

ΑΤΕΙ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

*Έρευνα στην ανθρώπινη συμπεριφορά και στην
ασφάλεια του ηλεκτρονικού τραπεζικού επιχειρείν στην
Ελλάδα*



ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: ΚΑΛΕΜΚΕΡΗ ΛΥΔΙΑ
ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΚΑΡΓΙΔΗΣ ΘΕΟΔΩΡΟΣ
Α/Μ: 69/06

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2011

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή.....	σελ. 3
Κεφάλαιο 1 E-Banking	
1.1 Ιστορία του E-banking.....	σελ. 4
1.2 Ορισμός E-banking.....	σελ. 6
1.3 Δίκτυα τραπεζικών συναλλαγών.....	σελ. 7
1.4 Εναλλακτικά δίκτυα τραπεζικών υπηρεσιών.....	σελ. 10
1.5 Το E-banking στην Ελλάδα.....	σελ. 12
1.6 Το E-banking στο Εξωτερικό.....	σελ. 14
1.7 Υπηρεσίες Internet Banking.....	σελ. 15
1.8 Ποιότητα υπηρεσιών Internet Banking.....	σελ. 16
1.9 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του E-Banking.....	σελ. 17
Κεφάλαιο 2 Ασφάλεια	
2.1 Ηλεκτρονική Εμπιστοσύνη.....	σελ. 20
2.2 Ασφάλεια	σελ. 23
2.2.1 ψηφιακά πιστοποιητικά	σελ. 24
2.2.2 Κρυπτογράφηση.....	σελ. 24
2.2.3 Κωδικοί πρόσβασης/ SmartCards.....	σελ. 25
2.3 Επιπλέον δικλίδες ασφαλείας.....	σελ. 26
2.4 Ασφάλεια της Τράπεζας	σελ. 27
2.5 Ασφάλεια του χρήστη.....	σελ. 27
2.6 Τρόποι απάτης.....	σελ. 28
2.7 Απάτη στο Internet banking.....	σελ. 31
2.8 Συμβουλές για ασφαλείς online συναλλαγές.....	σελ. 32
Κεφάλαιο 3	
3.1 Ιστοσελίδα	σελ. 33
3.2 Heuristics	σελ. 34
3.3 Δημιουργία ιστοσελίδων	σελ. 34
3.4 Αξιολόγηση ιστοσελίδων E-Banking.....	σελ. 35
Κεφάλαιο 4...	
4.1 Μεθοδολογία.....	σελ. 36
4.2 Δομή ερωτηματολογίου.....	σελ. 40
Κεφάλαιο 5 Ανάλυση αποτελεσμάτων	σελ. 41
Κεφάλαιο 6 Συμπεράσματα-προτάσεις.....	σελ. 52
Βιβλιογραφία	σελ. 56
Παράρτημα	σελ. 58

Πίνακες και διαγράμματα

- Πίνακας 1.Κυριότερες υπηρεσίες e-banking.....σελ. 8
- Διάγραμμα 1. Μορφές e-banking.....σελ. 9
- Σχήμα 1. Διάδοση e-banking στην Ευρώπη.....σελ. 15
- Πίνακας 2. Τραπεζικές υπηρεσίες.....σελ. 16
- Σχήμα 2. Το πρότυπο μοντέλο της ηλεκτρονικής εμπιστοσύνης για το e-banking.....σελ. 40
- Πίνακας 3. Τύποι δημοσκοπήσεων, πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα.....σελ. 23

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Είναι φανερό ότι η τεχνολογία έχει επηρεάσει την καθημερινότητα μας. Το e-banking είναι ένα αποτέλεσμα της εξέλιξης της τεχνολογίας, το οποίο τείνει να αλλάξει τη σχέση μεταξύ του πελάτη και της τράπεζας. Οι υπηρεσίες που προσφέρει το e-banking απαλλάσσουν τον χρήστη από τη φυσική παρουσία του σε κάποιο τραπεζικό κατάστημα. Παρέχεται η δυνατότητα στον συνδρομητή και πελάτη μίας τράπεζας να πραγματοποιεί συναλλαγές 24 ώρες τη μέρα 7 μέρες την εβδομάδα. Καθοριστικό παράγοντα για την επιτυχία του e-banking και συνεπώς για την περαιτέρω εξέλιξή του, είναι τόσο η ασφάλεια των συναλλαγών, όσο και η εξυπηρέτηση των πελατών. Δεδομένου ότι τα ποσοστά χρήσης διαδικτύου και ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι ακόμα σχετικά χαμηλά στην Ελλάδα, οι ελληνικές τράπεζες σήμερα επενδύουν αρκετά στα συστήματα του e-banking.

Σκοπός της εργασίας είναι να εξετάσουμε ποιά είναι η στάση των τραπεζικών πελατών απέναντι στο e-banking, στην Ελλάδα. Ειδικότερα, θα ερευνήσουμε

- Ποια είναι η στάση των χρηστών απέναντι στο internet banking
- Ποια είναι τα χαρακτηριστικά του internet banking που επηρεάζουν θετικά στην υιοθέτησή του.
- Ποιοι είναι οι παράγοντες που εμποδίζουν την υιοθέτηση του internet banking.
- Τέλος, κατά πόσο θεωρείται το internet banking ασφαλές και αξιόπιστο.

Η εργασία αυτή έχει ως επιδίωξη να βοηθήσει στην βελτίωση των υπηρεσιών internet banking καθώς και να βοηθήσει στην αύξηση της απόδοσης των τραπεζικών συναλλαγών. Στα πλαίσια της παρούσας εργασίας και για την πιο εμπειριστατωμένη απάντηση των παραπάνω θεμάτων διεξήχθη έρευνα με online ερωτηματολόγιο το οποίο αποτελείται από τέσσερα μέρη.

Το πρώτο μέρος αφορούσε τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων. Ειδικότερα, περιελάμβανε ερωτήσεις που αφορούν το φύλο, την ηλικία, την εργασιακή απασχόληση καθώς και την οικονομική κατάσταση τους. Το δεύτερο μέρος αποτελείται από ερωτήσεις που δείχνουν κατά πόσο είναι ενημερωμένοι οι καταναλωτές για το e-banking, αν κάνουν χρήση των υπηρεσιών του και ειδικότερα αν κάνουν χρήση του internet banking. Το τρίτο μέρος αφορούσε τους καταναλωτές που κάνουν χρήση του internet banking. Με αυτές τις ερωτήσεις εξετάσαμε με ποιον

τρόπο οι πελάτες τραπεζών κάνουν χρήση του internet banking, ποιες υπηρεσίες χρησιμοποιούν, αν είναι ικανοποιημένοι από αυτές τις υπηρεσίες, κατά πόσο το θεωρούν ασφαλές και αξιόπιστο, και τέλος ποιες παραμέτρους θεωρούν σημαντικές για το site μιας τράπεζας. Το τέταρτο μέρος αφορούσε τους καταναλωτές που δεν κάνουν χρήση του internet banking. Με τις ερωτήσεις αυτές εξετάσαμε τους λόγους για τους οποίους οι καταναλωτές δεν κάνουν χρήση του internet banking και αν θα σκόπευαν να το χρησιμοποιήσουν στο μέλλον.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1 Ιστορία του e-banking

Για να υπάρξει το Internet Banking απαραίτητο συστατικό στοιχείο είναι η δυνατότητα πρόσβασης στο λεγόμενο Διαδίκτυο, ή Internet όπως αποκαλείται διεθνώς, εργαλείο το οποίο τα τελευταία χρόνια έχει εισβάλει στη ζωή μας και τείνει να αποκτήσει δεσπόζουσα θέση στην καθημερινότητά μας.

Όλα ξεκίνησαν στα τέλη της δεκαετίας του 1960, όταν ο οργανισμός ARPA (Advanced Research Projects Agency) στις ΗΠΑ, προσανατολισμένος σε ερευνητικά προγράμματα υψηλής τεχνολογίας, ξεκίνησε μια ερευνητική δραστηριότητα σχετικά με τα δίκτυα, δημιουργώντας το ARPAnet το οποίο αποτέλεσε πρόδρομο του Internet. Το 1971, μόνον τέσσερις υπερυπολογιστές ήταν συνδεδεμένοι στο δίκτυο. Το 1995, οι συνολικοί κόμβοι ήταν δεκάδες χιλιάδες, ενώ περισσότεροι από πέντε εκατομμύρια περίπου χρήστες ανά τον κόσμο συνδέονταν καθημερινά στο δίκτυο για τις συναλλαγές τους, για να συνομιλήσουν, ν' ανταλλάξουν απόψεις, γνώσεις και προγράμματα. (Αγγέλης 2005) Σταθμό στην ιστορία του διαδικτύου αποτελεί το έτος 1993 όποτε και κατασκευάστηκε ο παγκόσμιος ιστός (World Wide Web) στο CERN της Ελβετίας. Ο παγκόσμιος ιστός συνέβαλε στη δημιουργία μιας ευρύτερης και πιο εύκολα προσβάσιμης δικτυακής υποδομής. Το 1994 ανακαλύφθηκε ο Netscape Navigator, ο πρώτος περιηγητής στο Internet οποιουδήποτε διέθετε έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή και ένα modem. (Peterson M. 2007)

Η ιστορία του Internet Banking ξεκινά στα τέλη της δεκαετίας του '80 όταν οι μεγαλύτερες τράπεζες των Ηνωμένων Πολιτειών εισήγαγαν την έννοια του Home Banking (ή PC Banking). Με το Home Banking οι τράπεζες έδιναν τη δυνατότητα στους πελάτες τους να πραγματοποιούν τις βασικές τραπεζικές τους συναλλαγές από το σπίτι μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή. Οι τράπεζες, έχοντας αναπτύξει τα

κατάλληλα δίκτυα και παρέχοντας στους πελάτες τους δωρεάν λογισμικό, στόχευαν να εξαπλωθεί η καινούρια αυτή υπηρεσία στους πλέον απαιτητικούς και εύπορους πελάτες. Ο κύκλος ζωής του Home Banking ήταν σύντομος καθώς στα μέσα της δεκαετίας του '90 επικράτησε το Internet Banking. Το σημαντικότερο πλεονέκτημα που προσέφερε το Internet Banking σε σχέση με τον προκάτοχό του ήταν το γεγονός ότι οι τράπεζες δεν απαιτούνταν πλέον να συντηρούν ιδιωτικά δίκτυα τα οποία συνεπάγονταν υψηλό κόστος. Επιπλέον ούτε οι πελάτες χρειαζόταν να εφοδιάζονται με κάποιο ιδιαίτερο λογισμικό ώστε να έχουν πρόσβαση στο σύστημα της τράπεζας. Το Internet ως ανοιχτό σύστημα αποτέλεσε πρόκληση για τις τράπεζες οι οποίες διέκριναν την ευκαιρία να διευρύνουν μέσω αυτού την πελατειακή τους βάση. (www.buzzle.com)

Τον Οκτώβριο του 1995 εμφανίστηκε στην Αμερική η πρώτη ηλεκτρονική τράπεζα, η Security First Network Bank, η οποία χωρίς να διαθέτει δίκτυο καταστημάτων εξυπηρετούσε την πελατεία της μόνο μέσα από το διαδίκτυο(Internet). Η νέα τράπεζα σχεδιασθηκε και αναπτύχθηκε από ένα σχετικά μικρό χρηματοοικονομικό οργανισμό, την Cardinal Bankshares Organization, που είχε έδρα στο Kentucky των ΗΠΑ και ο οποίος χρηματοδοτήθηκε με \$2,4 εκατομμύρια από δύο αμερικάνικες τράπεζες, την Huntington Bankshares και την Wachovia Corporation. Οι δύο τράπεζες επένδυσαν τόσα χρήματα στην Cardinal Bankshares διότι ήταν οι πρώτες τράπεζες που, αφενός διέκριναν ότι πολλοί πελάτες των τραπεζών έχουν την ανάγκη να πραγματοποιούν τις συναλλαγές τους με απλό τρόπο, καθ'όλη τη διάρκεια της ημέρας, συνεχώς όλο το χρόνο και χωρίς γεωγραφικό περιορισμό, και αφετέρου γιατί αναγνώρισαν το μεγάλο πλεονέκτημα της Cardinal Bankshares να έχει σχεδιάσει την περισσότερο προηγμένη αρχιτεκτονική ασφαλείας πληροφοριακών συστημάτων. Αρχιτεκτονική, η οποία αποτελεί την προϋπόθεση για τη δημιουργία, αλλά κυρίως την αποδοχή, από την πελατεία της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Αρχιτεκτονική ασφαλείας και λογισμικού, που, παρά τις επανειλημμένες προσπάθειες ειδικών της πληροφορικής, δεν έχουν παραβιαστεί μέχρι σήμερα.(EET 2003)

Στην Ελλάδα η πρώτη εφαρμογή Internet Banking παρουσιάστηκε τον Φεβρουάριο του 1998. Την καινοτομία αυτή εισήγαγε στην Ελλάδα, που αριθμούσε τότε λίγο περισσότερους από 100.000 συνδρομητές Internet, η Εγνατία Τράπεζα παρουσιάζοντας την ολοκληρωμένη υπηρεσία WebTeller μέσω της οποίας οι καταναλωτές είχαν τη δυνατότητα να διεκπεραιώνουν τις τραπεζικές τους συναλλαγές μέσω του Internet. (www.marfinegnatiabank.gr)

1.2 Ορισμός e-banking

Το e-banking είναι αναπόσπαστο κομμάτι του ηλεκτρονικού εμπορίου το οποίο περιλαμβάνει όλες τις συναλλαγές που γίνονται μέσω ηλεκτρονικών δικτύων. Τα ηλεκτρονικά κανάλια χρησιμοποιούνται τόσο για συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων (business to business) αλλά και μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών (business to consumer), όπως η αγορά και η πληρωμή αγαθών. Το e-banking είναι μέρος του e-commerce διότι οι τράπεζες συμμετέχουν σε επιχειρηματικές συναλλαγές μέσω ηλεκτρονικών μέσων. Με άλλα λόγια το e-banking δεν είναι απλώς ένα τραπεζικό προϊόν, αλλά η ηλεκτρονική διεκπαιρέωση των τραπεζικών συναλλαγών και η ηλεκτρονική διεπαφή μεταξύ των τραπεζών και των πελατών τους. (business computing news 2009)

Ο διεθνής όρος Internet Banking αποδίδεται στην ελληνική ως <<Διαδικτυακή Τραπεζική >>, όμως πιο συχνά χρησιμοποιείται ισοδύναμα ο όρος <<Ηλεκτρονική Τραπεζική>> ή e-banking. Παρά το γεγονός ότι συχνά δε γίνεται διάκριση μεταξύ των όρων internet banking και e-banking, ο ένας αποτελεί ειδικότερη κατηγορία του άλλου. Πιο συγκεκριμένα με τον όρο ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking) εννοούμε όλες εκείνες τις υπηρεσίες που παρέχουν οι τράπεζες μέσω του Διαδικτύου, χωρίς δηλαδή τη φυσική παρουσία του πελάτη στο υποκατάστημα μιας τράπεζας. Εναλλακτικά θα μπορούσαμε να ορίσουμε την ηλεκτρονική τραπεζική ως την αυτοματοποιημένη παροχή νέων και παραδοσιακών προϊόντων και υπηρεσιών χρηματοοικονομικής φύσης, απευθείας στους πελάτες μέσω ηλεκτρονικών, αλληλεπιδραστικών καναλιών επικοινωνίας.

Ωστόσο ένας πιο ολοκληρωμένος και εμπεριστατωμένος ορισμός δίνεται από το Συνέδριο Ενωμένων Εθνών για το εμπόριο και την ανάπτυξη (United Nations Conference on Trade and Development). Αυτός ο ορισμός περιλαμβάνει όλες σχεδόν τις πτυχές του E-banking. Σύμφωνα λοιπόν με τον ορισμό αυτό, το E-banking αναφέρεται στην εκτέλεση λιανικών και όχι μόνο τραπεζικών συναλλαγών και περιλαμβάνει ατομικούς και εταιρικούς πελάτες, πληρωμές, μεταφορές χρημάτων, δανεισμό, πιστωτικές κάρτες και άλλα. (UNCTAD 2002)

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

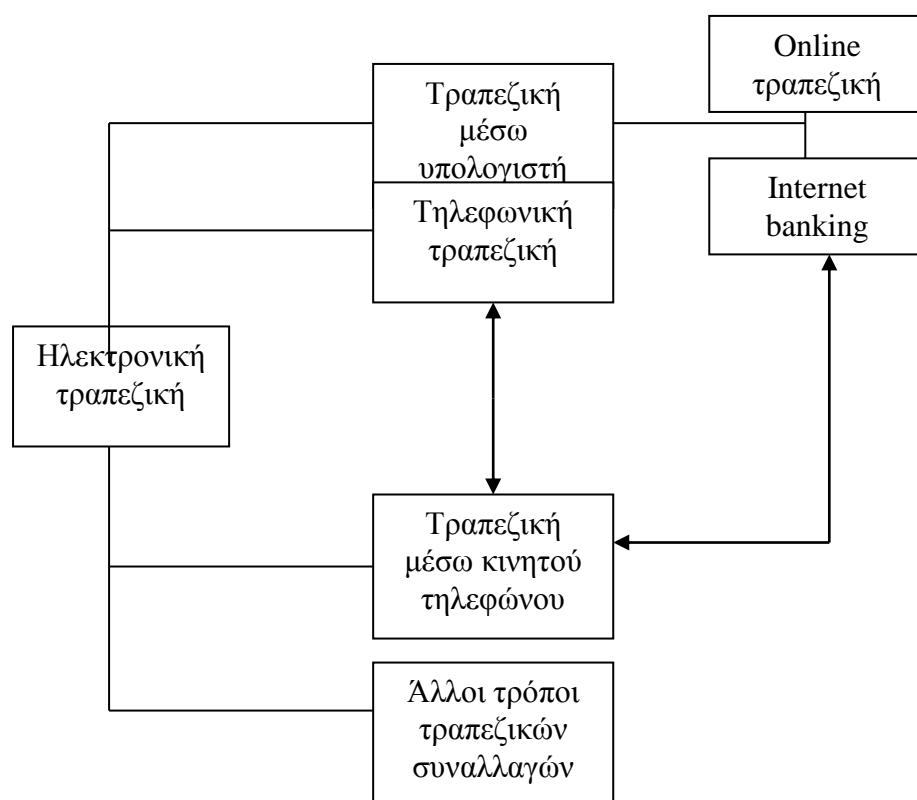
κυριότερες παρεχόμενες υπηρεσίες των δυο προαναφερθείσων κατηγοριών του e-banking.

Υπηρεσίες Λιανικής	Υπηρεσίες Χονδρικής
Διαχείριση λογαριασμών	Διαχειρισή λογαριασμών
Πληρωμές λογαριασμών	Διαχείριση ρευστότητας
Άνοιγμα λογαριασμών	Δάνεια Μικρών Επιχειρήσεων (αιτήσεις, εγκρίσης, κ.α.)
Μεταφορά χρημάτων, Επενδυτικές υπηρεσίες	
Αιτήσεις δανείων και Εγκρίσεις, Συνένωση λογαριασμών	Πληρωμές B2B, Διαχείριση Μισθοδοσίας και Συνταξιοδοτικών προγραμμάτων

Πίνακας 1: Κυριότερες υπηρεσίες E-banking (Πηγή: IT Examination Booklet, Federal Financial Institutions Examination Council)

1.3 Δίκτυα τραπεζικών συναλλαγών

Το e-banking περιλαμβάνει όλους τους τρόπους και τις δυνατότητες επαφής του πελάτη με την τράπεζα ηλεκτρονικά. Τα εναλλακτικά δίκτυα του e-banking είναι το PC banking, internet banking, mobile banking, phone banking, ATM, σύστημα ΔΙΑΣ/MAESTRO, AEM. Παρακάτω παραθέτουμε σχεδιαγραμματικά τις διαφορετικές μορφές που μπορεί να πάρει το e-banking, τις οποίες μόλις αναφέραμε:



Διαγραμμα 1: Μορφές E-banking (Πηγή: Deutsche Bundesbank, Monthly Report, December 2000, “Electronic banking from a prudential supervisory perspective”).

PC banking

Το PC banking είναι μια μορφή τραπεζικών συναλλαγών που επιτρέπει στους πελάτες να εκτελούν τις τραπεζικές τους συναλλαγές από έναν υπολογιστή μέσω ενός modem. Οι περισσότερες τράπεζες προσφέρουν στους πελάτες τους ένα ιδιόκτητο πρόγραμμα χρηματοοικονομικού λογισμικού που επιτρέπει στον πελάτη να εκτελέσει τις τραπεζικές του συναλλαγές από τον υπολογιστή του σπιτιού του. Στη συνέχεια, ο πελάτης καλεί την τράπεζα μέσω από το modem, κατεβάζει δεδομένα και εκτελεί τα προγράμματα που έχει εγκαταστήσει στον υπολογιστή του. (bankers online 2003) Το PC banking επιτρέπει στους χρήστες να διαχειρίζονται τα χρήματά τους, να πληρώνουν λογαριασμούς, να μεταφέρουν χρήματα κ.α.

Το PC banking όμως, έχει κάποια θέματα ασφαλείας που οι χρήστες πρέπει να γνωρίζουν. Οι περισσότερες τράπεζες χρησιμοποιούν ένα πρωτόκολλο κρυπτογράφησης στους κεντρικούς υπολογιστές τους που ονομάζεται Secure Sockets Layer για την προστασία από hackers. Ενώ αυτό είναι ισχυρό από την πλευρά της τράπεζας, οι προσωπικοί υπολογιστές δεν έχουν το ίδιο επίπεδο προστασίας. (www.ehow.com)

Mobile banking

Το mobile banking αναφέρεται στην παροχή τραπεζικών και χρηματοοικονομικών υπηρεσιών με τη βοήθεια κινητών τηλεφώνων ή PDA (Personal Digital Assistant). Το mobile banking χρησιμοποιείται για έλεγχο των λογαριασμών, για πληρωμές, αιτήσεις πιστωτικών και άλλων τραπεζικών συναλλαγών. Σήμερα το mobile banking στηρίζεται πάνω σε δύο διαφορετικές μεθόδους διακίνησης των πληροφοριών, ανάλογα με το χρηματοπιστωτικό ίδρυμα και την τεχνολογική πλατφόρμα που διαθέτει εγκατεστημένη. Οι δύο κυριότερες τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται σήμερα είναι οι ακόλουθες:

1. Τεχνολογίες SMS
2. Τεχνολογίες WAP

Στα συστήματα που στηρίζονται στην τεχνολογία αποστολής γραπτών μηνυμάτων (sms) οι πελάτες εκτελούν όλες τις τραπεζικές εργασίες αποστέλλοντας γραπτά μηνύματα στο τηλεφωνικό κέντρο του χρηματοπιστωτικού ιδρύματος. τα συγκεκριμένα γραπτά μηνύματα περιέχουν τις τραπεζικές εντολές που θα εκτελεστούν, σε συγκεκριμένη μορφή, η οποία εξαρτάται από το πληροφοριακό σύστημα που χρησιμοποιεί κάθε χρηματοπιστωτικό ίδρυμα και διαχειρίζεται αυτή την πληροφορία. Στα συστήματα που στηρίζονται στην τεχνολογία wap ανταποκρίνονται μόνο γενιές κινητών τηλεφώνων που υποστηρίζουν το πρωτόκολλο επικοινωνίας wap. Παραδείγματα τέτοιων κινητών τηλεφώνων είναι το iPhone της Apple και συσκευές που βασίζονται στο Android της Google. (www.wikipedia.com)

Phone banking

Το phone banking είναι ένα αυτοματοποιημένο σύστημα που παρέχεται από την τράπεζα για την πρόσβαση στις πληροφορίες του τραπεζικού λογαριασμού του πελάτη, μέσω τηλεφώνου τύπου τόνου. Με αυτόν τον τύπο συστήματος τραπεζικών συναλλαγών μέσω τηλεφώνου, μπορεί κανείς να αποκτήσει πρόσβαση στην τράπεζά του και να κάνει τις απαραίτητες συναλλαγές. Μόλις καλέσει τον ειδικό τηλεφωνικό αριθμό της τράπεζας, θα οδηγηθεί μέσα από το σύστημα στις προσφερόμενες επιλογές και ανάλογα την ανάγκη του πελάτη να αποκτήσει πρόσβαση στις πληροφορίες που χρειάζεται. Το μόνο που έχει να κάνει είναι να καλέσει τον αριθμό που χρησιμοποιείται για το phone banking. Το phone banking προσφέρει 24 ώρες πρόσβαση στις υπηρεσίες και μπορεί κανείς να απολάυσει αυτή τη δυνατότητα από την άνεση του σπιτιού του.

Όλες οι συναλλαγές του phone banking μπορούν να γίνουν με δύο τρόπους.

(Μπενετάτου Α. 2010)

Ένας τρόπος είναι χρησιμοποιώντας τις τραπεζικές υπηρεσίες και ο άλλος είναι να μιλήσει ο πελάτης με τον εκπρόσωπο της τράπεζας και να εκτελέσει τις τραπεζικές συναλλαγές του. Για να αποκτήσει κανείς πρόσβαση στο phone banking θα πρέπει πρώτα να περάσει από μια ειδική διαδικασία πιστοποίησης σύμφωνα με την οποία ο πελάτης πρέπει να έχει μια βασική πληροφορία. Η βασική πληροφορία είναι ο προσωπικός αριθμός (PIN). Είναι μοναδικό και σημαντικό, ώστε να μπορεί ο πελάτης να έχει πρόσβαση σε πληροφορίες του τραπεζικού του λογαριασμού μέσω του τραπεζικού συστήματος τηλεφώνου. Για να λάβει τα οφέλη από το αυτοματοποιημένο

σύστημα τραπεζικών συναλλαγών μέσω τηλεφώνου, πρέπει να χρησιμοποιήσει ένα τηλεφωνικό σύστημα το οποίο είναι ένας ήχος που βασίζεται σε τηλέφωνο. Αν δεν υπάρχει αυτό το τηλεφωνικό σύστημα, τότε θα πρέπει να κάλεσει ο πελάτης τον εκπρόσωπο της τράπεζας. Το πρόσωπο αυτό θα κάνει πρώτα κάποιες ερωτήσεις για να επαληθεύσει την ταυτότητα του πελάτη και μόλις γίνει η επαλήθευση, ο πελάτης στη συνέχεια θα λάβει τη βοήθεια που απαιτείται για τις τραπεζικές συναλλαγές. (Amit B. 2010)

Internet banking

Το internet banking υπόσχεται την επανάσταση στις τραπεζικές συναλλαγές, καθώς «μεταφέρει» την ίδια την τράπεζα στην οθόνη του υπολογιστή μέσω διαδικτύου. Στις περισσότερες περιπτώσεις, ο υπολογιστής και η σύνδεση αρκούν για πρόσβαση στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες. (banknet India). Λόγω αναγκών αυξημένης ασφάλειας που διέπουν τις ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές, σε αρκετές περιπτώσεις απαιτείται και η προμήθεια επιπλέον συσκευών ασφαλείας όπως για παράδειγμα οι έξυπνοι αναγνώστες ή η εγκατάσταση ειδικού λογισμικού ασφαλείας όπως ψηφιακού πιστοποιητικού, τα οποία παρέχουν οι τράπεζες στους πελάτες. Μέσω του internet banking ο πελάτης μιας τράπεζας έχει σχεδόν όλητη γκάμα των τραπεζικών συναλλαγών που χρειάζεται. Επιπλέον, έχει πλήρη και έγκυρη πληροφόρηση για το σύνολο των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και προϊόντων. (Αγγέλης Β. 2005)

Επιπλέον, οι τράπεζες έχουν πλέον την τεχνογνωσία και τις δυνατότητες να προσαρμόζουν τις ηλεκτρονικές τους υπηρεσίες, ανάλογα με την κατηγορία πελάτων που αντιπροσωπεύει ο χρήστης και με τον τρόπο αυτό υπάρχουν για παράδειγμα επιπρόσθετες δυνατότητες για εταιρικούς χρήστες σε σχέση με ιδιώτες. (UNCTAD 2002)

1.4 Εναλλακτικά δίκτυα τραπεζικών συναλλαγών ATMs (Automated Teller Machines)

Το κύριο εναλλακτικό δίκτυο παροχής τραπεζικών υπηρεσιών πριν την ανάπτυξη του e-banking ήταν οι αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές (ATMs). Οι αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές δημιουργήθηκαν για την ανάληψη μετρητών από τους πελάτες των τραπεζών σε 24ωρη βάση. Μέσω των ATMs παρέχονται ποικίλες υπηρεσίες όπως είναι η ανάληψη μετρητών, κατάθεση χρημάτων, ενημέρωση

υπολοίπου λογαριασμού, μεταφορά ποσού σε λογαριασμό τρίτου καθώς και πολλές άλλες. Ο κατάλογος των υπηρεσιών που προσφέρονται μέσω των ATMs συνεχώς εμπλουτίζεται με συναλλαγές, ενώ σε πιο εξελιγμένα συστήματα υπάρχει η δυνατότητα online βοήθειας από υπάλληλο της τράπεζας. (Καραγεωργίου Ε. 2003).

Οι τράπεζες αποκτούν όλο και περισσότερα μηχανήματα, όμως η αγορά, εγκατάσταση, συντήρηση και διαχείριση των ATMs αυξάνει το λειτουργικό τους κόστος. Διατραπεζικές συμφωνίες σε εθνικό αλλά και διεθνές επίπεδο, επιτρέπουν και σε πελάτες άλλων τραπεζών την ανάληψη μετρητών από τα ATMs. Για τους πελάτες αυτό έχει ιδιαίτερη αξία, επειδή τους διασφαλίζει την εξυπηρέτησή τους από το χρηματοπιστωτικό σύστημα παγκοσμίως.

Με τη χρήση απελευθερώνεται το ανθρώπινο δυναμικό από τις εργασίες απλών συναλλαγών, που η τράπεζα το χρησιμοποιεί σε άλλες πιο σύνθετες εφαρμογές, προσφέροντας ποιοτικότερη εξυπηρέτηση στον πελάτη. Επιπλέον, το κόστος των συναλλαγών που εκτελούνται μέσω των ATMs είναι κατά πολύ μικρότερο για τις τράπεζες σε σύγκριση με τις παραδοσιακές συναλλαγές μέσω των τραπεζών. (Ελευθεροτυπία 2009)

Σύστημα ΔΙΑΣ/MAESTRO

Ένα ακόμα εναλλακτικό δίκτυο παροχής τραπεζικών υπηρεσιών αποτελούν οι ηλεκτρονικές συσκευές μεταφοράς κεφαλαίων στα σημεία πώλησης οι οποίες τοποθετούνται σε χώρους όπου πωλούνται προϊόντα ή υπηρεσίες προς το ευρύ κοινό. Μέσω αυτών οι κάτοχοι πιστωτικής κάρτας ή κάρτας αναλήψεων μετρητών (cash card) διενεργούν τις αγορές τους χωρίς να είναι απαραίτητο να έχουν στο πορτοφόλι τους χρήματα. Με τη χρήση των συσκευών EFT/POS πλήθος συναλλαγών λιανικής εκτελούνται αυτόματα χωρίς ούτε ο αγοραστής ούτε ο πωλητής να προσέρχονται στο τραπεζικό κατάστημα. Οι τράπεζες με τον τρόπο αυτό αυξάνουν το πελατολόγιο τους και επιπλέον, μειώνουν το λειτουργικό τους κόστος επειδή δεν απασχολείται το προσωπικό με το μεγάλο αριθμό αυτών των συναλλαγών. Το σύστημα του ηλεκτρονικού πορτοφολιού περιλαμβάνει την έξυπνη κάρτα με ενσωματωμένο μικροτσίπ, αντί της μαγνητικής ταινίας που έχει η πιστωτική κάρτα. Το ολοκληρωμένο κύκλωμα της έξυπνης κάρτας εμπεριέχει ένα μικροϋπολογιστή και έτσι είναι δυνατή η εφαρμογή μεγάλου αριθμού λειτουργιών στην κάρτα, όπως καταγραφή πληροφοριών, έλεγχος αυθεντικότητας της κάρτας και του κατόχου,

αποθήκευση, αύξηση και μείωση χρηματικής αξίας. Επίσης περιλαμβάνει ηλεκτρονική υπογραφή, έλεγχο του ορίου δαπανών, δηλαδή των αγορών που έχουν πραγματοποιηθεί, έλεγχο του μυστικού αριθμού pin αλλά και λειτουργία marketing όπως διαχείριση κουπονιών απο αγορές με ειδικές προσφορές. (Συρμακέζης Σ. 2003)

1.5 Το e-banking στην Ελλάδα

Στο χώρο της ηλεκτρονικής τραπεζικής δραστηριοποιούνται με επιτυχία εδώ και αρκετά χρόνια οι περισσότερες ελληνικές και πολυεθνικές τράπεζες που λειτουργούν στην ελληνική επικράτεια. Σχεδόν κατά 100% αυξάνεται κάθε χρόνο, η χρήση των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα, οδηγώντας στη διαπίστωση πως ο τομέας αυτός αναδεικνύεται σε μεγάλη ευκαιρία, αλλά και πρόκληση για τον τραπεζικό κλάδο. Το e-banking εμφανίζει σημαντική αύξηση των ποσοστών συμμετοχής, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν αντιμετωπίζει ακόμη προβλήματα που αναμένεται να λυθούν προοδευτικά παράλληλα με την ανάπτυξη του Internet στην Ελλάδα. Παρά τον ταχύ ρυθμό ανάπτυξης της ηλεκτρονικής τραπεζικής, πολλοί πελάτες τραπεζών είτε δεν είναι εξοικειωμένοι με την τεχνολογία, είτε προτιμούν ακόμη την παραδοσιακή μέθοδο συναλλαγών του «γκισέ». Ωστόσο, τα εμπόδια που ανακύπτουν στη διαδικασία ανάπτυξης του e-banking δεν φαίνονται ικανά να περιορίσουν τη δυναμική του φαινομένου, καθώς τόσο τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, όσο και οι καταναλωτές αντιλαμβάνονται ότι το μέλλον των τραπεζικών συναλλαγών περνά από το διαδίκτυο.

Όπως προκύπτει από τα παρακάτω στοιχεία, με συνεχή αυξητικό ρυθμό οι χρήστες υπηρεσιών e-banking στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία αυξάνονται. Σύμφωνα με στοιχεία της Τραπεζικής της Ελλάδος και της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών, το 2000 περίπου 30.000 Έλληνες χρησιμοποιούσαν το web banking, ενώ την επόμενη χρονιά αυξήθηκαν στις 170.000. Οι ραγδαίοι ρυθμοί αύξησης των χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα συνεχίστηκαν και το 2002, καθώς έως τα τέλη Μαΐου είχαν ξεπεράσει τις 250.000. Παράλληλα, προβλέπεται ότι έως το 2004 οι συνδρομητές της ιντερνετικής τραπεζικής θα ξεπεράσουν τις 500.000 (Παπαϊωάννου 2006)

Τα παραπάνω ποσοστά αποδεικνύει εξάλλου και έρευνα της Jupiter Research, με βάση την οποία η διείσδυση του e-banking στην Ελλάδα, φθάνει σήμερα περίπου στο 13%. Ωστόσο, παρά τη συνεχόμενη αύξηση της διείσδυσης του Διαδικτύου στην

Ελλάδα το ποσοστό αυτό, σε σχέση με άλλες χώρες, είναι ακόμη πολύ χαμηλό, δεδομένου ότι το αντίστοιχο στις σκανδιναβικές χώρες ξεπερνά το 54%. Σύμφωνα με την Jupiter αυτή τη στιγμή το 39% των Ευρωπαίων χρηστών Ιντερνετ χρησιμοποιεί το e-banking, και το σύνολο των online τραπεζικών πελατών σε ολόκληρη την Ευρώπη φθάνει τα 54,1 εκατ. Τα πιο πρόσφατα στοιχεία για τη χρήση του e-banking στην Ελλάδα έκαναν λόγο για περίπου 250.000 χρήστες, αριθμός ανάλογος με τις εκτιμήσεις της Jupiter, καθώς εάν ο συνολικός online πληθυσμός στην Ελλάδα κυμαίνεται από 1,2 έως 2 εκατ. τότε ο μέγιστος αριθμός των χρηστών e-banking δεν ξεπερνά τις 260.000. (Πεφάνης Δ. 2006)

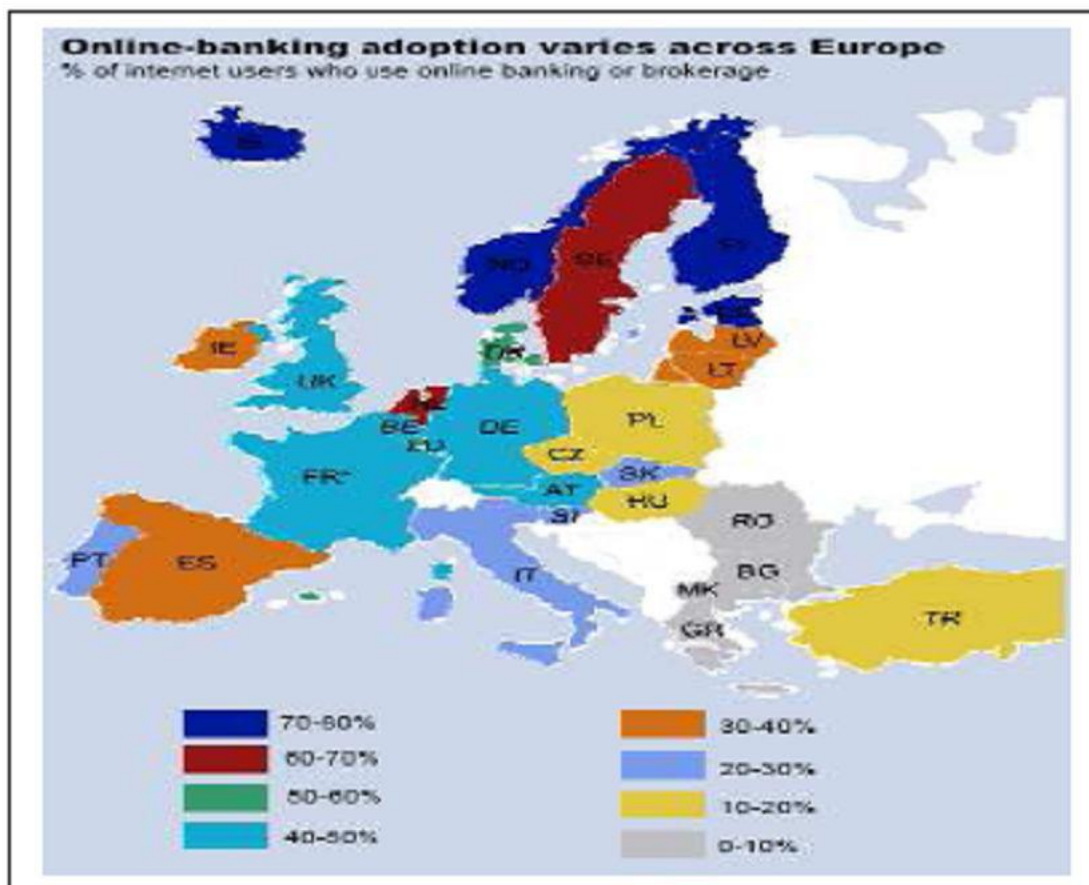
Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα στοιχεία της Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών, μέσα στο 2009 συνολικά 400.000 ενεργοί χρήστες (φυσικά πρόσωπα) πραγματοποίησαν πάνω από 13,5 εκατομμύρια log-ins και συναλλαγές, αξίας σχεδόν 4 δισ. ευρώ. Την ίδια περίοδο πάνω από 71.000 ενεργά νομικά πρόσωπα πραγματοποίησαν 10 εκατομμύρια log-ins και συναλλαγές ύψους 19 δισ. ευρώ. Εξάλλου, στο τέλος του 2009 περισσότερα από 1.719.800 φυσικά και νομικά πρόσωπα είχαν εγγραφεί στις συγκεκριμένες υπηρεσίες αντί μόλις 100.000 το 2004. Όπως προκύπτει από έρευνα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, η ηλεκτρονική τραπεζική έχει πλέον φθάσει σε υψηλά επίπεδα ωριμότητας. (Μύττα Σ. 2004)

Από τα στοιχεία που έχουν στη διάθεσή τους οι τράπεζες προκύπτει ότι οι πελάτες τους εξοικειώνονται αργά αλλά σταθερά με τις νέες τεχνολογίες, ωστόσο η σύγκριση με την υπόλοιπη Ευρώπη δείχνει ότι υπάρχουν ακόμη σημαντικές προοπτικές περαιτέρω αύξησης των e-συναλλαγών στην Ελλάδα. Είναι χαρακτηριστικό ότι μόλις 1 στους 20 Έλληνες χρησιμοποιεί συστήματα ηλεκτρονικής τραπεζικής, με το αντίστοιχο χάσμα έναντι της Ευρωπαϊκής Ένωσης να εκτοξεύεται στις 27 ποσοστιαίες μονάδες το 2009 (5% σε σχέση με 32%). Ενθαρρυντικό είναι πάντως το γεγονός ότι το 10% των Ελλήνων έχει χρησιμοποιήσει το Internet για να παραγγείλει ή να αγοράσει αγαθά ή υπηρεσίες, με τα αντίστοιχα ποσοστά ωστόσο στην υπόλοιπη Ευρώπη να κινούνται σε επίπεδα 3,5 φορές υψηλότερα. «*Διαβλέπουμε ότι το Internet θα αποτελέσει βασικό κανάλι επικοινωνίας με τον πελάτη στο μέλλον, αντικαθιστώντας σε σημαντικό βαθμό το κλασικό μοντέλο τραπεζικής που προϋποθέτει προσωπική επαφή*» τονίζει ο κ. Alain Bulbulyan, CEO & Managing Director της Credicom Consumer Finance που δραστηριοποιείται στην Ελλάδα. (Μάρκου Α. 2011)

1.6 Το e-banking στο Εξωτερικό

Στην Ευρώπη παρατηρούνται μεγάλες διαφορές στην υιοθέτηση και χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής απο χώρα σε χώρα. Μεγαλύτερη διάδοση του e-banking παρουσιάζουν, όπως είναι φυσικό, χώρες της Βόρειας Ευρώπης όπου εκτός του υψηλού βιοτικού επιπέδου, παρατηρείται επιπλέον και μεγάλη διάδοση τόσο του διαδικτύου όσο και των νέων τεχνολογιών γενικότερα.

Έτσι κατα το 2005 το ποσοστό των χρηστών του διαδικτύου που είχαν υιοθετήσει την πραγματοποίηση τραπεζικών αλλά και χρηματιστηριακών συναλλαγών μέσω του internet σε χώρες όπως η Φιλανδία, η Νορβηγία, η Ισλανδία και η Εσθονία ήταν μεταξύ 70 και 80%. Υψηλά ποσοστά διείσδυσης της τάξης του 60 με 70% μέτρηθηκαν και σε Σουηδία και Ολλανδία, χώρες που παραδοσιακά εμφάνιζαν μεγάλα ποσοστά διάδοσης της ευρυζωνικότητας και της καινοτομίας. Μεταξύ των χωρών της Μεσογείου πρωτοπορία όσον αφορά το ποσοστό διάδοσης παρατηρείται στην Ισπανία όπου το 30-40% των χρηστών του internet δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν ενεργά το e-banking.



Σχήμα 1: Διάδοση e-banking στην Ευρώπη (Πηγή: DB Research, Eurostat, Forrester, WDI, World Gazetteer, 2005)

Στον παραπάνω πίνακα απεικονίζεται ο χάρτης της Ευρώπης με διαφορετικά χρώματα όσον αφορά τα ποσοστά των χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής επί του συνόλου των χρηστών του διαδικτύου για το έτος 2005, αντικατοπτρίζοντας τις διαφορές που παρατηρούνται στις διάφορες περιοχές, τάση που παρατηρείται και σήμερα, με τις χώρες που υπολείπονται όμως σε ποσοστά να καλύπτουν σταδιακά το χάσμα, κάτι που ισχύει και για την Ελλάδα. (Γούναρη Α. 2009)

Το Internet banking εξακολουθεί να βρίσκεται σε ανάπτυξη, σύμφωνα με μια αναφορά σχετικά με τραπεζικές συναλλαγές μέσω Διαδικτύου από την Celent Communications (2005). Περίπου το ένα τρίτο των αμερικανικών νοικοκυριών είναι χρήστες του Internet Banking, εκτιμάει η Celent. Αυτό θα πρέπει να προσεγγίσει το 50% μέχρι το τέλος της δεκαετίας, η οποία οδηγείται σε αύξηση της ευρυζωνικότητας και της περαιτέρω ωριμότητας των Web-based υπηρεσιών.

1.7 Υπηρεσίες internet banking

Στην Ευρώπη όπου είναι αναπτυγμένα και τυποποιημένα τα συστήματα πληρωμών, ο προσανατολισμός των τραπεζών στρέφεται σταδιακά στην παροχή πρόσθετων υπηρεσιών στις επιχειρήσεις (corporate sites), όπου η γκάμα των επιλογών σε προϊόντα είναι διευρυμένη. Οι συνήθεις υπηρεσίες που προσφέρονται για τις επιχειρήσεις είναι (Αρχοντάκης Α. 2001):

ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	
ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ	ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ
Πληροφορίες λογαριασμών	Μεταφορά χρημάτων μεταξύ προσωπικών λογαριασμών
Υπόλοιπα λογαριασμών	Μεταφορά χρημάτων σε λογαριασμούς Τρίτων
Κινήσεις λογαριασμών	Μεταφορά χρημάτων σε λογαριασμούς στο Εξωτερικό
Υπόλοιπα πιστωτικών καρτών	Διαχείριση μεταφορών
Κινήσεις πιστωτικών καρτών έως και 6 μήνες και open statement	Πληρωμή ΟΤΕ, ΔΕΗ, ΦΠΑ, ΙΚΑ, ΤΕΒΕ
Πληροφορίες δανείων	Πληρωμή πιστωτικών καρτών
Κινήσεις δανείων	Πληρωμή Leasing
Υπόλοιπα δανείων	Πληρωμή δόσεων δανείων
Πληροφορίες πληρωμής ΦΠΑ, ΤΕΒΕ κ.α.	Πληρωμή Wind, Vodafone, Cosmote
Πληροφορίες προγραμματισμένων συναλλαγών (πληρωμές, μεταφορές)	Διενέργεια Δωρεών σε Κοινοφελείς Οργανισμούς

	Αίτηση έκδοσης Μπλόκ Επιταγών
	Αλλαγή κύριας διεύθυνσης
	Αποστολή προσωπικών μηνυμάτων
ΕΡΓΑΛΕΙΑ	
Αλλαγή κωδικού Password και κωδικού Certificate	
Ευρετήριο λογαριασμών	
Ευρετήριο λογαριασμών άλλων Τραπεζών Εσωτερικού	
Ευρετήριο λογαριασμών Τραπεζών Εξωτερικού	
ευρετήριο πιστωτικών καρτών	
Συναλλαγματικές ισοτιμίες	
Διαχείριση πιστοποιητικών	
Εγγραφή στο Mobile Banking	

Πίνακας 2: Τραπεζικές υπηρεσίες

Η ηλεκτρονική τραπεζική ανεξάρτητα αν απευθύνεται σε εγχώριους ή διαδουνοριακούς πελάτες μπορεί να κατηγοριοποιηθεί σε τρία βασικά επίπεδα παροχής υπηρεσιών: δικτυακοί τόποι (web sites) βασικού πληροφοριακού περιεχομένου, web sites απλών συναλλαγών, web sites προηγμένων συναλλαγών.

Στην περίπτωση των δικτυακών τόπων βασικού πληροφοριακού περιεχομένου χρησιμοποιούνται συστήματα που επιτρέπουν την πρόσβαση σε πληροφορίες που διατίθενται δημοσίως ή σχετίζονται με το μαρκετινγκ μιας τράπεζας. Κατα συνέπεια, η τράπεζα διαθέτει ηλεκτρονικά τις πληροφορίες που οι πελάτες εύρισκαν παραδοσιακά σε έντυπα ή σε άλλα μέσα ενημέρωσης. Στην περίπτωση των web sites απλών συναλλαγών χρησιμοποιούνται ηλεκτρονικά συστήματα τα οποία δίνουν τη δυνατότητα μεταφοράς ευαίσθητων μηνυμάτων, εγγράφων ή αρχείων μεταξύ χρηματοπιστωτικών οργανισμών και πελατών. Βασικό ζητούμενο αυτής της υπηρεσίας είναι η ασφάλεια των δεδομένων, που περικλείει την εμπιστευτικότητα των προσωπικών πληροφοριών, την ακεραιότητα των πληροφοριών, την πιστοποίηση της αυθεντικότητας των χρηστών κ.λπ. Στην περίπτωση των web sites προηγμένων συναλλαγών χρησιμοποιούνται συστήματα που παρέχουν όλες τις προηγούμενες δυνατότητες αλλά και τη δυνατότητα online συναλλαγών, διαχείρισης λογαριασμών, μεταφοράς χρημάτων μεταξύ λογαριασμών κ.λπ. (Α. Σιναπωτη-Μαρουδη-Ι. Δ. Φαρσαρωτας 2005)

1.8 Ποιότητα υπηρεσιών του Internet Banking

Η ιδέα της συνεχούς βελτίωσης της ποιότητας των υπηρεσιών προέρχεται από την κάλυψη των αναγκών και των απαιτήσεων των πελατών που δημιουργούνται μέσα

στο χρόνο. Στις τραπεζικές υπηρεσίες είναι εξίσου σημαντική η συνεχής βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών.

Σύμφωνα με τον Michael Tow Cheung, υπάρχουν έξι παράγοντες που επηρεάζουν την ποιότητα των υπηρεσιών: (Michael T.C. 2007)

Υπόθεση 1:

Το πως οι πελάτες αντιλαμβάνονται την ποιότητα της υπηρεσίας e-banking εξαρτάται απο το κατα πόσο χρήσιμη τη θεωρούν.

Υπόθεση 2:

Η ποιότητα των υπηρεσιών internet εξαρτάται άμεσα απο την ευκολία χρήσης.

Υπόθεση 3:

Η ποιότητα μιας υπηρεσίας e-banking εξαρτάται απο το κατα πόσο οι πελάτες τη θεωρούν αξιόπιστη.

Υπόθεση 4:

Η ποιότητα μιας υπηρεσίας e-banking εξαρτάται απο το πόσο ανταποκρίνεται άμεσα στις ανάγκες και εντολές των πελατών.

Υπόθεση 5:

Η ποιότητα μιας υπηρεσίας e-banking εξαρτάται απο το κατα πόσο οι πελάτες νιώθουν ασφαλής όταν τη χρησιμοποιούν.

Υπόθεση 6:

Η ποιότητα μιας υπηρεσίας e-banking εξαρτάται απο το κατα πόσο συνεχής και εμφανής είναι η προσπάθεια βελτίωσης και εξέλιξή της.

1.9 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των υπηρεσιών του E-banking

Πλεονεκτήματα για τους πελάτες

- **Διαθεσιμότητα**

Οι δικτυακοί τόποι των τραπεζών που προσφέρουν υπηρεσίες internet banking δεν κλείνουν ποτέ. Οι υπηρεσίες είναι διαθέσιμες σε 24ωρη βάση, 7 ημέρες την εβδομάδα, 365 μέρες το χρόνο.

- **Ταχύτητα συναλλαγών**

Όλες οι υπηρεσίες που προσφέρονται είναι συγκεντρωμένες σ'έναν και μόνο δικτυακό τόπο της τράπεζας με αποτέλεσμα ο πελάτης να μπορεί εύκολα και γρήγορα να επιλέξει τη συναλλαγή που επιθυμεί να πραγματοποιήσει.

- **Αποτελεσματικότητα**

Αποδοτικότερη διαχείριση των πάσης φύσεως συναλλαγών του χρήστη (πληροφοριακών, επενδυτικών, δανειακών, κλπ). Οι πελάτες των τραπεζών έχουν συνολική εικόνα των λογαριασμών και των συναλλαγών τους μέσω της οθόνης του υπολογιστή τους, καθώς επίσης και πρόσβασή σε ιστορικά στοιχεία που αφορούν προηγούμενες κινήσεις και συναλλαγές.

- **Ασφάλεια**

Υψηλό επίπεδο ασφαλείας συναλλαγών, καλύτερο από οποιοδήποτε επίπεδο ασφαλείας παρέχουν σήμερα οι παραδοσιακοί και εναλλακτικοί τρόποι διενέργειας συναλλαγών.

- **Εύκολη πρόσβαση**

Οι χρήστες μπορούν να έχουν πρόσβαση στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες της τράπεζας, ανεξάρτητα από την τοποθεσία στην οποία βρίσκονται (από το σπίτι, το γραφείο, το εξωτερικό), εν γένει από οποιοδήποτε σημείο υπάρχει σταθερή πρόσβαση στο internet. (Καρέκλης Π. 2003).

Πλεονεκτήματα για τις τράπεζες

- **Διεύρυνση πελατειακής βάσης**

Η υιοθέτηση του internet banking από μια τράπεζα δίνει τη δυνατότητα στην τράπεζα να αποκτήσει περισσότερα κανάλια διανομής για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της. Επίπλέον, η παροχή online υπηρεσιών δεν περιορίζει γεωγραφικά την τράπεζα. Με τον τρόπο αυτό υπάρχει η δυνατότητα να προσελκύσει απομακρυσμένους πελάτες και να διευρύνει την πελατειακή της βάση.

- **Μείωση λειτουργικού κόστους**

Η απόφαση μιας τράπεζας να ξεκινήσει να παρέχει υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής θα έχει ως αποτέλεσμα το κόστος λειτουργίας της να μειωθεί σημαντικά καθώς οι συναλλαγές που πραγματοποιούν οι πελάτες σ'ένα τραπεζικό υποκατάστημα στοιχίζουν στην τράπεζα πολύ περισσότερο από τις αυτοματοποιημένες online συναλλαγές της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

- **Ενίσχυση αφοσίωσης πελατών**

Μέσω των υπηρεσιών του internet banking ενισχύεται η αφοσίωση των πελατών καθώς η σχέση μεταξύ πελάτη και τράπεζας τίθεται σε νέα βάση. Επομένως, οι πελάτες που έχουν εξοικειωθεί με τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες που προσφέρει μια

τράπεζα είναι πολύ πιο διστακτικοί να αλλάξουν τράπεζα. (Αφιέρωμα «Διαδικτυακές τραπεζικές συναλλαγές (e-banking). Η σημερινή εφαρμογή τους στην Ελλάδα», Εφημερίδα Ημερησία)

Μειονεκτήματα για τους πελάτες

- **Χαμηλός βαθμός εξοικείωσης**

Το σημαντικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι πελάτες είναι ο χαμηλός βαθμός εξοικείωσής τους με το internet γενικότερα. Τα επίπεδα χρήσης υπηρεσιών internet στη χώρα μας είναι ακόμη σε σχετικά χαμηλά επίπεδα. Πρέπει να προηγηθεί εξάσκηση του χρήστη στις διαδικτυακές υπηρεσίες γενικότερα προτού αισθανθεί αρκετά σίγουρος για να προχωρήσει στην πραγματοποίηση τραπεζικών συναλλαγών.

- **Δυσπιστία**

Αρκετοί πελάτες αντιμετωπίζουν με δυσπιστία το ενδεχόμενο χρήσης του internet προκειμένου να διεκπεραιώσουν μόνοι τους τις τραπεζικές τους συναλλαγές. Τα φαινόμενα ηλεκτρονικής απάτης, σε συνδυασμό με την ελλιπή ενημέρωση των πελατών για τα συστήματα ασφαλείας των τραπεζών, τους αποθαρρύνουν από το να χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες μέσω διαδικτύου.

- **Χρονοβόρα διαδικασία εγγραφής**

Η διαδικασία της αρχικής αίτησης εγγραφής είναι χρονοβόρα για τους πελάτες. Κάποιες τράπεζες επιτρέπουν στους πελάτες να κάνουν ηλεκτρονικά την αίτηση αλλά στη συνέχεια θα πρέπει να επισκεφθούν την τράπεζα προκειμένου να υπογράψουν ψηφιακά καθώς δεν υπάρχει ακόμα αυτή η δυνατότητα ηλεκτρονικά. Επίσης, ο πελάτης για λόγους ασφαλείας δεν παίρνει άμεσα τους κωδικούς πρόσβασης αλλά χρειάζεται περίπου μια εβδομάδα για να μπορέσει να ενεργοποιήσει την υπηρεσία. (Α. Συναπωτη-Μαρουδη-Ι. Δ. Φαρσαρωτας 2005)

Μειονεκτήματα για τις τραπεζες

- **Ασφάλεια συναλλαγών**

Η ηλεκτρονική ασφάλεια είναι μια έννοια με διττό χαρακτήρα καθώς η τράπεζα θα πρέπει από τη μια μεριά να οργανώσει μια σειρά από πολιτικές, διαδικασίες και πρωτόκολλα που θα εξασφαλίσουν την καλή λειτουργία του συστήματος εσωτερικά και από την άλλη μεριά θα πρέπει να προστατέψει το σύστημα από εξωτερικούς κινδύνους. Ο μόνος τρόπος αντιμετώπισης των

κινδύνων είναι η συνεχής εκπαίδευση των υπευθύνων ασφαλείας των συστημάτων των επιχειρήσεων και η συνεχής τεχνολογική βελτίωση των συστημάτων ασφαλείας. (Μάρκου Α. 2007)

- **Πελατειακές σχέσεις**

Η διαπροσωπική επαφή με τον πελάτη χάνεται. Ενώ τα τελευταία χρόνια οι τράπεζες επένδυσαν στις μακροχρόνιες πελατειακές σχέσεις μέσω της διαπροσωπικής επαφής με τον πελάτη αλλά και το κατάστημα γενικότερα, σήμερα οι πελάτες πραγματοποιούν τις συναλλαγές τους απο το σπίτι ή το γραφείο. (Α. Σιναπωτη-Μαρουδη-Ι. Δ. Φαρσαρωτας 2005)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1 Ηλεκτρονική Εμπιστοσύνη

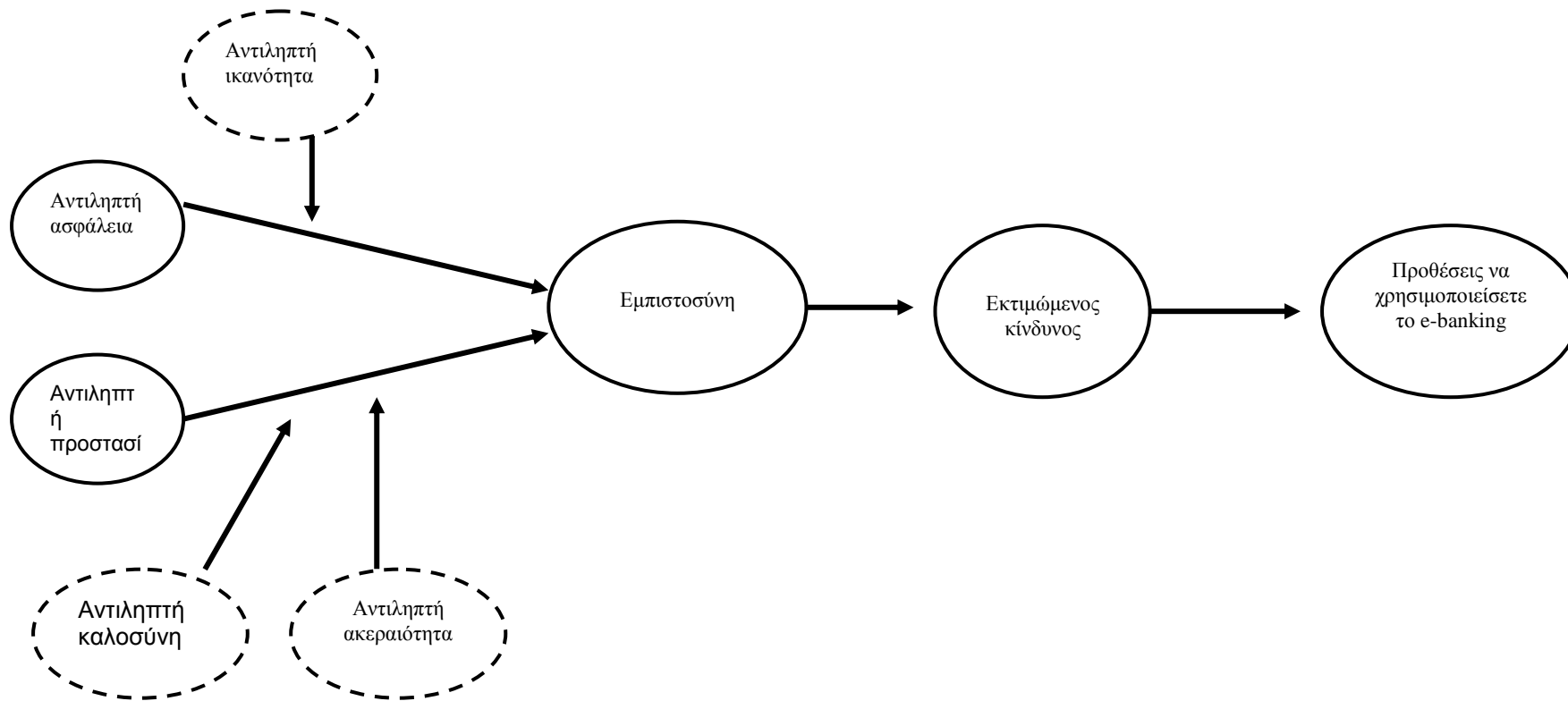
Ο τραπεζικός κλάδος βασίζεται στις αντιλήψεις που έχουν οι καταναλωτές στο θέμα της ασφάλειας και της εμπιστοσύνης. Οι καταναλωτές οικειοθελώς αποταμιεύουν, μετακινούν, επενδύουν μεγάλα ή μικρά ποσά με την πεποίθηση ότι η τράπεζα θα διασφαλίσει τα χρήματά τους. Για να έχουν αυτό το προνόμιο οι καταναλωτές καταβάλλουν ένα ποσοστό αυτών των χρημάτων στην τράπεζα. Πρόσφατα, οι αλλαγές που προέκυψαν στο τραπεζικό περιβάλλον μπορεί να έχουν επηρεάσει το πώς αντιλαμβάνονται οι καταναλωτές την αξιοπιστία της τράπεζας, γενικά. Μεχρι πριν είκοσι χρόνια, οι πελάτες επισκέπτονταν το τοπικό τους υποκατάστημα για την ολοκλήρωση των συναλλαγών τους. Αν και κουραστική, η διαδικασία αυτή είχε το πλεονέκτημα της ανθρώπινης επικοινωνίας η οποία δημιουργεί μία αίσθηση ελέγχου και σιγουριάς στον πελάτη ότι η συναλλαγή του ολοκληρώθηκε με επιτυχία. Επιπλέον, ο πελάτης επαιρνε στα χέρια του ένα χαρτί για την ολοκλήρωση της συναλλαγής. Στη δεκαετία του ογδόντα, οι καταναλωτές σταδιακά άρχισαν να κάνουν αποδεκτή τη χρήση αυτόματων ταμειολογιστικών μηχανών (ATM) για την ολοκλήρωση των συναλλαγών τους. Αν και πιο βολική, η χρήση των ATM δημιούργησε θέματα καχυποψίας. Δραστηριότητες όπως οι καταθέσεις και η μεταφορά χρημάτων από έναν λογαριασμό σε έναν άλλο απαιτούν την εμπιστοσύνη του καταναλωτή ότι η συναλλαγή έχει ολοκληρωθεί επιτυχώς. Ένω το ATM είχε τη δυνατότητα να εκτυπώνει αποδείξεις ότι η συναλλαγή έχει ολοκληρωθεί, οι καταναλωτές ήταν απρόθυμοι να το χρησιμοποιήσουν. Η ανάπτυξη του e-banking

έθεσε και πάλι το ζήτημα της εμπιστοσύνης στο μυαλό του καταναλωτή. Η υιοθέτηση του internet banking δίνει μία, συγκριτικά μεγαλύτερη σε σχέση με τα ATM, δυνατότητα στους τραπεζικούς πελάτες να ελέγξουν και να κατευνάσουν τυχόν ανησυχίες τους σχετικά με την ακεραιότητα του κωδικού πρόσβασης, της προστασίας της ιδιωτικής ζωής, της κρυπτογράφηση δεδομένων, και της προστασίας των προσωπικών πληροφοριών.

Ενώ η τράπεζα παραδοσιακά εκτελεί κάποιες εσωτερικές διαδικασίες για να διατηρήσει τις τραπεζικές συναλλαγές ασφαλείς, το internet banking θα πρέπει να αποκτήσει και αυτό, μεγαλύτερη υπευθυνότητα για να διατηρήσει ασφαλείς τους λογαριασμούς και τα προσωπικά δεδομένα των καταναλωτών. Η διαδικασία [της υπηρεσίας] του internet banking μπορεί να προκύψει μόνο χάρη στο αίσθημα της εμπιστοσύνης. Η εμπιστοσύνη είναι ένα συναίσθημα που προκύπτει μέσα από τις διαπροσωπικές σχέσεις. (Benamati J. 2007)

Σύμφωνα με την RSA Security Inc (2007), η ασφάλεια και ο φόβος της εμπιστοσύνης που δημιουργούνται από την αύξηση στις ηλεκτρονικές απάτες έχουν διαβρώσει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών για τις τραπεζικές συναλλαγές.

Το πρότυπο μοντέλου της ηλεκτρονικής εμπιστοσύνης για το e-banking



Σχήμα 2: Το πρότυπο μοντέλου της ηλεκτρονικής εμπιστοσύνης για το e-banking. (Πηγή: S.Y. Yousafzai et al. / Technovation, 2003)

2.2 Ασφάλεια

Η διασφάλιση του απορρήτου των ηλεκτρονικών συναλλαγών αποτελεί πρωταρχικό στόχο για κάθε τράπεζα και οι επενδύσεις σε αυτόν τον τομέα υπήρξαν και συνεχίζουν να είναι σημαντικές. Παράλληλα παρατηρείται μια διστακτικότητα από πλευράς κοινής γνώμης στη χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών, με κύρια αιτία την άγνοια σε θέματα ασφαλείας. Το σίγουρο είναι πως, για να επιτευχθεί ο στόχος και να αντιμετωπιστούν οποιεσδήποτε πιθανές απειλές, η συνεργασία τραπεζών και χρηστών είναι απαραίτητη. (EET 2003)

Η ανασφάλεια των συναλλασσομένων και η έλλειψη εξοικείωσης με τις νέες τεχνολογίες είναι τα μεγάλα εμπόδια που πρέπει να ξεπεράσουν οι υπέρμαχοι των εναλλακτικών δικτύων. Με βάση τις απαντήσεις σε έρευνα της Forrester (2007), σχετικά με τους φόβους του διαδικτύου, καταλήγει στο συμπέρασμα ότι περίπου 600.000 από τους συνολικά 15 εκατ. συνδρομητές κάνουν χρήση του online banking λόγω των φόβων ασφαλείας. Το αίσθημα της ασφαλείας των συναλλασσομένων αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση για την αποτελεσματική διείσδυση των εναλλακτικών δικτύων σε μεγαλύτερες ομάδες πληθυσμού. Τα συστήματα αναγνώρισης εξελίσσονται διαρκώς, ενσωματώνοντας και βιομετρικά χαρακτηριστικά, όπως για παράδειγμα η χροιά της φωνής στις τηλεφωνικές συναλλαγές και τα δακτυλικά αποτυπώματα για τραπεζικές εργασίες μέσω internet. Στην κατεύθυνση αυτή οι τράπεζες εφοδιάζουν τους πελάτες τους με ξεχωριστούς κωδικούς μιας χρήσης για κάθε συναλλαγή που πραγματοποιούν, ενώ άλλες στέλνουν ειδικούς κωδικούς με μήνυμα sms στο κινητό του χρήστη για συγκεκριμένες συναλλαγές που απαιτούν αυξημένη ασφάλεια (π.χ. μεταφορές προς τρίτους, μαζικά εμβάσματα). (Καραγεωργου Ε. 2007)

Ένα σύστημα υλοποίησης συναλλαγών θεωρείται ασφαλές όταν :

- ❖ Λειτουργεί απρόσκοπτα, δηλαδή εκτός προγραμματισμένων διακοπών λειτουργίας.
- ❖ Διασφαλίζει το ότι δεν έχει κάποιος τη δυνατότητα ανάγνωσης των αποστέλλομενων στους συναλλασσόμενους μηνυμάτων (privacy).
- ❖ Παρέχει σε κάθε συναλλασσόμενο κάποιο μέσο εξακρίβωσης της ταυτότητας της οντότητας, με την οποία συναλλάσσεται (authentication).
- ❖ Διασφαλίζει το αναλλοίωτο των μηνυμάτων των συναλλασσομένων (integrity).

- ❖ Διασφαλίζει σε κάθε συναλλασσόμενο το ότι η οντότητα με την οποία συναλλάσσεται δεν θα αρνηθεί ότι έγινε μεταξύ τους συναλλαγή (non-repudiation). (Α. Συναπωτη-Μαρουδη-Ι. Δ. Φαρσαρωτας 2005)

Τα κύρια εργαλεία ασφάλειας είναι τα ψηφιακά πιστοποιητικά, η κρυπτογράφηση, η ψηφιακή υπογραφή και οι κωδικοί πρόσβασης και SmartCards.

2.2.1 Ψηφιακά πιστοποιητικά

Τα ψηφιακά πιστοποιητικά χρησιμοποιούνται για να πιστοποιήσουν ότι το άτομο που στέλνει πληροφορίες ή έναν αριθμό πιστωτικής κάρτας ή ένα μήνυμα ή οτιδήποτε άλλο στο Internet είναι πραγματικά αυτό που δηλώνει ότι είναι. Τα πιστοποιητικά τοποθετούν τις πληροφορίες στον σκληρό δίσκο του χρήστη και χρησιμοποιούν τεχνολογία απόκρυψης για να δημιουργήσουν ένα μοναδικό ψηφιακό πιστοποιητικό για κάθε χρήστη. Όταν κάποιος που διαθέτει ένα ψηφιακό πιστοποιητικό επισκεφθεί κάποιο site ή στείλει e-mail το πιστοποιητικό αυτό παρουσιάζεται στο site ή επισυνάπτεται στο e-mail και πιστοποιεί ότι ο χρήστης είναι αυτός που ισχυρίζεται ότι είναι. Τα ψηφιακά πιστοποιητικά είναι αρκετά ασφαλή επειδή χρησιμοποιούν πανίσχυρη τεχνολογία απόκρυψης. Στην πραγματικότητα είναι πιο ασφαλή ακόμη και από τις υπογραφές. Στην πραγματική ζωή μία υπογραφή μπορεί να πλαστογραφηθεί. Αντιθέτως, στο Internet δεν μπορεί να πλαστογραφηθεί το ψηφιακό πιστοποιητικό. Τα ψηφιακά πιστοποιητικά εκδίδονται έναντι χρεώσεως από ιδιωτικές εταιρίες που ονομάζονται Digital Authorities. Μία τέτοια εταιρία είναι η πολύ γνωστή VeriSign. Τα ψηφιακά πιστοποιητικά περιλαμβάνουν διάφορες πληροφορίες όπως το όνομα του χρήστη, το όνομα της εταιρίας που το εκδίδει, έναν σειριακό αριθμό και άλλες παρόμοιες πληροφορίες. Οι πληροφορίες έχουν κωδικοποιηθεί μ'έναν τρόπο που τις κάνει μοναδικές για τον κάθε χρήστη. (www.e-paradakis.gr)

2.2.2 Κρυπτογράφηση

Οι περισσότερες τράπεζες ακολουθούν το πρωτόκολλο SET (Secure Electronic Transaction), που υποστηρίζεται από τους δύο σημαντικότερους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς, τη MasterCard και τη Visa, καθώς και από εταιρίες όπως η IBM, η Microsoft και η Netscape. Το πρωτόκολλο SET βασίζεται στην κρυπτογραφία. Κρυπτογράφηση σημαίνει μετατροπή αρχικού κειμένου σε μορφή μη κατανοητή για οποιονδήποτε τρίτο (κρυπτογραφημένο κείμενο) με την χρήση κάποιας μαθηματικής συνάρτησης από τον αποστολέα. Ο παραλήπτης του μηνύματος αποκρυπτογραφεί το

κείμενο στην αρχική του μορφή έχοντας γνώση του τρόπου κρυπτογράφησης. Η κρυπτογραφία βοηθάει στο να παραμείνει εμπιστευτικό το μήνυμα και να μη διαβάζεται απο ανεπιθύμητους τρίτους. (www.image.ntua.gr)

Δύο είναι οι κύριοι μέθοδοι κρυπτογράφησης:

- Συμμετρική
- Ασύμμετρη

Στην **συμμετρική**, η κρυπτογράφηση υλοποιείται με τη χρήση του ίδιου “κλειδιού”, τόσο στην κωδικοποίηση όσο και στην αποκωδικοποίηση. Πράγμα το οποίο σημαίνει ο αποστολέας και ο παραλήπτης του μηνύματος μοιράζονται το ίδιο κλειδί. Το κλειδί αυτό θα πρέπει να είναι γνωστό μόνο στα εξουσιοδοτημένα μέρη και, κατα συνέπεια, απαιτείται κάποιο ασφαλές μέσο γαι τη μετάδοσή του, όπως μια προσωπική συνάντηση, κατα την οποία θα συμφωνηθεί το κλειδί που θα χρησιμοποιείται. Τα συστήματα συμμετρικής κρυπτογράφησης προϋποθέτουν την ύπαρξη ενός ασφαλούς καναλιού για την ανταλλαγή των μυστικών κλειδιών. Τέτοια συστήματα έχουν αναπτυχθεί και ήδη χρησιμοποιούνται, με πιο διαδεδομένο το σύστημα Kerberos, του MIT (Massachusetts Institute of Technology).

Στην **ασύμμετρη** κρυπτογράφηση, χρησιμοποιούνται διαφορετικά κλειδιά για την κρυπτογράφηση και την αποκρυπτογράφηση: το δημόσιο (public) και το ιδιωτικό (private) κλειδί αντίστοιχα. Προκειμένου να επιτευχθεί η επικοινωνία με χρήση ασύμμετρης κρυπτογραφίας, ο κάθε χρήστης πρέπει να διαθέτει τα δικά του κλειδιά, ένα δημόσιο και ένα ιδιωτικό. Ο αποστολέας ενός μηνύματος πρέπει να γνωρίζει το δημόσιο κλειδί του παραλήπτη και να κρυπτογραφήσει το μήνυμα με αυτό. Ο παραλήπτης αποκρυπτογραφεί το μήνυμα με το ιδιωτικό του κλειδί. Το δημόσιο κλειδί δεν αποτελεί μυστική πληροφορία, συνεπώς μπορεί να μεταδοθεί χωρίς την απαίτηση ύπαρξης ασφαλούς μέσου. Το ιδιωτικό κλειδί χρησιμοποιείται μόνο από τον ιδιοκτήτη του και δεν μεταδίδεται ποτέ. Όταν ένα μήνυμα έχει κρυπτογραφηθεί με το δημόσιο κλειδί κάποιου χρήστη, μπορεί να αποκρυπτογραφηθεί μόνο με το ιδιωτικό του κλειδί. Και επειδή μόνο ο ίδιος ο χρήστης γνωρίζει το ιδιωτικό του κλειδί, μόνο αυτός μπορεί να αποκρυπτογραφήσει τα μηνύματα που απευθύνονται σε αυτόν. Ούτε καν το δημόσιο κλειδί που χρησιμοποιήθηκε για την κρυπτογράφηση δεν μπορεί να αποκωδικοποιήσει το μήνυμα, γι' αυτό και η γνώση του δημόσιου κλειδιού

από τρίτους δεν αποτελεί πρόβλημα. Η ασύμμετρη κρυπτογράφηση παρέχει μεγαλύτερη ασφάλεια απο ότι η συμμετρική. (www.go-online.gr)

2.2.3 Κωδικοί πρόσβασης/SmartCards

Οι έξυπνες κάρτες είναι πρακτικά ένας φορητός υπολογιστής με αυξημένα χαρακτηριστικά ασφάλειας σε φυσικό επίπεδο. Η συνεχής πρόοδος στην τεχνολογία ολοκλήρωσης παρέχει σήμερα χαρακτηριστικά επεξεργασίας στις έξυπνες κάρτες που ήταν διαθέσιμα στους πρώτους υπολογιστές. Μεγάλοι τραπεζικοί οργανισμοί, όπως για παράδειγμα η Visa και η American Express θεωρούν ήδη τις smart cards ως το επόμενο βήμα στις τραπεζικές συναλλαγές, καθώς προσφέρουν σημαντικά πλεονεκτήματα έναντι των καρτών με μαγνητική λωρίδα. Γι'αυτό το λόγο έχει συσταθεί η εταιρεία EMVco (EUROPAY-MASTERCARD-VISA co) η οποία επεξεργάζεται τις προδιαγραφές EMV τις οποίες θα πρέπει να ακολουθήσουν όλα τα εμπλεκόμενα μέρη (τράπεζες, κατασκευαστές καρτών και εξοπλισμού, εταιρείες ανάπτυξης λογισμικού τερματικών συσκευών και back office συστημάτων κ.α.) προκειμένου να είναι δυνατή η επίτευξη EMV συναλλαγών. Οι EMV κάρτες θα αντικαταστήσουν τις πιστωτικές και χρεωστικές κάρτες μαγνητική πίστας, ενώ θα μπορούν να υποστηρίζουν και επιπλέον εφαρμογές π.χ. Loyalty, ηλεκτρονικό πορτοφόλι κ.α. Οι EMV κάρτες θα μπορούν να χρησιμοποιηθούν επίσης σε τραπεζικές συναλλαγές εξ αποστάσεως (internet banking, mobile banking), με χρήση ηλεκτρονικών πιστοποιητικών για την πιστοποίηση της ταυτότητας του χρήστη. (www.ebusinessforum.gr)

2.3 Επιπλέον δικλείδες ασφαλείας

Εισαγωγή στοιχείων εισόδου: Καθώς παρατηρήθηκε η εμφάνιση ιών, οι οποίοι είχαν τη δυνατότητα να καταγράφουν πληκτρολογήσεις χρηστών, ορισμένες τράπεζες υιοθέτησαν τη χρήση εικονικού πληκτρολογίου για την καταχώρηση των στοιχείων χρήστη ή επιλεκτικά την καταχώρηση ορισμένων από τα στοιχεία αυτά. Έτσι, ακόμα και αν μπορούσε να υποκλαπεί ο ένας απο τους δύο κωδικούς ταυτοποίησης, δεν θα είχε καμία ισχύ η αποκλειστική του χρήση και ο χρήστης θα παρέμενε ασφαλής.

Αυτόματη αποσύνδεση χρήστη: Στις περισσότερες εφαρμογές e-banking, η ολοκλήρωση μιας συναλλαγής επιτρέπεται μέσα σε ένα συγκεκριμένο χρονικό όριο

(συνήθως πέντε έως δεκαπέντε λεπτά), μετά τη λήξη του οποίου το σύστημα αποσυνδέει το χρήστη αυτόματα.

Υποχρεωτική αλλαγή κωδικών: Η πλειονότητα των τραπεζών υποχρεώνει τους χρήστες e-banking στην άμεση αλλαγή των προσωπικών τους κωδικών με κάποιους της επιλογής τους, οι οποίοι να εντυπώνονται και πιο εύκολα στη μνήμη. Συνήθης πρακτική αποτελεί επίσης η αυτόματη απενεργοποίηση των κωδικών μετά από ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, στο οποίο ο χρήστης δεν έχει προχωρήσει σε κάποια συναλλαγή. (Center for Democracy and Technology 2002).

2.4 Ασφάλεια της Τράπεζας

Κάθε τράπεζα επιλέγει έναν αναγνωρισμένο παροχέα (Trusted Third Party), ο οποίος να είναι σε θέση να πιστοποιήσει την ταυτότητά της στο Διαδίκτυο. Ένα παράδειγμα παροχέα τέτοιου είδους πιστοποίησης, ιδιαίτερα γνωστό στο ευρύ κοινό, είναι η εταιρεία Verisign. Για τον τελικό χρήστη αυτό μπορεί εύκολα να αναγνωριστεί από την εμφάνιση ενός μικρού εικονιδίου με μορφή λουκέτου στο κάτω μέρος των συγκεκριμένων σελίδων, μέσω του οποίου ο χρήστης μπορεί να επιβεβαιώσει ότι βρίσκεται στο σωστό προορισμό. (Μαυρογιάννης Δ. 2003)

2.5 Ασφάλεια του χρήστη

Οι τράπεζες από μόνες τους δεν είναι σε θέση να εξασφαλίσουν απόλυτα την ασφάλεια των συναλλαγών, είτε ηλεκτρονικών είτε φυσικών. Η προσοχή και η ανάληψη προληπτικών μέτρων από τη μεριά του χρήστη σε συνδυασμό με τις απαραίτητες παροχές από την τράπεζα, μπορούν να εξασφαλίσουν την επιτυχία της συναλλαγής. Συγκεκριμένα, κάθε χρήστης υπηρεσιών e-banking θα πρέπει να έχει υπόψη του πως:

- Οι κωδικοί εισόδου στο e-banking είναι αυστηρά προσωπικοί και σε καμία περίπτωση δεν πρέπει ο ιδιοκτήτης τους να τους μοιράζεται με κανέναν. Επίσης καλό είναι να μην χρησιμοποιούνται οι κωδικοί που έχουν επιλεγθεί για είσοδο στο e-banking και σε άλλα, μη ασφαλή sites.
- Είναι απαραίτητος ο έλεγχος της διεύθυνσης της ιστοσελίδας, στην οποία θα εισάγει τα στοιχεία του, καθώς μπορεί να αποτελεί αντιγραφή κάποιου τραπεζικού site, με σκοπό την παραπλάνηση και την απόκτηση των προσωπικών του στοιχείων. Στην περίπτωση που η ηλεκτρονική διεύθυνση δεν

είναι εμφανής, ένας ακόμη τρόπος επιβεβαίωσης της ταυτότητας της ιστοσελίδας είναι μέσω του εικονιδίου (λουκέτο), το οποίο εμφανίζεται στις ασφαλείς τραπεζικές σελίδες.

- Είναι απαραίτητη η εγκατάσταση στον υπολογιστή προγράμματος που να τον προστατεύει από την απειλή ιών. (Μαυρογιάννης Δ. 2003)

2.6 Τρόποι απάτης

Οι τράπεζες προειδοποιούν τους πελάτες τους για τα ATM αλλά και για το e-banking, καθώς έχουν παρατηρηθεί σημαντικές εξάρσεις στις ηλεκτρονικές απάτες. Από τη μια οι σπείρες που χτυπούν τα ATM, χρησιμοποιώντας νέες μεθόδους για το «ξάφρισμα» (skimming) των πελάτων και από την άλλη τα παραπλανητικά e-mail που φτάνουν μαζικά στους λογαριασμούς ανυποψίαστων χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής που είναι βελτιωμένα πολλαπλασιάζοντας τον κίνδυνο «ψαρέματος» (phishing) ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων. Σύμφωνα με δημοσίευμα της εφημερίδας (Τα Νέα 2009), η λεία της ηλεκτρονικής απάτης ανέρχεται στα 5 εκατ. ευρώ περίπου και παρουσιάζει ανοδικές τάσεις, γεγονός που προκαλεί «πονοκέφαλο» στους τραπεζίτες.

Τεχνική Phishing

Το phishing είναι μια μορφή εξαπάτησης, που χαρακτηρίζεται από τις προσπάθειες να αποκτηθούν με απάτη ευαίσθητες πληροφορίες, όπως κωδικοί πρόσβασης, αριθμοί πιστωτικών καρτών, στοιχεία λογαριασμών ή άλλα προσωπικά στοιχεία. Αυτό γίνεται με το να παρουσιάζεται κάποιος ως αξιόπιστο πρόσωπο ή επιχείρηση μέσα από κάποιο φαινομενικά επίσημο άμεσο μήνυμα ή μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Ο όρος προκύπτει από την αγγλική λέξη fishing (ψάρεμα), εξαιτίας του τρόπου που χρησιμοποιείται για την άντληση ευαίσθητων πληροφοριών από τους χρήστες.

(www.wikipedia.com)

Οι αρμόδιες υπηρεσίες ασφαλείας των τραπεζών, προκειμένου να αποφεύγονται απάτες τέτοιου τύπου, ενημερώνουν, τακτικά τους χρήστες e-banking μέσω των δικτυακών τους τόπων ή ενημερωτικών φυλλαδίων. Σύμφωνα με αυτές, τα παρακάτω σημεία είναι βασικά για την αποφυγή των επιθέσεων phishing:

- Να ελέγχεται εάν η διεύθυνση της ιστοσελίδας είναι γραμμένη σωστά και επιπρόσθετα εάν ξεκινά από https:// και όχι από http://. Σημειώνεται ότι το s υποδηλώνει security δηλαδή ασφάλεια, απαραίτητο όταν γίνονται τραπεζικές συναλλαγές. Η ασφάλεια της ιστοσελίδας διασφαλίζεται από την ύπαρξη

εικονιδίου κλειδαριάς στη γραμμή κατάστασης του browser: ενεργοποιώντας το επιβεβαιώνεται η εγκυρότητα του ψηφιακού πιστοποιητικού, σύμφωνα με τις οδηγίες της τράπεζας.

- Να μην δίνονται απαντήσεις σε μηνύματα που ζητούν κωδικούς ή άλλα προσωπικά στοιχεία.
- Να γίνονται συχνά αλλαγές στους κωδικούς πρόσβασης που χρησιμοποιούνται για το internet banking.
- Να γίνεται σύνδεση απευθείας με την ιστοσελίδα της τράπεζας και όχι μέσω εξωτερικού συνδέσμου.
- Να ενημερώνεται η τράπεζα, αν διαπιστωθεί οποιαδήποτε δραστηριότητα. (www.ehow.com)

Anti-phishing

Υπάρχουν διάφορες τεχνικές καταπολέμησης του phishing, συμπεριλαμβανομένης της νομοθεσίας και της τεχνολογίας που δημιουργούνται συγκεκριμένα για να στοχεύουν στο phishing. Αρκετά anti-phishing προγράμματα είναι διαθέσιμα. Τα προγράμματα διαπιστώνουν περιεχόμενο phishing σε websites και emails. Anti-phishing προγράμματα μπορούν να ολοκληρωθούν με web browsers και email clients, ως γραμμή εργαλείων που εμφανίζουν το πραγματικό όνομα του τομέα για την επισκεπτόμενη ιστοσελίδα. Φίλτρα spam επίσης μειώνουν τον αριθμό των emails που σχετίζονται με phishing-mails που λαμβάνουν οι χρήστες.

Δούρειοι ίπποι

Ο **δούρειος ίππος** (trojan horse ή απλά trojan) είναι ένα κακόβουλο πρόγραμμα που ξεγελάει τον χρήστη και τον κάνει να πιστεύει ότι εκτελεί κάποια χρήσιμη λειτουργία ενώ στα κρυφά εγκαθιστά στον υπολογιστή του άλλα κακόβουλα προγράμματα. Κρύβουν μέσα τους κακόβουλο κώδικα ο οποίος μπορεί να μολύνει τον υπολογιστή. Εξωτερικά μοιάζουν με προγράμματα τα οποία εκτελούν χρήσιμες λειτουργίες, είναι ενδιαφέροντα και δίνουν την εντύπωση στον χρήστη ότι είναι ακίνδυνα. Όταν όμως ο χρήστης εκτελέσει αυτό το πρόγραμμα, τότε ενεργοποιείται ο κακόβουλος κώδικας με αποτέλεσμα ο υπολογιστής να μολυνθεί. Συνήθως αποτέλεσμα της μόλυνσης από δούρειο ίππο είναι η εγκατάσταση κάποιου προγράμματος που επιτρέπει σε μη εξουσιοδοτημένους χρήστες να έχουν πρόσβαση στον μολυσμένο υπολογιστή και να

τον χρησιμοποιούν για να ξεκινήσουν άλλες επιθέσεις προς άλλους υπολογιστές του διαδικτύου. Σε αντίθεση με τους ιούς, οι δούρειοι ίπποι δε μεταδίδονται μολύνοντας αρχεία. (Microsoft windows XP, 2006)

Sniffers

Sniffer είναι ένα πρόγραμμα ή μια συσκευή που παρακολουθεί κρυφά την κίνηση ενός δικτύου με σκοπό να αρπάζει την πληροφορία που ταξιδεύει σε αυτό. Ουσιαστικά είναι τεχνολογία υποκλοπής δεδομένων. Μη αρμόδια sniffers μπορεί να είναι εξαιρετικά επικίνδυνα για την ασφάλεια ενός δικτύου επειδή είναι σχεδόν αδυνατό να εντοπιστούν και μπορεί να εισέλθουν σχεδόν παντού. Αποτελούν αγαπημένο «όπλο» των hackers. (www.webopedia.com)

Key loggers

Τα key loggers είναι επιβλαβή προγράμματα που εκτελούνται σχεδόν αόρατα, καταγράφουν όλες τις πληροφορίες που πληκτρολογείτε και στη συνέχεια, στέλνουν πληροφορίες σ' αυτόν που σας έχει μολύνει με το key logger. Είναι πολύ επικίνδυνα και μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να κλέψουν τα προσωπικά σας στοιχεία όπως ο αριθμός πιστωτικής κάρτας, καθώς και τους κωδικούς σας πρόσβασης, είναι ιδιαίτερα επικίνδυνα για όλους όσους χρησιμοποιούν ηλεκτρονικούς δικτυακούς τόπους μέσω των οποίων κάνουμε χρηματικές συναλλαγές. Αν έχετε την υποψία ότι έχετε μολυνθεί με key logger, τότε καλό είναι να αποφύγετε να πληκτρολογείτε οποιαδήποτε προσωπική πληροφορία. Πριν αφαιρέσετε το key logger, θα χρειαστεί πρώτα να το ανιχνεύσετε. Η Ανίχνευση ενός key logger δεν είναι εύκολη υπόθεση. Μπορεί να εγκατασταθεί σε πάρα πολλές θέσεις στον υπολογιστή σας και συνήθως βρίσκεται σε ένα από τα αρχεία του συστήματος.(www.lovefortechology.com)

Pharming

Καθώς οι χρήστες και οι οργανισμοί είναι πλέον περισσότερο προσεχτικοί στις επιθέσεις phishing, οι απατεώνες προχώρησαν ένα βήμα παραπάνω. Η νέα τάση στην ηλεκτρονική υποκλοπή κωδικών ονομάζεται Pharming. Οι βασικές διαφορές του Pharming από το Phishing είναι δυο:

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

Fake banks

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

(Γεωργιάδου Κ. 2008)

2.7 Απάτη στο internet banking

Σύμφωνα με έρευνα της Βρετανικής Ένωσης Τραπεζικών Καρτών, οι ηλεκτρονικές επιθέσεις των χάκερ στους τραπεζικούς λογαριασμούς απρόσεκτων πελατών αυξάνονται. Ενώ όλο και περισσότεροι χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για τις τραπεζικές τους συναλλαγές, οι «χάκερ» ακολουθούν τη νέα τάση και εκσυγχρονίζονται. Βασικό τους όπλο είναι το παραπάνω αναφερθέν «phishing». Πρόκειται για την πλέον προσφιλή τους πρακτική κατα την οποία ο ανυποψίαστος πελάτης λαμβάνει ένα mail του οποίου αποστολέας υποτίθεται ότι είναι η τράπεζα στην οποία τηρεί λογαριασμό. Οι αποδέκτες αυτών των μηνυμάτων καλούνται να επισκεφθούν ιστοσελίδες στις οποίες τους ζητούνται τα προσωπικά τους στοιχεία και ασφαλώς οι αριθμοί των τραπεζικών τους λογαριασμών και οι ηλεκτρονικοί κωδικοί πρόσβασης σε αυτούς με το πρόσχημα της επιβεβαίωσής τους από την τράπεζα. Μάλιστα υπάρχουν και πιο θρασεείς «χάκερ» οι οποίοι στέλνουν τα μηνύματά τους ζητώντας τα στοιχεία αυτά προκειμένου να αναβαθμίσουν την ασφάλεια του λογαριασμού και να προστατεύσουν τον πελάτη από ενδεχόμενη επίθεση χάκερ.

Οι επιθέσεις τέτοιου είδους σημειώνουν αύξηση κατά 16% σε σχέση με την περασμένη χρονιά ενώ οι απάτες μέσω πιστωτικών ή χρεωστικών καρτών μειώθηκαν, όπως διαπιστώνει η βρετανική ένωση, κατά 28%. Είναι η πρώτη φορά ύστερα απο

τρία χρόνια που μειώνονται οι πλαστογραφήσεις των τραπεζικών καρτών και το γεγονός θα ήταν σίγουρα ευχάριστο αν δεν έκρυβε τη συνακόλουθη αύξηση των επιθέσεων μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής. Οι συνολικές απώλειες από τις επιθέσεις στους τραπεζικούς λογαριασμούς των Βρετανών έφτασαν στα 65,8 εκατ. ευρώ το 2009 καταγράφοντας αύξηση 14% σε σχέση με το 2008. Ωστόσο η αύξηση οφείλεται κατά κύριο λόγο στις ηλεκτρονικές επιθέσεις και όχι στην παραδοσιακή πλαστογράφηση ή κλοπή τραπεζικών καρτών. Οι απώλειες μέσω πλαστικού χρήματος σημειώνουν μάλιστα εντυπωσιακή πτώση κατά 11%, αναφέρει στην έρευνα της η Ένωση Τραπεζικών Καρτών. Ο επικεφαλής της Ένωσης Μελανι Τζόνσον, τονίζει ότι «έχουμε αναλάβει ένα ευρύ φάσμα μέτρων προκειμένου οι πελάτες μας να νιώθουν ασφάλεια και εμπιστοσύνη όταν χρησιμοποιούν τις κάρτες ή τις υπηρεσίες του διαδικτύου για τις αγορές ή για οποιαδήποτε άλλη συναλλαγή τους». Όπως επισημαίνει, οι περισσότερες τράπεζες χρησιμοποιούν νέα λογισμικά προκειμένου να προστατεύουν τους χρήστες του διαδικτύου από κακόβουλες ενέργειες. Οι ηλεκτρονικές απάτες θα αυξηθούν τα επόμενα χρόνια, εκτιμά η Τζόνσον, καθώς γίνεται όλο και πιο εύκολο για κάποιο χρήστη του διαδικτύου να «βγει στην πειρατεία». Σύμφωνα με την Τζόνσον, «μπορεί κάποιος να βρεί στο διαδίκτυο τον απαιτούμενο εξοπλισμό αντι πολύ μικρού αντιτίμου και να προσπαθεί να υποκλέψει τα στοιχεία ενός λογαριασμού. Επίσης, επισημαίνει ότι και οι πελάτες των τραπεζών θα πρέπει να είναι περισσότερο προσεκτικοί όταν λαμβάνουν ανάλογα μηνύματα ηλεκτρονικής αλληλογραφίας. Τέλος, ο Στίβεν Λι ειδικός σε θέματα τραπεζικής ασφάλειας δήλωσε ότι «ένας καλά ενημερωμένος καταναλωτής είναι λιγότερο εύλωτος σε τέτοιου είδους επιθέσεις. (Μάρκου Α. 2010)

Οι τράπεζες συνιστούν πράγματι στους πελάτες τους να μην κοινοποιούν ποτέ τα στοιχεία του λογαριασμού τους ή τους μυστικούς κωδικούς ακόμη και αν αυτό τους ζητείται από υποτιθέμενους εκπροσώπους τραπεζών. Σε κάθε περίπτωση θα πρέπει να επιβεβαιώνεται από την ηλεκτρονική διεύθυνση ότι πρόκειται πράγματι για την ίδια την τράπεζα που αποστέλλει κάποιο μήνυμα, όμως ακόμη και σε αυτή την περίπτωση οι παραλήπτες θα πρέπει να είναι εξαιρετικά επιφυλακτικοί.

2.8 Συμβουλές για ασφαλείς online συναλλαγές

Ωστόσο οι ηλεκτρονικές συναλλαγές κρύβουν και κινδύνους, εάν ο χρήστης δεν είναι αρκετά προσεκτικός. Ορισμένες βασικές συμβουλές που πρέπει να γνωρίζετε είναι οι παρακάτω:

1. Αγνοείτε e-mail στα οποία ζητούνται προσωπικά σας στοιχεία (αριθμός λογαριασμού, μυστικοί προσωπικοί κωδικοί, ονοματεπώνυμο κλπ). Οι τράπεζες δεν πρόκειται για κανένα λόγο να σας ζητήσουν τα προσωπικά σας στοιχεία μέσω e-mail ή τηλεφώνου. Σε περίπτωση που έχετε λάβει πλαστό e-mail και έχετε ήδη απαντήσει παρέχοντας προσωπικά σας στοιχεία, επικοινωνήστε άμεσα με τη τράπεζά σας και ακολουθείστε τις οδηγίες που θα σας δοθούν.
2. Μην εισάγετε τους μυστικούς προσωπικούς κωδικούς σας, αν δεν βεβαιωθείτε πριν ότι βρίσκεστε στη σωστή διεύθυνση της τράπεζάς σας. (Εφημερίδα Τα Νέα 2010)
3. Μη συνδέεστε ποτέ μέσω εξωτερικού συνδέσμου (link). Βεβαιωθείτε ότι στην ιστοσελίδα ηλεκτρονικής τραπεζικής της τράπεζάς σας εμφανίζεται κάτω δεξιά και το εικονίδιο με το “λουκέτο” μέσω του οποίου μπορείτε ανοίγοντας το με διπλό κλικ, να επιβεβαιώσετε ότι βρίσκεστε στο ασφαλές περιβάλλον της τράπεζας σας.
4. Οι προσωπικοί κωδικοί, που χρησιμοποιείτε για την είσοδό σας στην υπηρεσία e-banking, είναι αυστηρώς προσωπικοί και σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να τους μοιράζεστε.
5. Είναι απαραίτητο να αποστηθίσετε τους προσωπικούς σας κωδικούς και να μην τους φυλάσσετε σε γραπτή μορφή, καθώς υπάρχει ο κίνδυνος κλοπής. Οι προσωπικοί σας κωδικοί χρησιμοποιούνται αποκλειστικά για την υπηρεσία e-banking της τράπεζας και ως εκ τούτου επιβάλλεται αφενός να μην τους χρησιμοποιείτε σε άλλες, μη ασφαλείς ιστοσελίδες του Διαδικτύου, αλλά και να τους αλλάζετε ανά τακτά χρονικά διαστήματα. (Μαθιοπούλου Μ. 2008)
6. Προσοχή κατά τη χρήση της υπηρεσίας από υπολογιστές οι οποίοι δεν σας ανήκουν, όπως ενδεικτικά σε αεροδρόμια, Internet cafe, κτλ. Εφόσον αποκτήσετε πρόσβαση στον διαδικτυακό τόπο της τράπεζάς σας μέσω τέτοιων υπολογιστών βεβαιωθείτε ότι δεν έχετε προβεί σε αποθήκευση των προσωπικών σας στοιχείων σε αυτούς (πχ. αριθμός κάρτας) και δεν έχετε αφήσει ίχνη των... ενεργειών σας.
7. Λαμβάνετε μέτρα προστασίας του υπολογιστή τους, όπως ενημέρωση και αναβάθμιση των παραμέτρων ασφάλειας του, συμπεριλαμβανομένου και του λειτουργικού συστήματος και εγκατάσταση προγραμμάτων για την προστασία του

από ιούς. Η εμφάνιση νέων και εξελιγμένων ιών καθιστά τη συχνή ανανέωση των προγραμμάτων που τους καταπολεμούν, απαραίτητη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1 Ιστοσελίδα

Μια ιστοσελίδα είναι το «φαίνεσθαι» μιας επιχείρησης στον έξω κόσμο. Μια απλή ιστοσελίδα χωρίς γραφιστικές πινελιές, δομή και περιεχόμενο, χωρίς ευκολη πρόσβαση στους χρήστες και υψηλή χρηστικότητα το μόνο που μπορεί να προσφέρει είναι να δημιουργήσει μια μέτρια εικόνα για την επιχείρηση.

Η σχεδίαση και η ανάπτυξη ενός site είναι σήμερα ο καλύτερος τρόπος για να διαφημιστεί και να δώσει μια αναλυτική εικόνα της επιχείρησης προς τους καταναλωτές. Μια ιστοσελίδα για να χαρακτηριστεί επιτυχημένη θα πρέπει να έχει τα εξής χαρακτηριστικά: (Princeton Survey Research Associates International, 2005)

- Ταχύτητα
- Ασφάλεια
- Διαθεσιμότητα
- Έξυπνη πλοήγηση
- Εύκολη πρόσβαση και χρηστικότητα
- Υψηλή αισθητική και ποιότητα κατασκευής
- Ταυτοποίηση με την εταιρική ταυτότητα
- Υποστήριξη πολυγλωσσικού περιεχομένου
- Πρόσβαση σε ηλεκτρονικές κοινότητες
- Βελτιστοποίηση για τις Μηχανές Αναζήτησης
- Υποστήριξη διαφημιστικής καμπάνιας
- Δυνατότητα ηλεκτρονικής διαφήμισης
- Μαζική αποστολή emails

3.2 Heuristics

Heuristics είναι η τέχνη και η επιστήμη της ανακάλυψης και της εφεύρεσης. Η λέξη προέρχεται από την ελληνική ρίζα «εύρηκα», που σημαίνει ανακάλυψη. Είναι μια μέθοδος τεχνικής η οποία χρησιμοποιείται για το σχεδιασμό των site. Περιλαμβάνει

τη γνώση για τον τρόπο επίλυσης προβλημάτων, αποδοτικά και αποτελεσματικά, όπως επίσης και για τον τρόπο οργάνωσης των σταδίων επίλυσης ενός σύνθετου προβλήματος. Ένας κακός σχεδιασμός ενός site θα έχει σαν αποτέλεσμα να χαθούν χρόνος και χρήμα. Χρησιμοποιώντας όμως τη θεωρία των Heuristics θα εξοικονομηθεί και χρόνος αλλά και χρήμα. (www.heuristics.net)

3.3 Δημιουργία ιστοσελίδων

Η επικοινωνία είναι ο σκοπός μιας ιστοσελίδας και είναι υψίστης σημασίας διότι είναι το «πρόσωπο» μιας εταιρείας. Με μια σύντομη ματιά στην ιστοσελίδα θα πρέπει οι χρήστες να έχουν ενημερωθεί για την εταιρεία, ποιό είναι το αντικείμενό της, ποια προϊόντα ή υπηρεσίες είναι διαθέσιμες μέσω της ιστοσελίδας. Η αρχική σελίδα μιας εταιρείας πρέπει να έχει ξεχωριστή εμφάνιση. Η ευχρηστία στο σχεδιασμό μιας ιστοσελίδας μπορεί να αξιολογηθεί από τα παρακάτω κριτήρια:

- Το όνομα της εταιρείας ή/και το λογότυπο να είναι σε ένα λογικό μέγεθος και σε αξιοπρόσεκτη θέση.
- Ο σχεδιασμός της αρχικής σελίδας να είναι σαφώς διαφορετικός από όλες τις άλλες ιστοσελίδες.
- Να περιλαμβάνει μια ενότητα με την ονομασία «About Us», που δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να αποκτήσει μια γενική εικόνα σχετικά με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της εταιρείας.
- Να περιλαμβάνει ενότητα «Επικοινωνία», η οποία θα δίνει τη δυνατότητα στον χρήστη να θέτει ερωτήσεις και απορίες προς την εταιρεία.
- Να δοθεί έμφαση στις πληροφορίες υψίστης σημασίας, έτσι ώστε οι χρήστες με την επίσκεψη τους σε μια ιστοσελίδα να τους εμφανίζονται πρώτες. (Srinivasa R. 2007)

3.4 Αξιολόγηση ιστοσελίδων E-banking

Η αξιολόγηση ιστοσελίδων προϋποθέτει ένα σύστημα καθοδήγησης. Ενδεικτικά αναφέρουμε τα ακόλουθα κριτήρια αξιολόγησης:

- Είναι η παρουσίαση ευχάριστη, σωστά δομημένη;
- Είναι το περιεχόμενο της ιστοσελίδας κατανοητό;
- Η γλώσσα που χρησιμοποιείται είναι κατάλληλη;
- Είναι εύκολη η πλοήγηση στις τραπεζικές ιστοσελίδες;

- Θα επιθυμούσατε να κάνετε χρήση της τραπεζικής ιστοσελίδας που επισκεφθήκατε;
- Τα γραφικά και τα video είναι κατάλληλα για την παρουσίαση της τραπεζικής ιστοσελίδας;
- Η ποιότητα του ήχου στα video είναι καλή;
- Υπάρχει η δυνατότητα ανταλλαγής πληροφοριών π.χ. υποβολή ερωτήσεων, αποθήκευση εγγράφων της σελίδας στο δίσκο του υπολογιστή κ.α.; (Γούναρη Α. 2009)

Για την αξιολόγηση των ιστοσελίδων του e-banking μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε επίσης τα εξής κριτήρια:

- **Ευκολία χρήσης:** Η ευκολία χρήσης των ιστοσελίδων αποτελεί ένα από τα κριτήρια αξιολόγησης τους. Η ευκολία χρήσης έγκειται στον τρόπο οργάνωσης του μενού επιλογών και στη παροχή συμπληρωματικών εφαρμογών που διευκολύνουν τους χρήστες. (www.piraeusbank.gr)
- **Ασφάλεια:** Η ασφάλεια των συναλλαγών σε μια ιστοσελίδα ενός ηλεκτρονικού καταστήματος είναι ένα βασικό απαιτούμενο για τον χρήστη και τον πελάτη αυτού. Η αναγκαιότητα της ύπαρξης πολλών δικλίδων ασφαλείας είναι ακόμα μεγαλύτερη για τις ιστοσελίδες. (www.bankofcyprus.gr)
- **Υποστήριξη:** Η υποστήριξη αποτελεί ακόμα ένα σημαντικό κριτήριο για τις ιστοσελίδες των ηλεκτρονικών καταστημάτων η οποία αφορά τις τεχνικές επικοινωνίας και υποστήριξης των πελάτων που εφαρμόζει η κάθε τράπεζα. (www.eurobank.gr)
- **Σχεδίαση- παρουσίαση:** Ο σχεδιασμός της ιστοσελίδας μπορεί να αποτελέσει το σημαντικό πλεονέκτημα για την ηλεκτρονική επιχείρηση. Ο σχεδιασμός μπορεί να βοηθήσει στην σελίδα, αλλά μπορεί και πρέπει να προσελκύσει την προσοχή και το ενδιαφέρον του χρήστη, ενώ δεν πρέπει να τον κουράζει. (www.piraeusbank.gr)
- **Επικοινωνία:** Είναι η δυνατότητα που δίνεται στον χρήστη και στον δυνητικό πελάτη να έχει επικοινωνία με την τράπεζα για την επίλυση αποριών και προβλημάτων αλλά και η δυνατότητα που δίνεται στον χρήστη να

αλληλεπιδρά με την ιστοσελίδα μέσω παρεχόμενων εργαλείων και υπηρεσιών.
(www.alphabank.gr)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4.1 Μεθοδολογία

Μέθοδος συγκέντρωσης στοιχείων

Για να διεξαχθεί η έρευνα έπρεπε αρχικά να καθοριστεί το δείγμα ώστε να είναι όσο το δυνατόν πιο αντιπροσωπευτικό. Η μέθοδος συγκέντρωσης των στοιχείων που επέλεξα για τη συγκεκριμένη έρευνα είναι η Δημοσκόπηση. Η δημοσκόπηση έγινε ηλεκτρονικά και με τη χρήση ερωτηματολογίων. Απο τον πληθυσμό επιλέχθηκε ένα τυχαίο δείγμα με τη μέθοδο της απλής δειγματοληψίας. Ο πληθυσμός που επιλέχθηκε χαρακτηρίζεται απο σχετική ομοιογένεια καθώς το δείγμα αποτελείται απο ενήλικες πελάτες που κάνουν χρήση του internet. Ο αριθμός του δείγματος είναι 53 άτομα. Για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου τα άτομα έπρεπε να είναι υποχρεωτικά άνω των 20 ετών διότι υπάρχει μεγαλύτερη πιθανότητα να πραγματοποιούν μόνα τους τραπεζικές συναλλαγές.

Δεδομένου ότι ολη η έρευνα διεξήχθη ηλεκτρονικά, κρίθηκε σκόπιμο να στηθεί μια ηλεκτρονική φόρμα που θα συμπληρώνεται εύκολα και γρήγορα χωρίς να κουράζει τους ερωτώμενους. Για την καλύτερη και πιο κατανοητή διατύπωση του ερωτηματολογίου, υπήρξε βοήθεια απο 2 φοιτητές της σχολής Εμπορίας και Διαφήμισης του ΤΕΙ Θεσσαλονίκης. Η συμβολή τους ήταν σημαντική καθώς βοήθησαν να εντοπιστούν τα αδύναμα σημεία του ερωτηματολογίου.

Όπως έχουμε αναφέρει παραπάνω, στις μέρες μας σχεδόν όλα τα νοικοκυριά κάνουν χρήση του internet. Γι' αυτό το λόγο και επέλεξα η έρευνα να διεξήχθη ηλεκτρονικά. Είναι ο πλέον άμεσος, γρήγορος και εύκολος τρόπος για να απαντηθεί ένα ερωτηματολόγιο. Το πλεονέκτημα αυτού του τύπου δημοσκόπησης είναι η μείωση χρόνου, μείωση κόστους, ακρίβεια των στοιχείων και άμεση επεξεργασία αυτών. Για την κατασκευή του ερωτηματολογίου χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα SurveyMonkey, το οποίο είναι πολύ λειτουργικό, εύκολο στη χρήση και στην καταγραφή των ερωτήσεων και δίνει άμεσα αποτελέσματα με τη βοήθεια διαγραμμάτων. (Τηλικίδου Ε.Ι. 2004). Η έρευνα διεξήχθη την περίοδο 28/4/2011 με 30/5/2011.

Εκτός απο το συγκεκριμένο τύπο δημοσκόπησης που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα υπάρχουν και άλλα τύποι, οι παρακάτω:

Προσωπική συνέντευξη

Η προσωπική συνέντευξη πραγματοποιείται σε συνομιλία του απογραφέα με τον ερωτώμενο πρόσωπο με πρόσωπο. Το έργο του απογραφέα είναι να συναντήσει τον ερωτώμενο σε κάποιο χώρο (π.χ. στο σπίτι του, στο γραφείο του ή στα γραφεία της εταιρείας ερευνών) να του υποβάλει τις ερωτήσεις και να σημειώσει τις απαντήσεις.

Βασική προϋπόθεση είναι η εκπαίδευση των απογραφέων ώστε να εξασφαλίζονται:

- Η σαφής κατανόηση του ερωτηματολογίου και των πιθανών απαντήσεων
- Οι ενδεχομένως απαραίτητες διευκρινήσεις προς τους ερωτώμενους
- Η δημιουργία καλής ατμόσφαιρας μεταξύ απογραφέα και ερωτώμενου.

Τηλεφωνική συνέντευξη

Βασική προϋπόθεση για τη διεξαγωγή της τηλεφωνικής συνέντευξης είναι η ύπαρξη ή η δυνατότητα άμεσης εξεύρεσης των αριθμών των τηλεφώνων των μελών του δείγματος. Η τηλεφωνική συνέντευξη είναι και αυτή μια μορφή προσωπικής επικοινωνίας. Η εγκυρότητά της θεωρείται φυσικά κατώτερη απο αυτήν της προσωπικής συνέντευξης. (Τομάρας Π. 2006)

Ταχυδρομική συνέντευξη

Είναι απρόσωπη μορφή επικοινωνίας και βασική προϋπόθεση για την εφαρμογή της αποτελεί η ύπαρξη ή η δυνατότητα άμεσης εξεύρεσης των διευθύνσεων των ερωτώμενων. Δεν υπάρχει μεγάλος βαθμός ανταπόκρισης των ερωτώμενων και για να αυξηθεί χρησιμοποιούνται οικονομικά ή άλλα κίνητρα, έτοιμοι φάκελοι απάντησης με πληρωμένο το ταχυδρομικό τέλος.

Παρακάτω είναι ένας πίνακας με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των τύπων των δημοσκοπήσεων που αναλύσαμε παραπάνω.

	Προσωπική Συνέντευξη	Τηλεφωνική Συνέντευξη	Ταχυδρομική Συνέντευξη
Πλεονεκτήματα	Παρουσία απογραφέα	Ταχύτητα	Χαμηλό κόστος
	Άμεση επαφή με τον ερωτώμενο	Χαμηλό κόστος	Αποφυγή μεροληψίας εκ μέρους του απογραφέα
	Δυνατότητα διευκρίνησης των ερωτήσεων	Δυνατότητα επανεπικοινωνίας	
Μειονεκτήματα	Κόστος απογραφών	Πιο σύνθετες ερωτήσεις λόγω χαμηλού κόστους και ταχύτητας	Αδυναμία παροχής διευκρινήσεων
	Απροθυμία ερωτώμενων	Δεν υπάρχει προσωπική επαφή	Χρονοβόρα διαδικασία
	Απαιτείται μεγάλο χρονικό διάστημα για την απογραφή των ερωτώμενων	Απροθυμία ερωτώμενων	Μικρός βαθμός ανταπόκρισης των ερωτώμενων

	Ηλεκτρονική Συνέντευξη
Πλεονεκτήματα	Χαμηλό κόστος
	Μείωση χρόνου
	Ακρίβεια στοιχείων
	Άμεση ανταπόκριση των ερωτηθέντων
	Ευκολία χρήσης
Μειονεκτήματα	Απαραίτητη προϋπόθεση η ύπαρξη κάποιου ηλεκτρονικού μέσου (π.χ. Υπολογιστής, κινητό, tablet κ.α.)
	Αφορά άτομα που έχουν τη δυνατότητα χρήσης του internet

Πίνακας 3: Τύποι δημοσκοπήσεων - πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα.

4.2 Δομή ερωτηματολογίου

Κατα την δημιουργία του ερωτηματολογίου δόθηκε ιδιαίτερη προσοχή στη διατύπωση των ερωτήσεων και των προτεινόμενων απαντήσεων ώστε να είναι κατανοητές και όχι κουραστικές.

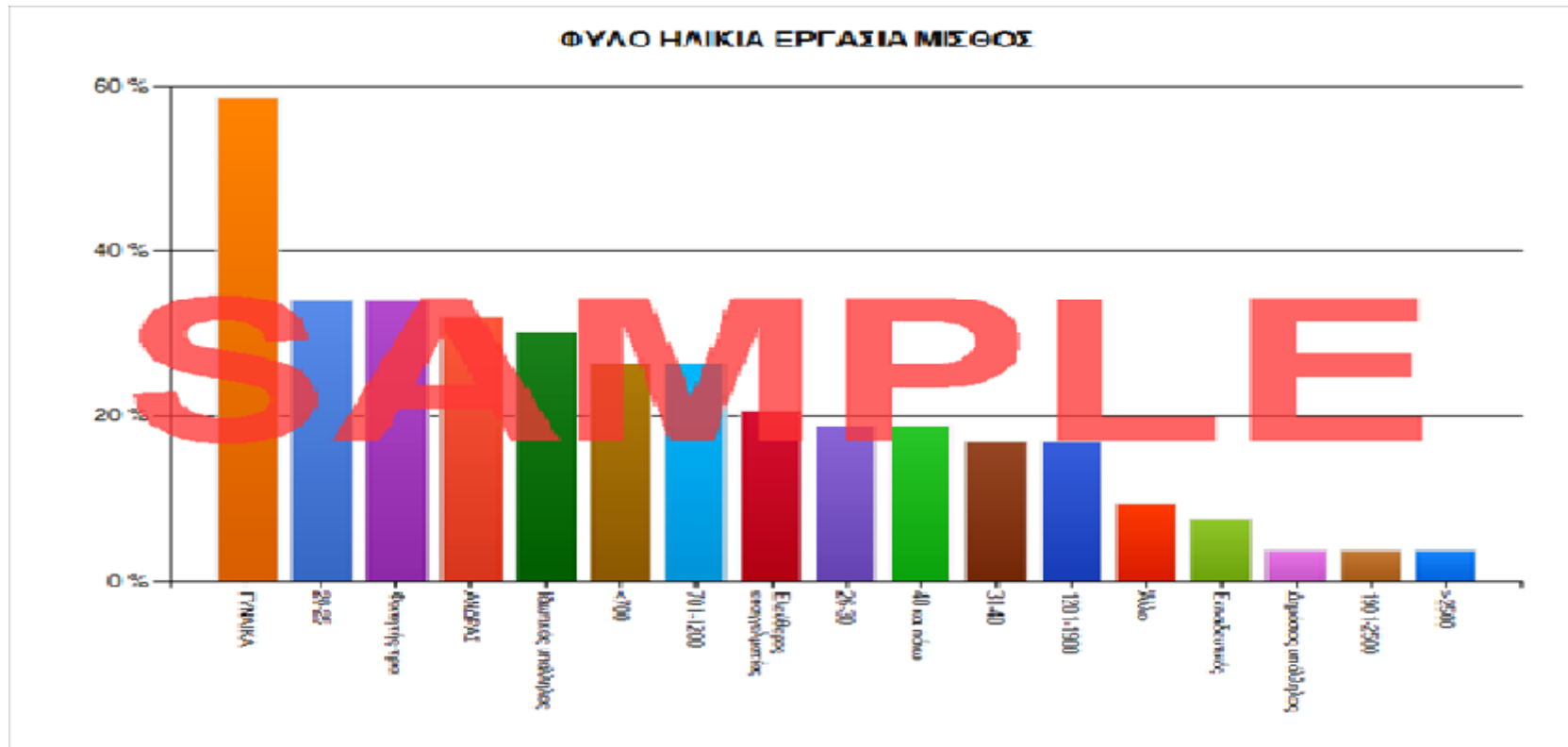
Το ερωτηματολόγιο αποτελείται συνολικά απο 13 ερωτήσεις εκ των οποίων οι 4 ερωτήσεις είναι ερωτήσεις προσωπικών δεδομένων και οι υπόλοιπες 9 είναι κυρίως ερωτήσεις κλειστού τύπου.

Οι ερωτήσεις 1 έως 4 έχουν στόχο τη συλλογή δημογραφικών στοιχείων των χρηστών και αφορούν το φύλο, την ηλικία, την εργασία και τον μισθό. Η ερώτηση 5 προσπαθεί να εντοπίσει κατα πόσο οι χρήστες είναι ενημερωμένοι για το e-banking. Η ερώτηση 7 προσπαθεί να μάθει αν γίνεται χρήση ή όχι του internet banking απο τους χρήστες. Σε περίπτωση που ο χρήστης απαντήσει ότι κάνει χρήση του internet banking πηγαίνουμε στην ερώτηση 8 η οποία θέλει να εντοπίσει ποιο μέσο χρησιμοποιούν οι χρήστες για το internet banking. Στην ερώτηση 8 και 9 οι χρήστες καλούνται να επιλέξουν τις υπηρεσίες του internet banking που κάνουν χρήση αλλά και το πόσο ικανοποιημένοι είναι απο τις υπηρεσίες. Στη συνέχεια η ερώτηση 10 ζητάει απο τους χρήστες να απαντήσουν κατα πόσο συμφωνούν ή διαφωνούν σε θέματα ασφάλειας και χρήσης του internet banking. Στην ερώτηση 11 οι χρήστες καλούνται να ιεραρχήσουν τις παραμέτρους του site μιας τράπεζας με βάση το πόσο σημαντικές τις θεωρούν.

Σε περίπτωση που οι χρήστες έχουν επιλέξει στην ερώτηση 7 οτι δεν έχουν κάνει χρήση του internet banking πηγαίνουν κατευθείαν στην ερώτηση 12 η οποία προσπαθεί να ενημερωθεί για τους λόγους τους οποίους δεν κάνουν χρήση του internet banking ενώ στην ερώτηση 13 ζητάμε απο τους χρήστες να μας πουν αν σκοπεύουν να κάνουν χρήση του internet banking στο μέλλον.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Παρουσίαση αποτελεσμάτων



Από τα 90 e-mails που στάλθηκαν για να διεξαχθεί η έρευνα, οι 53 έστειλαν πίσω τις απαντήσεις τους.

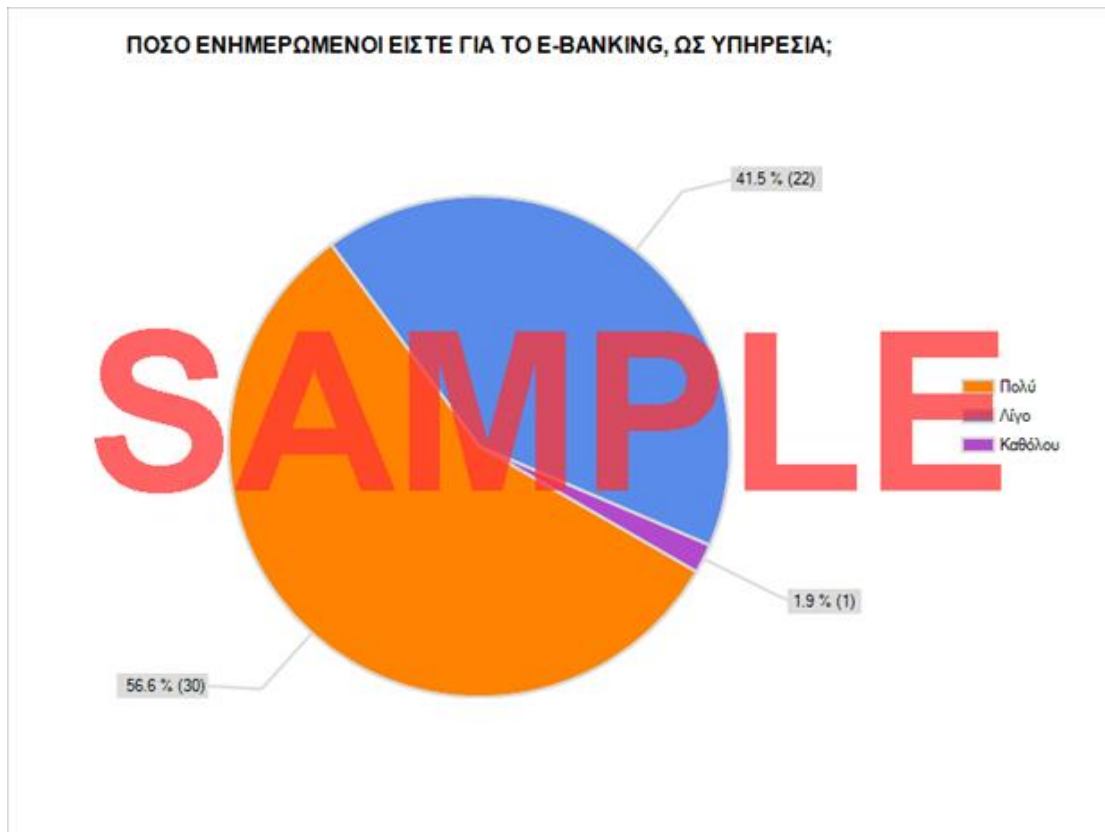
Στην πρώτη ερώτηση που αφορά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων παρατηρούμε ότι:

Στην ερώτηση για το φύλο, από τους 53 ερωτηθέντες, οι 48 απάντησαν ενώ οι 5 αγνόησαν την ερώτηση. Όπως βλέπουμε και στο διάγραμμα το 32,1% είναι άνδρες και το 58,5% είναι γυναίκες.

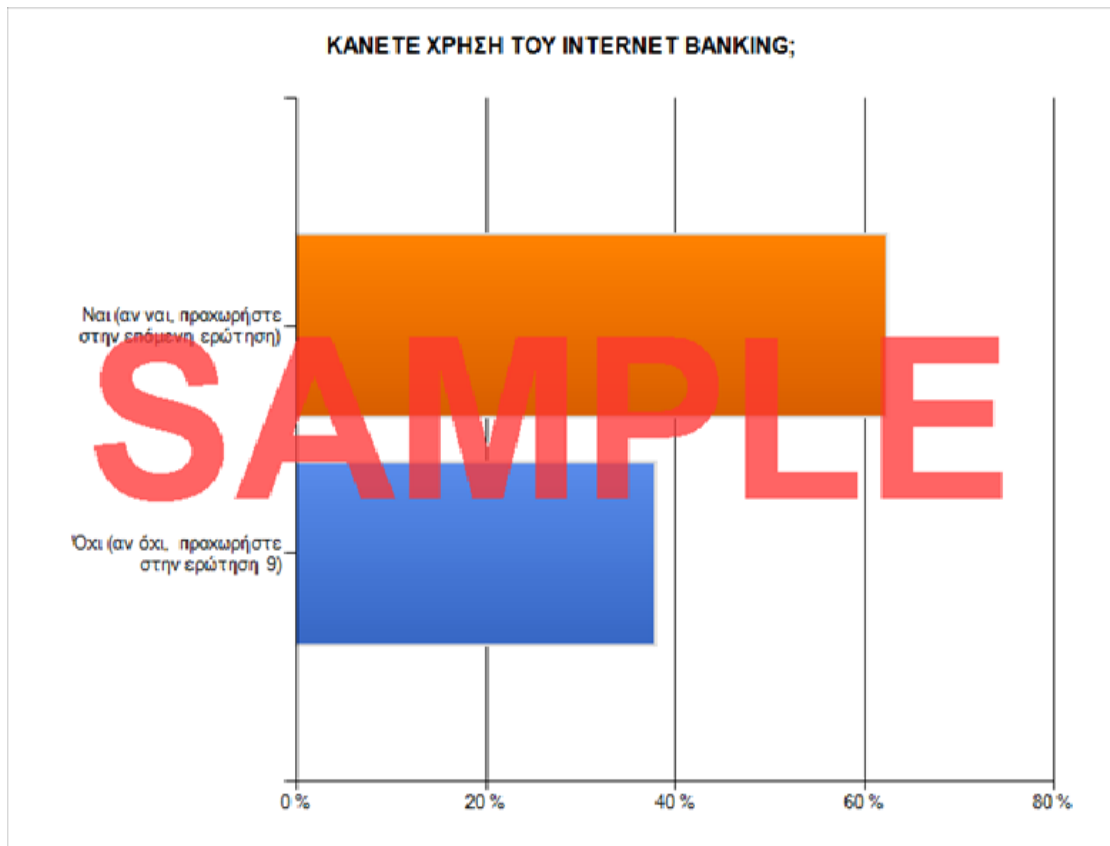
Σε ότι αφορά την ηλικία των ερωτηθέντων, από τους 53, απάντησαν οι 47 και αγνόησαν την ερώτηση οι 6. Το μεγαλύτερο ποσοστό είναι στην ηλικία 20-25 (34%), συνεχίζει η ηλικία 26-30 (18,9%) και 40 και πάνω (18,9%) που έχουν το ίδιο ποσοστό και τέλος είναι η ηλικία 31-40 με ποσοστό (17%).

Όσον αφορά το επάγγελμα, από τους 53 ερωτηθέντες, απάντησαν όλοι. Το μεγαλύτερο ποσοστό είχαν οι φοιτητές (34%), ακολουθούν οι ιδιωτικοί υπάλληλοι (30,2%), οι ελεύθεροι επαγγελματίες (20,8%), οι εκπαιδευτικοί (7,5%), οι δημόσιοι υπάλληλοι (3,8%) και τέλος η επιλογή άλλης εργασίας από τις παραπάνω είχε ποσοστό 7,5%.

Όσον αφορά το μισθό, από τους 53 ερωτηθέντες οι 41 απάντησαν ενώ οι 12 αγνόησαν την ερώτηση. Παρατηρούμε ότι το 26,4% των ερωτηθέντων έχει μισθό >700€, 26,4% έχει μισθό 701-1200€, 17% έχει μισθό 1201-1900, 3,8% έχει μισθό 1201-2500€ και 3,8% με μισθό <2500€.



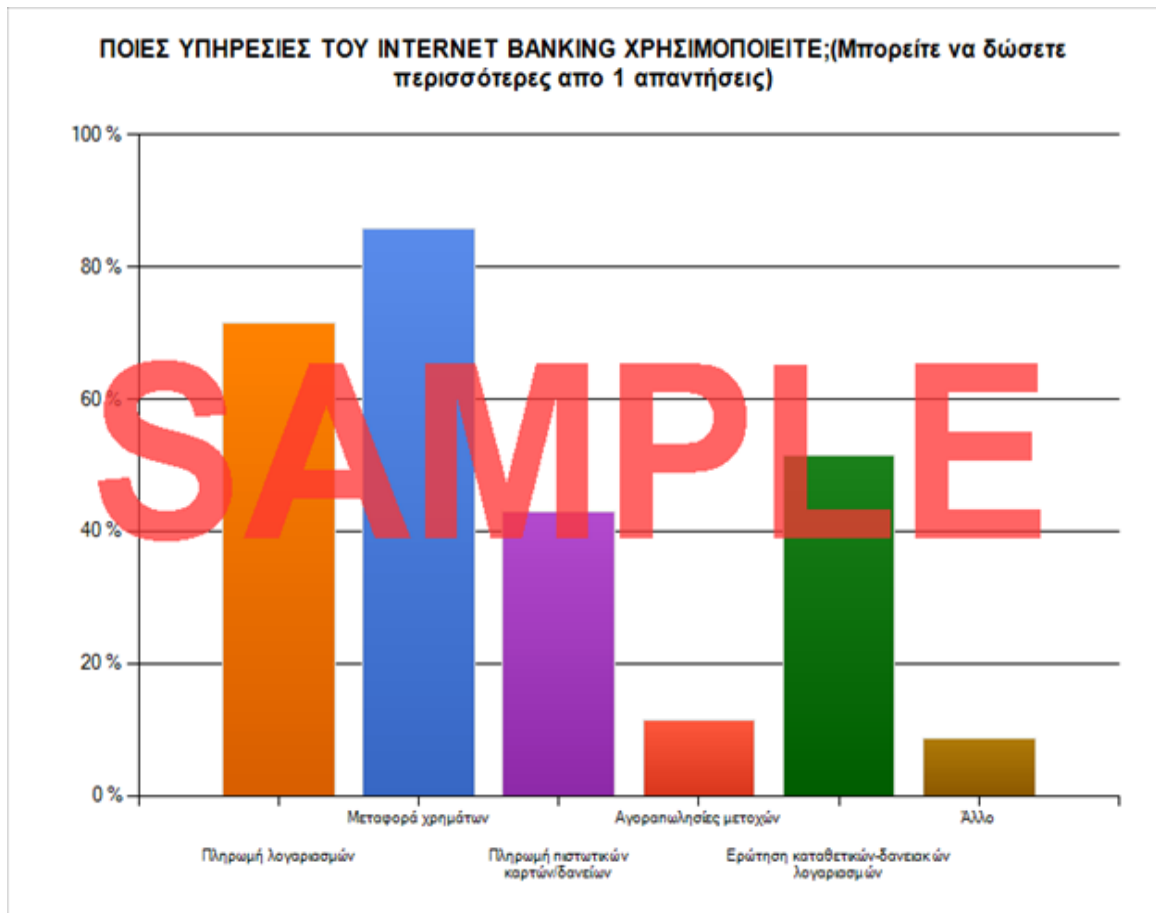
Στην ερώτηση για το πόσο ενημερωμένοι είναι για το e-banking απο τους 53 ερωτηθέντες, απάντησαν και οι 53. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων απάντησε ότι είναι πολύ ενημερωμένο (56,6%), ακολουθεί η απάντηση λίγο ενημερωμένοι (41,5%) και η απάντηση καθόλου ενημερωμένοι (1,9%).



Συνεχίζοντας με την επόμενη ερώτηση που αφορά στον αν οι ερωτηθέντες κάνουν χρήση του internet banking, από τους 53 ερωτηθέντες, απάντησαν και οι 53. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων κάνει χρήση του Internet banking (62,3%), ενώ μικρότερο είναι το ποσοστό αυτών που απάντησαν ότι δεν κάνουν χρήση του Internet banking (37,7%). Στην συνέχεια ακολουθεί το πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου, που αφορά αυτούς που κάνουν χρήση του Internet banking.

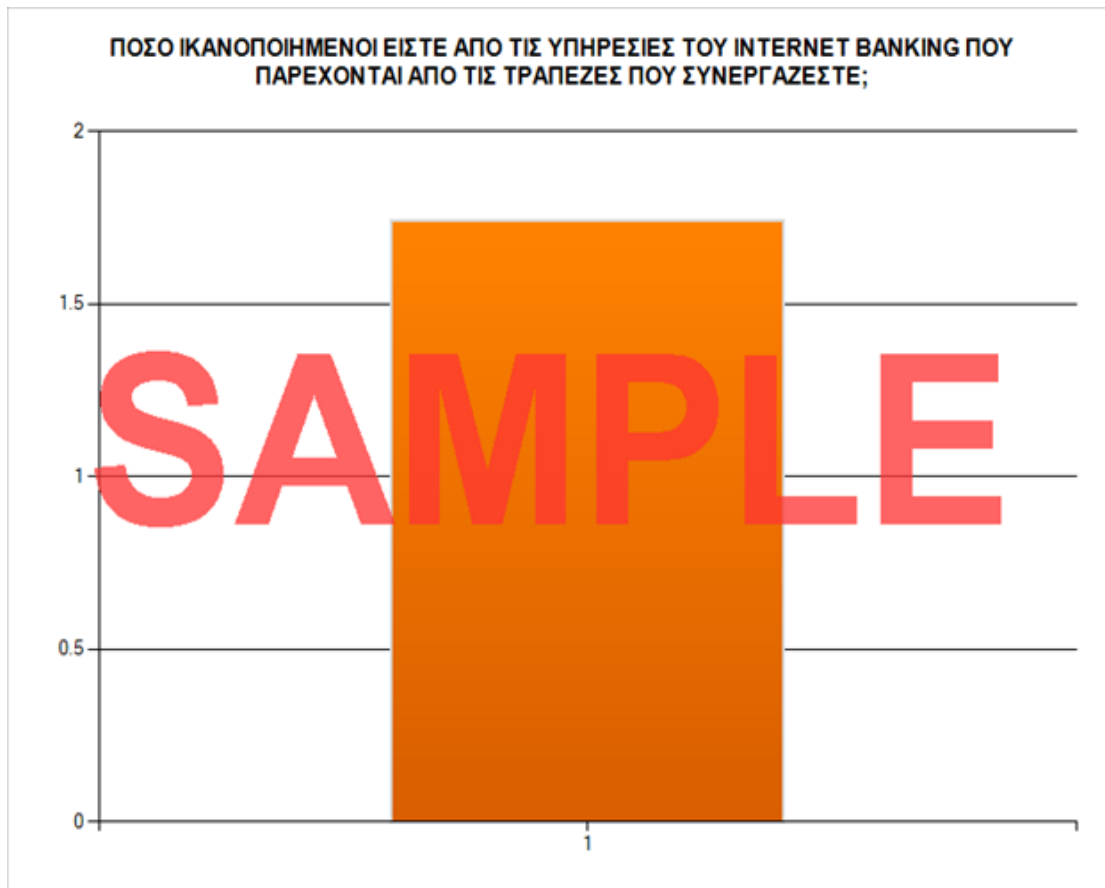


Όσον αφορά την ερώτηση για το ποιο μέσο χρησιμοποιούν οι χρήστες του internet banking απο τους 53 ερωτηθέντες, οι 33 απάντησαν ενώ 20 αγνόησαν την ερώτηση. Το μεγαλύτερο ποσοστό συγκεντρώθηκε στην απάντηση PC/Laptop με ποσοστό 87%. Ακολουθεί η απάντηση για το mobile/smartphone με ποσοστό 19,4% και η απάντηση tablet με ποσοστό 17%.



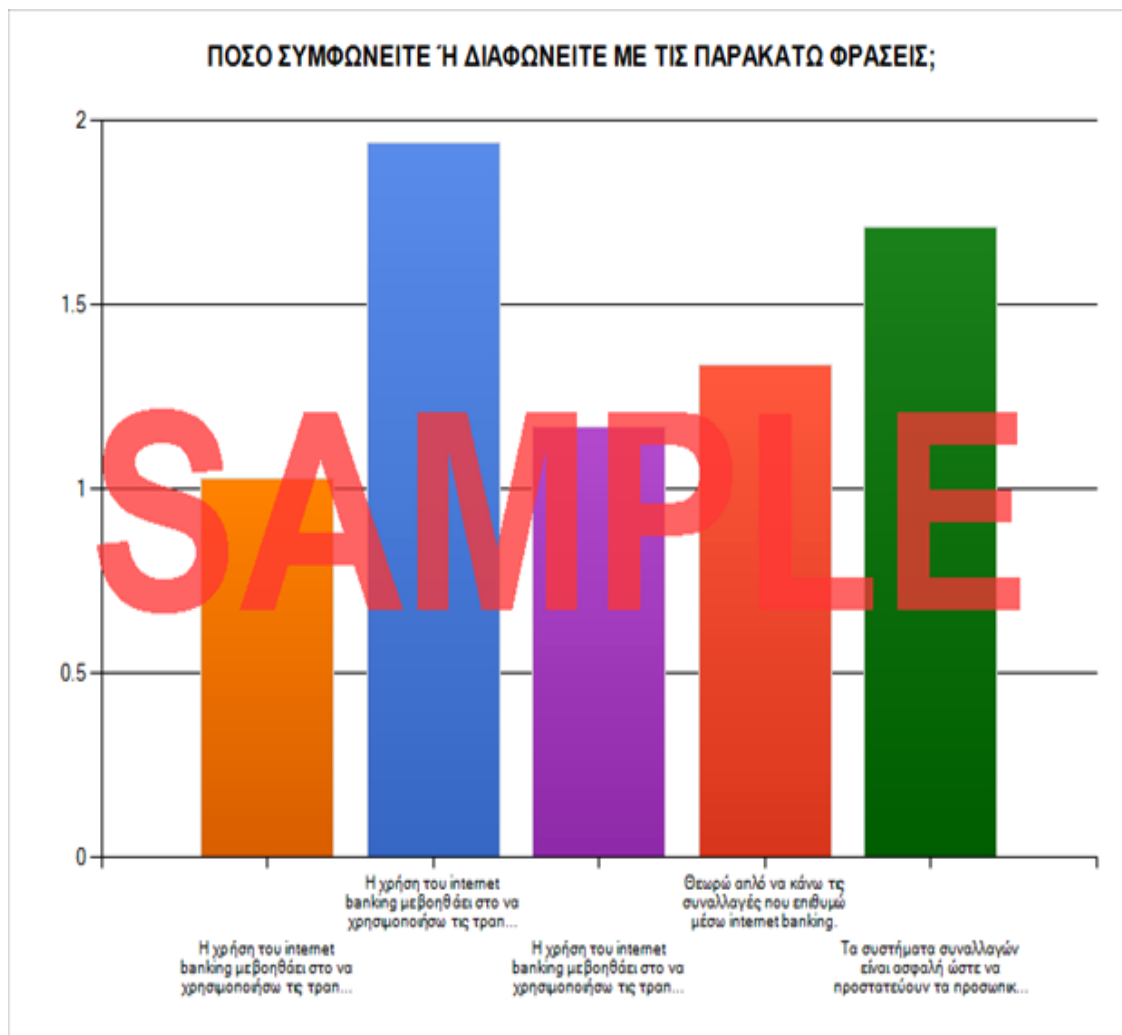
Η επόμενη ερώτηση αφορά τις υπηρεσίες του internet banking που χρησιμοποιούν οι χρήστες. Απο τους 53 ερωτηθέντες, οι 33 απάντησαν και οι 20 αγνόησαν την ερώτηση. Η υπηρεσία του Internet banking που συγκέντρωσε το μεγαλύτερο ποσοστό είναι η μεταφορά χρημάτων (85,7%). Στη συνέχεια είναι η πληρωμή λογαριασμών με ποσοστό 71,4%, η ερώτηση καταθετικών-δανειακών λογαριασμών με ποσοστό 51,4%, η πληρωμή πιστωτικών καρτών και δανείων με ποσοστό 42,9% και οι αγοραπωλησίες μετοχών με ποσοστό 11,4%.

Σαν τελευταία απάντηση υπήρχε η επιλογή να καταθέσει ο ερωτήσας την απάντηση που επιθυμούσε. Αυτή επιλογή συγκέντρωσε το ποσοστό 8,6% και οι απαντήσεις που δόθηκαν είναι πληρωμή μισθοδοσίας, αγορές μέσω internet καθώς και όλες τις υπηρεσίες που μπορεί να παρέχει το e-banking.



Όσον αφορά την ερώτηση για το πόσο ικανοποιημένοι είναι οι χρήστες από τις υπηρεσίες του internet banking που παρέχονται από τις τράπεζες που συνεργάζεται ο καθένας, από τους 53 ερωτηθέντες, οι 33 απάντησαν και οι 20 αγνόησαν την ερώτηση. Μεγαλύτερο ποσοστό συγκέντρωσε η απάντηση ικανοποιημένος (61,8%). Ακολουθεί το 32,4% που απάντησαν πολύ ικανοποιημένοι και 5,8% που απάντησαν ότι είναι λίγο ικανοποιημένοι.

Κανένας από τους ερωτηθέντες δεν έδωσε ως απάντηση ότι δεν είναι καθόλου ικανοποιημένοι.



Απο τους 53 ερωτηθέντες, οι 33 απάντησαν και οι 20 αγνόησαν την ερώτηση. Στην ερώτηση για το αν η χρήση του internet banking βοηθάει τους χρήστες να ικανοποιήσουν τις τραπεζικές τους συναλλαγές ταχύτερα το 97,1% απάντησε ότι συμφωνεί απόλυτα, το 2,9% απάντησε ότι συμφωνεί και κανένας απο τους ερωτηθέντες δεν διαφώνησε.

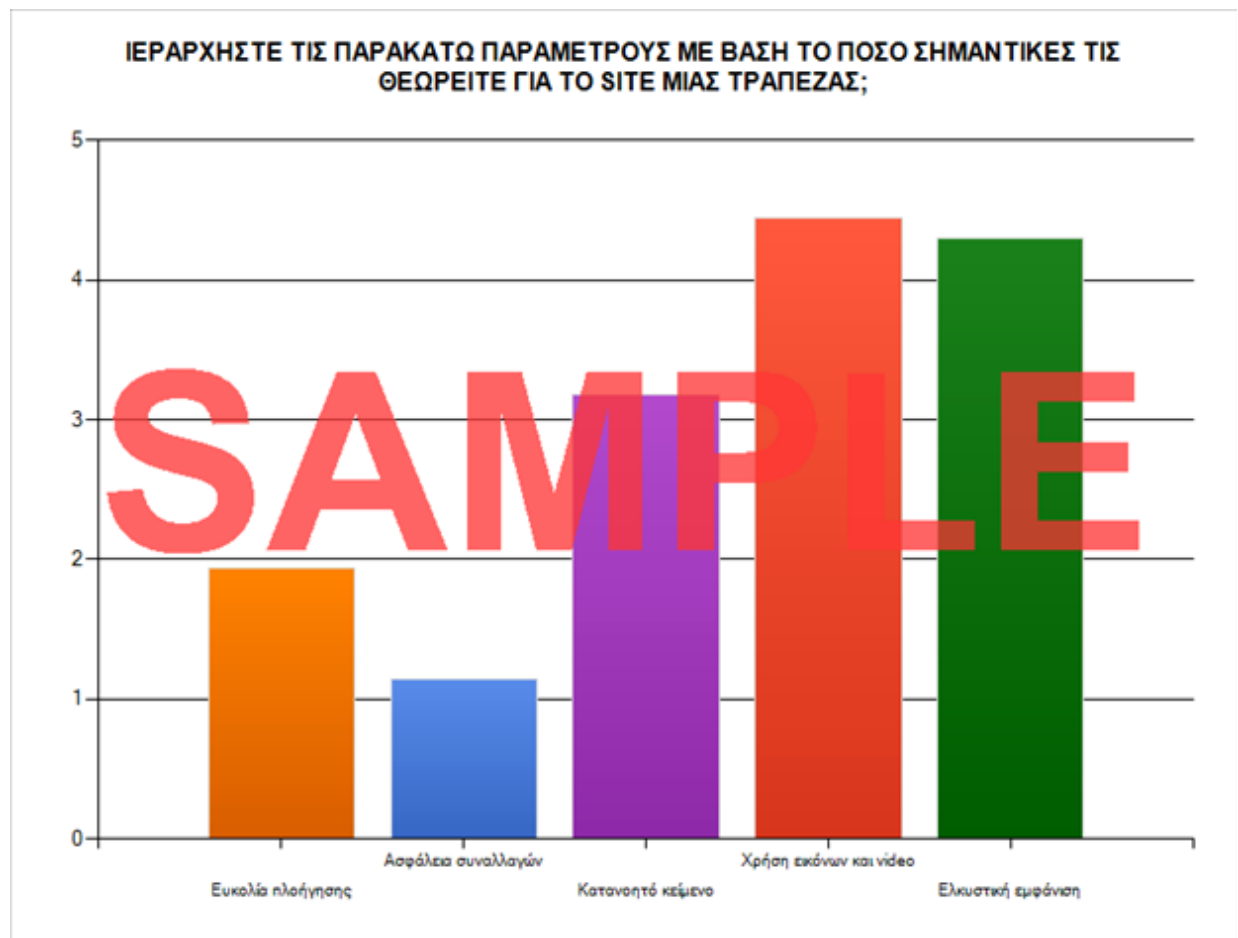
Απο τους 53 ερωτηθέντες οι 32 απάντησαν και οι 21 αγνόησαν την απάντηση. Στην ερώτηση για το αν θεωρούν οι χρήστες ότι η χρήση του internet banking τους βοηθάει στο να χρησιμοποιήσουν τις τραπεζικές τους συναλλαγές φθηνότερα το 44,1% των ερωτηθέντων απάντησαν ότι συμφωνούν, το 35,3% απάντησε ότι συμφωνεί απόλυτα, το 11,8% απάντησε ότι διαφωνεί και το 8,8% απάντησε ότι διαφωνεί απόλυτα.

Απο τους 53 ερωτηθέντες, οι 33 απάντησαν και οι 20 αγνόησαν την ερώτηση. Στην ερώτηση για το αν θεωρούν ότι η χρήση του internet banking βοηθάει στο να χρησιμοποιούν τις τραπεζικές τους συναλλαγές χωρίς χρονικό περιορισμό το 85,7%

απάντησε ότι συμφωνεί απόλυτα ενώ ακολουθεί με ποσοστό 11,4% η απάντηση ότι συμφωνούν. Το 2,9% των ερωτηθέντων διαφωνούν με την ερώτηση ενώ δεν υπήρχε κανένας που να απάντησε ότι διαφωνεί απόλυτα.

Απο τους 53 ερωτηθέντες, οι 33 απάντησαν και οι 20 αγνόδαν την ερώτηση. Στην ερώτηση για το αν θεωρούν απλό να κάνουν τις συναλλαγές που επιθυμούν μέσω του internet banking το 71,4% των ερωτηθέντων απάντησαν ότι συμφωνούν απόλυτα, το 22,9% απάντησαν ότι συμφωνούν, το 5,7% των ερωτηθέντων απάντησαν ότι διαφωνούν ενώ κανένας απο τους ερωτηθέντες δεν έδωσε απάντηση στο ότι διαφωνούν απόλυτα.

Απο τους 53 ερωτηθέντες, οι 33 απάντησαν και οι 20 αγνόησαν την ερώτηση. Στην τελευταία ερώτηση που αφορά το αν πιστεύουν ότι τα συστήματα συναλλαγών είναι ασφαλή ώστε να προστατέψουν τα προσωπικά δεδομένα των χρηστών το 65,7% απάντησε ότι συμφωνεί, το 31,4% απάντησαν ότι συμφωνεί απόλυτα ενώ το 2,9% απάντησε ότι διαφωνεί. Και σε αυτήν την ερώτηση κανένας απο τους ερωτηθέντες δεν απάντησε ότι διαφωνεί απόλυτα.



Απο τους 53 ερωτηθέντες, οι 33 απάντησαν και οι 20 αγνόησαν την ερώτηση. Απο τις παραπάνω παραμέτρους οι 33 θεωρούν ότι σημαντικότερη παράμετρο για το site μιας τράπεζας είναι η ασφάλεια των συναλλαγών. Στη συνέχεια, την ευκολία πλοήγησης στο site και το κατανοητό κείμενο. Και ακόμα λιγότερη σημασία δίνουν στην ελκυστική εμφάνιση αλλά και στη χρήση εικόνων και video.



Το δεύτερο μέρος αφορά τους ερωτηθέντες που δεν κάνουν χρήση του e-banking. Απο τους 53 ερωτηθέντες, οι 20 απάντησαν και οι 33 αγνόησαν την ερώτηση. Το μηδέν αντιστοιχεί στο ότι συμφωνούν απόλυτα ενώ το τέσσερα ότι διαφωνούν απόλυτα.

Στην ερώτηση αν η αρνητική εμπειρία είναι ο λόγος που δεν κάνουν χρήση του e-banking, απο τους 53 ερωτηθέντες, οι 20 απάντησαν και οι 33 αγνόησαν την ερώτηση. Το 3,7% των ερωτηθέντων απάντησε ότι συμφωνεί απόλυτα, το 3,7% συμφωνεί, το 14,8% διαφωνεί και το 77,8% διαφωνεί απόλυτα.

Απο τους 53 ερωτηθέντες, οι 20 απάντησαν και οι 33 αγνόησαν την ερώτηση, αν η μικρή εξοικείωση με την τεχνολογία είναι ο λόγος που δεν κάνουν χρήση του e-banking. Το 7,1% απάντησε ότι συμφωνεί απόλυτα, το 7,1% ότι συμφωνεί, το 17,9% ότι διαφωνεί και το 67,9% ότι διαφωνεί απόλυτα.

Απο τους 53 ερωτηθέντες, οι 20 απάντησαν και οι 33 αγνόησαν την ερώτηση, αν το υψηλό κόστος είναι ο λόγος που δεν κάνουν χρήση του e-banking. Το 14,8% συμφωνεί απόλυτα, το 33,3% διαφωνεί και το 51,9% διαφωνεί απόλυτα.

Απο τους 53 ερωτηθέντες, οι 20 απάντησαν οι 33 αγνόησαν την ερώτηση, αν το κακοσχεδιασμένο site μιας τράπεζας είναι ο λόγος που δεν κάνουν χρήση του e-banking. Το 3,8% των ερωτηθέντων απάντησε ότι συμφωνεί απόλυτα, το 30,8% απάντησε ότι συμφωνεί, το 23,1% διαφωνεί και το 42,3% διαφωνεί απόλυτα.

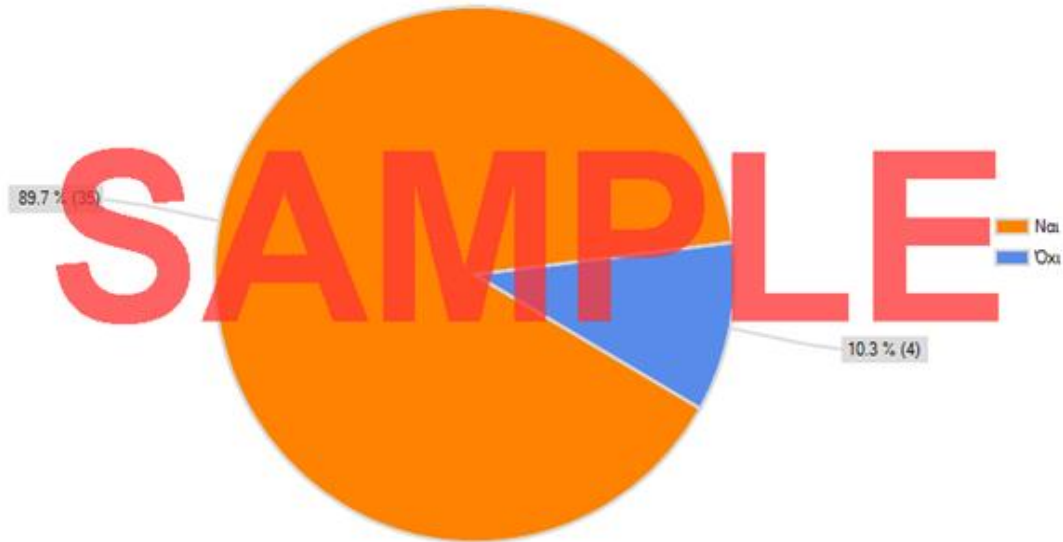
Στην ερώτηση ότι δεν βρίσκω όφελος κάνοντας χρήση του e-banking, απο τους 53 ερωτηθέντες απάντησαν οι 20 και αγνόησαν την ερώτηση οι 33. Το 24,1% των ερωτηθέντων συμφωνούν απόλυτα, το 17,2% συμφωνεί, το 17,2% διαφωνεί και το 41,4% διαφωνεί απόλυτα.

Όσον αφορά την ερώτηση για την ασφάλεια των συναλλαγών, απο τους 53 ερωτηθέντες, οι 20 απάντησαν και οι 33 αγνόησαν την ερώτηση. Το 21,4% των ερωτηθέντων συμφωνεί απόλυτα, το 35,7% συμφωνεί, το 25% διαφωνεί και το 17,9% διαφωνεί απόλυτα.

Όσον αφορά την έλλειψη κινήτρων αν είναι ο λόγος που δεν κάνουν χρήση του e-banking, απο τους 53 ερωτηθέντες, οι 20 απάντησαν και οι 33 αγνόησαν την ερώτηση. Το 37,9% απάντησε ότι συμφωνεί απόλυτα, το 27,6% συμφωνεί, το 17,2% διαφωνεί και το 17,2% διαφωνεί απόλυτα.

Τέλος, όσον αφορά την έλλειψη ενημέρωσης απο την τράπεζα, απο τους 53 ερωτηθέντες, οι 20 απάντησαν και οι 33 αγνόησαν την ερώτηση. Το 41,4% απάντησε ότι συμφωνεί απόλυτα, το 34,5% συμφωνεί, το 13,8% διαφωνεί και το 10,3 διαφωνεί απόλυτα.

ΣΚΟΠΕΥΕΤΕ ΝΑ ΚΑΝΕΤΕ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ INTERNET BANKING ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ;



Στην τελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου η οποία τέθηκε για να απαντήσουν οι ερωτηθέντες που δεν κάνουν χρήση του internet banking μας δίνει αποτελέσματα για το αν πρόκειται να κάνουν χρήση του internet banking στο μέλλον.

Απο τους 53 ερωτηθέντες, οι 20 απάντησαν και οι 33 αγνόησαν την ερώτηση. Παρατηρούμε ότι, το 89,7% σκοπεύουν να κάνουν χρήση στο μέλλον ενώ μόλις το 10,3% απάντησαν ότι δεν σκοπεύουν να κάνουν χρήση στο μέλλον.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

6.1 Συμπεράσματα

Η παρούσα εργασία, όπως αναφέρθηκε στην αρχή, είχε σα στόχο να ερευνήσει κατά πόσον οι πελάτες τραπεζών κάνουν χρήση του e-banking στην Ελλάδα, ποιοί παράγοντες τους ενθαρρύνουν ή τους αποθαρρύνουν, και κατά πόσο θεωρούν ασφαλή τα συστήματα e-banking .

Από τη μελέτη της σχετικής αρθρογραφίας και βιβλιογραφίας προέκυψε ότι

- Στην Ελλάδα υπάρχει σήμερα ένα σχετικά μικρό αλλά συνεχώς αυξανόμενο μέρος των τραπεζικών πελατών το οποίο κάνει χρήση του e-banking.
- Η ασφάλεια των συναλλαγών και των προσωπικών δεδομένων αποτελεί πολύ σημαντικό παράγοντα για τους χρήστες και εν δυνάμει χρήστες των υπηρεσιών e-banking.

Για όσους δεν κάνουν χρήση των εν λόγω υπηρεσιών η έλλειψη αισθήματος ασφάλειας αποτελεί και το σημαντικότερο ανασταλτικό παράγοντα. Καθώς όμως η σχετική αρθρογραφία και βιβλιογραφία στην οποία στηρίχθηκε η παρούσα εργασία εκτείνεται χρονικά σε όλη τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας, και επειδή στις μέρες μας τα δεδομένα, ειδικά για χρηματοοικονομικά και τεχνολογικά ζητήματα, αλλάζουν γρήγορα, κρίθηκε απαραίτητη και η διεξαγωγή σχετικής έρευνας. Μέσω αυτής της έρευνας με χρήση on line ερωτηματολογίου και δείγμα 53 ατόμων επιδιώχθηκε να ερευνηθεί η ακρίβεια των παραπάνω συμπερασμάτων που προέκυψαν από τη μελέτη της σχετικής αρθρογραφίας και βιβλιογραφίας.

Τα αποτελέσματα της έρευνας που διεξήχθη στα πλαίσια αυτής της εργασίας καταδεικνύουν ότι σχεδόν όλοι οι ερωτηθέντες είναι ενημερωμένοι, άλλοι πολύ και άλλοι λιγότερο, για το e-banking. Επίσης, καταδεικνύουν ότι το 62,3% των ερωτηθέντων κάνουν χρήση του e-banking, ενώ το 37,7% δεν κάνουν χρήση. Η διαφορά σε αυτά τα ποσοστά είναι ενθαρρυντική καθώς φαίνεται ότι αρχίζουν σιγά-σιγά οι πελάτες Ελληνικών τραπεζών να κάνουν χρήση του e-banking και γενικότερα να εξοικιώνονται με τη νέα τεχνολογία, κάτι το οποίο δεν ίσχυε πριν από μόλις λίγα χρόνια, όπως αναφέραμε σε προηγούμενα κεφάλαια της έρευνας.

Όσον αφορά το βασικό μέσο με το οποίο οι ερωτηθέντες κάνουν χρήση του Internet banking, προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών, χρησιμοποιούν το PC/Laptop για τις τραπεζικές τους συναλλαγές αντί για το mobile/smartphone και το tablet. Επίσης, οι ερωτηθέντες που κάνουν χρήση του e-banking, είναι αρκετά ευχαριστημένοι από αυτήν την υπηρεσία καθώς σε όποια τράπεζα και αν ανήκουν μπορούν να ολοκληρώσουν τις τραπεζικές τους συναλλαγές γρήγορα, χωρίς κόστος και χωρίς χρονικό περιορισμό. Οι ερωτηθέντες πιστεύουν ότι το σημαντικότερο στο site μιας τράπεζας είναι η ασφάλεια των συναλλαγών αλλά, επίσης, εμπιστεύονται τις τράπεζες με τις οποίες συνεργάζονται για την ασφάλεια των συναλλαγών τους και την ασφάλεια των προσωπικών τους δεδομένων από τυχόν επιθέσεις «hackers» ή

άλλων επιβουλών. Η σημασία που δίνεται στην ευκολία πλοήγησης είναι επίσης μεγάλη ενώ, αντίθετα, δεν πιστεύουν ότι η ελκυστική εμφάνιση του site ή η χρήση video και εικόνων είναι υψίστης σημασίας.

Από το δεύτερο κομμάτι της έρευνας, το οποίο αφορά τους ερωτηθέντες που δεν κάνουν χρήση του e-banking, προκύπτει ότι η αρνητική εμπειρία, το κακοσχεδιασμένο site μιας τράπεζας, το υψηλό κόστος ή/και η εξοικείωση με την τεχνολογία δεν είναι σημαντικοί λόγοι για τους οποίους δεν επιλέγουν να κάνουν χρήση του e-banking. Αυτό το μέρος των ερωτηθέντων δίνει πολύ μεγαλύτερη σημασία στην ασφάλεια των συναλλαγών, και θεωρεί την έλλειψη σχετικής ενημέρωσης από την τράπεζα και την έλλειψη κινήτρων από την τράπεζα ως σημαντικούς λόγους για τους οποίους δεν επιδιώκουν τη χρήση του e-banking. Τέλος, σχεδόν όλοι οι ερωτηθέντες που δεν κάνουν χρήση του Internet banking σήμερα, θα ήταν διατεθειμένοι να το χρησιμοποιήσουν σε αντίθεση με ένα πολύ μικρό ποσοστό, της τάξεως του 10%, που θα προτιμούσαν να συνεχίσουν να διεξάγουν τις τραπεζικές τους συναλλαγές μέσω των υποκαταστημάτων.

Τα παραπάνω συμπεράσματα θα πρέπει κλείνοντας αυτήν την εργασία να προσπαθήσει κάποιος να τα εντάξει και στο σημερινό οικονομικό και κοινωνικό πλαίσιο. Οι σημερινές συνθήκες οικονομικής και κοινωνικής κρίσης, σε διεθνές και εθνικό επίπεδο, δημιουργούν παράγοντες που αποθαρρύνουν την ανάπτυξη του e-banking αλλά και παράγοντες που την ενθαρρύνουν.

Σήμερα οι Έλληνες τραπεζικοί πελάτες δεν ανησυχούν μόνον για την ασφάλεια των on line τραπεζικών συναλλαγών αλλά και για τη συνολική ασφάλεια του Ελληνικού τραπεζικού συστήματος. Τους τελευταίους μήνες παρατηρείται έντονο το φαινόμενο της ανάληψης μεγάλων ποσών από τις τράπεζες καθώς οι πελάτες των τραπεζών προτιμούν να «κρύψουν» τα χρήματα αυτά στα σπίτια τους, σε θυρίδες ή και να τα μετατρέψουν σε χρυσές λίρες, συνάλλαγμα και άλλα. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα η έννοια του e-banking να φαντάζει όλο και πιο απομακρυσμένη από την πραγματικότητα μεγάλου μέρους των τραπεζικών πελατών. Ο αυξανόμενος αριθμός ανέργων και κλειστών επιχειρήσεων εντείνουν αυτό το φαινόμενο καθώς για όλο και περισσότερο κόσμο δεν έχει σημασία το πώς πραγματοποιεί τις τραπεζικές συναλλαγές του αφού δεν έχει χρήματα για να συναλλαχθεί.

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω όμως, η σημερινή οικονομική κρίση δημιουργεί και παράγοντες που ενθαρρύνουν τη χρήση του e-banking. Το κράτος πλέον υποχρεώνει τους πολίτες να «περνούν» όλο και περισσότερες από τις χρηματικές συναλλαγές

τους μέσα από το τραπεζικό σύστημα για να καταπολεμήσει τη μαύρη οικονομία. Αυτό σημαίνει ότι το e-banking θα γίνεται ελκυστικότερη επιλογή σε όλο και περισσότερο κόσμο. Οι τράπεζες, πιεσμένες από τις συνθήκες και την αβεβαιότητα της κρίσης, αναζητούν τρόπους να μειώσουν τα λειτουργικά τους έξοδα καθημερινά. Η ανάπτυξη του e-banking αποτελεί και πάλι μία από τις καλύτερες διαθέσιμες λύσεις σε αυτές. Ακόμη και σε συνθήκες επαλήθευσης των ακραίων σεναρίων στάσης πληρωμών της Ελλάδας, με τα τραπεζικά καταστήματα κλειστά για ένα χρονικό διάστημα, το e-banking θα αποτελούσε ίσως το μόνο αξιόπιστο μέσο ελέγχου και πραγματοποίησης τραπεζικών συναλλαγών.

Από όλα τα παραπάνω προκύπτει ότι το e-banking στην Ελλάδα έχει πλέον σταθερές βάσεις και η ανάπτυξη του προχωρά παρά τις σημερινές συνθήκες οικονομικής κρίσης. Όλο και περισσότεροι πελάτες τραπεζών ξεπερνούν τις ανασφάλειες τους για τις on line συναλλαγές καθώς και οι τράπεζες βελτιώνουν τις επιδόσεις τους στην παροχή των υπηρεσιών e-banking. Οποιαδήποτε πρόβλεψη για τραπεζικές υπηρεσίες στην Ελλάδα σήμερα θα ήταν παρακινδυνευμένη αλλά το e-banking φαίνεται ότι είναι εδώ για να μείνει και να αναπτυχθεί ίσως και στο βασικό τρόπο διεξαγωγής τραπεζικών συναλλαγών και παροχής τραπεζικών υπηρεσιών.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική βιβλιογραφία

- Αγγέλης, Β. (2005). *Η Βίβλος του E-banking*, Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα.
- Αδειάζουν τραπεζικούς λογαριασμούς οι ηλεκτρονικές σπείρες*, 25/3/2006, Ημερησια.
- Από την...ουρά του γκισέ στην οθόνη του υπολογιστή*, 29/4/2009, Ελευθεροτυπία.
- Αρχοντάκης, Α., (2001), *Τραπεζικές υπηρεσίες & προϊόντα μέσω internet*, <<http://www.ine.otoe.gr>>.
- Αφιέρωμα *Διαδικτυακές τραπεζικές συναλλαγές (e-banking)*. *Η σημερινή εφαρμογή τους στην Ελλάδα*, (2006), Ημερησία, www.go-online.gr.
- Alpha web banking*, (2010), Retrieved at 28/4/2011 from <<http://www.alpha.gr/page/default.asp?la=1&id=146>>.
- Γεωργιάδου, Κ. (2008), *Η ηλεκτρονική τραπεζική και η υιοθέτηση της από τις ελληνικές τράπεζες*, Βόλος.
- Γούναρη Α. (2009), *Αξιολόγηση ευχρηστίας ιστοσελίδων για τις ανάγκες του E-banking*, Πάτρα.
- Δελτίον ενώσης ελληνικών τραπεζών, (2003). *Αφιέρωμα: Internet banking*, Ιούλιος-Αύγουστος- Σεπτέμβριος, <<http://www.hba.gr>>.
- Ενημέρωση και συναλλαγές μέσω Internet*, (2011), Retrieved at 28/4/2011 from <http://www.bankofcyprus.gr/el-GR/alternative_gr/internetbanking_gr>.
- Ηλεκτρονική τραπεζική, *Τώρα οι τραπεζικές συναλλαγές έχουν χαρακτήρα... προσωπικό!*, (2010), Retrieved at 28/4/2011 from <<http://www.piraeusbank.gr/ecpage.asp?id=238902&lang=1&nt=99>>
- θα είμαι ασφαλής?*, (2011), Retrieved at 30/4/2011 from <<http://www.eurobank.gr/online/home/viewServices.aspx?id=67&mid=467&lang=g>>
- Καρέκλης, Π. (2003), *Επιπτώσεις του internet στη λειτουργία και κερδοφορία των επιχειρήσεων*, *Οφέλη από τη χρήση υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής*, Δελτίο ΕΕΤ, Γ' τριμήνιο, <<http://www.hba.gr>>
- Καραγεωργίου, Ε. (2003). *Ηλεκτρονική Τραπεζική-Στροφή από τις τράπεζες στα εναλλακτικά δίκτυα*, Δελτίο ΕΕΤ Γ' Τριμήνιο, <<http://www.hba.gr>>
- Καραγεωργίου, Ε. (2007). *Ηλεκτρονική Τραπεζική, Ελληνική Ένωση Τραπεζών*, <<http://www.hba.gr>>

Κρυπτογράφηση, (2010), Retrieved at 20/4/2011 from <<http://www.image.ntua.gr/meleti172KTP/?q=node/23>>

Κρυπτογράφηση: Το Α και το Ω της δικτυακής ασφάλειας, (2011), Retrieved at 13/4/2011 from <http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=710>

Μαθιοπούλου, Μ. *Τντερνετ: Οδηγός ασφαλών συναλλαγών*, 3/3/2008, Μακεδονία.

Μαυρογιάννης, Δ. (2003). *Ασφάλεια Ηλεκτρονικών Συναλλαγών*, Δελτίο ΕΕΤ, <<http://www.hba.gr>>.

Μάρκου, Α. *Ανθεί η απάτη στο e-banking*, 13/03/2010, Το Βήμα.

Μάρκου, Α. *Καλύτερα επιτόκια στο e-banking*, 30/01/2011, Το Βήμα.

Μάρκου, Α. *Ασφαλείς συναλλαγές στο Διαδίκτυο*, 11/2/2007, Το Βήμα.

Μπενετάτου, Α. (2010), *Βαθμός χρήσης των τραπεζικών συναλλαγών διαμέσου ηλεκτρονικών καταστημάτων*, Κρήτη.

Μύττα, Σ., Παπαϊωάννου, Π., *Το e-banking κερδίζει τους Έλληνες καταναλωτές*, 19/10/2004, Ημερησία.

Μύττα, Σ. *Συναλλαγές 12 δισ. ευρώ μέσω internet*, 03/04/2004, Ημερησία.

Microsoft windows XP, *Step by Step Deluxe Edition*, (2006), Κλειδάριθμος.

Παπαϊωάννου, Π. *500.000 Έλληνες χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική*, 12/12/2006, Ημερησία.

Πεφάνης, Δ. 2006, *Μια τράπεζα στον υπολογιστή σας*, Τα νέα Online.

Πως λειτουργούν τα ψηφιακά πιστοποιητικά, (2010), Retrieved at 20/4/2011 from <<http://www.e-rapadakis.gr/ola18.htm>>

Σιναποτη, Α. , Μαρουδη, Ι., Φαρσαρωτας, Δ. (2005), *Ηλεκτρονική Τραπεζική*, Σάκκουλα.

Συρμακέζης, Σ. (2003). *Όλα όσα θέλετε να μάθετε για τις ηλεκτρονικές πληρωμές και εισπράξεις*, Δελτίο ΕΕΤ, Γ' Τριμηνία, <<http://www.hba.gr>>.

Τηλικίδου, Ε.Ι. (2004), *Η έρευνα του Μαρκετινγκ*, Ελληνικά γράμματα, Αθήνα.

Τομάρας, Π. (2006), *Εισαγωγή στο Μαρκετινγκ και την Έρευνα Αγοράς*, 3η Έκδοση Τομάρας Π., Αθήνα.

Τραπεζικές συναλλαγές μέσω Internet, (2011), Retrieved at 26/4/2011 from <<http://www.marfinbank.gr/GR/Individuals/PersonalBanking/CommunicationNetworks/Pages/InternetBanking.aspx>>

Ξενογλώσση βιβλιογραφία

- Amit, B. (2010). *What is online banking and is it safe?* , <<http://www.amitbhawani.com/blog/online-banking-safe>>
- Benamati, J. (2007). *Trust and Distrust in Online Banking: Their Role in Developing Countries*, <<http://onlinelibrary.wiley.com>>
- Celent Communications, (2005), *Bright Future for Internet Banking*, Online Article, Retrieved at 28/5/2011 from <<http://www.banktech.com/news/showArticle.jhtml?articleID=163702585>>
- De Young Robert, Lang W. William, Nolle L. Daniel, (2006), *How the Internet affects output and performance at community banks*, *Journal of Banking & Finance*, <<http://ieeexplore.ieee.org/Xplore/guesthome.jsp>>.
- Forrester Survey (2007), *E-banking Research*, Retrieved at 16/5/2011 from <http://www.theregister.co.uk/2005/09/07/forrester_ebanking_survey/>
- Guttmann, R. (2003), *Cybercash The coming Era of Electronic Money*, Publisher Palgrave Macmillan.
- History of internet banking*, (2009), Retrieved at 3/5/2011 from <<http://www.buzzle.com/articles/history-of-internet-banking.html>>
- Michael, T.C. (2007). *Service in Internet e-banking: A User-based Core Framework*, <<http://ieeexplore.ieee.org/Xplore/guesthome.jsp>>
- Peterson, M. (2007). *A Brief History of Internet Banking*, <<http://ezinearticles.com/?A-Brief-History-of-Internet-Banking&id=353450>>.
- Princeton Survey Research Associates International, (2005), *Leap of Faith: using the internet despite the dangers*, <<http://www.consumerwebwatch.org/pdfs/princeton.pdf>>
- RSA Security (2007), *Rapid Development of Secure e-Banking Solution*, [Online], retrieved at 18/5/2011 from <<http://whitepapers.zdnet.co.uk/0,1000000651,260053700p-39000584q,00.htm>>
- Srinivasa, R. (2007). *Impact of web banking Usability on Community Bank Performance: A Heuristic Evaluation of Community Bank Website Homepages*, <<http://ieeexplore.ieee.org/Xplore/guesthome.jsp>>

UNCTAD, (2002). *E-commerce and Development report*,
<<http://www.unctad.org/Templates/StartPage.asp?intItemID=2068>>.

What is PC Banking, (2009), Retrieved at 3/5/2011 from
<http://www.ehow.com/facts_5175810_pc-banking_.html>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

1. Η ΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΟ INTERNET BANKING

Το ερωτηματολόγιο που ακολουθεί πραγματοποιείται στα πλαίσια εκπόνησης πτυχιακής εργασίας στο τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης του ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης. Σκοπός της έρευνας είναι εξεταστεί ποια είναι η στάση των χρηστών απέναντι στο Internet Banking, στην Ελλάδα.

Οι απαντήσεις σας αποτελούν σημαντική συμβολή για την υλοποίηση της παρούσας έρευνας.

Ευχαριστώ εκ των προτέρων για το χρόνο, το ενδιαφέρον και την ανταπόκρισή σας σε αυτή την προσπάθεια.

1. ΦΥΛΟ ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΙΣΘΟΣ ΑΝΔΡΑΣ ΓΥΝΑΙΚΑ 20-25 26-30 31-40 40 και πάνω Φοιτητής-τρια Εκπαιδευτικός Ιδιωτικός υπάλληλος Δημόσιος υπάλληλος Ελεύθερος επαγγελματίας Άλλο <700 701-1200 1201-1900 1901-2500 >2500**2. ΠΟΣΟ ΕΝΗΜΕΡΩΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΓΙΑ ΤΟ E-BANKING, ΩΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑ;** Πολύ Λίγο Καθόλου**3. ΚΑΝΕΤΕ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ INTERNET BANKING;** Ναι (αν ναι, προχωρήστε στην επόμενη ερώτηση) Όχι (αν όχι, προχωρήστε στην ερώτηση 9)**4. ΠΟΙΟ ΜΕΣΟ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ;** PC/Laptop Tablet Mobile/Smartphone

5. ΠΟΙΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΟΥ INTERNET BANKING ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ;(Μπορείτε να δώσετε περισσότερες απο 1 απαντήσεις)

- Πληρωμή λογαριασμών
- Μεταφορά χρημάτων
- Πληρωμή πιστωτικών καρτών/δανείων
- Αγοραπωλησίες μετοχών
- Ερώτηση καταθετικών-δανειακών λογαριασμών
- Άλλο

6. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΟΥ INTERNET BANKING ΠΟΥ ΠΑΡΕΧΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΠΟΥ ΣΥΝΕΡΓΑΖΕΣΤΕ;

	Πολύ ικανοποιημένος	Ικανοποιημένος	Λίγο ικανοποιημένος	Καθόλου ικανοποιημένος
1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. ΠΟΣΟ ΣΥΜΦΩΝΕΙΤΕ Ή ΔΙΑΦΩΝΕΙΤΕ ΜΕ ΤΙΣ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΦΡΑΣΕΙΣ;

	Συμφωνώ	Μάλλον συμφωνώ	Μάλλον διαφωνώ	Διαφωνώ
Η χρήση του internet banking με βοηθάει στο να χρησιμοποιήσω τις τραπεζικές συναλλαγές ταχύτερα.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Η χρήση του internet banking με βοηθάει στο να χρησιμοποιήσω τις τραπεζικές συναλλαγές φθηνότερα.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Η χρήση του internet banking με βοηθάει στο να χρησιμοποιήσω τις τραπεζικές συναλλαγές χωρίς χρονικό περιορισμό.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Η χρήση του internet banking με βοηθάει στο να χρησιμοποιήσω τις τραπεζικές συναλλαγές χωρίς χρονικό περιορισμό.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Θεωρώ απλό να κάνω τις συναλλαγές που επιθυμώ μέσω internet banking.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Τα συστήματα συναλλαγών είναι ασφαλή ώστε να προστατεύουν τα προσωπικά οικονομικά δεδομένα μου.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. ΙΕΡΑΡΧΗΣΤΕ ΤΙΣ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΥΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟ ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΤΙΣ ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΓΙΑ ΤΟ SITE ΜΙΑΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ;

Ευκολία πλοήγησης	<input type="text"/>
Ασφάλεια συναλλαγών	<input type="text"/>
Κατανοητό κείμενο	<input type="text"/>
Χρήση εικόνων και video	<input type="text"/>
Ελκυστική εμφάνιση	<input type="text"/>

9. ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΚΥΡΙΟΣ ΛΟΓΟΣ ΠΟΥ ΔΕΝ ΚΑΝΕΤΕ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ Ε-BANKING;

	Συμφωνώ	Μάλλον συμφωνώ	Μάλλον διαφωνώ	Διαφωνώ
Η ασφάλεια των συναλλαγών.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Έλλειψη κινήτρων.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Δεν βρίσκω όφελος.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Έλλειψη ενημέρωσης από την τράπεζα μου.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αρνητική εμπειρία.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κακοσχεδιασμένο site.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υψηλό κόστος.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μικρή εξοικίωση με την τεχνολογία.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ΣΚΟΠΕΥΕΤΕ ΝΑ ΚΑΝΕΤΕ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ INTERNET BANKING ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ;

- Ναι
 Όχι