

**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ**  
**ΣΤΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ**

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΘΕΜΑ: «ΠΡΩΘΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΟΝ**  
**ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΧΩΡΟ ΚΑΙ Η ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ**  
**ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ»**



**ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: ΛΟΥΛΑΚΗ ΝΙΚΗ 10/05**

**ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΒΛΑΧΟΠΟΥΛΟΥ ΜΑΡΩ**

**ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2010**

**ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ**

ΣΥΝΟΨΗ.....	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	5
ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ.....	6
1. Το E- BANKING ΚΑΙ ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΟΥ.....	8
1.1 Phone banking.....	9
1.2. Internet-banking.....	11
1.2.1 Εικόνα θέσης -πληροφορίες:.....	11
1.2.2.Μεταφορές κεφαλαίων:.....	12
1.2.3.Πληρωμές.....	13
1.2.4.Εκτέλεση εντολών.....	15
1.2.5.Αιτήσεις.....	16
1.3. Mobile banking.....	16
2.ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ.....	18
2.1 ΑΠΕΙΛΕΣ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ.....	19
2.2 ΑΣΦΑΛΕΙΑ.....	22
2.2.1.ΚΡΥΠΤΟΓΡΑΦΗΣΗ.....	23
2.2.2.ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΥΠΟΓΡΑΦΗ.....	25
2.2.3.E-TOKEN.....	26
2.2.4.INTERNET FIREWALLS.....	27
2.2.5.SSL-Secure Sockets Layer.....	27
3.ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ E- BANKING.....	29
3.1.Από την πλευρά των τραπεζών.....	29
3.1.1 Πλεονεκτήματα.....	29
3.1.2.Μειονεκτήματα.....	30
3.2.Από την πλευρά των πελατών.....	31
3.2.1.Πλεονεκτήματα.....	31
3.2.2.Μειονεκτήματα.....	32
4.ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ E BANKING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	34
5.ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ.....	39
5.1.ALPHA BANK.....	40
5.2.WINBANK.....	41
5.3.ΕΘΝΙΚΗ.....	44
5.4.EUROBANK.....	44
5.5.ΕΜΠΟΡΙΚΗ BANK.....	48
5.6.ASPIS BANK.....	48
5.7.ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ.....	49
5.8.CITIBANK.....	49
5.9. MARFIN BANK.....	50
5.10. MILLENNIUM BANK.....	50
6.ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ-ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ.....	51
6.1 ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	51
6.2 ΑΝΑΛΥΣΗ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	53
6.2.1 Επισκεψιμότητα ιστοσελίδων των τραπεζών.....	53
6.2.2 Συναλλαγές ανά κατάσταση.....	62

6.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ .....	65
ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	67
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	69

## ΣΥΝΟΨΗ

Στα πλαίσια αυτής της πτυχιακής, σκοπός μας είναι να εξετάσουμε την επισκεψιμότητα στις διάφορες ιστοσελίδες των τραπεζών και κατά πόσο αποτελεσματική είναι η προώθηση του ηλεκτρονικών υπηρεσιών τους.

Για το λόγο αυτό, αρχικά γίνεται μία σύντομη ιστορική αναδρομή της ηλεκτρονικής τραπεζικής και τα διάφορα είδη της και καταγράφονται συνοπτικά οι υπηρεσίες που μπορούν να πραγματοποιηθούν μέσω αυτής. Στη συνέχεια αναφέρονται οι κίνδυνοι και οι απειλές που μπορεί να αντιμετωπίσει ο χρήστης, καθώς και η ασφάλεια που χρησιμοποιούν οι τράπεζες για την αντιμετώπιση αυτών των κινδύνων.

Επίσης γίνεται αναφορά στα πλεονεκτήματα αλλά και στα μειονεκτήματα που παρουσιάζονται από τη χρήση της on line τραπεζικής, τόσο από την πλευρά των χρηστών, όσο και από την πλευρά των τραπεζών. Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι τρόποι με τους οποίους οι τράπεζες προωθούν την χρήση της και ακολουθεί η παρουσίαση των ιστοσελίδων των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων.

Στο τελευταίο κεφάλαιο, αναλύονται τα αποτελέσματα από την έρευνα που πραγματοποιήσαμε για την αποτελεσματικότητα της προώθησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής στον ελληνικό χώρο, εξετάζοντας την επισκεψιμότητα των ιστοσελίδων των μεγαλύτερων τραπεζών. Η συλλογή των απαραίτητων στοιχείων για την εξαγωγή των συμπερασμάτων, συγκεντρώθηκαν κατόπιν αιτήσεων που υποβάλλαμε στις ίδιες τις τράπεζες και από τις ιστοσελίδες alexa.com και compete.com.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι τεράστιες δυνατότητες που προσφέρει η τεχνολογία για την άμεση και συνεχόμενη διασύνδεση της επιχειρηματικής τραπεζικής πελατείας με όλα τα προϊόντα και υπηρεσίες του τραπεζικού συστήματος είναι δεδομένη. Οι νέες αυτές δυνατότητες συμπεριλαμβάνουν στην πιο απλή τους μορφή τις αυτόματες ταμειακές μηχανές, τις ηλεκτρονικές αγορές μέσω καρτών, τις τηλεφωνικές συναλλαγές και ολοκληρώνονται πρόσφατα από την ηλεκτρονική τραπεζική ή όπως διεθνώς είναι γνωστό e- banking μέσω διαδικτύου.

Η σχέση των επιχειρήσεων με τις τράπεζες προσαρμόζεται πλέον στους ρυθμούς με τους οποίους εργάζεται η σύγχρονη, παγκοσμιοποιημένη και συνεχώς ανταγωνιστικότερη οικονομία. Συνεχής λειτουργία επί 24 ώρες και για τις 7 ημέρες της εβδομάδας, με παράλληλη εντυπωσιακή μείωση του χρόνου εκτέλεσης των εντολών με το συνεπακόλουθο περιορισμό του κόστους.

Στην Ελλάδα, μόνο το 49% των ελληνικών επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν internet λαμβάνουν σήμερα υπηρεσίες e-banking. Αντίθετα, διεθνώς το web banking αναδεικνύεται ως ένα από τα ισχυρότερα κίνητρα για την αρχική ηλεκτρονική ενεργοποίηση των επιχειρήσεων.

(Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, (2007), 'Μελέτη των κλάδων Πληροφορικής και Τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα: Κατάσταση και Προοπτικές' [www.observe.gr/files/meletes/TΠΕ\\_Φβ\\_ΠΑΡΑΔ12\\_final.pdf](http://www.observe.gr/files/meletes/TΠΕ_Φβ_ΠΑΡΑΔ12_final.pdf))

Αναδεικνύεται λοιπόν η ανάγκη ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης των ελληνικών επιχειρήσεων σχετικά με το εύρος των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής και κυρίως του web banking και τα οφέλη που μπορούν να έχουν από τη χρήση τους. Ακόμα, αναγκαίο είναι να εντοπιστούν τα εμπόδια που υπάρχουν για την πλήρη ανάπτυξη των υπηρεσιών αυτών στη χώρα μας και να γίνουν προτάσεις για την άρση των εμποδίων αυτών.

## ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

Η ιδέα της τραπεζικής εξυπηρέτησης χωρίς την φυσική παρουσία του πελάτη στον χώρο της τράπεζας, ξεκινά το 1988 όταν στις ΗΠΑ δημιουργούνται ιδιόκτητα δίκτυα τα οποία με την βοήθεια κατάλληλου λογισμικού (το οποίο παρέχεται δωρεάν) δίνουν την δυνατότητα στους πελάτες, της απομακρυσμένης εξυπηρέτησης. Έτσι ξεκινάει το λεγόμενο Home Banking. Στην συνέχεια με την ανακάλυψη και την εξάπλωση του internet τα πράγματα απλουστεύονται καθώς δεν απαιτούνται ούτε ιδιόκτητα δίκτυα αλλά ούτε και εξειδικευμένο λογισμικό τα οποία συνεπάγονται πολύ υψηλό κόστος. 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 ανοίγει τις εικονικές της πύλες και γίνεται ο πρώτος οικονομικός οργανισμός που χρησιμοποιεί το internet ως κύριο κανάλι διανομής των προϊόντων και υπηρεσιών της. Σχεδιάστηκε και αναπτύχθηκε από ένα σχετικά μικρό χρηματοοικονομικό οργανισμό, την Cardinal Bancshares Organization, που είχε έδρα στο Kentucky των ΗΠΑ και ο οποίος χρηματοδοτήθηκε με \$ 2,4 εκατομμύρια από δύο αμερικανικές τράπεζες, την Huntington Bancshares και την Wachovia Corporation .

Ένα χρόνο μετά, το 1996 δημιουργήθηκε το «Ολοκληρωμένο Οικονομικό Δίκτυο» (INF) (Integrated Network Financial) το οποίο αναπτύχθηκε από 14 τράπεζες και την IBM και παρείχε υπηρεσίες μέσω διεπαφών του Internet. Τον ίδιο χρόνο η Microsoft ανακοινώνει το πακέτο «Ανοιχτής Οικονομικής Συνδεσιμότητας» που επιτρέπει την υλοποίηση συνδέσεων με ένα άλλο προσωπικό χρηματοοικονομικό πρόγραμμα της Microsoft, το Microsoft Money.

Οι τράπεζες αυτές 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 αναγνώρισαν το μεγάλο πλεονέκτημα της Cardinal Bancshares 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 παραβιασθεί μέχρι σήμερα. Έκτοτε καταγράφηκε σημαντική αύξηση στην ίδρυση και λειτουργία διαδικτυακών τραπεζών, ενώ αντίστοιχα ο αριθμός των παραδοσιακών τραπεζικών καταστημάτων παρουσίαζε μείωση.

(Ενωση Ελληνικών Τραπεζών, (2004), Τσάμη Α., ‘Προώθηση των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής στις ελληνικές επιχειρήσεις’. [www.observatory.gr/page/default.asp?la=1&id=2101&pk=105&return=183](http://www.observatory.gr/page/default.asp?la=1&id=2101&pk=105&return=183))

Στην Ελλάδα η πρώτη τράπεζα που δημιούργησε δικό της διαδικτυακό τόπο ήταν η ΕΓΝΑΤΙΑ τράπεζα το 1997 η οποία έδωσε στους πελάτες της τη δυνατότητα να πραγματοποιούν συναλλαγές μέσω internet μέσω της υπηρεσίας WebTeller. Στη συνέχεια το παράδειγμά της το ακολούθησαν και οι υπόλοιπες εγχώριες τράπεζες, με αποτέλεσμα σήμερα όλες οι τράπεζες να έχουν τη δικιά τους ιστοσελίδα και να μπορούν επάξια να συγκριθούν με αυτές του εξωτερικού.

( Περιοδικό RAM 137, Βαρελάς Χ. (Ιούνιος 2000), ‘Η Τέχνη του Σύγχρονου Κρύπτεσται’)

## **1. Το E- BANKING ΚΑΙ ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΟΥ**

Οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις, σε συνδυασμό με την ανάγκη των πελατών των τραπεζικών ιδρυμάτων για ανάπτυξη εναλλακτικών δικτύων, είχε ως αποτέλεσμα τη σταδιακή ανάπτυξη του e-banking και στην Ελλάδα. Η ανάπτυξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής αποτελεί βέβαια και στρατηγική επιλογή των πιστωτικών ιδρυμάτων, καθώς με το πέρασμα του χρόνου διαπιστώθηκε η χρησιμότητα της και τα οφέλη που μπορούσε να επιφέρει η διευρυμένη χρήση της. Η χρήση του e-banking αναπτύσσεται πλέον με ραγδαίους ρυθμούς, κερδίζοντας συνεχώς νέους χρήστες, οι οποίοι διαπιστώνουν ότι μέσω του ηλεκτρονικού υπολογιστή τους μπορούν να πραγματοποιήσουν ευκολότερα τις συναλλαγές τους με τις τράπεζες, σε ένα όλο και πιο ασφαλές περιβάλλον, κερδίζοντας χρόνο και χρήμα.

Στην πιο γενική του μορφή, ο όρος ηλεκτρονικές πληρωμές (electronic payments) περιλαμβάνει κάθε πληρωμή προς τις επιχειρήσεις, τους ιδιώτες, τις τράπεζες ή τις δημόσιες υπηρεσίες από πολίτες ή επιχειρήσεις οι οποίες εκτελούνται με την μεσολάβηση ενός τηλεπικοινωνιακού ή ηλεκτρονικού δικτύου με χρήση της σύγχρονης τεχνολογίας, χωρίς τη φυσική παρουσία του πελάτη.

(GRNET ΕΔΕΤ, 'Ηλεκτρονικές Πληρωμές: Προβλήματα και Προοπτικές', [www.ebusinessforum.gr/engine/index.php?op=modload&modname=news&action=newsviewfilerelated&ctn=54&language=el](http://www.ebusinessforum.gr/engine/index.php?op=modload&modname=news&action=newsviewfilerelated&ctn=54&language=el) )

Η σταδιακή όμως αύξηση που παρουσιάζει το πλήθος των χρηστών που χρησιμοποιούν το internet, αλλά και το ενδιαφέρον των πελατών για την ασφαλή και γρήγορη διεκπεραίωση των συναλλαγών τους υποδεικνύει την ανάγκη για την εφαρμογή νέων καινοτόμων υπηρεσιών. Εκτός από την αναμενόμενη αύξηση του αριθμού των χρηστών που αφορούν εταιρίες, μεγάλη είναι και η αύξηση των ιδιωτών χρηστών με αποτέλεσμα την δημιουργία ενός νέου τρόπου συνεργασίας των τραπεζών με τους πελάτες τους, που δημιουργεί οφέλη και για τα δύο μέρη εξοικονομώντας χρόνο και μειώνοντας το λειτουργικό κόστος.

Χρόνο, χρήμα και αποφυγή των τεράστιων ουρών που δημιουργούνται στα τραπεζικά καταστήματα κερδίζουν λοιπόν περίπου 500.000 συνάνθρωποί μας, οι οποίοι



δεν φοβούνται το internet banking και πραγματοποιούν τις συναλλαγές τους. Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία του Παρατηρητηρίου για την Κοινωνία της Πληροφορίας, υπολογίζεται ότι στην Ελλάδα το 13% των χρηστών του Internet κάνουν χρήση των online τραπεζικών υπηρεσιών, ενώ ένα ποσοστό της τάξης του 7% χρησιμοποιεί το διαδίκτυο και για χρηματιστηριακές συναλλαγές.

(Ημερησία Online, (2009), Παπαϊωάννου Π., 'E-banking: 500.000 Έλληνες εμπιστεύονται τις συναλλαγές μέσω Internet', [www.imerisia.gr/article.asp;catid=12475&pubid=210329](http://www.imerisia.gr/article.asp;catid=12475&pubid=210329))

Το e-banking καλύπτει ένα σύνολο υπηρεσιών και προϊόντων, που παρέχουν τα πιστωτικά ιδρύματα (τράπεζες) μέσω εναλλακτικών ηλεκτρονικών δικτύων διανομής, χωρίς τη φυσική παρουσία του πελάτη. Έτσι, πέρα από τη χρήση των ταμειολογιστικών μηχανών (ATMs) τα οποία έχουν εγκαταστήσει οι τράπεζες στα υποκαταστήματά τους, για την εξυπηρέτηση των πελατών τους, ο όρος e-banking ενσωματώνει και τους όρους του Mobile Banking δηλαδή η πραγματοποίηση των ηλεκτρονικών τραπεζικών εργασιών μέσω του κινητού τηλεφώνου, του Internet Banking στο οποίο οι συναλλαγές γίνονται από την οθόνη οποιουδήποτε υπολογιστή και του Phone banking από όπου οι συναλλαγές γίνονται μέσω ενός τηλεφωνικού κέντρου που έχει δημιουργήσει η τράπεζα για την εξυπηρέτηση των πελατών της.

(Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, (2008), Ναμίας Ο., Ημερίδα 'Πρόληψη και αντιμετώπιση της Απάτης στα Ηλεκτρονικά Μέσα και Συστήματα Πληρωμών' [www.hba.gr/6Mme/6mmeDetails.asp?Mpage=3&Id=158](http://www.hba.gr/6Mme/6mmeDetails.asp?Mpage=3&Id=158) )

## **1.1 Phone banking**

Οι τράπεζες προκειμένου να διευκολύνουν τους πελάτες τους και να τους παρέχουν 24ωρη εξυπηρέτηση 365 μέρες το χρόνο δημιούργησαν ένα επιπλέον κανάλι εξυπηρέτησης αυτό του phone banking.

Ο χρήστης μέσω του τηλεφώνου μπορεί να ενημερωθεί για τους λογαριασμούς του, να μεταφέρει χρήματα, να πραγματοποιήσει πληρωμές, καθώς επίσης να δηλώσει απώλεια ταυτότητας ή κάρτας και να μπλοκάρει τους λογαριασμούς του.

Οι συναλλαγές αυτές πραγματοποιούνται με δύο τρόπους :

- Μέσω call center, όπου εξειδικευμένοι υπάλληλοι της τράπεζας ενημερώνουν τον πελάτη και του λύνουν οποιαδήποτε απορία του, καθώς επίσης τον καθοδηγούν για τις απαραίτητες ενέργειες που πρέπει να κάνει για να ικανοποιηθεί το αίτημά του. Ο χρήστης για τη διενέργεια συναλλαγών πρέπει να έχει στη διάθεσή του το απαιτούμενο PIN που το έχει δοθεί, για την πιστοποίηση της συναλλαγής
- Μέσω μαγνητοφωνημένων μηνυμάτων, που κατευθύνουν τον πελάτη ανάλογα με την ανάγκη του στην ολοκλήρωση της συναλλαγής, χωρίς να είναι πολλές φορές απαιτούμενη η μεσολάβηση κάποιου υπαλλήλου της τράπεζας.

Οι διαθέσιμες συναλλαγές που προσφέρονται μέσω του phone banking είναι οι κάτωθι:

- Ενεργοποίηση και ακύρωση κάρτας ανάληψης χρημάτων και πιστωτικών καρτών,
- Δήλωση απώλειας ή κλοπής αναληπτικής ή πιστωτικής κάρτας,
- Αλλαγή στοιχείων αλληλογραφίας καρτούχων,
- Αμφισβήτηση συναλλαγών και υποβολή παραπόνου για τις παρεχόμενες τραπεζικές εργασίες,
- 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

([www.alpha.gr](http://www.alpha.gr), [www.atobank.gr](http://www.atobank.gr), [www.bankofcyprus.gr](http://www.bankofcyprus.gr), [www.emporiki.gr](http://www.emporiki.gr),  
[www.eurobank.gr](http://www.eurobank.gr), [www.geniki.gr](http://www.geniki.gr), [www.millenniumbank.gr](http://www.millenniumbank.gr), [www.nbh.gr](http://www.nbh.gr),  
[www.piraeusbank.gr](http://www.piraeusbank.gr), [www.bankofgreece.gr](http://www.bankofgreece.gr) )

## 1.2. Internet-banking

Μέσα από την ιστοσελίδα μίας τράπεζας ο χρήστης είναι σε θέση να ενημερωθεί για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχει ο οργανισμός. Ταυτόχρονα έχει πρόσβαση στους λογαριασμούς του και παρέχεται η δυνατότητα εκτέλεσης συναλλαγών. Οι περισσότερες τράπεζες κατά την είσοδο του χρήστη στο e-banking τους, παρέχουν ένα demo για τη διευκόλυνση στην πλοήγηση του.

Αναλυτικότερα ο πελάτης του ηλεκτρονικού καταστήματος μπορεί να λάβει των κάτωθι υπηρεσιών:

### 1.2.1 Εικόνα θέσης -πληροφορίες:

- **Πληροφορίες λογαριασμών**, όπου ο χρήστης μπορεί να δει και να ελέγξει τους λογαριασμούς του on line, να ενημερωθεί για το λογιστικό και πραγματικό του υπόλοιπο, το τρέχον επιτόκιο του και τις τελευταίες κινήσεις που έχουν πραγματοποιηθεί.
- **Πληροφορίες των καρτών του**, με αναλυτική απεικόνιση των αγορών και χρεώσεων που έχουν πραγματοποιηθεί, των δόσεων που εκκρεμούν, το οφειλόμενο υπόλοιπο, την ημερομηνία έκδοσης του statement, ποιο είναι το ελάχιστο ποσό καταβολής και την προθεσμία καταβολής του.
- **Πληροφορίες χαρτοφυλακίου**, δηλαδή τις επενδύσεις του, είτε πρόκειται για καταθέσεις σε προθεσμία, είτε για αμοιβαία, ομόλογα ή μετοχές. Ακόμα εμφανίζεται και το επιτόκιο της προθεσμίας, η ημερομηνία έναρξης και λήξης της, καθώς επίσης η τιμή αγοράς των αμοιβαίων, ομολόγων και μετοχών και η τρέχουσα αποτίμησή τους.

- **Πληροφορίες δανείων**, όπου ο χρήστης που έχει λάβει οποιασδήποτε μορφής δάνειο από την Τράπεζα, μπορεί να ενημερωθεί για το χρεωστικό του υπόλοιπο, το τρέχον επιτόκιο του καθώς και την τρέχουσα δόση και την ημερομηνία πληρωμής της.

- **Πληροφορίες επιταγών**, μια εφαρμογή η οποία είναι πολύ χρήσιμη ειδικά για τους επαγγελματίες πελάτες της Τράπεζας, οι οποίοι μέσω αυτής της εφαρμογής έχουν τη δυνατότητα να δουν ποιες επιταγές τους πληρώθηκαν, σε ποια ημερομηνία και ποια είναι τα διαθέσιμα φύλλα που έχουν στο καρνέ τους.

### **1.2.2.Μεταφορές κεφαλαίων:**

Χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες:

- Μεταφορές κεφαλαίων εντός τράπεζας σε λογαριασμούς του ιδίου,
- Μεταφορές κεφαλαίων εντός τράπεζας σε λογαριασμούς τρίτων,
- Μεταφορές κεφαλαίων εκτός τράπεζας-Εμβάσματα,

#### **Μεταφορές κεφαλαίων εντός τράπεζας σε λογαριασμούς του ιδίου:**

- ❖ Μεταφορές σε λογαριασμό του ιδίου, όπου ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να μεταφέρει χρήματα από έναν λογαριασμό του σε κάποιον άλλον, σε on line χρόνο ή να επιλέξει την ημερομηνία που επιθυμεί να πραγματοποιηθεί η συναλλαγή.

#### **Μεταφορές κεφαλαίων εντός τράπεζας σε λογαριασμούς τρίτων:**

- ❖ Σε αυτή την περίπτωση ο χρήστης επιλέγει το λογαριασμό από τον οποίο επιθυμεί να μεταφέρει χρήματα σε on line χρόνο ή να επιλέξει την ημερομηνία που επιθυμεί να πραγματοποιηθεί η συναλλαγή

και στη συνέχεια πληκτρολογεί το λογαριασμό και το όνομα του δικαιούχου στον οποίον θέλει να μεταφέρει χρήματα. Οι τράπεζες έχουν προβλέψει και σε περίπτωση λάθους πληκτρολόγησης λογαριασμού είναι αδύνατη η μεταφορά

### **Μεταφορές κεφαλαίων εκτός τράπεζας-εμβάσματα**

❖ Ο χρήστης, ο οποίος επιθυμεί τη μεταφορά κεφαλαίου εκτός της τράπεζας, θα πρέπει να γνωρίζει και τον αριθμό IBAN του δικαιούχου καθώς και το SWIFT της τράπεζας που στέλνει τα χρήματα. Ειδικά αν πρόκειται για μεταφορά εκτός Ελλάδας θα πρέπει να αναφέρεται και η χώρα αποστολής. Όπως και στην προηγούμενη περίπτωση, έτσι και εδώ ο χρήστης πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικός στην πληκτρολόγηση των λογαριασμών. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφέρουμε ότι η αποστολή εμβάσματος πάνω από ορισμένο ποσό είναι αδύνατη και υπόκεινται στη νομοθεσία για το ξέπλυμα χρήματος.

### **1.2.3.Πληρωμές**

- **Πληρωμές δανείων**, όπου ο χρήστης επιλέγει τον τραπεζικό λογαριασμό που θέλει να χρεώσει και στη συνέχεια πραγματοποιεί την πληρωμή. Η πληρωμή γίνεται είτε on line με valeur ίδιας μέρας, είτε σε ημερομηνία που θα οριστεί.

- **Πληρωμές πιστωτικών καρτών**
  - ❖ **Πιστωτικών καρτών του ιδίου**
  - ❖ **Πιστωτικών καρτών τρίτου**
  - ❖ **Πιστωτικών καρτών άλλων τραπεζών**

Στις δύο πρώτες περιπτώσεις η πληρωμή γίνεται on line και το μόνο που ζητείται να κάνει ο χρήστης είναι να επιλέξει το λογαριασμό τον οποίο θα χρεώσει και στη συνέχεια να πληκτρολογήσει τον αριθμό της κάρτας που επιθυμεί να πληρώσει και το ποσό καταβολής (σε περίπτωση που δεν επιθυμεί για άμεση πληρωμή, επιλέγει και την ημερομηνία πραγματοποίησης της συναλλαγής).

Όταν πρόκειται να προβεί σε πληρωμή πιστωτικής κάρτας άλλης τράπεζας, εκτός των άλλων πρέπει να επιλεγεί και η τράπεζα έκδοσης της πιστωτικής κάρτας.

Στο σημείο αυτό πρέπει να αναφερθεί ότι όταν πρόκειται για μεταφορά κεφαλαίων ή οποιασδήποτε μορφής πληρωμής εντός της ίδιας τράπεζας, η συναλλαγή, εφόσον επιθυμεί ο χρήστης, είναι σε on line χρόνο, ενώ αν πρόκειται για συναλλαγές σε άλλες τράπεζες, οι συναλλαγές οριστικοποιούνται σε δύο μέρες από την ημερομηνία εντολής τους.

- **Πληρωμές Δημοσίου και ΔΕΚΟ**

Το Δημόσιο τα τελευταία χρόνια σε συνεργασία με τις τράπεζες παρέχει τη δυνατότητα να εκτελούνται πολλές πληρωμές του μέσω τραπεζών με ημερήσια ενημέρωση για τις συναλλαγές που έχουν πραγματοποιηθεί. Οι πληρωμές αυτές είναι:

- ❖ **Πληρωμή ΦΠΑ**
- ❖ **Πληρωμή ΤΕΒΕ**
- ❖ **Πληρωμή ΙΚΑ**
- ❖ **Πληρωμή τελών κυκλοφορίας**
- ❖ **Πληρωμή Φόρου Εισοδήματος**
- ❖ **Πληρωμή ΟΤΕ**
- ❖ **Πληρωμή ΔΕΗ**
- ❖ **Πληρωμή ΕΥΔΑΠ**

Οι συναλλαγές αυτές μπορούν να πραγματοποιηθούν και μέσω e-banking άμεσα με τη χρέωση ενός λογαριασμού.

- **Άλλες πληρωμές**

Πολλές είναι οι εταιρείες οι οποίες και αυτές ακολουθώντας τις απαιτήσεις των ημερών, έχουν συνάψει συνεργασίες με τις τράπεζες για την πληρωμή μέσω αυτών των λογαριασμών των πελατών τους. Ενδεικτικά κάποιες από αυτές είναι ασφαλιστικές εταιρείες, εταιρείες κινητής τηλεφωνίας, συνδρομητικής τηλεόρασης κτλ.

#### **1.2.4.Εκτέλεση εντολών**

- **Εκτέλεση μισθοδοσίας**, υπηρεσία η οποία προσφέρεται αποκλειστικά σε επαγγελματίες πελάτες. Με την εφαρμογή αυτή παρέχεται στο χρήστη η δυνατότητα μαζικής μεταφοράς κεφαλαίων που αφορούν την πληρωμή των υπαλλήλων της επιχείρησής του,

- **Χρηματιστηριακές εντολές**, με τις οποίες ο χρήστης μπορεί άμεσα να δώσει μία εντολή που αφορά αγορά ή πώληση μετοχών στην τιμή που επιθυμεί, υποδεικνύοντας το λογαριασμό χρέωσης ή πίστωσης, την τιμή για την οποία επιθυμεί να πραγματοποιηθεί η συναλλαγή και τα τεμάχια διαπραγμάτευσης. Σε τέτοιες εντολές εμφανίζονται και τα έξοδα-προμήθειες που επιβαρύνουν τον πελάτη. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι να έχει ο χρήστης αποκτήσει μέσω της τράπεζας μερίδα και Σ.Α.Τ. που είναι απαραίτητα για την ολοκλήρωση αυτών των συναλλαγών.

### 1.2.5.Αιτήσεις

Μέσω της ιστοσελίδας τους οι τράπεζες παρέχουν και τη δυνατότητα στο χρήστη για ηλεκτρονικές αιτήσεις για απόκτηση των προϊόντων τους. Μετά την αίτηση ακολουθεί και η αποδοχή των όρων συναλλαγής. Μερικά είδη αιτήσεων είναι:

- **Αίτηση ανοίγματος λογαριασμού**
- **Αίτηση χορήγησης δανείου**
- **Αίτηση έκδοσης πιστωτικής κάρτας**
- **Αίτηση χορήγησης καρτέ επιταγών**

([www.alpha.gr](http://www.alpha.gr), [www.atbank.gr](http://www.atbank.gr), [www.bankofcyprus.gr](http://www.bankofcyprus.gr), [www.emporiki.gr](http://www.emporiki.gr),  
[www.eurobank.gr](http://www.eurobank.gr), [www.geniki.gr](http://www.geniki.gr), [www.millenniumbank.gr](http://www.millenniumbank.gr), [www.nbh.gr](http://www.nbh.gr),  
[www.piraeusbank.gr](http://www.piraeusbank.gr), [www.bankofgreece.gr](http://www.bankofgreece.gr) )

### 1.3. Mobile banking

Το mobile banking (m-banking) στην Ελλάδα είναι ακόμα σε εμβρυακή κατάσταση, παρά τις προσπάθειες ορισμένων τραπεζών για τη διάδοσή του. Με το m-banking, οι πελάτες μπορούν, μέσω του κινητού τους τηλεφώνου, να πραγματοποιήσουν βασικές τραπεζικές συναλλαγές και να αξιοποιήσουν νέες υπηρεσίες ενημέρωσης και υποστήριξης με μεγαλύτερη ευελιξία και άνεση, όποτε το επιθυμούν, όπου κι αν βρίσκονται.

Αξιοποιώντας τις δυνατότητες των κινητών τηλεφώνων τελευταίας τεχνολογίας, οι χρήστες μπορούν να αποκτήσουν δωρεάν την εφαρμογή m-Banking που σχεδιάστηκε ειδικά για την τηλεφωνική συσκευή τους.

Μέσω του m-banking οι πελάτες μπορούν:



- Να μάθουν πληροφορίες για τους λογαριασμούς, τις κάρτες, τα δάνεια και τις επενδύσεις τους
- Να πραγματοποιήσουν τις πιο συχνές τους συναλλαγές (μεταφορές μεταξύ προσωπικών λογαριασμών, πληρωμή κάρτας, ΔΕΗ, ΟΤΕ, κ.α.)
- Να εντοπίσουν τα κοντινότερα Καταστήματα ή ATM
- Να έχουν ανά πάσα στιγμή στη διάθεσή τους χρήσιμα εργαλεία (π.χ. υπολογιστής IBAN, μετατροπέας συναλλάγματος, κ.α.)
- Να έχουν άμεση υποστήριξη μέσω τηλεφώνου, χωρίς κόστος ή αναμονή
- Οι πελάτες που δεν έχουν πρόσβαση στο Internet από το κινητό τους, μπορούν να χρησιμοποιούν την υπηρεσία **SMS Banking** και να ενημερώνονται άμεσα με γραπτό μήνυμα για το υπόλοιπο και τις κινήσεις των λογαριασμών και καρτών τους.

Παρά τα πλεονεκτήματα, τις ευκολίες και την ευχρηστία του, το mobile banking δεν έχει καταφέρει ακόμη να πείσει το ελληνικό καταναλωτικό κοινό. Αυτό οφείλεται ενδεχομένως στη χρήση του κινητού ως κατεξοχήν μέσου επικοινωνίας, συνεπώς η αποδοχή της αξιοπιστίας του ως μέσου διεξαγωγής χρηματοοικονομικών συναλλαγών δεν είναι εύκολη. Οι Έλληνες χρήστες και οι επιχειρήσεις δείχνουν να εμπιστεύονται περισσότερο το Internet, γεγονός που εξηγεί τα μεγαλύτερα ποσοστά διείσδυσης του e-banking έναντι του mobile banking.

([www.alpha.gr](http://www.alpha.gr), [www.atebank.gr](http://www.atebank.gr), [www.bankofcyprus.gr](http://www.bankofcyprus.gr), [www.emporiki.gr](http://www.emporiki.gr),  
[www.eurobank.gr](http://www.eurobank.gr), [www.geniki.gr](http://www.geniki.gr), [www.millenniumbank.gr](http://www.millenniumbank.gr), [www.nbh.gr](http://www.nbh.gr),  
[www.piraeusbank.gr](http://www.piraeusbank.gr), [www.bankofgreece.gr](http://www.bankofgreece.gr) )

## **2.ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ**

Οι πρόσφατες προσπάθειες υποκλοπής των στοιχείων των online πελατών των τραπεζών, οι πρώτες του είδους, αναδεικνύουν τον τεράστιο ρόλο της ασφάλειας στην προώθηση του e-banking. Υπολογίζεται ότι, διεθνώς, το 60% των e-mails είναι spam μηνύματα, ενώ τα κρούσματα υποκλοπής προσωπικών δεδομένων μέσω πλαστών e-mails (fishing) αυξάνονται κάθε χρόνο κατά 25%.

Συνήθως οι χάκερ αποστέλλουν μηνύματα από τρία εναλλασσόμενα δίκτυα. Για παράδειγμα, το e-mail που εστάλη στους πελάτες της Alpha Bank ήταν μνημείο ασυνταξίας και ανορθογραφίας, γεγονός το οποίο οδηγεί σε κάποια συμπεράσματα ότι πιθανόν οι χάκερ να μην είναι Έλληνες, ή να θέλουν να παραπλανήσουν προς αυτή την κατεύθυνση, έστω και εάν ξέρουν ότι μια εξαιρετικά κακογραμμένη ανακοίνωση θα βάλει σε υποψίες το μεγαλύτερο μέρος των χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής που είναι συνήθως άνθρωποι ενός μεσαίου προς ανώτερο μορφωτικό επίπεδο.

Τραπεζικοί παράγοντες σημειώνουν ότι τόσο στη χώρα μας όσο και σε όλες τις ευρωπαϊκές χώρες χάκερ δεν έχουν καταφέρει ποτέ να μπουν στα συστήματα των τραπεζών.

Όλα τα συστήματα ηλεκτρονικής τραπεζικής έχουν δικλίδες ασφαλείας και απορρίπτουν ηλεκτρονικά προγράμματα που θα αποσπούσαν από αυτά δεδομένα ή θα δημιουργούσαν συνθήκες συναλλαγών.

Αντίθετα, μεμονωμένα φαινόμενα έχουν σημειωθεί στις ΗΠΑ όπου, όσο κι αν φαίνεται περίεργο, οι δικλίδες ασφαλείας είναι συχνά χαλαρότερες, αν και η ηλεκτρονική τραπεζική είναι ο κύριος τρόπος συναλλαγής μεγάλης μερίδας πολιτών.

Σε ένα τέτοιο περιβάλλον, όλες οι τράπεζες ακολουθούν ιδιαίτερα αυστηρούς και επαρκείς κανόνες ασφαλείας στα site τους και ανταποκρίνονται, άμεσα και αποτελεσματικά, σε ανάλογα περιστατικά. Γεγονός που σημαίνει ότι για την προστασία των προσωπικών δεδομένων τους την αρχική ευθύνη έχουν οι ίδιοι οι χρήστες, που θα

πρέπει να επαγρυπνούν για οποιαδήποτε ύποπτη κίνηση. Το μεγαλύτερο πρόβλημα λοιπόν στην μεγαλύτερη διάδοση του web banking σήμερα είναι η ασφάλεια των συναλλαγών. Είναι γεγονός ότι το internet έχει χρησιμοποιηθεί για υποκλοπές αριθμών πιστωτικών καρτών και για αγορές μέσω πιστωτικής κάρτας εν αγνοία του κατόχου της. Ωστόσο στην παγκόσμια ειδησεογραφία δεν έχει αναφερθεί μέχρι σήμερα κάποια περίπτωση χρήσης του internet για μεταφορά χρημάτων από τραπεζικό λογαριασμό χωρίς τη συγκατάθεση του κατόχου του. Αυτό σημαίνει είτε ότι πράγματι δεν έχει συμβεί κάτι τέτοιο, είτε ότι έχει συμβεί αλλά η τράπεζα φρόντισε να αποζημιώσει τον παθόντα ώστε να μην προσβληθεί η αξιοπιστία της.

Αν και οι ηλεκτρονικές επιθέσεις δεν αποτελούν νέο φαινόμενο, η συχνότητά τους τα τελευταία χρόνια αυξάνεται, καθώς όλο και περισσότερες τράπεζες παρέχουν στους πελάτες τους on-line υπηρεσίες. Η αύξηση των προσπαθειών για ηλεκτρονικές υποκλοπές δεν είναι τεράστια, εντούτοις όμως αποτελεί ένα ανησυχητικό φαινόμενο.

(Ημερησία Online, (2009), Παπαϊωάννου Π., 'E-banking: 500.000 Έλληνες εμπιστεύονται τις συναλλαγές μέσω Internet', [www.imerisia.gr/article.asp;catid=12475&pubid=210329](http://www.imerisia.gr/article.asp;catid=12475&pubid=210329) )

Στο σημείο αυτό κρίνεται σκόπιμο πριν αναφερθούν οι μέθοδοι που χρησιμοποιούν τα πιστωτικά ιδρύματα για την ασφάλεια των ιστοσελίδων τους, να αναφερθούν και ποιές είναι οι απειλές και ποιοι οι κίνδυνοι από τη χρήση του e banking.

## 2.1 ΑΠΕΙΛΕΣ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ

- **Sniffers**

Ένα sniffer είναι ένα πρόγραμμα ή μία συσκευή που παρακολουθεί κρυφά την κίνηση ενός δικτύου με σκοπό να αρπάξει πληροφορία που ταξιδεύει σε αυτό. Ουσιαστικά οι sniffers είναι τεχνολογία υποκλοπής δεδομένων.

(Texas State Library & Archives Commission,  
[www.tsl.state.tx.us/ld/pubs/compsecurity.glossary.html](http://www.tsl.state.tx.us/ld/pubs/compsecurity.glossary.html) )

- **Key Loggers**

Το key loggers (καταγραφή πληκτρολογήσεων) συμβαίνει όταν καταγράφονται οι πληκτρολογήσεις του χρήστη, χωρίς ο ίδιος να το ξέρει ή να το επιτρέπει. Χρησιμοποιείται από επιτήδειους για την κλοπή στοιχείων πιστωτικής κάρτας, τραπεζικών συναλλαγών και προσωπικών κωδικών και αποτελεί σοβαρή απειλή 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. Ωστόσο, υπάρχει και ανάλογο λογισμικό (software), το οποίο μπορεί να ληφθεί από το internet. 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.

( [www.inout.gr/showthread.php?t=24288](http://www.inout.gr/showthread.php?t=24288) )

- **Δούρειοι Ίπποι**

Ένας 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). 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 εγκατάστασή 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.

(Microsoft,

[www.microsoft.com/hellas/athome/security/viruses/virus101.msp#ERD](http://www.microsoft.com/hellas/athome/security/viruses/virus101.msp#ERD) )

- **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 e-mail προτρέπει το χρήστη να επισκεφθεί ένα web site όπου του ζητούνται να ενημερώσει τις προσωπικές του πληροφορίες, όπως password και αριθμούς πιστωτικών καρτών, αριθμούς τραπεζικών λογαριασμών, όπου η εταιρία υποτίθεται έχει ήδη στην κατοχή της. Το web site 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 διπλασιάζεται μέσα σε ένα εξάμηνο. Το phishing είναι εξαιρετικά αποτελεσματικό, γιατί σύμφωνα με τα αποτελέσματα της εταιρίας Infosury :

- Το 44% των χρηστών του e-banking χρησιμοποιούν τους ίδιους κωδικούς για όλες τις ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες που έχουν σε όλες τις τράπεζες.
- Το 37% των χρηστών του e-banking χρησιμοποιούν τους ίδιους κωδικούς και σε λιγότερο ασφαλή site π.χ ηλεκτρονικές βιβλιοθήκες.
- Το 79% των χρηστών ελέγχουν αν υπάρχει η κλειδαριά ασφαλείας στο κάτω μέρος μιας ασφαλούς σελίδας, αλλά μόνο το 40% πατάει πάνω της για να δει τις λεπτομέρειες του πιστοποιητικού. Το εικονίδιο της κλειδαριάς μπορεί εύκολα να αντιγραφεί.
- Το 70% των χρηστών έχουν μικρές πιθανότητες να απαντήσουν σε ένα e-mail από την τράπεζά τους και περισσότεροι από τους μισούς έχουν να εγγραφούν ή να συνεχίσουν να χρησιμοποιούν τις on line υπηρεσίες εξαιτίας του phishing.

(Παπαδόπουλος Μ., (2005), 'Phishing - Η Νέα Μέθοδος Εξαπάτησης στο Διαδίκτυο, Ηλεκτρονικό Έγκλημα'.)

- **Pharming**

Καθώς οι χρήστες και οι οργανισμοί είναι πλέον περισσότερο προσεκτικοί στις επιθέσεις phishing, οι απατεώνες προχώρησαν ένα βήμα παραπάνω. Η νέα τάση στην ηλεκτρονική υποκλοπή κωδικών ονομάζεται pharming. Το Pharming είναι μια μορφή απάτης της ηλεκτρονικής διεύθυνσης (domain name) που έχει ως αποτέλεσμα να πιστεύουν οι χρήστες, ότι βρίσκονται σε μια γνήσια ιστοσελίδα με το σωστό URL. Ωστόσο, στην πραγματικότητα έχουν παραπεμφθεί σε μια ψεύτικη.

[www.saferinternet.gr/Θέματα/ΕΕπιχειρείν/Pharming/tabid/64/Default.aspx](http://www.saferinternet.gr/Θέματα/ΕΕπιχειρείν/Pharming/tabid/64/Default.aspx)

Οι βασικές διαφορές του pharming από το phishing είναι δύο σύμφωνα με όσα αναφέρει ο Αγγέλης :

1. Η επίθεση μπορεί να γίνει μαζικά σε πολλούς χρήστες και όχι μεμονωμένα σε κάθε χρήστη (μέσω e-mail).

2. Η μετακίνηση σε pharming site γίνεται χωρίς την παρέμβαση του χρήστη (π.χ επιλογή link από e-mail)

(Αγγέλης Β. (2005), 'Η Βίβλος του E-Banking', Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών)

## **2.2 ΑΣΦΑΛΕΙΑ**

Τα τελευταία χρόνια παρατηρήθηκαν αρχικά στους πελάτες της Εθνικής Τράπεζας , της EFG Eurobank και της Alpha Bank on line προσπάθειες για υποκλοπή των προσωπικών δεδομένων και των στοιχείων ασφάλειας μέσω πλαστών e-mail που εστάλλονταν. Το γεγονός αυτό κατέστησε επιτακτική την ανάγκη της ύπαρξης μεγαλύτερης και ισχυρότερης ασφάλειας στην προώθηση του e-banking. Υπολογίζεται ότι διεθνώς το 60% των e-mail είναι spam μηνύματα, ενώ τα κρούσματα υποκλοπής προσωπικών δεδομένων μέσω πλαστών e-mail (phishing) αυξήθηκαν κατά 30% σε σχέση με πέρυσι.

(Ημερησία Online, (2009), Παπαϊωάννου Π., ‘E-banking: 500.000 Έλληνες εμπιστεύονται τις συναλλαγές μέσω Internet’, [www.imerisia.gr/article.asp?catid=12475&pubid=210329](http://www.imerisia.gr/article.asp?catid=12475&pubid=210329))

Προκειμένου να διεκπεραιώνουν οι χρήστες του e-banking τις ηλεκτρονικές τους συναλλαγές 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.

(H-Επιχειρείν: Αφιερώματα: Online Συναλλαγές, [www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article\\_id=743](http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=743)).

### **2.2.1.ΚΡΥΠΤΟΓΡΑΦΗΣΗ**

Λέγοντας 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 τα ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα είναι προσβάσιμα μόνο σε εξουσιοδοτημένους χρήστες. Το αρχικό μήνυμα ονομάζεται απλό κείμενο (plaintext), ενώ το ακατάληπτο μήνυμα που προκύπτει από την κρυπτογράφηση του απλού κειμένου ονομάζεται κρυπτογράφημα (ciphertext). 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. Τέλος ο αλγόριθμος κρυπτογράφησης λειτουργεί σε συνδυασμό με ένα κλειδί (key), για την κρυπτογράφηση του απλού κειμένου.

((H-Επιχειρείν: Αφιερώματα: Ασφάλεια και Πρακτικές Ασφαλείας [www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article\\_id=710](http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=710)).

Με βάση τον αριθμό των κλειδιών που έχουν χρησιμοποιηθεί στην κρυπτογράφηση διακρίνουμε δύο κύριες μεθόδους κρυπτογράφησης: η συμμετρική και η ασύμμετρη. Στη συμμετρική, ή αλλιώς κρυπτογράφηση με μυστικό ή απλό κλειδί, η κρυπτογράφηση υλοποιείται με τη χρήση του ίδιου "κλειδιού", τόσο στην κωδικοποίηση όσο και στην αποκωδικοποίηση. Συγκεκριμένα ο παραλήπτης χρησιμοποιεί το ίδιο κλειδί για να αποκρυπτογραφήσει το μήνυμα που του έχει στείλει ο αποστολέας. Η μέθοδος αυτή όμως έχει το μειονέκτημα ότι η διανομή του μυστικού κλειδιού στα δύο μέλη της συναλλαγής οφείλει να είναι 100% ασφαλής. Επομένως σε επιχειρήσεις οι οποίες απασχολούν απευθύνονται σε μεγάλο αριθμό on line πελατών δεν είναι ασφαλές να χρησιμοποιηθεί αυτή η μέθοδος. Παράλληλα δεν περιλαμβάνει ξεχωριστό μηχανισμό αυθεντικότητας και δεν υπάρχει βέβαιη και απόλυτα αξιόπιστη απόδειξη της συμμετοχής τόσο του αποστολέα όσο και του παραλήπτη. Τα πλεονεκτήματα της κρυπτογράφησης με μυστικό κλειδί είναι η ασφάλεια, έχει μεγάλη χρήση και διάδοση και είναι γρήγορη ως μέθοδος κρυπτογράφησης.

Στην ασύμμετρη κρυπτογράφηση ή αλλιώς κρυπτογράφηση με δημόσιο κλειδί χρησιμοποιούνται δύο κλειδιά: το ένα (κοινό κλειδί) για να κωδικοποιήσει το μήνυμα και ένα άλλο (ιδιωτικό κλειδί) για να το αποκωδικοποιήσει. Ένα μήνυμα που θα κωδικοποιηθεί με το ένα κλειδί θα μπορέσει να αποκωδικοποιηθεί μόνο με το άλλο. Το ένα από τα δύο κλειδιά είναι «δημόσιο» και μοιράζεται σε όλους τους εταίρους και το άλλο είναι «ιδιωτικό» και είναι γνωστό μόνο στον ιδιοκτήτη του. Η μέθοδος αυτή προτιμάται για λιγότερο απαιτητικές εργασίες, είναι πιο αργή από αυτήν του μυστικού κλειδιού, και απαιτεί την ύπαρξη τρίτων αξιόπιστων φορέων καθώς και ψηφιακών πιστοποιητικών, ενώ κύριο πλεονέκτημά της είναι ότι απλοποιεί την διαχείριση των κλειδιών.

Ο εκάστοτε χρήστης βέβαια δεν αντιλαμβάνεται την όλη διαδικασία της κρυπτογράφησης και αποκρυπτογράφησης αλλά το μόνο το οποίο τον ενημερώνει ότι βρίσκεται σε ασφαλές περιβάλλον εργασίας, είναι ένα σύμβολο κλειστής κίτρινης κλειδαριάς (λουκέτου) στο κάτω μέρος της οθόνης στην οποία εργάζεται.



(Πομπόρτσος Α., Παπαδημητρίου Γ. (2003), ‘Ασφάλεια Δικτύων Υπολογιστών’ Εκδόσεις Τζιόλα)

### **2.2.2. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΥΠΟΓΡΑΦΗ**

Μία άλλη πολύ διαδεδομένη μέθοδος η οποία διασφαλίζει την ασφάλεια των συναλλαγών είναι η χρήση της ηλεκτρονικής υπογραφής. Ως ηλεκτρονική υπογραφή νοούνται 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. Με την μέθοδο αυτή η υπογραφή του χρήστη ψηφιοποιείται και επικολλείται σε ένα έγγραφο έτσι ώστε να πιστοποιείται ο χρήστης καθώς και η εγκυρότητα ή μη ενός εγγράφου. 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 .

Καθώς ολοένα και περισσότερο γίνεται χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, σε διεθνές επίπεδο η Επιτροπή Διεθνούς Εμπορικού Δικαίου των Ηνωμένων Εθνών (UNCITRAL) συνέταξε το 1996 τον Πρότυπο Νόμο για το ηλεκτρονικό εμπόριο. Με τον νόμο αυτό ρυθμίστηκαν ζητήματα που αφορούσαν την εξομοίωση των ηλεκτρονικών πληροφοριών με έγγραφα υλικής υπόστασης, τη νομική ισχύ της ηλεκτρονικής υπογραφής, την αποδεικτική δύναμη των ηλεκτρονικών κειμένων, τον τόπο, χρόνο και την απόδειξη παραλαβής του ηλεκτρονικού μηνύματος . Σε ευρωπαϊκό επίπεδο η ΕΕ αποφάσισε να εκδώσει σχετική οδηγία. Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο το 1999, εξέδωσε την 2000/31/ΕΚ Οδηγία η οποία τέθηκε σε ισχύ στις 17/07/2000. Η Οδηγία αυτή καθιέρωνε την αρχή της ελευθερίας σύναψης ηλεκτρονικών συμβάσεων, την αρχή της χώρας προέλευσης, που σήμαινε ότι το Δίκαιο που διέπει τις συναλλαγές με ηλεκτρονικά μέσα είναι το Δίκαιο της χώρας μόνιμης εγκατάστασης του φορέα παροχής υπηρεσιών, και τον εξωδικαστικό διακανονισμό των διαφορών που θα προκύψουν μελλοντικά σχετικά με την χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Παράλληλα προκειμένου να

διασφαλιστεί η γνησιότητά της, προέβλεψε την έκδοση αναγνωρισμένου Πιστοποιητικού Ηλεκτρονικής Υπογραφής, μιας ηλεκτρονικής βεβαίωσης, η οποία συνδέει δεδομένα επαλήθευσης της υπογραφής με ένα φυσικό πρόσωπο, επιβεβαιώνοντας έτσι την ταυτότητά του. Τέλος στην ελληνική επικράτεια εκδόθηκε το υπ' αριθμ. 150/2001 Προεδρικό Διάταγμα εναρμονίστηκε με την Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και προέβη σε σημαντικά βήματα προς τη θέσπιση ενός "Δικαίου του Internet". Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί ο Ν. 2672/1999 για τις ηλεκτρονικές υπογραφές καθώς και ο Ν. 2251/1994 για την προστασία των καταναλωτών

(Η-Επιχειρείν: Αφιερώματα: Online Συναλλαγές,  
[www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article\\_id=568](http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=568) )

### **2.2.3.E-TOKEN**

Το e token είναι επίσης μία άλλη μέθοδος που χρησιμοποιείται προκειμένου να εξασφαλίζεται 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 όπου 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. Κύρια πλεονεκτήματα είναι η υψηλού επιπέδου ασφάλεια καθώς είναι αδύνατη η αντιγραφή του e token, είναι εύκολο στην χρήση καθώς λόγω του μεγέθους του ο χρήστης μπορεί να το έχει συνέχεια μαζί του και να το συνδέει στην USB θύρα του εκάστοτε υπολογιστή για να το χρησιμοποιήσει χωρίς να χρειάζεται κάθε φορά να καταγράφει τους κωδικούς του καθώς αυτοί περιέχονται στο e token, και τέλος μπορεί να χρησιμοποιηθεί για ένα πλήθος εργασιών όπως ψηφιοποίηση, ψηφιακή υπογραφή κτλ.

(Βενέτης X., (2002), 'Personal Firewalls')

## 2.2.4.INTERNET FIREWALLS

Τέλος τα γνωστά σε όλους τους χρήστες του internet firewalls, βοηθάει έτσι ώστε την ώρα που ο χρήστης είναι συνδεδεμένος στο internet να μην είναι εφικτή η εισροή ξένου λογισμικού στον υπολογιστή από τρίτο, για τον οποίο δεν έχουμε δώσει την εξουσιοδότηση εμείς οι ίδιοι .

(Βενέτης X., (2002), 'Personal Firewalls')

## 2.2.5.SSL-Secure Sockets Layer

Όσον αφορά στις τραπεζικές συναλλαγές, κάθε τράπεζα ακολουθεί τη δική της λύση, όπως είναι οι αριθμοί PIN, τα ψηφιακά πιστοποιητικά και οι αριθμοί TAN, που ακολουθούν κάθε συναλλαγή. Υπάρχουν αρκετές εταιρίες που μπορεί να χρησιμοποιήσει ένας οργανισμός για να πετύχει ασφαλή πρόσβαση. Μία από αυτές είναι η [VeriSign](#), το λογισμικό της οποίας (SSL-Secure Sockets Layer) χρησιμοποιείται στις τραπεζικές όσο και σε άλλου τύπου διαδικτυακές συναλλαγές. Προκειμένου να πιστοποιηθεί η ταυτότητα των χρηστών και να είναι απολύτως ασφαλής κάθε συναλλαγή του, χρησιμοποιείται ένα μοναδικό ψηφιακό πιστοποιητικό (digital certificate). Αυτό το πιστοποιητικό αναγνωρίζει τον υπολογιστή του χρήστη και επιτρέπει τις συναλλαγές και τις μεταφορές χρημάτων μεταξύ λογαριασμών μόνο από το συγκεκριμένο υπολογιστή. Τα πιστοποιητικά αυτά εξασφαλίζονται εγκαθιστώντας ένα πρόγραμμα από την αντίστοιχη εταιρεία πιστοποίησης.

(Η-Επιχειρείν: Αφιερώματα: Online Συναλλαγές,  
[www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article\\_id=743](http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=743))

Επισημαίνουμε ότι, σύμφωνα με έρευνες, το μεγαλύτερο ποσοστό των κακόβουλων ενεργειών προέρχεται από τους εργαζόμενους ή τους συνεργάτες των εταιρειών που τις υφίστανται, παρά από εξωτερικούς παράγοντες. Επομένως είναι πιθανότερο, ακόμα και αν δεν χρησιμοποιούμε υπηρεσίες web, να πέσουμε θύμα απάτης ενός τραπεζοϋπαλλήλου παρά ενός hacker που κατάφερε να κλέψει τους κωδικούς μας.

## Συστάσεις ασφαλείας από την ΕΕΤ

Με αφορμή, λοιπόν, τα κρούσματα της ηλεκτρονικής απάτης εναντίον χρηστών που χρησιμοποιούν το Internet για τις τραπεζικές συναλλαγές τους, η Ένωση Ελληνικών Τραπεζών προχώρησε στην ανακοίνωση μιας σειράς συστάσεων για την καλύτερη προστασία τους. Όσοι χρησιμοποιούν το Internet για τις συναλλαγές τους θα πρέπει: Να μη γνωστοποιούν τα προσωπικά στοιχεία τους (αριθμούς λογαριασμών, καρτών, user ID και password) και να μην απαντούν σε e-mails που τους ζητούν κάτι τέτοιο. Για το λόγο αυτό θα πρέπει να διαγράφουν ανάλογα e-mails ή sms που ενδέχεται να λάβουν και να ενημερώνουν αμέσως την τράπεζά τους στην περίπτωση που λάβουν σχετικά μηνύματα ή απαντήσουν σε αυτά. Η ΕΕΤ επισημαίνει ότι οι τράπεζες δεν ζητούν από τους πελάτες τους εμπιστευτικά προσωπικά δεδομένα αυτού του είδους μέσω e-mail σε καμία περίπτωση.

Να ελέγχουν ότι βρίσκονται στη σωστή ηλεκτρονική διεύθυνση της τράπεζας με την οποία συνεργάζονται. Για το λόγο αυτό καλό θα είναι να πληκτρολογούν οι ίδιοι κάθε φορά τη διεύθυνση της τράπεζας και να αποφεύγουν να συνδεθούν μέσω τρίτου link. Όλα τα τραπεζικά site διαθέτουν ένα ειδικό ψηφιακό πιστοποιητικό που απεικονίζει ένα μικρό λουκέτο στο κάτω δεξί μέρος της οθόνης. Κάνοντας «κλικ» σε αυτό οι χρήστες μπορούν να επιβεβαιώσουν την αυθεντικότητα του προορισμού τους. Να ενημερώνονται διαρκώς για τις ρυθμίσεις ασφαλείας των τραπεζικών sites που χρησιμοποιούν, να αλλάζουν τακτικά τους κωδικούς τους (δυνατότητα που προσφέρουν τα περισσότερα sites) και κυρίως να προστατεύουν οι ίδιοι το απόρρητο των στοιχείων τους χωρίς να τα δημοσιοποιούν σε τρίτους.

(Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, (2009), Αρχείο Δελτίου Τύπου, 'Συστάσεις προς τους χρήστες για ασφαλείς συναλλαγές μέσω διαδικτύου', [www.hba.gr/6Mme/6mmeDetails.asp?Mpage=3&Id=158](http://www.hba.gr/6Mme/6mmeDetails.asp?Mpage=3&Id=158) )

### **3.ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ E-BANKING**

Η ηλεκτρονική τραπεζική δημιουργήθηκε για να καλύψει την αυξανόμενη ανάγκη των πελατών για ηλεκτρονικές υπηρεσίες που θα είναι στη διάθεσή τους όταν και όπου αυτοί το επιθυμούν. Ταυτόχρονα οι τράπεζες βρήκαν ένα νέο κανάλι παρουσίασης των προϊόντων και υπηρεσιών τους, επενδύοντας σημαντικά κονδύλια. Επιπλέον, η ανάγκη για δημιουργία ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι σημάδι των καιρών μας, καθώς το internet έχει εισβάλει στην καθημερινότητα του σύγχρονου ανθρώπου.

Η ανάπτυξη του και η δημιουργία ενός «ηλεκτρονικού καταστήματος» έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία πλεονεκτημάτων αλλά και μειονεκτημάτων, τόσο από την πλευρά των τραπεζών, όσο και από την πλευρά των χρηστών.

#### **3.1.Από την πλευρά των τραπεζών**

##### **3.1.1 Πλεονεκτήματα**

- **Αύξηση της ανταγωνιστικότητας τους**, καθώς προσφέρουν ένα επιπλέον κανάλι διανομής των υπηρεσιών και προϊόντων τους, χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς 24 ώρες το 24ωρο, 365 μέρες το χρόνο.
- **Διεύρυνση του πελατολογίου**, καθώς η πρόσβαση στα διαδικτυακά υποκαταστήματα δεν περιορίζεται στα γεωγραφικά όρια. Με τον τρόπο αυτό υπάρχει η δυνατότητα να προσέλκυσης απομακρυσμένων πελατών. Οποιοσδήποτε, από οποιοδήποτε σημείο του κόσμου είναι δυνητικός πελάτης.
- **Ενίσχυση της αφοσίωσης των πελατών**, καθώς σύμφωνα με έρευνες οι οποίες έχουν πραγματοποιηθεί τόσο από την πλευρά των τραπεζών, όσο και από τραπεζικούς αναλυτές, καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι πελάτης ο οποίος χρησιμοποιεί το internet για ολοκλήρωση των τραπεζικών συναλλαγών του είναι πιο αφοσιωμένος στην τράπεζά του.

- **Μείωση του λειτουργικού κόστους**, καθώς οι συναλλαγές οι οποίες πραγματοποιούνται μέσω των φυσικών υποκαταστημάτων κοστίζουν πολύ περισσότερο από αυτές οι οποίες πραγματοποιούνται μέσω του διαδικτύου. Σύμφωνα με αποτελέσματα ερευνών, κάθε συναλλαγή μέσω web προσφέρει 100 φορές χαμηλότερο λειτουργικό κόστος σε σχέση με τη συναλλαγή στα γκισέ.
- **Ποιοτικότερη εξυπηρέτηση των πελατών στα φυσικά υποκαταστήματα.** Τέλος οι ατελείωτες ουρές μπροστά στα ταμεία των τραπεζών και στα γραφεία των υπαλλήλων. Η εξυπηρέτηση πλέον είναι ταχύτερη και σαφώς αποτελεσματικότερη, καθώς ο υπάλληλος έχει περισσότερο χρόνο στη διάθεσή του για να εξυπηρετήσει τον πελάτη και να επιλύσει τυχόν απορίες του.
- **Συλλογή πληροφοριών για τους πελάτες μέσα από τη χρησιμοποίηση του e banking ,** για την προώθηση νέων τραπεζικών προϊόντων και προσφορών. Ανάλογα με τις συναλλαγές που κάνει ο χρήστης, οι τράπεζες κάνουν και τις αντίστοιχες προσφορές.

Επομένως είναι πολύ σημαντικό για κάθε τράπεζα να προσελκύσει τους πελάτες της στη χρήση αυτών των υπηρεσιών και επιπλέον να δημιουργήσει το κατάλληλο περιβάλλον ασφάλειας, ώστε ο πελάτης να αισθάνεται το ίδιο άνετα όπως και με τις παραδοσιακές συναλλαγές. Αυτός είναι ο λόγος που κάθε χρόνο ξοδεύονται τεράστια ποσά για τη βελτίωση της ασφάλειας των τραπεζικών συστημάτων και στην έρευνα για την εφαρμογή νέων τεχνολογιών που καθιστούν ακόμα δυσκολότερη την κακόβουλη χρήση του internet.

### **3.1.2.Μειονεκτήματα**

- **Υψηλό αρχικό κόστος εγκατάστασης.** Η δημιουργία μίας ιστοσελίδας, η οποία έχει πολλές απαιτήσεις, με προϊόντα και υπηρεσίες εξειδικευμένες απαιτεί τη χρησιμοποίηση νέων τεχνολογιών. Όπως συμβαίνει με

όλες τις νέες τεχνολογίες το αρχικό τους κόστος είναι ιδιαίτερα υψηλό. Η επιλογή δε των τεχνολογιών αυτών πρέπει να γίνει με μεγάλη προσοχή και να είναι συμβατή με την πολιτική της τράπεζας και το προφίλ της.

- **Ασφάλεια**, καθώς οι ηλεκτρονικές επιθέσεις και η μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση στα τραπεζικά ηλεκτρονικά συστήματα είναι συχνή. Κύριο μέλημα των τραπεζών είναι η όσο το δυνατόν μεγαλύτερη ασφάλεια των πελατών τους με τοποθέτηση ειδικών προγραμμάτων και εξοπλισμού.

- **Κόστος συντήρησης ιστοσελίδας**, Καθώς η τεχνολογία συνεχώς εξελίσσεται, εμφανίζονται νέοι κίνδυνοι υποκλοπής μέσω του internet. Κανένα υπολογιστικό σύστημα δεν είναι 100% ασφαλές στην πάροδο του χρόνου. Οι τράπεζες δαπανούν αρκετά χρήματα για τον συνεχή εκσυγχρονισμό των προγραμμάτων ασφαλείας και συστημάτων παρακολούθησης.

- **Κόστος εκπαίδευσης του προσωπικού**, το οποίο πρέπει να είναι σε θέση να επιλύσει τυχόν απορίες των χρηστών καθώς και να ενημερώνεται για τις αλλαγές που πραγματοποιούνται κατά διαστήματα στη χρήση του e-banking

## 3.2. Από την πλευρά των πελατών

### 3.2.1. Πλεονεκτήματα

- **Ευκολία**, καθώς είναι διαθέσιμο 24 ώρες τη μέρα και 7 μέρες την εβδομάδα. Όλες οι υπηρεσίες που παρέχει η τοπική τράπεζα διατίθενται σε έναν δικτυακό τόπο

- **Ταχύτητα**,. Τέλος οι ατελείωτες ουρές μπροστά στα ταμεία και στα γραφεία των τραπεζών. Ο χρήστης μέσω internet μπορεί να εκτελέσει άμεσα οποιαδήποτε συναλλαγή.

- **Πρόσβαση**. Η πρόσβαση πλέον για τους πελάτες των τραπεζών ξεφεύγει από τα στενά γεωγραφικά όρια. Πρόσβαση στο internet σημαίνει αυτομάτως και πρόσβαση με την Τράπεζα.

- **Ενημέρωση.** Ο πελάτης έχει τη δυνατότητα για άμεση ενημέρωση του χαρτοφυλακίου του, των λογαριασμών και των καρτών του
- **Κόστος.** Οι τράπεζες στην προσπάθειά τους να κάνουν πιο ελκυστικό το e-banking για τους πελάτες τους, έχουν χαμηλότερο τιμολόγιο για τις συναλλαγές που εκτελούνται μέσω διαδικτύου (σε πολλές περιπτώσεις οι προμήθειες για συναλλαγές μέσω των ιστοσελίδων των τραπεζών είναι μηδενικές
- **Μεγαλύτερο έλεγχο των συναλλαγών.** Οι πελάτες που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για ολοκλήρωση των συναλλαγών τους ελέγχουν ευκολότερα τις συναλλαγές τους, καθώς έχουν όλη την «εικόνα» της συναλλαγής μπροστά στην οθόνη του υπολογιστή τους. Ταυτόχρονα ενημερώνονται άμεσα και ξεκάθαρα για το οποιοδήποτε κόστος της συναλλαγής τους.
- **Δυνατότητα σύγκρισης που έχει ο πελάτης ,** για να αποφασίζει αβίαστα και χωρίς πλύση εγκεφάλου για το ποιο προϊόν προτιμά και τι επένδυση θέλει να κάνει.

### 3.2.2.Μειονεκτήματα

- **Χρονοβόρα εγγραφή πελατών.** Για να έχει κάποιος τη δυνατότητα χρησιμοποίησης του e banking, θα πρέπει πρώτα να επισκεφτεί ένα υποκατάστημα να κάνει αίτηση ή να κάνει αίτηση μέσω της ιστοσελίδας. Στη συνέχεια αφού λάβει τους κωδικούς πρόσβασης θα πρέπει να πραγματοποιήσει την εγγραφή του. Στην περίπτωση δε που η αίτηση γίνει μέσω Internet, οι κωδικοί αποστέλλονται ταχυδρομικώς και αφού ο υποψήφιος δικτυακός πελάτης υπογράψει την παραλαβή τους, τα έγγραφα θα πρέπει να επιστραφούν στην αρμόδια υπηρεσία για να ενεργοποιηθούν.
- **Δυσκολία εκμάθησης και χειρισμού,** καθώς άτομα τα οποία δεν έχουν μεγάλη εξοικείωση με την τεχνολογία και ειδικότερα με το internet, οι τραπεζικοί δικτυακοί τόποι ίσως φανούν δύσχρηστοι.



- **Δυσπιστία του χρήστη.** Πολλοί άνθρωποι δεν εμπιστεύονται την ηλεκτρονική τραπεζική. Θέλουν να βλέπουν αυτόν που θα επεξεργαστεί το λογαριασμό τους, ενώ η ηλεκτρονική μεταφορά χρημάτων τους προκαλεί αμφιβολίες.

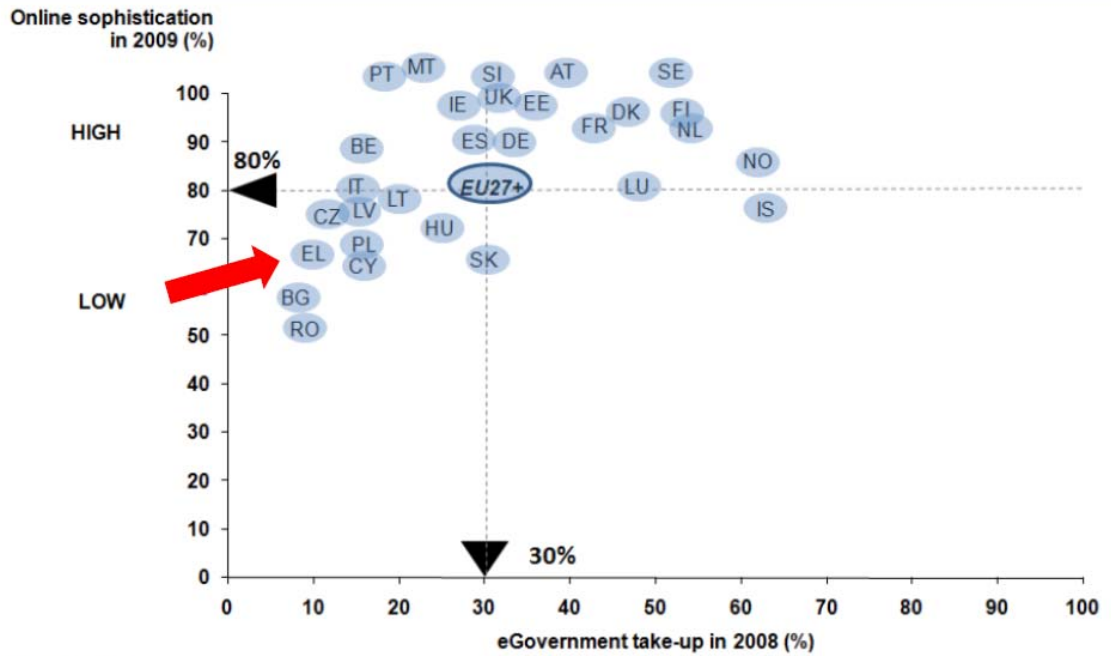
( Αγγέλης Β., (2005), ‘Η βίβλος του E-Banking’, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών)

#### **4.ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ E BANKING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Παρόλο που οι τράπεζες τα τελευταία χρόνια έχουν ξοδέψει πολλά κονδύλια για την προώθηση του e banking στην Ελλάδα, η χρήση του στο ευρύ κοινό παραμένει σε χαμηλά επίπεδα, ενώ μεγάλη αποδοχή χρήζει από τις μεγάλες επιχειρήσεις (πάνω από 10 άτομα). Ο πραγματικός αριθμός των Ελλήνων που κάνουν πραγματική χρήση του e-banking ξεπερνά σύμφωνα με τραπεζικούς κύκλους τις 500.000 άτομα. Αν και πρόκειται για ένα αρκετά χαμηλό ποσοστό, σε σχέση με τη διείσδυση της ηλεκτρονικής τραπεζικής σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, τα τελευταία χρόνια, αυξάνεται με ραγδαίους ρυθμούς, καθώς το 2001 οι online πελάτες των τραπεζών δεν ξεπερνούσαν τους 150.000 (1,5% του πληθυσμού)

(Ημερησία Online, (2009), Παπαϊωάννου Π., 'E-banking: 500.000 Έλληνες εμπιστεύονται τις συναλλαγές μέσω Internet', [www.imerisia.gr/article.asp;catid=12475&pubid=210329](http://www.imerisia.gr/article.asp;catid=12475&pubid=210329))

# Υπηρεσίες προς τους Πολίτες – EU 27 Vs EL



Πηγή: European Commission Directorate General for Information Society and Media, 8th Benchmark Measurement, November 2009

15<sup>ο</sup> Συνέδριο Εφαρμογών Πληροφορικής, Θεσσαλονίκη, 27 & 28 Νοεμβρίου 2009 | Κωνσταντίνος Φρυδάκης | Τράπεζα Πειραιώς

(Τράπεζα Πειραιώς, 15<sup>ο</sup> Συνέδριο Εφαρμογών Πληροφορικής, Φρυδάκης Κ., (2009), Τράπεζες & Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση: Νέοι Ρόλοι & ‘Πολιτοκεντρικό’ Μοντέλο Λειτουργίας)

## Μεγάθη Διείσδυση Internet & Υπηρεσιών ΗΔ

- 39,4 των Νοικοκυριών με Σύνδεση (54% έχουν Η/Υ)
- 34% με τακτική (1 φορά την εβδομάδα) χρήση
- 19% των πολιτών χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο για συναλλαγές με το Δημόσιο – 2% Ηλεκτρονική Διεκπεραίωση Υποθέσεων
- 81% των επιχειρήσεων (10+) χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο για συναλλαγές με το Δημόσιο (77,3% για πλήρη ηλ. διεκπεραίωση, π.χ. ΦΠΑ)
- 25% των επιχειρήσεων (1-9) χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο για συναλλαγές με το Δημόσιο
- Χρήση Web Banking 12%



(Τράπεζα Πειραιώς, 15<sup>ο</sup> Συνέδριο Εφαρμογών Πληροφορικής, Φρυδάκης Κ., (2009), Τράπεζες & Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση: Νέοι Ρόλοι & ‘Πολιτοκεντρικό’ Μοντέλο Λειτουργίας)

Οι τρόποι προώθησης των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής που χρησιμοποιούν σήμερα οι τράπεζες προκειμένου να κατευθύνουν τους πελάτες τους στην επιλογή των ηλεκτρονικών καταστημάτων για την διεκπεραίωση της πλειονότητας των τραπεζικών τους εργασιών είναι οι κάτωθι:

- **ασφάλεια συναλλαγών.** Ολοένα και περισσότερο οι τράπεζες τονίζουν, στα αντίστοιχα site τους, την αυξημένη ασφάλεια που παρέχεται στους χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής παρέχοντας εγγυήσεις για τις συναλλαγές τους. Δεν είναι λίγες οι ελληνικές τράπεζες, με πρώτη την Πειραιώς, που έχουν λάβει διεθνή βραβεία για την υψηλή ασφάλεια που παρέχουν στους πελάτες τους.
- **Τιμολόγηση προσφερόμενων υπηρεσιών.** Οι περισσότερες τράπεζες σε ό,τι αφορά τις υπηρεσίες και τα προϊόντα τα οποία προσφέρονται

αυτή τη στιγμή στους πελάτες τους μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής, προσφέρουν χαμηλότερο κόστος και προμήθειες από αυτές που πληρώνει ο πελάτης όταν η συναλλαγή γίνεται στο γκισέ του καταστήματος της κάθε τράπεζας.

- **Συνεχόμενη εξυπηρέτηση.** Οι συναλλαγές μέσω του internet προσφέρονται, όπως ήδη έχει αναφερθεί και στα πλεονεκτήματα της χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής, 24 ώρες το 24ωρο, 365 ημέρες τον χρόνο από οποιοδήποτε σημείο του κόσμου και αν βρίσκεται ο χρήστης.

- **Εύκολη πλοήγηση.** Οι τράπεζες προκειμένου να προσελκύσουν ολοένα και περισσότερους χρήστες σχεδιάζουν εύχρηστα και απλά site λαμβάνοντας υπόψιν τον χαμηλό βαθμό εξοικείωσης των καταναλωτών στη χώρα μας με το e-banking. Κύριο μέλημά τους είναι η όσο το δυνατόν περισσότερο εύκολη πλοήγηση των χρηστών στις ιστοσελίδες τους για την διεκπεραίωση των τραπεζικών τους συναλλαγών.

- **Προσέγγιση των νέων και ελεύθερων επαγγελματιών.** Καθώς οι περισσότεροι χρήστες του internet ανήκουν σε αυτές τις δύο ομάδες, είναι αναγκαία η προσέλκυση τους μέσω ειδικών υπηρεσιών που θα απευθύνονται αποκλειστικά σε αυτούς, όπως για παράδειγμα η παροχή αποκλειστικά μέσω internet ειδικών ασφαλιστικών και αποταμιευτικών προγραμμάτων (on line ταμιευτήριο της EFG Eurobank με προνομιακό επιτόκιο που δεν προσφέρεται από το δίκτυο των καταστημάτων της).

- **Ενημερωτικά έντυπα- demo παρουσίασης.** Οι τράπεζες μέσω των καταστημάτων τους και μέσω αλληλογραφίας, διαθέτουν ειδικές μπροσούρες που αναφέρουν τα πλεονεκτήματα και τα ειδικά προνόμια που απολαμβάνουν οι χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, προκειμένου να προσελκύσουν μεγαλύτερο αριθμό πελατών. Ταυτόχρονα η παροχή ενός πλήρους καταρτημένου demo στα site τους αποτελεί κίνητρο για τους πελάτες, έτσι ώστε να δούνε τις υπηρεσίες που μπορούν να εκτελέσουν, καθώς και την απλή χρήση τους.

- **Εκπαίδευση πελατών από το προσωπικό.** Οι εργαζόμενοι στα καταστήματα συμβάλουν στην αναγκαία «εκπαίδευση» των καταναλωτών, καθώς

ειδικά οι μη χρήστες θεωρούν το προσωπικό του καταστήματος ένα από τα πιο αποτελεσματικά μέσα προώθησης του e-banking.

- **Χρήση ηλεκτρονικής τραπεζικής από τους ίδιους τους υπαλλήλους των τραπεζών.** Επιτακτική θεωρούν οι τράπεζες την ανάγκη για αποκλειστική διεκπεραίωση από τους υπαλλήλους τους των δικών τους συναλλαγών μέσω του e-banking και τέλος

- **προώθηση των τραπεζικών συναλλαγών που αφορούν τις ΔΕΚΟ.** Μέσω των ηλεκτρονικών καταστημάτων οι χρήστες οι οποίοι πραγματοποιούν συναλλαγές με δημόσιους φορείς, έχουν την δυνατότητα να τις διεκπεραιώνουν άμεσα, ταχύτερα και με on line ενημέρωση τους.

(Capital.gr, Τραπεζάνογλου Β.: (30-04-2008), ‘Κολλημένοι στα μετρητά οι Έλληνες’ <http://www.capital.gr/news.asp?details=494962> )

## **5.ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ**

### **Ποιότητα υπηρεσιών**

Η χρηστικότητα και η λειτουργικότητα των ηλεκτρονικών τραπεζών έχει βελτιωθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια. Σύμφωνα με τηλεφωνική έρευνα ελληνικής τράπεζας η βελτίωση είναι εντυπωσιακή τόσο στο εικονικό όσο και στο τεχνολογικό περιβάλλον. Οι ερωτηθέντες θεωρούν ότι το επίπεδο της προσφερόμενης υπηρεσίας είναι πολύ υψηλό, η λειτουργία των συστημάτων είναι σχεδόν αδιάλειπτη, η ταχύτητα εξυπηρέτησης πολύ καλή και η χρήση εύκολη ακόμα και για κάποιον ο οποίος δεν είναι ιδιαίτερα εξοικειωμένος με τους υπολογιστές. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι προσφερόμενες μέσω web υπηρεσίες είναι σε ορισμένες περιπτώσεις ποιοτικότερες αυτών που απολαμβάνουμε στο γκισέ. Για παράδειγμα, μία από τις τράπεζες που διαθέτει υπηρεσίες web banking δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να δει τις κινήσεις του λογαριασμού του ακόμα και δύο χρόνια πίσω, ενώ τα ATMs της ίδιας τράπεζας παρουσιάζουν μόνο τις 10 τελευταίες κινήσεις και στην κατάσταση λογαριασμού που λαμβάνει ο πελάτης ταχυδρομικά παρουσιάζονται μόνο οι κινήσεις του εκάστοτε μήνα. Σίγουρα όμως χρειάζεται βελτίωση η διαδικασία που απαιτείται για να γίνει κάποιος χρήστης των υπηρεσιών web banking, η οποία σε ορισμένες περιπτώσεις είναι και κοπιαστική και χρονοβόρα. Κάποιες από τις τράπεζες, για παράδειγμα, αν και επιτρέπουν την υποβολή αίτησης για χρήση της υπηρεσίας μέσω του internet, υποχρεώνουν στη συνέχεια τον πελάτη να μεταβεί στο κατάστημα για να παραλάβει τους προσωπικούς του κωδικούς, ενώ οι ίδιες στέλνουν τους προσωπικούς κωδικούς για τις κάρτες των ATMs με συστημένο ταχυδρομείο. Μάλιστα σε ορισμένες περιπτώσεις η έγκριση της αίτησης και η αποστολή των κωδικών διαρκεί μέχρι και μία εβδομάδα.

### **Φθηνή και ακούραστη συναλλαγή**

Στις αρχές της 2000, ο αείμνηστος διοικητής της Εθνικής Τράπεζας, Θεόδωρος Καρατζάς, προσπαθούσε να πείσει τους πελάτες της τράπεζας για τα πλεονεκτήματα από τη χρήση του ATM σε πρώτη φάση και στη συνέχεια του internet banking για τη διεκπαιρέωση των συναλλαγών τους. Στις μέρες μας, οι Έλληνες συναλλασσόμενοι

έχουν αρχίσει να έχουν μεγαλύτερη εμπιστοσύνη στη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Τα πρόσφατα κρούσματα επηρέασαν αλλά δεν απέτρεψαν τελικά τη χρήση της λόγω των πολλών οφελών, οικονομικών και ψυχολογικών, καθώς όταν πραγματοποιεί τις συναλλαγές του από το σπίτι ή το γραφείο δεν νιώθει την καταπίεση του πελάτη που επισκέπτεται το κατάστημα. Και αυτό διότι:

Πρώτον, αποφεύγει τις ουρές.

Δεύτερον, κερδίζει πολύτιμο χρόνο που είναι απαραίτητος στη σημερινή εποχή και

Τρίτον, εξοικονομεί χρήματα τα οποία θα πλήρωνε αν πραγματοποιούσε την ίδια συναλλαγή στο κατάστημα, η οποία θα κόστιζε από 1 έως 1,50 ευρώ, ανάλογα με την τράπεζα και το είδος της συναλλαγής. Έξοδα αδικαιολόγητα, που το μόνο που προσφέρουν είναι επιπλέον κέρδη στις τράπεζες, γεγονός που αποδεικνύεται από την εντυπωσιακή αύξηση των εσόδων από αυτού του είδους τις προμήθειες που αποτυπώνουν οι λογιστικές καταστάσεις των τραπεζών.

(Οικονομική Επιθεώρηση, Παπαϊωάννου Α.( Δεκέμβριος 2005), 'Internet Banking: Συμφέρι αλλά προσοχή στους χάκερ.' [www.economia.gr/index.php?Itemid=28&id=414&option=com\\_content&task=view](http://www.economia.gr/index.php?Itemid=28&id=414&option=com_content&task=view) )

## 5.1.ALPHA BANK

Η ALPHA BANK ξεκίνησε συντηρητικά την παροχή υπηρεσιών web banking, σήμερα όμως παρέχει ολοκληρωμένες υπηρεσίες, σε ένα πολύ εύχρηστο περιβάλλον και μάλιστα με μοναδικό πλεονέκτημα - δυνατότητα τη δωρεάν μεταφορά κεφαλαίων σε λογαριασμούς τρίτων ακόμα και αν αυτοί ανήκουν σε διαφορετικές τράπεζες.

Το Alpha Web Banking, όπως ονομάζονται οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής της Alpha Bank ([www.alpha.gr](http://www.alpha.gr)), προσφέρει στους πελάτες της τράπεζας ένα ευρύ φάσμα δυνατοτήτων. Μεταξύ αυτών συμπεριλαμβάνονται η μεταφορά κεφαλαίων σε λογαριασμούς της ίδιας τράπεζας ή άλλων τραπεζών του εσωτερικού και του εξωτερικού, καθώς και η ενημέρωση για κάθε κίνηση στους λογαριασμούς του χρήστη. Επίσης, παρέχεται η δυνατότητα πληρωμής ΦΠΑ, η πραγματοποίηση παγίων εντολών



(π.χ. πληρωμή ενοικίου), καθώς και πολλών ακόμη ειδών λογαριασμών (πιστωτικές κάρτες και δάνεια της τράπεζας, πιστωτικές κάρτες άλλων τραπεζών, λογαριασμοί σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, καταβολή ασφάλιστρων, λογαριασμών Δημοσίου, κ.ά.).

Το περιβάλλον εργασίας μέσω web μπορεί να μην είναι εντυπωσιακό, αλλά είναι λειτουργικό και οι διαδικασίες εκτελούνται ταχύτατα. Η διαδικασία εγγραφής απαιτεί από τον πελάτη να περάσει μία τουλάχιστον φορά από την τράπεζα, ενώ επιπλέον η έγκριση της αίτησης φθάνει σχεδόν τις 7 ημέρες από την κατάθεσή της.

Αρκετή προσπάθεια απαιτείται για την εξέλιξη του Help Desk, το οποίο αφενός δεν έχει απευθείας αριθμό κλήσης, αφετέρου ο αριθμός κλήσης της τηλεφωνικής υποστήριξης δεν αναφέρεται στο site, ενώ είναι το ίδιο με εκείνο του τηλεφωνικού κέντρου της τράπεζας, γεγονός που προκαλεί αρκετά προβλήματα σε σχέση με το χρόνο εξυπηρέτησης.

## 5.2.WINBANK

Η WinBank ([www.peiraeus.gr](http://www.peiraeus.gr), [www.winbank.gr](http://www.winbank.gr)) της τράπεζας Πειραιώς δημιουργήθηκε στις αρχές του 2000 ως η πρώτη ολοκληρωμένη υπηρεσία ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα, παρέχοντας ένα πλήρες και ολοκληρωμένο σύνολο υπηρεσιών ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης. Πρόκειται για μία από τις πρώτες τράπεζες που πίστεψαν στα οφέλη του web banking και επένδυσαν σημαντικά στον τομέα αυτό προωθώντας έτσι και τον ανταγωνισμό. Σκοπός της WINBANK ήταν να εισέλθει στην αγορά της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Η WINBANK πέτυχε το στόχο της σχεδιάζοντας από την αρχή ένα μηχανισμό με πολλά κανάλια σε ένα ολοκληρωμένο και λειτουργικό περιβάλλον εργασίας. Ήταν ένα 6μηνο project το οποίο ακόμα επιφέρει στη WINBANK τα καλύτερα σχόλια στο χώρο της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Τα βήματα εξέλιξης αντικατοπτρίζονται στο περιβάλλον εργασίας του χρήστη, το οποίο εκτός από λειτουργικό είναι και αισθητικά προσεγμένο, χωρίς να υστερεί σε ταχύτητα.

Δυναμική είσοδο στις εν λόγω εργασίες έχει πραγματοποιήσει ο όμιλος της Τράπεζας Πειραιώς μέσω της θυγατρικής της, εξειδικευμένης στο internet banking,

WinBank. Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία της WinBank, οι συνδρομητές της ανέρχονται σήμερα σε 140.000 όταν το 2004 ήταν 130.000 -αυξημένοι κατά 15% σε σχέση με το 2003. Αξίζει να αναφερθεί ότι η WinBank παρέχει υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής στο σύνολο των καταναλωτών είτε πρόκειται για ιδιώτες είτε για επιχειρηματίες. Πρόσφατα, μάλιστα, ανακοίνωσε μία νέα πρωτοποριακή υπηρεσία, το WinBank Easyray, που προσφέρει στους καταναλωτές έναν νέο και εύκολο τρόπο πληρωμής εξ αποστάσεως των οφειλών τους διαθέσιμο οποιαδήποτε ημέρα και ώρα.

Μέσω web η τράπεζα παρέχει ένα πλήρες πακέτο υπηρεσιών και μάλιστα διαθέτει την πληρέστερη λίστα για πάγιες εντολές. Στον τομέα του Help Desk η WINBANK είναι η μοναδική τράπεζα με αριθμό κλήσης χωρίς χρέωση. Η Winbank έχει βραβευθεί για τις υπηρεσίες της από διακεκριμένους οργανισμούς σε Ελλάδα και εξωτερικό, ενώ είναι η μοναδική ελληνική υπηρεσία ηλεκτρονικής τραπεζικής πιστοποιημένη κατά ISO 9001:2000.

Τελευταία διάκριση της Winbank αποτελεί και η πρώτη θέση που κατέλαβαν οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής, winbank internet και winbank mobile (2006), ενώ τα PC Labs, τα μεγαλύτερα εργαστήρια δοκιμών τεχνολογίας στην Ελλάδα κατατάσσουν την υπηρεσία winbank internet στην πρώτη θέση μεταξύ 12 υπηρεσιών e-banking. Σε αξιολόγηση που έγινε μεταξύ των τραπεζών(2207), οι κατηγορίες που αναλύθηκαν και καθόρισαν το τελικό αποτέλεσμα ήταν οι Προσφερόμενες Υπηρεσίες (45%), η Ευκολία Χρήσης (20%, με 8 σημεία αξιολόγησης), η Ασφάλεια (25%), η Τεχνική Υποστήριξη (10%), με την υπηρεσία winbank internet της Τράπεζας Πειραιώς να συγκεντρώνει τη βαθμολογία 14,82 ενώ ακολουθούν η EUROBANK, η Alpha Bank, η Εγνατία Τράπεζα και η Εμπορική Τράπεζα.

Παράλληλα σε online έρευνα Ικανοποίησης Πελατών (EPSI) (Διάρκεια 16/03/06-20/04/06) με μέγεθος δείγματος 1.980 συμπληρωμένα και έγκυρα ερωτηματολόγια, τα αποτελέσματα ήταν ιδιαίτερα ενθαρρυντικά καθώς ο βαθμός ικανοποίησης των πελατών της ανερχόταν στο 92%.

(Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, (Ιούλιος 2007), ‘ Μελέτη των Κλάδων Πληροφορικής και Τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα: Κατάσταση και Προοπτικές’, [www.winbank.gr](http://www.winbank.gr) )

Το internet banking της Πειραιώς περιλαμβάνει τρεις εφαρμογές, αυτές των Internet, Mobile και Phone Banking. Το Phone Banking αποτελείται από δύο κανάλια: α) Κέντρο Εξυπηρέτησης Πελατών μέσω Αντιπροσώπου, β) Σύστημα προμαγνητοφωνημένων μηνυμάτων IVR (Integrated Voice Response). Στη λειτουργία του Κέντρου Εξυπηρέτησης Πελατών μέσω Αντιπροσώπου φαίνεται άλλη μια εφαρμογή του πολυκάναλου μηχανισμού. Ο αντιπρόσωπος κάνει login στο web interface της Winbank σαν να κάνει login ο ίδιος ο πελάτης – αφού φυσικά δοθεί η εξουσιοδότηση μέσω του πελάτη – και εκτελεί τις εντολές που του δίνει ο πελάτης τηλεφωνικά. Πρόκειται δηλαδή για μία λειτουργία διαφορετική σε σχέση με άλλες τράπεζες όπου στην υπηρεσία του Phone Banking χρησιμοποιείται ένα ξεχωριστό σύστημα CRM το οποίο πρέπει στη συνέχεια να ολοκληρωθεί με το κύριο σύστημα για να εκτελεστεί επιτυχώς η εντολή. Φυσικά μέσω αυτής της εφαρμογής δεν μπορεί ο αντιπρόσωπος να έχει πληροφορίες για το χαρτοφυλάκιο του πελάτη σε πραγματικό χρόνο.

Μία καινούρια υπηρεσία είναι αυτή των Τηλε-ειδοποιήσεων. Για παράδειγμα μέσω της υπηρεσίας τηλε-ειδοποιήσεων winbank alert παρέχονται πληροφορίες για τα τραπεζικά και χρηματιστηριακά θέματα του πελάτη real-time, 24 ώρες το 24ωρο, οπουδήποτε και αν βρίσκεται μέσω e-mail, sms, ή τηλεφωνήματος από τραπεζικό αντιπρόσωπο.

Η τελευταία καινοτομία της τράπεζας Πειραιώς είναι η ενσωμάτωση και των ATM και των Αυτόματων μηχανημάτων πληρωμών (APS) στον πολυκάναλο μηχανισμό. Ήδη έχει τροποποιηθεί το σύνολο των ATMs, σε web interface έτσι ώστε να δίνουν τη δυνατότητα στον πελάτη να εκτελεί παραπάνω λειτουργίες από τις συνηθισμένες, παρέχοντας στον πελάτη τις ίδιες δυνατότητες με το online banking. Παράλληλα, για να βοηθήσουν την εξοικείωση του πελάτη με τα ATM έχουν αναπτυχθεί και χρησιμοποιούνται πιο προσωποποιημένα λογισμικά, τα οποία έχουν την δυνατότητα να καλωσορίζουν τον πελάτη εκφωνώντας το όνομα του, να του εύχονται σε περίπτωση όπου η ημερομηνία συναλλαγής συμπίπτει με τα γενέθλια του, συναλλαγές τύπου web που δεν απαιτούν τη χρήση μετρητών κ.α.

### **5.3.ΕΘΝΙΚΗ**

Ένα πλήρες πακέτο υπηρεσιών e-banking τόσο για ιδιώτες όσο και για νομικά πρόσωπα προσφέρει στους πελάτες της η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος (www.nbg.gr). Οι πιο πρόσφατες νέες online υπηρεσίες της τράπεζας περιλαμβάνουν την αποστολή εμβασμάτων σε τράπεζες του εσωτερικού και του εξωτερικού, την πληρωμή πιστωτικών καρτών άλλων τραπεζών, φόρου εισοδήματος και λογαριασμών της Vivodi Telecom και τη δυνατότητα μαζικών χρεώσεων (μόνο για φυσικά πρόσωπα). Οι χρήστες των υπηρεσιών e-banking της Εθνικής έχουν στη διάθεσή τους ευρύ φάσμα δυνατοτήτων, όπως πλήρη ενημέρωση για τους λογαριασμούς τους και μεταφορά χρημάτων, πραγματοποίηση πληρωμών πιστωτικών καρτών, αποστολή εμβασμάτων, επενδυτικές και χρηματοδοτικές υπηρεσίες κ.ά.

Ο παραδοσιακός χαρακτήρας της τράπεζας διαφαίνεται και στις υπηρεσίες web banking, οι οποίες έχουν ακόμα μπροστά τους αρκετά στάδια εξέλιξης μέχρι να γίνουν πλήρεις. Η ΕΘΝΙΚΗ είναι η μόνη τράπεζα που εφαρμόζει ένα σύστημα κωδικών ασφαλείας ανά συναλλαγή, το οποίο παρέχει υψηλότερη ασφάλεια, αλλά είναι δύσχρηστο. Όσον αφορά τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες της ΕΘΝΙΚΗΣ είναι μάλλον από τις φτωχότερες. Μειονέκτημα είναι ο περιορισμένος χρόνος λειτουργίας των υπηρεσιών web, από τις 4:00 π.μ. μέχρι τις 8:00 π.μ., ωστόσο το μειονέκτημα αυτό επηρεάζει λιγότερο τις επιχειρήσεις, οι οποίες συνήθως εκτελούν τις συναλλαγές τους σε αυτό το χρονικό διάστημα.

### **5.4.EUROBANK**

Το e-Banking της Eurobank τέθηκε σε λειτουργία το Φεβρουάριο του 2000, προσφέροντας στους πελάτες της Τράπεζας το πληρέστερο πακέτο τραπεζικών και χρηματιστηριακών συναλλαγών. Έκτοτε, βρίσκεται σε διαδικασία συνεχούς αναβάθμισης της υπηρεσίας, αλλά και στην ανάπτυξη νέων συμπληρωματικών Online υπηρεσιών, έτσι ώστε να καλύπτει οποιοσδήποτε ανάγκες προκύπτουν.

Το πακέτο των ηλεκτρονικών υπηρεσιών που προσφέρει η τράπεζα είναι επαρκέστατο και καλύπτει σχεδόν το σύνολο των αναγκών μιας επιχείρησης. Εξαιρέση αποτελούν μόνο οι πάγιες εντολές, στις οποίες δεν περιλαμβάνεται εξόφληση λογαριασμών κινητής τηλεφωνίας.

Όσον αφορά το Help Desk, αυτό βασίζεται σε ευκολομνημόνευτο αριθμό, ο οποίος ωστόσο χρεώνεται βάσει των τιμολογίων του ΟΤΕ, όπως άλλωστε συμβαίνει και με τις περισσότερες τράπεζες.

Επίσης, σε μια πρόσφατη έρευνα ικανοποίησης των πελατών της τράπεζας, περίπου το 90% δήλωσε αρκετά-πολύ ευχαριστημένο από την υπηρεσία e-Banking.

Για την τράπεζα, η διασφάλιση των ηλεκτρονικών συναλλαγών αποτελεί προτεραιότητα, έτσι η ιστοσελίδα της πιστοποιείται από ανεξάρτητο πάροχο πιστοποίησης, η πρόσβαση στα συστήματα της τράπεζας ελέγχεται μέσω πολλαπλών Firewalls, χρησιμοποιούνται συστήματα εξασφάλισης μεταφοράς δεδομένων μέσω κρυπτογράφησης στα 128bit, καθώς και εξελιγμένα συστήματα ανίχνευσης εισβολών (Intrusion Detection Systems). Επίσης υπάρχουν μηχανισμοί ταυτοποίησης τράπεζας και χρήστη μέσω προσωπικών κωδικών πρόσβασης στην υπηρεσία, χρήση προσωπικών ψηφιακών υπογραφών για την ολοκλήρωση των συναλλαγών, ολοκλήρωση συναλλαγών και με κωδικούς μιας χρήσης που στέλνονται στο κινητό τηλέφωνο του πελάτη και τέλος αυστηρές εσωτερικές διαδικασίες διασφάλισης του αδιάβλητου των συναλλαγών. Επιπλέον δικλίδες ασφαλείας όπως αυτόματη αποσύνδεση χρήστη, χρήση εικονικού πληκτρολογίου για καταχώρηση του κωδικού πρόσβασης, μπλοκάρισμα κωδικών, κ.α

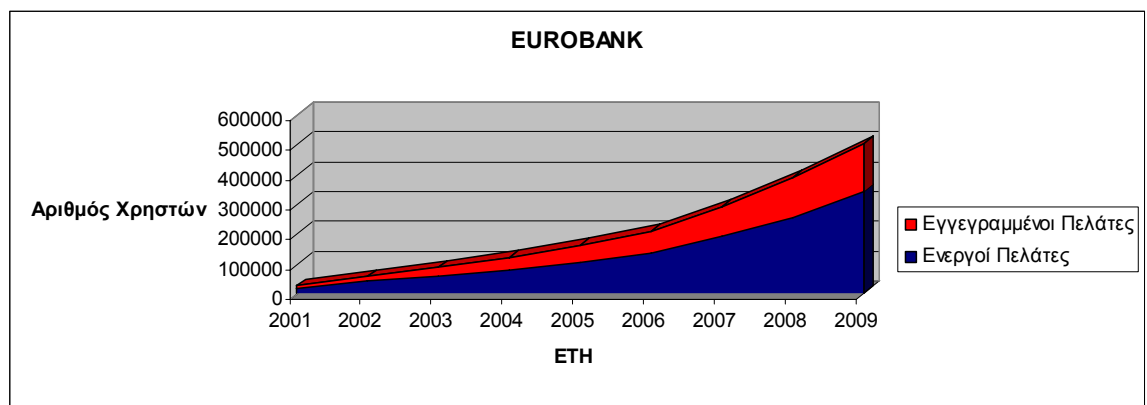
Η Eurobank έχει διακριθεί για την υπηρεσία e-Banking σε όλες τις συγκριτικές δοκιμές στις οποίες έχει συμμετάσχει τα τελευταία 9 χρόνια, τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό

- Διαδικασία εγγραφής
- Online, χωρίς να απαιτείται η φυσική παρουσία του πελάτη
- Με όποιον τρόπο επιθυμεί
- Πληθώρα παρεχόμενων Online υπηρεσιών
- Μεγάλος αριθμός διαθέσιμων πληρωμών και παγίων
- Μεταφορών κεφαλαίων οπουδήποτε στον κόσμο
- Πλήρης Χρηματοοικονομικές συναλλαγές
- Real time Online 24ωρη εκτέλεση των συναλλαγών
- Ασφάλεια Ηλεκτρονικών Συναλλαγών
- «Εγγύηση συναλλαγών μέσω e-Banking»

- Η μόνη Τράπεζα εγγεγραμμένη στο μητρώο της ΕΕΤΤ ως πάροχος ψηφιακών πιστοποιητικών
- 24ωρη εξυπηρέτηση
- Europhone Banking & εξειδικευμένη ομάδα τεχνικής υποστήριξης
- Διαδραστική online επικοινωνία “Click2Chat”
- Χαμηλά κόστη συναλλαγών
- Μειωμένα έξοδα συναλλαγών σε σχέση με τα υπόλοιπα κανάλια,
- Notifications δωρεάν!

Το ποσοστό των ενεργών χρηστών σε σχέση με τους εγγεγραμμένους πελάτες είναι 48,5% κατά μέσο όρο.

Στο παρακάτω διάγραμμα φαίνεται η εξέλιξη των εγγεγραμμένων αλλά και των ενεργών χρηστών της τράπεζας Eurobank.



Στο παρακάτω διάγραμμα δίνεται ο αριθμός των ετήσιων συναλλαγών της τράπεζας. Σημειώνεται ότι για το 2009 δίνεται μια εκτίμηση των ετήσιων συναλλαγών με βάση τους 9 πρώτων μηνών.



Σε τηλεφωνική έρευνα που έγινε για την ικανοποίηση των πελατών της τράπεζας από το e-banking τον Οκτώβριο του 2008 με συμμετοχή 695 ατόμων βρέθηκε ότι η συνολική ικανοποίηση από την υπηρεσία φτάνει το 88,5%. Τα ποσοστά δυσαρέσκειας είναι σε πολύ χαμηλά επίπεδα στο σύνολο των αξιολογούμενων περιοχών (<11% σε όλες τις περιοχές, <6,5% στο 80% των ερωτήσεων). Τα ποσοστά ικανοποίησης από τις επιμέρους περιοχές είναι ιδιαίτερα υψηλά (~80% κατά μέσο όρο), ενώ οι νέες υπηρεσίες αξιολογήθηκαν θετικά ως προς τη χρησιμότητα τους τουλάχιστον κατά ~65%. Θετική είναι και η αξιολόγηση των γενικών περιοχών της υπηρεσίας (69% κατά μέσο όρο). Η ταχύτητα του συστήματος και η «δομή/ πλοήγηση» εμφανίζουν τα μεγαλύτερα ποσοστά δυσαρέσκειας (9,8% και 11,2% αντίστοιχα). Οι πελάτες e-Banking της Eurobank χρησιμοποιούν κατά μέσο όρο 1,3 επιπλέον υπηρεσίες. Το 73% αυτών θεωρεί την υπηρεσία της Eurobank καλύτερη.

### → Έρευνα Ικανοποίησης πελατών από το e-Banking

- ✦ Η έρευνα έτρεξε στο νέο e-Banking (φυσικά πρόσωπα)
  - Διάστημα: 30/09/08 – 30/10/08
  - Logged in κατά το διάστημα της έρευνας: 41,288
  - Συμμετοχή στην έρευνα: 695



- ✦ Η συνολική ικανοποίηση από την υπηρεσία φτάνει το **88,5%**
- ✦ Τα ποσοστά δυσαρέσκειας είναι **σε πολύ χαμηλά επίπεδα** στο σύνολο των αξιολογούμενων περιοχών (<11% σε όλες τις περιοχές, <b>6,5%</b> στο 80% των ερωτήσεων)
- ✦ Τα ποσοστά ικανοποίησης από τις **επιμέρους** περιοχές είναι ιδιαίτερα υψηλά (~80% κατά μέσο όρο), ενώ οι **νέες** υπηρεσίες αξιολογήθηκαν θετικά ως προς τη χρησιμότητα τους τουλάχιστον κατά **~65%**.
- ✦ Θετική είναι και η αξιολόγηση των γενικών περιοχών της υπηρεσίας (**69% κατά μέσο όρο**). Η ταχύτητα του συστήματος και η «δομή/πλοήγηση» εμφανίζουν τα μεγαλύτερα ποσοστά δυσαρέσκειας (9,8% και 11,2% αντίστοιχα).
- ✦ **Οι πελάτες e-Banking της Eurobank χρησιμοποιούν κατά μέσο όρο 1,3 επιπλέον υπηρεσίες. Το 73% αυτών θεωρεί την υπηρεσία της Eurobank καλύτερη.**

1

(www.eurobank.gr)

## 5.5.ΕΜΠΟΡΙΚΗ BANK

Η υπηρεσία Emporiki e-Banking εξελίσσεται συνεχώς και ανανεώνεται προσφέροντας νέες υπηρεσίες στους πελάτες της Εμπορικής Τράπεζας (www.emporiki.gr). Οι νέες δυνατότητες της υπηρεσίας περιλαμβάνουν την αποστολή εμβασμάτων σε άλλες τράπεζες εντός Ελλάδας, την πληρωμή λογαριασμών ΟΤΕ, την πληρωμή φόρου εισοδήματος για φυσικά πρόσωπα, τη δυνατότητα παραλαβής κωδικού πρόσβασης στην υπηρεσία από ΑΤΜ κ.ά. Οι χρήστες της υπηρεσίας μπορούν να ενημερώνονται και να διαχειρίζονται ηλεκτρονικά λογαριασμούς, άυλους τίτλους και μετοχές που έχουν στη διάθεσή τους, να καταβάλλουν πληρωμές Δημοσίου και ταμείων (ΦΠΑ, ΙΚΑ, ΤΕΒΕ), λογαριασμών και πιστωτικών καρτών, να διαχειρίζονται πάγιες εντολές κ.ά.

## 5.6.ASPIS BANK

Την πραγματοποίηση τραπεζικών και χρηματιστηριακών συναλλαγών παρέχει στους πελάτες της η Aspis Bank (www.aspisbank.gr) μέσω των υπηρεσιών Online Banking και Online Trading αντίστοιχα. Οι εγγεγραμμένοι χρήστες των υπηρεσιών



μπορούν, μεταξύ άλλων, να ενημερώνονται για το υπόλοιπο και την κίνηση των λογαριασμών τους, να πραγματοποιούν online μεταφορές χρημάτων και αποστολές εμβασμάτων, να πληρώνουν λογαριασμούς και πιστωτικές κάρτες. Επιπλέον, έχουν τη δυνατότητα να ενημερώνονται για τις τρέχουσες τιμές όλων των μετοχών του Χ.Α., να δίνουν online εντολές για την αγορά ή την πώληση μετοχών, να παρακολουθούν τις εξελίξεις στο προσωπικό τους χαρτοφυλάκιο σε πραγματικό χρόνο κ.ά.

## **5.7.ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ**

Η υπηρεσία internet banking της Τράπεζας Κύπρου ([www.bankofcyprus.gr](http://www.bankofcyprus.gr)) έχει σχεδιαστεί ώστε να αποτελεί ένα εργαλείο πλήρους ενημέρωσης και πραγματοποίησης τραπεζικών συναλλαγών για τους πελάτες της. Εκτός των υπηρεσιών πληροφοριών, κινήσεων, μεταφορών, πληρωμών, κ.ά., διαθέτει και μία σειρά επιπρόσθετων σημαντικών πλεονεκτημάτων. Σε αυτά περιλαμβάνονται οι δυνατότητες ορισμού supervisor, εξουσιοδότησης τρίτου προσώπου που λειτουργεί για λογαριασμό του πελάτη, η έκδοση επιπλέον κωδικού για μεγάλα ποσά, ο καθορισμός ενός συγκεκριμένου ποσού για κάθε κατηγορία συναλλαγών, η αυτόματη διακοπή της σύνδεσης για λόγους ασφαλείας στην περίπτωση που δεν υπάρχει δραστηριότητα στην οθόνη για περισσότερα από 10 λεπτά κ.ά. Οι υπηρεσίες internet banking της τράπεζας υποστηρίζονται και από την υπηρεσία Phone Banking.

## **5.8.CITIBANK**

Με νέες υπηρεσίες εμπλουτίστηκε το Citibank Online, το σύνολο των ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών της Citibank ([www.citibank.com/greece](http://www.citibank.com/greece)). Οι χρήστες της υπηρεσίας, εκτός από τις δυνατότητες μεταφοράς χρημάτων, πληρωμής πιστωτικών καρτών και δανείων, μπορούν εφεξής να πληρώνουν τους προσωπικούς τους λογαριασμούς (π.χ. ΟΤΕ, ΙΚΑ, ΤΕΒΕ, ΦΠΑ) αυθημερόν ή σε προκαθορισμένη μελλοντική ημερομηνία και να δίνουν πάγιες εντολές για αυτόματη μηνιαία ή τακτική πληρωμή άλλων λογαριασμών (όπως ενοίκιο, ασφάλιστρα κ.ά.). Η τράπεζα παρέχει και την υπηρεσία Citiphone Banking για την πραγματοποίηση μιας σειράς τραπεζικών συναλλαγών ανά πάσα στιγμή μέσω τηλεφώνου.

## **5.9. MARFIN BANK**

Η Marfin Bank ([www.marfinegnatiabank.gr](http://www.marfinegnatiabank.gr)) παρέχει ένα πλήρες πακέτο online υπηρεσιών, που καλύπτουν τους τομείς των τραπεζικών συναλλαγών, των επενδύσεων, του ηλεκτρονικού εμπορίου και της αναζήτησης ακινήτων. Η νέα υπηρεσία Egnatia Teller προσφέρει στους πελάτες της τράπεζας όλες τις κλασικές υπηρεσίες online τραπεζικής (μεταφορά κεφαλαίου, πληρωμή ΦΠΑ, φόρου εισοδήματος, ΙΚΑ, ΤΕΒΕ, λογαριασμών, υπόλοιπο και κινήσεις λογαριασμού κ.ά.), ενώ περιλαμβάνει και μία σειρά από νέες δυνατότητες. Μεταξύ αυτών περιλαμβάνονται η πληρωμή πιστωτικών καρτών άλλων τραπεζών, η πάγια εξόφληση πιστωτικών καρτών της Εγνατίας, η δυνατότητα τηλε-ειδοποίησης μέσω sms ή e-mail για επιθυμητές συναλλαγές, η αίτηση παραγγελίας συναλλάγματος κ.ά.

## **5.10. MILLENNIUM BANK**

Το MillenniumWeb αποτελεί το ολοκληρωμένο δίκτυο τραπεζικής εξυπηρέτησης μέσω Internet της Millennium Bank([www.millenniumbank.gr](http://www.millenniumbank.gr)). Το δίκτυο προσφέρει ολοκληρωμένες δυνατότητες τραπεζικών και χρηματιστηριακών συναλλαγών μέσω των υπηρεσιών MillenniumBanker και MillenniumInvestor αντίστοιχα.

Μέσω του MillenniumBanker μπορεί να πραγματοποιηθεί ένα ευρύ φάσμα τραπεζικών συναλλαγών που αφορούν την ενημέρωση και τη διαχείριση των λογαριασμών των πελατών της τράπεζας, τη μεταφορά κεφαλαίων και την πληρωμή λογαριασμών (όπως ΟΤΕ, ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ, Interamerican, ΤΕΒΕ, ΙΚΑ, ΦΠΑ, φόρου εισοδήματος) κ.ά. Μέσω του MillenniumInvestor παρέχεται η online παρακολούθηση της συνεδρίασης του Χ.Α., η διαχείριση εικονικών χαρτοφυλακίων, η παρακολούθηση ξένων χρηματιστηρίων, η πορεία μετοχών κ.ά.

## **6.ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ-ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ**

### **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Είναι πλέον κατανοητό το πόσο μεγάλη σημασία δίνουν οι τράπεζες στη χρήση και διάδοση του e- banking, από τους πελάτες τους. Διεύρυνση του πελατολογίου, αύξηση της ανταγωνιστικότητας, ενίσχυση της αφοσίωσης, μείωση του λειτουργικού κόστους είναι κάποια από τα οφέλη. Σε ποιό βαθμό όμως το έχουν καταφέρει αυτό οι τράπεζες; Πώς είναι δυνατόν να αντλήσουμε πληροφορίες για την αποτελεσματικότητα της χρήσης των «διαδικτυακών καταστημάτων»;

Στην εν λόγω εργασία, για να καταφέρουμε να υπολογίσουμε την αποτελεσματικότητα της χρήσης και διάδοσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής πραγματοποιήσαμε έρευνα για την επισκεψιμότητα της ιστοσελίδας σε κάθε τράπεζα. Πόσα «κλίκ» έχουν γίνει στο διάστημα των δεκατέσσερων τελευταίων μηνών; Στη συνέχεια συμπεριλάβαμε και τον παράγοντα «αριθμό καταστημάτων» για να εξακριβώσουμε την πραγματική αποτελεσματικότητα, καθώς τα μεγέθη των τραπεζών και ο όγκος των συναλλαγών δεν είναι ο ίδιος για τα φυσικά καταστήματα της κάθε τράπεζας.

Για τη συλλογή στοιχείων και πληροφοριών απευθυνθήκαμε μέσω ηλεκτρονικών μηνυμάτων (e mails) στις τράπεζες, επισκεφτήκαμε τις ιστοσελίδες τους, καθώς επίσης και έγκυρα site, τα οποία καταμετρούν την επισκεψιμότητα σε διάφορες άλλες ιστοσελίδες.

### **6.1 ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ**

Βασικός στόχος λοιπόν της έρευνας μας, είναι η διερεύνηση και η εξαγωγή συμπερασμάτων για το πόσο οι προσπάθειες και τα υπέρογκα κονδύλια που δαπανούν οι μεγαλύτεροι τραπεζικοί οργανισμοί στην Ελλάδα για τη διάδοση και τη χρησιμοποίηση

του e-banking από τους πελάτες τους έχουν και την ανάλογη αποτελεσματικότητα. Πόσοι επισκέφτηκαν τις ιστοσελίδες τους το τελευταίο διάστημα;

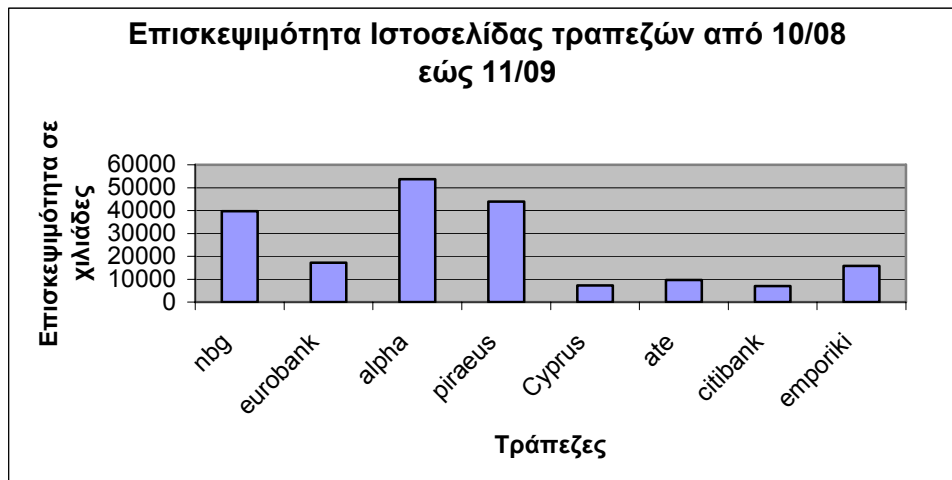
Για το λόγο αυτό επιλέχθηκαν οι εξής τράπεζες, Εμπορική, Αγροτική, Citibank, Κύπρου, Eurobank, Εθνική, Πειραιώς και Alpha Bank, οι οποίες είναι αυτές με την μεγαλύτερη απήχηση στο ευρύ κοινό και το μεγαλύτερο πελατολόγιο, καθώς επίσης είναι και αυτές που η επισκεψιμότητα στις ιστοσελίδες παρουσιάζει αντικείμενο έρευνας και ανάλυσης. Με όλες αυτές τις τράπεζες προσπαθήσαμε να έρθουμε σε επαφή για τη συλλογή στοιχείων, αλλά οι μόνες που μας έδωσαν απαντήσεις ήταν η Eurobank, η Alpha Bank και η Αγροτική Τράπεζα. Για τις υπόλοιπες τράπεζες βρήκαμε πληροφορίες από τα site τους αλλά και από τα site alexa.com και compete.com, οι οποίες είναι ιστοσελίδες που καταμετρούν τα «κλικ» που έχουν γίνει σε διάφορες άλλες ιστοσελίδες το τελευταίο δωδεκάμηνο.

Στο σημείο αυτό θεωρήθηκε απαραίτητο να συμπεριληφθεί στην έρευνα μας ως πρόσθετος παράγοντας και το μέγεθος που έχουν οι εν λόγω τράπεζες, όσο αναφορά το δίκτυο καταστημάτων που διαθέτουν. Ο παράγοντας αυτός θεωρήθηκε σημαντικός, γιατί ο αριθμός των καταστημάτων της κάθε τράπεζας υποδηλώνει και το μέγεθος της. Για να υπολογιστεί λοιπόν, πόσο αποτελεσματική είναι η προώθηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής από τους τραπεζικούς οργανισμούς, πρέπει να γίνει και σύγκριση των επισκέψεων στο ηλεκτρονικό τους κατάστημα με τον αριθμό των φυσικών καταστημάτων προκειμένου να αποδειχθεί η αποτελεσματική προώθηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

## 6.2 ΑΝΑΛΥΣΗ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

### 6.2.1 Επισκεψιμότητα ιστοσελίδων των τραπεζών

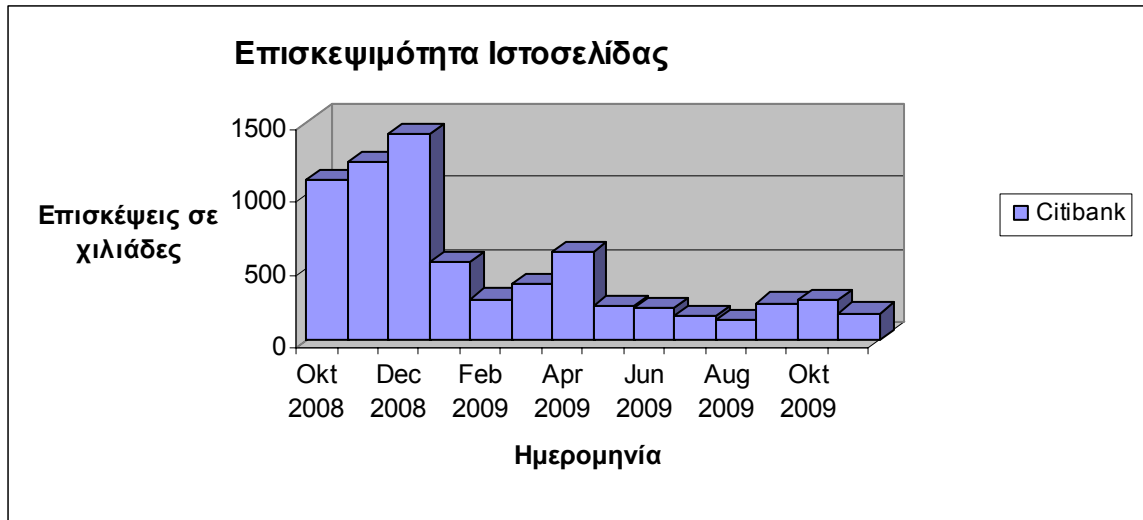
Στο παρακάτω διάγραμμα εμφανίζεται η συνολική επισκεψιμότητα στις ιστοσελίδες των εξεταζόμενων τραπεζών κατά το διάστημα Οκτώβριος του 2008 με Νοέμβριο του 2009. Οι πηγές από τις οποίες αντλήθηκαν τα παρακάτω στοιχεία είναι είτε από τις ίδιες τις τράπεζες ( Eurobank, Alpha και Αγροτική), είτε από τα site alexa.com και compete.com.



Διάγραμμα 1

### CITIBANK

Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζεται η επισκεψιμότητα της ιστοσελίδας της Citibank κατά τους μήνες Οκτώβριο του 2008 με Νοέμβριο του 2009. Τα στοιχεία τα έχουμε συλλέξει από τις ιστοσελίδες alexa.com και compete.com, καθώς η Citibank δε δέχτηκε να δώσει στοιχεία.



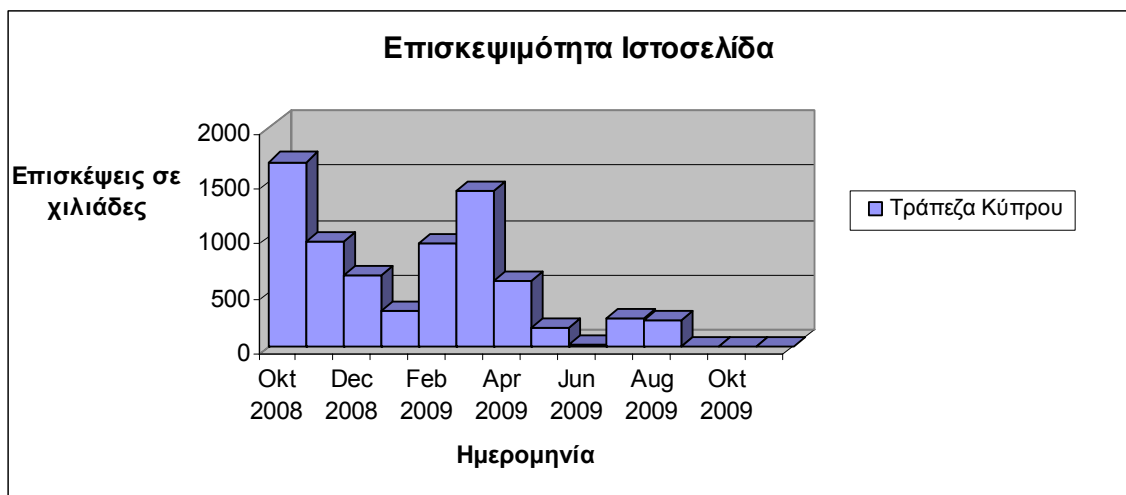
Διάγραμμα 2

Η Citibank είναι μία Τράπεζα, η οποία έχει την έδρα της στην Αμερική και τηρεί υποκαταστήματα σχεδόν σε όλον τον κόσμο. Στη χώρα μας αριθμεί 84 υποκαταστήματα. Η πορεία της επισκεψιμότητας στην ιστοσελίδα της κατά κύριο λόγο παρουσιάζει μία καθοδική πορεία. Παρατηρείται ότι ενώ στους τελευταίους μήνες του 2008 (Οκτώβριο, Νοέμβριο και Δεκέμβριο), η επισκεψιμότητα ήταν σε ικανοποιητικά επίπεδα, ξεπερνώντας τις 1.000.000 επισκέψεις με το Δεκέμβριο να φτάνουν το 1.420.000, το 2009 παρατηρείται μία σταδιακή μείωση, με τον Αύγουστο του 2009, οι ηλεκτρονικοί πελάτες της να μην ξεπερνούν τις 135.000.

Με μία πρώτη εκτίμηση και με βάση τα δεδομένα του διαγράμματος 1 η Citibank είναι η τράπεζα με τη χαμηλότερη επισκεψιμότητα. Τα «κλικ» που έγιναν στην ιστοσελίδα της κατά το εξεταζόμενο διάστημα δεν ξεπερνούν τα 7.019.000.

## ΚΥΠΡΟΥ

Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζεται η επισκεψιμότητα της ιστοσελίδας της Τράπεζας Κύπρου κατά τους μήνες Οκτώβριο του 2008 με Νοέμβριο του 2009. Τα στοιχεία τα έχουμε συλλέξει και σε αυτήν την περίπτωση από τις ιστοσελίδες alexa.com και compeete.com, καθώς ούτε η Τράπεζα Κύπρου δέχτηκε να δώσει στοιχεία.



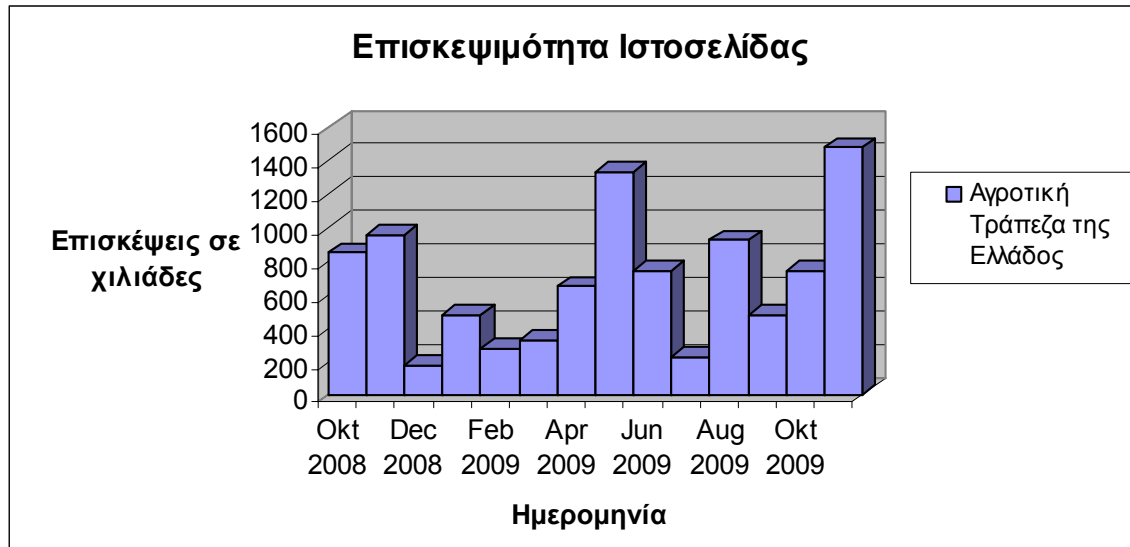
Διάγραμμα 3

Η Τράπεζα Κύπρου είναι θυγατρική τράπεζας της Κύπρου, με τα καταστήματα της στην Ελλάδα να φτάνουν τα 161. Η πορεία της παρουσιάζει μία διακύμανση. Ενώ τον Οκτώβριο του 2008 έχει μία δυναμική παρουσία με επισκέψεις που αγγίζουν το 1.680.000 τους επόμενους μήνες παρατηρείται μία διακύμανση των επισκέψεων. Συνεχόμενη πτώση μέχρι τον Ιανουάριο του 2009, μία αλματώδη αύξηση από τον Ιανουάριο στον Φεβρουάριο (από 323.000 επισκέψεις στις 942.000, περισσότερο από το τριπλάσιο). Οι μήνες που ακολουθούν παρουσιάζουν μία συνεχόμενη μείωση των επισκέψεων με τον Νοέμβριο του 2009, τα «κλικ» τα οποία έγιναν στην ιστοσελίδα της Τράπεζας Κύπρου, να είναι μόλις 8.000.

Με βάση τα αποτελέσματα του διαγράμματος 1, η Τράπεζα Κύπρου κατέχει την προτελευταία θέση ανάμεσα στις υπόλοιπες, με συνολική επισκεψιμότητα 7.282.000 χωρίς να έχει και μεγάλη διαφορά από αυτή της Citibank.

## ΑΓΡΟΤΙΚΗ

Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζεται η επισκεψιμότητα της ιστοσελίδας της Αγροτικής Τράπεζας κατά τους μήνες Οκτώβριο του 2008 με Νοέμβριο του 2009. Τα στοιχεία της έρευνας, δόθηκαν από την ίδια την Αγροτική τράπεζα, κατόπιν e mail το οποίο της στείλαμε. Η ανταπόκριση της ήταν άμεση.



Διάγραμμα 4

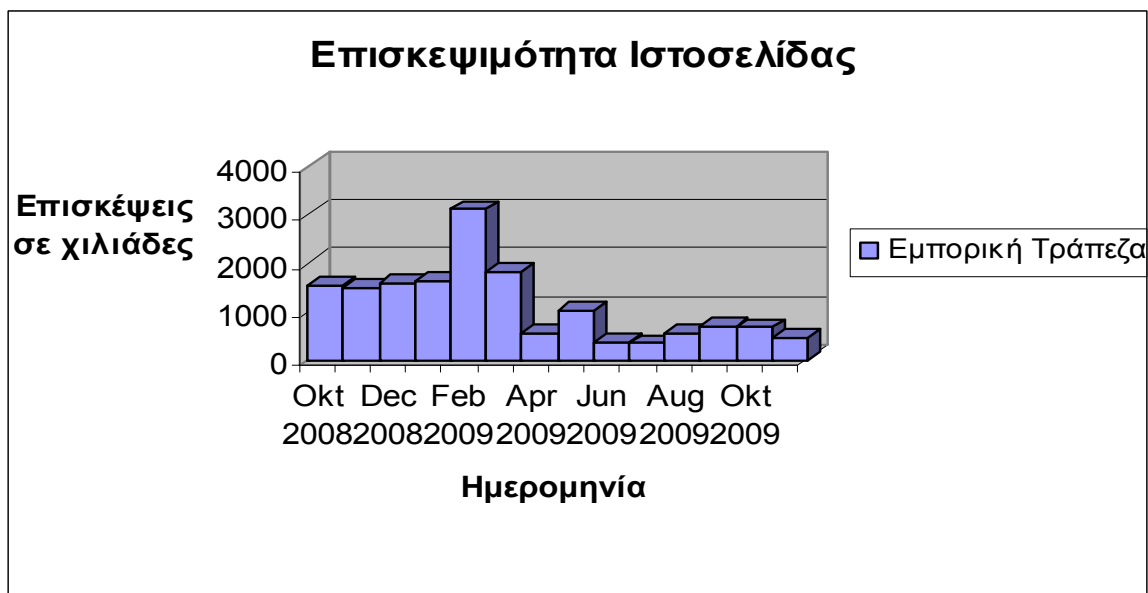
Η Αγροτική είναι δημόσια τράπεζα και το δίκτυο καταστημάτων της είναι το δεύτερο μεγαλύτερο στην Ελλάδα μετά την Εθνική, αγγίζοντας τα 481 υποκαταστήματα. Και στην Αγροτική η πορεία της επισκεψιμότητας παρουσιάζει μία έντονη διακύμανση. Ο καλύτερος της μήνας είναι αυτός του Νοεμβρίου του 2009, κατά τον οποίο 1.480.000 επισκέφτηκαν την ιστοσελίδα της μην έχοντας μεγάλη διαφορά από τον Μάιο του ίδιου έτους ( 1.388.000). Τον Δεκέμβριο του 2008 η επισκεψιμότητα έφτασε μόλις τις 180.000 και τον Ιούλιο τις 226.000.

Η Αγροτική με τα μέχρι στιγμής δεδομένα και σύμφωνα με το διάγραμμα 1, κατέχει την έκτη θέση στην επισκεψιμότητα σε σύγκριση με τις υπόλοιπες επτά εξεταζόμενες τράπεζες εμφανίζοντας 9.651.000 επισκέψεις.



## ΕΜΠΟΡΙΚΗ

Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζεται η επισκεψιμότητα της ιστοσελίδας της Εμπορικής Τράπεζας κατά τους μήνες Οκτώβριο του 2008 με Νοέμβριο του 2009. Τα στοιχεία τα έχουμε συλλέξει και για αυτήν την τράπεζα από τις ιστοσελίδες alexa.com και compete.com.



Διάγραμμα 5

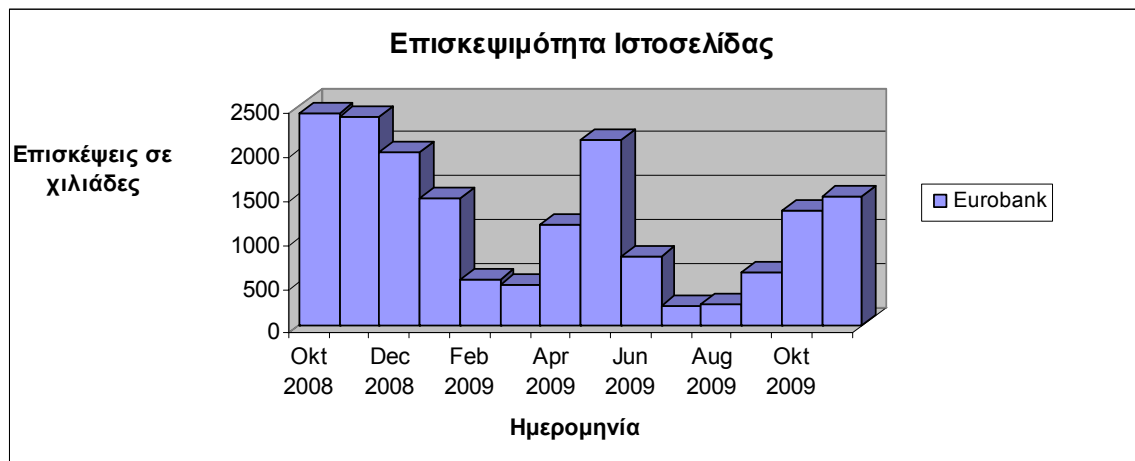
Η Εμπορική είναι μία τράπεζα που αριθμεί 350 καταστήματα πανελληνίως, η οποία προφανώς δεν έχει εστιάσει πολύ στη χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής από τους πελάτες της, καθώς παρατηρείται μία σημαντική πτώση στην επισκεψιμότητα κατά τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου. Ο καλύτερος μήνας της, είναι αυτός του Φεβρουαρίου του 2009 κατά τον οποίο μήνα η επισκεψιμότητα άγγιξε τις 3.097.000 και χειρότερος είναι ο Ιούλιος της ίδιας χρονιάς με επισκεψιμότητα που δεν ξεπερνά τις 340.000. Δηλαδή τον Φεβρουάριο έκαναν «κλικ» στην ιστοσελίδα της 10 φορές περισσότεροι χρήστες από ότι τον Ιούλιο.

Η Εμπορική λοιπόν κατέχει την πέμπτη θέση στον πίνακα των συγκρινόμενων τραπεζών, με βάση το διάγραμμα 1, το οποίο αντικατοπτρίζει τη συνολική

επισκεψιμότητα το διάστημα Οκτώβριος του 2008 με Νοέμβριο του 2009. Τα «κλικ» που έγιναν στην ιστοσελίδα της φτάνουν τα 15.736.000

## EUROBANK

Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζεται η επισκεψιμότητα της ιστοσελίδας της Eurobank κατά τους μήνες Οκτώβριο του 2008 με Νοέμβριο του 2009. Τα στοιχεία δόθηκαν από την ίδια την Τράπεζα ύστερα από πολλές ενοχλήσεις.



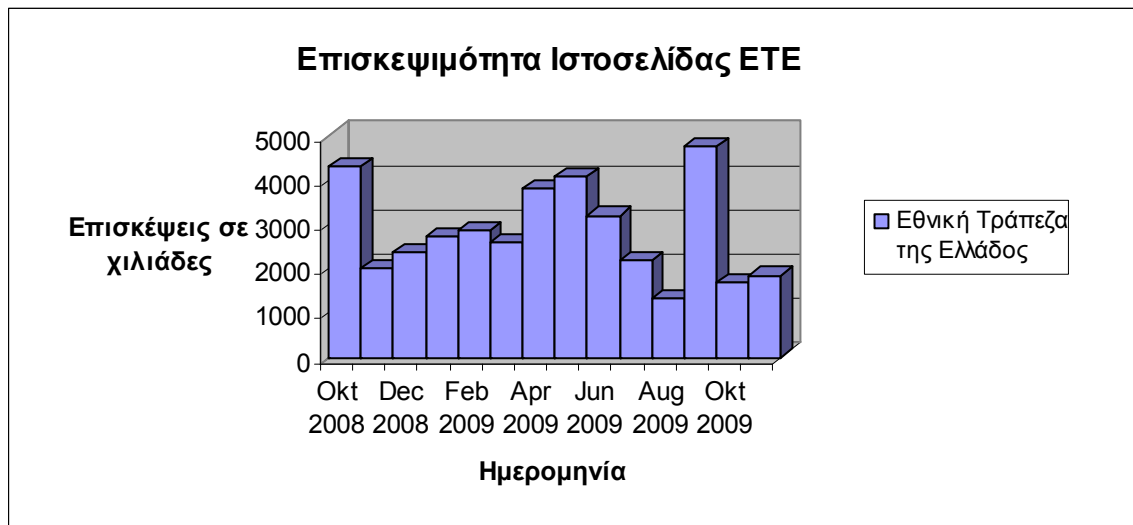
Διάγραμμα 6

Η Eurobank είναι μία από τις τράπεζες με δυναμική παρουσία στον Ελληνικό χώρο αριθμώντας 452 καταστήματα, κατέχοντας την Τρίτη θέση στο μέγεθος του δικτύου, πίσω από την Εθνική και την Αγροτική. Ανήκει στις τράπεζες οι οποίες έχουν τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα. Ξεκινάει δυναμικά κατά την εξεταζόμενη περίοδο με επισκέψεις που φτάνουν τις 2.417.000. Στη συνέχεια παρατηρείται όπως και στην Τράπεζα Κύπρου μία συνεχόμενη πτώση, η οποία συνεχίζεται μέχρι τον Απρίλιο του 2009, όπου οι επισκέψεις ξεπερνούν τις 1.150.000 και τον Μάιο η άνοδος αυτή συνεχίζεται. Τους καλοκαιρινούς μήνες οι επισκέψεις συνεχώς μειώνονται και η ανοδική πορεία ξεκινάει από τον Σεπτέμβριο του 2009, κλείνοντας την εξεταζόμενη περίοδο με 1.474.000 επισκέψεις.

Με βάση τα δεδομένα του διαγράμματος 1, η Eurobank έρχεται τέταρτη στην επισκεψιμότητα των ιστοσελίδων με επισκέψεις της τάξεως των 17.135.000, μην απέχοντας κατά πολύ από την Εμπορική.

## ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζεται η επισκεψιμότητα της ιστοσελίδας της Εθνικής Τράπεζας κατά τους μήνες Οκτώβριο του 2008 με Νοέμβριο του 2009. Τα δεδομένα που έχουν χρησιμοποιηθεί συλλεχθεί από τις ιστοσελίδες alexa.com και compete.com.



Διάγραμμα 7

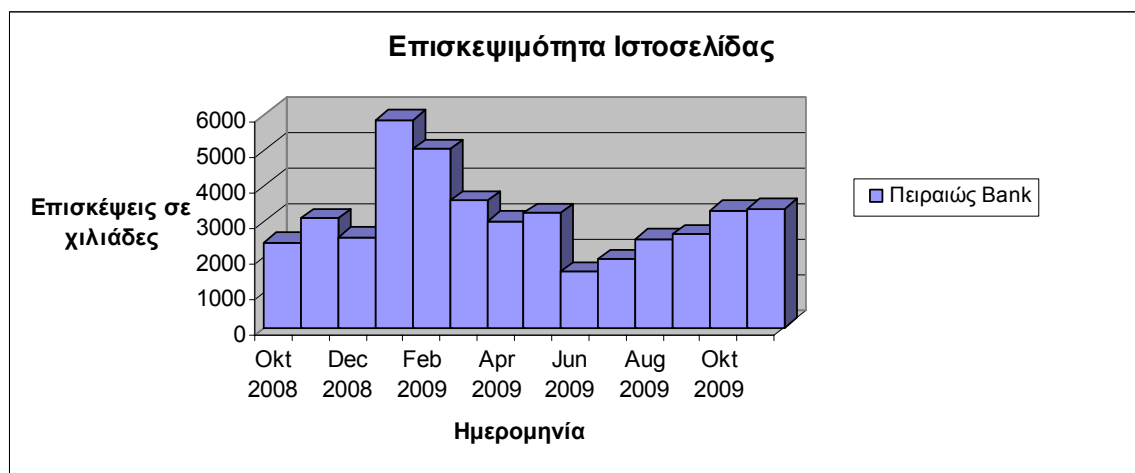
Η Εθνική Τράπεζα είναι η μεγαλύτερη τράπεζα στην Ελλάδα, τόσο από πλευράς δικτύου με αριθμό καταστημάτων 575, όσο και από πλευράς όγκου και μεγέθους. Είναι αναμενόμενο λοιπόν ότι η επισκεψιμότητα της ιστοσελίδας της να είναι ανάλογη με το μέγεθός της. 4.290.000 «κλικ» στο site της έγιναν τον Οκτώβριο του 2008, με μία σημαντική πτώση τον επόμενο μήνα. Ακολουθεί μία διακύμανη με κορυφαίους μήνες τον Μάιο του 2009 με 4.097.000 επισκέψεις και τον Σεπτέμβριο με 4.768.000 επισκέψεις.

Η Εθνική Τράπεζα λοιπόν είναι μία τράπεζα η οποία έχει σημαντική παρουσία στον Ελληνικό χώρο τόσο από πλευράς αριθμού καταστημάτων, όσο και από επισκεψιμότητα στο site της. Οι επισκέψεις που έγιναν στην ιστοσελίδα της το

εξεταζόμενο διάστημα σύμφωνα με το διάγραμμα 1 φτάνουν τα 39.737.000, κατατάσσοντάς την 3<sup>η</sup> ανάμεσα στις υπόλοιπες με διπλάσια διαφορά από την τέταρτη Eurobank.

## ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζεται η επισκεψιμότητα της ιστοσελίδας της Πειραιώς κατά τους μήνες Οκτώβριο του 2008 με Νοέμβριο του 2009. Οι πηγές των δεδομένων είναι οι ιστοσελίδες alexa.com και compete.com.



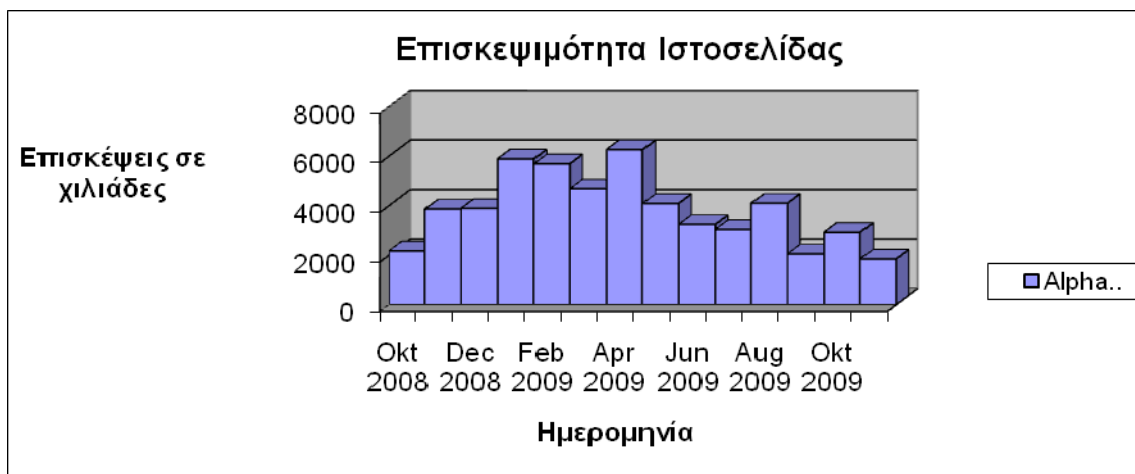
Διάγραμμα 8

Με 359 καταστήματα η Πειραιώς έχει εδραιώσει τη θέση της στον Ελληνικό χώρο και έχει μία δυναμική παρουσία. Είναι μία τράπεζα που έχει δώσει πολύ μεγάλη βαρύτητα στο σχεδιασμό της ιστοσελίδας της. Τα αποτελέσματα είναι ικανοποιητικά, καθώς είναι μία από τις τράπεζες με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα. Τον Ιανουάριο του 2009 η επισκεψιμότητα ανήρθε στα 5.865.000 αφήνοντας πίσω κατά πολύ τις υπόλοιπες τράπεζες εκτός της Alpha. Και η Πειραιώς ακολουθεί την ίδια πορεία με τις άλλες τράπεζες, δηλαδή μείωση των επισκέψεων κατά τους θερινούς μήνες, που ακολουθείται με μία σταδιακή αύξηση.

Η επισκεψιμότητα στην ιστοσελίδα της, σύμφωνα με το διάγραμμα 1 φτάνει τα 43.938.000 και την φέρνει στη δεύτερη θέση.

## ALPHA BANK

Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζεται η επισκεψιμότητα της ιστοσελίδας της Τράπεζας Alpha κατά τους μήνες Οκτώβριο του 2008 με Νοέμβριο του 2009. Τα στοιχεία μας δώθηκαν από την Alpha Bank μέσω e-mail, η οποία αντεπεξέλθηκε άμεσα.

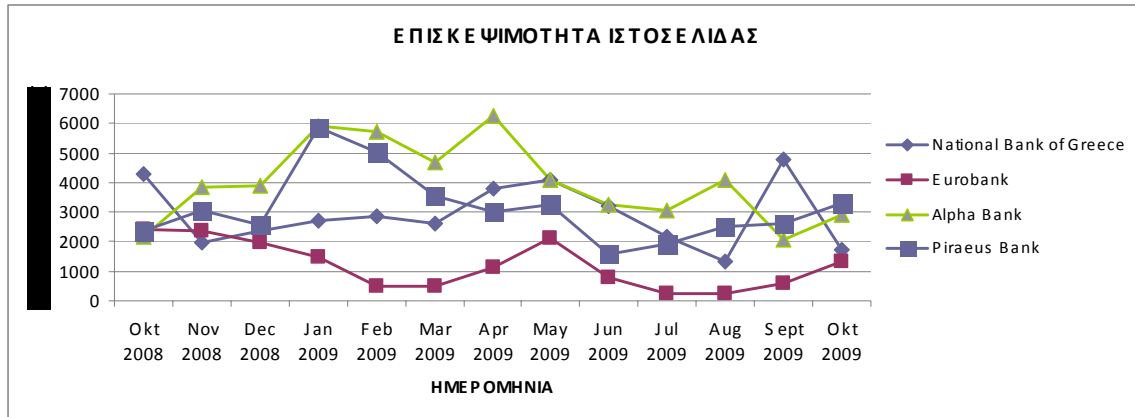


Διάγραμμα 9

Πρόκειται για μία από τις μεγαλύτερες τράπεζες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, με δίκτυο που ανέρχεται στα 431 καταστήματα. Η Τράπεζα Alpha, είναι και αυτή που το site της είναι το πιο δημοφιλές από αυτά των άλλων τραπεζών. Το εξεταζόμενο 14μηνο τα «κλικ» που έγιναν στην ιστοσελίδα της άγγιξαν τα 53.747.000 και την ανέδειξαν πρώτη. Κορυφαίος μήνας είναι ο Απρίλιος του 2009, κατά τον οποίο 6.262.000 επισκέφτηκαν την ιστοσελίδα της. Ο χειρότερος της μήνας είναι ο Νοέμβριος του ίδιου έτους με επισκέψεις 1.850.000. Παρά το χαμηλό αυτό νούμερο για τα δικά της δεδομένο εξακολουθεί να είναι δεύτερη ανάμεσα στις υπόλοιπες για τον μήνα αυτό μετά τη Πειραιώς.

Η Alpha Bank, λοιπόν είναι και αυτή που βρίσκεται στην κορυφή ανάμεσα από τις υπόλοιπες τράπεζες, καθώς σύμφωνα με τα δεδομένα του διαγράμματος 1, η επισκεψιμότητα της από τον Οκτώβριο του 2008 με Νοέμβριο του 2009, αγγίζει τα 53.747.000 αφήνοντας πίσω κατά πολύ τις υπόλοιπες τράπεζες, ακόμα και την δεύτερη Πειραιώς, με την οποία η διαφορά τους πλησιάζει τα 10.000.000.

Στο παρακάτω διάγραμμα εμφανίζεται η επισκεψιμότητα στις 4 πιο «δημοφιλείς», (Εθνική, Eurobank, Alpha και Πειραιώς) σε χρήση e-banking τράπεζες για ένα έτος, Οκτώβριο του 2008 με Οκτώβριο του 2009.



Διάγραμμα 10

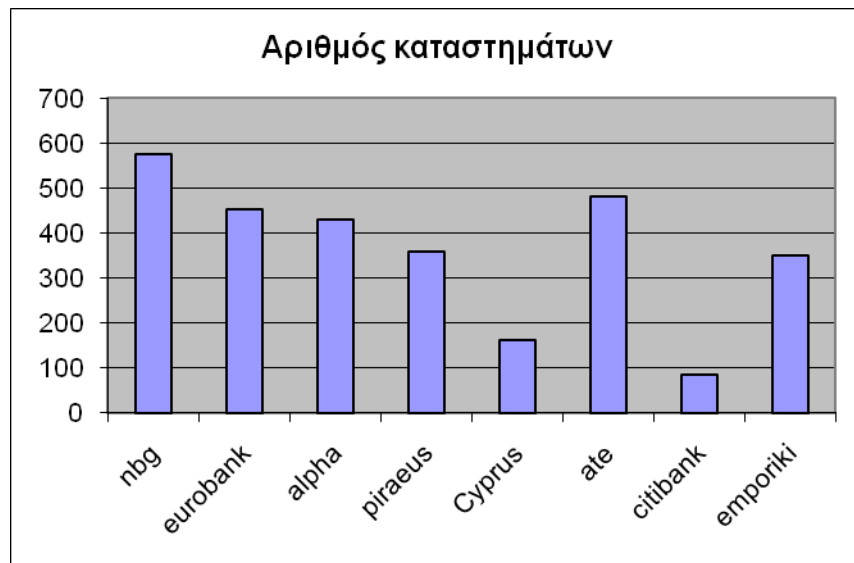
Όπως παρατηρείται τον Οκτώβριο του 2008 η τράπεζα με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα ήταν η Εθνική, η οποία είχε περίπου διπλάσια επισκεψιμότητα (4.290.000) από τις επόμενες 3, οι οποίες δεν ξεπερνούν κατά πολύ τις 2.000.000 επισκέψεις. Τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα παρουσιάζει κατά το μήνα Απρίλιο η Πειραιώς με 6.262.000 επισκέψεις, αφήνοντας πίσω κατά πολύ τις υπόλοιπες Τράπεζες. Κατά τους καλοκαιρινούς μήνες παρατηρείται μία πτώση της επισκεψιμότητας σε όλες τις τράπεζες, ενώ μεγαλύτερη είναι η κινητικότητα τους χειμερινούς μήνες.

### 6.2.2 Συναλλαγές ανά κατάσταση

Στα πλαίσια της έρευνας και με βάση τα στοιχεία που έχουμε συλλέξει προσπαθήσαμε να τα ομαδοποιήσουμε με τέτοιο τρόπο ώστε να έχουμε πληρέστερη εικόνα για τα οφέλη που έχει η κάθε τράπεζα από τη χρήση και προώθηση του e-banking. Το μέγεθος της επισκεψιμότητας της κάθε τράπεζας οδηγεί σε κάποια συμπεράσματα, τα οποία όμως δεν επαρκούν καθώς το μέγεθος της κάθε τράπεζας και ο όγκος των συναλλαγών δεν είναι ίδιος για όλες. Επομένως στο σημείο αυτό κρίνεται σκόπιμο να συμπεριληφθεί ως πρόσθετο μέτρο σύγκρισης και το μέγεθος του δικτύου της κάθε

τράπεζας. Πόσες συναλλαγές (φυσικές επισκέψεις πελατών), εξοικονομεί το κάθε πιστωτικό ίδρυμα από την παρουσία του στο διαδίκτυο;

Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζεται το πλήθος των καταστημάτων που τηρεί η κάθε τράπεζα στην Ελλάδα.



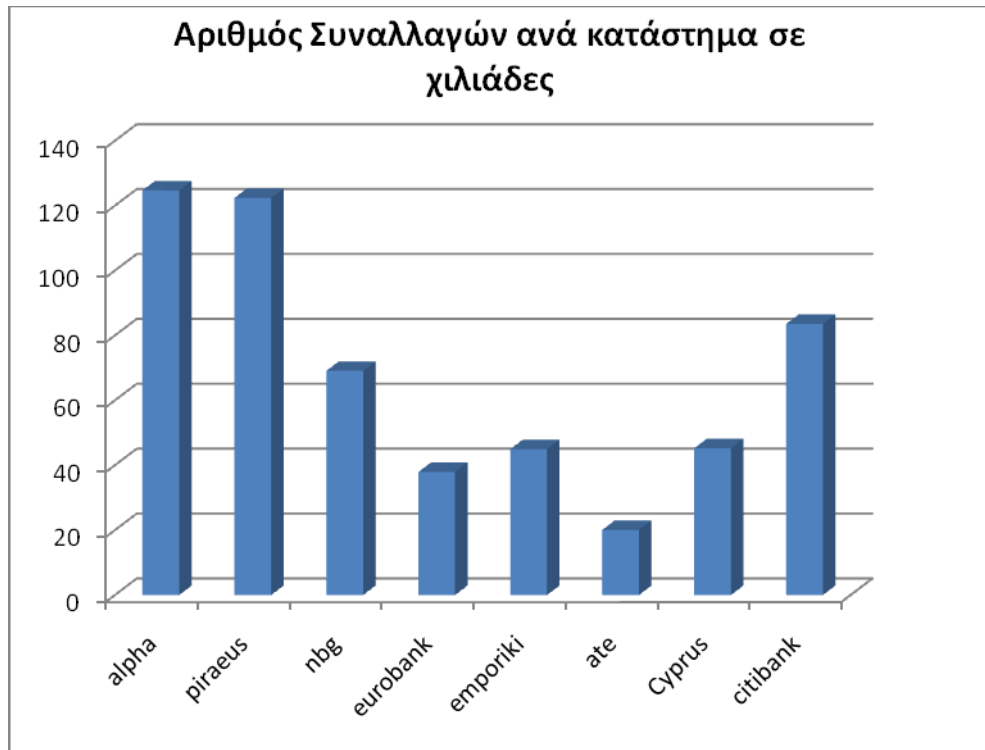
Διάγραμμα11

Η τράπεζα λοιπόν με το μεγαλύτερο αριθμό καταστημάτων είναι η Εθνική με 575 καταστήματα και ακολουθεί η Αγροτική με 481 καταστήματα. Τα λιγότερα καταστήματα στη χώρα μας τα αριθμεί η Citibank διαθέτοντας μόνο 84. Η Citibank είναι επίσης και η τράπεζα με τη χαμηλότερη επισκεψιμότητα στο site της. Η αποτελεσματικότητα της προώθησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής με βάση την επισκεψιμότητα στην ιστοσελίδα της Citibank δεν μπορεί όμως να συγκριθεί με αυτή της Alpha Bank, καθώς τα μεγέθη τους είναι εντελώς άνισα.

Για να είναι δυνατή η επιθυμητή σύγκριση ανάμεσα στις εξεταζόμενες τράπεζες, παρατίθεται το ακόλουθο διάγραμμα, το οποίο προκύπτει από την αναγωγή των συναλλαγών που έχουν γίνει μέσω e-banking (επισκεψιμότητα), στα φυσικά

καταστήματα. Διαιρέσαμε δηλαδή τον αριθμό των συναλλαγών με το πλήθος των καταστημάτων που τηρεί η κάθε τράπεζα. Πόσες συναλλαγές εξοικονομεί κάθε κατάστημα από τα «κλικ» που πραγματοποιούνται στην ιστοσελίδα της κάθε μίας;

Στο διάγραμμα που ακολουθεί παρουσιάζεται το αποτέλεσμα της αναγωγής αυτής.



Διάγραμμα 12

Με την εισαγωγή στην έρευνα μας του παράγοντα «αριθμός καταστημάτων» το συμπέρασμα που προκύπτει για την κατάταξη των τραπεζών ως προς σε ποιο βαθμό έχουν καταφέρει να προωθήσουν τις συναλλαγές των πελατών τους μέσω του διαδικτύου έναντι των καταστημάτων διαφοροποιείται σε μεγάλο βαθμό.

Πρώτη αναδεικνύεται και πάλι η Alpha Bank η οποία χάρη στη χρήση της ιστοσελίδας της, το κάθε κατάστημα επωφελείται με μείωση 124.700 συναλλαγών. Δεύτερη και με μικρή διαφορά, εξακολουθεί να παραμένει η Πειραιώς, η οποία με την εξαιρετική προώθηση της ιστοσελίδας της έχει καταφέρει και έχει εξοικονομήσει



122.389 συναλλαγές για το κάθε της κατάστημα. Τη μεγάλη έκπληξη εμφανίζει η Citibank, η οποία αν και κατέχει την τελευταία θέση στον πίνακα της επισκεψιμότητας έχει «κερδίσει» για κάθε της κατάστημα 83.550 συναλλαγές και εμφανίζεται τρίτη ανάμεσα στις οκτώ. Την τέταρτη θέση καταλαμβάνει η Εθνική, η οποία παρόλο που διαθέτει το μεγαλύτερο δίκτυο καταστημάτων, δεν έχει καταφέρει ακόμα να προωθήσει τους πελάτες της στη χρησιμοποίηση του ηλεκτρονικού της καταστήματος, με αποτέλεσμα ο αριθμός των συναλλαγών που της αναλογεί να είναι 69.107. Επόμενη στην κατάταξη είναι η τράπεζα Κύπρου. Από την προτελευταία θέση (έβδομη) στην κατάταξη με βάση την επισκεψιμότητα, μεταφέρεται πλέον στην πέμπτη θέση, εξοικονομώντας 45.220 συναλλαγές για το κάθε της κατάστημα. Έκτη και με ελάχιστη διαφορά ακολουθεί η Εμπορική με 44.960 συναλλαγές. Μεγάλη έκπληξη παρουσιάζει η θέση που καταλαμβάνει η Eurobank, η οποία έχει καταφέρει να κερδίσει μόνο 37.909 κινήσεις για κάθε της κατάστημα, παρά το μέγεθος της, καθώς είναι μία από τις πιο δημοφιλείς τράπεζες στην Ελλάδα. Τελευταία βρίσκεται η Αγροτική, της οποίας το κάθε της κατάστημα επωφελείται με μόλις 20.060 κινήσεις.

### **6.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**

Η προώθηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι πλέον επιτακτική ανάγκη σε ένα έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον, όπως αυτό της χώρας μας, όπου το κέρδος είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με την ευρωστία και το μέλλον της κάθε τράπεζας. Τα οφέλη από τη διάδοση του e-banking είναι πολλά, με πιο σημαντικό αυτό της μείωσης του λειτουργικού κόστους. Δεδομένου ότι οι υπηρεσίες και τα προϊόντα που προσφέρουν τα πιστωτικά ιδρύματα δε διαφέρουν σε μεγάλο βαθμό, θα πρέπει να αναζητήσουν ένα ανταγωνιστικότερο πλεονέκτημα σε σχέση με τις άλλες, το οποίο τους προσφέρεται μέσω της αποτελεσματικής προώθησης του e-banking.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, η τράπεζα η οποία έχει αποκτήσει περισσότερο το ανταγωνιστικό αυτό πλεονέκτημα στον ελληνικό χώρο είναι η Alpha Bank. Είναι μία από τις μεγαλύτερες τράπεζες, με ικανοποιητικό δίκτυο καταστημάτων που έχει κατορθώσει να αξιοποιήσει στο έπακρο το εργαλείο που της παρέχει το διαδίκτυο. Δυναμική είναι και η παρουσία της Πειραιώς στον κυβερνοχώρο, παρά το

γεγονός ότι η φυσική της παρουσία υπολείπεται από αυτή της Alpha Bank. Αξιοπερίεργο είναι και το ότι ενώ η Eurobank είναι μία τράπεζα η οποία είναι από τις πιο ανταγωνιστικές και έχει κερδίσει αρκετές διακρίσεις για το site της, βρίσκεται στην έβδομη θέση της αποτελεσματικότητας της χρήσης της ηλεκτρονικής της σελίδας. Αν και ο βαθμός επισκεψιμότητας είναι αρκετά μεγάλος, δεν απεικονίζεται στα πραγματικά οφέλη για τα καταστήματα της, κατά προέκταση και για την ίδια την τράπεζα.

Επομένως καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι παρά την έντονη προώθηση από πλευράς των τραπεζών για τη χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής και τα τεράστια ποσά που έχουν δαπανηθεί για τη δημιουργία εύχρηστων και αξιόπιστων site, η επισκεψιμότητα στα «ηλεκτρονικά καταστήματα» και το κέρδος που αποκομίζει η τράπεζα από αυτή είναι ακόμα σε χαμηλά επίπεδα.

Η ηλεκτρονική τραπεζική έχει αρχίσει και αναπτύσσεται στη χώρα μας την τελευταία δεκαετία με έντονους ρυθμούς, αλλά η χρήση των υπηρεσιών που παρέχονται μέσω αυτής είναι ακόμα σε πρώιμη κατάσταση, παρά τη μεγάλη προσπάθεια που καταβάλουν οι τράπεζες για την προώθηση της. Τι είναι αυτό που οδηγεί τους πελάτες των τραπεζών στην Ελλάδα για τη χρησιμοποίηση ή όχι της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι πεδίο περαιτέρω έρευνας. Πρέπει να ερευνηθούν οι λόγοι για τους οποίους οι πελάτες των τραπεζών δεν προτιμούν το διαδίκτυο αλλά καταφεύγουν στα καταστήματα για τη διεκπεραίωση των συναλλαγών και την ενημέρωσή τους. Πιο συγκεκριμένα, για τη διεξαγωγή καλύτερου συμπεράσματος, πρέπει να γίνει διαχωρισμός των πελατών που έχουν πρόσβαση στο e-banking και δεν το χρησιμοποιούν, με αυτούς που δεν έχουν πρόσβαση αλλά έχουν internet και ποιοι είναι οι λόγοι που τους αποτρέπουν στο να το αποκτήσουν.

Πεδίο έρευνας αποτελεί επίσης η εξεύρεση μιας πιο αποτελεσματικής προώθησης του συγκεκριμένου είδους εναλλακτικού δικτύου. Καθώς οι τρόποι με τους οποίους οι τράπεζες προωθούν τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής δεν είναι και τόσο αποτελεσματικοί, πρέπει να κατευθυνθούν σε νέες εφαρμογές που θα τους αποδώσουν και τα αναμενόμενα οφέλη. Ίσως θα έπρεπε να διαχωρίσουν πόσα από τα «κλικ» που

πραγματοποιούνται στις ιστοσελίδες τους αφορούν ταμειακές συναλλαγές και πόσα αφορούν απλή ενημέρωση για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που διαθέτουν.

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Στην έρευνα που πραγματοποιήσαμε, προσπαθήσαμε να βρούμε έναν τρόπο για να μετρήσουμε το κατά πόσο είναι αποτελεσματική η προώθηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στη χώρα μας. Επιλέχτηκαν τράπεζες με βάση το μέγεθός τους και την επισκεψιμότητα που παρουσιάζουν τα site τους. Για τη διεξαγωγή συμπερασμάτων εμπόδιο στάθηκαν οι ίδιες οι τράπεζες καθώς πολλές ήταν αυτές που αρνήθηκαν να μας παρέχουν στοιχεία. Η άρνηση αυτή δε μας διευκρινίστηκε αν οφείλεται στην έλλειψη καταγεγραμμένων στοιχείων ή στην πολιτική της κάθε τράπεζας.

Σε ένα περιβάλλον που τα πάντα ρέουν με ταχείς ρυθμούς και αυτό που σήμερα αποτελεί καινοτομία αύριο μπορεί να έχει ξεπεραστεί, οι επιχειρήσεις είναι αναγκασμένες να εφευρίσκουν καινούριες μεθόδους οι οποίες θα τους αποφέρουν μεγαλύτερο κέρδος και συρρίκνωση του λειτουργικού τους κόστους. Η διάδοση του internet είναι ραγδαία και για να μπορέσει μια επιχείρηση με πανελλήνια δραστηριότητα να επιβιώσει και να αναπτυχθεί θα πρέπει να κάνει αισθητή και την παρουσία της στο διαδικτυακό χώρο. Το πόσο σημαντική είναι η παρουσία αυτή, οι τράπεζες το έχουν αντιληφθεί και για το λόγο αυτό έχουν εντείνει τις προσπάθειες τους για την προώθηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Στην Ευρώπη και σε πολλές αναπτυγμένες χώρες το έχουν κατορθώσει σε μεγάλο βαθμό. Στην Ελλάδα οι προσπάθειες των τραπεζών δεν έχουν αποφέρει ακόμα τα αναμενόμενα αποτελέσματα. Προφανώς απαιτείται ακόμα αρκετός χρόνος ωρίμανσης προκειμένου να εισέλθει και η χώρα μας σε ένα στάδιο άνθισης. Τα πρώτα σημάδια όμως συνηγορούν ότι το μέλλον θα είναι καλύτερο και η ηλεκτρονική τραπεζική θα γίνει αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας μας.

Για το λόγο αυτό θεωρούμε ότι πρέπει να πραγματοποιηθεί περαιτέρω έρευνα για το ποίοι είναι οι λόγοι που ωθούν τους πελάτες των τραπεζών στη χρησιμοποίηση ή όχι της ηλεκτρονικής τραπεζικής και ποιες άλλες μεθόδους και στρατηγικές θα πρέπει να

χρησιμοποιήσουν οι τράπεζες για να ωθήσουν περισσότερους πελάτες τους να διεκπεραιώνουν τις τραπεζικές τους συναλλαγές μέσω των ηλεκτρονικών καναλιών που αυτές προσφέρουν.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- 1) Αγγέλης Β., (2005), 'Η βίβλος του E-Banking', Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών
- 2) Βενέτης Χ., (2002), 'Personal Firewalls'
- 3) Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, (2004), Τσάμη Α., 'Προώθηση των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής στις ελληνικές επιχειρήσεις'.  
[www.observatory.gr/page/default.asp?la=1&id=2101&pk=105&return=183](http://www.observatory.gr/page/default.asp?la=1&id=2101&pk=105&return=183)
- 4) Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, (2008), Ναμίας Ο., Ημερίδα 'Πρόληψη και αντιμετώπιση της Απάτης στα Ηλεκτρονικά Μέσα και Συστήματα Πληρωμών'  
[www.hba.gr/6Mme/6mmeDetails.asp?Mpage=3&Id=158](http://www.hba.gr/6Mme/6mmeDetails.asp?Mpage=3&Id=158)
- 5) Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, (2009), Αρχείο Δελτίου Τύπου, 'Συστάσεις προς τους χρήστες για ασφαλείς συναλλαγές μέσω διαδικτύου',  
[www.hba.gr/6Mme/6mmeDetails.asp?Mpage=3&Id=158](http://www.hba.gr/6Mme/6mmeDetails.asp?Mpage=3&Id=158)
- 6) Η-Επιχειρείν: Αφιερώματα: Online Συναλλαγές,  
[www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article\\_id=743](http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=743)
- 7) Η-Επιχειρείν: Αφιερώματα: Ασφάλεια και Πρακτικές Ασφαλείας  
[www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article\\_id=710](http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=710)
- 8) Η-Επιχειρείν: Αφιερώματα: Online Συναλλαγές,  
[www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article\\_id=568](http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=568)
- 9) Ημερησία Online, (2009), Παπαϊωάννου Π., 'E-banking: 500.000 Έλληνες εμπιστεύονται τις συναλλαγές μέσω Internet',  
[www.imerisia.gr/article.asp;catid=12475&pubid=210329](http://www.imerisia.gr/article.asp;catid=12475&pubid=210329)
- 10) Οικονομική Επιθεώρηση, Παπαϊωάννου Α. ( Δεκέμβριος 2005), 'Internet Banking: Συμφέρει αλλά προσοχή στους χάκερ.'  
[www.economia.gr/index.php?Itemid=28&id=414&option=com\\_content&task=view](http://www.economia.gr/index.php?Itemid=28&id=414&option=com_content&task=view)
- 11) Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, (Ιούλιος 2007), ' Μελέτη των Κλάδων Πληροφορικής και Τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα: Κατάσταση και Προοπτικές'  
[www.observe.gr/files/meletes/TΠΕ\\_Φβ\\_ΠΑΡΑΔ12\\_final.pdf](http://www.observe.gr/files/meletes/TΠΕ_Φβ_ΠΑΡΑΔ12_final.pdf)
- 12) Παπαδόπουλος Μ., (2005), 'Phishing - Η Νέα Μέθοδος Εξαπάτησης στο Διαδίκτυο, Ηλεκτρονικό Έγκλημα'

- 13) Περιοδικό RAM 137, Βαρελάς Χ. (Ιούνιος 2000), ‘Η Τέχνη του Σύγχρονου Κρύπτεσται’
- 14) Πομπόρτσος Α., Παπαδημητρίου Γ. (2003), ‘Ασφάλεια Δικτύων Υπολογιστών’ Εκδόσεις Τζιόλα
- 15) Τράπεζα Πειραιώς, 15<sup>ο</sup> Συνέδριο Εφαρμογών Πληροφορικής, Φρυδάκης Κ., (2009), Τράπεζες & Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση: Νέοι Ρόλοι & ‘Πολιτοκεντρικό’ Μοντέλο Λειτουργίας
- 16) Capital.gr, Τραπεζάνογλου Β.: (30-04-2008), ‘Κολλημένοι στα μετρητά οι Έλληνες’ <http://www.capital.gr/news.asp?details=494962>
- 17) GRNET ΕΔΕΤ, ‘Ηλεκτρονικές Πληρωμές: Προβλήματα και Προοπτικές’, [www.ebusinessforum.gr/engine/index.php?op=modload&modname=news&action=newsviewfilerelated&ctn=54&language=el](http://www.ebusinessforum.gr/engine/index.php?op=modload&modname=news&action=newsviewfilerelated&ctn=54&language=el)
- 18) Microsoft, [www.microsoft.com/hellas/athome/security/viruses/virus101.msp#ERD](http://www.microsoft.com/hellas/athome/security/viruses/virus101.msp#ERD)
- 19) Texas State Library & Archives Commission, [www.tsl.state.tx.us/ld/pubs/compsecurity.glossary.html](http://www.tsl.state.tx.us/ld/pubs/compsecurity.glossary.html)
- 20) [www.inout.gr/showthread.php?t=24288](http://www.inout.gr/showthread.php?t=24288)
- 21) [www.saferinternet.gr/Θέματα/ΕΕπιχειρείν/Pharming/tabid/64/Default.aspx](http://www.saferinternet.gr/Θέματα/ΕΕπιχειρείν/Pharming/tabid/64/Default.aspx)

#### **SITE ΤΡΑΠΕΖΩΝ**

- 22) [www.alpha.gr](http://www.alpha.gr)
- 23) [www.atbank.gr](http://www.atbank.gr)
- 24) [www.bankofcyprus.gr](http://www.bankofcyprus.gr)
- 25) [www.emporiki.gr](http://www.emporiki.gr)
- 26) [www.eurobank.gr](http://www.eurobank.gr)

27) [www.geniki.gr](http://www.geniki.gr)

28) [www.millenniumbank.gr](http://www.millenniumbank.gr)

29) [www.nbh.gr](http://www.nbh.gr)

30) [www.piraeusbank.gr](http://www.piraeusbank.gr)

31) [www.bankofgreece.gr](http://www.bankofgreece.gr)

32) [www.winbank.gr](http://www.winbank.gr)