



**ΑΝΟΙΚΤΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΚΥΠΡΟΥ**

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ»**

ΔΙΑΤΡΙΒΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΜΑΣΤΕΡ

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

**ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ
ΦΩΤΕΙΝΗ ΣΙΑΜΕΤΗ**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ ΣΑΜΙΤΑΣ**

ΑΘΗΝΑ, ΙΟΥΝΙΟΣ, 2012

ΔΙΑΤΡΙΒΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΜΑΣΤΕΡ

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

**ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ
ΦΩΤΕΙΝΗ ΣΙΑΜΕΤΗ**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ ΣΑΜΙΤΑΣ**

ΑΘΗΝΑ, ΙΟΥΝΙΟΣ, 2012

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	5
ABSTRACT	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	
1. Εισαγωγικές έννοιες του e-banking	8
1 Ορισμός	8
1.1 Η τραπεζική μέσω διαδικτύου (internet banking)	9
1.2 Η τραπεζική μέσω τηλεφώνου (telephone, phone banking)	9
1.3 Η τραπεζική μέσω τηλεόρασης (TV banking)	9
1.4 Η τραπεζική μέσω κινητού (mobile phone banking)	10
1.5 Η τραπεζική μέσω υπολογιστή (PC banking or offline banking)	10
1.6 Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές (ATM)	10
1.7 Συσκευές συλλογής συναλλαγών	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	
Ασφάλεια των συναλλαγών	12
2.1 Απειλές και κίνδυνοι	12
2.2 Ασφάλεια	14
2.2.1.Κρυπτογράφηση	14
2.2.2.Ηλεκτρονική υπογραφή	16
2.2.3. Πρόσθετος κωδικός ασφαλείας συναλλαγών	17
2.2.4. Διαδικτυακοί τοίχοι προστασίας	17
2.2.5. Πρωτόκολλο παροχής ασφαλών διαδικτυακών συνδέσεων	17
2.3 Συστάσεις ασφαλείας από την Ένωση Ελληνικών Τραπεζών	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	
Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα από τη χρήση του e banking	19
3.1.Από την πλευρά των τραπεζών	19
3.1.1 Πλεονεκτήματα	19
3.1.2.Μειονεκτήματα	20
3.2.Από την πλευρά των πελατών	21
3.2.1.Πλεονεκτήματα	21

3.2.2.Μειονεκτήματα	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	
4.1 Πως πραγματοποιήθηκε η δειγματοληπτική έρευνα	23
4.2 Παρουσίαση αποτελεσμάτων δειγματοληπτικής έρευνας	23
Β' ΜΕΡΟΣ : ΕΛΕΓΧΟΣ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ	53
Συμπεράσματα και προτάσεις πολιτικής	68
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	73
ΠΙΝΑΚΑΣ	74
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	82

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Αντικείμενο της εργασίας αυτής είναι η διερεύνηση της χρήσης του e banking στην Ελλάδα. Η εργασία χωρίζεται σε δυο σκέλη, σε αυτό του θεωρητικού υποβάθρου και εκείνου της πρακτικής εφαρμογής.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στη γενικότερη μορφή του e banking, τις υπηρεσίες που προσφέρει και τις δυνατότητες που παρέχει στους χρήστες.

Στο δεύτερο και τρίτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά σε θέματα που σχετίζονται με την ασφάλεια και προστασία του καταναλωτή, τις απειλές και τους κινδύνους καθώς και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα από τη χρήση του.

Προκειμένου να διαμορφωθεί μια ρεαλιστική απεικόνιση της πραγματικότητας η παρούσα εργασία ολοκληρώνεται με εμπειρική έρευνα.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, προέκυψαν συμπεράσματα, τα οποία παρατίθενται στο τέλος, με κυριότερο συμπέρασμα ότι η χρήση του e banking δεν είναι ακόμα ιδιαίτερα διαδεδομένη στην Ελλάδα.

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate the use of e banking in Greece. The study is broken down into two main parts, in the theoretical under-platform and in that the practice of research and application.

The first section shows the general form of e banking, the consultancy and capacity that provides to the users.

At the second and third section, we attempt to describe the threats and dangers, the advantages and disadvantages of e banking, for both users and for the banks themselves. Of course, it could not be absent and the issues relating to safety of customers.

In order to provide a realistic presentation of reality, this paper concludes with empirical research.

According to the results, the main conclusion is that e banking is not particularly widespread in Greece.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στα πλαίσια της παγκοσμιοποίησης και ύστερα από σημαντικές αλλαγές και προκλήσεις, οι τράπεζες υποχρεώνονται να προβούν σε αναδιάρθρωση της επιχειρηματικής τους δομής. Η κυρίαρχη τάση που υπάρχει είναι η αξιοποίηση των οικονομιών κλίμακας και η μείωση του λειτουργικού κόστους, προκειμένου οι τράπεζες να λειτουργήσουν στο συνεχώς αναπτυσσόμενο νέο περιβάλλον. Δεδομένου ότι, τα περιθώρια κέρδους των τραπεζών μειώνονται, βαρύτητα δίνεται στη μείωση του κόστους λειτουργίας τους.

Ωστόσο, η μείωση του κόστους δεν θα πρέπει να επηρεάσει την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Αντιθέτως, οι πελάτες προσελκύονται από τις επιχειρήσεις οι οποίες παρέχουν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες.

Για να ανταποκριθούν οι τράπεζες στις προκλήσεις αυτές υιοθετούν την νέα τεχνολογία, το διαδίκτυο και το μίγμα μαρκετινγκ ώστε να βελτιώσουν την προώθηση των προϊόντων τους και να προλάβουν την απειλή του ανταγωνισμού.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η διερεύνηση της ποιότητας των τραπεζικών υπηρεσιών, του βαθμού ανάπτυξης και υιοθέτησης των τραπεζικών υπηρεσιών μέσω του e banking.

Για την επίτευξη του παραπάνω σκοπού πραγματοποιήθηκε έρευνα με τη βοήθεια ερωτηματολογίου, τα αποτελέσματα της οποίας έδειξαν ότι η διείσδυση του e banking είναι ακόμα σε πρώιμα στάδια.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Εισαγωγικές έννοιες του e-banking

1. Ορισμός

Το διαδίκτυο, παρέχοντας αμφίδρομη επαφή μεταξύ ατόμων, επιχειρήσεων και οργανισμών, έχει μεταβληθεί σε παγκόσμιο ανοιχτό δίαυλο επικοινωνίας. Οι τεχνολογίες των τηλεπικοινωνιών και της πληροφορικής, εξαπλώνονται ραγδαία και γίνονται αποδεκτές από τις νεότερες κυρίως ηλικίες. Οι τράπεζες συνειδητοποιούν σταδιακά τις δυνατότητες επιχειρηματικής εκμετάλλευσης του μέσου.

Ορισμένοι συγγραφείς ορίζουν την ηλεκτρονική τραπεζική ως μια βιομηχανία που επιτρέπει στους πελάτες να έχουν πρόσβαση στους τραπεζικούς λογαριασμούς μέσω του διαδικτύου από οποιοδήποτε μέρος του κόσμου (Yang,1997). Μέσω του e banking, ο τραπεζικός πελάτης βρίσκει την υποδομή που τον εξυπηρετεί στην εκτέλεση των συναλλαγών του ενώ ταυτόχρονα απολαμβάνει μια σειρά από νέα προϊόντα και μια μορφή προσωπικής εξυπηρέτησης, η οποία μπορεί να είναι άυλη, αλλά βρίσκεται μόνο μια οθόνη μακριά από την τράπεζα του, μειώνοντας έτσι δραστικά το κόστος και για τις δυο πλευρές, ενώ οι καταναλωτές κερδίζουν και πολύτιμο χρόνο (Αρχοντάκης,1999, Δουκίδης,2001, Kosiur,1997). Οι τραπεζικές και χρηματιστηριακές συναλλαγές μπορούν να εκτελούνται από οπουδήποτε και οποτεδήποτε.

Παρατηρείται συχνά το φαινόμενο σύγχυσης του internet banking με το e-banking. Ίσως αυτό να οφείλεται στο γεγονός πως η σύνδεση μέσω διαδικτύου αποτελεί το δημοφιλέστερο εναλλακτικό κανάλι διανομής. Σύμφωνα με τη Miranda Morley, το e-banking περιλαμβάνει τις συναλλαγές που χρησιμοποιούν την τεχνολογία με σκοπό να αντικαταστήσουν τις παραδοσιακές τραπεζικές συναλλαγές και την διαδικασία αυτών. (Miranda, 2011). Σύμφωνα με την Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, ως ηλεκτρονική τραπεζική ορίζεται οποιαδήποτε εμπορική συναλλαγή που διεξάγεται μεταξύ τράπεζας και των πελατών της διαμέσου ηλεκτρονικών δικτύων και βοηθάει ή οδηγεί στην πώληση τραπεζικών υπηρεσιών/προϊόντων. (MU Ybin,2003)

Ένας πιο ολοκληρωμένος ορισμός περιγράφει την ηλεκτρονική τραπεζική ως μια ποικιλία από πλατφόρμες, όπως η τραπεζική μέσω διαδικτύου (internet banking ή online banking), η τραπεζική μέσω τηλεφώνου (telephone, phone banking), η τραπεζική μέσω τηλεόρασης (TV banking), η τραπεζική μέσω κινητού (mobile phone banking), και η τραπεζική μέσω υπολογιστή (PC banking or offline banking). Επίσης, συμπεριλαμβάνονται και οι αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές, γνωστές ως ATM (Lustsik, 2004) καθώς και μηχανήματα

ηλεκτρονικής μεταφοράς κεφαλαίων στα σημεία πωλήσεων, γνωστά ως E.F.T.P.O.S (Electronic Funds Transfer At The Point of Sale)

1.1 Τραπεζική μέσω διαδικτύου (internet banking ή online banking)

Το internet banking, το οποίο μερικές φορές ονομάζεται και on line banking, είναι φυσική συνέπεια του PC banking. Το internet banking χρησιμοποιεί το internet ως μέσο διεξαγωγής τραπεζικών δραστηριοτήτων. Ένας πελάτης έχει πρόσβαση στους λογαριασμούς του μέσω ενός browser. Τα προγράμματα internet banking βρίσκονται στο server της τράπεζας και όχι στο PC του χρήστη. Το internet banking κατηγοριοποιείται σε τρία βασικά επίπεδα παροχής υπηρεσιών τα οποία είναι οι δικτυακοί τόποι (web sites) βασικού πληροφοριακού περιεχομένου, τα web sites απλών συναλλαγών και τα web sites προηγμένων συναλλαγών.

1.2 Η τραπεζική μέσω τηλεφώνου (telephone, phone banking)

Το phone banking είναι αρκετά διαδεδομένο και αναφέρεται στις τραπεζικές συναλλαγές που γίνονται μέσω τηλεφώνου άλλων συσκευών που είναι εφοδιασμένες με την τεχνολογία WAP. Αρκεί ένα τηλεφώνημα, μέσω του οποίου ο πελάτης μπορεί να στείλει κωδικοποιημένα μηνύματα σε μια κεντρική μονάδα επεξεργασίας. Επίσης υπάρχει η δυνατότητα οι πελάτες να συνδέονται με τον κόμβο πληροφοριών της τράπεζας, αφού χρησιμοποιήσουν τον προσωπικό τους κωδικό.

Η διαφορά του internet banking από το phone banking είναι ότι το δεύτερο είναι πιο ακριβό για την τράπεζα και λιγότερο ασφαλές για τον πελάτη. Από την πρώτη υιοθέτηση αυτής της τεχνολογίας μέχρι σήμερα έχουν αλλάξει πολλά. Το phone banking χωρίζεται σε δυο κατηγορίες, σε αυτές που διεκπεραιώνονται μέσω τηλεφωνικών κέντρων και σε αυτές που διεκπεραιώνονται αυτόματα μέσω συστημάτων αναγνώρισης φωνής και συσκευών ηχητικών τόνων (tone pad).

1.3 Η τραπεζική μέσω τηλεόρασης (TV banking)

Το TV banking αφορά τραπεζικές εργασίες μέσω τηλεόρασης που υποστηρίζει δορυφορικές υπηρεσίες, καλωδιακή τηλεόραση και υπηρεσίες internet.

Για την πραγματοποίηση συναλλαγών μέσω τηλεόρασης συνήθως χρησιμοποιείται ειδικό μηχάνημα, το οποίο οι πελάτες έχουν σπίτι τους και στο οποίο τοποθετούν την πιστωτική τους κάρτα. Για ορισμένες υπηρεσίες μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν το τηλεκοντρόλ ή ακόμη και το κινητό τηλέφωνο.

Αξίζει να αναφέρουμε ότι η χρήση αυτής της μορφής έχει παραμείνει σταθερή στο εξωτερικό αλλά και στην Ελλάδα.

1.4 Η τραπεζική μέσω κινητού (mobile phone banking)

Το πιο γρήγορα εξελισσόμενο κανάλι διανομής για τις τράπεζες είναι το mobile banking. Στην πιο απλή μορφή του το mobile banking δίνει τη δυνατότητα στους πελάτες των τραπεζών να λαμβάνουν πληροφορίες μέσω γραπτών μηνυμάτων (sms). Με την ανάπτυξη όμως του πρωτοκόλλου ασύρματης εφαρμογής (WAP), άρχισαν να παρέχονται μια σειρά από υπηρεσίες, (Mallat, Rossi and Tuunainen, 2004), όπως η ηλεκτρονική μεταφορά μεταξύ λογαριασμών, η αγοραπωλησία μετοχών και η επιβεβαίωση συναλλαγών.

Το κύριο πρόβλημα του mobile banking είναι η μη ευρεία αποδοχή της τεχνολογίας WAP ως μέσο παροχής των υπηρεσιών του mobile banking. Η λύση αυτού του προβλήματος δίνεται με την υποχρεωτική χρήση των sms για τη διεκπεραίωση των συναλλαγών.

1.5 Η τραπεζική μέσω υπολογιστή (PC banking or offline banking)

Το PC banking εμφανίστηκε την δεκαετία του 1990. Για να μπορέσει κάποιος πελάτης να το χρησιμοποιήσει πρέπει να εγκαταστήσει ένα λογισμικό στον υπολογιστή του και να συνδεθεί με το δίκτυο που παρέχει η τράπεζα (Clemons και άλλοι, 2000). Το internet banking, έχει σχεδόν αντικαταστήσει το pc banking, διότι αρκεί μόνο ένα μόντεμ και μια σύνδεση στο διαδίκτυο, ώστε ο πελάτης μέσω του υπολογιστή να έχει πρόσβαση στις υπηρεσίες της τράπεζας.

1.6 Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές (ATM)

Οι αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές, γνωστές ως Automatic Teller Machines (ATM) αποτέλεσαν τον προπομπό των αυτόματων συναλλαγών, διευκολύνοντας τον χρήστη στις τραπεζικές του δραστηριότητες (Claessens, Dem, Cock, Preneel and Vandewalle, 2001), απομακρύνοντάς τον ταυτόχρονα από τα γκισέ των τραπεζών.

Το κύριο χαρακτηριστικό των ATM είναι η εξυπηρέτηση του πελάτη 24 ώρες το 24ωρο, χρησιμοποιώντας την προσωπική του κάρτα, στο μαγνητικό κομμάτι της οποίας περιέχονται το ονοματεπώνυμο του χρήστη και ο προσωπικός κωδικός αριθμός, γνωστός ως PIN, ο αριθμός λογαριασμού και το όριο αναλήψεων .

Το ATM αποτελείται από δυο βασικά τμήματα: το ηλεκτρονικό τμήμα που αποστέλλει και λαμβάνει στοιχεία και το μηχανικό τμήμα, το οποίο καταμετρά με ακρίβεια τα χαρτονομίσματα και εκδίδει τις αποδείξεις.

Τα ATM ανάλογα με το σημείο στο οποίο είναι εγκατεστημένα διακρίνονται σε:

Through the wall. Τα ATM βρίσκονται εξωτερικά των τραπεζικών καταστημάτων και εξωτερικά άλλων κτιρίων σε στρατηγικά σημεία μιας πόλης

In the lobby. Τα ATM βρίσκονται εσωτερικά των τραπεζικών καταστημάτων, πολυκαταστημάτων, supermarket, εμπορικών κέντρων κλπ

Vestibule. Τα ATM βρίσκονται σε ειδικά διαμορφωμένους γυάλινους προθάλαμους τραπεζικών καταστημάτων και λειτουργούν και εκτός εργάσιμων ωρών. Θεωρούνται τα πιο ασφαλή μηχανήματα (Λυμπερόπουλος, 1994)

Οι τράπεζες ενισχύουν συνεχώς το δίκτυο αλλά και τις υπηρεσίες των ATM.

Ο πελάτης ωφελείται επειδή πραγματοποιεί συναλλαγές όλο το 24ωρο, με ελάχιστη σπατάλη χρόνου και δεν είναι υποχρεωμένος να έχει πολλά χρήματα μαζί του.

Η τράπεζα ωφελείται επειδή μειώνεται η πιθανότητα λαθών και παράλληλα μειώνονται τα λειτουργικά έξοδα των συναλλαγών.

1.7 Συσκευές συλλογής συναλλαγών (E.F.T.P.O.S Electronic Funds Transfer At The Point of Sale)

Τα E.F.T.P.O.S (Electronic Funds Transfer At The Point of Sale) είναι ηλεκτρονικά μηχανήματα που διαθέτουν τα εμπορικά καταστήματα τα οποία χρεώνουν μέσω αυτών το ποσό της συναλλαγής στον τραπεζικό λογαριασμό των πελατών τους και ταυτόχρονα πιστώνεται ο δικός τους τραπεζικός λογαριασμός. Η πράξη απαιτεί την κατοχή από τον πελάτη κάρτας πληρωμής ή/και τη συμπλήρωση από αυτόν εξουσιοδότησης χρέωσης. Τα μηχανήματα παρέχονται είτε δωρεάν είτε σε εύλογη τιμή από τις συνεργαζόμενες τράπεζες που παρακρατούν προμήθεια σε βάρος του εμπόρου για κάθε συναλλαγή.

Για τον πελάτη η χρήση αυτών των μηχανημάτων σημαίνει καλύτερη εξυπηρέτηση και λιγότερος κίνδυνος, αφού δεν χρειάζεται να έχει χρήματα μαζί του.

Για την τράπεζα τα οφέλη είναι η καταγραφή των συναλλαγών, δίνοντας έτσι τη δυνατότητα στην τράπεζα να αποθηκεύει πληροφορίες για του πελάτες, η μείωση στον όγκο του χαρτιού που χρησιμοποιεί η τράπεζα, ο περιορισμός της απάτης και η αύξηση της ασφάλειας των πελατών αφού η μεταφορέα δεδομένων είναι κρυπτογραφημένη καθώς και η μείωση των λειτουργικών εξόδων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Ασφάλεια των συναλλαγών

Οι απόπειρες για υποκλοπή στοιχείων των πελατών των τραπεζών, αναδεικνύουν τον τεράστιο ρόλο της ασφάλειας στην χρήση του e-banking.

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.

Οι τράπεζες ακολουθούν ιδιαίτερα αυστηρούς και επαρκείς κανόνες ασφαλείας στα site τους και ανταποκρίνονται, άμεσα και αποτελεσματικά, σε αμφιβόλου ασφαλείας περιστατικά όμως ευθύνη έχουν και 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.

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.

(Παπαϊωάννου Π., 'E-banking: 500.000 Έλληνες εμπιστεύονται τις συναλλαγές μέσω Internet')

2.1 Απειλές και κίνδυνοι

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.

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.

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.

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)

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.

Σύμφωνα με όσα αναφέρει ο Αγγέλης οι βασικές διαφορές του pharming από το phishing είναι ότι η επίθεση μπορεί να γίνει μαζικά σε πολλούς χρήστες και όχι μεμονωμένα σε κάθε χρήστη (μέσω e-mail) και η μετακίνηση σε pharming site γίνεται χωρίς την παρέμβαση του χρήστη (π.χ επιλογή link από e-mail) (Αγγέλης Β., 2005)

2.2 Ασφάλεια

Τα τελευταία χρόνια παρατηρήθηκαν αρχικά στους πελάτες της Εθνικής Τράπεζας , της ΕFG 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.

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.

2.2.1.Κρυπτογράφηση

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.

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 και 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. (Πομπόρτσας Α., Παπαδημητρίου Γ. ,2003)

2.2.2. Ηλεκτρονική υπογραφή

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 αδιάγνυστες, 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 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

2.2.3.Πρόσθετος κωδικός ασφαλείας συναλλαγών (e token)

Ο πρόσθετος κωδικός ασφαλείας συναλλαγών, 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 καταγράψει 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)

2.2.4 Διαδικτυακοί τοίχοι προστασίας

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)

2.2.5 Πρωτόκολλο παροχής ασφαλών διαδικτυακών συνδέσεων

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.

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.

2.3 Συστάσεις ασφαλείας από την Ένωση Ελληνικών Τραπεζών

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)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα από τη χρήση 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

Τα πλεονεκτήματα του e banking, σε σχέση με τους παραδοσιακούς τρόπους διενέργειας τραπεζικών συναλλαγών, είναι σημαντικά διότι αυξάνεται η ανταγωνιστικότητα τους, καθώς προσφέρουν ένα επιπλέον κανάλι διανομής των υπηρεσιών και προϊόντων τους, χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς 24 ώρες το 24ωρο, 365 μέρες το χρόνο.

Επίσης διευρύνεται το πελατολόγιο τους, καθώς η πρόσβαση στα διαδικτυακά υποκαταστήματα δεν περιορίζεται στα γεωγραφικά όρια. Με τον τρόπο αυτό υπάρχει η δυνατότητα προσέλκυσης απομακρυσμένων πελατών. Ο οποιοσδήποτε, από οποιοδήποτε σημείο του κόσμου είναι δυνητικός πελάτης.

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.

Καθώς οι συναλλαγές οι οποίες πραγματοποιούνται μέσω των φυσικών υποκαταστημάτων κοστίζουν πολύ περισσότερο από αυτές οι οποίες πραγματοποιούνται μέσω του διαδικτύου, η μείωση του λειτουργικού κόστους είναι ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα.

Σύμφωνα με αποτελέσματα ερευνών, κάθε συναλλαγή μέσω web προσφέρει 100 φορές χαμηλότερο λειτουργικό κόστος σε σχέση με τη συναλλαγή στα γκισέ.

Η εξυπηρέτηση πλέον, στο φυσικό χώρο του καταστήματος, 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. Παύουν να υπάρχουν οι ατελείωτες ουρές μπροστά στα ταμεία των τραπεζών και στα γραφεία των υπαλλήλων.

Σημαντικό επίσης είναι ότι μπορούν να συλλεχθούν πληροφορίες 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

Είναι γεγονός ότι το e banking, παρόλο που αναμφισβήτητα παρουσιάζει πολλά πλεονεκτήματα, έχει και αρκετά μειονεκτήματα.

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.

Η 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.

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.

Τέλος είναι υψηλό το 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

Τα πλεονεκτήματα από τη χρήση του e banking για τους πελάτες, αποδεικνύουν και την αναγκαιότητα για τη συνεχή εξέλιξη του.

Από την πλευρά των πελατών η ευκολία και η ταχύτητα εξυπηρέτησης, καθώς είναι διαθέσιμη η δυνατότητα συναλλαγής 24 ώρες τη μέρα και 7 μέρες την εβδομάδα, χωρίς να χρειάζεται να περιμένεις σε ατελείωτες ουρές μπροστά στα ταμεία και στα γραφεία των τραπεζών, καθιστά το e banking «λυτρωτικό».

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

Επίσης ο πελάτης έχει τη δυνατότητα για άμεση ενημέρωση του χαρτοφυλακίου του, των λογαριασμών και των καρτών του

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 και ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να αποφασίζει αβίαστα και χωρίς πλύση εγκεφάλου για το ποιο προϊόν προτιμά και τι επένδυση θέλει να κάνει.

Τέλος, 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.

3.2.2.Μειονεκτήματα

Ωστόσο, υπάρχουν και κάποια μειονεκτήματα για τους πελάτες και το πρώτο και βασικότερο είναι η 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.

Επίσης για τα άτομα τα οποία δεν έχουν μεγάλη εξοικείωση με την τεχνολογία και ειδικότερα με το internet, οι τραπεζικοί δικτυακοί τόποι ίσως φανούν δύσχρηστοι.

Τέλος, 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)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

4.1 Πως πραγματοποιήθηκε η δειγματοληπτική έρευνα

Η διεξαγωγή της έρευνας που ήταν αναγκαία για την συγκεκριμένη εργασία, πραγματοποιήθηκε στη ευρύτερη περιοχή του Συντάγματος και κατατάσσεται στην κατηγορία των ερευνών πεδίου.

Το συγκεκριμένο είδος έρευνας επιλέχθηκε για την εργασία αυτή, επειδή αποτελεί έναν αποτελεσματικό τρόπο για τη συλλογή πληροφοριών όσο αφορά την δειγματοληψία, οι οποίες πληροφορίες μπορούν στη συνέχεια να συστηματοποιηθούν.

Η συλλογή των δεδομένων έγινε μέσω ανώνυμου ερωτηματολογίου που καταρτίστηκε και μοιράστηκε στους συμμετέχοντες στην έρευνα. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 4 ενότητες και από ερωτήσεις κλειστού τύπου.

Η πρώτη ενότητα αφορά σε ερωτήσεις σχετικά με την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών περιλαμβάνοντας ερωτήσεις για την εξυπηρέτηση, την αποτελεσματικότητα, την αξιοπιστία, την εξασφάλιση. Η δεύτερη ενότητα αφορά στις γνώσεις του ηλεκτρονικού υπολογιστή ενώ η τρίτη στις υπηρεσίες τις οποίες χρησιμοποιούν οι πελάτες (ταμεία, ATM, internet banking, mobile banking). Τέλος, η τέταρτη ενότητα αφορά σε προσωπικές ερωτήσεις όπως το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, η απασχόληση και άλλες τράπεζες με τις οποίες οι ανταποκρινόμενοι συνεργάζονται.

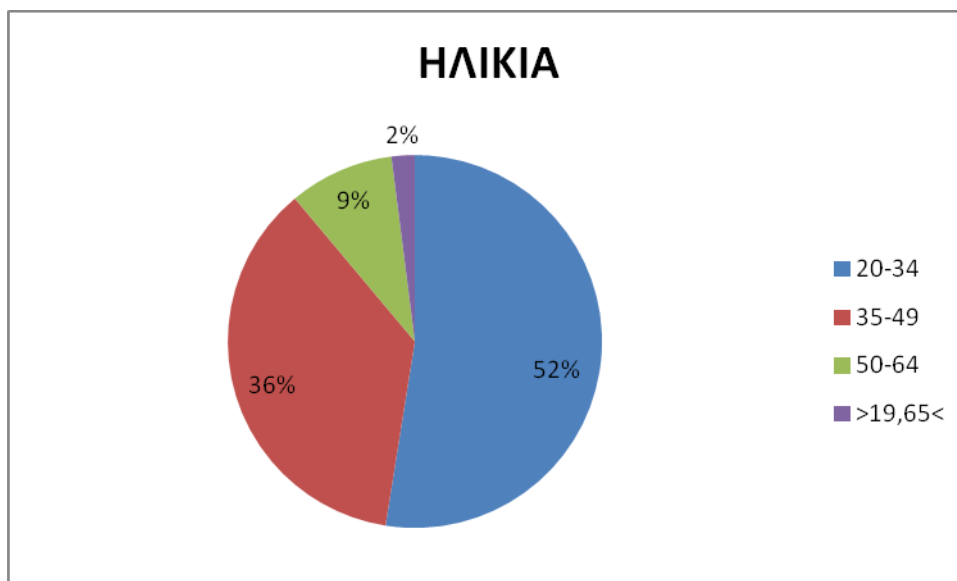
Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 120 άτομα. Η διανομή του ερωτηματολογίου άρχισε τον Δεκέμβριο του 2011 και ολοκληρώθηκε τον Μάρτιο του 2012. Το ερωτηματολόγιο που διανεμήθηκε στα άτομα που αποτέλεσαν το δείγμα μας, παρατίθεται στο παράρτημα στο τέλος της εργασίας.

Μετά το τέλος της διανομής του ερωτηματολογίου ακολούθησε η συλλογή των συμπληρωμένων ερωτηματολογίων και η στατιστική επεξεργασία των στοιχείων του δείγματος. Στο στάδιο της επεξεργασίας αρχικά πραγματοποιήθηκε έλεγχος στα ερωτηματολόγια για το ενδεχόμενο ύπαρξης ερωτήσεων που δεν είχαν απαντηθεί. Στη συνέχεια, ακολούθησε η κωδικοποίηση των απαντήσεων των ερωτηματολογίων, η οποία βασίστηκε σε αριθμητικό κώδικα, και η είσοδος των δεδομένων σε στατιστικό πακέτο. Η επεξεργασία των δεδομένων των ερωτηματολογίων πραγματοποιήθηκε στο στατιστικό πακέτο SPSS.

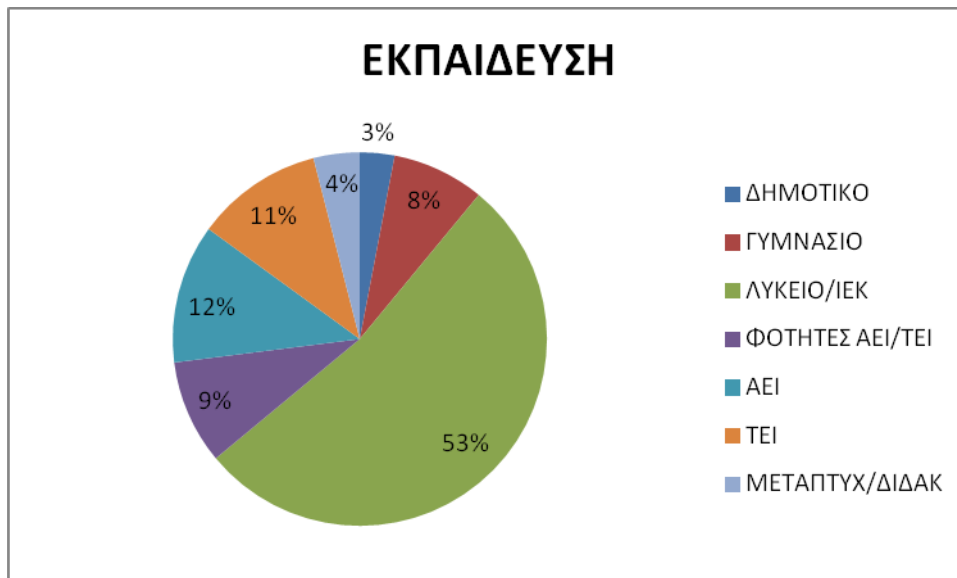
4.2 Παρουσίαση αποτελεσμάτων δειγματοληπτικής έρευνας

Το δείγμα που χρησιμοποιήθηκε για την στατιστική ανάλυση αποτελείται κατά 60% από γυναίκες και κατά 40% από άνδρες.

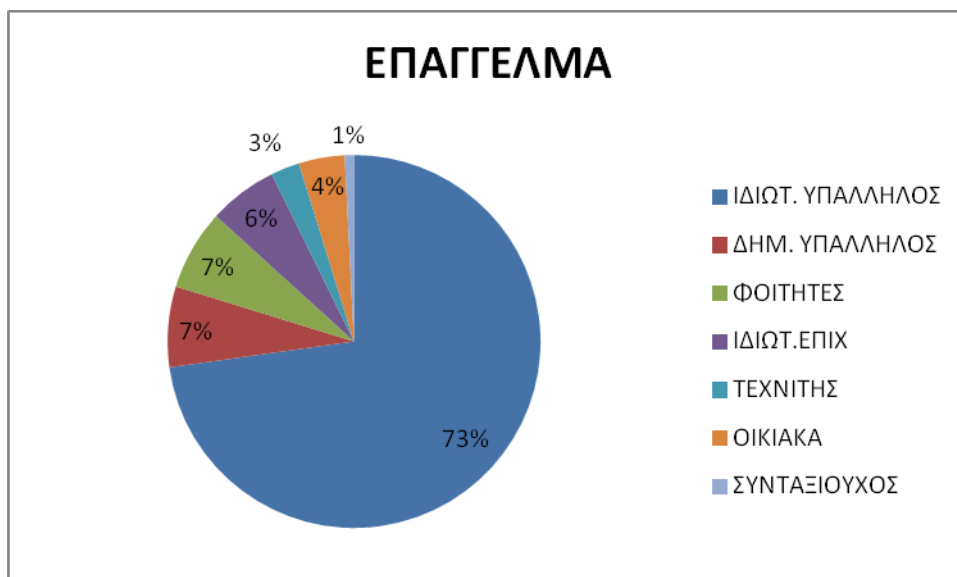
Ο μέσος όρος της ηλικίας του δείγματος κατατάσσεται στην κλίμακα των 20-34 ετών με ποσοστό 52%, με την ηλικιακή κλίμακα των 35-49 ετών να ακολουθεί με ποσοστό 36%. Η ηλικιακή κατηγορία των 50-64 ετών κατέχει το ποσοστό του 9% ενώ πολύ μικρή συμμετοχή στο δείγμα είχαν και οι ηλικιακές κατηγορίες των < 19 ετών και 65+ ετών, με ποσοστά που δεν ξεπερνούν το 2%.



Η εκπαίδευση των ανταποκρινόμενων στην έρευνα, κυμαίνεται κατά κύριο λόγο στο επίπεδο Λυκείου / ΙΕΚ με ποσοστό 53%, με ένα αρκετά μικρό ποσοστό πτυχιούχων ΑΕΙ, πτυχιούχων ΤΕΙ και κατόχων Μεταπτυχιακού/ Διδακτορικού τίτλου της τάξεως του 12%, 11% και 4% αντίστοιχα. Φοιτητές σε ΑΕΙ/ ΤΕΙ χωρίς πτυχίο ανέρχονται στο ποσοστό του 9% του δείγματος ενώ οι απόφοιτοι Δημοτικού και Γυμνασίου κατέχουν το ποσοστό του 3% και 8% αντίστοιχα.



Η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος απάντησε ότι εργάζεται με την ιδιότητα του ιδιωτικού υπαλλήλου με ποσοστό 73%. Με ποσοστό 7% ακολουθεί σαν επάγγελμα προς κύρια απασχόληση ο Δημόσιος – Δημοτικός υπάλληλος ενώ ταυτόχρονα το 7% του δείγματος αποτελείται από φοιτητές. Προσωπική επιχείρηση διαθέτει μόνο το 6% ενώ πολύ μικρή συμμετοχή έχουν και τα επαγγέλματα τεχνίτης, οικιακά και συνταξιούχος με ποσοστά 2,5%, 4% και 0,8% αντίστοιχα. Στο σημείο αυτό πρέπει να αναφέρουμε ότι κανένας από τους συμμετέχοντες δεν εργάζεται στον τομέα οικοδομικές εργασίες.



1η ΕΝΟΤΗΤΑ

Όπως αναφέραμε και στην αρχή του κεφαλαίου, η πρώτη ενότητα του ερωτηματολογίου αφορά σε στοιχεία που σχετίζονται με την γενικότερη ικανοποίηση των ανταποκρινόμενων από τις υπηρεσίες που τους παρέχονται από την κυρίως τράπεζα με την οποία συνεργάζονται.

Σύμφωνα με τον πίνακα που ακολουθεί, παρατηρούμε ότι οι ερωτώμενοι συνεργάζονται συνολικά με δώδεκα (12) τράπεζες, εκ των οποίων οι έντεκα (11) ανήκουν στο σύνολο των ελληνικών τραπεζικών ιδρυμάτων ενώ μόνο μία τράπεζα, η Citibank είναι αμερικάνικης προέλευσης με υποκαταστήματα στην χώρα μας.

Λόγω του ηλικιακού μέσου όρου του δείγματος που χρησιμοποιήσαμε στην έρευνα, 20 - 34 ετών, η διάρκεια συνεργασίας των ερωτώμενων με την κυρίως τράπεζα τους κυμαίνεται κυρίως στα 3-8 χρόνια με ποσοστά από 9,2% έως και 15,8%. Ο μέσος όρος συνεργασίας συνολικά του δείγματος είναι 4 έτη (15,8%) ενώ για διάρκεια συνεργασίας από 12 έτη έως και 28 που απάντησαν, τα ποσοστά δεν είναι σημαντικού μεγέθους αφού κυμαίνονται από 0,8% - 2,5%.

Τα στοιχεία με τα οποία οι ερωτώμενοι αξιολόγησαν την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών από την κυρίως τράπεζά τους, διακρίνονται σε τέσσερις (4) κατηγορίες :

Εξυπηρέτηση

Αποτελεσματικότητα

Αξιοπιστία

Εξασφάλιση

Η πρώτη κατηγορία αναφέρεται σε στοιχεία που αφορούν την εξυπηρέτηση από την τράπεζα και τα οποία οι συμμετέχοντες καλούνται να αξιολογήσουν :

Μικρός χρόνος αναμονής.

Ταχύτητα εξυπηρέτησης στα ταμεία.

Ικανοποιητικός αριθμός ταμείων.

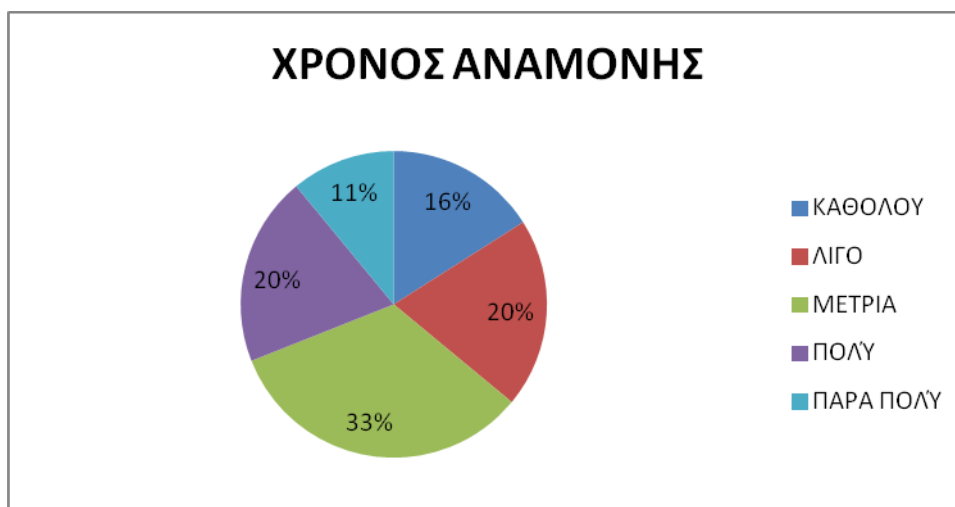
Έλλειψη καθυστερήσεων λόγω γραφειοκρατίας.

Ευκολία χρήσης των ATMs.

Επαρκής αριθμός ATM's.

Συγκεκριμένα, όσο αφορά στο χρόνο αναμονής πριν την εξυπηρέτηση το 33% του δείγματος είναι μέτρια ικανοποιημένο, χωρίς όμως να τον χαρακτηρίζει «μικρό». Λίγο

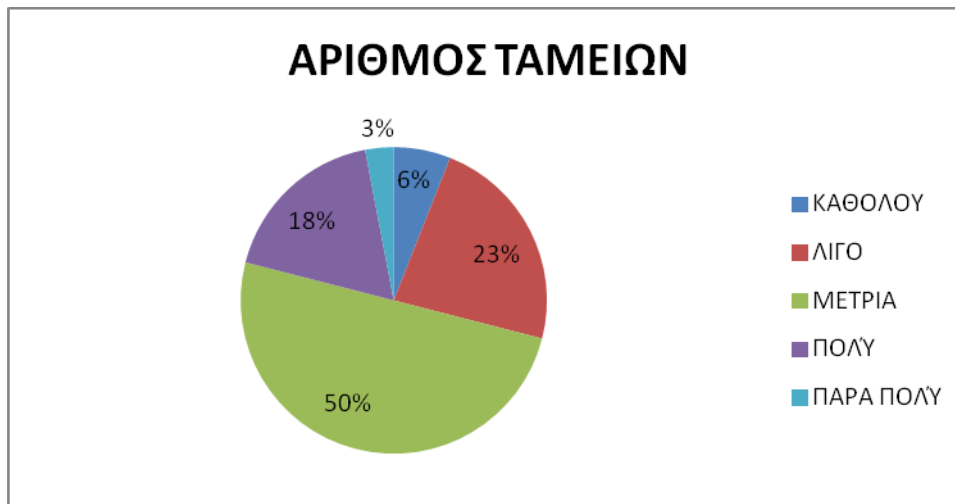
ικανοποιημένοι και πολύ ικανοποιημένοι από τον χρόνο αναμονής είναι το 20% αντίστοιχα, ενώ καθόλου ικανοποιημένοι θεωρώντας τον χρόνο αναμονής μεγάλο είναι το 16% του δείγματος. Μόνο το 11% του δείγματος πιστεύει πως ο χρόνος αναμονής πριν την εξυπηρέτηση μπορεί να χαρακτηριστεί ως πάρα πολύ ικανοποιητικός.



Η ταχύτητα εξυπηρέτησης στα ταμεία χαρακτηρίζεται ως «μέτρια» από το 36% του δείγματος, ενώ το 32% είναι πολύ ικανοποιημένο από αυτήν. Το 16% του δείγματος θεωρεί πως η εξυπηρέτηση στα ταμεία δεν είναι ιδιαίτερα γρήγορη, ενώ καθόλου ικανοποιητική και πάρα πολύ ικανοποιητική θεωρείται η ταχύτητα εξυπηρέτησης από το 8% και 8% αντίστοιχα.



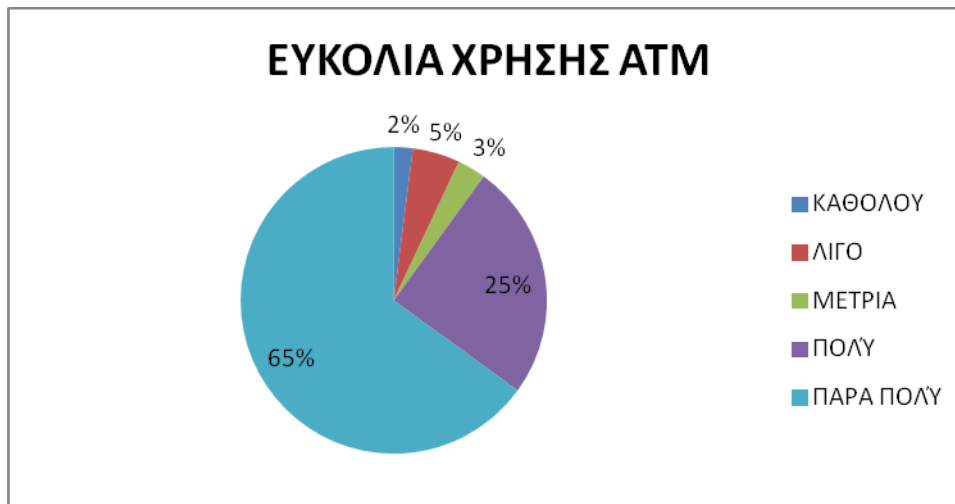
Ο αριθμός των ταμείων θεωρείται μέτρια ικανοποιητικός από το 50% του δείγματος και λίγο ικανοποιητικός από το 23%. Με ποσοστό της τάξεως του 18% οι συμμετέχοντες είναι πολύ ικανοποιημένοι με τον υπάρχοντα αριθμό ταμείων και μόλις το 3% είναι πάρα πολύ ικανοποιημένο. Τέλος, μόνο το 6% του δείγματος πιστεύει πως ο αριθμός των ταμείων δεν είναι καθόλου ικανοποιητικός και πως είναι απαραίτητη η ύπαρξη και άλλων.



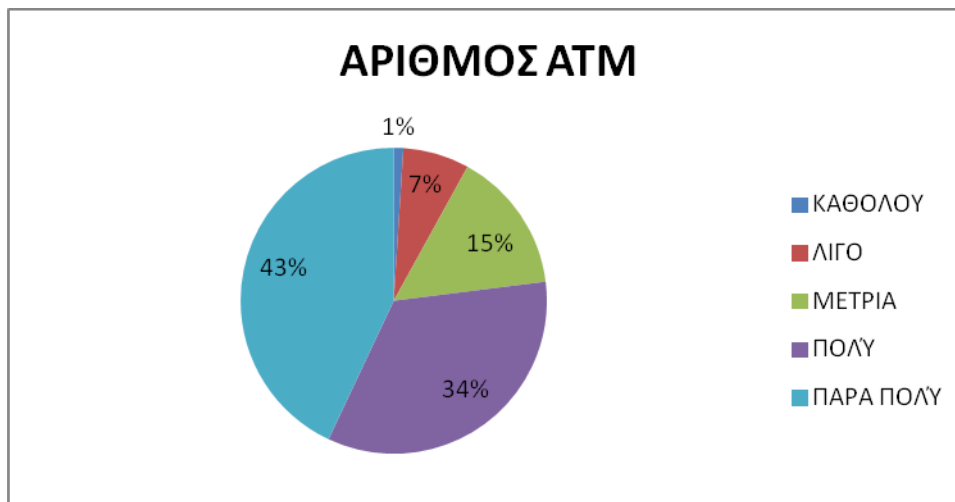
Οι καθυστερήσεις λόγω γραφειοκρατίας όσο αφορά το 40% του δείγματος βρίσκονται σε μέτριο επίπεδο. Σημαντική βελτίωση στην έλλειψη καθυστερήσεων λόγω γραφειοκρατίας έχει παρατηρήσει μόνο το 3%, ενώ το 12% δεν έχει παρατηρήσει καμία. Τέλος, το 16% του δείγματος είναι λίγο ικανοποιημένο από την έλλειψη καθυστερήσεων λόγω γραφειοκρατίας.



Τα αποτελέσματα όσο αφορά την ευκολία χρήσης των ΑΤΜ και τον αριθμό αυτών είναι πιο ενθαρρυντικά. Η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος, 65,8%, θεωρεί πως η χρήση των ΑΤΜ είναι πάρα πολύ εύκολη ενώ το 25% πιστεύει πως η χρήση είναι πολύ εύκολη. Μόλις το 2% πιστεύει πως χρήση των μηχανημάτων ΑΤΜ δεν είναι καθόλου εύκολη και το 5% λίγο εύκολη. Τέλος, το 3% χαρακτηρίζει την ευκολία στην χρήση των μηχανημάτων ως μέτρια.



Όσο αφορά τον αριθμό των ΑΤΜ το 43% των συμμετεχόντων τον χαρακτηρίζει πάρα πολύ ικανοποιητικό και το 34% πολύ ικανοποιητικό. Το 15% του δείγματος πιστεύει πως ο αριθμός των ΑΤΜ είναι μέτρια επαρκής ενώ μόλις το 7% και 1% αντίστοιχα πιστεύει πως ο αριθμός είναι λίγο ικανοποιητικός και καθόλου ικανοποιητικός.



Παρατηρούμε γενικότερα ότι οι ερωτώμενοι διακρίνονται από μια μέτρια ικανοποίηση από την εξυπηρέτηση από την τράπεζα με την οποία συνεργάζονται. Ο χρόνος αναμονής και η ταχύτητα εξυπηρέτηση στα ταμεία χαρακτηρίζονται ως μέτριοι, ο αριθμός των ταμείων θα μπορούσε να είναι μεγαλύτερος ενώ η έλλειψη καθυστερήσεων λόγω γραφειοκρατίας επιδέχεται βελτίωσης.

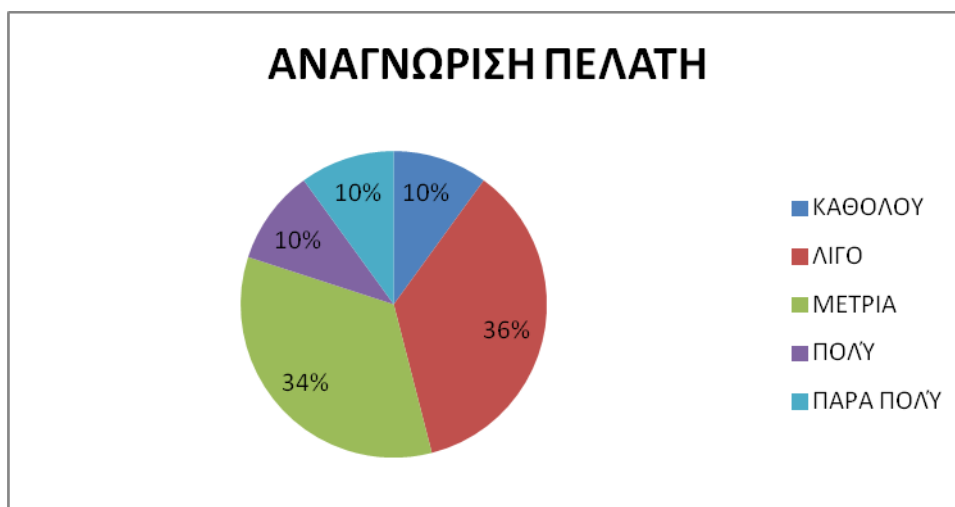
Η δεύτερη κατηγορία, «αποτελεσματικότητα» περιλαμβάνει τα ακόλουθα στοιχεία :

- Αναγνώριση / ιδιαίτερη αντιμετώπιση.
- Γνωριμία του πελάτη σε προσωπική βάση.
- Εκτίμηση από το προσωπικό.

Εχεμύθεια.

Εμπιστοσύνη.

Συγκεκριμένα όσο αφορά την αναγνώριση/ ιδιαίτερη αντιμετώπιση του πελάτη από το προσωπικό το 36% του δείγματος απάντησε πως είναι λίγο ικανοποιημένο ενώ με πολύ μικρή διαφορά με 34% απάντησε ότι είναι μέτρια ικανοποιημένοι. Καθόλου ικανοποιημένοι από την συμπεριφορά του προσωπικού με βάση την αναγνώριση και την ιδιαίτερη αντιμετώπιση είναι το 10% των συμμετεχόντων. Ιδιαίτερα θετική άποψη έχει συνολικά το 20% του δείγματος όπου το 10% πιστεύει ότι η αναγνώριση – αντιμετώπιση από το προσωπικό είναι πολύ καλή και το άλλο 10% που πιστεύει ότι είναι πάρα πολύ καλή.



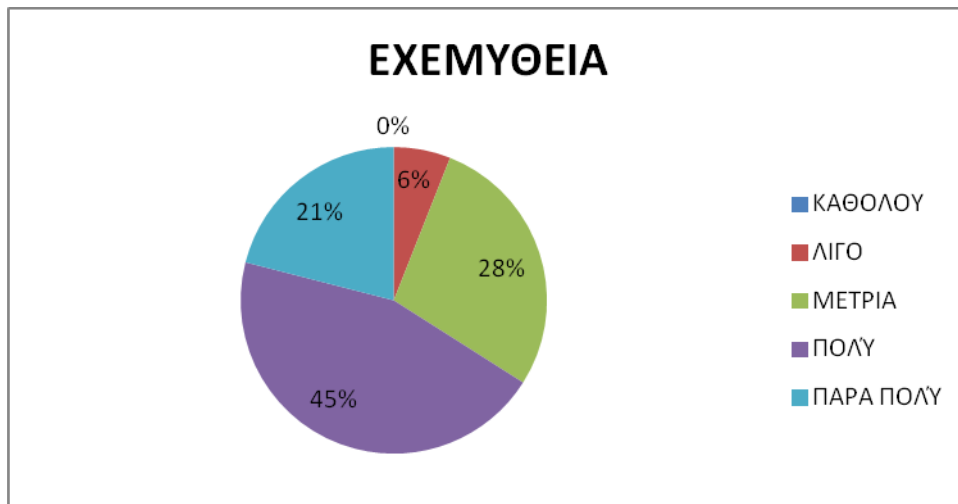
Οι απαντήσεις των ερωτώμενων για την γνωριμία του πελάτη σε προσωπική βάση με το προσωπικό φανερώνουν ότι το συνολικά το 54% δεν είναι ικανοποιημένοι. Καθόλου ικανοποιημένο εμφανίζεται το 27% ενώ λίγο ικανοποιημένο το 27%. Με λίγο χαμηλότερο ποσοστό εμφανίζεται το 25% του δείγματος μέτρια ικανοποιημένο από την γνωριμία τους με το προσωπικό σε προσωπική βάση. Θετική άποψη έχει το 21% συνολικά όπου το 11% είναι πολύ ικανοποιημένο και το 10% πάρα πολύ ικανοποιημένο στον συγκεκριμένο τομέα.



Η εκτίμηση των πελατών από το προσωπικό κυμαίνεται σε μέτρια γενικά επίπεδα. Το 45% του δείγματος θεωρεί πως η εκτίμηση του από το προσωπικό είναι μέτρια ενώ το 3% δεν είναι καθόλου ικανοποιημένο. Το 16% είναι λίγο ικανοποιημένο από την εκτίμηση του προσωπικού. Θετική αντίληψη έχει συνολικά το 36% όπου το 25% του δείγματος είναι πολύ ικανοποιημένο ενώ το 11% πάρα πολύ ικανοποιημένο.



Η εχεμύθεια θεωρείται πολύ σημαντικός παράγοντας από τους συμμετέχοντες. Το 45% του δείγματος πιστεύει πως υπάρχει εχεμύθεια σε πολύ καλό βαθμό και το 21% σε πάρα πολύ καλό βαθμό. Μέτριο επίπεδο εχεμύθειας πιστεύει ότι υπάρχει στην τράπεζα με την οποία συνεργάζεται το 28% του δείγματος. Αρνητική άποψη έχει το 6% όπου χαρακτηρίζει το επίπεδο της εχεμύθειας χαμηλό διαλέγοντας την επιλογή «λίγο» ενώ κανένας δεν χαρακτηρίζει το επίπεδο της εχεμύθειας ως ανεπαρκές.



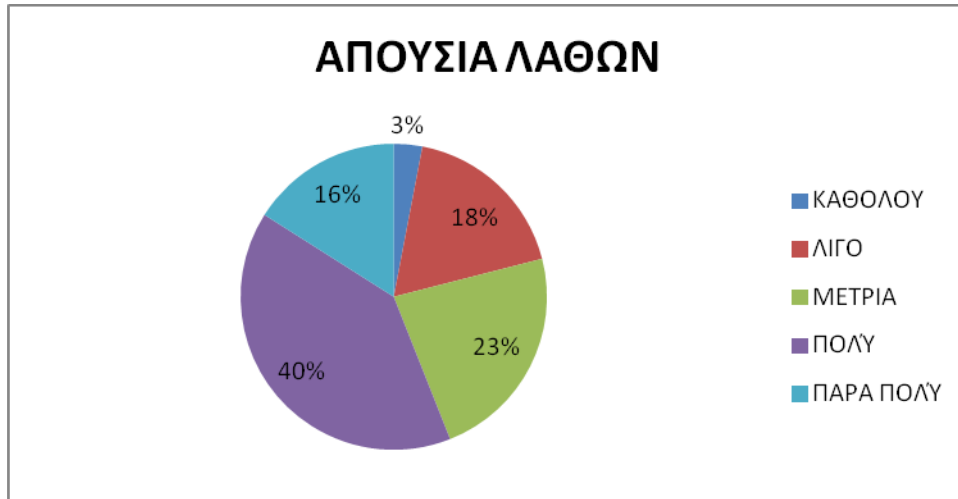
Όσο αφορά την εμπιστοσύνη στην τράπεζα το 48% των συμμετεχόντων είναι πολύ ικανοποιημένο και το 26% πάρα πολύ ικανοποιημένο. Αρνητική εντύπωση έχει σχηματίσει συνολικά το 7% όπου το 2% δεν είναι καθόλου ικανοποιημένο από το επίπεδο εμπιστοσύνης της τράπεζας και το 5% λίγο ικανοποιημένο. Τέλος, το 19% θεωρεί πως το επίπεδο της εμπιστοσύνης κυμαίνεται σε μέτρια επίπεδα.



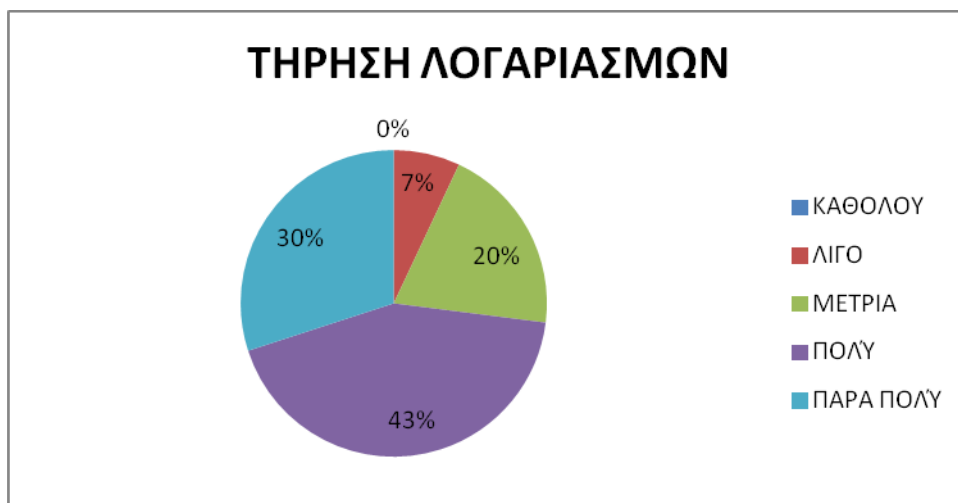
Στην συνέχεια ακολουθεί η ανάλυση των ερωτήσεων που αφορούν την κατηγορία «αξιοπιστία». Η συγκεκριμένη κατηγορία περιλαμβάνει ερωτήσεις σχετικά με την :

- Απουσία λαθών στις παρεχόμενες υπηρεσίες.
- Ακρίβεια στην τήρηση λογαριασμών.
- Απουσία αντιφάσεων από στο προσωπικό.
- Τήρηση υποσχέσεων.
- Ακρίβεια στην παρουσίαση κίνησης λογαριασμών.
- Καλά εκπαιδευμένο προσωπικό.

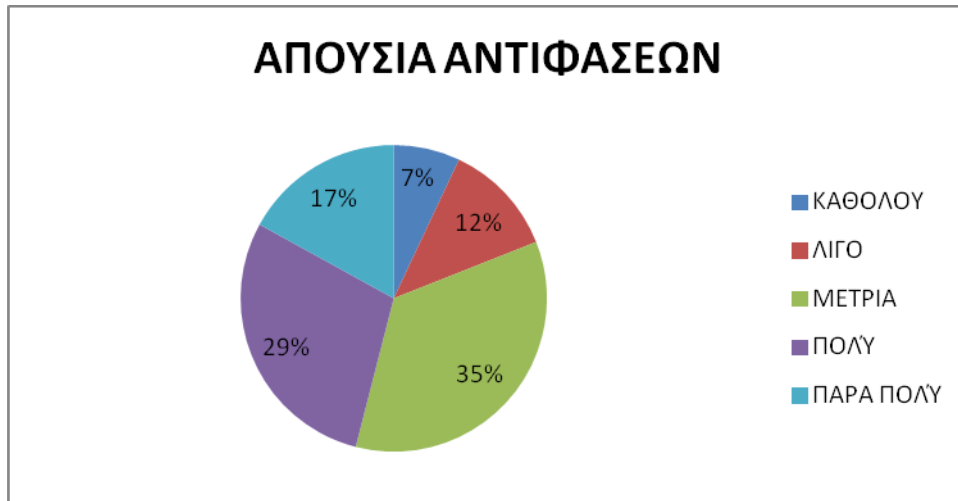
Όσο αφορά την απουσία λαθών στις παρεχόμενες υπηρεσίες το 23% του δείγματος είναι μέτρια ικανοποιημένο. Θετική άποψη για την όσο το δυνατόν καλύτερη παροχή υπηρεσιών χωρίς την πραγματοποίηση λαθών από την μεριά της τράπεζας, έχει συνολικά το 56% του δείγματος, όπου το 40% είναι πολύ ικανοποιημένο από την απουσία λαθών και το 16% είναι πάρα πολύ ικανοποιημένο. Αρνητική άποψη συνολικά έχει μόλις το 21%, με το 3% να μην είναι καθόλου ικανοποιημένο και το 18% να είναι λίγο ικανοποιημένο.



Θετική άποψη για την ακρίβεια στην τήρηση λογαριασμών έχει συνολικά το 73% του δείγματος, όπου το 43% είναι πολύ ικανοποιημένο και το 30% είναι πάρα πολύ ικανοποιημένο. Μέτρια κρίνεται η ακρίβεια των τραπεζικών ιδρυμάτων για την τήρηση λογαριασμών από το 20% των συμμετεχόντων. Τέλος, αρνητική άποψη έχει μόλις το 7% του δείγματος όπου είναι λίγο ικανοποιημένο, ενώ κανένας από τους συμμετέχοντες δεν απάντησε ότι δεν είναι καθόλου ικανοποιημένος.



Όσο αφορά την απόδοση της τράπεζας με βάση την απουσία αντιφάσεων από το προσωπικό χαρακτηρίζεται ως μέτρια από το 35% του δείγματος. Θετική άποψη για απουσία αντιφάσεων έχει συνολικά το 46%, με το 29% να είναι πολύ ικανοποιημένο και το 17% να είναι πάρα πολύ ικανοποιημένο. Αντίθετη άποψη έχει συνολικά το 19% των συμμετεχόντων, όπου το 12% είναι λίγο ικανοποιημένο από την απουσία αντιφάσεων και το 7% δεν είναι καθόλου ικανοποιημένο.



Στον παράγοντα «τήρηση υποσχέσεων» η άποψη των συμμετεχόντων είναι γενικά θετική. Συγκεκριμένα το 33% του δείγματος είναι μέτρια ικανοποιημένο από την τήρηση των υποσχέσεων. Θετικά άποψη έχει συνολικά το 48%, όπου το 37% είναι πολύ ικανοποιημένο από την τράπεζα που συνεργάζεται με βάση την τήρηση των υποσχέσεων και το 11% είναι πάρα πολύ ικανοποιημένο. Αντίθετη άποψη έχει συνολικά το 19%, με το 18% του δείγματος να είναι λίγο ικανοποιημένο και το 1% να μην είναι καθόλου ικανοποιημένο από την στάση της τράπεζας.



Όσο αφορά την ακρίβεια στην παρουσίαση κίνησης του λογαριασμού η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος έχει θετική άποψη. Συγκεκριμένα το 71% των συμμετεχόντων έχει

θετική αντίληψη για την ακρίβεια στην παρουσίαση κίνησης του λογαριασμού του από την τράπεζα, με το 45% να είναι πολύ ικανοποιημένο και το 26% να είναι πάρα πολύ ικανοποιημένο. Αρνητική άποψη έχει συνολικά μόλις το 7% του δείγματος, όπου το 5% είναι λίγο ικανοποιημένο και το 1% δεν είναι καθόλου ικανοποιημένο με την παρουσίαση κίνησης του λογαριασμού. Τέλος, το 22% των συμμετεχόντων είναι μέτρια ικανοποιημένο.



Τα αποτελέσματα από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων στην ερώτηση για το επίπεδο εκπαίδευσης του προσωπικού της τράπεζας, φανερώνουν ότι οι απόψεις διχάζονται ανάμεσα στο «μέτριο» επίπεδο και στο «πολύ καλό – πάρα πολύ καλό» επίπεδο. Συγκεκριμένα το 47% του δείγματος χαρακτηρίζει το προσωπικό ως μέτρια εκπαιδευμένο. Θετική άποψη έχει συνολικά το 46% του δείγματος, όπου το 40% θεωρεί πως το προσωπικό είναι πολύ καλά εκπαιδευμένο και το 6% πάρα πολύ καλά εκπαιδευμένο. Τέλος, αρνητική άποψη έχει σχηματίσει το 7% των συμμετεχόντων όπου κρίνει το προσωπικό ως λίγο εκπαιδευμένο. Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφέρουμε ότι κανένας από του ερωτηθέντες δεν είχε την άποψη ότι το προσωπικό δεν είναι καθόλου εκπαιδευμένο.



Στην συνέχεια ακολουθεί η στατιστική ανάλυση των ερωτήσεων που περιλαμβάνονται στην κατηγορία «εξασφάλιση» και περιέχει τα ακόλουθα στοιχεία :

Αίσθημα ασφάλειας.

Καλή φήμη.

Ποιοτική αντιμετώπιση γενικά.

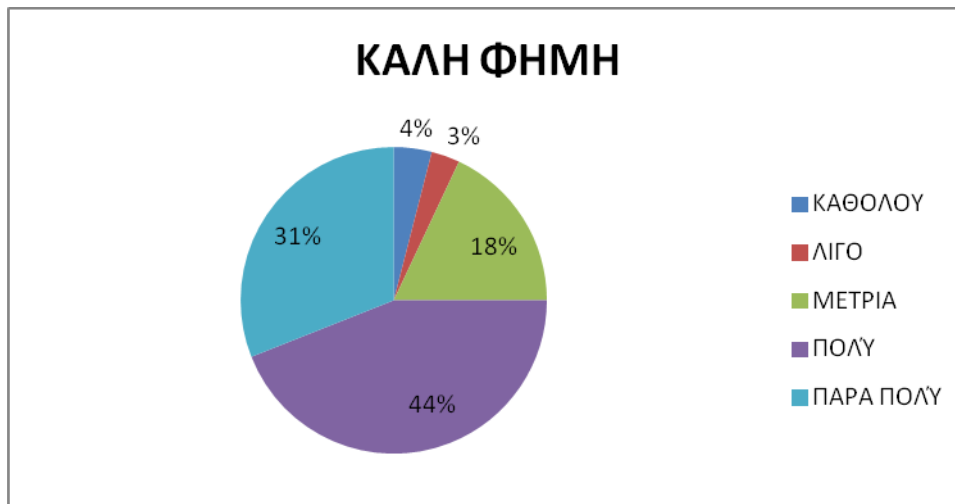
Ολοκληρωμένη παροχή υπηρεσιών.

Ασφάλεια τις συναλλαγές με ATMs.

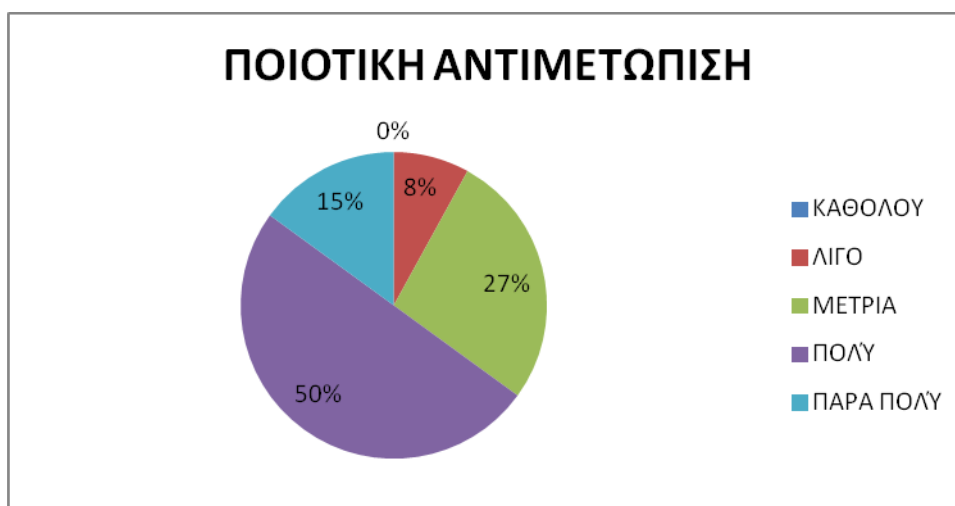
Αρχικά, όσο αφορά το αίσθημα ασφάλειας που αντιλαμβάνονται οι συμμετέχοντες τα αποτελέσματα φανερώνουν θετική άποψη. Συγκεκριμένα το 62% του δείγματος έχει θετική άποψη, με το 41% να είναι πολύ ικανοποιημένο με το αίσθημα ασφάλειας που αντιλαμβάνεται και με το 21% να είναι πάρα πολύ ικανοποιημένο. Αρνητικά άποψη έχει σχηματίσει συνολικά το 15% των συμμετεχόντων, όπου το 13% είναι λίγο ικανοποιημένο και το 2% δεν είναι καθόλου ικανοποιημένο. Τέλος, το 23% του δείγματος είναι μέτρια ικανοποιημένο από το αίσθημα ασφάλειας που αντιλαμβάνεται από την κυρίως τράπεζα με την οποία συνεργάζεται.



Η καλή φήμη της τράπεζας με την οποία συνεργάζονται οι συμμετέχοντες θεωρείται ως ένας πολύ σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει το αίσθημα της εξασφάλισης. Θετική αντίληψη ως προς την φήμη της τράπεζας με την οποία συνεργάζεται έχει το 75% του δείγματος. Συγκεκριμένα το 44% είναι πολύ ικανοποιημένο από την φήμη της τράπεζας και το 31% είναι πάρα πολύ ικανοποιημένο. Αρνητική άποψη έχει συνολικά μόλις το 7% των συμμετεχόντων, με το 3% να είναι λίγο ικανοποιημένο από την φήμη της τράπεζας και με το 4% να μην είναι καθόλου ικανοποιημένο. Τέλος, το 18% του δείγματος είναι μέτρια ικανοποιημένο από την φήμη της τράπεζας με την οποία συνεργάζεται κατά κύριο λόγο.



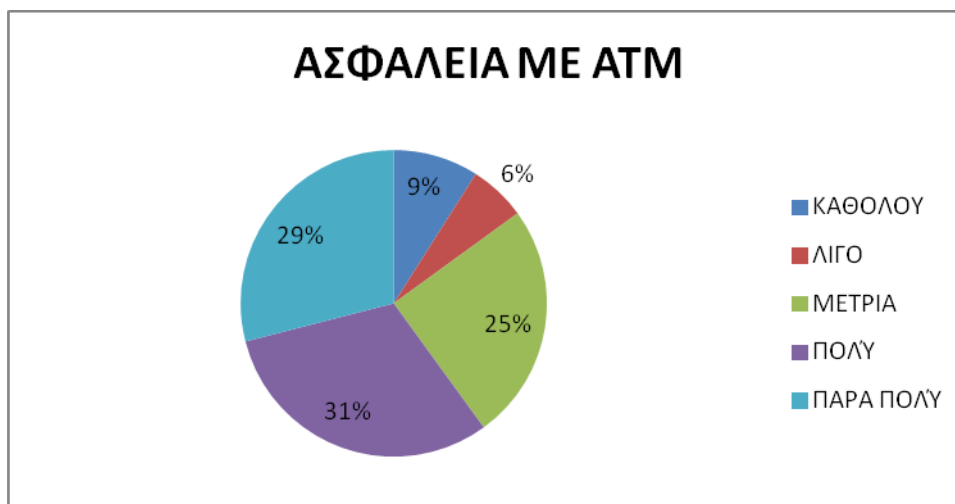
Όσο αφορά την ποιοτική αντιμετώπιση γενικά το 27% του δείγματος την χαρακτηρίζει ως μέτρια. Θετική αντίληψη έχει συνολικά το 65% των συμμετεχόντων, όπου το 50% χαρακτηρίζουν την αντιμετώπιση ως πολύ ποιοτική και το 15% ως πάρα πολύ ποιοτική. Τέλος, αρνητική άποψη έχει μόλις το 8% του δείγματος χαρακτηρίζοντας την αντιμετώπιση ως λίγο ποιοτική. Στο σημείο αυτό πρέπει να αναφέρουμε ότι κανένας από τους ερωτηθέντες δεν απάντησε ότι η τράπεζα δεν παρέχει καθόλου ποιοτική αντιμετώπιση.



Τα αποτελέσματα των απαντήσεων των συμμετεχόντων στο ερώτημα για την ολοκληρωμένη παροχή υπηρεσιών κυμαίνονται κατά κύριο λόγο σε θετικό επίπεδο. Συγκεκριμένα, το 30% του δείγματος θεωρεί πως η παροχή υπηρεσιών είναι μέτρια ολοκληρωμένη χρήζοντας βελτίωσης. Θετική αντίληψη έχει σχηματίσει συνολικά το 63%, όπου το 50% χαρακτηρίζει την παροχή υπηρεσιών ως «πολύ» ολοκληρωμένη και το 13% ως «πάρα πολύ» ολοκληρωμένη. Αντίθετη άποψη έχει σχηματίσει μόλις το 7% του δείγματος χαρακτηρίζοντας την παροχή υπηρεσιών ως «λίγο» ολοκληρωμένη. Πρέπει να αναφέρουμε ότι κανένας από του ερωτηθέντες δεν είχε την αντίληψη ότι η παροχή υπηρεσιών δεν είναι καθόλου ολοκληρωμένη.



Όσο αφορά τις συναλλαγές μέσω των μηχανημάτων ΑΤΜ οι ερωτηθέντες νοιώθουν αρκετά ασφαλείς. Συγκεκριμένα, θετική αντίληψη έχει συνολικά το 60% του δείγματος, όπου το 31% νοιώθει πολύ ασφαλείς πραγματοποιώντας συναλλαγές μέσω ΑΤΜ και το 29% πάρα πολύ ασφαλείς. Αντίθετη αίσθηση έχει συνολικά το 15% των συμμετεχόντων, με το 6% να νοιώθει λίγο ασφαλείς και το 9% καθόλου. Μέτρια αντίληψη για την ασφάλεια των συναλλαγών τέτοιου είδους έχει το 25% του δείγματος.



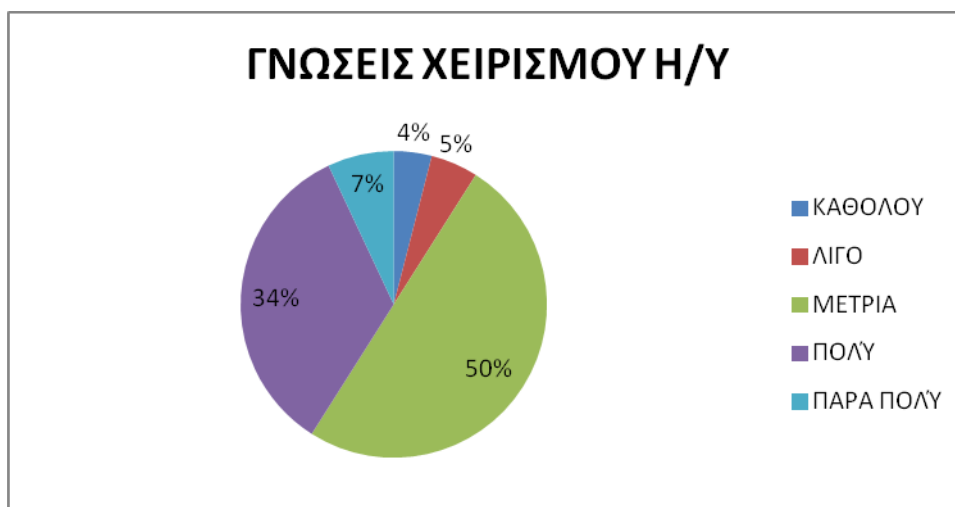
2Η ΕΝΟΤΗΤΑ

Η δεύτερη ενότητα του ερωτηματολογίου αφορά σε στοιχεία που σχετίζονται με τις γνώσεις χειρισμού ηλεκτρονικού υπολογιστή από τους πελάτες, την κατοχή ή όχι ηλεκτρονικού υπολογιστή καθώς και την δυνατότητα πρόσβασης στο διαδίκτυο. Τα παραπάνω στοιχεία είναι βασικοί παράγοντες για να μπορέσει κάποιος πελάτης να οδηγηθεί στη χρήση του e banking.

Τα αποτελέσματα παρατίθενται παρακάτω και έχουν ως εξής:

Όσο αφορά τις γνώσεις χειρισμού των ηλεκτρονικών υπολογιστών των ανταποκρινόμενων στην έρευνα, παρατηρείται ότι 50% του δείγματος χαρακτηρίζει τις γνώσεις του ως μέτριες. Θετική αντίληψη για τις γνώσεις χειρισμού έχει συνολικά το 41% του δείγματος, με το 34% να τις

χαρακτηρίζει ως γνώσεις πολύ καλού επιπέδου και με το 7% να τις χαρακτηρίζει ως εξαιρετικά καλού επιπέδου. Αρνητική αντίληψη έχει συνολικά μόλις το 9% των ανταποκρινόμενων, με το 4% να χαρακτηρίζει τις γνώσεις του ως ανύπαρκτες και το 5% ως ελάχιστες.



Στην ερώτηση για την κατοχή ηλεκτρονικού υπολογιστή η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος απάντησε θετικά με ποσοστό 74,2%, ενώ αρνητικά μόλις το 25,8%.

Η τελευταία ερώτηση της δεύτερης ενότητας αφορούσε την ύπαρξη πρόσβασης στο διαδίκτυο. Με βάση τις απαντήσεις των ανταποκρινόμενων το 59,2% του δείγματος έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο σε αντίθεση με το 40,8% που δεν έχει.

3Η ΕΝΟΤΗΤΑ

Στο υποκεφάλαιο που ακολουθεί παρουσιάζεται η στατιστική ανάλυση του τρίτου μέρους του ερωτηματολογίου που σχετίζεται με στοιχεία τραπεζικών υπηρεσιών. Η συγκεκριμένη ενότητα περιλαμβάνει τρεις διαφορετικές κατηγορίες ερωτήσεων.

Η πρώτη ενότητα αφορά τις υπηρεσίες που χρησιμοποιεί ο κάθε πελάτης για την διεξαγωγή των συναλλαγών του από το σύνολο των υπηρεσιών που του προσφέρονται από την τράπεζα (mobile banking, internet banking, ATM, ταμεία).

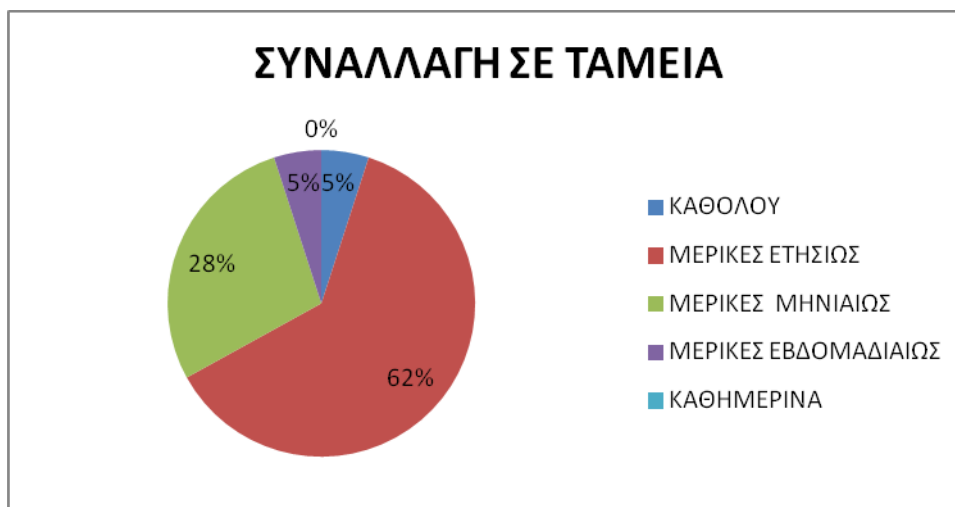
Η δεύτερη κατηγορία ερωτήσεων αφορά τους ανταποκρινόμενους που χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες που παρέχονται μέσω του internet banking και το συγκεκριμένο μέρος του δείγματος ερωτήθηκε πόσο συχνά χρησιμοποιεί μέσω του διαδικτύου υπηρεσίες για την ενημέρωση κίνησης λογαριασμού, τις μεταφορές χρημάτων προς λογαριασμούς άλλων τραπεζών, την πληρωμή προσωπικών τραπεζικών λογαριασμών (πιστωτικές κάρτες, δάνειο), την πληρωμή λογαριασμών (ΦΠΑ, ΙΚΑ, ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ, Λογαριασμοί τηλεφώνου), τις

χρηματιστηριακές – επενδυτικές συναλλαγές, αίτηση για δάνειο, για πιστωτική κάρτα και για μπλοκ επιταγών και για την επικοινωνία με την τράπεζα μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail).

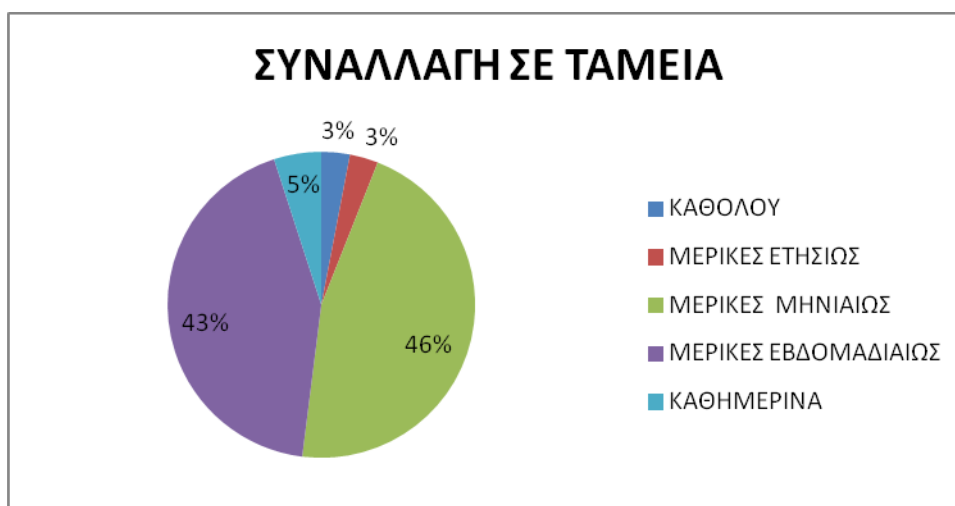
Τέλος, η τρίτη κατηγορία ερωτήσεων αφορά τους ανταποκρινόμενους που δεν χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες του internet banking βαθμολογώντας κάποιους λόγους που θα τους οδηγούσαν στο να τις υιοθετήσουν για την διεξαγωγή συναλλαγών., όπως η ευκολία χρήσης (παροχή σαφών οδηγιών χρήσης), η ταχύτητα στις συναλλαγές, η φθηνότερη πρόσβαση στο διαδίκτυο, η διαθεσιμότητα ηλεκτρονικών υπολογιστών, η ασφάλεια στις συναλλαγές, η διάθεση εύρους φάσματος προϊόντων, μη επιπλέον επιβαρύνσεις, η πληροφόρηση για το κόστος των συναλλαγών, η προστασία προσωπικών δεδομένων, το ωράριο συναλλαγών, η υιοθέτηση τους από τον κοινωνικό περίγυρο (φίλοι, οικογένεια), η υιοθέτηση τους από το επαγγελματικό περιβάλλον και η παροχή καινοτόμων προϊόντων (π.χ. χρηματιστηριακά – επενδυτικά προϊόντα).

Τα αποτελέσματα παρατίθενται παρακάτω και έχουν ως εξής:

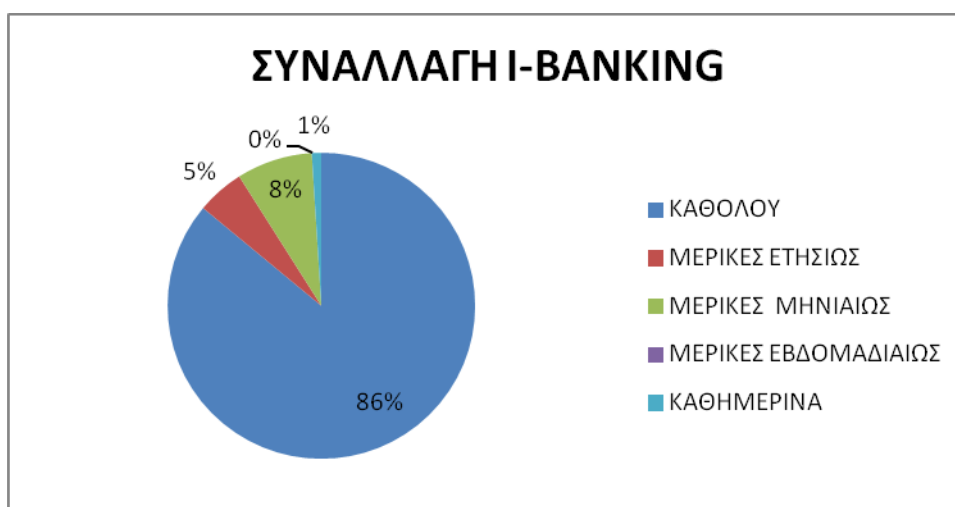
Τα ταμεία ως μέσο για την διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών προτιμάται από το 28% του δείγματος για την πραγματοποίηση συναλλαγών μερικές φορές τον μήνα. Συνολικά το 67% του δείγματος πραγματοποιεί μικρό αριθμό συναλλαγών μέσω των ταμείων, με το 5% του δείγματος να μην πραγματοποιεί καμία συναλλαγή πλέον μέσω των ταμείων ενώ το 62% μερικές φορές τον χρόνο. Θετική αντίληψη για την διεξαγωγή συναλλαγών μέσω των ταμείων έχει συνολικά το μόλις το 5% του δείγματος όπου και επισκέπτεται τα ταμεία της τράπεζας μερικές φορές την εβδομάδα. Στο σημείο αυτό πρέπει να τονίσουμε ότι κανένας από τους ανταποκρινόμενους στην έρευνα δεν επισκέπτεται τα ταμεία καθημερινά.



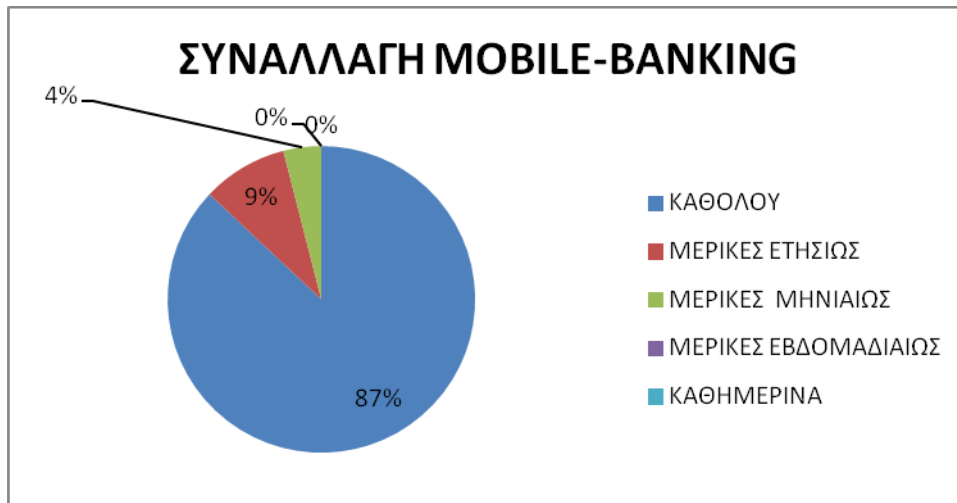
Η χρήση των μηχανημάτων αυτόματης εξυπηρέτησης (ΑΤΜ) για την πραγματοποίηση συναλλαγών προτιμάται από το 46% του δείγματος μερικές φορές τον μήνα.. Αρνητική αντίληψη για τα ΑΤΜ έχει συνολικά μόλις το 6% του δείγματος, με το 3% να μην τα χρησιμοποιεί καθόλου και το άλλο 3% να τα χρησιμοποιεί μόλις μερικές φορές τον χρόνο. Θετική αντίληψη έχει το 48% των ανταποκρινόμενων, με το 43% να χρησιμοποιεί τα ΑΤΜ για την πραγματοποίηση συναλλαγών μερικές φορές την εβδομάδα και το 5% επί καθημερινής βάσεως.



Οι απαντήσεις των συμμετεχόντων για την χρήση της υπηρεσίας internet banking παρουσιάζουν μια εντελώς διαφοροποιημένη άποψη σε σχέση με τις άλλες διαθέσιμες υπηρεσίες. Η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος με ποσοστό 86% δεν χρησιμοποιεί καθόλου την υπηρεσία internet banking για να πραγματοποιήσει οποιοδήποτε είδους συναλλαγές. Συνολικά μόλις το 14% των συμμετεχόντων χρησιμοποιεί την συγκεκριμένη υπηρεσία, με το 5% να την χρησιμοποιεί μερικές φορές τον χρόνο, το 8% να την χρησιμοποιεί μερικές φορές τον μήνα και μόλις το 1% καθημερινά. Στο σημείο αυτό πρέπει να αναφέρουμε ότι κανένας από τους ερωτηθέντες δεν διάλεξε την επιλογή «μερικές φορές την εβδομάδα».



Όσο αφορά την υπηρεσία mobile banking το 87% των συμμετεχόντων απάντησε ότι δεν την χρησιμοποιεί καθόλου. Συνολικά το 13% του δείγματος την χρησιμοποιεί, με το 9% να την χρησιμοποιεί μερικές φορές τον χρόνο και το 4% μερικές φορές τον μήνα. Κανένας από τους συμμετέχοντες δεν απάντησε ότι χρησιμοποιεί την συγκεκριμένη υπηρεσία για την διεξαγωγή συναλλαγών μερικές φορές την εβδομάδα και καθημερινά.

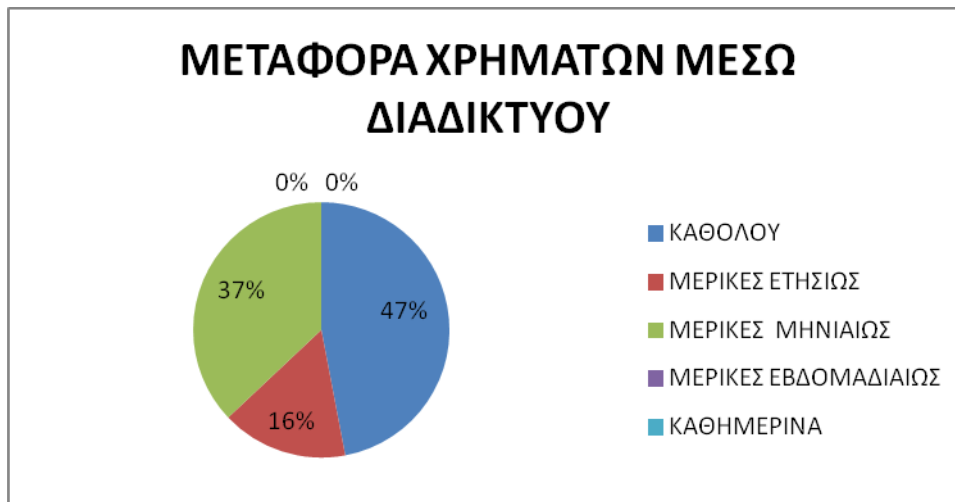


Όσο αφορά την κίνηση του λογαριασμού το 26% του δείγματος απάντησε ότι δεν ενημερώνεται γι' αυτήν καθόλου μέσω του διαδικτύου. Το 31% απάντησε ότι χρησιμοποιεί την υπηρεσία ενημέρωσης κίνησης λογαριασμού μερικές φορές το χρόνο ενώ το 32% μερικές φορές το μήνα. Μόλις το 11% του δείγματος χρησιμοποιεί την συγκεκριμένη υπηρεσία του διαδικτύου μερικές φορές την εβδομάδα. Στο σημείο αυτό πρέπει να αναφέρουμε ότι κανένας συμμετέχοντας στην έρευνα δεν χρησιμοποιεί την συγκεκριμένη υπηρεσία καθημερινά.

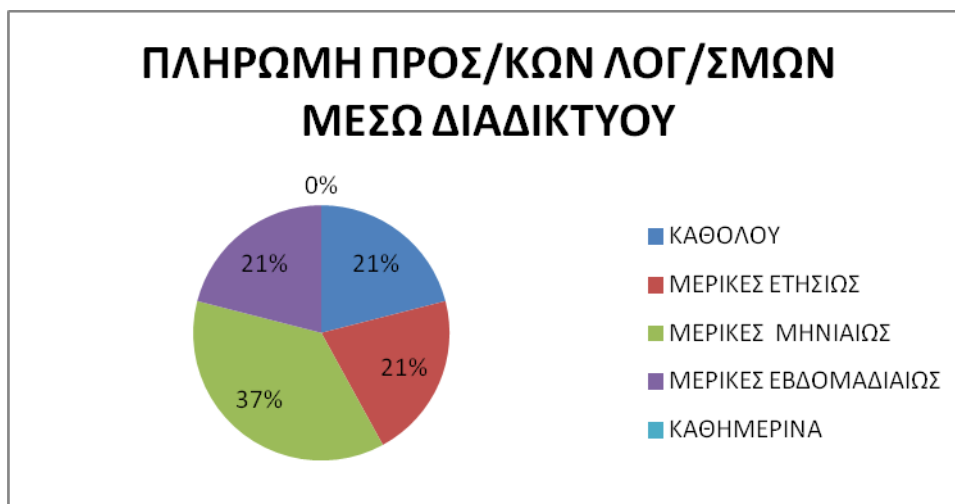


Η υπηρεσία μεταφοράς χρημάτων προς άλλους λογαριασμούς άλλων τραπεζών μέσω του διαδικτύου δεν χρησιμοποιείται καθόλου από το 47% του δείγματος. Μερικές φορές το χρόνο

χρησιμοποιείται από το 16% των ερωτηθέντων και μερικές φορές το μήνα από το 37%. Κανένας από τους συμμετέχοντες δεν έδωσε την απάντηση «μερικές φορές την εβδομάδα» και «καθημερινά».

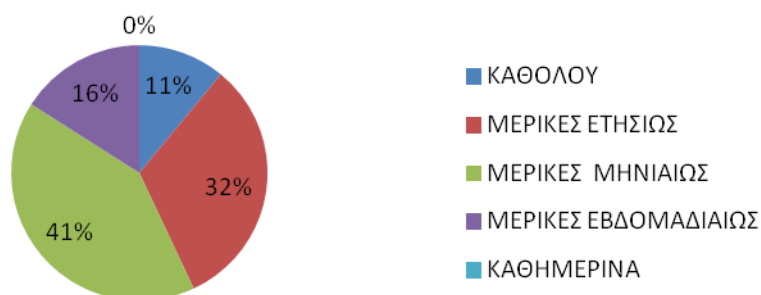


Η πληρωμή προσωπικών λογαριασμών μέσω του διαδικτύου δεν προτιμάται καθόλου από το 21% του δείγματος. Το 21% των συμμετεχόντων χρησιμοποιεί την συγκεκριμένη υπηρεσία μερικές φορές τον χρόνο και το 37% μερικές φορές τον μήνα. Πιο συχνά χρησιμοποιεί την πληρωμή των προσωπικών λογαριασμών μέσω του διαδικτύου μόλις το 21% του δείγματος διαλέγοντας την επιλογή «μερικές φορές την εβδομάδα».



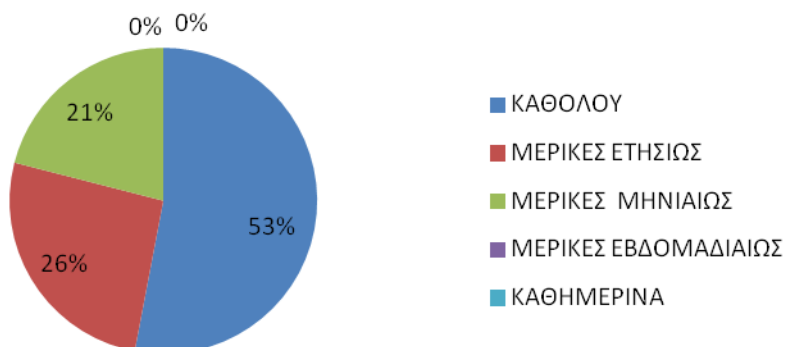
Όσο αφορά την πληρωμή λογαριασμών γενικότερα μέσω του διαδικτύου το 11% του δείγματος δεν την εφαρμόζει καθόλου. Το 32% του δείγματος χρησιμοποιεί την συγκεκριμένη υπηρεσία μερικές φορές το χρόνο ενώ το 41% μερικές φορές τον μήνα. Ένα μικρό μέρος του δείγματος της τάξεως του 16% χρησιμοποιεί την συγκεκριμένη υπηρεσία μερικές φορές την εβδομάδα. Πρέπει να αναφέρουμε ότι κανένας από τους συμμετέχοντες δεν απάντησε ότι πληρώνει τους λογαριασμούς του καθημερινά μέσω του διαδικτύου.

ΠΛΗΡΩΜΗ ΛΟΓ/ΣΜΩΝ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

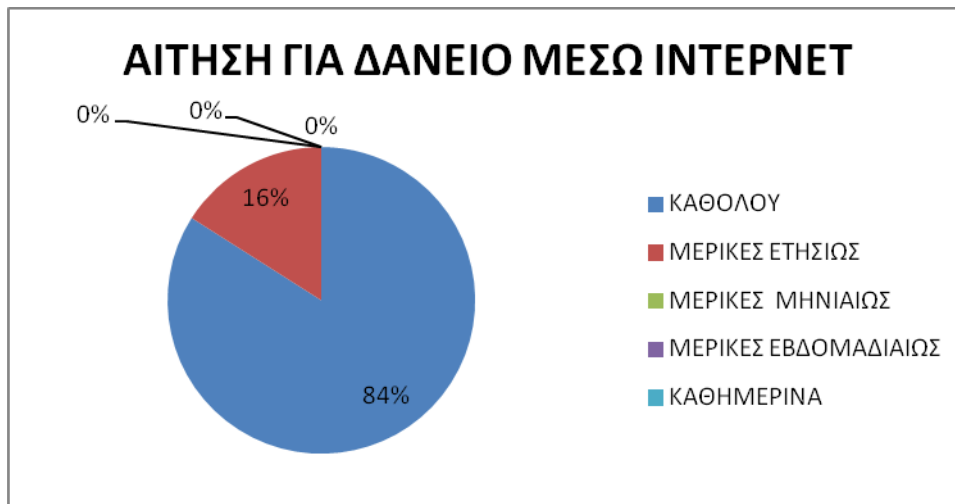


Οι χρηματιστηριακές συναλλαγές ως προσφερόμενη υπηρεσία μέσω του διαδικτύου δεν χρησιμοποιείται καθόλου από την πλειοψηφία του δείγματος με ποσοστό 53%. Το 26% των συμμετεχόντων πραγματοποιεί χρηματιστηριακές - επενδυτικές συναλλαγές μερικές φορές τον χρόνο ενώ το 21% μερικές φορές τον μήνα. Κανένας από τους ερωτηθέντες δεν απάντησε ότι χρησιμοποιεί την συγκεκριμένη υπηρεσία μερικές φορές την εβδομάδα ή καθημερινά.

ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΑΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ



Ξεκάθαρη είναι η τάση των συμμετεχόντων όσο αφορά την αίτηση για δάνειο μέσω του internet banking. Η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος με ποσοστό 84% δεν έχει συμπληρώσει ποτέ αίτηση για δάνειο μέσω του διαδικτύου. Θετικά απάντησε μόλις το 16% του δείγματος έχοντας συμπληρώσει αίτηση για δάνειο μερικές φορές τον χρόνο.

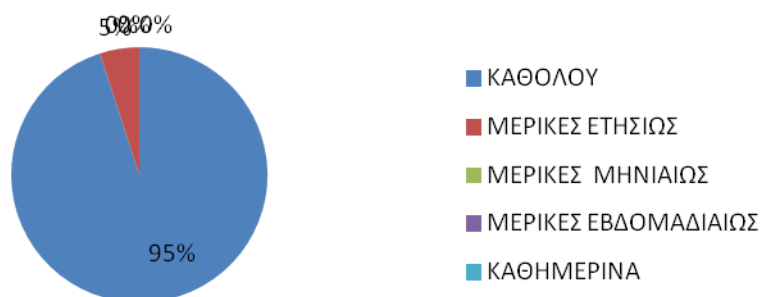


Η υπηρεσία μέσω της οποίας συμπληρώνεται αίτηση για έκδοση προσωπικής κάρτας μέσω του διαδικτύου δεν έχει χρησιμοποιηθεί ποτέ από το 84% των συμμετεχόντων. Συνολικά μόλις το 16% του δείγματος έχει χρησιμοποιήσει την συγκεκριμένη υπηρεσία, με το 11% να την έχει χρησιμοποιήσει μερικές φορές τον χρόνο και με το 5% μερικές φορές τον μήνα. Κανένας από τους ερωτηθέντες δεν επέλεξε την επιλογή «μερικές φορές την εβδομάδα» και «καθημερινά».



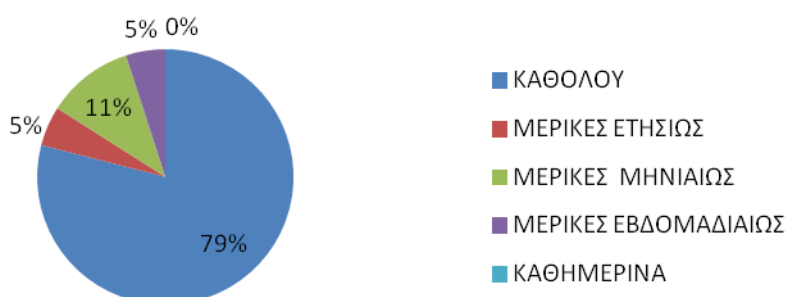
Όσο αφορά την αίτηση για μπλοκ επιταγών μέσω του διαδικτύου η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος είναι αρνητική, με το 95% να μην έχει συμπληρώσει ποτέ αίτηση για μπλοκ επιταγών μέσω του internet banking. Μόλις το 5% του δείγματος έχει θετική άποψη, έχοντας χρησιμοποιήσει την συγκεκριμένη υπηρεσία μερικές φορές τον χρόνο.

ΕΚΔΟΣΗ ΜΠΛΟΚ ΕΠΙΤΑΓΩΝ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ



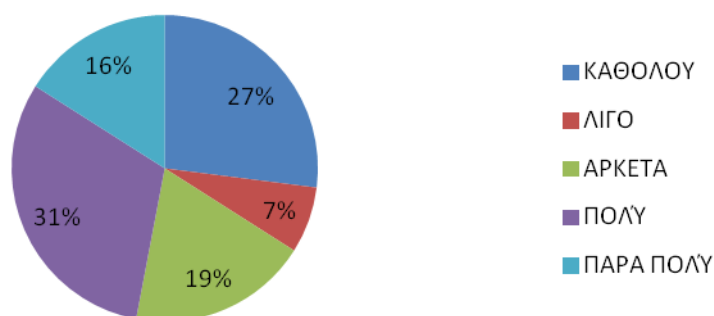
Η τελευταία ερώτηση της συγκεκριμένης κατηγορίας αναφέρεται στην επικοινωνία με την τράπεζα μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail). Το 79% του δείγματος απάντησε ότι δεν επικοινωνεί ποτέ με την τράπεζα που συνεργάζεται μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Μόλις το 21% των συμμετεχόντων χρησιμοποιεί την συγκεκριμένη τεχνολογία, με το 5% να την χρησιμοποιεί μερικές φορές τον χρόνο, το 11% μερικές φορές τον μήνα και το 5% μερικές φορές την εβδομάδα. Κανένας από τους συμμετέχοντες δεν χρησιμοποιεί την επικοινωνία μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου καθημερινά.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΑ ΜΕ E MAIL



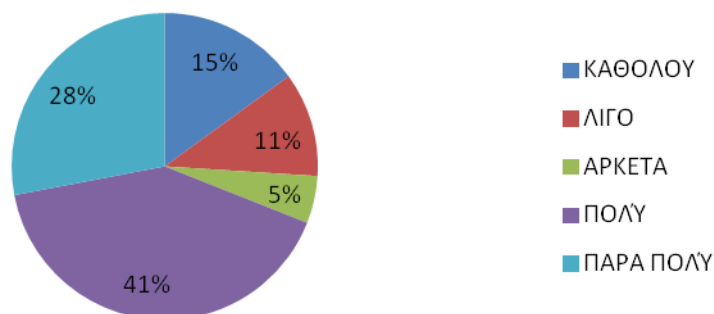
Η ευκολία χρήση του internet banking θεωρείται ως μέτρια σημαντικός παράγοντας σπουδαιότητας επηρεασμού για την υιοθέτηση της νέας αυτής τεχνολογίας. Αρνητική αντίληψη έχει συνολικά το 34% του δείγματος, όπου το 27% δεν τον θεωρεί καθόλου σημαντικό παράγοντα ενώ το 7% θεωρεί την ευκολία χρήσης ως λίγο σημαντικό παράγοντα. Θετική αντίληψη έχει συνολικά το 47% των συμμετεχόντων, με το 31% του δείγματος να χαρακτηρίζει τον συγκεκριμένο παράγοντα ως πολύ σημαντικό και το 16% ως πάρα πολύ.

ΕΥΚΟΛΙΑ ΧΡΗΣΗΣ I BANKING



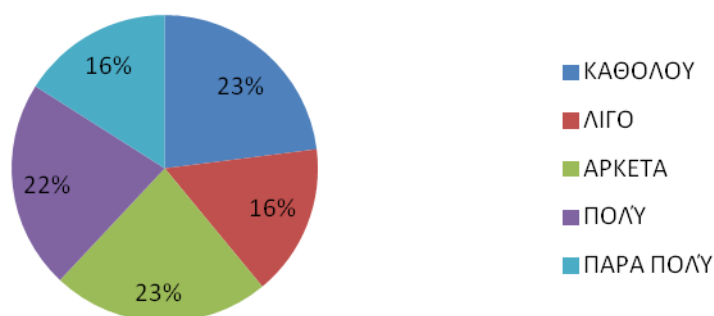
Η ταχύτητα στην διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών θεωρείται από το 5% του δείγματος ως παράγοντας μέτριου επηρεασμού για την υιοθέτηση των υπηρεσιών που παρέχονται μέσω του *internet banking*. Αρνητική αντίληψη έχει συνολικά το 26% των συμμετεχόντων, με το 15% να τον θεωρεί ως ένα καθόλου σημαντικό παράγοντα και με το 11% να πιστεύει πως είναι λίγο σημαντικός. Θετική αντίληψη έχει συνολικά το 69% του δείγματος, όπου το 41% θεωρεί πως η ταχύτητα στην διεξαγωγή των συναλλαγών είναι ένας πολύ σημαντικός παράγοντας επηρεασμού και το 28% θεωρεί πως η ταχύτητα είναι ένας πάρα πολύ σημαντικός παράγοντας.

ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ



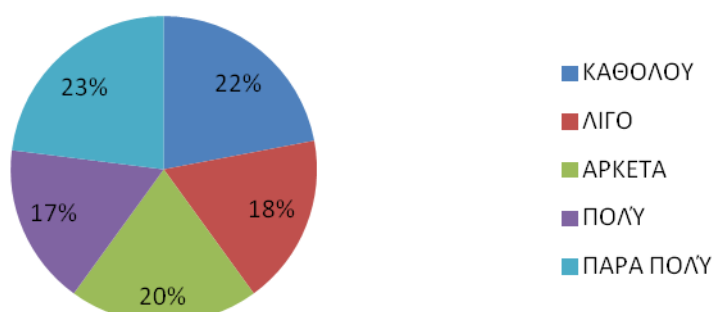
Μέτρια σημαντικός παράγοντας χαρακτηρίζεται η φθηνότερη πρόσβαση στο *internet* ως λόγος υιοθέτησης των υπηρεσιών που προσφέρονται μέσω του διαδικτύου από το 23% των συμμετεχόντων στην έρευνα. Αρνητική αντίληψη έχει συνολικά το 39% των ερωτηθέντων, με το 23% να χαρακτηρίζει τον συγκεκριμένο παράγοντα ως καθόλου σημαντικό και το 16% ως λίγο σημαντικό. Θετική αντίληψη έχει συνολικά το 38% του δείγματος, όπου το 22% θεωρεί πως η φθηνότερη πρόσβαση στο *internet* είναι πολύ σημαντικός παράγοντας επηρεασμού για την υιοθέτηση και το 16% τον χαρακτηρίζει ως ένα πάρα πολύ σημαντικό παράγοντα.

ΦΘΗΝΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΟ INTERNET



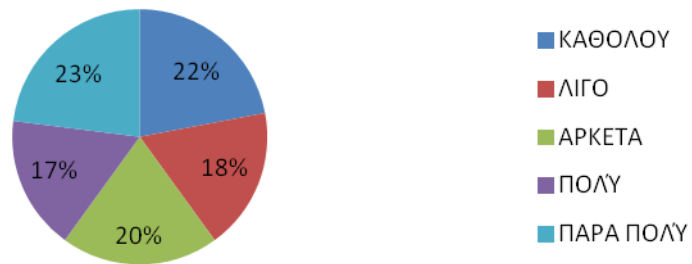
Η διαθεσιμότητα ηλεκτρονικών υπολογιστών χαρακτηρίζεται ως παράγοντας επηρεασμού μέτριας σπουδαιότητας. Αρνητική αντίληψη έχει συνολικά το 40% του δείγματος της έρευνας, με το 22% να θεωρεί πως η διαθεσιμότητα ηλεκτρονικών υπολογιστών δεν είναι καθόλου σημαντικός παράγοντας και το 18% να τον χαρακτηρίζει ως λίγο σημαντικό παράγοντα. Θετική αντίληψη έχει συνολικά το 40% των συμμετεχόντων, όπου το 17% θεωρεί πως η διαθεσιμότητα των ηλεκτρονικών υπολογιστών είναι ένας πολύ σημαντικός παράγοντας και το 23% θεωρεί πως είναι ένας πάρα πολύ σημαντικός παράγοντας.

ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ Η/Υ



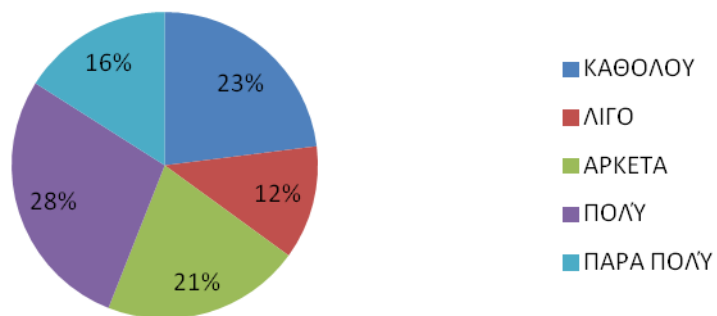
Η ασφάλεια στις συναλλαγές που πραγματοποιούνται μέσω του διαδικτύου ως παράγοντας επηρεασμού για την υιοθέτηση του internet banking χαρακτηρίζεται από το 21% των συμμετεχόντων ως μέτρια σημαντικότητα. Αρνητική αντίληψη έχει συνολικά το 39% των ερωτηθέντων, με το 28% να θεωρεί πως δεν είναι καθόλου σημαντικός παράγοντας και το 11% να τον θεωρεί λίγο σημαντικό παράγοντα. Θετική αντίληψη έχει συνολικά το 40% των ερωτηθέντων, όπου το 12% χαρακτηρίζει την ασφάλεια στις συναλλαγές ως πολύ σημαντικό παράγοντα και το 28% ως πάρα πολύ σημαντικό παράγοντα.

ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ ΜΕΣΩ INTERNET



Η διάθεση εύρους φάσματος προϊόντων μέσω των υπηρεσιών του διαδικτύου χαρακτηρίζεται από το 21% των συμμετεχόντων ως μέτρια σημαντικότητα. Αρνητική αντίληψη έχει συνολικά το 35% των ερωτηθέντων, με το 23% να πιστεύει ότι το εύρος των προϊόντων που διατίθενται μέσω των υπηρεσιών του διαδικτύου δεν είναι καθόλου σημαντικός παράγοντας για την υιοθέτηση του internet banking, ενώ το 12% τον θεωρεί λίγο σημαντικό παράγοντα. Θετική αντίληψη έχει συνολικά το 44% του δείγματος, όπου το 28% χαρακτηρίζει την διάθεση εύρους φάσματος προϊόντων ως πολύ σημαντικό παράγοντα και το 16% ως πάρα πολύ σημαντικό παράγοντα για την υιοθέτηση των υπηρεσιών που προσφέρονται μέσω του διαδικτύου.

ΔΙΑΘΕΣΗ ΕΥΡΟΥΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

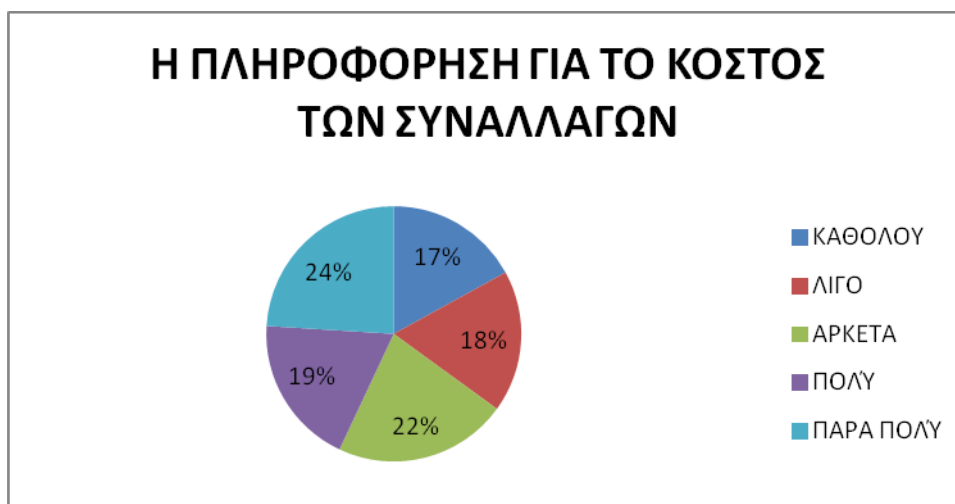


Η μη ύπαρξη επιπλέον επιβαρύνσεων στην διεξαγωγή συναλλαγών μέσω του διαδικτύου θεωρείται ως μέτρια σημαντικός παράγοντας για την υιοθέτηση του internet banking από το 13% του δείγματος. Αρνητική αντίληψη έχει συνολικά το 33% των συμμετεχόντων, όπου το 16% δεν θεωρεί καθόλου σημαντικό παράγοντα την μη ύπαρξη επιπλέον επιβαρύνσεων και το 17% ως λίγο σημαντικό παράγοντα. Θετική αντίληψη έχει συνολικά το 54% των ερωτηθέντων,

με το 23% να πιστεύει πως η μη ύπαρξη επιπλέον επιβαρύνσεων είναι πολύ σημαντικός παράγοντας και το 31% να πιστεύει πως είναι πάρα πολύ σημαντικός παράγοντας.



Η πληροφόρηση για το κόστος των συναλλαγών χαρακτηρίζεται από το 22% των συμμετεχόντων ως μέτριας σημαντικότητας παράγοντας. Αρνητική αντίληψη έχει συνολικά το 35% των ερωτηθέντων, με το 17% να χαρακτηρίζει την πληροφόρηση για το κόστος των συναλλαγών ως ένα καθόλου σημαντικό παράγοντα και το 18% ως λίγο σημαντικό παράγοντα. Θετική αντίληψη για την πληροφόρηση για το κόστος των συναλλαγών έχει συνολικά το 43% των συμμετεχόντων, όπου το 19% χαρακτηρίζει την πληροφόρηση ως πολύ σημαντικό παράγοντα και το 24% ως πολύ σημαντικό παράγοντα.

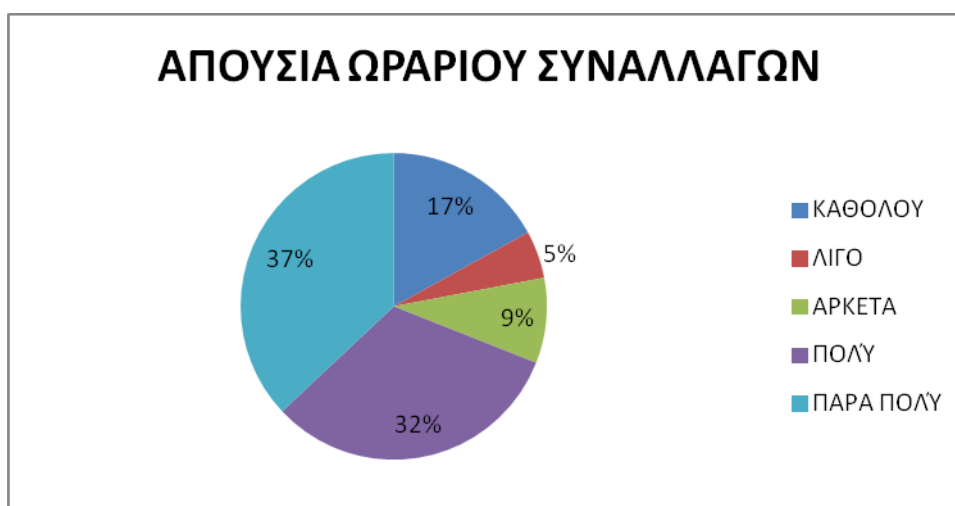


Η προστασία των προσωπικών δεδομένων χαρακτηρίζεται από το 16% των συμμετεχόντων ως παράγοντας μέτριας σημαντικότητας όπου θα τους οδηγούσε να υιοθετήσουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες μέσω του διαδικτύου. Αρνητική αντίληψη έχει συνολικά το 31% του δείγματος, όπου το 27% χαρακτηρίζει την προστασία των προσωπικών δεδομένων ως ένα καθόλου σημαντικό παράγοντα και το 4% ως λίγο σημαντικό παράγοντα. Θετική αντίληψη έχει συνολικά το 53% των συμμετεχόντων, με το 14% να πιστεύει ότι είναι πολύ σημαντικός

παράγοντας για την υιοθέτηση του internet banking και το 39% να πιστεύει ότι είναι πάρα πολύ σημαντικός παράγοντας.

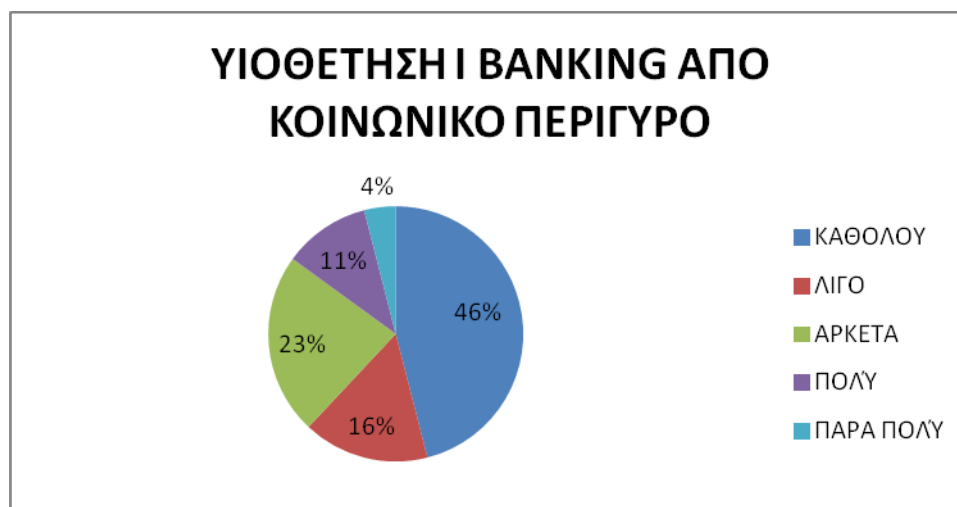


Η απουσία του ωραρίου συναλλαγών καθώς αυτές μπορούν να πραγματοποιηθούν από τους πελάτες καθ' όλη την διάρκεια της ημέρας χαρακτηρίζεται από το 9% των συμμετεχόντων ως παράγοντας μέτριας σημαντικότητας για την υιοθέτηση των υπηρεσιών που παρέχονται μέσω του διαδικτύου. Αρνητική αντίληψη έχει συνολικά το 22% των ερωτηθέντων, με το 17% να μην θεωρεί καθόλου σημαντικό παράγοντα την απουσία ωραρίου και το 5% ως λίγο σημαντικό παράγοντα. Θετική αντίληψη έχει συνολικά το 69% του δείγματος, όπου το 32% χαρακτηρίζει την απουσία ωραρίου ως πολύ σημαντικό παράγοντα και το 37% ως πάρα πολύ σημαντικό παράγοντα.



Στην ερώτηση για το αν η υιοθέτηση της τεχνολογίας internet banking από τον κοινωνικό περίγυρο θα αποτελούσε παράγοντας ώθησης στην υιοθέτησης της συγκεκριμένης τεχνολογίας από τους ίδιους, το 23% απάντησε ότι η επιρροή θα ήταν μέτριου επιπέδου. Αρνητική αντίληψη έχει συνολικά η πλειοψηφία των ερωτηθέντων με ποσοστό 62%, με το 46% να απαντάει ότι δεν θα επηρεάζονταν καθόλου και το 16% ότι θα επηρεάζονταν λίγο. Θετική

αντίληψη έχει συνολικά μόλις το 15% του δείγματος, όπου το 11% χαρακτηρίζει την υιοθέτηση της τεχνολογίας internet banking για την διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών από τον κοινωνικό του περίγυρο ως ένα πολύ σημαντικό παράγοντα επηρεασμού και το 4% ως ένα πάρα πολύ σημαντικό παράγοντα επηρεασμού για την υιοθέτηση και από τους ίδιους.

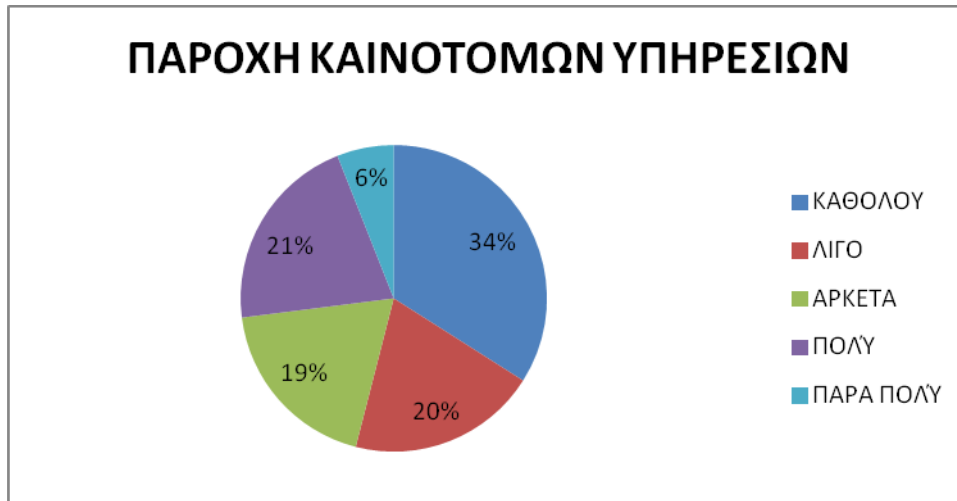


Όσο αφορά την υιοθέτηση της τεχνολογίας internet banking από το επαγγελματικό περιβάλλον το 19% των συμμετεχόντων απάντησε ότι το επίπεδο επηρεασμού τους για την υιοθέτηση της συγκεκριμένης τεχνολογίας και από τους ίδιους θα ήταν μέτριο. Αρνητική αντίληψη έχει συνολικά η πλειοψηφία του δείγματος με ποσοστό 51%, όπου το 38% απαντάει ότι δεν θα επηρεάζονταν καθόλου από την υιοθέτηση από το επαγγελματικό περίγυρο και το 13% ότι θα επηρεάζονταν λίγο. Θετική αντίληψη έχει συνολικά μόλις το 30% των συμμετεχόντων, με το 19% να τον θεωρεί πολύ σημαντικό παράγοντα για την υιοθέτηση από τους ίδιους και το 11% ως πάρα πολύ σημαντικό παράγοντα.



Η παροχή καινοτόμων υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου χαρακτηρίζεται από το 19% του δείγματος ως παράγοντας μέτριας σημαντικότητας για την υιοθέτηση την συγκεκριμένης τεχνολογίας για την διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών. Αρνητική αντίληψη έχει συνολικά η

πλειοψηφία του δείγματος με ποσοστό 54%, όπου το 34% θεωρεί την παροχή καινοτόμων υπηρεσιών ως ένα καθόλου σημαντικό παράγοντα και το 20% ως ένα λίγο σημαντικό παράγοντα. Θετική αντίληψη έχει συνολικά μόλις το 27% των συμμετεχόντων, όπου το 21% θεωρεί ότι η παροχή καινοτόμων υπηρεσιών είναι ένας πολύ σημαντικό παράγοντας για την υιοθέτηση της τεχνολογίας internet banking και το 6% ότι είναι ένας πάρα πολύ σημαντικός παράγοντας.



Β' ΜΕΡΟΣ : ΕΛΕΓΧΟΣ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

I. Θεωρητικό μοντέλο

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο της στατιστικής ανάλυσης πραγματοποιείται ο έλεγχος υποθέσεων ή αλλιώς γίνεται η μέτρηση του βαθμού εξάρτησης μεταξύ δύο μεταβλητών X, Y. Στην συνέχεια θα εξακριβωθεί η ένταση της συνάφειας μεταξύ δύο μεταβλητών για να συμπεράνουμε αν οι μεταβλητές αυτές συσχετίζονται ή όχι. Η διατύπωση κάθε ελέγχου υποθέσεων περιλαμβάνει τη μηδενική υπόθεση H_0 και την εναλλακτική υπόθεση H_1 όπου και έχουν την ακόλουθη μορφή :

H_0 : Τα χαρακτηριστικά X και Y του δείγματος κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό.

Έναντι της

H_1 Τα χαρακτηριστικά X και Y του δείγματος δεν κατανέμονται ανεξάρτητα στον

πληθυσμό.

Η τιμή της στατιστικής χ^2 συγκρίνεται με την πιθανότητα παρατήρησης της τιμής αυτής (p-value), και οδηγεί στα ακόλουθα συμπεράσματα:

Αν $P\text{-value} > 0,10$, τότε αποδεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση (H_0), δηλαδή οι μεταβλητές είναι ανεξάρτητες.

Αν $P\text{-value} < 0,10$ τότε αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση (H_1), δηλαδή οι μεταβλητές συσχετίζονται και το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας είναι 10%.

Αν $P\text{-value} < 0,05$ τότε αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση (H_1), δηλαδή οι μεταβλητές συσχετίζονται και το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας είναι 5% και τέλος

Αν $P\text{-value} < 0,01$, αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση (H_1), δηλαδή οι μεταβλητές συσχετίζονται και το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας είναι 1%.

II. Παρουσίαση αποτελεσμάτων από τον έλεγχο ανεξαρτησίας

Με τα δεδομένα που συγκεντρώθηκαν από την συλλογή των ερωτηματολογίων, πραγματοποιήθηκε η στατιστική ανάλυση και ο έλεγχος των συσχετίσεων των μεταβλητών. Από όλες τις συσχετίσεις που πραγματοποιήθηκαν περισσότερο ενδιαφέρον σε σχέση με το θέμα της έρευνας που πραγματοποιούμε παρουσιάζουν οι ακόλουθες.

Η συσχέτιση την πληρωμής λογαριασμών μέσω του internet banking (ΦΠΑ, ΙΚΑ, ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ, Λογαριασμοί τηλεφώνου) με την εκπαίδευση των συμμετεχόντων έχει θετικά αποτελέσματα. Ο πίνακας που ακολουθεί μας παρουσιάζει τα αποτελέσματα όπου η τιμή του chi-square ισούται με 21,850 και η τιμή του P-value με 0,009. Επειδή το μέγεθος της τιμής του P-value είναι $< 0,01$ απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση (H_0) και αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση (H_1). Σύμφωνα με την εναλλακτική υπόθεση (H_1) τα χαρακτηριστικά των μεταβλητών «εκπαίδευση» και «πληρωμή λογαριασμών μέσω του internet banking» δεν κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό. Οι μεταβλητές συσχετίζονται και το επίπεδο της στατιστικής σημαντικότητας είναι 1%.

CHI-SQUARE TESTS		
	Value Asymp. Sig. (2-sided)	
Pearson chi-square	21,850	0,009

Λόγω της συσχέτισης των μεταβλητών η συχνότητα πληρωμής λογαριασμών μέσω της

υπηρεσίας του internet banking επηρεάζεται από το επίπεδο εκπαίδευσης των συμμετεχόντων στην έρευνα. Παρατηρούμε λοιπόν ότι οι απόφοιτοι Λυκείου με ποσοστό 50% χρησιμοποιεί την συγκεκριμένη υπηρεσία μερικές φορές τον μήνα. Σε αντίθεση οι φοιτητές σε ΑΕΙ χωρίς πτυχίο βρίσκουν χρήση στην συγκεκριμένη υπηρεσία μερικές φορές τον χρόνο. Τέλος, οι απόφοιτοι ΑΕΙ και οι κάτοχοι Μεταπτυχιακού/ Διδακτορικού πτυχίου δεν χρησιμοποιούν καθόλου την συγκεκριμένη υπηρεσία για να πραγματοποιούν πληρωμές λογαριασμών με ποσοστό 100% αντίστοιχα.

Όσον αφορά την μεταβλητή ηλικία και ενημέρωση για την κίνηση του λογαριασμού μέσω του internet banking βρέθηκε ότι υπάρχει συσχέτιση. Τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την στατιστική ανάλυση και επεξεργασία των δεδομένων παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί. Παρατηρούμε λοιπόν ότι το chi-square ισούται με 21,436 και το P-value με 0,002. Λόγω του μεγέθους της τιμής του P-value όπου είναι $< 0,01$ αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση (H1), όπου τα χαρακτηριστικά της «ηλικίας» και της «μεταφοράς χρημάτων σε άλλους λογαριασμούς μέσω του internet banking» δεν κατανομούνται ανεξάρτητα στον πληθυσμό. Οι μεταβλητές συσχετίζονται και το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας είναι 1%.

CHI-SQUARE TESTS		
	Value Asymp. Sig. (2-sided)	
Pearson chi-square	21,436	0,002

Οι συγκεκριμένες μεταβλητές είναι εξαρτημένες, δηλ η ηλικία του ερωτώμενου καθορίζει και την χρήση της υπηρεσίας ενημέρωσης για την κίνηση του λογαριασμού μέσω του internet banking. Παρατηρούμε λοιπόν από τον πίνακα που ακολουθεί ότι η πλειοψηφία της ηλικιακής κατηγορίας των 20-34 ετών δεν χρησιμοποιεί την συγκεκριμένη υπηρεσία καθόλου με ποσοστό 38,5%. Όσο αφορά την ηλικιακή κατηγορία των 35-49 ετών η κατάσταση είναι λίγο διαφοροποιημένη αφού το 50% χρησιμοποιεί την συγκεκριμένη υπηρεσία μερικές φορές τον χρόνο και το άλλο 50% μερικές φορές τον μήνα. Τέλος, παρατηρούμε ότι η ηλικιακή κατηγορία των 50-64 ετών χρησιμοποιεί την υπηρεσία για την ενημέρωση για την κίνηση του λογαριασμού μερικές φορές την εβδομάδα. Η κάθε ηλικιακή κατηγορία χρησιμοποιεί με διαφορετική συχνότητα την συγκεκριμένη υπηρεσία επιβεβαιώνοντας την συσχέτιση των μεταβλητών.

Η γνώση χειρισμού του ηλεκτρονικού υπολογιστή βρέθηκε ότι συσχετίζεται με την χρήση του internet banking. Παρατηρούμε λοιπόν από τον ακόλουθο πίνακα ότι το chi-square είναι ίσο με 23,054 και το P-value με 0,027. Λόγω του μεγέθους της τιμής του P-value που είναι < 0,05 απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση (H0) και αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση (H1). Σύμφωνα με την εναλλακτική υπόθεση (H1) τα χαρακτηριστικά των μεταβλητών «χρήση του internet banking» και «γνώση χειρισμού του ηλεκτρονικού υπολογιστή» δεν κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό. Οι μεταβλητές συσχετίζονται και το επίπεδο της στατιστικής σημαντικότητας είναι 5%.

CHI-SQUARE TESTS		
	Value Asymp. Sig. (2-sided)	
Pearson chi-square	23,054	0,027

Λόγω της συσχέτισης που αναφέραμε πιο πάνω, το επίπεδο γνώσης χειρισμού του ηλεκτρονικού υπολογιστή από τους συμμετέχοντες επηρεάζει την συχνότητα χρήσης της υπηρεσίας internet banking από αυτούς. Παρατηρούμε λοιπόν από τον πίνακα που ακολουθεί, ότι το 56,3% των συμμετεχόντων που δεν χρησιμοποιεί καθόλου το internet banking έχει γνώσεις χειρισμού του ηλεκτρονικού υπολογιστή από λίγο έως μέτρια. Το 66,7% των συμμετεχόντων που θεωρούν ότι έχουν πολύ καλή γνώση χειρισμού ηλεκτρονικού υπολογιστή χρησιμοποιεί το internet banking μερικές φορές τον χρόνο. Τέλος, το 100% των συμμετεχόντων που χρησιμοποιεί το internet banking καθημερινά έχει γνώσεις χειρισμού του ηλεκτρονικού υπολογιστή καθημερινά.

Η ηλικία συσχετίζεται με την επικοινωνία μέσω e-mail. Σύμφωνα με τον πίνακα που ακολουθεί το chi-square ισούται με 15,042 και το P-value με 0,020. με βάση το μέγεθος της τιμής του P-value όπου είναι < 0,10 αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση H1. Τα χαρακτηριστικά της «ηλικίας» και της «επικοινωνίας με την τράπεζα μέσω e-mail» δεν κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό. Οι μεταβλητές συσχετίζονται και το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας είναι 10%.

CHI-SQUARE TESTS		
	Value Asymp. Sig. (2-sided)	
Pearson chi-square	15,042	0,020

Η χρήση της υπηρεσίας με την οποία μπορούν οι πελάτες μια τράπεζας να επικοινωνήσουν με αυτήν μέσω e-mail επηρεάζεται από την ηλικία των συμμετεχόντων στην έρευνα. Συγκεκριμένα στην ηλικιακή κατηγορία των 20-34 ετών όλοι οι συμμετέχοντες απάντησαν ότι δεν επικοινωνούν ποτέ με την τράπεζα μέσω e-mail. Στην ηλικιακή κατηγορία των 35-49 η κατάσταση είναι διαφοροποιημένη αφού επικοινωνούν μέσω e-mail με την τράπεζα καθόλου, μερικές φορές τον χρόνο, μερικές φορές τον μήνα και μερικές φορές την εβδομάδα με ποσοστό 25% αντίστοιχα. Τέλος, στην κατηγορία των 50-64 ετών παρατηρούμε ότι το 50% των ερωτώμενων απάντησε ότι δεν επικοινωνεί ποτέ με την τράπεζα μέσω e-mail ενώ το άλλο 50% απάντησε ότι επικοινωνεί μερικές φορές τον μήνα. Η διαφοροποίηση των απαντήσεων των ηλικιακών κατηγοριών μέσω e-mail επιβεβαιώνει και την συσχέτιση των μεταβλητών.

Η χρήση των ταμείων, μέσω της επεξεργασίας των δεδομένων, αποδείχθηκε ότι συσχετίζεται με την μεταβλητή φύλο. Με βάση τα αποτελέσματα της επεξεργασίας το chi-square ισούται με 74,096 και το P-value με 0. Λόγω του μεγέθους της τιμής του P-value που είναι $< 0,01$ απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση (H_0) και αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση (H_1). Τα χαρακτηριστικά της ηλικίας και της χρήση των ταμείων δεν κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό. Συνεπώς οι μεταβλητές συσχετίζονται και το επίπεδο της στατιστικής σημαντικότητας είναι 1%.

CHI-SQUARE TESTS		
	Value Asymp. Sig. (2-sided)	
Pearson chi-square	74,096	0,00

Η μεταφορά χρημάτων προς άλλους λογαριασμούς τραπεζών μέσω της τεχνολογίας του internet banking βρέθηκε ότι συσχετίζεται με την ηλικία των ερωτώμενων. Από τον πίνακα που ακολουθεί παρατηρούμε ότι το chi-square ισούται με 8,676 και το P-value με 0,070. επειδή η τιμή του P-value είναι $< 0,10$ απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση (H_0) και αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση (H_1). Τα χαρακτηριστικά της «ηλικίας» και της «μεταφοράς χρημάτων προς λογαριασμούς άλλων τραπεζών μέσω του internet banking» δεν κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό. Οι μεταβλητές συσχετίζονται και το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας είναι 10%.

CHI-SQUARE TESTS		
	Value Asymp. Sig. (2-sided)	
Pearson chi-square	8,676	0,070

Η συσχέτιση των δύο μεταβλητών είναι εμφανής και από τον πίνακα που ακολουθεί. Παρατηρούμε ότι σε κάθε ηλικιακή κατηγορία η χρήση της συγκεκριμένης υπηρεσίας πραγματοποιείται και με διαφορετική συχνότητα. Συγκεκριμένα στην ηλικιακή κατηγορία των 20-34 ετών το 61,5% δεν έχει χρησιμοποιήσει καθόλου την συγκεκριμένη υπηρεσία για να μεταφέρει χρήματα σε λογαριασμούς άλλων τραπεζών. Το 75% των ερωτώμενων από 35-49 ετών απάντησε ότι χρησιμοποιεί την υπηρεσία μεταφοράς χρημάτων μερικές φορές τον μήνα. Τέλος, στην ηλικιακή κατηγορία των 50-64 ετών το 100% των ερωτώμενων απάντησε ότι μεταφέρει χρήματα προς λογαριασμούς άλλων τραπεζών μέσω του internet banking μερικές φορές τον μήνα.

Η πρόσβαση στο διαδίκτυο και η εκπαίδευση των συμμετεχόντων βρέθηκε ότι συσχετίζονται. Παρατηρούμε από τον ακόλουθο πίνακα ότι η τιμή του chi-square είναι 13,520 και του P-value είναι 0,035. Από το μέγεθος της τιμής του P-value που είναι $< 0,05$ απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση (H_0) και αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση (H_1). Με βάση την εναλλακτική υπόθεση (H_1) τα χαρακτηριστικά των μεταβλητών «εκπαίδευση» και «πρόσβαση στο διαδίκτυο» δεν κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό. Συνεπώς οι μεταβλητές συσχετίζονται και το επίπεδο της στατιστικής σημαντικότητας είναι 5%.

CHI-SQUARE TESTS		
-------------------------	--	--

	Value Asymp. Sig. (2-sided)	
Pearson chi-square	13,520	0,035

Λόγω του συσχετισμού των μεταβλητών η ύπαρξη ή όχι πρόσβασης στο διαδίκτυο επηρεάζεται από το επίπεδο εκπαίδευσης των συμμετεχόντων. Παρατηρούμε λοιπόν από τον ακόλουθο πίνακα ότι το 100% των αποφοίτων Δημοτικού δεν έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο. Στους αποφοίτους Γυμνασίου υπάρχει διαφοροποίηση της κατάστασης αφού το 50% δεν έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο και το άλλο 50% έχει. Οι απόφοιτοι Λυκείου με ποσοστό 57,8% έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο σε αντίθεση με τους αποφοίτους ΤΕΙ που δεν έχουν πρόσβαση με ποσοστό 61,5%. Οι φοιτητές σε ΑΕΙ χωρίς πτυχίο διαθέτουν πρόσβαση στο διαδίκτυο με ποσοστό 72,7% ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των αποφοίτων ΑΕΙ είναι 78,6%. Τέλος, οι κάτοχοι Μεταπτυχιακού/ Διδακτορικού τίτλου διαθέτουν πρόσβαση στο διαδίκτυο με ποσοστό 100%.

Η συχνότητα χρήσης των ATM συσχετίζεται θετικά με την ηλικία των συμμετεχόντων στην έρευνα. Από την επεξεργασία των δεδομένων και τον συσχετισμό των μεταβλητών βρήκαμε ότι το chi-square ισούται με 73,965 και το P-value με 0. Επειδή η τιμή του P-value είναι $< 0,01$ απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση (H_0) και αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση (H_1). Τα χαρακτηριστικά των μεταβλητών «ηλικία» και «χρήση των ATM» δεν κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό. Συνεπώς οι μεταβλητές συσχετίζονται και το επίπεδο της στατιστικής σημαντικότητας είναι 1%.

CHI-SQUARE TESTS		
	Value Asymp. Sig. (2-sided)	
Pearson chi-square	73,965	0,00

Λόγω της συσχέτισης μεταξύ των δύο μεταβλητών η συχνότητα της χρήσης των ATM επηρεάζεται από την ηλικία των συμμετεχόντων στην έρευνα. Συγκεκριμένα παρατηρούμε και από τον πίνακα που ακολουθεί ότι οι συμμετέχοντες στην έρευνα που ανήκουν στην ηλικιακή κατηγορία έως 19 ετών χρησιμοποιούν τα ATM για την διεξαγωγή τραπεζικών

συναλλαγών μερικές φορές τον μήνα με ποσοστό 100%. Λίγο διαφοροποιημένη είναι η τάση των συμμετεχόντων των ηλικιών 20-34 ετών όπου χρησιμοποιούν τα ΑΤΜ μερικές φορές τον μήνα και μερικές φορές την εβδομάδα με ποσοστό 44,4% αντίστοιχα ενώ ένα μικρό ποσοστό της τάξεως του 11,1% χρησιμοποιεί τα ΑΤΜ μερικές φορές τον χρόνο και καθημερινά. Στην ηλικιακή κατηγορία των 35-49 ετών επικρατεί η ίδια τάση με την προηγούμενη ηλικιακή κατηγορία αλλά με διαφορετικά ποσοστά. Μερικές φορές τον μήνα χρησιμοποιεί τα ΑΤΜ το 51,2% και μερικές φορές την εβδομάδα το 44,2% ενώ μόλις το 4,7% τα χρησιμοποιεί καθημερινά. Οι συμμετέχοντες από 50-64 ετών χρησιμοποιούν τα ΑΤΜ μερικές φορές την εβδομάδα και μερικές φορές τον μήνα με ποσοστό 45,5% και 36,4% αντίστοιχα, ενώ μόλις το 18,2% δεν χρησιμοποιεί καθόλου τα ΑΤΜ ως μέσο διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών. Τέλος, στην ηλικιακή κατηγορία των 65 και άνω κανένας από τους συμμετέχοντες δεν χρησιμοποιεί τα ΑΤΜ. Η διαφορετικότητα των ηλικιακών κατηγοριών των συμμετεχόντων στην συχνότητα χρήσης των ΑΤΜ ως μέσο διεξαγωγής τραπεζικών συναλλαγών επιβεβαιώνει την συσχέτιση των μεταβλητών «ηλικία» και «χρήση των ΑΤΜ».

Η πληρωμή προσωπικών λογαριασμών (ΦΠΑ, ΙΚΑ, ΔΕΗ, λογαριασμοί τηλεφώνου) μέσω των υπηρεσιών του internet banking συσχετίζεται με την ηλικία των συμμετεχόντων στην έρευνα. Όπως φαίνεται και από τον πίνακα που ακολουθεί το chi-square ισούται με 16,077 και το P-value με 0,013. Λόγω του μεγέθους του P-value που είναι $< 0,05$ απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση (H0) και αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση (H1). Τα χαρακτηριστικά της μεταβλητής «ηλικίας» και «πληρωμή προσωπικών λογαριασμών μέσω των υπηρεσιών του internet banking» δεν κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό. Οι μεταβλητές συσχετίζονται και το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας είναι 5%.

CHI-SQUARE TESTS		
	Value Asymp. Sig. (2-sided)	
Pearson chi-square	16,077	0,013

Η πληρωμή των προσωπικών λογαριασμών μέσω των υπηρεσιών του internet banking σχετίζεται με την μεταβλητή ηλικία. Συνεπώς, η συχνότητα της χρήσης της συγκεκριμένης υπηρεσίας επηρεάζεται από το φύλο του ερωτώμενου. Παρατηρούμε από τον πίνακα που ακολουθεί ότι στην κατηγορία των 20-34 ετών η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα χρησιμοποιεί την συγκεκριμένη υπηρεσία μερικές φορές τον χρόνο και μερικές φορές τον μήνα με ποσοστό 46,2% αντίστοιχα.

Η χρήση του internet banking από το επαγγελματικό περιβάλλον ως παράγοντας συμβολής για την υιοθέτησή του συσχετίζεται με το φύλο του ερωτώμενου. Σύμφωνα με τον πίνακα που ακολουθεί παρατηρούμε ότι το chi-square είναι ίσο με 12,957 και το P-value με 0,011. Με βάση την τιμή του P-value που είναι $< 0,05$ αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση (H1). Συνεπώς τα χαρακτηριστικά του «φύλου» και «χρήση του internet banking από το επαγγελματικό περιβάλλον» δεν κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό. Οι μεταβλητές συσχετίζονται και το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας είναι 5%.

CHI-SQUARE TESTS		
	Value Asymp. Sig. (2-sided)	
Pearson chi-square	12,957	0,011

Οι άντρες έχουν θετική αντίληψη όσο αφορά την υιοθέτηση του internet banking από το επαγγελματικό περιβάλλον ενώ οι γυναίκες αρνητική. Συγκεκριμένα το 68,8% των αντρών που συμμετείχαν στην έρευνα θεωρούν πως η υιοθέτηση του internet banking από το επαγγελματικό περιβάλλον είναι ένας μέτρια - πολύ - πάρα πολύ σημαντικός παράγοντας επηρεασμού ενώ μόλις 34,2 % καθόλου έως λίγο σημαντικός παράγοντας. Σε αντίθεση το 82,5% των γυναικών θεωρεί πως είναι ένας καθόλου - λίγο - μέτρια σημαντικός παράγοντας και μόλις το 17,5% ότι είναι πολύ έως πάρα πολύ σημαντικός παράγοντας. Συνολικά το 38,6% πιστεύει πως δεν είναι καθόλου σημαντικός παράγοντας.

Συσχέτιση παρατηρήθηκε επίσης για τις μεταβλητές απασχόληση και υιοθέτηση του internet banking από το επαγγελματικό περιβάλλον. Παρατηρούμε από τον ακόλουθο πίνακα ότι το chi-square είναι ίσο με 34,368 και το P-value με 0,078. Επειδή το μέγεθος της τιμής

του P- value είναι $< 0,10$ απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση (H_0) και αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση (H_1). Σύμφωνα λοιπόν με την εναλλακτική υπόθεση (H_1) τα χαρακτηριστικά των μεταβλητών «απασχόληση» και «υιοθέτηση του internet banking από το επαγγελματικό περιβάλλον» δεν κατανομούνται ανεξάρτητα στον πληθυσμό. Οι μεταβλητές συσχετίζονται και το επίπεδο της στατιστικής σημαντικότητας είναι 10%.

CHI-SQUARE TESTS		
	Value Asymp. Sig. (2-sided)	
Pearson chi-square	34,368	0,078

Λόγω της συσχέτισης των μεταβλητών, η υιοθέτηση του internet banking από το επαγγελματικό περιβάλλον ως σημαντικός παράγοντας επηρεασμού των συμμετεχόντων προς υιοθέτηση και από τους ίδιους επηρεάζεται από την απασχόληση τους. Παρατηρούμε από τον ακόλουθο πίνακα ότι οι συμμετέχοντες που εργάζονται ως τεχνίτες με ποσοστό 66,7% θεωρούν την υιοθέτηση του internet banking από το επαγγελματικό περιβάλλον ως πολύ σημαντικό παράγοντα επηρεασμού για την υιοθέτησή του και από τους ίδιους. Οι συμμετέχοντες που έχουν προσωπική επιχείρηση διχάζονται ανάμεσα στον χαρακτηρισμό ως καθόλου σημαντικός παράγοντας και πάρα πολύ σημαντικός παράγοντας με ποσοστό 40% αντίστοιχα. Οι συμμετέχοντες που εργάζονται ως ιδιωτικοί υπάλληλοι θεωρούν με ποσοστό 34,2% ότι η υιοθέτηση του internet banking από το επαγγελματικό περιβάλλον δεν είναι καθόλου σημαντικός παράγοντας επηρεασμού ως προς του ίδιους, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των δημόσιων – δημοτικών υπαλλήλων είναι 66,7%. Οι φοιτητές χαρακτηρίζουν την υιοθέτηση του internet banking από το επαγγελματικό περιβάλλον ως παράγοντα μέτρια σημαντικότητας με ποσοστό 50%. Τέλος, οι συμμετέχοντες που ασχολούνται με τα οικιακά και οι συνταξιούχοι πιστεύουν ότι η υιοθέτηση του internet banking από το επαγγελματικό περιβάλλον δεν είναι καθόλου σημαντικός παράγοντας επηρεασμού με ποσοστό 100% αντίστοιχα.

Η γνώση χειρισμού του ηλεκτρονικού υπολογιστή σχετίζεται με την ηλικία των ερωτώμενων. Με βάση την στατιστική ανάλυση και επεξεργασία των δεδομένων βρήκαμε

όπως παρουσιάζεται και στον πίνακα που ακολουθεί ότι το chi-square ισούται με 72,469 και το P- value με 0. Λόγω του μεγέθους της τιμής του P-value που είναι $< 0,01$ αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση (H1) και απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση (H0). Τα χαρακτηριστικά των μεταβλητών «ηλικία» και «γνώση χειρισμού του ηλεκτρονικού υπολογιστή» δεν κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό. Συνεπώς, οι μεταβλητές συσχετίζονται και έχουν επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%.

CHI-SQUARE TESTS		
	Value	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson chi-square	72,469	0,00

Η γνώση χειρισμού του ηλεκτρονικού υπολογιστή συσχετίζεται με την ηλικία όπως αναφέραμε πιο πάνω. Συνεπώς, η γνώση χειρισμού του ηλεκτρονικού υπολογιστή καθορίζεται/ επηρεάζεται από την ηλικία των συμμετεχόντων. Συγκεκριμένα παρατηρούμε από τον ακόλουθο πίνακα ότι οι συμμετέχοντες στην έρευνα που είναι έως 19 ετών χαρακτηρίζουν τις γνώσεις τους στον χειρισμό του ηλεκτρονικού υπολογιστή ως μέτριες με ποσοστό 100%. Η ηλικιακή κατηγορία των 20-34 ετών χαρακτηρίζει τις γνώσεις της ως μέτριες με ποσοστό 44,4% και πολύ καλές με ποσοστό 38,1% ενώ μόλις το 9,5% τις χαρακτηρίζει εξαιρετικές. Οι συμμετέχοντες των ηλικιών 35-49 θεωρεί πως έχει μέτριες γνώσεις με ποσοστό 58,1% και πολύ καλές με ποσοστό 34,9%, ενώ μόλις το 7% θεωρεί πως έχει εξαιρετικές γνώσεις. Στην ηλικιακή κατηγορία των 50-64 ετών είναι λίγο πιο διαφοροποιημένη η κατάσταση, με το 45,5% να θεωρεί πως έχει μέτριες γνώσεις και το 27,3% ανύπαρκτες. Τέλος, οι συμμετέχοντες των ηλικιών από 65 και άνω απάντησαν όλοι ότι έχουν ανύπαρκτες γνώσεις χειρισμού του ηλεκτρονικού υπολογιστή.

Με βάση την διεξαγωγή συσχετισμού της εκπαίδευσης των συμμετεχόντων και τις γνώσεις αυτών χειρισμού του ηλεκτρονικού υπολογιστή συμπεράναμε ότι οι συγκεκριμένες μεταβλητές συσχετίζονται. Τα αποτελέσματα του συσχετισμού που παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί μας φανερώνουν ότι το chi-square ισούται με 80,120 και το P-value με 0. Το μέγεθος της τιμής του P-value που είναι $< 0,01$ μας αναγκάζει να απορρίψουμε την μηδενική υπόθεση (H0) και να αποδεχθούμε την εναλλακτική υπόθεση (H1). Συνεπώς, τα χαρακτηριστικά των μεταβλητών «εκπαίδευση» και «γνώσεις χειρισμού του ηλεκτρονικού υπολογιστή» δεν κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό, δηλ οι μεταβλητές

συσχετίζονται θετικά και το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας είναι 1%.

CHI-SQUARE TESTS		
	Value Asymp. Sig. (2-sided)	
Pearson chi-square	80,120	0,00

Οι συγκεκριμένες μεταβλητές όπως αναφέραμε συσχετίζονται δηλ το επίπεδο εκπαίδευσης των συμμετεχόντων στην έρευνα επηρεάζει το επίπεδο γνώσεων αυτών όσος αφορά τον χειρισμό του ηλεκτρονικού υπολογιστή. Παρατηρούμε λοιπόν από το πίνακα που ακολουθεί ότι οι συμμετέχοντες που είναι απόφοιτοι Δημοτικού με ποσοστό 66,7% δεν έχουν καθόλου γνώσεις χειρισμού ηλεκτρονικού υπολογιστή σε αντίθεση με τους αποφοίτους Γυμνασίου που με ποσοστό 60% θεωρούν πως έχουν γνώσεις μέτριου επιπέδου. Οι απόφοιτοι Γυμνασίου και ΤΕΙ θεωρούν πως έχουν γνώσεις χειρισμού ηλεκτρονικού υπολογιστή μέτριου επιπέδου με ποσοστό 53,1% και 76,9% αντίστοιχα. Οι φοιτητές σε ΑΕΙ χωρίς πτυχίο έχουν πολύ καλό επίπεδο γνώσης χειρισμού του ηλεκτρονικού υπολογιστή ενώ το αντίστοιχο επίπεδο των αποφοίτων ΑΕΙ είναι 78,6%. Τέλος, οι κάτοχοι Μεταπτυχιακού/Διδακτορικού χαρακτηρίζουν τις γνώσεις τους πολύ καλές με ποσοστό 80%. Παρατηρούμε συνεπώς πως όσο μεγαλύτερο είναι το επίπεδο μόρφωσης των συμμετεχόντων τόσο μεγαλύτερο είναι και το επίπεδο γνώσης χειρισμού του ηλεκτρονικού υπολογιστή, επιβεβαιώνοντας έτσι τον συσχετισμό των δύο μεταβλητών.

Μέσου του ελέγχου ανεξαρτησίας που πραγματοποιήσαμε βρέθηκε ότι η πρόσβαση στο διαδίκτυο συσχετίζεται με την συχνότητα χρήσης του internet banking. Με βάση τον πίνακα που ακολουθεί παρατηρούμε ότι η τιμή του chi-square είναι ίση με 10,461 και του P-value με 0,015. Λόγω του μεγέθους της τιμής του P-value που είναι $< 0,05$ απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση (H0) και αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση (H1). Σύμφωνα με την εναλλακτική υπόθεση (H1) τα χαρακτηριστικά των μεταβλητών «χρήση του internet banking» και «πρόσβαση στο διαδίκτυο» δεν κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό οι

μεταβλητές συσχετίζονται και το επίπεδο της στατιστικής σημαντικότητας είναι 5%.

CHI-SQUARE TESTS		
	Value Asymp. Sig. (2-sided)	
Pearson chi-square	10,461	0,015

Όπως αναφέραμε πιο πάνω οι μεταβλητές συσχετίζονται. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα η ύπαρξη ή όχι πρόσβασης στο διαδίκτυο από τους συμμετέχοντες να επηρεάζεται από την συχνότητα χρήσης του internet banking. Παρατηρούμε λοιπόν από τον πίνακα που ακολουθεί ότι 40,8% των συμμετεχόντων που δεν έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο χρησιμοποιούν την υπηρεσία internet banking από καθόλου έως μερικές φορές τον χρόνο. Σε αντίθεση, το 59,2% των συμμετεχόντων που έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο χρησιμοποιούν την συγκεκριμένη υπηρεσία από μερικές φορές τον χρόνο έως και καθημερινά.

Συσχέτιση παρατηρήθηκε και μεταξύ της μεταβλητής «πληρωμή προσωπικών τραπεζικών λογαριασμών μέσω internet banking» και της «απασχόλησης». Τα αποτελέσματα του συσχετισμού που παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί φανερώνουν ότι το chi-square ισούται με 14,672 και το P-value με 0,023. Επειδή το μέγεθος της τιμής του P-value είναι $< 0,05$ απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση (H_0) και αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση (H_1). Σύμφωνα με την εναλλακτική υπόθεση (H_1) τα χαρακτηριστικά των μεταβλητών «απασχόληση» και «πληρωμή προσωπικών τραπεζικών λογαριασμών μέσω internet banking» δεν κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό. Οι μεταβλητές συσχετίζονται θετικά και το επίπεδο της στατιστικής σημαντικότητας είναι 5%.

CHI-SQUARE TESTS		
	Value Asymp. Sig. (2-sided)	
Pearson chi-square	14,672	0,023

Λόγω της συσχέτισης των μεταβλητών η συχνότητα πληρωμής προσωπικών τραπεζικών λογαριασμών επηρεάζεται από την απασχόληση των συμμετεχόντων. Οι συμμετέχοντες που έχουν προσωπική επιχείρηση με ποσοστό 100% χρησιμοποιούν την υπηρεσία πληρωμής

προσωπικών τραπεζικών λογαριασμών μέσω του internet banking μερικές φορές την εβδομάδα. Οι ιδιωτικοί υπάλληλοι χρησιμοποιούν την συγκεκριμένη υπηρεσία μερικές φορές τον μήνα με ποσοστό 40%. Τέλος, στους δημόσιους ιδιωτικούς υπαλλήλους η κατάσταση είναι λίγο διαφοροποιημένη αφού το 50% χρησιμοποιεί την πληρωμή προσωπικών τραπεζικών λογαριασμών μερικές φορές τον χρόνο και το άλλο 50% μερικές φορές τον μήνα.

Η ευκολία χρήσης των ATM βρέθηκε ότι συσχετίζεται με την συχνότητα χρήσης των ταμείων. Με βάση τον ακόλουθο πίνακα παρατηρούμε ότι η τιμή του chi-square είναι ίση με 30,468 και το P-value με 0,002. Λόγω του μεγέθους της τιμής του P-value που είναι $< 0,01$ απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση (H_0) και αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση (H_1). Σύμφωνα με την εναλλακτική υπόθεση (H_1) τα χαρακτηριστικά των μεταβλητών «συχνότητα χρήσης των ταμείων» και «ευκολία χρήσης των ATM» δεν κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό. Οι μεταβλητές συσχετίζονται και το επίπεδο της στατιστικής σημαντικότητας είναι 1%.

CHI-SQUARE TESTS		
	Value Asymp. Sig. (2-sided)	
Pearson chi-square	30,468	0,002

Παρατηρούμε από τον πίνακα που ακολουθεί ότι το 100% των συμμετεχόντων που θεωρούν πως τα ATM είναι πολύ έως πάρα πολύ εύκολα στην χρήση δεν χρησιμοποιούν καθόλου τα ταμεία. Το 42,4% των συμμετεχόντων που θεωρεί ότι τα ATM είναι μέτρια εύκολα έως πολύ εύκολα στην χρήση χρησιμοποιεί τα ταμεία μερικές φορές τον μήνα. Τέλος, το 33% των συμμετεχόντων που θεωρεί την χρήση των ATM λίγο εύκολα χρησιμοποιούν τα ταμεία μερικές φορές την εβδομάδα.

Η κατοχή ηλεκτρονικού υπολογιστή μέσω της στατιστικής ανάλυσης και διενέργειας του

συσχετισμού βρέθηκε ότι συσχετίζεται με την εκπαίδευση των συμμετεχόντων. Παρατηρούμε λοιπόν από τον πίνακα που ακολουθεί ότι το chi-square ισούται με 17,260 και το P-value με 0,008. Επειδή το μέγεθος της τιμής του P-value είναι $< 0,01$ απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση (H0) και αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση (H1). Σύμφωνα με την εναλλακτική υπόθεση (H1) τα χαρακτηριστικά των μεταβλητών «εκπαίδευση» και «κατοχή ηλεκτρονικού υπολογιστή» δεν κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό. Οι μεταβλητές συσχετίζονται και το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας είναι 1%.

CHI-SQUARE TESTS		
	Value Asymp. Sig. (2-sided)	
Pearson chi-square	17,260	0,008

Αφού οι συγκεκριμένες μεταβλητές συσχετίζονται η κατοχή ηλεκτρονικού υπολογιστή από τους συμμετέχοντες στην έρευνα επηρεάζεται από το επίπεδο της εκπαίδευσης αυτών. Συγκεκριμένα παρατηρούμε ότι το 100% των αποφοίτων Δημοτικού του δείγματος δεν έχει στην κατοχή του ηλεκτρονικό υπολογιστή, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των αποφοίτων Γυμνασίου είναι 50%. Οι απόφοιτοι Λυκείου έχουν στην κατοχή τους ηλεκτρονικό υπολογιστή με ποσοστό 76,6% ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των αποφοίτων ΤΕΙ είναι 61,5%. Στους φοιτητές ΑΕΙ χωρίς πτυχίο το ποσοστό κατοχής ηλεκτρονικού υπολογιστή είναι 90,9%. Τέλος, στους αποφοίτους ΑΕΙ και κατόχους Μεταπτυχιακού /Διδακτορικού τίτλου το ποσοστό κατοχή ηλεκτρονικού υπολογιστή είναι 85,7% και 100% αντίστοιχα.

Συμπεράσματα και προτάσεις πολιτικής

Η έρευνα που πραγματοποιήσαμε για της ανάγκες της πτυχιακής μελέτης και που αποτελείται από ένα δείγμα 120 ατόμων, πραγματοποιήθηκε με σκοπό να διαπιστωθεί κατά πόσο έχουν υιοθετήσει τις νέες τεχνολογικά παρεχόμενες υπηρεσίες του internet banking και mobile banking και ποιοι παράγοντες θα τους επηρέαζαν να τις υιοθετήσουν, καθώς επίσης κατά πόσο χρησιμοποιούν τα ATM και τα ταμεία.

Μετά την συλλογή των ερωτηματολογίων ακολούθησε η στατιστική ανάλυση των δεδομένων αυτών και η διεξαγωγή συμπερασμάτων που παρουσιάζονται στην συνέχεια.

Η ικανοποίηση των συμμετεχόντων από την αναγνώριση/ ιδιαίτερη αντιμετώπιση από την τράπεζα βρίσκεται στο επίπεδο του λίγο έως μέτρια με ποσοστό 66% ενώ μόλις το 10% του δείγματος είναι πάρα πολύ ικανοποιημένο. Οι διαπροσωπικές σχέσεις ανάμεσα στους πελάτες και το προσωπικό των τραπεζών χαρακτηρίζονται μέτριες και με βάση τις απαιτήσεις των πελατών χρήζουν βελτίωσης.

Το επίπεδο της εχεμύθειας χαρακτηρίζεται από το 45% του δείγματος ως πολύ ικανοποιητικό ενώ κανένας από τους συμμετέχοντες δεν απάντησε ότι δεν είναι καθόλου ικανοποιημένος.

Πολύ ικανοποιημένοι βρίσκονται οι πελάτες από την εμπιστοσύνη που τους εμπνέει η κυρίως τράπεζα με την οποία συνεργάζονται, αφού το επίπεδο της εμπιστοσύνης που έχουν κυμαίνεται στο «πολύ ικανοποιημένοι» από το 48% του δείγματος, ενώ μόλις το 2% δεν είναι καθόλου ικανοποιημένο.

Το 56% του δείγματος είναι πολύ έως πάρα πολύ ικανοποιημένο από την απουσία λαθών στις παρεχόμενες υπηρεσίες, με το μόλις το 3% του δείγματος να εκφράζει αντίθετη άποψη, κατατάσσοντας το επίπεδο ικανοποίησης του στο «καθόλου». Οι παρεχόμενες υπηρεσίες των τραπεζών φαίνεται να παρέχονται στους πελάτες έτσι όπως αυτοί θα ήθελαν, με πολύ μικρή εμφάνιση λαθών από την πλευρά της τράπεζας.

Το επίπεδο ικανοποίησης των συμμετεχόντων όσο αφορά την τήρηση των υποσχέσεων βρίσκεται με ποσοστό 48% στο πολύ έως πάρα πολύ ικανοποιημένοι. Αντίθετη άποψη εξέφρασε μόλις το 1% όπου απάντησε ότι δεν είναι καθόλου ικανοποιημένο.

Η αντίληψη των συμμετεχόντων για το αίσθημα ασφάλειας κυμαίνεται με ποσοστό 62% στο επίπεδο του πολύ έως πάρα πολύ ικανοποιημένοι, ενώ το 15% απάντησε ότι είναι καθόλου έως λίγο ικανοποιημένοι. Το επίπεδο της αντίληψης των συμμετεχόντων για το αίσθημα ασφάλειας που τους εμπνέει η τράπεζά που συνεργάζονται βρίσκεται σε πολύ υψηλό επίπεδο. Λόγω όμως της σημαντικότητας της επίδρασης του συγκεκριμένου

παράγοντα στην αντίληψη της παρεχόμενης ποιότητας από τους πελάτες, αλλά και η επίδρασή του ως παράγοντας επηρεασμού για συμπεριφορά αλλαγής τράπεζας, θα έπρεπε να είναι ακόμα υψηλότερου επιπέδου.

Η ποιοτική αντιμετώπιση από την τράπεζα χαρακτηρίζεται πολύ καλή έως πάρα πολύ καλή από το 65% των συμμετεχόντων, ενώ αντίθετη άποψη έχει το 8% που απάντησε ότι είναι λίγο ικανοποιημένο.

Πολύ έως πάρα πολύ ολοκληρωμένη παροχή υπηρεσιών θεωρεί ότι απολαμβάνει το 63% του δείγματος, ενώ το 7% θεωρεί ότι απολαμβάνει «λίγο» ολοκληρωμένη παροχή υπηρεσιών.

Τα ταμεία χρησιμοποιούνται από το 62% μερικές φορές τον χρόνο, τα μηχανήματα ΑΤΜ μερικές φορές τον μήνα από το 46%, το internet banking καθόλου από το 86% και το phone banking καθόλου από το 87%.

Μόλις το 14% των συμμετεχόντων χρησιμοποιεί το internet banking. Από τους συμμετέχοντες που το χρησιμοποιούν οι κυριότερες συναλλαγές που πραγματοποιούν είναι : ενημέρωση για κίνηση λογαριασμού με ποσοστό 74%, πληρωμή προσωπικών λογαριασμών με ποσοστό 79%, πληρωμή λογαριασμών με ποσοστό (Φ.Π.Α., ΙΚΑ, ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ, Λογαριασμοί τηλεφώνου) 89% και μεταφορά χρημάτων προς λογαριασμούς άλλων τραπεζών με ποσοστό 53%.

Ως κυριότεροι παράγοντες επηρεασμού των συμμετεχόντων με επίπεδο σημαντικότητας «πολύ έως πάρα πολύ» για την υιοθέτηση του internet banking βρέθηκαν η ευκολία χρήσης με 47%, η ταχύτητα στις συναλλαγές με 69%, η ασφάλεια στις συναλλαγές με ποσοστό 40%, μη επιπλέον επιβαρύνσεις με ποσοστό 54%, η πληροφόρηση για το κόστος συναλλαγών με 43%, το ωράριο συναλλαγών με 69% και η προστασία προσωπικών δεδομένων με ποσοστό 53%.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιήσαμε για την ανάγκες της πτυχιακής μελέτης, παρατηρήσαμε ότι η συχνότητα χρήσης του internet banking επηρεάζεται από την εμπιστοσύνη, την γνώση χειρισμού του ηλεκτρονικού υπολογιστή, την εχεμύθεια, την πρόσβαση στο διαδίκτυο, το φύλο, την εκπαίδευση, την ηλικία και τον επαρκή αριθμό ΑΤΜ.

Η εμπιστοσύνη συσχετίζεται θετικά με την συχνότητα χρήσης του internet banking. Όσο υψηλότερο είναι το επίπεδο την εμπιστοσύνης που αντιλαμβάνεται ο πελάτης, τόσο πιο συχνή είναι η χρήση της συγκεκριμένης υπηρεσίας (όπως και Shumaila Y. Yousafzai, John G. Pallister, Gordon R. Foxall, 2003). Συγκεκριμένα, με βάση τα αποτελέσματα το 40,7% των συμμετεχόντων που δεν χρησιμοποιεί καθόλου το internet banking ως μέσο για την πραγματοποίηση τραπεζικών συναλλαγών είναι καθόλου έως μέτρια

ικανοποιημένο από την εμπιστοσύνη από την τράπεζα. Σε αντίθεση, το 100% των συμμετεχόντων που χρησιμοποιεί την συγκεκριμένη υπηρεσία καθημερινά είναι παρά πολύ ικανοποιημένο από την εμπιστοσύνη της τράπεζας.

Θετική συσχέτιση παρατηρήθηκε μεταξύ της χρήσης του internet banking και την γνώσης χειρισμού του ηλεκτρονικού υπολογιστή. Η συγκεκριμένη συσχέτιση είχε το αποτέλεσμα που περιμέναμε, αφού είναι λογικό οι πελάτες με μεγαλύτερη ευχέρεια και εξοικείωση με τον ηλεκτρονικό υπολογιστή να έχουν πραγματοποιήσει έστω μια τραπεζική συναλλαγή μέσω του διαδικτύου (όπως και Ya-Yueh Shih, Kwoting Fang, 2004). Θετική συσχέτιση παρατηρήθηκε μεταξύ της πρόσβασης στο διαδίκτυο και της συχνότητα χρήσης του internet banking. Η ύπαρξη πρόσβασης στο διαδίκτυο συνεπάγεται και την δυνατότητα χρήσης της συγκεκριμένης υπηρεσίας, σε αντίθεση με όσους δεν έχουν.

Η εχεμύθεια καθώς και ο επαρκής αριθμός ATM ως παράγοντες επηρεασμού της συχνότητας χρήσης του internet banking βρέθηκαν να μην έχουν καμία επίδραση.

Διαφορά παρατηρήθηκε όσο αφορά την τάση των δυο φύλων να χρησιμοποιήσουν το internet banking αλλά και στις υπηρεσίες που διαλέγουν να χρησιμοποιήσουν. Τα αποτελέσματα έδειξαν μεγαλύτερη διείσδυση των νέων τεχνολογιών στο ανδρικό φύλο απ' ότι στο γυναικείο. Το 18,8% των ανδρών χρησιμοποιεί το internet banking, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των γυναικών είναι 11,2%. Όσο αφορά τις υπηρεσίες που διαλέγει το κάθε φύλο να χρησιμοποιήσει, τα αποτελέσματα από την έρευνα έδειξαν ότι οι άνδρες εκδηλώνουν την τάση να χρησιμοποιούν διαφορετικές υπηρεσίες από το γυναικείο φύλο, ή τις ίδιες αλλά με διαφορετική συχνότητα (όπως και Jane Kolodinsky, Jeanne M.Hogarth, 2001). Συγκεκριμένα, οι άνδρες χρησιμοποιούν την υπηρεσία «ενημέρωση για την κίνηση του λογαριασμού» (άντρες 90%, γυναίκες 55,5%) πιο συχνά απ' ότι οι γυναίκες, ενώ το αντίστροφο ισχύει για την υπηρεσία «αίτηση για μπλοκ επιταγών» (γυναίκες 11,1%, άντρες 0%).

Θετική συσχέτιση βρέθηκε ότι υπάρχει ανάμεσα στο επίπεδο εκπαίδευσης και στην χρήση του internet banking. Συγκεκριμένα, οι συμμετέχοντες με χαμηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης όπως Δημοτικό-Γυμνάσιο δεν χρησιμοποιούν καθόλου την συγκεκριμένη τεχνολογία με ποσοστό 100%. Σε αντίθεση, οι φοιτητές σε ΑΕΙ χωρίς πτυχίο χρησιμοποιούν την συγκεκριμένη υπηρεσία με ποσοστό 45,5%.

Όσο αφορά την συσχέτιση της ηλικίας με την χρήση του internet banking τα αποτελέσματα έδειξαν ότι είναι αρνητική, δηλ όσο πιο μεγάλη είναι η ηλικία τόσο πιο λίγο χρησιμοποιούν το internet banking (όπως και Walfried M. Lassar, Chris Manolis, Sharon S. Lassar, 2004). Συγκεκριμένα, το 100% των συμμετεχόντων που είναι από 65 ετών και άνω δεν χρησιμοποιούν καθόλου το internet banking, ενώ το 20,6% του δείγματος της

ηλικιακής κατηγορίας από 20-34 ετών χρησιμοποιεί το internet banking μερικές φορές τον χρόνο, μερικές φορές τον μήνα και καθημερινά.

Όσον αφορά την συχνότητα χρήσης των ταμείων, μέσω της έρευνας που πραγματοποιήσαμε παρατηρήσαμε ότι συσχετίζεται με την γνωριμία του πελάτη σε προσωπική βάση, με την επικοινωνία με τον πελάτη όταν χρειάζεται, με την εκτίμηση από το προσωπικό, με την ολοκληρωμένη ποικιλία προϊόντων, με τη ηλικία και με τη διάρκεια συνεργασίας με την κυρίως τράπεζα.

Συγκεκριμένα, η θετική συσχέτιση της συχνότητας χρήσης των ταμείων με την γνωριμία με τον πελάτη σε προσωπική βάση υποδηλώνει ότι όσο πιο ικανοποιημένος είναι ο πελάτης από την γνωριμία σε προσωπική βάση, τόσο πιο μεγάλη είναι η συχνότητα χρήσης των ταμείων. Το 33,4% των συμμετεχόντων που δεν χρησιμοποιεί καθόλου τα ταμεία είναι καθόλου έως λίγο ικανοποιημένο από την γνωριμία με το πελάτη σε προσωπική βάση, ενώ το 100% των συμμετεχόντων που χρησιμοποιεί τα ταμεία μερικές φορές την εβδομάδα είναι πάρα πολύ ικανοποιημένο.

Η ηλικία δεν συσχετίζεται με την συχνότητα χρήσης των ταμείων. Σε αντίθεση, η θετική συσχέτιση παρατηρήθηκε με την εκτίμηση από το προσωπικό αφού με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας όσο πιο υψηλό είναι το επίπεδο της εκτίμησης από το προσωπικό, τόσο αυξάνεται η συχνότητα χρήσης των ταμείων.

Το φύλο του συμμετέχοντα βρέθηκε να συσχετίζεται θετικά με τη παροχή καινοτόμων προϊόντων. Τα αποτελέσματα φανερώνουν ότι οι άντρες έχουν θετική αντίληψη για την παροχή καινοτόμων προϊόντων σε αντίθεση με το γυναικείο φύλο που έχει αρνητική (όπως και Antreas D. Athanassopoulos, 2000).

Η απασχόληση βρέθηκε να έχει θετική συσχέτιση με την έλλειψη καθυστερήσεων λόγω γραφειοκρατίας. Οι συμμετέχοντες που εργάζονται ως τεχνίτες βρέθηκε με ποσοστό 66,7% να μην είναι καθόλου ικανοποιημένοι από την έλλειψη καθυστερήσεων λόγω γραφειοκρατίας ενώ οι συμμετέχοντες που φοιτητές με ποσοστό 60% είναι πολύ έως πάρα πολύ ικανοποιημένοι από την έλλειψη καθυστερήσεων.

Η αντίληψη των συμμετεχόντων στην έρευνα όσον αφορά την έλλειψη ποικιλίας προϊόντων βρέθηκε να έχει θετική συσχέτιση με την εκπαίδευση αυτών (όπως και Ugur Yavas, Martin Benkenstein, Uwe Stuhldreier, 2004). Οι συμμετέχοντες με χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης έχουν υψηλότερη αντίληψη. Συγκεκριμένα το 66,7% των αποφοίτων Δημοτικού θεωρεί πως δεν υπάρχει καθόλου έλλειψη ποικιλίας προϊόντων, ενώ το 100% των συμμετεχόντων που έχει τίτλο Μεταπτυχιακών σπουδών/ Διδακτορικού θεωρεί πως υπάρχει πολύ μεγάλη έλλειψη.

Οι τράπεζες θα πρέπει να διαχειριστούν με τέτοιο τρόπο την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών ώστε να δημιουργηθεί μια πιο ανταγωνιστικά κατάσταση στην τραπεζική αγορά, δίνοντας τους έτσι την δυνατότητα να προσελκύσουν νέους πελάτες και να αυξήσουν το πελατολόγιό τους.

Οι τράπεζες θα πρέπει να «ενδυναμώσουν» το προσωπικό που έρχεται σε επαφή με τους πελάτες, ώστε να μπορούν να ελέγχουν την αποτελεσματικότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Έτσι θα αποκτήσουν την γνώση που χρειάζεται για την πραγματοποίηση βελτιώσεων, με σκοπό την εξυπηρέτηση των πελατών (τόσο από το προσωπικό όσο και από τις παρεχόμενες υπηρεσίες - προϊόντα) με βάση τις απαιτήσεις των πελατών.

Για την αποτελεσματικότερη διείσδυση των νέων υπηρεσιών internet banking, mobile banking στις «τραπεζικές συνήθειες» των πελατών, θετικό βήμα θα αποτελούσε η διοργάνωση από την πλευρά των τραπεζών παρουσιάσεων του τρόπου λειτουργίας των συγκεκριμένων υπηρεσιών. Έτσι θα μπορούσε να επιτευχθεί η μείωση του αισθήματος της ανασφάλειας των πελατών και η αύξηση της χρήσης των νέων υπηρεσιών από τους ανωτέρω.

Για την πιο διευρυμένη χρήση του e banking χρειάζεται να αυξηθεί το αίσθημα της ασφάλειας και εμπιστοσύνης που εμπνέει η εκάστοτε τράπεζα στους πελάτες της.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Αγγέλης Β.** (2005), 'Η Βίβλος του E-Banking',
- Αρχοντακης Α.**,(1999) Τραπεζικές υπηρεσίες και προϊόντα μέσω internet Παγκόσμια πλατφόρμα ενεργητικής επικοινωνίας και ηλεκτρονικού εμπορίου
- Βενέτης Χ.**, (2002), 'Personal Firewalls'
- Δουκίδης, Γ., Πολυμενακου Αγγ, Γεωργόπουλος Νικ, Μότσιος Θ.**, (2001), Το ηλεκτρονικό επιχειρείν στις μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις., Εταιρεία Ανώτατων Σχολών Επιχειρήσεων
- Λυμπερόπουλος, Κ.**,(1994) Στρατηγικό τραπεζικό μαρκετινγκ,
- Παπαδόπουλος Μ.**, (2005), Phishing - Η Νέα Μέθοδος Εξαπάτησης στο Διαδίκτυο, Ηλεκτρονικό Έγκλημα
- Πομπόρτσας Α., Παπαδημητρίου Γ.** (2003), 'Ασφάλεια Δικτύων Υπολογιστών'

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Claessens, J., Dem, V. Cock, D., Prenee, B. and Vandewalle, J.**, (2001), On the Security of Today's On-line Electronic Banking Systems http://www.mitrabharathi.com/pdf/Security_On-Line_Electronic_Banking_Systems.pdf
- Clemons, E. and Hitt, L.**,(2000), The Internet and future of financial services: Transparency, differential pricing and disintermediation Yang Y.,(1997), The security of electronic banking, <http://csrc.nist.gov/nissc/1997/proceedings/041.pdf>
- Kosiur, D.**, (1997) Understanding Electronic Commerce, Microsoft Press, ISBN 1-5723-560-1,
- Lustik, O.**, (2004) Can e banking services be profitable? <http://www.mtk.ut.ee/doc/febawb30.pdf>
- Mallat, N., Rossi, M. and Tuunainen, K.**, (2004), Mobile Banking Services , Communications of the ACM
- Miranda, M.**, (2011)eHow (online) (Accessed 20.2.2012)
- Yubin, MU.**, (2003) E banking: Status, trends, challenges, policy issues. In CBRC seminar: The development and supervision of e banking. Shanghai

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ:

- <http://www.imerisia.gr>
- <http://www.neo2.gr>
- <http://thezocalo.blogspot.com>
- <http://www.buzzle.com>
- <http://www.wikipedia.com>
- <http://www.inw.gr>

<http://www.thenetwar.com>
<http://www.tovima.gr>
<http://www.hrima.gr>
<http://www.go-online.gr>
<http://www.capital.gr>
<http://www.knowhow.gr>
http://www.fa3.gr/nomothesia_2/nomoth_gen/19-Astikos-kodikas-genika.htm
<http://eur-lex.europa.eu>
<http://el.wikipedia.org/wiki/>
<http://www.economywatch.com>
<http://www.cosmo-one.gr>
<http://www.www.ergosshop.gr>
<http://www.hba.gr>
<http://www.sepe.gr>
ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ ΤΡΑΠΕΖΩΝ:
<http://www.bankofgreece.gr>
<http://www.alpha.gr>
<http://www.tbank.com.gr/tbank>
<http://www.ate.gr>
<http://www.bankofattica.gr>
<http://www.citibank.com/greece/>
<http://www.combank.gr>
<http://www.eurobank.gr>
<http://www.hsbc.gr>
<http://www.hellenicbank.gr>
<http://www.laiki.gr>
<http://www.bankofcyprus.gr>
http://www.milleniumbank.gr__

ΠΙΝΑΚΑΣ

		ΠΛΗΡΩΜΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ (ΦΠΑ, ΙΚΑ, ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ, ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΤΗΛΕΦΩΝΟΥ)				ΣΥΝΟΛΟ
		ΚΑΘΟΛΟΥ	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟΝ ΜΗΝΑ	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	ΛΥΚΕΙΟ		25,0%	50,0%	25,0%	100,0%
	ΦΟΙΤΗΣΗ ΣΕ					
	ΑΕΙ (ΧΩΡΙΣ ΠΤΥΧΙΟ)		60,0%	40,0%		100,0%
	ΑΕΙ	100,0%				100,0%
	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ/ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΟ	100,0%				100,0%
ΣΥΝΟΛΟ		10,5%	31,6%	42,1%	15,8%	100,0%
		ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΚΙΝΗΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ ΜΕΣΩ ΤΟΥ INTERNET BANKING				ΣΥΝΟΛΟ
		ΚΑΘΟΛΟΥ	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟΝ ΜΗΝΑ	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	
ΗΛΙΚΙΑ	20-34 ΕΤΩΝ	38,5%	30,8%	30,8%		100,0%
	35-49 ΕΤΩΝ		50,0%	50,0%		100,0%
	50-64 ΕΤΩΝ				100,0%	100,0%
ΣΥΝΟΛΟ		26,3%	31,6%	31,6%	10,5%	100,0%
		ΓΝΩΣΗ ΧΡΗΣΗΣ Η/Υ				

		ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΣΥΝΟΛΟ
ΧΡΗΣΗ INTERNET BANKING	ΚΑΘΟΛΟ	4,9%	5,8%	50,5%	34,0%	4,9%	100,0
	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΣΤΟ ΧΡΟΝΟ			33,3%	66,7%		100,0 %
	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟΝ ΜΗΝΑ			50,0%	10,0%	40,0%	100,0 %
	ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ				100,0%		100,0 %
ΣΥΝΟΛΟ		4,2%	5,0%	49,2%	34,2%	7,5%	100,0
		ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΤΡΑΠΕΖΑ ΜΕΣΩ E-MAIL					
			ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟΝ ΜΗΝΑ	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ		ΣΥΝΟΛΟ
ΗΛΙΚΙΑ	20-34 ΕΤΩΝ	100,0%					100,0%
	35-49 ΕΤΩΝ	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%		100,0%
	50-64 ΕΤΩΝ	50,0%		50,0%			100,0%
ΣΥΝΟΛΟ		78,9%	5,3%	10,5%	5,3%		100,0%
		ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΧΡΗΜΑΤΩΝ ΠΡΟΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥΣ ΑΛΛΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ					
		ΚΑΘΟΛΟΥ	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟΝ ΜΗΝΑ			ΣΥΝΟΛΟ
ΗΛΙΚΙΑ	20-34 ΕΤΩΝ	61,5%	23,1%	15,4%			100,0%
	35-49 ΕΤΩΝ	25,0%		75,0%			100,0%
	50-64 ΕΤΩΝ			100,0%			100,0%
ΣΥΝΟΛΟ		47,4%	15,8%	36,8%			100,0%

		ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ			ΣΥΝΟΛΟ		
		ΟΧΙ	ΝΑΙ				
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	ΔΗΜΟΤΙΚΟ	100,0%			100,0%		
	ΓΥΜΝΑΣΙΟ	50,0%	50,0%		100,0%		
	ΛΥΚΕΙΟ	42,2%	57,8%		100,0%		
	ΤΕΙ	61,5%	38,5%		100,0%		
	ΦΟΙΤΗΣΗ ΑΕΙ (ΧΩΡΙΣ ΠΤΥΧΙΟ)	27,3%	72,7%		100,0%		
	ΑΕΙ	21,4%	78,6%		100,0%		
	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ/ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΟ		100,0%		100,0%		
ΣΥΝΟΛΟ		40,8%	59,2%		100,0%		
		ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΑΤΜ					ΣΥΝΟΛΟ
		ΚΑΘΟΛΟΥ	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟΝ ΜΗΝΑ	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ	
ΗΛΙΚΙΑ	ΕΩΣ 19 ΕΤΩΝ			100,0%			100,0%
	20-34 ΕΤΩΝ		4,8%	44,4%	44,4%	6,3%	100,0%
	35-49 ΕΤΩΝ			51,2%	44,2%	4,7%	100,0%
	50-64 ΕΤΩΝ	18,2%		36,4%	45,5%		100,0%
	65 ΚΑΙ ΑΝΩ	100,0%					100,0%
ΣΥΝΟΛΟ		3,3%	2,5%	45,8%	43,3%	5,0%	100,0%
		ΠΛΗΡΩΜΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ (ΦΠΑ, ΙΚΑ, ΔΕΗ ΕΥΔΑΠ, ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΤΗΛΕΦΩΝΟΥ)				ΣΥΝΟΛΟ	
		ΚΑΘΟΛΟΥ	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟΝ ΜΗΝΑ	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ		
ΗΛΙΚΙΑ	20-34 ΕΤΩΝ	7,7%	46,2%	46,2%		100,0%	
	35-49 ΕΤΩΝ	25,0%		50,0%	25,0%	100,0%	

	50-64 ΕΤΩΝ					100,0%	100,0%
ΣΥΝΟΛΟ		10,5%	31,6%	42,1%		15,8%	100,0%
		ΥΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΟΥ INTERNET BANKING ΑΠΟ ΤΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ					
		ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΣΥΝΟΛΟ
ΦΥΛΟ	ΑΝΤΡΑΣ	26,3%	7,9%	15,8%	28,9%	21,1%	100,0%
	ΓΥΝΑΙΚΑ	46,0%	15,9%	20,6%	12,7%	4,8%	100,0%
ΣΥΝΟΛΟ		38,6%	12,9%	18,8%	18,8%	10,9%	100,0%
		ΥΙΟΘΕΤΗΣΗ ΑΠΟ ΤΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ					
		ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	ΤΕΧΝΙΤΗΣ				66,7%	33,3%	100,0
	ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	40,0%			20,0%	40,0%	100,0 %
	ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ	34,2%	17,8%	20,5%	17,8%	9,6%	100,0 %
	ΔΗΜΟΣΙΟΣ- ΔΗΜΟΤΙΚΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ	66,7%			33,3%		100,0 %
	ΦΟΙΤΗΤΗΣ/ ΤΡΙΑ	25,0%		50,0%	12,5%	12,5%	100,0
	ΟΙΚΙΑΚΑ	100,0%					100,0
	ΣΥΝΤΑΞΙΟΥΧΟΣ	100,0%					100,0
ΣΥΝΟΛΟ		38,6%	12,9%	18,8%	18,8%	10,9%	100,0
		ΓΝΩΣΗ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ					
		ΑΝΥΠΑΡΚΤΕΣ	ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ	ΜΕΤΡΙΕΣ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΕΣ	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ

ΗΛΙΚΙΑ	ΕΩΣ 19 ΕΤΩΝ			100,0%			100,0%	
	20-34 ΕΤΩΝ		7,9%	44,4%	38,1%	9,5%	100,0%	
	35-49 ΕΤΩΝ			58,1%	34,9%	7,0%	100,0%	
	50-64 ΕΤΩΝ	27,3%	9,1%	45,5%	18,2%		100,0%	
	65 ΚΑΙ ΑΝΩ	100,0%					100,0%	
ΣΥΝΟΛΟ		4,2%	5,0%	49,2%	34,2%	7,5%	100,0%	
				ΓΝΩΣΕΙΣ ΧΕΙΡΙΣΜΟΥ Η/Υ				
				ΚΑΘΟΛΟΥ	ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ	ΜΕΤΡΙΕΣ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΕΣ	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΕΣ
								ΣΥΝΟΛΟ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	ΔΗΜΟΤΙΚΟ	66,7%		33,3%			100,0%	
	ΓΥΜΝΑΣΙΟ	30,0%	10,0%	60,0%			100,0%	
	ΛΥΚΕΙΟ		6,3%	53,1%	31,3%	9,4%	100,0%	
	ΤΕΙ			76,9%	7,7%	15,4%	100,0%	
	ΦΟΙΤΗΣΗ ΑΕΙ (ΧΩΡΙΣ ΠΤΥΧΙΟ)		9,1%	36,4%	45,5%	9,1%	100,0%	
	ΑΕΙ			21,4%	78,6%		100,0%	
	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ/ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΟ			20,0%	80,0%		100,0%	
ΣΥΝΟΛΟ		4,2%	5,0%	49,2%	34,2%	7,5%	100,0%	
				ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ				
				ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΣΥΝΟΛΟ		
ΧΡΗΣΗ INTERNET BANKING	ΚΑΘΟΛΟΥ			46,6%	53,4%	100,0%		
	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ			16,7%	83,3%	100,0%		
	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟΝ ΜΗΝΑ				100,0%	100,0%		
	ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ				100,0%	100,0%		
ΣΥΝΟΛΟ				40,8%	59,2%	100,0%		

		ΠΛΗΡΩΜΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ ΜΕΣΩ ΤΟΥ INTERNET BANKING				ΣΥΝΟΛΟ
		ΚΑΘΟΛΟΥ	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟΝ ΜΗΝΑ	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	
ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ				100,0%	100,0%
	ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ	26,7%	20,0%	40,0%	13,3%	100,0%
	ΔΗΜΟΣΙΟΣ- ΔΗΜΟΤΙΚΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ		50,0%	50,0%		100,0%
ΣΥΝΟΛΟ		21,1%	21,1%	36,8%	21,1%	100,0%

		ΕΥΚΟΛΙΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΤΜ					ΣΥΝΟΛΟ
		ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	
ΣΥΧΝΟΤΗΤ Α ΧΡΗΣΗΣ ΤΑΜΕΙΩΝ	ΚΑΘΟΛΟΥ				50,0%	50,0%	100,0%
	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ		4,0%		21,3%	74,7%	100,0%
	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	6,1%	3,0%	9,1%	33,3%	48,5%	100,0%
	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ		33,3%			66,7%	100,0%
ΣΥΝΟΛΟ		1,7%	5,0%	2,5%	25,0%	65,8%	100,0%

		ΚΑΤΟΧΗ Η/Υ		ΣΥΝΟΛΟ
		ΟΧΙ	ΝΑΙ	
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	ΔΗΜΟΤΙΚΟ	100,0%		100,0%
	ΓΥΜΝΑΣΙΟ	50,0%	50,0%	100,0%

	ΛΥΚΕΙΟ	23,4%	76,6%	100,0%
	ΤΕΙ	38,5%	61,5%	100,0%
	ΦΟΙΤΗΣΗ ΑΕΙ (ΧΩΡΙΣ ΠΤΥΧΙΟ)	9,1%	90,9%	100,0%
	ΑΕΙ	14,3%	85,7%	100,0%
	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ/ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΟ		100,0%	100,0%
ΣΥΝΟΛΟ		25,8%	74,2%	100,0%

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΕΝΟΤΗΤΑ Α

Παρακαλώ σημειώστε την Τράπεζα με την οποία συνεργάζεστε

.....

Διάρκεια συνεργασίας με την κυρίως τράπεζά σας

Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την τράπεζα με την οποία συνεργάζεστε όσο αφορά τα παρακάτω χαρακτηριστικά;

Ικανοποίηση από τη συνεργαζόμενη τράπεζα.					
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ					
Μικρός χρόνος αναμονής	1	2	3	4	5
Ταχύτητα εξυπηρέτησης στα ταμεία	1	2	3	4	5
Ικανοποιητικός αριθμός ταμείων	1	2	3	4	5
Έλλειψη καθυστερήσεων λόγω γραφειοκρατίας	1	2	3	4	5
Ευκολία χρήσης των ΑΤΜs	1	2	3	4	5
Επαρκής αριθμός ΑΤΜ's	1	2	3	4	5
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ					
Αναγνώριση / ιδιαίτερη αντιμετώπιση	1	2	3	4	5
Γνωριμία του πελάτη σε προσωπική βάση	1	2	3	4	5
Εκτίμηση από το προσωπικό	1	2	3	4	5
Εχεμύθεια	1	2	3	4	5
Εμπιστοσύνη	1	2	3	4	5
ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ					
Απουσία λαθών στις παρεχόμενες υπηρεσίες	1	2	3	4	5
Ακρίβεια στην τήρηση λογαριασμών	1	2	3	4	5
Απουσία αντιφάσεων από στο προσωπικό	1	2	3	4	5
Τήρηση υποσχέσεων	1	2	3	4	5
Ακρίβεια στην παρουσίαση κίνησης λογαριασμών	1	2	3	4	5
Καλά εκπαιδευμένο προσωπικό	1	2	3	4	5
ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΗ					
Αίσθημα ασφάλειας	1	2	3	4	5
Καλή φήμη	1	2	3	4	5
Ποιοτική αντιμετώπιση γενικά	1	2	3	4	5
Ολοκληρωμένη παροχή υπηρεσιών	1	2	3	4	5
Ασφάλεια τις συναλλαγές με ΑΤΜs	1	2	3	4	5

ΕΝΟΤΗΤΑ Β: ΧΡΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ

1. Πως θα χαρακτηρίζατε τις γνώσεις σας στην χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών;

Ανύπαρκτες	Ελάχιστες	Μέτριες	Πολύ καλές	Εξαιρετικές

2. Έχετε ηλεκτρονικό υπολογιστή;

Ναι	Όχι

2. Έχετε πρόσβαση στο διαδίκτυο;

Ναι	Όχι

ΕΝΟΤΗΤΑ Γ: ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

1. Ποσό συχνά χρησιμοποιείτε τις παρακάτω υπηρεσίες στην τράπεζα με την οποία συνεργάζεστε; (βάλτε √)

	Καθόλου	Μερικές φορές το χρόνο	Μερικές φορές το μήνα	Μερικές φορές την εβδομάδα	Καθημερινά
Ταμεία					
ATM's					
Internet					
Phone Banking					

2. Αν χρησιμοποιείτε υπηρεσίες Internet Banking, σημειώστε πόσο συχνά.

1= Καθόλου, 2= Μερικές φορές το χρόνο, 3=Μερικές φορές το μήνα, 4= Μερικές φορές την εβδομάδα, 5=Καθημερινά

Ενημέρωση για κίνηση λογαριασμού	1	2	3	4	5
Μεταφορές χρημάτων προς λογαριασμούς άλλων τραπεζών	1	2	3	4	5
Πληρωμή προσωπικών τραπεζικών λογαριασμών (πιστωτικές)	1	2	3	4	5
Πληρωμή λογαριασμών (ΦΠΑ, ΙΚΑ, ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ, Λογαριασμοί	1	2	3	4	5
Χρηματιστηριακές – Επενδυτικές συναλλαγές	1	2	3	4	5
Αίτηση για δάνειο	1	2	3	4	5
Αίτηση για πιστωτική κάρτα	1	2	3	4	5
Αίτηση μπλοκ επιταγών	1	2	3	4	5
Επικοινωνία με τράπεζα μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail)	1	2	3	4	5
Άλλες υπηρεσίες (προσδιορίστε)...	1	2	3	4	5

3. Αν δεν χρησιμοποιείτε τις υπηρεσίες Internet Banking, πόσο σημαντικοί είναι για εσάς οι παρακάτω λόγοι ώστε να υιοθετήσετε τη χρήση του;

1=Καθόλου, 2=Λίγο, 3=Μέτρια, 4=Πολύ, 5=Πάρα πολύ

Ευκολία χρήσης (παροχή σαφών οδηγιών χρήσης)	1	2	3	4	5
Ταχύτητα στις συναλλαγές	1	2	3	4	5
Φθηνότερη πρόσβαση στο διαδίκτυο	1	2	3	4	5
Διαθεσιμότητα ηλεκτρονικών υπολογιστών	1	2	3	4	5
Ασφάλεια στις συναλλαγές	1	2	3	4	5
Διάθεση εύρους φάσματος προϊόντων	1	2	3	4	5
Μη επιπλέον επιβαρύνσεις	1	2	3	4	5
Πληροφόρηση για το κόστος των συναλλαγών	1	2	3	4	5
Προστασία προσωπικών δεδομένων	1	2	3	4	5
Ωράριο συναλλαγών	1	2	3	4	5
Υιοθέτηση του από τον κοινωνικό σας περίγυρο (φίλοι, οικογένεια)	1	2	3	4	5
Υιοθέτηση του από το επαγγελματικό σας περιβάλλον	1	2	3	4	5
Παροχή καινοτόμων προϊόντων (π.χ. χρηματιστηριακά –	1	2	3	4	5
Άλλοι λόγοι (διευκρινίστε)...	1	2	3	4	5

ΕΝΟΤΗΤΑ Δ: ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

1. Με ποιες άλλες τράπεζες συνεργάζεστε και για πόσο χρονικό διάστημα;

Τράπεζα

Διάρκεια συνεργασίας

Βαθμός ικανοποίησης

(0=χαμηλός, 5=μέτριος, 10=υψηλός)

1.

2.

3.

2. Ποία είναι η απασχόληση σας? (βάλτε ✓)

Τεχνίτης (πχ. υδραυλικός, ηλεκτρολόγος)	
Οικοδομικές εργασίες (πχ. ελαιοχρωματιστής, κτίστης)	
Προσωπική επιχείρηση (πχ. κατάστημα, συνεργείο)	
Ιδιωτικός υπάλληλος	
Δημόσιος-Δημοτικός υπάλληλος	
Φοιτητής/ τρια	
Οικιακά	
Άλλο (προσδιορίστε).....	

3. Εκπαίδευση – Μορφωτικό επίπεδο (βάλτε ✓)

Δημοτικό	
Γυμνάσιο	
Λύκειο	
ΤΕΙ	
Φοίτηση ΑΕΙ (χωρίς πτυχίο)	
ΑΕΙ	
Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	

4. Φύλο (βάλτε ✓)

Άντρας	
Γυναίκα	

5. Ηλικία (βάλτε ✓)

Έως 19 ετών	
20-34 ετών	
35-49 ετών	
50-64 ετών	
65 και άνω	

