



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΠΑΤΡΩΝ**  
UNIVERSITY OF PATRAS

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

**(ΠΡΩΗΝ ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ  
ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ)**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Δίκτυα Διανομής Τραπεζικών Προϊόντων:  
Η Περίπτωση των i-bank Stores της ΕΤΕ**

**ΔΡΑΚΟΠΟΥΛΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ – Α.Μ. 16073**

**ΕΠΟΠΤΕΥΟΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ**

**Δρ. ΔΑΣΚΑΛΟΠΟΥΛΟΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ**

**ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2020**

## Ευχαριστίες

Η παρούσα πτυχιακή εργασία με θέμα «Δίκτυα Διανομής Τραπεζικών Προϊόντων: Η Περίπτωση των i-bank Stores της ΕΤΕ» πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της πτυχιακής εργασίας του τμήματος Διοίκησης Τουρισμού (Πρώην Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής Μεσολογγίου) κατά το έτος 2020.

Στο σημείο αυτό αισθάνομαι την ανάγκη να εκφράσω τις ειλικρινείς και θερμές ευχαριστίες μου σε όσους συνέβαλλαν στην ολοκλήρωση αυτής της προσπάθειας.

Πρωτίστως, στον επιβλέποντα καθηγητή της πτυχιακής μου εργασίας, κύριο Δασκαλόπουλο Ευάγγελο για τη καθοδήγηση, την αμέριστη υποστήριξη, τις ουσιώδεις συμβουλές, καθώς επίσης την συμπαράσταση και ενθάρρυνση που μου παρείχε σε όλο αυτό το χρονικό διάστημα.

Το μεγαλύτερο «ευχαριστώ» στα αγαπημένα μου πρόσωπα, στους γονείς μου, που αποδέχθηκαν όλες τις επιλογές μου και μου παρείχαν στήριξη όλο αυτό το διάστημα, χωρίς την οποία τίποτα από όσα έχω καταφέρει μέχρι σήμερα δε θα ήταν πραγματικότητα.

## **Πνευματικά δικαιώματα**

Copyright © Πανεπιστήμιο Πατρών. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν. 1599/1988 και τα άρθρα 2,4,6 παρ. 3 του Ν. 1256/1982, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής εργασίας και δεν προσβάλλει κάθε μορφής πνευματικά δικαιώματα τρίτων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον.

Δρακόπουλος Ιωάννης, 2020

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η ραγδαία εξέλιξη του διαδικτύου η οποία υφίσταται τα τελευταία χρόνια δε θα μπορούσε να αφήσει ανεπηρέαστο τον σύγχρονο τραπεζικό τομέα. Παραδοσιακά τα τραπεζικά ιδρύματα ανταγωνίζονταν μεταξύ τους κάνοντας χρήση σαν κανάλια διανομής για τα αγαθά και τις υπηρεσίες τους τα δίκτυα των υποκαταστημάτων τους. οι τεχνολογικές, όμως, αλλαγές μετέβαλαν ριζικά τα συγκεκριμένα δεδομένα.

Η έννοια της ηλεκτρονικής τραπεζικής η οποία περιλαμβάνει και τις ορολογίες της ψηφιακής τραπεζικής είτε άλλων διεθνών όρων όπως είναι για παράδειγμα το internet banking έως πριν μερικά έτη ήταν άγνωστη. Στη σύγχρονη εποχή, όμως, οι πιο πολλοί τραπεζικοί οργανισμοί σε εγχώριο και εξωγενές επίπεδο έχουν υιοθετήσει την τραπεζική της μορφής αυτής ταυτόχρονα με την παραδοσιακή εκτέλεση τραπεζικών δράσεων στα υποκαταστήματά τους, ενώ μη τραπεζικά ιδρύματα όπως για παράδειγμα αλυσίδες λιανικής πώλησης, ασφαλιστικές επιχειρήσεις κλπ έχουν μπει για τα καλά στην αγορά αυτής της μορφής, καθιστώντας τον ανταγωνισμό ακόμα πιο ισχυρό.

Με την εν λόγω έννοια καλούμε όλες αυτές τις υπηρεσίες τις οποίες προσφέρουν οι τραπεζικοί οργανισμοί διαμέσου του διαδικτύου, δίχως δηλαδή να απαιτείται η φυσική παρουσία του καταναλωτή στο υποκατάστημα του συγκεκριμένου οργανισμού. Εναλλακτικά θα μπορούσαμε την παραπάνω έννοια σαν την αυτοματοποιημένη προσφορά καινούριων σε συνδυασμό με παραδοσιακά αγαθά και υπηρεσίες οικονομικής φύσεως, απευθείας στους καταναλωτές διαμέσου ηλεκτρονικών και αλληλεπιδραστικών καναλιών επικοινωνίας.

Στόχος της αναφερθείσας εργασίας αποτελεί η διερεύνηση του σύγχρονου θέματος της ηλεκτρονικής τραπεζικής εστιάζοντας στην Εθνική τράπεζα της χώρας μας και πως αυτή έχει χρησιμοποιήσει τις συγκεκριμένες τεχνολογίες. Για να επιτευχθεί ο συγκεκριμένος στόχος θα υλοποιηθεί μια βιβλιογραφική ανασκόπηση που χρησιμοποιήσει διεθνή, ελληνική αλλά και διαδικτυακή βιβλιογραφία.

**Λέξεις κλειδιά:** Ηλεκτρονική τραπεζική, Internet Banking, E-banking, Mobile Banking, I-Bank Stores

## **SUMMARY**

The rapid evolution of the internet that has been going on in recent years could not leave the modern banking sector unaffected. Traditionally, banking institutions competed with each other by making use of distribution channels for their goods and services through the networks of their branches. Technological changes, however, changed radically the specific data.

The concept of electronic banking, which includes the terminology of digital banking or other international terms such as internet banking, online banking as well as mobile banking until a few years ago was unknown. In modern times, however, most banking organizations at national and international level have adopted this type of banking at the same time as the traditional execution of banking operations in their branches, while non-banking institutions such as retail chains, insurance companies, etc. have gotten into the good of this kind of market, making competition even more powerful.

In this sense, we call all those services offered by banking organizations over the Internet, without requiring the physical presence of the consumer at the branch of that organization. Alternatively, we could use the above concept as the automated offering of new ones combined with traditional goods and services of an economic nature, directly to consumers through electronic and interactive communication channels.

The aim of this work is to investigate the modern issue of electronic banking by focusing on the National Bank of Greece and how it uses these technologies. In order to achieve this goal, a bibliographic review using international, Greek and online bibliography will be implemented.

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

|  |    |
|--|----|
| Ευχαριστίες  | 2  |
| Παρομοιωτικό δικολόγιο                                 | 3  |
| ΠΕΡΙΛΗΨΗ   | 4  |
| SUMMARY  | 5  |
| ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ                                   | 6  |
| ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΕΙΚΟΝΩΝ                                    | 7  |
| ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ                                    | 8  |
| ΕΙΣΑΓΩΓΗ   | 9  |
| ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ                                  | 10 |
| 21 Βασικές έννοιες                                     | 10 |
| 22 Ιστορική οδοδρομή                                   | 11 |
| 23 Λόγοι ανάπτυξης των ενολλοκτικόν τροπεζικόν δικτύων | 14 |
| 24 Είδη ebanking                                       | 15 |
| 241 Internet Banking                                   | 15 |
| 242 Phone Banking                                      | 16 |
| 243 Mobile Banking                                     | 16 |
| 25 Υπηρεσίες ηλεκτρονικής τροπεζικής                   | 19 |
| 26 Πλασκακήματα καλ μαονακήματα                        | 20 |
| 261 Πλασκακήματα                                       | 20 |
| 262 Μαονακήματα  | 21 |
| ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ                      | 23 |
| 31 Εφορμολή στην Ελλάδα                                | 23 |
| 32 Προοπτικές  | 28 |
| ΗΒANK STORES ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ                          | 30 |
| 41 Ηλεκτρονική τροπεζική Εθνικής Τρόπεζας              | 30 |

|  |    |
|--|----|
| 42 Παρουσίαση ιστοσελίδας της τράπεζας Εθνικής iBank                                   | 35 |
| 43 Ψηφιακός μετασχηματισμός με επέκταση του δικτύου ψηφιακών καταστημάτων (iBankstore) | 36 |
| ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ   | 46 |
| ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ   | 48 |

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

|  |    |
|--|----|
| <u>Εικόνα 21: Άνθρωποι που χρησιμοποιούν το internet banking σε Ευρωπαϊκό επίπεδο για το 2017</u>            | 12 |
| <u>Εικόνα 22: Ο αριθμός εγγεγραμμένων συναλλαγών στο Ελληνικό Internet Banking (2016-2018)</u>               | 13 |
| <u>Εικόνα 23: Ο αριθμός εγγεγραμμένων συναλλαγών στο ελληνικό mobilebanking (2016-2018)</u>                  | 18 |
| <u>Εικόνα 24: Κοινό τραπεζικό σύστημα και εδία ηλεκτρονικής τραπεζικής</u>                                   | 19 |
| <u>Εικόνα 25: Τραπεζικές υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής</u>   | 21 |
| <u>Εικόνα 31: Συναλλαγές μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής μετά την επιβολή των capital controls στην Ελλάδα</u>  | 33 |
| <u>Εικόνα 41: Ενεργοί χρήστες στην ηλεκτρονική τραπεζική της Εθνικής Τράπεζας κατά την περίοδο 2010-2017</u> | 43 |
| <u>Εικόνα 42: Ενεργοί χρήστες στο m-banking της Εθνικής Τράπεζας κατά την περίοδο 2010-2017</u>              | 44 |
| <u>Εικόνα 43: iBank Εθνικής Τράπεζας</u>   | 45 |
| <u>Εικόνα 44: iBank stores σε διαφορετικά σημεία της Ελλάδας</u>   | 47 |
| <u>Εικόνα 45: Εξυπηρέτηση iBankstore</u>   | 48 |
| <u>Εικόνα 46: Οι ζώνες λειτουργίας του iBank store και η επέξηγσή τους</u>                                   | 52 |
| <u>Εικόνα 47: Σημαντικά σημεία των iBank stores</u>  | 53 |
| <u>Εικόνα 48: Αίθουσα εκδηλώσεων, διαχείρισης σεμιναρίων και εκμύθησης στα iBank stores</u>                  | 54 |
| <u>Εικόνα 49: Η κόρτα μέλους του iBank store club</u>  | 56 |

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

|  |           |
|--|-----------|
| <u>Πίνακας 21: SWOT Analysis η/εκτρονικής τραπεζικής</u>   | <u>25</u> |
| <u>Πίνακας 41: Πλήθος τραπεζικών κινήσεων σε κατοικημένα Εθνικής Τράπεζας κατά την περίοδο 2011-2017</u> | <u>39</u> |



## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Σε ένα περιβάλλον που μεταβάλλεται διαρκώς τόσο σε κοινωνικό επίπεδο όσο και χρηματοοικονομικά, η τεράστια ανοδική τάση και η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας και του διαδικτύου παραμένουν μια σημαντική σταθερά. Αυτό δεν θα ήταν εφικτό να αφήσει ανεπηρέαστους τους τραπεζικούς οργανισμούς που χάρη στα χρησιμοποιούμενα ψηφιακά μέσα και τα εναλλακτικά δίκτυα ενεργούν με απώτερο σκοπό την εξελικτική πορεία προς όφελος τόσο των φυσικών όσο και των νομικών προσώπων. Οι συναλλαγές οι οποίες υλοποιούνται διαμέσου των συγκεκριμένων καναλιών σήμερα θα φάνταζε ουτοπικό σενάριο για κάποιον άμεσα ενδιαφερόμενο προ εικοσαετίας.

Οι κίνδυνοι γύρω από τις νέες τεχνολογίες, οι οποίες ελλοχεύουν στην αγορά πολλαπλασιάζονται συνεχώς, ωστόσο οι σύγχρονοι τραπεζικοί οργανισμοί οφείλουν να μεριμνήσουν προκειμένου να σταθεροποιήσουν το διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον. Η ασφάλεια επί των διαδικασιών παραμένει καθοριστικό ζήτημα. Ως εκ τούτου, οι τραπεζικοί οργανισμοί οφείλουν να επιδείξουν την πρέπουσα προσοχή αφού έχουν την γνώση πως ένα σφάλμα είναι εφικτό να έχει καθοριστικές επιπτώσεις.

Στη σημερινή εποχή, το νομοθετικό πλαίσιο δίνει ιδιαίτερη προσοχή στα προσωπικά δεδομένα. Οι παρεχόμενες υπηρεσίες μεταβάλλονται συνεχώς έχοντας γνώμονα τη διαρκή ανάπτυξη. Επιπλέον, η αύξηση του ανταγωνισμού συμβάλει στην ελαχιστοποίηση του μεριδίου αγοράς μεταξύ των εμπλεκομένων φορέων.

Ακόμα, οι απαιτήσεις των καταναλωτών πολλαπλασιάζονται διαρκώς με γνώμονα πάντοτε την απλότητα επί των διαδικασιών διαμέσου του διαδικτύου είτε των κινητών τηλεφώνων. Οι εξελίξεις χαρακτηρίζονται ραγδαίες, ενώ οι διατυμπανίσεις περί ψηφιακής εποχής επιβάλουν την άμεση προσαρμοστικότητα στη σύγχρονη πραγματικότητα. Η προσαρμογή μάλιστα αποτελεί βάση για τη βιωσιμότητα του εκάστοτε οργανισμού και τη διατήρηση της θέσης του στην σύγχρονη αγορά.

Φυσικά, όλα αυτά δεν γινόταν να μην επηρεάσουν και τους τραπεζικούς οργανισμούς της χώρας μας, οι οποίοι εξαιτίας και της παγκόσμιας χρηματοοικονομικής ύφεσης έπρεπε να βρουν καινούριους τρόπους να προσελκύσουν τους καταναλωτές, κάτι στο οποίο καθοριστικό ρόλο έπαιξε η ηλεκτρονική και ψηφιακή τραπεζική, που έχει παρουσιάσει τεράστια ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια και στη χώρα μας. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν η winbank της τράπεζας Πειραιώς αλλά ως επί το πλείστον η ibank της Εθνικής Τράπεζας της χώρας μας που θα αποτελέσει πεδίο έρευνας της συγκεκριμένης εργασίας.

## ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

### 21 Βασικές έννοιες

Με τον όρο ηλεκτρονική τραπεζική αναφερόμαστε στο σύνολο των συναλλαγών που συνδέονται άμεσα με τις παρεχόμενες υπηρεσίες των τραπεζών και οι οποίες διεκπεραιώνονται ως επί το πλείστον διαμέσου της χρησιμοποίησης του διαδικτύου. Στη συγκεκριμένη μορφή τραπεζικής, παρόλα αυτά, περιέχονται και οι συναλλαγές οι οποίες υλοποιούνται διαμέσου των Intranet και Extranet καθώς επίσης και διαμέσου σταθερού είτε κινητού τηλεφώνου.<sup>1</sup>

Τεράστια σύνδεση υφίσταται ανάμεσα στην ηλεκτρονική τραπεζική και στο ηλεκτρονικό εμπόριο και τα ηλεκτρονικά καταστήματα. Αρκετοί τραπεζικοί οργανισμό στον παραπάνω ορισμό περιέχουν και τα ΑΤΜ, τα οποία δρουν με εναλλακτικά ηλεκτρονικά δίκτυα. Οι πιο διαδεδομένες υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής έχουν άρρηκτη σχέση με τους λογαριασμούς των πελατών, τα υπόλοιπα των εν λόγω λογαριασμών, τις κινήσεις που διενεργούνται, τις κινήσεις που συνδέονται με τις πιστωτικές κάρτες, τις τυχόν καταβολές για δόσεις δανείων, καθώς επίσης εξοφλήσεις λοιπών υποχρεώσεων.<sup>2</sup>

Επί της ουσίας, η εν λόγω ορολογία αφορά την αυτοματοποιημένη παράδοση των καινούριων και των λοιπών τραπεζικών προϊόντων στους καταναλωτές διαμέσου των ηλεκτρονικών καναλιών επικοινωνίας.<sup>3</sup>

Η συγκεκριμένη τεχνολογία περιέχει τα συστήματα τα οποία επιτρέπουν στους καταναλωτές όπως για παράδειγμα χρηματοοικονομικούς οργανισμούς, ιδιώτες είτε εταιρίες να έχουν πρόσβαση σε λογαριασμούς, επιχειρηματικές συναλλαγές είτε να λαμβάνουν δεδομένα που έχουν άμεση σχέση με τα οικονομικά αγαθά και τις υπηρεσίες διαμέσου ενός δημόσιου είτε ιδιωτικού δικτύου, περιέχοντας και το διαδίκτυο.<sup>4</sup>

Μέσω αυτών των συστημάτων, οι καταναλωτές έχουν πρόσβαση σε υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής διαμέσου μιας ευφυούς ηλεκτρονικής συσκευής, όπως είναι για παράδειγμα ένας Η/Υ, ένας προσωπικός ψηφιακός βοηθός, ένα σύστημα αυτόματης

<sup>1</sup> Β.Γ. Αγγέλης, (2005), *Η βίβλος του e-banking*, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα.

<sup>2</sup> Α. Σινανιώτη-Μαρούδη, Ι. Φαρσαρώτας, (2005), *Ηλεκτρονική τραπεζική*, Εκδόσεις Σακκούλας, Αθήνα.

<sup>3</sup> Α. Akhlaq, E. Ahmed, (2013), *The effect of motivation on trust in the acceptance of internet banking in a low income country*, International Journal of Bank Marketing, 31(2), pp. 113-129.

<sup>4</sup> Β. Tessema-Shewakena, (2017), *E-commerce and Banking Technology*, LAP LAMBERT Academic Publishing.

ανάληψης είτε ενός κινητού με οθόνη αφής. Οι κίνδυνοι και οι έλεγχοι, όμως, είναι ίδιοι για όλα τα κανάλια πρόσβασης αυτής της τεχνολογίας.<sup>5</sup>

## 22 Ιστορική αναδρομή

Τις τελευταίες δεκαετίες ο κόσμος γνώρισε τη ραγδαία ανάπτυξη του διαδικτύου. Ήταν, επομένως, αναμενόμενο αυτή η μεταβολή των επικοινωνιών να επιφέρει καθοριστικές επιρροές και επιδράσεις και στον τραπεζικό κλάδο. Η 1<sup>η</sup> μορφή ηλεκτρονικής τραπεζικής άρχισε την περίοδο του '80 διαμέσου του δικτύου SWIFT για διατραπεζική επικοινωνία.<sup>6</sup>

Στο ξεκίνημα της επόμενης δεκαετίας ξεκίνησαν να υλοποιούνται οι πρώτες ηλεκτρονικές συναλλαγές αλλά η τραπεζική αυτής της μορφής όπως τη γνωρίζουμε σήμερα άρχισε από τα μέσα της εν λόγω δεκαετίας στις ΗΠΑ. Στη χώρα μας πέρασε μεγάλο χρονικό διάστημα έως να υφίσταται μια σημαντική εξέλιξη στον εν λόγω κλάδο. Σε διεθνές επίπεδο, οι χειριστές του διαδικτύου παρουσιάζουν ραγδαία ανοδική τάση, όσο το διαδίκτυο αποκτά πιο μεγάλη πρόσβαση σε ολόένα και πιο πολλά κράτη του κόσμου.<sup>7</sup>

Οι χειριστές υπηρεσιών του διαδικτύου την περίοδο του 2007 ήταν σχεδόν το 16% του παγκόσμιου πληθυσμού. Από την περίοδο του 2010 έχουν ξεπεράσει το 1 δις. Σιγά-σιγά, με τη ραγδαία εξέλιξη των καινούριων τεχνολογιών και εφαρμογών ξεκίνησε να γίνεται πιο εύκολο στους χρήστες να έχουν πρόσβαση σε broadband internet και αυτό είναι κάτι που έχει επιφέρει τα τελευταία χρόνια σημαντικές επιρροές και επιδράσεις στις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Στη χώρα μας, παρόλα αυτά, η τραπεζική αυτής της μορφής δεν ακολούθησε σε ρυθμούς την εξάπλωση του διαδικτύου άμεσων ταχυτήτων.<sup>8</sup>

Στη χώρα μας, η πρώτη προσπάθεια για τραπεζική αυτής της μορφής υλοποιήθηκε μεταξύ 1990-2000 και πιο συγκεκριμένα κατά το έτος 1997 από την Εγνατία Τράπεζα αλλά είχε άμεση σχέση με ένα περιορισμένο σύνολο χρηστών, και λόγω του ότι το διαδίκτυο είχε πολύ πιο χαμηλές ταχύτητες, η παραπάνω προσπάθεια δεν είχε την απαιτούμενη απήχηση από μεγάλο κομμάτι του πληθυσμού. Το παραπάνω εγχείρημα είχε σημαντικές υπηρεσίες όπως ήταν για παράδειγμα η ερώτηση υπολοίπου καθώς επίσης και οι μεταφορές κεφαλαίων εντός του συγκεκριμένου τραπεζικού οργανισμού.<sup>9</sup>

---

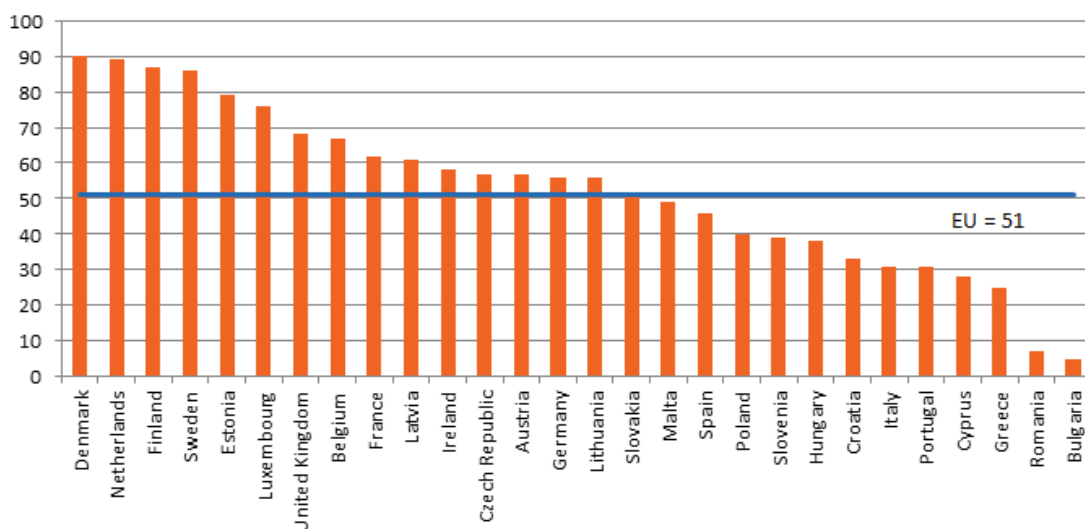
<sup>5</sup> E. Musaev, M. Yousoof, (2015), *A review on internet banking security and privacy issues in Oman*, ICIT, The 7th International Conference on information technology.

<sup>6</sup> Χ. Γκότσης, (2007), *Τεχνολογικές Εφαρμογές στη Λειτουργία των Τραπεζών*, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.

<sup>7</sup> H. Chien-Ta, L. Wen-Chuan, (2010), *Measuring the service quality of internet banking: scale development and validation*, *European Business Review*, 22(1), pp. 3-26.

<sup>8</sup> Ε. Βασιλάκου, (2017), *Ηλεκτρονική τραπεζική*, Διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, Θεσσαλονίκη.

<sup>9</sup> Χ. Γκότσης, (2007), *Τεχνολογικές Εφαρμογές στη Λειτουργία των Τραπεζών*, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.

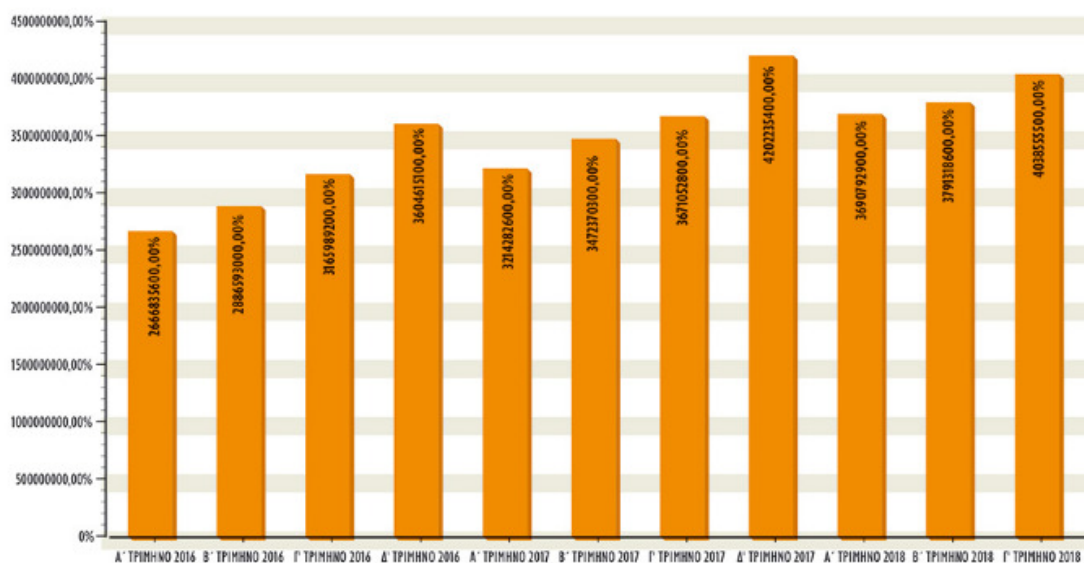


Εικόνα 2.1 : Άνθρωποι που χρησιμοποιούν το internet banking σε Ευρωπαϊκό επίπεδο για το 2017<sup>10</sup>

Η 1<sup>η</sup> ολοκληρωμένη προσπάθεια αυτής της μορφής υλοποιήθηκε από την Τράπεζα Πειραιώς, μερικά χρόνια αργότερα και συγκεκριμένα την περίοδο του 2000. Η εν λόγω προσπάθεια ονομάστηκε WINBANK. Σιγά-σιγά ξεκίνησε να αποκτά πιο μεγάλη χρηστικότητα και από εκείνη την περίοδο όλοι οι σύγχρονοι τραπεζικοί οργανισμοί της χώρας μας εισήγαγαν πλατφόρμες αυτού του είδους, οι οποίες έχουν την ευχέρεια πλέον να καλύψουν ένα τεράστιο σύνολο διαφοροποιημένων συναλλαγών και παροχής καθοριστικών υπηρεσιών.<sup>11</sup>

<sup>10</sup> <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20180115-1>

<sup>11</sup> Δ. Μυρτίδης, (2008), *Μέσα Τραπεζικής Εργασίας, Τραπεζική Πληροφορική*, Β' έκδοση, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.



Εικόνα 2.2 : Ο αριθμός εγγρημάτων συναλλαγών στο Ελληνικό Internet Banking (2016-2018)<sup>12</sup>

Γενικότερα, στη σημερινή εποχή, οι μεγαλύτεροι τραπεζικοί οργανισμοί τις περισσότερες φορές περιλαμβάνουν τα τραπεζικά τους προϊόντα στο διαθέσιμο ηλεκτρονικό σύστημα αγαθών και υπηρεσιών, όπως είναι για παράδειγμα το δίκτυο καταστημάτων καθώς επίσης και στην τηλεφωνική τραπεζική. Από την άλλη πλευρά, υφίστανται και άλλοι τραπεζικοί οργανισμοί, οι οποίοι αναπτύσσουν διαφοροποιημένες και μη εξαρτώμενες ηλεκτρονικές τράπεζες, οι οποίες προσφέρουν τις υπηρεσίες τους μονάχα διαμέσου διαδικτύου.<sup>13</sup>

Πάντως, όλοι οι οργανισμοί αυτής της μορφής κάνουν χρήση του διαδικτύου ως εργαλείο διαφήμισης των παρεχόμενων υπηρεσιών τους αλλά και σαν ένα επιπρόσθετο μέσο που στοχεύει σε άμεσες πωλήσεις των προσφερόμενων αγαθών και των υπηρεσιών. Έτσι, ενεργούν με βασικότερο στόχο να καταφέρουν τη μεγιστοποίηση των κερδών και τη μείωση του κόστους των προσφερόμενων υπηρεσιών τους.<sup>14</sup>

<sup>12</sup> [<https://www.euro2day.gr/news/economy/article/1655574/ta-nea-shedia-ton-trapezon-se-internet--mobile-ban.html>]

<sup>13</sup> D. Schatt, R. Laplace, (2014), *Virtual Banking: A Guide to Innovation and Partnering*, 1st Edition, Wiley Finance.

<sup>14</sup> Α. Σινανιώτη-Μαρούδη, Ι. Φαρσαρώτας, (2005), *Ηλεκτρονική τραπεζική*, Εκδόσεις Σακκούλας, Αθήνα.

## 23 Λόγοι ανάπτυξης των ενολλακτικών τραπεζικών δικτύων

Η προώθηση των καινούριων ηλεκτρονικών τακτικών αυτής της μορφής με κυριότερο στόχο την υλοποίηση των σύγχρονων τραπεζικών συναλλαγών αποτελεί απόρροια τόσο των τραπεζικών οργανισμών και των συμφερόντων αυτών όσο και των καταναλωτών, οι απαιτήσεις των οποίων αυξάνονται διαρκώς. Καθοριστικό κίνητρο στην προσπάθεια εισχώρησης των νέων αυτών τακτικών στη σύγχρονη τραπεζική εξυπηρέτηση ήταν η αισθητή ελάττωση των λειτουργικών δαπανών των οργανισμών αυτής της μορφής καθώς επίσης και η ευρύτερη απελευθέρωση του προσωπικού τους.<sup>15</sup>

Σε αντίθεση με την κλασσική μέθοδο εξυπηρέτησης στο κατάστημα, οι συναλλαγές διαμέσου της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι λιγότερο δαπανηρές και τις περισσότερες φορές προσφέρουν την ευχέρεια για εξυπηρέτηση πολλών καταναλωτών ταυτόχρονα, ελαττώνοντας ταυτόχρονα τον χρόνο διεκπεραίωσης χρονοβόρων για τους τραπεζικούς εργαζομένους δράσεων.<sup>16</sup>

Πιο συγκεκριμένα, μια τυπική τραπεζική συναλλαγή όπως είναι για παράδειγμα η δράση της κατάθεσης, της ανάληψης, της ενημέρωσης υπολοίπου καθώς επίσης και η μεταφορά ενός καθορισμένου ποσού σε άλλο λογαριασμό, στην περίπτωση στην οποία υλοποιείται σε κάποιον γκισέ και απασχολεί προσωπικό κοστίζει στην τράπεζα πολύ περισσότερο, εν αντιθέσει με την ηλεκτρονική διαδικασία, η οποία κοστολογείται πολύ χαμηλότερα.<sup>17</sup>

Ακόμα, οι συνεχώς αυξανόμενες απαιτήσεις των καταναλωτών με γνώμονα τη χρησιμοποίηση προηγμένων οικονομικών παροχών, ώθησαν τις διοικούσες αρχές των τραπεζικών οργανισμών στην καθοριστική ανοδική τάση ως προς το πλήθος των προσφερόμενων αγαθών και παράλληλα στη μείωση του κόστους των υπηρεσιών (όπως είναι για παράδειγμα η χρήση ΑΤΜ, οι τηλεφωνικές συναλλαγές, οι ηλεκτρονικές συναλλαγές κλπ.<sup>18</sup>

Ακόμα, με κυριότερο στόχο την αποδοχή του εκάστοτε καταναλωτή των καινούριων διαύλων επικοινωνίας, οι εν λόγω οργανισμοί παρείχαν πιο χαμηλά τέλη για όσους έκαναν χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών τους. Εκτός, όμως, από την απαίτηση αυτοματοποίησης των δράσεων αυτού του είδους με κυριότερο σκοπό την ελάττωση χρονοβόρων συναλλαγών, υπήρξαν και διεθνείς συγκυρίες, οι οποίες έπαιξαν καθοριστικό ρόλο στην υιοθέτηση των καινούριων τεχνολογιών από τους τραπεζικούς οργανισμούς.<sup>19</sup> Οι εν λόγω συγκυρίες είναι οι εξής :

---

<sup>15</sup> J. Austin, (2017), *Emerging Multidisciplinary Processes in E-banking*, G E-Learning.

<sup>16</sup> D. Schatt, R. Laplace, (2014), *Virtual Banking: A Guide to Innovation and Partnering*, 1st Edition, Wiley Finance.

<sup>17</sup> J. Chavan, (2013), *Internet banking - benefits and challenges in an emerging economy*, International Journal of Research in Business Management, 2(1), pp. 18-27.

<sup>18</sup> E. Musaev, M. Yousoof, (2015), *A review on internet banking security and privacy issues in Oman*, ICIT, The 7th International Conference on information technology.

<sup>19</sup> H. Chien-Ta, L. Wen-Chuan, (2010), *Measuring the service quality of internet banking: scale development and validation*, European Business Review, 22(1), pp. 3-26.

- Η παγκοσμιοποίηση των χρηματοοικονομικών σχέσεων καθώς επίσης η ολοκληρωτική διεύρυνση των οικονομικών αγορών
- Η ανοδική τάση του ανταγωνισμού
- Η βελτίωση των τεχνολογικών δομών και του διαδικτύου γενικότερα<sup>20</sup>

## 24 Είδη e-banking

### 24.1 Internet Banking

Η συγκεκριμένη μορφή, που κάποιες φορές καλείται και online banking, κάνει χρήση του διαδικτύου σαν ένα μέσο διεξαγωγής τραπεζικών δράσεων. Με κυριότερο στόχο τη χρησιμοποίηση των υπηρεσιών της μορφής αυτής είναι απαραίτητο ο χειριστής να διαθέτει Η/Υ και να έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο. Παρά το γεγονός αυτό, όμως, σε κάποιες περιπτώσεις χρειάζονται πιο πολλές συσκευές ασφαλείας όπως είναι για παράδειγμα η εγκατάσταση εξειδικευμένου λογισμικού ασφαλείας είτε ψηφιακό πιστοποιητικό.<sup>21</sup>

Ο καταναλωτής ενός τραπεζικού οργανισμού, διαμέσου αυτών των υπηρεσιών, έχει την ευχέρεια της πραγματοποίησης του συνόλου των συναλλαγών του χάρη στη διαδικτυακή πλατφόρμα. Παράλληλα, μπορεί να λαμβάνει ενημέρωση οποιασδήποτε μορφής σχετικά με το λογαριασμό του. Οι τραπεζικοί οργανισμοί έχουν πλέον την απαιτούμενη τεχνογνωσία και τις ικανότητες να προσωποποιούν τις ηλεκτρονικές τους υπηρεσίες σύμφωνα με την ομάδα καταναλωτών που αντιπροσωπεύει ο χειριστής και με τη μέθοδο αυτή υφίστανται για παράδειγμα επιπλέον ικανότητες για εταιρικούς χρήστες συγκριτικά με τους ιδιώτες. Τεράστια επένδυση υφίσταται και στο ζήτημα της ασφάλειας, η οποία είναι εξαιρετικά σημαντική με στόχο την αξιοπιστία των ηλεκτρονικών τραπεζικών συστημάτων.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> A. Singh, (2017), *e-banking concepts and implementation*, Savera.

<sup>21</sup> B. King, (2018), *Bank 4.0: Banking everywhere, never at a bank*, Marshall Cavendish International.

<sup>22</sup> A. Akhlaq, E. Ahmed, (2013), *The effect of motivation on trust in the acceptance of internet banking in a low income country*, International Journal of Bank Marketing, 31(2), pp. 113-129.

## 242 Phone Banking

Διαμέσου αυτής της τεχνικής, ο τραπεζικός οργανισμός χαρακτηρίζεται περισσότερο προσιτός από το σπίτι, τον εργασιακό χώρο, το μεταφορικό μέσο κλπ, ενώ παράλληλα συντηρείται η γνωστή σε όλους τραπεζική σχέση ανάμεσα στον εργαζόμενο και τον καταναλωτή. Συστήματα όπως είναι για παράδειγμα τα έξυπνα κινητά τηλέφωνα είτε τα PDA, τα οποία είναι εφοδιασμένα με την τεχνολογία WAP (Wireless Access Point), έχουν την ευχέρεια να συνδεθούν στο διαδίκτυο και να προσφέρουν στους χρήστες τους την ικανότητα υλοποίησης τραπεζικών συναλλαγών.<sup>23</sup>

Οι υπηρεσίες αυτής της μορφής, οι οποίες παρέχονται διαμέσου αυτής της τακτικής διακρίνονται σε 2 διαφοροποιημένες ομάδες. Εκείνες οι οποίες υλοποιούνται από πράκτορες τηλεφωνικού κέντρου και εκείνες οι οποίες υλοποιούνται αυτόματα διαμέσου συστημάτων αναγνώρισης φωνής, όπως είναι για παράδειγμα τα IVRs (Interactive Voice Response).

Στην πρώτη ομάδα, ο καταναλωτής επικοινωνεί φωνητικά με τον εκάστοτε πράκτορα του τραπεζικού οργανισμού και μεταβιβάζει τα αιτήματά τους. Οι πράκτορες είναι σημαντικό να ταυτοποιήσουν τα δεδομένα του καταναλωτή, με κυριότερο στόχο να καταφέρουν να διασφαλίσουν την ακεραιότητα των συναλλαγών αυτών και την αντιμετώπιση των άμεσα σχετιζόμενων προβλημάτων του.<sup>24</sup>

Από την άλλη πλευρά, στην δεύτερη ομάδα, η δράση είναι αυτοματοποιημένη και ο καταναλωτής απαντά στα φωνητικά μηνύματα τα οποία ακούει στο τηλέφωνο του. Όπως γίνεται και στην παραπάνω περίπτωση, έτσι και σε αυτήν, ακολουθούνται καθορισμένες δράσεις πιστοποίησης και ταυτοποίησης του καταναλωτή, οι οποίες έχουν την ευχέρεια διασφάλισης της ασφάλειας των συγκεκριμένων συναλλαγών. Η τακτική αυτή, προσφέρει την ευχέρεια στους καταναλωτές ενός σύγχρονου τραπεζικού οργανισμού, να έχει στη διάθεσή του, σχεδόν όλες τις συναλλαγές (χρηματοοικονομικές ή πληροφοριακές τις οποίες έχει και μέσω του internet banking που αναφέρθηκε παραπάνω).<sup>25</sup>

## 243 Mobile Banking

Η εν λόγω τακτική παρά τα οφέλη, τις ευκολίες καθώς επίσης και την ευχρηστία την οποία έχει, δεν έχει κατορθώσει ακόμη να πείσει μεγάλο κομμάτι του καταναλωτικού κοινού της χώρας μας και επομένως δεν έχει εδραιωθεί ακόμα συγκριτικά με το διαδίκτυο και το phone banking. Παρά το γεγονός αυτό, όμως, ολοένα και περισσότεροι χρήστες στη χώρα μας επιλέγουν αυτήν την τακτική, παρουσιάζοντας κυρίως τα τελευταία χρόνια σημαντική ανοδική τάση της χρησιμοποίησης αυτής της τακτικής (βλέπε εικόνα 2.3 που ακολουθεί).<sup>26</sup>

---

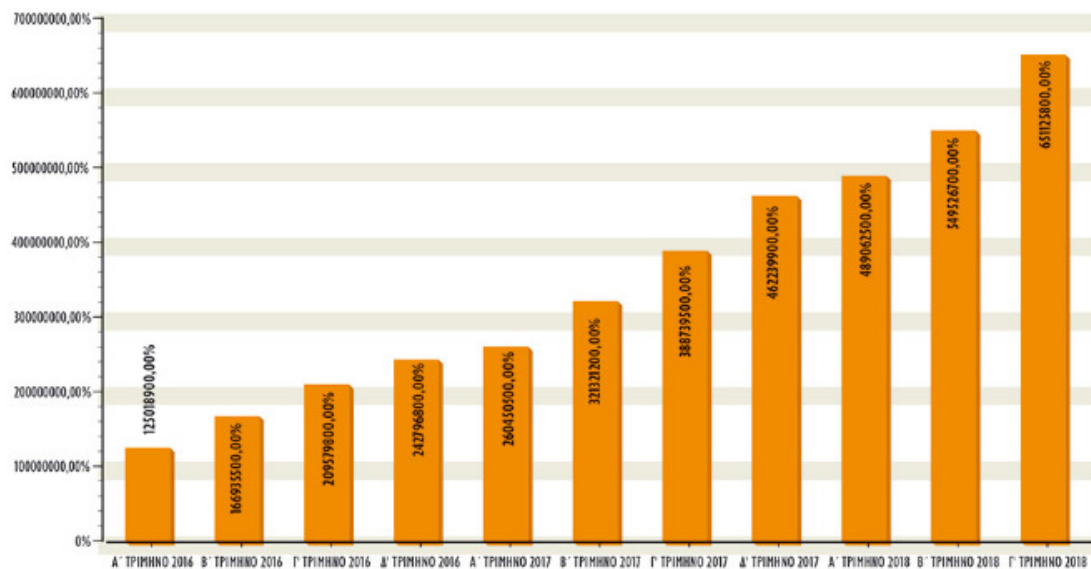
<sup>23</sup> F. Gordon, J. Deighton, M. Ullrich, S. Marcu, (2018), *Banking in digital world*, EFMA, ATKearney.

<sup>24</sup> H. Chien-Ta, L. Wen-Chuan, (2010), *Measuring the service quality of internet banking: scale development and validation*, European Business Review, 22(1), pp. 3-26.

<sup>25</sup> D. Fozia, (2017), *E-Banking: Introduction, History and Security Issues*, LAP LAMBERT Academic Publishing.

<sup>26</sup> Ε. Βασιλάκου, (2017), *Ηλεκτρονική τραπεζική*, Διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, Θεσσαλονίκη.



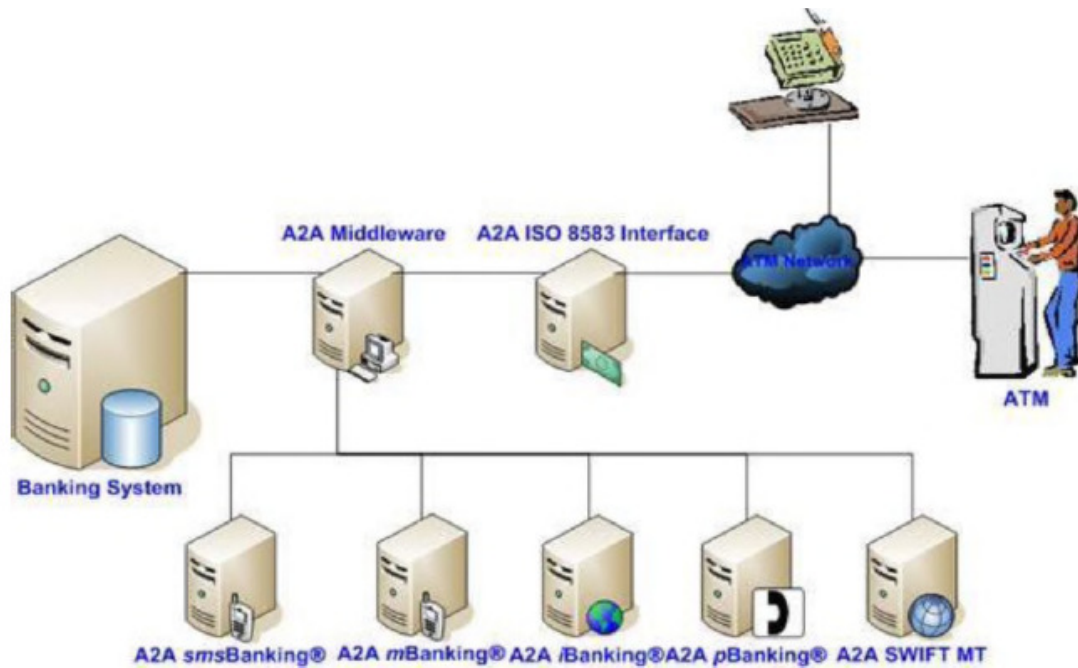


Εικόνα 2.3 : Ο αριθμός εγχρήματων συναλλαγών στο ελληνικό mobile banking (2016-2018)<sup>27</sup>

Σε περίπτωση που εστιάσουμε στην ανάπτυξη της κινητής τηλεφωνίας στην εθνική αγορά, τότε αυτή η τακτική έχει όλες τις προοπτικές να αποτελέσει στο κοντινό μέλλον ένα ευρέως διαδεδομένο και χρησιμοποιούμενο κανάλι υλοποίησης ηλεκτρονικών συναλλαγών. Τεράστια σημασία ενέχει η ασφάλεια των συναλλαγών καθώς επίσης η πιστοποίηση των χρηστών.<sup>28</sup>

<sup>27</sup> [<https://www.euro2day.gr/news/economy/article/165574/ta-nea-shedia-ton-trapezon-se-internet--mobile-ban.html>]

<sup>28</sup> A. Akhlaq, E. Ahmed, (2013), *The effect of motivation on trust in the acceptance of internet banking in a low income country*, International Journal of Bank Marketing, 31(2), pp. 113-129.



Εικόνα 2.4 : Κοινό τραπεζικό σύστημα και είδη ηλεκτρονικής τραπεζικής

Οι χρήστες αυτής της τεχνικής έχουν την ευχέρεια να παρακολουθούν αλλά και να ελέγχουν το χαρτοφυλάκιό τους και τα υπόλοιπα των λογαριασμών τους, να μεταφέρουν χρήματα, να πληρώνουν λογαριασμούς και κάρτες, να αιτούνται τραπεζικά αγαθά καθώς επίσης και τραπεζικές υπηρεσίες. Στην εικόνα, η οποία ακολουθεί (βλέπε εικόνα 2.4), διακρίνουμε πως οι διαφορετικοί τύποι της ηλεκτρονικής τραπεζικής συνδέονται σε ένα κοινό τραπεζικό σύστημα.<sup>29</sup>

Η επιλογή της συγκεκριμένης τεχνικής έγινε καθώς οι τραπεζικοί οργανισμοί θέλησαν να εκμεταλλευτούν την ανάπτυξη του τομέα της κινητής τηλεφωνίας, προκειμένου να έχουν την ευχέρεια να παρέχουν στους καταναλωτές τους αγαθά και υπηρεσίες με υψηλότερη ποιότητα. Με τον τρόπο αυτόν, σιγά-σιγά δημιουργήθηκε ένα καινούριο πλαίσιο ηλεκτρονικής τραπεζικής που υλοποιείται διαμέσου φορητών συσκευών. Η εν λόγω τακτική μοιάζει με την ηλεκτρονική τραπεζική αλλά προσφέρει εύκολη είσοδο στους εν δυνάμει καταναλωτές, καθώς είναι εφικτό να χρησιμοποιηθεί ανεξαρτήτως του μέρους στο οποίο βρίσκονται οι ίδιοι.<sup>30</sup>

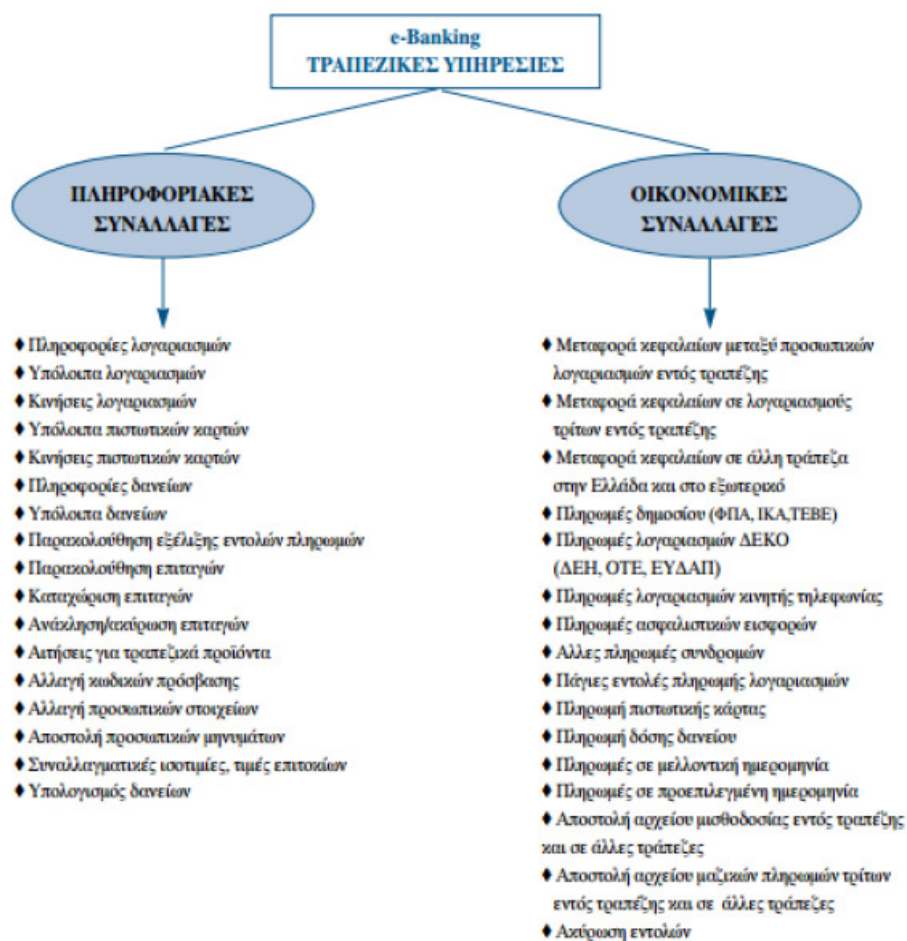
<sup>29</sup> H. Chien-Ta, L. Wen-Chuan, (2010), *Measuring the service quality of internet banking: scale development and validation*, European Business Review, 22(1), pp. 3-26.

<sup>30</sup> Ε. Βασιλάκου, (2017), *Ηλεκτρονική τραπεζική*, Διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, Θεσσαλονίκη.

## 25 Υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής

Η τραπεζική αυτής της μορφής προσφέρει την ευχέρεια προσφοράς ευρέως φάσματος υπηρεσιών από τους σύγχρονους τραπεζικούς οργανισμούς προς τους καταναλωτές, που έχουν άμεση σχέση με απλές πληροφοριακές συναλλαγές και αιτήσεις, έως και πολύπλοκες τραπεζικές δράσεις, οι οποίες ως επί το πλείστον έχουν άρρηκτη σχέση με χρηματιστηριακές συναλλαγές, επενδυτικές κινήσεις αλλά και ασφαλιστήρια συμβόλαια.<sup>31</sup>

Βάσει ερευνών που έχουν υλοποιηθεί πριν μερικά χρόνια, το σύνολο των υπηρεσιών αυτής της μορφής κατά κύριο λόγο εκτείνεται σε 3 διαφοροποιημένες ομάδες που είναι οι τραπεζικές υπηρεσίες, οι ασφαλιστικές υπηρεσίες καθώς επίσης και οι επενδυτικές υπηρεσίες. Και για τις τρεις αυτές κατηγορίες υπηρεσιών αυτής της μορφής έχουν αναπτυχθεί τόσο χρηματοοικονομικές όσο και πληροφοριακές συναλλαγές.<sup>32</sup>



Εικόνα 2.5 : Τραπεζικές υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής<sup>33</sup>

<sup>31</sup> Α. Σινανιώτη-Μαρούδη, Ι. Φαρσαρώτας, (2005), *Ηλεκτρονική τραπεζική*, Εκδόσεις Σακκούλας, Αθήνα.

<sup>32</sup> Β.Γ. Αγγέλης, (2005), *Η βίβλος του e-banking*, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα.

<sup>33</sup> Ε. Βασιλάκου, (2017), *Ηλεκτρονική τραπεζική*, Διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, Θεσσαλονίκη.

## 26 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα

### 26.1 Πλεονεκτήματα

Τα οφέλη από τη χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής μορφής του τραπεζικού συστήματος κατηγοριοποιούνται σε οφέλη για λογαριασμό των τραπεζικών οργανισμών και σε οφέλη για λογαριασμό των καταναλωτών. Όσον αφορά την πρώτη περίπτωση, η πραγματοποίηση ηλεκτρονικών μέσων υλοποίησης των συναλλαγών παρέχει ένα μεγάλο σύνολο από καθοριστικές πλεονεκτήματα για αυτούς τους οργανισμούς.<sup>34</sup>

Ένα εξ αυτών είναι η ελάττωση του λειτουργικού κόστους. Οι συναλλαγές αυτής της μορφής διαμέσου των καναλιών ηλεκτρονικής μορφής, ενέχουν λιγότερο κόστος από τις ανάλογες δράσεις εντός των καταστημάτων. Εξίσου σημαντικό όφελος είναι η αισθητή ελάττωση του εργασιακού χρόνου των τραπεζικών εργαζομένων, που αντί να κατασπαταλούν πολύτιμο χρόνο για την διεκπεραίωση χρονοβόρων συναλλαγών, έχουν την ευχέρεια να γίνουν περισσότερο αποτελεσματικοί σε διαφορετικού είδους υπηρεσίες, όπως είναι για παράδειγμα η προώθηση και οι πωλήσεις των αγαθών και των υπηρεσιών στους καταναλωτές.<sup>35</sup>

Εξίσου καθοριστική είναι και η ανοδική τάση των εισροών. Η παροχή εναλλακτικών μέσων από τους εν λόγω οργανισμούς είχε σαν βασικότερη επίπτωση τη σημαντική ανοδική τάση των εισροών τους, που προέρχεται κατά κύριο λόγο από τη διεύρυνση των εν δυνάμει καταναλωτών. Ακόμα, η επέκταση των δράσεων αυτής της μορφής σε τοποθεσίες που δεν διατίθεται υποκατάστημα του οργανισμού αποτέλεσε μια μέθοδο αύξησης των κερδών των συγκεκριμένων οργανισμών.<sup>36</sup>

Ως σημαντικό όφελος λογίζονται και οι καινούριες ευκαιρίες που συνάπτονται στην αγορά. Η ραγδαία διαδικτυακή ανάπτυξη παρείχε σημαντική βοήθεια σε καινούρια επιχειρηματικά μοντέλα. Το εμπόριο χάρη στη χρησιμοποίηση ηλεκτρονικών μέσων αποτελεί βασική πηγή κερδοφορίας στη σύγχρονη εποχή για όλους τους οργανισμούς. Με τη δυναμική άνοδο των ηλεκτρονικών αγορών, υπήρξε καθοριστική ανοδική τάση και των προμηθειών που οι εν λόγω οργανισμοί λαμβάνουν από τις συγκεκριμένες δράσεις.<sup>37</sup>

Εξίσου σημαντικά οφέλη, όμως, λογίζονται πως είναι και η διεύρυνση του δικτύου εξυπηρέτησης, η ανάπτυξη αλλά και η προβολή καινοτόμων δράσεων, πρακτικών και πρωτοποριακών αγαθών και υπηρεσιών, η βελτίωση της ποιότητας εξυπηρέτησης καθώς επίσης και η ενίσχυση σε τεράστιο επίπεδο του κριτηρίου της φήμης. Τέλος, ένα εξίσου καθοριστικό όφελος για αυτούς τους οργανισμούς είναι και η απόκτηση γνώσης, καθώς η

---

<sup>34</sup> B. Tessema-Shewakena, (2017), *E-commerce and Banking Technology*, LAP LAMBERT Academic Publishing.

<sup>35</sup> B. King, (2018), *Bank 4.0: Banking everywhere, never at a bank*, Marshall Cavendish International.

<sup>36</sup> J. Chavan, (2013), *Internet banking - benefits and challenges in an emerging economy*, International Journal of Research in Business Management, 2(1), pp. 18-27.

<sup>37</sup> A. Akhlaq, E. Ahmed, (2013), *The effect of motivation on trust in the acceptance of internet banking in a low income country*, International Journal of Bank Marketing, 31(2), pp. 113-129.

τραπεζική αυτής της μορφής παρείχε ώθηση και στην ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στον χρηματοπιστωτικό κλάδο.<sup>38</sup>

Από την άλλη πλευρά, σε ό, τι έχει να κάνει με τα οφέλη για την πελατεία, είναι σημαντικό να τονιστεί πως η ανάπτυξη εναλλακτικών δικτύων υλοποίησης συναλλαγών αυτής της μορφής είχε θετικές συνέπειες, τόσο για τα φυσικά πρόσωπα όσο και για τα νομικά πρόσωπα. Στα κυριότερα οφέλη για τους καταναλωτές-φυσικά πρόσωπα περιέχονται η εξυπηρέτηση 24 ώρες το 24ωρό όλη την εβδομάδα, η αποφυγή ουρών αναμονής, η εξοικονόμηση πολύτιμου χρόνου, η ηλεκτρονική εποπτεία τραπεζικών αγαθών και η υλοποίηση ηλεκτρονικών συναλλαγών, η πρόσβαση από οποιοδήποτε σημείο, το μεγάλο σύνολο επιλογών εξόφλησης λογαριασμών, οι επενδυτικές συναλλαγές καθώς επίσης και το ελαττωμένο κόστος συναλλαγών. Εξίσου σημαντικά οφέλη, όμως, είναι και η παράμετρος της ασφαλείας στις εν λόγω συναλλαγές αλλά και οι εύκολες συναλλαγές για ΑμεΑ.<sup>39</sup>

Στα βασικότερα οφέλη για τις επιχειρήσεις, όμως, περιέχονται η προσφορά ολοκληρωμένων περιβαλλόντων πληρωμών, η πληροφόρηση του λογιστηρίου, η αποπληρωμή τυχόν προμηθευτών και η εκτέλεση μισθοδοτικών συναλλαγών με συνοπτικές δράσεις, τα διαφοροποιημένα δικαιώματα χρησιμοποίησης και πρόσβασης καθώς επίσης και η ευχέρεια των εταιριών να αναπτύξουν ένα ασφαλές δίκτυο πώλησης προϊόντων.<sup>40</sup>

## **262 Μειονεκτήματα**

Είναι γεγονός πως οι ηλεκτρονικοί τρόποι παροχής τραπεζικών προϊόντων εμφανίζουν ένα σύνολο οφελών σε σχέση με τα παραδοσιακά καταστήματα. Στον αντίποδα, ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι η χρησιμοποίηση των υπηρεσιών αυτών κρύβει και μερικά σημαντικά ελαττώματα τόσο για τους πελάτες της εκάστοτε τράπεζας όσο και για τον ίδιο τον τραπεζικό οργανισμό.<sup>41</sup>

Στα κυριότερα μειονεκτήματα από πλευράς τραπεζών περιέχονται η ανοδική τάση του ανταγωνισμού, η διάθεση σημαντικού χρόνου και αρκετών χρημάτων, οι επενδύσεις σχετικά με διαδικασίες τεχνολογικών εγκαταστάσεων και υποδομών και τέλος τα έξοδα εκπαίδευσης και κατάρτισης του ανθρώπινου δυναμικού.<sup>42</sup>

---

<sup>38</sup> J. Austin, (2017), *Emerging Multidisciplinary Processes in E-banking*, G E-Learning.

<sup>39</sup> D. Schatt, R. Laplace, (2014), *Virtual Banking: A Guide to Innovation and Partnering*, 1st Edition, Wiley Finance.

<sup>40</sup> D. Fozia, (2017), *E-Banking: Introduction, History and Security Issues*, LAP LAMBERT Academic Publishing.

<sup>41</sup> F. Gordon, J. Deighton, M. Ullrich, S. Marcu, (2018), *Banking in digital world*, EFMA, ATKearney.

<sup>42</sup> A. Singh, (2017), *e-banking concepts and implementation*, Savera.

Από την άλλη πλευρά, στα κυριότερα ελαττώματα για τους καταναλωτές περιέχονται τα ζητήματα ασφάλειας τραπεζικών συναλλαγών αυτής της μορφής, το γεγονός πως ένα μεγάλο ποσοστό των καταναλωτών αυτών των οργανισμών δεν έχουν στην ευχέρειά τους τις κατάλληλες ικανότητες με στόχο τη χρησιμοποίηση τεχνολογικά προηγμένων συστημάτων, η έλλειψη κατάλληλων υποδομών καθώς επίσης και η έλλειψη προσωπικής επαφής, που αρκετοί άνθρωποι (κυρίως μεγαλύτερης ηλικίας) βασίζονται σε αυτήν.<sup>43</sup>

Πίνακας 2.1 : SWOT Analysis ηλεκτρονικής τραπεζικής<sup>44</sup>

|   |   |
|---|---|
| <p style="text-align: center;"><b><u>ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ</u></b></p> <p>Εξυπηρέτηση 24 ώρες</p> <p>Εξοικονόμηση χρόνου</p> <p>Εκμηδενισμός απόστασης</p> <p>Ηλεκτρονικές συναλλαγές</p> <p>Εξοικονόμηση κόστους</p> <p>Παρακολούθηση ιστορικού συναλλαγών</p> <p>Παροχή καλύτερων υπηρεσιών</p>   | <p style="text-align: center;"><b><u>ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ</u></b></p> <p>Δύσκολο για ανθρώπους μεγαλύτερης ηλικίας</p> <p>Επιβάλλει την κατοχή τεχνολογίας οποιασδήποτε μορφής</p> <p>Κόστος εκπαίδευσης εργαζομένου</p>   |
| <p style="text-align: center;"><b><u>ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ</u></b></p> <p>Προσέλκυση καινούριων πελατών</p> <p>Διεύρυνση δικτύου ακόμα και σε απομακρυσμένες τοποθεσίες</p> <p>Ποιοτική εξυπηρέτηση</p> <p>Άντληση κεφαλαίων από εξοικονόμηση κόστους</p> <p>Άντληση ποιοτικών και στατιστικών δεδομένων</p> <p>Ευκαιρίες για παράλληλες εργασίες</p> | <p style="text-align: center;"><b><u>ΑΠΕΙΛΕΣ</u></b></p> <p>Ασφάλεια συναλλαγών</p> <p>Τραπεζικό απόρρητο</p> <p>Διαπροσωπικές σχέσεις</p> <p>Ελάττωση ανθρώπινου δυναμικού</p> <p>Έλλειψη εμπιστοσύνης από ένα ποσοστό πελατών</p> <p>Υψηλό κόστος που εμποδίζει την εξέλιξη</p> |

<sup>43</sup> A. Akhlaq, E. Ahmed, (2013), *The effect of motivation on trust in the acceptance of internet banking in a low income country*, International Journal of Bank Marketing, 31(2), pp. 113-129.

<sup>44</sup> E. Musaev, M. Yousoof, (2015), *A review on internet banking security and privacy issues in Oman*, ICIT, The 7th International Conference on information technology.

## ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

### 3.1 Εφαρμογή στην Ελλάδα

Σε ήδη διαμορφωμένες τεχνολογικά αγορές της σημερινής εποχής, η ανάπτυξη δράσεων διαμέσου του διαδικτύου έχει ρόλο προοδευτικής και όχι ριζοσπαστικής καινοτόμας πρακτικής. Η ταχύτητα η οποία εξελίσσεται σε ένα καινούριο σύστημα, όπως είναι για παράδειγμα η ηλεκτρονική τραπεζική, έχει άμεση σχέση με τη διάθεση των καταναλωτών και τη δυσμένεια στην διεκπεραίωση των τραπεζικών συναλλαγών διαμέσου των άλλων δικτύων διανομής οικονομικών υπηρεσιών.<sup>45</sup>

Στη χώρα μας σε σχέση με τα διεθνή δεδομένα εντοπίζεται χαμηλή διείσδυση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, κάτι το οποίο σταδιακά, όμως, εξαλείφεται καθώς σιγά-σιγά παρουσιάζει ολοένα και μεγαλύτερη ανοδική τάση. Η χαμηλή διείσδυση των προηγούμενων ετών ως επί το πλείστον προέρχεται από τα γενικότερα χαμηλά ποσοστά εξοικείωσης του πληθυσμού της χώρας μας με τις καινούριες τεχνολογίες, που έχει σαν κυριότερη συνέπεια ο κόσμος να αντιμετωπίζει την τραπεζική αυτής της μορφής με μεγάλη δυσπιστία ακόμη και τη σύγχρονη εποχή.<sup>46</sup>

Παρόλα αυτά, τα προηγούμενα χρόνια το σύνολο παρόμοιας μορφής υπηρεσιών παρουσιάζει σταδιακή ανοδική τάση. Ειδικότερα, στα τέλη της περιόδου του 2006, οι χρήστες υπηρεσιών αυτού του είδους ξεπερνούσαν τους 500 χιλιάδες, κάτι το οποίο ήταν εξαιρετικά αισιόδοξο εκείνη την περίοδο, εάν σκεφτεί κάποιος πως κατά την περίοδο του 2001 δε ξεπερνούσαν τους 150 χιλιάδες χρήστες.<sup>47</sup>

Έρευνες εκείνης της περιόδου ανέφεραν πως οι χρήστες των ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών στη χώρα μας έφταναν το 15% του συνόλου των χρηστών του διαδικτύου σε εθνικό επίπεδο, ενώ ένα μικρό ποσοστό προχωρούσε στη χρησιμοποίηση του εν λόγω μέσου για συναλλαγές χρηματιστηριακής μορφής. Οι ίδιες έρευνες ανέφεραν πως οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες των τραπεζικών οργανισμών της χώρας μας δεν υστερούσαν σε τίποτα από τις αντίστοιχες των τραπεζικών οργανισμών του εξωτερικού, διασφαλίζοντας αμεσότητα, ικανοποιητική εξυπηρέτηση καθώς επίσης και ασφάλεια στους χρήστες.<sup>48</sup>

<sup>45</sup> Α. Σινανιώτη-Μαρούδη, Ι. Φαρσαρώτας, (2005), *Ηλεκτρονική τραπεζική*, Εκδόσεις Σακκούλας, Αθήνα.

<sup>46</sup> Δ. Μυρτίδης, (2008), *Μέσα Τραπεζικής Εργασίας, Τραπεζική Πληροφορική*, Β' έκδοση, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.

<sup>47</sup> Χ. Γκότσης, (2007), *Τεχνολογικές Εφαρμογές στη Λειτουργία των Τραπεζών*, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.

<sup>48</sup> Β.Γ. Αγγέλης, (2005), *Η βίβλος του e-banking*, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα.

Στο περιβάλλον της ηλεκτρονικής τραπεζικής δρουν με τεράστια επιτυχία εδώ και μερικά έτη οι πιο πολλοί τραπεζικοί οργανισμοί οι οποίοι δρουν στην επικράτεια της χώρας μας. Οι πιστωτικοί αυτοί οργανισμοί σε εθνικό επίπεδο έχουν αναπτύξει την ηλεκτρονική τραπεζική με αργά βήματα και μακρύ διάστημα σε πιλοτικά συστήματα, καθώς τα στελέχη της πληροφορικής κλήθηκαν να εκπονήσουν προγράμματα για το καινούριο σύστημα, δίχως να υφίσταται παλαιότερη εμπειρία στο συγκεκριμένο κλάδο.<sup>49</sup>

Με την ηλεκτρονική τραπεζική υφίσταται η απαίτηση υποστήριξης των χρηστών (monitoring, help desk κλπ) που να διαδραματίζει υποστηρικτικό ρόλο στη διόρθωση πιθανόν σφαλμάτων κατά τις συναλλαγές οι οποίες υλοποιούνται διαμέσου του διαδικτύου. Οι οργανισμοί αυτοί χρειάστηκαν μεγάλη χρονική περίοδο σε σχετικά πιλοτικά προγράμματα με στόχο τη διεξοδική διερεύνηση του εν λόγω ζητήματος, πριν οριστικοποιήσουν το καινούριο οργανόγραμμά τους.<sup>50</sup>

Με κυριότερο σκοπό να καταφέρουν να παρέχουν την κατάλληλη υποστήριξη στους πελάτες, οι οργανισμοί αυτής της μορφής προέβησαν σε εσωτερικές ανακατατάξεις και ανέπτυξαν καινοτόμες υπηρεσίες με στόχο την εποπτεία, την υποστήριξη των χρηστών καθώς επίσης και τη διαχείριση τόσο του συστήματος όσο και των κινδύνων που κρύβονται στις συναλλαγές αυτής της μορφής διαμέσου του διαδικτύου.<sup>51</sup>

Τα ιδρύματα αυτά ήταν ζωτικής σημασίας να αξιολογήσουν τις εναλλακτικές ικανότητες και στη συνέχεια να πάρουν αποφάσεις που έχουν άμεση σχέση με την στρατηγική την οποία θα εφαρμόσουν για το εν λόγω ζήτημα. Τόσο στην περίπτωση προσέλκυσης ανθρώπινου δυναμικού διαμέσου καινούριων προσλήψεων όσο και με την κατάρτιση του ήδη υπάρχοντος πέρασε μεγάλο χρονικό διάστημα έως να τελειώσουν οι αντίστοιχες δράσεις.<sup>52</sup>

Η εισχώρηση της χώρας μας στην ONE προσέφερε την ευχέρεια στους τραπεζικούς οργανισμούς της χώρας μας να εκσυγχρονιστούν και να καταφέρουν να εναρμονίσουν τη δράση τους σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα. Ακόμα, εξίσου σημαντικό ρόλο έπαιξε και η εισαγωγή του ευρώ στην εγχώρια αγορά που επέφερε καθοριστικές αλλαγές σε όλες τις χρηματοπιστωτικές δράσεις του τραπεζικού συστήματος της χώρας μας.

Οι πιστωτικοί οργανισμοί στο καινούριο περιβάλλον του κοινού νομίσματος με στόχο να συντηρήσουν τον αριθμό των τακτικών καταναλωτών τους και να παρουσιάσουν ανοδική τάση των εισοδημάτων τους ήταν σημαντικό να παρέχουν και καινούρια αγαθά και υπηρεσίες σε συνδυασμό με την παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών. Σε όλα αυτά καθοριστικό ρόλο έπαιξε η ηλεκτρονική τραπεζική καθώς έχοντας διεθνή εμπέλεια, παρείχε την ευχέρεια να βελτιώσουν σε μεγάλο βαθμό την ανταγωνιστικότητά και την παραγωγικότητά τους, να παρουσιάσουν ανοδική τάση του μεριδίου τους στην παγκόσμια

---

<sup>49</sup> Ε. Βασιλάκου, (2017), *Ηλεκτρονική τραπεζική*, Διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, Θεσσαλονίκη.

<sup>50</sup> Α. Σινανιώτη-Μαρούδη, Ι. Φαρσαρώτας, (2005), *Ηλεκτρονική τραπεζική*, Εκδόσεις Σακκούλας, Αθήνα.

<sup>51</sup> Β.Γ. Αγγέλης, (2005), *Η βίβλος του e-banking*, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα.

<sup>52</sup> Δ. Μυρτίδης, (2008), *Μέσα Τραπεζικής Εργασίας, Τραπεζική Πληροφορική*, Β' έκδοση, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.



αγορά, κάτι το οποίο ήταν εξαιρετικά καθοριστικό για τους συγκεκριμένους οργανισμούς εξαιτίας του τεράστιου συνόλου Ελλήνων της διασποράς.<sup>53</sup>

Καθοριστικό ρόλο στην καθυστέρηση όλων αυτών έπαιξαν τα σημαντικά ζητήματα ασφαλείας που αποτελούσαν όλα αυτά τα χρόνια καθοριστικό ανασταλτικό παράγοντα στη διάδοση των συγκεκριμένων υπηρεσιών, καθώς με αυτές τις τακτικές, οι πιστωτικοί οργανισμοί είχαν μεταβιβάσει ξαφνικά στους χρήστες την ευθύνη αναγνώρισης της αυθεντικής ιστοσελίδας τους.<sup>54</sup>

Παρά το γεγονός πως οι εν λόγω ιστοσελίδες φροντίζουν να προσφέρουν λεπτομερή δεδομένα με στόχο τη διευκόλυνση της εποπτείας από τους καταναλωτές, αυτό δεν απέκλειε μια ιστοσελίδα αυτής της μορφής να ήταν ψεύτικη, προκειμένου να αντιγράψει είτε να αναπτύξει μερικές δικές της αντίστοιχες ενδείξεις και να παραπλανήσει τους χρήστες.<sup>55</sup>

Οι οργανισμοί αυτής της μορφής διαβεβαίωναν πως εφαρμόζουν απαραβίαστα τεχνολογικά συστήματα, αλλά παρά το γεγονός αυτό μεγάλο ποσοστό των καταναλωτών διατηρούσε, όπως και σήμερα σε μικρότερο όμως ποσοστό, τις επιφυλάξεις τους και τις αμφιβολίες τους. Οι τεχνολογίες ασφαλείας στο διαδίκτυο που χρησιμοποιούν αυτοί οι οργανισμοί αναφέρονται στην κύρια προστασία η οποία προσφέρεται με τη χρησιμοποίηση user ID, κωδικών ασφαλείας, κρυπτογραφικών τακτικών (όπως για παράδειγμα Secure Socket Layer) και διαφοροποιημένων μέτρων προστασίας, που όμως δεν αποτελούν πανάκεια.<sup>56</sup>

Οι πιστωτικοί οργανισμοί επισημαίνουν πως έχουν υιοθετήσει τα πιο εξελιγμένα και σύγχρονα συστήματα ασφαλείας με ένδειξη την κλειστή κλειδαριά στο κάτω μέρος του ιστότοπού τους. Όλα τα παραπάνω προβλημάτισαν, κυρίως τα πρώτα χρόνια, τους χρήστες του διαδικτύου με κυριότερη συνέπεια πολλές φορές να αποφεύγουν την υλοποίηση συναλλαγών αυτής της μορφής.<sup>57</sup>

Ο πρώτος τραπεζικός οργανισμός που παρείχε υπηρεσίες άμεσα σχετιζόμενες με το διατραπεζικό ηλεκτρονικό σύστημα αποτέλεσε η ΕΓΝΑΤΙΑ κατά το έτος 1997. Οι πιο πολλές εμπορικές τράπεζες εκείνη την περίοδο παρείχαν την ευχέρεια των κυριότερων τραπεζικών δράσεων και υπηρεσιών διαμέσου του διαδικτύου, όπως έλεγχο των κινήσεων του λογαριασμού, κατάθεση αίτησης για πιστωτική κάρτα, αναλυτική ενημέρωση για τις υπηρεσίες τις οποίες παρείχαν κλπ.<sup>58</sup>

---

<sup>53</sup> Χ. Γκότσης, (2007), *Τεχνολογικές Εφαρμογές στη Λειτουργία των Τραπεζών*, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.

<sup>54</sup> Ε. Βασιλάκου, (2017), *Ηλεκτρονική τραπεζική*, Διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, Θεσσαλονίκη.

<sup>55</sup> Δ. Μυρτίδης, (2008), *Μέσα Τραπεζικής Εργασίας, Τραπεζική Πληροφορική*, Β' έκδοση, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.

<sup>56</sup> Ε. Βασιλάκου, (2017), *Ηλεκτρονική τραπεζική*, Διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, Θεσσαλονίκη.

<sup>57</sup> Α. Σινανιώτη-Μαρούδη, Ι. Φαρσαρώτας, (2005), *Ηλεκτρονική τραπεζική*, Εκδόσεις Σακκούλας, Αθήνα.

<sup>58</sup> Ι. Φαρσαρώτας, (2009), *Κατανοώντας τη σύγχρονη τραπεζική*, 1η Έκδοση, Εκδόσεις Σάκκουλας Α.Ν., Αθήνα.

Την περίοδο του 2000, η Πειραιώς ανέπτυξε την 1<sup>η</sup> ολοκληρωμένη πλατφόρμα αυτής της μορφής, με την ονομασία WINBANK. Από εκείνη την περίοδο και μετέπειτα όλες οι τράπεζες της χώρας μας εισήγαγαν παρόμοιες πλατφόρμες με κυριότερο στόχο την εξυπηρέτηση των καταναλωτών. Αυτές οι πλατφόρμες παρείχαν όλες τις σύγχρονες ευκολίες, όπως είναι για παράδειγμα οι συναλλαγές μέσω ηλεκτρονικού τρόπου, μεταφορές κεφαλαίων σε εγχώριο και όχι μόνο επίπεδο, διαφοροποιημένους τύπους πληρωμών, χρηματιστηριακές συναλλαγές κλπ.<sup>59</sup>

Παρά το γεγονός πως έως και την περίοδο του 2015, η χρησιμοποίηση των παραπάνω υπηρεσιών στην Ελλάδα υπολείπονταν σε μεγάλο βαθμό από το μέσο όρο της ΕΕ, αφού σύμφωνα με δεδομένα της περιόδου του 2014, στη χώρα μας, οι χρήστες των εν λόγω υπηρεσιών ήταν 13% του συνόλου των χρηστών του συγκεκριμένου μέσου (ενώ στην ΕΕ ήταν 52%), το τοπίο ξεκίνησε να μεταβάλλεται με σημαντικούς ρυθμούς από τα μέσα της περιόδου του 2015.<sup>60</sup>

Πιο συγκεκριμένα από τις 29 Ιουνίου εκείνης της χρονιάς με την πράξη νομοθετικού περιεχομένου που ονομαζόταν «Τραπεζική αργία βραχείας διάρκειας». Η συγκεκριμένη κατάσταση σήμαινε ότι για 1 εβδομάδα, η μοναδική μέθοδος υλοποίησης συναλλαγών θα ήταν η ηλεκτρονική τραπεζική, κάτι που θα γινόταν μόνιμο και από το επόμενο διάστημα αφού θα ίσχυαν ακόμα τα capital controls.<sup>61</sup>

Εκείνη η περίοδος αποτέλεσε σημαντικό σημείο για τη χώρα μας και το ξεκίνημα μιας καινούριας περιόδου για τις σύγχρονες συναλλαγές διαμέσου των συστημάτων ηλεκτρονικής τραπεζικής. Στην Εθνική Τράπεζα της χώρας μας εκείνο το καλοκαίρι ολοκληρώθηκαν 55 χιλιάδες εγγραφές καινούριων χρηστών ηλεκτρονικής τραπεζικής, ενώ στην Eurobank έγιναν 26 χιλιάδες εγγραφές και στην Πειραιώς περισσότερες από 48 χιλιάδες εγγραφές.<sup>62</sup>

Έρευνες έχουν δείξει πως μετά από την εβδομάδα αργίας που αναφέρθηκε παραπάνω, υπήρξε ανοδική τάση των ηλεκτρονικών συναλλαγών, τόσο σε συχνότητα όσο και σε αριθμό σε ποσοστό 30% συγκριτικά με τα επίπεδα πριν από την επιβολή των περιορισμών κινήσεων διαμέσου των capital controls εκείνης της περιόδου. Εκείνη την περίοδο, οι χρήστες αυτών των υπηρεσιών ξεπέρασαν το 1,5 εκατομμύριο, κάτι το οποίο ήταν

---

<sup>59</sup> N. Satsios, (2009), *Internet Banking in Greece-Trends and Practices - A research and analysis in availability and use of internet banking*, The University of Greenwich Business School.

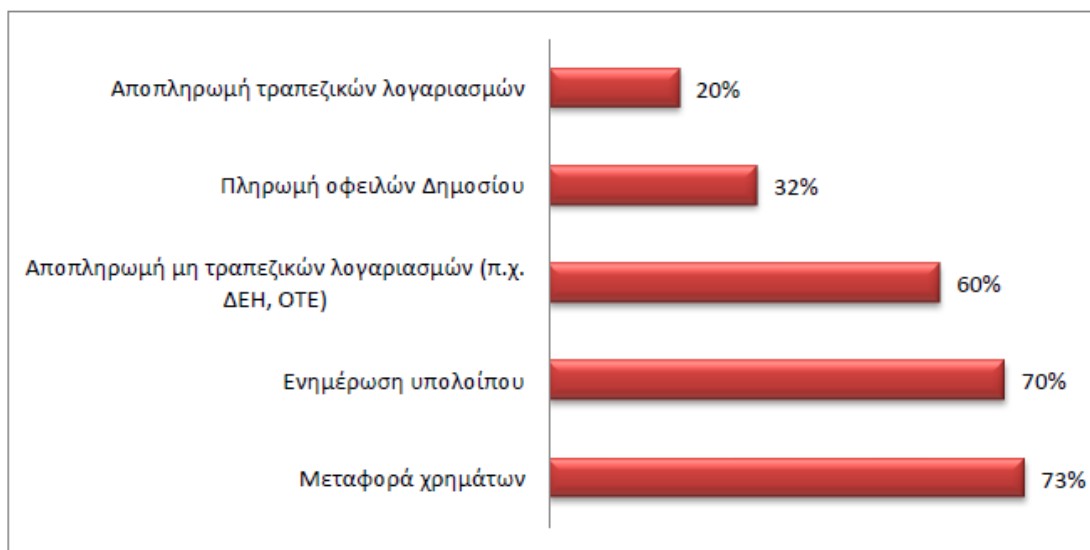
<sup>60</sup> Ε. Βασιλάκου, (2017), *Ηλεκτρονική τραπεζική*, Διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, Θεσσαλονίκη.

<sup>61</sup> Π. Κηπουρός, (2018), *ΑΤΜ: Ιστορία, προοπτική και ο μετασχηματισμός του τραπεζικού καταστήματος*, Διπλωματική εργασία, Σχολή Κοινωνικών Επιστημών, Τμήμα Τραπεζικής, ΕΑΠ, Πάτρα.

<sup>62</sup> Ο. Βαγγέλη, (2018), *Μάρκετινγκ νέων ψηφιακών προϊόντων και υπηρεσιών στον Ελληνικό τραπεζικό κλάδο: Η αποτελεσματικότητα του e-banking*, Πανεπιστήμιο Πατρών, Σχολή Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πάτρα.

εξαιρετικά ελπιδοφόρο, εάν αναλογιστεί κάποιος πως ο ίδιος αριθμός την περίοδο του 2001 δεν ξεπερνούσε τις 150 χιλιάδες.<sup>63</sup>

Παρά το γεγονός πως έχουν υπάρξει όλες οι παραπάνω αλλαγές, η χώρα δεν έχει εναρμονιστεί πλήρως με τα πρότυπα τα οποία ορίζει η ΕΕ. Σε έρευνα που υλοποιήθηκε εκείνη την περίοδο, βρέθηκε πως η Ελλάδα ήταν σημαντικό να εντατικοποιήσει όσο το δυνατόν περισσότερο τη χρησιμοποίηση αυτών των υπηρεσιών, προκειμένου να συνάδει με το μέσο όρο των υπόλοιπων κρατών μελών της ΕΕ. Μάλιστα, σύμφωνα με τη συγκεκριμένη έρευνα, εστιάζοντας στο σύνολο των συναλλαγών οι οποίοι υλοποιούνταν για κάθε πολίτη, το ελλαδικό κράτος βρισκόταν σε απόλυτα δυσχερή κατάσταση καταλαμβάνοντας την τελευταία θέση μεταξύ των υπολοίπων κρατών.<sup>64</sup>



Εικόνα 3.1 : Συναλλαγές μέσω ηλεκτρονικής χρησιμοποίησης των διατραπεζικών μέσων μετά την επιβολή των capital controls στην Ελλάδα<sup>65</sup>

<sup>63</sup> Μ. Χρόνη, (2018), *To e-banking. Η χρήση του στην Ελλάδα. Οι καταναλωτικές προτιμήσεις των Ελλήνων*, Διπλωματική διατριβή, ΕΑΠ, Πάτρα.

<sup>64</sup> IOBE, (2015), *Η ελληνική οικονομία*, Τριμηνιαία Έκθεση, Αθήνα.

<sup>65</sup> Π. Κηπουρός, (2018), *ATM: Ιστορία, προοπτική και ο μετασχηματισμός του τραπεζικού καταστήματος*, Διπλωματική εργασία, Σχολή Κοινωνικών Επιστημών, Τμήμα Τραπεζικής, ΕΑΠ, Πάτρα.

## 32 Προοπτικές

Είναι εξαιρετικά δύσκολο να καταφέρει να προβλέψει κάποιος το μέλλον για μια αγορά η οποία μεταβάλλεται με ραγδαίους ρυθμούς. Αρκετοί αναφέρουν ότι το μέλλον της διαφήμισης και του μάρκετινγκ είναι το διαδίκτυο. Σύμφωνα με αυτό, οι πιο πολλές στατιστικές μελέτες τονίζουν ότι η ηλεκτρονική τραπεζική θα εξελιχτεί με αργούς, αλλά σταθερούς ρυθμούς καθώς η χρησιμοποίηση του συγκεκριμένου μέσου στη χώρα μας παρουσιάζει τεράστια ανοδική τάση (7 στους 10 πλέον χρησιμοποιούν υπολογιστική και διαδίκτυο).<sup>66</sup>

Τα προηγούμενα έτη το 20% του πληθυσμού είχε υλοποιήσει ηλεκτρονικές αγορές ενώ το 5% είχε κάνει συναλλαγές διαμέσου του συγκεκριμένου μέσου, δείχνοντας χωρίς καμία αμφιβολία πως το μέλλον των αγορών και των συναλλαγών και στη χώρα μας είναι μέσα από αυτό το εξαιρετικά χρήσιμο εργαλείο. Αυτό είναι εφικτό κάποιος να το αντιληφθεί εάν μάθει πως η ΕΕ είναι η πιο μεγάλη αγορά του ηλεκτρονικού εμπορίου στον κόσμο.<sup>67</sup>

Αρκετοί άνθρωποι τα πρώτα χρόνια είχαν φοβηθεί να υλοποιήσουν συναλλαγές αυτής της μορφής καθώς είχαν αναπτύξει λανθασμένη εντύπωση από την κακή ενημέρωση που είχαν λάβει. Η χώρα μας είναι ένα κράτος το οποίο δεν είναι ακόμη πλήρως εξοικειωμένο με τις συναλλαγές αυτής της μορφής, παρόλο που συνεχώς το ποσοστό αυτό παρουσιάζει καθοριστική ανοδική τάση. Η επίλυση των ζητημάτων της ασφάλειας και η μεταβολή των αντιλήψεων των συμμετεχόντων σε αυτό το ζήτημα θα εκτινάξει τη χρησιμοποίηση των πληρωμών αυτής της μορφής.<sup>68</sup>

Οι τραπεζικοί οργανισμοί που δραστηριοποιούνται εντός της ελληνικής επικράτειας οφείλουν να επενδύσουν περισσότερο, έχοντας ως βασική επιδίωξη την ολική βελτιστοποίηση της μορφής των ιστοσελίδων τους. Παρά την παγκόσμια χρηματοοικονομική ύφεση και την κατάρρευση της οικονομίας σε διεθνές επίπεδο, οι εν λόγω οργανισμοί εξακολουθούν να επενδύουν στις ιστοσελίδες τους και να προσθέτουν καινούριες υπηρεσίες και αγαθά, με στόχο να εξυπηρετήσουν τους καταναλωτές και να καλύψουν τις ανάγκες τους.<sup>69</sup>

Οι συγκεκριμένοι οργανισμοί πειραματίζονται με τις καινούριες τεχνολογίες και μελετούν διαφοροποιημένα διαλογικά μέσα και εφαρμογές, προκειμένου να ενθαρρύνουν τους πελάτες να κάνουν χρήση αυτής της τεχνολογίας. Το μέλλον αυτών των υπηρεσιών είναι η πλήρης ένταξή τους με την έννοια της τραπεζικής εξυπηρέτησης. Όπως διακρίνεται από

---

<sup>66</sup> Κ. Λυμπερόπουλος, (2014), *Στρατηγικό Τραπεζικό Μάρκετινγκ*, 1η Έκδοση, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα

<sup>67</sup> I. Santouridis, M. Kyritsi, (2014), *Investigating the determinants of internet banking adoption in Greece*, *Procedia Economics and Finance*, 9(2), pp. 500-518.

<sup>68</sup> Κ. Pantelidis, (2014), *e-Banking: A comparison study between Greek and foreign financial institutions, perspectives, weaknesses and innovations*, Master Thesis, School of Business Administration, Department of Accounting and Finance, Thessaloniki.

<sup>69</sup> Ο. Βαγγέλη, (2018), *Μάρκετινγκ νέων ψηφιακών προϊόντων και υπηρεσιών στον Ελληνικό τραπεζικό κλάδο: Η αποτελεσματικότητα του e-banking*, Πανεπιστήμιο Πατρών, Σχολή Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πάτρα.

όλα όσα έχουμε παρουσιάσει μέχρι τώρα στη συγκεκριμένη εργασία, οι υπηρεσίες αυτής της μορφής σταδιακά κερδίζουν την εμπιστοσύνη των χρηστών της χώρας μας.<sup>70</sup>

Το μέλλον είναι εφικτό κάποιος να πει ότι βρίσκεται στις καινούριες γενιές, καθώς με την γνώση που διαθέτουν γύρω από τις τεχνολογίες είναι σίγουρο πως θα χρησιμοποιήσουν και συνεπώς θα προωθήσουν τα συγκεκριμένα δίκτυα. Η κατάλληλη και η ορθή ενημέρωση είναι εκείνη η οποία θα παίξει καθοριστικό ρόλο στην ολική ανοδική τάση της χρησιμοποίησης των εν λόγω υπηρεσιών.<sup>71</sup>

Κλείνοντας τη συγκεκριμένη ενότητα, είναι σημαντικό να τονιστεί πως στο μέλλον οι κυριότεροι σκοποί των συστημάτων αυτών των υπηρεσιών είναι να βελτιωθούν σε μεγάλο βαθμό οι προσφερόμενες υπηρεσίες, αλλά και η υλοποίηση του επανασχεδιασμού των συγκεκριμένων συναλλαγών, προκειμένου οι χρήστες οι οποίοι δεν χρησιμοποιούν τόσο συχνά είτε ακόμα και καθόλου τις υπηρεσίες να δελεαστούν από ένα πιο ελκυστικό και ευέλικτο πακέτο. Επίσης, ένας μελλοντικός σχεδιασμός-σκοπός είναι να διερευνήσουν κατά πόσο είναι αξιόπιστες και αποδοτικές οι τραπεζικές διαδικτυακές υπηρεσίες μετά από χρησιμοποίηση στατιστικών στοιχείων από διεθνούς οργανισμούς τραπεζικής δραστηριότητας της Ευρωπαϊκής Ένωσης.<sup>72</sup>

---

<sup>70</sup> Δ. Μυρτίδης, (2008), *Μέσα Τραπεζικής Εργασίας, Τραπεζική Πληροφορική*, Β' έκδοση, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.

<sup>71</sup> Κ. Pantelidis, (2014), *e-Banking: A comparison study between Greek and foreign financial institutions, perspectives, weaknesses and innovations*, Master Thesis, School of Business Administration, Department of Accounting and Finance, Thessaloniki.

<sup>72</sup> Α. Akhlaq, Ε. Ahmed, (2013), *The effect of motivation on trust in the acceptance of internet banking in a low income country*, International Journal of Bank Marketing, 31(2), pp. 113-129.

## IBANK STORES ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

### 4.1 Ηλεκτρονική τραπεζική Εθνικής Τράπεζας

Η συγκεκριμένη τράπεζα αναπτύχθηκε την περίοδο του 1841 σαν εμπορικός τραπεζικός οργανισμός. Η υλοποίηση συναλλαγών χάρη στη χρησιμοποίηση ηλεκτρονικών μέσων κατέστη δυνατή στους εν δυνάμει χρήστες του διαδικτυακού ιστοτόπου κατά το έτος 2000, ενώ παράλληλα ο κύριος όγκος πελατών είχε τη δυνατότητα διεκπεραίωσης των συναλλαγών με τον εν λόγω οργανισμό διαμέσου του κινητού τους τηλεφώνου ήδη από την περίοδο του '99.<sup>73</sup>

Ο οργανισμός αυτός διαμέσου της ηλεκτρονικής τραπεζικής προσφέρει στους καταναλωτές του (είτε φυσικά είτε νομικά πρόσωπα) ένα μεγάλο σύνολο σημαντικών υπηρεσιών. Ειδικότερα, μεταξύ άλλων, οι καταναλωτές έχουν την ευχέρεια να ενημερώνονται σχετικά με τα στοιχεία του λογαριασμού τους, το ιστορικό περιεχόμενο αυτών για χρονικό διάστημα που να μην υπερβαίνει τους 6 μήνες και τέλος τη πληροφόρηση σχετικά με τις μεταφορές χρημάτων μεταξύ λογαριασμών αυτών στην ίδια ή σε άλλη τράπεζα.<sup>74</sup>

Ακόμα, οι επαγγελματίες έχουν την ευχέρεια να πληρώνουν εργοδοτικές εισφορές καθώς επίσης και τον ΦΠΑ εφόσον, όμως, η σχετική δήλωση έχει υποβληθεί διαμέσου του Taxisnet. Επιπλέον, όλοι οι καταναλωτές έχουν την ικανότητα εξόφλησης του οφειλόμενου φόρου εισοδήματος φυσικών προσώπων. Παράλληλα, προσφέρεται η ευχέρεια πληρωμής λογαριασμών και οφειλών προς άλλες συμβεβλημένες με την τράπεζα επιχειρήσεις, ασφαλιστικές εισφορές ΤΕΒΕ κλπ με άμεση αποπληρωμή είτε με εντολή μελλοντικής χρέωσης.<sup>75</sup>

Η έλλειψη υποστήριξης όλων των πιστωτικών καρτών, παρά το γεγονός πως ο συγκεκριμένος τραπεζικός οργανισμός παρέχει πολλές από αυτές, αποτελεί την πιο βασική έλλειψη των ηλεκτρονικών υπηρεσιών αυτού του οργανισμού. Η μοναδική ευχέρεια η οποία παρέχεται είναι η πληρωμή δόσεων όλων των πιστωτικών καρτών έκδοσης ΕΤΕ, δίχως

---

<sup>73</sup> [<https://www.nbg.gr/>]

<sup>74</sup> N. Satsios, (2009), *Internet Banking in Greece-Trends and Practices - A research and analysis in availability and use of internet banking*, The University of Greenwich Business School.

<sup>75</sup> K. Pantelidis, (2014), *e-Banking: A comparison study between Greek and foreign financial institutions, perspectives, weaknesses and innovations*, Master Thesis, School of Business Administration, Department of Accounting and Finance, Thessaloniki.

βέβαια να έχει γνώση ο καταναλωτής του ποσού της ληξιπρόθεσμης οφειλής, την ημερομηνία καθώς επίσης και το διαθέσιμο ποσό για αγορές. Οι πιστωτικές κάρτες του συγκεκριμένου οργανισμού αποτελούν την αχίλλειο πτέρνα της εν λόγω τράπεζας, αφού δύσκολα έχει την ευχέρεια να μάθει ο χρήστης τις τελευταίες κινήσεις και τις οφειλές τους, εάν δεν περάσουν 3 εργάσιμες ημέρες.<sup>76</sup>

Οι καταναλωτές αυτών των υπηρεσιών της εν λόγω τράπεζας έχουν την ευχέρεια εύκολα και άμεσα από το σπίτι τους να ενημερώνονται για το χαρτοφυλάκιο μετοχών και αμοιβαίων κεφαλαίων που τηρούν στο συγκεκριμένο τραπεζικό οργανισμό, να υλοποιούν αγοροπωλησίες μετοχών καθώς επίσης και να ενημερώνονται σχετικά με τις διαδικασίες των εν λόγω κινήσεων και της υποβολής της αίτησης συμμετοχής σε δημόσιες εγγραφές στο ΧΑΑ.<sup>77</sup>

Πίνακας 4.1 : Πλήθος ταμειακών κινήσεων σε καταστήματα Εθνικής Τράπεζας κατά την περίοδο 2011-2017<sup>78</sup>

|      | <b>Ταμειακές Κινήσεις</b> | <b>Ποσοστιαία<br/>Μεταβολή ανά Έτος</b> |
|------|---------------------------|---|
| 2011 | 49.473.000                |   |
| 2012 | 49.398.000                | -0,15%                                  |
| 2013 | 57.622.000                | 16,65%                                  |
| 2014 | 58.095.000                | 0,82%                                   |
| 2015 | 66.816.000                | 15,01%                                  |
| 2016 | 37.426.000                | -43,99%                                 |
| 2017 | 32.220.000                | -13,91%                                 |

Παράλληλα, έχουν την ευχέρεια ενημέρωσης επενδυτών, χρήσης του μοναδικού αριθμού πρόσβασης (ηλεκτρονικός κλειδάριθμος), χρήσης του αριθμού επιβεβαίωσης e-code (επιβεβαιώνει από τη μεριά του τραπεζικού οργανισμού την υλοποίηση των συναλλαγών) κλπ. Επίσης, σημαντικό ρόλο διαδραματίζει και η επαφή με τον άμεσα εμπλεκόμενο, που είναι αξιόλογη και διαθέτει ένα φιλικό περιβάλλον εργασίας, δίχως, όμως, τις αντίστοιχες καλαισθητές οθόνες που εντοπίζονται σε άλλους τραπεζικούς οργανισμούς.<sup>79</sup>

<sup>76</sup> Ι. Φαρσαρώτας, (2009), *Κατανοώντας τη σύγχρονη τραπεζική*, 1η Έκδοση, Εκδόσεις Σάκκουλας Α.Ν., Αθήνα.

<sup>77</sup> Ο. Βαγγέλη, (2018), *Μάρκετινγκ νέων ψηφιακών προϊόντων και υπηρεσιών στον Ελληνικό τραπεζικό κλάδο: Η αποτελεσματικότητα του e-banking*, Πανεπιστήμιο Πατρών, Σχολή Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πάτρα.

<sup>78</sup> Π. Κηπουρός, (2018), *ΑΤΜ: Ιστορία, προοπτική και ο μετασχηματισμός του τραπεζικού καταστήματος*, Διπλωματική εργασία, Σχολή Κοινωνικών Επιστημών, Τμήμα Τραπεζικής, ΕΑΠ, Πάτρα.

<sup>79</sup> Χ. Γκότσης, (2007), *Τεχνολογικές Εφαρμογές στη Λειτουργία των Τραπεζών*, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.

Ο συγκεκριμένος οργανισμός με στόχο την ασφαλή δράση της ηλεκτρονικής τραπεζικής κάνει χρήση της κρυπτογράφησης 128 bit των διακινούμενων δεδομένων, διαμέσου του πρωτοκόλλου SSL, που λογίζεται ως απαραβίαστο για τις εφαρμογές του διαδικτύου. Το εν λόγω σύστημα, εκτός της κρυπτογράφησης την οποία υλοποιεί, παρακολουθεί συνεχώς την αυθεντικότητα της επικοινωνίας ανάμεσα στον Η/Υ και το κεντρικό σύστημα.<sup>80</sup>

Σε οποιαδήποτε πιθανή διαταραχή είτε ακόμα και παρεμβολή στη συγκεκριμένη επικοινωνία, η συναλλαγή παύει να υφίσταται και η σύνδεση του ενδιαφερομένου με το ηλεκτρονικό δίκτυο του εν λόγω τραπεζικού οργανισμού είναι σημαντικό να αποκατασταθεί από την αρχή (αναγνώριση χρήστη κλπ). Ακόμα, για λόγους ασφαλείας υλοποιείται αυτόματο κλείδωμα στην πρόσβαση στην ηλεκτρονική τραπεζική κατά την 4<sup>η</sup> προσπάθεια εισχώρησης λανθασμένων μυστικών κωδικών, και είναι σημαντικό ο καταναλωτής να επικοινωνήσει με το Help Desk του συγκεκριμένου οργανισμού.<sup>81</sup>

Η παραμονή στις ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες αυτής της μορφής για χρονικό διάστημα που ξεπερνά τα 10 λεπτά, δίχως να υλοποιούνται κάποιες συναλλαγές (μη ενεργό ποντίκι), σταματάει να ισχύει και το σύστημα επιστρέφει στην αρχική σελίδα, στην οποία είναι σημαντικό να δοθούν ξανά από την αρχή όλα τα απαιτούμενα στοιχεία, προκειμένου να γίνει από την αρχή η είσοδος του χρήστη στο συγκεκριμένο σύστημα.<sup>82</sup>

Γενικότερα, η συγκεκριμένη τράπεζα με στόχο την ταυτοποίηση των χρηστών στο διαδίκτυο και στα κινητά τηλέφωνα κάνει χρήση της ταυτοποίησης 2 παραγόντων. Η ταυτοποίηση αυτής της μορφής συνδυάζει κάτι το οποίο γνωρίζει ο καταναλωτής (όπως για παράδειγμα το όνομα χρήστη και τον κωδικό πρόσβασης) με κάτι το οποίο κατέχει (όπως για παράδειγμα συμπληρωματικός κωδικός).<sup>83</sup>

Η δράση αυτού του είδους γίνεται ακόμα πιο ασφαλής με τη χρησιμοποίηση της συσκευής i-code. Η χρησιμοποίηση αυτής της τεχνολογίας εξασφαλίζει δυνατή αυθεντικοποίηση, αφού έχει στην ευχέρειά της σημαντικές ιδιότητες και γνωρίσματα όπως είναι για παράδειγμα το γεγονός πως η εκάστοτε συσκευή συνδέεται με ένα και μοναδικό όνομα χρήστη, το γεγονός πως η παραγωγή αυτών των κωδικών κάνει χρήση του προτύπου 3DES καθώς επίσης και το γεγονός πως οι αναπτυσσόμενοι κωδικοί έχουν ισχύ 32''.<sup>84</sup>

Οι χρήστες των παραπάνω ηλεκτρονικών υπηρεσιών αυτού του τραπεζικού οργανισμού την περίοδο του 2006 έφτασαν τους 190 χιλιάδες, παρουσιάζοντας ανοδική τάση της τάξης του 55% συγκριτικά με την περίοδο του 2005. Επίσης, κατά την περίοδο του 2008,

---

<sup>80</sup> Δ. Μυρτίδης, (2008), *Μέσα Τραπεζικής Εργασίας, Τραπεζική Πληροφορική*, Β' έκδοση, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.

<sup>81</sup> Α. Σινανιώτη-Μαρούδη, Ι. Φαρσαρώτας, (2005), *Ηλεκτρονική τραπεζική*, Εκδόσεις Σακκούλας, Αθήνα.

<sup>82</sup> Β.Γ. Αγγέλης, (2005), *Η βίβλος του e-banking*, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα.

<sup>83</sup> Κ. Pantelidis, (2014), *e-Banking: A comparison study between Greek and foreign financial institutions, perspectives, weaknesses and innovations*, Master Thesis, School of Business Administration, Department of Accounting and Finance, Thessaloniki.

<sup>84</sup> Ι. Santouridis, Μ. Kyritsi, (2014), *Investigating the determinants of internet banking adoption in Greece*, *Procedia Economics and Finance*, 9(2), pp. 500-518.



οι συναλλαγές αυτής της μορφής οι οποίες υλοποιήθηκαν διαμέσου των εναλλακτικών δικτύων αυτού του τραπεζικού οργανισμού ανήλθαν κοντά στα 30 δισεκατομμύρια ευρώ. Βάσει με τα δεδομένα του συγκεκριμένου τραπεζικού οργανισμού, οι συναλλαγές αυτής της μορφής παρουσιάζουν σταδιακή ανοδική τάση ακόμα και κατά την περίοδο της παγκόσμιας χρηματοοικονομικής ύφεσης.<sup>85</sup>

Από το 2<sup>ο</sup> τρίμηνο της περιόδου του 2014, ο συγκεκριμένος τραπεζικός οργανισμός έχει καταφέρει να αναβαθμίσει σε σημαντικό βαθμό τις συγκεκριμένες υπηρεσίες της, με βασικότερο στόχο το περιβάλλον του εν λόγω συστήματος να είναι ακόμα πιο φιλικό αλλά και λειτουργικό προς τους χρήστες σε ό,τι έχει να κάνει με τη σχεδίαση, αλλά παράλληλα να περικλείεται από πιο υψηλά επίπεδα ασφαλείας.<sup>86</sup>

Τα κυριότερα οφέλη που εντοπίζονται από τη χρησιμοποίηση αυτών των συστημάτων της εν λόγω τράπεζας είναι τα εξής :

- Η διαρκώς εξελισσόμενη σχεδίαση και συνάμα η απλή στα μάτια του καταναλωτή εμφάνιση
- Η αυτόματη ενσωμάτωση των διαστάσεων της εκάστοτε οθόνης, με βασικότερο στόχο να κατορθώνεται βέλτιστη λειτουργικότητα και χρηστικότητα
- Ευκολότερη και αμεσότερη πλοήγηση και άμεση υλοποίηση συναλλαγών
- Συμβατότητα με όλα τα προγράμματα περιήγησης στο διαδίκτυο
- Χρησιμοποίηση εξελιγμένων τακτικών εξασφάλισης του απόρρητου των συναλλαγών<sup>87</sup>

Στη σημερινή εποχή, στη συγκεκριμένη τράπεζα, ο μέσος μηνιαίος αριθμός καινούριων χρηστών στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες της κατά την περίοδο του 2017 παρουσίασε ανοδική τάση κατά 35% συγκριτικά με την περίοδο του 2016. Σε ό,τι έχει να κάνει με το i-bank mobile banking, οι ενεργοί χρήστες του συγκεκριμένου τραπεζικού οργανισμού παρουσίασαν ανοδική τάση σε ετήσια βάση κατά 66% και το πλήθος των εγχρήματων συναλλαγών κατά 147%.<sup>88</sup>

---

<sup>85</sup> N. Satsios, (2009), *Internet Banking in Greece-Trends and Practices - A research and analysis in availability and use of internet banking*, The University of Greenwich Business School.

<sup>86</sup> Κ. Λυμπερόπουλος, (2014), *Στρατηγικό Τραπεζικό Μάρκετινγκ*, 1η Έκδοση, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα

<sup>87</sup> [<https://www.nbg.gr/>]

<sup>88</sup> Μ. Χρόνη, (2018), *Το e-banking. Η χρήση του στην Ελλάδα. Οι καταναλωτικές προτιμήσεις των Ελλήνων*, Διπλωματική διατριβή, ΕΑΠ, Πάτρα.

Βάσει με τα δεδομένα του τρίτου τριμήνου της περιόδου του 2018, η ανοδική τάση των ενεργών χρηστών της ηλεκτρονικών υπηρεσιών αυτής της τράπεζας έφτασαν στο 20% και του i-bank mobile banking σε 42% (και στις 2 περιπτώσεις με ιδιαίτερα υψηλούς ρυθμούς για τα δεδομένα της συγκεκριμένης αγοράς). Η καθοριστική ανοδική τάση χρησιμοποίησης και χρηστών αυτού του είδους αναμένεται να συνεχιστεί και τα επόμενα έτη. Αυτό δεν προέρχεται μονάχα από την εξοικείωση των χρηστών με τα πλεονεκτήματα που παρουσιάζουν οι συγκεκριμένες συναλλαγές αλλά και στη συνεχόμενη βελτίωση των υπηρεσιών και της αξίας την οποία παρέχουν οι τραπεζικοί οργανισμοί στους καταναλωτές τους μέσα από αυτά.<sup>89</sup>



Εικόνα 4.1 : Ενεργοί χρήστες στην ηλεκτρονική τραπεζική της Εθνικής Τράπεζας κατά την περίοδο 2010-2017<sup>90</sup>

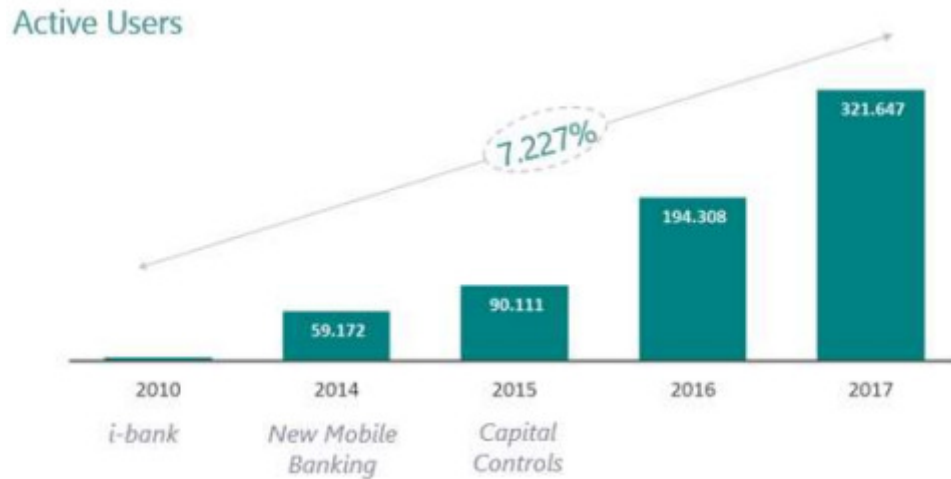
Όλοι οι σύγχρονοι τραπεζικοί οργανισμοί επενδύουν συστηματικά στην αναβάθμιση αυτών των καναλιών, στον εμπλουτισμό τους με καινούριες ικανότητες και πιο ποιοτικές υπηρεσίες καθώς επίσης και στη συνεχόμενη βελτίωση του UI/UX, προκειμένου να έχουν την ευχέρεια να προσφέρουν την όσο το δυνατόν καλύτερη παροχή υπηρεσιών στους καταναλωτές.<sup>91</sup>

<sup>89</sup> Ο. Βαγγέλη, (2018), *Μάρκετινγκ νέων ψηφιακών προϊόντων και υπηρεσιών στον Ελληνικό τραπεζικό κλάδο: Η αποτελεσματικότητα του e-banking*, Πανεπιστήμιο Πατρών, Σχολή Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πάτρα.

<sup>90</sup> Π. Κηπουρός, (2018), *ΑΤΜ: Ιστορία, προοπτική και ο μετασχηματισμός του τραπεζικού καταστήματος*, Διπλωματική εργασία, Σχολή Κοινωνικών Επιστημών, Τμήμα Τραπεζικής, ΕΑΠ, Πάτρα.

<sup>91</sup> Δ. Μυρτίδης, (2008), *Μέσα Τραπεζικής Εργασίας, Τραπεζική Πληροφορική*, Β' έκδοση, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.

Στο συγκεκριμένο τραπεζικό οργανισμό, για παράδειγμα, εδώ και μερικά χρόνια υφίσταται τεράστια εστίαση στο design και το usability του ηλεκτρονικού πορτοφολιού, το i-bank pay, βάσει με τα διεθνή πρότυπα σε UX mobile εφαρμογές, ενώ μέσα σε μικρό χρονικό διάστημα θα είναι διαθέσιμο το ανασχεδιασμένο βάσει με τα πιο σύγχρονα διεθνή πρότυπα i-bank bank internet banking για ιδιώτες και επιχειρήσεις.<sup>92</sup>



Εικόνα 4.2 : Ενεργοί χρήστες στο internet banking της Εθνικής Τράπεζας κατά τη χρονική περίοδο 2010-2017<sup>93</sup>

## 42 Παρουσίαση ιστοσελίδας της τράπεζας Εθνικής i-bank

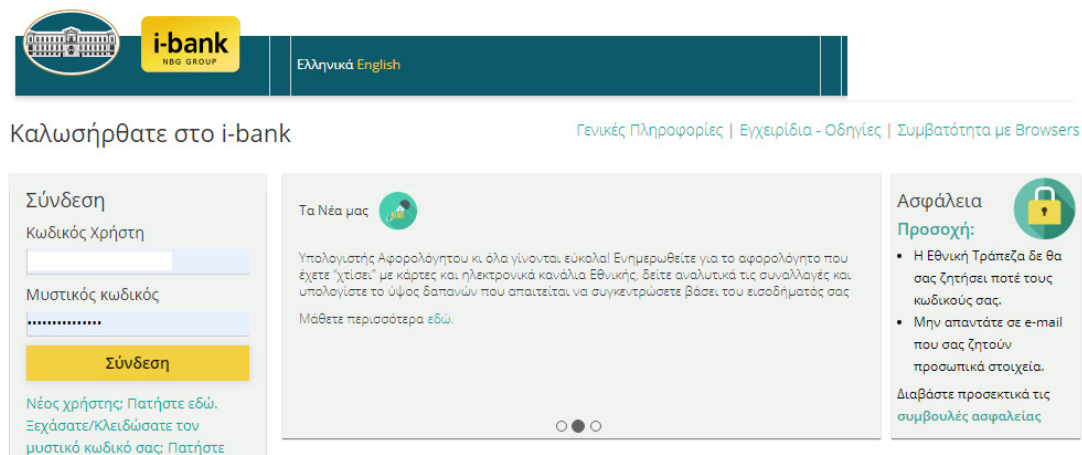
Η ορολογία i-bank αναπτύχθηκε στα μέσα της περιόδου του 2009 σαν ενιαία ονομασία για όλα τα ηλεκτρονικά δίκτυα εξυπηρέτησης αυτού του τραπεζικού οργανισμού. Τα εναλλακτικά δίκτυα είχαν αρχίσει από πολύ πιο νωρίς σε διαφοροποιημένες χρονικές περιόδους το κάθε ένα. Η εν λόγω σελίδα αναφέρει πιο πολλά πράγματα για τον οργανισμό και το ιστορικό της γνωστοποιώντας στον εκάστοτε χρήστη για το ποιοι περιέχονται σε αυτήν και πως δρα σε αντίθεση με την ίδια υπηρεσία της τράπεζας Πειραιώς.<sup>94</sup>

<sup>92</sup> Ε. Βασιλάκου, (2017), *Ηλεκτρονική τραπεζική*, Διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, Θεσσαλονίκη.

<sup>93</sup> Π. Κηπουρός, (2018), *ATM: Ιστορία, προοπτική και ο μετασχηματισμός του τραπεζικού καταστήματος*, Διπλωματική εργασία, Σχολή Κοινωνικών Επιστημών, Τμήμα Τραπεζικής, ΕΑΠ, Πάτρα.

<sup>94</sup> Ι. Φαρσαρώτας, (2009), *Κατανοώντας τη σύγχρονη τραπεζική*, 1η Έκδοση, Εκδόσεις Σάκκουλας Α.Ν., Αθήνα.

Στην τραπεζική αυτής της μορφής της εν λόγω τράπεζας υφίσταται το phone banking και γίνεται αναφορά στο τι είναι και που μπορούμε να το χρησιμοποιήσουμε. Ο συγκεκριμένος ιστότοπος εμφανίζει όλες τις υπηρεσίες καταθέσεων, δανείων και πιστωτικών καρτών. Επίσης, επεξηγεί βήμα-βήμα όλη τη δράση την οποία θα πρέπει να ακολουθήσει ο χρήστης με στόχο να αποκτήσει μια υπηρεσία αυτής της μορφής. Στα κυριότερα οφέλη αυτής της σελίδας περιέχονται η ευελιξία στην εξυπηρέτηση (παροχή 24ωρης χρήσης των ηλεκτρονικών υπηρεσιών), η οικονομία ( χρεώσεις με εξαιρετικά χαμηλό κόστος εν αντιθέσει με άλλου είδους συναλλαγές στο εσωτερικό της τράπεζας κατά τα προηγούμενα έτη) και τέλος το υψηλό αίσθημα ασφαλείας που παρέχεται στις ενεργούμενες συναλλαγές κλπ.<sup>95</sup>



Εικόνα 4.3 : i-Bank Εθνικής Τράπεζας<sup>96</sup>

### 43 Ψηφιακός μετασχηματισμός με επέκταση του δικτύου ψηφιακών καταστημάτων (i-bank store)

Τα ψηφιακά καταστήματα τραπεζικών οργανισμών έχουν αρχίσει τα τελευταία χρόνια να εντάσσονται ολοένα και πιο συχνά στην αγορά της χώρας μας, σε εξειδικευμένους και κατάλληλα διαμορφωμένους χώρους, αφού προσφέρουν καινοτόμες υπηρεσίες με ειδικό ανθρώπινο δυναμικό καθώς επίσης και με αυτόματες συναλλαγές τις οποίες οι καταναλωτές έχουν την ευχέρεια να χρησιμοποιούν 24 ώρες το 24ωρο.<sup>97</sup>

<sup>95</sup> K. Pantelidis, (2014), *e-Banking: A comparison study between Greek and foreign financial institutions, perspectives, weaknesses and innovations*, Master Thesis, School of Business Administration, Department of Accounting and Finance, Thessaloniki.

<sup>96</sup> [https://ibankretail.nbg.gr/sts/Account/Login/web]

<sup>97</sup> B. Tessema-Shewakena, (2017), *E-commerce and Banking Technology*, LAP LAMBERT Academic Publishing.

Επίσης, προσφέρουν οδηγίες με στόχο την ευκολότερη εξυπηρέτηση εντός των καταστημάτων. Τα καταστήματα αυτής της μορφής τα οποία έχουν αναπτυχθεί στη χώρα μας τα προηγούμενα χρόνια είναι ηλεκτρονικό κατάστημα της τράπεζας Πειραιώς, ο ψηφιακός χώρος της τράπεζας Eurobank καθώς επίσης και το i-bank store το οποίο μελετάμε στη συγκεκριμένη εργασία.<sup>98</sup>

Γενικότερα, με βασικότερο στόχο να καταφέρει να συνδέσει την παραδοσιακή τραπεζική εξυπηρέτηση με τις καινούριες ηλεκτρονικές αλλά και ψηφιακές συναλλαγές και πρακτικές, οι οποίες έχουν άμεση σχέση με τους καταναλωτές, η εν λόγω τράπεζα ανέπτυξε τη δράση των ψηφιακών καταστημάτων που καλούνται i-bank stores. Τα συγκεκριμένα καταστήματα είναι καινοτόμοι πολυχώροι ηλεκτρονικής τραπεζικής εξυπηρέτησης.<sup>99</sup>

Στους συγκεκριμένους χώρους, οι καταναλωτές έχουν την ευχέρεια να ψυχαγωγηθούν και να ανακαλύψουν όλες τις ικανότητες οι οποίες τους παρέχονται από τις υπηρεσίες αυτής της μορφής από τον εν λόγω τραπεζικό οργανισμό. Το ξεκίνημα της δράσης αυτού του καινοτόμου δικτύου υλοποιήθηκε στις αρχές της περιόδου του 2011 με τον 1<sup>ο</sup> μεγάλο και καινοτόμο χώρο αυτής της μορφής να βρίσκεται σε εμπορικό κέντρο της Αθήνας.<sup>100</sup>

Από εκείνη την περίοδο και μετέπειτα, οι συγκεκριμένοι χώροι έχουν αναγνωριστεί και βραβευθεί για το σχεδιασμό και το υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης που παρέχουν στους πελάτες τους. Αυτός είναι και ο βασικότερος λόγος που έχουν ανοίξει ήδη αρκετές πύλες αυτής της μορφής σε σημαντικά και κεντρικά σημεία σε όλη την Ελλάδα όπως είναι για παράδειγμα στην Αθήνα, στη Θεσσαλονίκη, στη Λάρισα καθώς επίσης και στην Ξάνθη.<sup>101</sup>

---

<sup>98</sup> N. Satsios, (2009), *Internet Banking in Greece-Trends and Practices - A research and analysis in availability and use of internet banking*, The University of Greenwich Business School.

<sup>99</sup> Π. Κηπουρός, (2018), ATM: Ιστορία, προοπτική και ο μετασχηματισμός του τραπεζικού καταστήματος, Διπλωματική εργασία, Σχολή Κοινωνικών Επιστημών, Τμήμα Τραπεζικής, ΕΑΠ, Πάτρα.

<sup>100</sup> [<https://www.nbg.gr/el/i-bank/i-bank-store>]

<sup>101</sup> Μ. Χρόνη, (2018), *Το e-banking. Η χρήση του στην Ελλάδα. Οι καταναλωτικές προτιμήσεις των Ελλήνων*, Διπλωματική διατριβή, ΕΑΠ, Πάτρα.



Εικόνα 4.4 : i-bank stores σε διαφορετικά σημεία της Ελλάδος<sup>102</sup>

Στο συγκεκριμένο σύγχρονο περιβάλλον αυτής της μορφής, οι καταναλωτές της εν λόγω τράπεζας, έχουν την ευχέρεια να υλοποιήσουν τις καθημερινές τους συναλλαγές με την υποστήριξη της ειδικευμένης ομάδας αυτών των καταστημάτων. Οι συγκεκριμένοι χώροι είναι κατάλληλα εφοδιασμένοι χάρη στη χρησιμοποίηση εξοπλισμού προηγμένης τεχνολογίας. Οι χώροι αυτοί δίνουν τη δυνατότητα στους επισκέπτες να πραγματοποιήσουν τις παρακάτω ενέργειες:

- Να ενημερωθούν για τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες (όπως είναι για παράδειγμα internet banking, phone banking, mobile banking, ATM, κέντρα αυτόματων πληρωμών, i-bank pay κλπ)
- Να δοκιμάσουν τη χρησιμοποίησή τους στο κατάλληλα διαμορφωμένο demo point
- Να καταρτιστούν κατάλληλα στη χρησιμοποίηση των συγκεκριμένων υπηρεσιών
- Να ανοίξουν λογαριασμό στον συγκεκριμένο τραπεζικό οργανισμό
- Να αποκτήσουν πρόσβαση στις υπηρεσίες αυτής της μορφής και να πλοηγηθούν στο διαδίκτυο από το φορητό υπολογιστή, το tablet, το κινητό τους κλπ<sup>103</sup>

<sup>102</sup> [<https://www.nbg.gr/el/i-bank/i-bank-store>]

<sup>103</sup> Κ. Λυμπερόπουλος, (2014), *Στρατηγικό Τραπεζικό Μάρκετινγκ*, 1η Έκδοση, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα



Εικόνα 4.5 : Εξυπηρέτηση i-bank store<sup>104</sup>

Πιο συγκεκριμένα είναι σημαντικό να τονιστεί πως η εν λόγω τράπεζα άρχισε τη δράση της για αυτά τα καταστήματα την περίοδο του 2011 από το εμπορικό κέντρο στο The Mall Athens. Το συγκεκριμένο κατάστημα παρουσίαζε όλες τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής αυτού του τραπεζιού οργανισμού, παίζοντας καθοριστικό ρόλο στην υποστήριξη και την εξυπηρέτηση των πελατών, με στόχο να αποκτήσουν πρόσβαση στις συγκεκριμένες υπηρεσίες και παράλληλα, να υφίσταται διαθέσιμο ανθρώπινο δυναμικό με σκοπό τη βέλτιστη εξυπηρέτηση των καταναλωτών.<sup>105</sup>

Σε αυτούς τους χώρους, οι καταναλωτές έχουν την ευχέρεια να παρακολουθούσαν όλα τα δεδομένα από τη ψηφιακή οθόνη είτε να πλοηγηθούν στην ιστοσελίδα του εν λόγω οργανισμού δίχως υποχρεωτικά να πρέπει να βρίσκονται εντός αυτής. Επιπλέον, έχουν την ευχέρεια να αποκτήσουν αρκετά οφέλη σε περίπτωση στην οποία γίνουν μέλη του i-bank αποκτώντας αρκετά δώρα μετά από κληρώσεις που γίνονται.<sup>106</sup>

Παράλληλα, δυο καταστήματα έχουν δημιουργηθεί και στη Θεσσαλονίκη και συγκεκριμένα στην Πλατεία Αριστοτέλους και στο εμπορικό κέντρο Mediterranean Cosmos. Στην Αθήνα κατά την περίοδο του 2012 αναπτύχθηκε άλλο ένα κατάστημα στην Κηφισιά. Τα συγκεκριμένα καταστήματα έχουν εγκαταστήσει αρκετά καινούρια τεχνολογικά συστήματα κατάλληλα για τις διαθέσιμες υπηρεσίες οι οποίες υφίστανται στη σημερινή εποχή.<sup>107</sup>

<sup>104</sup> [<https://www.nbg.gr/>]

<sup>105</sup> [<https://www.nbg.gr/el/i-bank/i-bank-store>]

<sup>106</sup> I. Santouridis, M. Kyritsi, (2014), *Investigating the determinants of internet banking adoption in Greece*, *Procedia Economics and Finance*, 9(2), pp. 500-518.

<sup>107</sup> [<https://www.nbg.gr/>]



Όσα μέλη έχουν καταφέρει να μαζέψουν καθορισμένους πόντους από διαφορετικές δράσεις, όπως είναι για παράδειγμα η εγγραφή στο club είτε η απόκτηση κάρτα μέλους είτε η σύσταση φίλου σε αυτές της υπηρεσίες είτε ακόμα και η συμμετοχή σε εκδηλώσεις στο αμφιθέατρο, έχουν την ευχέρεια συμμετοχής σε κληρώσεις.<sup>108</sup>

Μια εξίσου σημαντική κάρτα είναι και η i-bank store club μέσω της οποίας οι καταναλωτές έχουν διάφορα οφέλη από πόντους τους οποίους συλλέγουν. Στον ιστότοπο, ο εν λόγω οργανισμός έχει δημοσιεύσει όλα τα οφέλη αυτής της μορφής τα οποία προσφέρονται, αλλά και την απαραίτητη αίτηση η οποία χρειάζεται με στόχο να γίνει κάποιος μέλος, αλλά και τους όρους χρήσης. Με την επίδειξη αυτής της κάρτας, οι καταναλωτές έχουν την ευχέρεια να έχουν τις προσφορές σε αγαθά καταστημάτων τα οποία έχουν άμεση συνεργασία με αυτόν τον τραπεζικό οργανισμό.<sup>109</sup>

Γενικότερα, είναι σημαντικό να τονιστεί πως στο συγκεκριμένο οργανισμό υφίστανται αρκετές νέες ιδέες με στόχο να αναπτύσσονται συνεχώς καινοτόμες πρακτικές, προκειμένου να μένουν πάντα ικανοποιημένοι οι καταναλωτές της. Μια εξ αυτών είναι και ο διαγωνισμός i-bank καινοτομία και τεχνολογία. Σκοπός του συγκεκριμένου διαγωνισμού είναι η ανάπτυξη νοοτροπίας καινοτομίας και δημιουργικότητας ως επί το πλείστον για τους νέους ανθρώπους.<sup>110</sup>

Ακόμα, για τον παραπάνω στόχο, οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες της συγκεκριμένης τράπεζας συνεργάστηκαν άμεσα με αρκετά Πανεπιστήμια σε εθνικό επίπεδο με στόχο να καταφέρουν να διοργανώσουν τον παραπάνω διαγωνισμό. Έχοντας αρχικά ανακοινώσει στον ιστότοπό τους τις θεματικές ενότητες στις οποίες θα συμμετείχαν οι ενδιαφερόμενοι. Οι όροι συμμετοχής αλλά και το έπαθλο όσων κερδίσουν βρίσκονται πάντοτε δημοσιευμένα στην ιστοσελίδα αυτού του τραπεζικού οργανισμού.<sup>111</sup>

Όσον αφορά τη συνεργασία της MasterCard και της Visa, οφείλουμε να επισημάνουμε την παροχής αυξημένης ασφάλειας για αγορές διαμέσου του διαδικτύου. Η εξασφάλιση των συναλλαγών κατά κύριο λόγο υλοποιείται με την υπηρεσία MasterCard secureCode/Verified by Visa.

---

<sup>108</sup> Κ. Λυμπερόπουλος, (2014), *Στρατηγικό Τραπεζικό Μάρκετινγκ*, 1η Έκδοση, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα

<sup>109</sup> [<https://www.nbg.gr/>]

<sup>110</sup> Κ. Pantelidis, (2014), *e-Banking: A comparison study between Greek and foreign financial institutions, perspectives, weaknesses and innovations*, Master Thesis, School of Business Administration, Department of Accounting and Finance, Thessaloniki.

<sup>111</sup> Ι. Santouridis, Μ. Kyritsi, (2014), *Investigating the determinants of internet banking adoption in Greece*, *Procedia Economics and Finance*, 9(2), pp. 500-518.



Στην αρχή, είναι σημαντικό να υλοποιηθεί εγγραφή από τους ίδιους τους καταναλωτές, βρίσκοντας αναλυτικά στον ιστότοπο αυτής της τράπεζας τα κατάλληλα βήματα τα οποία είναι σημαντικό να ακολουθηθούν από αυτούς. Όταν γίνει η εγγραφή τους στη συγκεκριμένη υπηρεσία, θα έχουν πλέον την ευχέρεια να υλοποιήσουν οποιαδήποτε συναλλαγή θελήσουν.<sup>112</sup>

Όλες οι παραπάνω υπηρεσίες είναι ηλεκτρονικές και ο σύγχρονα εξοπλισμένος ιστότοπος του οργανισμού αυτού εμφανίζει αναλυτικά όλα τα δεδομένα και τα κατάλληλα βήματα για ένα ασφαλές και εύκολο στη χρήση internet banking. Επομένως, αποτελεί μια αναλυτική και εύκολα κατανοητή φόρμα ενημέρωσης καταναλωτών. Επίσης, είναι σημαντικό να τονιστεί πως ο εν λόγω τραπεζικός οργανισμός έχει λάβει βραβείο στο διαγωνισμό Marketing Excellence Award στην κατηγορία διαχείρισης δικτύων διανομής και trade marketing.<sup>113</sup>

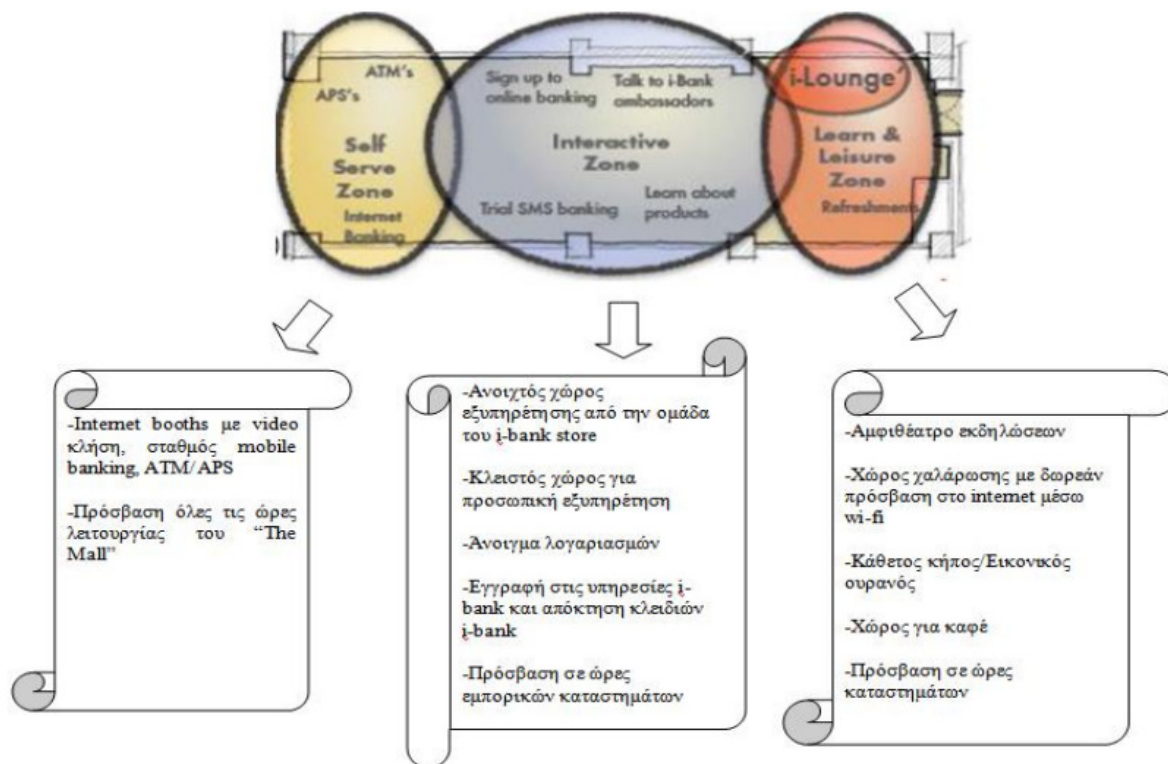
Μια εξίσου καθοριστική και τιμητική διάκριση για τα συγκεκριμένα καταστήματα ήταν όταν την φετινή περίοδο (2019) στα Commercial Interiors Awards πήραν το πρώτο βραβείο για το καινούριο κατάστημα αυτής της μορφής στην πλατεία Συντάγματος. Το συγκεκριμένο κατάστημα είναι το 8<sup>ο</sup> κατάστημα το οποίο άνοιξε στα μέσα του 2018. Μέσα από αυτόν τον χώρο, οι πελάτες έχουν τη δυνατότητα υλοποίησης τραπεζικών κινήσεων διαμέσου των καινούριων συστημάτων αυτόματων συναλλαγών, να αποκτήσουν πρόσβαση και να καταρτιστούν στη χρησιμοποίηση αυτών των υπηρεσιών και να πλοηγηθούν στο διαδίκτυο διαμέσου της δωρεάν ασύρματης πρόσβασης.<sup>114</sup>

---

<sup>112</sup> Μ. Χρόνη, (2018), *Το e-banking. Η χρήση του στην Ελλάδα. Οι καταναλωτικές προτιμήσεις των Ελλήνων*, Διπλωματική διατριβή, ΕΑΠ, Πάτρα.

<sup>113</sup> Ο. Βαγγέλη, (2018), *Μάρκετινγκ νέων ψηφιακών προϊόντων και υπηρεσιών στον Ελληνικό τραπεζικό κλάδο: Η αποτελεσματικότητα του e-banking*, Πανεπιστήμιο Πατρών, Σχολή Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πάτρα.

<sup>114</sup> [[https://195.78.87.44/greek/news/Documents/Commercial\\_interiors\\_awards\\_2019.pdf](https://195.78.87.44/greek/news/Documents/Commercial_interiors_awards_2019.pdf)]



Εικόνα 4.6 : Οι ζώνες λειτουργία του i-bank store και η επεξήγησή τους<sup>115</sup>

Σε ό,τι έχει να κάνει με τη λεπτομερή καταγραφή των συγκεκριμένων υπηρεσιών, είναι σημαντικό να τονιστεί πως οι συγκεκριμένοι πολυχώροι αποπνέουν έναν αέρα καινοτομίας, τεχνολογίας αλλά και μοντερνισμού προσφέροντας τη δυνατότητα στους πελάτες να βιώσουν μια εμπειρία βγαλμένη από το μέλλον των τραπεζικών υπηρεσιών.<sup>116</sup>

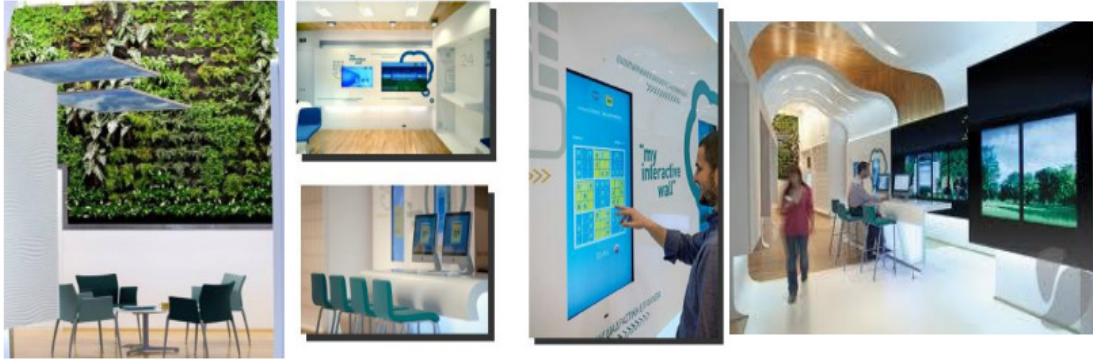
Πιο συγκεκριμένα, οι συγκεκριμένοι χώροι διαθέτουν καθορισμένα σημεία τραπεζικής εξυπηρέτησης όπως είναι για παράδειγμα τα 3 εξειδικευμένα τερματικά που στόχο έχουν την εξυπηρέτηση συναλλαγών όπου έχει ληφθεί ειδική πρόνοια για ΑμεΑ ενώ για 1<sup>η</sup> φορά στη χώρα μας υφίσταται η ευχέρεια εφαρμογής βιντεοκλήσης σε απευθείας σύνδεση με το i-bank contact center.<sup>117</sup>

<sup>115</sup> Ε. Βασιλάκου, (2017), *Ηλεκτρονική τραπεζική*, Διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, Θεσσαλονίκη.

<sup>116</sup> [<https://www.nbg.gr/>]

<sup>117</sup> Κ. Λυμπερόπουλος, (2014), *Στρατηγικό Τραπεζικό Μάρκετινγκ*, 1η Έκδοση, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα

Εξίσου σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν τα 2 ATMs που στόχο έχουν την ανάληψη και την κατάθεση μετρητών, αλλά και πολλές ακόμα εξίσου σημαντικές συναλλαγές, όπου υφίσταται ειδική πρόνοια για ΑμεΑ, αλλά και το Κέντρο Αυτόματων Πληρωμών (APS) που βασικότερο στόχο έχει την εξόφληση λογαριασμών. Το ίδιο σημαντική είναι και η βάση επίδειξης του i-bank Mobile Banking με στόχο την άμεση υλοποίηση συναλλαγών μέσω των κινητών τηλεφώνων των πελατών.<sup>118</sup>



Εικόνα 4.7 : Σημαντικά σημεία των i-bank stores<sup>119</sup>

Εξίσου καθοριστικό ρόλο παίζουν το σημείο παροχής πληροφοριών και εξυπηρέτησης από την ομάδα i-bank store, οι οθόνες διάδρασης με εφαρμογές επαυξημένης πραγματικότητας και παιχνίδια σκέψης που έχουν σαν βασικότερο σκοπό την ενημέρωση αλλά και την ψυχαγωγία καθώς επίσης και το digital wall με 12 οθόνες που έχουν περιεχόμενο υψηλής ευκρίνειας.<sup>120</sup>

Σημεία που διαδραματίζουν εξίσου σημαντικό ρόλο είναι και οι οθόνες αφής για προσφορά περισσότερων δεδομένων σε ό,τι έχει να κάνει με τις εν λόγω υπηρεσίες, την προβολή εκπαιδευτικών βίντεο, το σύστημα κάθετης μορφής σύμφωνα με το βοτανολογικό σχεδιασμό για εσωτερικά περιβάλλοντα, αποτελώντας την πράσινη πρόταση η οποία παρέχει οξυγόνο με πιο χαμηλή κατανάλωση ενέργειας, ο εικονικός ουρανός στο χώρο του καθιστικού με δωρεάν wi-fi καθώς επίσης και η αίθουσα εκδηλώσεων, διεξαγωγής σεμιναρίων αλλά και εκμάθησης.<sup>121</sup>

<sup>118</sup> Π. Κηπουρός, (2018), *ATM: Ιστορία, προοπτική και ο μετασχηματισμός του τραπεζικού καταστήματος*, Διπλωματική εργασία, Σχολή Κοινωνικών Επιστημών, Τμήμα Τραπεζικής, ΕΑΠ, Πάτρα.

<sup>119</sup> [<https://www.nbg.gr/>]

<sup>120</sup> Ο. Βαγγέλη, (2018), *Μάρκετινγκ νέων ψηφιακών προϊόντων και υπηρεσιών στον Ελληνικό τραπεζικό κλάδο: Η αποτελεσματικότητα του e-banking*, Πανεπιστήμιο Πατρών, Σχολή Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πάτρα.

<sup>121</sup> Ε. Βασιλάκου, (2017), *Ηλεκτρονική τραπεζική*, Διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, Θεσσαλονίκη.



Εικόνα 4.8 : Αίθουσα εκδηλώσεων, διεξαγωγής σεμιναρίων και εκμάθησης στα i-bank stores<sup>122</sup>

Όπως γίνεται εύκολα αντιληπτό από όσα αναφέρθηκαν μέχρι τώρα, κυριότερος στόχος της ομάδας αυτών των καταστημάτων αποτελεί η κατάρτιση των καταναλωτών στις σύγχρονες υπηρεσίες αυτής της μορφής. Η ομάδα εστιάζει στην εξυπηρέτηση, έχει λάβει ειδική κατάρτιση και είναι κατάλληλα ενδεδυμένη με στόχο να εξυπηρετήσει τους καταναλωτές.

Η εμπειρία του πελάτη αποκομίζεται από ένα σημαντικό σύνολο στο οποίο περιέχεται η τεχνολογία, η ομάδα αυτών των καταστημάτων, οι δράσεις τους καθώς επίσης και οι εκδηλώσεις και οι διαγωνισμοί που υλοποιούνται εκεί. Παρόλα αυτά, η εν λόγω ομάδα είναι ζωτικής σημασίας να εστιάζει τόσο σε ιδιώτες όσο και σε επαγγελματίες. Εντός αυτών των καταστημάτων υλοποιούνται σημαντικές τραπεζικές δράσεις όπως είναι το άνοιγμα λογαριασμών, οι συμβάσεις, το i-code, ο εμπλουτισμός καρτέλας πελατών, οι ηλεκτρονικές συναλλαγές μέσω διαδικτύου, το video banking, το ethnocash, οι συναλλαγές ATM/APS κλπ.<sup>123</sup>

Οι επισκέπτες αυτών των χώρων, είτε είναι πελάτες αυτού του τραπεζικού οργανισμού είτε όχι, έχουν την ευχέρεια διαμέσου της κάρτας μέλους να εισχωρήσουν στην κοινότητα των φίλων αυτών των καταστημάτων που μετρά περισσότερα από 19 χιλιάδες μέλη. Με αυτόν τον τρόπο έχουν τη δυνατότητα να απολαμβάνουν διάφορα προνόμια όπως είναι για παράδειγμα η συχνή ενημέρωση μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, η ενημέρωση για πιθανές εκπτώσεις και προσφορές καθώς επίσης και ο ενεργός ρόλος σε κληρώσεις και διαγωνισμούς που προσφέρουν πολλά τεχνολογικά δώρα.<sup>124</sup>

Στο σημείο αυτό, είναι σημαντικό να τονιστεί πως από τα πρώτα 2 έτη δράσης αυτών των καταστημάτων, το συγκεκριμένο club δέχθηκε περισσότερους από 1 εκατομμύριο επισκέπτες και 17 χιλιάδες μέλη. Το σύνολο ενεργοποιήσεων ηλεκτρονικής τραπεζικής 15πλασιάστηκε ενώ οι συναλλαγές έχουν ξεπεράσει τα 550 χιλιάδες που έχουν υλοποιηθεί διαμέσου των συγκεκριμένων ATM.

---

<sup>122</sup> [<https://www.nbg.gr/>]

<sup>123</sup> Κ. Λυμπερόπουλος, (2014), *Στρατηγικό Τραπεζικό Μάρκετινγκ*, 1η Έκδοση, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα

<sup>124</sup> [<https://www.nbg.gr/>]

Παράλληλα, μέχρι την περίοδο του 2013 είχαν υλοποιηθεί περισσότερες από 5,5 χιλιάδες βιντεοκλήσεις, ενώ είχαν γίνει πιο πολλές από 200 εκδηλώσεις με μέσο δείκτη ικανοποίησης 95%.<sup>125</sup>



Εικόνα 4.9 : Η κάρτα μέλους του i-bank store club<sup>126</sup>

Γενικότερα, το σημαντικότερο πεδίο που χρήζει ιδιαίτερης προσοχής αφορά την κατανόηση πως ο συγκεκριμένος τραπεζικός οργανισμός και η πολιτική η οποία έχει εφαρμόσει γύρω από τη θεωρία αυτών των καταστημάτων στοχεύει στην ενίσχυση του χαρακτήρα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μέσα από την ένταξη του κύκλου μαθημάτων «Δείξ' τους» και άλλων χρηματοοικονομικών αλλά και τεχνολογικών εκδηλώσεων. Αρκετά δεδομένα αυτών των χώρων είναι πιθανόν να αξιοποιηθούν και σε επίπεδο Ομίλου. Βάσει με στελέχη, ο οργανισμός αυτός διερευνά εδώ και αρκετά χρόνια την πιθανότητα μεγαλύτερης επέκτασης αυτού του δικτύου διαμέσου της ανάπτυξης ακόμα πιο πολλών καταστημάτων σε επιλεγμένα σημεία και την ένταξή τους εντός μεγάλων καταστημάτων (shop-in-shop).<sup>127</sup>

<sup>125</sup> Κ. Pantelidis, (2014), *e-Banking: A comparison study between Greek and foreign financial institutions, perspectives, weaknesses and innovations*, Master Thesis, School of Business Administration, Department of Accounting and Finance, Thessaloniki.

<sup>126</sup> [<https://www.nbg.gr/>]

<sup>127</sup> Ε. Βασιλάκου, (2017), *Ηλεκτρονική τραπεζική*, Διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, Θεσσαλονίκη.

## **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Χωρίς καμία αμφιβολία το κυριότερο κομμάτι της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι το internet banking και για το λόγο αυτό οι σύγχρονοι τραπεζικοί οργανισμοί στρέφονται ολοένα και περισσότερο στο συγκεκριμένο πυλώνα συγκριτικά με τους υπόλοιπους τομείς της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Για τους συγκεκριμένους οργανισμούς υφίσταται μέσω του διαδικτύου μια τεράστια ευκαιρία να καταφέρουν να ελαττώσουν τα λειτουργικά τους κόστη και να προσελκύσουν νέους καταναλωτές.

Οι υπηρεσίες οι οποίες παρέχονται καλύπτουν ολόκληρο το φάσμα των καταναλωτών δίχως να απαιτούνται χρονοβόρες διαδικασίες για την υλοποίηση των εργασιών του, περιμένοντας παράλληλα να εξυπηρετηθούν στο ταμείο κάποιου υποκαταστήματος του τραπεζικού οργανισμού. Με το πέρασμα των ετών, οι χρήστες οι οποίοι χρησιμοποιούν αυτές τις υπηρεσίες συνεχώς αυξάνονται καθώς πλέον δεν τίθεται τόσο μεγάλο ζήτημα ασφάλειας όπως τα πρώτα χρόνια όπου οι ηλεκτρονικές συναλλαγές αντιμετώπιζόταν με μεγάλη επιφύλαξη.

Γίνεται εύκολα αντιληπτό, επομένως, πως η ηλεκτρονική τραπεζική ωριμάζει και η μέθοδος εξυπηρέτησης των τραπεζικών απαιτήσεων των καταναλωτών, οι προσδοκίες και οι απαιτήσεις τους μεγαλώνουν. Η ευκολία την οποία παρέχει το internet banking έχει πείσει αρκετούς να το χρησιμοποιήσουν. Μέσω αυτών των υπηρεσιών έχουν ανοίξει καινούριοι δρόμοι για τις οικονομικές συναλλαγές.

Η αξιοποίηση των ηλεκτρονικών μέσων για την διεκπεραίωση τραπεζικών εργασιών αποτελεί το βασικό παράγοντα όπου οι τραπεζικοί οργανισμοί της χώρας μας διαθέτουν πλέον ιστοσελίδες για την παροχή αυτών των υπηρεσιών, ενώ έχουν εστιάσει κυρίως την τελευταία δεκαετία σε αυτό το κομμάτι, καθώς έχει επιφέρει σημαντικά οφέλη. Αυτός είναι και ο λόγος που η Εθνική Τράπεζα της χώρας μας δημιούργησε και τα i-bank stores, που τα τελευταία χρόνια έχουν βοηθήσει σε σημαντικό βαθμό στην ανάπτυξη αυτής της τράπεζας, προσελκύοντας και ενημερώνοντας καλύτερα τους καταναλωτές για τις υπηρεσίες που προσφέρουν.

Τα συγκεκριμένα καταστήματα αποτελούν καινοτόμους πολυχώρους ηλεκτρονικής τραπεζικής εξυπηρέτησης όπου οι καταναλωτές έχουν την ευχέρεια να ψυχαγωγηθούν και να ανακαλύψουν όλες τις δυνατότητες τις οποίες παρέχουν οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες του εν λόγω τραπεζικού οργανισμού. Η αφετηρία αυτής της δράσης εντοπίζεται στις αρχές της περιόδου του 2011 όταν και αναπτύχθηκε το πρώτο κατάστημα αυτής της μορφής στο The Mall της Αθήνας.

Στη σημερινή εποχή συνολικά υφίστανται 8 καταστήματα αυτής της μορφής (σε περιοχές όπως η Αθήνα, η Θεσσαλονίκη, η Λάρισα αλλά και η Ξάνθη. Στα συγκεκριμένα σύγχρονα και καινοτόμα σημεία, οι καταναλωτές αυτού του τραπεζικού οργανισμού έχουν τη δυνατότητα διεκπεραίωσης των συναλλαγών τους χάρη στην υποστήριξη διαμέσου κατάλληλα καταρτισμένου ανθρώπινου δυναμικού.

Τα καταστήματα αυτής της μορφής είναι κατάλληλα εφοδιασμένα με τα απαιτούμενα μέσα με απώτερο σκοπό την πληροφόρηση των καταναλωτών για τις παρεχόμενες υπηρεσίες, την κατάρτιση των καταναλωτών για τη χρησιμοποίηση αυτών των υπηρεσιών, τη δημιουργία λογαριασμών σε αυτήν την τράπεζα, την ανάκτηση πρόσβασης στις συγκεκριμένες υπηρεσίες, την αξιοποίηση των υπηρεσιών δωρεάν μέσω ασύρματου δικτύου κλπ.

Σε όλα αυτά καθοριστικό ρόλο διαδραματίζουν και οι ειδικοί χώροι που έχουν δημιουργηθεί με στόχο να βοηθήσουν όσο το δυνατόν περισσότερο στην εξυπηρέτηση των καταναλωτών. Στην περίπτωση στην οποία εκσυγχρονιστούν περισσότερο, οι ψηφιακές και ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες είναι αρκετά πιθανόν μέσα στα επόμενα χρόνια τα συγκεκριμένα καταστήματα να αντικαταστήσουν σε τεράστιο επίπεδα τα δίκτυα υποκαταστημάτων και να αποτελέσουν τη βασικότερη μέθοδο υλοποίησης συναλλαγών του κοινού.

Παρά το γεγονός πως οι τραπεζικοί οργανισμοί παίζουν καθοριστικό ρόλο στην ενίσχυση της εκμάθησης βασικών χρήσεων του διαδικτύου, θα πρέπει και η πολιτεία να έχει ενεργό ρόλο πατάσσοντας τον ψηφιακό αναλφαβητισμό με το να προβάλλει αυτές τις υπηρεσίες. Επίσης, θα πρέπει να αναπτύξει κατάλληλες υποδομές, να καταρτίσει τους πολίτες και να αναπτύξει μια αίσθηση ασφαλείας στους πολίτες.

Μέσω όλων των παραπάνω μπορούμε να συμπεράνουμε πως η ηλεκτρονική τραπεζική στη χώρα μας βρίσκεται σε καλό δρόμο, παρά το γεγονός πως θέλει ακόμα μεγάλη προσπάθεια για να φτάσει στα ευρωπαϊκά επίπεδα. Παρόλα αυτά, όμως, σε σχέση με τις διεθνείς καλές πρακτικές εντοπίζουμε πως εν τέλει το i-bank store της συγκεκριμένης τράπεζας δεν έχει να ζηλέψει πολλά πράγματα σε σχέση με το διεθνή ανταγωνισμό, καθώς σταδιακά παρουσιάζει συνεχή βελτίωση ακολουθώντας πιστά τη ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας.



## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ελληνική Βιβλιογραφία







- # Αγγέλης Β.Γ., (2005), *Η βίβλος του e-banking*, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα.
- # Βαγγέλη Ο., (2018), *Μάρκετινγκ νέων ψηφιακών προϊόντων και υπηρεσιών στον Ελληνικό τραπεζικό κλάδο: Η αποτελεσματικότητα του e-banking*, Πανεπιστήμιο Πατρών, Σχολή Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πάτρα.
- # Βασιλάκου Ε., (2017), *Ηλεκτρονική τραπεζική*, Διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, Θεσσαλονίκη.
- # Γκότσης Χ., (2007), *Τεχνολογικές Εφαρμογές στη Λειτουργία των Τραπεζών*, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.
- # IOBE, (2015), *Η ελληνική οικονομία*, Τριμηνιαία Έκθεση, Αθήνα.
- # Κηπουρός Π., (2018), *ATM: Ιστορία, προοπτική και ο μετασχηματισμός του τραπεζικού καταστήματος*, Διπλωματική εργασία, Σχολή Κοινωνικών Επιστημών, Τμήμα Τραπεζικής, ΕΑΠ, Πάτρα.
- # Λυμπερόπουλος Κ., (2014), *Στρατηγικό Τραπεζικό Μάρκετινγκ*, 1η Έκδοση, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα
- # Μυρτίδης Δ., (2008), *Μέσα Τραπεζικής Εργασίας, Τραπεζική Πληροφορική*, Β' έκδοση, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.
- # Σινανιώτη-Μαρούδη Α., Φαρσαρώτας Ι., (2005), *Ηλεκτρονική τραπεζική*, Εκδόσεις Σακκούλας, Αθήνα.
- # Φαρσαρώτας Ι., (2009), *Κατανοώντας τη σύγχρονη τραπεζική*, 1η Έκδοση, Εκδόσεις Σάκκουλας Α.Ν., Αθήνα.
- # Χρόνη Μ., (2018), *Το e-banking. Η χρήση του στην Ελλάδα. Οι καταναλωτικές προτιμήσεις των Ελλήνων*, Διπλωματική διατριβή, ΕΑΠ, Πάτρα.



## Διεθνή Βιβλιογραφία

- # Akhlaq A., Ahmed E., (2013), *The effect of motivation on trust in the acceptance of internet banking in a low income country*, International Journal of Bank Marketing, 31(2), pp. 113-129.
- # Austin J., (2017), *Emerging Multidisciplinary Processes in E-banking*, G E-Learning.
- # Chavan J., (2013), *Internet banking - benefits and challenges in an emerging economy*, International Journal of Research in Business Management, 2(1), pp. 18-27.
- # Chien-Ta H., Wen-Chuan L., (2010), *Measuring the service quality of internet banking: scale development and validation*, European Business Review, 22(1), pp. 3-26.
- # Fozia D., (2017), *E-Banking: Introduction, History and Security Issues*, LAP LAMBERT Academic Publishing.
- # Gordon F., Deighton J., Ullrich M., Marcu S., (2018), *Banking in digital world*, EFMA, ATKearney.
- # King B., (2018), *Bank 4.0: Banking everywhere, never at a bank*, Marshall Cavendish International.
- # Musaev E., Yousoof M., (2015), *A review on internet banking security and privacy issues in Oman*, ICIT, The 7th International Conference on information technology.
- # Pantelidis K., (2014), *e-Banking: A comparison study between Greek and foreign financial institutions, perspectives, weaknesses and innovations*, Master Thesis, School of Business Administration, Department of Accounting and Finance, Thessaloniki.
- # Santouridis I., Kyritsi M., (2014), *Investigating the determinants of internet banking adoption in Greece*, Procedia Economics and Finance, 9(2), pp. 500-518.
- # Satsios N., (2009), *Internet Banking in Greece-Trends and Practices - A research and analysis in availability and use of internet banking*, The University of Greenwich Business School.
- # Schatt D., Laplace R., (2014), *Virtual Banking: A Guide to Innovation and Partnering*, 1st Edition, Wiley Finance.
- # Singh A., (2017), *e-banking concepts and implementation*, Savera.
- # Tessema-Shewakena B., (2017), *E-commerce and Banking Technology*, LAP LAMBERT Academic Publishing.

## Διαδικτυακή Βιβλιογραφία

-  <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20180115-1>
-  <https://www.euro2day.gr/news/economy/article/1655574/ta-nea-shedia-ton-trapezon-se-internet--mobile-ban.html>
-  [https://195.78.87.44/greek/news/Documents/Commercial\\_interiors\\_awards\\_2019.pdf](https://195.78.87.44/greek/news/Documents/Commercial_interiors_awards_2019.pdf)
-  <https://www.nbg.gr/el/i-bank/i-bank-store>
-  <https://ibankretail.nbg.gr/sts/Account/Login/web>
-  <https://www.nbg.gr/>