

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών

Τραπεζική και Χρηματοοικονομική

Μεταπτυχιακή Διατριβή



Η Ηλεκτρονική Τραπεζική στη σύγχρονη ελληνική πραγματικότητα
και προοπτικές ανάπτυξης.

Παναγιώτης Καραμανώλας

Επιβλέπων Καθηγητής

Στέλιος Μαρκουλής

Ιούνιος 2016

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών *Τραπεζική και
Χρηματοοικονομική***

Μεταπτυχιακή Διατριβή

**Η Ηλεκτρονική Τραπεζική στη σύγχρονη ελληνική
πραγματικότητα και προοπτικές ανάπτυξης
Παναγιώτης Καραμανώλας**

Επιβλέπων Καθηγητής

Στέλιος Μαρκουλής

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στη Τραπεζική και Χρηματοοικονομική – ΤΟΙΚ700 από τη Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

Ιούνιος 2016

Η Ηλεκτρονική Τραπεζική στη σύγχρονη ελληνική πραγματικότητα και προοπτικές ανάπτυξης

Περίληψη

Η παρούσα εργασία αποτελεί μία μελέτη των εναλλακτικών δικτύων τραπεζικής και των επιπτώσεων που μπορεί να έχει η εισαγωγή τους στην ελληνική οικονομία. Η συζήτηση ξεκινάει με τα χαρακτηριστικά της ηλεκτρονική τραπεζικής και την εξέλιξη της, από τα πρώτα χρόνια λειτουργίας της, έως τις δύσκολες συνθήκες στις οποίες τη συναντάμε σήμερα. Έπειτα αναλύουμε τις τραπεζικές εργασίες και τους τρόπους με τους οποίους αυτές εκτελούνται. Οι νέες τεχνολογίες εισάγουν νέα δεδομένα στο τραπεζικό σύστημα και αλλάζουν τη μορφή με την οποία πραγματοποιούνταν οι τραπεζικές συναλλαγές μέχρι σήμερα. Εξετάζουμε εδώ όλες τις μορφές με τις οποίες οι νέες τεχνολογίες επηρεάζουν τις τραπεζικές συναλλαγές και καταγράφουμε τα νέα προϊόντα και υπηρεσίες που προκύπτουν μέσα από αυτές τις ζυμώσεις. Στη συνέχεια, καταγράφουμε και αναλύουμε όλα τα εναλλακτικά δίκτυα τραπεζικής που χρησιμοποιούμε σήμερα, καθώς και το πώς έχουν αλλάξει ή διαμορφώσει το τραπεζικό σκηνικό. Πιο αναλυτικά, περιγράφουμε τα οφέλη ή τον αρνητικό αντίκτυπο που τα νέα δίκτυα επιφέρουν στις τράπεζες, στους εργαζόμενους και στους πελάτες. Έπειτα, γίνεται παρουσίαση των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων που χρησιμοποιεί η Τράπεζα Πειραιώς, μέσω της πλατφόρμας Winbank. Στη συνέχεια παρουσιάζονται και αναλύονται τα δεδομένα από την έρευνα που έγινε σε πελάτες και υπαλλήλους της Τράπεζας Πειραιώς από την εφαρμογή των δικτύων αυτών στη καθημερινότητα τους, όπως και ότι επιπτώσεις αυτά έχουν. Τέλος, βγαίνουν κάποια συμπεράσματα από την έρευνα η οποία έγινε μέσω ερωτηματολογίου το οποίο συμπληρώθηκε από πελάτες και υπαλλήλους της τράπεζας και γίνονται και κάποιες προτάσεις όσον αφορά την εφαρμογή τους για να ξεπεραστούν κάποια αρνητικά σημεία που εντοπίστηκαν.

The Electronic Banking in modern Greek reality and prospects

Summary

The current dissertation is a research on alternative banking networks and the implications their entry might have in the Greek economy. The paper starts by stating the characteristics of the electronic banking and the development throughout the years, from the time it was created, until the difficult conditions we find it today. Next, we are analyzing the banking operations and the way they operate. Following that, we focus on how the entry of new technologies in the banking system has changed the operations of banks. New products and services have emerged from this change, which are also analyzed thoroughly in the text. In addition, all the alternative banking networks are recorded and it is examined how these have changed the “scene” in the banking sector. More specifically, we examine the benefits and the impact that the alternative networks have on the bank, on the employee and on the customer. Next follows the presentation of the alternative banking networks Piraeus Bank has offers, using its platform, Winbank. Our case study follows, which presents and analyses the answers from a questionnaire completed by a number of customers and clients of Piraeus bank. Finally, we come to some conclusions from the research and some useful suggestions are made.

Περιεχόμενα

1	Εισαγωγή	1
1.1	Εισαγωγή.....	1
1.2	Η ηλεκτρονική τραπεζική και η εξέλιξή της.....	3
1.3	Στρατηγικοί Στόχοι της ηλεκτρονικής τραπεζικής.....	6
1.4	Σκοποί της ηλεκτρονικής τραπεζικής.....	8
2	Έννοια και μορφές του E-banking	10
2.1	Ορισμός του E-banking.....	10
2.2	Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές (ATMs).....	11
2.3	Μηχάνημα easypay της Τράπεζας Πειραιώς.....	12
2.4	Electronic Funds Transfer At The Point Of Sales (E.F.T./P.O.S.).....	13
2.5	Phone Banking.....	14
2.6	Mobile Banking.....	16
2.7	PC Banking.....	16
3	Τραπεζική Διαδικτύου (Internet Banking)	18
3.1	Ορισμός του Internet Banking.....	18
3.2	Ιστορική Αναδρομή.....	19
3.3	Υπηρεσίες Internet Banking.....	20
3.3.1	Οικονομικές συναλλαγές.....	20
3.3.2	Πληροφοριακές συναλλαγές.....	20
3.3.3	Αιτήσεις.....	21
3.3.4	Άλλες Υπηρεσίες.....	21
3.4	Πλεονεκτήματα – μειονεκτήματα του Internet Banking.....	23
3.4.1	Πλεονεκτήματα για τους πελάτες (άτομα και επιχειρήσεις).....	23
3.4.2	Πλεονεκτήματα για τις τράπεζες.....	23
3.4.3	Μειονεκτήματα για τους πελάτες (άτομα και επιχειρήσεις).....	26
3.4.2	Μειονεκτήματα για τις τράπεζες.....	26
3.5	Καταγραφή και παρουσίαση των εναλλακτικών δικτύων της Τράπεζας Πειραιώς.....	27
4	Μεθοδολογία της έρευνας	34
4.1	Μεθοδολογία.....	33
4.2	Περιορισμοί Έρευνας.....	34
5	Ανάλυση αποτελεσμάτων των ερωτηματολογίων – Συμπεράσματα	37
5.1	Ανάλυση αποτελεσμάτων των ερωτηματολογίων – Συμπεράσματα.....	37
5.1.1	Ανάλυση αποτελεσμάτων των ερωτηματολογίου πελατών– Συμπεράσματα.....	37
5.1.2	Ανάλυση αποτελεσμάτων των ερωτηματολογίου Υπαλλήλων– Συμπεράσματα.....	45

5.2	Συμπεράσματα για την Τράπεζα Πειραιώς	51
6	Επίλογος	55
6.1	Επίλογος	55
6.2	Πρόβλεψη, Μελλοντικές Εξελίξεις και Προτάσεις.....	57
Παραρτήματα		
A	Ερωτηματολόγιο για τον πελάτη	64
B	Ερωτηματολόγιο για τον υπάλληλο	70
Βιβλιογραφία		
75		

Κεφάλαιο 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μία ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας και του διαδικτύου, η οποία έχει σημαντικές επιδράσεις στον τραπεζικό κλάδο. Τα τραπεζικά ιδρύματα παρέχουν μία σειρά υπηρεσιών μέσω εναλλακτικών δικτύων εξυπηρέτησης. Η ηλεκτρονική τραπεζική αποτελεί ένα ιδιαίτερα σημαντικό εργαλείο, όχι μόνο για τα πιστωτικά ιδρύματα, αλλά και για τους πελάτες των τραπεζών. Η εφαρμογή της διαδικτυακής τραπεζικής παρέχει ένα πλήθος δυνατοτήτων στους πελάτες των τραπεζών, καθώς τους επιτρέπει την άμεση ενημέρωση αλλά και την πιο ολοκληρωμένη και ταχύτερη εξυπηρέτηση στα αντικείμενα που τους ενδιαφέρουν. Παρά τα σημαντικά οφέλη της όμως, η ανάπτυξη της διαδικτυακής τραπεζικής μπορεί να έχει και αρνητικά αποτελέσματα, τα οποία είναι ωφέλιμο να αναγνωρίζονται και να αντιμετωπίζονται μέσω κατάλληλων ενεργειών από τα τραπεζικά ιδρύματα.

Η ανάπτυξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής στη χώρα μας αλλά και διεθνώς είναι θεαματική. Ωστόσο, ο βαθμός διείσδυσης των πελατών καθώς και των επιχειρήσεων στη διαδικτυακή τραπεζική, κινείται σε χαμηλά επίπεδα, πράγμα το οποίο μπορεί να αντιμετωπιστεί με την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση σχετικά με το εύρος των υπηρεσιών και των διευκολύνσεων που είναι δυνατόν να προσφερθούν από τη χρήση της.

Η παρούσα εργασία έχει στόχο να αναλύσει τις κυριότερες μορφές της διαδικτυακής τραπεζικής με ιδιαίτερη έμφαση στο Internet Banking και στις υπηρεσίες που παρέχει αυτό. Επιπλέον, αναπτύσσονται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του Internet Banking τόσο για τους πελάτες, όσο και για τις τράπεζες. Επίσης θα πραγματοποιηθεί αναφορά στην αειφόρο ανάπτυξη που ενισχύει η χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής

καθώς και η πολύ σημαντική εξοικονόμηση κόστους, καθώς και ο βαθμός που επηρεάζει η ηλεκτρονική τραπεζική το ανθρώπινο δυναμικό των τραπεζών τόσο στο πλήθος των εργαζομένων που στελεχώνουν τις τράπεζες όσο και στις εργασίες που καλούνται να εκτελέσουν.

Επιπλέον, γίνεται προσπάθεια να καταγραφεί ο βαθμός διείσδυσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής, αλλά και του Internet banking στη σύγχρονη ελληνική πραγματικότητα, ιδιαίτερα μετά την επιβολή των capital controls, το τοπίο πληρωμών άλλαξε ραγδαία, όπως τονίζουν τραπεζικά στελέχη, καθώς τις δύο πρώτες εβδομάδες, μετά την εισαγωγή τους παρατηρήθηκε αύξηση 135% στον αριθμό συναλλαγών, σε σύγκριση με το δεκαπενθήμερο πριν από την επιβολή τους. Μέσω έρευνας που θα διεξαχθεί με την παροχή συγκεκριμένων ερωτηματολογίων και μέσα από την επεξεργασία των απαντήσεων των ερωτηματολογίων, στόχος είναι να διαπιστωθεί κατά πόσο ο σύγχρονος Έλληνας χρησιμοποιεί το Internet banking, αν αναγνωρίζει τα οφέλη του και για ποιους λόγους μπορεί να μην το προτιμά από την παραδοσιακή τραπεζική. Ως προς τους χρήστες του Internet banking, επιδιώκεται να εξακριβωθεί ο βαθμός στον οποίο είναι ικανοποιημένοι από τη χρήση του, κατά πόσο ασφαλείς αισθάνονται όταν το χρησιμοποιούν και κατά πόσο αναγνωρίζουν την ευχρηστία και τη διευκόλυνση που τους παρέχει το συγκεκριμένο μέσο.

Κύρια διαπίστωση της παρούσας εργασίας αποτελεί το συμπέρασμα ότι η εξέλιξη της διαδικτυακής τραπεζικής στη χώρα, βρίσκεται σε μέτριο στάδιο και όχι σε πρώιμο, κυρίως λόγω της επιβολής του ελέγχου κεφαλαίων. Σίγουρα διαφαίνεται μία διαρκώς αυξανόμενη τάση για μελλοντική ισχυρή ανάπτυξη και παρουσία, με τον ρόλο των τραπεζών να παίζει πρωτεύοντα ρόλο.

Η μεθοδολογία που θα χρησιμοποιηθεί για τη συγγραφή της συγκεκριμένης εργασίας είναι η συγκέντρωση, μελέτη και επιλογή ελληνικής και διεθνούς βιβλιογραφίας και αρθρογραφίας, δημοσιευμένων ερευνών και δημοσιογραφικών αναφορών κυρίως από το διαδίκτυο. Όσον αφορά το εμπειρικό μέρος θα χρησιμοποιηθούν ερωτηματολόγια και θα ακολουθήσει κατάλληλη στατιστική επεξεργασία και εξαγωγή συμπερασμάτων. Η παρούσα πτυχιακή διατριβή διαιρείται σε δύο μέρη, το θεωρητικό και το εμπειρικό, τα οποία υποδιαιρούνται σε επιμέρους κεφάλαια. Το θεωρητικό μέρος περιλαμβάνει 3 κεφάλαια, τα οποία εξετάζουν τα παρακάτω:

Στο πρώτο κεφάλαιο, περιγράφεται η ηλεκτρονική τραπεζική και η εξέλιξη, καθώς και οι σκοποί και οι στρατηγικοί της στόχοι.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, αναλύεται η έννοια της ηλεκτρονικής τραπεζικής και αναλύονται οι επιμέρους μορφές της (ATM, E.F.T./P.O.S., Phone banking, Mobile Banking, Easy Pay της Τράπεζας Πειραιώς, PC Banking), δηλαδή πως λειτουργεί η κάθε μία και τι δυνατότητες προσφέρει.

Στο τρίτο κεφάλαιο, αναλύεται ξεχωριστά η μορφή του Internet banking. Γίνεται αναφορά στην ακριβή έννοια του, στις υπηρεσίες που αυτό προσφέρει, και στα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του, τόσο ως προς τους πελάτες, όσο και ως προς τις τράπεζες. Επίσης, γίνεται μία σύντομη ιστορική αναδρομή της ηλεκτρονικής τραπεζικής και κλείνοντας παρουσιάζονται τα εναλλακτικά τραπεζικά δίκτυα της Τράπεζας Πειραιώς.

Το εμπειρικό μέρος της πτυχιακής διατριβής περιλαμβάνει τα τρία τελευταία κεφάλαια. Στο τέταρτο κεφάλαιο, περιγράφεται η μεθοδολογία της έρευνας και επιχειρείται στο πέμπτο κεφάλαιο μία στατιστική ανάλυση των δεδομένων που προέκυψαν από την έρευνα που διεξήχθη μέσω ερωτηματολογίων, σε τυχαίο δείγμα πελατών και υπαλλήλων της Τράπεζας Πειραιώς, σχετικά με τη διείσδυση των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων στην ελληνική πραγματικότητα και κλείνοντας καταγράφονται τα συμπεράσματα για την Τράπεζα Πειραιώς.

Το έκτο κεφάλαιο αποτελεί τον επίλογο της πτυχιακής διατριβής, ενώ παρουσιάζονται και οι μελλοντικές προοπτικές της διαδικτυακής τραπεζικής.

1.2 Η ηλεκτρονική τραπεζική και η εξέλιξή της

Η ηλεκτρονική τραπεζική δημιουργήθηκε για να περιλαμβάνει τη διάθεση λιανικών και μικρής αξίας προϊόντων και υπηρεσιών μέσω ηλεκτρονικών καναλιών όπως επίσης και μεγάλης αξίας ηλεκτρονικών πληρωμών καθώς και άλλες χονδρικές τραπεζικές υπηρεσίες παραδοθείσες ηλεκτρονικά (Yibin, 2003). Η ηλεκτρονική καινοτομία στις τραπεζικές εργασίες μπορεί να τοποθετηθεί στη δεκαετία του '70 όταν η μηχανοργάνωση των χρηματοπιστωτικών οργανισμών απέκτησε δυναμική. Εντούτοις,

μια αρχική μορφή της ηλεκτρονικής τραπεζικής εμφανίστηκε το 1981, με την εισαγωγή του ATM (Sohail, 2003).

Τα Α.Τ.Μ. μπορούν να θεωρηθούν μια συνεχής και επαναστατική καινοτομία καθώς απαίτησαν από τους πελάτες των τραπεζών να αλλάξουν εντυπωσιακά τις συμπεριφορές τους προκειμένου να λάβουν τα οφέλη, κυρίως από άποψη ταχείας εξυπηρέτησης των τραπεζικών εργασιών ενώ μέχρι τότε για την εκτέλεση των τραπεζικών αυτών εργασιών απαιτούνταν η μετάβαση σε ένα υποκατάστημα της τράπεζας (Singh, 2002).

Αρχικά, τα Α.Τ.Μ. δεν ήταν ιδιαίτερα περίπλοκα και η χρήση τους περιοριζόνταν στη διανομή μετρητών. Έτσι, η κατανόηση των αναγκών και προσδοκιών των πελατών ήταν πενιχρή ενώ ο ρόλος των τραπεζών στο λιανικό σύστημα παράδοσης μέσω Α.Τ.Μ. ήταν ασαφής (Violano et al., 1992). Στο αρχικό στάδιο αγοράς, οι πρώτες τράπεζες άρχισαν να εστιάζουν σε συγκεκριμένες ομάδες πελατών. Με τη διείσδυση στις σαφώς καθορισμένες ομάδες αγοράς, τα Α.Τ.Μ. πέτυχαν την αποδοχή σε αυτά τα τμήματα.

Στο επόμενο στάδιο, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα όπως ο έλεγχος υπολοίπου λογαριασμού, η κατάθεση και η μεταφορά κεφαλαίων επέκτειναν την αρχική λειτουργία διανομής μετρητών για να εξυπηρετηθούν οι απαιτήσεις των πρώτων κατόχων κάρτας Α.Τ.Μ. (Hanoln et al. 1993). Το γεγονός αυτό επέτρεψε την πραγματοποίηση περισσότερων τραπεζικών δραστηριοτήτων χωρίς να απαιτείται η επίσκεψη σε κάποιο υποκατάστημα τράπεζας από τον πελάτη. Σ' αυτή τη φάση, λοιπόν, οι περισσότερες τράπεζες άρχισαν να συνειδητοποιούν ότι το ΑΤΜ είναι πλέον προϋπόθεση για την παραμονή τους στην ανταγωνιστική αγορά.

Οι τεχνολογικές εξελίξεις που ακολούθησαν, διευκόλυναν την καθιέρωση του Α.Τ.Μ. ως γενική υπηρεσία, ελαχιστοποιώντας τη δυνατότητα δημιουργίας ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Προκειμένου να πετύχουν διαφοροποίηση, οι τράπεζες στράφηκαν στον πολλαπλασιασμό των Α.Τ.Μ. και στις πρόσθετες λειτουργίες του, όπως πληρωμές λογαριασμών και αυτόματο έλεγχο. Ωστόσο, αυτές οι διαφοροποιημένες υπηρεσίες αποτέλεσαν ένα ασήμαντο ποσοστό του συνολικού όγκου συναλλαγών μέσω Α.Τ.Μ. και επιπρόσθετα, ο πολλαπλασιασμός των Α.Τ.Μ. δεν απέδωσε τα αναμενόμενα. Οι

βιομηχανικοί αναλυτές υποστηρίζουν ότι ένας σοβαρός λόγος για αυτήν την αποτυχία είναι ο κορεσμός της αγοράς (Singh, 2002).

Ο κορεσμός αυτός σε ότι αφορά τα Α.Τ.Μ. ώθησε τις τράπεζες σε άλλες κατευθύνσεις της ηλεκτρονικής τραπεζικής όπως την ηλεκτρονική τραπεζική μέσω Διαδικτύου (Internet Banking). Το Διαδίκτυο, όπως και το Α.Τ.Μ., είναι ένας νέος δίαυλος διανομής μέσω του οποίου οι τράπεζες μπορούν να παραδώσουν τα τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες τους (Young, 2001). Οι καταναλωτές μετά την παρουσία του καινοτόμου Α.Τ.Μ. έχουν αναπτύξει πλέον έναν υψηλό βαθμό άνεσης για τη χρησιμοποίηση των ηλεκτρονικών διαδικασιών για τις τραπεζικές συναλλαγές τους. Αρχικά, ωστόσο, οι τράπεζες περιορίστηκαν στην χρήση του Διαδικτύου για την απλή πληροφόρηση και ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με τα προϊόντα και υπηρεσίες τους.

Στη συνέχεια, όμως, οι τράπεζες εξέλιξαν την ηλεκτρονική τραπεζική μέσω Διαδικτύου εισάγοντας τη δυνατότητα απλών συναλλαγών που επιτρέπουν στους πελάτες να υποβάλουν τις αιτήσεις για διαφορετικές υπηρεσίες, να πραγματοποιούν ερωτήσεις υπολοίπου του λογαριασμού τους και να υποδεικνύουν οδηγίες στην τράπεζα, χωρίς βέβαια να έχουν άδεια για οποιαδήποτε μεταφορά λογαριασμού (Yibin, 2003). Η μεγάλη πλειοψηφία των τραπεζών, σε αυτό το στάδιο, απέφυγαν την παροχή αυτών των ηλεκτρονικών τραπεζικών εργασιών μέσω Διαδικτύου επειδή απλά δεν μπορούσαν να αναγνωρίσουν τα οφέλη που θα προέκυπταν (Sheshunoff 1999, Slywotzky 2001, Singh 2002).

Οι τράπεζες που διέκριναν τα επιχειρηματικά οφέλη που θα τους προσέφερε η ηλεκτρονική τραπεζική μέσω Διαδικτύου έγιναν πρωτοπόροι. Εστίασαν πρώτιστα στα τεχνολογικά οφέλη που προσέφερε η διαδικασία αυτή. Η σταδιακή αποδοχή από το καταναλωτικό κοινό, δημιούργησε εκ νέου την ανάγκη διαφοροποίησης στην παροχή τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών μέσω Διαδικτύου, και έτσι εντάχθηκαν πιο προηγμένες δυνατότητες συναλλαγών όπως μεταφορές κεφαλαίων από και προς το λογαριασμό των πελατών, πληρωμές λογαριασμών και άλλα (Yibin, 2003).

Σε μία προσπάθεια σταθεροποίησης και επέκτασης των σχέσεων με τους πελάτες στα πλαίσια του ανταγωνισμού, οι τράπεζες εξέλιξαν τις ηλεκτρονικές τραπεζικές εργασίες

που προσέφεραν παρέχοντας δυνατότητες με περισσότερο εξατομικευμένο και προσωποποιημένο χαρακτήρα. (Fonseca et al. 2001, Saatcioglu 2001).

Μια πιο πρόσφατη ανάπτυξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι οι ασύρματες εφαρμογές των τραπεζικών εργασιών που πραγματοποιούνται μέσω κινητού τηλεφώνου (mobile banking). Θεωρείται ότι η ηλεκτρονική τραπεζική μέσω κινητού τηλεφώνου παρέχει ένα άλλο νέο κανάλι για τις τραπεζικές υπηρεσίες, ειδικά για ορισμένες απομονωμένες περιοχές όπου η σύνδεση με το Διαδίκτυο μπορεί να μην είναι ακόμα διαθέσιμη. Οι στρατηγικές επιπτώσεις και η αντίληψη πελατών για την ηλεκτρονική τραπεζική μέσω κινητού τηλεφώνου βρίσκονται υπό έρευνα (Laukkanen & Lauronen, 2005) και εστιάζουν στη δημιουργία καταναλωτικής αξίας και μιας καλύτερης κατανόησης για την αντίληψη του πελάτη ως προς την αξία των τραπεζικών υπηρεσιών μέσω κινητού τηλεφώνου. Υπό αυτήν την σκέψη, δεν θα ήταν απίθανο η προοπτική του αυξανόμενου ενδιαφέροντος για την ηλεκτρονική τραπεζική μέσω κινητού τηλεφώνου (Scornavacca & Barnew 2004, Yang 2007).

1.3 Στρατηγικοί Στόχοι της ηλεκτρονικής τραπεζικής

Οι στρατηγικοί στόχοι που ένας οργανισμός θέτει είναι οι εξής (Γλύκας και Ξηρογιάννης 2004):

Ικανοποίηση της πελατειακής βάσης

Η διατήρηση των πελατών εξαρτάται από πολλούς παράγοντες, που περιλαμβάνουν ένα ευρύ φάσμα επιλογών όπως προϊόντων, μεγαλύτερη ευκολία, καλύτερες τιμές (Storbacka et al., 1994). Ο Fornell (1992), στη μελέτη του για τους Σουηδούς καταναλωτές, σημειώνει ότι αν και η ικανοποίηση του πελάτη και η ποιότητα φαίνεται να είναι σημαντική για όλες τις επιχειρήσεις, η ικανοποίηση είναι πιο σημαντική για την πίστη σε κλάδους όπως οι τράπεζες, οι ασφάλειες, και τα αυτοκίνητα.

Χρηματοοικονομική αποτελεσματικότητα μέσα από την :

Αύξηση της κερδοφορίας μέσω της ποικιλίας προϊόντων και υπηρεσιών. Η στρατηγική των τραπεζών είναι να ενισχύσουν την κερδοφορία τους και αν βελτιώσουν το επίπεδο των υπηρεσιών που παρέχουν. Αυτό θα μπορέσει να γίνει με την ενεργοποίηση των εναλλακτικών δικτύων διανομής και τη δημιουργία νέων χρηματοπιστωτικών προϊόντων που καλύπτουν τις συνεχώς μεταβαλλόμενες οικονομικές ανάγκες τους. Οι τράπεζες πρέπει να παρέχουν υψηλής ποιότητας προϊόντα και υπηρεσίες ώστε να εξυπηρετούν τις πέντε βασικές αξίες: απλότητα, εξατομικευμένες υπηρεσίες, άνεση, ποιότητα και τιμή.

Διεύρυνση της πελατειακής βάσης (επιχειρηματίες – λιανικοί πελάτες) μέσα από την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών. Η διατήρηση πελατών αποτελεί στοιχείο της στρατηγικής τραπεζικής στο ολοένα και πιο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Οι διοικήσεις των τραπεζών ακολουθούν παράγοντες που θα μπορούσαν να αυξήσουν τα ποσοστά διατήρησης πελατών. Αρκετές μελέτες έχουν υπογραμμίσει τη σημασία της διατήρησης των πελατών στον τραπεζικό κλάδο (βλ. Dawkins και Reichheld, 1990, Marple και Zimmerman, 1999, Page et al., 1996 Fisher, 2001). Οι περισσότερες από αυτές έχουν εστιάσει στην σωστή εξυπηρέτηση γι' αυτό πολλές τράπεζες προσφέρουν λίγο πολύ ίδια προϊόντα σχεδόν στην ίδια τιμή. Εάν μια τράπεζα δεν επεκτείνει την ποιότητα των προϊόντων της πέρα από τις βασικές υπηρεσίες είναι απίθανο να αποκτήσει ένα βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Chang, Chan και Leck, 1997).

Εσωτερική αποτελεσματικότητα η οποία επιτυγχάνεται με την:

Δημιουργία υποδομών ώστε να μπορεί να αναπτυχθεί η ηλεκτρονική τραπεζική, με την βελτίωση των τεχνολογικών υποδομών εκμεταλλευόμενοι τις δυνατότητες της τεχνολογίας, όχι μόνο για τη μείωση του κόστους παραγωγής, αλλά και για την πιο εύρυθμη εσωτερική λειτουργία της τράπεζας (καλύτερη πληροφόρηση, επεξεργασία δεδομένων κ.λ.π.).

Κίνητρα για την ανάπτυξη του e-banking με στόχο την μείωση της πελατειακής βάσης από τα υποκαταστήματα και τη μετακίνηση των περισσότερων συναλλαγών μακριά από γκισέ. Μέσω νέων εξειδικευμένων ιστοσελίδων ή και των επίσημων ιστοσελίδων τους διαθέτουν προϊόντα με ελκυστικά επιτόκια, δίνοντας σημαντικά κίνητρα σε νοικοκυριά και επιχειρήσεις για να τα προτιμήσουν. Ο συγκεκριμένος αυτός τρόπος

διάθεσης είναι συμβατός με τη νέα στρατηγική που ακολουθείται, έχει στόχο τον όσο το δυνατόν μεγαλύτερο περιορισμό του λειτουργικού κόστους. Σκοπός είναι ο καταθέτης ή ο δανειολήπτης να επισκέπτεται ελάχιστες φορές το τραπεζικό κατάστημα, εξυπηρετούμενος μέσω του Internet και του τηλεφώνου.(Ennew και Binks. 199, Woodruff, 1997).

1.4 Σκοποί της ηλεκτρονικής τραπεζικής

Οι σκοποί της ηλεκτρονικής τραπεζικής από την μεριά των πελατών είναι:

Ικανοποίηση υφιστάμενων πελατών. Η σημασία της ικανοποίησης και της διατήρησης ενός πελάτη αποτελεί σημαντικό παράγοντα στο σημερινό ανταγωνιστικό περιβάλλον (Kohli και Jaworski, 1990). Γι' αυτό οι τράπεζες προσπαθούν η προώθηση των προϊόντων τους να έχει επιτυχία, γιατί αυτό θα αποτελέσει επιβεβαίωση της ικανοποίησης του πελάτη. Οι ικανοποιημένοι πελάτες θα μιλήσουν με ενθουσιασμό για τη χρήση της συγκεκριμένης υπηρεσίας (θετική διαφήμιση), ενώ οι δυσαρεστημένοι πελάτες θα στραφούν σε άλλη τράπεζα (αρνητική διαφήμιση). (Αρχείο Prince, 1992) & (Rishens, 1983).

Προσέλκυση νέων πελατών με την προσφορά καινοτόμων και λειτουργικών προϊόντων, ικανοποιώντας τους πελάτες με την ποιότητα των υπηρεσιών, την ασφάλεια των συναλλαγών, την ακρίβεια στην ενημέρωση και την ταχύτητα εξυπηρέτησης. Οι καινοτόμες λύσεις, δεν φέρνουν μόνο νέους πελάτες, αλλά δημιουργούν κλίμα αμοιβαίας εμπιστοσύνης και εκτίμησης, αυξάνοντας την ικανοποίηση και επιτρέποντας να ατονήσει η σχέση τράπεζα – πελάτη.

Καινούργιες και πρωτοποριακές υλοποιήσεις συμβάλλουν στην καλύτερη ποιότητα των ηλεκτρονικών υπηρεσιών. Η διεθνοποίηση των αγορών χρήματος, η εφαρμογή των νέων τεχνολογιών και της επικοινωνίας στην τραπεζική, ανάγκασε τις τράπεζες να προσφέρουν εκτεταμένες υπηρεσίες και διαφοροποίηση των προϊόντων δίνοντας έμφαση στις ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές (Reidenbach, 1995/ Μυλωνάκη et al, 1998).

Αύξηση προστιθέμενης αξίας μέσω υπηρεσιών και προϊόντων, με την αναβάθμιση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών στα εναλλακτικά κανάλια διανομής που προσφέρονται στους πελάτες προκειμένου να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό. Έτσι δημιουργείται η βάση για την ανάπτυξη μιας μακροχρόνιας και αμοιβαίας σχέσης με τους πελάτες, μείωση του λειτουργικού κόστους, και διεύρυνση της πελατειακής βάσης.

Κεφάλαιο 2

Έννοια και μορφές του E – banking

2.1 Ορισμός E – banking

Η ραγδαία εξέλιξη της πληροφορικής τα τελευταία χρόνια έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία νέων τρόπων επικοινωνίας μεταξύ των τραπεζών και των πελατών τους. Οι ανάγκες για μείωση του χρόνου διενέργειας κάθε είδους συναλλαγής, αλλά και του κόστους των τραπεζών, καθώς και για αύξηση του ωραρίου πραγματοποίησης των συναλλαγών συντέλεσαν στην ανάπτυξη εναλλακτικών διαύλων επικοινωνίας προκειμένου να εκτελούνται οι τραπεζικές συναλλαγές. Συνέπεια των παραπάνω ήταν η εισαγωγή μίας νέας τεχνολογίας και συγκεκριμένα του electronic banking (e – banking) ή ηλεκτρονικής τραπεζικής (Μυρτίδης δ.,2008).

Σύμφωνα με την Ένωση Ελληνικών Τραπεζών ως ηλεκτρονική τραπεζική νοείται « οποιαδήποτε εμπορική συναλλαγή που διεξάγεται μεταξύ της τράπεζας και των πελατών της διαμέσου ηλεκτρονικών δικτύων και βοηθάει ή οδηγεί στην πώληση τραπεζικών υπηρεσιών ή προϊόντων »(Γιαννόπουλος, Γ., 2003). Επίσης «όλες οι δυνατές συναλλαγές μίας Τράπεζας που τελούνται με χρήση ηλεκτρονικών μέσων, κυρίως μέσω διαδικτύου αλλά και μέσω VPNs, Intranet, σταθερού και κινητού

τηλεφώνου και δεν απαιτούν τη φυσική παρουσία του πελάτη σε κατάσταση της Τράπεζας» περιλαμβάνονται στον όρο ηλεκτρονική τραπεζική ή e – banking ή Online banking (Αγγέλης β., 2005).

Η ηλεκτρονική τραπεζική ανάλογα με το κανάλι που χρησιμοποιείται για την παροχή των υπηρεσιών της διακρίνεται σε ATM, μηχανήματα ηλεκτρονικής μεταφοράς κεφαλαίων (E.F.T.P.O.S.), Phone banking, Mobile banking, PC Banking και Internet Banking.

2.2 Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές (ATMs)

Ο όρος ATMs (Automatic Teller Machines) αναφέρεται στις μηχανές που παρέχουν μετρητά (Cash dispenser) αλλά προσφέρουν και μερικές συμπληρωματικές υπηρεσίες, όπως οι εξής παρακάτω (Μυρτίδης Δ., 2008):

- Ανάληψη και κατάθεση μετρητών και ενημέρωση του λογαριασμού. Επίσης αξίζει να αναφερθεί η δυνατότητα ανάληψης με πιστωτική κάρτα, πριν την εφαρμογή των capital controls στην Ελλάδα.
- Μεταφορά χρημάτων μεταξύ λογαριασμών
- Αναλυτική κίνηση λογαριασμού
- Αλλαγή προσωπικού μυστικού αριθμού (PIN)
- Πληρωμή λογαριασμών με μετρητά
- Αίτηση για δάνεια, αλλά και για έκδοση βιβλιαρίου επιταγών
- Εκτύπωση υπολοίπου
- Αγορά και πώληση συναλλάγματος
- Καταθέσεις μετρητών και επιταγών
- Πληρωμή πιστωτικών καρτών

Τα ATMs δηλαδή εκτελούν διάφορες απλές συναλλαγές « ρουτίνας » απελευθερώνοντας τους τραπεζικούς υπαλλήλους από αυτές και μειώνοντας έτσι την ανάγκη για ταμειολογιστές (tellers). Ειδικότερα, τα ATMs συντελούν στη μείωση των ουρών στα γκισέ των τραπεζικών καταστημάτων, πρόβλημα που παρουσιάζεται σε ιδιαίτερα έντονο βαθμό στην Ελλάδα. Επιπλέον, είναι πολύ σημαντικό το γεγονός ότι προσφέρουν στον πελάτη μία αίσθηση προστασίας του απορρήτου των συναλλαγών, καθώς επίσης και ότι μειώνεται το κόστος συναλλαγής σε σχέση με αυτό με τον τραπεζικό υπάλληλο.

Τα ATMs διακρίνονται σε (Λυμπερόπουλος κ., 1994):

- Επί του τοίχου (Through the Wall): Σε αυτή την περίπτωση οι συναλλαγές πραγματοποιούνται έξω από τα τραπεζικά καταστήματα ή από οποιοδήποτε άλλο κτίριο και είναι έτοιμα για χρήση από τον πελάτη 24 ώρες το 24ωρο.
- Εντός της αίθουσας (In the Lobby): Σε αυτή την περίπτωση τα ATMs τοποθετούνται στο εσωτερικό των τραπεζών, πολυκαταστημάτων, μεγάλων εμπορικών κέντρων καθώς και super markets, αεροδρόμια, τουριστικά μέρη, πανεπιστημιακούς και πολιτιστικούς χώρους, σημεία διέλευσης κοινού (ΚΤΕΛ), γραφεία εταιρειών, Νοσοκομεία κ.α.
- Στον προθάλαμο (Vestibule): Αυτά τα ATMs τοποθετούνται σε ειδικά διαμορφωμένους γυάλινους προθάλαμους τραπεζικών καταστημάτων. Έχουν τη δυνατότητα να λειτουργήσουν και εκτός εργάσιμων ωρών και θεωρούνται γενικά ασφαλέστερα μηχανήματα μιας και είναι αδύνατο να παραβιαστούν.

Αξίζει να τονιστεί η χρησιμότητα των ATMs κατά το χρονικό διάστημα που οι τράπεζες στον Ελλαδικό χώρο παραμείναν κλειστές. Με τον συνεχή ανεφοδιασμό τους αντιμετωπίστηκαν έως ένα βαθμό καθημερινές ανάγκες των καταναλωτών για μετρητά.

2.3 Μηχάνημα easyray της Τράπεζας Πειραιώς

Το μηχάνημα easyray είναι ένα μηχάνημα για πληρωμές, καταθέσεις και αγορές. Οι πληρωμές αφορούν σε προϊόντα Πειραιώς αλλά και σε λογαριασμούς λοιπών δημόσιων και ιδιωτικών φορέων. Οι καταθέσεις αφορούν σε τραπεζικούς λογαριασμούς Πειραιώς. Τέλος, ένας πελάτης μπορεί από το μηχάνημα να ανανεώσει το χρόνο για το καρτοκινητό του.

Η λογική του μηχανήματος easyray είναι διαφορετική από τη λογική του ATM: στο ATM, ο πελάτης εισάγει την χρεωστική ή πιστωτική του κάρτα και το μηχάνημα αναγνωρίζει τον πελάτη. Αντίθετα, στο μηχάνημα easyray ο πελάτης δεν προσδιορίζει την ταυτότητα του παρά μόνο το προϊόν που θέλει να πληρώσει.

Οι συναλλαγές πραγματοποιούνται με μετρητά μόνο, και δεν χρειάζεται απαραίτητα αυτός που χρησιμοποιεί το μηχάνημα, να είναι πελάτης της Τράπεζας, ούτε να διαθέτει τραπεζικό λογαριασμό της συγκεκριμένης τράπεζας.

Το μηχάνημα υποστηρίζει τις εξής συναλλαγές:

- Πληρωμή πιστωτικής κάρτας τράπεζας Πειραιώς, και άλλων ελληνικών τραπεζών.
- Εξυπηρέτηση δανείου Πειραιώς
- Κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό Πειραιώς
- Πληρωμή λογαριασμών ΔΕΚΟ, και τηλεφωνίας.
- Πληρωμή ΙΚΑ
- Πληρωμή ΟΑΕΕ
- Πληρωμή ΦΠΑ
- Πληρωμή Φόρου Εισοδήματος Φυσικών Προσώπων
- Ανανέωση χρόνου καρτοκινητής τηλεφωνίας (Vodafone, TIM, Cosmote, MoMad, Frog, Q-telecom)

Σκοπός είναι να εμπλουτίζεται συνεχώς το εύρος των διαθέσιμων συναλλαγών με στόχο την εξυπηρέτηση κάθε τύπου λογαριασμού. Όπως και τα ΑΤΜ, το παρών μηχάνημα συμβάλλει στην αποσυμφόρηση του κόσμου από τα γκισέ των ταμείων και την πιο γρήγορη εξυπηρέτηση του κοινού.

2.4 Electronic Funds Transfer At The Point Of Sales (E.F.T./P.O.S.)

Τα Μηχανήματα Ηλεκτρονικής Μεταφοράς Κεφαλαίων στα Σημεία Πωλήσεων (E.F.T./P.O.S.) τοποθετούνται σε χώρους εμπορίας προϊόντων μαζικής κατανάλωσης και παροχής προϊόντων στο πλατύ κοινό όπως για παράδειγμα, πρατήρια βενζίνης, πολυκαταστήματα, μεγάλα Super Markets και ξενοδοχεία με σκοπό να πραγματοποιούν συναλλαγές χωρίς τη χρήση μετρητών ή επιταγών, αλλά με τη χρήση μιας χρεωστικής κάρτας και του προσωπικού κωδικού αριθμού (PIN) του πελάτη. (Βλαχοπούλου Μ., 1999). Βέβαια, στις μέρες μας η εφαρμογή των E.F.T./P.O.S. είναι τόσο διαδομένη, που η συντριπτική πλειοψηφία των συναλλαγών γίνεται μέσω αυτών των μηχανημάτων, παρατηρούμε τοποθέτηση τους ακόμα και σε περίπτερα ή και φορητά P.O.S.. Μια κατάσταση εδραιωμένη σε χώρες του εξωτερικού, η οποία τείνει να καθιερωθεί και στον ελλαδικό χώρο κυρίως μετά την πρόσφατη εφαρμογή των Capital Controls. Οι κύριοι πελάτες E.F.T./P.O.S. είναι οι κάτοχοι των καρτών μετρητών και η διαδικασία που ακολουθείται είναι η χρέωση του λογαριασμού του πελάτη και η πίστωση του

λογαριασμό της τράπεζας με το αντίτιμο των αγορών. Οι χρεωστικές κάρτες χρησιμοποιούνται σε περιπτώσεις που οι συναλλαγές είναι χαμηλής αξίας και δεν προκύπτει ανάγκη πίστωσης.

Η τεχνική του γραμμωτού κωδικού (bar code technology) αποτελεί την κυρίαρχη τεχνική στα ηλεκτρονικά σημεία πώλησης για την αναγνώριση των προϊόντων. Τα E.F.T./P.O.S. λειτουργούν βασιζόμενα στον ηλεκτρονικό καταχωρητή εξαργύρωσης ή Electronic Cash Register (ECR), ο οποίος έχει τη δυνατότητα διαχείρισης κωδικών, εκτύπωσης, χωρητικότητας μνήμης και ανάγνωσης των τιμών. Το διάβασμα των τιμών και των κωδικών γίνεται με τη βοήθεια ακτινών λέιζερ και με αυτόν τον τρόπο υπολογίζονται αυτόματα τόσο οι λογαριασμοί του πελάτη όσο και οι πωλήσεις για κάθε προϊόν χωριστά. Ο τρόπος λειτουργίας του συστήματος είναι ο εξής: δεδομένου ότι κάθε προϊόν έχει από έναν ξεχωριστό κωδικό και ότι το σύστημα διαθέτει αυτούς τους κωδικούς αλλά και την περιγραφή και τιμή του προϊόντος στη μνήμη του, όταν το προϊόν και ο ECR έρθουν σε επαφή, διαβάζονται οι πληροφορίες του προϊόντος και το τερματικό αναγράφει και εκτυπώνει τη σωστή τιμή του προϊόντος σε μία απόδειξη για το προϊόν και παράλληλα σημειώνει την πώληση προκειμένου να ελεγχθούν οι πωλήσεις (Βλαχοπούλου μ., 1999).

Τα κύρια οφέλη από τη χρήση των E.F.T./P.O.S. για τους λιανοπωλητές – εμπόρους είναι η αύξηση της ταχύτητας συναλλαγής στα σημεία ελέγχου και πώλησης, η εγγυημένη και ταχεία είσπραξη των οφειλών, η μεγαλύτερη ασφάλεια των συναλλαγών λόγω της απουσίας χρήσης μετρητών καθώς και η μείωση των εξόδων και προμηθειών προς τις τράπεζες. Όσον αφορά τις τράπεζες, τα οφέλη από τη χρήση των ηλεκτρονικών σημείων πώλησης είναι η μείωση του λειτουργικού κόστους μιας και δε χρησιμοποιούνται υπάλληλοι και παραστατικά, η ελάφρυνση της απασχόλησης των ταμειολογιστών και ο περιορισμός της ουράς και του χρόνου αναμονής στα γκισέ. Τέλος, για τους καταναλωτές η χρήση των E.F.T./P.O.S. σημαίνει μεγαλύτερη ευκολία, ευελιξία και ταχύτητα στις συναλλαγές τους και χαμηλότερο κίνδυνο μιας και το ελάχιστο απαραίτητο ποσό μετρητών που πρέπει να έχουν μαζί τους μειώνεται στον ελάχιστο βαθμό.

2.5 Phone Banking

Το Phone Banking αναφέρεται στη διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών μέσω τηλεφώνου (σταθερό ή κινητού) ή άλλων συσκευών που είναι εφοδιασμένες με την

τεχνολογία WAP, παρέχοντας εξυπηρέτηση στους πελάτες των τραπεζών 24 ώρες το 24ωρο. Οι υπηρεσίες που παρέχει το Phone Banking είναι οι εξής:

- Πληρωμές λογαριασμών και μεταφορές κεφαλαίων
- Αναλυτικές πληροφορίες και διαχείριση του χαρτοφυλακίου πελατών
- Ενημέρωση για την κίνηση των λογαριασμών και καταθέσεων
- Παροχή εντολών για αγορά ή πώληση μετοχών και αμοιβαίων κεφαλαίων
- Πληροφόρηση για τις τιμές του συναλλάγματος και τις τιμές του Χρηματιστηρίου
- Δήλωση απώλειας – κλοπής καρτών

Επιπλέον σύμφωνα με το ενημερωτικό της τράπεζας Πειραιώς:

- Πάγιες εντολές
- Ανανέωση χρόνου ομιλίας καρτοκινητής
- Τηλεειδοποιήσεις – Alert
- Αιτήσεις για Τραπεζικά προϊόντα και άλλες υπηρεσίες

Οι υπηρεσίες τις οποίες παρέχει το Phone Banking μπορούν να χωριστούν σε δύο κατηγορίες (Αγγέλης Β., 2005):

- Αυτές που διεκπεραιώνονται από πράκτορες (agents) τηλεφωνικού κέντρου (call center),
- Αυτές που διεκπεραιώνονται αυτόματα μέσω συστημάτων αναγνώρισης φωνής (IVRs).

Στην πρώτη περίπτωση απαιτείται η χρήση μιας απλής τηλεφωνικής συσκευής και ο πελάτης επικοινωνεί φωνητικά με τον πράκτορα της τράπεζας μεταβιβάζοντας του τα αιτήματά του. Οι πράκτορες οφείλουν να ταυτοποιήσουν τα στοιχεία του πελάτη προκειμένου να εξασφαλιστεί τόσο η ακεραιότητα όσο και η εμπιστευτικότητα των συναλλαγών και αιτημάτων του.

Στη δεύτερη περίπτωση η διαδικασία είναι αυτοματοποιημένη και δεν απαιτείται η ενδιάμεση παρεμβολή πράκτορα. Ο πελάτης απαντά στα φωνητικά μηνύματα που ακούει στο τηλέφωνό του ενώ παράλληλα ακολουθούνται διαδικασίες πιστοποίησης και ταυτοποίησης του έτσι ώστε να επιτυγχάνεται η ασφάλεια των συναλλαγών.

Η αμερικανική τράπεζα Citibank ήταν πρωτοπόρος στην εισαγωγή νέων τεχνολογιών υιοθετώντας πρώτη στις Η.Π.Α. το Phone Banking, καθώς και τα ATMs, πριν από περίπου 35 χρόνια. Από την πρώτη αυτή υιοθέτηση μέχρι και σήμερα έχουν πραγματοποιηθεί πολλές αλλαγές καθώς και συνεχείς βελτιώσεις.

2.6 Mobile Banking

Το Mobile Banking αποτελεί έναν εξελισσόμενο τομέα της ηλεκτρονικής τραπεζικής καθώς και έναν σύγχρονο και ευέλικτο τρόπο τραπεζικής εξυπηρέτησης. Ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιεί οικονομικές και πληροφοριακές συναλλαγές (όπως να παρακολουθεί το χαρτοφυλάκιο του και τα υπόλοιπα του, να μεταφέρει χρήματα, να πληρώνει λογαριασμούς και κάρτες, να αιτείται τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες), όπου και αν βρίσκεται με τη συσκευή του κινητού του τηλεφώνου ή μέσω tablet, είτε αποστέλλοντας γραπτά μηνύματα (sms) στο τηλεφωνικό κέντρο, είτε διαθέτοντας κινητό τηλέφωνο που υποστηρίζει την τεχνολογία του «Πρωτόκολλου Ασύρματων Εφαρμογών» (Wireless Application Protocol), γνωστού και ως WAP ή τα πιο σύγχρονα πρωτόκολλα 3G και 4G (third generation, fourth generation). Οποιαδήποτε δηλαδή ηλεκτρονική συσκευή υποστηρίζει τις προαναφερθείσες τεχνολογίες μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τους πελάτες προκειμένου να εξυπηρετηθούν μέσω Mobile Banking.

2.7 PC Banking

Το PC Banking ή αλλιώς Home Banking επιτρέπει την πραγματοποίηση τραπεζικών συναλλαγών μέσω του προσωπικού ηλεκτρονικού υπολογιστή του κάθε πελάτη. Το PC Banking προσφέρει ένα μεγάλο μέρος των τραπεζικών συναλλαγών που λαμβάνουν χώρα στο κατάστημα ενώ παράλληλα εμπλουτίζεται με νέες υπηρεσίες. Ο πελάτης έχει τη δυνατότητα ακόμα και αποθηκεύσει πληροφορίες στον προσωπικό του υπολογιστή ώστε να μην είναι συνεχώς συνδεδεμένος. Επίσης, πολλά τραπεζικά ιδρύματα παρέχουν λογισμικό στους πελάτες τους που συνδέεται με τη διαχείριση χρημάτων.

Μερικές από τις υπηρεσίες που παρέχει το PC Banking στον πελάτη είναι η μεταφορά χρημάτων μεταξύ δύο λογαριασμών, εξόφληση λογαριασμών κοινής ωφέλειας, πιστωτικών καρτών, ενημέρωση για λογαριασμούς καταθέσεων, πληροφόρηση για τις τιμές του συναλλάγματος και τιμές Χρηματιστηρίου, εκτύπωση συναλλαγών (Λυμπερόπουλος Κ., 1994). Ενώ σύμφωνα με το ενημερωτικό της τράπεζας Πειραιώς

μέσω του internet banking είναι δυνατή η έκδοση νέου βιβλιαρίου επιταγών, η ανάκληση επιταγών, η πληρωμή Φ.Π.Α και άλλων βεβαιωμένων οφειλών υπέρ του δημοσίου, η δημιουργία νέας πάγιας εντολής, τα εμβάσματα σε Ελλάδα και εξωτερικό (μέχρι 500 € το μήνα ανά άτομο, σύμφωνα με τα Capital Controls που έχουν επιβληθεί στην παρούσα φάση), οι αιτήσεις για τραπεζικά προϊόντα (προσωπικό, καταναλωτικό δάνειο, έκδοση πιστωτικής κάρτας, άνοιγμα καταθετικού λογαριασμού, μεταφορά υπολοίπου από άλλη πιστωτική κάρτα), χρηματιστηριακές συναλλαγές (εντολές αγοράς ή πώλησης, δημόσιες εγγραφές κ.α.), και ειδικά για τις εταιρίες προσφέρεται η δυνατότητα καθορισμού πολλαπλών χρηστών.

Τραπεζική Διαδικτύου (Internet Banking)

3.1 Ορισμός του Internet Banking

Είναι προφανές ότι το internet banking είναι βασική κατηγορία της ηλεκτρονικής τραπεζικής και προσφέρει στους καταναλωτές την δυνατότητα διεκπεραίωσης ηλεκτρονικών συναλλαγών γρήγορα, εύκολα, από την άνεση του σπιτιού τους ή του γραφείου τους. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι ο πελάτης να διαθέτει υπολογιστή ή κάποιο άλλο μέσο, με σύνδεση στο διαδίκτυο. Σε κάποιες περιπτώσεις οι τράπεζες παρέχουν επιπλέον συσκευές ασφαλείας, όπως είναι τα tokens (μηχανές αναπαραγωγής κωδικών ασφαλείας), ή έξυπνους αναγνώστες ή εγκατάσταση ειδικού λογισμικού όπως ψηφιακού πιστοποιητικού (κυρίως σε επιχειρήσεις, για την εκτέλεση των μισθοδοσιών των εργαζομένων τους).

Το internet banking διατίθεται μέσω web sites (διαδικτυακών τόπων) από τις τράπεζες, τα οποία διακρίνονται στις εξής κατηγορίες (Καρεκλής π., 2003):

- (web sites) Ιστοσελίδες κυρίως πληροφοριακού περιεχομένου, όπου παρουσιάζονται απλές πληροφορίες, τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες στην διάθεση του πελάτη και στο ευρύτερο κοινό, χωρίς να απαιτείται η επαλήθευση της ταυτότητας του χρήστη.

- Ιστοσελίδες απλών συναλλαγών, όπως αποστολή αιτημάτων των πελατών, ερωτήσεις των πελατών σχετικά με τους τραπεζικούς λογαριασμούς, αλλά χωρίς την δυνατότητα εκτέλεσης κάποιας χρηματικής συναλλαγής.
- Ιστοσελίδες σύνθετων συναλλαγών, ουσιαστικά παρέχουν την δυνατότητα στον πελάτη να εκτελέσει οποιαδήποτε συναλλαγή επιθυμεί on line, ή τουλάχιστον την πλειοψηφία των συναλλαγών που θα μπορούσε να εκτελέσει αν βρισκόταν σε κάποιο κατάστημα της τράπεζας.

Στις μέρες οι ελληνικές τράπεζες έχουν μεταβεί στην τελευταία κατηγορία, παρέχοντας στο καταναλωτικό κοινό μία ευρεία επιλογή από τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες.

3.2 Ιστορική Αναδρομή

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 υπερυπολιστές ήταν συνδεδεμένοι στο δίκτυο.

Το 1990 εμφανίστηκε η πρώτη online τραπεζική υπηρεσία από την Wells Fargo Bank που είχε την έδρα της στην Καλιφόρνια των Η.Π.Α.. Το 1993 η Stanford Federal Credit Union εισήγαγε νέα ηλεκτρονική υπηρεσία στην αγορά, η οποία περιείχε αυτών της Wells Fargo Bank και της Bank of America και προσέφερε και εγχρήματες συναλλαγές. Το internet banking της Stanford Federal Credit Union ονομαζόταν CUOnline και τον πρώτο μήνα διάθεσης του πραγματοποιήθηκαν συνολικά 4 συναλλαγές (πληροφοριακές και εγχρήματες). Το σύστημα αυτό ήταν βασισμένο στο telnet. Η διαδικτυακή του μορφή εισήχθη το 1994. Ωστόσο η πρώτη τράπεζα στον κόσμο που παρείχε υπηρεσίες μέσω internet, είναι και πάλι η Wells Fargo Bank (Μάιος 1994) . Το πρώτο σύστημα internet Banking , παρείχε στους χρήστες την δυνατότητα μόνο να βλέπουν τους λογαριασμούς τους. Σήμερα η Wells Fargo Bank θεωρείται από τους ηγέτες στην παγκόσμια αγορά του e-banking.

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. Την τάση αυτή συνέχισαν η Alpha Bank, η Eurobank το 2000, ενώ η Τράπεζα Πειραιώς ανέπτυξε την πρώτη ολοκληρωμένη πλατφόρμα ηλεκτρονικών υπηρεσιών στην ελληνική τραπεζική αγορά, την WINBANK. Έκτοτε η πλειοψηφία των ελληνικών τραπεζών εισήγαγαν πλατφόρμες internet banking με σκοπό την εξυπηρέτηση του συνεχώς αυξανόμενου πελατειακού κοινού τους.

3.3 Υπηρεσίες Internet Banking

Οι υπηρεσίες που προσφέρει το Internet Banking χωρίζονται σε τέσσερις μεγάλες διακριτές κατηγορίες: Οικονομικές συναλλαγές, Πληροφοριακές συναλλαγές, Αιτήσεις και άλλες υπηρεσίες.

3.3.1 Οικονομικές συναλλαγές

Οι οικονομικές συναλλαγές καλύπτουν όλη τη γκάμα των συναλλαγών που μπορεί να κάνει ο συναλλασσόμενος με το ταμείο της τράπεζας. Οι συναλλαγές αυτές αφορούν ενδοτραπεζικές συναλλαγές (μεταφορά κεφαλαίων, εμβάσματα στο εσωτερικό και στο εξωτερικό, πληρωμή πιστωτικών καρτών και δανείων) καθώς και συναλλαγές που πραγματοποιούνται ύστερα από διμερείς συμβάσεις και συμφωνίες της τράπεζας με τρίτο Οργανισμό (πληρωμές λογαριασμών ΟΤΕ, ΔΕΗ κινητής τηλεφωνίας κλπ.) ή και με το Δημόσιο (βεβαιωμένες οφειλές υπέρ της εφορίας, ασφαλιστικές εισφορές, τέλη κυκλοφορίας κ.α.). Επίσης πολύ συχνά αρκετές ασφαλιστικές εταιρίες συνάπτουν συμφωνίες με τράπεζες, δίνοντας την δυνατότητα εξόφλησης των ασφαλιστρων στους πελάτες τους μέσω των τραπεζικών ιδρυμάτων. Τελευταία, αλλά πολύ σημαντική είναι η δυνατότητα εκτέλεσης μισθοδοσιών στις επιχειρήσεις, καθώς και άλλων μαζικών εντολών.

3.3.2 Πληροφοριακές συναλλαγές

Οι πληροφοριακές συναλλαγές που μπορεί να πάρει ο χρήστης μέσω του internet banking για τα προϊόντα της τράπεζας κρίνονται πολύ σημαντικές. Συνοπτικά διακρίνονται σε τέσσερις μεγάλες κατηγορίες (Αγγέλης Β., 2005):

- Πληροφορίες λογαριασμών

- Πιστωτικών καρτών
- Πληροφορίες επιταγών
- Πληροφορίες δανείων

3.3.3 Αιτήσεις

Οι τράπεζες προκειμένου να διευκολύνουν τους πελάτες τους ενσωμάτωσαν στο internet Banking ηλεκτρονικές αιτήσεις για τα περισσότερα προϊόντα τους. (Αίτηση ανοίγματος λογαριασμού, αίτηση δανείου, παραγγελίας μπλοκ επιταγών, κλπ.) Όπου στις περισσότερες των περιπτώσεων η τιμολόγηση είναι ευνοϊκότερη για τους πελάτες.

3.3.4 Άλλες υπηρεσίες

Άλλες υπηρεσίες που συμπληρώνουν το internet Banking είναι χρηματιστηριακές συναλλαγές, συναλλαγές αμοιβαίων κεφαλαίων και λογαριασμών. Παρακάτω παρουσιάζουμε τις συναλλαγές που εκτελούνται με την μεγαλύτερη συχνότητα χρήσης από τους πελάτες των τραπεζών και γίνεται σύντομη περιγραφή των χαρακτηριστικών της κάθε μίας:

- Παρακολούθηση επιταγών , οι οποίες βρίσκονται σε κυκλοφορία και δυνατότητα ελέγχου του status κάθε επιταγής. Ο χρήστης e-Banking μπορεί να παρακολουθεί μέσω internet τις επιταγές που έχει έκδοση και βρίσκονται σε κυκλοφορία, ποιες από αυτές έχουν πληρωθεί, ποιες παραμένουν ανεξόφλητες, ποιες έχουν ακυρωθεί, ή αν κάποιες έχουν ανακληθεί. Παρέχεται επίσης η δυνατότητα on line αίτησης προς την τράπεζα για ανάκληση επιταγής.

- Μεταφορές κεφαλαίων, σε λογαριασμούς που τηρούνται στην ίδια τράπεζα ή και σε λογαριασμούς που τηρούνται σε άλλες τράπεζες. Ελεύθεροι επαγγελματίες, επιχειρήσεις και ιδιώτες έχουν την δυνατότητα να αποστείλουν για όλες τις τακτικές πληρωμές. Αλλά και τις έκτακτες υποχρεώσεις τους, εντολές μεταφοράς κεφαλαίων σε πίστωση λογαριασμών που τηρούνται είτε στην ίδια τράπεζα με την τράπεζα που τηρεί το λογαριασμό του εντολέα είτε σε άλλες τράπεζες στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Οι τακτικές και περιοδικές πληρωμές προς τρίτους μπορούν να ομαδοποιηθούν σε ένα αρχείο πληρωμών το οποίο διαβιβάζεται μέσω internet με μία μόνο κίνηση προς την τράπεζα εντολέα. Η τράπεζα αναλαμβάνει στη συνέχεια να πραγματοποιήσει με

αυτοματοποιημένες διαδικασίες την προώθηση των εντολών μεταφοράς κεφαλαίων προς τις τράπεζες που τηρούν τους λογαριασμούς των τελικών δικαιούχων.

- Πληρωμές πιστωτικών καρτών, είτε εταιρικών οι οποίες διατίθενται σε επιλεγμένο προσωπικό των επιχειρήσεων είτε προσωπικών και παρακολούθηση της κίνησης (statement) των καρτών αυτών.

- Πληρωμές Δανείων

- Πληρωμές επιχειρήσεων, κοινής ωφέλειας(ΟΤΕ, ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ), κινητής τηλεφωνίας, οποιοδήποτε πάροχο με σταθερή σχέση, ασφαλιστηρίων συμβολαίων

- Πληρωμές υποχρεώσεων προς το Δημόσιο, και ειδικότερα πληρωμές ΦΠΑ, ασφαλιστικών εισφορών ΙΚΑ και ΤΕΒΕ

- Προγραμματισμός πληρωμών για εκτέλεση σε μελλοντική ημερομηνία ή σε προεπιλεγμένες ημερομηνίες κάθε μήνα, εφόσον πρόκειται για επαναλαμβανόμενες περιοδικές υποχρεώσεις προς τρίτους.

- Διαχείριση διαθεσίμων, και on-line αγοροπωλησία μετοχών, αμοιβαίων κεφαλαίων, παράγωγων προϊόντων με αυτόματη χρεοπίστωση του τραπεζικού λογαριασμού του εντολέα που τηρείται στην τράπεζα.

- Πληροφοριακά στοιχεία για υπόλοιπα λογαριασμών, ιστορικές κινήσεις, συνολική εικόνα της συναλλακτικής σχέσης με την τράπεζα.

- Πληροφοριακά στοιχεία, που αφορούν επιτόκια, τιμές ξένων νομισμάτων, δελτία τιμών συναλλάγματος, οικονομικές αναλύσεις αγορών και οικονομικές ειδήσεις.

- Αυτόματη πληρωμή μισθοδοσίας προσωπικού, της επιχείρησης με αποστολή αρχείου μέσω internet και με δυνατότητα διόρθωσης on-line λανθασμένων εγγραφών ή τροποποίησης της εντολής μισθοδοσίας.

- Επιλογές ασφαλιστικών πακέτων

- Λήψη ενημέρωσης, για συναλλαγές ακόμα και με sms ή e-mail.

- Δυνατότητα προσαρμογής, e-Banking, στις ανάγκες του κάθε χρήστη ορίζοντας διαφορετικά επίπεδα πρόσβασης και εκτέλεσης συναλλαγών για κάθε χρήστη.

- Χρηματιστηριακές συναλλαγές – επενδυτικές υπηρεσίες.

3.4 Πλεονεκτήματα – μειονεκτήματα του Internet Banking

Όπως και σε κάθε περίπτωση, έτσι και στο e-banking, υπάρχουν δύο μοναδικοί συμμετέχοντες. Από την μία πλευρά υπάρχει το χρηματοπιστωτικό ίδρυμα (Τράπεζα), και από την άλλη πλευρά υπάρχει ο πελάτης. Ανάμεσα σε αυτές τις δύο οντότητες δημιουργούνται, τόσο αμφίδρομες όσο και μονόδρομες, σχέσεις χρησιμοποιώντας το e banking ως μέσο για την διεκπεραίωση κάθε εντολής. Τα πλεονεκτήματα όσο και τα μειονεκτήματα που συνεπάγεται η νέα αυτή κατάσταση αγγίζουν τόσο τις τράπεζες όσο και τους πελάτες αυτών και αναλύονται διεξοδικά στα υποκεφάλαια που ακολουθούν παρακάτω.

3.4.1 Πλεονεκτήματα για τους πελάτες (άτομα και επιχειρήσεις)

Δυνατότητα πρόσβασης στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες της τράπεζα ανεξάρτητα από την τοποθεσία στην οποία βρίσκεται ο χρήστης(γραφείο, σπίτι, ταξίδι στο εξωτερικό κλπ.) Ο χρήστης δεν είναι υποχρεωμένος να μεταβεί στην τράπεζα για να εκτέλεση κάποια συναλλαγή. Είναι ένα χαρακτηριστικό που αποσυνδέει την τραπεζική συναλλαγή από τη φυσική παρουσία της τράπεζας. Η μόνη προϋπόθεση για τον πελάτη είναι η δυνατότητα πρόσβασης στο internet .

3.4.2 Πλεονεκτήματα για τις τράπεζες

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

Πρόσβαση στο κοινό μιας ευρύτερης γεωγραφικά περιοχής εκτός των στενών εθνικών συνόρων. Η δυνατότητα πρόσβασης στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες ανεξάρτητα από την τοποθεσία που βρίσκεται ο χρήστης , ευνοεί τις τράπεζες (ειδικότερα τις μικρές) που δεν διαθέτουν ευρύ δίκτυο καταστημάτων, αφού αποκτούν την ευχέρεια να επεκτείνουν τις δραστηριότητες τους, γεωγραφικά χωρίς να αναλάβουν το υψηλό κόστος ίδρυσης υποκαταστήματος. Επί πλέον ανοίγεται σημαντική προοπτική για πελάτες εκτός συνόρων και ειδικότερα τους πελάτες του απόδημου ελληνισμού. Αν αναλογιστούμε το μέγεθος του απόδημου ελληνισμού και το οικονομικό δυναμικό του, γίνεται φανερή η δυναμική αυτής της προοπτικής για τις ελληνικές τράπεζες.

Αποσυμφόρηση των τραπεζικών καταστημάτων Η αποσυμφόρηση των καταστημάτων από συναλλαγές «ρουτίνας» και στροφή ενός μέρους από το ανθρώπινο δυναμικό σε εργασίες όπου η «προσωπική επαφή» είναι απαραίτητη πχ. σε συμβουλευτικές υπηρεσίες και πωλήσεις προς τους πελάτες.

Μείωση του κόστους των συναλλαγών Είναι ένας από τους σημαντικότερους λόγους αναζήτησης από τις τράπεζες εναλλακτικών καναλιών διανομής τραπεζικών προϊόντων. Οι συναλλαγές μέσω internet έχουν πολύ χαμηλότερο κόστος και από τις συναλλαγές στο κατάστημα αλλά και από τις συναλλαγές στο ATM ή στο τηλέφωνο μέσω phone Banking. Λόγου του μικρότερου κόστους, η τράπεζα έχει τη δυνατότητα να προσφέρει στους πελάτες της προϊόντα και υπηρεσίες με χαμηλότερα επιτόκια κλπ. Σύμφωνα με μελέτη της εταιρείας Booz Allen & Hamilton (πηγή περιοδικό Ram, τεύχος 208, Δεκ. 2006), μια τυπική τραπεζική συναλλαγή, όπως είναι η κατάθεση, ή ανάληψη, ή ερώτηση υπολοίπου και η μεταφορά ποσού σε άλλο λογαριασμό όταν πραγματοποιείτε στη θυρίδα συναλλαγής τράπεζας και απασχολεί ανθρώπινο δυναμικό κοστίζει 1,01€. Η ίδια συναλλαγή όταν πραγματοποιείτε σε μηχάνημα ATM , κοστίζει 0,24€, ενώ μέσω του internet το κόστος της είναι ελάχιστο 0,01€. Κόστος συναλλαγών τυπικής τραπεζικής συναλλαγής Κατάστημα 1,01 € ATM 0,24 € Internet 0,01 € Πηγή: Περιοδικό RAM, τεύχος 208, Αθήνα, 2006

Υψηλό επίπεδο ασφαλείας, και σίγουρα υψηλότερο από τα επίπεδα ασφαλείας των υπολοίπων εναλλακτικών τρόπων διενέργειας τραπεζικών συναλλαγών (phone Banking, ATM κλπ.)

Ποιότητα και αξιοπιστία στις συναλλαγές. Μέσω του e-Banking οι τράπεζες προσφέρουν υπηρεσίες που αυξάνουν την ποιότητα εξυπηρέτησης των πελατών τους. Εφόσον οι τράπεζες το εκμεταλλευτούν σωστά το όφελος αυτό είναι πολύ σημαντικό. Η ποιότητα της εξυπηρέτησης μπορεί όχι μόνο να αυξηθεί, αλλά επί πλέον να πιστοποιείται από εξουσιοδοτημένους φορείς, προσφέροντας έτσι κύρος στις μονάδες ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Καινοτομικές υπηρεσίες. Το Internet Banking δίνει το πλεονέκτημα στις τράπεζες να εκμεταλλευτούν τα προνόμια που προσφέρει η τεχνολογία και να δημιουργήσουν καινοτομικές και πρωτοποριακές υπηρεσίες, οι οποίες σε διαφορετική περίπτωση δεν θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν.

Καλή φήμη. Το Internet Banking αποτέλεσε και αποτελεί ένα είδος βιτρίνας για τους τραπεζικούς οργανισμούς. Τράπεζες με αξιόπιστες και αξιόλογες ηλεκτρονικές υπηρεσίες ενισχύουν την καλή τους φήμη. Υπάρχουν παραδείγματα μικρών τραπεζών, που στηρίζουν μέρος της καλής τους εικόνας στο internet banking .

Ευκολία χρήσης και διαθεσιμότητα των υπηρεσιών σε 24ωρη βάση, 365 ημέρες το χρόνο. Σημαντικό κίνητρο για τους πελάτες των τραπεζών οι οποίοι είναι ήδη εξοικειωμένοι με την αντίστοιχη δυνατότητα χρήση ATMs. Η συναλλαγή με την τράπεζα αποσυνδέεται από το ωράριο λειτουργίας των καταστημάτων.

Ταχύτητα στη διενέργεια και ολοκλήρωση των συναλλαγών σε σχέση με τους παραδοσιακούς τρόπους(συναλλαγές μέσω δικτύου καταστημάτων), αλλά και σε σχέση με τα υπόλοιπα εναλλακτικά κανάλια τραπεζικών συναλλαγών (ATM, phone Banking, κλπ.)

Αποδοτικότερη διαχείριση των κάθε είδους συναλλαγών του χρήστη (επενδυτικών, δανειακών , πληρωμών κλπ.) Οι πελάτες των τραπεζών έχουν συνολική εικόνα των λογαριασμών και των συναλλαγών τους μέσω του υπολογιστή τους, καθώς επίσης και σε πληροφοριακά στοιχεία που αφορούν προηγούμενες κινήσεις και συναλλαγές.

Πρόσβαση σε ένα ευρύ φάσμα πληροφοριών , το οποίο καλύπτει τις διάφορες ανάγκες των τραπεζικών πελατών, ιδιωτών και επιχειρήσεων ανεξαρτήτως μεγέθους και κλάδου οικονομίας στον οποίο δραστηριοποιούνται.

Ο χρήστης Internet Banking επωφελείται από τα χαμηλότερα έως και μηδενικά έξοδα των συναλλαγών. Δεν πρέπει να ξεχνάμε πως ακόμα και η προμήθεια ενός statement λογαριασμού χρεώνεται πλέον από τα καταστήματα των τραπεζών, όπως η μεταφορά εντός της τράπεζας. Παρόμοιες συναλλαγές παρέχονται δωρεάν μέσω internet banking.

Ο χρήστης μπορεί να «αυτοματοποιήσει» μια σειρά από διαδικασίες για την εκτέλεση των τραπεζικών του συναλλαγών

Ο χρήστης μπορεί να βελτιστοποιήσει, τις διαδικασίες ελέγχου και λειτουργίας του λογιστηρίου του.

Ποιότητα και αξιοπιστία στις συναλλαγές.

Εύκολες συναλλαγές για άτομα με ειδικές ανάγκες. Αρκετοί συνάνθρωποι μας, με κινητικά κυρίως προβλήματα, μπορούν αν συναλλάσσονται εύκολα και γρήγορα με την τράπεζα τους χωρίς να χρειάζεται για αυτούς μετακίνηση στο κατάστημα της τράπεζας.

Μείωση χρήσης χαρτιού. Δεν είναι απαραίτητη πλέον η χρήση μεγάλου όγκου χαρτιού εκ μέρους του πελάτη. Τα statement των λογαριασμών, οι κινήσεις τους, οι κινήσεις των καρτών, οι δόσεις των δανείων, η κατάσταση των επιταγών είναι διαθέσιμα μέσω internet banking. Όταν επιθυμεί ο χρήστης μπορεί να εκτυπώσει μόνο την πληροφορία που επιθυμεί.

3.4.3 Μειονεκτήματα για τους πελάτες (άτομα και επιχειρήσεις)

Για τους πελάτες το βασικό μειονέκτημα του internet banking , είναι η ασφάλεια των συναλλαγών. Οι συναλλασσόμενοι με τις τράπεζες ανησυχούν για την ασφάλεια των συναλλαγών τους μέσω των ηλεκτρονικών δικτύων. Η αντίληψη και η κατανόηση για τα θέματα της ασφαλείας των συναλλαγών αποθαρρύνει το κοινό για την χρήση του internet banking. Σημαντικό ρόλο στη τεκμηρίωση αυτής της αντίληψης είναι ότι καθώς περνάει ο καιρός υπάρχουν κρούσματα στην ασφάλεια τα οποία συχνά παρουσιάζονται μέσω MME.

3.4.4 Μειονεκτήματα για τις τράπεζες

Οι τράπεζες από την άλλη πλευρά έρχονται αντιμέτωπες με μια σειρά στρατηγικών προκλήσεων και στοιχημάτων, τα οποία θα πρέπει να κερδίσουν με την χρήση των νέων τεχνολογιών:

- Κάθε τραπεζικός οργανισμός είτε δραστηριοποιείται ηλεκτρονικά εδώ και κάποια χρόνια είτε τώρα διαμορφώνει τη στρατηγική του στο e- επιχειρείν, θα πρέπει να έχει υπόψη του ότι κάθε επιχείρηση οφείλει να είναι εξοικειωμένη με τη Διαχείριση Κρίσεων και Επιχειρηματικού κινδύνου . Πρόκειται για μια διαδικασία που έχει εφαρμογή στη διασύνδεση των διαφόρων λειτουργιών εντός της επιχείρησης (Δ/νση Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, Δ/νση Πληροφορικής Δ/νση Οικονομικών Υπηρεσιών. Δ/νση Πωλήσεων Δ/νση Μάρκετινγκ κλπ.) αλλά και στις σχέσεις της με τους πελάτες και τους εξωτερικούς συνεργάτες. Οι τράπεζες που πιστεύουν ότι μπορούν να προστατευθούν, εγκαθιστώντας κάποιο λογισμικό (anti-varius), ένα firewall και κάποια εφαρμογή κρυπτογράφησης δυστυχώς κάνουν λάθος. Η ασφάλεια των υπολογιστών αποτελεί μικρό μόνο μέρος μιας ολοκληρωμένης λύσης διαχείρισης κινδύνων ηλεκτρονικής

τραπεζικής. Ένα αποτελεσματικό πρόγραμμα διαχείρισης κινδύνων και κρίσεων ηλεκτρονικής τραπεζικής ενσωματώνει ασφαλιστικά προϊόντα μετριασμού του επιχειρηματικού κινδύνου και κόστους που προκύπτει έπειτα από μία «ηλεκτρονική καταστροφή». Λίγες μόνον τράπεζες έχουν εφαρμόσει λεπτομερή προγράμματα ασφάλισης ως μέρος των προσπαθειών τους για την πρόληψη κρίσεων και την αποτροπή του ηλεκτρονικού εγκλήματος.

- Σε μεσοπρόθεσμο διάστημα η ηλεκτρονική τραπεζική αναμένεται να μετατραπεί από δευτερεύουσα ασχολία σε κύρια. Συνεπώς η αποτυχία έγκαιρης εισόδου μιας τράπεζας στον ψηφιακό κόσμο μπορεί να έχει επιπτώσεις στη μελλοντική της θέση στην αγορά.

- Η πίστη και η αφοσίωση των πελατών μιας τράπεζας ίσως μειωθεί λόγω της δυνατότητας πρόσβασης σε ανταγωνιστικές, χρηματοοικονομικές υπηρεσίες. Επίσης ο πελάτης έχει την δυνατότητα να συγκρίνει τις τιμές των τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρουν οι διάφοροι χρηματοπιστωτικοί και μη οργανισμοί, και αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα την κινητικότητα πελατών των τραπεζών.

- Με την επέκταση του internet banking αναμένεται να αυξηθεί ο ανταγωνισμός εντός του τραπεζικού τομέα. Τα εμπόδια και οι φραγμοί που αντιμετώπιζαν όσοι επιθυμούσαν να παράσχουν τραπεζικές υπηρεσίες έχουν ξεπεραστεί. Δεν είναι απαραίτητο να υπάρχει εκτεταμένο δίκτυο καταστημάτων για να εξασφαλιστεί η απαραίτητη μάζα πελατών, ούτε απαιτούνται υπέρογκες επενδύσεις. Ένα εκτεταμένο δίκτυο τραπεζικών καταστημάτων δεν αποτελεί πλέον ικανή και αναγκαία συνθήκη για μια τράπεζα για να διατηρήσει τη θέση της στην αγορά, με άμεση συνέπεια να δημιουργούνται προϋποθέσεις για τις μικρές μέχρι πρότινος τράπεζες να ανταγωνιστούν, τις μεγαλύτερες τράπεζες, με καλύτερους όρους.

3.5 Καταγραφή και παρουσίαση των εναλλακτικών δικτύων της Τράπεζας Πειραιώς

Όπως αναφέραμε και νωρίτερα, η Τράπεζα Πειραιώς ήταν η πρώτη ελληνική τράπεζα που εισήγαγε την πρώτη πλήρη πλατφόρμα ηλεκτρονικών υπηρεσιών στην ελληνική τραπεζική αγορά, με δικό της brand name, το Winbank. Στη συνέχεια της παραγράφου θα παρουσιαστούν αναλυτικά οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω της Winbank. Αναλυτικά (Τράπεζα Πειραιώς, official site 2015-16):

- Winbank alerts : Πρόκειται για ειδοποιήσεις μέσω sms ή e-mail, προσφέροντας άμεση ενημέρωση για συναλλαγές λογαριασμών, καρτών (πιστωτικών / χρεωστικών / προπληρωμένων), εντολών πληρωμής & χρηματιστηρίου.
- Winbank Apps: Είναι μία εφαρμογή μέσω της οποίας οι πελάτες της τράπεζας έχουν την δυνατότητα να διεκπεραιώσουν της τραπεζικές και χρηματιστηριακές συναλλαγές τους από το Smartphone κινητό τους. Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη για Android και για iPhone κινητά και είναι δωρεάν. Περιλαμβάνει τις εξής εφαρμογές : Winbank easypay App, Winbank Λεφτά στο Λεπτό App και Winbank mobile App. Ενώ, οι κατηγορίες των συναλλαγών που εξυπηρετεί είναι :
 - Υπόλοιπα και κινήσεις λογαριασμών, καρτών και δανείων
 - Διαχείριση προπληρωμένης κάρτας winbank WEBUY
 - Φόρτιση προπληρωμένων καρτών
 - Μεταφορές
 - Πληρωμές
 - Έκδοση & πληρωμή e-Παραβόλου
 - Εμβάσματα
 - Χρηματιστηριακές συναλλαγές
 - Ανανέωση Χρόνου Ομιλίας
 - Νέο βιβλιάριο επιταγών & Ανάκληση επιταγής
- Winbak atm: Όπως έχουμε ήδη είναι αναφέρει στο κεφάλαιο 2, παράγραφο 2, της παρούσας εργασίας, πολύ σημαντική υπηρεσία – μηχανήμα της τράπεζας.
- Winbank internet: Είναι η υπηρεσία της winbank που επιτρέπει στους πελάτες της Τράπεζας, να πραγματοποιούν τραπεζικές και χρηματιστηριακές συναλλαγές από το Διαδίκτυο. Είναι διαθέσιμη 24 ώρες το 24ωρο, και για την χρήση απαιτείται η έκδοση κωδικών και η πρόσβαση του πελάτη σε ηλεκτρονικό υπολογιστή και σύνδεση στο internet. Οι συναλλαγές μέσω winbank web banking έχουν χαμηλότερα ή μηδενικά έξοδα, ενώ είναι ο πιο οικολογικός τρόπος συναλλαγής. Η υπηρεσία winbank web banking καλύπτει όλο το εύρος συναλλαγών που μπορείτε να κάνετε και σε κάποιο τραπεζικό κατάστημα:
 - ❖ Διαχείριση τραπεζικών προϊόντων (αλλαγή ορίων, τροποποίηση χαρακτηριστικών κ.λπ.)
 - ❖ Μεταφορές
 - ❖ Πληρωμές
 - ❖ Εμβάσματα

- ❖ Χρηματιστηριακές συναλλαγές
- ❖ winbank alerts!
- ❖ Αιτήσεις για νέα προϊόντα

Επιπλέον, καλύπτει και μια σειρά από πρόσθετες υπηρεσίες που προσφέρονται αποκλειστικά από τα ηλεκτρονικά κανάλια της Τράπεζας Πειραιώς:

- ❖ Έκδοση & πληρωμή e-Παραβόλου
 - ❖ Λεφτά στο Λεπτό*
 - ❖ Διαχείριση Προπληρωμένης Κάρτας WEBUY
 - ❖ Πολύ μεγαλύτερο εύρος συναλλαγών εξόφλησης λογαριασμών
 - ❖ Συναλλαγές σε Διεθνή Χρηματιστήρια**
 - ❖ Ανανέωση χρόνου ομιλίας καρτοκινητού
 - ❖ e-statements
 - ❖ winbank for cards
- Winbank mobile banking: Για τραπεζικές και χρηματιστηριακές συναλλαγές ηλεκτρονικά οποιαδήποτε στιγμή από το κινητό ή το tablet .Η σύνδεση στο winbank mobile banking App μπορεί να γίνει με τους κωδικούς winbank (Username & Password) ή με το quick login - PIN 4ψηφίων - για εύκολη και γρήγορη πρόσβαση.
 - Winbank mycard: Με την εφαρμογή αυτή οι χρήστες μπορούν να ενημερώνονται σε πραγματικό χρόνο για όλες τις προσφορές των καρτών της Τράπεζας Πειραιώς. Από την εφαρμογή παρέχονται πληροφορίες για εκπτώσεις, προγράμματα επιβράβευσης, διαγωνισμούς και ειδικές προσφορές με τη χρήση των πιστωτικών, χρεωστικών και προπληρωμένων καρτών ώστε οι χρήστες να επωφελούνται άμεσα από τις προνομιακές προσφορές. Η εφαρμογή δεν απαιτεί login οπότε μπορεί να την κατεβάσει και να την χρησιμοποιήσει ο οποιοσδήποτε (πελάτης της Τράπεζας ή μη).
 - Winbank phone: Με την υπηρεσία winbank phone banking της Τράπεζας Πειραιώς μπορείτε να πραγματοποιείτε τις τραπεζικές και χρηματιστηριακές συναλλαγές σας με ασφάλεια μέσω τηλεφώνου, σταθερού ή κινητού. Οι συναλλαγές σας διεκπεραιώνονται όλο το 24ωρο μέσω του αντιπροσώπου εξυπηρέτησης στο τηλεφωνικό κέντρο της υπηρεσίας ή μέσω προηγμένου συστήματος διαδραστικής φωνητικής απόκρισης (IVR). Για τη χρήση της

υπηρεσίας winbank phone banking, αρκεί να είστε πελάτης της Τράπεζας Πειραιώς με χρεωστική κάρτα και τηλέφωνο.

- Winbank sms: Η υπηρεσία winbank sms banking της Τράπεζας Πειραιώς διευκολύνει τους πελάτες να εκτελούν ορισμένες βασικές συναλλαγές τους γρήγορα, στέλνοντας ένα απλό SMS από το κινητό τους. Διατίθεται σε φυσικά πρόσωπα, πελάτες της Τράπεζας Πειραιώς.
- E-statements: Με την υπηρεσία e-statement της winbank οι πελάτες έχουν πρόσβαση στο λογαριασμό της πιστωτικής τους κάρτας σε ηλεκτρονική μορφή. Μπορούν να τον δουν μέσω winbank web banking όπου κι αν βρίσκονται, να τον αποθηκεύσουν με ασφάλεια ή να τον εκτυπώσουν.
- extraPIN: Είναι ένας 8ψήφιος κωδικός μίας χρήσης, που ενισχύει την ασφάλεια των συναλλαγών των πελατών σε όλες τις υπηρεσίες winbank. Η εισαγωγή extraPIN είναι υποχρεωτική για την επαλήθευση της ταυτότητάς του πελάτη, όταν επιθυμεί να εκτελέσει συγκεκριμένες ηλεκτρονικές συναλλαγές ή κινήσεις. Μπορεί όμως να επιλέξει η εισαγωγή extraPIN να είναι υποχρεωτική και για την ίδια τη σύνδεσή του στην winbank, μαζί με τους προσωπικούς κωδικούς του (Username και Password).
- extraPIN generator: Είναι συσκευή παραγωγής τυχαίων 8ψήφιων κωδικών extraPIN μίας χρήσης. Ο κωδικός extraPIN εμφανίζεται στην LCD οθόνη της συσκευής και ισχύει για 1 λεπτό. Η συσκευή λειτουργεί με μπαταρία μίας χρήσης που διαρκεί περίπου 5 έτη. Η ημερομηνία λήξης της αναγράφεται στην πίσω πλευρά της συσκευής με τη μορφή μμ/ηη/εε (mm/dd/yy).
- Ανανέωση Χρόνου Ομιλίας Καρτοκινητής: Η Τράπεζα Πειραιώς προφέρει σε όλους τους πελάτες της και μη, τη δυνατότητα ανανέωσης χρόνου ομιλίας όλων των εταιρειών καρτοκινητής της τηλεφωνίας. Με μετρητά, με χρέωση τραπεζικού λογαριασμού ή χρέωση πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας της τράπεζας 27 ώρες το 24ωρο, 7 ημέρες την εβδομάδα.
- Μηχάνημα easypay: Στο κεφάλαιο 2, παράγραφο 3 περιγράφεται αναλυτικά το συγκεκριμένο μηχάνημα.
- Λεφτά στο Λεπτό: Είναι η πρωτοποριακή, δωρεάν υπηρεσία της Τράπεζας Πειραιώς για άμεση αποστολή και άμεση παραλαβή μετρητών από ATM της Τράπεζας Πειραιώς χωρίς τη χρήση κάρτας. Η υπηρεσία λειτουργεί σε 2 στάδια:
 - ❖ Αποστολή των χρημάτων
 - ❖ Ανάληψη των μετρητών από ATM

Μερικές χρήσιμες πληροφορίες για την υπηρεσία:

- Η αποστολή χρημάτων γίνεται χωρίς χρέωση.
 - Η διαδικασία της αποστολής είναι γρήγορη και ασφαλής.
 - Τα χρήματα είναι διαθέσιμα αμέσως μετά την καταχώρηση της εντολής σας.
 - Μόνο εσείς γνωρίζετε τον Κωδικό Ανάληψης Μετρητών μίας χρήσης, άρα μόνο εσείς μπορείτε να τον γνωστοποιήσετε στον παραλήπτη που θέλετε.
 - Ο παραλήπτης δεν χρειάζεται να είναι πελάτης της Τράπεζας Πειραιώς ή άλλης τράπεζας.
 - Η ανάληψη μετρητών γίνεται από ΑΤΜ της Τράπεζας Πειραιώς χωρίς κάρτα ανάληψης.
 - Ο λογαριασμός σας χρεώνεται μόνο εφόσον γίνει η ανάληψη μετρητών μέσα στην προθεσμία ισχύος του Κωδικού Παραλαβής Μετρητών.
 - Ο λογαριασμός χρέωσης δεν χρειάζεται να είναι συνδεδεμένος με την κάρτα σας.
- eBusiness: Η υπηρεσία αυτή αφορά επιχειρήσεις, προσφέρεται μέσω τεσσάρων εφαρμογών:
- ❖ winbank paycenter: Μέσω αυτής της εφαρμογής η τράπεζα προσφέρει τη δυνατότητα όλες οι επιχειρήσεις να παρέχουν υπηρεσίες ηλεκτρονικών πληρωμών στο δικτυακό τόπο τους, εξυπηρετώντας τους πελάτες τους ανά πάσα στιγμή.
 - ❖ winbank easypay: Οι υπηρεσίες easypay προσφέρουν σε όλους τους καταναλωτές την δυνατότητα για εύκολες πληρωμές & εξόφληση λογαριασμών εξ' αποστάσεως, οποιαδήποτε ημέρα και ώρα. Η χρήση των υπηρεσιών είναι διαθέσιμη σε όλους, χωρίς να απαιτείται οποιαδήποτε τραπεζική σχέση με την Τράπεζα Πειραιώς
 - ❖ Winbank easypay App: Προκειμένου να καλυφθούν οι ανάγκες των σύγχρονων επιχειρήσεων και οι απαιτήσεις των καταναλωτών για εφαρμογές διαθέσιμες παντού και πάντα, δημιουργήθηκε η συγκεκριμένη εφαρμογή για smartphones. Σήμερα η εφαρμογή είναι διαθέσιμη για κινητά Android και iPhone εξυπηρετώντας πελάτες όλων των τραπεζών.
 - ❖ Diasdebit: Με τις υπηρεσίες διατραπεζικής είσπραξης οφειλών DIASDEBIT οι πληρωτές των επιχειρήσεων, μπορούν να εξυπηρετούνται από όλες τις ελληνικές τράπεζες, μέσα από ηλεκτρονικά και φυσικά κανάλια. Συγκεντρώνοντας όλες τις εισπράξεις σε έναν τραπεζικό λογαριασμό της

Τράπεζας Πειραιώς, η επιχείρηση μπορεί να διαχειρίζεται εύκολα και αποτελεσματικά τα διαθέσιμά της.

- Πακέτα Πληρωμών «εξόφΛΥΣΗ»: Η υπηρεσία αυτή επιτρέπει στον πελάτη, με την πληρωμή ενός εφάπαξ προκαταβαλλόμενου ποσού, να εξοφλεί όλους τους λογαριασμούς του σε Ενέργεια, Ύδρευση, Τηλεπικοινωνίες και Ασφάλειες, ανέξοδα για ένα χρόνο.
- E-signature: Είναι μια νέα πρωτοποριακή υπηρεσία για την ηλεκτρονική υπογραφή εγγράφων και συμβάσεων. Με την ηλεκτρονική υπογραφή ωφελούμε το περιβάλλον. Έτσι γλιτώνουμε κάθε χρόνο 30.000.000 φύλλα χαρτί, δηλαδή σώζουμε την κοπή 3.600 δέντρων!
- Πειραιώς free wifi: Σκοπός της υπηρεσίας, είναι η παροχή δωρεάν ασύρματου wi-fi internet, στα καταστήματα και τα ATMs της τράπεζας, προς όλους (πελάτες και μη).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Μεθοδολογία της έρευνας

Στο κεφάλαιο αυτό θα αναλυθεί η διαδικασία κατά την οποία πραγματοποιήθηκε η έρευνα και η οποία θα τοποθετηθεί σε ένα επιστημονικό πλαίσιο ευρύτερο καθώς επίσης θα αναλυθούν ο σκοπός, ο χρόνος και η τοποθεσία που έγινε η έρευνα.

ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σκοπός της έρευνας είναι:

- ❖ Να εξετάσει πόσοι καταναλωτές χρησιμοποιούν το e-banking
- ❖ Να καταγράψει πόσα χρόνια το χρησιμοποιούν
- ❖ Να διαπιστώσει το επίπεδο μόρφωσης και την ηλικία των καταναλωτών
- ❖ Να μελετήσει αν γνωρίζουν τις υπηρεσίες που προσφέρονται και αν γνωρίζουν για την ασφάλεια αυτών.
- ❖ Να εξετάσει τι είδους ηλεκτρονικές συναλλαγές προτιμούν και το βαθμό ικανοποίησής τους

- ❖ Να διαπιστώσει τους λόγους που το χρησιμοποιούν
- ❖ Να διαπιστώσει τους λόγους που δεν το χρησιμοποιούν

4.1 Μεθοδολογία

Από την στιγμή που το πρόβλημα έχει καθοριστεί θα πρέπει να ακολουθήσει η διαδικασία της συλλογής στοιχείων καθώς και πληροφορίες ώστε να βρεθεί άμεσα η λύση του. Φυσικά υπάρχουν διάφορες μέθοδοι για την συλλογή των στοιχείων και των πληροφοριών αυτών και ένα από αυτούς είναι το ερωτηματολόγιο.

Με τη μέθοδο αυτή είναι εύκολο να συγκεντρωθούν στοιχεία με βάση τις απαντήσεις οι οποίες θα δοθούν από τους καταναλωτές, το περιεχόμενο του ερωτηματολογίου εξαρτάται από το σκοπό της έρευνας. Για την σύνταξη όμως ενός ερωτηματολογίου υπάρχουν κάποιοι κανόνες. Καταρχήν θα πρέπει να μην είναι πολύ μεγάλο ώστε να κουράζει τον ερωτούμενο. Επίσης να έχει συνταχθεί με τρόπο που να υπάρχει λογική και αλληλεξάρτηση στην σειρά των ερωτήσεων επίσης ο τρόπος διατύπωσης των ερωτήσεων θα πρέπει να μην είναι δυσνόητος έτσι ώστε οι καταναλωτές να καταλαβαίνουν και στο έπακρο τις ερωτήσεις που θα απαντήσουν.

Στην παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή χρησιμοποιήθηκαν δύο ειδών ερωτηματολόγια, ένα για τον πελάτη της τράπεζας και ένα για τον υπάλληλο. Η διανομή των ερωτηματολογίων έγινε σε πλήθος καταστημάτων της τράπεζας Πειραιώς ανά την περιφέρεια, σε πελάτες και εργαζομένους, για να δοθεί όσο το δυνατό μεγαλύτερη κατανομή και διεύρυνση των δεδομένων που λαμβάναμε, για να έχει αυτή η έρευνα και ακριβέστερα αποτελέσματα.

Όλα τα ερωτηματολόγια είναι ανώνυμα και πρότυπο αυτών μπορεί να βρεθεί στο Παράρτημα Α και Β.

4.2 Περιορισμοί Έρευνας

Τα τελευταία χρόνια η τράπεζα Πειραιώς έχει προχωρήσει σε συγχώνευση, αγορά, απορρόφηση με πλήθος άλλων τραπεζών, ελληνικών όπως η ΑΤΕbank (Αγροτική Τράπεζα), η Γενική Τράπεζα και των εγχώριων δικτύων των κυπριακών, CPB Bank, Τράπεζας Κύπρου και Ελληνικής Τράπεζας, με τελευταία προσθήκη τη Millennium Bank. Η ιδιαιτερότητα αυτή καθορίζει σε μεγάλο βαθμό τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων.

Αυτή η κατάσταση μπορεί να επιφέρει περιορισμούς στην έρευνα, μιας και δεν υπάρχει ένα ενοποιημένο δίκτυο, τόσο από πελάτες όσο και από εργαζομένους. Παρόλο που η πάροδος των τελευταίων 2-3 ετών, συνέβαλε στην ομαλοποίηση και στη προσαρμογή στα νέα τραπεζικά δεδομένα του πελατειακού κοινού και των υπαλλήλων της τράπεζας, ακόμα υφίσταται κάποιος διαχωρισμός. Από την άλλη όμως, μπορεί να μας βοηθήσει να κάνουμε μια ενδιαφέρουσα συζήτηση όσον αφορά τις διαφορές που εμφανίζει το δίκτυο της Τράπεζας Πειραιώς.

Συγκεκριμένα, πολλοί πελάτες για παράδειγμα της πρώην Αγροτικής Τράπεζας, δεν είναι εξοικειωμένοι με τα εναλλακτικά τραπεζικά δίκτυα, επειδή μέχρι πρότινος να μην υπήρχαν τα αντίστοιχα προϊόντα στη τράπεζα, αλλά δεν υπήρχε η αντίστοιχη προώθηση που υπήρχε για αυτά από τους υπαλλήλους σε τράπεζες όπως η Πειραιώς ή Millennium. Επίσης θα πρέπει να αναφερθεί εδώ, ότι κάθε τράπεζα από αυτές είχε παραδοσιακό πελατολόγιο, για παράδειγμα η ΑΤΕ τους αγρότες, η Γενική τους στρατιωτικούς, η Millennium ναυτιλιακές εταιρείες και τους εργαζομένους τους και οι Κυπριακές Τράπεζες Κύπριους, καθώς και πελάτες με οικονομική δραστηριότητα στο νησί της Κύπρου, και επιθυμούσαν ευνοϊκότερη τιμολόγηση στις συναλλαγές τους στο εξωτερικό (Κύπρος). Αυτό συνεπάγεται, πως κάθε τράπεζα είχε το δικό της ιδιαίτερο και μοναδικό πελατολόγιο, που επέλεγε τις αντίστοιχες τράπεζες για συγκεκριμένους λόγους, και παρόλη την ενοποίηση των συστημάτων και των διαδικασιών της τράπεζας, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του κάθε πελατολογίου και των υπαλλήλων των συγχωνευμένων τραπεζών, παραμένουν σε ένα βαθμό.

Ένας άλλος παράγοντας που περιορίζει την κατάληξη σε ένα ασφαλές συμπέρασμα για το σύνολο των πελατών της τράπεζας, είναι πως η πλειοψηφία των ατόμων που ανταποκρίθηκαν στο ερωτηματολόγιο είναι κυρίως νεαρής ηλικίας και ανώτατης ή ανώτερης εκπαίδευσης. Παρόλο που πραγματοποιήθηκε διανομή του ερωτηματολογίου σε μεγάλο πλήθος πελατών.

Γίνεται εύκολα αντιληπτό λοιπόν πως τόσο η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, η απασχόληση των πελατών και των υπαλλήλων που συμμετείχαν στην έρευνα μας καθόρισαν σε μεγάλο βαθμό το αποτέλεσμα της. Επιπλέον η γεωγραφική θέση κάποιων καταστημάτων είναι καταλυτική όσον αφορά το βαθμό διείσδυσης των πελατών και του προσωπικού τους στα εναλλακτικά δίκτυα. Για παράδειγμα, καταστήματα που εδρεύουν σε χωριά, κωμοπόλεις δεν έχουν εξοπλιστεί ακόμα και σήμερα με μηχανήματα easyray ή με tablet για την εξυπηρέτηση του κοινού.

Τέλος, είναι πολύ σημαντικό να σημειωθεί πως ανάμεσα στα δύο ερωτηματολόγια, η ερώτηση που αφορά από ποια τράπεζα προέρχεστε, είναι ιδιαίτερα ουσιαστική για το αποτέλεσμα της έρευνας. Ενώ για τους υπαλλήλους είναι ξεκάθαρη η απάντηση τους, στους πελάτες είναι αδύνατο στις περισσότερες περιπτώσεις να απαντηθεί, μιας και η πλειοψηφία τους διατηρούσε πελατειακή σχέση με άνω τους ενός τραπεζικού ιδρύματος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Ανάλυση

αποτελεσμάτων των

ερωτηματολογίων -

Συμπεράσματα

5.1. Ανάλυση αποτελεσμάτων ερωτηματολογίων - Συμπεράσματα

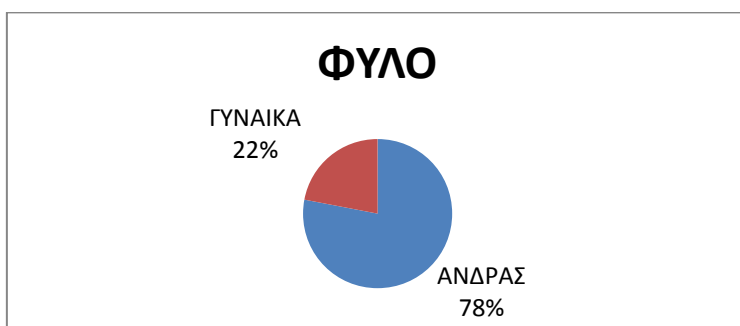
5.1.1 Ανάλυση αποτελεσμάτων ερωτηματολογίου πελατών - Συμπεράσματα

Στις μέρες μας που η παρουσία της τεχνολογίας είναι πιο έντονη από ποτέ, τα εναλλακτικά δίκτυα των τραπεζών είναι ένα πολύτιμο εργαλείο στα χέρια όποιου πελάτη το επιλέξει. Προσφέρει την δυνατότητα εύκολης και γρήγορης πρόσβασης στο τραπεζικό λογαριασμό του πελάτη, με την δυνατότητα να πραγματοποιεί την πλειοψηφία των συναλλαγών που θα εκτελούσε, αν βρισκόταν στο κατάστημα της τράπεζας, ανεξαρτήτως γεωγραφικών περιορισμών.

Επιπλέον ο πελάτης έχει την δυνατότητα να ενημερωθεί διαδικτυακά για τα τραπεζικά και άλλα προϊόντα της συγκεκριμένης τράπεζας, και μπορεί να συγκρίνει παρόμοια προϊόντα κα από λοιπά τραπεζικά ιδρύματα, καταλήγοντας έτσι στο πιο συμφέρον για τον ίδιο.

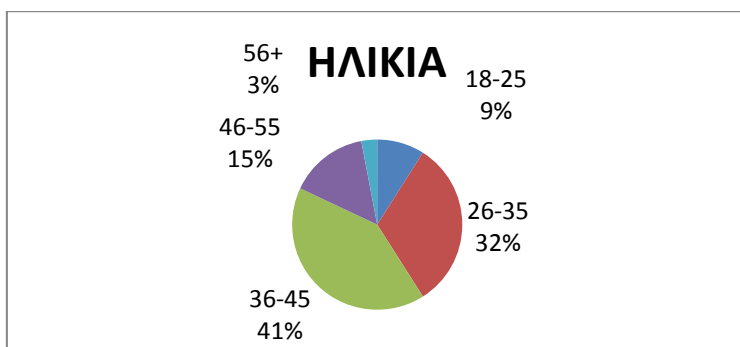
Επίσης, δεν υπάρχει χρονικός περιορισμός , όπως συμβαίνει με το ωράριο των τραπεζικών καταστημάτων. Με την άνεση λοιπόν που του προσφέρεται, επιλέγει συνειδητά για αυτό που επιθυμεί. Ενώ στην περίπτωση που προσέλθει στο κατάστημα, ο χρόνος που απαιτείται είναι σαφώς λιγότερος, αφού προχωρά κατευθείαν στο στάδιο που τον αφορά και τον ενδιαφέρει άμεσα, είτε πρόκειται για απλή ενημέρωση, είτε αφορά την απόκτηση κάποιου προϊόντος.

Το δείγμα που δόθηκε στο ερωτηματολόγιο, αποτελείται από 100 πελάτες με τα χαρακτηριστικά που βλέπουμε στα διαγράμματα (1,2,3).

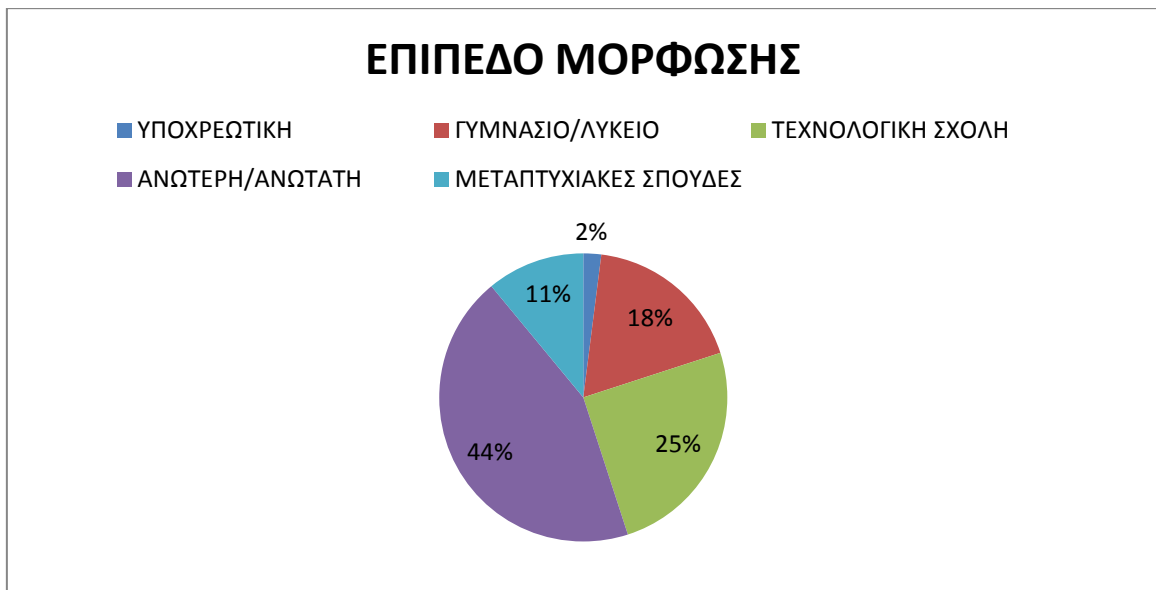


Διάγραμμα 1. Φύλο δείγματος πελατών

Αυτό που μπορούμε βέβαια να παρατηρήσουμε ξεκάθαρα από το δείγμα των πελατών που απάντησαν στο συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο (Διάγραμμα 2), είναι πως η χρήση των εναλλακτικών δικτύων, είναι σαφώς πιο διαδεδομένη σε ηλικίες μέχρι 45 ετών. Λογική συνέπεια της εξοικείωσης των νεαρών ατόμων με τη τεχνολογία και το διαδίκτυο, . Οι μεγαλύτερες ηλικίες τείνουν να χρησιμοποιούν κυρίως το ΑΤΜ, τα μηχανήματα Easy pay, καθώς και την υπηρεσία winbank alert. Ένα ποσοστό βέβαια αγνοεί την ύπαρξη των εναλλακτικών δικτύων, κατά συνέπεια δεν τα χρησιμοποιεί.

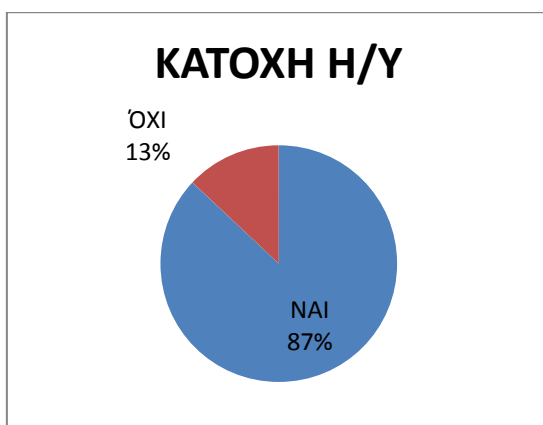


Διάγραμμα 2. Ηλικία δείγματος πελατών



Διάγραμμα 3. Επίπεδο μόρφωσης δείγματος πελατών

Από τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει η ευκολία χρήσης των εναλλακτικών δικτύων από το πελατειακό κοινό της τράπεζας, μιας και η χρήση της τεχνολογίας και του internet είναι τόσο διαδεδομένη. Μεγάλος αριθμός των πελατών έχει υπολογιστή, σύνδεση στο διαδίκτυο και είναι εξοικειωμένος με τις συναλλαγές μέσω αυτού (Διαγράμματα 4,5 &6).



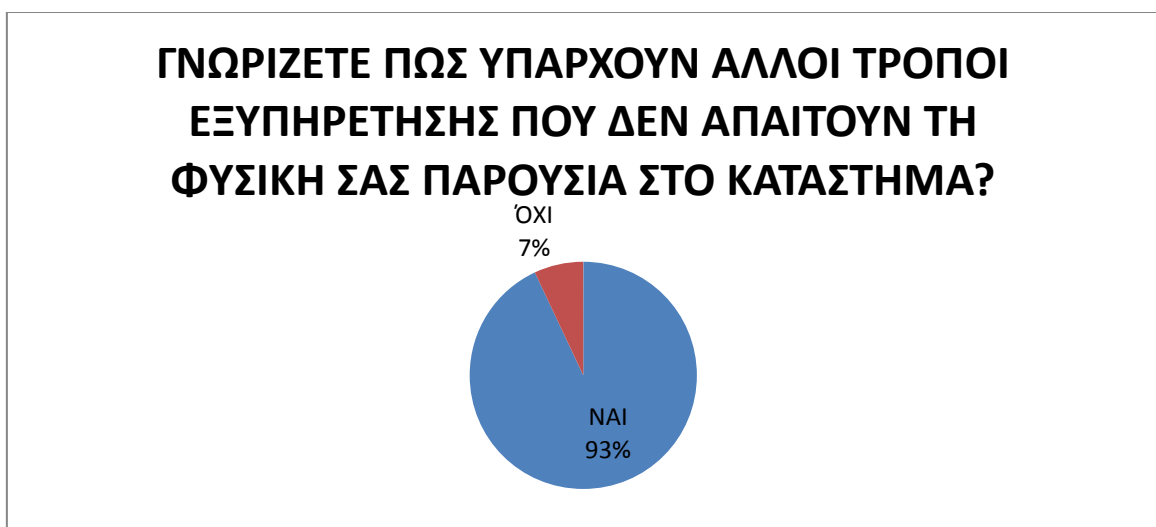
Διάγραμμα 4. Κατοχή Η/Υ δείγματος πελατών



Διάγραμμα 5. Σύνδεση στο διαδίκτυο δείγματος πελατών

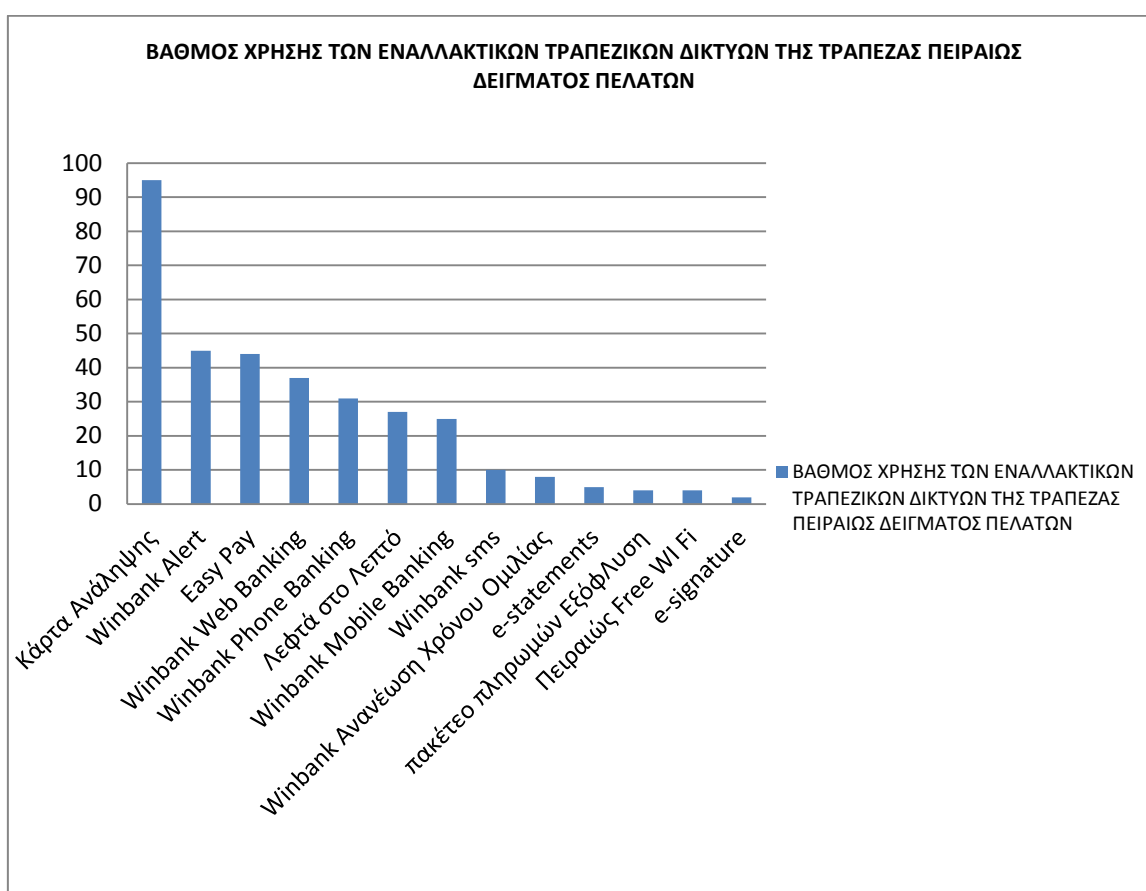


Διάγραμμα 6. Συχνότητα χρήσης εναλλακτικών δικτύων της τράπεζας Πειραιώς δείγματος πελατών



Διάγραμμα 7. Γνώση ύπαρξης εξυπηρέτησης από εναλλακτικά δίκτυα δείγματος πελατών

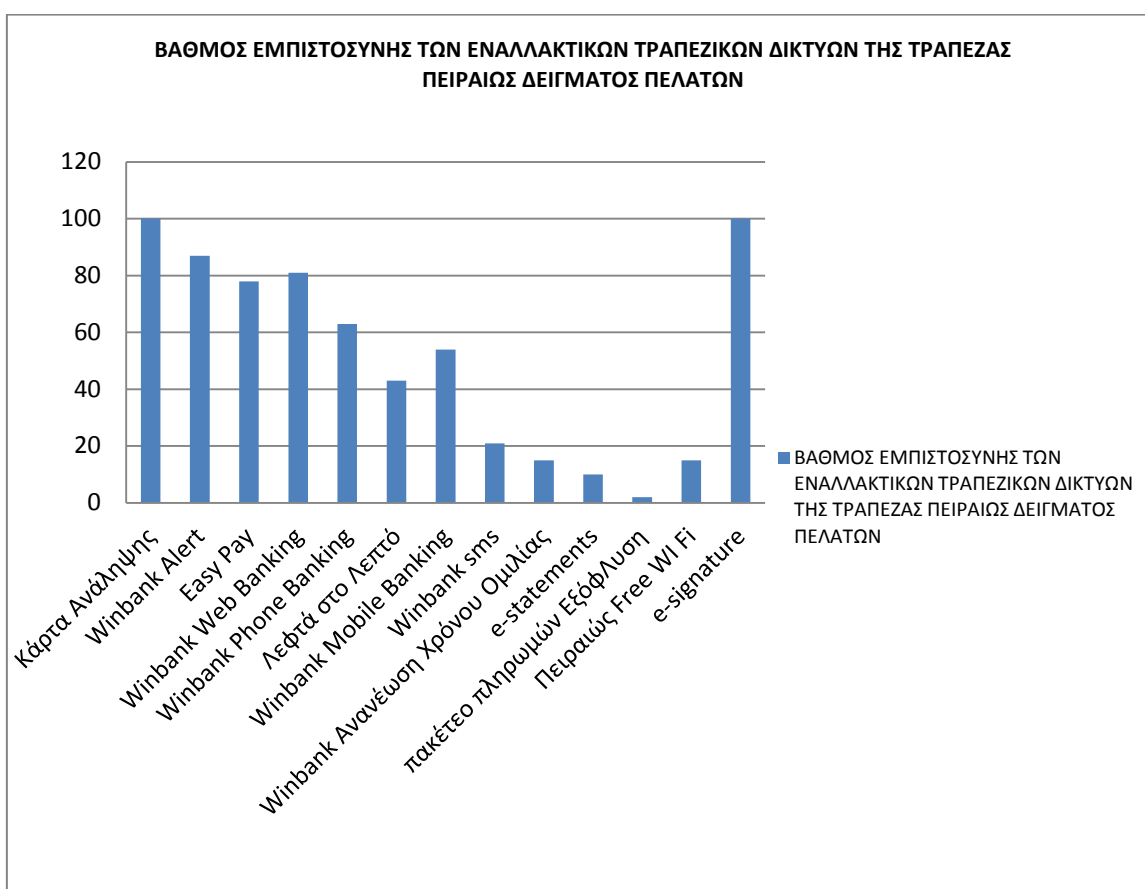
Συνεχίζοντας βλέπουμε ότι το πιο χρησιμοποιημένο δίκτυο εναλλακτικής τραπεζικής, είναι το πιο παραδοσιακό και το πρώτο χρονικά σε κυκλοφορία, και αυτό είναι η κάρτα ανάληψης. Ακολουθούν το μηχάνημα easy pay μαζί με το winbank alert σε ποσοστό επιλογής. Αναμενόμενο λόγω της χρησιμότητας τους και της ικανοποίησης που αποδίδουν στους πελάτες που τα επιλέγουν. Ακολουθούν εφαρμογές, όπως το winbank webBanking, winbank phone, Λεφτά στο Λεπτό, winbank Mobile Banking, winbank sms, winbank Ανανέωση χρόνου ομιλίας. Τα υπόλοιπα: e-statements, πακέτο πληρωμών εξόφλυση, Πειραιώς free wifi και e-signature, είτε καλύπτονται από την χρήση κάποιων άλλων προϊόντων είτε είναι πολύ πρόσφατα για να είναι γνωστά, άρα και χρησιμοποιημένα από τον κόσμο.



Διάγραμμα 8. Βαθμός χρήσης των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων της Τράπεζας Πειραιώς δείγματος πελατών

Επίσης από το ερωτηματολόγιο προκύπτει πως οι χρήστες των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων της Τράπεζας Πειραιώς είναι τόσο ευχαριστημένοι από αυτά, που έχουν τη διάθεση να τα προτείνουν και σε άλλους, κάτι που κάθε επιχείρηση επιθυμεί και επιδιώκει, τη δωρεάν διαφήμισή της. Η συγκεκριμένη μορφή διαφήμισης – marketing, είναι η γνωστή τεχνική wom (word of mouth) ή αλλιώς «διαφήμιση από

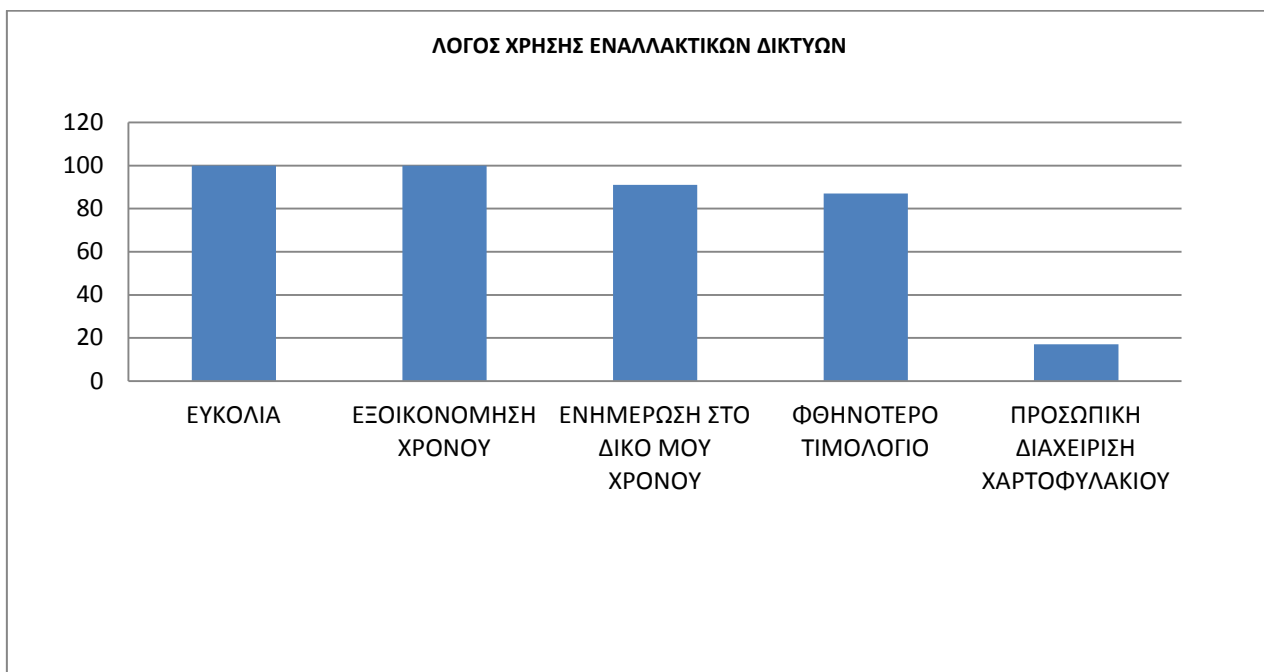
στόμα σε στόμα» και έτσι χαρακτηρίζεται η καταναλωτική εμπειρία που έχουν αποκομίσει οι καταναλωτές από την χρήση των προϊόντων – υπηρεσιών εξαιρετικής ή υψηλής ποιότητας. Την εμπειρία αυτή οι καταναλωτές δε θέλουν να τη κρατήσουν για τους ίδιους, αλλά επιθυμούν να την μοιραστούν και να την συστήσουν και σε άλλους. Η συγκεκριμένη μορφή διαφήμισης έχει πολύ μεγάλη ισχύ, αφού οι καταναλωτές ρωτούν άτομα που έχουν εμπειρία από την χρήση του συγκεκριμένου προϊόντος, πριν επιλέξουν και αυτή η είδους επικοινωνία – δια στόματος – έχει καθολικά αναγνωριστεί ως μια σημαντική πηγή πληροφοριών που επηρεάζει τις επιλογές των αγοραστών για καταναλωτικά προϊόντα (Semovitz et al, 2009; Bruce, 1972, East et al., 2008).



Διάγραμμα 9. Βαθμός εμπιστοσύνης των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων της Τράπεζας Πειραιώς δείγματος πελατών (Δυνατότητα επιλογής περισσότερων από μία απάντησης).

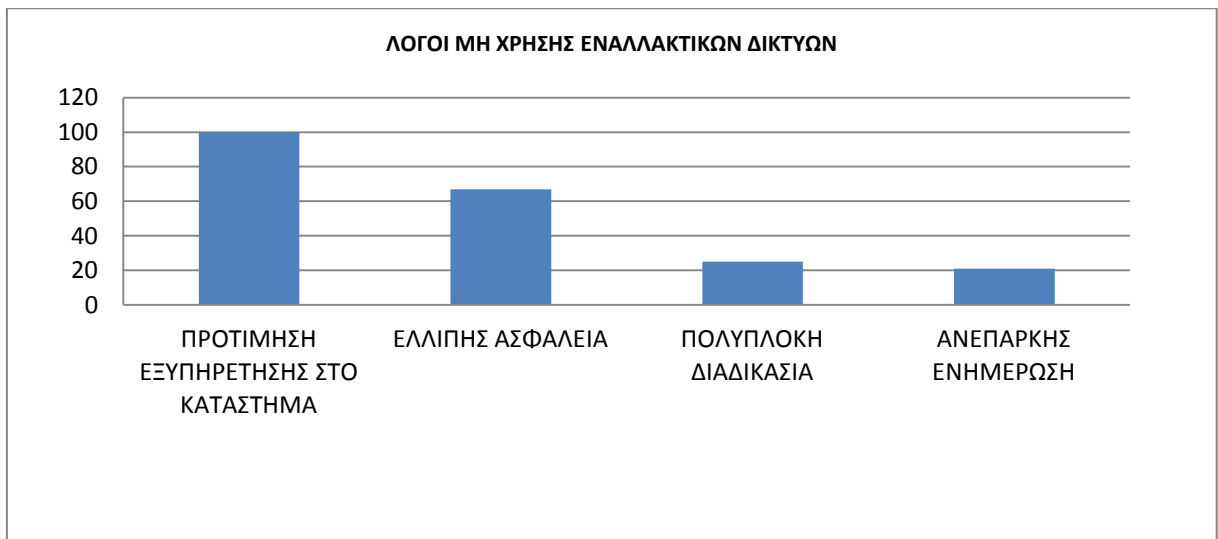
Συνεχίζοντας με τα συμπεράσματα μας, οι λόγοι χρήσης των εναλλακτικών δικτύων για τους πελάτες της Τράπεζας Πειραιώς είναι κυρίως η ευκολία και η εξοικονόμηση χρόνου. Ακολουθούν η επιλογή «ενημέρωση στο δικό μου χρόνο χωρίς τη πίεση του χρόνου, του ωραρίου ή του υπαλλήλου», «φθηνότερο τιμολόγιο» και « επιθυμία προσωπικού χειρισμού του χαρτοφυλακίου μου χωρίς παρεμβολές» (Διάγραμμα 10). Σε αυτή την περίπτωση, ίσως προκύπτει μια αποτροπή του πελάτη από τη επίσκεψη σε

κάποιο κατάστημα της τράπεζας, λόγω της πίεσης που νιώθει εκεί. Η πίεση αυτή μπορεί να αφορά τη πίεση του χρόνου λόγω του ωραρίου, ή λόγω του χρόνου που ίδιος μπορεί να αφιερώσει από τον διαθέσιμο, για μια επίσκεψη στο κατάστημα. Επίσης η πίεση που μπορεί να ασκείται από τον υπάλληλο ή την τράπεζα γενικότερα, προς τον πελάτη, προσπαθώντας να προωθήσει κάποιο επιπλέον προϊόν, μπορεί να λειτουργεί αποτρεπτικά για τον πελάτη, να επισκεφτεί το κατάστημα.



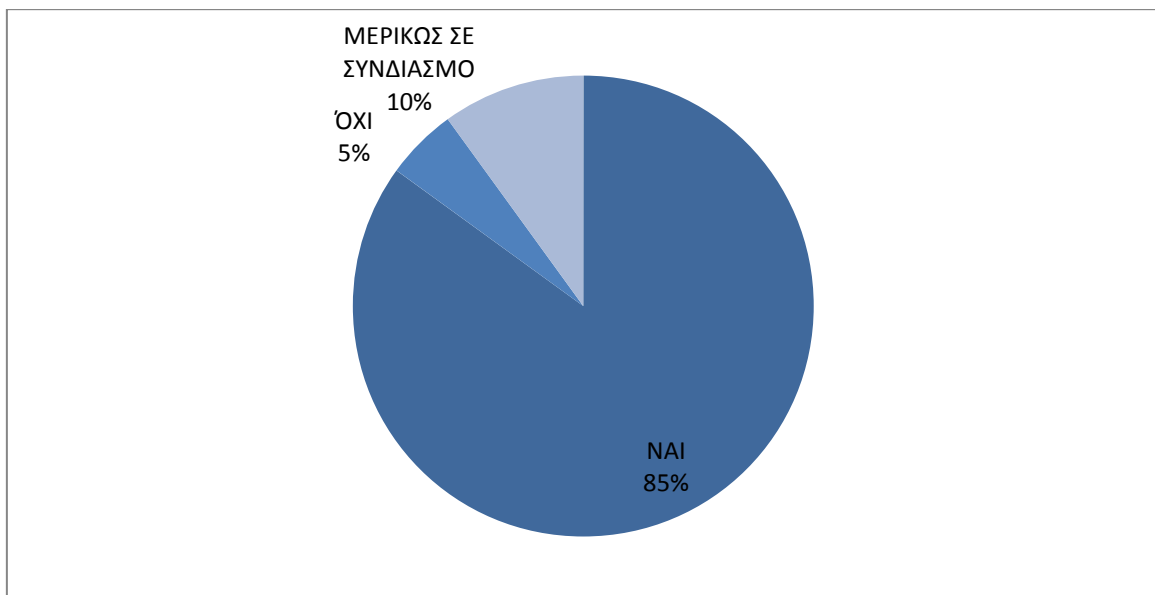
Διάγραμμα 10. Λόγοι χρήσης των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων της Τράπεζας Πειραιώς δείγματος πελατών (Δυνατότητα επιλογής περισσότερων από μία απάντησης).

Προχωρώντας στα δεδομένα της επόμενης ερώτησης, παρατηρούμε πως οι πελάτες που δεν χρησιμοποιούν τα εναλλακτικά δίκτυα, ονοματίζουν ως πρώτο λόγο ότι προτιμούν να εξυπηρετούνται στο κατάστημα για τις τραπεζικές εργασίες τους, με δεύτερο λόγο την ελλιπή ασφάλεια από τη χρήση τους και ότι δεν έχουν λάβει επαρκή ενημέρωση για τα εναλλακτικά δίκτυα(Διάγραμμα 11).

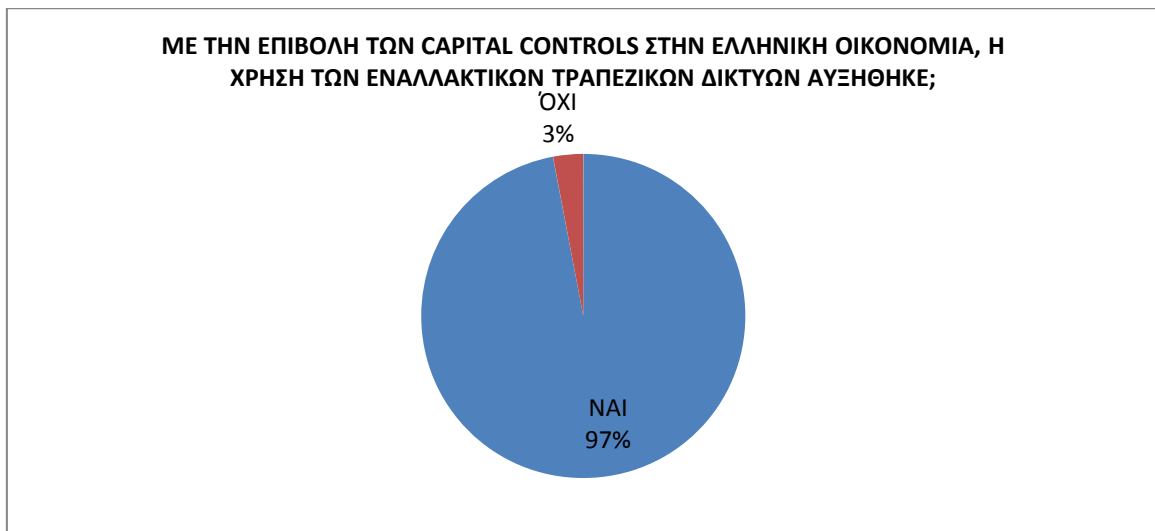


Διάγραμμα 11. Λόγοι μη χρησιμοποίησης των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων της Τράπεζας Πειραιώς δείγματος πελατών (Δυνατότητα επιλογής περισσότερων από μία απάντησης).

Όσον αφορά τη πεποίθηση των πελατών για το ενδεχόμενο αντικατάστασης των υπαλλήλων από τα εναλλακτικά τραπεζικά δίκτυα για την εξυπηρέτησή τους, αν και όπως διαφαίνεται από το επόμενο διάγραμμα (12), έχουν ξεκάθαρη άποψη στο αν οι τράπεζες σχεδιάζουν να μειώσουν το προσωπικό τους λόγω της ολοένα και μεγαλύτερης χρήσης των εναλλακτικών δικτύων.



Διάγραμμα 12. Πρόβλεψη αντικατάστασης του ανθρώπινου δυναμικού από τα εναλλακτικά τραπεζικά δίκτυα της Τράπεζας Πειραιώς δείγματος πελατών .



Διάγραμμα 13. Παρατήρηση αλλαγής στη χρήση των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων μετά την επιβολή των Capital Controls στην Ελλάδα.

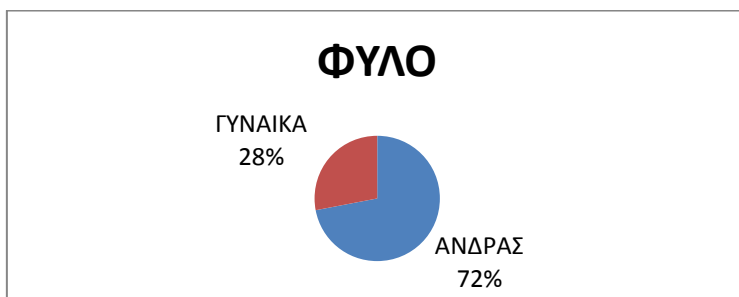
Όπως φαίνεται στο διάγραμμα 13, με τα capital controls και την διατήρηση για αρκετό καιρό των τραπεζικών καταστημάτων κλειστών, οι χρήστες των υπηρεσιών e-banking επωφελήθηκαν όσον αφορά την εξυπηρέτηση των συναλλαγών τους. Η χρήση των νέων τεχνολογιών, αποτέλεσαν χρήσιμο εργαλείο για όλες τις προαναφερθείσες συναλλαγές, με επικρατούσες τις πληρωμές λογαριασμών, καθώς και τις μεταφορές χρημάτων – εμβασμάτων.

Συμπερασματικά, από τη μεριά των πελατών, το οφέλη της χρήσης των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων, είναι και εδώ πολλά. Οι συναλλαγές τους γίνονται με ευκολία, ταχύτητα, ευελιξία, ασφάλεια, ανεξαρτήτως τοποθεσίας και στιγμής, με την χρήση ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή, ενός τηλεφώνου ή κάποιο αυτοματοποιημένου τραπεζικού μηχανήματος, χωρίς να απαιτείται η αναμονή σε ουρές. Αρνητικοί προς την χρήση των εναλλακτικών δικτύων, είναι μέρος των ηλικιωμένων πελατών, και άτομα που δεν είναι εξοικειωμένα με την τεχνολογία.

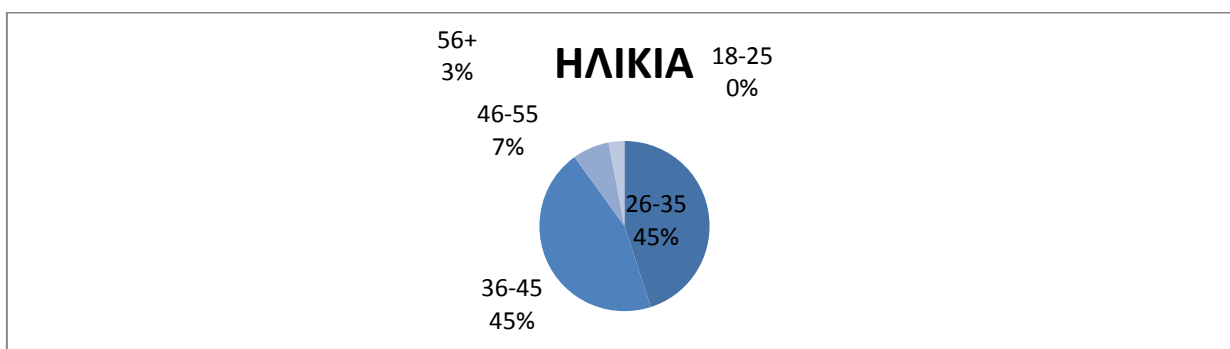
5.1.2 Ανάλυση αποτελεσμάτων ερωτηματολογίου Υπαλλήλων – Συμπεράσματα

Το ερωτηματολόγιο των υπαλλήλων απαντήθηκε συνολικά από 80 άτομα. Από το δείγμα αυτό προκύπτει ότι είναι νεαρό σε ηλικία, κυρίως μεταξύ 26-35 ετών και 36-45 ετών. Παρατηρούμε επίσης πως το μεγαλύτερο ποσοστό από αυτούς διαθέτει καλό

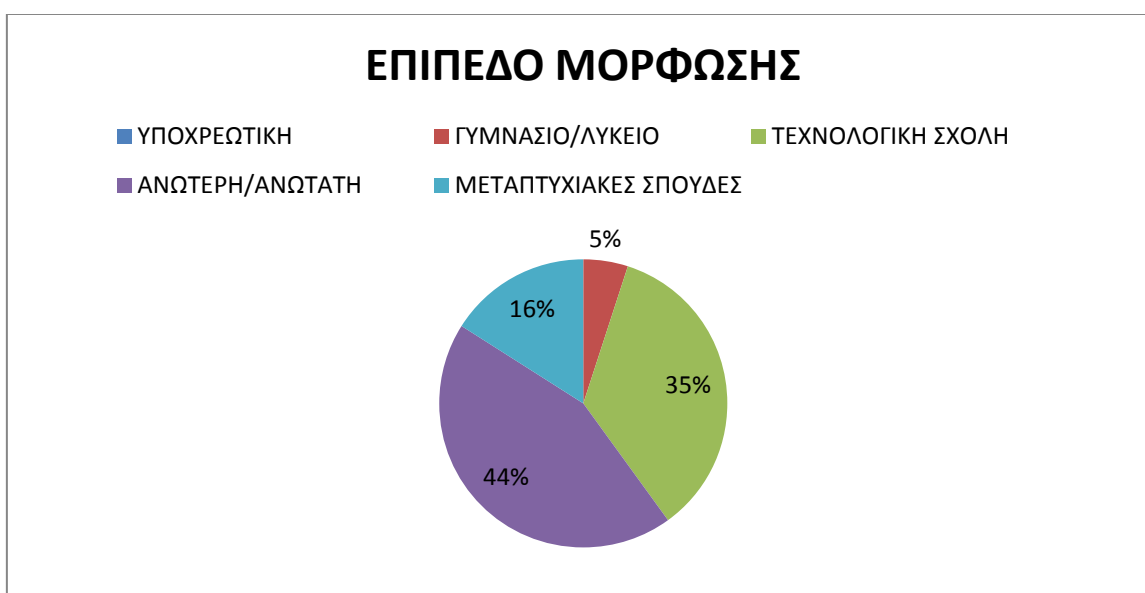
επίπεδο μόρφωσης, με τους περισσότερους να έχουν τουλάχιστον ανώτερη και ανώτατη εκπαίδευση.



Διάγραμμα 13. Φύλο δείγματος υπαλλήλων

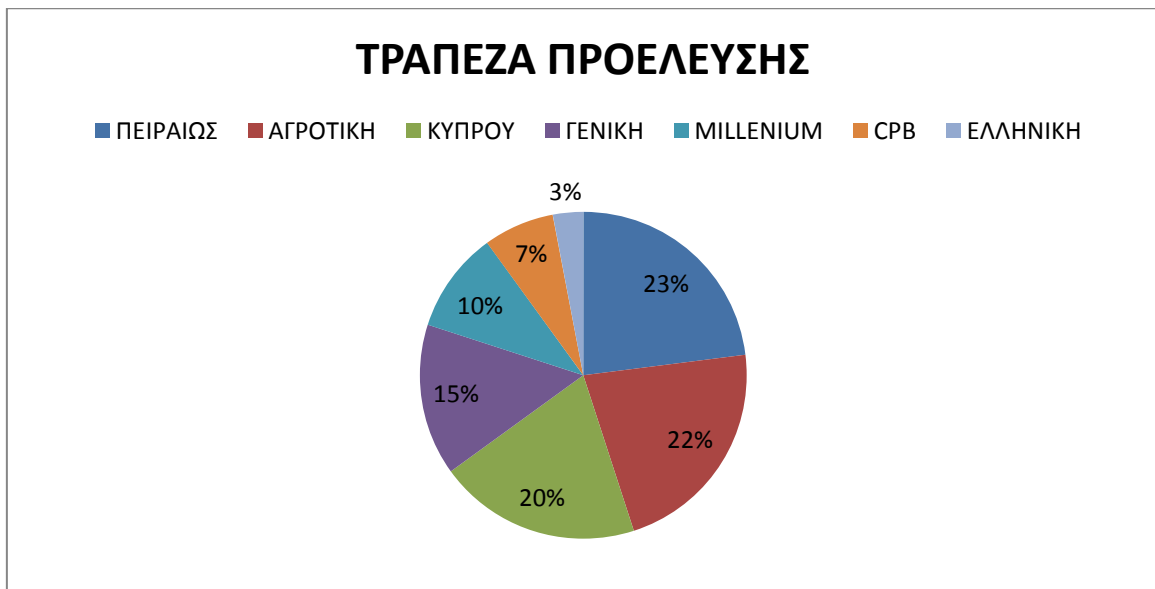


Διάγραμμα 15. Ηλικία δείγματος υπαλλήλων



Διάγραμμα 16. Επίπεδο μόρφωσης δείγματος υπαλλήλων

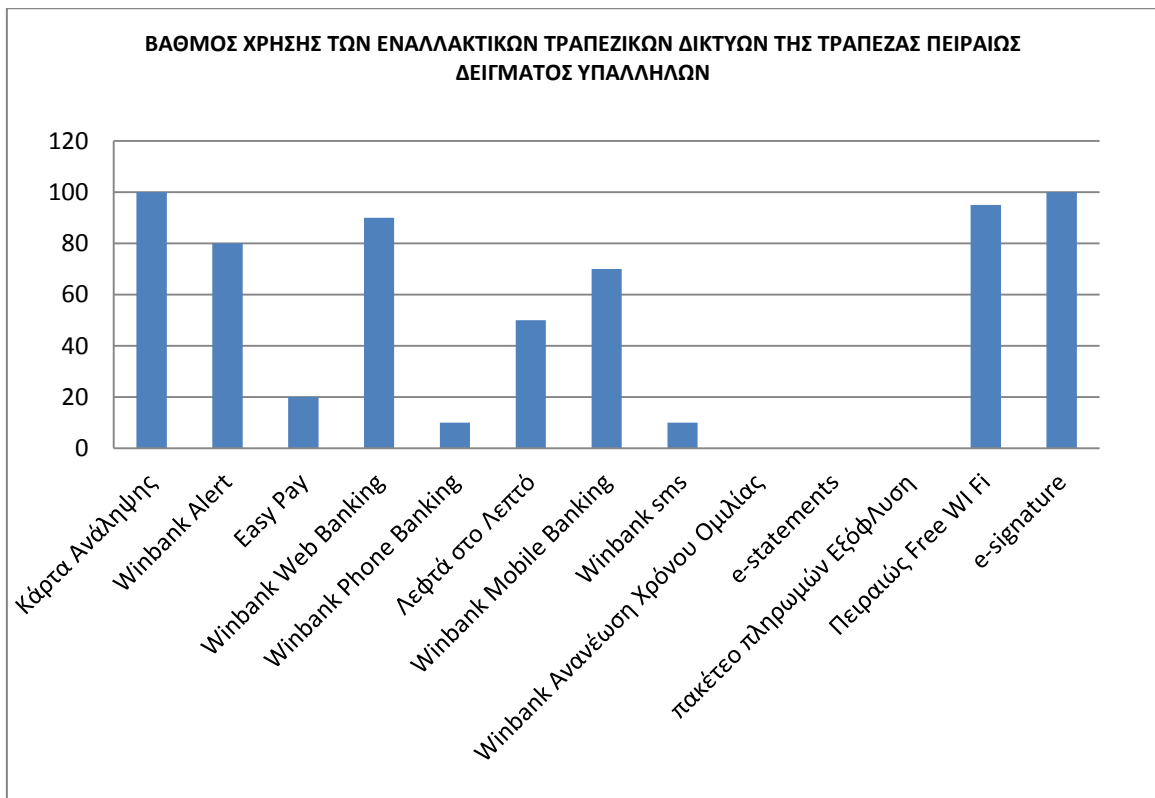
Από τα παραπάνω βλέπουμε ότι η τράπεζα διαθέτει προσωπικό υψηλού επιπέδου και σε παραγωγικές ηλικίες.



Διάγραμμα 17. Τράπεζα προέλευσης δείγματος υπαλλήλων

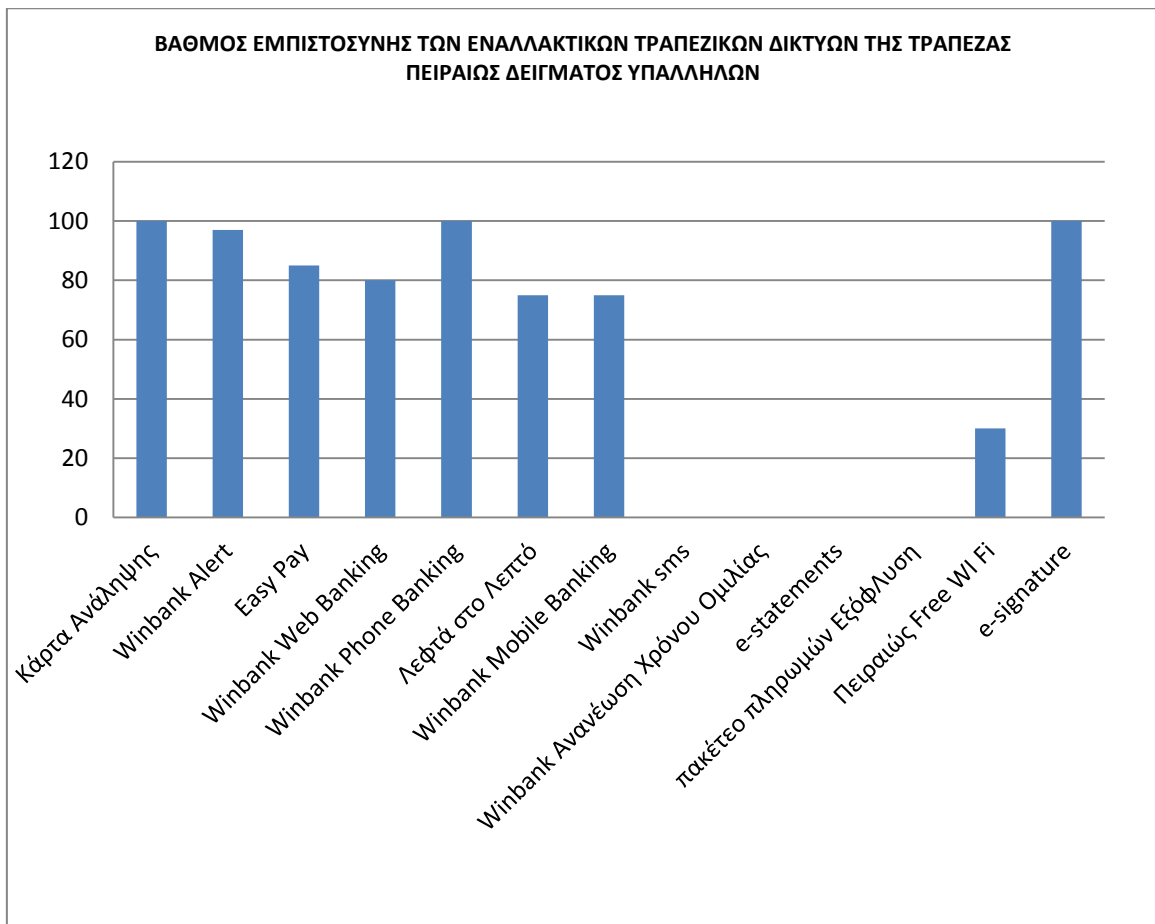
Από το διάγραμμα 17, παρατηρούμε ότι ποικίλει η τράπεζα προέλευσης του δείγματος των υπαλλήλων. Συνεχίζοντας την έρευνα μας, οι υπάλληλοι όπως είναι λογικό, έχουν εξοικείωση με τους υπολογιστές, τη τεχνολογία και τα εναλλακτικά δίκτυα, αφού εκτός από χρήστες, είναι και πωλητές του προϊόντος, κατά συνέπεια και καλοί γνώστες του αντικειμένου.

Οι υπάλληλοι χρησιμοποιούν σε μεγάλο ποσοστό εναλλακτικά δίκτυα που τους απελευθερώνουν από την χρήση του ταμείου, και του καταστήματος γενικότερα, παρόλο που βρίσκονται σε αυτό μεγάλη διάρκεια της ημέρας. Από την άλλη δεν χρησιμοποιούν κάποιες εφαρμογές, όπως e-statement ή winbank sms, διότι οι εφαρμογές αυτές καλύπτονται από κάποια άλλη εφαρμογή, όπως για παράδειγμα το winbank web banking. Η κατάσταση αυτή παρουσιάζεται στο διάγραμμα 18 παρακάτω.



Διάγραμμα 18. Βαθμός χρήσης των εναλλακτικών δικτύων δείγματος υπαλλήλων

Μεγάλος είναι και ο βαθμός εμπιστοσύνης, σε πολλές εφαρμογές καλύπτει το 100%(διάγραμμα 19). Στις περιπτώσεις που αυτό δεν συμβαίνει, οφείλεται κυρίως στη μη χρήση της συγκεκριμένης εφαρμογής ή σε θέματα που παρουσιάζονται με το διαδίκτυο.

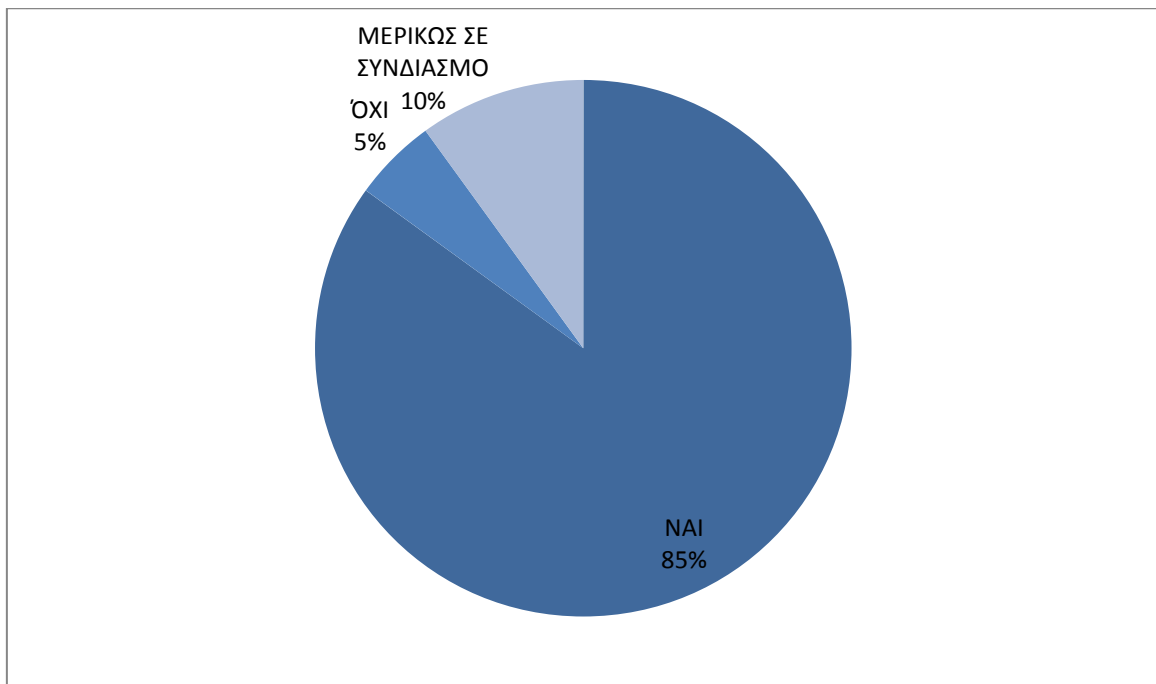


Διάγραμμα 19. Βαθμός εμπιστοσύνης των εναλλακτικών δικτύων δείγματος υπαλλήλων.

Μέχρις στιγμής τα αποτελέσματα ήταν τα περισσότερα αναμενόμενα, και σε αυτό το σημείο η έρευνα μεταφέρεται στο «λεπτό» κομμάτι της χρήσης των εναλλακτικών δικτύων σε σχέση με τον ίδιο τον υπάλληλο. Αυτό ήταν το πιο δύσκολο κομμάτι να απαντηθεί, αφού αφορούσε τους ίδιους τους εργαζόμενους στις τράπεζες και το εργασιακό του μέλλον σε όλο το τραπεζικό τομέα, αφού πρόκειται για μια παγκόσμια τάση.

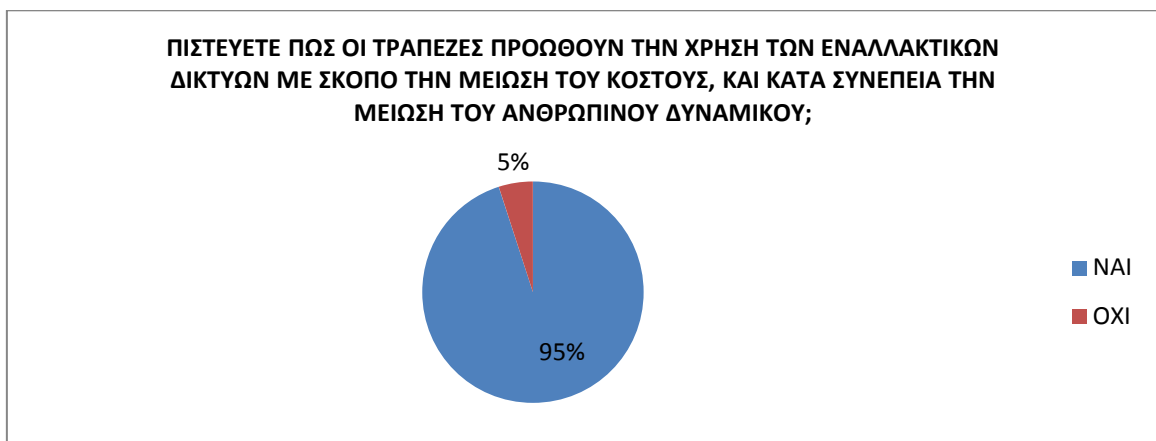
Οι υπάλληλοι είναι ξεκάθαρα καταρχήν πως είναι εξοικειωμένοι με τα εναλλακτικά τραπεζικά δίκτυα και προτιμούν αυτά στις περισσότερες τραπεζικές εργασίες. Με εξαίρεση τις πιο σύνθετες, όπου επιλέγεται η εξυπηρέτηση μέσω του καταστήματος.

Στο ερώτημα, για τη πιθανή μελλοντική αντικατάσταση των υπαλλήλων από τα εναλλακτικά δίκτυα, υπάρχει μια σαφής διαπίστωση. Οι υπάλληλοι σε συντριπτικά μεγάλο ποσοστό, θεωρούν δεδομένη την αντικατάσταση του προσωπικού των τραπεζών μέσω των εναλλακτικών δικτύων, ενώ λιγότεροι πιστεύουν πως οι τράπεζες θα λειτουργούν σε συνδυασμό ανθρώπινου δυναμικού και εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων (Διάγραμμα 20).



Διάγραμμα 20. Πρόβλεψη αντικατάστασης του ανθρώπινου δυναμικού από τα εναλλακτικά τραπεζικά δίκτυα της Τράπεζας Πειραιώς δείγματος υπαλλήλων .

Αυτό που διαπιστώνουμε εδώ, είναι πως η εφαρμογή της τεχνολογίας στην εξυπηρέτηση του πελάτη, μέσω των εναλλακτικών δικτύων, από τη σκοπιά του υπαλλήλου, έχει κυρίως αρνητικές συνέπειες. Αυτές οι συνέπειες είναι επακόλουθες της εφαρμογής της τεχνολογίας και αφού εκ των πραγμάτων θα χρειάζεται μικρότερος αριθμός προσωπικού για την εξυπηρέτηση του ίδιου αριθμού πελατών. Αυτό είναι αντιληπτό όπως είπαμε και παραπάνω από τον υπάλληλο, που βλέπει και ο ίδιος σαν πελάτης τα οφέλη μέσα από τη χρήση τους. Ο αντίκτυπος της χρήσης τους συνεχίζει περαιτέρω όμως, αφού παρατηρούμε, πως υπάρχει μια απαισιοδοξία και αρνητική ψυχολογία στο ανθρώπινο δυναμικό της τράπεζας, λόγω της πεποίθησης για αντικατάσταση των υπαλλήλων από τα εναλλακτικά δίκτυα, στο βωμό της μείωσης κόστους και αύξησης κέρδους των τραπεζών (Διάγραμμα 21).



Διάγραμμα 21. Πιστεύετε πως οι τράπεζες προωθούν την χρήση των εναλλακτικών δικτύων με σκοπό την μείωση του κόστους, και κατά συνέπεια την μείωση του ανθρώπινου δυναμικού;

Τέλος, όπως και από το δείγμα των πελατών, έτσι και από το ερωτηματολόγιο των υπαλλήλων, προκύπτει η διαπίστωση, ότι με την επιβολή του ελέγχου κεφαλαίων στην ελληνική οικονομία, η χρήση των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων αυξήθηκε (Διάγραμμα 22).



Διάγραμμα 22. Παρατήρηση αλλαγής στη χρήση των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων μετά την επιβολή των Capital Controls στην Ελλάδα, δείγμα υπαλλήλων.

5.2 Συμπεράσματα για την Τράπεζα Πειραιώς

Έχοντας μελετήσει και αναλύσει τις απαντήσεις που δόθηκαν στα ερωτηματολόγια των πελατών και των υπαλλήλων, έχουμε την δυνατότητα να βγάλουμε συμπεράσματα και για την τράπεζα την ίδια.

Η εφαρμογή της τεχνολογίας στις τράπεζες δημιούργησε νέα τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες, καθώς και νέους τρόπους εξυπηρέτησης του πελατειακού κοινού, τα αποκαλούμενα εναλλακτικά τραπεζικά δίκτυα.

Είναι φανερό πως τα εναλλακτικά τραπεζικά δίκτυα της τράπεζας Πειραιώς είναι ευρέως διαδεδομένα στους πελάτες και τους υπαλλήλους της, με πολύ υψηλό δείκτη ικανοποίησης στα περισσότερα από αυτά. Η τράπεζα έχει οικοδομήσει μία εικόνα εμπιστοσύνης στο πελατειακό κοινό της, με υψηλό επίπεδο ικανοποίησης και μικρό ποσοστό αμφισβητούμενων συναλλαγών. Η συνεχής προσπάθεια που γίνεται από την

τράπεζα για την αναβάθμιση των δικτύων της και ενημέρωσης των πελατών της, αναγνωρίζεται και ανταμείβεται με ελληνικά και διεθνή βραβεία για την ποιότητα και την ασφάλεια των υπηρεσιών της.

Εξίσου σημαντικός παράγοντας στην επιτυχία αυτή της τράπεζας, είναι το ανθρώπινο δυναμικό που την στελεχώνει. Μέσω αυτού προωθούνται στους πελάτες τα προϊόντα της, και αυτό είναι που τα υποστηρίζει και τα βελτιώνει.

Φυσικά, ο παραπάνω ρόλος του ανθρώπινου δυναμικού είναι μόνο ένα μέρος. Αφού αυτοί είναι που στελεχώνουν τα καταστήματα, τις διευθύνσεις, αποφασίζουν και ορίζουν την πορεία της τράπεζας.

Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε, αποδεικνύεται πως η στελέχωση των καταστημάτων έχει γίνει από υψηλού επιπέδου ανθρώπινο δυναμικό, νεανικής ηλικίας, με πολύ καλό μορφωτικό επίπεδο. Με την ενοποίηση των τραπεζών που έχει πραγματοποιήσει η Πειραιώς τα τελευταία χρόνια, το προσωπικό της δεν είναι ομοιογενές και ενώ έχει γίνει πλήρη ενοποίηση των συστημάτων, το προσωπικό διατηρεί κάποια χαρακτηριστικά από τις τράπεζες προέλευσης και αυτό είναι εμφανές στην συμπεριφορά των υπαλλήλων. Γεγονός θετικό για την τράπεζα, αφού έχει διαμορφωθεί μία κουλτούρα, με τα καλύτερα στοιχεία από κάθε μεταπωμένη τράπεζα.

Αντίστοιχα και στους πελάτες εμφανίζεται η παραπάνω ποικιλομορφία. Πελάτες με διαφορετική κουλτούρα και συμπεριφορά, προερχόμενοι από τράπεζες με διαφορετικά χαρακτηριστικά και παραδοσιακό πελατολόγιο. Μία κατάσταση ιδιαίτερα δύσκολη στην διαχείριση της, αλλά και μία ευκαιρία για περαιτέρω ανάπτυξη και δημιουργία. Ιδιαίτερα κατάλληλη για την προώθηση των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων της τράπεζας, κυρίως λόγω της μείωσης των υπαλλήλων και των καταστημάτων του δικτύου, αλλά και λόγω της μεγάλης αύξησης του πελατολογίου.

Σημαντικός παράγοντας στην επιλογή χρήσης των εναλλακτικών δικτύων, είναι η ηλικία των πελατών. Όπως είναι λογικό, οι νεότεροι σε ηλικία επιλέγουν πιο εύκολα της χρήση τους, σε αντίθεση με τις μεγαλύτερες ηλικίες που επιμένουν στην φυσική παρουσία σε κάποιο κατάστημα ή σε πιο απλής μορφής προϊόντα, όπως κάρτες ανάληψης.

Συνεχίζοντας στην έρευνα μας, αυτό που παρατηρούμε είναι από τη χρήση των δικτύων αυτών, η ικανοποίηση από τις υπηρεσίες που παρέχονται για την εξυπηρέτηση είναι τόσο υψηλή, που ο χρήστης προτείνει και σε άλλους την χρήση τους. Όπως έχει ήδη αναφερθεί, αυτό είναι κάτι που κάθε επιχείρηση επιδιώκει, αφού είναι από τους καλύτερους τρόπους διαφήμισης των υπηρεσιών της.

Προϋποθέσεις για ανάπτυξη μέσα από την προώθηση των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων υπάρχουν, όχι μόνο όσο αφορά τη διείσδυση τους στη καθημερινότητα του πελάτη, αλλά και στη περαιτέρω κερδοφορία της αφού:

- Μειώνεται συνεχώς το λειτουργικό κόστος της τράπεζας, αφού οι εργασίες μέσω των εναλλακτικών δικτύων κοστίζουν σαφώς λιγότερο και το πλήθος των πελατών που τα επιλέγει αυξάνεται.
- Η ικανοποίηση που αισθάνεται ο πελάτης από την ταχύτητα εξυπηρέτησης, την ασφάλεια της συναλλαγής, την ευκολία, την αποτελεσματικότητα και σε συνδυασμό με την αποφυγή της «φθοράς» με το κατάστημα, τον ωθεί να διαφημίσει και σε άλλους το προϊόν, και μάλιστα δωρεάν.
- Ενεργοποιείται το ανενεργό πελατολόγιο μέσω της χρήσης των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων.
- Με την αύξηση του cross selling μέσω της προώθησης των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων, ισχυροποιείται η πελατειακή σχέση.
- Μέσω της χρήσης των εναλλακτικών δικτύων η τράπεζα πραγματοποιεί προώθηση και άλλων νέων προϊόντων και υπηρεσιών.
- Μέσω της εξοικονόμησης υλικών (χαρτί, toner, κ.α.) η τράπεζα συμβάλει στην αειφόρο ανάπτυξη και στην προστασία του περιβάλλοντος, χαρακτηριστικό παράδειγμα η εφαρμογή της ηλεκτρονικής υπογραφής (e-signature) μέσω της οποίας μειώθηκαν οι έντυπες εκτυπώσεις κατά 23.000.000 φύλλα.

Όπως ήδη αναφέρθηκε απαραίτητο συστατικό για την επίτευξη των παραπάνω είναι ο ανθρώπινος παράγοντας. Μόνο μέσω του συνδυασμού ανθρώπινου δυναμικού και εναλλακτικών δικτύων μπορεί να επιτευχθεί το βέλτιστο αποτέλεσμα. Όλοι αντιλαμβάνονται πως στο κομμάτι της εξυπηρέτησης κάποιες θέσεις εργασίες θα χαθούν, αποτέλεσμα της εφαρμογής νέων τεχνολογιών στα τραπεζικά συστήματα. Από την άλλη προσφέρεται η δυνατότητα στους υπαλλήλους της τράπεζας να

αποδεσμευτούν από κάποιες εργασίες του και να επικεντρωθούν σε πιο παραγωγικές εργασίες για του ίδιους και την τράπεζα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Επίλογος

6.1 Επίλογος

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής διατριβής είναι να δείξει τις επιπτώσεις από την εφαρμογή των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων στην ελληνική τραπεζική αγορά μέσα από το παράδειγμα της Τράπεζας Πειραιώς. Παρουσιάσαμε αναλυτικά κάθε ένα από τα δίκτυα αυτά καθώς και τις λειτουργίες τους και ερευνήσαμε με προσοχή τα οφέλη και τον αντίκτυπο που θα επιφέρουν αυτά στις διάφορες συμβαλλόμενες ομάδες: πελάτες, τράπεζες, εργαζόμενοι, στα πρώτα τρία κεφάλαια.

Με την χρήση της μεθόδου του ερωτηματολογίου, διερευνήσαμε θέματα που αναφέρθηκαν στη θεωρία, μελετήσαμε τις επιπτώσεις της ύπαρξης και της χρήσης των δικτύων από την τράπεζα και τους πελάτες της, ενώ προχωρήσαμε ένα στάδιο παραπάνω, αξιολογώντας την προοπτική αυτών.

Η είσοδος της τεχνολογίας του internet στον επιχειρηματικό κόσμο 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 ενσωμάτωση των εξελίξεων και πλέον αποτελούν το κέντρο του αστερισμού αξίας που προσδιορίζουν οι σχέσεις με τους πελάτες. Η αναδιαμόρφωση των τραπεζικών συναλλαγών, με τη δραστηριότητα της αυτοεξυπηρέτησης, προσέφερε περισσότερες ευκαιρίες για δημιουργία αξίας. Η διαδικασία για την απόκτηση πρόσβασης στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες είναι απλή και οι παρεχόμενες στο χρήστη υπηρεσίες εμπλουτίζονται διαρκώς. Ως εκ τούτου, τις απλές τραπεζικές συναλλαγές οικονομικού, πληροφοριακού και υποστηρικτικού περιεχομένου και της υποβολής αιτήσεων πλαισιώνει ένα ευρύ φάσμα πρόσθετων

υπηρεσιών, όπως συναλλαγές/διευκολύνσεις που σχετίζονται με τις κεφαλαιαγορές, το ηλεκτρονικό εμπόριο, τις ασφάλειες, τις εισαγωγές – εξαγωγές, τις τηλεειδοποιήσεις και τις διαπροσωπικές πληρωμές. Φυσικά, τα οφέλη που αποκομίζει ο πελάτης της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι πολλαπλά καθώς η δυνατότητα για άμεση διαχείριση του οικονομικού του χαρτοφυλακίου εύκολα, γρήγορα, 24 ώρες το 24ωρο και χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς συνδυάζεται με την πληθώρα των επιλογών, τη διαφάνεια και την ποιοτικότερη εξυπηρέτηση. Ο πελάτης αποκτά τον απόλυτο έλεγχο των οικονομικών του, γίνεται ο ίδιος τραπεζικός υπάλληλος και εφόσον επιδείξει την απαραίτητη προσοχή κατά τη χρήση των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής, θα αξιοποιήσει τα πλεονεκτήματά της σε μέγιστο βαθμό, χωρίς να ανησυχεί για την ασφάλεια των συναλλαγών του.

Οι τράπεζες ακολουθούν διαφορετικές στρατηγικές ανάπτυξης των υπηρεσιών τους μέσω του διαδικτύου και χαράσσουν προσεκτικά τις κινήσεις τους για την προώθηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Βέβαια, για την αποτελεσματικότερη προώθησή της θα πρέπει να αξιοποιήσουν μια σειρά παραγόντων οι οποίοι θα πείσουν τους χρήστες για την υιοθέτηση των εφαρμογών της με κυριότερους την εκπαίδευση των χρηστών, την πλήρη εκμετάλλευση των δυνατοτήτων της τεχνολογίας, την τμηματοποίηση της αγοράς, την προσφορά ολοκληρωμένων λύσεων, τη σχέση ποιότητας εξυπηρέτησης – κόστους και την έγκαιρη ενημέρωση για τυχόν αλλαγές/νέα.

Από την ανάπτυξη του e-Banking και 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 σημαντικού 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.

Αν και τα οφέλη των πελατών και των τραπεζών είναι εμφανή, ο αρνητικός αντίκτυπος στους εργαζομένους μας συγκρατεί από το να βγάλουμε ένα θετικό γενικό συμπέρασμα συνολικά για την εισαγωγή των ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών στη ζωή μας.

Ενώ από τη μία πλευρά όλες αυτές οι υπηρεσίες έχουν σχεδιαστεί για να κάνουν πιο εύκολες τις συναλλαγές και η παρουσία του πελάτη σε κατάσταση της τράπεζας να μην είναι απαραίτητη, αφού μπορεί να τα κάνει όλα ηλεκτρονικά, από την άλλη πλευρά συναντάμε αρνητικά αποτελέσματα. Αρκετές θέσεις εργασίας θα κρίνονται επισφαλής, λόγω της αντικατάστασης του ανθρώπινου δυναμικού από τα εναλλακτικά τραπεζικά δίκτυα.

Επιπλέον, οι τραπεζικές συναλλαγές θα καταλήξουν απρόσωπες, αφού θα χαθεί η άμεση ανθρώπινη επαφή. Μόνο στην περίπτωση που η συναλλαγή δεν μπορεί να εξυπηρετηθεί ηλεκτρονικά, θα πρέπει να συμφωνηθεί συνάντηση με εκπρόσωπο της τράπεζας, με χρέωση επιπλέον κόστους.

Η χρησιμότητα των εφαρμογών αυτών, αναδεικνύεται όταν οι πελάτες έχουν την διάθεση και την ευελιξία να τις χρησιμοποιήσουν, γεγονός που αποκλείει κατηγορίες ανθρώπων, όπως για παράδειγμα οι ηλικιωμένοι, που επιμένουν να συναλλάσσονται παραδοσιακά για διάφορους λόγους.

6.2 Πρόβλεψη, Μελλοντικές Εξελίξεις και Προτάσεις

Το 2015 αποτέλεσε χρονιά - ορόσημο για τη χρήση καρτών πληρωμών στην ελληνική αγορά, αφού το συνολικό μέγεθος αγορών που πραγματοποιήθηκε με οποιουδήποτε είδους κάρτες (χρεωστικές, πιστωτικές, προπληρωμένες) ανήλθε στα €9 δις., αυξημένο κατά 50% από το προηγούμενο έτος

Η τραπεζική αργία και οι κεφαλαιακοί περιορισμοί εκτόξευσαν την έκδοση των χρεωστικών καρτών στα ύψη, καθώς μέσα σε ένα μήνα ο αριθμός τους ξεπέρασε τις 370.000. Μετά την επιβολή των ελέγχων κεφαλαίου (capital controls) παρουσιάστηκε εντυπωσιακή αύξηση χρήσης των χρεωστικών καρτών τόσο στα ATM όσο και για αγορές. Ενδεικτικά, αναφέρουμε ότι ο τζίρος των αγορών του Δεκεμβρίου 2015 τετραπλασιάστηκε σε σχέση με τον αντίστοιχο του 2014. Οι καταναλωτές έμαθαν πώς να χρησιμοποιούν την κάρτα τους και εκτός του ATM. Αξίζει να σημειωθεί ότι πελάτες άνω των 65 ετών απέκτησαν για πρώτη φορά χρεωστική κάρτα και αφομοίωσαν πολύ γρήγορα τον τρόπο λειτουργίας της, ενώ γεωγραφικά μεγάλη αύξηση σημειώθηκε, εκτός από τα αστικά κέντρα, και στην περιφέρεια.

Οι κάρτες χρησιμοποιήθηκαν και για συναλλαγές μικρότερης αξίας, αλλά και σε επιχειρήσεις που τοποθετήθηκαν νέα POS, λόγω της επιβολής των capital controls. Το 2015 μπορεί να χαρακτηριστεί, λοιπόν, ως έτος καμπής για τη χρεωστική κάρτα, καθώς η εφαρμογή των capital controls ουσιαστικά επέβαλε την επανατοποθέτηση του προϊόντος ως την «ταυτότητά» του στην Τράπεζα. Με δεδομένο το νέο πλαίσιο συναλλαγών, το 2016 αναμένεται να είναι έτος ανάπτυξης των βασικών μεγεθών της χρεωστικής κάρτας.

Συγκεκριμένα η Visa Europe ανακοίνωσε έσοδα €2,31 δισ. - αύξηση 25% σε σχέση με το 2014. Τα έξοδα παρέμειναν στα ίδια επίπεδα για τέταρτη συνεχή χρονιά και η εταιρεία επέστρεψε το ποσό ρεκόρ των €739 εκατομμυρίων στα μέλη της με τη μορφή μετρητών και κοινών επενδυτικών προγραμμάτων.

Η Visa Europe αντιπροσωπεύει €1 σε κάθε €5,70 που δαπανώνται στην Ευρώπη, ενώ ο συνολικός αριθμός των καρτών ανέρχεται στα 522 εκατομμύρια (στοιχεία 12μήνου με Σεπτ. '15), δηλαδή περισσότερες από μία κάρτες Visa ανά ενήλικα. Η χρήση για αγορές αυξήθηκε κατά 7,7% το περασμένο έτος (στα €1,58 τρις.).

Ο CEO της Visa Europe, Nicolas Huss, ανέφερε: «Η νέα Ετήσια Έκθεση δείχνει πως οικονομικά ήταν η πιο επιτυχημένη χρονιά για εμάς. Ταυτόχρονα διατηρήσαμε την διαθεσιμότητα των συστημάτων μας στο 100% για περισσότερους από 100 μήνες στη σειρά και προστατέψαμε την εμπιστοσύνη στο σύστημα πληρωμών, με τα ποσοστά απάτης να βρίσκονται σε χαμηλά επίπεδα ρεκόρ με λιγότερο από 5c για κάθε €100 που δαπανώνται (0,044% μέχρι τον Ιούνιο 2015). Το 2015 ξεπεράσαμε το φράγμα του ενός δισ. ανέπαφων συναλλαγών – με στοιχεία Σεπτεμβρίου έφτασαν το 1,7 δισ. και στην Αγγλία, οι ανέπαφες συναλλαγές αποτελούν σήμερα 1 στις 7 συναλλαγές, σε σύγκριση με 1 στις 25 μόλις πριν ένα χρόνο.

Εισήγαμε επίσης το tokenization, την υπηρεσία που αντικαθιστά τα στοιχεία της κάρτας με ένα token και παρέχει μεγαλύτερη ασφάλεια στις ψηφιακές πληρωμές. Η υπηρεσία αυτή υποστήριξε το λανσάρισμα του Apple Pay στην Αγγλία και θα αποτελέσει την βάση για πολλά ακόμα προϊόντα και υπηρεσίες πληρωμών για τους επόμενους μήνες και χρόνια».

Οι συναλλαγές με κάρτες Visa είχαν ανοδική πορεία και στην Ελλάδα, ωθούμενες κυρίως από τις χρεωστικές κάρτες. Έτσι για το ημερολογιακό έτος 2015, η συνολική χρήση για αγορές ανήλθε σε €4,7 δισ., εκ των οποίων το 46% δαπανήθηκε μέσω χρεωστικών καρτών (€2,2 δισ.). Ο αριθμός συναλλαγών για αγορές με χρεωστικές κάρτες έφτασε τα 37 εκατ. (αύξηση 85%), ενώ ο αριθμός συναλλαγών με πιστωτικές κάρτες είχε αύξηση 8% (37 εκατ.). Ο αριθμός των εταιρικών καρτών έφτασε τις 79.000 (αύξηση 36%), ενώ οι προπληρωμένες κάρτες παρουσίασαν μείωση στην χρήση λόγω των capital controls. Όσον αφορά στη χρήση καρτών Visa για συναλλαγές στο διαδίκτυο, η συνολική δαπάνη έφτασε τα €782 εκατ. (αύξηση 11%) ενώ οι κάρτες ανέπαφων συναλλαγών άγγιξαν το 1,5 εκατ. και τα Contactless τερματικά ξεπέρασαν τις 90.000.

Ο κ. Νίκος Καμπανόπουλος, Γενικός Διευθυντής της Visa Europe για Ελλάδα, Βουλγαρία και Κύπρο, δήλωσε: «Οι καταναλωτές χρησιμοποίησαν περισσότερο τις κάρτες τους πέρυσι – κυρίως τις χρεωστικές – και σε αυτό εκτός από τους γνωστούς λόγους, συνέβαλε και η ανάπτυξη του περιβάλλοντος αποδοχής καρτών και για καθημερινές αγορές μικρότερης αξίας. Πιο συγκεκριμένα, το δεύτερο εξάμηνο του 2015, η χρήση αγορών με όλες τις κάρτες Visa εντός Ελλάδας παρουσίασε αύξηση 80% σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2014, ενώ για τις χρεωστικές κάρτες η αύξηση ήταν της τάξης του 265%! Για το 2016 πιστεύουμε ότι η πορεία αυτή θα συνεχιστεί και θα είναι η χρονιά που οι ψηφιακές πληρωμές θα κάνουν την παρουσία τους ακόμη πιο έντονη και στην χώρα μας».

Πληθαίνουν οι προτάσεις κορυφαίων τραπεζικών στελεχών για ενίσχυση των ηλεκτρονικών συναλλαγών στην χώρα, με αφορμή την τραπεζική αργία και την επιβολή των ελέγχων κεφαλαίων. Στα πολύ σημαντικά οφέλη που μπορεί να έχει η αύξηση των ηλεκτρονικών μέσων συναλλαγών στη μάχη κατά της φοροδιαφυγής, δίνουν έμφαση επιτελικά τραπεζικά στελέχη.

Η γενική διευθύντρια Λιανικής Τραπεζικής της Εθνικής Τράπεζας, Νέλλη Τζάκου – Λαμπροπούλου, επισημαίνει ότι Η Ελλάδα αποτελεί μία κατεξοχήν “κοινωνία μετρητών”, με όλες τις αρνητικές επιπτώσεις που έχει αυτό στην ελληνική Οικονομία. Το κόστος φυσικής διαχείρισης χρήματος για τράπεζες, εμπόρους και καταναλωτές είναι εξαιρετικά υψηλό, και κυμαίνεται ως ποσοστό του ΑΕΠ από 0,15% (σε χώρες που

δεν χρησιμοποιούν πολύ μετρητά όπως οι Σκανδιναβικές), έως 0,45% του ΑΕΠ σε “κοινωνίες μετρητών”, όπως οι χώρες της Νότιας Ευρώπης. Στη χώρα μας πάνω από το 90% των συναλλαγών πληρωμών γίνονται με μετρητά.

Με την επιβολή των capital controls, το τοπίο πληρωμών στην Ελλάδα άλλαξε ραγδαία, τονίζει η κ. Λαμπροπούλου, καθώς τις δύο πρώτες εβδομάδες, μετά την εισαγωγή τους παρατηρήθηκε αύξηση 135% στον αριθμό συναλλαγών, σε σύγκριση με το δεκαπενθήμερο πριν από την επιβολή τους. 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. Παράλληλα, στο Internet Banking πενταπλασιάστηκαν οι εγγραφές νέων χρηστών σε σχέση με τους προηγούμενους μήνες, με πάνω από 150.000 νέους χρήστες, μόνο μέσα στον Ιούλιο (ΠΗΓΗ:ΑΠΕ-ΜΠΕ).

Η δυναμική αυτή αύξηση της χρήσης ηλεκτρονικών μέσων πληρωμής, διατηρήθηκε και ενισχύθηκε και μετά την επερχόμενη χαλάρωση των περιορισμών στο χρηματοπιστωτικό σύστημα. Στόχος είναι να αλλάξει σταδιακά η νοοτροπία πληρωμών στη χώρα, καθώς έχει άμεσα οφέλη, όχι μόνο για τον καταναλωτή και την επιχείρηση, αλλά και για την ελληνική οικονομία.

Το πρόβλημα της φοροδιαφυγής είναι πολύ σημαντικό, όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά σε ολόκληρη την Ευρώπη, όπου σύμφωνα με πρόσφατες εκτιμήσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, ανέρχεται στο 1 τρισεκατομμύριο ευρώ.

Η διαφάνεια και η ανιχνευσιμότητα των ηλεκτρονικών πληρωμών, αποτελούν βασικό όπλο για την πάταξη της φοροδιαφυγής. Η συντονισμένη υλοποίηση ενός 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. Για το σκοπό αυτό, χρειάζεται να θεσπιστούν δημοσιονομικά μέτρα και να δοθούν κίνητρα στους καταναλωτές για την αύξηση της χρήσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών, καθώς και κίνητρα στους εμπόρους και τους ελεύθερους επαγγελματίες για την αύξηση της αποδοχής καρτών.

Από τα παραπάνω γίνεται αντιληπτό πως είναι αδύνατο να εμποδίσουμε την εξέλιξη των τραπεζικών συναλλαγών και τις αλλαγές που θα προκαλέσουν στις τράπεζες, την οικονομία και την κοινωνία μας γενικότερα. Όσον αφορά το ανθρώπινο δυναμικό των τραπεζών, μοιραία θα υπάρχει σημαντική μείωση, κυρίως λόγω της μεταμόρφωσης που υφίσταται το τραπεζικό σύστημα και το κλείσιμο των καταστημάτων που προκαλείται.

Ο αριθμός των υποκαταστημάτων μειώνεται παντού. Ωστόσο, στις ΗΠΑ, για παράδειγμα, ο περισσότερος κόσμος εξακολουθεί να πηγαίνει στο κατάστημα όταν χρειάζεται μια υπηρεσία αντί να χρησιμοποιεί το διαδίκτυο ή το κινητό τηλέφωνο:

Σύμφωνα με την Ομοσπονδιακή Τράπεζα των ΗΠΑ, το 85% των χρηστών τραπεζικών υπηρεσιών μέσω κινητής -οι πιο προηγμένοι τεχνολογικά πελάτες των τραπεζών- εξακολουθούν να χρησιμοποιούν κάποιες φορές τα υποκαταστήματα.

Από καθαρά τεχνικής άποψης, αυτό δεν έχει νόημα. Απλές εργασίες, όπως πληρωμές, μεταφορές, καταθέσεις, μπλοκάρισμα και επανέκδοση πιστωτικών και χρεωστικών καρτών έχουν πλέον τόσο αξιόπιστα αυτοματοποιηθεί που δεν υπάρχει κανένας λόγος να χρησιμοποιεί κανείς πραγματικές υποδομές για να τις εκτελέσει. Σύμφωνα με το Global Banking Annual Review της McKinsey, μια μικρή επιχείρηση στην Ευρώπη είναι 4,5 φορές πιο πιθανό να επιλέξει μια τράπεζα με μια καλή πλατφόρμα στο διαδίκτυο από μία που διαθέτει υποκατάστημα σε κοντινή απόσταση.

Ωστόσο, ο κόσμος εξακολουθεί να επισκέπτεται τα υποκαταστήματα για να μιλήσει στον ταμιά. Μπορεί να το έχει ελαττώσει αλλά η ανάγκη δεν έχει εξαφανιστεί. Οι λόγοι είναι εντελώς ψυχολογικοί. Στην πραγματικότητα δεν είναι ευκολότερο να επιλύσεις ένα ζήτημα επειδή κοιτάς τον ταμιά στα μάτια, από ότι μέσω τηλεφώνου ή e-mail. Και μια τράπεζα με άνετα και ευρύχωρα υποκαταστήματα, δεν μπορεί να είναι καλύτερη από μια ηλεκτρονική τράπεζα που δεν έχει ούτε ένα τούβλο -στην πραγματικότητα, μπορεί να προκαλέσει περισσότερα προβλήματα λόγω του υψηλότερου κόστους- αλλά η φυσική της παρουσία παρέχει μια αίσθηση ασφάλειας.

Στον κόσμο αρέσουν τα πράγματα που μπορεί να δει και να αγγίξει. Αυτός είναι ο λόγος που οι τράπεζες που δραστηριοποιούνται μόνο στο διαδίκτυο έχουν αμελητέο μερίδιο της αγοράς, ακόμη και αν παρέχουν τις ίδιες υπηρεσίες. Η επαφή είναι απαραίτητη, αν και ίσως θα έπρεπε να είναι διαφορετικού είδους από αυτή που παρέχουν οι τράπεζες σήμερα.

Η έκθεση της McKinsey (2/10/2015) προβλέπει ότι μεγάλο μέρος των εσόδων και των κερδών από τις παραδοσιακές επιχειρήσεις λιανικής πώλησης των τραπεζών θα μπορούσε να εξουδετερωθεί από τις νεοσύστατες επιχειρήσεις χρηματοοικονομικών υπηρεσιών μέχρι το 2025.

Η McKinsey πιστεύει μάλιστα ότι ορισμένες τράπεζες θα χρειαστεί να αναλάβουν ρόλο παρόχου υποδομών για τις επιχειρήσεις αυτές. Κάποιες θα αποσυρθούν από τις υπηρεσίες στις οποίες θα ξεχωρίσουν οι νεοφυείς επιχειρήσεις, εστιάζοντας αντ' αυτού, για παράδειγμα, στην εταιρική τραπεζική, που από τη φύση της απαιτεί προσωπική σχέση. Άλλοι θα εξαγοράσουν κάποια από τα start-ups. Στη συνέχεια, θα είναι δελεαστικό να μειώσουν δραστικά το δίκτυό τους. Αυτό δεν θα είναι απαραίτητα σοφή κίνηση: τα γραφεία μπορούν να αξιοποιηθούν καλύτερα με άλλους τρόπους.

Στην έκθεσή της, η McKinsey συμβουλεύει τους τραπεζίτες να επενδύσουν στην οικοδόμηση μια συναισθηματικής σύνδεσης με τους πελάτες, όπως έχουν κάνει επιτυχημένες εταιρείες τεχνολογίας όπως η Apple. Η συμβουλή ακούγεται συχνά κοινότυπη, αλλά περιλαμβάνει την εκπαίδευση των εργαζομένων που έρχονται σε επαφή με τον πελάτη να είναι πιο ζεστοί και λιγότερο αφοσιωμένοι στο να παράσχουν καθαρά τεχνική βοήθεια για την πώληση ενός προϊόντος. Οι πελάτες που χρησιμοποιούν την τεχνολογία για απλές εργασίες θα εκτιμήσουν κατά πάσα πιθανότητα μία παροχή υπηρεσιών ανάλογη αυτής που λαμβάνουν στα υποκαταστήματα της Apple: φιλική και ανεπιτήδευτη.

Η Apple στην πραγματικότητα δεν χρειάζεται το φυσικό δίκτυο υποκαταστημάτων της -μπορεί να πωλεί τα προϊόντα της μέσω άλλων λιανοπωλητών και στο διαδίκτυο- αλλά επιλέγει να κρατήσει τα καταστήματα ανοιχτά επειδή αυτά αποτελούν το ανθρώπινο πρόσωπό της.

Βέβαια, αντίθετα με την παραπάνω άποψη, υπάρχουν προβλέψεις για μετατροπή των τραπεζικών καταστημάτων, σε χώρους έκθεσης. Ήδη πολλές τράπεζες παγκοσμίως επιλέγουν αυτό το μοντέλο εξυπηρέτησης του πελατειακού τους κοινού. Απομένει να δούμε πόσο γρήγορα, εύκολα και ουσιαστικά μπορούν να αφομοιωθούν οι παραπάνω αλλαγές από τις τράπεζες, τους τραπεζικούς υπαλλήλους και τους πελάτες, και κατά πόσο μπορούν να εφαρμοστούν αποτελεσματικά σε γενικευμένη μορφή.

Από την έρευνα που πραγματοποιήσαμε, προκύπτει ξεκάθαρα η αύξηση της χρήσης των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων από τους πελάτες της τράπεζας. Η εξέλιξη αυτή δίνει την δυνατότητα στην τράπεζα να εξυπηρετεί μεγάλο πλήθος πελατών, με τον ίδιο ή μικρότερο αριθμό υπαλλήλων. Επίσης μέσω της αύξησης των συναλλαγών ενισχύεται σημαντικά η κερδοφορία της από την είσπραξη προμηθειών, ενώ μειώνεται το κόστος λειτουργίας της από την εξοικονόμηση υλικών και ανθρώπινων πόρων. Η αυξημένη χρήση των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων λειτουργεί ευεργετικά τόσο για την αξία της τράπεζας, όσο και για την οικονομία γενικότερα, η οποία λειτουργεί σε ταχύτερους ρυθμούς και με μικρότερα κόστη, ξεπερνώντας εμπόδια, όπως η γραφειοκρατία, οι γεωγραφικοί και οι χρονικοί περιορισμοί. Σημαντική επίσης διαπίστωση της μελέτης που έγινε, είναι η ώθηση που έχει προκαλέσει η κρίση ρευστότητας και η επιβολή των capital controls στην ελληνική οικονομία στην αύξηση της χρήσης των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων.

Όλα τα παραπάνω θα ήταν ωφέλιμο να επανεξεταστούν σε μία μελλοντική μελέτη, όταν οι συνθήκες στην ελληνική οικονομία θα είναι πιο ομαλές. Με σκοπό να αξιολογηθούν ο βαθμός χρήσης των εναλλακτικών τραπεζικών δικτύων, και τα αποτελέσματα που αυτά έχουν στην τράπεζα και στην οικονομία γενικότερα.

Παράρτημα Α

Ηλεκτρονική Τραπεζική - Ερωτηματολόγιο για τον πελάτη

Το παρόν ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε στο πλαίσιο μεταπτυχιακής εργασίας του τμήματος διοίκησης επιχειρήσεων του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου (ΑΠΚΥ). Μέσω του ερωτηματολογίου επιδιώκεται η καταγραφή του βαθμού διείσδυσης του πελατολόγιου της Τράπεζας Πειραιώς στα εναλλακτικά δίκτυα (ηλεκτρονική τραπεζική). Τα δεδομένα που συλλέγονται θα τροφοδοτήσουν εργασία ανάλυσης της χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 24 ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής και σχεδιάστηκε έτσι ώστε να απαιτείται λιγότερο από 5 λεπτά να συμπληρωθεί. Δεν είναι ονομαστικό. Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για την συμμετοχή σας.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΦΥΛΛΟ

- ΑΝΔΡΑΣ
- ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56+

ΕΠΙΠΕΔΟ ΜΟΡΦΩΣΗΣ

- ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ
- ΓΥΜΝΑΣΙΟ/ΛΥΚΕΙΟ

- ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΣΧΟΛΗ
- ΑΝΩΤΕΡΗ/ΑΝΩΤΑΤΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ
- ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ

- ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ
- ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ
- ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΑΣ
- ΣΥΝΤΑΞΙΟΥΧΟΣ
- ΑΝΕΡΓΟΣ
- ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ/ΦΟΙΤΗΤΗΣ

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

ΕΧΕΤΕ Η/Υ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΕΧΕΤΕ ΣΥΝΔΕΣΗ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΕΙΤΕ ΑΓΟΡΕΣ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΕΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ;

- 1 ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ
- 1 ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ
- 1 ΦΟΡΑ ΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ
- 1 ΦΟΡΑ ΤΟ ΧΡΟΝΟ

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΠΩΣ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΑΛΛΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΝΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΘΕΙΤΕ ΚΑΙ ΝΑ ΚΑΝΕΤΕ ΒΑΣΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ, ΧΩΡΙΣ ΑΥΤΟ ΝΑ ΑΠΑΙΤΕΙ ΤΗΝ ΦΥΣΙΚΗ ΣΑΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- ΜΕΡΙΚΩΣ

ΕΧΕΤΕ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕΙ ΕΣΤΩ ΚΑΙ ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΚΑΠΟΙΟ ΑΠΟ ΤΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΟ ΑΠΟ ΤΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ; (ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΕΠΙΛΕΞΕΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΑΠΟ ΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ)

- ΚΑΡΤΑ ΑΝΑΛΗΨΗΣ (ΑΤΜ)
- ΛΕΦΤΑ ΣΤΟ ΛΕΠΤΟ
- ΜΗΧΑΝΗΜΑ ΕASY PAY
- WINBANK PHONE BANKING
- WINBANK MOBILE BANKING (APPS)
- WINBANK WEB BANKING (INTERNET)
- WINBANK SMS
- WINBANK ALERTS
- WINBANK ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΧΡΟΝΟΥ ΟΜΙΛΙΑΣ ΚΑΡΤΟΚΙΝΗΤΗΣ
- ΠΑΚΕΤΟ ΠΛΗΡΩΜΩΝ "ΕΞΟΦΛΥΣΗ"
- ΠΕΙΡΑΙΩΣ FREE WIFI
- E-SIGNATURE

ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ ΤΑ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ;

- 1 ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ
- 1 ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ
- 1-5 ΦΟΡΕΣ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ
- 1 ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ

ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΣΗ ΤΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ;

- ΚΑΘΟΛΟΥ
- ΛΙΓΟ
- ΑΔΙΑΦΟΡΟΣ
- ΠΟΛΥ
- ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

ΠΟΙΟ ΑΠΟ ΤΑ ΑΚΟΛΟΥΘΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ ΣΑΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΕΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ; (ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΕΠΙΛΕΞΕΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΑΠΟ ΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ)

- ΚΑΡΤΑ ΑΝΑΛΗΨΗΣ (ΑΤΜ)
- ΛΕΦΤΑ ΣΤΟ ΛΕΠΤΟ
- ΜΗΧΑΝΗΜΑ ΕASY PAY
- WINBANK PHONE BANKING
- WINBANK MOBILE BANKING (APPS)
- WINBANK WEB BANKING (INTERNET)
- WINBANK SMS
- WINBANK ALERTS
- WINBANK ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΧΡΟΝΟΥ ΟΜΙΛΙΑΣ ΚΑΡΤΟΚΙΝΗΤΗΣ
- ΠΑΚΕΤΟ ΠΛΗΡΩΜΩΝ "ΕΞΟΦΛΥΣΗ"
- ΠΕΙΡΑΙΩΣ FREE WIFI
- E-SIGNATURE

ΕΧΕΤΕ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ; ΑΝ ΝΑΙ, ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΣΤΟΝ ΠΙΝΑΚΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ. (ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΕΠΙΛΕΞΕΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΑΠΟ ΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ)

- ΔΙΑΚΟΠΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΜΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΑΝ ΕΧΕΙ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΕΙ Η ΣΥΝΑΛΛΑΓΗ.
- ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΤΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗ
- ΚΡΥΦΕΣ ΧΡΕΩΣΕΙΣ
- ΚΑΘΥΣΤΕΡΗΣΗ ΑΠΑΝΤΗΣΗΣ ΤΗΣ ΚΛΗΣΗΣ ΣΕ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
- ΑΛΛΟ (ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΕ)

ΣΑΣ ΕΧΕΙ ΣΥΜΒΕΙ ΠΟΤΕ ΥΠΟΚΛΟΠΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΣΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΣΑΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕΣΩ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΠΟΙΟ ΑΠΟ ΤΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ; (ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΕΠΙΛΕΞΕΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΑΠΟ ΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ)

- ΚΑΡΤΑ ΑΝΑΛΗΨΗΣ (ΑΤΜ)
- ΛΕΦΤΑ ΣΤΟ ΛΕΠΤΟ

- ● ΜΗΧΑΝΗΜΑ EASY PAY
- ● WINBANK PHONE BANKING
- ● WINBANK MOBILE BANKING (APPS)
- ● WINBANK WEB BANKING (INTERNET)
- ● WINBANK SMS
- ● WINBANK ALERTS
- ● WINBANK ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΧΡΟΝΟΥ ΟΜΙΛΙΑΣ ΚΑΡΤΟΚΙΝΗΤΗΣ
- ● ΠΑΚΕΤΟ ΠΛΗΡΩΜΩΝ "ΕΞΟΦΛΥΣΗ"
- ● ΠΕΙΡΑΙΩΣ FREE WIFI
- ● E-SIGNATURE

ΑΝ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ, ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΛΟΓΟΣ ΠΟΥ ΤΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ; (ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΕΠΙΛΕΞΕΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΑΠΟ ΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ)

- ● ΕΥΚΟΛΙΑ
- ● ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΗΣΗ ΧΡΟΝΟΥ
- ● ΦΘΗΝΟΤΕΡΟ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
- ● ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΣΤΟ ΔΙΚΟ ΜΟΥ ΧΡΟΝΟ ΓΙΑ ΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΧΩΡΙΣ ΤΗ ΠΙΕΣΗ ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ, ΤΟΥ ΩΡΑΡΙΟΥ Ή ΤΟΥ ΥΠΑΛΛΗΛΟΥ
- ● ΔΕΝ ΜΟΥ ΑΡΕΣΕΙ Η ΚΑΘΟΔΗΓΗΣΗ ΣΕ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ

ΑΝ ΚΑΝΕΤΕ ΧΡΗΣΗ, ΔΕΔΟΜΕΝΟΥ ΤΗΣ ΜΕΧΡΙ ΤΩΡΑ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΑΣ, ΘΑ ΠΡΟΤΕΙΝΑΤΕ ΣΕ ΚΑΠΟΙΟΝ ΠΟΥ ΔΕΝ ΕΧΕΙ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΜΕΧΡΙ ΤΩΡΑ, ΝΑ ΤΟ ΚΑΝΕΙ;

- ● ΝΑΙ
- ● ΟΧΙ

ΕΑΝ ΔΕΝ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ, ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΛΟΓΟΣ; (ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΕΠΙΛΕΞΕΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΑΠΟ ΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ)

- ● ΕΛΛΕΙΠΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑ
- ● ΠΟΛΥΠΛΟΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ
- ● ΔΕΝ ΕΧΩ ΕΠΑΡΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ
- ● ΠΡΟΤΙΜΩ ΤΗΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ

ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ VS ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΑΠΟ ΥΠΑΛΛΗΛΟ

ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΠΩΣ ΤΟ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΑΘΕΙ ΠΛΗΡΩΣ ΣΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΑΠΟ ΤΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ;

- ● ΝΑΙ
- ● ΌΧΙ

- ΜΕΡΙΚΩΣ, ΣΕ ΣΥΝΔΙΑΣΜΟ ΜΕ ΤΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ

ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΠΩΣ ΟΙ ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΠΡΟΩΘΟΥΝ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΜΕ ΣΚΟΠΟ ΤΗΝ ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ, ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΣΥΝΕΠΕΙΑ ΤΗΝ ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΒΟΛΗ ΤΩΝ CAPITAL CONTROLS ΚΑΙ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ

ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΒΟΛΗ ΤΩΝ CAPITAL CONTROLS ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, Η ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΑΥΞΗΘΗΚΕ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Παράρτημα Β

Ηλεκτρονική Τραπεζική - Ερωτηματολόγιο για τον υπάλληλο

Το παρόν ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε στο πλαίσιο μεταπτυχιακής εργασίας του τμήματος διοίκησης επιχειρήσεων του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου (ΑΠΚΥ). Μέσω του ερωτηματολογίου επιδιώκεται η καταγραφή του βαθμού διείσδυσης του προσωπικού της Τράπεζας Πειραιώς στα εναλλακτικά δίκτυα (ηλεκτρονική τραπεζική). Τα δεδομένα που συλλέγονται θα τροφοδοτήσουν εργασία ανάλυσης της χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 22 ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής και σχεδιάστηκε έτσι ώστε να απαιτείται λιγότερο από 5 λεπτά να συμπληρωθεί. Δεν είναι ονομαστικό. Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για την συμμετοχή σας.

ΦΥΛΛΟ

- ΑΝΔΡΑΣ
- ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ

- 18-25
- 26-35
- 35-45
- 46-55
- 56+

ΕΠΙΠΕΔΟ ΜΟΡΦΩΣΗΣ

- ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

- ΓΥΜΝΑΣΙΟ/ΛΥΚΕΙΟ
- ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΣΧΟΛΗ
- ΑΝΩΤΕΡΗ/ΑΝΩΤΑΤΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ
- ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ

ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΟΥ ΠΡΟΕΡΧΕΣΤΕ (ΕΠΙΛΕΞΤΕ)

- ΠΕΙΡΑΙΩΣ
- ΑΓΡΟΤΙΚΗ
- ΚΥΠΡΟΥ
- ΕΛΛΗΝΙΚΗ
- CPB
- MILLENIUM
- ΓΕΝΙΚΗ

ΕΧΕΤΕ Η/Υ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΕΧΕΤΕ ΣΥΝΔΕΣΗ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΕΙΤΕ ΑΓΟΡΕΣ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΕΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ

- 1 ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ
- 1 ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ
- 1 ΦΟΡΑ ΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ
- 1 ΦΟΡΑ ΤΟ ΧΡΟΝΟ

ΕΧΕΤΕ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕΙ ΕΣΤΩ ΚΑΙ ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΚΑΠΟΙΟ ΑΠΟ ΤΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΟ ΑΠΟ ΤΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ; (ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΕΠΙΛΕΞΕΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΑΠΟ ΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ)

- ΚΑΡΤΑ ΑΝΑΛΗΨΗΣ (ΑΤΜ)
- ΛΕΦΤΑ ΣΤΟ ΛΕΠΤΟ

- ● ΜΗΧΑΝΗΜΑ EASY PAY
- ● WINBANK PHONE BANKING
- ● WINBANK MOBILE BANKING (APPS)
- ● WINBANK WEB BANKING (INTERNET)
- ● WINBANK SMS
- ● WINBANK ALERTS
- ● WINBANK ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΧΡΟΝΟΥ ΟΜΙΛΙΑΣ ΚΑΡΤΟΚΙΝΗΤΗΣ
- ● ΠΑΚΕΤΟ ΠΛΗΡΩΜΩΝ "ΕΞΟΦΛΥΣΗ"
- ● ΠΕΙΡΑΙΩΣ FREE WIFI
- ● E-SIGNATURE

ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ ΤΑ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ;

- ● 1 ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ
- ● 1 ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ
- ● 1-5 ΦΟΡΕΣ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ
- ● 1 ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ

ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΣΗ ΤΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ;

- ● ΚΑΘΟΛΟΥ
- ● ΛΙΓΟ
- ● ΑΔΙΑΦΟΡΟΣ
- ● ΠΟΛΥ
- ● ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

ΠΟΙΟ ΑΠΟ ΤΑ ΑΚΟΛΟΥΘΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ ΣΑΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΕΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ; (ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΕΠΙΛΕΞΕΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΑΠΟ ΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ)

- ● ΚΑΡΤΑ ΑΝΑΛΗΨΗΣ (ΑΤΜ)
- ● ΛΕΦΤΑ ΣΤΟ ΛΕΠΤΟ
- ● ΜΗΧΑΝΗΜΑ EASY PAY
- ● WINBANK PHONE BANKING
- ● WINBANK MOBILE BANKING (APPS)
- ● WINBANK WEB BANKING (INTERNET)
- ● WINBANK SMS
- ● WINBANK ALERTS
- ● WINBANK ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΧΡΟΝΟΥ ΟΜΙΛΙΑΣ ΚΑΡΤΟΚΙΝΗΤΗΣ
- ● ΠΑΚΕΤΟ ΠΛΗΡΩΜΩΝ "ΕΞΟΦΛΥΣΗ"
- ● ΠΕΙΡΑΙΩΣ FREE WIFI
- ● E-SIGNATURE

ΕΧΕΤΕ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ; ΑΝ ΝΑΙ, ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΣΤΟΝ ΠΙΝΑΚΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ. (ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΕΠΙΛΕΞΕΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΑΠΟ ΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ)

- ΔΙΑΚΟΠΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΜΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΑΝ ΕΧΕΙ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΕΙ Η ΣΥΝΑΛΛΑΓΗ.
- ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΤΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗ
- ΚΡΥΦΕΣ ΧΡΕΩΣΕΙΣ
- ΚΑΘΥΣΤΕΡΗΣΗ ΑΠΑΝΤΗΣΗΣ ΤΗΣ ΚΛΗΣΗΣ ΣΕ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
- ΑΛΛΟ (ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΕ)

ΣΑΣ ΕΧΕΙ ΣΥΜΒΕΙ ΠΟΤΕ ΥΠΟΚΛΟΠΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΣΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΣΑΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕΣΩ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΤΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΠΟΙΟ ΑΠΟ ΤΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ; (ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΕΠΙΛΕΞΕΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΑΠΟ ΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ)

- ΚΑΡΤΑ ΑΝΑΛΗΨΗΣ (ΑΤΜ)
- ΛΕΦΤΑ ΣΤΟ ΛΕΠΤΟ
- ΜΗΧΑΝΗΜΑ ΕASY PAY
- WINBANK PHONE BANKING
- WINBANK MOBILE BANKING (APPS)
- WINBANK WEB BANKING (INTERNET)
- WINBANK SMS
- WINBANK ALERTS
- WINBANK ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΧΡΟΝΟΥ ΟΜΙΛΙΑΣ ΚΑΡΤΟΚΙΝΗΤΗΣ
- ΠΑΚΕΤΟ ΠΛΗΡΩΜΩΝ "ΕΞΟΦΛΥΣΗ"
- ΠΕΙΡΑΙΩΣ FREE WIFI
- E-SIGNATURE

ΑΝ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ, ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΛΟΓΟΣ ΠΟΥ ΤΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ; (ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΕΠΙΛΕΞΕΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΑΠΟ ΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ)

- ΕΥΚΟΛΙΑ
- ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΗΣΗ ΧΡΟΝΟΥ

- ΦΘΗΝΟΤΕΡΟ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
- ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΣΤΟ ΔΙΚΟ ΜΟΥ ΧΡΟΝΟ ΓΙΑ ΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΧΩΡΙΣ ΤΗ ΠΙΕΣΗ ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ, ΤΟΥ ΩΡΑΡΙΟΥ Ή ΤΟΥ ΥΠΑΛΛΗΛΟΥ
- ΔΕΝ ΜΟΥ ΑΡΕΣΕΙ Η ΚΑΘΟΓΗΣΗ ΣΕ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ

ΑΝ ΚΑΝΕΤΕ ΧΡΗΣΗ, ΔΕΔΟΜΕΝΟΥ ΤΗ ΜΕΧΡΙ ΤΩΡΑ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΑΣ, ΘΑ ΠΡΟΤΕΙΝΑΤΕ ΣΕ ΚΑΠΟΙΟΝ ΠΟΥ ΔΕΝ ΕΧΕΙ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΜΕΧΡΙ ΤΩΡΑ, ΝΑ ΤΟ ΚΑΝΕΙ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΕΑΝ ΔΕΝ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ, ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΛΟΓΟΣ; (ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΕΠΙΛΕΞΕΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΑΠΟ ΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ)

- ΕΛΛΕΙΠΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑ
- ΠΟΛΥΠΛΟΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ
- ΔΕΝ ΕΧΩ ΕΠΑΡΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ
- ΠΡΟΤΙΜΩ ΤΗΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ

ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΠΩΣ ΤΟ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΑΘΕΙ ΣΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΑΠΟ ΤΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- ΜΕΡΙΚΩΣ

ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΠΩΣ ΟΙ ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΠΡΟΩΘΟΥΝ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΜΕ ΣΚΟΠΟ ΤΗΝ ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ, ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΣΥΝΕΠΕΙΑ ΤΗΝ ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΒΟΛΗ ΤΩΝ CAPITAL CONTROLS ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, Η ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΑΥΞΗΘΗΚΕ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Βιβλιογραφία

- Αγγέλης Β. (2005) Η Βίβλος του E- banking, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα
- Βλαχοπούλου Μ. (1999) e – marketing, Πληροφοριακά συστήματα – Νέες τεχνολογίες στο Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Rosili, Αθήνα
- Γεωργόπουλος Δ. (2003) Online εξυπηρέτηση πελατών: ο καθοριστικός παράγοντας για την επιτυχία του e – banking, Δελτίο ΕΕΤ Γ΄ Τριμηνία
- Γιαννακοπούλου Α. και Κυρέζης Ν. (2003) Έρευνα για την αξιολόγηση των τραπεζών μέσω των ιστοσελίδων τους, Δελτίο ΕΕΤ Γ΄ Τριμηνία
- E – business Forum (2004) Ηλεκτρονικές Πληρωμές προβλήματα και προοπτικές
- Ένωση Ελληνικών Τραπεζών (2002) E – banking
- Ένωση Ελληνικών Τραπεζών (2000) E – banking: νέοι ορίζοντες στο τραπεζικό επιχειρείν
- Καραγεωργίου Ε. (2003) ηλεκτρονική Τραπεζική – Στροφή από τις Τράπεζες στα εναλλακτικά δίκτυα, Δελτίο ΕΕΤ Γ΄ Τριμηνία
- Καρακερέζης Α. (Νοέμβριος 1999) Σύγχρονες τάσεις στρατηγικών στην ηλεκτρονική τραπεζική, Manager περιοδικό της ΕΕΔΕ
- Καρέκλης Π. (2003) Επιπτώσεις του internet στη λειτουργία και κερδοφορία των επιχειρήσεων, Οφέλη από τη χρήση υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής, Δελτίο ΕΕΤ Γ΄ Τριμηνία
- Κασκαβέλης Χ. (2002) E – banking: Τι επιφυλάσσει το μέλλον, E – banking forum
- Κεφαλάς Χ. (2001) Η λειτουργία των ελληνικών τραπεζών στο περιβάλλον ONE, ΕΕΤ
- Λυμπερόπουλος Κ. (1994) Στρατηγικό τραπεζικό μάρκετινγκ
- Μαυρογιάννης Δ. (2003) Ασφάλεια ηλεκτρονικών συναλλαγών, Δελτίο ΕΕΤ Γ΄ Τριμηνία

- Μήτρακας Α. (2003) Οι ηλεκτρονικές υπογραφές στο Ελληνικό και Ευρωπαϊκό δίκαιο: ζητήματα εφαρμογών στον τραπεζικό τομέα, Δελτίο ΕΕΤ Γ' Τριμηνία
- Μυρτίδης Δ. (2008) Μέσα Τραπεζικής Εργασίας, Έκδοση Β', Τραπεζική Πληροφορική, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα
- Mitnick K. (2003) Η Τέχνη της απάτης – ο ανθρώπινος παράγοντας στην ασφάλεια
- Παπαγεωργίου Χ. (2003) Τραπεζικές συναλλαγές μέσω internet
- Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορικής, Έρευνα χρήσης τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας (2007).
- Public issue, Στατιστική Μελέτη (05/05/2007 – 13/06/2007)
- Συρμακέζης Σ. (2003) Όλα όσα θέλετε να μάθετε για τις ηλεκτρονικές πληρωμές και εισπράξεις, Δελτίο ΕΕΤ Γ' Τριμηνία
- Τσάμης Α. (2003) Εξελίξεις, διαπιστώσεις και διλήμματα στη σύγχρονη ηλεκτρονική τραπεζική, Δελτίο ΕΕΤ Γ' Τριμηνία
- Χατζηκωνσταντής Λ. (2003) Τάσεις και προκλήσεις για την αγορά της ηλεκτρονικής τραπεζικής, E – banking forum
- Adams G. (2003) The e – business revolution and the new economy: Economics after the dot.com crash, South – Western Educations Publishing
- Carlson J., Furst K., Lang W. and Nolle D., (2000) Internet Banking: Market Developments and Regulatory Issues, Society of Government Economists Conference
- David A. Yorke (1982), The Definition of Market Segments for Banking Services, European Journal of Marketing, Vol. 16 Iss: 3, pp. 14-22
- Deloitte Research (2000) Myth Versus Reality in Financial Services. What your Customers Really Want: A Global Assessment by Deloitte Consulting and Deloitte Tonche Tohmatsu

East R., Hammond K., Lomax W., (2008), Measuring the Impact of Positive and Negative Word of Mouth on Brand Purchase Probability, International Journal of Research in Marketing, Vol. 25, Iss: 3, pp 215-224

Hamilton C. (2003) Online service: Finance best practice, Forester research (2003)

Harrison T. (2000) Financial Services Marketing, Financial Times, Prentice Hall, Pearson Education, Harlow

Pulse EFT Association (2001) Internet Payments

Sciglimpaglia D., Ely D. (2000) Internet Banking: A Customer – centric perspective, Hawaii International Conference on System Sciences

Semovitz A., Godn S., Kawasaki G., (2009) Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking, Rev. Edition, Kaplan Publishing, New York

Singh S., Chhatwal S., Yahyabhoy T. & Heng Y., (2002) Dynamics of Innovation in E – Banking, ECIS, Conference Paper

Sirmakezis S. (2003) Electronic Banking: Serving the customer through multiple channels, International Conference, The modern Bank

Sohail S. & Shanmugham B., (2003), E - banking and customer preferences in Malaysia: An empirical investigation, Information Sciences, Vol. 150, No 3-4, p.p. 207-217

Witt R., Bruce G. (1972) Group Influence and Brand Choice Congruence, Journal of Marketing Research, Vol 9 Iss 4, pp 440-443.

Yibin M. (2003) E – Banking: Status, Trends, Challenges and Policy Issues, Working Paper presents at CBRC Seminar The Development and Supervision of E - banking

<http://thenextweb.com/insider/2015/12/14/banks-of-the-future-are-already-here/#gref>

<http://www.kathimerini.gr/470061/article/oikonomia/epixeirhseis/h-xrhsh-ennialaktikwn-diktywn-trapezwn-ay3anetai-synexws>

http://www.bankwars.gr/%CF%80%CF%81%CE%BF%CF%84%CE%AC%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CE%BA%CE%BF%CF%81%CF%85%CF%86%CE%B1%CE%AF%CF%89%CE%BD-%CF%84%CF%81%CE%B1%CF%80%CE%B5%CE%B6%CE%B9%CE%BA%CF%8E%CE%BD-%CF%83%CF%84%CE%B5%CE%BB/?utm_source=dlvr.it&utm_medium=facebook

<http://www.capital.gr/bloomberg-news/3068431/antexoun-sto-xrono-ta-upokatastimata-ton-trapezon>

<http://www.businessnews.gr/article/29731/visa-europe-simantiki-ayxisi-hrisis-tis-hreostikis-kartas-stin-ellada>

<http://www.piraeusbank.gr/el/Idiwtes>

<http://www.piraeusbank.gr/el/idiwtes/trapezikes-ypiresies/e-banking>

<http://www.bankofgreece.gr/Pages/default.aspx>

<http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Statistics/monetary/default.aspx>