



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ
ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ
ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητής: Καραδημητρίου Ευστάθιος, ΔΕ765
Επιβλέπων: Αρακαδάκης Α. Γεώργιος

©
2020



HELLENIC MEDITERRANEAN UNIVERSITY

**SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS
SCIENCE**

**DEPARTMENT OF MANAGMENT SCIENCE AND
TECHNOLOGY**

**EVALUATION AND COMPARISON
OF ONLINE BANKING SYSTEMS**

DIPLOMA THESIS

Student : Karadimitriou Efstathios, DE765

Supervisor: Arakadakis A. George

©
2020

Υπεύθυνη Δήλωση : Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του ΕΛ.ΜΕ.ΠΑ.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Με την εξάπλωση του διαδικτύου ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις αναβαθμίζονται και δημιουργούν ψηφιακές υποδομές τις οποίες οι πελάτες χρησιμοποιούν για να βελτιώσουν την καθημερινότητα τους. Η παρούσα πτυχιακή είναι μια προσπάθεια σύγκρισης και αξιολόγησης των προσφερόμενων e-υπηρεσιών των τραπεζικών ιδρυμάτων στα Ελληνικά δεδομένα. Στα τελευταία κεφάλαια γίνεται εκτεταμένη έρευνα των υπηρεσιών που προσφέρουν οι τράπεζες και με τη μορφή ερωτηματολογίου συγκεντρώνονται δεδομένα γύρω από την χρήση των υπηρεσιών αυτών από τους πελάτες και τα περιθώρια βελτίωσης τους.

Λέξεις Κλειδιά : Ηλεκτρονική τραπεζική, Ασφάλεια ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών, Κινητή ηλεκτρονική τραπεζική, ηλεκτρονικές υπηρεσίες, εμπειρία πελάτη στην ηλεκτρονική τραπεζική

ABSTRACT

While the Internet coverage is widely spreading every moment we talk, more and more companies are upgrading and creating digital infrastructure for their customers to improve their daily lives. This dissertation is an attempt to compare and evaluate the electronic services offered by banking institutions in the Greek market. In the last chapters, extensive research is done on the services offered by banks and by using a questionnaire, data are collected on the use of these e-services by customers and what the customers would change in their e-banking experience so far.

Key Words: e-banking in GR, digital banking transformation, UX in banking, online payments, mobile transactions

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ	5
ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	6
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	7
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	9
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ	9
1.1 Ηλεκτρονική Τραπεζική (Ορισμός)	9
1.2 Ιστορική Αναδρομή	9
1.2.1 Ψηφιακός μετασχηματισμός στον Τραπεζικό κλάδο	9
1.2 Είδη ηλεκτρονικής τραπεζικής	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	16
Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	16
2.1 Η Ηλεκτρονική Τραπεζική στην Ελλάδα	16
2.2 Η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών στην Ελλάδα	17
2.3 Λόγοι χρήσης του διαδικτύου στην Ελλάδα	18
2.4 Πλεονεκτήματα χρήσης e-banking	19
2.4.1 Πελάτες	19
2.4.2 Τραπεζικά Ιδρύματα	21
2.5 Μειονεκτήματα χρήσης e-banking	22
2.5.1 Πελάτες	22
2.5.2 Τραπεζικά Ιδρύματα	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	25
ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ	25
3.1 Χαρακτηριστικά της ασφάλειας	25
3.2 Κατηγορίες ηλεκτρονικών επιθέσεων	26
3.3 Μέτρα που μπορούν να λάβουν οι χρήστες για την προστασία τους	29
3.4 Η ευθύνη των τραπεζικών ιδρυμάτων	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	36
Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	36
4.1 Εθνική Τράπεζα	36
4.2 Alpha Bank	42
4.3 Eurobank	50
4.4 Τράπεζα Πειραιώς	55
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	62
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ	62
5.1 Σκοπός Έρευνας	62
5.2 Μεθοδολογία έρευνας	63
5.3 Ανάλυση των δεδομένων της έρευνας	64
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6	65
ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ	65
6.1 Μελέτη περίπτωσης – Δυνατότητες ηλεκτρονικής τραπεζικής	65
6.1.1 Phone Banking	65
6.1.2 Internet Banking	69
6.1.3 e-BrancheS	74
6.1.4 Mobile Applications	76

6.2 Αποτελέσματα Ερωτηματολογίου	79
6.2.1 Γενικά στοιχεία	79
6.2.2 Χρήστες συστημάτων ηλεκτρονικής τραπεζικής.....	82
6.2.3 Άτομα που δεν χρησιμοποιούν τα συστήματα ηλεκτρονικής τραπεζικής	104
6.2.4 Περιθώρια βελτίωσης του e-banking.....	105
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7	108
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	108
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	110
Α. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ	110
Β. ΕΛΛΗΝΙΚΗ.....	110
Γ. ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ	111
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α	112

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1.1 Πίνακας δυνατοτήτων Phone Banking.....	66
Πίνακας 1.2 Πίνακας δυνατοτήτων – internet banking (web & app 1/3).....	69
Πίνακας 1.3 Πίνακας δυνατοτήτων – internet banking (web & app 2/3).....	71
Πίνακας 1.4 Πίνακας δυνατοτήτων – internet banking (web & app 3/3).....	73
Πίνακας 1.5 Πίνακας δυνατοτήτων – mobile applications.....	74
Πίνακας 1.6 Πίνακας δυνατοτήτων – mobile applications.....	77

ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Σχεδιάγραμμα 1.1 Πρόσβαση στο Internet από την κατοικία	17
Σχεδιάγραμμα 1.2 Πρόσβαση στο Internet από κινητή συσκευή	18
Σχεδιάγραμμα 1.3 Φύλο-Ηλικία-Μόρφωση	79
Σχεδιάγραμμα 1.4 Τόπος Διαμονής & Εισόδημα	80
Σχεδιάγραμμα 1.5 Εξοικείωση με νέες τεχνολογίες – προτίμηση τραπεζών	81
Σχεδιάγραμμα 1.6 Συχνότητα επίσκεψης καναλιών και ποσοστό χρήσης e-banking	81
Σχεδιάγραμμα 1.7 Κύρια τράπεζα ηλεκτρονικών συναλλαγών	83
Σχεδιάγραμμα 1.8 Συσκευή και τόπος σύνδεσης στο e-banking	84
Σχεδιάγραμμα 1.9 Συχνότητα επιλογής καναλιών εξυπηρέτησης.....	84
Σχεδιάγραμμα 1.10 Συχνότητα χρήσης e-banking και λόγοι επιλογής ηλ. συναλλαγών	85
Σχεδιάγραμμα 1.11 Συχνότερες συναλλαγές μέσω e-banking	86
Σχεδιάγραμμα 1.12 Περιβάλλον χρήστη	87
Σχεδιάγραμμα 1.13 Ευκολία πραγματοποίησης πληρωμών	88
Σχεδιάγραμμα 1.14 Πληθώρα επιλογών πληρωμών.....	89
Σχεδιάγραμμα 1.15 Μεταφορές χρημάτων.....	90
Σχεδιάγραμμα 1.16 Προβολή υπολοίπου λογαριασμών	91
Σχεδιάγραμμα 1.17 Αναζήτηση τραπεζικών προϊόντων	92
Σχεδιάγραμμα 1.18 Άνοιγμα νέων λογαριασμών	93
Σχεδιάγραμμα 1.19 IRIS & PaF Payments	94
Σχεδιάγραμμα 1.20 i-Bank Pass	95
Σχεδιάγραμμα 1.21 myAlpha Wallet	96
Σχεδιάγραμμα 1.22 e-loan	97
Σχεδιάγραμμα 1.23 e-branch καταστημάτων	98
Σχεδιάγραμμα 1.24 Digital customer onboarding	99
Σχεδιάγραμμα 1.25 v-banking	100
Σχεδιάγραμμα 1.26 υιοθέτηση νέων e-υπηρεσιών	101
Σχεδιάγραμμα 1.27 Ευκολία χρήσης - Νέος πελάτης στην πλατφόρμα.....	102
Σχεδιάγραμμα 1.28 Open Banking	103
Σχεδιάγραμμα 1.29 πρόταση χρήσης e-banking σε τρίτους.....	103
Σχεδιάγραμμα 1.30 Λόγοι μη χρήσης του e-banking	104
Σχεδιάγραμμα 1.31 Μη χρήστες e-banking ανά τράπεζα.....	105

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Στα πλαίσια της πτυχιακής μου εργασίας θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους καθηγητές του Τμήματος για όλες τις γνώσεις που μου μετέδωσαν στην μέχρι στιγμής ακαδημαϊκής μου ζωής και με έκαναν καλύτερο άνθρωπο.

Στη συνέχεια θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου, κ. Αρακαδάκη Α. Γεώργιο για την καθοδήγησή και τις πολύτιμες συμβουλές του καθ' όλη τη διάρκεια της εκπόνησης της παρούσας πτυχιακής εργασίας.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου για την υποστήριξη που μου προσέφερε σε όλα τα χρόνια των σπουδών μου.

Η παρούσα πτυχιακή εργασία είναι αφιερωμένη στην γιαγιά μου

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια λόγω της συνεχώς αυξανόμενης πορείας της εξάπλωσης του διαδικτύου, βιώνουμε την ανάγκη των επιχειρήσεων να εξελιχθούν. Οι επιχειρήσεις με την βοήθεια του διαδικτύου δημιουργούν μια ισχυρή παρουσία, πραγματοποιούν στοχευμένες ενέργειες marketing και δίνουν την δυνατότητα να πραγματοποιούν online συναλλαγές.

Τα τραπεζικά ιδρύματα φυσικά δεν θα μπορούσαν να αποτελούν εξαίρεση αυτής της αλλαγής. Με γνώμονα τον πελάτη, οι τράπεζες δημιουργούν καινοτόμες υπηρεσίες, βελτιώνοντας και απλουστεύοντας την καθημερινότητα τους.

Όπως στην πραγματική ζωή έτσι και στο διαδίκτυο κρύβονται σοβαροί κίνδυνοι για τους πελάτες. Οι τράπεζες οφείλουν να προστατεύουν τους πελάτες τους κατά τη χρήση των ηλεκτρονικών συστημάτων τραπεζικής. Κύριο μέλημα επίσης των χρηστών είναι να μάθουν πως να πλοηγούνται online με έναν ασφαλή τρόπο, ειδικά όταν εισάγουν ευαίσθητες πληροφορίες όπως πληροφορίες τραπεζικών καρτών.

Η παρούσα πτυχιακή αποτελεί μια προσπάθεια έρευνας της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα, τους κινδύνους που κρύβονται αλλά και την στάση των τραπεζικών ιδρυμάτων απέναντι σε αυτούς. Γίνεται ανάλυση των πλεονεκτημάτων αλλά και των μειονεκτημάτων στην χρήση των e-banking συστημάτων. Τέλος, πραγματοποιείται σύγκριση στις προσφερόμενες ηλεκτρονικές υπηρεσίες των τεσσάρων μεγάλων τραπεζών στην Ελλάδα, και τέλος με τη χρήση ερωτηματολογίου εξάγονται συμπεράσματα σχετικά με τη χρήση e-banking συστημάτων των πελατών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

1.1 Ηλεκτρονική Τραπεζική (Ορισμός)

Με τον ορό ηλεκτρονική τραπεζική (E-banking) εννοούμε την δυνατότητα που δίνει ένα τραπεζικό ίδρυμα στους πελάτες του να πραγματοποιεί ένα μεγάλο εύρος συναλλαγών και να αξιοποιεί υπηρεσίες που προσφέρονται από την τράπεζα χωρίς να χρειάζεται η φυσική του παρουσία, μέσω του διαδικτύου. (Αγγελής, 2005).

Ο πελάτης, μπορεί με την χρήση των ψηφιακών του συσκευών οι οποίες είναι συνδεδεμένες στο Internet να πραγματοποιεί καθημερινές συναλλαγές όπως για παράδειγμα έλεγχο του υπολοίπου του λογαριασμού του, μεταφορές χρήματος προς τρίτους λογαριασμούς αλλά και πληρωμές ΔΕΚΟ. Ακόμα, σε μερικές τράπεζες δίνεται πλέον η δυνατότητα ακόμα και πραγματοποίηση σύνθετων συναλλαγών που στα προηγούμενα χρόνια φάνταζε δύσκολο όπως το άνοιγμα ενός νέου λογαριασμού ή έκδοση χρεωστικής & πιστωτικής κάρτας.

Οι συναλλαγές αυτές πραγματοποιούνται είτε μέσω του πιστοποιημένου ιστότοπου της εκάστοτε τράπεζας (Web banking), είτε μέσω από την εφαρμογή που έχει αναπτυχθεί για τις φορητές συσκευές των πελατών (Mobile banking). Η τράπεζα πλέον μπορεί να μην έχει στην κατοχή της φυσικά καταστήματα και να υπάρχει μόνο ηλεκτρονικά (π.χ PayPal). Ο πελάτης είναι πλέον μερικά κλικ μακριά από το να αποκτήσει πρόσβαση στον λογαριασμό του με την προϋπόθεση ότι διαθέτει τα διαπιστευτήρια για να συνδεθεί στην ηλεκτρονική πλατφόρμα της τράπεζας.

1.2 Ιστορική Αναδρομή

1.2.1 Ψηφιακός μετασχηματισμός στον Τραπεζικό κλάδο

Σύμφωνα με το παραδοσιακό τραπεζικό μοντέλο ο πελάτης προκειμένου να αλληλεπιδράσει με τον λογαριασμό του ή να τακτοποιήσει τις εκκρεμότητες του προς την τράπεζα ήταν αναγκαίο είτε να παρευρεθεί στο κατάστημα σε συγκεκριμένο ωράριο λειτουργίας αν ήταν εφικτό ή να πραγματοποιήσει τις συναλλαγές του μέσω ενός αυτόματου μηχανήματος

(ATM). Το μοντέλο αυτό δεν ευνοούσε τον πελάτη καθώς είχε συγκεκριμένα χρονικά πλαίσια στα οποία μπορούσε να εξυπηρετηθεί από χρονικής και γεωγραφικής πλευράς.

Η εξάπλωση των έξυπνων συσκευών και το συνεχώς αυξανόμενο σε ταχύτητα Internet άλλαξε τις ανάγκες των πελατών καθώς όλο και περισσότεροι άνθρωποι άρχισαν να αγοράζουν προϊόντα και υπηρεσίες μέσω του Internet. (Nixon & Dixon, 2000). Τα τραπεζικά ιδρύματα συνεπώς έπρεπε να βρουν έναν τρόπο να προσαρμοστούν στην αλλαγή αυτή προς το digital και έπρεπε να χαράξουν πλέον μια καινούρια στρατηγική προκειμένου να καλύψουν τις ανάγκες των πελατών τους με την χρήση των νέων τεχνολογιών. Η στρατηγική των τραπεζικών ιδρυμάτων χρειάστηκε να επανεξεταστεί και να επικεντρωθεί περισσότερο στον πελάτη (πελατοκεντρική προσέγγιση), να εξετάσει τις συνήθειες του και την καθημερινότητά του και να χτίσει προϊόντα και υπηρεσίες για πολλαπλά προφίλ ατόμων αλλά και μια ολοκληρωμένη πλατφόρμα από την οποία θα είναι σε θέση να τα διαχειρίζεται χωρίς περιορισμούς όποτε εκείνος το επιθυμεί.

Συνεπώς τα χρηματοοικονομικά ιδρύματα προσφέρουν μια αναβαθμισμένη τραπεζική εμπειρία στους πελάτες τους μέσω διαφορετικών καναλιών εξυπηρέτησης τα οποία όμως είναι συνδεδεμένα μεταξύ τους αξιοποιώντας τους πόρους του διαδικτύου (omni-channel). Οι πελάτες πλέον μπορούν να αλληλοεπιδρούν με τον τραπεζικό τους λογαριασμό σε πραγματικό χρόνο και χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς (Αγγελής, 2005).

Δεν πρόκειται για άλλο ένα κανάλι της τράπεζας από το οποίο μπορεί να εξυπηρετεί τις ανάγκες των πελατών της, αλλά για την ίδια την τράπεζα στημένη σε ένα ψηφιακό περιβάλλον πλήρως λειτουργική και εξατομικευμένη ανάλογα με το προφίλ του πελάτη που απευθύνεται.

Προκειμένου να επιτευχθεί κάτι τόσο μεγάλο και σύνθετο όπως αυτό, τα χρηματοοικονομικά ιδρύματα έπρεπε να έρθουν σε επαφή με τις νέες τεχνολογίες και να επανεξετάσουν τον τρόπο που λειτουργούν, να θέσουν προτεραιότητες και να βάλουν στο επίκεντρο τον πελάτη ώστε να του προσφέρουν έξυπνες λύσεις πάνω στις καθημερινές του ανάγκες.

1.2 Είδη ηλεκτρονικής τραπεζικής

Η ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking) μπορεί να διαιρεθεί σε τέσσερα είδη τα οποία επικοινωνούν μεταξύ τους μέσω από τα οποία μπορούν να πραγματοποιηθούν ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές. Πιο συγκεκριμένα, το e-banking μπορεί να κατηγοριοποιηθεί σε:

Συναλλαγές μέσω ATM (ATM banking), Τραπεζική μέσω τηλεφώνου(Phone banking), Τραπεζική μέσω διαδικτύου(Internet banking), Τραπεζική μέσω έξυπνου κινητού τηλεφώνου(Mobile banking) και τέλος Τραπεζική μέσω Έξυπνων ρολογιών (Wearable banking).

Ο διαχωρισμός αυτός γίνεται καθώς τα τέσσερα κανάλια, παρέχουν διαφορετικές μεταξύ τους υπηρεσίες, έχουν διαφορετικούς χρήστες και παρατηρείται διαφορετικό περιβάλλον χρήστη, εκτός από το Internet και mobile banking που μοιράζονται το ίδιο περιβάλλον για το οποίο έχει προβλεφθεί να καταλαμβάνει μικρότερο μέγεθος στην οθόνη και να χρησιμοποιεί τις λειτουργίες του κινητού τηλεφώνου.

ATM

Το ATM (Automatic Teller Machine), ή όπως αποδίδεται στην ελληνική γλώσσα Αυτόματη Ταμειολογιστική Μηχανή, ήταν μια καινοτομία που ήρθε στον χώρο της τραπεζικής το 1967 και έχει αποδοθεί στον John Shepherd-Barron. Η ιδέα για την δημιουργία του ATM του ήρθε στο μυαλό όταν παρατήρησε κάποιους αυτόματους πωλητές οι οποίοι πουλούσαν σοκολάτες και αναρωτήθηκε αν θα ήταν δυνατόν να χρησιμοποιηθεί ένα παρόμοιο μηχάνημα και να βγάξει χρήματα.

Σημείο αναφοράς στην τραπεζική αποτελεί η καινοτομία του προσωπικού αριθμού PIN, πατέντα του James Goodfellow το 1970 το οποίο έδωσε την δυνατότητα στους πελάτες της τράπεζας να εξυπηρετούνται χωρίς να είναι αναγκαίο να βρίσκεται κάποιος υπάλληλος ή ταμίας στον χώρο.

Σύντομα η αγορά επένδυσε στην ύπαρξη ATM καθώς από πλευράς κόστους μπορούσαν να εγκατασταθούν σε περισσότερες θέσεις με μικρότερο κόστος συγκριτικά με την ύπαρξη φυσικού καταστήματος ενώ ταυτόχρονα δεν απαιτούνταν προσωπικό για την λειτουργία τους. (Λυμπερόπουλος, 1994)

Χρησιμοποιώντας ένα ATM, ο πελάτης μπορεί να αποκτήσει πρόσβαση στον λογαριασμό του αφού πρώτα εισάγει την πλαστική κάρτα και πληκτρολογήσει τον προσωπικό του κωδικό PIN. Αφού γίνει η ταυτοποίηση του πελάτη με την βάση δεδομένων της τράπεζας, δίνεται η δυνατότητα προεπισκόπησης του λογιστικού υπολοίπου του λογαριασμού του, δυνατότητα ανάληψης και κατάθεσης μετρητών, έλεγχο των τελευταίων κινήσεων στον λογαριασμό ακόμα και πληρωμές των πιστωτικών καρτών του (Λυμπερόπουλος, 1994).

Ακόμα και αν ο πελάτης βρίσκεται σε ξένη χώρα, μπορεί να χρησιμοποιήσει κανονικά ένα ATM ωστόσο στην περίπτωση που το νόμισμα είναι διαφορετικό από το οποίο είναι ανοιγμένος ο τραπεζικός λογαριασμός τότε τα χρήματα θα μετατραπούν σύμφωνα με την χονδρική τιμή συναλλάγματος (Αγγελής, 2005).

Σύμφωνα με τον Κωνσταντίνο Λυμπερόπουλο ανάλογα με το μέρος που είναι τοποθετημένα, τα ATM χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες:

- i. Through the wall: Τα ATM είναι τοποθετημένα στην εξωτερική πλευρά φυσικών καταστημάτων ή άλλων στρατηγικών σημείων μιας πόλης.
- ii. In the lobby: Τα ATM είναι τοποθετημένα στον εσωτερικό χώρο ενός τραπεζικού φυσικού καταστήματος ή άλλου κτιρίου και ως κύριο σκοπό έχει να αποσυμφορήσει την ουρά προς το ταμείο όταν οι πελάτες έχουν απλές συναλλαγές, δηλαδή ανάληψη ή κατάθεση μετρητών αλλά και πληρωμές προς τρίτους λογαριασμούς.
- iii. Vestibule: Βρίσκονται τοποθετημένα σε ειδικά διαμορφωμένους γυάλινους προθαλάμους τραπεζικών καταστημάτων.

Τα ATM ωφελούν και τους πελάτες που τα χρησιμοποιούν αλλά και τα ίδια τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα.

Πιο συγκεκριμένα, τα οφέλη που απολαμβάνουν οι πελάτες με την χρήση ATM είναι (Αγγελής, 2005):

- i. Ο πελάτης μπορεί να έχει πρόσβαση στον τραπεζικό του λογαριασμό 24 ώρες το εικοσιτετράωρο.
- ii. Δεν χρειάζεται να περιμένει σε μεγάλες ουρές του καταστήματος για απλές συναλλαγές με την τράπεζα
- iii. Ο πελάτης χρειάζεται μόνο την κάρτα του προκειμένου να πραγματοποιεί συναλλαγές και δεν είναι αναγκαίο να κυκλοφορεί με μεγάλα χρηματικά ποσά.
- iv. Ευκολία χρήσης καθώς ένας πελάτης μπορεί να έχει πρόσβαση σε ένα ATM σχεδόν οπουδήποτε.

Από την άλλη πλευρά, τα οφέλη για την τράπεζα από την χρήση ATM είναι:

- i. Μειωμένη συμφόρηση πελατών και συνεπώς μειωμένη πιθανότητα λαθών στο κατάστημα καθώς ο πελάτης κατά ένα ποσοστό μπορεί να εξυπηρετηθεί κατευθείαν από κάποιο ATM στον μισό χρόνο.
- ii. Αύξηση της γενικότερης ικανοποίησης του πελάτη.
- iii. Μειωμένα κόστη καθώς το λειτουργικό κόστος ενός ATM είναι μικρότερο από εκείνο που χρειάζεται για να λειτουργεί ένα φυσικό κατάστημα με προσωπικό

Αξίζει να αναφερθεί πως με την ανάπτυξη του διατραπεζικού συστήματος ΔΙΑΣ δίνεται η δυνατότητα ενός πελάτη να χρησιμοποιεί ATM άλλου τραπεζικού ιδρύματος. Συνεπώς η εμβέλεια εξυπηρέτησης ενός μηχανήματος αυτόματων συναλλαγών μεγάλωσε και μπορεί να εξυπηρετήσει ακόμα και πελάτες διαφορετικής τράπεζας με μόλις την χρέωση ενός μικρού ποσού ανά συναλλαγή.

Phone banking

Με τον όρο του Phone banking είναι μια υπηρεσία που προσφέρεται από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και δίνει την δυνατότητα στους πελάτες να πραγματοποιούν συναλλαγές μέσω του τηλεφώνου. Η υπηρεσία αυτή ευνοεί τους λιγότερο εξοικειωμένους με τη χρήση του διαδικτύου. (Αγγελής 2005). Οι συναλλαγές αυτές μπορούν να πραγματοποιηθούν ακόμα και αν ο πελάτης βρίσκεται εκτός της χώρας που έχει ανοιχθεί ο λογαριασμός ακολουθώντας τα ηχογραφημένα IVR μηνύματα ή με τη βοήθεια κάποιου υπαλλήλου

Οι πιο συνηθισμένες ενέργειες που μπορεί να πραγματοποιήσει ένας πελάτης χρησιμοποιώντας το Phone banking είναι να ακούσει το υπόλοιπο του τραπεζικού του λογαριασμού, να μεταφέρει χρήματα σε τρίτους λογαριασμούς, να πληρώσει λογαριασμούς ακόμα και να βρει ATM σε κοντινή απόσταση.

Προκειμένου ένας πελάτης να χρησιμοποιήσει το phone banking είναι απαραίτητο να γνωρίζει το User ID του, και να ακολουθήσει τις ηχογραφημένες οδηγίες ώστε να ολοκληρώσει τις συναλλαγές του. Εάν χρειαστεί βοήθεια, μπορεί να συνδεθεί με κάποιον διαθέσιμο εκπρόσωπο του τηλεφωνικού κέντρου για να καθοδηγήσει τον πελάτη να ολοκληρώσει με ασφάλεια τις συναλλαγές του.

Internet banking

Το Internet banking, Online banking ή Web banking πρόκειται για ένα ηλεκτρονικό σύστημα που βρίσκεται στις ιστοσελίδας της τράπεζας και δίνει την δυνατότητα στον πελάτη και την τράπεζα να αλληλεπιδρούν χρησιμοποιώντας τους πόρους του διαδικτύου (Αγγελής, 2005). Το Internet banking χωρίζεται σε Personal (e-banking για φυσικά πρόσωπα) & Enterprise banking (e-banking για επιχειρήσεις) στο οποίο υπάρχουν και επιπρόσθετες δυνατότητες. Προϋπόθεση για την χρήση του e-banking είναι η χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή και σύνδεση στο Internet. Βασικές λειτουργίες του είναι η προβολή του λογιστικού υπολοίπου του λογαριασμού, μεταφορές χρημάτων, προβολή και εκτύπωση κινήσεων λογαριασμού. Έχουν γίνει μεγάλα βήματα από τα τραπεζικά ιδρύματα σχετικά με την διαχείριση και εξασφάλιση ασφαλών συναλλαγών από την χρήση της πλατφόρμας τους.

Mobile banking

Το mobile banking, στα ελληνικά ηλεκτρονική τραπεζική μέσω κινητού τηλεφώνου, πρόκειται για καινοτομία στον τραπεζικό τομέα που εμφανίστηκε αρχικά με την αποστολή ειδοποιήσεων τύπου SMS από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα προς τους κατόχους τραπεζικών καρτών. Τον δρόμο πάνω στον οποίο πατάει το σύγχρονο ebanking άνοιξε η χρήση WAP στα κινητά τηλέφωνα, δηλαδή την δυνατότητα να πλοηγείται ένας χρήστης στο Internet μέσω του κινητού του τηλεφώνου. (Αγγελής, 2005).

Σήμερα, το κανάλι του online banking είναι ίδιο σχεδόν μεταξύ ηλεκτρονικού υπολογιστή, tablet και smartphone. Η μόνη διαφορά που έχουν είναι ότι είναι προσαρμοσμένο στις μικρότερες οθόνες και βελτιστοποιημένο σύμφωνα με το περιβάλλον χρήσης της εκάστοτε συσκευής. Η υπηρεσία προσφέρεται από τις τράπεζες μέσω μιας πιστοποιημένης εφαρμογής (application) η οποία λαμβάνει τα διαπιστευτήρια των πελατών, τα ταυτοποιεί και στη συνέχεια τους συνδέει στην αρχική οθόνη στη οποία μπορούν να αλληλεπιδράσουν με τον λογαριασμό τους. Οι πελάτες έχουν την δυνατότητα να αποκτούν πρόσβαση στους τραπεζικούς τους λογαριασμούς κατευθείαν από το κινητό τους τηλέφωνο, και σε λίγα μόλις λεπτά να πραγματοποιούν συναλλαγές όλο το εικοσιτετράωρο από οποιοδήποτε μέρος και αν βρίσκονται, να στέλνουν χρήματα σε μόλις λίγα λεπτά, αλλά και να πληρώνουν σε τερματικά

μηχανήματα καταστημάτων χρησιμοποιώντας το smartphone τους αξιοποιώντας την τεχνολογία NFC.

Με την πάροδο του χρόνου, οι εταιρείες αξιοποιώντας τις δυνατότητες και λειτουργίες που προσφέρει ένα smartphone ή tablet μπορούν να εξάγουν δεδομένα χρήσης και να βελτιστοποιήσουν τις παρεχόμενες τους υπηρεσίες, αλλά και να προσθέσουν υπηρεσίες που παλαιότερα θα απαιτούσαν φυσική παρουσία πελάτη στο κατάστημα, όπως η έκδοση μιας νέας κάρτας.

Wearable banking

Ζούμε σε μια εποχή στην οποία όλα τείνουν προς την ψηφιοποίηση. Αυτός ο ψηφιακός μετασχηματισμός έχει σημαντικό αντίκτυπο στον οποίο πραγματοποιούνται καθημερινές εργασίες. Με τον όρο wearable banking εννοούμε την δυνατότητα πραγματοποίησης πληρωμών κατευθείαν από τον καρπό του πελάτη μέσω τεχνολογιών NFC (Near Field Communication) (Robin Wright, 2014). Η τεχνολογία των Wearables είναι ένα μικρό κομμάτι του Internet of Things.

Τα τραπεζικά ιδρύματα επενδύουν στο wearable banking καθώς λόγω της μεγάλης αύξησης στην χρήση τους, προβλέπεται ότι η εξάπλωση του θα είναι γρηγορότερη από εκείνη που γνώρισε το mobile banking.

Τα πιο γνωστά λειτουργικά συστήματα κινητών τηλεφώνων έχουν ήδη επενδύσει στις ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω wearable. Η Apple έχει λανσάρει πρώτη την δυνατότητα πληρωμή κατευθείαν από τον καρπό του πελάτη χρησιμοποιώντας το Apple Watch αφού πρώτα συνδέσει την τραπεζική του κάρτα στο κινητό του. Αντίστοιχες υπηρεσίες έχουν αναπτυχθεί και για τα Android wearables όπως είναι το Samsung Pay και το Google pay.

Η αγορά των smartwatch είναι μια πολλά υποσχόμενη αγορά που συνεχώς αυξάνεται. Οι πελάτες μπορούν να επωφεληθούν από τις απομακρυσμένες πληρωμές μέσω Smartwatch καθώς για την πραγματοποίησή τους είναι αναγκαίο μόνο το Smartwatch και όχι μετρητά όπως στο παρελθόν (Robin Wright, 2014).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2.1 Η Ηλεκτρονική Τραπεζική στην Ελλάδα

Οι Ελληνικές Δημόσιες και Ιδιωτικές τράπεζες δεν μπορούσαν να αγνοήσουν το γεγονός πως υπήρχε διεθνώς η τάση της ψηφιοποίησης των πάντων. Έτσι, κάθε τράπεζα από την πλευρά της έπρεπε να υιοθετήσει την δική της ψηφιακή στρατηγική. Πλέον ο πελάτης που καλούνταν να εξυπηρετηθούν είχε αλλάξει τις συνήθειες του λόγω του διαδικτύου και έπρεπε να βρεθεί μια λύση να τον εξυπηρετήσουν με διαφορετικούς τρόπους από ότι στο παρελθόν. Βασικός στόχος πλέον ήταν η απλούστευση των χρονοβόρων τραπεζικών διαδικασιών και η αναβάθμιση της συνολικής εμπειρίας που αποκόμιζε ο πελάτης όταν είχε συναλλαγές με τα τραπεζικά ιδρύματα.

Τα τραπεζικά ιδρύματα είχαν να επιτελέσουν σημαντική πλέον εργασία. Έπρεπε να φέρουν την ίδια την τράπεζα πιο κοντά στο κοινό, να αναλύσουν την συμπεριφορά των πελατών και να τους βοηθήσουν να αλληλεπιδρούν πιο εύκολα από οποιοδήποτε σημείο και αν βρίσκονται εκμηδενίζοντας τις αποστάσεις από τα φυσικά καταστήματα. Παρά το γεγονός πως η Ελλάδα δεν βρίσκεται στη λίστα με τις χώρες που έχουν πλήρως αφομοιώσει τις ηλεκτρονικές συναλλαγές, καθημερινά έρχεται ένα βήμα πιο κοντά σε αυτό πραγματοποιώντας όλο και περισσότερες πληρωμές μέσω των ηλεκτρονικών συστημάτων. Η χαμηλή διείσδυση των ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών οφείλεται στο χαμηλό ποσοστό εξοικείωσης του κοινού με τις online τεχνολογίες.

Σήμερα, η πρόσβαση στον τραπεζικό λογαριασμό θεωρείται αυτονόητο. Τα τραπεζικά ιδρύματα έρχονται όλο και πιο κοντά στον πελάτη εξυπηρετώντας τον μέσα από ένα ευρύ φάσμα προσφερόμενων ηλεκτρονικών υπηρεσιών όπως η απομακρυσμένη αίτηση δανείου, η virtual εξυπηρέτηση των εταιρικών πελατών και τη δυνατότητα χρήσης της εφαρμογής ως financial coach για την ελαχιστοποίηση της προσωπικής σπατάλης χρημάτων και το χτίσιμο του αφορολόγητου. Επιπλέον, παρατηρείται μια στροφή στην παραδοσιακή εξυπηρέτηση που πρόσφερε ένα τραπεζικό ίδρυμα. Καθημερινές συναλλαγές όπως καταθέσεις, αναλήψεις, ενημερώσεις βιβλιαρίων και πληρωμές λογαριασμών δίνουν τη σκυτάλη στις αντίστοιχες ηλεκτρονικές μέσω του web περιβάλλοντος ή της smartphone εφαρμογής.

2.2 Η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών στην Ελλάδα

Σύμφωνα με έρευνα της ΕΛΣΤΑΤ κατά το έτος 2019 στην Ελλάδα σύμφωνα με την υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών και τον τρόπο με τον οποίο οι Έλληνες τις χρησιμοποιούν προκύπτουν τα ακόλουθα στοιχεία.

Σχεδιάγραμμα 1.1 Πρόσβαση στο Internet από την κατοικία



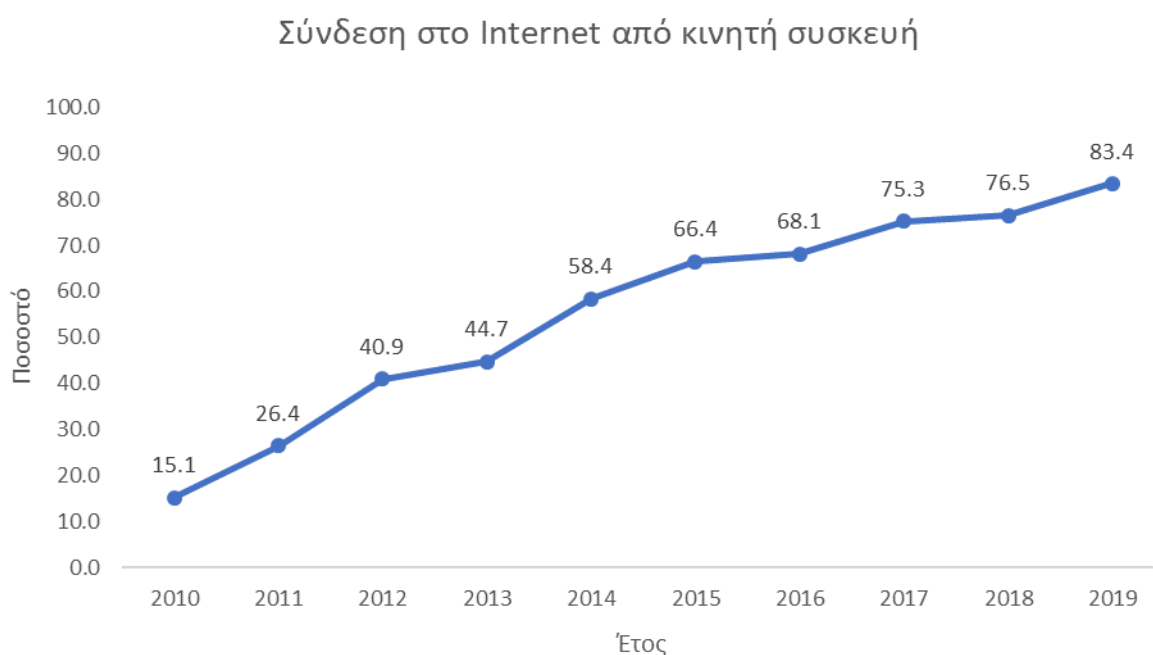
Πηγή ΕΛΣΤΑΤ (“ΕΡΕΥΝΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΑΠΟ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΑ ΚΑΙ ΑΤΟΜΑ”)

Με βάση την έρευνα της ΕΛΣΤΑΤ σχετικά με το ποσοστό διείσδυσης του διαδικτύου στα ελληνικά νοικοκυριά τα τελευταία δέκα χρόνια παρατηρείται κατακόρυφη αύξηση καθώς 8 στα 10 νοικοκυριά διαθέτουν πρόσβαση στο διαδίκτυο.

Υπάρχουν βέβαια και άτομα τα οποία δεν χρησιμοποιούν το διαδίκτυο καθώς είτε δεν διαθέτουν τις απαραίτητες γνώσεις και εξοικείωση με τον ηλεκτρονικό υπολογιστή ή την ψηφιακή τους συσκευή, είτε δεν βρίσκουν νόημα στην αγορά ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή τόσο από πλευρά χρησιμότητας όσο και από πλευρά αυξημένου κόστους του απαραίτητου εξοπλισμού.

Σημαντικό επίσης είναι το γεγονός πως παρατηρείται κατακόρυφη αύξηση στους χρήστες του διαδικτύου εν κινήσει. Πιο συγκεκριμένα, κατά το έτος 2019 8 στους 10 χρήστες χρησιμοποιούν το Internet εν κινήσει από φορητή συσκευή (smartphone, laptop, PDA, e-book, φορητή κονσόλα παιχνιδιών).

Σχεδιάγραμμα 2.2 Πρόσβαση στο Internet από κινητή συσκευή



Πηγή ΕΛΣΤΑΤ (“ΕΡΕΥΝΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΑΠΟ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΑ ΚΑΙ ΑΤΟΜΑ”)

2.3 Λόγοι χρήσης του διαδικτύου στην Ελλάδα

Σύμφωνα με έρευνα της ΕΛΣΤΑΤ κατά το πρώτο τρίμηνο του 2019 προέκυψαν τα ακόλουθα στοιχεία για την χρήση του διαδικτύου στην Ελλάδα:

Λόγος χρήσης	Ποσοστό
Αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών	88.3%
Διάβασμα ειδήσεων	87.7%
Email	77.9%
Social Media	74.9%
Μουσική	66.8%
Αναζήτηση πληροφοριών υγείας	65.9%
Social Sharing	46.2%
e-Banking	40.3%
Αναζήτηση εργασίας	17.0%
Bloggng	13.1%
Πώληση αγαθών/υπηρεσιών	3.2%

Πίνακας 1. Πηγή ΕΛΣΤΑΤ (“ΕΡΕΥΝΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΑΠΟ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΑ ΚΑΙ ΑΤΟΜΑ”)

2.4 Πλεονεκτήματα χρήσης e-banking

Τα συστήματα ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών έχουν καταφέρει να εισέλθουν στην καθημερινότητα των πελατών παίζοντας καθοριστικό ρόλο στην αλλαγή του τρόπου που ολοκληρώναν τις καθημερινές του εργασίες. Καθημερινές συναλλαγές που κάποτε έπαιρναν αρκετό χρόνο να πραγματοποιηθούν βρίσκονται πλέον μερικά κλικ μακριά.

2.4.1 Πελάτες

Οι πελάτες από την χρήση συστημάτων ηλεκτρονικής τραπεζικής απολαμβάνουν τα ακόλουθα πλεονεκτήματα (Αγγελής, 2005 & Dr. Mrs. APTE R. D. 2020):

- **Διαθέσιμο 24/7:** Σύμφωνα με το παραδοσιακό μοντέλο, ο πελάτης μπορούσε να εξυπηρετηθεί σε ένα κατάστημα μόνο σε συγκεκριμένες ώρες που είχαν οριστεί ως το ωράριο εργασίας του καταστήματος. Η χρήση της πλατφόρμας του e-banking είναι διαθέσιμη για τους πελάτες της 24 ώρες την ημέρα, 7 ώρες την εβδομάδα, 365 μέρες τον χρόνο. Είναι πολύ σημαντικό ο πελάτης να μπορεί να έχει πρόσβαση στην

πλατφόρμα, και συνεπώς και στους λογαριασμούς του, όποια στιγμή το επιλέξει εκείνος.

- **Ευκολία στη χρήση:** Οι πλατφόρμες ηλεκτρονικής τραπεζικής έχουν αναπτυχθεί τοποθετώντας τον χρήστη στο επίκεντρο. Έτσι, έχουν χτίσει προϊόντα και υπηρεσίες που καλύπτουν όσο το δυνατόν καλύτερα τις ανάγκες του μέσα από ένα φιλικό, καθαρό και διαδραστικό περιβάλλον στο οποίο οι πελάτες μπορούν να πραγματοποιούν τις καθημερινές τους συναλλαγές.
- **Πραγματοποίηση συναλλαγών από την συσκευή του:** Ο πελάτης μπορεί να πραγματοποιήσει πληρωμές σε λογαριασμούς, στο δημόσιο, σε ΔΕΚΟ αλλά και μεταφορές χρημάτων σε πραγματικό χρόνο οπουδήποτε και αν βρίσκεται.
- **Εξυπηρέτηση χωρίς φυσική παρουσία:** Ένας πελάτης σύμφωνα με το παραδοσιακό μοντέλο έπρεπε να βρίσκεται με την φυσική του παρουσία σε ένα κατάστημα προκειμένου να αποκτήσει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία. Ο πελάτης σήμερα μπορεί να εξυπηρετηθεί χωρίς να χρειάζεται να βρίσκεται στο φυσικό κατάστημα της τράπεζας καθώς μπορεί να πραγματοποιήσει συναλλαγές σε πάνω από 600 σημεία από την άνεση του σπιτιού ή του γραφείου του.
- **Μείωση χρόνου συναλλαγής:** Ο χρόνο ολοκλήρωσης των συναλλαγών παλαιότερα ήταν ιδιαίτερα αυξημένος. Οι πελάτες έπρεπε να περιμένουν την σειρά τους προκειμένου να εξυπηρετηθούν και συνήθως ήταν μεγάλος. Ένα μεγάλο εύρος καθημερινών συναλλαγών, όπως ο έλεγχος υπολοίπου, πληρωμές λογαριασμών και μεταφορές χρημάτων γίνονται μόλις σε μερικά δευτερόλεπτα.
- **Χαμηλό κόστος συναλλαγών:** Το κόστος συναλλαγών όταν ένας πελάτης πληρώνει ηλεκτρονικά είναι μικρότερο σε σχέση αν πραγματοποιούσε την συναλλαγή στο κατάστημα. Επίσης, μέσω των συστημάτων ηλεκτρονικής τραπεζικής δίνεται η δυνατότητα εκτύπωσης του ιστορικού των λογαριασμών του πελάτη όποτε εκείνος επιθυμεί και σε όποιο χρονικό διάστημα εκείνος το επιθυμεί ορίζοντας αρχική και τελική ημερομηνία για τις κινήσεις του.

Ο επαγγελματίας πελάτης εκτός από τα παραπάνω, απολαμβάνει και τα ακόλουθα πλεονεκτήματα από την χρήση συστημάτων ηλεκτρονικής τραπεζικής:

- **Μαζική παρακολούθηση εισπράξεων:** Μέσα από μια διαδραστική εφαρμογή, ο επαγγελματίας πελάτης μπορεί να παρακολουθεί όλες τις εισπράξεις στους λογαριασμούς της επιχείρησης σε πραγματικό χρόνο αλλά και να έχει μια ολοκληρωμένη εικόνα για τα οικονομικά της επιχείρησης σε μόλις λίγα δευτερόλεπτα.
- **Εξόφληση λογαριασμών/ προμηθευτών:** Δίνεται η δυνατότητα μέσα από την εφαρμογή ο πελάτης να εξοφλεί λογαριασμούς, να πληρώνει τους προμηθευτές του και να ανταλλάσσει συνάλλαγμα
- **Προβολή δανείων και επενδύσεων:** Η επιχείρηση είναι σε θέση πλέον να μπορεί να δει ανά πάσα στιγμή το υπόλοιπο του δανείου που έχει συνάψει, αλλά και να παρακολουθήσει τις επενδύσεις της από την άνεση του γραφείου.
- **Μαζική πραγματοποίηση μισθοδοσίας:** Οι επιχειρήσεις έχουν την δυνατότητα υποβολής της εντολής μισθοδοσίας μέσω από την πλατφόρμα του e-banking σε ημερομηνία που θα οριστεί στο σύστημα.
- **Ορισμός χρηστών και δικαιωμάτων:** Σε περίπτωση που χρειάζεται να χρησιμοποιείται το e-banking από πολλούς χρήστες μπορούν να δημιουργηθούν πολλαπλοί χρήστες και να τους εκχωρηθούν τα ανάλογα δικαιώματα χρήσης.

2.4.2 Τραπεζικά Ιδρύματα

- **Μειωμένο λειτουργικό κόστος:** Τα τραπεζικά ιδρύματα επωφελούνται από την ύπαρξη της πλατφόρμας του e-banking καθώς μειώνεται το λειτουργικό τους κόστος. Πιο συγκεκριμένα, μία συναλλαγή εντός του τραπεζικού καταστήματος στοιχίζει περισσότερο από ότι η αντίστοιχη αυτοματοποιημένη συναλλαγή μέσω του καναλιού του e-banking. Όσο περισσότεροι πελάτες χρησιμοποιούν το e-banking, τόσο μειώνεται το μέσο κόστος ανά συναλλαγή της τράπεζας.
- **Μείωση στην κατανάλωση χαρτιού:** Το e-banking είναι φιλικό προς το περιβάλλον. Οι πελάτες των τραπεζών μπορούν να πραγματοποιούν ένα μεγάλο εύρος συναλλαγών online συνεπώς δεν εκδίδεται απόκομμα συναλλαγής αλλά ειδοποίηση στις συσκευές τους μέσω SMS, e-mail ή άλλες ειδοποιήσεις εντός της πλατφόρμας.

- **Διεύρυνση πελατειακής βάσης:** Σύμφωνα με το παραδοσιακό μοντέλο, οι πελάτες έκαναν την επιλογή τράπεζας βάσει γεωγραφικών τοποθεσιών. Σήμερα, ο πελάτης μπορεί να επιλέξει όποια τράπεζα επιθυμεί καθώς δίνεται η δυνατότητα ανοίγματος λογαριασμού από την άνεση του σπιτιού του. Το e-banking δεν αποτελεί μόνο ένα εναλλακτικό κανάλι παροχής υπηρεσιών, αλλά την παρουσία της τράπεζας στον ψηφιακό κόσμο, διευκολύνοντας τους πελάτες της όπου και αν βρίσκονται, όποτε και αν χρειαστούν τις υπηρεσίες της τράπεζας, από όποιο μέσο και αν τις χρειαστούν (Web, App, Phone).
- **Αποσυμφόρηση καταστημάτων από αυξημένη πελατεία:** Οι τράπεζες έχοντας αυτοματοποιήσει ένα μεγάλο μέρος των καθημερινών συναλλαγών, μπορούν πλέον να επικεντρωθούν σε άλλες υπηρεσίες, όπως είναι οι υπηρεσίες συμβουλευτικής αλλά και να μελετήσουν καλύτερα τον πελάτη ώστε να του προσφέρουν καινοτόμες λύσεις που θα έχουν ως στόχο την βελτίωση της καθημερινότητας τους.
- **Loyalty πελατών:** Η πίστη των πελατών στην τράπεζα αυξάνεται, καθώς η τράπεζα προκειμένου να ενισχύσει και εδραιώσει την ψηφιακή της παρουσία, επιβραβεύει τους πελάτες της. Η επιβράβευση γίνεται μέσω πόντων που δίνονται από τις ηλεκτρονικές συναλλαγές που πραγματοποιεί ο πελάτης κάθε φορά που αγοράζει κάποιο προϊόν ή υπηρεσία μέσω του διαδικτύου ή με φυσικό τρόπο χρησιμοποιώντας την τραπεζική του κάρτα. Οι πελάτες που έχουν εκτεθεί σε ένα σύστημα e-banking μιας τράπεζας είναι περισσότερο διστακτικοί στο να αλλάξουν τράπεζα

2.5 Μειονεκτήματα χρήσης e-banking

Ως μειονεκτήματα της χρήσης συστημάτων ηλεκτρονικής τραπεζικής μπορούν να οριστούν τα παρακάτω: (Αγγελής, 2005 & Dr. Mrs. APTE R. D. 2020):

2.5.1 Πελάτες

Οι πελάτες κατά την χρήση e-banking συστημάτων έρχονται αντιμέτωποι με τις ακόλουθες προκλήσεις:

- **Εξοικείωση με τις νέες τεχνολογίες:** Οι διαδικτυακές πλατφόρμες που έχουν αναπτυχθεί για την online διαχείριση ίσως φανούν δύσκολες στη χρήση σε κάποια άτομα. Τέτοια άτομα είναι κυρίως τα άτομα μεγάλης ηλικίας. Παρόλο που οι

δυνατότητες που προσφέρονται μέσω της πλατφόρμας ολοένα και αυξάνονται, όπως η αίτηση για απόκτηση δανείου ή άνοιγμα νέων λογαριασμών και αιτήσεις για κάρτες, υπάρχουν άτομα που δυσκολεύονται να χρησιμοποιήσουν τα οφέλη του e-banking. Βρίσκουν δύσκολο το να ξεκινήσουν να χρησιμοποιούν τις νέες υπηρεσίες του διαδικτύου όσον αφορά το e-banking καθώς δεν έχουν επαρκή γνώσεις σχετικά με τη χρήση Η/Υ ή Smartphone και γνώσεις χρήσης του διαδικτύου.

- **Βασική προϋπόθεση της ηλεκτρονικής τραπεζικής η σύνδεση στο Internet:** Προκειμένου να ξεκινήσει κάποιος να χρησιμοποιεί τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, εκτός από τα διαπιστευτήρια χρήστη, χρειάζεται να έχει σύνδεση στο Internet. Αν χρησιμοποιεί smartphone θα πρέπει να συνδεθεί μέσω 3G/4G δικτύου ή μέσω Wi-Fi δικτύου ενώ αν επιθυμεί να συνδεθεί από το σπίτι και το γραφείο είναι απαραίτητο να έχει ο πελάτης σύνδεση στο Internet.
- **Ασφάλεια στις συναλλαγές:** Η χρήση του διαδικτύου και συνεπώς και η χρήση online συστημάτων συνεχώς αυξάνονται. Υπάρχει ένα σύνολο χρηστών που προσπαθεί με κακόβουλο τρόπο να αποσπάσει χρηματικές μονάδες καθώς και να εισέλθει με διάφορους τρόπους στους λογαριασμούς τους. Τέτοιοι τρόποι είναι το Phishing, το οποίο θα αναφερθεί παρακάτω, η χρήση Key loggers, αλλά και με επιθέσεις μέσω Trojan horses και άλλων ιών προς τους υπολογιστές των χρηστών-στόχους. Οι τράπεζες από την άλλη πλευρά προσπαθούν μέσω καμπανιών να επιστήσουν την προσοχή των χρηστών κατά την χρήση του e-banking.
- **Έλλειψη διαπροσωπικής επαφής:** Οι συναλλαγές μέσω e-banking πραγματοποιούνται χωρίς την φυσική παρουσία του πελάτη συνεπώς η διαπροσωπικές σχέσεις μεταξύ πελάτη και τραπεζικού ιδρύματος αμβλύνονται. Ο πελάτης αισθάνεται πιο ασφαλής για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία όταν βρίσκεται στο φυσικό κατάστημα που αυτό παρέχεται.
- **Ενοχλητικές ενέργειες marketing από την πλευρά των τραπεζών:** Όταν εγγράφονται νέοι πελάτες στα συστήματα ηλεκτρονικής τραπεζικής, η τράπεζα συλλέγει στοιχεία για εκείνους τα οποία χρησιμοποιεί για ερευνητικούς και marketing σκοπούς ως προς τη στόχευση κοινού στα νέα της προϊόντα. Οι πελάτες πολλές φορές γίνονται υποκείμενα συνεχούς στόχευσης μέσω push notifications, e-mails και άλλο ενημερωτικό υλικό που τους ενημερώνει για νέες υπηρεσίες η νέα τραπεζικά online και μη προϊόντα.

2.5.2 Τραπεζικά Ιδρύματα

Οι τράπεζες, προκειμένου να προσφέρουν στους πελάτες τους την εμπειρία του e-banking συστημάτων έρχονται αντιμέτωποι με τις ακόλουθες προκλήσεις:

- **Ασφάλεια συναλλαγών:** Η ασφάλεια των συστημάτων ηλεκτρονικής θα πρέπει να είναι ασφαλή. Παρόλο που κανένα σύστημα δεν είναι 100% ασφαλή, τα τραπεζικά ιδρύματα έχουν αναπτύξει τα συστήματά τους και διέπονται από πολλαπλά επίπεδα ασφαλείας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η χρήση σύνθετων κωδικών ασφαλείας από τους χρήστες της εφαρμογής και η αλλαγή τους ανά τακτά χρονικά διαστήματα. Επίσης, για την πραγματοποίηση αλλαγής στοιχείων και πραγματοποίηση συναλλαγών γίνεται χρήση κωδικών μιας χρήσης (OTP, One Time passwords). Οι τράπεζες θα πρέπει να ερευνούν και να δοκιμάζουν συνεχώς νέες λύσεις που θα προσφέρουν αξία από πλευρά ασφαλείας στην συνολική ηλεκτρονική τραπεζική εμπειρία των πελατών τους.
- **Κόστος ανάπτυξης και συντήρησης πλατφόρμας:** Το κόστος που απαιτείται προκειμένου να αναπτυχθεί ένα σύστημα που θα αλληλεπιδρά με άλλα σύνθετα τραπεζικά συστήματα είναι φυσικά πολύ μεγάλο. Η συντήρηση ενός συστήματος ηλεκτρονικής δεν είναι κάτι απλό καθώς συνεχώς αναβαθμίζεται με νέα στοιχεία τόσο από πλευρά ασφαλείας και νέων δυνατοτήτων που προσφέρει όσο και από πλευράς εξατομίκευσης στον τρόπο προβολής δεδομένων.
- **Προστασία προσωπικών δεδομένων χρηστών (GDPR):** Τα τραπεζικά ιδρύματα συλλέγουν δεδομένα για το προφίλ, το εισόδημα τους και άλλα στοιχεία χρήσιμα για την ολοκληρωμένη εικόνα των πελατών που εξυπηρετούν. Οι πελάτες από τα στοιχεία αυτά ωφελούνται καθώς η τράπεζα μπορεί να τους στοχεύσει καλύτερα με προϊόντα και υπηρεσίες που καλύπτουν καλύτερα τις καθημερινές τους ανάγκες. Ωστόσο, ο τρόπος συλλογής και επεξεργασίας των δεδομένων θα πρέπει να ακολουθεί το ισχύον νομικό πλαίσιο που έχει θεσπιστεί σύμφωνα με τον νόμο 4624/2019 περί προστασίας προσωπικών δεδομένων. Απαραίτητο για την συλλογή των στοιχείων είναι ο χρήστης να έχει δώσει την συγκατάθεση του πρωτίστως. Τα δεδομένα που συλλέγονται θα πρέπει να είναι αποθηκευμένα σε ασφαλή σημεία και να μην έχουν πρόσβαση σε αυτά κακόβουλοι χρήστες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ

Με τον όρο ασφάλεια εννοείται η ικανότητα ενός πληροφοριακού συστήματος να προστατεύει όλο το εύρος των πληροφοριών που μεταφέρει από και προς τους χρήστες που το χρησιμοποιούν. Η ασφάλεια στις ηλεκτρονικές συναλλαγές είναι πολύ βασική προκειμένου να αισθάνονται οι χρήστες ασφαλείς. Ένας από τους λόγους για τους οποίους πολλοί χρήστες φοβούνται να εγκαταστήσουν στις ψηφιακές συσκευές τους τα mobile apps για να πραγματοποιούν τις συναλλαγές τους είναι ο φόβος για την ασφάλεια των συναλλαγών τους και των προσωπικών τους στοιχείων. (Διανικολάου κ.α.,2007)

3.1 Χαρακτηριστικά της ασφάλειας

Τα χαρακτηριστικά που διέπουν ένα σύστημα και το καθιστούν ασφαλές στην χρήση του είναι τα ακόλουθα: (Διανικολάου, κ.α. , 2007)

Εμπιστευτικότητα

Ένα σύστημα δεν θα πρέπει να εμφανίζει δεδομένα σε μη εξουσιοδοτημένα άτομα. Οι πληροφορίες του συστήματος βρίσκονται προστατευμένες και δεν εμφανίζονται σε μη εξουσιοδοτημένους χρήστες.

Ακεραιότητα

Η ακεραιότητα αναφέρεται στο γεγονός πως τα δεδομένα του συστήματος θα πρέπει να βρίσκονται αποθηκευμένα σε ασφαλείς τοποθεσίες και δεν θα μπορούν να επεξεργαστούν ή να παραποιηθούν από μη εξουσιοδοτημένους χρήστες του συστήματος.

Διαθεσιμότητα

Ένα σύστημα σωστά δομημένο θα πρέπει να εξασφαλίζει πρόσβαση στους πόρους από τους εξουσιοδοτημένους χρήστες οποιαδήποτε στιγμή ζητηθεί. Ένα συχνό παράδειγμα απειλής συστημάτων είναι η DoS επίθεση, δηλαδή η επίθεση άρνησης υπηρεσιών και σκοπό έχει να σταματήσει η ομαλή λειτουργία του συστήματος.

Έλεγχος

Το σύστημα θα πρέπει να εξακριβώνει ότι το άτομο που συνδέεται και το χρησιμοποιεί είναι εξουσιοδοτημένο και παρακολουθεί την ομαλή λειτουργία του κατά τη διάρκεια της χρήσης.

3.2 Κατηγορίες ηλεκτρονικών επιθέσεων

Phishing

Το phishing («ψάρεμα») πρόκειται για παραπλανητικές ενέργειες τρίτων προσώπων να αποκτήσουν πρόσβαση σε προσωπικές πληροφορίες χρηστών. Δεν περιέχουν κακόβουλο λογισμικό ή κομμάτια κώδικα. Οι πιο σύνηθες μορφές του phishing σήμερα είναι η κατασκευή παραπλανητικών ιστοσελίδων που μοιάζουν με τις νόμιμες ιστοσελίδες. Όταν ένας χρήστης προσπαθήσει να συνδεθεί στην πλατφόρμα, τα διαπιστευτήρια πηγαίνουν στον phisher. Ακόμα, πολύ συχνό φαινόμενο είναι το Phishing e-mail, το οποίο κατασκευάζουν οι Phishers προκειμένου να ξεγελάσουν τα θύματα τους και να υποκλέψουν προσωπικές πληροφορίες και διαπιστευτήρια σε πλατφόρμες. Τα Phishing e-mails είναι e-mails σε βασική μορφή HTML τα οποία περιέχουν παραπλανητικά URL τα οποία παραπλανούν τον χρήστη και τον οδηγούν σε ψεύτικες ιστοσελίδες. (Kenneth C. Laudon, 2014)

Για παράδειγμα, οι phishers μέσω των e-mail αυτών, προσποιούνται πως στέλνουν e-mails από τραπεζικά ιδρύματα και ζητούν επαλήθευση στοιχείων. Ο χρήστης ανυποψίαστος εισάγει τα στοιχεία του καθώς και PIN κωδικούς. Έτσι, τα στοιχεία των λογαριασμών πέφτουν στην κατοχή των κακόβουλων χρηστών.

Vishing

Με τον όρο Vishing εννοούμε τις ενέργειες Phishing που πραγματοποιούνται με την χρήση τηλεφώνου. Είναι ιδιαίτερα γνωστή τεχνική καθώς όλο και περισσότεροι πελάτες χρησιμοποιούν πρόσθετες τεχνικές ασφαλείας στις συσκευές τους. Ο επιτιθέμενος καλεί το θύμα του στο τηλέφωνο και προσποιείται πως για λόγους ασφαλείας θα πρέπει να επαναφέρει τους κωδικούς του. Έτσι, το θύμα ανυποψίαστο δίνει προσωπικά δεδομένα του και κωδικούς ασφαλείας μέσω τηλεφώνου πιστεύοντας πως επικοινωνεί με εκπρόσωπο της τράπεζας. Έτσι,

ο επιτιθέμενος αποκτά πρόσβαση τους λογαριασμούς και τα δεδομένα του θύματος (Oren Kedem, 2018).

DoS (Denial of Service)

Το DoS (Denial of Service) πρόκειται για κακόβουλη ενέργεια κατά την οποία οι επιτιθέμενοι χρήστες προσπαθούν να αποτρέψουν την πρόσβαση των νόμιμων χρηστών σε κάποια online υπηρεσία. Κατά τη διαδικασία μιας DoS επίθεσης, ο επιτιθέμενος αποστέλλει μεγάλα σε αριθμό πακέτα προς τον εξυπηρετητή και απαιτεί να πιστοποιήσει τα αιτήματα που έχουν μη έγκυρες διευθύνσεις επιστροφής. Η επίθεση DoS γίνεται μέσω από έναν Η/Υ ενώ η DDoS (Distributed Denial of Service) γίνεται από πολλούς Η/Υ και συνδέσεις Internet και καθιστούν αδύνατο να διακριθεί ο χρήστης με φιλικούς από εκείνον με κακόβουλους σκοπούς. (Kenneth C. Laudon, 2014)

Υποκλοπέας (Sniffer)

Ο υποκλοπέας ή όπως συναντάται συχνότερα Sniffer πρόκειται για ένα είδος προγράμματος το οποίο δίνει την δυνατότητα στον επιτιθέμενο να παρακολουθεί τις πληροφορίες που αποστέλλονται και λαμβάνονται μέσα από ένα δίκτυο (Kenneth C. Laudon, 2014). Η πιο συνήθης επίθεση sniffer είναι μέσω τοπικού δικτύου. Ως αποτέλεσμα της επίθεσης αυτής, ο επιτιθέμενος μπορεί να αποσπάσει ευαίσθητες πληροφορίες, κωδικούς πρόσβασης, απόρρητο υλικό καθώς και να παρακολουθεί το πληκτρολόγιο του θύματος του. Εκτός από κακόβουλες ενέργειες, ένας υποκλοπέας μπορεί και να χρησιμοποιηθεί για καλό σκοπό καθώς με τη χρήση του μπορούν να βρεθούν κενά ασφαλείας σε ένα σύστημα.

Key Loggers

Το Key logging πρόκειται για παρακολούθηση των συσκευών εισόδου του χρήστη. Το Key Logging ή Keyboard capturing πρόκειται για την παρακολούθηση των εισαγόμενων στοιχείων σε μια πλατφόρμα από τρίτα πρόσωπα με κακόβουλο σκοπό. Το θύμα δεν γνωρίζει ότι έχει εγκατασταθεί η μηχανή παρακολούθησης στο σύστημα του με αποτέλεσμα κάθε φορά που εισάγει κωδικούς ή άλλα δεδομένα αυτά να αποστέλλονται στον κατασκευαστή

του προγράμματος μέσω e-mail. Για παράδειγμα, μπορεί κάποιος να μολύνει με key logger έναν δημόσιο υπολογιστή και να καταφέρει να υποκλέψει τα στοιχεία πρόσβασης ενός θύματος από διάφορες πλατφόρμες μέσα σε ένα χρονικό διάστημα.

Λογικές βόμβες (Logic bombs)

Οι λογικές βόμβες είναι κομμάτια κώδικα τα οποία υπάρχουν εσωτερικά στα αρχεία λειτουργικών συστημάτων ή διάφορων προγραμμάτων. Έπειτα από ένα χρονικό διάστημα το οποίο είναι προγραμματισμένο από τον επιτιθέμενο, παρουσιάζουν κακόβουλη συμπεριφορά. Συνήθως συνδυάζονται με άλλους τύπους ιών όπως σκουλήκια (worms) και δούρειους ίππους (trojan horses) προκειμένου να βλάψουν όσο τον δυνατόν περισσότερο τη συσκευή του χρήστη ενώ παράλληλα δεν πρέπει να γίνουν αντιληπτοί. (Allan Evans κ.α, 2014)

Droppers

Πρόκειται για εκτελέσιμα αρχεία τα οποία περιέχουν εντολές για την δημιουργία ιού χρησιμοποιώντας τον Η/Υ του χρήστη. Είναι πολύ δύσκολο να ανιχνευτεί η κακόβουλη λειτουργία τους καθώς δεν περιέχουν τον ίδιο τον ιό. Λειτουργούν είτε συνθέτοντας τον ιό και είναι προγραμματισμένος να μην είναι ανιχνεύσιμος από τα λογισμικά ασφαλείας είτε τον κατεβάζει από το διαδίκτυο στον Η/Υ του χρήστη.

Δούρειος Ίππος (Trojan Horse)

Ο δούρειος ίππος ή trojan horse είναι μια κατηγορία κακόβουλου λογισμικού. Πήρε το όνομα του από το αρχαίο δώρο των Ελλήνων στους Τρώες κατά τον Τρωικό πόλεμο. Οι Έλληνες έκαναν δώρο στους Τρώες ένα μεγάλο ξύλινο άλογο. Αυτό που δεν γνώριζαν οι Τρώες ήταν πως το άλογο ήταν γεμάτο με στρατιώτες γεγονός που στοίχησε την κατάληψη της πόλης. Ένας ιός δούρειος ίππος δρα παρόμοια στον Η/Υ. Μπορεί να λάβει την μορφή κομματιών μουσικής, εκτελέσιμα αρχεία, και άλλων φαινομενικά χρήσιμων αρχείων και μέσα του κρύβει τον κώδικα της κακόβουλης ενέργειας που πρόκειται να επιτελέσει. Το πρόγραμμα τρέχει κανονικά και επιτελεί τις πραγματικές του εργασίες για παράδειγμα αν πρόκειται για ένα εκτελέσιμο πρόγραμμα εγκατάστασης πραγματοποιεί κανονικά την εγκατάσταση

ωστόσο πραγματοποιεί ταυτόχρονα και άλλες αθέατες ενέργειες λειτουργίες. (Allan Evans κ.α, 2014)

3.3 Μέτρα που μπορούν να λάβουν οι χρήστες για την προστασία τους

Με την συνεχή άνοδο στην πραγματοποίηση ηλεκτρονικών συναλλαγών, οι τράπεζες και πολλές επιχειρήσεις προσπαθούν να επιστήσουν την προσοχή των χρηστών. Οι χρήστες ανάλογα με την συσκευή που χρησιμοποιούν μπορούν να λάβουν μέτρα ασφαλείας προκειμένου τα προσωπικά τους στοιχεία και τα στοιχεία των λογαριασμών τους να παραμείνουν ασφαλή.

Οι χρήστες στις desktop ή laptop συσκευές τους, προκειμένου να βελτιώσουν την ασφάλεια κατά τις καθημερινές τους εργασίες μπορούν να ακολουθήσουν τα ακόλουθα μέτρα ασφαλείας.

Antivirus & Anti-spyware

Οι χρήστες Η/Υ προτείνεται να εγκαθιστούν ειδικό λογισμικό αντιμετώπισης και εύρεσης ιών (antivirus). Το λογισμικό αυτό πραγματοποιεί ανιχνεύσεις στο σύστημα που χρησιμοποιεί ο χρήστης και όταν βρει κάποιον ιό τον περιορίζει για να μην μολύνει το υπολογιστικό σύστημα και στη συνέχεια τον καταστρέφει. Επειδή όμως καθημερινά δημιουργούνται νέοι ιοί θα πρέπει και οι χρήστες να πραγματοποιούν ενημερώσεις στα προγράμματα αυτά καθώς και να αναβαθμίζουν σε επόμενες εκδόσεις όταν αυτές παύσουν να υποστηρίζονται από ενημερώσεις ασφαλείας. Υπάρχουν και antivirus τα οποία πραγματοποιούν αυτόματες ενημερώσεις προκειμένου να αποθηκεύσουν νέα μοτίβα ιών και να τα συγκρίνουν στη συνέχεια με τυχόν νέες απειλές στο σύστημα του χρήστη. Το λογισμικό antispyware ψάχνει το σύστημα του χρήστη για τυχόν ίχνη adware ή spyware που έχουν εγκατασταθεί. Το ειδικό λογισμικό αυτό μόλις ανιχνεύσει κάποια απειλή την διαγράφει η ρωτά τον χρήστη για να το διαγράψει εκείνος.

Ενημερώσεις στο ΛΣ

Είναι πολύ σημαντικό οι χρήστες να κατεβάζουν και να εγκαθιστούν τις ενδεδειγμένες ενημερώσεις ασφαλείας στο λειτουργικό τους σύστημα. Όποιο λειτουργικό σύστημα και αν χρησιμοποιεί ο χρήστης (Windows, Linux, MacOS) ένα μεγάλο κομμάτι των ενημερώσεων, εκτός από την διόρθωση σφαλμάτων (bugs) εγκαθιστά ενημερώσεις ασφαλείας που καθιστούν το σύστημα πιο ασφαλές απέναντι σε κακόβουλες ενέργειες (Allan Evans κ.α, 2014). Τα πακέτα ενημερώσεων είναι δωρεάν και ποικίλει ο όγκος των αρχείων τους. Οι ιοί χρησιμοποιούν τα κενά ασφαλείας ενός συστήματος προκειμένου να εγκατασταθούν και να πολλαπλασιαστούν. Σε περίπτωση που ένας χρήστης πραγματοποιεί τακτικές ενημερώσεις στο σύστημα του είναι σε θέση να αντιμετωπίσει τα πιο γνωστά σκουλήκια (worms) και ιούς.

Τείχος προστασίας (Firewall)

Το τείχος προστασίας (firewall) πρόκειται για μια συσκευή ασφάλειας δικτύου. Παρακολουθεί τα πακέτα μεταξύ του αποστολέα (client) και του παραλήπτη (server) και επιτρέπει ή αποκλείει πακέτα. Τα πακέτα χωρίζονται στα πακέτα που λαμβάνονται (inbound packets) και τα πακέτα που αποστέλλονται (outbound packets). Το αν ένα πακέτο θα επιτραπεί να αποσταλεί και να παραληφθεί από τον client και αντίστροφα στον server υπόκειται σε κανόνες ασφάλειας που έχουν οριστεί από το υπολογιστικό σύστημα. Το τείχος ασφαλείας δρα προκειμένου να αποκλειστούν κακόβουλες ενέργειες χρηστών αλλά και κακόβουλη επισκεψιμότητα.

Πρωτόκολλο Hhttps

Το πρωτόκολλο HTTPS (Hypertext Transfer Protocol Secure) πρόκειται για το πρωτόκολλο HTTP (Hypertext Transfer Protocol) ωστόσο χρησιμοποιεί κρυπτογράφηση στα δεδομένα που περιέχει η πλατφόρμα. Το πρωτόκολλο HTTPS χρησιμοποιεί TLS (SSL) προκειμένου να κρυπτογραφήσει τις HTTP. Οπτικά στον χρήστη η διαφορά φαίνεται στην αρχή του URL καθώς ένας ιστότοπος που χρησιμοποιεί HTTP ξεκινά από «http://» ενώ ο αντίστοιχος ιστότοπος με το νέο πρωτόκολλο ξεκινά από «https://». Τα websites που χρησιμοποιούν τα πρωτόκολλα επικοινωνίας HTTPS βρίσκονται πιο ψηλά έναντι των HTTP στις μηχανές αναζήτησης. Ένα από τα παραδείγματα χρήσης του HTTPS πρωτόκολλου είναι οι online πλατφόρμες ηλεκτρονικής τραπεζικής καθώς στα περιβάλλοντα εκείνα εισάγονται

προσωπικά δεδομένα, και πραγματοποιούνται τραπεζικές συναλλαγές. Για παράδειγμα, αν συνδεθεί ένας χρήστης σε ένα δημόσιο δίκτυο και ζητήσει να δει μια σελίδα σε HTTP, το περιεχόμενο της σελίδας θα κατέβει στο router και συνεπώς ένας τρίτος χρήστης θα μπορούσε να το διαβάσει.

Κωδικοί πρόσβασης

Στη σημερινή εποχή που όλα ψηφιοποιούνται, δημιουργούνται δεκάδες κωδικοί καθημερινά. Οι φορείς προκειμένου να προστατεύσουν τους χρήστες τους από το να γίνει γνωστός ο κωδικός του πρόσβασης, τους βοηθάνε να αναπτύξουν έναν δυνατό κωδικό. Ο κωδικός πρόσβασης αποτελείται συνήθως από πεζά και κεφαλαία γράμματα, αριθμούς, σύμβολα. Επίσης είναι σημαντικό να μην χρησιμοποιείται ένας κωδικός σε πολλές πλατφόρμες καθώς είναι εύκολο κάποιος κακόβουλος χρήστης να αποκτήσει πρόσβαση σε παραπάνω από έναν λογαριασμό. Για παράδειγμα, αν ένας hacker καταφέρει να βρει τον συνδυασμό των διαπιστευτηρίων ασφαλείας ενός χρήστη στον λογαριασμό του ηλεκτρονικού του ταχυδρομείου θα μπορούσε στη συνέχεια να τον δοκιμάσει σε κάποια πλατφόρμα ηλεκτρονικής τραπεζικής. Επίσης, δεν θα πρέπει να αποτελούν ημερομηνίες γεννήσεως ή γνωστά μοτίβα που κοντινά άτομα μπορούν να γνωρίζουν. Οι κωδικοί πρόσβασης σύμφωνα με το PCI DSS (Payment Card Industry Data Security Standard) θα πρέπει να αλλάζονται κάθε ενενήντα ημέρες ή όποτε παρατηρείται ασυνήθιστη ενέργεια στον λογαριασμό.

Δημόσια δίκτυα

Τα δημόσια δίκτυα μπορούν να βρεθούν συνήθως σε μεγάλα κέντρα όπως αεροδρόμια, λιμάνια, εμπορικά κέντρα και άλλα. Η πρόσβαση σε δημόσια δίκτυα Wi-Fi θα πρέπει να γίνεται με μεγάλη προσοχή καθώς οποιαδήποτε στιγμή μπορεί κάποιος χρήστης με κακόβουλους σκοπούς να τοποθετηθεί ανάμεσα σε κάποιον χρήστη και στο router (Kenneth C. Laudon, 2014).. Το γεγονός ότι κάποια ασύρματα δίκτυα δεν χρησιμοποιούν κωδικό πρόσβασης προκειμένου να συνδεθεί κάποιος χρήστης τα καθιστά ευάλωτα σε sniffer επιθέσεις. Επίσης πολλοί hackers χρησιμοποιούν τα δημόσια δίκτυα προκειμένου να διανείμουν κάποιον ιό γρηγορότερα εξαιτίας του αριθμού των διαφορετικών χρηστών που συνδέονται σε αυτό κάθε στιγμή.

Στις μικρότερες συσκευές, όπως είναι το smartphone και το tablet, ένας χρήστης μπορεί να προστατευθεί από κακόβουλες ενέργειες εκτός από τα παραπάνω κάνοντας χρήση και των παρακάτω δυνατοτήτων:

Οι χρήστες μπορούν να κλειδώνουν τις smartphone συσκευές τους με διάφορους τρόπους σε πρώτο επίπεδο. Προκειμένου να χρησιμοποιήσουν μπορούν να κάνουν χρήση των μοτίβων, των κωδικών πρόσβασης και των PIN. Ακόμα, για πρόσθετη ασφάλεια, μπορούν να χρησιμοποιήσουν τα βιομετρικά τους χαρακτηριστικά κατά το ξεκλείδωμα της συσκευής τους. Πιο συγκεκριμένα, σήμερα τα περισσότερα Smartphone δίνουν την δυνατότητα προσθήκης του δακτυλικού αποτυπώματος του χρήστη. Εκτός από το δακτυλικό αποτύπωμα που προσδίδει κατά ένα σημαντικό ποσοστό στην ασφάλεια του χρήστη καθώς μπορεί μόνο εκείνος να ανοίξει το τηλέφωνο σε πολύ γρήγορο χρονικό διάστημα, ορισμένες συσκευές υποστηρίζουν το ξεκλείδωμα της συσκευής με την σάρωση του προσώπου του χρήστη. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το Face ID της Apple το οποίο παρουσιάστηκε σαν χαρακτηριστικό στο iPhone X το 2017. Το Face ID πρόκειται για ένα χαρακτηριστικό το οποίο χρησιμοποιεί προηγμένη τεχνολογία για να χαρτογραφήσει την γεωμετρία του προσώπου του χρήστη. Είναι σημαντικό να αναφερθεί πως τα δεδομένα του Face ID αποθηκεύονται μέσα στο τηλέφωνο και όχι σε κάποιον server.

3.4 Η ευθύνη των τραπεζικών ιδρυμάτων

Ενημέρωση κατά του Phishing

Τα τραπεζικά ιδρύματα οφείλουν να προστατεύουν τους χρήστες τους που χρησιμοποιούν τις online πλατφόρμες για τις καθημερινές τους συναλλαγές. Επειδή το phishing βρίσκεται σε έξαρση, όλες οι τράπεζες τρέχουν ενημερωτικές καμπάνιες σχετικά με το πώς μπορούν να προστατευθούν από το phishing. Επίσης, χρησιμοποιούν παραδείγματα βγαλμένα από την καθημερινότητα για να παρουσιάσουν στον χρήστη διάφορα παραδείγματα από τρόπους με τους οποίους κάποιος μπορεί να αποκτήσει πρόσβαση στον λογαριασμό τους. Η τράπεζα ενημερώνει τους πελάτες της να μην ανοίγουν e-mail που δεν γνωρίζουν τον αποστολέα,

καθώς και να προσέχουν το URL όταν πρόκειται να συνδεθούν στην πλατφόρμα. Ακόμα, ως προς το Vishing (Phishing μέσω τηλεφώνου), οι τράπεζες έχουν αναρτήσει στα site τους πως η τράπεζα δεν πρόκειται σε καμία περίπτωση να ζητήσει εξακρίβωση των προσωπικών στοιχείων μέσω τηλεφώνου.

Αυτόματη αποσύνδεση του χρήστη έπειτα από ένα χρονικό όριο

Προκειμένου να προστατευθούν από οποιαδήποτε μορφή απάτης, οι περισσότερες τράπεζες έχουν προσθέσει ένα μικρό timer στο πάνω μέρος των συστημάτων τους. Έτσι, μετά το πέρας του ωραρίου που έχει οριστεί το σύστημα αποσυνδέει τον χρήστη για λόγους ασφαλείας. Η τράπεζα επίσης αποσυνδέει τον χρήστη σε περίπτωση που δεν πραγματοποιηθεί καμία ενέργεια για κάποιο χρονικό διάστημα (log out due to inactivity). Με αυτόν τον τρόπο, η τράπεζα προσπαθεί να προστατεύσει τους πελάτες της από ενδεχόμενα όπως το να αποκτήσει πρόσβαση κάποιος άγνωστος στον λογαριασμό του και να τροποποιήσει τα στοιχεία του πελάτη.

Δυνατότητα «παγώματος» καρτών

Τα τραπεζικά ιδρύματα προστατεύουν επίσης τους πελάτες τους δίνοντας τους την δυνατότητα να παγώσουν την κάρτα τους απευθείας μέσω από το e-banking app ή web περιβάλλον. Με αυτόν τον τρόπο, ο πελάτης ακόμα και σε περίπτωση που χάσει την κάρτα του ακόμα και για λίγα λεπτά μπορεί να «παγώσει» την χρήση της. Έτσι, ακόμα και αν κάποιος καταφέρει να πάρει από κάποιον πελάτη την κάρτα του, δεν θα μπορεί να ολοκληρώσει συναλλαγές και να πραγματοποιήσει μεταφορές χρηματικών ποσών.

Κρυπτογραφία

Είναι πολύ σημαντικό οι ηλεκτρονικές τραπεζικές πλατφόρμες να αποτελούν ασφαλή τοποθεσία για την ολοκλήρωση συναλλαγών μέσω του διαδικτύου. Οι τράπεζες χρησιμοποιούν τα πρωτόκολλα SSL (Secure Sockets Layer) και TLS (Transport Layer Security). Τα πρωτόκολλα SSL και TLS αποτελούν πρωτόκολλα κρυπτογραφίας μεταξύ του server και του χρήστη. Ακόμα και αν κάποιος εισέλθει μεταξύ αυτής της σύνδεσης δεν θα

μπορεί να καταλάβει τα δεδομένα καθώς θα είναι κρυπτογραφημένα και δεν θα διαβάζονται από κάποιον κοινό χρήστη (Kenneth C. Laudon, 2014). Οι τράπεζες χρησιμοποιούν κρυπτογράφηση 128bit ή 256bit. Με κρυπτογράφηση δεδομένων 256bit εννοείται πώς το μήκος του κλειδιού κρυπτογράφησης είναι ίσο με 256 χαρακτήρες. Όσο μεγαλύτερο είναι οι χαρακτήρες του κλειδιού τόσο πιο δύσκολα κάποιος μπορεί να το σπάσει.

Alerts

Ο χρήστης επιθυμεί να πραγματοποιεί ένα μεγάλο εύρος συναλλαγών καθημερινά. Από αυτό το γεγονός προκύπτει πως πρέπει να παρέχονται ειδοποιήσεις σε πραγματικό χρόνο σχετικά με τις φορές που χρεώνεται και πιστώνεται ο τραπεζικός του λογαριασμός. Τα τραπεζικά ιδρύματα προσφέρουν στους πελάτες τους ειδοποιήσεις (alerts) με τη μορφή SMS στο κινητό που έχει δηλώσει ο πελάτης. Έτσι, ο πελάτης μπορεί να γνωρίζει ανα πάσα ώρα και στιγμή με μια γρήγορη ματιά τις κινήσεις των λογαριασμών του.

Two Step Verification Authentication - OTP (One Time Password)

Στα πλαίσια της αύξησης της ασφάλειας των ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών έχει υιοθετηθεί ένα πρόγραμμα ελέγχου ταυτότητας δύο παραγόντων (Two-step authentication). Προκειμένου να εξακριβωθεί η ταυτότητα του πελάτη σε κάθε συναλλαγή η τράπεζα καλεί τον πελάτη να πληκτρολογήσει έναν κωδικό που λαμβάνει στο κινητό του. Ο κωδικός OTP (One Time Password) πρόκειται για έναν κωδικό μιας χρήσης που στέλνεται από την τράπεζα κάθε φορά που πρόκειται να εκτελεστεί μια συναλλαγή ή να τροποποιηθούν ευαίσθητα στοιχεία. Προκειμένου η τράπεζα να διασφαλίσει τα στοιχεία πελατών που εισάγονται στις βάσεις δεδομένων τους, όπως η προσθήκη κινητού τηλεφώνου, στέλνει έναν κωδικό PIN. Με αυτόν τον τρόπο η τράπεζα διασφαλίζει την ορθότητα των εισαγόμενων στοιχείων των πελατών και από την άλλη οι πελάτες είναι σίγουροι για την ορθή λειτουργία των λογαριασμών τους. Ακόμα και αν κάποιος αποκτούσε πρόσβαση σε έναν λογαριασμό, δεν θα μπορούσε να πραγματοποιήσει συναλλαγές χωρίς το κινητό του πελάτη. Συνεπώς, έχει αναπτυχθεί ένα αρκετά ασφαλές σύστημα που προστατεύει τους κατόχους καρτών μέσα από ένα ολοκληρωμένο τραπεζικό ηλεκτρονικό σύστημα.

Τείχος προστασίας (Firewall)

Εκτός από τους τρόπους διασφάλισης ταυτότητας των χρηστών στις συναλλαγές τους, τα τραπεζικά ιδρύματα χρησιμοποιούν τελευταίας τεχνολογίας τείχος προστασίας (firewall) για την προστασία των βάσεων δεδομένων και συστημάτων της τράπεζας. Το firewall αποτελεί ένα προστατευτικό φράγμα. Στέκεται μεταξύ του χρήστη-τράπεζα και του υπόλοιπου ψηφιακού κόσμου σε κάθε ηλεκτρονική συσκευή που μπορεί να συνδεθεί στο διαδίκτυο. Αποτρέπει μη εξουσιοδοτημένους χρήστες να εισέλθουν, παρακολουθεί την επικοινωνία του υπολογιστή με τους υπόλοιπους υπολογιστές στο διαδίκτυο και αποκλείει κακόβουλες ενέργειες όπως η είσοδος τρίτου προσώπου στον υπολογιστή του χρήστη-τράπεζα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

4.1 Εθνική Τράπεζα

Η Εθνική Τράπεζα ιδρύθηκε το 1841 και εισήχθη στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών το 1880. Με σχεδόν 180 χρόνια λειτουργίας στον οικονομικό βίο της χώρας, η Εθνική Τράπεζα έχει εξελιχθεί σε ένα σύγχρονο όμιλο παροχής χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών καλύπτοντας συνεχώς τις συνεχώς εξελισσόμενες ανάγκες των πελατών της.

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός της Εθνικής Τράπεζας έχει ξεκινήσει τα τελευταία χρόνια κατά τα οποία με την βοήθεια του Internet και της τεχνολογίας έχει εξελιχθεί σημαντικά στον χώρο των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών μέσα από πολλαπλά κανάλια εξυπηρέτησης στα οποία ο πελάτης βρίσκεται στο επίκεντρο όλων των υπηρεσιών που προσφέρει. Πιο συγκεκριμένα, προσφέρει υπηρεσίες όπως το i-Bank Pass & i-Bank Pass 4 Business με την χρήση των οποίων ο πελάτης μπορεί να εκδώσει απομακρυσμένα αριθμό προτεραιότητας για ταμειακή εξυπηρέτηση χωρίς να χρειάζεται να βρίσκεται με φυσική παρουσία σε αυτό καθώς και να ενημερωθεί όταν πλησιάζει η σειρά του.

Επιπλέον, παρέχει πλέον πρώτη στην Ελλάδα την δυνατότητα φυσικών προσώπων να γίνουν πελάτες της τράπεζας απευθείας από το smartphone τους σε μόλις 5 απλά βήματα. Το Digital Customer Onboarding προσφέρεται μέσω από την εφαρμογή NBG Mobile Banking. Αρχικά ο πελάτης υποβάλλει τα στοιχεία του και τις αντίστοιχες βεβαιώσεις ηλεκτρονικά (ΑΦΜ, Εκκαθαριστικό, Φοιτητικό πάσο σε περίπτωση που ο πελάτης είναι φοιτητής). Στη συνέχεια ακολουθούν απλές ερωτήσεις σχετικά με το επάγγελμα του πελάτη, το εισόδημα του, δημιουργεί τον κωδικό του και η διαδικασία ολοκληρώνεται μέσω βιντεοκλήσης με εκπρόσωπο. Σημαντικό είναι το γεγονός πως δεν απαιτείται φυσική παρουσία του πελάτη σε κάποιο κατάστημα, ο πελάτης δεν χρειάζεται να περιμένει την σειρά του προκειμένου να εξυπηρετηθεί, δεν χρειάζεται η διαδικασία να πραγματοποιηθεί στο ωράριο της τράπεζας αλλά και σε κάποια από τις εργάσιμες μέρες. Αποτελεί έναν ευέλικτο τρόπο εγγραφής στην τράπεζα με μόνη προϋπόθεση το να έχει ο πελάτης σύνδεση στο Internet ελαχιστοποιώντας έτσι την αναμονή του και βελτιστοποιώντας παράλληλα την online εμπειρία του.

i-Bank Pass

Το i-Bank Pass αποτελεί μια εφαρμογή η οποία διατίθεται μέσω του Google Play και του Apple Store. Έχει αναπτυχθεί από την Εθνική Τράπεζα και έχει ενημερωτικό χαρακτήρα προς τους χρήστες της εφαρμογής. Έχει αποσπάσει πολλά βραβεία σε διαγωνισμούς τόσο για την σύγχρονη και φιλική προς το χρήστη σχεδίαση της εφαρμογής όσο και για τις καινοτομίες που προσφέρει. Πιο συγκεκριμένα, ένας χρήστης αφού κατεβάσει την εφαρμογή στο smartphone του, θα είναι πλέον σε θέση να πραγματοποιεί τις ακόλουθες ενέργειες:

- **Εύρεση πλησιέστερων καταστημάτων από τον χρήστη**

Ο χρήστης μπορεί να πληροφορηθεί για τα κοντινότερα σε αυτόν καταστήματα είτε μέσω της τοποθεσίας του καθώς η εφαρμογή χρησιμοποιεί τον GPS σένσορα του τηλεφώνου είτε αναζητώντας τα καταστήματα στην περιοχή που επιθυμεί στην μπάρα αναζήτησης.

- **Αξιολόγηση προσφερόμενων υπηρεσιών**

Ο χρήστης μπορεί να αξιολογήσει την συνολική εμπειρία του στο κατάστημα μέσω της εφαρμογής και να προσθέσει σχόλια.

- **Πληροφόρηση σχετικά με τον χρόνο αναμονής**

Ο χρόνος είναι πολύτιμος την σημερινή εποχή. Η εφαρμογή δίνει την δυνατότητα στον χρήστη με το πάτημα ενός κουμπιού να λάβει τις απαραίτητες πληροφορίες σχετικά με τον χρόνο αναμονής των κοντινότερων σε εκείνον καταστημάτων και να επιλέξει εκείνο που τον εξυπηρετεί καλύτερα.

- **Έκδοση ηλεκτρονικού αριθμού προτεραιότητας**

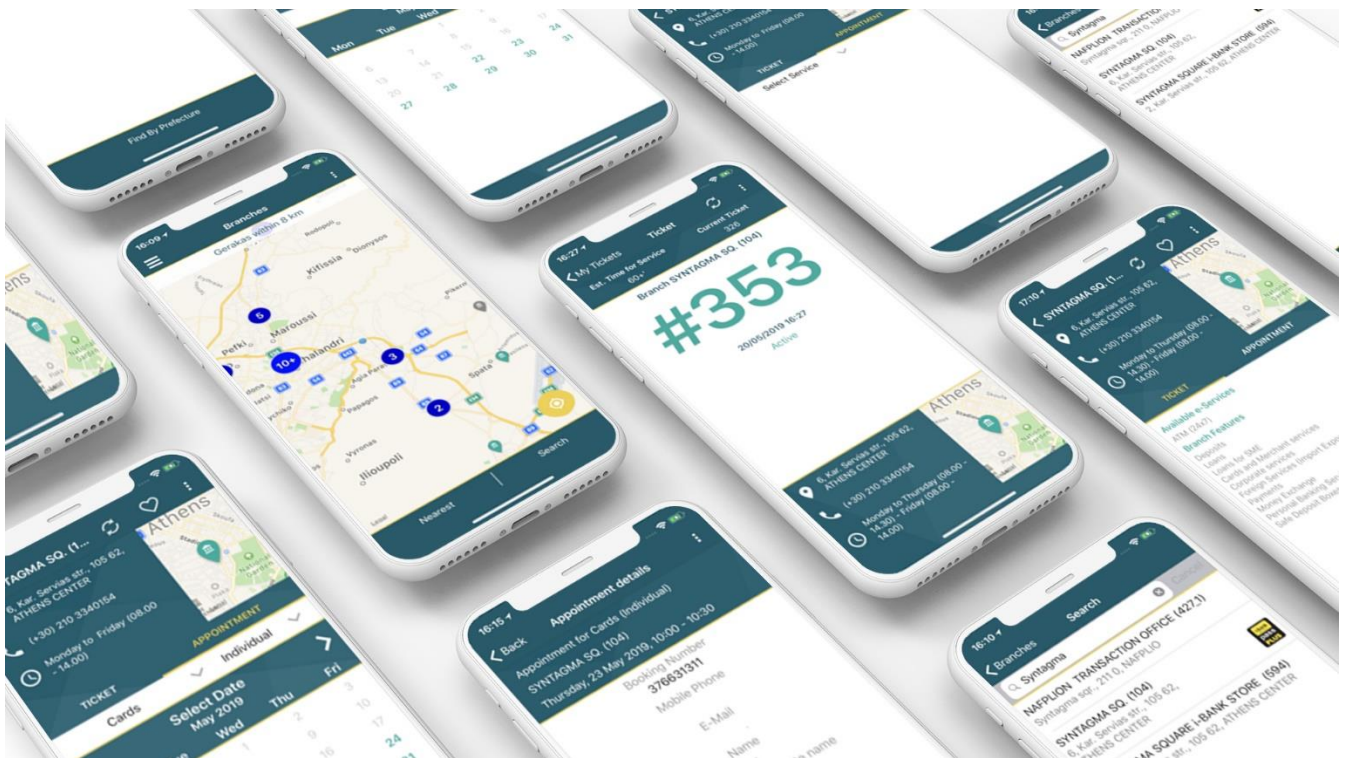
Η εφαρμογή της Εθνικής Τράπεζας δίνει την δυνατότητα στους χρήστες της εφαρμογής αφού αναζητήσουν το κατάστημα που επιθυμούν για την εξυπηρέτησή τους να εκδώσουν τον αριθμό προτεραιότητας τους κατευθείαν από την ψηφιακή τους συσκευή ελαχιστοποιώντας με αυτόν τον τρόπο την αναμονή εντός του καταστήματος. Λίγο πριν έρθει η σειρά του πελάτη στο ταμείο, μια ενημέρωση μέσω SMS στο κινητό τηλέφωνο του πελάτη τον ειδοποιεί ώστε να προσέλθει εγκαίρως στο κατάστημα.

- **Δημιουργία ηλεκτρονικού ραντεβού**

Η Εθνική Τράπεζα γνωρίζοντας πως οι ανάγκες των πελατών συνεχώς εξελίσσονται πρόσθεσε τη δυνατότητα δημιουργίας ηλεκτρονικού ραντεβού για οποιοδήποτε τραπεζικό

προϊόν. Ο χρήστης μέσω της εφαρμογής ακολουθώντας μερικά απλά βήματα στην ψηφιακή του συσκευή είναι σε θέση πλέον να κλείσει ραντεβού με εξειδικευμένο σύμβουλο σε όποιο κατάστημα επιθυμούν και σε ημέρα και ώρα που τους εξυπηρετεί καλύτερα.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός πως για την χρήση της εφαρμογής δεν απαιτείται εγγραφή νέου χρήστη και συνεπώς ούτε σύνδεση χρήστη. Δίνεται βάση στην εξυπηρέτηση όλων των πελατών της τράπεζας. Ο χρόνος παραμονής πελατών εντός του καταστήματος ελαχιστοποιείται και οι πελάτες είναι πιο ευέλικτοι ως προς την εξυπηρέτησή τους στα τραπεζικά ιδρύματα.



Εικόνα 1. Πηγή AppleStore iBankPass – isometric design

i-Bank Internet Banking

Η Εθνική Τράπεζα προέβη στον επανασχεδιασμό της Internet banking πλατφόρμας της τοποθετώντας τον χρήστη στο επίκεντρο και έχοντας ως γνώμονα την βελτίωση της

συνολικής εμπειρίας χρήστη σχεδίασε μια πλατφόρμα πλήρως λειτουργική για να καλύψει και τις πιο απαιτητικές ανάγκες. Ο χρήστης μπορεί να προμηθευτεί τους κωδικούς εισόδου για την ηλεκτρονική πλατφόρμα αφού επισκεφθεί ένα φυσικό κατάστημα ή να πραγματοποιήσει εγγραφή μέσω κινητού τηλεφώνου σε περίπτωση που είναι ήδη πελάτης. Το νέο Internet Banking της Εθνικής τράπεζας έχει σχεδιαστεί σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα ασφάλειας και προσφέρει πολλές χρήσιμες δυνατότητες για γρήγορη και ασφαλή εξυπηρέτηση. Πιο συγκεκριμένα,

- **περιέχει ανασχεδιασμένο περιβάλλον χρήστη (User Interface)** με σωστή κατηγοριοποίηση για εύκολη και γρήγορη πλοήγηση όποια και αν είναι η ανάγκη του πελάτη
- λόγω ότι ο πελάτης μπορεί να εισέλθει από οποιαδήποτε ψηφιακή συσκευή (Desktop, laptop, tablet, smartphone) η Εθνική τράπεζα έλαβε υπόψιν τις αλλαγές στις διαστάσεις των οθονών και έδωσε τη δυνατότητα στην πλατφόρμα να προσαρμόζεται αυτόματα στις διαστάσεις κάθε συσκευής. Έτσι, δεν μιλάμε για Web Banking και Banking App αλλά για **Internet banking το οποίο είναι responsive ανάλογα το μέγεθος της οθόνης.**
- Παλαιότερα, αν έχανε ένας πελάτης την κάρτα του θα έπρεπε να καλέσει έναν αριθμό τηλεφώνου και να αναφέρει την απώλεια της και να ακολουθήσει μια τυπική διαδικασία επανέκδοσης. **Μέσω του Internet banking, δίνεται η δυνατότητα για άμεσο “Πάγωμα” και “Ξεπάγωμα” της χρεωστικής κάρτας.**
- **Οποιαδήποτε πληρωμή απέχει μερικά δευτερόλεπτα.** Οποιαδήποτε πληρωμή και αν επιθυμεί να πραγματοποιήσει ο χρήστης, από πληρωμή σε ΔΟΥ, δημιουργία πάγιας εντολής, πληρωμή των τελών κυκλοφορίας η μεταφορά χρημάτων γίνεται άμεσα.
- **Σύγκριση προϊόντων** (καρτών, δανείων). Ο πελάτης μπορεί ανάλογα με τις ανάγκες του να μεταβεί στην ενότητα κάρτες, να δει τα διαθέσιμα τραπεζικά προϊόντα και να επιλέξει αυτό που ταιριάζει καλύτερα στις ανάγκες του.
- **Προβολή επενδυτικών προγραμμάτων** (αν ο χρήστης έχει επιλέξει προθεσμιακό πρόγραμμα)
- **Συμπλήρωμα αφορολόγητου ορίου** με υπολογισμό ανα συνολικό εισόδημα

- **Δυνατότητα έκδοσης Prepaid ή Debit κάρτας** με ανέβασμα των δικαιολογητικών ακόμα και κατευθείαν από το smartphone.
- **Λήψη ειδοποιήσεων όταν χρησιμοποιείται η κάρτα στο επιλεγμένο κινητό.** Ο χρήστης μπορεί να ειδοποιείται κάθε φορά που η κάρτα του χρεώνεται σε κάποιο ATM ή POS. Ακόμα, μπορεί να θέσει επιπλέον ειδοποίηση όταν μια πληρωμή ξεπερνάει κάποιο ποσό που έχει θέσει.
- **Λήψη reports.** Ο χρήστης μπορεί εάν το επιθυμεί να λαμβάνει συγκεντρωτικά reports με την χρήση της κάρτας του

i-Bank Pay

Το i-Bank Pay πρόκειται για μια εφαρμογή την οποία μπορούν οι χρήστες των ψηφιακών συσκευών να κατεβάσουν μέσω του Google Play ή του App Store ανάλογα το smartphone τους. Ανάλογα με τον τύπο πελάτη προσφέρει μοναδικά προνόμια.

Το i-Bank Pay πρόκειται για ένα ψηφιακό πορτοφόλι. Ένας ιδιώτης με την χρήση του i-Bank Pay μπορεί να:

- **πραγματοποιεί ανέπαφες συναλλαγές από το smartphone του.**

Ο χρήστης είναι πλέον σε θέση να πραγματοποιεί ανέπαφες (contactless) συναλλαγές στα τερματικά μηχανήματα (POS). Μοναδική προϋπόθεση είναι να έχει ανοιχτό το Bluetooth στο κινητό του για μερικά δευτερόλεπτα και σύνδεση στο internet.

- **να πραγματοποιήσει πληρωμές μέσω QR code.**

Εκτός από την επιλογή για ανέπαφη πληρωμή, οι χρήστες της εφαρμογής i-Bank Pay έχουν την δυνατότητα να πραγματοποιούν τις πληρωμές τους σκανάροντας έναν ειδικό QR κωδικό. Η διαδικασία ολοκληρώνεται μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα καθώς ο χρήστης σκανάρει με το κινητό του το QR code και στην συνέχεια αποδέχεται στην οθόνη του κινητού του την πληρωμή.

- **να λάβει και να στείλει χρήματα**

Ένα από τα πιο εξυπηρετικά χαρακτηριστικά της εφαρμογής αποτελεί η δυνατότητα αποστολής και λήψης χρηματικών μονάδων απευθείας από το smartphone. Ο χρήστης χρειάζεται να στείλει χρήματα σε φίλους του στο Facebook ή στις επαφές του στο κινητό τηλέφωνο. Μπορεί επίσης να μοιραστεί τα έξοδα του μέσω της ειδικής λειτουργικότητας

“split-the-bill” που βρίσκεται στην οθόνη πληρωμής. Ακόμα, ο χρήστης μπορεί να στείλει και χρήματα διατραπεζικά μέσω της υπηρεσίας IRIS Online payments της ΔΙΑΣ.

Από την άλλη πλευρά, για έναν επαγγελματία υπάρχουν πολλαπλά οφέλη από την χρήση της εφαρμογής i-Bank Pay 4B. Αρχικά, μπορεί να εκμεταλλευτεί από το γεγονός πως χάρη στο i-Bank Pay οι εισπράξεις της επιχείρησης γίνονται πολύ πιο γρήγορα, πολύ πιο εύκολα και με χαμηλότερη προμήθεια (μόλις 0,3% για πάνω από 5€). Μπορεί επίσης να στείλει και να λάβει χρηματικές μονάδες κατευθείαν από την εφαρμογή ακόμα και διατραπεζικά μέσω του IRIS online payment του ΔΙΑΣ αλλά και γνωρίζοντας απλά το ΑΦΜ. Ο επαγγελματίας μπορεί επίσης να εισπράττει άμεσα και παντού κατευθείαν στο κινητό του με contactless επαφές, και έτσι δεν χρειάζεται να βρίσκεται δίπλα στο POS συνεχώς. Τέλος, με την χρήση του i-Bank Pay e-commerce δίνεται η δυνατότητα να δέχεται πληρωμές από τους πελάτες στο ηλεκτρονικό κατάστημα με μόλις μερικά κλικ.

i-Bank Stores

Η Εθνική Τράπεζα γνωρίζοντας πως παρά το γεγονός πως το διαδίκτυο βρίσκεται σε εκθετική αύξηση και η διείσδυση του στην Ελληνική κοινωνία βρίσκεται σε ικανοποιητικά επίπεδα, οι πολίτες δεν αξιοποιούν πλήρως το διαδίκτυο ως καθημερινό εργαλείο για τις καθημερινές τους ανάγκες.

Λύση σε αυτή την ανάγκη δόθηκε μέσω των i-Bank Stores, καταστήματα δηλαδή που λειτουργούν με την τελευταία λέξη της τεχνολογίας και βασίζονται στη χρήση του Internet Banking. Το πρώτο digital concept i-Bank store της Εθνικής λειτουργεί μέχρι και σήμερα στο The Mall Athens στο Μαρούσι.

Τα i-Bank stores λειτουργούν ως εργαστήρια καινοτομίας (innovation labs) και εφαρμόζονται νέοι τρόποι εξυπηρέτησης και παρουσιάζονται νέες τεχνολογίες. Πρόκειται για self-service καταστήματα με εξειδικευμένο προσωπικό στις νέες τεχνολογίες στον τραπεζικό κλάδο. Στα i-Bank stores ένας πελάτης μπορεί να δημιουργήσει λογαριασμούς e-banking και να ενημερωθεί πώς να χρησιμοποιεί την τεχνολογία μέσω του Internet προς όφελος του στα ειδικά διαμορφωμένα demo points. Εσωτερικά των καταστημάτων ο πελάτης μπορεί να απολαύσει το δωρεάν Wi-Fi για την πραγματοποίηση των ηλεκτρονικών του πληρωμών, να λύσει απορίες και να βρει νέες λύσεις για να καλύπτει τις καθημερινές του ανάγκες αλλά και

να ενημερωθεί για τις τελευταίες τραπεζικές τεχνολογίες που προσφέρονται όπως το Video Banking.

4.2 Alpha Bank



Εικόνα 2. Alpha Bank (<https://www.alpha.gr/>)

Η Alpha Bank είναι μία από τις μεγαλύτερες ιδιωτικές τράπεζες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα. Ιδρύθηκε το 1879 από τον Εμπορικό Οίκο Ιωάννη Φ. Κωστόπουλο. Η ιστορία της Alpha Bank στον τραπεζικό κλάδο χαρακτηρίζεται από πλούσια επιχειρηματική δραστηριότητα εδώ και 140 χρόνια. Το 1925 η μετοχή της Alpha Bank αρχίζει να διαπραγματεύεται στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών. Ο όμιλος Alpha Bank εκτός από παρουσία στην Ελλάδα διαθέτει ισχυρή παρουσία και στη διεθνή τραπεζική αγορά.

Η ψηφιακή στρατηγική της Alpha Bank χαράζεται στα τελευταία χρόνια αξιοποιώντας στο έπακρο τις νέες τεχνολογίες. Η Alpha Bank έχει αποσπάσει πολλά βραβεία γύρω από τις ψηφιακές λύσεις που προσφέρει στους πελάτες της. Η Alpha Bank επίσης, διοργανώνει fintech διαγωνισμούς και hackathons ώστε να κινητοποιήσει τους πολίτες να προτείνουν και να δημιουργήσουν την επόμενη μέρα στις τραπεζικές προσφερόμενες υπηρεσίες.

Η Alpha Bank δημιουργεί καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες γύρω από τις ανάγκες των πελατών της οι οποίες συνεχώς μεταβάλλονται. Το τριετές πλάνο ψηφιοποίησης των υπηρεσιών και προϊόντων της αποδείχθηκε ιδιαίτερα αποτελεσματικό για την τράπεζα. Όπως ανέφερε ο κ. Δαμιανός Χαραλαμπίδης, Chief Digital Officer & Retail Banking products της Alpha Bank στην εκδήλωση “Digitized” που διοργάνωσε η τράπεζα, το πρόγραμμα μεταφοράς παραδοσιακών τραπεζικών συναλλαγών στα ψηφιακά μέσα απέφερε στην τράπεζα πολλαπλά οφέλη. Πιο συγκεκριμένα, οι καταθέσεις στα ταμεία των καταστημάτων

έχουν μειωθεί κατά 70%, οι αναλήψεις μετρητών κατά 60%, οι ενημερώσεις βιβλιαρίων μειώθηκαν κατά 90% και οι πληρωμές προϊόντων της τράπεζας κατά 80%.

Από τους δείκτες αυτούς προκύπτει πως εφόσον έχουν αυτοματοποιηθεί πλέον ορισμένες συναλλαγές και δεν χρειάζεται να πραγματοποιούνται σύμφωνα με το παραδοσιακό μοντέλο τραπεζικής, οι υπάλληλοι της τράπεζας είναι σε θέση να στραφούν προς τις πωλήσεις νέων προϊόντων και το onboarding των πελατών δημιουργώντας e-banking λογαριασμούς.

myAlphaWallet

Το myAlphaWallet είναι μια πρωτοποριακή εφαρμογή της Alpha Bank μέσω από την οποία δίνεται η δυνατότητα στον χρήστη να χρησιμοποιεί το κινητό του ως ψηφιακό πορτοφόλι. Το myAlphaWallet αποτελεί την επόμενη γενιά πληρωμών καθώς ο πελάτης μπορεί χρησιμοποιώντας το smartphone του να διαχειρίζεται τις χρεωστικές, πιστωτικές και προπληρωμένες κάρτες του και να πληρώνει στα POS με σήμα contactless. Ο κ. Δαμιανός Χαραλαμπίδης, Chief Digital Officer της Alpha Bank σχετικά με την εφαρμογή myAlphaWallet δήλωσε “Το myAlphaWallet με Tap n’ Pay, είναι η πρώτη ολοκληρωμένη mobile εφαρμογή πληρωμών στην ελληνική αγορά η οποία προσφέρει στους χρήστες της σημαντική προστιθέμενη αξία και έχει ήδη διακριθεί για την καινοτομία και τη λειτουργικότητά της.”

Είσοδο στην εφαρμογή οι πελάτες αποκτούν αφού κατεβάσουν την εφαρμογή από το Google Play και εισάγουν τα στοιχεία εισόδου e-banking του λογαριασμού τους. Οι χρήστες της εφαρμογής μπορούν να προσθέσουν την American Express, Visa, Mastercard και Maestro κάρτα τους στο ηλεκτρονικό τους πορτοφόλι. Όσοι πελάτες δεν διαθέτουν κωδικούς μπορούν να εγγραφούν στην υπηρεσία ηλεκτρονικά μέσω του www.myalphawallet.gr ή μέσω από την εφαρμογή.

Η Alpha Bank εμπλουτίζει το myAlphaWallet με την πλέον σύγχρονη τεχνολογία και δίνει την δυνατότητα στους χρήστες της να συνδέονται ακόμα πιο γρήγορα στην υπηρεσία χρησιμοποιώντας βιομετρικά χαρακτηριστικά εισόδου, όπως το δακτυλικό αποτύπωμα. Χρησιμοποιεί two step verification για πρόσθετη ασφάλεια καθώς και ένα επιπλέον PIN εισόδου. Έτσι, εξασφαλίζει την βέλτιστη εμπειρία των πελατών της κατά την χρήση της εφαρμογής.

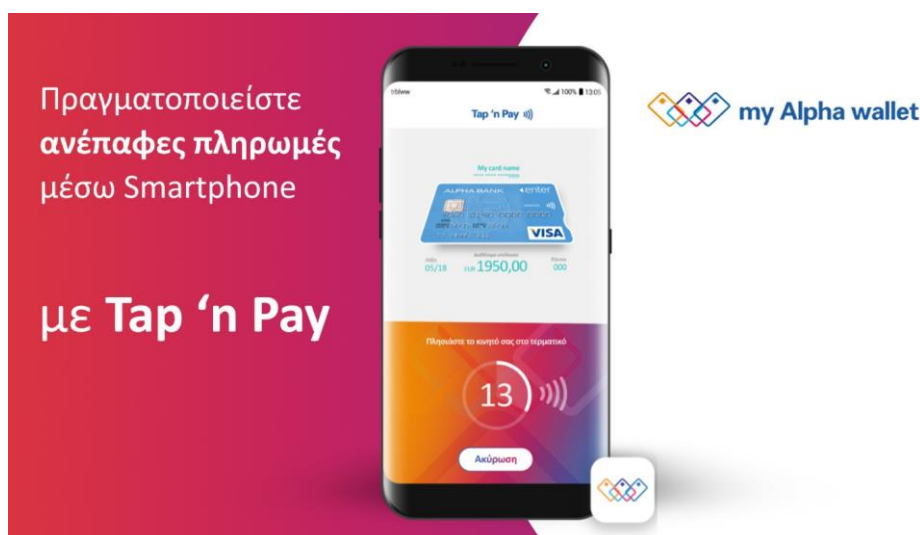
Μεγάλη εντύπωση κάνει η δυνατότητα Tap n’ Pay, δυνατότητα πληρωμής μέσω smartphone χρησιμοποιώντας την τεχνολογία NFC (Near Field Communication). Ο πελάτης μπορεί να

πληρώσει κατευθείαν από το κινητό του κάνοντας ορατή την κάρτα του για μερικά δευτερόλεπτα. Στη συνέχεια, πλησιάζει την συσκευή του πάνω στο τερματικό POS του καταστήματος και πραγματοποιεί την πληρωμή σαν να είχε τοποθετήσει την τραπεζική του κάρτα.

Για όλες τις συναλλαγές που πραγματοποιούνται, ο χρήστης ειδοποιείται μέσω push notification, καθώς στο τέλος κάθε μήνα ο χρήστης λαμβάνει στο e-mail του αντίγραφο του μηνιαίου λογαριασμού μέσω του alpha e-statements. Σε πραγματικό χρόνο επίσης, ο χρήστης ειδοποιείται για την χρήση της κάρτας του μέσω SMS.

Η εφαρμογή εξυπηρετεί ένα μεγάλο φάσμα καθημερινών ενεργειών όπως η πληρωμή λογαριασμών στο Δημόσιο, σε ΔΕΚΟ, ασφαλιστικές εταιρείες, εταιρείες τηλεπικοινωνιών και πλήθος άλλων επιχειρήσεων. Διαθέτει αναλυτικό ιστορικό συναλλαγών και αποθηκεύει τις πληρωμές που γίνονται συχνότερα. Ακόμα, η εφαρμογή υποστηρίζει την τεχνολογία “Scan to pay” με την οποία μπορεί ο χρήστης με την χρήση του smartphone του να σκανάρει ένα barcode που βρίσκεται πάνω στον λογαριασμό και να ολοκληρώσει την πληρωμή του χωρίς να χρειάζεται η φυσική του παρουσία σε κάποιο κατάστημα και χωρίς χρονικούς περιορισμούς.

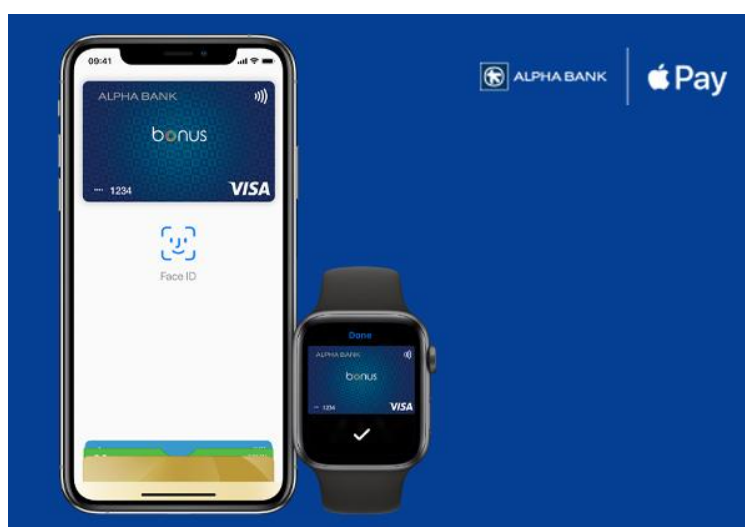
Η Alpha Bank έχει λάβει σημαντικές διακρίσεις για την εφαρμογή myAlpha Wallet. Πιο συγκεκριμένα, οι τομείς στους οποίους η εφαρμογή myAlpha Wallet έχει διακριθεί είναι στις κατηγορίες για καινοτόμες τραπεζικές υπηρεσίες, ηλεκτρονικά συστήματα πληρωμών και στην κατηγορία Usability (= χρησιμότητα).



Εικόνα 3. Alpha Bank Wallet (<https://www.alpha.gr/>)

Το Apple Pay στην Ελλάδα από την Alpha Bank

Ο λόγος για τον οποίο ένας χρήστης Smartphone με λειτουργικό iOS δεν μπορούσε να πραγματοποιήσει πληρωμές μέσω Tap n' Pay όπως αναφέρει η Alpha Bank στην επίσημη ιστοσελίδα της είναι το γεγονός πως η δυνατότητα ανέπαφων NFC συναλλαγών είναι κλειδωμένος από την Apple, καθώς η εταιρεία σκοπεύει να χρησιμοποιεί το δικό της σύστημα πληρωμών (Apple Pay). Σύμφωνα με ανακοίνωση τον Απρίλιο του 2020 πρώτη η Alpha Bank δίνει την δυνατότητα στους πελάτες της, αρχικά στους κατόχους καρτών VISA, να πραγματοποιούν συναλλαγές μέσω του Apple Pay στα τερματικά των επιχειρήσεων. Υπάρχει πρόβλεψη της τράπεζας και για εισαγωγή Mastercard καρτών στο Wallet μέσα στους επόμενους μήνες. Το ψηφιακό πορτοφόλι της Apple υποστηρίζεται σε 40 Ευρωπαϊκές χώρες ενώ κύριο μέλημα της Apple είναι η παροχή ολοκληρωμένης ασφάλειας στους πελάτες. Για την ενεργοποίηση της δυνατότητας ο χρήστης θα πρέπει να ακολουθήσει τον οδηγό προσθήκης νέας κάρτας μέσω της εφαρμογής Wallet της Alpha Bank. Η Apple έχοντας ως γνώμονα την ασφάλεια των πελατών της κατά την εισαγωγή μιας κάρτας στο Wallet, δεν αποθηκεύει τον αριθμό της κάρτας στο cloud αλλά εκχωρεί ένα μοναδικό κωδικό ο οποίος στη συνέχεια κωδικοποιείται και αποθηκεύεται στο Secure Element της συσκευής. Το Apple Pay εκτός από τις iOS συσκευές υποστηρίζεται και στο wearable προϊόν της Apple (Apple Watch), γεγονός που θα σημάνει την αρχή για την επόμενη μέρα στις τραπεζικές συναλλαγές με ψηφιακή συσκευή στην Ελλάδα.



Εικόνα 4. Alpha Bank & Apple Pay (<https://www.alpha.gr/>)

myAlpha Web

Το myAlpha Web αποτελεί το Web περιβάλλον ηλεκτρονικής τραπεζικής της Alpha Bank. Έχει σχεδιαστεί τοποθετώντας τις ανάγκες των πελατών της στο επίκεντρο απλοποιώντας παραδοσιακές τραπεζικές συναλλαγές που στο παρελθόν φάνταζαν χρονοβόρες. Ο πελάτης, μπορεί να συνδεθεί στο ηλεκτρονικό περιβάλλον του myAlpha Web από την επίσημη σελίδα της τράπεζας (www.alpha.gr) πατώντας στο “E-Banking”. Αφού εισάγει τα στοιχεία πρόσβασης του σωστά, εισάγεται στην πλατφόρμα του myAlpha Web.

Πιο συγκεκριμένα, κατά την είσοδο του στην πλατφόρμα, ο πελάτης μπορεί να πραγματοποιήσει τις ακόλουθες ενέργειες:

- **Προβολή υπολοίπου λογαριασμού και προβολή προϊόντων.** Ο πελάτης μέσα από ένα διαδραστικό περιβάλλον μπορεί να δει τις κάρτες που έχει στην κατοχή του, (ενεργές και μη) και να αναζητήσει πρόσφατες πληροφορίες για αυτές όπως το ιστορικό χρήσης της κάθε κάρτας.
- **Προσθήκη νέων καρτών ακόμα και από άλλες ελληνικές τράπεζες.** Ο πελάτης επιλέγοντας την προσθήκη και σε μόλις 3 απλά βήματα μπορεί να προσθέσει μια νέα κάρτα να εμφανίζεται στο ηλεκτρονικό του πορτοφόλι. Η νέα αυτή λειτουργία είναι ενεργή για τους πελάτες της Alpha Bank από τις 24/12/2019 και διατίθεται για λογαριασμούς στις τράπεζες Εθνική και Πειραιώς. Βασίζεται στις δυνατότητες του Open Banking και πολύ σύντομα η δυνατότητα αυτή θα επεκταθεί και στις υπόλοιπες τράπεζες της ελληνικής αγοράς. Η διαδικασία είναι να επιλέξει αρχικά αν πρόκειται για κάρτα Alpha Bank ή άλλης ελληνικής τράπεζας και αφού εισάγει τα στοιχεία της αναμένει την αυθεντικοποίηση του χρήστη και της κάρτας. Τέλος, ο χρήστης μπορεί να δει την ενεργή κάρτα στην αρχική οθόνη. Ο πελάτης μετά την επιτυχή προσθήκη της νέας κάρτας θα μπορεί να δει τα υπόλοιπα και τις κινήσεις των λογαριασμών. Το χαρακτηριστικό που δίνει την δυνατότητα προσθήκης κάρτας ακόμα και από άλλη τράπεζα είναι ένα παράδειγμα της εξάπλωσης του e-banking ακόμα και διατραπεζικά, δίνοντας πολλαπλά οφέλη στον πελάτη στην καθημερινότητα του.
- **Πραγματοποίηση πληρωμών.** Ο πελάτης μέσα από την ενότητα “Πληρωμές” είναι σε θέση να πληρώσει λογαριασμούς από την άνεση του σπιτιού του ή μη καθώς το μόνο που χρειάζεται να γνωρίζει είναι ο κωδικός πελάτη και το ποσό πληρωμής. Η πληρωμή

καθημερινών λογαριασμών, όπως λογαριασμοί τηλεπικοινωνιών, πληρωμές στο δημόσιο, δόσεις δανείων και ΔΕΚΟ, πραγματοποιούνται σε μόλις λίγα λεπτά χωρίς τη φυσική παρουσία του πελάτη στο ανάλογο κατάστημα ή ταμείο. Επίσης είναι δυνατόν να πραγματοποιήσει νέες πάγιες εντολές σε μόλις λίγα λεπτά από το σύγχρονο, εύχρηστο και φιλικό προς το χρήστη περιβάλλον (User Interface). Ακόμα, ο πελάτης είναι δυνατόν να πραγματοποιήσει και διατραπεζικές πληρωμές μέσω του IRIS Online Payments της ΔΙΑΣ γνωρίζοντας μόνο το ΑΦΜ ή το κινητό τηλέφωνο του παραλήπτη. Προκειμένου να επιβεβαιωθεί μια πληρωμή, ο πελάτης κατά τη χρήση του myAlpha Web και myAlpha Mobile θα πρέπει να εισάγει τον myAlpha Code. Ο myAlpha Code είναι ένας 6ψήφιος κωδικός μίας χρήσεως που αποστέλλεται στο εγγεγραμμένο κινητό τηλέφωνο του χρήστη.

- **Αλλαγή διαπιστευτηρίων, ενημέρωση προφίλ χρήστη.** Σε περίπτωση που ο χρήστης χρειάζεται να ενημερώσει το προφίλ χρήστη του προς την τράπεζα, αυτό μπορεί να γίνει κατευθείαν μέσω του κινητού ή του υπολογιστή. Ο χρήστης μπορεί να επισυνάψει το αρχείο που επιθυμεί να προωθήσει στην τράπεζα και απλώς το στέλνει μέσω της πλατφόρμας. Αποδεκτά είναι τα αρχεία σε μορφές pdf, jpeg, bmp, gif, tif, tiff και μέχρι 5 MB. Ο χρήστης δεν χρειάζεται πλέον να παρευρεθεί αυτοπροσώπως στο κατάστημα συνεπώς εξοικονομεί χρόνο από την καθημερινότητα του.
- **Λήψη ενημερώσεων.** Η Alpha Bank ενημερώνει τους πελάτες της με μηνύματα στην πλατφόρμα για διάφορα updates και πράγματα που χρειάζεται να γνωρίζουν. Τα μηνύματα αυτά έρχονται μέσω της πλατφόρμας και υπάρχει ιστορικό.
- **Προστασία προσωπικών δεδομένων (GDPR).** Από την 25/5/2018 εφαρμόζεται ο γενικός κανονισμός για την προστασία προσωπικών δεδομένων του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου. Η Alpha bank συλλέγει προσωπικά δεδομένα, με σκοπό να βελτιστοποιήσει την εμπειρία εξυπηρέτησης, στοχεύοντας τους πελάτες της με ενημερώσεις σχετικά με τα νέα προϊόντα και υπηρεσίες που πρόκειται να καλύψουν καλύτερα τις ανάγκες τους. Η Alpha Bank επεξεργάζεται τα στοιχεία που συλλέγει με ασφάλεια πάντοτε σεβόμενη το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο και τους πελάτες της.
- **Πρόγραμμα επιβράβευσης (Loyalty Program) Bonus.** Μέσω της πλατφόρμας οι κάτοχοι της Alpha Bank Enter Bonus Visa και Mastercard που υποστηρίζουν το πρόγραμμα επιβράβευσης πληρωμών Bonus είναι σε θέση να βλέπουν τους bonus πόντους τους και να μπορούν να τους μεταφέρουν. Το πρόγραμμα επιβράβευσης Bonus

επιβραβεύει κάθε αγορά των πελατών. Στη συνέχεια οι πελάτες μπορούν να εξαργυρώσουν τους πόντους τους σε μοναδικά προνόμια σε πάνω από 4.000 καταστήματα και ένα μεγάλο εύρος επιχειρήσεων που συμμετέχουν στο πρόγραμμα.

- **Αφορολόγητο.** Ο χρήστης μέσω από μια εφαρμογή υπολογισμού, έχει τη δυνατότητα να υπολογίσει το ποσό που θα πρέπει να πραγματοποιήσει σε ηλεκτρονικές πληρωμές σύμφωνα με το νόμο. Το ποσό που θα πρέπει να συγκεντρώσει ένας πελάτης σε ηλεκτρονικές αποδείξεις ανέρχεται στο 30% ανεξαρτήτως εισοδήματος.

myAlpha Mobile

Οι πελάτες της Alpha Bank μπορούν φυσικά να κατεβάσουν την εφαρμογή myAlpha Mobile και να χρησιμοποιούν τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες της τράπεζας εν κινήσει. Το myAlpha Mobile πρόκειται για την εφαρμογή του e-banking της τράπεζας σε μικρότερες οθόνες. Διαθέτει όλες τις δυνατότητες που δίνει το myAlpha Web και κάποιες παραπάνω χρησιμοποιώντας τις δυνατότητες μιας ψηφιακής συσκευής.

Πιο συγκεκριμένα, ο χρήστης μπορεί να πραγματοποιήσει μεταφορά χρημάτων σε μόλις λίγα λεπτά μέσω του Quick Transfer το οποίο χρησιμοποιεί την διατραπεζική λειτουργία IRIS Online Payments της ΔΙΑΣ. Ο πελάτης μπορεί να πραγματοποιεί μεταφορές χρημάτων έως και 500€ ανά φορά γνωρίζοντας μόλις το κινητό τηλέφωνο του παραλήπτη αν πρόκειται για ιδιώτης ή το ΑΦΜ αν πρόκειται για επαγγελματία. Η μεταφορά ολοκληρώνεται σε μερικά δευτερόλεπτα ενώ ο παραλήπτης ενημερώνεται για την πραγματοποίηση της ενέργειας μέσω SMS στο κινητό του τηλέφωνο.

Η δυνατότητα Scan 'n Pay για τις πληρωμές γίνεται ακόμα πιο εύκολη καθώς με την χρήση της κάμερας, ο πελάτης σκανάρει ένα barcode το οποίο περιέχει τα στοιχεία της πληρωμής. Στη συνέχεια ο χρήστης επιβεβαιώνει την πληρωμή.

Επιπλέον, σχετικά με την ασφάλεια της εφαρμογής, η Alpha έχει δημιουργήσει δικλίδες ασφαλείας στην εφαρμογή δίνοντας τη δυνατότητα στον πελάτη να προσθέσει το κινητό του τηλέφωνο και το e-mail του ώστε να επιβεβαιώνει διάφορες κινήσεις του λογαριασμού του. Εκτός από αυτό, ο χρήστης κατά την είσοδο στην εφαρμογή αντί να πληκτρολογεί τους κωδικούς εισόδου κάθε φορά μπορεί ανάλογα την συσκευή που διαθέτει να τοποθετεί το δακτυλικό του αποτύπωμα ή ένα τετραψήφιο PIN. Στις συσκευές της Apple, δίνεται η δυνατότητα χρήσης του Face ID, το οποίο πρόκειται για ένα σύστημα αναγνώρισης

προσώπου του κατόχου του τηλεφώνου, καθιστώντας την εφαρμογή άκρως απαραβίαστη από τρίτα πρόσωπα.

myAlpha Phone

Το my Alpha Phone δίνει την δυνατότητα στους πελάτες της Alpha Bank να πραγματοποιούν συναλλαγές αξιοποιώντας τα οφέλη της ηλεκτρονικής τραπεζικής από την άνεση του χώρου τους μέσω τηλεφώνου. Η υπηρεσία είναι διαθέσιμη με ένα μόλις τηλεφώνημα στο 210 3260000 από τις 8:30 έως και τις 22:30, όπου εξειδικευμένοι υπάλληλοι θα εξυπηρετήσουν τους πελάτες με τις συναλλαγές τους. Πιο συγκεκριμένα, οι πελάτες της τράπεζας μπορούν να πραγματοποιούν τις ακόλουθες ενέργειες:

- Ενημέρωση κινήσεων λογαριασμών
- Προβολή υπολοίπου λογαριασμών και καρτών
- Προβολή υπολοίπου δανείων και τελευταίων 10 κινήσεων
- Προβολή Χαρτοφυλακίου
- Ενημέρωση τελευταίων κινήσεων καρτών (Alpha e-statements)
- Μεταφορές χρημάτων σε τρίτους ή σε άλλους λογαριασμούς που διατηρεί ο πελάτης
- Εμβάσματα σε τράπεζες εσωτερικού και εξωτερικού
- Πληρωμές ΔΕΚΟ, Τηλεφωνίας, σε Ασφαλιστικές εταιρείες και άλλες εταιρείες
- Φόρτιση prepaid κάρτας
- Πραγματοποίηση δωρεών
- Αίτηση ανοίγματος λογαριασμού
- Ενεργοποίηση/Απενεργοποίηση και διαχείριση κάρτας

Bleep

Η κάρτα Bleep είναι η πρώτη προπληρωμένη κάρτα την οποία μπορεί ένας πελάτης να εκδώσει, να φορτίσει και να διαχειριστεί αποκλειστικά μέσω του κινητού του. Με κάθε πληρωμή που πραγματοποιεί ένας πελάτης ενισχύει τον ΜΚΟ “Το Χαμόγελο του Παιδιού”. Εκδίδεται σε μόλις 3 απλά βήματα. Αρχικά, ο πελάτης χρειάζεται να κατεβάσει την εφαρμογή Bleep από το Google Play ή το App Store και να την ανοίξει. Στην συνέχεια, πραγματοποιεί εγγραφή και ταυτοποίηση του με το κινητό του τηλέφωνο και το e-mail του.

Τέλος, εισάγει το ΑΦΜ του, μια φωτογραφία του και φωτογραφία από την ταυτότητα ή το διαβατήριό του, καθώς και μια έγκυρη διεύθυνση που θα αποσταλεί η κάρτα.

Αφού εκδοθεί η κάρτα, ο πελάτης μπορεί να την φορτίσει με οποιαδήποτε πιστωτική, χρεωστική ή προπληρωμένη κάρτα. Ο πελάτης μπορεί να πληρώνει online και σε φυσικά καταστήματα σε τερματικά POS. Επίσης, μπορεί να διακόψει την χρήση της μέσω από την εφαρμογή με μόλις ένα tap στην οθόνη του smartphone του.

4.3 Eurobank



Εικόνα 5. Eurobank (Πηγή <https://www.eurobank.gr/>)

Ο όμιλος Eurobank είναι ένας δυνατός χρηματοοικονομικός οργανισμός με παρουσία σε 6 χώρες (Ελλάδα, Κύπρο, Λουξεμβούργο, Σερβία, Βουλγαρία και Ηνωμένο Βασίλειο). Σύμφωνα με στοιχεία του 30.09.2019 η Eurobank έχει στην κατοχή της 64 δις ευρώ σύνολο ενεργητικού, 13.595 εργαζομένους και 730 σημεία εξυπηρέτησης σε Ελλάδα και Εξωτερικό. Όραμα της είναι να γίνει η πιο ανθρωποκεντρική τράπεζα στην Ελλάδα, χτίζοντας μαζί με τους πελάτες της μακροχρόνιες σχέσεις εμπιστοσύνης και να της παρέχει τεχνολογίες αιχμής για να βελτιώνει και να προσδίδει αξία στην καθημερινότητά τους. Το όραμα της τράπεζας να δίνει αξία στους πελάτες της αναγνωρίστηκε το 2019 όταν σύμφωνα με το διεθνούς φήμης περιοδικό Euromoney, βράβευσε το 2019 την τράπεζα ως την Καλύτερη Τράπεζα στην Ελλάδα για το 2019.

Η Eurobank παρέχει ολοκληρωμένη εξυπηρέτηση ιδιωτών και επαγγελματιών πελατών μέσω από ένα δίκτυο:

- **950 ΑΤΜ** και **500 κέντρα αυτόματων συναλλαγών (ΚΑΣ).**
- Τηλεφωνικό κανάλι εξυπηρέτησης (Europhone Banking), **24 ώρες την ημέρα, 365 μέρες τον χρόνο.**
- **Omnichannel** δικτύου συναλλαγών
- Ειδικά διαμορφωμένα **Business Centers** για την εξειδικευμένη εξυπηρέτηση των εταιρικών πελατών με εξειδικευμένους προσωπικούς συμβούλους.

Η Eurobank ήταν η πρώτη τράπεζα στην Ελλάδα που έδωσε την δυνατότητα χρήσης του ηλεκτρονικού συστήματος e-banking. Από τον Φεβρουάριο του 2020 έως σήμερα έχει συγκεντρώσει πάνω από 1 εκατομμύριο online χρήστες στην εφαρμογή και 100 βραβεία για τις online υπηρεσίες που προσφέρει. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός του χρηματοοικονομικού ομίλου συνεχίζεται με την ανάπτυξη ενός μοντέρνου και φιλικού προς τον χρήστη website. Το νέο site προσφέρει την βέλτιστη εμπειρία πλοήγησης σε όποια συσκευή και αν έχει ο πελάτης στην κατοχή του (Smartphone, Tablet, Laptop/Desktop).

Eurobank e-Banking (Web & App)

Το νέο e-banking της Eurobank αναπτύχθηκε το 2018 και αποτελεί ένα εύχρηστο και σύγχρονο περιβάλλον χρήσης στο οποίο ο πελάτης μπορεί να πραγματοποιεί τις καθημερινές του συναλλαγές με την τράπεζα και προς τρίτους. Μέσα από το περιβάλλον του e-banking της Eurobank ο χρήστης μπορεί να πραγματοποιήσει πάνω από 1.200 συναλλαγές γρήγορα, με ασφάλεια, από την άνεση του σπιτιού του ή «εν κινήσει». Πιο συγκεκριμένα, ο χρήστης μπορεί ηλεκτρονικά να πραγματοποιήσει τις ακόλουθες ενέργειες:

- **Απόκτηση / Ανάκτηση κωδικών πρόσβασης στην πλατφόρμα.** Αρχικά, ο πελάτης σε περίπτωση που δεν διαθέτει κωδικούς πρόσβασης για την ηλεκτρονική πλατφόρμα, μπορεί να τους αποκτήσει χωρίς να χρειάζεται η φυσική του παρουσία στο κατάστημα. Επίσης, σε περίπτωση που έχει ξεχάσει τα στοιχεία εισόδου του, μπορεί να τα ανακτήσει αφού εισάγει τον αριθμό της κάρτας του και τις θέσεις του PIN που θα του ζητηθούν. Στη συνέχεια, τακτοποιείται ο χρήστης από το κινητό του τηλέφωνο και προχωρά στην αλλαγή του συνθηματικού πρόσβασης.
- **Προβολή υπολοίπου λογαριασμών και ιστορικού χρήσης.** Κατά την είσοδο του στην πλατφόρμα, ο χρήστης μπορεί να δει σε μια σελίδα τους λογαριασμούς του που διαθέτει στην τράπεζα καθώς και το υπόλοιπο σε χρηματικές μονάδες. Με μόλις ένα κλικ στην κάρτα, μπορεί να αναζητήσει παλαιότερες κινήσεις του λογαριασμού.
- **Διαχείριση χαρτοφυλακίου.** Ο πελάτης μπορεί να παρακολουθεί τι συμβαίνει στο Χρηματιστήριο Αθηνών και να πραγματοποιεί χρηματιστηριακές συναλλαγές σε πραγματικό χρόνο

- **Ενεργοποίηση διασύνδεσης μεταξύ Εθνικής, Alpha Bank και Eurobank στα πλαίσια του Open Banking.** Ο πελάτης μπορεί να διασυνδέσει λογαριασμούς που κατέχει σε τράπεζες της Εθνικής, της Alpha Bank και της Πειραιώς. Η διασύνδεση των λογαριασμών πραγματοποιείται σε μόλις λίγα λεπτά. Αρχικά ο πελάτης επιλέγει την τράπεζα από την οποία επιθυμεί να διασυνδέσει λογαριασμό. Έπειτα, ανοίγει ένα παράθυρο από την τράπεζα που επιθυμεί να διασυνδέσει ο χρήστης και εισάγει τους κωδικούς e-banking. Αφού εισάγει τα στοιχεία και παραχωρήσει στο σύστημα την άδεια να χρησιμοποιούνται τα στοιχεία του στην πλατφόρμα, ο χρήστης θα μπορεί να δει τους λογαριασμούς του στην αρχική σελίδα ανα τράπεζα και αθροιστικά το ποσό των χρηματικών μονάδων που διαθέτει.
- **Πραγματοποίηση πληρωμών/συναλλαγών.** Ο χρήστης μέσα από την εφαρμογή μπορεί να διεκπεραιώσει καθημερινές πληρωμές και μεταφορές είτε προς άλλα φυσικά πρόσωπα που διαθέτουν λογαριασμό στην τράπεζα είτε σε άλλη τράπεζα. Μπορεί να πληρώσει προς το δημόσιο, ΔΕΚΟ, δόσεις δανείων, λογαριασμούς κινητής και σταθερής τηλεφωνίας και άλλες εταιρείας αναζητώντας την εταιρεία με την χρήση της μπάρας αναζήτησης. Σημαντική είναι η δυνατότητα να ορίζεται το αν θα γίνει η πληρωμή άμεσα ή σε ορισμένη ημερομηνία.
- **PaF Payments.** Ο πελάτης μπορεί να χρησιμοποιήσει την υπηρεσία PaF (Pay a Friend) και να στείλει χρήματα (μέχρι 500€) σε φυσικά πρόσωπα την ημέρα.
- **Προσθήκη παγίων εντολών.** Ο πελάτης μπορεί να ορίσει πάγιες εντολές για δικούς του λογαριασμούς με μόλις μερικά κλικ. Οι πάγιες εντολές του φαίνονται στην αρχική οθόνη στην ενότητα “Πάγιες Εντολές”.
- **Απόκτηση τραπεζικών προϊόντων.** Ο πελάτης στην ενότητα “Online Προϊόντα” μπορεί να δει τα προϊόντα που είναι διαθέσιμα ώστε να αιτηθεί την λήψη τους online χωρίς την φυσική του παρουσία στο κατάστημα της τράπεζας. Τέτοια προϊόντα είναι η έκδοση πιστωτικής και χρεωστικής κάρτας, προθεσμιακές καταθέσεις, άνοιγμα λογαριασμού Live και αίτηση για απόκτηση μπλοκ επιταγών. Οι ενεργές αιτήσεις για τα προϊόντα καθώς και η κατάσταση τους φαίνονται στην ενότητα “Αιτήσεις”.
- **Αφορολόγητο.** Ο πελάτης μπορεί να υπολογίσει το ποσό που θα πρέπει να συγκεντρώσει σε ηλεκτρονικές πληρωμές ώστε να μην πληρώσει φόρο για τις ηλεκτρονικές αποδείξεις.
- **Online συνομιλία (Click2Chat).** Στο κάτω μέρος της οθόνης, ο πελάτης σε περίπτωση που χρειάζεται βοήθεια μπορεί να συνομιλήσει με κάποιο διαθέσιμο

εξειδικευμένο εκπρόσωπο. Ο πελάτης, εισάγει το όνομα του στο chat και στέλνει το μήνυμά του.

- **Προβολή προφίλ χρήστη και αλλαγή ρυθμίσεων.** Ο χρήστης μπορεί να δει τα προσωπικά του στοιχεία στην ενότητα “Προφίλ”. Σε περίπτωση που η τράπεζα χρειάζεται κάποιο χαρτί εμφανίζεται στην ενότητα αυτή καθώς και ο τρόπος με τον οποίο μπορεί να αποκτηθεί. Ο χρήστης μπορεί να επεξεργαστεί τα προσωπικά του στοιχεία αφού εισάγει τον κωδικό μιας χρήσης (OTP) στην πλατφόρμα.
- **Αποστολή μηνυμάτων προς Eurobank.** Πατώντας το εικονίδιο των μηνυμάτων, ο πελάτης μπορεί να στείλει μηνύματα προς την τράπεζα καθώς και να λάβει χρήσιμες ενημερώσεις.
- **Προσθήκη Επαφών.** Σε περίπτωση που ο πελάτης πραγματοποιεί συχνές πληρωμές προς συγκεκριμένα πρόσωπα μπορεί να τα εισάγει ως επαφές στην πλατφόρμα. Οι συναλλαγές προς αυτά τα πρόσωπα θα γίνονται ακόμα πιο γρήγορα.
- **Αναζήτηση κοντινών καταστημάτων και ATM.** Ο πελάτης μπορεί να ενημερωθεί για κοντινά καταστήματα και ATM καθώς και να αναζητήσει πληροφορίες για καταστήματα σε άλλες περιοχές.

Το περιβάλλον χρήστη της πλατφόρμας είναι σχεδιασμένο έτσι ώστε να προσαρμόζεται στις μικρότερες οθόνες (tablet, mobile). Είναι απλό στη χρήση και βασισμένο στις ανάγκες των χρηστών. Ως προς την ασφάλεια της εφαρμογής, για τις περισσότερες ενέργειες από το e-banking σε web και app ζητείται επιβεβαίωση με την χρήση OTP κωδικού. Σημαντικό είναι το γεγονός πως η είσοδος του πελάτη στην εφαρμογή του e-banking για Smartphone γίνεται εκτός από τα διαπιστευτήρια χρήστη και το PIN γρήγορης εισόδου, με βιομετρικά χαρακτηριστικά, όπως το δακτυλικό αποτύπωμα και το Face ID.

Από τον Μάιο του 2020, η Eurobank δίνει την δυνατότητα στους πελάτες της να πραγματοποιούν ανέπαφες ηλεκτρονικές συναλλαγές μέσα από το Smartphone τους. Η υπηρεσία είναι διαθέσιμη προς το παρόν μόνο για τους πελάτες που χρησιμοποιούν smartphone με android 5.0 και πάνω ενώ οι χρήστες iOS συσκευών δεν μπορούν να επωφεληθούν από την υπηρεσία ακόμα. Οι πελάτες προκειμένου να χρησιμοποιήσουν την υπηρεσία, πρέπει να ενεργοποιήσουν την επιλογή NFC Wallet και να έχουν σύνδεση στο Internet και ανοιχτό το NFC sensor. Όταν επιθυμούν να πραγματοποιήσουν πληρωμή σε

τερματικά POS, το μόνο που έχουν να κάνουν είναι να ανοίξουν το app της Eurobank και να βάλουν το PIN τους. Μόλις πλησιάσουν το κινητό τους στο τερματικό, η συναλλαγή ολοκληρώνεται και λαμβάνουν μήνυμα επιτυχίας συναλλαγής.

Εικόνα 6. Eurobank NFC Wallet(<https://www.eurobank.gr/>)



Live – Pay App

Το Eurobank Live Pay είναι μια εφαρμογή που διατίθεται στο Google Play και στο App Store από την Eurobank και εξασφαλίζει στον πελάτη γρήγορες πληρωμές από το smartphone ή το tablet του. Ο πελάτης εισάγει την πιστωτική, χρεωστική ή προπληρωμένη κάρτα του στην εφαρμογή και μπορεί να πραγματοποιήσει πληρωμές σε πάνω από 800 επιχειρήσεις. Σημαντικό είναι το γεγονός πως ο πελάτης μπορεί να προσθέσει και κάρτες από άλλες τράπεζες στην εφαρμογή. Ο πελάτης μπορεί να εξοφλήσει λογαριασμούς ενέργειας, τηλεφωνίας, ΔΕΚΟ, και άλλα αφού επιλέξει την επιχείρηση και το ποσό πληρωμής. Ακόμα, μπορεί να χρησιμοποιήσει την δυνατότητα της εφαρμογής να σκανάρει το barcode του λογαριασμού μέσω του QR Scanner.

Eurobank v-Banking

Η υπηρεσία Eurobank v-Banking πρόκειται για ψηφιακή αλληλεπίδραση της τράπεζας και της επιχείρησης μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή. Το v-Banking αναπτύχθηκε από την Eurobank σε συνεργασία με την Cosmote. Η υπηρεσία διατίθεται για πρώτη φορά στην Ελληνική αγορά από την Eurobank. Η διασύνδεση γίνεται με την εγκατάσταση πλατφόρμας Cisco μέσω της οποίας μπορεί η επιχείρηση να πραγματοποιεί τηλεδιασκέψεις με εξειδικευμένους συμβούλους της τράπεζας. Η επιχείρηση μπορεί να ενημερώνεται για προϊόντα που ταιριάζουν στο προφίλ της και θα προσθέσουν αξία στην καθημερινότητα της. Ακόμα, μπορεί να λαμβάνει συμβουλευτικές υπηρεσίες και να παρακολουθεί το ημερολόγιο συναντήσεων με την τράπεζα. Η αποστολή και επεξεργασία εγγράφων μειώνει τον χρόνο εκτέλεσης καθημερινών εργασιών καθώς δεν απαιτείται η φυσική παρουσία στο κατάστημα. Όπως αναφέρει ο Γενικός Διευθυντής της Eurobank κ. Ιάκωβος Γιαννακλής, “Το v-Banking φέρνει την τράπεζα στην επιχείρηση, αναβαθμίζοντας στην πράξη και με τον πλέον σύγχρονο τρόπο την εξυπηρέτηση των επιχειρηματικών πελατών της Eurobank, με σεβασμό στο χρόνο και τις ανάγκες τους”. Το v-Banking αποτελεί την επόμενη ημέρα προσωποποιημένης εξυπηρέτησης για την επιχείρηση καθώς μπορεί να διεκπεραιώνει καθημερινές εργασίες σαν να βρισκόταν στο κατάστημα της τράπεζας.

4.4 Τράπεζα Πειραιώς

ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ



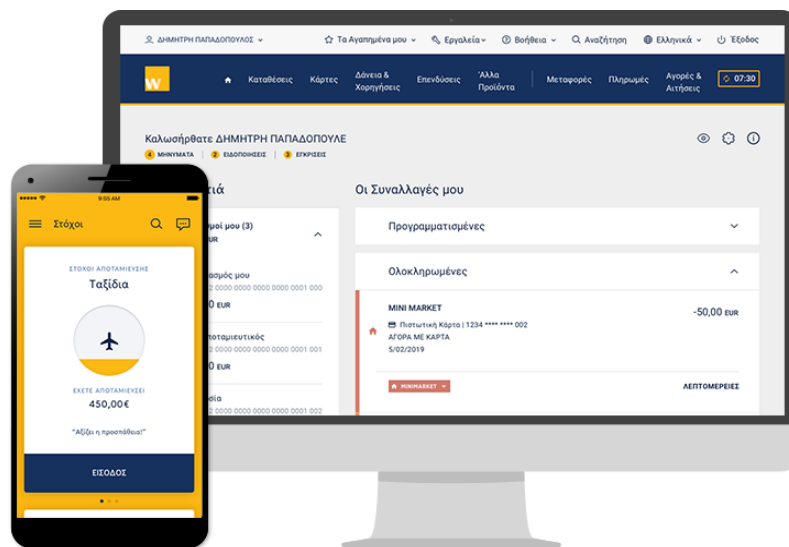
Εικόνα 7. Τράπεζα Πειραιώς (<https://www.piraeusbankgroup.com/el/>)

Η Τράπεζα Πειραιώς ιδρύθηκε το 1916. Κατέχει ηγετική θέση στην ελληνική τραπεζική αγορά στις καταθέσεις και τα δάνεια με μερίδιο αγοράς 29% (Στοιχεία 2019). Εμφανίζει 59,1 δισεκατομμύρια σύνολο ενεργητικού. Η τράπεζα επιθυμώντας να διαφοροποιηθεί από τις υπόλοιπες τράπεζες επενδύει στην τεχνολογική αναβάθμιση στις υπηρεσίες της και προσφέρει ένα μεγάλο εύρος λύσεων που έρχονται να καλύψουν τις καθημερινές ανάγκες

των πελατών της. Στο πλαίσιο αυτό, από το 2016 διαθέτει στην κατοχή της e-branch καταστήματα στα οποία οι πελάτες της μπορούν να βιώσουν την εμπειρία του μέλλοντος στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής, καθώς πραγματοποιούνται ταχύτατες συναλλαγές με ασφάλεια και ευκολία. Σύμφωνα με στοιχεία στην έκθεση του ομίλου κατά το έτος 2019, στην Ελλάδα διατηρεί 534 καταστήματα στα οποία απασχολεί 11,4 χιλιάδες εργαζόμενους και εξυπηρετεί 5,4 εκατομμύρια πελάτες. Όπως ανέφερε ο κ. Στέφανος Μυτιληναίος, αναπληρωτής γενικός διευθυντής και επικεφαλής ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας στο 16th Bank Management “Στην Τράπεζα Πειραιώς έχουμε ένα ευρύ φάσμα πελατών, από όλες τις κατηγορίες, και στόχος μας είναι να τους βοηθήσουμε να κάνουν το ψηφιακό ταξίδι. Από την εμπειρία μας στην εκπαίδευση των πελατών, διαπιστώνουμε ότι στο τέλος αυτού του ταξιδιού όλοι ενθουσιάζονται”.

Η εμπορική ονομασία που έχει αποδώσει η τράπεζα στο κομμάτι της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι Winbank. Η Winbank εξυπηρετεί ιδιώτες και επαγγελματίες πελάτες με καινοτόμες λύσεις βασισμένες στο προφίλ και τις ανάγκες τους.

Winbank e-Banking (Web & App)



Εικόνα 8. Winbank e-banking (<https://www.piraeusbank.gr/>)

Το Winbank e-Banking πρόκειται για την ηλεκτρονική πλατφόρμα μέσα από την οποία ο πελάτης αφού συνδεθεί να πραγματοποιεί τις τραπεζικές του συναλλαγές με ασφάλεια. Το e-Banking της Τράπεζας Πειραιώς είναι φιλικό προς το χρήστη και εύκολα προσβάσιμο από οποιαδήποτε συσκευή και αν έχει στην κατοχή του ο χρήστης καθώς προσαρμόζεται στις

διαφορετικές διαστάσεις των οθονών του χρήστη. Επίσης, η Τράπεζα Πειραιώς σεβόμενη τις ιδιαιτερότητες των χρηστών και ακολουθώντας τις προδιαγραφές που παρέχονται από το W3C και το WAI (Web Accessibility Initiative) έχει αναπτύξει την δυνατότητα προβολής του site με διαφορετικά χρώματα και καθαρή γραμματοσειρά ώστε να είναι προσβάσιμη από όλους.

Ο χρήστης μπορεί να προμηθευτεί τους κωδικούς του για το e-banking εύκολα και γρήγορα είτε από το κατάστημα της τράπεζας με φυσική παρουσία είτε online. Για την διαδικασία έκδοσης κωδικών e-banking απαιτείται μόνο να γνωρίζει ο χρήστης την κάρτα του με το PIN της, καθώς και να έχει στην κατοχή του το τηλέφωνο που έχει δηλώσει στην τράπεζα. Σε τρία μόλις βήματα αποκτά τους κωδικούς εισόδου στην πλατφόρμα.

Αφού ο χρήστης πραγματοποιήσει επιτυχή είσοδο στην πλατφόρμα, μπορεί να πραγματοποιήσει τις ακόλουθες ενέργειες:

- **Online επικαιροποίηση στοιχείων.** Ο χρήστης μπορεί να προβεί σε επικαιροποίηση των στοιχείων του προς την τράπεζα online από την άνεση του σπιτιού του ανεβάζοντας στην πλατφόρμα τα αντίστοιχα έγγραφα. Τα στοιχεία που μπορούν να επικαιροποιηθούν είναι τα εξής: Τηλέφωνο επικοινωνίας, ΑΦΜ, Εισόδημα, Επάγγελμα, Διεύθυνση κατοικίας και Διεύθυνση εργασίας.
- **Προβολή προϊόντων.** Στην αρχική οθόνη στην ενότητα οι λογαριασμοί μου, ο πελάτης μπορεί να δει τους ενεργούς λογαριασμούς και τις κάρτες που έχει στην κατοχή του. Μπορεί να αναζητήσει τις τελευταίες κινήσεις σε αυτές κάνοντας κλικ πάνω στον αντίστοιχο λογαριασμό.
- **Πραγματοποίηση συναλλαγών.** Ο χρήστης από την ενότητα πληρωμές ή μεταφορές μπορεί να πραγματοποιήσει ένα μεγάλο εύρος συναλλαγών από την άνεση του σπιτιού του ή εν κινήσει χρησιμοποιώντας το tablet ή το smartphone του. Ο χρήστης μπορεί να πραγματοποιήσει πληρωμές σε πάνω από 600 φορείς, να πληρώσει δόσεις δανείων ή πιστωτικών καρτών, να εξοφλήσει λογαριασμούς ενέργειας και τηλεφωνίας, να πραγματοποιήσει μεταφορές και να στείλει εμβάσματα, να χρησιμοποιήσει την υπηρεσία “Λεπτά στο λεπτό”, και να πραγματοποιήσει χρηματιστηριακές συναλλαγές.
- **Στόχοι αποταμίευσης.** Ο χρήστης στην ενότητα “Στόχοι αποταμίευσης” μπορεί να θέσει προσωπικούς στόχους αποταμίευσης. Επίσης, ο χρήστης μπορεί να ενεργοποιήσει και την υπηρεσία Pay & Save η οποία πρόκειται για την σύγχρονη εκδοχή του να

μαζεύει κάποιος τα ρέστα σε έναν κουμπαρά. Τον κουμπαρά αντικατασθεί ένας λογαριασμός που θα επιλέξει ο χρήστης ή αν επιθυμεί μπορεί να ανοίξει έναν λογαριασμό αποκλειστικά για αυτή την ενέργεια. Η Τράπεζα, προτείνει λύσεις αποταμίευσης και έχει αναπτύξει μια κατηγορία στην οποία ο χρήστης να μπορεί να δει ξεκάθαρα τους στόχους που έχει θέσει και να προσθέσει νέους.

- **Online απόκτηση νέων τραπεζικών προϊόντων.** Ο χρήστης μπορεί από όπου και αν βρίσκεται να εκδώσει προπληρωμένη (WEBUY), να αιτηθεί δάνειο αποκλειστικά online (e-loan by winbank), να ανοίξει νέο λογαριασμό, να πληρώσει το παράβολο του αυτοκινήτου μέσω από την υπηρεσία e-παράβολο. Επίσης, δίνεται η δυνατότητα στον χρήστη να ενεργοποιήσει και να απενεργοποιήσει τις κάρτες που έχει στην κατοχή του.
- **Διαχείριση προφίλ χρήστη.** Πάνω αριστερά, ο χρήστης μπορεί να διαχειριστεί το προσωπικό του προφίλ, να αλλάξει τα στοιχεία του προς την τράπεζα και να αποστείλει τα απαραίτητα δικαιολογητικά. Μπορεί επίσης να λαμβάνει ειδοποιήσεις από την τράπεζα στην κατηγορία μηνύματα. Έχει πλήρη εικόνα για την είσοδο από ψηφιακές συσκευές στον λογαριασμό του και μπορεί να αλλάξει τα στοιχεία εισόδου του ανά πάσα στιγμή.
- **Online καταναλωτικό δάνειο e-loan by winbank.** Ο χρήστης μπορεί να αιτηθεί δάνειο από την τράπεζα απευθείας από το e-Banking. Η διαδικασία είναι αρκετά απλή και ολοκληρώνεται σε μόλις τρία βήματα. Αρχικά, ο πελάτης σχεδιάζει το δάνειο του μέσα από την εφαρμογή ειδικού calculator και ορίζει την διάρκεια του δανείου, το ποσό καθώς και την δόση του δανείου. Στη συνέχεια, καταχωρεί την αίτηση του αφού εισάγει τα στοιχεία του και επισυνάψει τα απαραίτητα δικαιολογητικά που του ζητάει το σύστημα. Τέλος, η αίτηση του πελάτη αξιολογείται από την τράπεζα και σε περίπτωση που εγκριθεί το δάνειο ο πελάτης υπογράφει ηλεκτρονικά τα απαραίτητα έγγραφα και εκταμιεύει το ποσό. Η υπηρεσία e-loan βραβεύτηκε το 2018 με το Βραβείο Κορυφαίας Επίδοσης στα Business IT Excellence (BITE) Awards στην κατηγορία “Μετασχηματισμός Επιχειρησιακών Διαδικασιών”.

Το νέο περιβάλλον χρήσης e-banking της Τράπεζας Πειραιώς βραβεύτηκε το 2017 στο Lighthouse E-volution Awards και κατάφερε να αποσπάσει βραβεία τόσο για τον επανασχεδιασμό (Redesign) του περιβάλλοντος χρήσης (User Interface) όσο και για την εμπειρία χρήσης (User Experience).

Winbank Phone Banking

Με την υπηρεσία Winbank Phone Banking ο πελάτης μπορεί να πραγματοποιήσει τις τραπεζικές και χρηματιστηριακές συναλλαγές του από την άνεση του σπιτιού του όλο το 24ωρο. Οι συναλλαγές διεκπεραιώνονται μέσω εξειδικευμένου υπαλλήλου του τηλεφωνικού κέντρου είτε μέσω συστήματος δια δραστικής φωνητικής απόκρισης (IVR). Προκειμένου ένας πελάτης να χρησιμοποιήσει την υπηρεσία βασική προϋπόθεση είναι να είναι πελάτης της τράπεζας με χρεωστική κάρτα και τηλέφωνο. Πρόσβαση στην υπηρεσία του Winbank Phone Banking αποκτά ο πελάτης αφού πληκτρολογήσει δύο κωδικούς αναγνώρισης, το τηλέφωνο (κινητό ή σταθερό) που δήλωσε κατά την εγγραφή στην υπηρεσία και το PIN της προσωπικής του κάρτας.

E-Branch



Εικόνα 8. E-branch (https://www.voria.gr/images/thumbs_medium//2018-01/wE7xZyvt2sXPme2yJRE2.jpg)

Το κατάστημα e-branch πρόκειται για ένα κατάστημα στο οποίο οι πελάτες εξυπηρετούνται αξιοποιώντας τις νέες τεχνολογίες. Οι δυνατότητες που προσφέρει για την εξυπηρέτηση των πελατών είναι πολλές. Πιο συγκεκριμένα, η Τράπεζα Πειραιώς προσφέρει τις ακόλουθες υπηρεσίες μέσα στα καταστήματα e-branch του δικτύου της:

Ταμίας από απόσταση

Ο πελάτης μπορεί μέσα από το κατάστημα να πραγματοποιήσει τηλεδιασκέψεις με εξειδικευμένο υπάλληλο της τράπεζας και να πραγματοποιήσει συναλλαγές ακριβώς σαν να βρισκόταν σε ένα κανονικό ταμείο. Μπορεί να πραγματοποιήσει δηλαδή καταθέσεις, μεταφορές χρημάτων μέχρι 10.000€, πληρωμές λογαριασμών τόσο στο δημόσιο όσο και σε ΔΕΚΟ, δόσεις δανείων, πληρωμή e-παράβολο, φόρτιση προπληρωμένων καρτών κ.α

Αυτόματες συναλλαγές

Μέσα στην τράπεζα υπάρχουν τοποθετημένα τα καταστήματα easypay στα οποία ο πελάτης μπορεί να πραγματοποιήσει καθημερινές συναλλαγές σε ελάχιστο χρόνο και με ασφάλεια. Μπορεί επίσης να εκδώσει προπληρωμένη κάρτα και να ενημερώσει άμεσα το βιβλιάριο του.

Digital Corner

Στο Digital Corner ο πελάτης μπορεί να χρησιμοποιήσει τους διαθέσιμους υπολογιστές και tablet προκειμένου να πραγματοποιήσει τις συναλλαγές του χρησιμοποιώντας τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες Winbank και να ενημερωθεί για το πώς μπορεί να κάνει πιο εύκολη την καθημερινότητα του χρησιμοποιώντας τις εφαρμογές της τράπεζας.

Υπηρεσίες για ΑμεΑ

Το e-branch κατάστημα είναι φτιαγμένο έτσι ώστε να εξυπηρετεί όλους τους πελάτες. Για τα Άτομα με Αναπηρία παρέχονται διευκολύνσεις τόσο από θέμα παροχής βοήθειας από εξειδικευμένο προσωπικό όσο και για πραγματοποίηση συναλλαγών σε ειδική γλώσσα προς εκείνους (γραφή Braille στην οθόνη, συναλλαγές ταμείου με εκπαιδευμένους στη νοηματική γλώσσα). Επίσης για τα άτομα με κινητικά προβλήματα έχει προβλεφθεί η εύκολη είσοδος τους στο κατάστημα καθώς και η καθοδήγηση τους καθ' όλη τη διάρκεια που βρίσκονται στο κατάστημα.

Winbank myCard App

Το mycard app πρόκειται για μια εφαρμογή την οποία οι χρήστες της τράπεζας Πειραιώς μπορούν να κατεβάσουν από το Google Play και App Store. Οι χρήστες της εφαρμογής

μπορούν να αναζητήσουν πληροφορίες για σημεία με προσφορές, να στείλουν και να λάβουν προσφορές σε φίλους τους, εξοικονομώντας έτσι χρήματα από καθημερινές συναλλαγές. Δουλεύει απροβλημάτιστα σε Smartphones και Wearables (Samsung Gear 2, Apple Watch & Android Wear). Επίσης χρησιμοποιεί την τεχνολογία geofetching, δηλαδή όταν ο πελάτης είναι κοντά σε κάποιο κατάστημα τον ειδοποιεί για να εκμεταλλευτεί την προσφορά του καταστήματος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

5.1 Σκοπός Έρευνας

Ο σκοπός της εργασίας είναι να περιγράψει, να αναλύσει και να εξάγει συμπεράσματα σχετικά με την χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking) στην Ελλάδα, να συγκρίνει και να αξιολογήσει τις προσφερόμενες υπηρεσίες στον χώρο της ηλεκτρονικής τραπεζικής, και τέλος να αξιολογήσει το κατά πόσο οι Έλληνες ωφελούνται από την υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών.

Πιο συγκεκριμένα, οι τομείς που πρόκειται να ερευνηθούν αποτυπώνονται παρακάτω:

1. Υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής
 - a. Προφίλ χρηστών
2. Χρήση υπηρεσιών τραπεζικής
 - a. Τράπεζες στις οποίες οι χρήστες είναι πελάτες.
 - b. Συχνότητα επίσκεψης φυσικού καταστήματος.
 - c. Συχνότητα χρήσης ATM.
3. Χρήση υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής
 - a. Βαθμός εξοικείωσης πελατών με τις νέες τεχνολογίες & χρήση των ηλεκτρονικών τραπεζικών δυνατοτήτων.
 - b. Από ποια συσκευή συνδέονται και που βρίσκονται ενώ πραγματοποιούν συναλλαγές ηλεκτρονικά.
 - c. Συχνότητα χρήσης e-banking συστημάτων και οι συχνότερες συναλλαγές που πραγματοποιούν οι χρήστες online.
 - d. Λόγοι χρήσης και μη χρήσης e-banking συστημάτων.
 - e. Βαθμός δυσκολίας χρήσης πλατφόρμας & εγγραφής δυνητικού χρήστη
4. Σύγκριση & Αξιολόγηση υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής
 - a. Σύγκριση και αξιολόγηση προσφερόμενων e-υπηρεσιών διαφόρων τραπεζών
 - b. Υιοθέτηση νέων τραπεζικών λύσεων από τους πελάτες
 - c. Αξιολόγηση της συνολικής ηλεκτρονικής τραπεζικής εμπειρίας

- d. Μελλοντικές προσθήκες που θα πρότειναν οι χρήστες των e-banking συστημάτων

5.2 Μεθοδολογία έρευνας

Η μεθοδολογία έρευνας αναφέρεται στις παραμέτρους της ερευνητικής προσπάθειας του ερευνητή, οι οποίες αφορούν στις γενικές μεθοδολογικές προσεγγίσεις, στις μεθόδους, στις τεχνικές, στα μέσα, στα υλικά και στις διαδικασίες που θα επιλέξει για τη διεξαγωγή της έρευνας του (Δημητρόπουλος, 2004).

Η παρούσα πτυχιακή εργασία αποτελεί μια μικτή προσέγγιση της ποιοτικής και ποσοτικής ερευνητικής μεθόδου καθώς εμπεριέχει και ποσοτικά στοιχεία (ερωτηματολόγιο) και ποιοτικά στοιχεία (μελέτη περίπτωσης).

Εφόσον έχει διατυπωθεί ο στόχος της έρευνας, θα πρέπει να ακολουθήσει ο τρόπος συλλογής των στοιχείων της έρευνας προκειμένου να ερευνηθούν ποια τράπεζα προσφέρει τις καλύτερες υπηρεσίες και μέσω από ποιο κανάλι εξυπηρέτησης

Η έρευνα έλαβε μέρος διαδικτυακά με την μορφή ερωτηματολογίου. Το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε με την χρήση της ηλεκτρονικής πλατφόρμας Google Forms και απαντήθηκε ηλεκτρονικά από 633 χρήστες συνολικά.

Το ερωτηματολόγιο αποτελεί το θεμελιώδες στοιχείο σε κάθε δειγματοληπτική έρευνα καθώς δίνει την δυνατότητα συγκέντρωσης δεδομένων και στοιχείων, τα οποία θα οδηγήσουν στην εξαγωγή χρήσιμων πληροφοριών για τους σκοπούς της έρευνας. Το ερωτηματολόγιο που θα πρέπει να σχεδιαστεί θα πρέπει να είναι σαφές, σύντομο και οργανωμένο και την ίδια στιγμή θα πρέπει να δίνει και τις απαραίτητες οδηγίες για την συμπλήρωση του. Το ερωτηματολόγιο συγκριτικά με άλλες μεθόδους έρευνας προσφέρεται για συλλογή δεδομένων σε ένα ευρύ φάσμα προβλημάτων, γρήγορα και με χαμηλό κόστος. Από την άλλη πλευρά, μπορεί ένα άτομο να αδυνατεί να απαντήσει το ερωτηματολόγιο που έχει κατασκευαστεί ή και να αρνηθεί να το συμπληρώσει.

Στο ερωτηματολόγιο που δημιουργήθηκε για τους σκοπούς της έρευνας χρησιμοποιήθηκαν όλοι οι δυνατοί τρόποι εξαγωγής δεδομένων μέσω ερωτηματολογίου όπως οι ερωτήσεις ανοιχτού και κλειστού τύπου, οι ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής και ερωτήσεις με κλίμακα Likert.

Εκτός από την αποστολή ερωτηματολογίων, προκειμένου να διατυπωθεί μια σφαιρική εικόνα των προσφερόμενων υπηρεσιών επιλέχθηκε η χρήση μελέτης περίπτωσης (case study), στην οποία πρόκειται να συγκριθούν και τέλος να αξιολογηθούν οι υπηρεσίες των τραπεζικών οργανισμών στο κομμάτι της ηλεκτρονικής τραπεζικής

Η μελέτη περίπτωσης (case study) είναι μια μελέτη ενός θέματος (περίπτωση) σε βάθος. Μία μελέτη περίπτωσης ξεκινά με τον ορισμό ενός ερευνητικού προβλήματος και στην συνέχεια ακολουθεί η άντληση και συλλογή δεδομένων τα οποία συντελούν στην εύρεση συμπερασμάτων.

Όσον αφορά την μελέτη περίπτωσης ως εργαλείο έρευνας, μια μελέτη περίπτωσης βασίζεται σε δεδομένα της πραγματικής ζωής, προσδίδει υψηλή φαινομενική εγκυρότητα είναι γρήγορη και χαρακτηρίζεται από το χαμηλό κόστος της. Από την άλλη πλευρά έχει πρακτικές δυσκολίες όπως το γεγονός ότι μπορεί να τα αποτελέσματα της να μην είναι αντιπροσωπευτικά και να μην θεωρηθεί αξιόπιστη, καθώς και υπάρχουν δυσκολίες ως προς την ανάλυση της.

Στη μελέτη περίπτωσης που θα ακολουθήσει στο επόμενο κεφάλαιο, πρόκειται να συγκεντρωθούν σε πίνακα όλα τα χαρακτηριστικά του phone banking, internet banking (web και App) και τέλος των ηλεκτρονικών καταστημάτων (e-branch) που προσφέρουν μια καινοτόμα προσέγγιση της σύγχρονης εξυπηρέτησης. Στη συνέχεια, βάσει των στοιχείων που θα παρατεθούν θα γίνει μια προσπάθεια εύρεσης της τράπεζας εκείνης που καλύπτει σε μεγαλύτερο ποσοστό τις ανάγκες των πελατών της στα διάφορα κανάλια εξυπηρέτησης.

5.3 Ανάλυση των δεδομένων της έρευνας

Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με τη βοήθεια του υπολογιστικού προγράμματος Excel. Αρχικά συγκεντρώθηκαν τα δεδομένα σε πίνακες και όπου χρειαζόταν, δημιουργήθηκαν εκ νέου τα γραφήματα ώστε να αποτυπώνουν με καλύτερο τρόπο την πληροφορία στον αναγνώστη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

6.1 Μελέτη περίπτωσης – Δυνατότητες ηλεκτρονικής τραπεζικής

Στο κεφάλαιο αυτό πρόκειται να συγκριθούν οι προσφερόμενες ηλεκτρονικές υπηρεσίες των τραπεζικών ιδρυμάτων. Τα τραπεζικά ιδρύματα προκειμένου να προσφέρουν μια ολοκληρωμένη εμπειρία εξυπηρέτησης αναπτύσσουν ηλεκτρονικές εφαρμογές. Οι ηλεκτρονικές εφαρμογές αυτές καλύπτουν καθημερινές ανάγκες των πελατών.



Πιο συγκεκριμένα, παρακάτω πρόκειται να συγκεντρωθούν στοιχεία σχετικά με τις υπηρεσίες που προσφέρονται ηλεκτρονικά στους πελάτες των τραπεζικών ιδρυμάτων στην Ελλάδα. Τα στοιχεία που θα παρατεθούν αφορούν τα κανάλια εξυπηρέτησης του phone banking, του Internet banking (σε Web και App περιβάλλον), τις προσφερόμενες ηλεκτρονικές εφαρμογές για Smartphones και τέλος τα e-branches (καταστήματα που λειτουργούν με self-service εξυπηρέτηση).

Αξίζει να αναφερθεί πως τα τραπεζικά ιδρύματα είναι πολύ δύσκολο να αναπτύξουν κάτι εντελώς καινούριο στην αγορά καθώς εμπεριέχει μεγάλο ρίσκο. Για αυτό τον λόγο, οι τράπεζες ακολουθούν τις τεχνικές της μίμησης κάποιου χαρακτηριστικού (feature) κάποιας άλλης τράπεζας το οποίο είναι δοκιμασμένο και γνωρίζουν πως αποδίδει.

6.1.1 Phone Banking

Το Phone Banking πρόκειται για ένα κανάλι εξυπηρέτησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής και προσφέρεται στους πελάτες της τράπεζας μέσω τηλεφώνου με δύο τρόπους. Ο πρώτος τρόπος είναι μέσω αντιπροσώπου κατά τις ενδεδειγμένες ώρες λειτουργίας του τηλεφωνικού κέντρου κάθε τράπεζας. Ο δεύτερος τρόπος αφορά τηλεφωνική εξυπηρέτηση του πελάτη ακολουθώντας εντολές, ανάλογα την ενέργεια που επιθυμεί να πραγματοποιήσει, μέσω αυτοματοποιημένων τηλεφωνικών μενού (IVR).

Πίνακας 1.1 Πίνακας δυνατοτήτων Phone Banking

	Phone Banking - Πίνακας συγκρίσεων & δυνατοτήτων			
	 ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ	 ALPHA BANK	 Eurobank	ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ 
Εισαγωγή				
Εμπορική ονομασία Phone banking	i-Bank Phone Banking	myAlpha Phone	Europhone Banking	Winbank Phone banking
Πληροφορίες λογαριασμών				
Προβολή λογαριασμών	✓	✓	✓	✓
Προβολή υπόλοιπων λογαριασμών	✓	✓	✓	✓
Ιστορικό λογαριασμών	✓	✓	✓	✓
Καταθέσεις				
Στοιχεία καταθετικών λογαριασμών	✓	✓	✓	✓
Στοιχεία προθεσμιακών λογαριασμών	✓	✓	✓	✓
Αντίγραφο κινήσεων	i-Statements	Alpha e-Statements	✓	Winbank e-statements
Δάνεια				
Υπόλοιπα δανείων	✓	✓	✓	✓
Κίνηση Δανείων	✓	✓	✓	✓
Δοσολόγιο Δανείων	✓	✓	✓	✓
Μεταφορές				
Μεταφορά σε λογαριασμό ίδιας τράπεζας	✓	✓	✓	✓
Μεταφορά σε λογαριασμό τράπεζας εσωτερικού	✓	✓	✓	✓
Μεταφορά σε λογαριασμό τράπεζας εξωτερικού	✓	✓	✓	✓
Λεφτά στο Λεπτό	N/A	N/A	N/A	✓
Πληρωμές				
Πληρωμές Δημοσίου	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές Πιστωτικών Καρτών	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές Ασφαλιστικών Ταμείων	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές Ασφαλειών	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές εταιρειών ενέργειας	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές εταιρειών ύδρευσης	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές εταιρειών εκπαίδευσης	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές χρηματησιακών οργανισμών	✓	✓	✓	✓
Πραγματοποίηση δωρεών	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές υπηρεσιών ασφαλείας	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές Ναυτιλιακών Επιχειρήσεων	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές λουτών εταιρειών	✓	✓	✓	✓
Πάγιες εντολές				
Εισαγωγή νέας πάγιας εντολής	✓	✓	✓	✓
Διαγραφή πάγιας εντολής	✓	✓	✓	✓
Πληροφορίες πάγιων εντολών πελάτη	✓	✓	✓	✓
Ιστορικό παγίων εντολών	✓	✓	✓	✓
Αιτήσεις				
Παραγγελία μπλόκ επιταγών	✓	✓	✓	✓
Ιστορικό παραγγελιών	✓	✓	✓	✓
Αίτηση έκδοσης προπληρωμένης κάρτας	✓	✓	✓	✓
Αίτηση έκδοσης πιστωτικής κάρτας	✓	✓	✓	✓
Αίτηση έκδοσης χρεωστικής κάρτας	✓	✓	✓	✓
Αίτηση ανοίγματος λογαριασμών αποταμίευσης	N/A	✓	✓	✓
Αίτηση ανοίγματος προθεσμιακών λογαριασμών	N/A	✓	✓	✓
Αίτηση για έκδοση τραπεζικής ενημερότητας	N/A	N/A	✓	✓
Αίτηση επανέκδοσης PIN καρτών	✓	✓	✓	✓
Ασφάλεια στο Phone Banking				
Κωδικός αναγνώρισης πελάτη	✓	✓	✓	✓
One Time Password (OTP)	✓	✓	Europhone Banking PIN	extraPIN generator
Καταγραφή κλήσεων	✓	N/A	✓	✓

Ο παραπάνω πίνακας αποτυπώνει συγκεντρωτικά τις ενέργειες που μπορεί να πραγματοποιήσει ένας πελάτης μέσω phone banking στις τέσσερις μεγάλες τράπεζες της Ελλάδας. Θα ακολουθήσει αναλυτική περιγραφή των δυνατοτήτων ανά κατηγορία.

Από το σημείο αυτό οι υπηρεσίες θα περιγράφονται με τις εμπορικές ονομασίες που έχει αποδώσει στο phone banking τα τραπεζικά ιδρύματα, δηλαδή i-Bank Phone banking για την Εθνική Τράπεζα, myAlpha Phone για την Alpha Bank, Europhone banking για την Eurobank και τέλος Winbank Phone banking για την Τράπεζα Πειραιώς.

Λογαριασμοί

Οι τέσσερις τράπεζες δίνουν την δυνατότητα στους πελάτες τους αφού επαληθευτεί η ταυτότητα τους, να ακούσουν το υπόλοιπο των λογαριασμών, να μάθουν το είδους του κάθε λογαριασμού, να ακούσουν τους δικαιούχους του λογαριασμού και τέλος να πληροφορηθούν για τις τελευταίες κινήσεις του λογαριασμού τους.

Καταθέσεις

Εκτός από τα παραπάνω, ο πελάτης μπορεί να ακούσει τα στοιχεία των προθεσμιακών του λογαριασμών εφόσον διαθέτει, καθώς και τις τελευταίες κινήσεις σε αυτές. Για όλους τους λογαριασμούς μπορεί να ζητήσει να λάβει αντίγραφο των κινήσεων μέσω e-mail.

Δάνεια

Ο πελάτης μπορεί και στις τέσσερις τράπεζες σε συνομιλία με τον υπάλληλο να πληροφορηθεί για την κίνηση των δανείων του, το υπόλοιπο που καλείται να αποπληρώσει, το ποσό της δόσης του δανείου του και την προθεσμία του καθώς και τις τελευταίες κινήσεις του δανείου τους.

Μεταφορές

Όσον αφορά τις μεταφορές χρημάτων, ένας πελάτης μπορεί να πραγματοποιήσει μεταφορές χρημάτων γνωρίζοντας το IBAN του πελάτη που επιθυμεί να στείλει χρήματα. Μπορεί να πραγματοποιεί μεταφορές χρημάτων σε λογαριασμό της ίδιας τράπεζας, σε λογαριασμό τράπεζας του εσωτερικού καθώς και μεταφορά σε λογαριασμό τράπεζας στο εξωτερικό.

Αξίζει να αναφερθεί πως ένας πελάτης μπορεί να στείλει χρήματα σε κάποιον άλλον μέσω της δυνατότητας που προσφέρει η Τράπεζα Πειραιώς “Λεφτά στο λεπτό”. Η δυνατότητα “Λεφτά στο Λεπτό” χαρακτηρίζεται από δύο φάσεις. Η πρώτη φάση είναι η αποστολή του ποσού και η δεύτερη είναι η λήψη του ποσού από κάποιο ΑΤΜ με κωδικό που έχει λάβει ο παραλήπτης. Ο πελάτης της Τράπεζας Πειραιώς μπορεί να στείλει χρήματα σε κάποιον ακόμα και αν εκείνος δεν είναι πελάτης της τράπεζας εκείνης.

Πληρωμές

Οι πελάτες των τεσσάρων τραπεζών μπορούν να πραγματοποιούν τηλεφωνικά πληρωμές από τον λογαριασμό τους για την εξόφληση λογαριασμών, δημοσίου, πιστωτικών καρτών και ασφαλιστικών ταμείων, πληρωμές σε ΔΕΚΟ, τηλεπικοινωνίες και εταιρείας ύδρευσης και ενέργειας. Ακόμα, μπορούν να πληρώνουν λογαριασμούς σε χρηματιστηριακούς οργανισμούς και να πραγματοποιούν δωρεές.

Πάγιες Εντολές

Οι πελάτες των τραπεζικών ιδρυμάτων έχουν την δυνατότητα δημιουργίας παγίων εντολών για να διευκολύνουν τις επαναλαμβανόμενες πληρωμές τους. Ακόμα, μπορούν να διαχειρίζονται τις πάγιες εντολές τους, να λάβουν το ιστορικό τους και να τις καταργήσουν εάν πλέον δεν τις χρειάζονται τηλεφωνικά.

Αιτήσεις

Οι πελάτες μπορούν τηλεφωνικά να πραγματοποιούν αιτήσεις για διάφορα τραπεζικά προϊόντα. Επίσης, είναι σε θέση να γνωρίζουν το ιστορικό των αιτήσεων που έχουν πραγματοποιήσει. Οι πελάτες των τεσσάρων τραπεζικών ιδρυμάτων τηλεφωνικά θα μπορούν να αιτούνται μπλοκ επιταγών από την τράπεζα που συνεργάζονται. Ακόμα, οι πελάτες μπορούν να αιτηθούν την έκδοση προπληρωμένης, πιστωτικής και χρεωστικής κάρτας. Οι πελάτες των τεσσάρων τραπεζών μπορούν να ζητούν την επανέκδοση του PIN ασφαλείας των καρτών τους. Οι πελάτες της Alpha bank, της Eurobank και της Τράπεζας Πειραιώς μπορούν να αιτηθούν το άνοιγμα λογαριασμού αποταμίευσης ή προθεσμιακού λογαριασμού κάτι το οποίο δεν αναφέρεται στην Εθνική Τράπεζα. Τέλος, η αίτηση για έκδοση τραπεζικής ενημερότητας είναι διαθέσιμη μέσω phone banking μόνο στους πελάτες της Eurobank και της Τράπεζας Πειραιώς.

Ασφάλεια στο Phone Banking

Όσον αφορά την ασφάλεια και ταυτοποίηση ενός πελάτη κατά την χρήση του καναλιού phone banking για τις συναλλαγές του με τα τραπεζικά ιδρύματα, κάθε πελάτης έχει ένα κωδικό

αναγνώρισης τον οποίο και πληκτρολογεί αρχικά. Οι κλήσεις καταγράφονται για λόγους ασφαλείας από τα τραπεζικά ιδρύματα αλλά και χρησιμοποιείται κωδικός μιας χρήσης (OTP, One time password) για κάθε συναλλαγή.

6.1.2 Internet Banking

Πίνακας 2.2 Πίνακας δυνατοτήτων – internet banking (web & app 1/3)

	Internet Banking - Πίνακας συγκρίσεων & δυνατοτήτων			
				
Εισαγωγή				
Εμπορική ονομασία Internet banking	i-Bank Web	myAlpha Web	Eurobanke-Banking	Winbank e-Banking
Εμπορική ονομασία mobile banking	i-Bank Web	myAlpha Web	Eurobanke-Banking	Winbank e-Banking
Εγγραφή/ Σύνδεση χρηστών στο e-banking				
Εγγραφή νέου χρήστη στο e-banking online	Digital Customer Onboarding	N/A	✓	✓
Υπενθύμηση συνθηματικών	✓	✓	✓	✓
Χρήσιμα στοιχεία περιβάλλοντος χρήστη				
Μπάρα αναζήτησης	✓	✓	✓	✓
Online συνομιλία	N/A	N/A	✓	N/A
Βοήθεια χρηστών (F.A.Q)	✓	✓	✓	✓
Προφίλ χρήστη				
Επεξεργασία στοιχείων χρήστη	✓	✓	✓	✓
Upload εγγράφων χρήστη	✓	✓	N/A	✓
Προσθήκη/ Αλλαγή εικόνας χρήστη	✓	✓	N/A	N/A
Λογαριασμοί				
Άνοιγμα νέου λογαριασμού online	✓	✓	✓	✓
Άνοιγμα νέου προθεσμιακού λογαριασμού	✓	✓	✓	N/A
Ιστορικό κινήσεων (e-statements)	✓	✓	✓	✓
Προθήκη νέων λογαριασμών	✓	✓	✓	✓
Προβολή λογαριασμών	✓	✓	✓	✓
Προβολή υπόλοιπων λογαριασμών	✓	✓	✓	✓
Στοιχεία καταθετικών λογαριασμών	✓	✓	✓	✓
Στοιχεία προθεσμιακών λογαριασμών	✓	✓	✓	N/A
Open Banking	✓	✓	✓	✓
Αντίγραφο κινήσεων	✓	✓	✓	✓
Δάνεια				
Υπόλοιπο/α δανείων	✓	✓	✓	✓
Κίνηση δανείων	✓	✓	✓	✓
Υπολογισμός δόσης δανείων	✓	✓	✓	✓
Απόκτηση δανείου online	N/A	N/A	N/A	✓
Τελευταίες κινήσεις δανείου/ων	✓	✓	✓	✓
Αντίγραφο δανείων	N/A	✓	N/A	✓

Ο παραπάνω πίνακας αποτυπώνει συγκεντρωτικά τις ενέργειες που μπορεί να πραγματοποιήσει ένας πελάτης μέσω internet banking μέσω web περιβάλλον ή μέσω mobile app στις τέσσερις μεγάλες τράπεζες της Ελλάδας. Θα ακολουθήσει αναλυτική περιγραφή των δυνατοτήτων ανά κατηγορία.

Εγγραφή/ Σύνδεση στην πλατφόρμα

Όλες οι τράπεζες που αναλύονται στον παραπάνω πίνακα δίνουν την δυνατότητα στους πελάτες τους να πραγματοποιήσουν online εγγραφή στο e-banking της εκάστοτε τράπεζας.

Το μόνο που χρειάζεται να γνωρίζει ο πελάτης είναι το PIN της κάρτας του και τον αριθμό λογαριασμού του. Η διαδικασία ολοκληρώνεται σε μόλις μερικά βήματα ηλεκτρονικά.

Χρήσιμα GUI (Graphic User Interface) στοιχεία που βοηθούν τους χρήστες

Πραγματοποιώντας την πλοήγηση στις τέσσερις διαφορετικές πλατφόρμες, διαπιστώθηκε η χρήση τριών στοιχείων που βοηθούν τους πελάτες να βρουν γρήγορα και εύκολα την συναλλαγή που επιθυμούν. Οι πελάτες μπορούν να αποθηκεύσουν συχνές συναλλαγές, να αναζητήσουν τις ερωτήσεις τους στα F.A.Qs που διατίθενται από την εκάστοτε τράπεζα και να αναζητήσουν τις συναλλαγές τους σε μια μπάρα αναζήτησης. Η Eurobank έχει ενσωματώσει την δυνατότητα πραγματοποίησης real-time συνομιλίας μέσω από το e-banking με εκπρόσωπο της τράπεζας στο κάτω μέρος της οθόνης (Online συνομιλία), χαρακτηριστικό που λείπει από τις υπόλοιπες τράπεζες.

Προφίλ χρήστη / Εξατομίκευση

Κατά τη χρήση των συστημάτων ηλεκτρονικής τραπεζικής σε web και app περιβάλλον, δίνεται η δυνατότητα επεξεργασίας του προφίλ χρήστη από τον πελάτη. Στο σημείο αυτό, ο πελάτης μπορεί να ενημερώσει τα στοιχεία του επισυνάπτοντας το ανάλογο έγγραφο εφόσον ζητηθεί. Η Εθνική Τράπεζα και η Alpha Bank, δίνουν την δυνατότητα προσθήκης εικόνας χρήστη στο προφίλ.

Λογαριασμοί

Όσον αφορά την κατηγορία των λογαριασμών, η Εθνική Τράπεζα έκανε το βήμα να προσφέρει την καινοτόμα υπηρεσία του Digital Customer Onboarding, μέσω της οποίας ένας χρήστης μπορεί να γίνει πελάτης της τράπεζας από το κινητό του. Το μόνο που έχει να κάνει είναι να ακολουθήσει τα βήματα στην εφαρμογή, να συμπληρώσει τα στοιχεία του και να επισυνάψει τα σχετικά έγγραφα online. Οι υπόλοιπες τράπεζες προσφέρουν την δυνατότητα ανοίγματος λογαριασμών online όπως η Alpha Bank τον λογαριασμό Alpha Έξυπνη Αποταμίευση ενώ η Eurobank τον λογαριασμό live. Ακόμα, οι πελάτες μπορούν μέσα από την πλατφόρμα να διαχειρίζονται τους λογαριασμούς τους και να παρακολουθούν τις κινήσεις τους. Τέλος, στα πλαίσια του Open Banking, δίνεται η δυνατότητα σύνδεσης καρτών ακόμα και διαφορετικής τράπεζας στο Internet banking. Ο πελάτης, μπορεί να δει το υπόλοιπο και τις τελευταίες κινήσεις της κάθε κάρτας.

Δάνεια

Στην κατηγορία των δανείων, οι πελάτες μπορούν να προβάλουν τις κινήσεις των δανείων που έχουν στην κατοχή τους, το ποσό της δόσης, καθώς να λάβουν αντίγραφα αυτών από την άνεση του σπιτιού τους. Η Τράπεζα Πειραιώς καινοτομεί στο σημείο αυτό δίνοντας την δυνατότητα στους πελάτες της να πάρουν δάνειο online. Το E-loan προσφέρεται αποκλειστικά μέσω του winbank web banking και όλα τα απαραίτητα έγγραφα υποβάλλονται online από τον χρήστη. Στη συνέχεια, το αίτημα αξιολογείται και τέλος αν εγκριθεί ο πελάτης μπορεί να εκταμιεύσει το ποσό.

Πίνακας 3.3 Πίνακας δυνατοτήτων – internet banking (web & app 2/3)

	Internet Banking - Πίνακας συγκρίσεων & δυνατοτήτων			
	 ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ	 ALPHA BANK	 Eurobank	 ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
Κάρτες				
Ενεργοποίηση / Απενεργοποίηση κάρτας	✓	✓	✓	✓
Προβολή στοιχείων κάρτας	✓	✓	✓	✓
Προβολή ορίου ανάληψης	✓	✓	✓	✓
Προβολή τελευταίων κινήσεων	✓	✓	✓	✓
Μεταφορές				
Μεταφορά σε λογαριασμό ίδιας τράπεζας	✓	✓	✓	✓
Μεταφορά σε λογαριασμό τράπεζας εσωτερικού	✓	✓	✓	✓
Μεταφορά σε λογαριασμό τράπεζας εξωτερικού	✓	✓	✓	✓
Δυνατότητα αποθήκευσης συχνών συναλλαγών	✓	✓	✓	✓
Προγραμματισμός συναλλαγών	✓	✓	✓	✓
PaF & IRIS Online Payments	✓	✓	✓	✓
Λεφτά στο Λεπτό	Δεν διατίθεται	Δεν διατίθεται	Δεν διατίθεται	✓
Πληρωμές				
Πληρωμές Δημοσίου	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές Πιστωτικών Καρτών	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές λογαριασμών	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές Ασφαλιστικών Ταμείων	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές Ασφαλειών	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές εταιρειών ενέργειας	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές εταιρειών ύδρευσης	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές εταιρειών εκπαίδευσης	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές χρηματοπιστωτικών οργανισμών	✓	✓	✓	✓
Πραγματοποίηση διωριών	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές υπηρεσιών ασφαλείας	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές Ναυτιλιακών Επιχειρήσεων	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές λουιτών εταιρειών	✓	✓	✓	✓
Πάγιες εντολές				
Εισαγωγή νέας πάγιας εντολής	✓	✓	✓	✓
Διαγραφή πάγιας εντολής	✓	✓	✓	✓
Πληροφορίες πάγιων εντολών πελάτη	✓	✓	✓	✓
Ιστορικό παγίων εντολών	✓	✓	✓	✓
Επενδύσεις				
Χαρτοφυλάκιο μετοχών	✓	✓	✓	✓
Καταθέσεις προθεσμίας	✓	✓	✓	✓

Κάρτες

Οι πελάτες των τραπεζών μπορούν να προβάλλουν online το υπόλοιπο των καρτών τους και να τις διαχειρίζονται. Επίσης δίνεται η δυνατότητα απενεργοποίησης της κάρτας σε περίπτωση που κλαπεί η χαθεί. Οι πελάτες της Εθνικής Τράπεζας μπορούν να παγώνουν

προσωρινά την κάρτα τους μέχρι να την βρουν και να την ενεργοποιούν ξανά σε πραγματικό χρόνο.

Μεταφορές

Οι πελάτες χρησιμοποιώντας το Internet banking, μπορούν να μεταφέρουν χρήματα μεταξύ λογαριασμών ίδιας τράπεζας, σε λογαριασμούς τραπεζών στο εσωτερικό, αλλά και σε λογαριασμούς τραπεζών στο εξωτερικό. Μπορούν επίσης να στέλνουν χρήματα διατραπεζικά μέσω του IRIS Online payments γνωρίζοντας το κινητό ή το ΑΦΜ του παραλήπτη. Η Τράπεζα Πειραιώς είναι η μόνη τράπεζα που δίνει την δυνατότητα αποστολής χρημάτων online μέσω της υπηρεσίας “Λεφτά στο λεπτό”.

Πληρωμές

Οι πελάτες μπορούν να πραγματοποιούν πληρωμές μέσα από ένα μεγάλο φάσμα συνεργαζόμενων επιχειρήσεων.

Πάγιες εντολές

Οι πελάτες μπορούν να εισάγουν νέες πάγιες εντολές για να πληρώνουν αυτόματα τους λογαριασμούς τους στην ενότητα “Πάγιες εντολές”. Ακόμα, μπορούν να διαχειρίζονται τις πάγιες εντολές που έχουν ήδη ενεργοποιημένες, να βλέπουν τα στοιχεία τους και να τις καταργούν. Στην κατηγορία των παγίων εντολών, διατίθεται και ιστορικό κινήσεων.

Επενδύσεις

Στην ενότητα των επενδύσεων, δίνεται η δυνατότητα προβολής του χαρτοφυλακίου μετοχών που έχει στην κατοχή του ο πελάτης. Επίσης, δίνεται η δυνατότητα προβολής των προθεσμιακών καταθέσεων που έχει στην κατοχή του ο πελάτης καθώς και να τις διαχειριστεί.

Τραπεζικά προϊόντα

Είναι πολύ σημαντικό τα τραπεζικά προϊόντα να είναι προσβάσιμα και μέσω διαδικτύου. Έτσι, οι τράπεζες προσπαθώντας να μετασχηματιστούν ψηφιακά, δίνουν την δυνατότητα online αιτήσεων. Ο πελάτης μπορεί να δημιουργεί αιτήσεις και να τις διαχειρίζεται από την ενότητα “Αιτήσεις”. Στις αιτήσεις συμπεριλαμβάνονται τραπεζικά προϊόντα όπως η απόκτηση μπλοκ επιταγών, αίτηση έκδοσης χρεωστικών, πιστωτικών και προπληρωμένων

καρτών καθώς και η αίτηση ανοίγματος λογαριασμών αποταμίευσης. Η Εθνική Τράπεζα, η Alpha Bank και η Eurobank δίνουν την δυνατότητα αίτησης για προθεσμιακό λογαριασμό ενώ μόνο η Εθνική Τράπεζα δίνει την δυνατότητα online αίτησης για έκδοση τραπεζικής ενημερότητας και επανέκδοσης PIN καρτών της.

Πίνακας 4.4 Πίνακας δυνατοτήτων – internet banking (web & app 3/3)

	Internet Banking - Πίνακας συγκρίσεων & δυνατοτήτων			
	 ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ	 ALPHA BANK	 Eurobank	 ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
Τραπεζικά προϊόντα				
Παραγγελία μπλόκ επιταγών	✓	✓	✓	✓
Ιστορικό παραγγελιών	✓	✓	✓	✓
Αίτηση έκδοσης προπληρωμένης κάρτας	✓	✓	✓	✓
Αίτηση έκδοσης πιστωτικής κάρτας	✓	✓	✓	✓
Αίτηση έκδοσης χρεωστικής κάρτας	✓	✓	✓	✓
Αίτηση ανοίγματος λογαριασμών αποταμίευσης	✓	✓	✓	✓
Αίτηση ανοίγματος προθεσμιακών λογαριασμών	✓	✓	✓	Δεν διατίθεται
Αίτηση για έκδοση τραπεζικής ενημερότητας	✓	N/A	N/A	N/A
Αίτηση επανέκδοσης PIN καρτών	✓	N/A	N/A	N/A
Δωρεές				
Στρογγυλοποίηση ποσού στις συναλλαγές	Κάνει το καλό	N/A	N/A	N/A
Πραγματοποίηση δωρεών	✓	✓	✓	✓
e-Υπηρεσίες				
Υπολογιστής αφορολόγητου	✓	✓	✓	✓
Προσθήκη οικονομικών στόχων	N/A	N/A	N/A	✓
Εφαρμογή εντοπισμού καταστημάτων & ATM	✓	✓	✓	✓
e-Statements λογαριασμών και καρτών	✓	✓	✓	✓
Δυνατότητα έκδοσης αριθμού προτεραιότητας	i-Bank Pass	N/A	N/A	N/A
Πληρωμή ανέπαφα μέσω Smartphone	i-Bank Pay	myAlpha Wallet	N/A	N/A
Πληρωμές μέσω Wearable	i-Bank Payband	Garmin Pay	N/A	N/A
Ασφάλεια στο internet banking				
Αυτόματη αποσύνδεση χρήστη	Έπειτα από 10 λεπτά	Έπειτα από 15 λεπτά	Έπειτα από 10 λεπτά	Έπειτα από 10 λεπτά
Αυτόματο μπλοκάρισμα κωδικών	N/A	Μετά από 5 λανθασμένες προσπάθειες	Μετά από 3 λανθασμένες προσπάθειες	Μετά από 3 λανθασμένες προσπάθειες
HTTPS Portals	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
Κρυπτογράφηση δεδομένων	128bit	128bit	256bit	128bit
Πρωτόκολλο κρυπτογράφησης	SSL (Secure Sockets Layer)	TLS (Transport Layer Security)	TLS (Transport Layer Security)	SSL (Secure Sockets Layer)
Firewall	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
One Time Password (OTP)	i-Bank Code	myAlpha Code	Ναι	extraPIN
Είσοδος με βιομετρικά χαρακτηριστικά (App)	✓	✓	✓	✓
Γρήγορη είσοδος με Quick PIN (App)	✓	✓	✓	✓
Ειδοποιήσεις	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι

Οι πελάτες μπορούν να πραγματοποιούν δωρεές σε διάφορους οργανισμούς μέσω του Internet banking.





Ασφάλεια στο e-banking

Η ασφάλεια στο e-banking είναι σοβαρή υπόθεση όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενα κεφάλαια. Για τον λόγο αυτό, κάθε τράπεζα έχει θεσπίσει τα κατάλληλα μέτρα για να προστατεύει όσο το δυνατόν περισσότερο τους πελάτες της. Τα συστήματα αποσυνδέουν τον χρήστη έπειτα από συγκεκριμένο χρονικό διάστημα ή όταν εκείνος παραμένει ανενεργός. Οι κωδικοί πρόσβασης μπλοκάρονται έπειτα από μερικές προσπάθειες ανάλογα την τράπεζα (βλ. πίνακα). Όλες οι τράπεζες χρησιμοποιούν SSL και TLS πρωτόκολλα κρυπτογράφησης. Η Eurobank χρησιμοποιεί κρυπτογράφηση 256bit σε αντίθεση με τις υπόλοιπες τρεις που

χρησιμοποιούν 128bit κρυπτογράφηση. Όλες οι συναλλαγές επικυρώνονται μέσω OTP κωδικού και προστατεύονται από τελευταίας τεχνολογίας firewall. Στις φορητές συσκευές (tablet, smartphone) ανάλογα τον κατασκευαστή δίνεται η δυνατότητα σύνδεσης με βιομετρικά χαρακτηριστικά όπως είναι η αναγνώριση προσώπου και το δακτυλικό αποτύπωμα. Ο χρήστης μπορεί επίσης σε περίπτωση που η συσκευή του δεν το υποστηρίζει να συνδέεται με ένα PIN γρήγορης σύνδεσης.

6.1.3 e-Branches

Πίνακας 5.5 Πίνακας δυνατοτήτων – mobile applications

	e-Branches - Πίνακας συγκρίσεων & δυνατοτήτων			
	 ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ	 ALPHA BANK	 Eurobank	 ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
Εισαγωγή				
Εμπορική ονομασία e-branch καταστημάτων	i-Bank NGB Stores	N/A	N/A	e-Branch Stores
Αριθμός e-καταστημάτων	6			9
Διαφορετικοί τρόποι εξυπηρέτησης				
Απομακρυσμένη σύνδεση με ταμεία	N/A			✓
Self-service banking	✓			✓
Digital corner	✓			✓
Πρόβλεψη εξυπηρέτησης Α.μ.ε.Α	✓			✓
Meeting rooms	✓			✓
Απομακρυσμένη σύνδεση με ταμεία				
Κατάθεση μετρητών	N/A			μέχρι 10.000€
Ανάληψη μετρητών	N/A			μέχρι 10.000€
Μεταφορά χρημάτων σε ίδιο η διαφορετικό νόμισμα	N/A			✓
Πραγματοποίηση πληρωμών Δημοσίου	N/A			✓
Πληρωμή λογαριασμών	N/A			✓
Πραγματοποίηση οφειλών	N/A			✓
Πληρωμή πιστωτικών καρτών	N/A			✓
Πληρωμή δόσεων δανείων	N/A			✓
Φόρτιση προπληρωμένων καρτών	N/A			✓
Κατάθεση & εξόφληση τραπεζικών επιταγών	N/A			✓
Self-service banking				
Μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών	✓			easyPay
Έκδοση προπληρωμένων καρτών	✓			✓
Πραγματοποίηση πληρωμών Δημοσίου	✓			✓
Πληρωμή λογαριασμών	✓			✓
Κατάθεση μετρητών σε λογαριασμό	✓			✓
Ενημέρωση βιβλιαρίου	✓			✓
Digital Corner				
Ενημέρωση για τις εφαρμογές των τραπεζών	✓			✓
Εκπαίδευση στις νέες τραπεζικές υπηρεσίες	✓			N/A
Demo points χρήσης εφαρμογών	✓			N/A
Οθόνες αφής	✓			✓
Δωρεάν WiFi	✓			✓
Εφαρμογές επαυξημένης πραγματικότητας	✓			N/A
Σεμινάρια / ομιλίες για τις νέες τεχνολογίες	✓			N/A
Διαθέσιμος Η/Υ ή Tablet	✓			✓
Πρόβλεψη εξυπηρέτησης Α.μ.ε.Α				
Καθοδήγηση από υπεύθυνο εξυπηρέτησης	✓			✓
Φωνητική υποστήριξη	N/A			✓
Συναλλαγές στη νοηματική γλώσσα	N/A			✓
Μηχανήματα με γραφή Braille	N/A			✓
Εξυπηρέτηση στο ύψος του αμαξιδίου	N/A			✓
Έγγραφή στο e-banking χωρίς υπογραφή συμβάσεων	✓			✓
Meeting rooms				
Πραγματοποίηση συναντήσεων με υπαλλήλους	✓			✓

Ο παραπάνω πίνακας αποτυπώνει συγκεντρωτικά τις ενέργειες που μπορεί να πραγματοποιήσει ένας πελάτης κατά την επίσκεψη του σε ένα e-branch. Θα ακολουθήσει αναλυτική περιγραφή των δυνατοτήτων ανά κατηγορία.

Καινοτόμοι τρόποι εξυπηρέτησης

Τα τραπεζικά ιδρύματα αναπτύσσονται με τη βοήθεια που προσφέρει το διαδίκτυο και καινοτομεί δημιουργώντας την επόμενη μέρα στην εξυπηρέτηση με την είσοδο των e-branch καταστημάτων. Τα e-branch καταστήματα πρόκειται για self-service καταστήματα τραπεζών.

Στην Ελλάδα κατέχουν e-branch καταστήματα μόνο η Εθνική Τράπεζα και η Τράπεζα Πειραιώς, με λίγο διαφορετική προσέγγιση. Αξίζει να αναφερθεί πως η ανάγκη για την ανάπτυξη των e-branch ήταν να μπορεί ο πελάτης να ξεκινά μια διαδικασία online και να μπορεί να την συνεχίσει στο κατάστημα αν χρειάζεται στα πλαίσια του ψηφιακού μετασχηματισμού και της omni-channel προσέγγισης.

Στα καταστήματα αυτά μπορούμε να διακρίνουμε καινοτόμους τρόπους εξυπηρέτησης όπως είναι η απομακρυσμένη σύνδεση με ταμιά, self-service banking με την χρήση e-banking συστημάτων, digital corner στο οποίο οι πελάτες μπορούν να μαθαίνουν τον τρόπο χρήσης συστημάτων ηλεκτρονικής τραπεζικής και να πειραματίζονται με εφαρμογές της τράπεζας. Ιδιαίτερη προσοχή έχει δοθεί στην αισθητική του καταστήματος, καθώς τα περισσότερα διαθέτουν αίθουσες συναντήσεων στις οποίες είναι δυνατόν ο πελάτης να προγραμματίσει ραντεβού με υπάλληλο της τράπεζας. Τέλος, αυτό που τα κάνει πραγματικά να ξεχωρίζουν είναι ο τρόπος με τον οποίο προσεγγίζουν τα άτομα με αναπηρίες και τα βοηθούν να πραγματοποιούν πιο εύκολα τις καθημερινές τους συναλλαγές σε ειδική γλώσσα (π.χ. Braille).

Σύγκριση των i-Bank Stores της Εθνικής Τράπεζας με τα e-branch της Τράπεζας Πειραιώς

Τα i-Bank Stores της Εθνικής συγκριτικά με τα e-branch της Τράπεζας Πειραιώς διαφέρουν σε ορισμένα σημεία. Αρχικά, τα κοινά τους σημεία είναι πως δίνουν στους πελάτες τους την δυνατότητα να δουν ένα καινοτόμο τρόπο εξυπηρέτησης της τράπεζας από όπως την έχουμε

συνηθίσει. Ο τρόπος διαμόρφωσης των καταστημάτων είναι σχεδόν παρόμοιος. Στο εσωτερικό των καταστημάτων ο πελάτης μπορεί να βρει μεγάλες οθόνες, ψηφιακές συσκευές, κέντρα αυτόματων συναλλαγών, και ATM με τα οποία μπορεί να ολοκληρώσει τις τραπεζικές του συναλλαγές.

Η Τράπεζα Πειραιώς δίνει την δυνατότητα στους πελάτες της να πραγματοποιούν απομακρυσμένη σύνδεση με ταμιά και να ολοκληρώνουν ένα μεγάλο φάσμα τραπεζικών συναλλαγών, κάτι που δεν υπάρχει στα i-Bank NGB Stores. Από την άλλη πλευρά, στα NGB Stores οι πελάτες της Εθνικής πραγματοποιούν τις συναλλαγές τους μέσω από τις πλατφόρμες του e-banking (web και app περιβάλλον). Βασικό βοηθητικό στοιχείο είναι το γεγονός πως και στα δύο υπάρχει δωρεάν ασύρματο internet το οποίο μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι πελάτες για τις συναλλαγές τους μέσω e-banking.

Οι Α.μ.ε.Α πελάτες της τράπεζας εξυπηρετούνται από υπεύθυνο εξυπηρέτησης και στις δυο περιπτώσεις ωστόσο στην Τράπεζα Πειραιώς η εξυπηρέτηση τους γίνεται προσωπική υπόθεση. Στην Τράπεζα Πειραιώς υποστηρίζεται η διενέργεια συναλλαγών με την βοήθεια φωνητικής υποστήριξης, δυνατότητα επικοινωνίας στη νοηματική γλώσσα και με τη χρήση μηχανημάτων με γραφή Braille.



Τέλος, οι πελάτες μπορούν να έρθουν σε επαφή με τις νέες τεχνολογίες με μία επίσκεψη στα ειδικά διαμορφωμένα digital corners στα οποία με την χρήση ψηφιακών συσκευών, μπορούν να μάθουν την χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής που προσφέρεται από την τράπεζα τους και τα οφέλη της.

6.1.4 Mobile Applications

Τα τραπεζικά ιδρύματα εκτός από τις εφαρμογές που έχουν αναπτύξει σχετικά με την πραγματοποίηση συναλλαγών, έχουν αναπτύξει και πρόσθετες εφαρμογές προκειμένου να βελτιώσουν καθημερινές συναλλαγές. Η Εθνική τράπεζα έχει διαθέσει πέντε εφαρμογές, το i-Bank Pay, το i-Bank Pay 4 Business, το i-Bank Pass, το i-Bank mPOS και την εφαρμογή go4more. Η Alpha Bank έχει αναπτύξει το myAlpha Wallet, την εφαρμογή Bonus και την εφαρμογή Bleep. Η Eurobank εκτός από το Mobile App, έχει διαθέσει το Live-Pay app και το Επιστροφή app. Τέλος, η Τράπεζα Πειραιώς έχει διαθέσει το winbank mycard App και το yellowday.

Η Εθνική Τράπεζα είναι η μόνη τράπεζα που δίνει στους πελάτες της την δυνατότητα έκδοσης αριθμού προτεραιότητας, ειδοποίηση για την σειρά του πελάτη, και δημιουργία ραντεβού με υπάλληλο της τράπεζας, από την οθόνη του Smartphone και του tablet μέσω του i-Bank Pass. Αυτό το γεγονός προκαλεί αποσυμφόρησή στις ουρές αναμονής στα καταστήματα της τράπεζας. Οι υπόλοιπες τράπεζες έχουν στρέψει τους πελάτες τους στο κανάλι του e-banking για τις συναλλαγές τους.

Πίνακας 6.6 Πίνακας δυνατοτήτων – mobile applications

Mobile Apps - Πίνακας συγκρίσεων & δυνατοτήτων				
				
Τα apps των τραπεζικών ιδρυμάτων				
i-Bank Pay i-Bank Pay 4 Business i-Bank Pass i-Bank mPOS go4more	myAlpha Wallet Bonus Bleep	Eurobank Mobile App Live-Pay app Έπιστροφή app	winbank mycard App yellowday	
Smartphone Applications				
Δυνατότητα έκδοσης αριθμού προτεραιότητας	i-Bank Pass	N/A	N/A	N/A
Ενημέρωση διαθέσιμων καταστημάτων, ATM & ΚΑΣ	i-Bank Pass	myAlpha Mobile & website	Eurobank App & website	website
Έρευνα στοιχείων επικοινωνίας καταστημάτων	i-Bank Pass	myAlpha Mobile & website	Eurobank App & website	website
Χρόνος αναμονής στο ταμείο της τράπεζας	i-Bank Pass	N/A	N/A	N/A
Δημιουργία ραντεβού με υπάλληλο	i-Bank Pass	N/A	N/A	N/A
Μεταφορά χρημάτων μέσω IRIS Online Payments	i-Bank Pay	Quick Transfer (myAlpha Mobile)	Live-App (PaF Payments)	Winbank app
Δυνατότητα πληρωμής με το Smartphone μέσω NFC	i-Bank Pay	myAlpha Wallet & Apple Pay	Eurobank App	N/A
Split-the-bill	i-Bank Pay	N/A	N/A	N/A
Πληρωμή σε επιχειρήσεις με Barcode/QR scanner	i-Bank Pay	myAlpha Wallet	Live-Pay app	N/A
Πληρωμή ανέπαφα	N/A	myAlpha Wallet & Apple Pay	Eurobank Wallet	N/A
Έκδοση προπληρωμένης κάρτας online	N/A	Bleep	N/A	N/A
Φόρτιση/διαχείριση προπληρωμένης κάρτας	i-Bank Mobile banking	Bleep	Eurobank App	Winbank app
Εταιρικοί πελάτες				
Εισπράξεις με το κινητό	i-bank Pay 4 Business	N/A	N/A	N/A
Παρακολούθηση του ιστορικού εισπράξεων	i-bank Pay 4 Business	N/A	N/A	N/A
Διατραπεζική εισπραξη μέσω IRIS Online Payments	i-bank Pay 4 Business	N/A	N/A	N/A
Επιβράβευση				
Πρόγραμμα επιβράβευσης	go4more	Bonus	Έπιστροφή app	yellowday
Προβολή πόντων / € από επιστροφή	go4more	myAlpha Mobile/Wallet	Έπιστροφή app	yellowday
Προβολή προσφορών εξαργύρωσης	go4more	myAlpha Wallet	Έπιστροφή app	my card app/yellowday
Εντοπισμός συνεργαζόμενων επιχειρήσεων βάσει GPS	N/A	N/A	Έπιστροφή app	yellowday
Wearable Applications				
Πληρωμές μέσω Wearable	i-Bank Payband	Garmin Pay & Apple Pay	N/A	N/A
Διαχείριση πόντων επιβράβευσης στο wearable	N/A	N/A	N/A	my card app

Οι πελάτες των τεσσάρων τραπεζικών ιδρυμάτων μπορούν να πληροφορηθούν για τα διαθέσιμα καταστήματα, ATM και ΚΑΣ. Αυτό είναι δυνατό μέσω του i-Bank Pass, του myAlpha Mobile και από τον ιστότοπο, του Eurobank App και τέλος από τον ιστότοπο της Τράπεζας Πειραιώς. Η εύρεση στοιχείων επικοινωνίας παρέχεται από τα ίδια μέσα.

Μέσω των i-Bank Pay, myAlpha Mobile (Quick Transfer), Live-Pay (PaF Payments) και Winbank app, δίνεται η δυνατότητα αποστολής χρημάτων σε τρίτους διατραπεζικά μέσω του

IRIS online payments. Το μόνο που πρέπει να γνωρίζει ο πελάτης είναι το κινητό ή ΑΦΜ του παραλήπτη.

Η πληρωμή λογαριασμών μέσω NFC δίνεται σαν δυνατότητα μέσω των i-Bank Pay, myAlpha Wallet, ενώ οι υπόλοιπες τράπεζες δεν έχουν υλοποιήσει κάτι αντίστοιχο ακόμη. Η Alpha Bank δίνει την δυνατότητα χρήσης του ψηφιακού πορτοφολιού καθώς οι πελάτες των καρτών της δεν χρειάζονται τίποτα άλλο παρά το κινητό τους τηλέφωνο για να πληρώσουν ανέπαφα στα POS τερματικά των επιχειρήσεων, το οποίο δεν υπάρχει σε καμία άλλη τράπεζα.

Όλοι οι πελάτες των τραπεζών μπορούν να εκδώσουν την Bleep προπληρωμένη κάρτα και να την φορτίσουν μέσα από την εφαρμογή Bleep που κυκλοφορεί. Η διαχείριση της Bleep γίνεται μέσα από το ειδικό app που κυκλοφορεί στο Google Play και App Store. Οι πελάτες μπορούν να διαχειρίζονται τις προπληρωμένες κάρτες της τράπεζας τους μέσα από το Mobile banking της Εθνικής, myAlpha Web & App της Alpha Bank, Eurobank App και Winbank App.

Οι εταιρικοί πελάτες της Εθνικής Τράπεζας μπορούν να χρησιμοποιούν το i-Bank Pay 4 Business για να λαμβάνουν εισπράξεις της επιχείρησής τους στο κινητό τους, ακόμα και διατραπεζικά μέσω του IRIS και να παρακολουθούν το ιστορικό των εισπράξεων από ένα η παραπάνω άτομα. Αυτό το χαρακτηριστικό δεν υπάρχει στις υπόλοιπες τράπεζες ωστόσο εξυπηρετείται από τα e-banking apps.

Όσον αφορά τα προγράμματα επιβράβευσης, η Εθνική Τράπεζα έχει το σύστημα επιβράβευσης go4more, η Alpha Bank το Bonus, η Eurobank το σύστημα Επιστροφή και η Τράπεζα Πειραιώς το yelloday. Εκτός από την προβολή πόντων στα e-banking web και app των τραπεζών, η προβολή πόντων και € από επιστροφή και η προβολή προσφορών εξαργύρωσης προσφέρονται από το go4more app, το Bonus app, το Επιστροφή app και το yelloday app. Μάλιστα, το yelloday app χρησιμοποιεί τον σένσορα γεωγραφικού προσανατολισμού (GPS) για να εντοπίσει τις προσφορές που είναι κοντά στον χρήστη.

Όσον αφορά τις πληρωμές μέσω wearables, η Εθνική Τράπεζα έχει αναπτύξει το i-Bank Payband το οποίο δίνει στον πελάτη τη δυνατότητα ανέπαφων συναλλαγών από τον καρπό του. Λειτουργεί με την χρήση μικρού τσιπ που φορτίζει σαν προπληρωμένη κάρτα. Η Alpha Bank έχει κάνει κινήσεις κάνοντας συνεργασία με το Garmin Pay. Οι Eurobank και η Τράπεζα Πειραιώς δεν έχουν κινηθεί προς αυτή την κατεύθυνση ακόμα με εξαίρεση την

Τράπεζα Πειραιώς που δίνει την δυνατότητα στους πελάτες της να χρησιμοποιούν το my card app στο smartwatch τους.

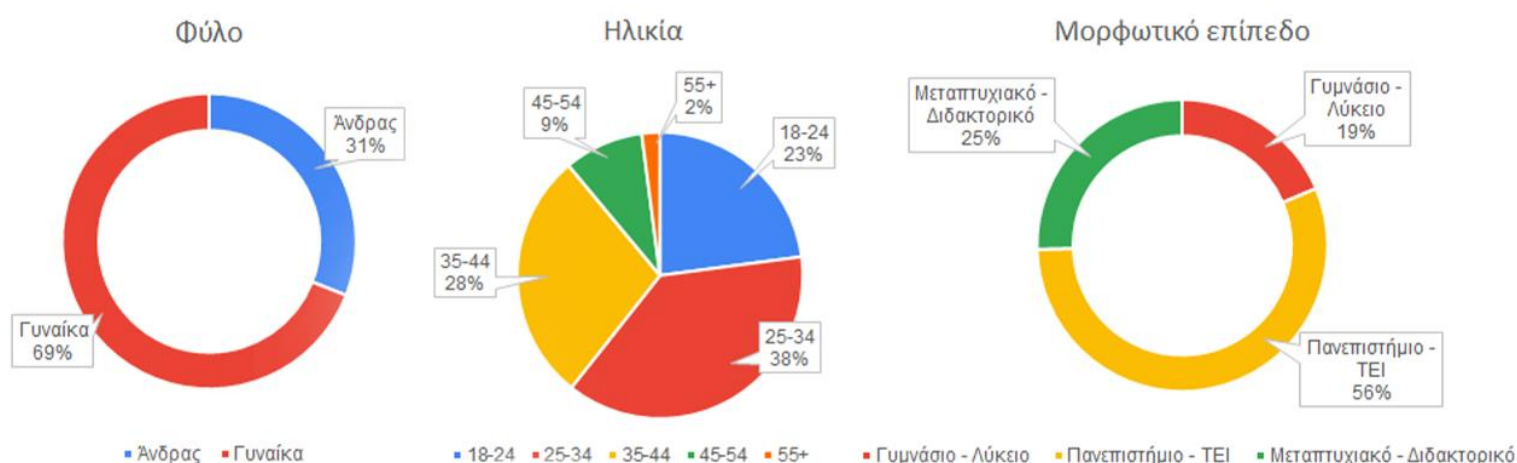
6.2 Αποτελέσματα Ερωτηματολογίου

Στο μέρος αυτό, παρατίθενται τα αποτελέσματα της έρευνας που έλαβε μέρος ηλεκτρονικά με την μορφή ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου. Σκοπός μας ήταν να διερευνήσουμε χρήσιμα στοιχεία για τις συναλλαγές των πολιτών στην Ελλάδα αλλά και την γνώμη τους για τα συστήματα που προσφέρουν οι τράπεζες προκειμένου να διευκολύνουν την καθημερινότητά τους. Το ερωτηματολόγιο έλαβε 633 απαντήσεις (602 άτομα χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής ενώ μόλις 31 άτομα του δείγματος δεν τις χρησιμοποιούν) και τα αποτελέσματα του παρουσιάζονται παρακάτω:

6.2.1 Γενικά στοιχεία

Από το ερωτηματολόγιο προέκυψαν τα εξής γενικά στοιχεία για τους χρήστες:

Σχεδιάγραμμα 3.3 Φύλο-Ηλικία-Μόρφωση

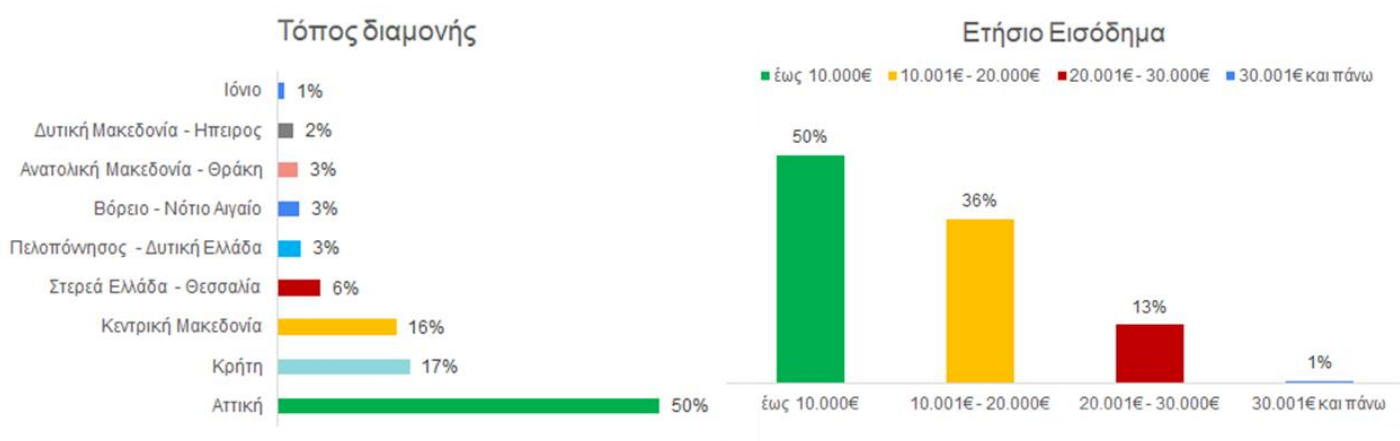


Όπως παρατηρούμε στο παραπάνω σχεδιάγραμμα, η πλειοψηφία των απαντήσεων ήταν γυναίκες σε ποσοστό 69% έναντι των ανδρών με 31%. Η ηλικία των ερωτηθέντων ήταν στην

πλειοψηφία τους στην ηλικιακή κατηγορία των 25-34 χρόνων σε ποσοστό 38% ενώ ακολουθεί η κατηγορία των 35-44 με ποσοστό 28% και η 18-24 με 23%. Τέλος, η ηλικιακές κατηγορίες 45-54 και εκείνη που αφορούσε τους πελάτες άνω των 55 αφορούσαν το 9% και το 2% των ερωτηθέντων αντίστοιχα.

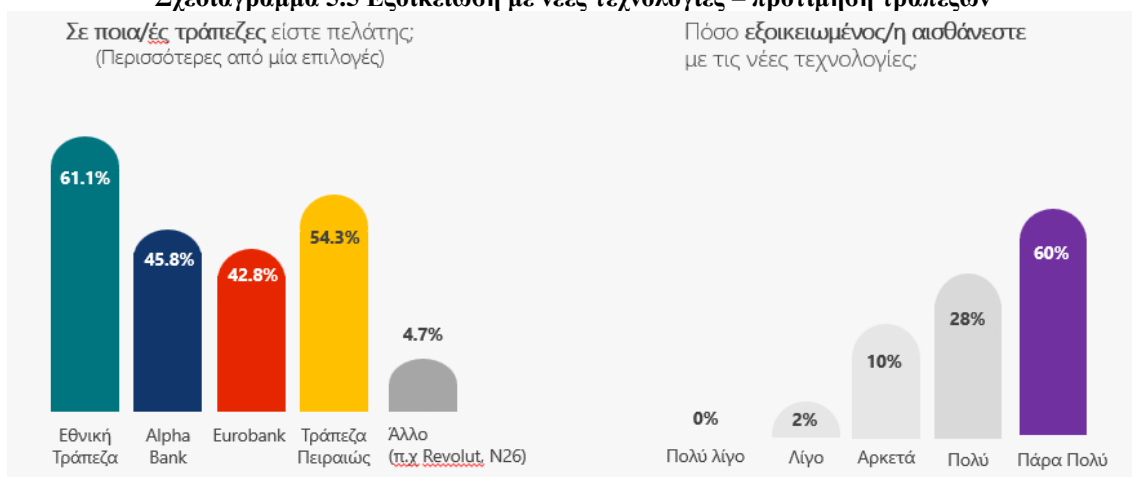
Όσον αφορά το μορφωτικό επίπεδο των ερωτηθέντων, η πλειοψηφία είναι πτυχιούχοι ΤΕΙ ή Πανεπιστημίου με ποσοστό 56%, ενώ το 25% των ερωτηθέντων ήταν κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού τίτλου. Τέλος, το 19% των ερωτηθέντων είχε ολοκληρώσει την δευτεροβάθμια ή τριτοβάθμια εκπαίδευση.

Σχεδιάγραμμα 4.4 Τόπος Διαμονής & Εισόδημα



Το 50% των ερωτηθέντων απάντησε πως διαμένει στην Αττική ενώ ακολουθεί η Κρήτη με 17% , η κεντρική Μακεδονία με 16% και η Στερεά Ελλάδα – Θεσσαλία με ποσοστό 6%. Όσον αφορά το ετήσιο εισόδημα, 50% του δείγματος λαμβάνει εισόδημα μέχρι 10.000€, το 36% του δείγματος λαμβάνει εισόδημα από 10.001€ μέχρι 20.000€ ενώ από 20.001€ μέχρι και 30.000€ λαμβάνει μόνο το 13% του δείγματος.

Σχεδιάγραμμα 5.5 Εξοικείωση με νέες τεχνολογίες – προτίμηση τραπεζών



Στην ερώτηση η οποία αναφερόταν στις τράπεζες που το δείγμα είναι πελάτες, το 61.1% δηλώνει πως είναι πελάτης στην Εθνική Τράπεζα, το 54,3% του δείγματος είναι πελάτης της Τράπεζας Πειραιώς, το 45.8% είναι πελάτης της Alpha Bank ενώ το 42.8% του δείγματος είναι πελάτης της Eurobank. Αξίζει να αναφερθεί πως πολλοί πελάτες διατηρούν λογαριασμούς και σε άλλες τράπεζες. Τέλος υπάρχει και ένα 4.7% του δείγματος το οποίο διατηρεί λογαριασμούς σε άλλες τράπεζες που προσφέρονται στην Ελλάδα (π.χ Τράπεζα Χανίων) είτε με φυσικό κατάστημα είτε μόνο ηλεκτρονικά (π.χ. Revolut ή N26).

Το δείγμα του ερωτηματολογίου δείχνει να είναι αρκετά εξοικειωμένο με τις νέες τεχνολογίες όπως βλέπουμε δεξιά στο παραπάνω γράφημα. Το 60% του δείγματος δήλωσε πως είναι πάρα πολύ εξοικειωμένο με τις νέες τεχνολογίες, το 28% του δείγματος πως είναι πολύ εξοικειωμένο ενώ το 10% δήλωσε πως είναι αρκετά εξοικειωμένο. Μόλις το 2% του δείγματος πιστεύει πως δεν είναι αρκετά εξοικειωμένο.

Σχεδιάγραμμα 6.6 Συχνότητα επίσκεψης καναλιών και ποσοστό χρήσης e-banking



Όπως φαίνεται από το παραπάνω διάγραμμα (Σχεδιάγραμμα 1.5), το 95% του δείγματος μας χρησιμοποιεί τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής σε αντίθεση με το 5% που δεν τις εκμεταλλεύονται ακόμα. Στη συνέχεια θα γίνει μια προσπάθεια να διερευνηθούν οι λόγοι για τους οποίους ορισμένοι πελάτες διστάζουν να χρησιμοποιήσουν τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες της τράπεζας τους.

Όσον αφορά την συχνότητα επίσκεψης στο φυσικό κατάστημα, από το παραπάνω διάγραμμα μπορούμε να δούμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος δεν το επισκέπτεται πλέον τόσο συχνά όσο στο παρελθόν. Πιο συγκεκριμένα, το 69.2% δηλώνει πως δεν επισκέπτεται το κατάστημα της τράπεζας του και προτιμά να ολοκληρώνει τις συναλλαγές του είτε online. Αυτό συμβαίνει γιατί πλέον με την χρήση των ΑΤΜ, ΚΑΣ και e-banking μπορούν οι πελάτες να ολοκληρώσουν τις περισσότερες καθημερινές συναλλαγές. Το 21.6% του δείγματος επισκέπτεται το κατάστημα της τράπεζας του μόλις μία φορά ενώ περίπου μόλις το 9.1% του δείγματος πραγματοποιεί πάνω από 2 επισκέψεις στο κατάστημα τον μήνα. Το γεγονός αυτό έχει οδηγήσει σε αποσυμφόρηση των καταστημάτων από την αυξημένη πελατεία. Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα, το δείγμα μας σε ποσοστό 45% χρησιμοποιεί ΑΤΜ δύο με τρεις φορές τον μήνα και το 20% τέσσερις με έξι φορές.

6.2.2 Χρήστες συστημάτων ηλεκτρονικής τραπεζικής

Από τις 633 απαντήσεις του ερωτηματολογίου οι 602(95%) απαντήσεις αποτελούσαν το κοινό που χρησιμοποιεί τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής που προσφέρονται από την τράπεζα τους.

Κύρια τράπεζα πρόσβασης στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες

Σύμφωνα με τα στοιχεία που λήφθηκαν, όπως φαίνεται και στο γράφημα που ακολουθεί παρακάτω, όπως είχαμε δει παραπάνω στα γενικά χαρακτηριστικά του δείγματος, το 61.1% του δείγματος είχε απαντήσει πως είναι πελάτης της Εθνικής Τράπεζας, το 54.3% του δείγματος πως είναι πελάτης της Τράπεζας Πειραιώς ενώ τα υπόλοιπα ποσοστά απεικονίζονται στο γράφημα που ακολουθεί (δεξιό γράφημα).

Σχεδιάγραμμα 7.7 Κύρια τράπεζα ηλεκτρονικών συναλλαγών

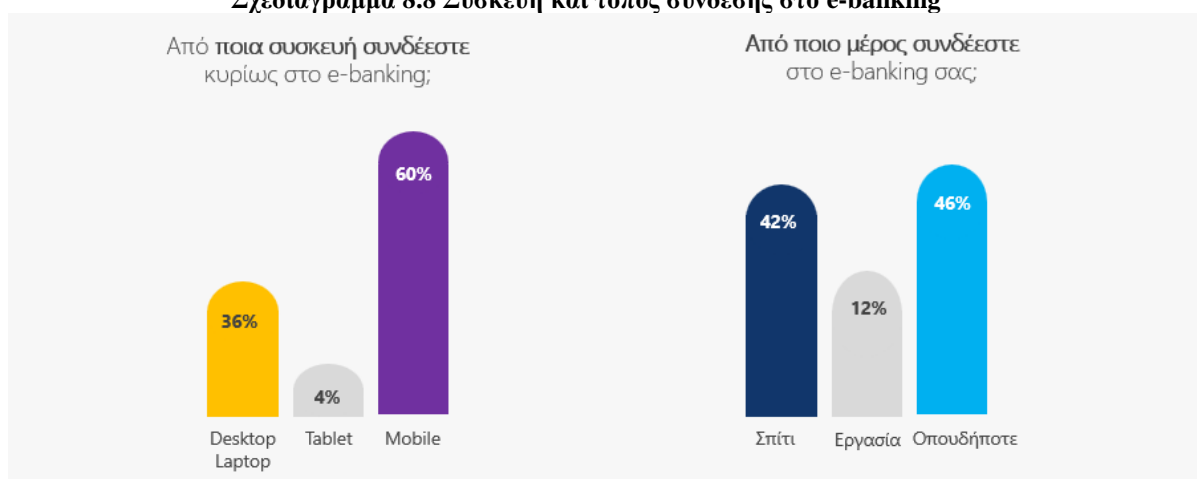


Ωστόσο από το παραπάνω διάγραμμα παρατηρούμε πως αν και οι περισσότεροι πελάτες δηλώνουν πως είναι πελάτες της Εθνικής Τράπεζας, η κύρια τράπεζα που πραγματοποιούν τις ηλεκτρονικές τους συναλλαγές είναι είτε η ίδια είτε κάποια άλλη. Όπως αποτυπώνεται η πληροφορία στο παραπάνω διάγραμμα στα δεξιά, το 29% του δείγματος χρησιμοποιεί ως κύρια τράπεζα για τις ηλεκτρονικές του συναλλαγές την Τράπεζα Πειραιώς. Ακολουθεί το 26% του δείγματος οι οποίοι χρησιμοποιούν την Alpha Bank για τις ηλεκτρονικές τους συναλλαγές, ενώ ακολουθούν οι πελάτες της Εθνικής τράπεζας με ποσοστό 24% και τέλος οι πελάτες της Eurobank με ποσοστό 21%.

Τρόπος και τόπος σύνδεσης στις ηλεκτρονικές πλατφόρμες της ηλεκτρονικής τραπεζικής

Όσον αφορά τη σύνδεση των χρηστών στο ηλεκτρονικό περιβάλλον της τράπεζας στην οποία είναι πελάτες, όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα, το 60% επιλέγει τη σύνδεση από κινητό, το 36% συνδέεται μέσω σταθερού ή φορητού υπολογιστή ενώ μόλις το 4% συνδέεται στις πλατφόρμες μέσω tablet.

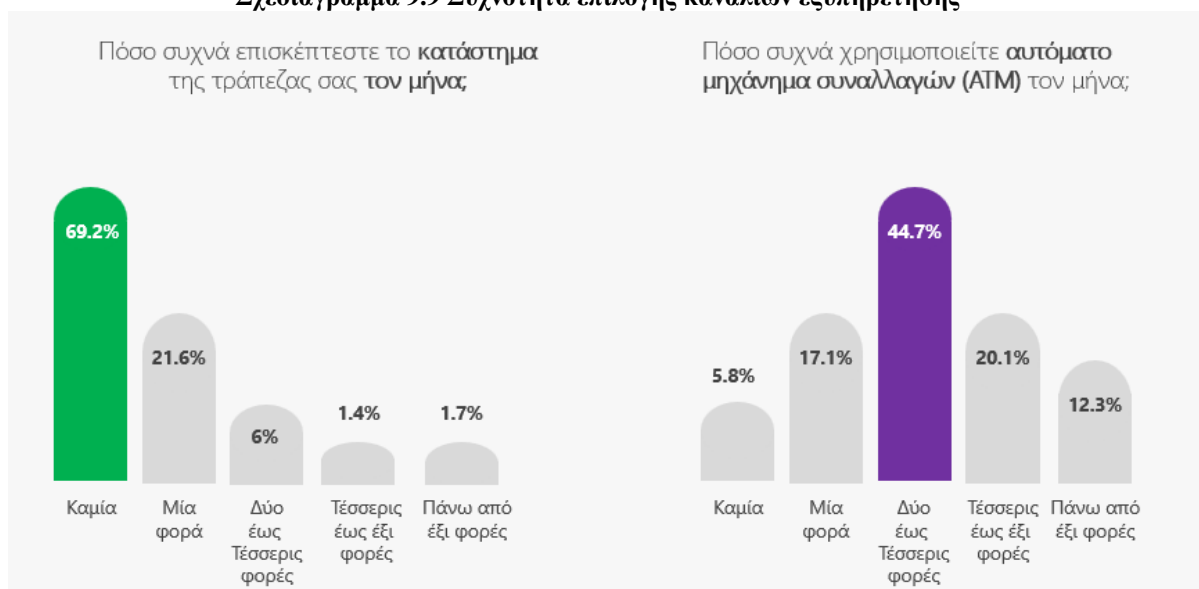
Σχεδιάγραμμα 8.8 Συσκευή και τύπος σύνδεσης στο e-banking



Η πλειοψηφία των χρηστών του ερωτηματολογίου φαίνεται πως προτιμά να συνδέεται από οποιαδήποτε περιοχή και αν βρίσκεται με την χρήση φορητών ψηφιακών συσκευών μέσω WIFI ή δεδομένων περιαγωγής σε ποσοστό 46%. Δεύτερη σε προτιμήσεις έρχεται η σύνδεση στο e-banking από την άνεση του σπιτιού του πελάτη σε ποσοστό 42% ενώ μόλις το 12% των πελατών συνδέονται από το χώρο εργασίας τους.

Συχνότητα συναλλαγών ανα κανάλι εξυπηρέτησης

Σχεδιάγραμμα 9.9 Συχνότητα επιλογής καναλιών εξυπηρέτησης



Όσον αφορά τη συχνότητα χρήσης των τριών βασικών καναλιών (φυσικό κατάστημα, ATM και e-banking), όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα, το 69.2% του δείγματος δεν

επισκέπτονται πλέον το κατάστημα της τράπεζας για τις καθημερινές τους συναλλαγές και έχουν στραφεί στα ηλεκτρονικά κανάλια εξυπηρέτησης. Το δείγμα μας δείχνει πως οι πελάτες των τραπεζών χρησιμοποιούν το ATM για τις συναλλαγές τους από δύο φορές και πάνω τον μήνα.

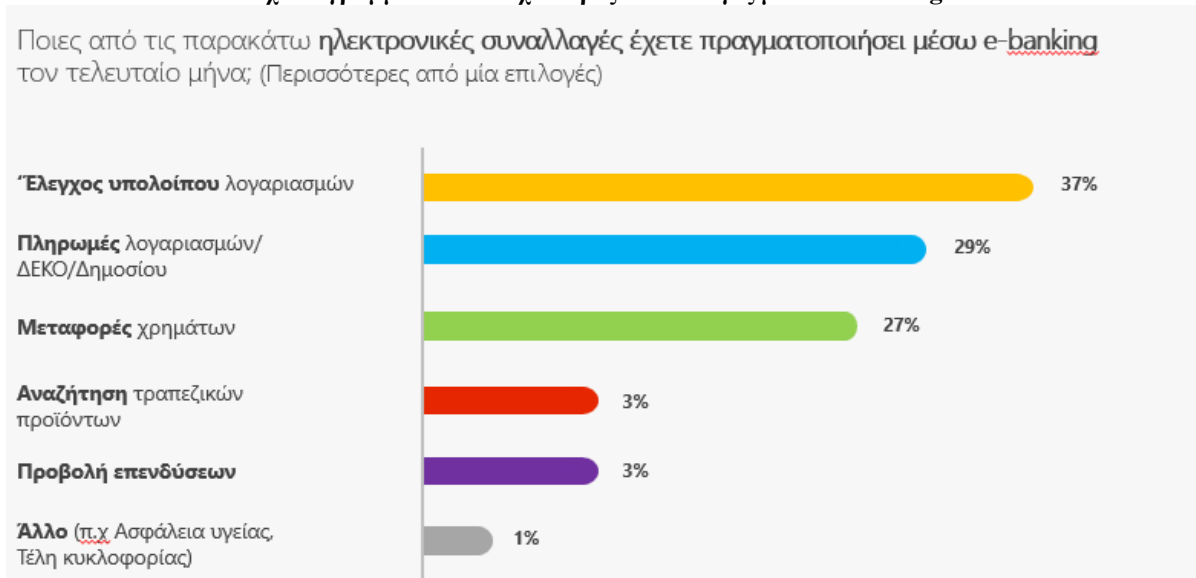


Η πλειοψηφία του δείγματος δείχνει πως χρησιμοποιεί το e-banking για τις συναλλαγές του από δύο φορές και πάνω. Πιο συγκεκριμένα, το 42.4% του δείγματος πραγματοποιεί δύο έως έξι συναλλαγές τον μήνα μέσω e-banking ενώ το ίδιο ποσοστό για το κατάστημα και το ATM ήταν 7.4% και 64.8% αντίστοιχα. Το 37.5% του δείγματος χρησιμοποιεί πάνω από έξι συναλλαγές τον μήνα μέσω e-banking ενώ στο κατάστημα και στο ATM το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 1.7% και 12.3% αντίστοιχα.

Είναι πολύ σημαντικό να διερευνηθούν οι παράγοντες εκείνοι που οδηγούν τους πελάτες στο να πραγματοποιούν online τις περισσότερες συναλλαγές τους. Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα που αφορά τους λόγους που οι πελάτες προτιμούν τα digital κανάλια εξυπηρέτησης, το 35% του δείγματος δήλωσε πως η ταχύτητα και η αμεσότητα των συναλλαγών ήταν ο κύριος λόγος. Ο πελάτης δεν χρειάζεται να περιμένει σε ουρά και συνεπώς ολοκληρώνει γρηγορότερα τις συναλλαγές του. Το 33% των απαντήσεων εστίασε στην διαθεσιμότητα των online καναλιών. Επειδή οι υπηρεσίες προσφέρονται online ο πελάτης μπορεί πλέον να εξυπηρετηθεί όποια στιγμή της ημέρας το επιλέξει εκείνος. Το 26% του δείγματος θεωρεί πως είναι πιο εύκολο να πραγματοποιήσει online τις συναλλαγές του και είναι πιο ευέλικτος να τις πραγματοποιήσει συγκριτικά με το φυσικό κατάστημα. Τέλος,

το 6% του δείγματος προτιμά τα digital κανάλια για τις συναλλαγές του λόγω των μειωμένων χρεώσεων ανά συναλλαγή.

Σχεδιάγραμμα 11.11 Συχνότερες συναλλαγές μέσω e-banking



Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα, οι συχνότερες συναλλαγές που πραγματοποιεί το δείγμα μας μέσω e-banking είναι οι ακόλουθες: Το 37% του δείγματος ελέγχει τον τραπεζικό του υπόλοιπο online, το 29% πληρώνει τους λογαριασμούς του, το 27% πραγματοποιεί μεταφορές χρημάτων, το 3% αναζητά τραπεζικά προϊόντα και παρακολουθεί τις επενδύσεις του ενώ μόλις το 1% πραγματοποιεί κάποια άλλη ενέργεια γενικά στην πλατφόρμα.

Η Εμπειρία πελατών στα συστήματα ηλεκτρονικής τραπεζικής

Στο ερωτηματολόγιο ζητήθηκε από τους χρήστες του e-banking να περιγράψουν την εμπειρία χρήσης τους σε οκτώ βασικά στοιχεία κατά την πλοήγηση τους. Παρακάτω πρόκειται να αναλυθούν τα στοιχεία εκείνα όπως τα περιέγραψαν οι πελάτες.

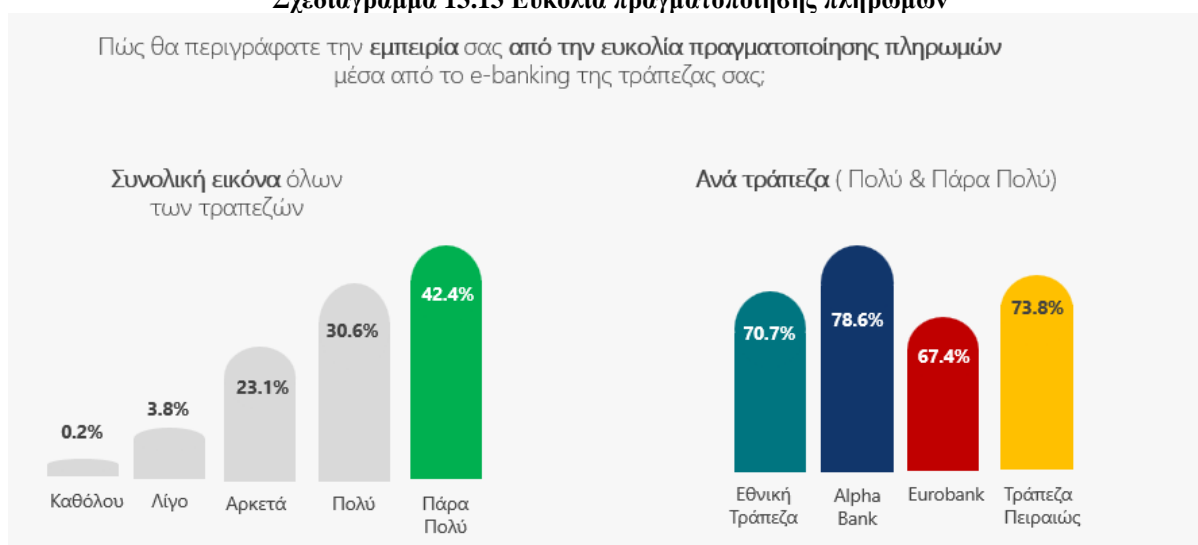
Σχεδιάγραμμα 12.12 Περιβάλλον χρήστη



Ένα καθαρό, εύχρηστο και εύκολα πλοηγήσιμο περιβάλλον χρήσης είναι πολύ σημαντικό για την πλοήγηση των χρηστών. Όπως αποτυπώνεται η πληροφορία στο παραπάνω διάγραμμα στα αριστερά, το 35.9% των πελατών όλων των τραπεζών θεωρούν πως η εμπειρία τους από το περιβάλλον χρήσης είναι πολύ καλή. Το 31.4% του δείγματος θεωρεί πως η εμπειρία τους είναι πάρα πολύ καλή. Το 27.7% του δείγματος θεωρεί πως η εμπειρία τους είναι αρκετά καλή ενώ μόλις το 5% δεν είναι ευχαριστημένη με το περιβάλλον χρήσης της τράπεζας τους.

Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα (διάγραμμα στα δεξιά), το 69.5% των πελατών της Alpha Bank θεωρούν πως η τράπεζα τους διαθέτει ένα εύκολο πλοηγήσιμο περιβάλλον χρήσης. Ακολουθεί το 68% των πελατών της Εθνικής Τράπεζας και το 66.3% των πελατών της Τράπεζας Πειραιώς ενώ μόλις το 65.1% των πελατών της Eurobank θεωρεί πως το περιβάλλον χρήσης είναι εύχρηστο και εύκολα πλοηγήσιμο.

Σχεδιάγραμμα 13.13 Ευκολία πραγματοποίησης πληρωμών



Οι χρήστες όπως φαίνεται στο αριστερό διάγραμμα παραπάνω, σε ποσοστό 42.4% θεωρηθούν πως το e-banking τους είναι πολύ εύκολο ως προς την πραγματοποίηση πληρωμών. Ακολουθεί το 30.6% του δείγματος το οποίο θεωρεί πως το e-banking τους είναι πολύ εύκολο ενώ το 23.1% του δείγματος θεωρεί πως είναι αρκετά εύκολο στη χρήση του. Μόλις το 4% θεωρεί πως το e-banking της τράπεζας του είναι δύσκολο.

Όσον αφορά την εμπειρία των πελατών ανά τράπεζα, έχοντας αθροίσει το “Πολύ” και “Πάρα Πολύ” σε κάθε τράπεζα προκύπτουν τα ακόλουθα στοιχεία. Το 78.6% των πελατών της Alpha Bank θεωρεί πως το e-banking τους είναι πολύ εύκολο ως προς την πραγματοποίηση πληρωμών. Ακολουθεί η Τράπεζα Πειραιώς με το ίδιο ποσοστό για την περίπτωση να είναι 73.8%. Τέλος, τα ποσοστά στην περίπτωση της Εθνικής Τράπεζας και της Eurobank είναι 70.7% και 67.4 αντίστοιχα.

Σχεδιάγραμμα 14.14 Πληθώρα επιλογών πληρωμών

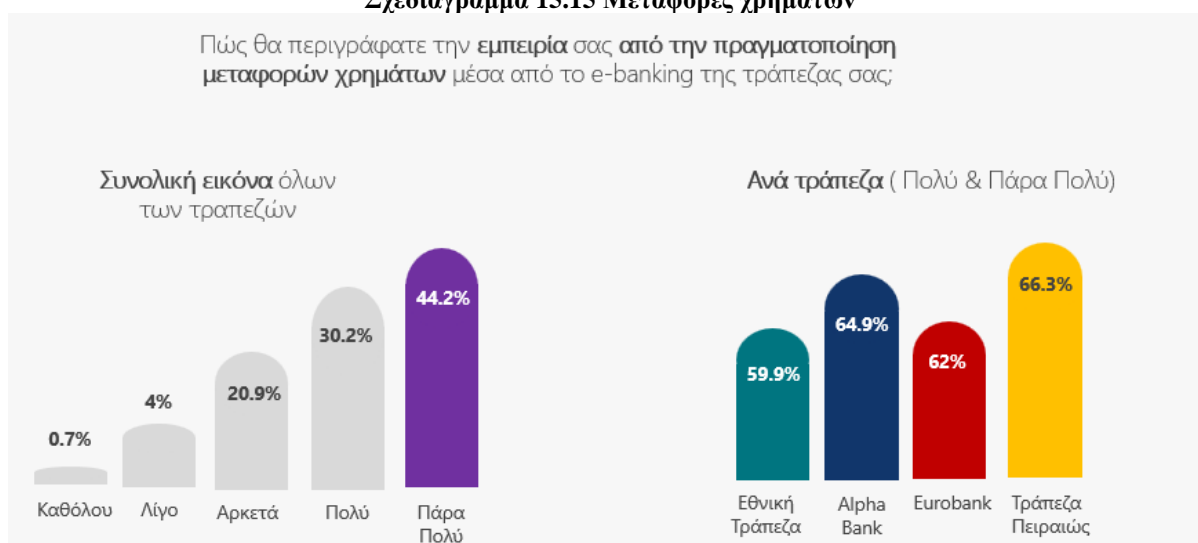
Πώς θα περιγράψατε την εμπειρία σας από τις διαθέσιμες επιλογές για πραγματοποίηση πληρωμών μέσα από το e-banking της τράπεζας σας;



Τα συστήματα ηλεκτρονικής τραπεζικής προσπαθούν να εμπλουτίσουν τις λίστες με τις επιχειρήσεις που προσφέρουν ως επιλογές στη λίστα πληρωμών μέσω e-banking. Όπως φαίνεται παραπάνω στο αριστερό διάγραμμα, το 31.9% του δείγματος θεωρεί πως η ποικιλία ως προς της πληρωμές είναι πάρα πολύ επαρκής. Ακολουθεί το 31.6% του δείγματος θεωρεί πως το e-banking της τράπεζας του έχει ένα μεγάλο εύρος δυνατοτήτων ως προς τις πληρωμές ωστόσο θα μπορούσε να βελτιωθεί. Τέλος, μόλις το 7.6% του δείγματος δείχνουν να μην είναι ευχαριστημένοι με την ποικιλία επιχειρήσεων και οργανισμών ως προς την ποικιλία των πληρωμών τους μέσω του e-banking.

Όπως φαίνεται στο παραπάνω διάγραμμα στα δεξιά, το 66.3% των πελατών της Τράπεζας Πειραιώς είναι πιο ευχαριστημένοι ως προς την ποικιλία διαφορετικών πληρωμών μέσα από το e-banking που προσφέρει η τράπεζα τους. Ακολουθούν οι πελάτες της Alpha Bank καθώς για την ίδια περίπτωση το ποσοστό ανέρχεται σε 64.9%. Τέλος, τα ποσοστά για τις περιπτώσεις της Eurobank και της Εθνικής Τράπεζας είναι 62% και 59.9% αντίστοιχα.

Σχεδιάγραμμα 15.15 Μεταφορές χρημάτων



Μία επίσης συναλλαγή από τις πιο συνηθισμένες για τους χρήστες του e-banking είναι η ανάγκη για αποστολή χρημάτων σε τρίτους είτε σε άτομα με λογαριασμούς στην ίδια τράπεζα, είτε διατραπεζικά. Οι πελάτες των τραπεζών σε γενικές γραμμές είναι πολύ ευχαριστημένοι καθώς όπως φαίνεται στο παραπάνω διάγραμμα αριστερά, το 44.2% των πελατών είναι πάρα πολύ ευχαριστημένοι. Ακολουθεί το 30.2% του δείγματος το οποίο θεωρεί πως θα μπορούσε να αναπτυχθεί λίγο ακόμα ωστόσο είναι ευχαριστημένοι. Το 20.9% του δείγματος θεωρεί πως είναι αρκετά ικανοποιημένος ενώ μόλις το 4.7% θα μπορούσε να καταταχθεί στα άτομα που δεν είναι ικανοποιημένοι από τις online μεταφορές χρημάτων μέσω του e-banking της τράπεζας τους.

Από την άλλη πλευρά, όσον αφορά τα ποσοστά ικανοποίησης των μεταφορών χρημάτων ανά τράπεζα, το 66.3% των πελατών της Τράπεζας Πειραιώς θεωρεί πως έχει την καλύτερη εμπειρία μεταφοράς χρημάτων από το e-banking τους, ενώ ακολουθεί η Alpha Bank με 64.9%. Τέλος, το αντίστοιχο ποσοστό στην περίπτωση της Eurobank και της Εθνικής Τράπεζας είναι 62% και 59.9% αντίστοιχα.

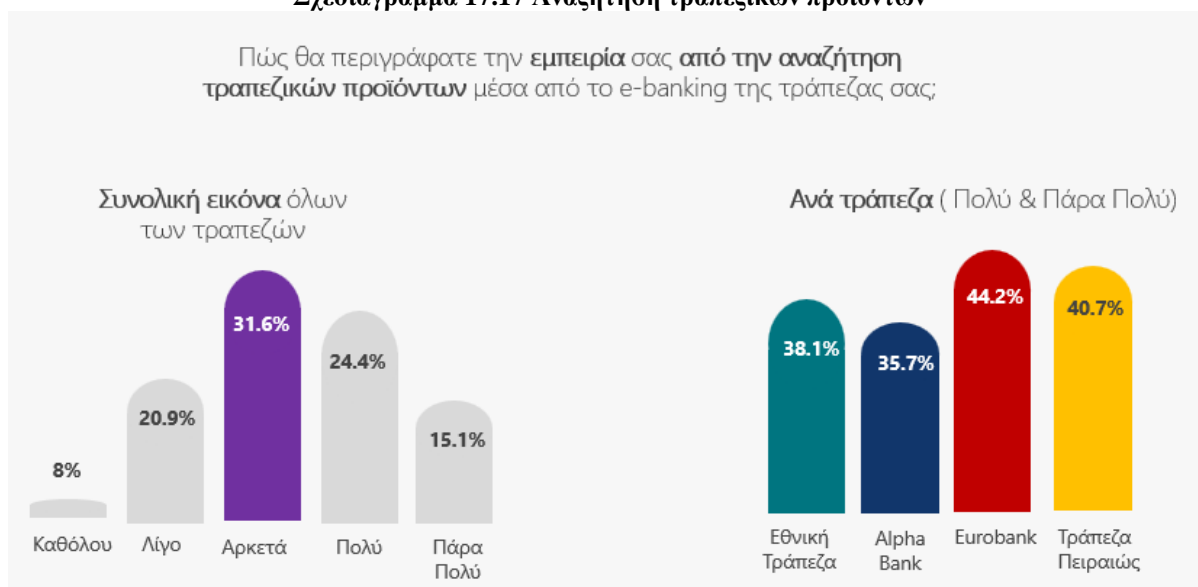
Σχεδιάγραμμα 16.16 Προβολή υπολοίπου λογαριασμών



Είναι πολύ σημαντικό ο πελάτης να μπορεί να δει τους ενεργούς λογαριασμούς τους και να λάβει χρήσιμες πληροφορίες για εκείνους απευθείας στην οθόνη του. Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα αριστερά το οποίο αφορά την συνολική εικόνα όλων των τραπεζών, το 59.5% του δείγματος θεωρεί πως είναι πάρα πολύ ξεκάθαρο το υπόλοιπο των λογαριασμών που έχει στην κατοχή του. Ακολουθεί το 22.1% του δείγματος το οποίο είναι να μεν ευχαριστημένο αλλά θεωρεί πως έχει περιθώρια βελτίωσης ακόμα. Το 16.1% του δείγματος θεωρεί πως είναι αρκετά ξεκάθαρος ο τρόπος παρουσίασης των λογαριασμών. Μόλις το 2.3% του δείγματος δεν είναι ικανοποιημένο από την παρουσίαση των υπολοίπων των λογαριασμών του.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του παραπάνω διαγράμματος στα δεξιά, το 87% των πελατών της Alpha Bank θεωρούν πως έχουν το πιο απλό και ξεκάθαρο τρόπο προβολής υπολοίπου των λογαριασμών τους, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό της Εθνικής Τράπεζας είναι 85%. Το ίδιο ποσοστό για τους πελάτες της Eurobank και της Τράπεζας Πειραιώς είναι 76% και 77.9% αντίστοιχα.

Σχεδιάγραμμα 17.17 Αναζήτηση τραπεζικών προϊόντων



Τα τραπεζικά ιδρύματα μέσα από το e-banking τους δίνουν τη δυνατότητα αγοράς τραπεζικών προϊόντων. Μέσα από ένα φιλικό μενού ο χρήστης μπορεί να αιτηθεί για ένα μεγάλο εύρος προϊόντων οπουδήποτε και αν βρίσκονται. Σύμφωνα με το αριστερό διάγραμμα παραπάνω, το 39.5% (Πολύ και πάρα πολύ) θεωρεί πως η εμπειρία του είναι πολύ θετική από την αναζήτηση ενώ το 31.6% θεωρεί πως η εμπειρία του από την αναζήτηση τραπεζικών προϊόντων είναι αρκετά καλή. Τέλος, το 28.9% δεν είναι ικανοποιημένος από την αναζήτηση τραπεζικών προϊόντων μέσα από το e-banking του.

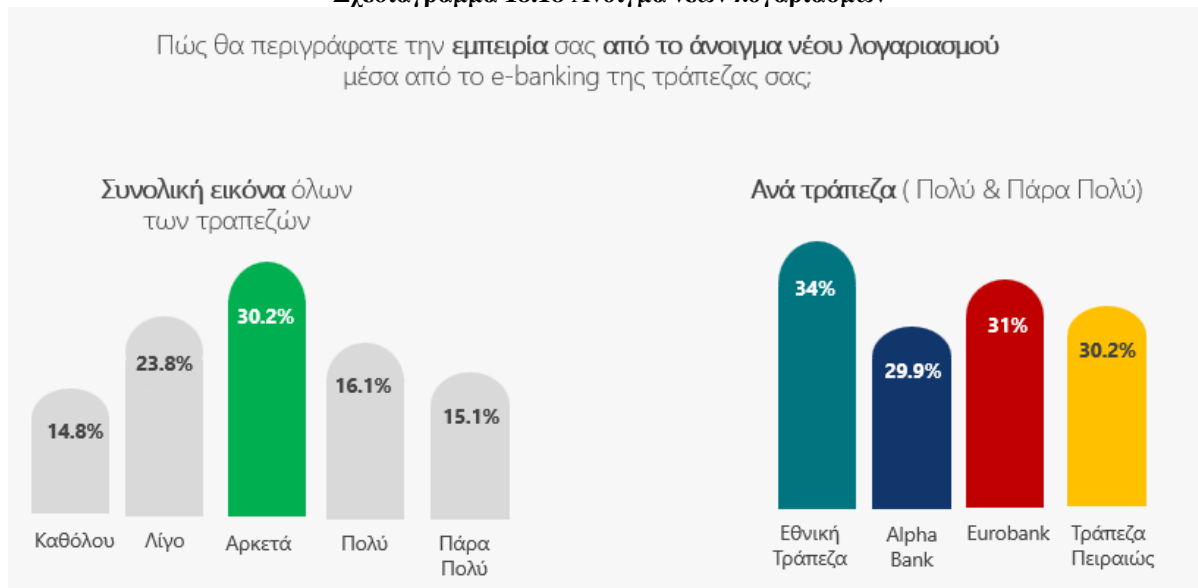
Το 44.2% των πελατών της Eurobank αξιολογούν την εμπειρία τους ως πολύ καλή ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στην Τράπεζα Πειραιώς είναι 40.7%. Το ποσοστό για την Εθνική Τράπεζα και την Alpha Bank είναι 38.1% και 35.7% αντίστοιχα.

Άνοιγμα νέου/ων λογαριασμών

Οι τράπεζες έχοντας ξεκινήσει τον ψηφιακό τους μετασχηματισμό προσφέρουν online υπηρεσίες που φάνταζαν αδύνατο να πραγματοποιηθούν από μια φορητή συσκευή στο παρελθόν. Όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα στα αριστερά, το 31.2% (“Πολύ” και “Πάρα πολύ”) θεωρεί πως γίνονται μεγάλα βήματα μπροστά από τις τράπεζες σχετικά με την προσθήκη δυνατοτήτων ηλεκτρονικού ανοίγματος λογαριασμών (όπως το Digital Customer

Onboarding της Εθνικής Τράπεζας). Το 30.2% είναι ουδέτερο σχετικά με το online άνοιγμα νέου λογαριασμού. Το 23.8% είναι λίγο ικανοποιημένο από τις δυνατότητες ανοίγματος λογαριασμών ενώ το 14.8% του δείγματος είναι δυσαρεστημένο με τις ήδη υπάρχουσες λύσεις.

Σχεδιάγραμμα 18.18 Άνοιγμα νέων λογαριασμών



Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα στα δεξιά, το 34% των πελατών της Εθνικής Τράπεζας θεωρούν πως έχουν την καλύτερη εμπειρία στο άνοιγμα του λογαριασμού τους online, ενώ δεύτερη έρχεται η Eurobank καθώς το 31% θεωρεί άψογη αντίστοιχη εμπειρία. Όσον αφορά την περίπτωση της Εθνικής Τράπεζας, θα μπορούσαμε να πούμε πως στο δείγμα ίσως υπάρχουν άτομα που δημιούργησαν κάποιο λογαριασμό μέσω smartphone επισυνάπτοντας τα απαραίτητα έγγραφα. Τέλος, το 30.2% των πελατών της Τράπεζας Πειραιώς και το 29.9% των πελατών της Alpha Bank είναι ευχαριστημένοι με το άνοιγμα λογαριασμών μέσω του e-banking των τραπεζών τους.

Αξιολόγηση προσφερόμενων e-υπηρεσιών

Τα τραπεζικά ιδρύματα προσπαθούν να δημιουργούν σύγχρονες online λύσεις και υπηρεσίες που προσαρμόζονται στα μέτρα των πελατών τους. Παρακάτω μπορούμε να διακρίνουμε τα στοιχεία που αντλήσαμε από το δείγμα του ερωτηματολογίου σχετικά με το αν θεωρούν πως οι παρακάτω e-υπηρεσίες βελτιώνουν την καθημερινότητα.

Σχεδιάγραμμα 19.19 IRIS & PaF Payments



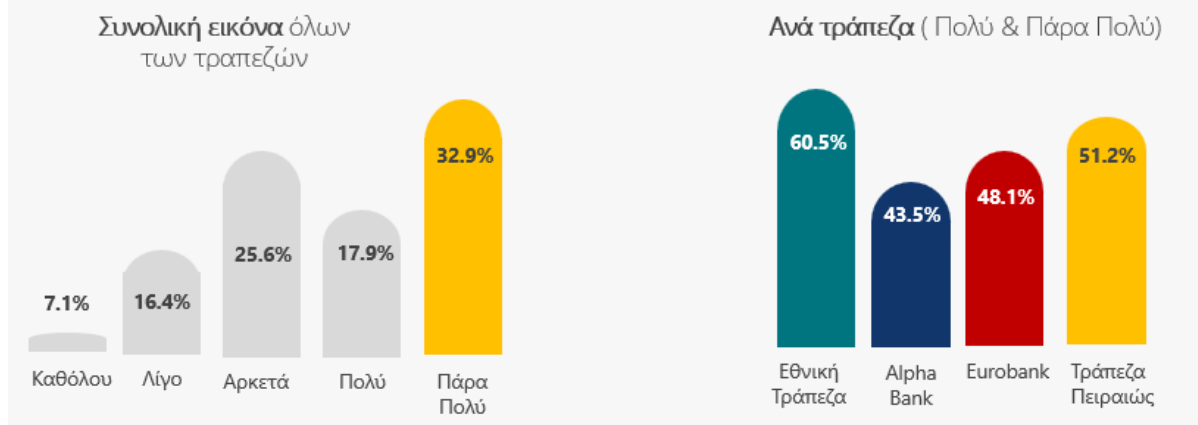
Σύμφωνα με τις απαντήσεις του δείγματος όπως φαίνονται στο παραπάνω διάγραμμα στα αριστερά η πλειοψηφία σε ποσοστό 54.6% (“Πολύ” και “Πάρα πολύ”) είναι πολύ ευχαριστημένη με το χαρακτηριστικό των quick payments και θεωρούν πως βελτιώνει σημαντικά την ταχύτητα πραγματοποίησης πληρωμών. Το 27.7% είναι ουδέτερο ως προς τα quick payments ή δεν πιστεύουν πως βελτιώνει σημαντικά την καθημερινότητά τους. Το 12.8% θεωρεί πως τα quick payments βελτιώνουν την καθημερινότητά τους κατά ένα μικρό ποσοστό ενώ το 4.8% θεωρεί πως το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό δεν βοηθά στην καθημερινότητά τους.

Από το παραπάνω διάγραμμα στα δεξιά, φαίνεται πως το 61% των πελατών της Alpha Bank θεωρεί πως το feature αυτό βελτιώνει σημαντικά την καθημερινότητά τους. Ακολουθεί η Τράπεζα Πειραιώς με 57% ενώ τα ποσοστά στην περίπτωση της Eurobank και της Εθνικής Τράπεζας είναι 50.4% και 49% αντίστοιχα.

Έκδοση ηλεκτρονικού αριθμού προτεραιότητας (i-Bank Pass)

Σχεδιάγραμμα 20.20 i-Bank Pass

Πόσο θεωρείτε πως βελτιώνει την καθημερινότητα σας **δυνατότητα έκδοσης ηλεκτρονικού εισιτηρίου αναμονής του καταστήματος** κατευθείαν από το κινητό σας;



Όσον αφορά την δυνατότητα έκδοσης ηλεκτρονικού εισιτηρίου αναμονής, θεωρείται από το δείγμα μας βασικό χαρακτηριστικό που θα έφερνε την επόμενη μέρα στην αναμονή των τραπεζών σε όλες τις τράπεζες. Το 50.8% (“Πολύ” και “Πάρα πολύ”) του δείγματος θεωρεί πως θα βοηθούσε σημαντικά στην καθημερινότητα τους. Το 25.6% θεωρεί πως θα βοηθούσε αρκετά ενώ το 16.4% λίγο. Μόλις το 7.1% θεωρεί πως το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό δεν θα βοηθούσε καθόλου στην καθημερινότητα τους.

Οι πελάτες της Εθνικής δηλώνουν υπέρ του χαρακτηριστικού σε ποσοστό 60.5%. Αξίζει να σημειωθεί πως το συγκεκριμένο feature υποστηρίζεται μόνο από την Εθνική Τράπεζα και οι υπόλοιπες τράπεζες δεν έχουν αναπτύξει παρόμοια εφαρμογή για τους πελάτες τους. Ωστόσο, οι μισοί περίπου πελάτες του δείγματος σε ποσοστά 51% για την Τράπεζα Πειραιώς, 48.1% της Eurobank και 43.5% στην Alpha Bank θεωρούν πως θα ήταν πάρα πολύ χρήσιμο και στην δική τους τράπεζα.

Δυνατότητα πραγματοποίησης ανέπαφων συναλλαγών με τη χρήση κινητού τηλεφώνου

Η δυνατότητα πληρωμής από το smartphone έχει υιοθετηθεί όπως είδαμε στα προηγούμενα κεφάλαια από την Alpha Bank και τον Μάιο του 2020 δόθηκε η δυνατότητα χρήσης του feature και από τους πελάτες της Eurobank μέσα από το Eurobank App. Παρόμοιο χαρακτηριστικό διαθέτει και η Εθνική Τράπεζα μέσω του i-Bank Pay.

Σχεδιάγραμμα 21.21 myAlpha Wallet

Πόσο θεωρείτε πως βελτιώνει την καθημερινότητά σας η πραγματοποίηση πληρωμών με τη χρήση NFC κατευθείαν από το smartphone σας;



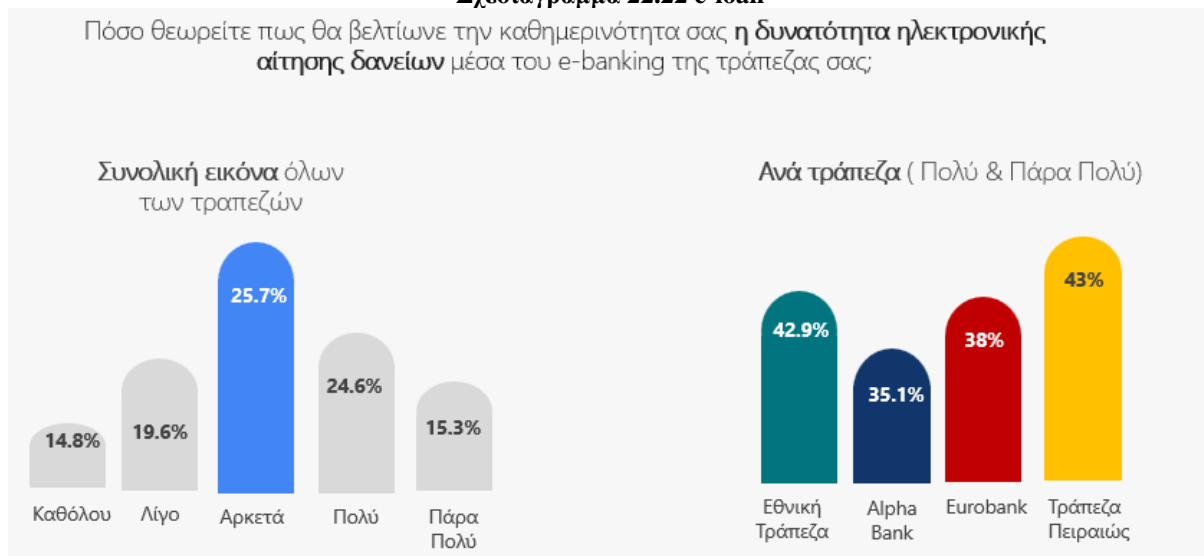
Όσον αφορά την γενική τάση όλων των χρηστών (βλ. παραπάνω διάγραμμα στα αριστερά) λίγο περισσότεροι από 5 στους 10 χρήστες (55.4% “Πολύ” και “Πάρα πολύ”) δήλωσαν πως η δυνατότητα πληρωμής μέσω Smartphone θα βοηθούσε σημαντικά στις καθημερινές πληρωμές καθώς ο πελάτης δεν θα χρειάζεται πλέον να έχει μαζί του το πορτοφόλι του. Το 24.9% του δείγματος θεωρεί πως θα βοηθούσε αρκετά ενώ το 13.3% λίγο. Τέλος, το 6.3% του δείγματος δεν θεωρεί πως θα τον βοηθούσε το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό.

Οι πελάτες της Alpha Bank απολαμβάνουν αυτό το χαρακτηριστικό μέσω της εφαρμογής myAlpha Wallet και βάσει του παραπάνω διαγράμματος, το 58.4% των πελατών της Alpha Bank και το 57.8% των πελατών της Εθνικής Τράπεζας θεωρούν πως το χαρακτηριστικό θα βελτιώνει την καθημερινότητά τους αισθητά. Το 49.6% των πελατών της Eurobank πλέον μπορεί να απολαμβάνει το χαρακτηριστικό των NFC ανέπαφων συναλλαγών μέσω του Eurobank App στα τερματικά των επιχειρήσεων. Τέλος, το 55.2% των πελατών της Τράπεζας Πειραιώς θεωρούν πως το χαρακτηριστικό εάν υπήρχε στην τράπεζα τους θα βοηθούσε σημαντικά τις καθημερινές τους συναλλαγές.

Ηλεκτρονική δυνατότητα ολοκληρωμένης αίτησης δανείου μέσω smartphone

Την δυνατότητα απόκτησης online δανείου προσφέρει η Τράπεζα Πειραιώς. Φυσικά είναι μια σημαντική πρωτοπορία αν αναλογιστούμε τον τρόπο που έπρεπε κάποιος να αιτηθεί για δάνειο.

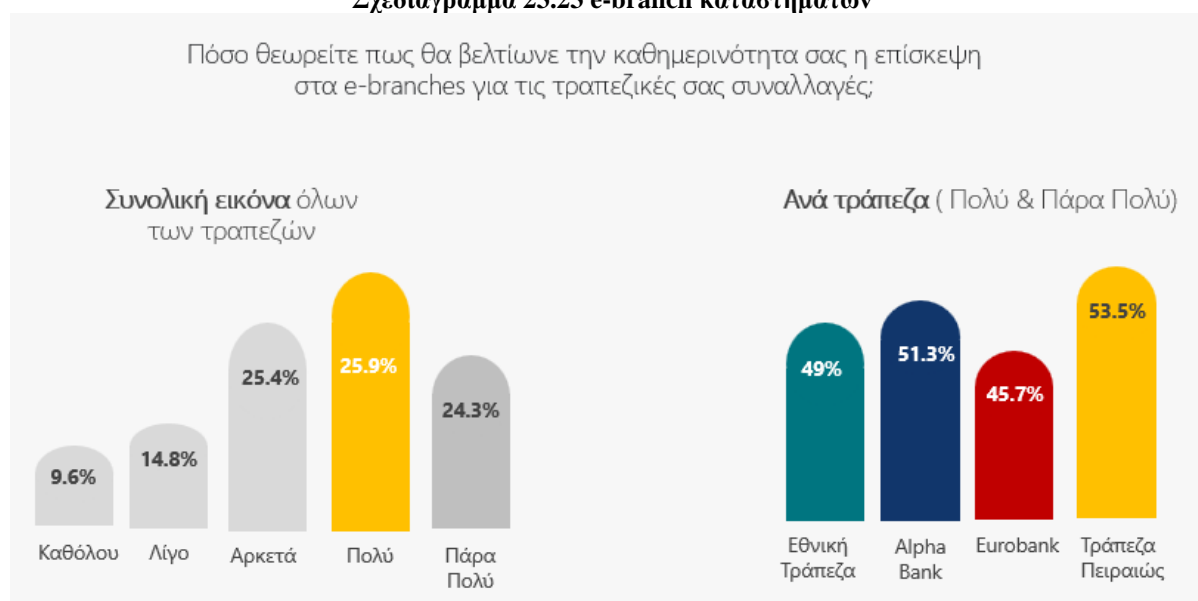
Σχεδιάγραμμα 22.22 e-loan



Περίπου πέντε στους δέκα πελάτες (49.9% “Πολύ” και “Πάρα πολύ”) θεωρούν πως η δυνατότητα online αίτησης δανείου ή απόκτησης δανείου θα βελτιώνει την καθημερινότητα τους και θα έφερνε την επόμενη μέρα στον τρόπο παροχής δανείων στους πελάτες των τραπεζών. Το 25.7% του δείγματος είναι ουδέτερο ως προς το χαρακτηριστικό ίσως γιατί δεν θα εμπιστευόταν μια τόσο σοβαρή διαδικασία να πραγματοποιηθεί online. Το 19.6% του δείγματος πιστεύει πως θα βοηθούσε λίγο ενώ το 14.8% δεν θεωρεί πως θα βοηθούσε η συγκεκριμένη δυνατότητα.

Το 43% των πελατών της Τράπεζας Πειραιώς (βλ. παραπάνω διάγραμμα) θεωρούν πως το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό βελτιώνει την καθημερινότητα τους. Οι πελάτες της Τράπεζας Πειραιώς ακολουθούν τον οδηγό στο κινητό τους και επισυνάπτουν τα απαραίτητα δικαιολογητικά. Ακολουθούν οι πελάτες της Εθνικής Τράπεζας (42.9%) οι οποίοι θεωρούν πως το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό θα είχε αξία και στην δική τους περίπτωση. Τρίτη στη σειρά έρχεται η Eurobank με ποσοστό 38% ενώ το 35.1% των πελατών της Alpha Bank θεωρούν πως το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό θα βοηθούσε στην καθημερινότητά τους.

Σχεδιάγραμμα 23.23 e-branch καταστημάτων



Πέντε στους δέκα χρήστες (50.2% “Πολύ” και “Πάρα πολύ”) θεωρούν πως τα e-branch φέρνουν την επόμενη μέρα στον τρόπο εξυπηρέτησης στο φυσικό κατάστημα της τράπεζας. Το 25.4% θεωρεί πως τα e-branch θα βελτιώναν αρκετά την καθημερινότητά τους ενώ το 14.8% λίγο. Τέλος, το 9.6% θεωρεί πως τα e-branches δεν θα έφεραν κάποια βελτίωση στην καθημερινότητά τους.

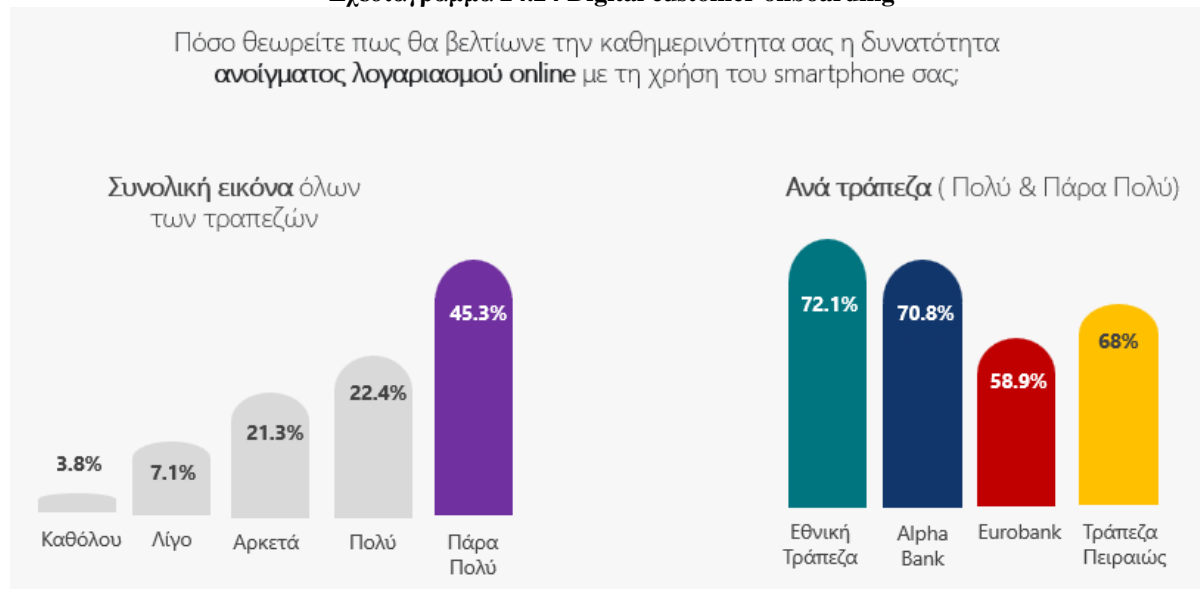
Ήδη η Εθνική Τράπεζα και η Τράπεζα Πειραιώς έχει επενδύσει στα e-branches. Το 53.5% των πελατών της Τράπεζας Πειραιώς πιστεύουν πως τα e-branches βελτιώνουν την καθημερινότητα και με το αντίστοιχο ποσοστό για τους πελάτες της Alpha Bank να είναι 51%. Το ποσοστό για την Εθνική Τράπεζα και την Eurobank είναι 49% και 45.7% αντίστοιχα. Ωστόσο, κάθε τράπεζα χαράζει την δική της στρατηγική γύρω από την εξυπηρέτηση.

Δυνατότητα ανοίγματος λογαριασμού από το Smartphone

Ο τρόπος εγγραφής σε μια τράπεζα ήταν αρκετά χρονοβόρος. Η Εθνική Τράπεζα πρώτη στην Ελλάδα ήρθε να φέρει την επανάσταση στο άνοιγμα νέου λογαριασμού αποκλειστικά από το Smartphone. Αν λάβουμε υπόψιν πως όλα τείνουν να γίνουν ψηφιακά,

η εγγραφή σε μια τράπεζα και το άνοιγμα ενός λογαριασμού θα πρέπει να προσφέρεται και ηλεκτρονικά.

Σχεδιάγραμμα 24.24 Digital customer onboarding



Η πλειοψηφία των πελατών σε ποσοστό 67.7% (“Πολύ” και “Πάρα πολύ”) θεωρούν πως η δυνατότητα ανοίγματος ενός λογαριασμού μέσω ψηφιακής συσκευής επισυνάπτοντας τα απαραίτητα αρχεία θα βελτιώνει σημαντικά την καθημερινότητά τους καθώς δεν θα χρειαζόταν να επισκεφθούν το κατάστημα. Το 21.3% των πελατών θεωρεί πως η δυνατότητα ανοίγματος μέσω smartphone θα βελτιώνει αρκετά την καθημερινότητά τους ενώ το 7.1% λίγο. Μόλις το 3.8% των πελατών θεωρεί πως το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό δεν θα βελτιώνει την καθημερινότητά τους.

Όπως παρατηρείται στο παραπάνω διάγραμμα, το 72.1% των πελατών της Εθνικής θεωρεί πως το feature αυτό θα βελτιώνει σημαντικά την καθημερινότητά τους, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για την Alpha Bank, την Τράπεζα Πειραιώς και τη Eurobank είναι 70.8%, 68% και 58.9% αντίστοιχα.

Δυνατότητα βιντεοκλήσης με υπάλληλο της τράπεζας (v-Banking)

Το virtual banking (v-banking), η δυνατότητα δηλαδή να συνομιλεί ένας πελάτης με κάποιον υπάλληλο μέσω video ίσως είναι η επόμενη μέρα στην απομακρυσμένη

εξυπηρέτηση των πελατών. Σήμερα, το v-banking προσφέρεται από την Eurobank μόνο σε εταιρικούς πελάτες και στην Τράπεζα Πειραιώς μέσω των e-branch.

Σχεδιάγραμμα 25.25 v-banking



Η πλειοψηφία των πελατών σε ποσοστό 51.7 (“Πολύ” και “Πάρα πολύ”) θεωρούν πως το v-banking θα βελτιώνει σημαντικά την καθημερινότητά τους. Το 24.4% των πελατών θεωρεί πως θα την βελτιώνει αρκετά ενώ το 14.5% λίγο. Το 9.5% θεωρεί πως δεν θα βελτιώνει την καθημερινότητά του η ύπαρξη του χαρακτηριστικού

Το 55% των πελατών της Εθνικής Τράπεζας θεωρούν πως θα βελτιώνει τις καθημερινές τους συναλλαγές ενώ ακολουθούν οι πελάτες της Τράπεζας Πειραιώς με ποσοστό 52%. Το ίδιο ποσοστό για την περίπτωση της Alpha Bank και της Eurobank είναι 50.6% και 48.1% αντίστοιχα.

Σχεδιάγραμμα 26.26 Υιοθέτηση νέων e-υπηρεσιών

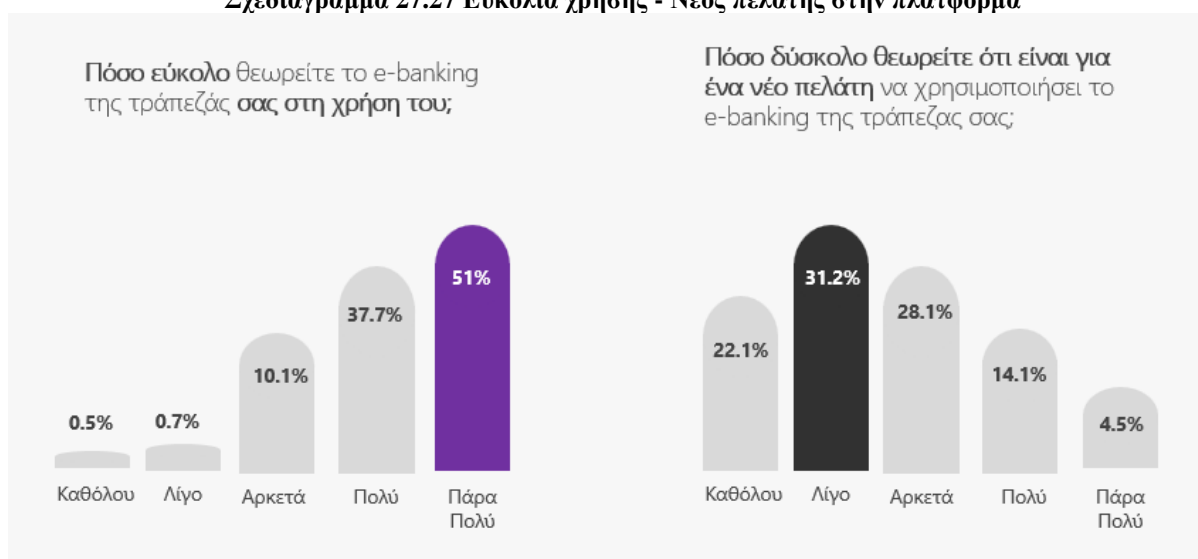


Το 44.9% του δείγματος θεωρεί πως η δυνατότητα πληρωμής μέσω Smartphone μέσω NFC ή Apple Pay (στην Alpha Bank υπάρχει η δυνατότητα για το δεύτερο μόνο με κάρτες Visa προς το παρόν). Πολύ κοντά στο πρώτο ποσοστό, το 43.5% του δείγματος δείχνει να έχει ανάγκη να εκδίδει ηλεκτρονικά τον αριθμό προτεραιότητας ανεξάρτητα με την τράπεζα που είναι πελάτης. Σχεδόν το 40.7% του δείγματος θεωρεί πως η γρήγορες πληρωμές μέσω του IRIS Online Payments θα ήταν μια καλή λύση για να βελτιώσουν τις ηλεκτρονικές τους πληρωμές εντός της εφαρμογής. Το 28.4% του δείγματος θα ήθελε να υιοθετήσει την δυνατότητα ανοίγματος πρώτου λογαριασμού αποκλειστικά από mobile συσκευή. Το 23.4% του δείγματος θα υιοθετούσε το v-banking ενώ το 19.9% δήλωσε πως θα υιοθετούσε την επίσκεψη σε e-branch καταστήματα. Τέλος, το 9.5% του δείγματος θα υιοθετούσε την απομακρυσμένη αίτηση και λήψη δανείου από την τράπεζα απευθείας από την ψηφιακή του συσκευή εάν φυσικά αυτή η δυνατότητα ήταν εφικτή στην τράπεζα του.

Ένταξη νέου πελάτη στην πλατφόρμα

Οι τράπεζες προσπαθούν να αναπτύξουν ένα χρήσιμο online εργαλείο για να βελτιώσουν την καθημερινότητα των πελατών τους.

Σχεδιάγραμμα 27.27 Ευκολία χρήσης - Νέος πελάτης στην πλατφόρμα



Η πλειοψηφία των πελατών σε ποσοστό 88.7% (“Πολύ” και “Πάρα πολύ”) θεωρεί πως το e-banking της τράπεζας του είναι πολύ εύκολο στην χρήση του. Το 10.1% των πελατών θεωρεί πως το e-banking της τράπεζας του είναι αρκετά εύκολο. Το 1.3% των χρηστών (“Λίγο” και “Καθόλου”) θεωρεί πως το e-banking της τράπεζας του είναι δύσκολο στη χρήση.

Από την άλλη πλευρά, η πλειοψηφία σε ποσοστό 53.3% (“Πολύ” και “Πάρα πολύ”) θεωρεί πως είναι πολύ εύκολο για έναν νέο πελάτη να χρησιμοποιήσει το e-banking της τράπεζας τους. Το 28.1% θεωρεί πως είναι αρκετά εύκολο ενώ το 18.6% θεωρεί πως ένας νέος χρήστης θα δυσκολευτεί στη χρήση του e-banking της τράπεζας τους.

Open Banking

Από τον Δεκέμβριο του 2019, δίνεται η δυνατότητα εισαγωγής λογαριασμών άλλων ελληνικών τραπεζών στο e-banking των πελατών. Αυτό φυσικά αναβαθμίζει την εμπειρία του e-banking καθώς οι πελάτες μπορούν πλέον να αντλούν γρήγορα στοιχεία για όλους τους λογαριασμούς τους πολύ γρήγορα.

Σχεδιάγραμμα 28.28 Open Banking

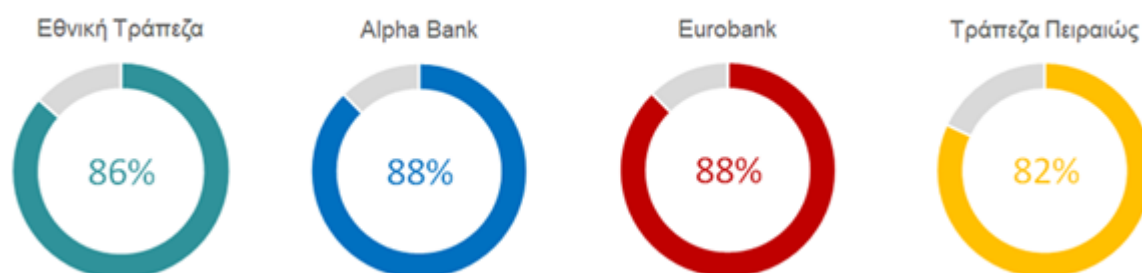


Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα, μόλις 4 στους 10 πελάτες γνωρίζουν την δυνατότητα του open banking ενώ 7 στους 10 πελάτες θα έκαναν εισαγωγή όλων των λογαριασμών τους στο e-banking για να τους διαχειρίζονται από ένα σημείο.

Σύσταση του e-banking της τράπεζας των πελατών σε τρίτους

Σχεδιάγραμμα 29.29 Πρόταση χρήσης e-banking σε τρίτους

Θα προτείνατε το e-banking της τράπεζας σας σε φίλο/συναδέλφο;



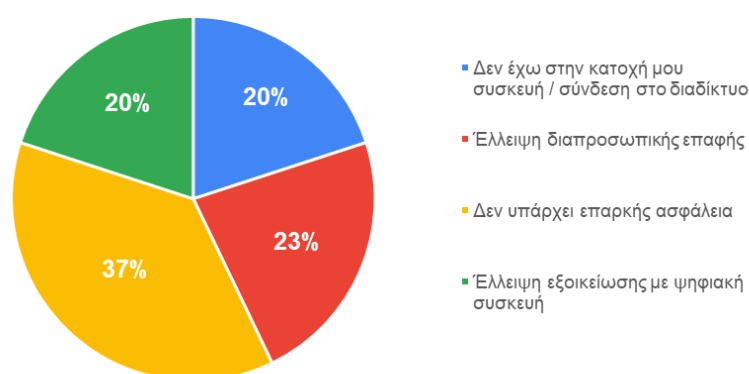
Το ενδεχόμενο πρότασης της πλατφόρμας e-banking σε φίλους, συναδέλφους ή γενικότερα σε τρίτους δείχνει κατά ένα βαθμό τον συνολικό βαθμό ικανοποίησης των πελατών από το e-banking της κάθε τράπεζας. Το 88% των πελατών της Alpha Bank και της Eurobank θα πρότειναν το e-banking τους ενώ ακολουθούν με 86% οι πελάτες της Εθνικής Τράπεζας, και με 82% οι πελάτες της Τράπεζας Πειραιώς.

6.2.3 Άτομα που δεν χρησιμοποιούν τα συστήματα ηλεκτρονικής τραπεζικής

Από την ανάλυση του ερωτηματολογίου προέκυψε πως από τα 633 άτομα, τα 31 δεν χρησιμοποιούν τις online δυνατότητες της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Αξίζει όμως να αναφερθούμε στους λόγους τους οποίους δεν χρησιμοποιούν το e-banking.

Σχεδιάγραμμα 30.30 Λόγοι μη χρήσης του e-banking

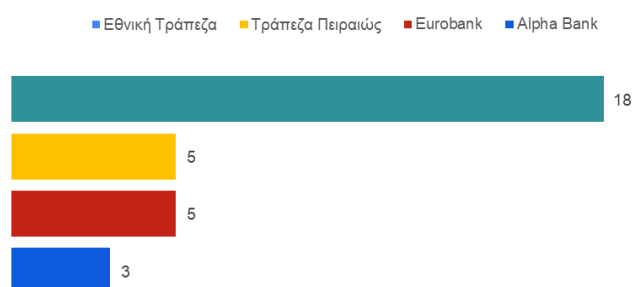
Για ποιό λόγο δεν χρησιμοποιείτε το e-banking;



Όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα, οι βασικοί λόγοι κατά τους οποίους οι πελάτες δεν χρησιμοποιούν το e-banking είναι τέσσερις. Αρχικά ένα μεγάλο ποσοστό (37%) των πελατών αμφισβητεί την ασφάλεια στις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Ακόμα, το 23% των πελατών που δεν χρησιμοποιούν το e-banking θεωρεί πως οι ηλεκτρονικές συναλλαγές μεταξύ πελάτη και τράπεζας δημιουργούν κρίση στις διαπροσωπικές επαφές των ανθρώπων. Το 20% των πελατών δεν έχει στην κατοχή του ηλεκτρονική συσκευή με δυνατότητες σύνδεσης στο διαδίκτυο. Επίσης, το 20% των πελατών που δεν χρησιμοποιούν το e-banking δεν γνωρίζουν πως να αλληλεπιδρούν σωστά με μια ψηφιακή συσκευή προκειμένου να διεκπεραιώνουν τις καθημερινές τους συναλλαγές ηλεκτρονικά. Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα, η πλειοψηφία του κοινού που δεν χρησιμοποιεί το e-banking είναι πελάτες της Εθνικής Τράπεζας.

Σχεδιάγραμμα 31.31 Μη χρήστες e-banking ανά τράπεζα

Σε ποιιά/ές τράπεζες είστε πελάτης;



Από το παραπάνω διάγραμμα προκύπτει πως το 58% των πελατών που δεν χρησιμοποιούν το e-banking είναι πελάτες της Εθνικής Τράπεζας, το 16.1% είναι πελάτες της Τράπεζας Πειραιώς, είναι πελάτες της Eurobank, και τέλος το 9.6% είναι πελάτες της Alpha Bank.

6.2.4 Περιθώρια βελτίωσης του e-banking

Σύμφωνα με τα λεγόμενα του συνολικού δείγματος σχετικά με τις προτάσεις του γύρω από το πώς θα βελτιώνε το e-banking της τράπεζας του προέκυψαν τα ακόλουθα στοιχεία:

Ανέπαφες συναλλαγές με τη χρήση Smartphone & Apple Pay

Οι πελάτες θεωρούν πως το χαρακτηριστικό ανέπαφων πληρωμών μέσω NFC με τη βοήθεια ψηφιακών συσκευών είναι πολύ σημαντικό για την βελτίωση της καθημερινότητας τους. Αυτό το χαρακτηριστικό θα φέρει την επόμενη μέρα στις πληρωμές καθώς δεν θα χρειάζεται πλέον να έχει μαζί του ο πελάτης το πορτοφόλι του. Στην περίπτωση του Apple Pay ο χρήστης θα μπορεί να πληρώνει από το smartwatch κατευθείαν στα τερματικά των επιχειρήσεων.

Ψηφιοποίηση διαδικασιών

Οι πελάτες θεωρούν πολύ σημαντικό να ξεκινήσει η ψηφιοποίηση ορισμένων διαδικασιών που σε κάποιο βαθμό διατίθενται από την τράπεζα. Η επικαιροποίηση των στοιχείων θα

μπορούσε να πραγματοποιείται και online από το smartphone του πελάτη ανεβάζοντας τα απαραίτητα έγγραφα.

Περισσότερες εταιρείες για online πληρωμές

Οι πελάτες επιθυμούν να προστεθούν ακόμα περισσότερες επιχειρήσεις στις οποίες μπορούν να πληρώσουν κατευθείαν από την ασφαλή πλατφόρμα που προσφέρει η εκάστοτε τράπεζα.

Video call με υπάλληλο

Οι πελάτες όπως ανέφεραν θα ήθελαν να υπάρχει τρόπος βιντεοκλήσης με εξειδικευμένο υπάλληλο προκειμένου να διεκπεραιώσουν συναλλαγές. Ίσως το v-banking αποτελέσει στο μέλλον ένα νέο κανάλι εξυπηρέτησης πελατών.

Live chat bot

Πολλές ιστοσελίδες προκειμένου να καθοδηγήσουν τους χρήστες τους ή να τους βοηθήσει να ολοκληρώσουν τις συναλλαγές τους σε συντομότερο χρονικό διάστημα και να αυξήσουν την συνολική ικανοποίηση του πελάτη, έχουν αναπτύξει chat bots. Τα chatbots αυτά δέχονται τις ερωτήσεις των πελατών και απαντούν αυτόματα.

Παροχή demo account για ορθή εκμάθηση του e-banking.

Η παροχή δοκιμαστικών λογαριασμών από τις τράπεζες θα ήταν μια πολύ καλή λύση ώστε να παρέχει η κάθε τράπεζα τη δυνατότητα εκμάθησης των νέων portals. Ο νέος χρήστης θα μπορούσε να εισάγεται στο portal δοκιμαστικά και να του ζητείται να πραγματοποιεί κάποιες δοκιμαστικές ενέργειες, όπως μεταφορές και πληρωμές ώστε να συνηθίσει την ορθή χρήση.

Ολοκληρωμένη διαχείριση καρτών στα πλαίσια του Open Banking

Πλέον οι πελάτες μπορούν να συνδέουν τους τραπεζικούς λογαριασμούς τους ανεξαρτήτως σε ποια τράπεζα είναι πελάτες αλλά μπορούν μόνο να δουν το υπόλοιπο των λογαριασμών. Οι πελάτες όπως ανέφεραν, θα ήθελαν να διαχειρίζονται ολοκληρωτικά τους λογαριασμούς τους και να πραγματοποιούν συναλλαγές σαν να ήταν συνδεδεμένοι στο e-banking της κύριας τράπεζας.

Όλες οι δυνατότητες του Internet banking στο mobile banking

Είναι γεγονός πως ορισμένες δυνατότητες του e-banking σε web περιβάλλον δεν μπορούν να γίνουν από πελάτες που χρησιμοποιούν το e-banking app. Οι πελάτες θα ήθελαν ολοκληρωμένη διαχείριση των λογαριασμών τους ανεξάρτητα από ποια ψηφιακή συσκευή συνδέονται.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η εξάπλωση του διαδικτύου αυξάνεται συνεχώς και οι δείκτες δείχνουν πως κοντά 8 στους 10 Έλληνες έχουν στην κατοχή τους την δυνατότητα να σερφάρουν, να πραγματοποιούν online συναλλαγές, να αναζητούν πληροφορίες για διάφορες υπηρεσίες κ.α. Η διείσδυση των ψηφιακών συσκευών στην σύγχρονη καθημερινότητα είναι καταλυτική καθώς με τη βοήθεια του διαδικτύου μπορεί ένα μεγάλο φάσμα συναλλαγών να πραγματοποιηθούν ψηφιακά.

Οι πελάτες στην σημερινή εποχή επιζητούν γρηγορότερες και ολοκληρωμένες συναλλαγές. Ο σύγχρονος καταναλωτής δεν επιθυμεί να περιμένει ούτε λεπτό για να αποκτήσει το προϊόν ή την υπηρεσία που χρειάζεται και οι επιχειρήσεις πρέπει να ανταπεξέλθουν στην αλλαγή αυτή.

Οι επιχειρήσεις από την άλλη πλευρά επωφελούνται από την εξάπλωση του διαδικτύου καθώς μπορούν να επικοινωνήσουν με τους πελάτες τους μέσω διαφορετικών καναλιών ανάλογα το προφίλ τους καθώς και να πραγματοποιήσουν στενευμένες στρατηγικές ενέργειες μάρκετινγκ. Οι επιχειρήσεις πρέπει πλέον να διατηρούν πλήρη ψηφιακή παρουσία προκειμένου να διευκολύνουν τον πελάτη να αναζητήσει πληροφορίες και να συγκρίνει προϊόντα και υπηρεσίες.

Όλο και περισσότερες επιχειρήσεις στοχεύουν σε phygital στρατηγικές παροχής υπηρεσιών. Ο πελάτης θα μπορεί να ξεκινήσει μια συναλλαγή online και να την συνεχίσει ή ολοκληρώσει offline ή το αντίθετο. Με την βοήθεια της επαυξημένης πραγματικότητας και της μηχανικής μάθησης θα μπορούν οι επιχειρήσεις να προσφέρουν μια εξατομικευμένη αγοραστική εμπειρία στους πελάτες τους.

Τα πλεονεκτήματα από την χρήση των συστημάτων ηλεκτρονικής τραπεζικής τα αντιλαμβάνεται η πλειοψηφία των πελατών. Ιδανικά κάθε πελάτης θα πρέπει να ξεκινήσει να διαχειρίζεται online τους λογαριασμούς του διότι αναμφίβολα βελτιώνει σημαντικά τον ρυθμό εξυπηρέτησης με την τράπεζα. Ωστόσο, υπάρχει ένα ποσοστό του πληθυσμού που για διάφορους λόγους δεν είναι σε θέση ακόμα να χρησιμοποιήσει τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες

και τα τραπεζικά ιδρύματα θα πρέπει να σκεφτούν και να υλοποιήσουν νέους τρόπους προσέγγισης αυτού του κοινού.

Όπως και στον πραγματικό κόσμο έτσι και στον ψηφιακό στην χρήση των συστημάτων ηλεκτρονικής τραπεζικής κρύβονται πολλοί κίνδυνοι. Διάφοροι κακόβουλοι χρήστες επιτίθενται σε πελάτες προκειμένου να τους αποσπάσουν ευαίσθητες πληροφορίες που αφορούν λογαριασμούς με διάφορους τρόπους.

Οι κακόβουλες επιθέσεις δεν θα σταματήσουν ωστόσο τα τραπεζικά ιδρύματα θα πρέπει να ενημερώνουν τους πελάτες τους για τον τρόπο ορθής χρήσης της πλατφόρμας

e-banking που διαθέτουν αλλά και να διαθέτουν ενημερωμένο firewall. Όλες οι ευαίσθητες πληροφορίες θα πρέπει να κρυπτογραφούνται με όσο το δυνατόν περισσότερα bit κρυπτογράφησης.

Οι τράπεζες δημιουργούν καινοτόμες υπηρεσίες για να διευκολύνουν την καθημερινότητα των πελατών τους. Φυσικά το λανσάρισμα μιας νέας υπηρεσίας είναι πολύ δύσκολο στον τραπεζικό τομέα ωστόσο όπως παρατηρούμε οι τράπεζες χρησιμοποιούν την τεχνική της «μίμησης». Με την τεχνική της μίμησης επιτυγχάνουν μικρότερο ρίσκο στις επενδύσεις που κάνουν στις νέες τεχνολογίες.

Καθώς οι πελάτες στρέφονται στα online κανάλια για την εξυπηρέτηση των τραπεζικών τους συναλλαγών, οι τράπεζες επιτυγχάνουν αποσυμφόρηση των φυσικών καταστημάτων. Χρησιμοποιώντας αυτό το γεγονός σαν ευκαιρία, οι τράπεζες μπορούν να στραφούν στην ανάπτυξη των επόμενων e-υπηρεσιών για τους πελάτες τους.

Το μέλλον στο e-banking φαντάζει μια εμπειρία που όλοι περιμένουν να βιώσουν. Φυσικά δεν πρόκειται μόνο για συγκεκριμένες κινήσεις στην περαιτέρω ανάπτυξη της πλατφόρμας αλλά για λύσεις σε διαφορετικά κανάλια εξυπηρέτησης των πελατών. Πολλοί πελάτες έχουν καινοτόμες ιδέες για αυτό οι τράπεζες διοργανώνουν fintech διαγωνισμούς.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Α. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

1. Liao Z., Cheung M. (2002) *Internet-based e-banking and consumer attitudes: an empirical study* Vol.39 Issue 4 pp.283-295
2. Wright R., Keith L., (2014) *Wearable Technology: If the Tech Fits, Wear It* Journal of Electronic Resources in Medical Libraries Vol. 11 Issue 4 pp.204-216

Β. ΕΛΛΗΝΙΚΗ

3. Evans A., Martin K., Poatsy M.A., (2014). *Εισαγωγή στην Πληροφορική: Θεωρία και Πράξη* Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική
4. Kenneth C. Laudon, Jane P. Laudon, (2009) *Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης* Αθήνα: Κλειδάριθμος
5. Laudon K.C., Traver C.G. (2014) *Ηλεκτρονικό Εμπόριο. επιχειρήσεις, τεχνολογία, κοινωνία* Αθήνα: Εκδόσεις Παπασωτηρίου
6. Αγγελής Γ. (2005) *Η βίβλος του e-banking* Αθήνα: Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών
7. Βαγγέλη Ουρανία (2018) *Μάρκετινγκ νέων ψηφιακών προϊόντων και υπηρεσιών στον Ελληνικό τραπεζικό κλάδο: Η αποτελεσματικότητα του e-banking* Πανεπιστήμιο Πατρών, Πάτρα
8. Βασιλάκου Ευαγγελία (2017) *Ηλεκτρονική Τραπεζική* Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Θεσσαλονίκη
9. Δημητριάδης Σ., Τζωρτζάκη Α. (2010) *Μάρκετινγκ: Αρχές, Στρατηγικές, Εφαρμογές* Αθήνα: Rosili
10. Ζοπουνίδης Κ., Κίτσιος Φ. (2018) *Στρατηγική Διοίκηση Καινοτομίας* Κύπρος: Broken Hill Publishers

11. Καλαφατούδης Σ., Δροσίτης Ι., Κοΐλιας Χ. (2012). *Εισαγωγή στις Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών
12. Παπαδοπούλου Ευδοκία (2015) *E-banking* ΤΕΙ Καβάλας, Καβάλα
13. Πολίτης Η., Δημητρίου Ι., *Internet Banking Τραπεζών και Ικανοποίηση Πελατών* ΤΕΙ Πελοποννήσου, Καλαμάτα

Γ. ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

1. Alpha bank - <https://www.alpha.gr/>
2. Eurobank - <https://www.eurobank.gr/>
3. Insomnia - <https://www.insomnia.gr/>
4. Techgear - <https://www.techgear.gr/apple>
5. Εθνική Τράπεζα - <https://www.nbg.gr/>
6. Έθνος - <https://www.ethnos.gr/>
7. ΕΛΣΤΑΤ - <https://www.statistics.gr/>
8. Επιχειρώ - <https://www.epixeiro.gr/>
9. Καθημερινή - <https://www.kathimerini.gr/>
10. Ναυτεμπορική - <https://www.naftemporiki.gr/>
11. Το Βήμα - <https://www.tovima.gr/>
12. Τράπεζα Πειραιώς - <https://www.piraeusbank.gr>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Φύλο *

- Άνδρας
- Γυναίκα

Ηλικία *

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- Πάνω από 55

Τόπος Διαμονής *

- Αττική
- Στερεά Ελλάδα - Θεσσαλία
- Ανατολική Μακεδονία - Θράκη
- Κεντρική Μακεδονία
- Δυτική Μακεδονία - Ήπειρος
- Πελοπόννησος - Δυτική Ελλάδα
- Βόρειο - Νότιο Αιγαίο
- Ιόνιο
- Κρήτη

Μορφωτικό επίπεδο *

- Δημοτικό
- Γυμνάσιο - Λύκειο
- Πτυχίο Πανεπιστημίου - ΤΕΙ
- Κάτοχος Μεταπτυχιακού - Διδακτορικού

Ετήσιο Εισόδημα

- έως 10.000€
- 10.001€ - 20.000€
- 20.001€ - 30.000€
- Other: _____

Χρήση συστημάτων ηλεκτρονικής τραπεζικής

Σε ποιιά/ές τράπεζες είστε πελάτης; *

- Εθνική Τράπεζα
- Alpha Bank
- Eurobank
- Τράπεζα Πειραιώς
- Other: _____

Πόσο συχνά επισκέπτεστε το κατάστημα της τράπεζας σας ανα μήνα; *

- Καμία
- Μία φορά
- Δύο ως τρεις φορές
- Τέσσερις έως έξι φορές
- Πάνω απο έξι φορές

Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε αυτόματο μηχάνημα συναλλαγών (ATM) τον μήνα; *

- Καμία φορά
- Μία φορά
- Δύο ως τρεις φορές
- Τέσσερις έως έξι φορές
- Πάνω από έξι φορές

Γνωρίζετε τις δυνατότητες που προσφέρονται ηλεκτρονικά από την τράπεζα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- ΙΣΩΣ

Πόσο εξοικειωμένος/η αισθάνεστε με τις νέες τεχνολογίες; (1= πολύ λίγο, 5=αρκετά) *

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Χρησιμοποιείτε τις δυνατότητες του e-banking; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν ναι, ποιά είναι η κύρια τράπεζα απο την οποία πραγματοποιείτε ηλεκτρονικές συναλλαγές;

- Εθνική Τράπεζα
- Alpha Bank
- Eurobank
- Τράπεζα Πειραιώς

Αν όχι, για ποιό λόγο δεν τις χρησιμοποιείτε;

- Δεν έχω στην κατοχή μου συσκευή / σύνδεση στο διαδίκτυο
- Έλλειψη διαπροσωπικής επαφής
- Δεν υπάρχει επαρκής ασφάλεια
- Έλλειψη εξοικείωσης με ψηφιακή συσκευή
- Other: _____

Απο ποιά συσκευή συνδέεστε στο e-banking; *

- Desktop / Laptop
- Tablet
- Mobile
- Καμία

Πόσο συχνά πραγματοποιείτε συναλλαγές μέσω του e-banking τον μήνα; *

- Καμία φορά
- Τουλάχιστον μία φορά
- Δύο ως τρεις φορές
- Τέσσερις έως έξι φορές
- Πάνω απο έξι φορές

Ποιές απο τις παρακάτω ηλεκτρονικές συναλλαγές έχετε πραγματοποιήσει μέσω e-banking τον τελευταίο μήνα; *

- Έλεγχος υπολοίπου λογαριασμού/ών
- Μεταφορές χρημάτων σε τρίτους
- Πληρωμή λογαριασμών/ ΔΕΚΟ/ Δημοσίου
- Προβολή επενδύσεων
- Αναζήτηση τραπεζικών προϊόντων
- Other: _____

Σε ποιο μέρος βρίσκεστε συνήθως όταν συνδέεστε στο e-banking; *

- Στο σπίτι
- Στο γραφείο / χώρος εργασίας
- Οπουδήποτε (μέσω Data/ WIFI)
- Other: _____

Σε μια κλίμακα απο το 1 έως το 5 πόσο εύκολο θεωρείτε το e-banking της τράπεζάς σας στη χρήση του; (1=καθόλου, 5= πάρα πολύ) *

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Πόσο δύσκολο θεωρείτε οτι είναι για ενα νέο πελάτη να χρησιμοποιήσει το e-banking της τράπεζας σας; (1=καθόλου, 5= πάρα πολύ) *

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Παρακαλώ σημειώστε τους δύο πιο σημαντικούς λόγους απο τους παρακάτω που προτιμάτε να πραγματοποιήσετε μια συναλλαγή online αντί να επισκεφθείτε το φυσικό κατάστημα της τράπεζας. (Επιλέξτε μόνο 2 από τα παρακατω) *

- Ευελιξία / Ευκολία
- Ταχύτητα / Αμεσότητα
- Διαθεσιμότητα 24/7
- Μειωμένες χρεώσεις
- Other: _____

Τα τραπεζικά ιδρύματα προσπαθούν να δημιουργούν σύγχρονες online λύσεις & υπηρεσίες που προσαρμόζονται στα μέτρα των πελατών τους. Πόσο θεωρείτε πως βελτιώνουν την καθημερινότητα των πελατών οι παρακάτω λύσεις που προσφέρουν οι τράπεζες σήμερα; (1=Καθόλου, 5= Πάρα πολύ) *

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
Pay a Friend (PaF) & IRIS (Αφορά την γρήγορη αποστολή χρημάτων έως 500€. Ο πελάτης πρέπει να γνωρίζει μόνο το κινητό του παραλήπτη)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
i-Bank Pass (Εφαρμογή που δίνει τη δυνατότητα έκδοσης αριθμού προτεραιότητας)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
myAlphaWallet (Εφαρμογή που δίνει τη δυνατότητα να πληρώνει ο πελάτης με το κινητό του μέσω NFC)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
e-loan (Δυνατότητα ηλεκτρονικής αίτησης για δάνειο)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
e-branches (Καταστήματα σχεδιασμένα για self-service εξυπηρέτηση)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Digital Customer Onboarding (Δυνατότητα έγγραφης στο e-banking απο το Smartphone)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Digital Customer Onboarding (Δυνατότητα έγγραφης στο e-banking απο το Smartphone)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
V-Banking (Δυνατότητα βιντεοκλήσης με υπάλληλο για παροχή συμβουλευτικής βοήθειας)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ποιές απο τις παραπάνω λύσεις θα υιοθετούσατε για να βελτιώνατε τις καθημερινές σας τραπεζικές συναλλαγές; *

- PaF & IRIS Payments
- i-Bank Pass
- myAlphaWallet
- V-Banking (Virtual Banking)
- E-loan
- E-Branches
- Digital Customer Onboarding

Πώς θα περιγράφατε την εμπειρία σας απο την χρήση των συστημάτων ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking) της τράπεζας σας; *

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Φιλικό και σύγχρονο περιβάλλον χρήσης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ευκολία πραγματοποίησης πληρωμών λογαριασμών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Πληθώρα επιλογών πληρωμών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μεταφορές χρημάτων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προβολή υπολοίπου λογαριασμών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αναζήτηση τραπεζικών προϊόντων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προβολή προθεσμιακών καταθέσεων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Άνοιγμα νέων λογαριασμών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Πόσο πιθανό είναι να συστήσετε το e-banking της τράπεζας που χρησιμοποιείτε σε κάποιο συνάδελφο/ φίλο που είναι πελάτης στην ίδια τράπεζα; (1=καθόλου, 5= πάρα πολύ) *

- 1 2 3 4 5
-

Γνωρίζετε τον όρο Open Banking; (Με το Open Banking μπορείτε να διαχειρίζεστε όλες τις κάρτες σας ασχέτως σε ποια τράπεζα είστε πελάτες απο ένα σημείο) *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν διατηρείτε λογαριασμούς και σε άλλες τράπεζες, θα τους συνδέατε στο e-banking στα πλαίσια του Open Banking για να τους διαχειρίζεστε απο ένα σημείο; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Τί θα προσθέτατε στην εφαρμογή του e-banking που πιθανόν δεν υπάρχει σήμερα;

Your answer _____