Ιούνιο του 2015, καθώς προσφέρουν αρκετές υπηρεσίες. Οι βασικότερες υπηρεσίες είναι: Ανάλυση και κατάθεση μετρητών, ενημέρωση των τελευταίων κινήσεων και του υπολοίπου του τραπεζικού λογαριασμού, μεταφορές σε λογαριασμούς του ιδίου πελάτη ή τρίτων εντός της ίδιας τράπεζας, πληρωμή λογαριασμών ΔΕΚΟ, αποπληρωμή δόσεων δανείων και πιστωτικών καρτών και αλλαγή μυστικού κωδικού Pin. Για την χρήση τους απαιτείται υποχρεωτικά η κατοχή από μέρος του πελάτη κάρτας, χρεωστικής, πιστωτικής ή προπληρωμένης, και ο μυστικός κωδικός Pin ο οποίος είναι γνωστός μόνο στον πελάτη, ισοδυναμεί με την υπογραφή του και υπάρχει η δυνατότητα να τον αλλάζει όποτε αυτός επιθυμεί. Ακόμη η χρήση τους γίνεται και από πελάτες διαφορετικών τραπεζών και όχι

μόνο από πελάτες της ίδιας τράπεζας, καθώς μέσω των Διατραπεζικών Συστημάτων ΔΙΑΣ υπάρχει διασύνδεση όλων των ATM όλων των τραπεζών, εξυπηρετώντας έτσι τους πελάτες με ακόμη καλύτερο τρόπο.

2.2 Μηχανήματα Αυτόματων Πληρωμών

Τα Μηχανήματα Αυτόματων Πληρωμών, σε αντίθεση με τα ATMs, βρίσκονται εντός των καταστημάτων των τραπεζών, οπότε έχουν τον περιορισμό του ωραρίου εξυπηρέτησης για το κοινό και παρέχουν την δυνατότητα εκτέλεσης διαφόρων συναλλαγών, ακόμη και σε κάποιον που δεν είναι πελάτης της συγκεκριμένης τράπεζας. Οι συναλλαγές αυτές μπορούν να είναι συμψηφιστικές με χρέωση της κάρτας του πελάτη-διερχόμενου αλλά και εγχρήματες, καθώς τα μηχανήματα αυτά έχουν την δυνατότητα να δέχονται χαρτονομίσματα και κέρματα καθώς και να δίνουν ρέστα. Ενδεικτικά παρέχεται η δυνατότητα άμεσης πληρωμής οφειλών και κατάθεσης σε λογαριασμό της τράπεζας με μετρητά. Μεγάλο τους πλεονέκτημα είναι ότι οι τραπεζικές συναλλαγές διεκπεραιώνονται με ευκολία, ασφάλεια και εξοικονόμηση χρόνου.

2.3 Internet Banking

Το internet banking είναι η παροχή τραπεζικών υπηρεσιών με τη χρήση του διαδικτύου σε πραγματικό χρόνο χωρίς να απαιτείται η φυσική παρουσία του πελάτη σε κάποιο υποκατάστημα τράπεζης. Η παροχή και άντληση χρηματοοικονομικών πληροφοριών όπως και η διενέργεια τραπεζικών συναλλαγών απαιτεί απλά τη χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή και σύνδεσης στο διαδίκτυο. Μέσω του internet banking, ο πελάτης μιας τράπεζας έχει στον υπολογιστή του όλη την γκάμα των τραπεζικών συναλλαγών και της πληροφόρησης που χρειάζεται. Μπορούν να πραγματοποιηθούν μεταφορές χρημάτων σε λογαριασμούς του πελάτη και τρίτων στην ίδια ή σε άλλη τράπεζα του εσωτερικού και εξωτερικού, πληρωμές δημοσίου, πληρωμές τρίτων οργανισμών και ΔΕΚΟ, πληρωμές πιστωτικών καρτών και δανείων, δημιουργία πάγιων εντολών, δημιουργία προθεσμιακών καταθέσεων, χρηματιστηριακές εντολές, αιτήσεις δανείων κ.α.. Οι τράπεζες έχουν σήμερα την τεχνογνωσία και τις δυνατότητες να προσωποποιούν τις ηλεκτρονικές τους υπηρεσίες ανάλογα με την κατηγορία πελατών που αντιπροσωπεύει ο χρήστης και με τον τρόπο αυτό υπάρχουν για παράδειγμα επιπρόσθετες δυνατότητες για επιχειρήσεις σε σχέση με τους ιδιώτες όπως οι

πληρωμές μισθοδοσιών (Αγγελής 2005: 28). Οι δυνατότητες του internet banking είναι πάρα πολλές, προστίθενται συνεχώς καινούργιες και ο πελάτης εξοικονομεί χρόνο αφού δεν είναι υποχρεωμένος να μεταβεί σε κατάστημα, η ενημέρωση και η εξυπηρέτηση είναι άμεση, ενώ παράλληλα μειώνεται το κόστος των συναλλαγών για την ίδια την τράπεζα καθώς δεν απαιτείται η διαμεσολάβηση υπαλλήλων για τη διεκπεραίωση των συναλλαγών.

2.4 Phone Banking

Το phone banking σαν εναλλακτικό τραπεζικό κανάλι θεωρείται πιο απλό από άτομα που δεν είναι εξοικειωμένα με τη χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή, καθώς ο πελάτης για να πραγματοποιήσει τις συναλλαγές του απλά τηλεφωνεί στο τηλεφωνικό κέντρο της τράπεζας. Οι συναλλαγές αυτές πραγματοποιούνται είτε συνομιλώντας απευθείας με πράκτορες του τηλεφωνικού κέντρου είτε αυτομάτως από συστήματα αναγνώρισης φωνής (IVRS). Ο χρήστης-πελάτης μιλάει με τον πράκτορα της τράπεζας και του αναφέρει τα αιτήματά του, ο πράκτορας ταυτοποιεί τον πελάτη με τη χρήση κάποιου προσωπικού κωδικού που του έχει δοθεί κατά την εγγραφή του στην υπηρεσία και καταγράφει την συνομιλία για την εξασφάλιση της ακεραιότητας και εμπιστευτικότητας των συναλλαγών. Με τη χρήση αυτόματης αναγνώρισης φωνής, διαδικασία είναι πλέον αυτοματοποιημένη χωρίς να παρεμβάλλεται πράκτορας και ο πελάτης απαντά στα φωνητικά μηνύματα τα οποία ακούει μέσω τηλεφώνου. Και σε αυτή την περίπτωση ταυτοποιείται ο πελάτης για την ασφάλεια των συναλλαγών του. Το phone banking δίνει την δυνατότητα στον πελάτη μιας τράπεζας να διαχειρίζεται όλες τις συναλλαγές του, με αντίστοιχο τρόπο όπως γίνεται και μέσω internet banking και περιγράψαμε παραπάνω.

2.5 Mobile Banking

Το mobile banking είναι ένας νέος και πιο σύγχρονος τρόπος τραπεζικής εξυπηρέτησης που εξαπλώθηκε παράλληλα με την επέκταση των έξυπνων συσκευών. Ο πελάτης συνδέεται με την τράπεζα μέσω του κινητού τηλεφώνου του, το οποίο πρέπει να είναι τεχνολογίας smartphone. Θα πρέπει υποχρεωτικά να έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο, είτε μέσω σύνδεσης πακέτου δεδομένων με τον πάροχο κινητής τηλεφωνίας είτε μέσω σύνδεσης με κάποια συσκευή router που έχει wi-fi. Επίσης οι υπηρεσίες του mobile

banking είναι διαθέσιμες και σε tablets. Για τη χρήση της υπηρεσίας ο πελάτης θα πρέπει να έχει προμηθευτεί κωδικούς mobile banking από την τράπεζά του, οι οποίοι πολλές φορές είναι ταυτόσημοι με αυτούς του internet banking και να έχει εγκαταστήσει στο κινητό του τηλέφωνο ή στο tablet του την αντίστοιχη εφαρμογή της τράπεζας. Και με αυτό το εναλλακτικό δίκτυο, προσφέρεται από τις τράπεζες πλήθος συναλλαγών, όπως πληρωμές, μεταφορές, εμβάσματα, αιτήσεις κλπ.

2.6 Κάρτες

Οι τραπεζικές κάρτες εκδίδονται από τις τράπεζες στο όνομα ενός μόνο δικαιούχου, με συγκεκριμένα κριτήρια. Τα βασικά είδη καρτών, αναλόγως του τρόπου χρέωσης είναι οι χρεωστικές, οι πιστωτικές και οι προπληρωμένες κάρτες. Πλέον όλες οι τράπεζες εκδίδουν τις κάρτες τους με την τεχνολογία των ανέπαφων συναλλαγών (contactless) χωρίς να απαιτείται η εισαγωγή της κάρτας σε τερματικό και με την λειτουργία μη χρήσης pin για μικροαγορές έως 25 ευρώ. Το σκεπτικό πίσω από αυτή την επιλογή, είναι να διευκολύνεται ο πελάτης πραγματοποιώντας τις αγορές του με ταχύτητα, αν και αυτό αντιμετωπίζεται με δυσπιστία από ένα μέρος των πελατών.

2.6.1 Χρεωστικές Κάρτες

Οι χρεωστικές κάρτες (debit cards) συνδέονται με έναν ή περισσότερους καταθετικούς τραπεζικούς λογαριασμούς του πελάτη, χρησιμοποιούνται στα ATMs για ανάληψη μετρητών, στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, για κατάθεση μετρητών, για πληρωμές διαφόρων οργανισμών και μεταφορές χρημάτων με άμεση χρέωση του τραπεζικού λογαριασμού. Επίσης χρησιμοποιούνται σε καταστήματα, φυσικά ή ηλεκτρονικά, για αγορές αντί της χρήσης μετρητών.

2.6.2 Πιστωτικές Κάρτες

Οι πιστωτικές κάρτες (credit cards) χρησιμοποιούνται για αγορές και πληρωμές σε καταστήματα σε Ελλάδα και εξωτερικό, είτε φυσικά είτε ηλεκτρονικά. Η τράπεζα παρέχει ένα πιστωτικό όριο χρημάτων προς χρήση από τον πελάτη, το οποίο είναι ανακυκλώσιμο. Στην ουσία αποτελούν μια μορφή δανεισμού, για αυτό το λόγο σε περίπτωση μη έγκαιρης αποπληρωμής χρεώνονται με τόκο και υψηλό μάλιστα επιτόκιο, που κυμαίνεται συνήθως από 15% έως 18%. Ακόμη ο πελάτης προκειμένου να την

αποκτήσει, ελέγχεται από την τράπεζα για την αξιοπιστία του και πρέπει να υποβάλλει αίτηση με τα οικονομικά και επαγγελματικά του στοιχεία.

2.6.3 Προπληρωμένες Κάρτες

Οι προπληρωμένες κάρτες (prepaid cards) είναι στην ουσία πιστωτικές κάρτες που χορηγούνται από τις τράπεζες με μηδενικό πιστωτικό όριο, για αυτό και είναι πολύ εύκολο να τις αποκτήσει κάποιος χωρίς έλεγχο των οικονομικών στοιχείων. Ο πελάτης τις φορτίζει με το ποσό της επιλογής του, είτε από το ATM, είτε από το γκισέ, είτε μέσω internet/phone/mobile banking και μπορεί έτσι να τις χρησιμοποιήσει για αγορές σε φυσικά και ηλεκτρονικά καταστήματα. Κύριο πλεονέκτημά της κάρτα αυτής είναι ότι δεν συνδέεται με κάποιο καταθετικό τραπεζικό λογαριασμό ή πιστωτικό όριο, οπότε σε περίπτωση απάτης ο πελάτης ρισκάρει μόνο το ποσό με το οποίο την έχει φορτίσει.

2.7 Electronic Funds Transfer / Point of Sales (EFT / POS)

Αυτό το είδος εναλλακτικού καναλιού αποτελείται από μηχανήματα EFT/ POS, τα οποία είναι συσκευές ηλεκτρονικών πληρωμών που είναι τοποθετημένα από τις τράπεζες στα καταστήματα, κατόπιν αιτήσεως των επιχειρηματιών. Οι πελάτες στα εμπορικά καταστήματα που διαθέτουν αυτά τα ειδικά τερματικά POS, μπορούν να ολοκληρώσουν τις αγορές τους χωρίς την άμεση καταβολή μετρητών, αρκεί να έχουν εφοδιαστεί με την ανάλογη κάρτα από την τράπεζά τους. Η κάρτα μπορεί να είναι χρεωστική (debit), δηλαδή να είναι συνδεδεμένη με το λογαριασμό καταθέσεων του πελάτη ο οποίος βέβαια θα πρέπει να έχει επαρκές υπόλοιπο, πιστωτική (credit) η οποία λειτουργεί όπως είπαμε σαν ένα είδος ανοιχτού δανείου από την τράπεζα προς τον πελάτη και προπληρωμένη (prepaid). Με την εισαγωγή της κάρτας στο τερματικό POS γίνεται σύνδεση με το ηλεκτρονικό κέντρο της τράπεζας καθώς απαιτείται η έγκρισή της για την ολοκλήρωση της συναλλαγής.

Τα οφέλη είναι παράπλευρα για τράπεζες, έμπορους και καταναλωτές αφού οι συναλλαγές γίνονται άμεσα, με ταχύτητα και αυξημένη ασφάλεια. Οι πελάτες των καταστημάτων εξυπηρετούνται γρήγορα χωρίς να χρειάζεται να στηθούν στις ουρές των τραπεζών για να κάνουν ανάληψη από τον τραπεζικό τους λογαριασμό και στη συνέχεια να μεταβούν στο εμπορικό κατάστημα για να ολοκληρώσουν την αγορά τους.

Οι έμποροι δε χάνουν τους πελάτες που δεν έχουν πάνω τους μετρητά ακόμα και σε ημέρες και ώρες όπου τα καταστήματα των τραπεζών δεν είναι ανοικτά. Επιπλέον η είσπραξη των μετρητών είναι εγγυημένη από το σύστημα της τράπεζας, ενώ υπάρχει μεγαλύτερη ασφάλεια στις συναλλαγές από τη μη χρήση μετρητών. Οι τράπεζες μειώνουν τα λειτουργικά τους έξοδα, αφού λιγότερος κόσμος στήνεται στην ουρά για το γκισέ, περιορίζεται η απάτη και ο όγκος χαρτιού που χρησιμοποιούν ενώ ταυτόχρονα εισπράττουν και την ανάλογη προμήθεια από τον έμπορο – πελάτη τους.

Κεφάλαιο 3

Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα των Εναλλακτικών Καναλιών

Η χρήση των εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών εμπεριέχει πολλαπλά πλεονεκτήματα, τόσο για τις τράπεζες όσο και για τους πελάτες, αλλά και κάποια μειονεκτήματα. Παρακάτω θα προσπαθήσουμε να περιγράψουμε τα κυριότερα από κάθε είδος.

3.1 Πλεονεκτήματα

Θα παρουσιάσουμε παρακάτω τα πλεονεκτήματα των εναλλακτικών καναλιών σε δύο διαφορετικές κατηγορίες, τα πλεονεκτήματα που απολαμβάνουν τα τραπεζικά ιδρύματα και τα πλεονεκτήματα που απολαμβάνουν οι πελάτες τους.

3.1.1 Πλεονεκτήματα για τις Τράπεζες

Οι τράπεζες απολαμβάνουν αρκετά πλεονεκτήματα από την ευρεία χρήση των εναλλακτικών δικτύων. Καταρχήν, μειώνουν αισθητά το λειτουργικό τους κόστος. Όσο περισσότερη χρήση των εναλλακτικών καναλιών γίνεται, τόσο λιγότερα καταστήματα είναι υποχρεωμένες να διατηρούν ανά την επικράτεια με αντίστοιχη μείωση και του προσωπικού που απασχολείται στο δίκτυο. Αυτό πρακτικά σημαίνει μειωμένες δαπάνες μισθοδοσίας, μειωμένες δαπάνες εννοκίασης ή αγοράς καταστημάτων και μειωμένες δαπάνες ηλεκτρισμού, αναλωσίμων και συντήρησης γενικότερα. Σύμφωνα με έρευνα

της Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών, μία συναλλαγή με φυσική παρουσία σε κατάσταση κοστίζει στη τράπεζα περίπου 1,50 ευρώ, ενώ η ίδια συναλλαγή μέσω εναλλακτικών δικτύων κοστίζει περίπου 0,25 ευρώ, δηλαδή 6 φορές λιγότερο (Δελτίο Ε.Ε.Τ. 2006: 49). Ακόμη, τα εναλλακτικά τραπεζικά κανάλια προσφέρουν ταχύτητα και αμεσότητα στην εξυπηρέτηση, σε τέτοιο βαθμό που δύσκολα μπορεί να βρεθεί κάτι αντίστοιχο σε κατάσταση, παράγοντες και οι δύο που ενισχύουν τη πίστη και το δέσιμο του πελάτη με μία τράπεζα για μεγάλο χρονικό διάστημα, δημιουργώντας την κουλτούρα «μία ζωή-μία τράπεζα».

Παράλληλα μπορούν να διευρύνουν το πελατολόγιο τους σχετικά ευκολά, καθώς υπάρχει αυξημένη πρόσβαση όχι μόνο εκεί όπου υπάρχουν καταστήματα, άλλα πρακτικά όπου υπάρχει πρόσβαση στο διαδίκτυο. Σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή, το 2018 το ποσοστό των νοικοκυριών στην Ελλάδα που είχαν πρόσβαση στο διαδίκτυο ήταν 76,5%, αυξημένο κατά 7,8% σε σχέση με το 2017 και κατά 100,8% σε σχέση με τη δεκαετία 2009-2018 (Το Βήμα 8/11/2018).

Επίσης με την ευρεία χρήση των εναλλακτικών καναλιών, τα τραπεζικά ιδρύματα είναι σε θέση να προσφέρουν ποιοτικότερες υπηρεσίες και καλύτερη εξυπηρέτηση στους πελάτες που προσέρχονται στα καταστήματα για σημαντικές συναλλαγές, όπως για παράδειγμα την αίτηση κάποιου στεγαστικού δανείου ή την ενημέρωση σχετικά με κάποιο επενδυτικό πρόγραμμα. Όταν δεν υπάρχουν ουρές στα γκισέ των τραπεζών και αυξημένη κίνηση για εύκολες συναλλαγές ρουτίνας που οι πελάτες μπορούν να κάνουν και μόνοι τους, όπως αναλήψεις, καταθέσεις και μεταφορές χρημάτων, υπάρχει περισσότερος χρόνος και άνεση για τους τραπεζικούς υπαλλήλους να εξυπηρετήσουν μία σύνθετη συναλλαγή και να ικανοποιήσουν μία εξειδικευμένη ανάγκη του πελάτη (Angelakopoulos, Miliotis 2011: 301).

Ακόμη, οι τράπεζες μέσω των εναλλακτικών δικτύων αυξάνουν την ανταγωνιστικότητά τους προσφέροντας τις υπηρεσίες τους είκοσι τέσσερις ώρες το εικοσιτετράωρο, επτά ημέρες την εβδομάδα (24/7). Αυτό είναι σημαντικό καθώς τα καταστήματα των τραπεζών έχουν συγκεκριμένο ωράριο συναλλαγών για το κοινό, στην Ελλάδα έξι ώρες την ημέρα από τις 8:00 μέχρι τις 14:00 και μόνο τις καθημερινές, πράγμα το οποίο από μόνο του είναι ένας σημαντικός περιορισμός. Πολλοί πελάτες των τραπεζών εργάζονται τις πρωινές ώρες που λειτουργούν τα καταστήματα και δε μπορούν εύκολα να

προσέλθουν για πραγματοποιήσουν τις συναλλαγές τους. Αποκτώντας πρόσβαση όλη την ημέρα στους τραπεζικούς τους λογαριασμούς μέσω των εναλλακτικών καναλιών, είτε είναι εργάσιμη ημέρα είτε είναι αργία, αυτοί οι πελάτες έχουν τη δυνατότητα να ικανοποιούν τις ανάγκες τους πρακτικά χωρίς να απαιτείται η φυσική τους παρουσία σε κατάστημα.

Τέλος, ένα λιγότερο εμφανές πλεονέκτημα για τις τράπεζες, είναι ότι μέσω των εναλλακτικών δικτύων έχουν την δυνατότητα άμεσα να συλλέγουν στατιστικά στοιχεία για τη συναλλακτική συμπεριφορά των πελατών τους, προωθώντας τους με αυτό τον τρόπο τα ανάλογα τραπεζικά προϊόντα τους είτε σε μορφή προσωποποιημένης διαφήμισης στη πλατφόρμα του εναλλακτικού καναλιού ή στο e-mail του πελάτη είτε μέσω της τηλεφωνικής επαφής από κάποιο εκπρόσωπο της τράπεζας (Liao, Cheung 2002: 248).

3.1.2 Πλεονεκτήματα για τους Πελάτες

Τα εναλλακτικά τραπεζικά κανάλια προφέρουν όμως και πολλά πλεονεκτήματα για τους πελάτες, με αρκετά να είναι κοινά με αυτά των τραπεζών. Πρώτον, οι πελάτες απολαμβάνουν χαμηλότερο κόστος στις συναλλαγές τους από ότι εάν τις πραγματοποιούσαν σε κάποιο κατάστημα. Όλες οι τράπεζες χρεώνουν μειωμένες ή και μηδενικές προμήθειες στις συναλλαγές που γίνονται μέσω των εναλλακτικών τους δικτύων, παράγοντας που από μόνος του είναι αρκετά ελκυστικός για τους περισσότερους πελάτες.

Επίσης υπάρχει ταχύτητα και άμεσος έλεγχος των συναλλαγών, διευκολύνοντας πολύ τους πελάτες στο να έχουν όλη τη πληροφόρηση που χρειάζονται γρήγορα και αξιόπιστα για να πάρουν τις σωστές αποφάσεις. Ακόμη με τη χρήση εναλλακτικών καναλιών, οι πελάτες εξοικονομούν πολύτιμο χρόνο, έχοντας πρόσβαση από παντού στους τραπεζικούς τους λογαριασμούς χωρίς να υπολογίζουν τον περιορισμό της ημέρας ή της ώρας που θα επιλέξουν να πραγματοποιήσουν κάποια συναλλαγή.

Παράλληλα, υπάρχει η δυνατότητα για τους πελάτες να ενημερωθούν για την ποικιλία των προσφερόμενων υπηρεσιών και προγραμμάτων της τράπεζας και να επιλέξουν αυτόνομα αυτό που τους ταιριάζει χωρίς να υπάρχει η πίεση του χρόνου που υπάρχει σε κάποιο τραπεζικό κατάστημα.

Επιπρόσθετα, πολλές φορές οι τράπεζες πραγματοποιούν καμπάνιες με διάφορα προνόμια για τους πελάτες που χρησιμοποιούν τα εναλλακτικά δίκτυα, όπως για παράδειγμα εποχικές εκπτώσεις σε προϊόντα και υπηρεσίες που αγοράζονται διαδικτυακά ή κληρώσεις πελατών που χρησιμοποιούν πλαστικό χρήμα για τις αγορές τους με χρηματικό έπαθλο, δίνοντας ακόμη περισσότερα κίνητρα για τη χρήση εναλλακτικών καναλιών.

Τέλος, ένα πλεονέκτημα με κοινωνικό χαρακτήρα, είναι το γεγονός ότι πλέον και οι πελάτες των τραπεζών που είναι Α.Μ.Ε.Α. μπορούν ισότιμα και εύκολα να διαχειρίζονται τους τραπεζικούς τους λογαριασμούς από την άνεση του σπιτιού τους χωρίς να μπαίνουν στη διαδικασία να μεταβαίνουν κάθε φορά σε κατάστημα, πράγμα που πολλές φορές είναι δύσκολο έως αδύνατο.



Γράφημα 2: Πλεονεκτήματα Εναλλακτικών Καναλιών

3.2 Μειονεκτήματα

Η χρήση εναλλακτικών καναλιών όμως δεν εμπεριέχει μόνο πλεονεκτήματα. Σε αυτή την ενότητα θα παρουσιαστούν τα κυριότερα μειονεκτήματα, ομοίως και για τις τράπεζες άλλα και για τους πελάτες τους.

3.2.1 Μειονεκτήματα για τις Τράπεζες

Ένα προφανές μειονέκτημα που απασχολεί τις τράπεζες σχετικά με τα εναλλακτικά κανάλια, είναι το ζήτημα της ασφάλειας. Η τεχνολογία συνεχώς εξελίσσεται, αλλά δυστυχώς συνεχώς εξελίσσονται και οι απειλές στο τομέα της διαδικτυακής απάτης (Mahmood 2009: 171). Οι απατεώνες του διαδικτύου βρίσκουν πάντα νέους τρόπους να εκδηλώνουν τις επιθέσεις τους και να παρασύρουν τους πελάτες των τραπεζών να τους αποκαλύψουν προσωπικά τους στοιχεία με σκοπό το εύκολο και γρήγορο κέρδος. Τα πράγματα περιπλέκονται ακόμη περισσότερο καθώς στη συγκεκριμένη περίπτωση οι τράπεζες κατέχουν κρίσιμα οικονομικά στοιχεία των πελατών τους. Αυτό απαιτεί συνεχείς αναβαθμίσεις και συντήρηση των συστημάτων ασφαλείας των εναλλακτικών δικτύων, εγκατάσταση σύγχρονων firewalls και πρόσληψη εξειδικευμένου προσωπικού κυβερνοασφάλειας, κάτι το οποίο φυσικά έχει μεγάλο κόστος.

Παράλληλα δεν θεωρείται και μικρό το κόστος της δημιουργίας της αρχικής εγκατάστασης της πλατφόρμας των εναλλακτικών δικτύων, όπως επίσης και το κόστος της ιστοσελίδας η οποία πρέπει να είναι σύγχρονη και να ακολουθεί τις τάσεις της εποχής, εμπνέοντας εμπιστοσύνη και σιγουριά και προβάλλοντάς με αυτό τον τρόπο μία γενικότερη εικόνα σύγχρονης και σταθερής τράπεζας. Για να επιτευχθεί το επιθυμητό αποτέλεσμα, θα πρέπει να γίνουν από πλευράς της τράπεζας σημαντικές επενδύσεις σε υλικό και λογισμικό, hardware και software υψηλής τεχνολογίας.

Τέλος, ένα ακόμη μειονέκτημα είναι ότι οι τράπεζες πρέπει δεσμεύουν σημαντικά χρηματικά ποσά, τόσο για την εκπαίδευση του προσωπικού τους στις νέες τεχνολογίες όσο και για τον νέο ρόλο που θα διαδραματίζει αυτό μέσα στο κατάστημα, αφού οι παραδοσιακές συναλλαγές θα πραγματοποιούνται κατά ένα μεγάλο ποσοστό και από εναλλακτικά κανάλια. Προγράμματα εκπαίδευσης θα πρέπει να παρακολουθούν όλοι οι υπάλληλοι της τράπεζας, ειδικά αυτοί που βρίσκονται στο δίκτυο καταστημάτων, ώστε να έχουν την γνώση των νέων υπηρεσιών και να αποκτήσουν την ικανότητα να τις προωθούν αποτελεσματικά στη πελατεία (Αγγελής 2005: 273).

3.2.2 Μειονεκτήματα για τους Πελάτες

Τα εναλλακτικά κανάλια ενέχουν και κάποια μειονεκτήματα που αφορούν τους και τους πελάτες των τραπεζών. Πρώτο και κυριότερο υπάρχει το ζήτημα της ασφάλειας, που περιεγράφηκε παραπάνω από τη σκοπιά των τραπεζών. Μεγάλος αριθμός πελατών των τραπεζών ακόμη και σήμερα δεν εμπιστεύονται την ηλεκτρονική τραπεζική και αισθάνονται φόβο όσον αφορά την ασφάλεια των συναλλαγών τους. Είναι γεγονός πως η αυξανόμενη χρήση των εναλλακτικών δικτύων οδήγησε και σε ανάλογη αύξηση ενεργειών υποκλοπής σε βάρος των οικονομικών και προσωπικών στοιχείων των πελατών, που έτσι κι αλλιώς θεωρούνται απόρρητα και προστατεύονται από την νομοθεσία. Χρησιμοποιούνται από τους επιτήδειους διάφορες τεχνικές υποκλοπής, όπως το phishing, τα trojans και οι ιοί υπολογιστών, με απώτερο στόχο είτε να κάνουν τους χρήστες να τους εκμυστηρευτούν τους προσωπικούς τους κωδικούς πρόσβασης είτε με τεχνικές παρακολούθησης να τους υποκλέψουν χωρίς ο πελάτης να υποψιαστεί το παραμικρό.

Επίσης ένα μεγάλο ποσοστό του πελατολογίου των τραπεζών, κυρίως τα ηλικιωμένα άτομα, δεν έχει αποκτήσει ακόμη την απαραίτητη εξοικείωση με τις νέες τεχνολογίες και το διαδίκτυο, με αποτέλεσμα πολλοί να αρνούνται να εγγραφούν και να χρησιμοποιήσουν τα εναλλακτικά δίκτυα λόγω ανασφάλειας και μικρής γνώσης. Αντιμετωπίζουν με δυσκολία και δυσπιστία την εκμάθηση της χρήσης του εναλλακτικού τραπεζικού μέσου, όπως επίσης την αποτελεσματικότητα και εγκυρότητά του. Είναι γεγονός πως σε τέτοια άτομα, τα οποία δεν έχουν μεγάλη εξοικείωση με την τεχνολογία, τα εναλλακτικά κανάλια των τραπεζών φαντάζουν δύσχρηστα και ανασφαλή και τους κυριαρχεί ο φόβος πως τελικά πως δεν θα μπορέσουν να ολοκληρώσουν με επιτυχία τις τραπεζικές τους συναλλαγές .

Παράλληλα ένα ακόμη μειονέκτημα από τη πλευρά των πελατών, είναι η σχετικά χρονοβόρα διαδικασία της αρχικής εγγραφής στις υπηρεσίες των εναλλακτικών δικτύων. Για να γίνει η εγγραφή, θα πρέπει στις περισσότερες τράπεζες να επισκεφτεί ο πελάτης κάποιο κατάστημα και να αιτηθεί κωδικούς πρόσβασης στην συγκεκριμένη υπηρεσία. Η πιο νέα μέθοδος που προωθείται τελευταία, είναι η αίτηση της εγγραφής να πραγματοποιείται μέσω της ιστοσελίδας της τράπεζας ή της αντίστοιχης εφαρμογής για έξυπνες συσκευές. Το ζήτημα είναι ότι ο πελάτης για να ολοκληρώσει την εγγραφή, θα πρέπει η τράπεζα να έχει όλα του τα στοιχεία προσφάτως επιβεβαιωμένα. Εάν αυτό

δεν ισχύει, όπως συμβαίνει συνήθως, ο πελάτης θα πρέπει υποχρεωτικά να επισκεφτεί κάποιο κατάστημα προσκομίζοντας επιβεβαιωτικά έγγραφα που πιστοποιούν το εισόδημά του (πρόσφατο εκκαθαριστικό φορολογίας εισοδήματος), την διεύθυνση κατοικίας του (λογαριασμός ΔΕΚΟ), το τηλέφωνο επικοινωνίας του (λογαριασμός τηλεφώνου) και το επάγγελμά του (πρόσφατη μισθοδοσία).

Τέλος, ένα μειονέκτημα που χαρακτηρίζει τα εναλλακτικά κανάλια είναι και η απουσία της προσωπικής επαφής. Η προσωπική επαφή παίζει σημαντικό ρόλο σε πολλούς πελάτες τραπεζών, οι οποίοι επιδιώκουν να συζητάνε τις ανάγκες τους με κάποιο υπάλληλο, με τον οποίο μπορεί να έχουν αποκτήσει και μία οικειότητα. Η προσωπική επαφή τους εμπνέει εμπιστοσύνη και ασφάλεια, εμπιστοσύνη που δεν υπάρχει για αυτούς όταν έχουν μπροστά τους μόνο έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή ή κινητό τηλέφωνο και τους έρχεται μία ενημέρωση ότι συναλλαγή τους ολοκληρώθηκε με επιτυχία.



Γράφημα 3: Μειονεκτήματα Εναλλακτικών Καναλιών

Κεφάλαιο 4

Τάσεις Μελλοντικής Εξέλιξης Εναλλακτικών Καναλιών

Στη σύγχρονη εποχή, στον τραπεζικό τομέα, επικρατεί μεγάλος ανταγωνισμός. Οι τράπεζες προσπαθούν να ενισχύουν συνεχώς την κερδοφορία τους επεκτείνοντας την πελατειακή τους βάση, ειδικά μετά την οικονομική κρίση του 2008 που άφησε βαθιά σημάδια στη κερδοφορία τους. Στοχεύουν στον εκσυγχρονισμό και στη συνεχή εξέλιξη των εναλλακτικών δικτύων, καθώς και σε μία πελατοκεντρική φιλοσοφία όπου κέντρο όλων είναι η ικανοποίηση και ευχαρίστηση του πελάτη.

4.1 Προγράμματα Επιβράβευσης Πελατών

Τα προγράμματα ανταπόδοσης, που ήδη είχαν στην φαρέτρα των πλεονεκτημάτων τους κάποιες τράπεζες, πρέπει τώρα με τη νέα πραγματικότητα να παίξουν ένα ρόλο πρωταγωνιστικό στην ικανοποίηση των πελατών και να γίνουν από επικουρικά εργαλεία, σε προϊόντα κινήτρου, πίστης και αφοσίωσης (loyalty programs). Παράλληλα, πρέπει να λειτουργούν και ως βασικά μέσα του ανταγωνισμού μεταξύ των εμπορικών τραπεζών καθώς και του ανταγωνισμού μεταξύ των πιστωτικών ιδρυμάτων, εξειδικευμένων ή μη, με επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε χρηματοοικονομικά προϊόντα και υπηρεσίες. Παρακάτω παρουσιάζονται τα προγράμματα ανταπόδοσης πελατών των τεσσάρων μεγαλύτερων και συστημικών τραπεζών στην Ελλάδα, της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος, της Alpha Bank, της Τράπεζας Πειραιώς και της Eurobank.

4.1.1 Πρόγραμμα Go4More της Εθνικής Τράπεζας

Με το πρόγραμμα επιβράβευσης go4more ο πελάτης συλλέγει αυτόματα πόντους από τις καθημερινές του συναλλαγές, από τις αγορές με την χρήση καρτών και γενικότερα

από την συνολική συναλλακτική του σχέση με την τράπεζα. Κάθε είδους συναλλαγή δίνει στον πελάτη έναν αριθμό πόντων, όπως:

- ανάθεση πάγιας εντολής - 100 πόντοι ανά ανάθεση
- πληρωμή οφειλών/λογαριασμών με πάγια εντολή - 10 πόντοι ανά πληρωμή
- πληρωμή οφειλών/λογαριασμών με χρέωση λογαριασμού μέσω e banking - 10 πόντοι ανά πληρωμή
- έμβασμα μέσω internet banking - 10 πόντοι ανά έμβασμα
- σύνδεση στο i-bank - 100 πόντοι άπαξ
- σύνδεση στο i-bank mobile app - 100 πόντοι άπαξ
- εγγραφή στο i-bank statements μέσω e banking - 100 πόντοι άπαξ
- i-bank statements για πιστωτικές κάρτες και δάνεια - 10 πόντοι ανά statement
- πρώτη συναλλαγή χρεωστικής κάρτας σε POS - 100 πόντοι
- συναλλαγή χρεωστικής κάρτας σε POS - 1 πόντος για κάθε 10 ευρώ αγοράς
- πρώτη συναλλαγή πιστωτικής κάρτας σε POS - 100 πόντοι
- συναλλαγή πιστωτικής κάρτας σε POS - 1 πόντος για κάθε 5 ευρώ αγοράς
- συναλλαγή προπληρωμένης κάρτας σε POS - 1 πόντος για κάθε 10 ευρώ

Ο πελάτης μπορεί να εγγραφεί στην υπηρεσία μέσω γραπτής αίτησης σε κατάστημα, μέσω της ειδικής εφαρμογής go4more που είναι διαθέσιμη για smartphones και tablets, μέσω του internet banking, καθώς και μέσω της τηλεφωνικής εξυπηρέτησης της τράπεζας. Ο πελάτης μπορεί να ενημερώνεται για τους πόντους του μέσω της επίσημης ιστοσελίδας του προγράμματος, μέσω της εφαρμογής go4more, μέσω των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων που εμφανίζουν τους πόντους στην απόδειξη συναλλαγής, μέσω του internet banking, μέσω της τηλεφωνικής εξυπηρέτησης της τράπεζας ή επισκεπτόμενος κάποιο κατάστημα της τράπεζας.

Τέλος, ο πελάτης εξαργυρώνει τους πόντους του μέσω των POS των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων. Οι πόντοι τέλος, έχουν ισχύ δυο χρόνια από την ημερομηνία συλλογής τους (www.nbg.gr).

4.1.2 Πρόγραμμα Bonus της Alpha Bank

Με το πρόγραμμα επιβράβευσης bonus της Alpha Bank, ο πελάτης συλλέγει πόντους από τις αγορές του σε συνεργαζόμενες επιχειρήσεις με τη χρήση των καρτών bonus της τράπεζας. Η τράπεζα συνεργάζεται με διάφορες γνωστές επιχειρήσεις τροφίμων, αεροπορικές εταιρίες, επιχειρήσεις καυσίμων, ασφαλιστικές εταιρίες, καταστήματα

ρούχων και καλλυντικών. Ο πελάτης ενημερώνεται για τους πόντους του μέσω των προσφορών των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων που εμφανίζουν τους πόντους στην απόδειξη συναλλαγής, μέσω της τηλεφωνικής εξυπηρέτησης της τράπεζας, μέσω τριμηνιαίου statement ή μέσα από την επίσημη ιστοσελίδα του προγράμματος. Ο πελάτης ακόμη μπορεί να εξαργυρώσει τους πόντους του, αφού ενημερωθεί για τις τρέχουσες προσφορές των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων και αφού πραγματοποιήσει κάποια άλλη συναλλαγή. Οι πόντοι και εδώ ισχύουν έως και δυο χρόνια από την ημερομηνία συλλογής τους (www.alpha.gr).

4.1.3 Πρόγραμμα Yellows της Τράπεζας Πειραιώς

Με το πρόγραμμα επιβράβευσης yellows της Τράπεζας Πειραιώς, ο πελάτης συλλέγει πόντους από τις συναλλαγές του και τις αγορές του με τη χρήση καρτών της τράπεζας, όπως:

- αγορές από συνεργαζόμενες επιχειρήσεις - 10 yellows για κάθε 1 ευρώ
- αγορές από λοιπές επιχειρήσεις με πιστωτικές και προπληρωμένες κάρτες - 1 yellow για κάθε 1 ευρώ
- αγορές από λοιπές επιχειρήσεις με χρεωστικές κάρτες - 1 yellow για κάθε 2 ευρώ
- πληρωμές δημοσίου - 1 yellow για κάθε 10 ευρώ με όλες τις κάρτες
- πρώτη είσοδος στο win bank - 500 yellows
- πληρωμή λογαριασμών μέσω λογαριασμού ή πιστωτικής κάρτας - 25 yellows

Ο πελάτης μπορεί να εγγραφεί στην υπηρεσία μέσω internet banking, μέσω της τηλεφωνικής εξυπηρέτησης της τράπεζας ή επισκεπτόμενος κάποιο κατάστημα της τράπεζας. Ο πελάτης επίσης ενημερώνεται για τους πόντους του μέσω της επίσημης ιστοσελίδας του προγράμματος και της ειδικής εφαρμογής για έξυπνες συσκευές. Τέλος υπάρχει και εδώ η δυνατότητα ο πελάτης μπορεί να εξαργυρώσει τους πόντους του μέσω των POS των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων, μέσω των προσφορών της υπηρεσίας yellow day και με δωροεπιταγές yellow only (www.piraeusbank.gr).

4.1.4 Πρόγραμμα Επιστροφή της Eurobank

Με το πρόγραμμα επιβράβευσης Επιστροφή της Eurobank ο πελάτης συλλέγει αυτόματα ευρώ από τις καθημερινές αγορές με την χρήση καρτών της τράπεζας. Πληρώνοντας με χρεωστική, προπληρωμένη ή πιστωτική κάρτα της τράπεζας στα POS των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων, ο πελάτης παίρνει επιτόπου το 2% της συνολικής

αγοράς πίσω. Η τράπεζα συνεργάζεται με πολύ γνωστές επιχειρήσεις ένδυσης, υπόδησης, τροφίμων και ποτών, ηλεκτρικών ειδών, ειδών οικιακού εξοπλισμού, εταιρίες τηλεπικοινωνιών, καυσίμων, ξενοδοχεία, εστιατόρια, ασφαλιστικές εταιρίες, κλινικές, κ.α. Οι επιχειρήσεις επίσης, εποχιακά, προσφέρουν υψηλότερα ποσοστά επιστροφής στους πελάτες που κάνουν αγορές με τη χρήση των καρτών της τράπεζας. Επίσης ο πελάτης δε απαιτείται να εγγραφεί στην υπηρεσία προκειμένου να απολαύσει τα προνόμιά της, μπορεί όμως να εγκαταστήσει και να ενεργοποιήσει την εφαρμογή epistrofi app στο smartphone ή το tablet του. Η ενεργοποίηση της εφαρμογής του δίνει επιπλέον επιστροφή.

Ο πελάτης ακόμη ενημερώνεται για τους πόντους του μέσω της επίσημης ιστοσελίδας του προγράμματος, μέσω της εφαρμογής epistrofi app, μέσω των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων που εμφανίζουν τους το ποσό της επιστροφής στην απόδειξη συναλλαγής, μέσω της τηλεφωνικής εξυπηρέτησης της τράπεζας ή επισκεπτόμενος κάποιο κατάστημα. Ο πελάτης τέλος μπορεί να εξαργυρώσει τα ευρώ επιστροφής ανά πάσα στιγμή, σε οποιαδήποτε συνεργαζόμενη επιχείρηση, ανεξαρτήτως από πού τα έχει συλλέξει. Τα ευρώ επιστροφής έχουν ισχύ ένα έτος από την ημερομηνία συλλογής τους (www.eurobank.gr).

4.2 Εισιτήρια Προτεραιότητας e-ticket

Είναι μία πρόσφατα σχεδιασμένη εφαρμογή, στοχεύοντας τους πελάτες που ζητούν κάτι παραπάνω στη ποιότητα της εξυπηρέτησης, βρίσκονται πάντα σε κίνηση, αλλά πρέπει να προσέλθουν αναγκαστικά σε κάποιο κατάστημα. Προκειμένου να τους απελευθερώσουν χρόνο και να τους απαλλάξουν από την πολύωρη αναμονή για εξυπηρέτηση στον γκισέ, που είχε σαν αποτέλεσμα την συμφόρηση των καταστημάτων, οι τράπεζες έδωσαν τη δυνατότητα στο πελάτη να κρατάει τη σειρά προτεραιότητάς του χωρίς να είναι παρόν σε κάποιο κατάστημα. Το 2016 πρώτη η Εθνική Τράπεζα στην Ελλάδα λάνσαρε στους χρήστες έξυπνων συσκευών την εφαρμογή i-bank pass, η οποία, είναι ουσιαστικά μια ψηφιακή έκδοση της μηχανής έκδοσης αριθμού προτεραιότητας που υπάρχει στα καταστήματα. Έτσι ο πελάτης, αλλά και ο διερχόμενος, που προσέρχεται στο κατάστημα για κάποια ταμειακή συναλλαγή, μπορεί να εκδώσει απομακρυσμένα αριθμό σειράς προτεραιότητας, χρησιμοποιώντας απλώς το κινητό του τηλέφωνο. Ο αριθμός σειράς προτεραιότητας εκδίδεται σε πραγματικό χρόνο και ο πελάτης-χρήστης ειδοποιείται όταν πλησιάζει η σειρά του. Η εφαρμογή προσφέρει

πληροφορίες για τους χρόνους αναμονής, για τα κοντινότερα καταστήματα σε σχέση με την τοποθεσία του πελάτη-χρήστη, καθώς και πληροφορίες ωραρίων και επικοινωνίας.

4.3 Ηλεκτρονική Υπογραφή

Οι ολοκλήρωση των συναλλαγών των πελατών απαιτεί την φυσική υπογραφή παραστατικών και εγγράφων, μια διαδικασία που μπορεί να αποβεί χρονοβόρα και κουραστική, ειδικά εν πρόκειται για έγγραφα που αφορούν συμβάσεις δανείων, καρτών ή συμφωνίες χρηματοδοτήσεων επιχειρήσεων. Πολλές φορές η ανάγκη ύπαρξης πολλών υπογραφών λειτουργεί και ως ανασταλτικός παράγοντας στην πρόθεση του κοινού να συνεργαστεί με ένα πιστωτικό ίδρυμα για κάποιο αιτήματά του. Έτσι, ο τράπεζες πρόσφατα έδωσαν τη δυνατότητα στους πελάτες, μέσω ειδικά διαμορφωμένων εφαρμογών, να υπογράψουν τα έγγραφα με ηλεκτρονικό τρόπο, με τη χρήση ειδικού tablet και γραφίδας, βάζοντας μία και μόνο ηλεκτρονική υπογραφή (e-signature) στο τέλος κάθε σύμβασης ή ταμειακού παραστατικού. Αντί για την παραδοσιακή διαδικασία υπογραφής πολλαπλών αντιγράφων, ο πελάτης τώρα υπογράφει εύκολα και γρήγορα, επιλέγοντας αν θα παραλάβει υπογεγραμμένο και εκτυπωμένο αντίγραφο του παραστατικού ή της σύμβασης ή αντίγραφο μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Η δυνατότητα αυτή, παρέχει απόλυτη ασφάλεια σε σχέση με το τι υπογράφει ο πελάτης, καθώς η υπογραφή αφορά μόνο το εν λόγω έγγραφο, δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί για κάποιο άλλο λόγο και φυσικά δεν μπορεί να αντιγραφεί.

Ταυτόχρονα εύκολα και γρήγορα ο πελάτης υπογράφει και λαμβάνει αντίγραφο χωρίς να παραμένει πολύ ώρα στο κατάστημα. Η αρχειοθέτηση των εγγράφων με ηλεκτρονικές υπογραφές είναι αντίστοιχα απλούστερη και δίνει τη δυνατότητα αναζήτησης και ανεύρεσης παραστατικών με ταχύτητα, ακόμα και αν αφορούν συναλλαγές παρελθόντων ετών. Να αναφέρουμε εδώ, ότι οι τράπεζες στα πλαίσια της προστασίας του περιβάλλοντος και της κοινωνικής τους προσφοράς και προβολής, προσπαθούν να μειώσουν την κατανάλωση χαρτιού, συμβάλλοντας έτσι στο περιορισμό κοπής δέντρων.

4.4 Ψηφιακή Γωνιά

Ακόμα και αν ο πελάτης επιλέξει να μεταβεί σε κάποιο κατάστημα τράπεζας για την

ολοκλήρωση των συναλλαγών του, πλέον έχει τη δυνατότητα να εξυπηρετηθεί εύκολα και γρήγορα, αποφεύγοντας την πολύωρη αναμονή στην ουρά, σε ειδικά διαμορφωμένα σημεία μέσα στο κατάστημα, όπου μπορεί να χρησιμοποιήσει την ηλεκτρονική τραπεζική. Τα σημεία αυτά, ψηφιακές γωνιές-digital corners, βρίσκονται συνήθως κοντά στην είσοδο του καταστήματος και είναι εξοπλισμένα με συσκευές σύνδεσης στο διαδίκτυο, όπου ο πελάτης μπορεί να χρησιμοποιήσει το internet banking του. Λειτουργούν επικουρικά με τις ειδικές μηχανές αυτόματων συναλλαγών που είναι εγκατεστημένες εντός των καταστημάτων και δίνουν τη δυνατότητα στον πελάτη να ολοκληρώσει μια μεγάλη γκάμα συναλλαγών, από μια κατάθεση στο λογαριασμό του και ενημέρωση των κινήσεων των βιβλιαρίων του, μέχρι την πληρωμή δανείου ή πιστωτικής κάρτας άλλης τράπεζας.

4.5 Go Digital

Η σύγχρονη τάση παγκοσμίως είναι να ξεφύγουν οι τράπεζες από την πεπατημένη, να αποκοπούν από τα κληροδοτήματα του παρελθόντος, να μεταλλάξουν τις δομές λειτουργίας τους και να αποκτήσουν ένα χαρακτήρα πελατοκεντρικό (customer centered), όπου το μόνο κριτήριο επιτυχίας θα είναι η ικανοποίηση του πελάτη. Τα τραπεζικά ιδρύματα κάνουν ήδη κινήσεις εντυπωσιασμού, παρέχοντας στον πελάτη υπηρεσίες που δεν περιμένει, αλλά ασυναίσθητα επιθυμεί.

Η παραδοσιακή τράπεζα, ως στατική υπηρεσία με ουρές και συνωστισμό, θα πρέπει να δώσει τη θέση της με μια σύγχρονη και εξελιγμένη τεχνολογικά δομή, με μόνο στόχο την ανταπόδοση οφέλους στον πελάτη. Τα καταστήματα θα πρέπει να έχουν φιλική εμφάνιση, ενισχύοντας τη συναισθηματική νοημοσύνη του πελάτη, προσφέροντάς του αυτό που εκείνος θα ήθελε να βιώσει ως μία ξεχωριστή τραπεζική εμπειρία. Η ενημέρωση θα είναι προσαρμοσμένη στην εποχή, στη μέρα ακόμα και στην ώρα και θα συνδυάζει πληροφόρηση, αλλά και πώληση προϊόντων προς ενίσχυση της κερδοφορίας. Η ψηφιοποίηση αποτελεί, όπως είναι φυσικό, σημαντικό στοιχείο για τη βαθιά γνώση των αναγκών των πελατών, συγκεντρώνοντας και παρέχοντας πληροφορίες στοχευμένα και προσωποποιημένα. Η εφαρμογή των νέων τεχνολογιών εξασφαλίζει αναπτυσσόμενες διαδικασίες τραπεζικών συναλλαγών, με επίκεντρο τον πελάτη, προσφέροντας τη μέγιστη χρησιμότητα από πλευράς διαθεσιμότητας και κόστους για τον ίδιο και από πλευράς μείωσης λειτουργικού κόστους και μεγιστοποίησης της ασφάλειας για τη τράπεζα.

Όμως τι θα πει digital, καθώς αποτελεί τη λέξη κλειδί στον τραπεζικό μετασχηματισμό των τελευταίων ετών. Μετά την επανάσταση της τεχνολογίας των τηλεφώνων-smartphones που άνοιξε νέους δρόμους και ορίζοντες στην ηλεκτρονική τραπεζική, η νέα εμμονή των τραπεζών είναι να γίνουν όσο πιο ψηφιακές γίνεται. Ωστόσο, πολλοί συγχέουν τις έννοιες digital και mobile/phone/internet banking, θεωρώντας ότι το digital είναι απλώς μια προσθήκη στην ήδη υπάρχουσα ηλεκτρονική τραπεζική. Το digital δεν είναι απλώς η εγκατάσταση έξυπνων τηλεοράσεων (smart TVs), ταμπλέτων (tablets και pads), σημείων πρόσβασης στην ηλεκτρονική τραπεζική (internet banking stations), ασύρματου διαδικτύου (wifi internet connections) και ψηφιακών διαδραστικών οθονών (digital panels) στα καταστήματα των τραπεζών. Αυτό θα ίσως θα μπορούσε να αποτελεί μια εικονική (virtual) εκδοχή της τράπεζας, αλλά χωρίς να εμπεριέχει οργανωτικές, επιχειρησιακές και δομικές αλλαγές.

Ο στόχος είναι να ψηφιοποιηθούν οι front office και back office εργασίες, οι εργασίες δηλαδή που αφορούν την αλληλεπίδραση απευθείας με τον πελάτη και οι εργασίες που λειτουργούν υποστηρικτικά. Front office εργασίες είναι αυτές που αφορούν τις φυσικές συναλλαγές που πραγματοποιούνται σε ένα κατάστημα και ενσωματώνουν τη φυσική εμπειρία με την διαχείριση του χρήματος σε πρωταρχικό στάδιο, όπως είναι οι διαχείριση αιτήσεων πελατών και οι ταμειακές συναλλαγές. Back office, είναι οι εργασίες και τα συστήματα που εκτελούνται υποστηρικτικά για να βοηθήσουν στην ολοκλήρωση των front office εργασιών και συντελούν στη λειτουργία της επιχείρησης, διακριτικά στο παρασκήνιο, χωρίς να αλληλοεπιδρούν άμεσα με τον πελάτη ή και με τα ίδια τα στελέχη. Τέτοιες εργασίες εκτελούνται από τις διοικητικές υπηρεσίες, το λογιστήριο, τα τμήματα σχεδιασμού, οργάνωσης και προώθησης προϊόντων, το τμήμα επικοινωνίας και μάρκετινγκ, το τμήμα πληροφορικής και τη διεύθυνση ανθρώπινου δυναμικού.

Ο στόχος είναι να ενοποιηθούν πλήρως και να αλληλοεπιδρούν όλα τα κανάλια εξυπηρέτησης των πελατών, ακόμα και όταν ο πελάτης δεν είναι παρών, σε μία απ' άκρη σ' άκρη ροή (end to end flow), εξαλείφοντας τα περισσότερα ενδιάμεσα στάδια, παρέχοντας βέλτιστη απόδοση και ικανοποίηση καθ' όλη τη διαδικασία. Το ζητούμενο εδώ είναι η τράπεζα να αντιδρά στην επιλογή του πελάτη, όποια και αν είναι αυτή, με όποιον μέσο αυτός θέλει να την ικανοποιήσει, με τρόπο απομακρυσμένο, χωρίς να τον

υποχρεώνει να δίνει απαραίτητα το παρών, απαλλάσσοντάς τον από την αυστηρή τήρηση των διαδικασιών και της ιεραρχίας. Βέβαια, ενώ οι τράπεζες επενδύουν στην ψηφιακή τεχνολογία για να βελτιστοποιήσουν την εμπειρία του πελάτη, πρέπει και να επιδιώξουν την αλλαγή και αναβάθμιση των απαρχαιωμένων συστημάτων τους, που απαιτούν υψηλά κόστη συντήρησης όσο η τεχνολογία εξελίσσεται.

Κεφάλαιο 5

Έρευνα Σχετικά με την Αποδοχή και Χρήση των Εναλλακτικών Καναλιών

5.1 Σκοπός της Έρευνας

Σκοπός της έρευνας είναι να αποτυπωθεί πόσο εξοικειωμένοι είναι οι πελάτες - καταναλωτές των τραπεζών σε σχέση με την κατοχή και χρήση εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών, πως βλέπουν τις νέες τεχνολογίες στην τραπεζική εξυπηρέτηση και ποια είναι η γνώμη τους και η συμπεριφορά τους απέναντι στην νέα ψηφιακή πραγματικότητα.

Πιο συγκεκριμένα, θα προσπαθήσουμε να δούμε τις συναλλακτικές συνήθειες των πελατών των τραπεζών σήμερα, τους λόγους για τους οποίους χρησιμοποιούν ή όχι τα εναλλακτικά τραπεζικά δίκτυα, εάν η ηλεκτρονική τραπεζική αναπτύσσεται σε βάρος του παραδοσιακού καταστήματος.

Επίσης θα εξετάσουμε εάν υφίσταται προοπτική η ηλεκτρονική τραπεζική να το ξεαλείψει τελείως από την οικονομία και τέλος το κατά πόσο τα εναλλακτικά κανάλια έχουν ενεργό ρόλο στη φήμη μίας τράπεζας ή όχι.

5.2 Μεθοδολογία

Για την πραγματοποίηση της παρούσας έρευνας χρησιμοποιήθηκε ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο είκοσι πέντε υποχρεωτικών ερωτήσεων, το οποίο συντάχθηκε και διανεμήθηκε διαδικτυακά μέσω της εφαρμογής Google Forms, σε τυχαίο δείγμα 300

ατόμων ηλικίας άνω των 18 ετών, οι οποίοι είναι πελάτες που συναλλάσσονται με τραπεζικά ιδρύματα στην Ελλάδα, αλλά και σε υπαλλήλους και στελέχη τραπεζών. Η έρευνα διενεργήθηκε τον Απρίλιο του 2019.

Τα πλεονεκτήματα αυτής της μεθόδου είναι πολλά, όπως ότι:

- υπάρχει εξάλειψη των σφαλμάτων εισαγωγής των απαντήσεων, αφού καταχωρούνται αυτόματα από τους συμμετέχοντες,
- υπάρχει γρήγορη συλλογή και αποθήκευση των δεδομένων,
- η επιλογή του χρόνου απάντησης γίνεται από τους ίδιους σε χρονική στιγμή που τους εξυπηρετεί και
- η εύκολη πρόσβαση σε μεγάλο δείγμα μέσω του διαδικτύου σε γεωγραφικά πολλές περιοχές.

Βέβαια υπάρχουν και μερικά **μειονεκτήματα**, όπως:

- η απουσία προσωπικής επαφής με τον συμμετέχοντα στην έρευνα,
- η αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος που περιορίζεται μόνο σε χρήστες του διαδικτύου και
- η δυσκολία επίτευξης ενός ενιαίου δείγματος.

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από έξι ενότητες.

Η **πρώτη ενότητα** αφορά τα δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων, πιο συγκεκριμένα πέντε ερωτήσεις σχετικά με το φύλο, την ηλικία, το επίπεδο μόρφωσης, το εισόδημα και το επάγγελμα. Χαρακτηριστικά που σίγουρα επηρεάζουν τη χρήση και εξάπλωση των εναλλακτικών καναλιών.

Στη **δεύτερη ενότητα** ερευνούμε τις συναλλακτικές συνήθειες των πελατών με πέντε ερωτήσεις, για το:

- i. ποιες είναι οι πιο συνηθισμένες συναλλαγές που πραγματοποιούνται από τους ερωτηθέντες,
- ii. εάν γνωρίζουν τον όρο εναλλακτικά τραπεζικά κανάλια,
- iii. εάν έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο,
- iv. με ποιο τρόπο συναλλάσσονται και
- v. πόσο συχνά χρησιμοποιούν τα εναλλακτικά δίκτυα.

Στη **τρίτη ενότητα** ερευνούμε τους λόγους χρήσης ή μη των εναλλακτικών καναλιών μέσα από πέντε ερωτήματα:

- i. για ποιους λόγους χρησιμοποιούν τα εναλλακτικά δίκτυα,
- ii. για ποιους λόγους δε το κάνουν,
- iii. αν οι περιορισμοί στη κίνηση κεφαλαίων που επιβλήθηκαν το 2015 επηρέασαν τη χρήση τους,
- iv. εάν θεωρούν απαραίτητα τα εναλλακτικά κανάλια για τις συναλλαγές τους και τέλος
- v. εάν αντιμετωπίζουν τεχνικά προβλήματα από τη χρήση των εναλλακτικών καναλιών.

Στην **τέταρτη ενότητα** θα εξετάσουμε το κατά πόσο τα εναλλακτικά κανάλια αναπτύσσονται σε βάρος τη παραδοσιακής τραπεζικής με τρία ερωτήματα:

- i. ποιες μορφές ηλεκτρονικής τραπεζικής γνωρίζουν οι συμμετέχοντες,
- ii. εάν θα γινόntonταν πελάτες μίας διαδικτυακής τράπεζας χωρίς καταστήματα και
- iii. εάν θα πρότειναν οι ίδιοι τη χρήση εναλλακτικών καναλιών σε συγγενείς και φίλους.

Στην **πέμπτη ενότητα** θα εξετάσουμε το κατά πόσο η φήμη μίας τράπεζας επηρεάζεται από την εικόνα των εναλλακτικών της καναλιών χρησιμοποιώντας τρεις ερωτήσεις:

- i. εάν τα εναλλακτικά δίκτυα παίζουν καθοριστικό ρόλο στην επιλογή μίας κύριας τράπεζας από τους πελάτες,
- ii. εάν τα εναλλακτικά δίκτυα διευκολύνουν γενικότερα τις συναλλαγές τους και
- iii. με ποιες ελληνικές τράπεζες συναλλάσσονται κυρίως.

Τέλος, στην τελευταία και **έκτη ενότητα**, τοποθετήσαμε κάποιες γενικές ερωτήσεις, τέσσερεις στον αριθμό, που επαναλαμβάνονται με λίγη διαφορετική διατύπωση στις προηγούμενες ενότητες, προκειμένου να **ελέγξουμε την αξιοπιστία των απαντήσεων** καθώς το ερωτηματολόγιο δεν έγινε με φυσική παρουσία των ερωτηθέντων. Ρωτάμε λοιπόν εδώ:

- i. εάν οι συμμετέχοντες είναι κάτοχοι ηλεκτρονικών υπολογιστών και έξυπνων συσκευών,

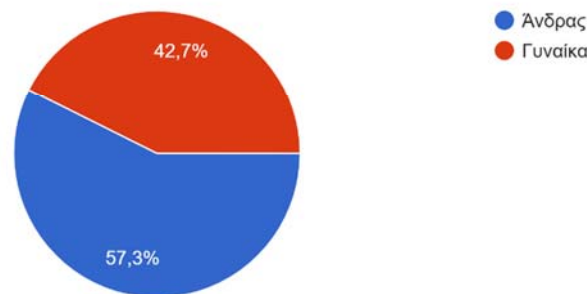
- ii. πότε ξεκίνησαν να χρησιμοποιούν τα εναλλακτικά κανάλια,
- iii. εάν η χρήση τους εξοικονομεί χρόνο και τέλος
- iv. εάν σαν διαδικασία την θεωρούν εύκολη ή όχι.

5.3 Ερωτηματολόγιο Έρευνας

Ομάδα 1: Δημογραφικά στοιχεία

Ποιο είναι το φύλο σας;

300 απαντήσεις

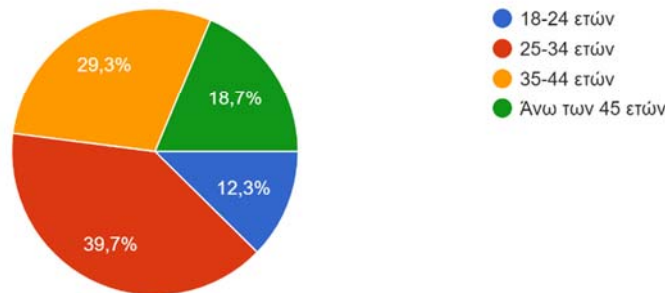


Πίνακας 1: Φύλο

Εδώ παρατηρούμε ότι το δείγμα των ερωτηθέντων ήταν ισορροπημένο με βάση τη μεταβλητή του φύλου. Πιο συγκεκριμένα, το 57,3% των απαντήσεων προήλθε από άνδρες και το 42,7% από γυναίκες, αν και δε γνωρίζουμε κατά πόσο το ένα φύλο υπερτερεί του άλλου στη χρήση των εναλλακτικών καναλιών ή τουλάχιστον δεν έχουμε υπόψη κάποια σχετική έρευνα.

Ποια είναι η ηλικία σας;

300 απαντήσεις

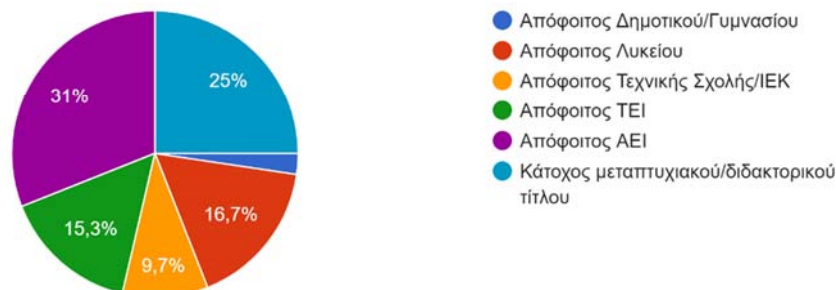


Πίνακας 2: Ηλικία

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων ανήκει στην λεγόμενη «εργασιακά παραγωγική» ηλικία, καθώς οι ηλικιακές ομάδες μεταξύ 25-34 και 35-44 ετών είχαν ποσοστό συμμετοχής 39,7%, και 29,3% αντίστοιχα και αθροιστικά 69%. Την μικρότερη συμμετοχή την είχαν νεαρά άτομα ηλικίας 18-24 με ποσοστό 12,3%.

Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο;

300 απαντήσεις



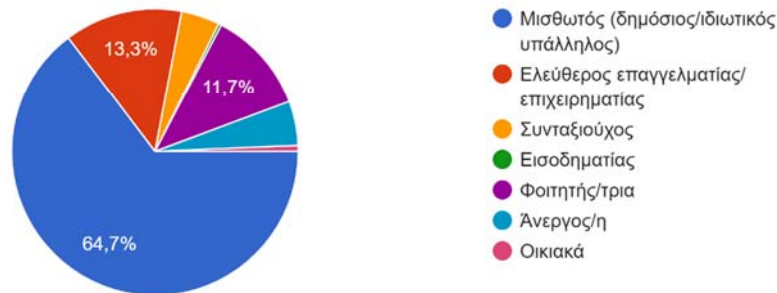
Πίνακας 3: Μορφωτικό επίπεδο

Εδώ παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι συμμετέχοντες στην έρευνά μας ήταν υψηλού μορφωτικού επιπέδου σε ποσοστό 56% και πιο συγκεκριμένα οι απόφοιτοι πανεπιστημιακών σχολών ΑΕΙ είχαν ποσοστό 31%, με εξίσου σημαντικό το ποσοστό (25%) των κατόχων μεταπτυχιακού-διδακτορικού τίτλου.

Αυτό, όπως θα δούμε και παρακάτω, επηρεάζει θετικά τη χρήση των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων. Άτομα χαμηλού μορφωτικού επιπέδου, δηλαδή απόφοιτοι δημοτικού/γυμνασίου, είχαν την μικρότερη εκπροσώπηση με ποσοστό 2,3%

Ποιο είναι το επάγγελμά σας;

300 απαντήσεις

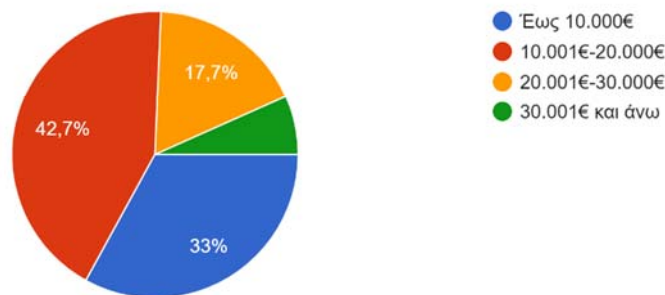


Πίνακας 4: Επάγγελμα

Εδώ βλέπουμε ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων ήταν μισθωτοί υπάλληλοι σε ποσοστό 64,7%, ακολουθούμενοι από τους ελεύθερους επαγγελματίες/επιχειρηματίες με ποσοστό 13,3%, τους φοιτητές με ποσοστό 11,7%, τους άνεργους με ποσοστό 4,4%, τους συνταξιούχους με 4%, με μικρότερη συμμετοχή των απασχολούμενων με οικιακά με ποσοστό 1,1% και εισοδηματίες με 0,8%.

Ποιο είναι το ετήσιο εισόδημά σας;

300 απαντήσεις



Πίνακας 5: Εισόδημα

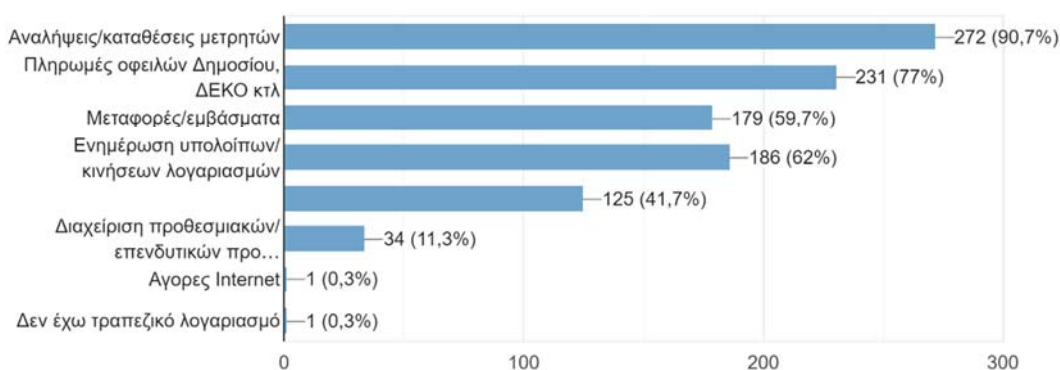
Οι περισσότεροι συμμετέχοντες (42,7%) είχαν ετήσιο εισόδημα από 10.001 έως 20.000 ευρώ, με δεύτερους (33%) αυτούς που είχαν εισόδημα έως 10.000€. Παρατηρούμε λοιπόν ότι η λεγόμενη μεσαία τάξη με εισοδήματα έως 20.000 ευρώ κυριάρχησε στο δείγμα μας, με αθροιστικό ποσοστό 75,7%, αποτέλεσμα λογικό αφού αποτελεί και την πλειοψηφία του κοινωνικού στρώματος της χώρας μας.

Μικρή συμμετοχή (17,7%) είχαν άτομα με εισόδημα 20.001-30.000 ευρώ και την μικρότερη (6,6%) άτομα υψηλού εισοδήματος άνω των 30.000 ευρώ το χρόνο.

Ομάδα 2: Συναλλακτικές συνήθειες

Ποιες είναι οι πιο συνηθισμένες σας τραπεζικές συναλλαγές; (μπορεί να δοθεί παραπάνω από μία απάντηση)

300 απαντήσεις



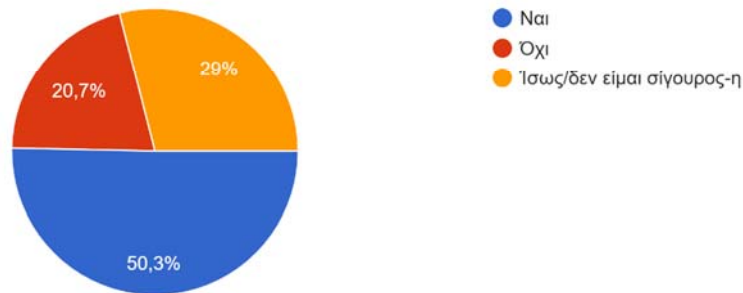
Πίνακας 6: Συνήθειες τραπεζικές συναλλαγές

Παρατηρούμε ότι οι πιο συνηθισμένες τραπεζικές συναλλαγές είναι οι αναλήψεις και καταθέσεις μετρητών, σε ποσοστό 90,7%, ακολουθούμενες από τις πληρωμές οφειλών Δημοσίου και ΔΕΚΟ σε ποσοστό 77%. Συναλλαγές που είναι απλές και τυποποιημένες στις οποίες ο πελάτης ζητά ταχεία εξυπηρέτηση. Οι συναλλαγές όμως που εμφανίζονται με τη μικρότερη συχνότητα είναι η διαχείριση προθεσμιακών και επενδυτικών προϊόντων, με ποσοστό 11,3%. Αυτό ίσως να οφείλεται:

- ❖ στο γεγονός ότι αυτές οι συναλλαγές πραγματοποιούνται συνήθως από άτομα με υψηλά εισοδήματα, που όπως προ είπαμε είχαν αναλογικά τη μικρότερη συμμετοχή στην έρευνά μας και
- ❖ ότι αυτού του είδους οι συναλλαγές ευνοούν την φυσική παρουσία σε τραπεζικό κατάστημα, αφού έχουν έντονο συμβουλευτικό «αποτύπωμα», οπότε πιθανόν να αποτελούν τροχοπέδη για την εξάπλωση των εναλλακτικών καναλιών.

Γνωρίζετε τι εννοούμε με τον όρο εναλλακτικά κανάλια/δίκτυα τραπεζικών εργασιών;

300 απαντήσεις

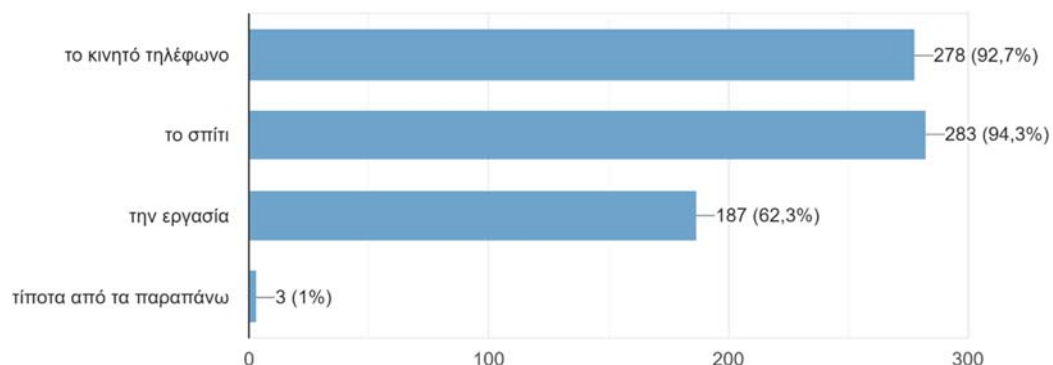


Πίνακας 7: Γνώση του όρου εναλλακτικά κανάλια

Οι μισοί ερωτηθέντες (50,3%) απάντησαν ότι γνωρίζουν την έννοια των εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών, με το ποσοστό αυτών όμως που δεν ήταν σίγουροι να κυμαίνεται στο 29% και αυτών που δεν γνώριζαν στο 20,7%, αναμφίβολα υψηλά αν αναλογιστούμε την ευρεία εξάπλωση του διαδικτύου στις μέρες μας και την εισαγωγή της ηλεκτρονικής τραπεζικής στη ζωή μας εδώ μια εικοσαετία περίπου. Άρα αν και δεν είναι καταρτισμένοι θεωρητικά, φαίνεται να είναι αρκετά εξοικειωμένοι πρακτικά στην χρήση των νέων τεχνολογιών.

Έχετε πρόσβαση στο διαδίκτυο από: (μπορεί να δοθεί παραπάνω από μία απάντηση)

300 απαντήσεις

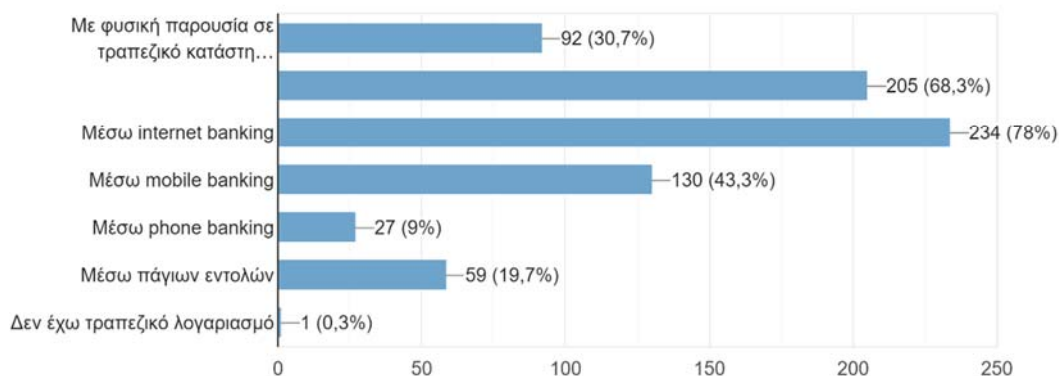


Πίνακας 8: Πρόσβαση στο διαδίκτυο

Βλέπουμε εδώ ότι πιο πολλοί συμμετέχοντες έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο και από το σπίτι (94,3%) με χρήση σταθερής σύνδεσης internet, αλλά και από τα κινητά τους τηλέφωνα (92,7%) με χρήση πακέτου δεδομένων από τον πάροχο κινητής τηλεφωνίας, αποτέλεσμα που επαληθεύεται και σε επόμενο ερώτημά μας σχετικά με την κατοχή Η/Υ και έξυπνων συσκευών. Διαπιστώνουμε στην ουσία ότι η χρήση της νέας τεχνολογίας έχει αλλάξει άρδην το προφίλ της σύγχρονης τραπεζικής.

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείτε συνήθως τις τραπεζικές σας συναλλαγές; (μπορεί να δοθεί παραπάνω από μία απάντηση)

300 απαντήσεις

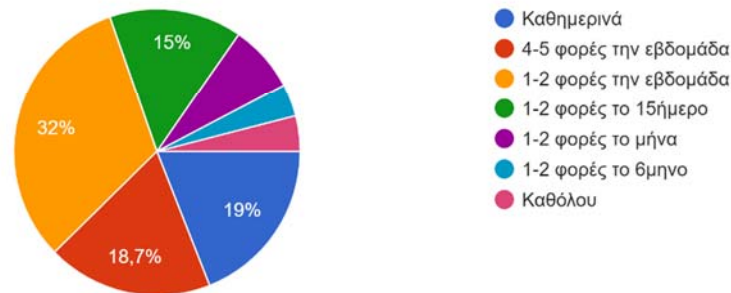


Πίνακας 9: Τρόπος πραγματοποίησης συναλλαγών

Εδώ το internet banking ως τρόπος συναλλαγής επικρατεί με ποσοστό 78%, με τη **φυσική παρουσία όμως να παραμένει σε υψηλό ποσοστό** της τάξεως του 30,7%. Στην ουσία λοιπόν, σχεδόν ένας στους τρεις πελάτες τραπεζών, παρόλο που μπορεί να είναι χρήστες εναλλακτικών δικτύων, συνεχίζουν να επισκέπτονται τραπεζικά καταστήματα για τις συναλλαγές τους. Η κίνηση λοιπόν στα καταστήματα μπορεί να ελαττώνεται μεν, αλλά δεν δείχνει ότι στο μέλλον θα μηδενιστεί τελείως. Προφανώς επειδή είναι μεγάλη η ανάγκη της φυσικής παρουσίας στην πώληση χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών υψηλής προστιθέμενης αξίας, που εμπεριέχουν υψηλή συμβουλευτική υποστήριξη ή σύνθετα προϊόντα που απαιτούν αναλυτική ενημέρωση από εξειδικευμένο προσωπικό στο τομέα των αγορών και του κεφαλαίου.

Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τα εναλλακτικά τραπεζικά κανάλια;

300 απαντήσεις



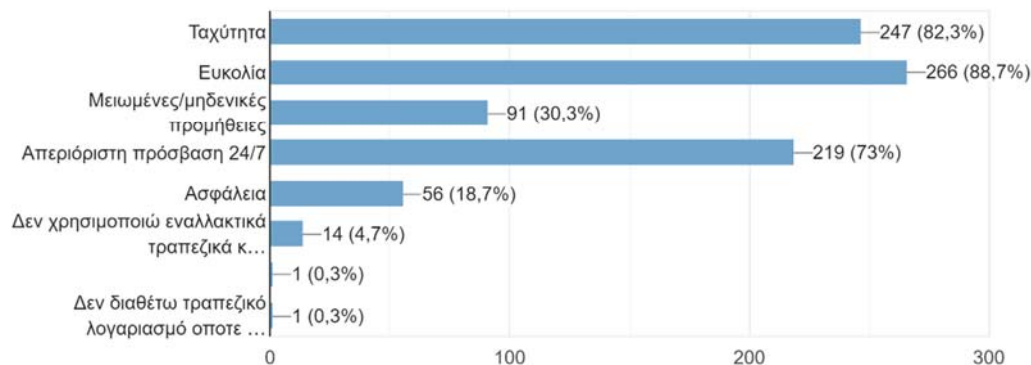
Πίνακας 10: Συχνότητα χρήσης εναλλακτικών καναλιών

Εδώ οι απαντήσεις είναι μοιρασμένες, με επικρατέστερες αυτές της χρήσης εναλλακτικών καναλιών 1-2 φορές την εβδομάδα (32%) και καθημερινά (19%). Οι περισσότεροι λοιπόν χρησιμοποιούν αρκετά συχνά την ηλεκτρονική τραπεζική, πληρώνοντας λογαριασμούς διαφόρων οργανισμών και επιχειρήσεων κοινής ωφέλειας και ελέγχοντας τα υπόλοιπα και τις κινήσεις λογαριασμών, όπως είδαμε και παραπάνω.

Ομάδα 3: Λόγοι χρήσης ή μη των εναλλακτικών καναλιών

Ποιος/ποίοι είναι οι λόγοι που χρησιμοποιείτε εναλλακτικά τραπεζικά κανάλια; (μπορεί να δοθεί παραπάνω από μία απάντηση)

300 απαντήσεις

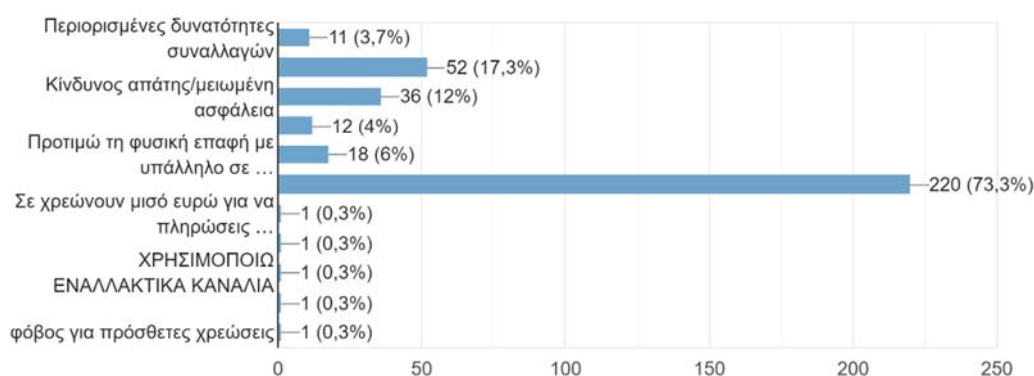


Πίνακας 11: Λόγοι χρήσης εναλλακτικών καναλιών

Οι πιο συχνές απαντήσεις εδώ ήταν η ευκολία (88,7%), η ταχύτητα (82,3%) και η απεριόριστη πρόσβαση 24/7 (73%). Παρατηρούμε λοιπόν ότι η πλειοψηφία των πελατών προτιμά τα εναλλακτικά κανάλια για να αποφύγει την ταλαιπωρία και τις ουρές στα καταστήματα, τα οποία όλο και λιγοστεύουν επιδεινώνοντας τον χρόνο εξυπηρέτησης. Ενδεικτικό είναι ότι από τις αρχές της οικονομικής κρίσης, το ένα τρίτο των καταστημάτων έκλεισαν. (Η Καθημερινή, 2014)

Ποιος/ποίοι είναι οι λόγοι που ΔΕΝ χρησιμοποιείτε εναλλακτικά τραπεζικά κανάλια; (μπορεί να δοθεί παραπάνω από μία απάντηση)

300 απαντήσεις



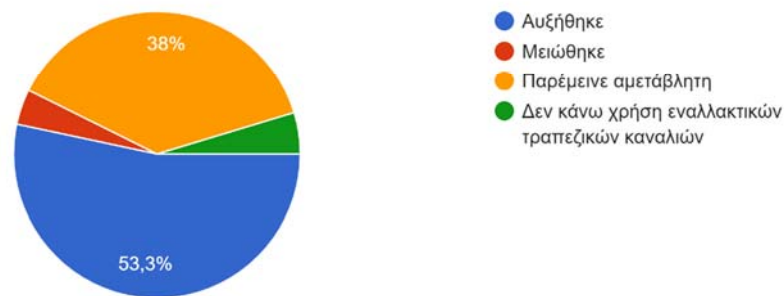
Πίνακας 12: Λόγοι μη χρήσης εναλλακτικών καναλιών

Οι περισσότεροι συμμετέχοντες δεν δήλωσαν κάποιο λόγο (73,3%) καθώς χρησιμοποιούν τα εναλλακτικά κανάλια.

- ❖ Σημαντικό ποσοστό όμως δεν εμπιστεύεται ακόμη πλήρως την ηλεκτρονική τραπεζική, με ένα 17,3% να ανησυχεί για την διαρροή προσωπικών δεδομένων,
- ❖ ένα 12% για την ασφάλεια και τον κίνδυνο απάτης και
- ❖ ένα 6% να προτιμά ακόμη και σήμερα την προσωπική επαφή με τον τραπεζικό υπάλληλο για τις συναλλαγές του.

Μετά την επιβολή των capital controls (Ιούνιος 2015), η χρήση από εσάς των εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών:

300 απαντήσεις



Πίνακας 13: Σχέση capital controls και χρήσης εναλλακτικών καναλιών

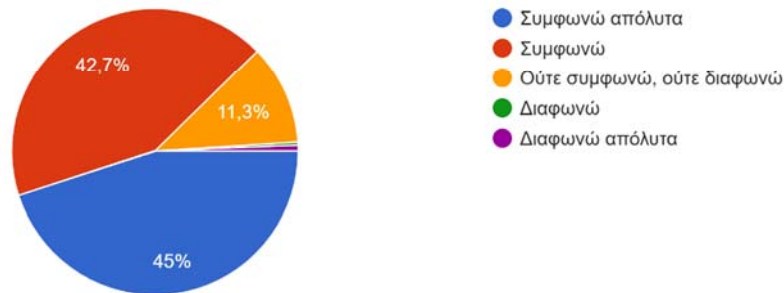
Οι περισσότεροι ερωτηθέντες δήλωσαν ότι μετά τα capital controls, χρησιμοποιούν τα εναλλακτικά κανάλια περισσότερο (53,3%). Οι περιορισμοί λοιπόν στη κίνηση των κεφαλαίων, ώθησαν λίγο παραπάνω από τους μισούς πελάτες να εξοικειωθούν αναγκαστικά με τα εναλλακτικά δίκτυα.

Αυτό που υπό άλλες συνθήκες μπορεί να γινόταν σταδιακά σε βάθος δεκαετίας, τώρα έγινε μέσα σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα, μικρότερο του έτους.

Χαρακτηριστικές ήταν οι ουρές στις τράπεζες το πρώτο διάστημα, για την έκδοση χρεωστικών καρτών και κωδικών internet banking, ακόμη και από άτομα τρίτης ηλικίας.

Τα εναλλακτικά τραπεζικά κανάλια είναι χρήσιμα και απαραίτητα για τις συναλλαγές σας.

300 απαντήσεις

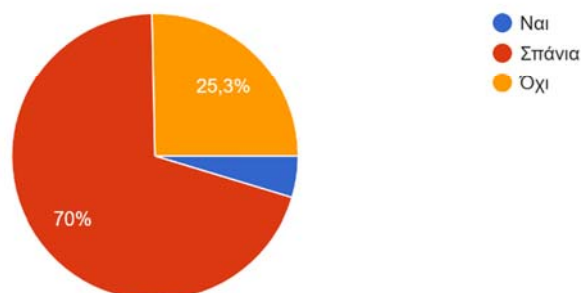


Πίνακας 14: Χρησιμότητα εναλλακτικών δικτύων

Λίγο λιγότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες (45%), απάντησαν ότι συμφωνούν απόλυτα ότι τα εναλλακτικά κανάλια τους είναι χρήσιμα και απαραίτητα για τις συναλλαγές τους, ενώ το ποσοστό αυτών που συμφωνεί είναι 42,7%. Έχουμε λοιπόν μία πλειοψηφία σχεδόν 90% που θεωρεί την ηλεκτρονική τραπεζική απαραίτητη. Το υπόλοιπο όμως 10% είναι ακόμη σκεπτικό και διστακτικό, προτιμώντας την εξυπηρέτηση σε κατάσταση ειδικά όπως είδαμε και νωρίτερα για πιο σύνθετες και συμβουλευτικού χαρακτήρα τραπεζικές εργασίες.

Αντιμετωπίζετε συχνά τεχνικά προβλήματα από τη χρήση εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών;

300 απαντήσεις



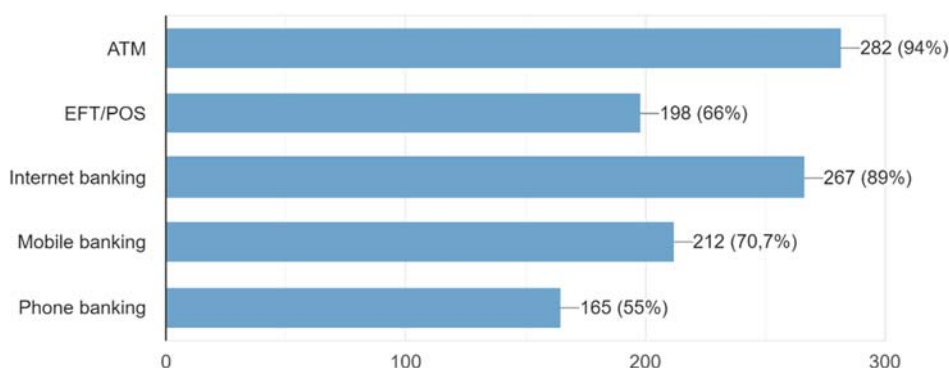
Πίνακας 15: Τεχνικά προβλήματα

Η συντριπτική πλειοψηφία 95,3% παρατηρούμε ότι δήλωσε ότι δεν αντιμετωπίζει ή σπανίως συναντά τεχνικά προβλήματα κατά τη χρήση των εναλλακτικών καναλιών. Αυτό είναι ένα μεγάλο πλεονέκτημα της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην εποχή μας, η αξιοπιστία, η τεχνική σταθερότητα και λίγες έως καθόλου δυσλειτουργίες καθώς οι τράπεζες επενδύουν συνεχώς σε νέες και σταθερές τεχνολογίες.

Ομάδα 4: Ανάπτυξη εναλλακτικών καναλιών σε βάρος του παραδοσιακού καταστήματος

Ποιες μορφές εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών γνωρίζετε; (μπορεί να δοθεί παραπάνω από μία απάντηση)

300 απαντήσεις

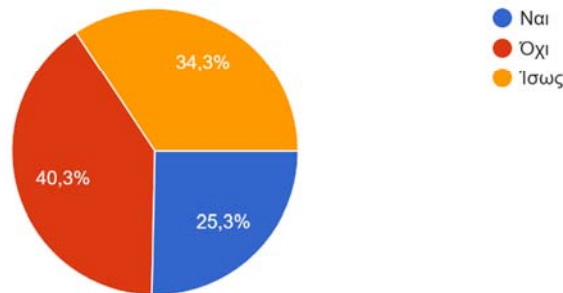


Πίνακας 16: Μορφές εναλλακτικών καναλιών

Οι περισσότεροι συμμετέχοντες έδειξαν ότι γνωρίζουν τα ATM (94%), αποτέλεσμα φυσικό και αναμενόμενο και το internet banking (89%) ως μορφές εναλλακτικών καναλιών. Μικρότερο ποσοστό έλαβε η γνώση του phone banking (55%), καταδεικνύοντας τη συγκριτικά μικρή αναλογικά συνεισφορά του στην ηλεκτρονική τραπεζική σε σχέση με τα άλλα είδη.

Θα γινόσασταν πελάτης μίας Τράπεζας που λειτουργεί μόνο διαδικτυακά, μέσω εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών και χωρίς καταστήματα;

300 απαντήσεις



Πίνακας 17: Διαδικτυακή τράπεζα

Στην θεωρητική ερώτηση εάν θα γινόntonταν πελάτες σε μία τράπεζα που θα λειτουργούσε μόνο διαδικτυακά, ένα σημαντικό ποσοστό (40,3%) απάντησαν αρνητικά.

Αξιοσημείωτα όμως είναι τα ποσοστά:

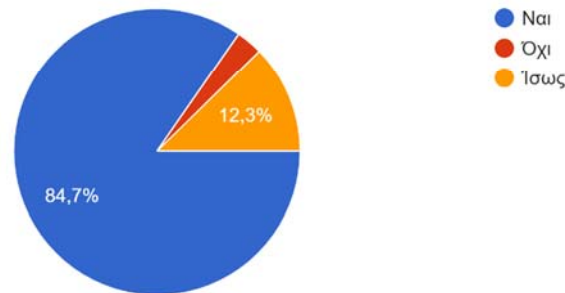
- ❖ όσων το σκέφτονται, 34,3% και
- ❖ όσων συμφωνούν, 25,3%.

Έχουμε λοιπόν ένα αθροιστικό ποσοστό ανθρώπων στο 60% περίπου, όπου είναι θετικά προσκείμενοι στο ενδεχόμενο να γίνουν πελάτες μίας **τράπεζας χωρίς φυσική παρουσία** καταστημάτων και παραδοσιακές δομές γενικότερα.

Εδώ λοιπόν ίσως κρύβεται το μέλλον της τραπεζικής, στην εξολοκλήρου χρήση της τεχνολογίας και του διαδικτύου και τον επακόλουθο «θάνατο» του καταστήματος, αν και όπως αναφέραμε η φυσική παρουσία είναι ακόμη ζωτικής σημασίας σε τμήματα της αλυσίδας του κλάδου που είναι μεγάλης προστιθέμενης αξίας.

Θα προτείνετε στο φιλικό και συγγενικό σας περιβάλλον τη χρήση εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών;

300 απαντήσεις



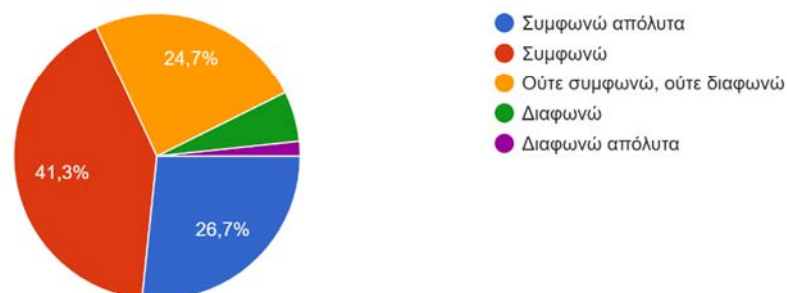
Πίνακας 18: Πρόταση χρήσης εναλλακτικών καναλιών σε φιλικό/συγγενικό περιβάλλον

Η συντριπτική πλειοψηφία (84,7%) απάντησε ότι είναι διατεθειμένη να προτείνει τη χρήση εναλλακτικών καναλιών σε φίλους και συγγενείς, πράγμα το οποίο συνηγορεί στην περαιτέρω μελλοντική εξάπλωση των εναλλακτικών δικτύων με διαφήμιση «από στόμα σε στόμα», παράλληλα με τις προωθητικές ενέργειες των τραπεζών προς αυτή την κατεύθυνση, μέσω της διαφήμισης και άλλων υποστηρικτικών ενεργειών.

Ομάδα 5: Φήμη/αποδοχή της τράπεζας και εναλλακτικά κανάλια

Η ποιότητα των εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών, παίζει καθοριστικό ρόλο στο να επιλέξετε μια κύρια Τράπεζα για τις συναλλαγές σας.

300 απαντήσεις



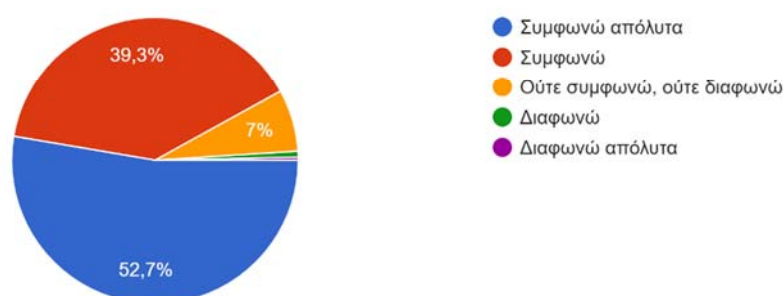
Πίνακας 19: Ποιότητα εναλλακτικών καναλιών και τράπεζα συναλλαγής

Όσο αφορά τη φράση ότι «η ποιότητα των εναλλακτικών καναλιών παίζει καθοριστικό ρόλο στο να επιλέξετε μία κύρια τράπεζα για τις συναλλαγές σας», το 41,3% των συμμετεχόντων δήλωσε ότι συμφωνεί και το 26,7% ότι συμφωνεί απόλυτα, αθροιστικά ένα ποσοστό της τάξεως του 68%, δηλαδή σχεδόν 7 στους 10.

Εδώ λοιπόν πρέπει να επενδύσουν οι τράπεζες, στη συνεχή εξέλιξη και αναβάθμιση των εναλλακτικών τους δικτύων, με user friendly environment, με ελάχιστα ή καθόλου τεχνικά προβλήματα και την εγγύηση της υψηλής ασφάλειας των λειτουργικών τους συστημάτων.

Τα εναλλακτικά τραπεζικά κανάλια, σας διευκολύνουν στις συναλλαγές σας.

300 απαντήσεις

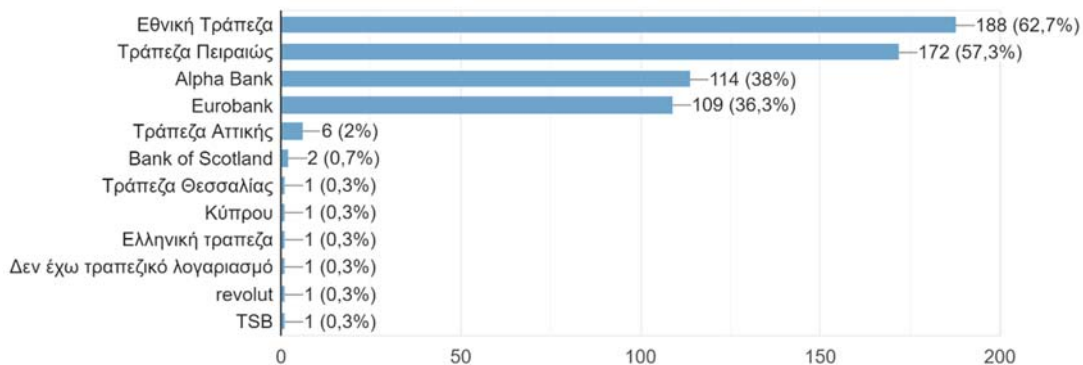


Πίνακας 20: Διευκόλυνση συναλλαγών

Οι μισοί ερωτηθέντες, 52,7%, δήλωσαν ότι συμφωνούν απόλυτα ότι «τα εναλλακτικά δίκτυα διευκολύνουν τις συναλλαγές τους», δείχνοντας έτσι την προτίμησή τους σε σχέση με τις παραδοσιακές αλλά συχνά χρονοβόρες και γραφειοκρατικές τραπεζικές εργασίες.

Με ποιες Τράπεζες συναλλάσσετε; (μπορεί να δοθεί παραπάνω από μία απάντηση)

300 απαντήσεις



Πίνακας 21: Τράπεζες συναλλαγής

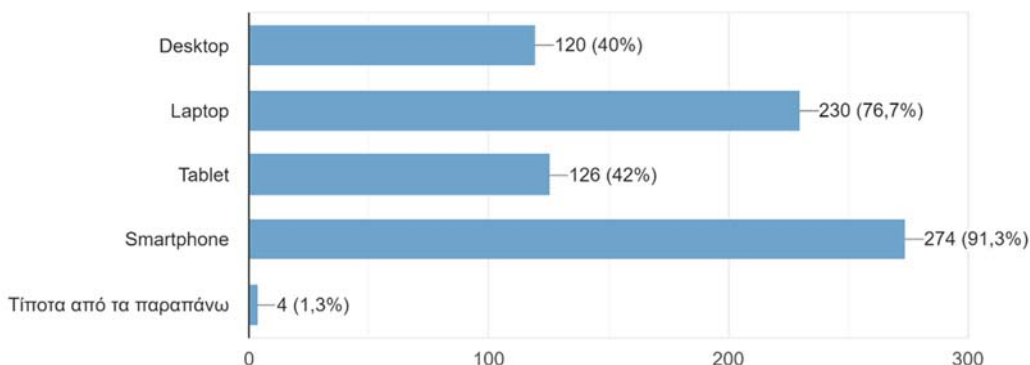
Οι περισσότεροι ερωτηθέντες ήταν πελάτες της Εθνικής Τράπεζας (62,7%) και της Τράπεζας Πειραιώς (57,3%), αποτέλεσμα που καταδεικνύει ίσως ότι ένας από τους λόγους της ευρείας αποδοχής των παραπάνω τραπεζικών ιδρυμάτων είναι και η ποιότητα των εναλλακτικών τους δικτύων, αφού όπως είδαμε οι περισσότεροι πελάτες δίνουν μεγάλη σημασία σε αυτή.

Εξάλλου όλες οι συστημικές τράπεζες είναι πλέον υποχρεωμένες λόγω του έντονου ανταγωνισμού και των σοβαρών αρνητικών επιπτώσεων της κρίσης (κόκκινα δάνεια, «κούρεμα» ομολόγων), να προσφέρουν στους πελάτες χαμηλού κόστους χρηματοπιστωτικά προϊόντα στον χρόνο που επιθυμεί ο πελάτης (just in time).

Ομάδα 6: Λοιπές ερωτήσεις

Είστε κάτοχος συσκευής: (μπορεί να δοθεί παραπάνω από μία απάντηση)

300 απαντήσεις

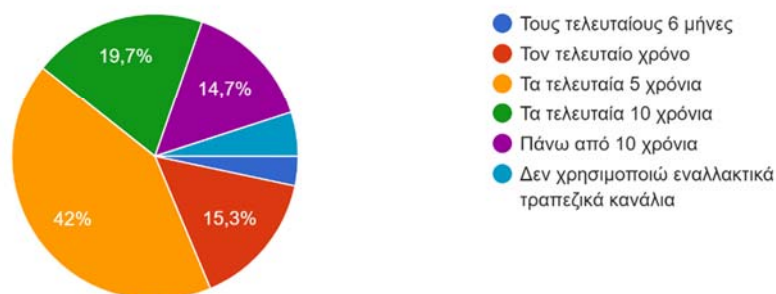


Πίνακας 22: Κατοχή συσκευών

Παρατηρούμε ότι οι πιο πολλοί ερωτηθέντες ήταν κάτοχοι συσκευής smartphone (91,3%) και υπολογιστή laptop (76,7%), αναμενόμενο αφού στο δείγμα μας κυριάρχησαν τα άτομα νεαρής και μέσης ηλικίας, ενώ το μικρότερο ποσοστό (1,3%) απάντησε ότι δεν κατείχε καμία συσκευή τεχνολογίας.

Πότε ξεκινήσατε να χρησιμοποιείτε τα εναλλακτικά τραπεζικά κανάλια;

300 απαντήσεις



Πίνακας 23: Διάρκεια χρήσης εναλλακτικών καναλιών

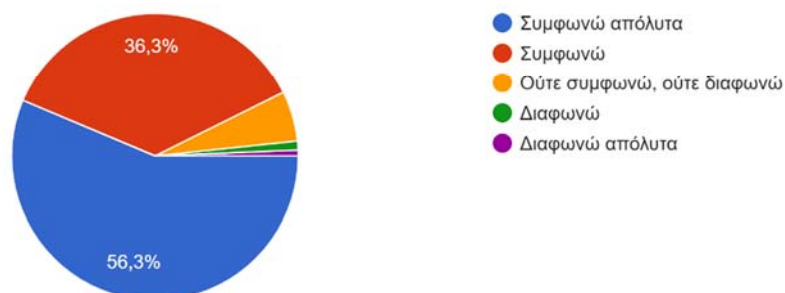
Οι περισσότεροι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τα εναλλακτικά κανάλια τα τελευταία 5 χρόνια σε ποσοστό 42%, δημιουργώντας απευθείας συνειρμούς για το ρόλο των capital controls όπως έχουμε αναφέρει.

Βλέπουμε όμως ότι σημαντικά είναι και τα ποσοστά των μακροχρόνιων και έμπειρων χρηστών, με ένα 14,7% να κάνει χρήση πάνω από 10 έτη και ένα 19,7% τη τελευταία δεκαετία.

Παράλληλα εξίσου αξιοσημείωτο είναι και το ποσοστό των νέων χρηστών, μικρότερου του έτους, που είναι 15,3%. Αυτό σημαίνει ότι σε λίγα χρόνια η συντριπτική πλειοψηφία θα είναι έμπειροι χρήστες.

Η χρήση εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών, σας εξοικονομεί χρόνο και κόστος.

300 απαντήσεις

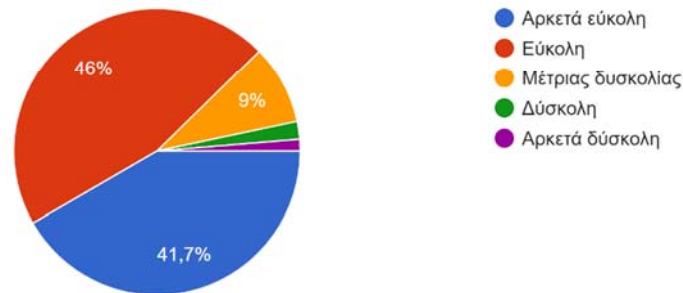


Πίνακας 24: Εναλλακτικά κανάλια και εξοικονόμηση χρόνου

Λίγο περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες (56,3%), απάντησαν ότι συμφωνούν απόλυτα ότι τα εναλλακτικά κανάλια τους εξοικονομούν χρόνο, αποτέλεσμα το οποίο επιβεβαιώνει προηγούμενη ανάλογη ερώτηση.

Θεωρείτε ότι η χρήση εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών σαν διαδικασία είναι:

300 απαντήσεις



Πίνακας 25: Ευκολία ή δυσκολία χρήσης εναλλακτικών καναλιών

Οι πιο πολλοί συμμετέχοντες σε ποσοστό 46%, απάντησαν ότι βρίσκουν τη χρήση εναλλακτικών δικτύων εύκολη υπόθεση και ένα 41,7% αρκετά εύκολη, αθροιστικά ποσοστό της τάξεως του 87,7%.

Αυτό το αποτέλεσμα φαίνεται λογικό καθώς σε προηγούμενα ερωτήματα της παρούσας έρευνας, είδαμε ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων ήταν άτομα νεαρής-μέσης ηλικίας, υψηλού μορφωτικού επιπέδου, μακροχρόνιοι χρήστες και μισθωτοί, άνθρωποι δηλαδή που είναι παραγωγικά ενεργοί.

5.4 Συμπεράσματα

Βλέποντας τα αποτελέσματα της έρευνάς μας, παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι νέοι άνθρωποι μεταξύ των ηλικιών 25 με 44 ετών, όντας αρκετά εξοικειωμένοι με την τεχνολογία, νιώθουν αυτοπεποίθηση και σιγουριά στη χρήση των εναλλακτικών δικτύων. Τους είναι απαραίτητα για τις συναλλαγές τους, παίζουν καθοριστικό ρόλο στο να επιλέξουν μία βασική τράπεζα και τα χρησιμοποιούν πάρα πολύ συχνά. **Αν προσπαθούσαμε δηλαδή να περιγράψουμε βάσει της έρευνας μας, το προφίλ του ατόμου που χρησιμοποιεί τα εναλλακτικά κανάλια σήμερα, αυτός θα ήταν ένα άτομο ηλικίας μέχρι 45 ετών, υψηλού μορφωτικού επιπέδου, μισθωτός της μεσαίας τάξης και με ένα ετήσιο εισόδημα έως 20.000 ευρώ.**

Στην εξάπλωση της ηλεκτρονικής τραπεζικής βοηθά ότι υπάρχει εύκολη πρόσβαση στο διαδίκτυο, στο σπίτι, στο κινητό και στην εργασία του. **Κυρίαρχο ρόλο ανάμεσα στα εναλλακτικά κανάλια κατέχουν τα ATM και το internet banking, δηλώνοντας ότι η ταχύτητα και η ευκολία χρήσης είναι οι αιτίες της τόσο ευρείας αποδοχής τους.**

Παρατηρούμε ότι **οι περιορισμοί στη κίνηση των κεφαλαίων που επιβλήθηκαν τον Ιούνιο του 2015 έδωσαν νέα ώθηση στην εξάπλωση των εναλλακτικών καναλιών, από ανάγκη κυρίως καθώς οι συναλλαγές μέσω αυτών δεν επηρεάστηκαν τόσο όσο αυτές που γινόντουσαν στα καταστήματα.** Σίγουρα τα ευρήματα της έρευνας, ενισχύουν την άποψη ότι οι τράπεζες καλώς κάνουν και προωθούν τα εναλλακτικά κανάλια και προσπαθούν να τα εκσυγχρονίζουν συνεχώς, καθώς το μέλλον της τραπεζικής περνά μέσα από αυτά.

Υπάρχει όμως ακόμη και σήμερα ένα **αξιοσημείωτο κομμάτι της πελατείας των τραπεζών, που προτιμά τη φυσική παρουσία στο κατάστημα, είτε για συμβουλευτικές και επενδυτικές υπηρεσίες είτε γιατί απλά βλέπει με δυσπιστία την ολοένα και μεγαλύτερη χρήση του διαδικτύου και των εναλλακτικών καναλιών, ερίζοντας ζητήματα ασφάλειας των προσωπικών δεδομένων.** Στον αντίποδα όμως, ένα άλλο σημαντικό στοιχείο της έρευνας, είναι το **μεγάλο ποσοστό των ατόμων που είναι διατεθειμένοι να γίνουν πελάτες και να συναλλάσσονται με μία τράπεζα 100% διαδικτυακή, χωρίς δίκτυο καταστημάτων και άλλες φυσικές δομές.**

Αντιλαμβανόμαστε ότι ένα τέτοιο τραπεζικό ίδρυμα εφόσον υπάρξει θα είχε **πολύ λιγότερα λειτουργικά έξοδα σε σχέση με μία παραδοσιακή τράπεζα,** όπως δαπάνες ενοικίων καταστημάτων και μισθοδοσίας προσωπικού, πετυχαίνοντας έτσι πιο ανταγωνιστική τιμολογιακή πολιτική.

Ίσως το μέλλον λοιπόν της τραπεζικής κρύβεται ακριβώς σε αυτό το στοιχείο, στη πλήρη χρήση και εξάπλωση του διαδικτύου.

5.5 Περιορισμοί της Έρευνας

Η έρευνα, όπως είναι φυσικό, είχε κάποιους περιορισμούς. Ένας σημαντικός περιορισμός ήταν η έλλειψη ικανοποιητικής εμπειρίας και διάθεσης επαρκούς χρόνου από πλευράς του ερευνητή για τη διεξαγωγή της. Επίσης υπήρχε αδυναμία πρόσβασης σε επίσημες βάσεις δεδομένων με αντίστοιχες έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί στο παρελθόν, καθώς επίσης και το γεγονός ότι η πλειοψηφία του δείγματος ήταν νεαρής και μέσης ηλικίας, ανώτερης και ανώτατης εκπαίδευσης. Γίνεται λοιπόν αντιληπτό ότι η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και η επαρκής εξοικείωση με την τεχνολογία ήταν παράγοντες που επηρέασαν και τα αποτελέσματα της έρευνας προς μία κατεύθυνση.

Κεφάλαιο 6

Επίλογος

6.1 Γενικά

Εναλλακτικό τραπεζικό κανάλι ή δίκτυο, είναι λέξεις που ακούμε όλο και συχνότερα τα τελευταία χρόνια. Είναι έννοιες που κάνουν «θόρυβο», όχι μόνο στον τραπεζικό χώρο, αλλά και που ακόμα δεν έχουν διευκρινιστεί τα διακριτά τους όρια. Είναι προβολές του οράματος της χρηματοοικονομικής παγκοσμιοποίησης. Η ενοποίηση των τραπεζικών συστημάτων είναι ένα μεγαλεπήβολο όραμα που σχεδιάζεται χρόνια. Στόχος είναι να βελτιωθούν και να αλλάξουν τα συστήματα, οι δομές, οι άνθρωποι, οι κοινωνίες και να προσφέρεται η πληροφορία ελεύθερα προς όλους και με τον ίδιο ακριβώς τρόπο.

Η αλλαγή σχετίζεται με την προσαρμογή στα νέα δεδομένα και με την επιτυχία συσχέτισης των τεχνικών απαιτήσεων με τον ίδιο τον άνθρωπο. Αλλά η αλλαγή δεν αφορά μόνο τους αριθμούς. Αφορά και την ποιότητα των υπηρεσιών και των συναλλαγών. Το ζητούμενο μακροχρόνια δεν είναι μόνο πόσοι πελάτες θα φύγουν ή θα μείνουν στις τράπεζες ή ποιες τράπεζες θα επιβιώσουν. Το στοίχημα που καλούνται να κερδίσουν οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί, όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά ανά τον κόσμο, είναι το ΠΩΣ. Πως θα ικανοποιηθεί ο πελάτης στο μέγιστο. Πως θα αποκτά αυτό που πραγματικά επιθυμεί με ταχύτητα και ασφάλεια. Αυτά τα τραπεζικά ιδρύματα που θα το πετύχουν αυτό, θα γίνουν και οι πρωταθλητές του χώρου.

6.2 Προτάσεις για Μελλοντική Έρευνα

Στο μέλλον, θα ήταν σκόπιμο να ερευνηθεί περεταίρω και πιο στοχευμένα η προοπτική ίδρυσης μίας διαδικτυακής τράπεζας στην Ελλάδα, με χαμηλό λειτουργικό κόστος και άρα με πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού όπως αναφέραμε. Επίσης ενδιαφέρον θα ήταν ακόμη, να εξεταστούν οι πελάτες που ακόμη και σήμερα αντιστέκονται στην φυσική εξέλιξη της παραδοσιακής τραπεζικής σε ηλεκτρονική, πιο αναλυτικά σχετικά

με τους λόγους που τους αποτρέπουν να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα και στη πιθανότητα, μέσα από εκπαιδευτικά προγράμματα επιμόρφωσης και εξοικείωσης με τις νέες τεχνολογίες ίσως, αυτό να αντιστραφεί.

Επίσης σημαντικά θα ήταν τα κάτωθι:

- Να γίνει μια συστηματική έρευνα αποκλειστικά σε ανώτατα στελέχη τραπεζών για να προσδιοριστεί τι αλλάζει στην τράπεζα συνολικά και από την οπτική του top management,
- Να γίνει μια συστηματική έρευνα σε στελέχη που ασχολούνται στην πληροφορική των τραπεζών και να εξεταστούν θέματα ασφαλείας και προστασίας των δεδομένων και
- Να γίνει έρευνα σε επίπεδο διευθυντών καταστημάτων και περιφερειακών διευθύνσεων και να διαπιστωθεί ποιες αλλαγές οργανωτικής και λοιπής φύσης προκαλεί η τεχνολογία στο δίκτυο της λιανικής και στην αναδιάρθρωσή του.

Παράρτημα Α

Ερωτηματολόγιο Έρευνας

Ονομάζομαι Κιαχαγιάς Παρασκευάς και το παρακάτω ερωτηματολόγιο συντάχθηκε στα πλαίσια της εκπόνησης της μεταπτυχιακής μου διατριβής με θέμα «Εναλλακτικά Κανάλια Τραπεζικών Εργασιών και η Συνεισφορά τους στη Σύγχρονη Τραπεζική». Παρακαλώ, αφιερώστε λίγο από το χρόνο σας για τη συμπλήρωσή του. Είναι ανώνυμο και δε διαρκεί πάνω από 5 λεπτά. Σας ευχαριστώ πολύ εκ των προτέρων.

Ομάδα 1: Δημογραφικά στοιχεία

1. Ποιο είναι το φύλο σας;

- Άνδρας
- Γυναίκα

2. Ποια είναι η ηλικία σας;

- 18-24 ετών
- 25-34 ετών
- 35-44 ετών
- Άνω των 45 ετών

3. Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο;

- Απόφοιτος Δημοτικού/Γυμνασίου
- Απόφοιτος Λυκείου
- Απόφοιτος Τεχνικής Σχολής/ΙΕΚ
- Απόφοιτος ΤΕΙ
- Απόφοιτος ΑΕΙ
- Κάτοχος μεταπτυχιακού/διδακτορικού τίτλου

4. Ποιο είναι το επάγγελμά σας;

- Μισθωτός (δημόσιος/ιδιωτικός υπάλληλος)
- Ελεύθερος επαγγελματίας/επιχειρηματίας
- Συνταξιούχος
- Εισοδηματίας
- Φοιτητής/τρια
- Άνεργος/η
- Οικιακά

5. Ποιο είναι το ετήσιο εισόδημά σας;

- Έως 10.000€
- 10.001€-20.000€
- 20.001€-30.000€
- 30.001€ και άνω

Ομάδα 2: Συναλλακτικές συνήθειες

6. Ποιες είναι οι πιο συνηθισμένες σας τραπεζικές συναλλαγές; *(μπορεί να δοθεί παραπάνω από μία απάντηση)*

- Αναλήψεις/καταθέσεις μετρητών
- Πληρωμές οφειλών Δημοσίου, ΔΕΚΟ κτλ
- Μεταφορές/εμβάσματα
- Ενημέρωση υπολοίπων/κινήσεων λογαριασμών
- Πληρωμές δανείων/πιστωτικών καρτών
- Διαχείριση προθεσμιακών/επενδυτικών προϊόντων
- Άλλο:

7. Γνωρίζετε τι εννοούμε με τον όρο εναλλακτικά κανάλια/δίκτυα τραπεζικών εργασιών;

- Ναι

- Όχι
- Ίσως/δεν είμαι σίγουρος-η

8. Έχετε πρόσβαση στο διαδίκτυο από: *(μπορεί να δοθεί παραπάνω από μία απάντηση)*

- το κινητό τηλέφωνο
- το σπίτι
- την εργασία
- τίποτα από τα παραπάνω

9. Με ποιο τρόπο πραγματοποιείτε συνήθως τις τραπεζικές σας συναλλαγές; *(μπορεί να δοθεί παραπάνω από μία απάντηση)*

- Με φυσική παρουσία σε τραπεζικό κατάστημα
- Στα ATM/αυτόματα μηχανήματα πληρωμών
- Μέσω internet banking
- Μέσω mobile banking
- Μέσω phone banking
- Μέσω πάγιων εντολών
- Άλλο:

10. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τα εναλλακτικά τραπεζικά κανάλια;

- Καθημερινά
- 4-5 φορές την εβδομάδα
- 1-2 φορές την εβδομάδα
- 1-2 φορές το 15ήμερο
- 1-2 φορές το μήνα
- 1-2 φορές το 6μηνο
- Καθόλου

Ομάδα 3: Λόγοι χρήσης ή μη των εναλλακτικών καναλιών

11. Ποιος/ποιοι είναι οι λόγοι που χρησιμοποιείτε εναλλακτικά τραπεζικά κανάλια;

(μπορεί να δοθεί παραπάνω από μία απάντηση)

- Ταχύτητα
- Ευκολία
- Μειωμένες/μηδενικές προμήθειες
- Απεριόριστη πρόσβαση 24/7
- Ασφάλεια
- Δεν χρησιμοποιώ εναλλακτικά τραπεζικά κανάλια
- Άλλο:

12. Ποιος/ποιοι είναι οι λόγοι που ΔΕΝ χρησιμοποιείτε εναλλακτικά τραπεζικά κανάλια;

(μπορεί να δοθεί παραπάνω από μία απάντηση)

- Περιορισμένες δυνατότητες συναλλαγών
- Κίνδυνος διαρροής προσωπικών/οικονομικών στοιχείων μου σε τρίτους
- Κίνδυνος απάτης/μειωμένη ασφάλεια
- Χαμηλή εξοικείωση με την τεχνολογία
- Προτιμώ τη φυσική επαφή με υπάλληλο σε κατάσταση
- Κανένας λόγος
- Άλλο:

13. Μετά την επιβολή των capital controls (Ιούνιος 2015), η χρήση από εσάς των εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών:

- Αυξήθηκε
- Μειώθηκε
- Παρέμεινε αμετάβλητη
- Δεν κάνω χρήση εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών

14. Τα εναλλακτικά τραπεζικά κανάλια είναι χρήσιμα και απαραίτητα για τις συναλλαγές σας.

- Συμφωνώ απόλυτα
- Συμφωνώ
- Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ
- Διαφωνώ
- Διαφωνώ απόλυτα

15. Αντιμετωπίζετε συχνά τεχνικά προβλήματα από τη χρήση εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών;

- Ναι
- Σπάνια
- Όχι

Ομάδα 4: Ανάπτυξη εναλλακτικών καναλιών σε βάρος του παραδοσιακού καταστήματος

16. Ποιες μορφές εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών γνωρίζετε; (μπορεί να δοθεί παραπάνω από μία απάντηση)

- ATM
- EFT/POS
- Internet banking
- Mobile banking
- Phone banking

17. Θα γινόσασταν πελάτης μίας Τράπεζας που λειτουργεί μόνο διαδικτυακά, μέσω εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών και χωρίς καταστήματα;

- Ναι
- Όχι
- Ίσως

18. Θα προτείνατε στο φιλικό και συγγενικό σας περιβάλλον τη χρήση εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών;

- Ναι
- Όχι
- Ίσως

Ομάδα 5: Φήμη/αποδοχή της τράπεζας και εναλλακτικά κανάλια

19. Η ποιότητα των εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών, παίζει καθοριστικό ρόλο στο να επιλέξετε μια κύρια Τράπεζα για τις συναλλαγές σας.

- Συμφωνώ απόλυτα
- Συμφωνώ
- Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ
- Διαφωνώ
- Διαφωνώ απόλυτα

20. Τα εναλλακτικά τραπεζικά κανάλια, σας διευκολύνουν στις συναλλαγές σας.

- Συμφωνώ απόλυτα
- Συμφωνώ
- Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ
- Διαφωνώ
- Διαφωνώ απόλυτα

21. Με ποιες Τράπεζες συναλλάσσετε; (μπορεί να δοθεί παραπάνω από μία απάντηση)

- Εθνική Τράπεζα
- Τράπεζα Πειραιώς
- Alpha Bank
- Eurobank
- Τράπεζα Αττικής
- Άλλο:

Ομάδα 6: Λοιπές ερωτήσεις

22. Είστε κάτοχος συσκευής: (μπορεί να δοθεί παραπάνω από μία απάντηση)

- Desktop
- Laptop
- Tablet
- Smartphone
- Τίποτα από τα παραπάνω

23. Πότε ξεκινήσατε να χρησιμοποιείτε τα εναλλακτικά τραπεζικά κανάλια;

- Τους τελευταίους 6 μήνες
- Τον τελευταίο χρόνο
- Τα τελευταία 5 χρόνια
- Τα τελευταία 10 χρόνια
- Πάνω από 10 χρόνια
- Δεν χρησιμοποιώ εναλλακτικά τραπεζικά κανάλια

24. Η χρήση εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών, σας εξοικονομεί χρόνο και κόστος.

- Συμφωνώ απόλυτα
- Συμφωνώ
- Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ
- Διαφωνώ
- Διαφωνώ απόλυτα

25. Θεωρείτε ότι η χρήση εναλλακτικών τραπεζικών καναλιών σαν διαδικασία είναι:

- Αρκετά εύκολη
- Εύκολη
- Μέτριας δυσκολίας
- Δύσκολη
- Αρκετά δύσκολη

Βιβλιογραφία

- Angelakopoulos G. & Miliotis A., 2011, E-Banking: challenges and opportunities in the Greek banking sector, Electron Commerce Research, 297-319
- Liao Z. & Cheung MT., 2002, Internet based e-banking and consumer attitudes, an empirical study, Journal of Information and Management, 283-295
- Mahmmod Z., 2009, Attitudes towards the use of e-banking, Result of a pilot survey, 170-174
- Wikipedia, Microsoft Money,
https://en.wikipedia.org/wiki/Microsoft_Money#History
- Wikipedia, Online Banking,
https://en.wikipedia.org/wiki/Online_banking#History
- www.alpha.gr Alpha Bank
- www.eurobank.gr Eurobank
- www.nbg.gr Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος
- www.piraeusbank.gr Τράπεζα Πειραιώς
- Αγγελής Βασ., 2005, Η Βίβλος του e-banking, Νέες Τεχνολογίες
- Αραβανή Χριστ., 2006, Η Ηλεκτρονική Τραπεζική και η Σημασία της για την Ανάπτυξη των Πιστωτικών Ιδρυμάτων, 2006

- Εφημερίδα «Το Βήμα» άρθρο: ΕΛΣΤΑΤ, πρόσβαση στο διαδίκτυο σε ποσοστό 75% έχουν τα νοικοκυριά της χώρας, 8/11/2018
<https://www.tovima.gr/2018/11/08/society/elstat-prosvasi-sto-diadiktyo-se-pososto-75-exoun-ta-noikokyria-tis-xoras/>
- Εφημερίδα «Η Καθημερινή» άρθρο: Η κρίση έκλεισε ένα στα τρία τραπεζικά καταστήματα, 20/12/2014
<http://www.kathimerini.gr/796744/article/oikonomia/epixeirhseis/h-krish-ekleise-1-sta-3-trapezika-katasthmata>