

Ανώτατο Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πειραιά Τεχνολογικού Τομέα.

Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας

Τμήμα : Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής

Όνομα : Νίκη Μπαρτσώτα

Αριθμός μητρώου : 14356

Επιβλέπουσα καθηγήτρια : Κοσσιέρη Ευαγγελία

Θέμα : e-banking



Αργάλεω, 2017

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Μπαρτσώτα Νίκη του Παύλου, φοιτήτρια του Τμήματος Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής του Α.Ε.Ι. Πειραιά Τ.Τ., πριν αναλάβω την εκπόνηση της Πτυχιακής Εργασίας μου, δηλώνω ότι ενημερώθηκα για τα παρακάτω :

«Η Πτυχιακή Εργασία (Π.Ε) αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο του συγγραφέα, όσο και του Ιδρύματος και θα πρέπει να έχει μοναδικό χαρακτήρα και πρωτότυπο περιεχόμενο.

Απαγορεύεται αυστηρά οποιοδήποτε κομμάτι κειμένου της να εμφανίζεται αυτούσιο ή μεταφρασμένο από κάποια άλλη δημοσιευμένη πηγή. Κάθε τέτοια πράξη αποτελεί προϊόν λογοκλοπής και εγείρει θέμα Ηθικής Τάξης για τα πνευματικά δικαιώματα του άλλου συγγραφέα. Αποκλειστικός υπεύθυνος είναι ο συγγραφέας της Π.Ε, ο οποίος φέρει και την ευθύνη των συνεπειών, ποινικών και άλλων, αυτής της πράξης.

Πέραν των όποιων ποινικών ευθυνών του συγγραφέα, σε περίπτωση που το Ίδρυμα του έχει απονείμει Πτυχίο, αυτό ανακαλείται με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος. Η Συνέλευση του Τμήματος με νέα απόφασή της, μετά από αίτηση του ενδιαφερομένου, του αναθέτει εκ νέου την εκπόνηση Π.Ε με άλλο θέμα και διαφορετικό επιβλέποντα καθηγητή. Η εκπόνηση της εν λόγω Π.Ε πρέπει να ολοκληρωθεί εντός τουλάχιστον ενός ημερολογιακού βμήνου από την ημερομηνία ανάθεσής της. Κατά τα λοιπά εφαρμόζονται τα προβλεπόμενα στο άρθρου 18, παρ. 5 του ισχύοντος Εσωτερικού Κανονισμού.»

Η Δηλούσα



Ημερομηνία

11/3/2017

Πρόλογος

Η παρούσα πτυχιακή εργασία με τίτλο «e-banking» εκπονήθηκε στο Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής. Η εκπόνηση της πτυχιακής εργασίας έγινε στα πλαίσια Προπτυχιακού Προγράμματος με την βοήθεια της επιβλέπουσας καθηγήτριας,Κοσσιέρη Ευαγγελίας,με την παροχή πληροφοριών και οδηγιών για τη συγγραφή της πτυχιακής εργασίας.

Ευχαριστίες

Ιδιαίτερες ευχαριστίες εκφράζω στην καθηγήτριά μου Κοσσιέρα Ευαγγελία για την ανιδιοτελή προσφορά της, για τον σημαντικό χρόνο που μου αφιέρωσε και τις πολύτιμες πληροφορίες που μου μετέδωσε καθ' όλη τη διάρκεια της συγγραφής αυτής γιατί χωρίς την βοήθεια της δεν θα ήταν δυνατή η πραγματοποίηση της εργασίας αυτής.

Σε αυτό το σημείο, θα ήθελα την οικογένειά μου να ευχαριστήσω για ακόμη μια φορά για την εμπιστοσύνη και την αφιέρωση πολύτιμου χρόνου ώστε να ολοκληρωθεί η εργασία αυτή.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους εκείνους που συνέβαλλαν στην εργασία αυτή που ο καθένας με την ξεχωριστή ιδιότητά του και με τον δικό του τρόπο έβαλε τη δική του πινελιά για την περάτωση της εργασίας αυτής.

1	E banking	
1.1	Ορισμός.....	7
1.2	Ιστορική αναδρομή και εξέλιξη του e banking.....	7
1.3	Τα είδη του e banking.....	10
1.3.1	Internet banking.....	11
	Ορισμός.....	12
	Προσφερόμενες υπηρεσίες.....	15
1.3.2	Phone banking.....	15
	Ορισμός.....	15
	Προσφερόμενες υπηρεσίες.....	17
1.3.3	Mobile banking.....	17
	Ορισμός.....	17
	Προσφερόμενες υπηρεσίες.....	18
1.4	Συμμετέχοντες – Ρόλοι συμμετεχόντων.....	18
1.5	Πλεονεκτήματα για τους πελάτες.....	19
1.6	Πλεονεκτήματα για τις τράπεζες.....	19
1.7	Μειονεκτήματα για τους πελάτες.....	20
1.8	Μειονεκτήματα για τις τράπεζες.....	20
2	Το e banking στην Ελλάδα	
2.3	Ιστορική αναδρομή και εξέλιξη του e banking στην Ελλάδα-στατιστικά στοιχεία.....	22
2.4	Ελληνικές τράπεζες και e banking.....	24
	2.4.2 Τράπεζα Πειραιώς.....	24
	2.4.3 Εθνική τράπεζα.....	25
	2.4.4 Alphabank.....	26
	2.4.5 Eurobank.....	27

2.5	Κίνδυνοι ebanking.....	28
2.6	Ασφάλεια – τρόποι προστασίας από online απάτες.....	31
3	Συνολική αποτίμηση του e banking στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα...	33
4	ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ	
4.1	Μεθοδολογία της Έρευνας	35
4.2	Αποτελέσματα της Έρευνας	37
5.	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ- ΣΧΟΛΙΑ	54
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	56

Περίληψη

Στην παρούσα εργασία, θέμα μελέτης αποτελεί η ηλεκτρονική τραπεζική, ή το γνωστό σε όλους μας E-banking. Αρχικά θα καταγράψουμε κάποιους από τους ορισμούς που έχουν δοθεί για το e banking και στη συνέχεια θα αναφέρουμε την εξέλιξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής τόσο παγκοσμίως όσο και στη χώρα μας. Θα διακρίνουμε τα 3 είδη της ηλεκτρονικής τραπεζικής και θα καταγράψουμε τα σημαντικότερα στοιχεία για το κάθε είδος. Εν συνεχεία θα αναφερθούμε στα πλεονεκτήματα και στα μειονεκτήματα του e banking και για τους πελάτες αλλά και για τις τράπεζες.

Στο 2^ο κεφάλαιο της εργασίας θα ασχοληθούμε με την ηλεκτρονική τραπεζική στη Ελλάδα, πότε άρχισε να παρέχεται στους πελάτες των τραπεζών και τι γνωρίζουμε για τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες των τεσσάρων μεγαλύτερων ελληνικών τραπεζών. Στο ίδιο κεφάλαιο θα αναφερθούμε εκτενώς τόσο στους κινδύνους που ενέχει η ηλεκτρονική τραπεζική όσο και στο τι μπορούμε να κάνουμε εμείς ως πελάτες και οι τράπεζες ως πάροχοι του e banking προκειμένου να ελαχιστοποιηθούν οι κίνδυνοι αυτοί. Στο τρίτο κεφάλαιο πραγματοποιείται συνολική αποτίμηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής .

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζονται ο σχεδιασμός και τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε σε 30 συμμετέχοντες, ενώ στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα και οι προτάσεις της εργασίας.

1.E banking

1.1 Ορισμός

Το E-banking είναι η εκτέλεση τραπεζικών υπηρεσιών βασισμένη στο διαδίκτυο (Παπαθανασίου,2015).

Ένας πιο ολοκληρωμένος και εμπειριστατωμένος ορισμός, ο οποίος περιλαμβάνει όλες σχεδόν τις πτυχές του e banking, δίνεται από το Συνέδριο Ενωμένων Εθνών για το εμπόριο και την ανάπτυξη (United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)): « 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) .

«Ως ebanking ή αλλιώς ηλεκτρονική τραπεζική ορίζουμε όλες εκείνες τις υπηρεσίες που παρέχουν οι τράπεζες μέσω του διαδικτύου χωρίς να είναι απαραίτητη η φυσική παρουσία του πελάτη σε κάποιο υποκατάστημα της τράπεζας» (Σπυροπούλου, 2016)

« Ως ebanking ορίζεται η αυτοματοποιημένη παροχή παραδοσιακών και νέων υπηρεσιών και προϊόντων χρηματοπιστωτικής φύσης απευθείας στον πελάτη μέσω διάφορων ηλεκτρονικών καναλιών επικοινωνίας» (Φραγκούλη, 2015)

1.2 Ιστορική αναδρομή και εξέλιξη του e banking

Το απαραίτητο στοιχείο για την ύπαρξη του e banking είναι το διαδίκτυο και η πρόσβαση των πελατών σε αυτό. Στα τέλη της δεκαετίας του 1960 ο οργανισμός ARPA (Advanced Research Projects Agency), των ΗΠΑ, ξεκίνησε μια ερευνητική μελέτη σχετικά με τα δίκτυα. Αποτέλεσμα της μελέτης αυτής ήταν η δημιουργία του ARPAnet, πρόγονο του internet. Σημαντικό σταθμό στην ιστορία του e banking ήταν στα τέλη της δεκαετίας του 1980. Την περίοδο εκείνη οι τράπεζες στις ΗΠΑ εισήγαγαν την έννοια του Home Banking. (Akinici, S.,et al. 2004)

Μέσω του Home Banking οι πελάτες είχαν τη δυνατότητα να πραγματοποιούν τις βασικές τραπεζικές τους συναλλαγές από το σπίτι τους, μέσω του ηλεκτρονικού τους υπολογιστή. Οι τράπεζες τη δεκαετία εκείνη είχαν αναπτύξει τα κατάλληλα δίκτυα και παρείχαν στους πελάτες τους δωρεάν το απαραίτητο λογισμικό, με σκοπό να εξαπλωθούν αυτές οι νέες διαδικτυακές υπηρεσίες στους πλέον απαιτητικούς και εύπορους πελάτες τους.

Το Home Banking, παρότι εξαιρετικά δημοφιλές, αντικαταστάθηκε πολύ σύντομα, στα μέσα της δεκαετίας του 1990 από το e- Banking. Το e banking είχε ένα σημαντικό πλεονέκτημα σε σχέση με το Home banking. Με το e banking οι τράπεζες δεν ήταν, πλέον, απαραίτητο να συντηρούν ιδιωτικά δίκτυα με πολύ μεγάλο κόστος. Παράλληλα, οι πελάτες δεν ήταν υποχρεωμένοι να εφοδιάζονται με συγκεκριμένα λογισμικά συστήματα ώστε να έχουν πρόσβαση στα τραπεζικά συστήματα. (Αγγέλης, 2005)

Οι τράπεζες διέκριναν στο ίντερνετ, το οποίο την εποχή εκείνη γινόταν όλο και πιο δημοφιλές, την ευκαιρία να διευρύνουν την πελατειακή τους βάση. Για να συμβεί αυτό, όμως, θα πρέπει να προηγηθεί η ανάπτυξη του διαδικτύου και η είσοδος του σε όλα σχεδόν τα σπίτια και τις εταιρείες.

Το 1993 κατασκευάζεται στο Cern της Ελβετίας ο παγκόσμιος ιστός (World Wide Web). Ο παγκόσμιος αυτός ιστός οδήγησε στη δημιουργία μιας ευρύτερης και πιο εύκολα προσβάσιμης από όλους δικτυακής υποδομής. Ένα χρόνο αργότερα, το 1994, αναπτύσσεται το πρώτο πρόγραμμα περιήγησης στο διαδίκτυο (browser), με το όνομα Netscape Navigator. Με τον περιηγητή αυτό ήταν πλέον δυνατή η περιήγηση στο διαδίκτυο ανά πάσα στιγμή, αρκεί να διέθετε κάποιος έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή και ένα modem. Τον Οκτώβριο του 1995 εγκαινιάζεται στην Αμερική η πρώτη αμιγώς ηλεκτρονική τράπεζα. Η Security First Network Bank δε διέθετε δίκτυο καταστημάτων και εξυπηρετούσε τους πελάτες της αποκλειστικά μέσω διαδικτύου. (Al-Fahim, N. H. 2012)

Η τάση αυτή συνεχίστηκε και στο μέλλον και άρχισαν να υπάρχουν στις αγορές πολλές τράπεζες αποκλειστικά ηλεκτρονικές. Σταδιακά, όμως, αποδείχτηκε πως τα αναμφισβήτητα πλεονεκτήματα των νέων τραπεζών είχαν υπερεκτιμηθεί.

Οι πελάτες των ηλεκτρονικών τραπεζών συνειδητοποίησαν πως έπρεπε αναγκαστικά να καταφύγουν στις παραδοσιακές τράπεζες και στα τραπεζικά καταστήματα, ώστε να κάνουν όσες συναλλαγές δεν είναι δυνατόν να γίνουν ηλεκτρονικά.

Οι παραδοσιακές τράπεζες, εκμεταλλευόμενες τα κενά των ηλεκτρονικών τραπεζών και φοβούμενες πως θα χάσουν οριστικά το έδαφος από τις ηλεκτρονικές τράπεζες, άρχισαν να αναπτύσσουν εναλλακτικά δίκτυα εξυπηρέτησης, στα πρότυπα των ηλεκτρονικών τραπεζών. Δεν ήταν λίγες οι φορές που οι τράπεζες προέβησαν σε ριζική Σε αρκετές περιπτώσεις αναγκάστηκαν να προβούν σε ριζική αναθεώρηση των πληροφοριακών συστημάτων και ορισμένων επιχειρησιακών λειτουργιών τους, ώστε να ανταποκρίνονται στα αιτήματα των πελατών που τους διαβιβάζονταν ηλεκτρονικά.

Τελικά, αναγνωρίστηκε η συμπληρωματική ιδιότητα του διαδικτύου και έτσι οι παραδοσιακές τράπεζες άρχισαν να συγκλίνουν με τις ηλεκτρονικές και να λειτουργούν δίνοντας έμφαση τόσο στα φυσικά δίκτυα, όσο και στα ηλεκτρονικά δίκτυα.

Στις ημέρες μας, πλέον, τα καθήκοντα παραδοσιακών και ηλεκτρονικών τραπεζών φαίνεται να είναι μοιρασμένα, με τις δυνατότητες της ηλεκτρονικής τραπεζικής ωστόσο να αυξάνονται με αμείωτο ρυθμό (Σπυροπούλου,2016)

Τα παραδοσιακά δίκτυα καταστημάτων παραμένουν αναντικατάστατα στην προσέγγιση των πελατών, στην ανάλυση των αναγκών των πελατών , στην επεξήγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων, στη διαφήμιση νέων υπηρεσιών και προϊόντων και τέλος στις συναλλαγές οι οποίες απαιτούν τη φυσική παρουσία του πελάτη στο τραπεζικό κατάστημα. Από την άλλη, τα ηλεκτρονικά τραπεζικά καταστήματα εξυπηρετούν ταχύτατα όλες σχεδόν τις τραπεζικές εργασίες, πληροφορούν τους πελάτες, τους ειδοποιούν για ό,τι χρειάζεται και τους διευκολύνουν στην προσωπική τους χρηματοοικονομική διαχείριση. Ahmad, A. M. K., & Al-Zu'bi, H. A. 2011).

Βέβαια, ακόμα και σήμερα λειτουργούν αμιγώς ηλεκτρονικές τράπεζες οι οποίες όμως συνήθως απευθύνονται σε συγκεκριμένα τμήματα πελατών.

Το σημερινό πρότυπο λειτουργίας των τραπεζών συνδυάζει και τον παραδοσιακό τρόπο τραπεζικών συναλλαγών και τις ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες. (Σπυροπούλου,2016)

Σημασία δίνεται τόσο στη δημιουργία κερδών του δικτύου καταστημάτων όσο και στην ανάπτυξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Σύμφωνα με τους μελετητές, δε αργεί η στιγμή κατά την οποία η ηλεκτρονική τραπεζική θα καλύπτει όλες τις σύγχρονες ανάγκες χρηματιστικών ιδρυμάτων και πελατών. (Σπυροπούλου,2016)

Ήδη το σύγχρονο τραπεζικό σύστημα δε μένει αμέτοχο στην εξέλιξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής, καθώς πέρα από το e-Banking, αναπτύσσονται όλο και περισσότερα ηλεκτρονικά δίκτυα, όπως οι προθάλαμοι αυτό-εξυπηρέτησης (selfservice), οι συσκευές τύπου ATM, η τηλεφωνική συσκευή για απευθείας σύνδεση με την Υπηρεσία Τηλεφωνικής Εξυπηρέτησης (call center) και οι ειδικές μονάδες για πληρωμή λογαριασμών με μετρητά. Ταυτόχρονα, το προσωπικό των τραπεζικών καταστημάτων έχει προσανατολιστεί στο νέο του ρόλο, την πώληση προϊόντων και εξυπηρέτηση πελατείας με τη χρήση των νέων τεχνολογιών, τόσο κατά την διάρκεια της συνομιλίας με τον πελάτη, όσο και κατά τη διεκπεραίωση εργασιών εντός του ίδιου του καταστήματος.

Συμπερασματικά λέμε πως : οι αμιγώς ηλεκτρονικές τράπεζες αποτέλεσαν μια αφετηρία και η μετέπειτα πορεία τους και η περαιτέρω ανάπτυξη τους περνά, σχεδόν υποχρεωτικά, από τη συνεργασία τους με ένα δίκτυο καταστημάτων.

Ωστόσο, το σχέδιο των τραπεζών για το μέλλον είναι να γίνει η ηλεκτρονική τραπεζική εξυπηρέτηση ο τελικός προορισμός, με την ταχύτητα επίτευξής του σκοπού αυτού να εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το ρυθμό διείσδυσης των νέων τεχνολογιών στην καθημερινή ζωή.

Παράλληλα όμως, η ηλεκτρονική τραπεζική εξυπηρέτηση αποτελεί και την αφετηρία για βελτιστοποίηση των επιχειρησιακών λειτουργιών στις παραδοσιακές τράπεζες, οι οποίες αναγκαστικά πλέον προσδένονται στο άρμα της ηλεκτρονικής τραπεζικής και πρέπει να αποκτήσουν εσωτερική αποτελεσματικότητα. Η αποτελεσματικότητα αυτή θα τους επιτρέψει να εκτελούν εσωτερικές εργασίες με ταχύτητα και αμεσότητα

αντίστοιχη εκείνης, με την οποία ο πελάτης συνεργάζεται με την τράπεζα μέσα από τα ηλεκτρονικά δίκτυα. (Chawla, S., & Sehgal, R. 2012).

Καθώς ο ανταγωνισμός πλέον βρίσκεται τόσο μακριά όσο το πάτημα ενός κουμπιού στον υπολογιστή, η νέα πρόκληση για τις τράπεζες είναι η οργάνωσή τους, έτσι ώστε να ανταποκρίνονται άμεσα στη δημιουργία νέων δικτύων, νέων προϊόντων και υπηρεσιών. (Σπυροπούλου,2016)

1.3 Τα είδη του e banking

Ανάλογα με το κανάλι που χρησιμοποιείται για να διανεμηθούν οι υπηρεσίες, διακρίνουμε το e-Banking σε

- Σε Internet Banking
- Σε Phone Banking
- Σε Mobile Banking

1.3.1 Internet banking

Ορισμός

Στο internet banking ή αλλιώς στο online banking χρησιμοποιείται το ίντερνετ ως μέσο διεξαγωγής τραπεζικών δραστηριοτήτων. Για να μπορέσει ένας χρήστης να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες του e banking πρέπει να διαθέτει ηλεκτρονικό υπολογιστή και σύνδεση στο διαδίκτυο. (Δ.Τζήμας,Μ. Χανδρινός, Ε. Καραβαγγέλης, 2013)

Υπάρχουν κάποιες περιπτώσεις που απαιτούνται περισσότερες συσκευές ασφαλείας, όπως εγκατάσταση ειδικών λογισμικών ασφαλείας ή ψηφιακών πιστοποιητικών. (Παπαθανασίου,2015)

Προσφερόμενες υπηρεσίες

Ο πελάτης μιας τράπεζας έχει τη δυνατότητα, μέσω του internet e banking να εκτελεί όλες σχεδόν τις τραπεζικές συναλλαγές που επιθυμεί και να παίρνει τις πληροφορίες που χρειάζεται.

Τα τραπεζικά καταστήματα, παράλληλα, έχουν πλέον την απαραίτητη τεχνογνωσία και τις δυνατότητες να προσωποποιούν τις ηλεκτρονικές τους υπηρεσίες. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα οι ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες να παρέχονται ανάλογα με την κατηγορία στην οποία ανήκουν οι πελάτες. Οι εταιρικοί πελάτες έχουν, συνήθως, περισσότερες δυνατότητες από τους ιδιώτες πελάτες.

Θα μπορούσαμε να διακρίνουμε τις υπηρεσίες που προσφέρει το Internet banking σε τέσσερις μεγάλες κατηγορίες :

1. Οικονομικές συναλλαγές
2. Πληροφοριακές συναλλαγές
3. Αιτήσεις
4. Άλλες υπηρεσίες . (Παπαθανασίου,2015)

Οικονομικές συναλλαγές

Με τον όρο «οικονομικές συναλλαγές» εννοούμε όλα τα είδη των συναλλαγών που μπορεί να κάνει ο πελάτης και σε ένα οποιοδήποτε τραπεζικό κατάστημα. .

Οι συναλλαγές αυτές αφορούν

- ενδοτραπεζικές συναλλαγές (πχ. μεταφορά κεφαλαίων, εμβάσματα εσωτερικού ή εξωτερικού, πληρωμή καρτών, πληρωμή δανείων .

Μεταφορά κεφαλαίων

Οι μεταφορές κεφαλαίων εντός τράπεζας διακρίνονται σε

- Μεταφορές σε λογαριασμό ιδίου (ο πελάτης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωσης, τον τραπεζικό λογαριασμό πίστωσης, πληκτρολογεί

το ποσό που θέλει να μεταφέρει, επιλέγει αν θέλει η μεταφορά άμεσα ή σε κάποια συγκεκριμένη ημερομηνία και γίνεται η μεταφορά. Ο πελάτης έχει, επίσης τη δυνατότητα να εκτυπώνει την εντολή μεταφοράς)

- Μεταφορές σε λογαριασμό τρίτου (ο πελάτης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωσης, πληκτρολογεί το λογαριασμό πίστωσης του δικαιούχου, πληκτρολογεί το ποσό που θέλει να μεταφέρει, επιλέγει αν θέλει η μεταφορά άμεσα ή σε κάποια συγκεκριμένη ημερομηνία και γίνεται η μεταφορά. Στις μεταφορές σε λογαριασμό τρίτου ο χρήστης θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεχτικός ώστε τα χρήματα να πιστωθούν στο σωστό λογαριασμό)

Εμβάσματα Εσωτερικού - Εξωτερικού (προκειμένου να αποστείλει ένα έμβασμα, ο πελάτης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωσης και στη συνέχεια επιλέγει την τράπεζα του δικαιούχου μέσα από ένα σύνθετο πεδίο που περιέχει όλες τις τράπεζες του εσωτερικού ή του εξωτερικού. Στη συνέχεια πληκτρολογεί τον αριθμό του λογαριασμού δικαιούχου και καταχωρεί την επωνυμία του δικαιούχου και γίνεται η αποστολή του εμβάσματος)

Πληρωμές πιστωτικών καρτών

Οι πληρωμές πιστωτικών καρτών διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες:

- ✚ Πληρωμή πιστωτικών καρτών ιδίου (ο πελάτης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωσης και πληκτρολογεί τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας που θέλει να πληρώσει. Στη συνέχεια πληκτρολογεί το ποσό που θέλει να μεταφέρει για την πληρωμή της πιστωτικής κάρτας και επιλέγει αν θέλει η μεταφορά άμεσα ή σε κάποια συγκεκριμένη ημερομηνία και γίνεται η πληρωμή. Στις περιπτώσεις αυτές οι πελάτες έχουν τη δυνατότητα και μεταχρονολογημένων πληρωμών, γεγονός που τους διευκολύνει να προγραμματίζουν τις πληρωμές τους
- ✚ Πληρωμή πιστωτικών καρτών τρίτου (ο πελάτης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωσης και πληκτρολογεί τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας που θέλει να πληρώσει. Ο χρήστης θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα

προσεκτικός στο σημείο αυτό, ώστε τα χρήματα να πιστωθούν στη σωστή πιστωτική κάρτα. Στη συνέχεια πληκτρολογεί το ποσό που θέλει να μεταφέρει για την πληρωμή της πιστωτικής κάρτας και επιλέγει αν θέλει η μεταφορά άμεσα ή σε κάποια συγκεκριμένη ημερομηνία και γίνεται η πληρωμή)

- ✚ Πληρωμή πιστωτικών καρτών άλλης τράπεζας (Οι πληρωμές πιστωτικών καρτών άλλης τράπεζας διεκπεραιώνονται μέσω του διατραπεζικού συστήματος Dias transfer. Για την πληρωμή πιστωτικών καρτών άλλης τράπεζας, ο πελάτης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωσης και στη συνέχεια επιλέγει την τράπεζα δικαιούχου, μέσα από ένα σύνθετο πεδίο που περιέχει όλες τις τράπεζες εσωτερικού. Στη συνέχεια ο πελάτης καλείται να πληκτρολογήσει τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας και ύστερα πληκτρολογεί το ποσό που θέλει να μεταφέρει για την πληρωμή της πιστωτικής κάρτας και επιλέγει αν θέλει η μεταφορά άμεσα ή σε κάποια συγκεκριμένη ημερομηνία και γίνεται η πληρωμή) (Chong, A.et al., 2010)

Πληρωμές δανείων (οι πληρωμές δανείου είναι συναλλαγές εντός τράπεζας και μπορεί να εκτελεστεί άμεσα. Ο πελάτης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό χρέωση, τον τραπεζικό λογαριασμό του δανείου, πληκτρολογεί το ποσό που θέλει να μεταφέρει για την πληρωμή του δανείου και επιλέγει αν θέλει η μεταφορά άμεσα ή σε κάποια συγκεκριμένη ημερομηνία και γίνεται η πληρωμή)

- συναλλαγές που υλοποιούνται ύστερα από διμερείς συμφωνίες της τράπεζας με τρίτο οργανισμό (πχ. πληρωμές λογαριασμών εταιριών σταθερής και κινητής τηλεφωνίας)

Πληρωμές σταθερής και κινητής τηλεφωνίας (πολλές πληρωμές σταθερής και κινητής τηλεφωνίας αποτελούν προϊόν διμερούς συμφωνίας μεταξύ τραπεζών και εταιριών)

Πληρωμές Ασφαλιστικών (είναι αρκετές οι ασφαλιστικές εταιρίες οι οποίες συνάπτουν συμφωνίες με τράπεζες, δίνοντας τη δυνατότητα στους πελάτες τους να πληρώνουν τα ασφάλιστρα τους μέσω των τραπεζών αυτών)

Πληρωμές τρίτων (δεν είναι λίγες οι εταιρείες οι οποίες έκαναν συμφωνίες με τράπεζες και δίνουν τη δυνατότητα στους πελάτες τους να αποπληρώσουν τις υποχρεώσεις τους στις εταιρείες μέσω των διάφορων τραπεζικών υπηρεσιών)

Μαζικές πληρωμές- Μισθοδοσίες (μέσω ειδικών αρχείων οι τράπεζες εκτελούν μισθοδοσίες ή μαζικές πληρωμές. Τα αρχεία αυτά είτε δίνονται από την κάθε εταιρεία στον τραπεζικό οργανισμό, είτε δημιουργούνται από τις ειδικές εφαρμογές που παρέχουν στους εταιρικούς τους πελάτες οι τράπεζες) (Κράτης Β. 2007)

- συναλλαγές που υλοποιούνται στα πλαίσια διατραπεζικών συστημάτων (τραπεζικό σύστημα ΔΙΑΣ Α.Ε)

Πληρωμές Δημοσίου (είναι πολλές οι πληρωμές ενός πελάτη έναντι του Δημοσίου που μπορούν να γίνουν μέσω του e-banking και οι περισσότερες από αυτές διεκπεραιώνονται μέσω του διατραπεζικού συστήματος DIAS DEBIT.

Οι πληρωμές Δημοσίου μπορεί να είναι

- i. Φ.Π.Α
- ii. Εργοδοτικές εισφορές
- iii. Ι.Κ.Α
- iv. Ασφαλιστικές εισφορές
- v. Τ.Ε.Β.Ε
- vi. Είσπραξη Φόρου Εισοδήματος Φυσικών Προσώπων
- vii. Τέλη κυκλοφορίας
- viii. Πληρωμές Λογαριασμών ΔΕΚΟ (ΟΤΕ, ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ)

Πληροφοριακές συναλλαγές

Οι πληροφοριακές συναλλαγές διακρίνονται σε

- Πληροφορίες λογαριασμών (ο πελάτης, μέσω του e banking, μπορεί να βρει όλες τις πληροφορίες που χρειάζεται για όλους τους λογαριασμούς. Ο αριθμός του λογαριασμού εμφανίζεται με τη διεθνή IBAN μορφή του. Ο

πελάτης μπορεί να δει την επωνυμία του δικαιούχου ενός λογαριασμού, το είδος του τραπεζικού λογαριασμού, το επιτόκιο, το νόμισμα, το διαθέσιμο υπόλοιπο και τυχόν δεσμεύσεις που υπάρχουν σε αυτό το λογαριασμό. Επίσης, μπορεί να δει και τα ονόματα των συνδικαιούχων, αν υπάρχουν, και τις τελευταίες κινήσεις του λογαριασμού, πιστώσεις και χρεώσεις)

- Πληροφορίες καρτών (ο πελάτης, μέσω του e banking μπορεί να δει τον αριθμό της πιστωτικής ή της χρεωστικής κάρτας, την επωνυμία του δικαιούχου, τον τύπο της κάρτας, το τρέχων επιτόκιο της, το πιστωτικό της όριο και το νόμισμα της. Επίσης, μπορεί να πληροφορηθεί για το επιτόκιο υπερημερίας, , το ποσό συνδρομής, το διαθέσιμο υπόλοιπο, το οφειλόμενο υπόλοιπο, το ποσό μη εκκαθαρισμένων συναλλαγών, την ημερομηνία έκδοσης του τελευταίου statement, το ελάχιστο ποσό καταβολής, και την ημερομηνία προθεσμίας καταβολής
- Πληροφορίες επιταγών (ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να επιλέξει τον τραπεζικό λογαριασμό με τον οποίο συνδέεται το μπλοκ επιταγών του, να δει αναλυτικά όλες του τις επιταγές και την κατάσταση τους. Μέσω του e banking οι πελάτες μπορούν να κάνουν και ανάκληση επιταγών ή και επεξεργασία των επιταγών)
- Πληροφορίες δανείων (ο πελάτης μπορεί ανά πάσα στιγμή να επιλέγει το λογαριασμό δανείου του, να βλέπει την κατάσταση του δανείου του, τις δόσεις του δανείου, τις καταληκτικές ημερομηνίες πληρωμής των δόσεων, το επιτόκιο και ό,τι άλλο θέλει να μάθει)

Αιτήσεις

- αίτηση για άνοιγμα λογαριασμού
- αίτηση για δάνειο
- αίτηση για παραγγελία συναλλάγματος
- αίτηση παραγγελίας μπλοκ επιταγών

Βοηθητικές Υπηρεσίες

- Υπολογισμός IBAN

- Μετατροπή νομισμάτων
- Υπολογισμός δόσεων δανείων. (Δ. Τζήμας, Μ. Χανδρινός, Ε. Καραβαγγέλης, 2013)

1.3.2 Phone banking

Ορισμός

Μέσω του Phone Banking, η Τράπεζα είναι πλέον προσιτή από το σπίτι, το γραφείο, το αυτοκίνητο. Την ίδια στιγμή, όμως, διατηρείται ως ένα βαθμό και η παραδοσιακή τραπεζική σχέση μεταξύ υπαλλήλου και πελάτη.

Στους πελάτες του phone banking παρέχεται η δυνατότητα διεξαγωγής τραπεζικών συναλλαγών αρκεί να είναι κάτοχοι κινητών τηλεφώνων ή PDAs (Personal Digital Assistant) και να έχουν και σύνδεση στο διαδίκτυο μέσω των συσκευών αυτών

Προσφερόμενες υπηρεσίες

Οι προσφερόμενες υπηρεσίες μέσω phone banking διακρίνονται σε δύο κατηγορίες:

- Υπηρεσίες που διεκπεραιώνονται μέσω πρακτόρων τηλεφωνικού κέντρου (call center agents)

Ο πελάτης επικοινωνεί μέσω τηλεφώνου με τον υπάλληλο της τράπεζας και του μεταβιβάζει τα αιτήματα του. Ο τραπεζικός υπάλληλος αρχικά ταυτοποιεί τα στοιχεία του πελάτη, ώστε να διασφαλιστεί η ακεραιότητα της διαδικασίας και ύστερα προχωράει στην εξυπηρέτηση του πελάτη

- Υπηρεσίες που διεκπεραιώνονται αυτόματα μέσω συστημάτων αναγνώρισης φωνής IVRs (Interactive voice response)

Η διαδικασία είναι αυτοματοποιημένη και ο πελάτης απαντά στα φωνητικά μηνύματα που ακούει στο τηλέφωνο του. Και σε αυτή την περίπτωση ακολουθούνται διαδικασίες πιστοποίησης και ταυτοποίησης του πελάτη που εξασφαλίζουν την ασφάλεια των συναλλαγών του.

Μέσω του phone banking ο πελάτης έχει να έχει στη διάθεση του σχεδόν όλες τις συναλλαγές είτε οικονομικές είτε πληροφοριακές που έχει και μέσω Internet banking.

Το Phone Banking αποτελεί ένα εναλλακτικό κανάλι του e-banking, που επιτρέπει στους πελάτες της τράπεζας να πραγματοποιούν τραπεζικές συναλλαγές χρησιμοποιώντας οποιοδήποτε τηλέφωνο 24 ώρες το 24ωρο

Οι διαθέσιμες συναλλαγές του phone banking είναι :

- Ενεργοποίηση ή ακύρωση κάρτας ανάληψης χρημάτων
- Ακυρώσεις πιστωτικών καρτών
- Αλλαγή στοιχείων αλληλογραφίας καρτούχων
- Εξυπηρέτηση καρτούχων για αμφισβητήσεις χρεώσεων
- Ενημέρωση για απόδοση και αποτίμηση αμοιβαίων κεφαλαίων
- Ενημέρωση για όλα τα προϊόντα που έχει ο πελάτης στην τράπεζα
- Ανάλυση υπολοίπου των λογαριασμών
- Ανάλυση υπολοίπου πιστωτικής κάρτας και ενημέρωση κινήσεων
- Κίνηση λογαριασμού
- Έκδοση και ανάκληση μπλοκ επιταγών
- Μεταφορές - Πληρωμές
- Υπηρεσίες πελάτη (π.χ. Αλλαγή κωδικού ασφαλείας)
- Αιτήσεις (Δ. Τζήμας, Μ. Χανδρινός, Ε. Καραβαγγέλης, 2013)

1.3.3 Mobile banking

Ορισμός

Το Mobile banking αφορά όλες τις ηλεκτρονικές συναλλαγές που γίνονται μέσω ενός κινητού τηλεφώνου.

Παρά τα πλεονεκτήματα του, τις ευκολίες του και την ευχρηστία του, δεν έχει καταφέρει να πείσει το ελληνικό καταναλωτικό κοινό και συνεπώς δεν έχει εδραιωθεί ακόμα σε σχέση με το internet και το phone banking.

Χάρη στην ανάπτυξη της κινητής τηλεφωνίας, με τα smartphones τα οποία έχουν κατακλύσει την εγχώρια αγορά, το Mobile banking αποτελεί πλέον ένα ευρέως χρησιμοποιούμενο κανάλι πραγματοποίησης ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Προσφερόμενες υπηρεσίες

Το Mobile Banking υποστηρίζεται από συσκευές νέας τεχνολογίας με ενσωματωμένο web browser. Τέτοιες συσκευές μπορεί να είναι τα κινητά τηλέφωνα νέας γενιάς (smartphones) και οι υπολογιστές χειρός (PDAs).

Όλες οι εταιρείες κινητής τηλεφωνίας παρέχουν πρόσβαση στο mobile banking και έτσι ο πελάτης μπορεί να εξυπηρετηθεί άμεσα και γρήγορα. Η μοναδική προϋπόθεση για να μπορεί να χρησιμοποιήσει το mobile banking ένας πελάτης, είναι να έχει τους κωδικούς πρόσβασης στην υπηρεσία και μια ενεργή σύνδεση στο διαδίκτυο.

Μέσω mobile banking μπορούν να γίνουν οι παρακάτω συναλλαγές:

- Διαχείριση λογαριασμών
- Διαχείριση καρτών
- Διαχείριση δανείων
- Πληρωμές – Μεταφορές
- Προσωπικές υπηρεσίες πελάτη
- Παραγγελία για πλήρη statements
- Αγορά και πώληση μετοχών
- Ενημέρωση εντός ολίγων λεπτών για εκτέλεση εντολής
- Ενημέρωση σε πραγματικό χρόνο (real time) για την τιμή της μετοχής προς αγορά ή πώληση
- Παρακολούθηση και αποτίμηση χαρτοφυλακίου

- Αναλυτική πληροφόρηση για παρελθούσες κινήσεις στο χαρτοφυλάκιο
- Πληροφορίες και διαφημιστικά μηνύματα για υπηρεσίες, προϊόντα και προσφορές της τράπεζας
- Αλλαγή του απόρρητου κωδικού PIN
- Παρακολούθηση χαρτοφυλακίου
- Αίτηση τραπεζιών προϊόντων και υπηρεσιών
- Προσωπικά μηνύματα (Δ. Τζήμας, Μ. Χανδρινός, Ε. Καραβαγγέλης, 2013)

1.4 Συμμετέχοντες – Ρόλοι συμμετεχόντων

Σε κάθε μοντέλο του e banking (internet banking, phone banking, mobile banking), υπάρχουν δύο συμμετέχοντες:

I. Τράπεζα/χρηματοπιστωτικό σύστημα

II. Πελάτες

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να διευκρινίσουμε πως με τον όρο «πελάτης» εννοούμε και τα φυσικά πρόσωπα και τις εταιρείες. Η κάθε τράπεζα απευθύνεται και σε επιχειρήσεις και σε καταναλωτές. Σε κάθε κατηγορία πελατών, ωστόσο, παρέχει διαφορετικές, ως ένα βαθμό, υπηρεσίες. Η χαρακτηριστικότερη ιδιότητα του e banking είναι πως δεν υπάρχουν σε αυτό καινοτόμες υπηρεσίες και καινοτόμα προϊόντα. Όλες οι προσφερόμενες υπηρεσίες και τα προσφερόμενα προϊόντα είναι κοινότυπα.

Όπως συμβαίνει στις παραδοσιακές τραπεζικές συναλλαγές, έτσι και στο e banking, η σχέση μεταξύ πελατών και τράπεζας είναι αμφίδρομη. Η τράπεζα παρέχει μέσω του e banking στον πελάτη διάφορα χρηματοπιστωτικά προϊόντα και υπηρεσίες. Την ίδια στιγμή ο πελάτης προσφέρει στην τράπεζα πληροφορίες, όπως τα προσωπικά του στοιχεία.

Συμπερασματικά, στο μοντέλο του e banking υπάρχουν δύο οντότητες. Ο πελάτης και το χρηματοπιστωτικό ίδρυμα. Οι σχέσεις μεταξύ των δύο αυτών οντοτήτων είναι αμφίδρομες με τους πελάτες και τις τράπεζες να χρησιμοποιούν ο e banking ως διάμεσο για τη διεκπεραίωση κάθε συναλλαγής (Δ. Τζήμας, Μ. Χανδρινός, Ε. Καραβαγγέλης, 2013)

1.5 Πλεονεκτήματα e banking για τους πελάτες

- Ευκολία και διαθεσιμότητα (Οι δικτυακοί τόποι ηλεκτρονικής τραπεζικής δεν κλείνουν ποτέ, αντιθέτως, είναι διαθέσιμοι 24 ώρες τη μέρα και 7 μέρες την εβδομάδα. Όλες οι υπηρεσίες που παρέχει ένα τραπεζικό κατάστημα διατίθενται σε έναν δικτυακό τόπο)
- Φορητότητα (Όλες οι υπηρεσίες που παρέχει μια τράπεζα είναι διαθέσιμες οποιαδήποτε στιγμή σε οποιονδήποτε τόπο εφόσον υπάρχει το κατάλληλο υλικό (hardware))
- Ταχύτητα συναλλαγών (Οι τραπεζικοί δικτυακοί τόποι επεξεργάζονται και εκτελούν τραπεζικές συναλλαγές ταχύτερα από τα ΑΤΜ.)
- Αποτελεσματικότητα (το e banking προσφέρει τη δυνατότητα υπηρεσιών alert, δηλαδή ο πελάτης ενημερώνεται άμεσα μέσω email ή sms για οποιαδήποτε μεταβολή στο λογαριασμό του. Έτσι οι πελάτες, έχουν τη δυνατότητα καλύτερου και αμεσότερου χειρισμού των περιουσιακών τους στοιχείων) (Δ. Τζήμας, Μ. Χανδρινός, Ε. Καραβαγγέλης, 2013)

1.6 Πλεονεκτήματα e banking για τις τράπεζες

- Μείωση του λειτουργικού κόστους των τραπεζών (οι συναλλαγές που πραγματοποιούνται μέσα σε ένα τραπεζικό υποκατάστημα έχουν μεγαλύτερο κόστος για την τράπεζα από όσο οι αυτοματοποιημένες online συναλλαγές του e banking. Έτσι, με την παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής η τράπεζα μειώνει σημαντικά τα κόστη λειτουργίας της.

Σύμφωνα με στοιχεία της McKinsey & Consultants για την αμερικανική αγορά, το κόστος μιας τυπικής τραπεζικής συναλλαγής μέσω υποκαταστήματος είναι κατά μέσο όρο \$2,5, μέσω τηλεφώνου πέφτει στο \$1, μέσω ATM στα \$0,24, ενώ μέσω Internet είναι μόλις \$0,1) (Basdekis I., Klironomos I., Metaxas I. and Stephanidis C.,2010)

- Διεύρυνση της πελατειακής βάσης (μέσω του e banking μια τράπεζα έχει περισσότερα κανάλια διανομής για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της. Παράλληλα, χάρη στην ηλεκτρονική τραπεζική, η τράπεζα δεν περιορίζεται γεωγραφικά. Έτσι, έχει τη δυνατότητα να προσελκύσει πελάτη από όλο τον κόσμο)
- Ενίσχυση της αφοσίωσης των πελατών (όταν ένας πελάτης εξοικειώνεται με τις υπηρεσίες e banking μια τράπεζας, διστάζει στο να αλλάξει τράπεζα. Αυτό συμβαίνει γιατί με την ηλεκτρονική τραπεζική η σχέση πελάτη – τράπεζας μπαίνει σε νέα βάση με την αφοσίωση των πελατών να αυξάνεται) (Δ. Τζήμας, Μ. Χανδρινός, Ε. Καραβαγγέλης, 2013)

1.7 Μειονεκτήματα e banking για τους πελάτες

- Χρονοβόρα διαδικασία εγγραφής πελατών (προκειμένου να γραφτεί κάποιος στο online πρόγραμμα της τράπεζάς του, θα πρέπει να δώσει στοιχεία ταυτότητας και να υπογράψει ένα έντυπο στο τραπεζικό κατάστημα ή αν πρόκειται για μια αποκλειστικά ηλεκτρονική τράπεζα, τα έντυπα θα του αποσταλούν ταχυδρομικώς έτσι ώστε να συμπληρωθούν και να σταλούν ξανά στην τράπεζα. Όλο αυτό είναι μια σχετικά χρονοβόρα διαδικασία)
- Δυσκολία στο χειρισμό (αν κάποιος πελάτης δεν ξέρει να χειρίζεται καλά το διαδίκτυο, ίσως να δυσκολευτεί ως ένα βαθμό με τις διαδικασίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής)
- Δυσπιστία του χρήστη (δεν είναι λίγοι οι πελάτες οι οποίοι αμφιβάλουν για την ασφάλεια των διαδικτυακών τους συναλλαγών και προτιμούν να κάνουν

τις συναλλαγές τους στο ταμείου κάποιου τραπεζικού υποκαταστήματος) (Δ. Τζήμας, Μ. Χανδρινός, Ε. Καραβαγγέλης, 2013)

1.8 Μειονεκτήματα e banking για τις τράπεζες

- Υψηλό αρχικό κόστος εγκατάστασης (το αρχικό κόστος εγκατάστασης είναι πολύ υψηλό, όπως συμβαίνει άλλωστε και με όλες τις νέες τεχνολογίες. Η τράπεζα πρέπει να κάνει μια μεγάλη επένδυση κεφαλαίων, ώστε να αγοράσει τον απαραίτητο τεχνολογικό εξοπλισμό και να εκπαιδεύσει κατάλληλα το προσωπικό της. Η λειτουργία του e banking θα πρέπει να σχεδιαστεί πολύ προσεχτικά και να συμβαδίζει με τη γενικότερη επιχειρηματική στρατηγική της τράπεζας.
- Ασφάλεια (οι μεγαλύτεροι κίνδυνοι για το e banking είναι οι ηλεκτρονικές επιθέσεις και η μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση στα τραπεζικά ηλεκτρονικά συστήματα. Η ασφάλεια λοιπόν των συναλλαγών και η προστασία των συναλλασσομένων είναι θέματα ύψιστης σημασίας για τις τράπεζες. Θεωρείται δεδομένο πως κανένα υπολογιστικό σύστημα δεν είναι 100% ασφαλές και έτσι οι τράπεζες πρέπει με κάποιο τρόπο να διασφαλίσουν τα περιουσιακά στοιχεία των πελατών τους από επιθέσεις hacker και ηλεκτρονικές απάτες) (McDowell,2013)

2. Το e banking στην Ελλάδα

2.1 Ιστορική αναδρομή –στατιστικά στοιχεία

Το ελληνικό κοινό έχει χαμηλά ποσοστά εξοικείωσης με τις νέες τεχνολογίες. Έτσι, οι Έλληνες αντιμετωπίζουν μέχρι και σήμερα με δυσπιστία το e banking. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα το να παρατηρείται χαμηλότερη διείσδυση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στη χώρα μας σε σχέση με τις υπόλοιπες Ευρωπαϊκές χώρες.

Την τελευταία δεκαετία, ωστόσο, σύμφωνα με τραπεζικούς κύκλους, ο αριθμός των πελατών του e banking των τραπεζών έχει αρχίσει να αυξάνεται κατακόρυφα.

Πιο συγκεκριμένα, στα τέλη του 2015 οι χρήστες υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής ξεπέρασαν το 1.500.000. Αυτό το γεγονός είναι ιδιαίτερα ελπιδοφόρο, ειδικά αν το συγκρίνουμε με το αντίστοιχο νούμερο του 2001 που δεν ξεπερνούσε τις 150.000. (Eurostat,2015)

Σύμφωνα με το Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας οι χρήστες των online τραπεζικών υπηρεσιών στην Ελλάδα φτάνουν σήμερα στο 15% του συνόλου των χρηστών του Internet στη χώρα, ενώ ένα ποσοστό 7% χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο και για χρηματιστηριακές συναλλαγές.

Εκτιμάται επίσης ότι οι online υπηρεσίες των ελληνικών τραπεζών δεν υστερούν σε τίποτα από τις αντίστοιχες των τραπεζών του εξωτερικού, εξασφαλίζοντας αμεσότητα, ικανοποιητική εξυπηρέτηση και ασφάλεια στους χρήστες. (Eurostat,2015)

Τα ποσοστά που αναφέραμε αναμένεται στο άμεσο μέλλον να αυξηθούν καθώς ο ανταγωνισμός μεταξύ των παροχών ευρυζωνικού Internet έχει ενταθεί, πράγμα που οδηγεί στην πτώση των τιμών και στη συνεχώς αυξανόμενη διείσδυση του Internet στα ελληνικά νοικοκυριά, με μόλις ένα στα 20 σπίτι να μην έχει σύνδεση internet το 2015. (Eurostat,2015)

Το έναυσμα για τον εκσυγχρονισμό των ελληνικών τραπεζών δόθηκε με την είσοδο της Ελλάδας στην Ο.Ν.Ε., το 2001. Οι τράπεζες όφειλαν να εναρμονίσουν τη λειτουργία τους με τις τράπεζες του εξωτερικού και να στηρίξουν τη λειτουργία τους στα ευρωπαϊκά πρότυπα. Μεγάλες αλλαγές στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα έφερε και η εισαγωγή του ευρώ σε φυσική μορφή.

Τα πιστωτικά ιδρύματα συνειδητοποίησαν πως για να διατηρήσουν την πελατεία τους, να αυξήσουν τα έσοδα τους και να γίνουν ανταγωνιστικά μέσα στο νέο περιβάλλον του κοινού νομίσματος θα πρέπει να προσφέρουν νέα προϊόντα σε συνδυασμό με την παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών.

Σε αυτό συμβάλλει το e-banking. Η ηλεκτρονική τραπεζική έχει παγκόσμια εμβέλεια, και δίνει στις τράπεζες τη δυνατότητα :

- ✚ να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητα
- ✚ να βελτιώσουν την παραγωγικότητά τους
- ✚ να αυξήσουν το μερίδιο τους στη διεθνή αγορά

Στην Ελλάδα η πρώτη εφαρμογή e-Banking παρουσιάστηκε τον Φεβρουάριο του 1998. Η καινοτομία αυτή εισήχθη στη χώρα μας, η οποία είχε τότε περίπου 100.000 συνδρομητές στο διαδίκτυο, από την Εγνατία τράπεζα. Η Εγνατία παρουσίασε την ολοκληρωμένη υπηρεσία WebTeller μέσω τις οποίας οι καταναλωτές είχαν τη δυνατότητα να διεκπεραιώνουν τις τραπεζικές τους συναλλαγές μέσω του Internet(Χατζηκωνσταντής, 2003)

Οι περισσότερες ελληνικές και πολυεθνικές τράπεζες που λειτουργούν στην ελληνική περιφέρεια ξεκίνησαν δειλά να δραστηριοποιούνται τη δεκαετία του 2000 με την ηλεκτρονική τραπεζική. Στην αρχή υπήρχαν μεγάλα διαστήματα πιλοτικών συστημάτων και η εξέλιξη του e banking γινόταν με αργά και δειλά βήματα. Η μεγαλύτερη πρόκληση για τα στελέχη της πληροφορικής των τραπεζών ήταν το ότι κλήθηκαν να φτιάξουν προγράμματα για τα νέα τραπεζικά συστήματα χωρίς να έχουν καμία προηγούμενη εμπειρία στον τομέα αυτό. Αφού πέρασαν σχεδόν 10 χρόνια με πιλοτικά προγράμματα και δοκιμαστικά συστήματα, η μια ελληνική τράπεζα μετά την άλλη άρχισαν να οριστικοποιούν τα οργανογράμματά τους για την ηλεκτρονική τραπεζική.

Οι αλλαγές που κλήθηκαν να κάνουν οι τράπεζες ήταν μεγάλες και επηρέαζαν πολλούς τομείς της λειτουργίας τους. Αρχικά έπρεπε να κατασκευάσουν τα κατάλληλα προγράμματα και να εξοπλιστούν με τον απαραίτητο τεχνολογικό εξοπλισμό. Στη συνέχεια έπρεπε να στελεχώσουν τα νέα τμήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής με εξειδικευμένο προσωπικό. Αυτό σημαίνει πως έπρεπε να μετεκπαιδεύσουν το προσωπικό τους. Παράλληλα, προχώρησαν σε διοικητική αναδιοργάνωση, ενώ δημιουργήθηκαν και νέες υπηρεσίες που στόχο είχαν να παρακολουθούν τα καινοτόμα προγράμματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής, να υποστηρίζουν τους πελάτες και να ελέγχουν και να διαχειρίζονται τόσο το σύστημα όσο και τους ενδεχόμενους κινδύνους που απειλούν το σύστημα (Chong, A.et al. 2010)

2.2. Ελληνικές τράπεζες και e banking

2.2.1. Τράπεζα Πειραιώς

Το 1916 ιδρύθηκε η τράπεζα Πειραιώς, η οποία για 59 χρόνια λειτουργούσε ως ιδιωτική τράπεζα.

Το 1975 περνάει στον κρατικό έλεγχο και παρέμεινε εκεί ως το 1991.

Το Δεκέμβριο του 1991 η τράπεζα Πειραιώς ιδιωτικοποιήθηκε και έκτοτε αποτελεί έναν από τους πλέον δυναμικούς και δραστήριους τραπεζικούς ομίλους της ελληνικής οικονομίας.

Στις αρχές του 2000 δημιουργήθηκε η winbank, η ηλεκτρονική τραπεζική υπηρεσία της τράπεζας Πειραιώς. Η winbank είναι η πρώτη ολοκληρωμένη υπηρεσία ηλεκτρονικής τραπεζικής στη χώρας μας και παρέχει ένα πλήρες και ολοκληρωμένο σύνολο ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης των πελατών της.

Η winbank εισήγαγε πρώτη στην ελληνική ηλεκτρονική τραπεζική τις υπηρεσίες winbank alert, μέσω των οποίων οι πελάτες ενημερώνονται άμεσα για οποιαδήποτε κίνηση στους λογαριασμούς τους, τις υπηρεσίες winbank internet, winbank for cards, winbank mobile και winbank easypay

Το winbank easypay είναι η μοναδική υπηρεσία στην ελληνική ηλεκτρονική τραπεζική που συνδυάζει πληρωμές προς ένα μεγάλο εύρος επιχειρήσεων και οργανισμών, μέσω internet και τηλεφώνου, με χρέωση οποιασδήποτε κάρτας Visa και Mastercard ή τραπεζικού λογαριασμού Πειραιώς.

Η winbank έχει βραβευτεί για τις υπηρεσίες της από διακεκριμένους οργανισμούς σε Ελλάδα και εξωτερικό, ενώ είναι η μοναδική ελληνική υπηρεσία ηλεκτρονικής τραπεζικής πιστοποιημένη κατά ISO 9001:2000. (site τράπεζα Πειραιώς)

2.2.2. Εθνική τράπεζα

Η Εθνική τράπεζα είναι η μεγαλύτερη εμπορική τράπεζα της χώρας και από το 2000, όταν και απορρόφησε την Κτηματική τράπεζα, κατέχει ένα μερίδιο στην αγορά το οποίο ξεπερνάει το 30%.

Η Εθνική τράπεζα διαθέτει, επίσης, ένα πανελλαδικό δίκτυο υποκαταστημάτων και μηχανημάτων ΑΤΜ ώστε να διευκολύνονται οι πελάτες της.

Η Εθνική Τράπεζα παρέχει στους πελάτες της υπηρεσίες e-banking, τόσο για τραπεζικές όσο και για χρηματιστηριακές συναλλαγές

Μέσω του Internet Banking της Εθνικής τράπεζας, ο πελάτης έχει τη δυνατότητα :

- Να ενημερώνεται για το υπόλοιπο στους λογαριασμούς του
- Να ενημερώνεται για τις κινήσεις των λογαριασμών του
- Να κάνει μεταφορά χρημάτων από ένα λογαριασμό σε έναν άλλο
- Να πληρώνει το ΦΠΑ
- Να πληρώνει όλους τους λογαριασμούς ΔΕΚΟ
- Να πληρώνει το ΙΚΑ
- Να πληρώνει το ΤΕΒΕ
- Να πληρώνει τους μηνιαίους λογαριασμούς των πιστωτικών του καρτών
- Να εξοφλεί την ασφάλεια του, αν είναι πρόγραμμα της Εθνικής Ασφαλιστικής
- Να μεταφέρει χρήματα σε λογαριασμούς τρίτων που ανήκουν στην Εθνική
- Να ενημερώνεται για το χαρτοφυλάκιο μετοχών που έχει
- Να κάνει αγοραπωλησίες μετοχών και να ενημερώνεται για την πορεία της εντολής της κάθε αγοραπωλησίας πριν από την πραγματοποίησή της
- Να ενημερώνεται για το χαρτοφυλάκιο αμοιβαίων κεφαλαίων που έχει
- Να υποβάλλει αίτηση συμμετοχής σε δημόσιες εγγραφές στο ΧΑΑ
- Να αποστέλλει έμβασμα σε άλλη τράπεζα εσωτερικού μέσω του συστήματος Diastransfer και να ενημερώνεται για την πορεία του εμβάσματος

- Να δίνει παραγγελία για μπλοκ επιταγών, αλλά και να την ακυρώνει
- Να υποβάλλει αίτηση για την έκδοση οποιασδήποτε πιστωτικής κάρτας της ΕΤΕ
- Να παίρνει πληροφορίες και για τα δάνεια του από την Εθνική τράπεζα

Η Εθνική διασφαλίζει τη μυστικότητα και το αναλλοίωτο των δεδομένων χρησιμοποιώντας κρυπτογράφηση των διακινούμενων μηνυμάτων 128bit, μέσω πρωτοκόλλου SSL 128.

Η ελεγχόμενη πρόσβαση στα συστήματα της τράπεζας προστατεύεται από firewall τελευταίας τεχνολογίας.

Η αυθεντικότητα της τράπεζας εξασφαλίζεται με το πιστοποιητικό της Verisign, όπως και στις περισσότερες ελληνικές τράπεζες.

Επιπρόσθετα για επιπλέον ασφάλεια των εγχρήματων συναλλαγών σε κάθε χρήση Internet/Mobile/Phone Banking παράγονται κωδικοί μιας χρήσης από μια συσκευή Ηλεκτρονικού Κλειδαρίθμου (i-code). Το γεγονός αυτό καθιστά αδύνατη την υποκλοπή κωδικών από τρίτους, για μεταγενέστερη εγγραφή.

Η παραγωγή των κωδικών i-code βασίζεται στον ισχυρό αλγόριθμο κρυπτογράφησης 3DES. Ο αλγόριθμος αυτός είναι πρακτικά απαραβίαστος και το επίπεδο ασφαλείας που παρέχει πιστοποιείται από διεθνείς οργανισμούς. (site Εθνική τράπεζα)

2.2.3. Alpha bank

Το 1879 ιδρύθηκε η Alpha bank η οποία, σήμερα, είναι η δεύτερη σε μέγεθος ελληνική τράπεζα. Στον όμιλο της ανήκουν 652 τραπεζικά καταστήματα και η δράση της είναι πολυεθνική, αφού εκτός από την Ελλάδα δραστηριοποιείται και στην Κύπρο, την Νοτιοανατολική Ευρώπη, το Λονδίνο, τη Νέα Υόρκη και το Τζέρσευ. Δραστηριοποιείται σε όλους τους τομείς της σύγχρονης τραπεζικής και μάλιστα όχι μόνο μέσω του δικτύου των καταστημάτων της αλλά και μέσω των εναλλακτικών δικτύων όπως και του Internet Banking.

Η τράπεζα χρησιμοποιεί το Verisign για να ασφαλίσει τις συναλλαγές των πελατών της . Οι συναλλαγές που μπορεί κανείς να εκτελέσει είναι :

- Πληρωμές λογαριασμών
- Επιταγές
- Εξόφληση λογαριασμών ΔΕΚΟ
- Πληρωμή πιστωτικών καρτών
- Πληρωμή προσωπικών δανείων
- Μεταφορά χρημάτων από ένα λογαριασμό σε έναν άλλο
- Πληροφόρηση για τους τόκους
- Πληροφόρηση για τις κινήσεις των λογαριασμών

Η Alpha bank, όσον αφορά την ασφάλεια των συναλλαγών, σε κάθε εκτελούμενη συναλλαγή γίνεται κρυπτογράφηση (128bit encryption) των μηνυμάτων που συναλλάσσονται. Για τη χρήση της υπηρεσίας απαιτείται η ηλεκτρολόγηση προσωπικών κωδικών ασφαλείας. Σε περίπτωση που επιχειρηθεί σύνδεση με την υπηρεσία και ηλεκτρολογηθεί πέντε συνεχόμενες φορές λάθος ο μυστικός κωδικός, η υπηρεσία «κλειδώνεται» αυτόματα. (site Alpha bank)

2.2.4. Eurobank

Το 1990 ιδρύθηκε η Ευρωεπενδυτική τράπεζα, η οποία αργότερα μετονομάστηκε σε Eurobank EFG και ανήκει στον όμιλο EFG Bank European Financial Group με έδρα τη Γενεύη. Αρχικός της στόχος ήταν η παροχή κυρίως επενδυτικών προγραμμάτων.

Σήμερα η Eurobank είναι ένας ευρωπαϊκός οργανισμός με προσωπικό άνω των 19.000 ανθρώπων και παρέχει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του τόσο μέσα από τα 1.300 σημεία παρουσίας, όσο κι μέσα από εναλλακτικά δίκτυα διάθεσης όπως το e-banking.

Η Eurobank δημιούργησε έναν πλήρη διαδικτυακό τόπο στο internet, από όπου μπορεί κανείς να πραγματοποιήσει πληθώρα συναλλαγών αλλά και να συμμετέχει ενεργά στο χρηματιστήριο με αγοραπωλησίες online. Η Eurobank είναι η μοναδική τράπεζα που δεν υποχρεώνει τον πελάτη να πάει σε υποκατάστημα προκειμένου να κάνει αίτηση εγγραφής στην υπηρεσία.

Η Eurobank χρησιμοποιεί διαφορετικό τρόπο από τις άλλες τράπεζες όσον αφορά τους κωδικούς πρόσβασης και στις συναλλαγές. Ο χρήστης θα πρέπει να εισάγει τον αριθμό της κάρτας, την οποία έχει συνδέσει με τους λογαριασμούς του, για να γίνει η ταυτοποίηση του χρήστη και να μπορέσει να ξεκινήσει τις τραπεζικές συναλλαγές από το ίντερνετ, θα πρέπει να συμπληρωθεί και ένας ακόμη κωδικός, ο οποίος αναφέρεται ως κωδικός ίντερνετ και υπάρχει στο έντυπο που λαμβάνει ο χρήστης από την τράπεζα με τους προσωπικούς κωδικούς του.

Οι διαθέσιμες συναλλαγές και υπηρεσίες που προσφέρονται στους χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής της Eurobank είναι ίδιες με όλων των άλλων ηλεκτρονικών τραπεζικών.

Για τα μέτρα που λαμβάνει η τράπεζα έτσι ώστε να προστατεύει τις ηλεκτρονικές συναλλαγές των χρηστών της, έχει επιλέξει την εταιρεία Verisign ως πάροχο πιστοποίησης της ταυτότητας της στο διαδίκτυο. Για τη διενέργεια των συναλλαγών στις οποίες ο παραλήπτης δεν είναι γνωστός και συνεπώς εμπεριέχουν ρίσκο η τράπεζα δεν αρκείται σε αυτό το επίπεδο ταυτοποίησης του χρήστη αλλά απαιτεί μια επιπλέον δικλείδα ασφαλείας, την ψηφιακή πιστοποίηση.

Η Eurobank είναι η μόνη τράπεζα πάροχος ψηφιακών πιστοποιητικών εγγεγραμμένη στα μητρώα της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (ΕΕΤΤ). Μια επιπρόσθετη δικλείδα ασφαλείας, με την οποία εξασφαλίζεται το απόρρητο κατά τη μεταφορά δεδομένων, είναι η κρυπτογράφηση τους.

Προκειμένου να εξασφαλιστεί η ασφάλεια των συναλλαγών μέσω διαδικτύου, χρησιμοποιείται το πρωτόκολλο επικοινωνίας SSL (Secure Sockets Layer) μαζί με την κρυπτογράφηση στα 128bit.

Η πρόσβαση στα συστήματα Eurobank (servers) προστατεύεται από τελευταίας τεχνολογίας firewall, τα οποία επιτρέπουν τη χρήση συγκεκριμένων υπηρεσιών απαγορεύοντας παράλληλα την πρόσβαση σε συστήματα και βάσεις δεδομένων με απόρρητα στοιχεία και πληροφορίες της τράπεζας σε μη αναγνωρισμένους χρήστες. (site Eurobank)

1.Κίνδυνοι e banking

Όσο αυξάνονται οι τράπεζες οι οποίες παρέχουν στους πελάτες τους ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες, τόσο θα αυξάνονται και οι ηλεκτρονικές επιθέσεις.

Η αύξηση των ηλεκτρονικών επιθέσεων δεν είναι τεράστια, ωστόσο αποτελεί «πονοκέφαλο» για τους τραπεζικούς ομίλους οι οποίοι προσπαθούν με όλα τα μέσα να διαφυλάξουν τα δικά τους συμφέροντα και τα συμφέροντα των πελατών τους. (McDowell, 2013)

Οι κίνδυνοι τους οποίους ενδεχομένως αντιμετωπίσουμε είναι :

- Sniffers

Ένα sniffer είναι ένα πρόγραμμα ή μία συσκευή που παρακολουθεί κρυφά την κίνηση ενός δικτύου με σκοπό να αρπάζει πληροφορία που μεταφέρεται μέσω αυτού. Οι sniffers είναι τεχνολογία υποκλοπής δεδομένων. Η πλειοψηφία των δικτύων χρησιμοποιεί τεχνολογία εκπομπής, κατά την οποία δίνεται η δυνατότητα τα μηνύματα από ένα υπολογιστή μπορούν να διαβαστούν από άλλο υπολογιστή σε αυτό το δίκτυο. Πρακτικά, όλοι οι υπόλοιποι υπολογιστές του δικτύου αγνοούν το μήνυμα, πλην αυτού που είναι ο παραλήπτης του. Ωστόσο, οι υπολογιστές μπορούν να διαμορφωθούν, ώστε να δέχονται μηνύματα ακόμα και αν δεν είναι για αυτούς. Αυτό γίνεται με τη χρήση ενός sniffer. (Vincentas ,2013)

- Key Loggers

Το key loggers (καταγραφή πληκτρολογήσεων) συμβαίνει όταν καταγράφονται οι πληκτρολογήσεις του χρήστη, χωρίς ο ίδιος να το ξέρει ή να το επιτρέπει. Η μέθοδος αυτή χρησιμοποιείται από επιτήδειους για την κλοπή στοιχείων πιστωτικής κάρτας, τραπεζικών συναλλαγών και προσωπικών κωδικών. Αποτελεί μια από τις σοβαρότερες απειλές για τη διαρροή προσωπικών αλλά και εταιρικών στοιχείων. Η καταγραφή και αποθήκευση των πληκτρολογήσεων γίνεται από ειδικό λογισμικό (hardware), το οποίο είναι εύκολο να εγκατασταθεί και ταυτόχρονα δύσκολο να εντοπισθεί. Τα key loggers καταγράφουν και αποθηκεύουν τις πληκτρολογήσεις και τα mouse clicks σε ειδικό αρχείο, το οποίο και αποστέλλουν μέσω internet σε αυτόν που κατασκοπεύει το χρήστη (Σεντρίκ Ανζλέρ, 2015)

- . Κοινωνική μηχανική

Η κοινωνική μηχανική ορίζεται ως ένα μη τεχνικό είδος παράνομης εισβολής το οποίο βασίζεται κυρίως στην ανθρώπινη επικοινωνία και συχνά περιλαμβάνει κόλπα τα οποία ωθούν τους ανθρώπους να καταργήσουν τις οριζόμενες διαδικασίες ασφάλειας. (Σεντρικ Ανζλέρ, 2015)

- Δούρειοι Ίπποι

Ο δούρειος ίππος είναι ένα φαινομενικά χρήσιμο πρόγραμμα για τον υπολογιστή που περιέχει καμουφλαρισμένες εντολές, οι οποίες όταν εκτελεστούν δημιουργούν αθέμιτες ή βλαπτικές δράσεις (π.χ. καταστροφή αρχείων). Οι δούρειοι ίπποι διαδίδονται όταν οι χρήστες ανοίξουν ένα πρόγραμμα διότι θεωρούν ότι έρχεται από νόμιμη πηγή. Οι δούρειοι ίπποι δεν μπορούν να δημιουργήσουν πανομοιότυπα αντίγραφα αυτόματα.

Η εγκατάσταση τους εξαρτάται από τους χρήστες, ή από εισβολείς που έχουν αποκτήσει μη εγκεκριμένη πρόσβαση στον υπολογιστή με κάποιο τρόπο.

Οι δούρειοι ίπποι μπορούν να κάνουν οτιδήποτε που μπορεί να κάνει ο χρήστης που τους εγκατέστησε, όπως :

- Διαγραφή αρχείων
- Μετάδοση οποιουδήποτε αρχείου στον εισβολέα
- Αλλαγή αρχείων που μπορεί ο χρήστης να μεταβάλει.
- Εγκατάσταση προγραμμάτων με τα δικαιώματα του χρήστη του υπολογιστή που παρέχουν μη εγκεκριμένη πρόσβαση στο δίκτυο.
- Εγκατάσταση ιών.
- Εγκατάσταση άλλων δούρειων ίππων. (Σεντρικ Ανζλέρ, 2015)

- Phishing

Το Phishing είναι η αποστολή e-mail σε χρήστη, προσποιούμενο ότι προέρχεται από μια νόμιμη επιχείρηση, κυρίως τράπεζα ή τηλεπικοινωνιακό πάροχο, με σκοπό να εξαπατήσει τον χρήστη και να πάρει ιδιωτικές πληροφορίες που θα χρησιμοποιηθούν για κλοπή της ταυτότητάς τους. Το συγκεκριμένο e-mail προτρέπει το χρήστη να επισκεφθεί ένα web site. Εκεί του ζητείται να ενημερώσει τις προσωπικές του πληροφορίες, όπως password και αριθμούς πιστωτικών καρτών, αριθμούς τραπεζικών λογαριασμών, που η εταιρία υποτίθεται έχει ήδη στην κατοχή της.

Το web site αυτό, ωστόσο, είναι πλαστό και έχει δημιουργηθεί με μοναδικό σκοπό να κλέψει τη ζητούμενη πληροφορία. Την ίδια ώρα αυτοί που κρύβονται πίσω από το ψεύτικο μήνυμα αποκτούν πρόσβαση στα στοιχεία αυτά και στη συνέχεια μπορούν να κάνουν ηλεκτρονικές απάτες εις βάρος των θυμάτων τους. Οι επιθέσεις phishing αυξάνονται ραγδαία και με έξυπνο τρόπο. Σύμφωνα με έρευνες, ο ρυθμός εξάπλωσής τους διπλασιάστηκε μέσα σε ένα μόλις εξάμηνο (Vincentas ,2013)

Εναλλακτικές μορφές phishing

Vishing: Σε αυτή την εκδοχή του phishing, για να πειστεί ευκολότερα το θύμα, του δίνεται τηλεφωνικός αριθμός εξυπηρέτησης ή του ζητείται το δικό του τηλέφωνο ώστε να μπορούν να επικοινωνήσουν μαζί του οι υποτιθέμενοι εκπρόσωποι της εταιρίας (Vincentas ,2013)

Social Networking Phishing: Οι απατεώνες αρχικά αντλούν πληροφορίες και προσωπικά στοιχεία για τα θύματα τους από τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης και ύστερα τους στέλνουν εξατομικευμένα μηνύματα. (Vincentas ,2013)

4. Ασφάλεια – τρόποι προστασίας από online απάτες

Όπως προαναφέραμε, οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζουν οι πελάτες της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι πολλοί.

Οι τράπεζες, από τη μεριά τους, προκειμένου να ελαχιστοποιηθούν οι κίνδυνοι λαμβάνουν όλα τα απαραίτητα μέτρα ώστε να διατηρείται το υψηλότερο δυνατό επίπεδο ασφαλείας κατά τη διάρκεια των συναλλαγών.

Σε γενικές γραμμές, οι απαιτήσεις ασφαλείας που θα πρέπει να ικανοποιούνται σε όλες τις ηλεκτρονικές συναλλαγές οικονομική φύσης είναι:

- ✚ το απόρρητο των δεδομένων (confidentiality)
- ✚ η ακεραιότητα της συναλλαγής (integrity)
- ✚ η αυθεντικοποίηση των συμμετεχόντων (authentication)
- ✚ η μη δυνατότητα ακύρωσης της συναλλαγής μετά την επιβεβαίωση της συμμετοχής των συναλλασσομένων (non repudiation)

είναι δεδομένο πως προκειμένου να εξασφαλιστούν όλα τα παραπάνω θα πρέπει και οι δύο συμμετέχοντες στην ηλεκτρονική τραπεζική (τράπεζα και πελάτες) να λαμβάνουν τα απαραίτητα μέτρα.

Οι περισσότερες τράπεζες ακολουθούν το πρωτόκολλο ασφαλείας SET (Secure Electronic Transaction)

Το πρωτόκολλο αυτό υποστηρίζεται από τους δύο σημαντικότερους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς, τη MasterCard και τη Visa, καθώς και από εταιρείες όπως η IBM, η Microsoft και η Netscape.

Το πρωτόκολλο SET βασίζεται στην κρυπτογραφία. (Σεντρίκ Ανζλέρ, 2015)

Κρυπτογράφηση

Με τον όρο κρυπτογραφία εννοούμε την μέθοδο κατά την οποία προστατεύεται το απόρρητο στις ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές και γενικότερα τα προσωπικά δεδομένα του κάθε χρήστη του Internet.

Η κρυπτογράφηση βασίζεται εξολοκλήρου στα μαθηματικά και έχει ως αντικείμενο την κωδικοποίηση και στην συνέχεια την αποκωδικοποίηση των δεδομένων.

Με τον τρόπο αυτό μόνο εξουσιοδοτημένοι χρήστες έχουν πρόσβαση στα ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα.

Το αρχικό μήνυμα ονομάζεται απλό κείμενο (plain text), ενώ το ακατάληπτο μήνυμα που προκύπτει από την κρυπτογράφηση του απλού κειμένου ονομάζεται κρυπτογράφημα (cipher text).

Προκειμένου να αποκρυπτογραφηθεί ένα κείμενο χρησιμοποιείται ένας αντίστροφος αλγόριθμος. Όσο πιο πολύπλοκος είναι ο αλγόριθμος που έχει χρησιμοποιηθεί για την κρυπτογράφηση τόσο πιο δύσκολο είναι να «σπάσει» κάποιος τον κωδικό που χρησιμοποιεί ο εκάστοτε χρήστης.

Αυτός ο αλγόριθμος κρυπτογράφησης λειτουργεί σε συνδυασμό με ένα κλειδί (Key), για την κρυπτογράφηση του απλού κειμένου.

Με βάση τον αριθμό των κλειδιών που έχουν χρησιμοποιηθεί στην κρυπτογράφηση διακρίνουμε δύο κύριες μεθόδους κρυπτογράφησης

- ✓ συμμετρική (ο παραλήπτης χρησιμοποιεί το ίδιο κλειδί για να αποκρυπτογραφήσει το μήνυμα που του έχει στείλει ο αποστολέας)
- ✓ ασύμμετρη (χρησιμοποιούνται δύο κλειδιά: το ένα (κοινό κλειδί) για να κωδικοποιηθεί το μήνυμα και ένα άλλο (ιδιωτικό κλειδί) για να το αποκωδικοποιηθεί) (McDowell, 2013)

Ηλεκτρονική υπογραφή

Ως ηλεκτρονική υπογραφή ορίζονται τα δεδομένα σε ηλεκτρονική μορφή, που είναι συνημμένα σε άλλα ηλεκτρονικά δεδομένα ή έχουν μια λογική σχέση με αυτά και χρησιμοποιούνται έτσι ώστε να αποδειχθεί η γνησιότητα τους

Η ηλεκτρονική υπογραφή χρησιμοποιεί ως μέθοδο κρυπτογράφησης αυτή του δημόσιου - ιδιωτικού κλειδιού.

Οι ψηφιακές υπογραφές είναι αδιάψευστες, μοναδικές για κάθε συναλλαγή και είναι σχεδόν απίθανο να αντιγραφούν ή μεταφερθούν . (McDowell, 2013)

E-token

Το e token είναι μία άλλη μέθοδος που χρησιμοποιείται προκειμένου να υπάρχει ασφάλεια στις on line τραπεζικές συναλλαγές.

Με τον όρο e token ορίζουμε μία ειδική συσκευή, οποία έχει το μέγεθος ενός κλειδιού και παρέχεται από την τράπεζα στους πελάτες της.

Στην συσκευή αυτή περιέχεται ένας κρυπτογραφικός μηχανισμός στον οποίο ο κάτοχος μπορεί να δημιουργήσει και στη συνέχεια να αποθηκεύσει την ηλεκτρονική

του υπογραφή προκειμένου να διεκπεραιώνει με ασφάλεια τις τραπεζικές του συναλλαγές on line σε οποιοδήποτε ηλεκτρονικό υπολογιστή επιθυμεί κάθε φορά ο ίδιος. (McDowell, 2013)

3.Συνολική αποτίμηση του e banking στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα

Διαβάζοντας κάποιος τα παραπάνω, εύκολα καταλήγει στο συμπέρασμα πως το e banking «ήρθε για να μείνει». Σε μια εποχή που όλα γίνονται διαδικτυακά και οι ρυθμοί της ζωής είναι φρενήρεις, είναι εξαιρετικά σημαντικό το να εξοικονομούμε χρόνο από τις ατέλειωτες ουρές στις τράπεζες.

Η τεχνολογία έχει μπει για τα καλά στην καθημερινότητα μας και πλέον όλοι μας έχουμε πρόσβαση στο ίντερνετ και είτε κάποιον ηλεκτρονικό υπολογιστή, είτε κάποιο smartphone. Αυτό καθιστά ακόμα πιο εύκολη και βολική τη χρήση του e banking για τις τραπεζικές μας συναλλαγές. Οι κίνδυνοι κατά τις ηλεκτρονικές συναλλαγές είναι αδιαμφισβήτητοι, ωστόσο πρέπει να αναγνωριστεί στα τραπεζικά ιδρύματα πως κάνουν ό,τι καλύτερο μπορούν για την εξάλειψη των κινδύνων αυτών. Τα θετικά συμπεράσματα υπερτερούν των αρνητικών και αυτό δικαιολογεί και τη ραγδαία ανάπτυξη του e-banking τόσο την Ελλάδα όσο και παγκοσμίως

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

4.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Μέσα σε μια έρευνα το πιο σημαντικό είναι να μπορέσει να αποφασιστεί το είδος του τεστ που θα πραγματοποιηθεί (Σιώμκος, Βασιλικοπούλου, 2005). Πέραν αυτού όμως σημαντικό να λαμβάνεται υπόψη και το αντικείμενο της μέτρησης που θα γίνει, η μεταβλητή που θα μελετηθεί, καθώς επίσης και διάφορα άλλα στοιχεία σχετικά με την έρευνα. Το σημαντικότερο εργαλείο που χρησιμοποιείται μέσα σε μια έρευνα

είναι το ερωτηματολόγιο και γι' αυτό τον λόγο είναι απαραίτητο να δημιουργείται με ιδιαίτερη προσοχή. Σε κάθε περίπτωση ο τρόπος με τον οποίο μια έρευνα διεξάγεται είναι ιδιαίτερα σημαντικός καθώς δεν υπάρχει αποκλειστικά και μόνο ένας τρόπος με τον οποίο μπορεί αυτή να πραγματοποιηθεί, ούτε υπάρχει αποκλειστικά και μόνο ένα είδος ερωτήσεων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν στα πλαίσια αυτής (Σιώμκος, Μαύρος, 2008). Η γνωστότερη διάκριση των ερωτήσεων είναι αυτή των κλειστών και ανοιχτών ερωτήσεων. Στην παρούσα έρευνα οι ερωτήσεις που χρησιμοποιήθηκαν ήταν κλειστού τύπου, προκειμένου να μπορέσει να γίνει ομαδοποίηση των αποτελεσμάτων και να ληφθούν ποσοστιαία αποτελέσματα.

Στα πλαίσια μιας έρευνας οι τρόποι τους οποίους μπορεί να διαλέξει ένας μελετητής να εξετάζει το ζήτημα που τον απασχολεί είναι μέσω της πραγματοποίησης συνεντεύξεων, μέσω της διανομής ερωτηματολογίου, μέσω της τηλεφωνικής έρευνας, μέσω της ταχυδρομικής αποστολής του ερωτηματολογίου, μέσω της μεθόδου της χιονοστιβάδας και η διαδικτυακή έρευνα (Πετράκης, 2006). Στην συγκεκριμένη περίπτωση η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε προκειμένου να μπορέσει να πραγματοποιηθεί η έρευνα ήταν η διαδικτυακή καθώς μέσω του διαδικτύου δημοσιοποιήθηκε η έρευνα και συγκεντρώθηκε ο αριθμός των ερωτηματολογίων. Το δείγμα που επίσης μελετάται είναι εξαιρετικά σημαντικό κι αυτό γιατί δίνει την δυνατότητα κατανόησης του τρόπου με τον οποίο επιδρά ο κόσμος σε σχέση με το αντικείμενο της μελέτης. Μέσω της διαδικτυακής έρευνας δεν είναι δυνατόν να υπάρξει προσδιορισμός στο δείγμα που μελετάται κι αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να μην μπορεί η έρευνα να περιοριστεί σε μια συγκεκριμένη κοινωνική ομάδα, κάτι που στην προκειμένη περίπτωση είναι θετικό διότι δίνει την δυνατότητα να υπάρξει μια σφαιρική εικόνα σχετικά με το δείγμα που μελετάται και την σχέση με το αντικείμενο, στην προκειμένη περίπτωση με την υπηρεσία e-banking.

Ωστόσο δεν θα πρέπει να λησμονείται το γεγονός ότι μια έρευνα που πραγματοποιείται αφενός μέσω ερωτηματολογίου και αφετέρου μέσω μιας δειγματοληπτικής έρευνας έχει κάποια πλεονεκτήματα, αλλά έχει και κάποια μειονεκτήματα (Robson, 2010). Τα πλεονεκτήματα που μπορεί να έχει κάποιος είναι ότι προσφέρουν σχετικά άμεση και απλή προσέγγιση, οι πληροφορίες που συγκεντρώνονται μπορούν να προσαρμοστούν προκειμένου να μπορέσουν να γενικευτούν, προκύπτουν μεγάλα σύνολα δεδομένων τα οποία είναι ομαδοποιημένα κι αυτά είναι πλεονεκτήματα που ισχύουν για όλες τις μεθόδους έρευνας. Τα

υπόλοιπα είδη των μεθόδων έρευνας μπορούν επίσης κι αυτά να παρουσιάσουν δικά τους πλεονεκτήματα, κάτι που δείχνει πως από την στιγμή που θα αποφασίσει να χρησιμοποιήσει έναν συγκεκριμένο τρόπο έρευνας κάποιος ερευνητής ακολούθως θα εκμεταλλευτεί τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που έχει καθεμία απ' αυτές τις μεθόδους ξεχωριστά.

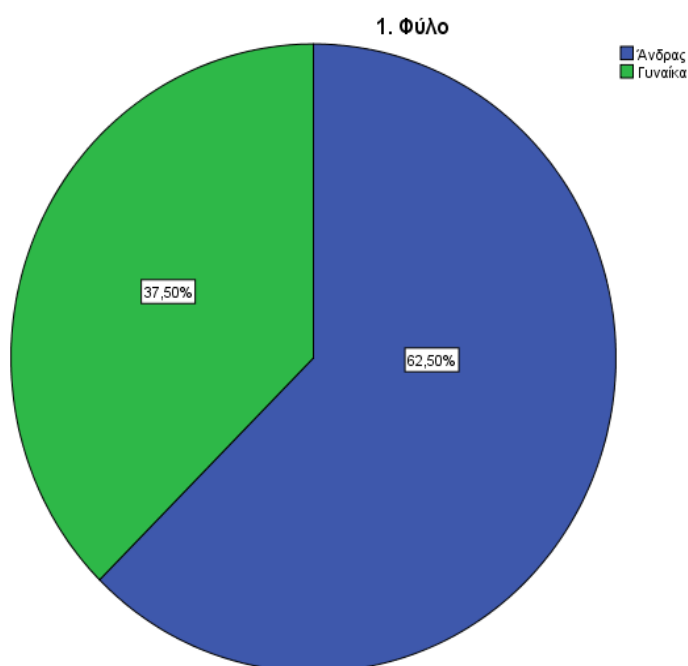
Υπάρχουν όμως και κάποια άλλα μειονεκτήματα τα οποία έχουν γενικώς οι έρευνες που πραγματοποιούνται με την χρήση ενός ερωτηματολογίου. Τα μειονεκτήματα αυτά είναι πως οι απαντήσεις όσων συμμετέχουν επηρεάζονται από κάποια χαρακτηριστικά που έχουν οι ίδιοι, όπως είναι η μνήμη, αλλά και οι γνώσεις που έχουν. Το δεύτερο σημαντικότερο αρνητικό χαρακτηριστικό που έχουν οι έρευνες αυτού του είδους είναι το ότι οι ερωτώμενοι υπάρχει μεγάλος κίνδυνος να μην εκφράσουν ειλικρινά την γνώμη τους, την στάση που έχουν κι αυτό να δημιουργήσει προβλήματα αξιοπιστίας των αποτελεσμάτων. Το μέγεθος που είχε το δείγμα που συμμετείχε στην παρούσα έρευνα και των απαντήσεις χρησιμοποιούνται προκειμένου να γίνει η ανάλυση είναι 32 άτομα.

Το ερωτηματολόγιο που σχηματίστηκε για την πραγματοποίηση της έρευνας του e-banking αποτελούνταν από 5 ερωτήσεις δημογραφικού χαρακτήρα, οκτώ ερωτήσεις σχετικά με τις τραπεζικές προτιμήσεις και δύο ερωτήσεις που απευθύνονταν στα άτομα που δεν είναι χρήστες της υπηρεσίας e-banking,. Συνολικά δηλαδή το ερωτηματολόγιο αποτελούνταν από 15 ερωτήσεις κλειστού τύπου. Τα αποτελέσματα των δεδομένων που συγκεντρώθηκαν αναλύονται με την βοήθεια του στατιστικού πακέτου IBM SPSS Statistics 23 έκδοση.

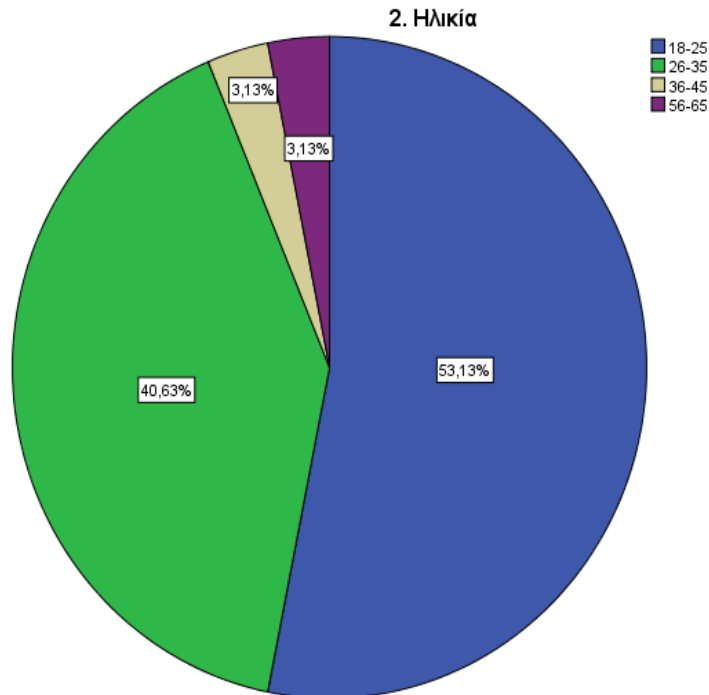
4.2 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Τα αποτελέσματα που προκύπτουν μέσα από την έρευνα που έγινε παρουσιάζονται στην συνέχεια μέσα από γραφήματα που παρουσιάζουν τον μέσο όρο των απαντήσεων που συγκεντρώνονται μέσα από το δείγμα. Κατά μέσο όρο, όπως φαίνεται από την πρώτη δημογραφική ερώτηση το μεγαλύτερο ποσοστό των απαντήσεων προερχόταν από άνδρες και μάλιστα με αρκετά μεγάλη διαφορά καθώς

το ποσοστό των γυναικών ήταν 37,5%, έναντι 62,5% που ήταν το ποσοστό των ανδρών.

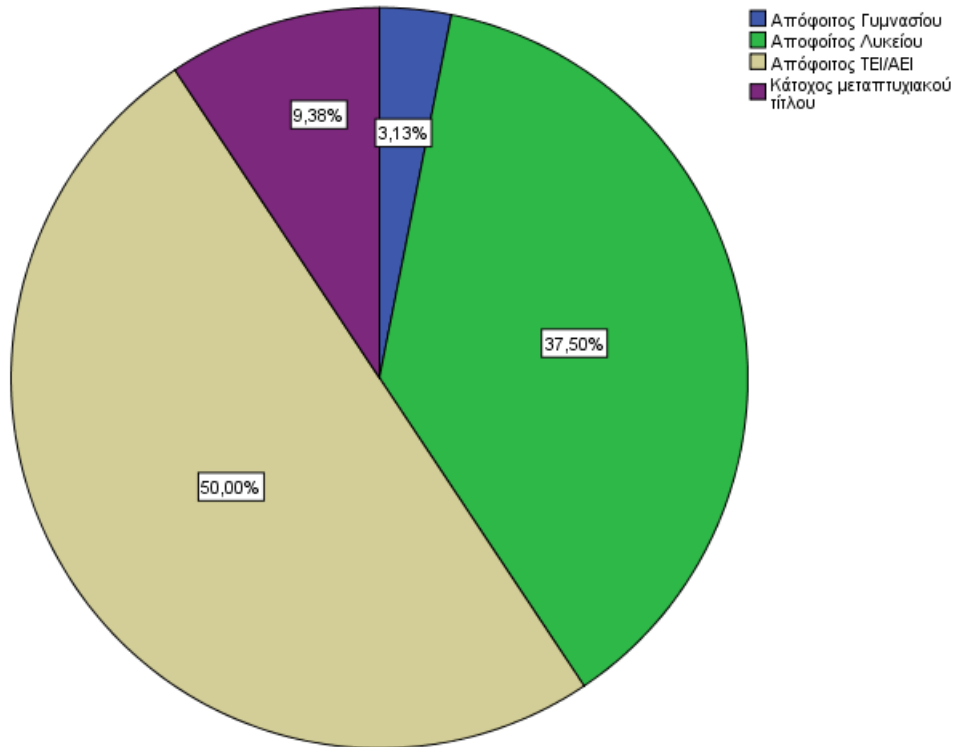


Η δεύτερη ερώτηση που ασχολείται με την ηλικία που είχε το δείγμα των 32 ατόμων δείχνει πως το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων είναι τα άτομα των οποίων οι ηλικίες κυμαίνονται από 18 – 25 ετών. Στην συνέχεια ακολουθούν τα άτομα των οποίων οι ηλικίες ξεκινούν από τα 26 και φτάνουν μέχρι και τα 35. Η διαφορά μεταξύ αυτών των δύο ομάδων είναι μεγάλη καθώς φτάνει το 12,5%. Στην συνέχεια τα μικρότερα ποσοστά συγκεντρώνουν οι ομάδες των ατόμων 36 – 45 και η ηλικιακή ομάδα των ατόμων που είναι 56 – 65. Πρέπει όμως να ληφθεί υπόψη ξανά πως πρόκειται για ποσοστά που δείχνουν τον μέσο όρο.



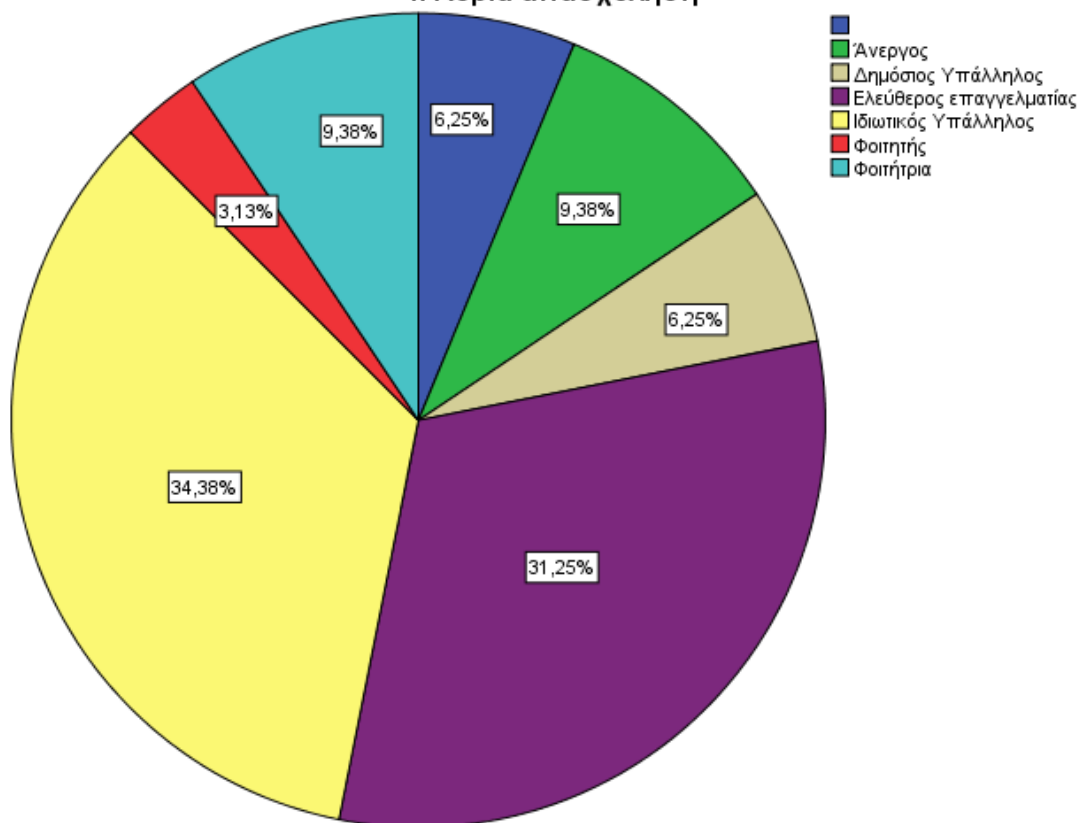
Η τρίτη ερώτηση ασχολείται με το επίπεδο των σπουδών που έχει το δείγμα, κάτι το οποίο όπως φαίνεται είναι ως επί το πλείστον άτομα που έχουν τελειώσει κάποια σχολή ΤΕΙ ή ΑΕΙ. Το ποσοστό αυτό εκτός από το ότι είναι το μεγαλύτερο αποτελεί και το μισό από το δείγμα που έχει συμμετάσχει στην έρευνα. Το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό κατά μέσο όρο των ατόμων που έχουν συμμετάσχει στην έρευνα είναι άτομα που έχουν ολοκληρώσει τις σπουδές του Λυκείου. Τα μικρότερα ποσοστά κατά μέσο όρο έχουν συγκεντρώσει οι ηλικιακές ομάδες των κατόχων κάποιου μεταπτυχιακού τίτλου και εκείνοι που είναι απόφοιτοι Γυμνασίου, το οποίο αντιστοιχεί αποκλειστικά και μόνο σε μια απάντηση.

3. Επίπεδο σπουδών



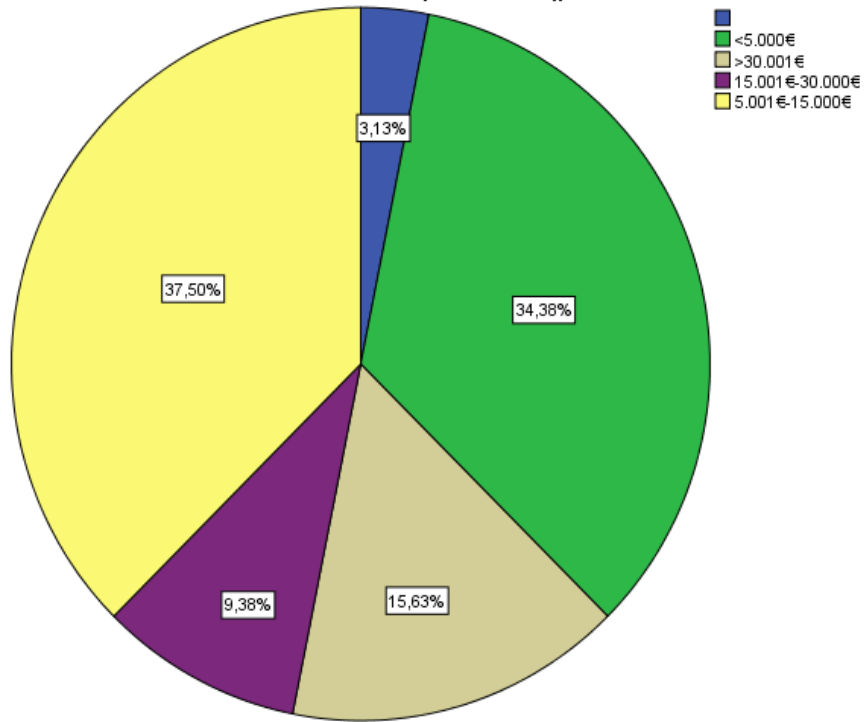
Η επόμενη ερώτηση που ανήκει στις ερωτήσεις δημογραφικού χαρακτήρα είναι σχετικά με την κύρια απασχόληση που έχουν οι ερωτηθέντες. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που συγκεντρώθηκαν το μεγαλύτερο ποσοστό συγκεντρώνει η ομάδα των ατόμων που είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι, και των οποίων το ποσοστό φτάνει κατά μέσο όρο το 34,38%, ενώ το αμέσως επόμενο μεγαλύτερο ποσοστό συγκεντρώνει η ομάδα των ατόμων που εργάζονται ως ελεύθεροι επαγγελματίες. Το τρίτο μεγαλύτερο ποσοστό συγκεντρώνουν οι απαντήσεις των ατόμων που είναι άνεργοι και εκείνων που είναι φοιτήτριες. Στην συνέχεια ακολουθούν εκείνοι που είναι φοιτητές και δημόσιοι υπάλληλοι, καθώς έχουν συγκεντρώσει το ίδιο ποσοστό. Το ίδιο ποσοστό όμως έχει συγκεντρωθεί και στην ομάδα εκείνων που δεν έδωσαν καμία απάντηση καθώς και αυτό το ποσοστό κατά μέσο όρο έφτασε το 6,25%.

4. Κύρια απασχόληση



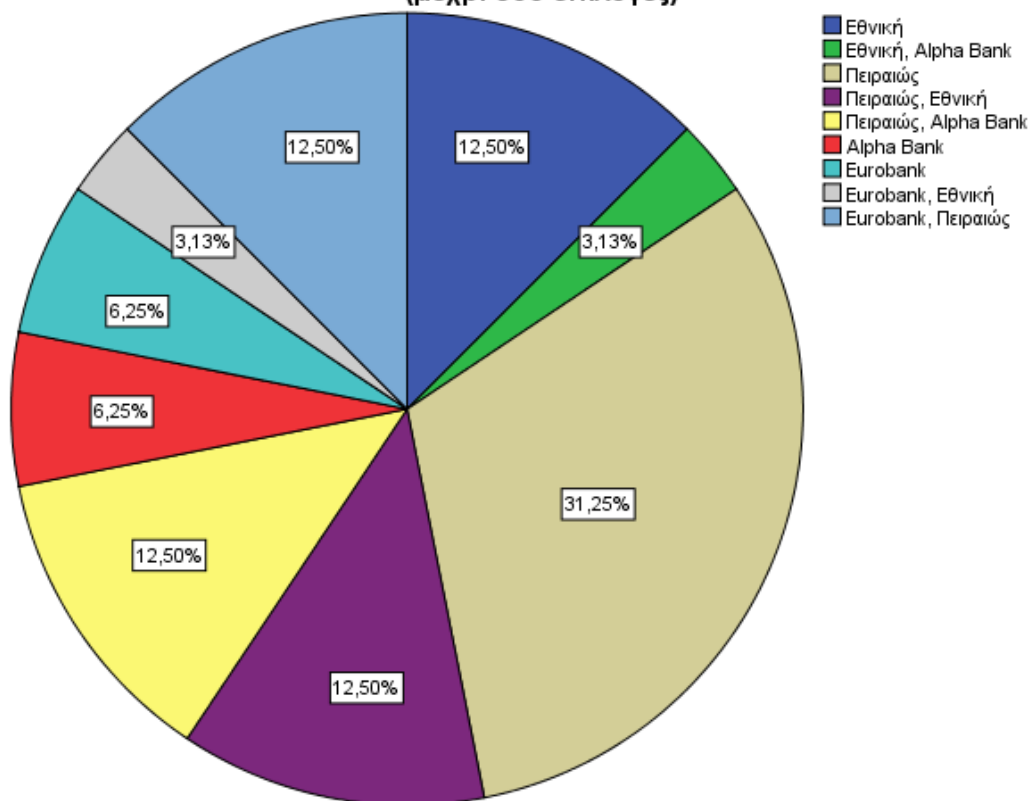
Πέμπτη ερώτηση σχετικά με τα δημογραφικά είναι η ερώτηση που εξετάζεται το ετήσιο εισόδημα που έχουν εκείνοι που συμμετέχουν. Το μεγαλύτερο ποσοστό είναι των ατόμων που έχουν κατά μέσο όρο ετήσια εισοδήματα από 5.001€ μέχρι και 15.000€. Το αμέσως επόμενο ποσοστό είναι εκείνο των ατόμων που κατά μέσο όρο έχουν εισοδήματα μικρότερα από 5.000€. Στην συνέχεια ακολουθεί η ομάδα των ατόμων που έχουν εισοδήματα από 30.001€ και πάνω. Υπήρχε ωστόσο κι ένα άτομο το οποίο δεν έδωσε καμία απάντηση και η απάντηση του οποίου μπορεί να άλλαξε τα δεδομένα που έχουν καταγραφεί.

5. Ετήσιο Εισόδημα



Η πρώτη ερώτηση αυτής της κατηγορίας εξετάζει τις τράπεζες με τις οποίες πραγματοποιούν οι ερωτώμενοι τις συναλλαγές τους τις περισσότερες φορές. Από τα αποτελέσματα προκύπτει πως κατά κύριο λόγο οι περισσότεροι πραγματοποιούν τις συναλλαγές τους μέσω της τράπεζας Πειραιώς. Το ποσοστό αυτό φτάνει κατά μέσο όρο να αγγίξει το 31,25%.

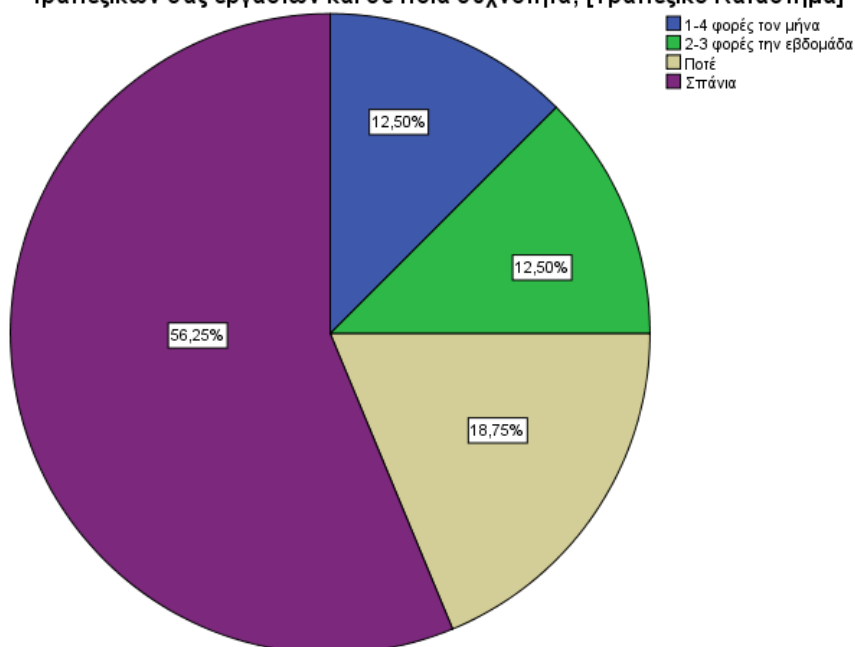
1. Με ποιες τράπεζες πραγματοποιείτε τις περισσότερες συναλλαγές σας; (μέχρι δύο επιλογές)



Το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό έχουν από κοινού οι τράπεζες Εθνική και Eurobank ατομικά. Όμως το ίδιο ποσοστό συγκεντρώνει και η απάντηση εκείνων που πραγματοποιούν τις περισσότερες συναλλαγές τους στις τράπεζες Πειραιώς και Εθνική και εκείνοι που τις πραγματοποιούν μέσω των τραπεζών Πειραιώς και Alpha από κοινού.

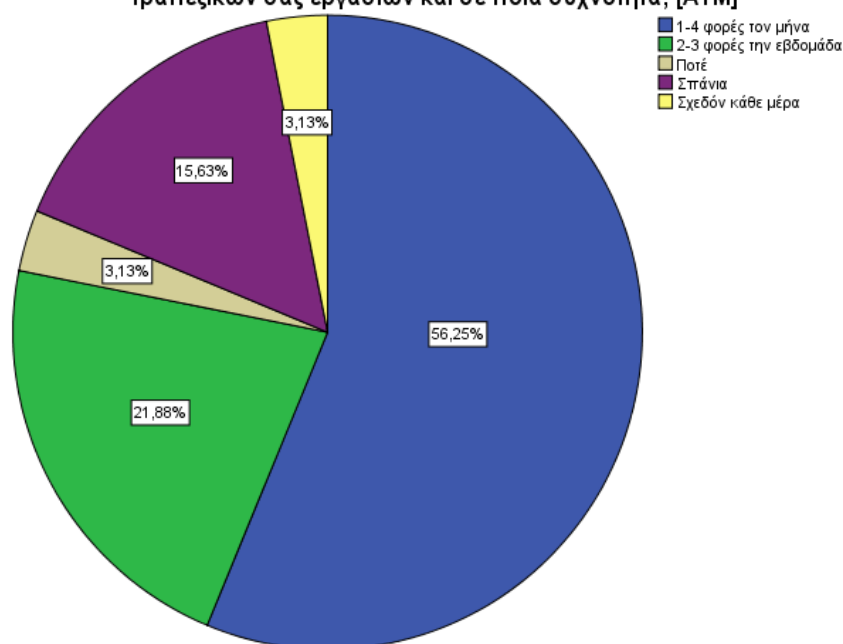
Η δεύτερη ερώτηση αυτής της κατηγορίας ερωτήσεων ασχολείται με την συχνότητα που πραγματοποιούν τις συναλλαγές τους οι ερωτηθέντες, αλλά και με την συχνότητα. Στην περίπτωση αυτή εξετάζεται πρώτα η μέθοδος της χρήσης κάποιου τραπεζικού καταστήματος, όπου από τα αποτελέσματα φαίνεται πως πρόκειται για μια μέθοδο η οποία χρησιμοποιείται από τους περισσότερους σπάνια, ενώ στην συνέχεια ακολουθεί η απάντηση ποτέ. Οι υπόλοιπες απαντήσεις έχουν λάβει το ίδιο ποσοστό απαντήσεων κατά μέσο όρο καθώς έχουν φτάσει να κατέχουν ποσοστό 12,5% καθεμία απ' αυτές.

2. Ποιες από τις παρακάτω μεθόδους επιλέγετε για την πραγματοποίηση των τραπεζικών σας εργασιών και σε ποια συχνότητα; [Τραπεζικό Κατάστημα]



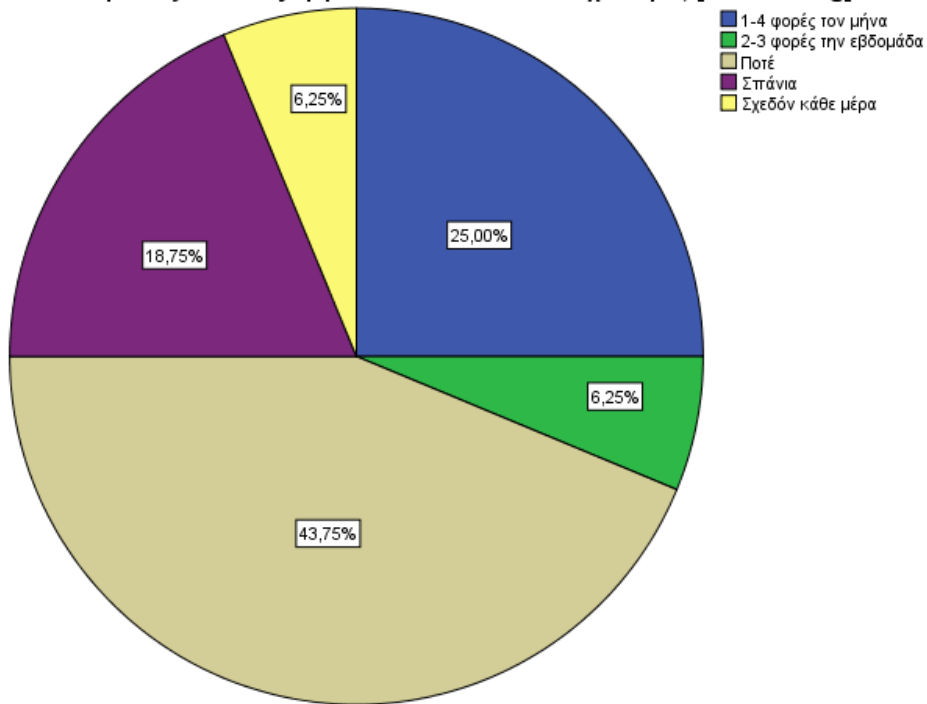
Η επόμενη μέθοδος, αυτή της χρήσης του αυτόματου μηχανήματος ανάληψης χρημάτων (ATM) χρησιμοποιείται πιο τακτικά, αφού το μεγαλύτερο κατά μέσο όρο ποσοστό απάντησε πως χρησιμοποιεί αυτά τα μηχανήματα 1 – 4 φορές το μήνα. Το ποσοστό αυτό επίσης είναι πάρα πολύ υψηλό, καθώς κατόρθωσε να συγκεντρώσει το 56,25%. Η επόμενη απάντηση που συγκέντρωσε το μεγαλύτερο ποσοστό ήταν εκείνη των ατόμων που απάντησαν ότι το χρησιμοποιούν από 2 – 3 φορές την εβδομάδα και λίγο μικρότερο ήταν το ποσοστό εκείνων που απάντησαν πως το χρησιμοποιούν σπάνια. Ένα άτομο την φορά απάντησε πως πρόκειται για μια μέθοδο την οποία χρησιμοποιεί σχεδόν κάθε μέρα, πρώτη απάντηση, και ποτέ, δεύτερη απάντηση.

2. Ποιες από τις παρακάτω μεθόδους επιλέγετε για την πραγματοποίηση των τραπεζικών σας εργασιών και σε ποια συχνότητα; [ATM]



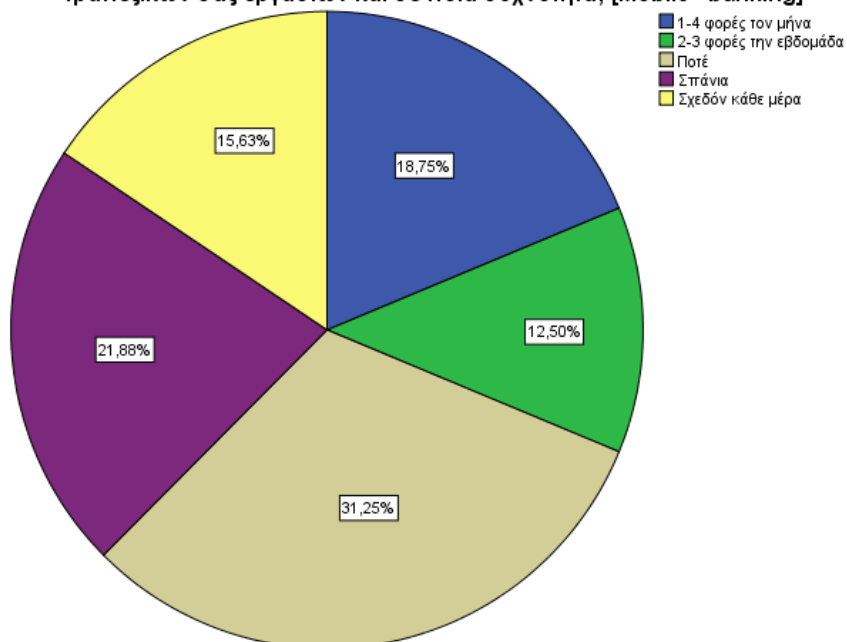
Η τρίτη μέθοδος που μελετάται είναι αυτή του PC- banking, η οποία δεν χρησιμοποιείται ποτέ, σύμφωνα με το μεγαλύτερο κατά μέσο όρο ποσοστό που συγκεντρώθηκε. Η δεύτερη απάντηση που συγκέντρωσε το αμέσως μεγαλύτερο ποσοστό υπό αυτούς τους όρους είναι η απάντηση 1 – 4 φορές τον μήνα, κάτι που δείχνει ότι αποτελεί κομμάτι ως ένα βαθμό των ατόμων που ρωτήθηκαν, αλλά και ότι πρόκειται για μια συνήθεια που έχει αρχίσει να αποτελεί κομμάτι της καθημερινότητας του ενός τετάρτου από τα άτομα του δείγματος. Στην συνέχεια όμως ακολουθεί η απάντηση εκείνων που είπαν πως πρόκειται για μια διαδικασία την οποία δεν χρησιμοποιούν παρά μόνο σπάνια. Η διαφορά που υπάρχει μεταξύ των αποτελεσμάτων 1 – 4 φορές τον μήνα και της απάντησης σπάνια είναι σχετικά μικρή καθώς φτάνει το 6,25%. Το μικρότερο ποσοστό συγκεντρώνουν οι απαντήσεις σχεδόν κάθε μέρα και 2 – 3 φορές την εβδομάδα, οι οποίες έχουν το ίδιο κατά μέσο όρο ποσοστό συγκεντρώσει.

2. Ποιες από τις παρακάτω μεθόδους επιλέγετε για την πραγματοποίηση των τραπεζικών σας εργασιών και σε ποια συχνότητα; [PC-banking]

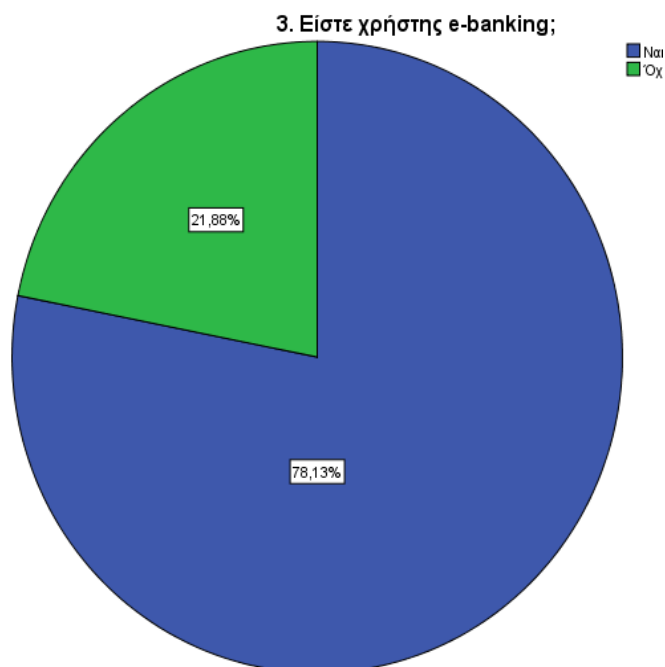


Η τελευταία μέθοδος, της οποίας η συχνότητα χρήσης εξετάζεται, είναι το mobile 0 banking. Πρόκειται για την μέθοδο της οποίας το μεγαλύτερο κατά μέσο όρο ποσοστό είναι άτομα που δεν την χρησιμοποιούν ποτέ. Στην δεύτερη θέση βρίσκονται τα άτομα που χρησιμοποιούν την συγκεκριμένη υπηρεσία σπάνια, τρίτοι έρχονται εκείνοι που χρησιμοποιούν την υπηρεσία αυτή 1 – 4 φορές τον μήνα. Το μικρότερο ποσοστό συγκεντρώνουν εκείνοι που χρησιμοποιούν την υπηρεσία αυτή 2 – 3 φορές την εβδομάδα.

2. Ποιες από τις παρακάτω μεθόδους επιλέγετε για την πραγματοποίηση των τραπεζικών σας εργασιών και σε ποια συχνότητα; [Mobile - banking]

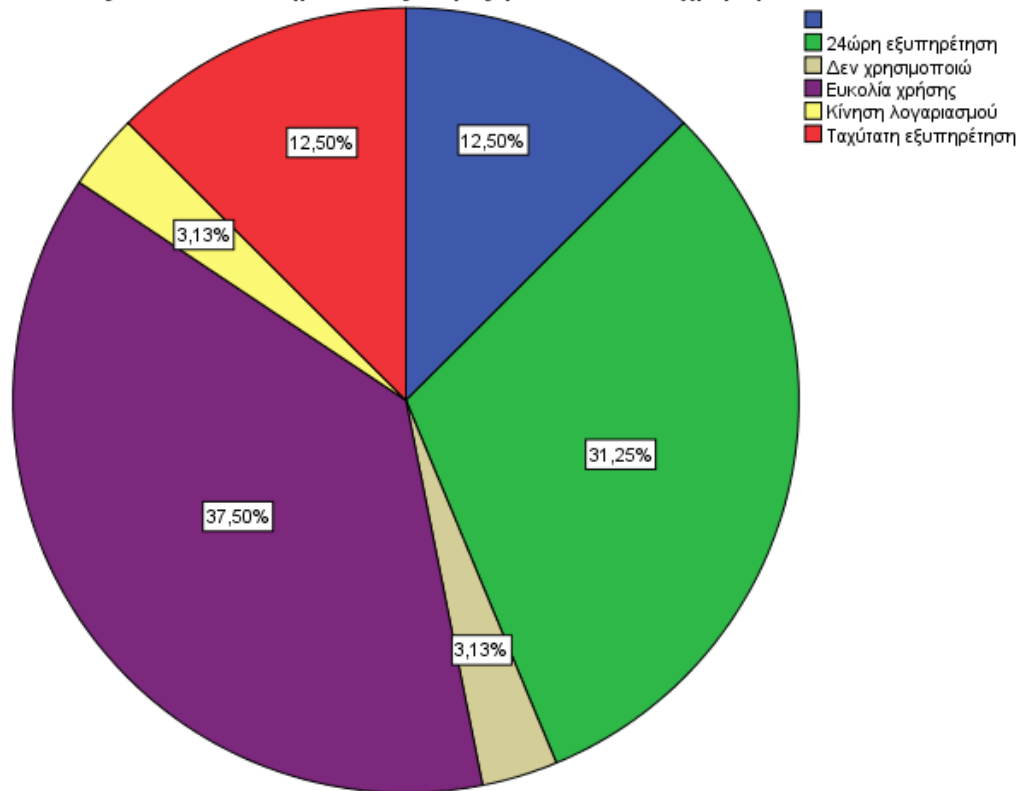


Σύμφωνα με τις απαντήσεις που συγκεντρώθηκαν στην τρίτη ερώτηση το μεγαλύτερο ποσοστό, κατά μέσο όρο, των ατόμων που συμμετείχαν ήταν άτομα που χρησιμοποιούν την υπηρεσία e-banking. Αναφερόμενοι στο μεγαλύτερο ποσοστό γίνεται λόγος για το 78,13%.



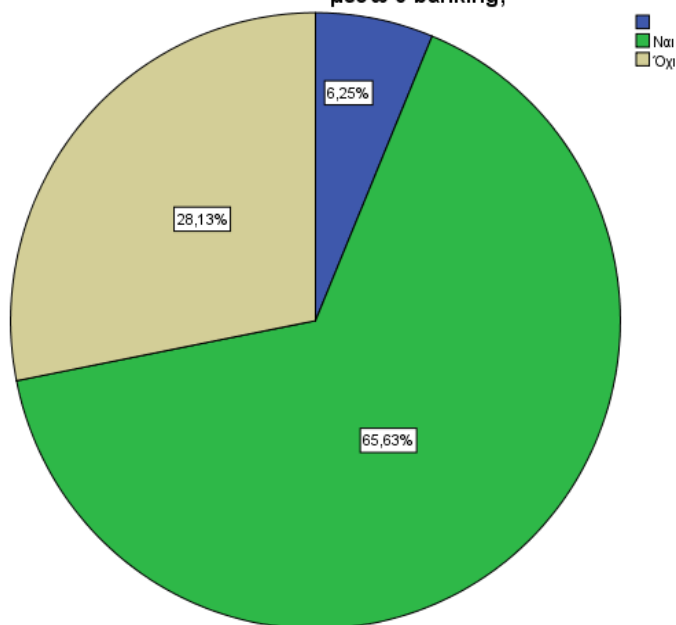
Στην τέταρτη ερώτηση, περί του λόγου για τον οποίο χρησιμοποιούν αυτοί οι άνθρωποι την υπηρεσία e-banking ο βασικότερος λόγος είναι το ότι είναι εύκολη στην χρήση και το ποσοστό που είχε αυτή η απάντηση ήταν 37,5%. Ο δεύτερος σημαντικός λόγος για τον οποίο οι χρήστες προτιμούν την συγκεκριμένη υπηρεσία είναι πως πρόκειται για μια υπηρεσία που μπορεί να τους εξυπηρετήσει επί 24ώρου βάσεως. Σημαντική προσοχή θα πρέπει να δοθεί ωστόσο στο γεγονός ότι 4 άτομα, ήτοι το 12,5% του δείγματος δεν έδωσε κάποια απάντηση, όμως την ίδια στιγμή ένα άλλο 12,5% απάντησε πως το χρησιμοποιεί επειδή του προσφέρει ταχύτατη εξυπηρέτηση.

4. Ποιός είναι ο πιο σημαντικός λόγος για τον οποίο χρησιμοποιείτε το e-banking;



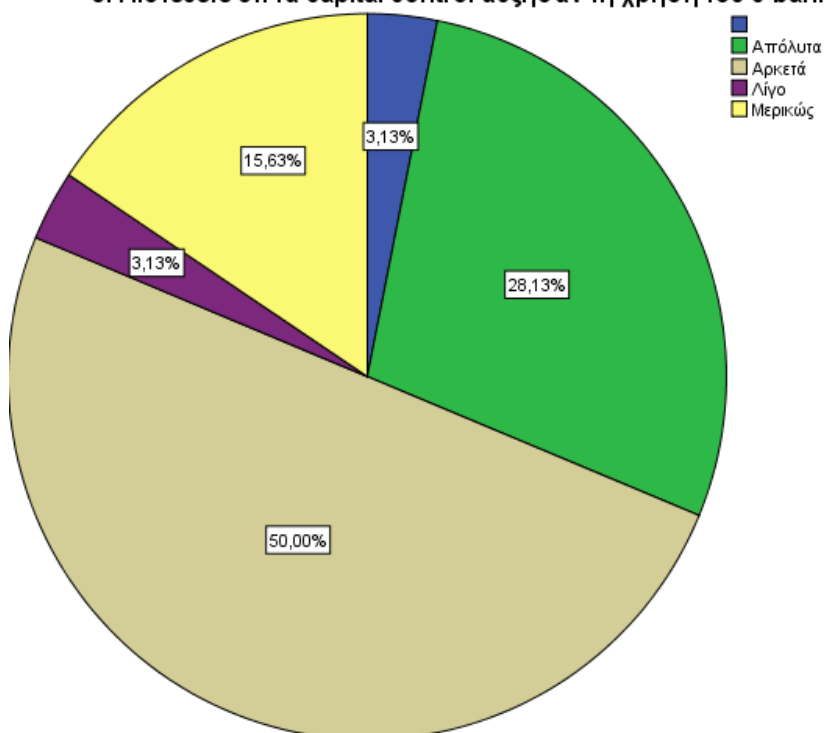
Το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα απάντησε πως χρησιμοποιεί τέτοιες υπηρεσίες και την ίδια στιγμή δήλωσε πως ο λόγος για τον οποίο την χρησιμοποιεί είναι ο χρόνος που μπορεί να εξοικονομήσει και το γεγονός ότι γενικά δεν χρειάζεται να ανησυχεί για το ζήτημα του χρόνου και το ότι μπορεί να κλείσει η τράπεζα και να μην εξυπηρετηθεί. Φαίνεται επίσης πως πρόκειται για μια διαδικασία η οποία πιστεύουν πως μπορεί να τους εξυπηρετήσει και να τους βοηθήσει να πραγματοποιήσουν όλες τις συναλλαγές τους μέσω της χρήσης του e-banking. Το ποσοστό που έχει αυτή την εντύπωση είναι το 65,63%, ενώ την ίδια στιγμή 2 άτομα δεν έχουν δώσει καμία απάντηση, οι απαντήσεις αυτές δεν μπορούν να επηρεάσουν την τελική εικόνα που σχηματίζεται, όμως θα μπορούσαν να επηρεάσουν την διαφορά που υπάρχει μεταξύ των δύο ομάδων και είτε να την μειώσουν, είτε να την αυξήσουν.

5. Θα μπορούσατε να πραγματοποιήσετε όλες τις τραπεζικές σας συναλλαγές μέσω e-banking;



Η πίστη των ερωτηθέντων σχετικά με την επιρροή που είχαν τα capital controls στην χρήση του e-banking είναι ως επί το πλείστον ότι αυτή, η επιρροή, είναι αρκετή κι αυτό φαίνεται από το γεγονός ότι το μισό δείγμα έδωσε την συγκεκριμένη απάντηση και μ' αυτό τον τρόπο αυτή η απάντηση κατακτά την πρώτη θέση. Την απάντηση που κατακτά την δεύτερη θέση είναι περισσότερο πολωμένη καθώς πιστεύουν πως τα capital control έχουν επηρεάσει απόλυτα την χρήση του e-banking. Στην συνέχεια, την επόμενη θέση κατέχει η απάντηση μερικώς και τελευταία έρχεται η απάντηση λίγο.

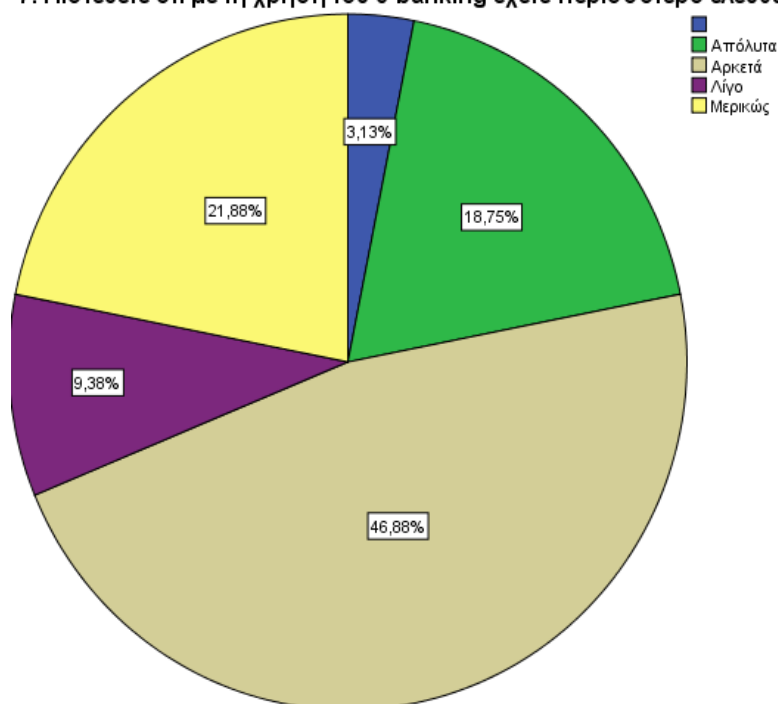
6. Πίστευετε ότι τα capital control αύξησαν τη χρήση του e-banking;



Και σ' αυτή την περίπτωση υπάρχει μια περίπτωση όπου δεν έχει δοθεί καμία απάντηση. Από τα αποτελέσματα αυτής της απάντησης φαίνεται πως η ηπιότερες απαντήσεις έχουν τις λιγότερες απαντήσεις κατά μέσο όρο. Συνδυάζοντας αυτό το γεγονός με το ότι το μεγαλύτερο τμήμα του δείγματος απάντησε πως χρησιμοποιεί το e-banking μπορεί να υποθεθεί πως πρόκειται για μια υπηρεσία που χρησιμοποιείται περισσότερο τον τελευταίο καιρό εξαιτίας των capital controls που έχουν εφαρμοστεί τον τελευταίο καιρό στην χώρα.

Η χρήση του e-banking σύμφωνα με τους περισσότερους είναι μια υπηρεσία που τους προσφέρει την δυνατότητα να εξοικονομήσουν αρκετό χρόνο, κι αυτό το ποσοστό είναι λίγο μικρότερο του 50%. Στην δεύτερη θέση βρίσκεται η ομάδα των ατόμων που πιστεύει ότι η χρήση του e-banking μπορεί να τους βοηθήσει μερικώς να εξοικονομήσουν ελεύθερο χρόνο. Η απάντηση εκείνων που πιστεύουν απόλυτα ότι μπορεί να τους βοηθήσει να εξοικονομήσουν περισσότερο ελεύθερο χρόνο αποτελεί το 18,75% και έρχεται τρίτη στην κατάταξη των απαντήσεων. Υπάρχει ωστόσο κι ένα ποσοστό 3,13%, μια απάντηση δηλαδή, που δεν δόθηκε στην συγκεκριμένη περίπτωση.

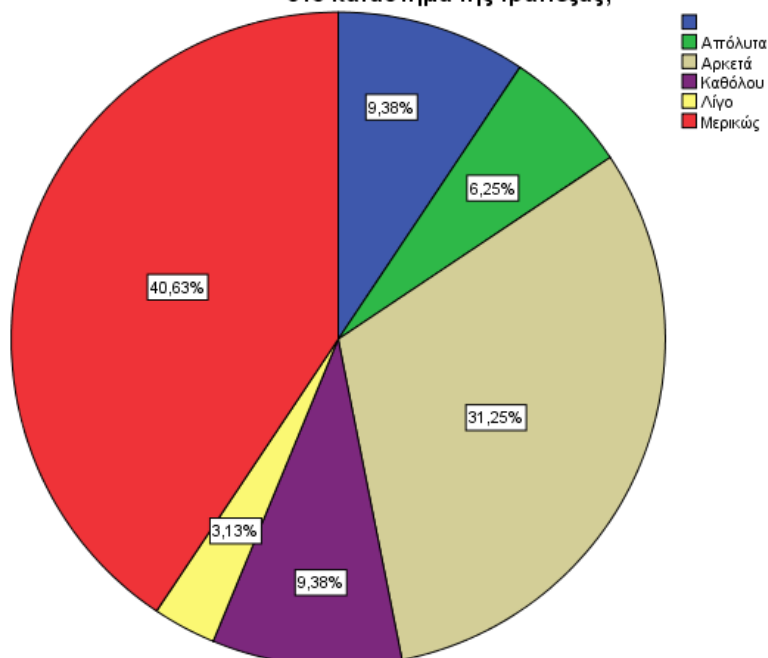
7. Πιστεύετε ότι με τη χρήση του e-banking έχετε περισσότερο ελεύθερο χρόνο;



Η τελευταία ερώτηση σχετικά με τις τραπεζικές υπηρεσίες ζητάει την γνώμη των ερωτηθέντων σχετικά με το αν πιστεύουν πως η χρήση του e-banking τους προσφέρει περισσότερα προνόμια απ' ότι η επίσκεψη ενός υποκαταστήματος της τράπεζας. Στην συγκεκριμένη ερώτηση το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε πως πιστεύει μερικώς ότι υπάρχουν περισσότερα προνόμια σ' αυτή την περίπτωση, στην συνέχεια ωστόσο το επόμενο μεγαλύτερο ποσοστό, κατά μέσο όρο, απάντησε πως πρόκειται για μια διαδικασία που έχει αρκετά περισσότερα προνόμια απ' ότι η επίσκεψη σ' ένα κατάστημα. Το μικρότερο ποσοστό των απαντήσεων συγκεντρώνει η απάντηση λίγο,

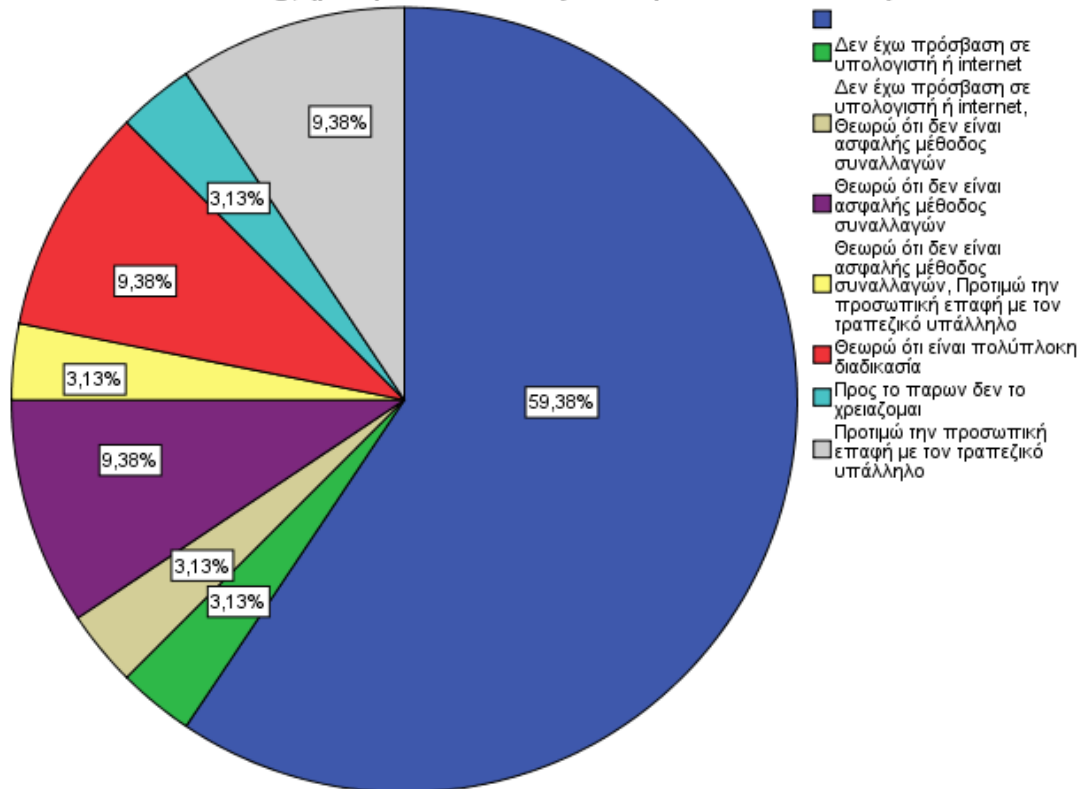
που δείχνει ότι οι συμμετέχοντες πιστεύουν ότι δεν υπάρχει ιδιαίτερη διαφορά μεταξύ της επίσκεψης σ' ένα υποκατάστημα και στην χρήση της υπηρεσίας e-banking. Ακόμη και σ' αυτή την ερώτηση υπάρχει ένα ποσοστό 9,38 που δεν έχει δώσει καμία απάντηση.

8. Πιστεύετε ότι με τη χρήση του e-banking έχετε περισσότερα προνόμια από ότι στο κατάστημα της τράπεζας;



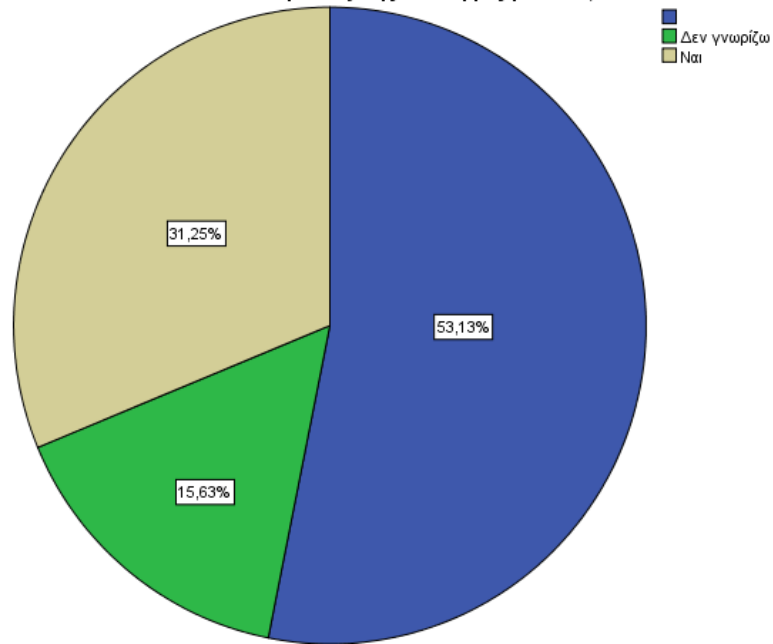
Στην τελευταία ομάδα των ερωτήσεων, αυτές που αφορούν τα άτομα που δεν χρησιμοποιούν το e-banking η πρώτη ερώτηση ζητούσε από τους ερωτηθέντες να απαντήσουν για ποιους λόγους δεν χρησιμοποιούν την συγκεκριμένη υπηρεσία. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων δεν απάντησε στην συγκεκριμένη ερώτηση, όπως φαίνεται από το γράφημα. Ωστόσο ο σημαντικότερος λόγος είναι το ότι προτιμούν την προσωπική επαφή με τον τραπεζικό υπάλληλο, καθώς αυτή η απάντηση συγκεντρώνει το 9,38 των απαντήσεων. Ποσοστό που επίσης συγκεντρώνουν και οι απαντήσεις θεωρώ ότι δεν είναι ασφαλής τρόπος συναλλαγών και η απάντηση θεωρώ ότι είναι πολύπλοκη διαδικασία. Από τα αποτελέσματα αυτά φαίνεται ότι η διαπροσωπική επαφή και η ασφάλεια, αλλά και η ευκολία χρήσης αποτελούν σημαντικούς παράγοντες, που επηρεάζουν την χρήση τέτοιων υπηρεσιών.

1. Για ποιους από τους παρακάτω λόγους επιλέγετε να μην χρησιμοποιείτε το e-banking; (μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από ένα)



Στην συνέχεια το μεγαλύτερο ποσοστό απαντήσεων, που δόθηκαν, συγκεντρώνουν όλες οι άλλες απαντήσεις καθώς αυτές έχουν λάβει τον ίδιο αριθμό απαντήσεων. Στην προκειμένη περίπτωση ωστόσο πρέπει να τονιστεί πως δεν υπάρχει καμία απάντηση που να λέει ότι ο λόγος για τον οποίο δεν χρησιμοποιούν το e-banking είναι πως δεν έχουν γνώσεις υπολογιστή. Στην τελευταία ερώτηση της ομάδας, αλλά και ολόκληρης της έρευνας, που ρωτάει τους συμμετέχοντες αν θα χρησιμοποιούσαν το e-banking στο μέλλον το μεγαλύτερο ποσοστό δεν έδωσε κάποια απάντηση, ενώ λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι δεν υπάρχει καμία αρνητική απάντηση, είναι ικανοποιητικό το γεγονός ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων απάντησε θετικά φέρνοντας έτσι στην τελευταία θέση εκείνους που απάντησαν πως δεν ξέρουν αν θα χρησιμοποιούσαν το e-banking στο εγγύς μέλλον.

2. Σκοπεύετε να χρησιμοποιήσετε κάποιες από τις μεθόδους ηλεκτρονικής τραπεζικής στο εγγύς μέλλον;



Από τα αποτελέσματα της τελευταίας ομάδας ερωτήσεων προκύπτει το συμπέρασμα πως το εγγύς μέλλον είναι ιδιαίτερα θετικό για το e-banking καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό πιστεύει πως θα το χρησιμοποιήσει τότε. Όμως αυτό θα είναι κάτι δύσκολο καθώς ο κύριος λόγος για τον οποίο δεν το χρησιμοποιούν είναι η έλλειψη ασφάλειας, κάτι το οποίο απασχολεί ακόμη κι αυτούς που το χρησιμοποιούν, κι αυτό φαίνεται από το γεγονός ότι το ποσοστό εκείνων που το χρησιμοποιούν είναι μεγαλύτερο από το ποσοστό των ατόμων που δεν έδωσαν καμία απάντηση. Συνεπώς άτομα που απάντησαν στην ερώτηση σχετικά με τους λόγους για τους οποίους δεν το χρησιμοποιούν ήταν και άτομα που το χρησιμοποιούν, αλλά και πάλι δεν το εμπιστεύονται. Κι αυτό φαίνεται μέσα από τα αναλυτικά αποτελέσματα όπου εκεί φαίνεται πως τα 2/3 των ατόμων που απάντησαν πως δεν νιώθουν ασφάλεια δήλωσαν επίσης πως χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για να πραγματοποιήσουν τις συναλλαγές τους ηλεκτρονικά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από το σύνολο των δημογραφικών απαντήσεων τα βασικά χαρακτηριστικά που αυτό έχει είναι ότι πρόκειται κυρίως για άνδρες, ηλικίας 18 – 25 που στην πλειονότητά τους έχουν ολοκληρώσει τις σπουδές τους σε κάποια σχολή ΑΕΙ ή ΤΕΙ, εργάζονται και τα εισοδήματά τους είναι στην πλειοψηφία από 5.001€ μέχρι και 15.000€. Με την ολοκλήρωση της ανάλυσης του συγκεκριμένου κύκλου ερωτήσεων η έρευνα συνεχίζει με την παρουσίαση και την ανάλυση των αποτελεσμάτων της ομάδας των ερωτήσεων που εξετάζουν τις προτιμήσεις του δείγματος σχετικά με τις τράπεζες.

Συνοπτικά από τα αποτελέσματα της δεύτερης ομάδας ερωτήσεων προκύπτει πως οι περισσότεροι χρησιμοποιούν την τράπεζα Πειραιώς προκειμένου να μπορέσουν να διεκπεραιώσουν της τραπεζικές τους υποχρεώσεις, επίσης χρησιμοποιούν την υπηρεσία e-banking, ενώ ποτέ δεν χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες PC-banking και Mobile – banking και τα τραπεζικά καταστήματα τα επισκέπτονται σπάνια και τα μηχανήματα αυτόματης ανάληψης τα χρησιμοποιούν 1 – 4 φορές το μήνα προκειμένου να μπορέσουν να εξυπηρετηθούν στον συγκεκριμένο τομέα. Άλλο ένα χαρακτηριστικό που προκύπτει για το συγκεκριμένο δείγμα μέσα από την ανάλυση των ερωτήσεων της δεύτερης ομάδας είναι ότι τα τραπεζικά καταστήματα δεν τα επισκέπτονται ποτέ καθημερινά οι συμμετέχοντες, τα μηχανήματα αυτόματης ανάληψης συγκεντρώνουν το μικρότερο ποσοστό στην απάντηση σχεδόν κάθε μέρα και το Mobile – banking έχει το μεγαλύτερο ποσοστό στην απάντηση σχεδόν κάθε μέρα. Ο σημαντικότερος λόγος για τον οποίο χρησιμοποιούν το e-banking οι συμμετέχοντες είναι πως είναι εύκολο στην χρήση, πιστεύουν επίσης πως πρόκειται για μια υπηρεσία που μπορεί να τους βοηθήσει να πραγματοποιήσουν όλες τους τις συναλλαγές, τα capital control σύμφωνα με την γνώμη της πλειοψηφίας έχουν επηρεάσει αρκετά την χρήση του e-banking και έχουν συμβάλει αρκετά στην εξοικονόμηση χρόνου. Ωστόσο τα προνόμια που προσφέρει το e-banking είναι μερικώς περισσότερα από αυτά που προσφέρει ένα κατάστημα.

Στην συγκεκριμένη ομάδα ερωτήσεων είναι σημαντικό να αναφερθεί πως δεν υπάρχουν καθόλου απαντήσεις σε κάποιες περιπτώσεις. Τέτοιες περιπτώσεις είναι η απάντηση χαμηλό κόστος συναλλαγών στην ερώτηση σχετικά με τους λόγους για τους οποίους εκείνοι προτιμούν να χρησιμοποιούν το e-banking, επίσης δεν υπάρχει η απάντηση καθόλου ως προς το αν τα capital control έχουν επηρεάσει την χρήση του e-banking, όπως η ίδια απάντηση δεν υπάρχει στην ερώτηση σχετικά με τον περισσότερο ελεύθερο χρόνο που προσφέρει η χρήση του e-banking.

Από τα αποτελέσματα που προέκυψαν στην τελευταία ομάδα το συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι όσοι δεν χρησιμοποιούν το e-banking στην πλειοψηφία τους το κάνουν αυτό για κάποιον άλλο λόγο, εκτός αυτών που μελετήθηκαν, ενώ το μεγαλύτερο μέρος επίσης δεν έδωσε καμία απάντηση σχετικά με το αν θα προβεί στην χρήση του μελλοντικά.

5.2 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Το e-banking είναι ένα εργαλείο το οποίο εξυπηρετεί πολλούς ανθρώπους καθημερινά, όμως αυτό είναι κάτι το οποίο δεν χρησιμοποιούν όλοι και συνεπώς δεν ισχύει για όλους. Από το γεγονός ότι δεν χρησιμοποιούν όλοι το e-banking γίνεται φανερό πως δεν έχει υπάρξει η κατάλληλη ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού, κάτι που σημαίνει ότι από την μεριά των τραπεζών δεν έχει δοθεί η δέουσα προσοχή προκειμένου να μπορέσουν να προωθήσουν την συγκεκριμένη υπηρεσία, ενημερώνοντας τους καταναλωτές μέσα από τα διάφορα μέσα επικοινωνίας.

Προκειμένου να μπορέσουν να προωθήσουν την συγκεκριμένη υπηρεσία καλύτερα οι τράπεζες θα ήταν καλύτερα να διαφημίσουν περισσότερο την συγκεκριμένη υπηρεσία. Για να είναι ωστόσο περισσότερο αποτελεσματική η διαφήμιση αυτής της υπηρεσίας θα μπορούσαν οι τράπεζες να αξιοποιήσουν τα διάφορα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και να ενημερώσουν τους καταναλωτές για την αξία που έχει η υπηρεσία e-banking. Τονίζοντας τα πλεονεκτήματα που μπορεί να απολαύσει ένας καταναλωτής μέσα από την χρήση του e-banking, όπως είναι η εξοικονόμηση του χρόνου, οι τράπεζες έχουν την δυνατότητα να ελκύσουν τους καταναλωτές και να κατορθώσουν να αυξήσουν τον αριθμό εκείνων που εξυπηρετούν.

Για να μπορέσουν επίσης να δελεάσουν τους καταναλωτές να χρησιμοποιήσουν την υπηρεσία e-banking οι τράπεζες έχουν την δυνατότητα να δημιουργήσουν πακέτα υπηρεσιών, στα οποία θα προσφέρουν κάποια υπηρεσία επιθυμητή στους καταναλωτές, η οποία χρησιμοποιείται και από πάρα πολλούς επίσης. Μέσα από την δημιουργία πακέτων που θα προσφέρουν κάποια υπηρεσία που έχει ζήτηση από την πλευρά των καταναλωτών και της υπηρεσίας e-banking οι τράπεζες έχουν την δυνατότητα να δελεάσουν τους καταναλωτές να χρησιμοποιήσουν την συγκεκριμένη υπηρεσία, ενώ την ίδια στιγμή μπορούν μ' αυτό τον τρόπο να τους ενημερώσουν για την ύπαρξη της συγκεκριμένης υπηρεσίας.

Εκτός αυτών των πιθανών λύσεων για ενημέρωση και πληροφόρηση των καταναλωτών προκειμένου να προωθηθεί η υπηρεσία e-banking, μια πιθανή λύση είναι η δημιουργία ενημερωτικών φυλλαδίων, τα οποία θα διανέμονται στους καταναλωτές που αποφασίζουν να απευθυνθούν σε κάποιον τραπεζικό υπάλληλο προκειμένου να μπορέσουν να πραγματοποιήσουν τις συναλλαγές τους και τα οποία φυλλάδια θα τα προσφέρουν και οι ίδιοι οι τραπεζικοί υπάλληλοι στους καταναλωτές προκειμένου να μπορέσουν να προωθήσουν μ' αυτό τον τρόπο και οι ίδιοι οι εργαζόμενοι των τραπεζών την υπηρεσία.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Αγγελής Β. (2005), «Η βίβλος του e- banking», εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών
- Παπαθανασίου Ελευθέριος Α., 2015, Εισαγωγή στις νέες τεχνολογίες
- Δ. Τζήμας, Μ. Χανδρινός, Ε. Καραβαγγέλης, 2013, Η Ανάπτυξη της Διαδικτυακής Τραπεζικής (e-banking) στην Ελλάδα: η Σημασία του Διαδικτυακού Καναλιού Διανομής και οι Προοπτικές του σε Σχέση με το Φυσικό Κανάλι Διανομής των Τραπεζικών Προϊόντων
- Κράπης Βασίλειος 2007, ‘Η Ηλεκτρονική Τραπεζική ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στη σύγχρονη δικτυακή οικονομία’ Pp 11-12.
- Πετράκης, Μ. (2006) *Έρευνα Μάρκετινγκ* Σταμούλης Αθήνα
- Σεντρίκ Ανζλέρ, 2015, Το e banking και οι κίνδυνοι από τους χάκερ, άρθρο στον ιστότοπο euronews.gr
- Σιώμκος, Γ.Ι., Βασιλικοπούλου, Α.Ι. (2009) *Εφαρμογή μεθόδων ανάλυσης στην έρευνα αγοράς* Σταμούλης Αθήνα
- Σιώμκος, Γ. Ι., Μαύρος, Δ. (2008) *Έρευνα αγοράς* Σταμούλης Αθήνα

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Ahmad, A. M. K., & Al-Zu’bi, H. A. (2011). E-banking functionality and outcomes of customer satisfaction: an empirical investigation. *International Journal of Marketing Studies*, 3(1), p50.
- Akinci, S., Aksoy, S., & Atilgan, E. (2004). Adoption of internet banking among sophisticated consumer segments in an advanced developing country. *International Journal of Bank Marketing*, 22(3), 212-232.
- Al-Fahim, N. H. (2012). Factors Affecting the Adoption of Internet Banking Amongst IUM’s students: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 17(3).

- Basdekis I., Klironomos I., Metaxas I. and Stephanidis C.,2010, An overview of web accessibility in Greece: a comparative study 2004-2008.
- Chawla, S., & Sehgal, R. (2012). An Empirical Analysis of the Awareness and Satisfaction Level of Internet Banking Users with Respect to Demographic Profile. The IUP Journal of Marketing Management, 11(1), 62-83.
- Chong, A. Y. L., Ooi, K. B., Lin, B., & Tan, B. I. (2010). Online banking adoption: an empirical analysis. International Journal of Bank Marketing, 28(4), 267-287.
- McDowell, Mindi, 2013, «Understanding Hidden Threats: Rootkits and Botnets».
- Robson, C. (2010) *Η έρευνα του πραγματικού κόσμου* Δεύτερη έκδοση συμπληρωμένη μετάφραση Νταλάκου, Β., Βασιλικού, Κ. GUTENBERG Αθήνα
- Vincentas,2013,"Malware in SpyWareLoop.com". Spyware Loop

Άρθρα

- Καραγεώργου Έφ. (2011) Capital «Οι τράπεζες "ρίχνουν βάρος" στο e-banking»
- Λίλυ Σπυροπούλου, 2016, Τα οφέλη των τραπεζικών συναλλαγών μέσω διαδικτύου και η ραγδαία "ψηφιακή εκπαίδευση" στο τομέα του e-banking στην Ελλάδα, άρθρο στον ιστότοπο news247.gr
- Νατάσα Φραγκούλη, 2015, Οι Έλληνες καταναλωτές υιοθετούν το e-banking και οι τράπεζες το ενισχύουν, άρθρο στον ιστότοπο kerdos.gr

Ιστοσελίδες

- <https://www.safeinternetbanking.be/en/fraud-techniques/phishing>
- http://www.infosoc.gr/infosoc/elGR/services/elibrary/thesmiko_plaisio/observatory_opis/

- <http://www.piraeusbank.gr/el/idiwtes/trapezikes-ypiresies/e-banking>
- <https://www.nbg.gr/el/i-bank/retail/internet-banking>
- https://www.alpha.gr/e-banking/gr/upiresies/alpha-web-banking/?gclid=Cj0KEQIAzNfDBRD2xKrO4pSnnOkBEiQAbzzeQQyBlQhQ5NH3ec8TuIgSiobhbZHiEt95z5_6suEGQYIaAnC78P8HAQ
- <https://ebanking.eurobank.gr/ebanking/login.faces>